

Thesenpapier Agrarbildung 2030

Plattform Agrar- und Umweltbildung
Wien, 10. April 2019

Ziel des Thesenpapiers 2030

- Die Veränderungen sind sehr schnell geworden; ökologische, ökonomische, gesellschaftliche, politische Zusammenhänge komplex und undurchschaubar; alte Grundordnungen und Sicherheiten gehen verloren.
- Das Thesenpapier 2030 der AgrarBildung soll die Beobachtung in den unüberschaubaren schnellen Veränderungen anhand der Thesen fokussieren um in der raschen Veränderung leichter die Muster für Erfolg erkennen zu können.

- Eine These ist keine Zustandsbeschreibung, sondern eine Behauptung.
- Ob die Thesen stimmen oder nicht stimmen, wird sich erst in Zukunft erweisen.
- In jedem Fall werden Entscheidungen aufgrund von bewussten oder unbewussten Thesen getroffen und bestimmen damit die Zukunft wesentlich mit.
- Aus Beobachtung von Entwicklungen anhand der Thesen kann/soll/muss jede Einrichtung, jeder Entscheidungsträger für sich selbst Handlungsoptionen ableiten.
- Die Thesen werden allen Mitgliedseinrichtungen der Plattform zur weiteren Verwendung zur Verfügung gestellt. Sie können übersektoral im BMNT weiterdiskutiert werden, in Think-tanks, im Unterricht, etc.

Fünf Thesen zur Zukunft der Agrarbildung

1. Wir erleben gesellschaftliche, politische und kulturelle Umbrüche, geprägt von der Suche nach Stabilität.
2. Technologie, Klimawandel und Marktsignale bestimmen die agrarische Produktionsweise.
3. Die Rolle der Akteure entlang der Lebensmittelkette wird neu verhandelt.
4. Der Mensch muss sich im Wettstreit mit der künstlichen Existenz bewähren.
5. Neben den Interessensvertretungen werden andere Interessensgruppen und Netzwerke die Gesellschaft und die Politik verstärkt beeinflussen.

1. Wir erleben gesellschaftliche, politische und kulturelle Umbrüche, geprägt von der Suche nach Stabilität.

Die momentanen Veränderungen gehen über eine kontinuierliche Entwicklung weit hinaus. Wir sind mit einem Paradigmenwechsel konfrontiert.

Mit den digitalisierten Medien kann heute fast jede/r global in Echtzeit mit anderen kommunizieren.

Die Digitalisierung ist ein globales Phänomen das tiefgreifende ethische, gesellschaftliche und politische Veränderungen hervorruft. Es gibt keinen Weg zurück.

1. Wir erleben gesellschaftliche, politische und kulturelle Umbrüche, geprägt von der Suche nach Stabilität.

Optionen für die AgrarBildung

- Anpassungskompetenz: digitales Grundwissen, aktive Auseinandersetzung mit Digitalisierung; Kritikfähigkeit; Ethik-Wertebasis; Umgang mit Geschwindigkeit von Veränderung lernen – Regulierungen werden nicht reichen.
- Ermutigen: Möglichkeiten erkennen lassen und dazu ermutigen aktiv damit umzugehen, mitgestalten
- Herr- Frau- Sein seiner selbst - starke Persönlichkeiten werden lassen.

1. Wir erleben gesellschaftliche, politische und kulturelle Umbrüche, geprägt von der Suche nach Stabilität.

Optionen für die AgrarBildung

- Positiver Zugang und Gefahren erkennen: Cyber-Mobbing, politische Manipulationen; Ethik vermitteln.
- Rechtssystem hinkt nach: Datenschutz, Monopolisierung von Daten; Regelungsmechanismen aktiv mitbestimmen, ...
- Neue Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen: Direktvermarktung, Chancen für neue Produktions- u. Vertriebs-Netzwerke; neue Unterrichtsfächer für Anwendung, ...
- SDG Nachhaltigkeitsziele der UNO sollen zum kulturellen Ankerpunkt werden; ...

