



1 Zu- und Nebenerwerb, Direktvermarktung

1.1 Self-Service-Technologien für die bäuerliche Direktvermarktung

Für immer mehr Bäuerinnen und Bauern ist die Direktvermarktung eine vielversprechende Alternative. Was aber auch damit einhergeht, ist eine hohe Arbeitsbelastung. Zeitsparende Lösungen sind nicht nur in den Bereichen Produktion, Verarbeitung und Management sehr willkommen, sondern auch im Verkauf. Immer öfter setzen Direktvermarkter dabei auf Automaten, Selbstbedienungs-Apps oder schlüsselfertige Hofladenboxen um ihre Produkte mittels Selbstbedienung an den Konsumenten zu verkaufen. Im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit könnten die gesetzlichen (urbanistischen, steuerrechtlichen) Rahmenbedingungen für Südtirol ermittelt sowie die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Lösungen gegenübergestellt werden.

2 Flächensicherung / Leerstandsmanagement / Sanierungen

2.1 Bauernhaus-Sanierungen

Historische, nicht denkmalgeschützte bäuerliche Wohnhäuser sollen als kulturelles Erbe erhalten werden, indem sie schonend saniert werden und bäuerlichen Familien ein zeitgemäßes Wohnen und Wirtschaften ermöglichen. Eine Erhebung soll aufzeigen, wie viele historische, nicht denkmalgeschützte bäuerliche Wohnhäuser es in Südtirol gibt und welches Sanierungspotential vorhanden ist.

Auch die Herausforderungen bei der Sanierung (Förderungen, konkrete Hilfestellung bei den steuerlichen Abschreibungen und öffentlichen Beiträgen) und Lösungsansätze für die vielfachen Anforderungen an das Wohn- und Wirtschaftsgebäude von Seiten der Erzeugergenossenschaften, Konsumenten und Gäste (Stichworte Tierwohl – Laufställe, Lager- und Verarbeitungsräume, UaB) sollen im Rahmen der Studienarbeit beleuchtet werden. Die Ergebnisse der Arbeit können eine wissenschaftliche Basis bilden, um der politischen Forderung des Südtiroler Bauernbundes, Leerständen entgegenzuwirken und alte Bausubstanz für zeitgemäßes Wohnen zu reaktivieren, Nachdruck zu verleihen.

3 Zu- und Nebenerwerb, Direktvermarktung

3.1 Self-Service-Technologien für die bäuerliche Direktvermarktung

Für immer mehr Bäuerinnen und Bauern ist die Direktvermarktung eine vielversprechende Alternative. Was aber auch damit einhergeht, ist eine hohe Arbeitsbelastung. Zeitsparende Lösungen sind nicht nur in den Bereichen Produktion, Verarbeitung und Management sehr willkommen, sondern auch im Verkauf. Immer öfter setzen Direktvermarkter dabei auf Automaten, Selbstbedienungs-Apps oder schlüsselfertige Hofladenboxen um ihre Produkte mittels Selbstbedienung an den Konsumenten zu verkaufen. Im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit könnten die gesetzlichen (urbanistischen, steuerrechtlichen) Rahmenbedingungen für Südtirol ermittelt sowie die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Lösungen gegenübergestellt werden.

4 Flächensicherung / Leerstandsmanagement / Sanierungen

4.1 Bauernhaus-Sanierungen

Historische, nicht denkmalgeschützte bäuerliche Wohnhäuser sollen als kulturelles Erbe erhalten werden, indem sie schonend saniert werden und bäuerlichen Familien ein zeitgemäßes Wohnen und Wirtschaften ermöglichen. Eine Erhebung soll aufzeigen, wie viele historische, nicht denkmalgeschützte bäuerliche Wohnhäuser es in Südtirol gibt und welches Sanierungspotential vorhanden ist. Auch die Herausforderungen bei der Sanierung (Förderungen, konkrete Hilfestellung bei den steuerlichen Abschreibungen und öffentlichen Beiträgen) und Lösungsansätze für die vielfachen Anforderungen an das Wohn- und Wirtschaftsgebäude von Seiten der Erzeugergenossenschaften, Konsumenten und Gäste (Stichworte Tierwohl – Laufställe, Lager- und Verarbeitungsräume, UaB) sollen im Rahmen der Studienarbeit beleuchtet werden.

Die Ergebnisse der Arbeit können eine wissenschaftliche Basis bilden, um der politischen Forderung des Südtiroler Bauernbundes, Leerständen entgegenzuwirken und alte Bausubstanz für zeitgemäßes Wohnen zu reaktivieren, Nachdruck zu verleihen.

5 Landwirtschaftliche Produktion und Vermarktung

5.1 Präferenzanalyse für Südtiroler landwirtschaftliche Produkte und insbesondere für Roter Hahn-Produkte am Beispiel der Südtiroler Gastronomie

In der Südtiroler Gastronomie und Hotellerie steckt bekanntlich ein großes Potential für den Absatz landwirtschaftlicher Produkte aus Südtirol. Inwiefern ziehen Gäste landwirtschaftliche Produkte aus Südtirol und insbesondere Produkte der Marke „Roter Hahn“ vor, und wie stark beeinflusst die Anführung des entsprechenden Logos in der Speisekarte die Zahlungsbereitschaft für ein bestimmtes Gericht? Eine Gästebefragung mit Hilfe einer Conjoint- bzw. Discrete-Choice-Analyse könnte hierzu Aufschluss geben.

6 Innovation

6.1 Welche Lebensmitteltrends können für die Südtiroler Direktvermarktung von Vorteil sein?

Bäuerliche Produkte genießen beim Konsumenten einen guten Ruf. Sie gelten als gesund, nachhaltig und punkten mit Regionalität. Mit diesen Eigenschaften treffen sie den Zahn der Zeit und entsprechen einigen der großen, globalen Lebensmitteltrends. Wie können diese Trends aber noch besser für die bäuerliche Direktvermarktung genutzt werden?

Die Arbeit sollte sich mit dem Vergleich von internationalen Ernährungstrends (Gesundheit, Nachhaltigkeit und Regionalität) und den Südtiroler Gegebenheiten in der Direktvermarktung beschäftigen. Verschiedene Modelle zur Anwendung globaler Trends auf lokaler Ebene und deren Nutzung als Verkaufsargument sollen Teil der Arbeit sein (Zielgruppendefinition, Claims, Verpackungsdesign, ...).

6.2 Welches Süßungsmittel darf es sein?

In der bäuerlichen Produktion von Fruchtaufstrichen wird seit jeher Zucker als Süßungs- und Konservierungsmittel verwendet. Zucker wird zurzeit von vielen Konsumentinnen und Konsumenten als ungesund wahrgenommen: der Trend geht zur Zuckerreduktion. Die Lebensmittelindustrie hat diesen Trend bereits erkannt und bietet zahlreiche Alternativen zur klassischen Haushaltszucker (Xylit, Stevia usw.) in Fruchtaufstrichen an.

Auch in der bäuerlichen Produktion könnten zukünftig Alternativen zum klassischen Zucker verwendet werden. Doch welches Süßungsmittel ist am geeignetsten? Welche Vor- und Nachteile bergen die verschiedenen Zuckeralternativen?

In einer Bachelor- bzw. Masterarbeit sollen verschiedene Alternativen zum Zucker (Honig, Agavensaft, Fruchtsaft, Stevia...) miteinander verglichen werden. Der Vergleich sollte sich sowohl mit der Verarbeitungsmethode, Haltbarkeit als auch dem Geschmack des Produktes befassen.

6.3 Lifecycle Assessment von innovativen bäuerlichen Produkten

Die Bewertung des ökologischen Fußabdrucks wird immer wichtiger. Sowohl Konsumenten als auch die öffentliche Hand werden in Zukunft mehr darauf achten bzw. Leistungen daran binden. Eine Möglichkeit, um den ökologischen Fußabdruck von Lebensmittel zu bewerten, bietet ein sogenanntes Lifecycle Assessment.

Im Rahmen einer Bachelor- bzw. Masterarbeit soll ein Lifecycle Assessment von einem innovativen bäuerlichen Produkt erstellt werden. Die Arbeit soll Verbesserungsvorschläge zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks beinhalten, die für die kleinstrukturierte Südtiroler Landwirtschaft Sinn bringen.