Treibende Stakeholder/Kräfte

- Erwachsenenbildung
- BM f. Digitalisierung u. Wirtschaftsstandort
- Anbieter Digitalisierter Kommunikation
- Plattform Digitalisierung des BM für Nachhaltigkeit und Tourismus
- BM für Finanzen
- BM f. Bildung/Wissenschaft/Forschung
- Interessensvertretungen: Wirtschaftskammer, Landwirtschaftskammer, Industriellenvereinigung

Bremsende Stakeholder/Kräfte

- Bildungsferne Bevölkerung
- Strukturschwache Regionen
- Strahlensensible Menschen
- Technikverweigerer: Alte und junge Landwirte
- Einkommensschwache

Anmerkungen

- *Organisierte sind die Treiber von Entwicklung; Die Bremser dieser Zukunft sind nichtorganisiert/ohnmächtig.*
- *Die Kommunikation zwischen den Treibern und den Bremsern funktioniert nicht. Verantwortliche müssen Bremser ins Boot holen – Aufklärung und Wissen zukommen lassen.*
- *In Ethikunterricht einschlägige Diskussionen führen; Wissen über Digitalisierung muss gleich stark forciert werden, damit der Mensch nicht die Steuerung der Digitalisierung verliert.*
- *Gegenargumente ernst nehmen: NGO's; Datenschutzkritiker.*

2. Technologie, Klimawandel und Marktsignale bestimmen die agrarische Produktionsweise.

Technologie, Kaufverhalten und Marktstrategie der Handelsketten dominieren die Lebensmittelproduktion. Die Bäuerinnen und Bauern müssen sich danach richten und ihre Produktionsweise anpassen. Die Landwirtschaft hat die Ernährungskompetenz an andere abgegeben.

Extremwetterereignisse stellen eine immer größere Herausforderung dar. Die Landwirtinnen und Landwirte sind hochspezialisiert, die agrarische Bildung hat Schwierigkeiten, mit der Entwicklung Schritt zu halten. Nicht nur die technischen Entwicklungen haben Einfluss auf die agrarische Produktion. Großkonzerne und zunehmend auch die öffentliche Meinung bestimmen mit, wie und was die Landwirtschaft produziert.

2. Technologie, Klimawandel und Marktsignale bestimmen die agrarische Produktionsweise.

Optionen für die AgrarBildung

- Technisch fit halten; technische Netzwerke; Einsatz der Technik muss kultiviert werden.
- Konsument und Landwirtschaft zusammenbringen – Konsumenten, auch Nichtagrarier brauchen agrarisches Wissen und Erfahrung; Kontakt mit Kunden suchen; in Öffentlichkeit präsent sein;
- Reflexionsfähigkeit der Landwirte ausbauen – Landwirt muss wissen, was Konsumenten wollen und diesen seine Intentionen erklären können;

2. Technologie, Klimawandel und Marktsignale bestimmen die agrarische Produktionsweise.

Optionen für die AgrarBildung

- qualitativ verantwortete Entscheidungen treffen: Landwirt über Fremdeinflüsse und Folgewirkung seiner technologischen und betrieblichen Entscheidungen aufmerksam machen;
- Landwirt muss Unternehmer sein und Marktmechanismen kennen.
- Erhöhte Aufmerksamkeit auf LW und gesellschaftliche Erwartungen an LW nutzen – Aufmerksamkeit gehört zur wertvollsten Ressource.

Treibende Stakeholder/Kräfte

- Landwirtschaft selbst Technologietreiber
- Agrar. Bildungssystem
- KonsumentInnen wollen wissen
- Landtechnische Industrie
- Lebensmittelhandel

Bremsende Stakeholder/Kräfte

- Landwirtschaft selbst
- Produktionsabteilungen der LK
- Führungsspitze LK
- Fastfood; Betriebsküchen (billige Grundnahrungsmittel)
- Lebensmittelhandel