6.4 Technisch-wirtschaftliche Untersuchung von Energieeffizienzmaßnahmen in Gartenbaubetrieben mit Gewächshäusern an einem konkreten Beispiel in Südtirol

Gartenbaubetriebe mit Gewächshäusern in Südtirol leiden momentan sehr stark unter den gestiegenen Heiz- und Stromkosten. In der Masterarbeit geht es darum Energieeffizienzmaßnahmen und Möglichkeiten zur Nutzung von erneuerbarer Energie im Bereich Wärme und Strom zu recherchieren und an einem konkreten Beispielbetrieb in Südtirol eine technisch-wirtschaftliche Machbarkeitsstudie für die Umsetzung von ausgewählten Maßnahmen auszuarbeiten.

6.5 Soziale Aspekte zur Einführung neuer Technologien und intelligenter Systeme in der Südtiroler Landwirtschaft.

Neue Technologien und intelligente Systeme finden immer stärkere Anwendung in der Südtiroler Landwirtschaft. Auch wenn sie viele Vorteile bringen, so sind die Ansichten und Empfindungen verschiedener Interessengruppen (Bäuerinnen und Bauern, Konsumenten, ...) unterschiedlich. In der Bachelor- bzw. Masterarbeit soll dieser Frage durch Umfragen bei den betreffenden Interessengruppen nachgegangen werden. Welche Potentiale und welche Gefahren sehen Interessensgruppen in der zunehmenden Technologisierung und Digitalisierung der Landwirtschaft? Können diese Technologien aus Sicht der Befragten einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion leisten? Inwiefern haben sich die Interessensgruppen mit dem Thema bereits auseinandergesetzt?

7 THEMA: Regionale Kreisläufe

7.1 Regionale Vergabe stärken

Im Bereich Gemeinschaftsverpflegung: Wie können regionale Produkte im Rahmen der Gemeinschaftsverpflegung (verstärkt) berücksichtigt werden? Welche Vorgaben können zusätzlich zur geltenden europäischen und nationalen Gesetzeslage verpflichtend eingebracht werden, um regionale Anbieter stärker ins Spiel zu bringen?

Im Bereich regionale Dienstleistungen und Produkte (Lebensmittel und Nicht-Lebensmittel): Wie können regionale Unternehmen bei Ausschreibungen der öffentlichen Hand stärker berücksichtigt werden? Welche Vorgaben können zusätzlich zur geltenden europäischen und nationalen Gesetzeslage verpflichtend eingebracht werden, um regionale Anbieter stärker ins Spiel zu bringen?

7.2 Regionale Wertschöpfungsketten

Welche Anreize und welchen verpflichtenden Rahmen kann die öffentliche Hand bieten, um private (landwirtschaftliche) Unternehmen zu einer stärkeren Zusammenarbeit in den regionalen Wertschöpfungsketten zu bringen? Welches sind die Erfolgsfaktoren aus Unternehmenssicht, um sich hier stärker einzubringen und Kooperationen in den regionalen Wertschöpfungsketten einzugehen?

8 Entwicklung der Erwerbstätigkeit in der Landwirtschaft

8.1 Landwirtschaft in Südtirol – ein attraktiver Arbeitsmarkt auch in Zukunft?

Die benötigten Arbeitskräfte für die Landwirtschaft in Südtirol steigen. Obwohl die Anzahl der Arbeitnehmer in den Jahren schwankt (zum Teil auch stark), ist ein positiver Trend zu erkennen. Das heißt die Südtiroler Landwirtschaft hat einen immer höheren Bedarf an Fremdarbeitskräften, welche auf dem lokalen Arbeitsmarkt nicht zu finden sind. Dieser Bedarf ist vor allem während der Ernte nur durch Arbeitskräfte aus den osteuropäischen EU-Ländern abzudecken. Kommen diese Arbeiter auch in Zukunft noch nach Südtirol zum Arbeiten? Werden sich die Ströme dieser Arbeitskräfte durch die zunehmende Konkurrenz durch andere europäische Regionen verändern?

Aus welchen Staaten könnten neue Arbeitskräfte nach Südtirol kommen? Was wäre nötig, damit diese in der Südtiroler Landwirtschaft arbeiten dürfen und wollen?

In diesem Zusammenhang sollte die Südtiroler Landwirtschaft als Ganzes betrachtet werden und nicht der einzelne Betrieb.

8.2 Das Berggesetz – dem einen hilft's, dem andern (noch) nicht?

Das Berggesetz ermöglicht vielen Bäuerinnen und Bauern über verschiedene Arbeitsverträge und selbständige Dienstleistungen ein zusätzliches Einkommen zur Landwirtschaft. Doch ist das Gesetz in der jetzigen Form noch zeitgemäß oder bedarf es einer Weiterentwicklung, damit die Landwirte auch in Zukunft (bestehende und neue) Dienstleistungen für die öffentliche Hand erbringen können? Und wie ist es um die soziale Absicherung (Rente und Unfall) bestellt?

9 Arbeitsmarkt und Wirtschaft

9.1 Stärkung der flexiblen betrieblichen Kinderbetreuung im ländlichen Raum

Seit längerem wird in Südtirol über den Bedarf eines Ausbaus der (betrieblichen) Kinderbetreuung diskutiert. Dies hat sich in letzter Zeit durch den Wandel (demografischer Wandel, new work, Wertewandel, Arbeitskräftemangel, höhere Frauenbeschäftigung) verstärkt. Der Ausbau der Kinderbetreuung schreitet zwar voran, hinkt aber im Vergleich zu anderen Ländern noch hinterher, insbesondere im ländlichen Raum. Bestehende öffentliche Betreuungsstrukturen sind zudem oft nicht flexibel genug, rein private für viele Eltern nicht leistbar. Dies wird zunehmend problematisch für die Wirtschaft, die u.a. auf eine höhere Frauenbeschäftigung setzt, um dem Arbeitskräftemangel entgegenzuwirken. Welche flexiblen Formen der betrieblichen Kinderbetreuung sind nötig und auch schon anderweitig erfolgreich erprobt? Wie können faire Finanzierungsmodelle aussehen? Welche Formen eignen sich besonders für den ländlichen Raum in Südtirol?

9.2 Soziale Aspekte, um den Arbeitskräftemangel zu meistern

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden und binden, für viele Südtiroler Unternehmen ist dies eine der größten Herausforderungen. 2019 gab bei einer WIFO-Umfrage rund ein Drittel der Südtiroler Betriebe an, dass der Fachkräftemangel ein Problem für sie darstellt. Dazu kommt, dass immer mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus geburtenstarken Jahrgängen in Rente gehen (Der Anteil der über 50-Jährigen dominiert den Südtiroler Arbeitsmarkt) und in keiner anderen Region Italiens mehr junge, hochqualifizierte Menschen das Land verlassen.

„Hohe Lebenshaltungskosten, ein geringes Lohnniveau, fehlende Karriereöglichkeiten, hohe Immobilienpreise, die schwierige Vereinbarkeit von Familie und Beruf und die schlechte Erreichbarkeit... schwächen Südtirol im globalen Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte. Die hohe Lebensqualität alleine kann diese Punkte nicht ausgleichen.“ EURAC

Wirtschaftstreibende sprechen zudem immer mehr von einem allgemeinen Arbeitskräftemangel. Es fehlen nicht nur Fachkräfte.

Welche Maßnahmen müssen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ergreifen, um Südtirol für Arbeitskräfte attraktiv zu machen? Wie holen wir junge Menschen aus Südtirol zurück ins Land und was müssen wir erreichen, um Menschen aus dem Um- und Ausland verbessert zu inkludieren? Welche Rolle spielen soziale Aspekte (soziale Mobilität), Bildungschancen, Pflege- und Betreuungsdienste, gelebte freiheitliche Rechte sowie eine Willkommenskultur in Verbindung mit interkultureller Bildung – auch im Hinblick auf künftige Generationen?

10 Betriebswirtschaft

10.1 Die Milchwirtschaft – gibt es Perspektiven?

Die Milchwirtschaft ist nach wie vor der wirtschaftlich am rentabelste Betriebszweig in der Berglandwirtschaft. Jährlich nehmen die Anforderungen der Konsumenten als auch die Erwartungen der Gesellschaft zu. Zugleich steigen die Produktionskosten, während die Erlöse stagnieren – dies wird derzeit mittels Intensivierung abgefangen. Gibt es einen Ausweg aus diesem Dilemma bzw. wenn ja, welche wären die notwendigen Rahmenbedingungen (Förderungen, Milchpreis, Viehbesatz usw.)? Wo liegt die wirtschaftliche Schmerzgrenze? Welche Betriebsgröße sollte/muss angestrebt werden?