Anmerkungen

- *Ernährungskompetenz zu erwerben ist eine langfristige Entwicklung;*
- *Die Themen um Produktionsweise bewusst machen – und aktiv kommunizieren;*
- *Trend sollte es sein auf die Qualitätsschiene zu setzen und nicht den Weltmarkt bedienen zu wollen;*
- *Regionale Märkte und Kreisläufe aktiv aufbauen: z.B. Lebensmittelpunktmesse Steiermarkerhof; alternative Märkte aufbauen vor allem Verkaufsgemeinschaften an Großküchen, Gaststätten, Großhandel;*
- *Marktwissen fördern - Marktbeobachtung, Marktmechanismen nationale und europäische, internationale; Innovationskompetenzen fördern;*
- *Kooperationen unter LW fördern: Neue Gruppe von Kleinproduzenten spielen in regionalen Kreisläufen mit.*
- *Die Gesamtsicht von Lebensmittel in den Blick bringen: vom Acker bis zum Teller; Wertschöpfungskette bewusst machen; Zusammenhänge erkennen helfen; auch Großproduzenten müssen Antworten geben;*
- *Die Agrarbildung soll auch für biologische Produktion ausbilden.*

3. Die Rolle der Akteure entlang der Lebensmittelkette wird neu verhandelt.

Die Verbraucher entscheiden und werden mächtiger: Sie werden durch viele Faktoren beeinflusst; Kommunikation spielt eine entscheidende Rolle; ; Vertrauen ist wichtig; Genuss wird mit Verantwortung verschränkt.

Die Märkte ordnen sich neu. Es gibt neue Verkaufsszenen; die Digitalisierung eröffnet neue Chancen, die Vermarktung regionaler Produkte boomt.

Die Landwirtschaft wird sich neu erfinden müssen: Nachhaltigkeit, Regionalität und Lebensqualität stehen im Fokus.

3. Die Rolle der Akteure entlang der Lebensmittelkette wird neu verhandelt.

Optionen für die AgrarBildung:

- Neue Chancen für Direktvermarktung - Produzent zu Konsument und Gastronomie
- Innovation nicht nur in der Produktion, sondern auch in der Vermarktung Produktionsweise etc. suchen: Livepräsentation von Produktion - Vertrauen und Transparenz als Mittel gegen Monopolansprüche von Konzernen.
- Es braucht eine Kennzeichnung für nachhaltige Lebensmittel: Was ist bio? Was vegan? Was regional? Zertifizierungen und Herkunftsbezeichnung.
- Marktmacht (Monopolisierung) des Handels verringern oder umgehen durch den Auf- und Ausbau alternativer Märkte.

3. Die Rolle der Akteure entlang der Lebensmittelkette wird neu verhandelt.

Optionen für die AgrarBildung:

- Neues aufkeimendes Bewusstsein für Ernährung zugunsten der Landwirtschaft nutzen – LW ist nicht nur Rohstoffproduzent.
- Selbstbild der Landwirte positiv besetzen und vermitteln.
- Auch eine Kultur des Essens und der Ernährung gehört zum Bildungsauftrag der Landwirtschaft.
- Landwirtschaft muss mehr über Lebensmittel, Sensorik, Gesundheitswert der eigenen Produkte Bescheid wissen.

Treibende Stakeholder/Kräfte

- Lebensmittelhandel
- Vor- und nachgelagerte Unternehmen:
Düngeindustrie, Verarbeitungsindustrie
- Konsumenten
- Interessensvertreter

Bremsende Stakeholder/Kräfte

- Genossenschaften
- Großproduzenten
- Lebensmittelindustrie
- Handel – billig Produkte

Anmerkungen

- *Gleiche Gruppen sind Treiber und Bremser*
- *Interessen jedes Akteurs ist es von Neuverhandlung zu profitieren – Erfolg ist eine Frage der Position;*
- *Der Handel braucht Billigware und hochqualitative Ware; siehe Käuferschichten Untersuchung AMA; Polarisierung: billig – Luxus spielt auch im Lebensmittelhandel;*
- *Manche möchten gute Menschen sein und wollen Bio und Nachhaltigkeit kaufen – Bequemlichkeit im Supermarkt lässt diesen Wert verschwinden; als Konsument kann ich kaum beurteilen was wirklich qualitativ gute Lebensmittel sind; neues Zertifikat für nachhaltige Produktion anregen!*
- *LW braucht höheres Sensorium für gesellschaftliche Entwicklungen - Unternehmertum nicht nur betriebswirtschaftliches Wissen;*

4. Wir brauchen mehr (neues) Verständnis für unser „Mensch-Sein“ (Der Mensch muss sich im Wettstreit mit der künstlichen Intelligenz bewähren).

- Die Künstliche Intelligenz (KI) ist uns in allen kognitiven Belangen überlegen.
- Wir müssen herausfinden worin die Souveränität des Menschen gegenüber der Künstlichen Intelligenz liegt und die menschlichen Fähigkeiten nützen, um die künstliche Intelligenz effizient einzusetzen.

4. Wir brauchen mehr (neues) Verständnis für unser „Mensch-Sein“ (Der Mensch muss sich im Wettstreit mit der künstlichen Intelligenz bewähren).

Optionen für die AgrarBildung

- Mensch soll über Maschinen bestimmen – Technik dient den Menschen, nicht umgekehrt.
- Die Entwicklung nicht den Programmierern überlassen – sich aktiv einmischen.
- Algorithmen verstehen - Informatikkompetenz – Manipulationen durchschauen lernen.
- Unterschiede KI – Mensch reflektieren: Was kann der Rechner besser und was kann er nicht? Worin ist der Mensch unverzichtbar? Wofür wird der Mensch frei?

4. Wir brauchen mehr (neues) Verständnis für unser „Mensch-Sein“ (Der Mensch muss sich im Wettstreit mit der künstlichen Intelligenz bewähren).

Optionen für die AgrarBildung

- Einige Antworten: Reflektieren, Gefühle, Werte, soziales Verhalten, Einfühlungsvermögen, Kunst, Beratung, Interpretation digital-generierter Diagnosen, kritisches Denken, Eigenmeinung haben, Innovationen, Entscheidungen, Persönlichkeit.

Treibende Stakeholder/Kräfte

- Gehirnforscher
- Wertebilder/Weltbilder
- Traditionelle Verbände

Bremsende Stakeholder/Kräfte

- Forscher
- Algorithmen
- Manipulationen
- Ki – Handy
- Wirtschaft/Roboter
- LW-Überbeschäftigte

Anmerkungen

- *Wissenschaft: Irren ist nützlich*
- *Weltbild, Werte, Tradition und in Tradition verhaftete Verbände*
- *Übertechnologisierte Betriebe: keine Ruhezeiten, immer verfügbar, keine Emotionen;*
- *Künstliche Intelligenz kennt die Bedürfnisse der Menschen.*

5. Interessensgruppen und Netzwerke werden die Gesellschaft und die Politik verstärkt beeinflussen.

Auch die Wissenschaften werden von diesen Interessen beeinflusst. Es gibt keine absoluten Wahrheiten.

Zu den Interessensgruppen gehören auch Großkonzerne, NGO's, Einkaufsgemeinschaften.

Die Landwirtschaft muss ihre eigene Rolle stärken, selbstbewusst auftreten und andere Interessen einbeziehen.

5. Interessensgruppen und Netzwerke werden die Gesellschaft und die Politik verstärkt beeinflussen.

Optionen für die AgrarBildung

- Die für die Landwirtschaft relevanten Interessensgruppen ausfindig machen und nutzen – Kontakte suchen. Selbst Interessensgruppen aufbauen: z.B. Einkaufsgemeinschaften.
- Gefährdung durch selbsterzeugte Glaubenskriege in der Landwirtschaft vermeiden.
- Das Außergewöhnliche wird gefördert, das Normale wird geschwächt – für das Normale eine adäquate und interessante Sprache finden.

5. Interessensgruppen und Netzwerke werden die Gesellschaft und die Politik verstärkt beeinflussen.

Optionen für die AgrarBildung

- Die Wissenschaft orientiert sich an Trendthemen (wird dominiert von Forschungsaufträgen) ebenso wie die Politik – der Umgang mit Wissen muss neu gelernt werden, durchschauen wie Wissen generiert wird und entscheidungsfähig bleiben bei widersprüchlichen wissenschaftlichen Aussagen.
- Der Anspruch der (Grundlagen-)Wissenschaft als Prozess der Wahrheitsfindung darf nicht verwässert werden. Gleichzeitig muss in der Bewertung von Erkenntnisprozessen darauf geachtet werden, dass allein mit der Themensetzung von Forschungsvorhaben eine Beeinflussung von Gesellschaften stattfinden kann.