10.2 Tierwohl und Wirtschaftlichkeit

Das wirtschaftliche Ergebnis eines Milchviehbetriebes ist stark abhängig von der Leistungsfähigkeit der Tiere. Diese hängt u.a. vom Management und dem Tierwohl ab. Mit Jänner 2022 startet das Projekt „Tierwohl Südtirol“ des Sennereinverbandes, im Zuge dessen die Milchviehbetriebe zusammen mit einem Mitarbeiter einen Fragebogen (ähnlich jenem von „ClassyFarm“) zum Tierwohl ausfüllen und dieses erheben.

Durch den Verschnitt der betriebsspezifischen Ergebnisse dieses Projekts mit den Werten der freiwilligen Buchführung des Südtiroler Bauernbundes (rund 100 Betriebe) könnte der Zusammenhang zwischen den Tierwohlparameter und der Wirtschaftlichkeit erhoben und die wichtigsten Indikatoren für den wirtschaftliche Erfolg ausfindig gemacht werden.

10.3 Gibt es eine betriebliche Zukunft für Kleinstbetriebe?

Durch die Zugangsbeschränkungen bei Investitionsförderungen von Seiten des Landes und des Staates fallen Kleinstbetriebe in der Berglandwirtschaft durch den Raster, da sie entweder die vorgegebenen Mindestflächen, die Mindestanzahl von Tieren usw. nicht erreichen oder da sie einem Beruf nachgehen müssen und daher nicht als direktbearbeitende Landwirte (CD) gelten.

Würde eine Lockerung dieser Grenzen dazu beitragen, dass auch kleine Bauern zurück in den Zu- oder Haupterwerb können bzw. wollen? Oder sind diese Grenzen gerechtfertigt, um zu verhindern, dass öffentliche Gelder an Betriebe gehen, die allein schon aufgrund der Größe nicht imstande sind, kostendeckend zu arbeiten? Wie stehen diese Grenzen im Vergleich zu anderen Provinzen (z.B. Trentino, Tirol, Bayern)?

Eine Umfrage bei betroffenen Betrieben könnte dazu weiteren Aufschluss geben: Besteht bei betreffenden Landwirten Interesse an Investitionen in Diversifizierung, um den Hof im Haupterwerb führen zu können, oder sind sie mit der Lösung als "Hobbybauern" zufrieden? Wie sieht es aber mit den nachfolgenden Generationen aus? Welche Art der Bewirtschaftung kommt für Kleinstbetriebe in der Berglandwirtschaft in Frage, um davon im Zu- oder Haupterwerb leben zu können und das Fortbestehen der Betriebe zu sichern (Rindermast, Geflügelhaltung, Kräuteranbau, Erdbeeren, Kirschen, Gemüse...)?

Das Ergebnis der Studie soll Aufschluss darüber geben, ob die aktuell angewandten Einschränkungen bei Investitionsförderungen zielgerichtet sind oder ob Anpassungen notwendig wären, um zu verhindern, dass Kleinstbetriebe von den nachfolgenden Generationen aufgelassen oder nur mehr minimal bewirtschaftet werden. Außerdem sollte die Studie gangbare Wege aufzeigen, mit denen Kleinstbetriebe in der Berglandwirtschaft erfolgreich im Haupterwerb arbeiten können.

11 Recht

11.1 Das Familienunternehmen und der geschlossene Hof

Landwirtschaftliche Unternehmen werden in Südtirol fast ausschließlich in Form des Familienunternehmens geführt. Wie lässt sich das Familienunternehmen mit dem Rechtsinstitut des geschlossenen Hofes vereinbaren? Dabei stellen sich unter anderem Fragen des Erbrechts sowie der Ansprüche des etwaigen mitarbeitenden Lebensgefährten und viele mehr. Welche Rolle spielen in diesem Zusammenhang die örtlichen Gebräuche? Besondere Berücksichtigung sollen auch für- und vorsorgerechtliche Fragen finden.