Treibende Stakeholder/Kräfte

- Wissenschaftsbetrieb
- NGO's
- Influencer
- Bestimmte Bevölkerungsgruppen

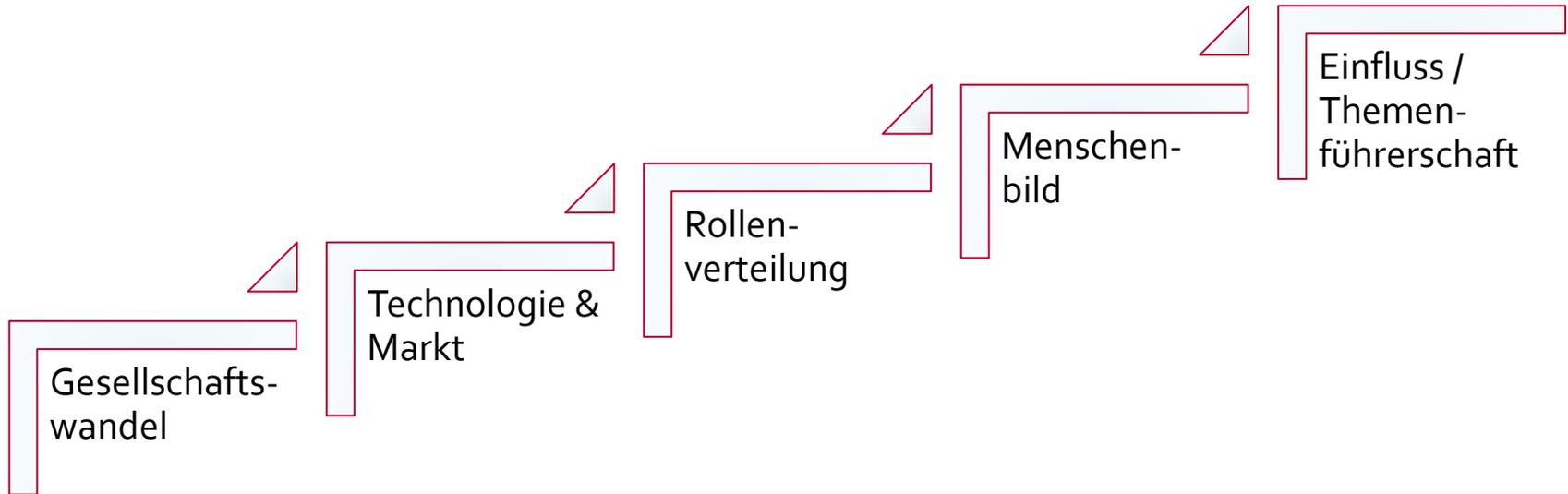
Bremsende Stakeholder/Kräfte

- Interessensvertretungen
- Lebensmittelkonzerne
- Lebensmittelhandel
- Einkäufergruppen

Anmerkungen

- *In Bayern gab es 1,3 Mil. Unterschriften gegen landwirtschaftliche Produktionsweise;*
- *Für die junge Generation spielt Information über Lebensmittel kaum eine Rolle – kaufen billig im Geschäft;*
- *Wissen aufbauen wie die Interessen der Agrarbildung besser vertreten werden können – Netzwerke bilden.*
- *Kontakte zu Netzwerken pflegen – wissen was ist ihre Anliegen.*
- *Auch Migranten, Alte Menschen und Gruppen die mit Landwirtschaft wenig zu tun haben werden die Politik beeinflussen.*
- *LW soll die Chance nutzen, wenn die Öffentlichkeit und Interessensgruppen ihre Aufmerksamkeit auf sie richten.*

Fünf Thesen zur AgrarBildung



Fünf Thesen zur Innovation

1. Die Landwirtschaft hat eine öffentliche Funktion.
2. Selbstverständlichkeiten verlangen eine (klare) Sprache.
3. Wir brauchen neue Technologie-, Interaktions- und Kultur-Kompetenzen.
4. Die zentralen Aufgaben des Lehrens sind Mentoring, Coaching und Training.
5. Neue und attraktive Lernformate machen die Lernenden zu Gewinnerinnen und Gewinnern.

1. Die Landwirtschaft hat eine öffentliche Funktion.

Die Öffentlichkeit stellt hohe Anforderungen an die Landwirtschaft.

Landwirtinnen und Landwirte verändern ihr Produktionsverhalten und ihre Produktionsweise durch den Einfluss von außen. Die Landwirtschaft in Europa hat eine Vorbildfunktion in der globalen Entwicklung. Wir können von Entwicklungsländern nicht etwas verlangen, wozu wir selbst nicht bereit sind.

1. Die Landwirtschaft hat eine öffentliche Funktion.

Optionen für die AgrarBildung

- Konsument und Landwirtschaft so zusammenbringen, dass der Konsument eine Erfahrung machen kann. Fokussieren auf städtische Bevölkerung.
- Perspektive der Konsumenten einnehmen – von ihrer Lebenswelt her denken und reden.
- Weiterentwicklung der Demokratie im Lernen, Denken und Entscheiden.
- Die Landwirtschaft soll von sich aus ihre Rolle in der Gesellschaft suchen und definieren und weniger Fremdzuschreibungen folgen - von der Defensive in die Offensive.

Treibende Stakeholder/Kräfte

- Tourismuswirtschaft
- Gesellschaft als Summe von Konsumenten des Naturraumes
- NGO's
- Landwirte

Bremsende Stakeholder/Kräfte

- Industrie
- Agrarpolitik
- Landwirte

Anmerkungen

- *Hierin liegt der wesentliche Konflikt zwischen der Landwirtschaft und der Gesellschaft: Was bleibt dem Landwirt noch an Bestimmungsmacht über? Was ist Eigentum und was ist Nutzung?*
- *Agrarpolitik ist im Zweispalt zw. Innovation und Interessensvertretung.*
- *Emotionale Ebene in der landwirtschaftlichen Kommunikation ansprechen, proaktiv von Landwirtschaftsseite mit Gesellschaft und Interessensgruppen kommunizieren.*

2. Selbstverständlichkeiten verlangen eine (klare) Sprache.

Herkunft, Qualität, Eigenschaften und Produktionsverfahren: , was für die Landwirtinnen und Landwirte selbstverständlich ist, muss für die Konsumentinnen und Konsumenten beschrieben werden.

Werden die unterschiedlichen Qualitäten von Lebensmitteln nicht kommuniziert, bleibt dem Kunden nur der Preisunterschied als Entscheidungskriterium übrig.

Neue Produkte und Dienstleistungen der Landwirtschaft brauchen neue Namen und Geschichten, damit sie als neu wahrgenommen werden können.

2. Selbstverständlichkeiten verlangen eine (klare) Sprache.

Optionen für die AgrarBildung

- Beim Wein werden die besonderen Merkmale sehr ausführlich beschrieben, bei anderen Lebensmitteln noch nicht.
- Authentizität ist für Lebensmittel sehr wichtig - Essen bildet Identität.
- Sensorik üben und beschreiben lernen, ebenso Bodenbeschaffenheit, besondere Produktionsbedingungen, besondere Wachstumsstandorte, klimatische Verhältnisse, Fruchtqualitäten, Produktionsverfahren, Eigenschaften und Qualitätsunterschiede des Endproduktes, Lagerbedingungen, Vertriebswege, Nachhaltigkeit auch von Verpackung, Regionalität,... - darüber Geschichten erzählen.

Treibende Stakeholder/Kräfte

- Marketing und Werbung
- Neue Kommunikationswege (z.B. Verkostungen)
- Direktvermarkter
- Nachhaltigkeitslabel

Bremsende Stakeholder/Kräfte

- Medien
- Lebensmittelindustrie
- Handel: bestimmt und beschreibt
- Spritzmittelfirmen in Medien negativ
- Politik und Fördersysteme

Anmerkungen

- *LW erlebbar machen, nicht nur beschreiben – Bilder und Emotionen wecken.*
- *Alle Produzenten müssen über ihr Produkt und ihre Produktionsweise sehr gut bescheid wissen und diese verständlich, motivierend beschreiben können.*
- *Den Standpunkt der Konsumenten einnehmen um von dort aus seine Produkte beschreiben.*
- *Marketingwissen*
- *LW hat die Neubeschreibung der LW selbst in der Hand – storytelling*
- *Experten für solche Themen in die LW holen – nicht alles selber machen.*

3. Wir benötigen neue Technologie-, Innovations- und Kultur-Kompetenzen.

Technologische Metakompetenz: Herausfinden was neu am Neuen ist.

Der Mensch kann seine Souveränität gegenüber Künstlicher Intelligenz nur bewahren, wenn er sie versteht, Verstehen nimmt die Angst.

Interaktionskompetenz/Medienkompetenz: Was können wir alles mit dem Handy und den neuen Medien machen und was machen sie mit uns?

3. Wir benötigen neue Technologie-, Innovations- und Kultur- Kompetenzen.

Optionen für die AgrarBildung

- Anleitungen und Tipps geben wie sich Kompetenzen aneignen lassen.
- Unterrichtsgegenstand zu Digitalisierung einführen.
- Medienkompetenz erlernen

Treibende Stakeholder/Kräfte

- Google, Amazon, Facebook
- Wissenschaft und Forschung
- Landtechnik für neue Technologie (z.B. Automaten)
- Neueinsteiger
- Landwirtschaftliche Betriebe

Bremsende Stakeholder/Kräfte

- Liessmänner (kritische Gesellschaftsdeuter)
- Bildungssystem
- Lebensmittelindustrie
- Regelgeber/Legislative

Anmerkungen

- *Kulturkompetenz nicht nur innerhalb der LW verbreiten – in die Stadt bringen!*
- *Das Bildungssystem reagiert zu langsam;*
- *Wenn das so wäre (z.B. neue Esskultur) würde die Lebensmittelindustrie Widerstand leisten;*
- *Junge Ideen zulassen; Beratung sollte Initiatoren gut beraten und begleiten bei deren Umsetzung.*

4. Die zentralen Aufgaben des Lehrens sind Mentoring, Coaching und Training.

Stärken ausbauen und Schwächen erlauben: Je gezielter Talente gefördert werden, desto besser wird das Ergebnis.

Die Lehrenden lernen von Lernenden, wie Eltern von den Kindern.

Weniger Hierarchie fördert die Initiative der Einzelnen. Rahmenvorgaben und Projekte geben die notwendige Unterstützung.

Reine Wissensvermittler sind ersetzbar, Lernbegleiter nicht.

4. Die zentralen Aufgaben des Lehrens sind Mentoring, Coaching und Training.

Optionen für die AgrarBildung

- Eigenverantwortung der Schüler für Lernen ernst nehmen.
- Eine Lehrkraft muss von ihrem Fach überzeugt sein – Emotionen wecken.
- Den Lernenden weniger defizitorientierte Rückmeldungen geben.
- Die Lehrer müssen mutiger werden – starke Schülerpersönlichkeiten zulassen.

5. Neue und attraktive Lernformate machen die Lernenden zu Gewinnerinnen und Gewinnern.

Aktiv Experimentieren: Komplexe Inhalte, wie das Thema Nachhaltigkeit, erfordern neue Vermittlungsmethoden. Experimente helfen, die Muster von Erfolg oder Misserfolg zu erkennen, auch wenn keine konkreten Ergebnisse möglich sind..

Entscheidungskompetenz: Lernsozialisation bedeutet denken lernen und entscheidungsfähig zu bleiben. Entscheidungen sind dann gut, wenn sie in Netzwerken zustande kommen.

Groß Denken: denken in großen vernetzten Zusammenhängen und Kreisläufen.

5. Neue und attraktive Lernformate machen die Lernenden zu Gewinnerinnen und Gewinnern.

Optionen für die AgrarBildung

- Grundkompetenzen sind erforderlich; auf Neues neugierig machen;
- Medienkompetenz erlernen: auch das Handy im Unterricht einbeziehen
- Fachübergreifende Projekte; vernetzt arbeiten.
- Starke Persönlichkeiten – bestärken, Problemlösungsfähigkeit zutrauen.
- Klassische Wissensvermittlung braucht keine Lehrkräfte – können Medien besser.
- Lernnetzwerke bilden.

Treibende Stakeholder/Kräfte

- Agrarbildung
- Pädagogik, Wissenschaft und Forschung
- Agrarpolitik
- Medien: Digitalisierung

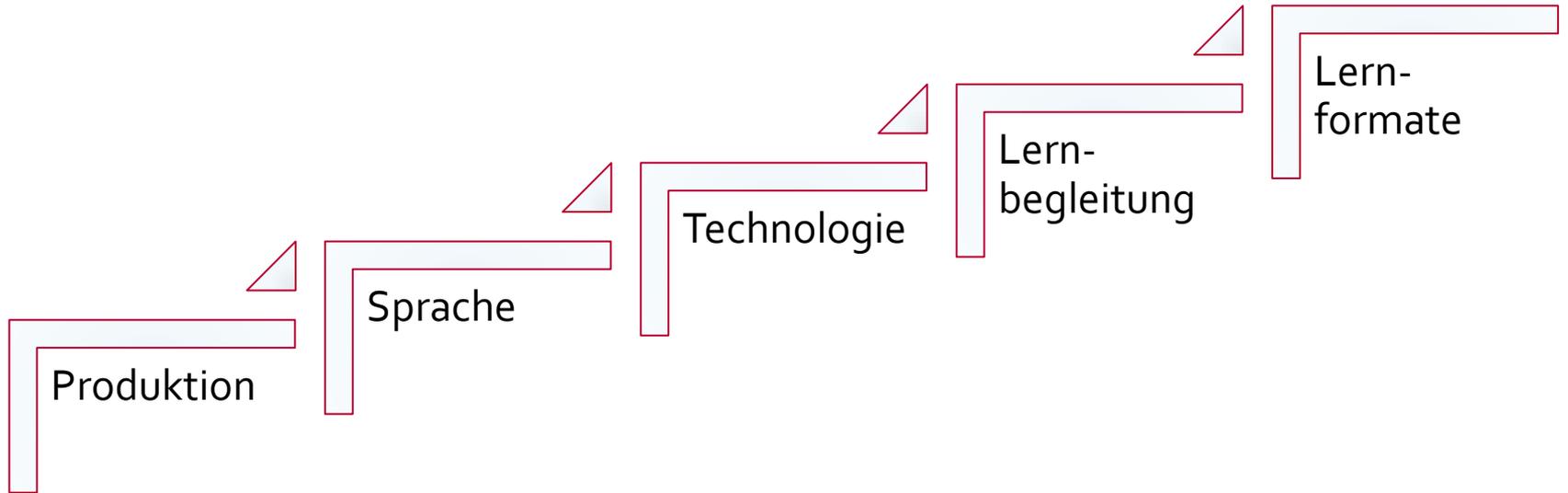
Bremsende Stakeholder/Kräfte

- Behörden
- Hierarchie im Bildungssystem
- Bildungseinrichtungen und Lehrkräfte
- Nicht messbare Werte und Leistungen haben wenig Chancen

Anmerkungen

- *Haltung des Zulassens – Schüler wissen anderes als Lehrer.*
- *Wie misst man solche Leistungen und Werthaltungen?*
- *Reine Wissensvermittler sind ersetzbar durch Internet – kein Haltungswechsel bedeute Selbstabschaffung;*
- *Erwachsenenbildung auf teilnehmerzentrierte Bildungsmethoden umstellen;*
- *Wie können wir die Kinder auf die Zukunft vorbereiten?*

Fünf Thesen zur Innovation



Danke für Ihre
Aufmerksamkeit!

Plattform Agrar- und Umweltbildung
josefa.reiter-stelzl@bmnt.gv.at