11.2 Freizeitaktivitäten in der Landwirtschaft

Das landwirtschaftliche Grün ist eine wichtige Naherholungszone für viele BürgerInnen und Austragungsort für Hobbysportarten wie Wandern, Mountainbiken, Reiten, oder Wintersport wie Rodeln oder Skitouren u.v.m. Welche Haftungsformen können den Grundeigentümer oder Betreiber bei Freizeitaktivität in der Natur mit besonderer Berücksichtigung von landwirtschaftlichen Flächen und öffentlichen Dienstbarkeiten (Durchgangs- oder Durchfahrtsrechte) treffen?

11.3 Clubsorten und landwirtschaftlicher Pachtvertrag

Clubsorten sind Obstsorten, deren Anbau durch den Sortenschutz besonderen Einschränkungen unterliegen. Landwirte, die solche Obstsorten anbauen wollen, müssen mit dem Inhaber des Sortenrechts Lizenzverträge abschließen. Verfällt die Lizenz, verliert der Landwirt das Recht, die Früchte zu verkaufen. Welche rechtlichen Möglichkeiten gibt es für den Fall, dass der Inhaber der Lizenz und der Eigentümer des Baumes nicht dieselbe Person sind, weil z.B. die Obstbäume auf Pachtgrund gepflanzt wurden?

12 Kulturlandschaft

12.1 Was ist uns Landschaft wert?

Die Südtiroler Bäuerinnen und Bauern erbringen Tag für Tag mit ihrer Arbeit einen wichtigen Beitrag am Erhalt der Südtiroler Kulturlandschaft. Zudem werden auch zahlreiche Zusatznutzen durch die Bewirtschaftung geschaffen, z.B. Erosionsschutz, Erhaltung spezifischer Lebensräume, Erhaltung des ländlichen Raums, Bereitstellung von hochwertigen Lebensmitteln, Erhaltung von Kulturbrauchtum, Bereitstellung von Flächen für die Freizeitgestaltung, und vieles mehr. Die einmalige Kulturlandschaft wird intensiv und vielfältig genutzt. Nicht zuletzt ist die intakte Kulturlandschaft Basis für die touristische Vermarktung. Die Südtiroler Landwirtschaft erbringt damit einen wichtigen Beitrag zur Bereitstellung von öffentlichen Gütern wie Landschaft und zahlreiche Umweltleistungen. Diese sind momentan durch diverse Förderungen abgegolten. Doch sind diese Entschädigungen ausreichend? Wie kann man die Umwelt- und Landschaftsleistungen der Südtiroler Landwirtschaft quantifizieren und monetär darstellen? Gibt es andere, direktere Vertragslösungen zur Bereitstellung dieser öffentlichen Güter? Könnte der Vertragsnaturschutz wie er bereits in anderen Ländern erfolgt eine mittelfristige Lösung bringen?

12.2 Berglandwirtschaft global

Die Berglandwirtschaft in Südtirol richtet den Fokus vor allem auf Milchproduktion, Rinderhaltung, Schaf- und Ziegenzucht. Gleichzeitig gibt es auch Eierproduzenten, Kräuter- und Beerenobstbetriebe. Zu erörtern wäre die Frage: Was produzieren Landwirte in anderen Regionen auf der Welt in ähnlichen Höhenlagen mit ähnlichen klimatischen Voraussetzungen? Gibt es andere Produkte und Geschäftsmodelle, z.B. Kräuteranbau für Apotheken, Anbau von Pfeffer oder Trockenreis, an die Südtirol (noch) nicht denkt, die vielleicht aber interessant wären und einer genaueren Analyse unterzogen werden sollten?

13 THEMA: Nachhaltigkeit / Klima / CO²-Bilanz / Biodiversität

13.1 Klimaschutz am landwirtschaftlichen Betrieb

Der landwirtschaftliche Betrieb kann besonders interessant sein, wenn man die Bilanz der Treibhausgasemissionen betrachtet. Auf der einen Seite ist er Emittent von Treibhausgasen, er fungiert über Boden und Pflanzen aber gleichzeitig als natürlicher Speicher von Kohlenstoff! Eine Berechnung des CO₂-Fußabdrucks auf Betriebsebene für die Betriebszweige Obstbau, Weinbau und Viehwirtschaft unter Berücksichtigung der Waldbewirtschaftung bildet die Grundlage für die Identifikation klimaschonender Wirtschaftsweisen in der Praxis.

13.2 Erhalt und Förderung der Artenvielfalt in der Landwirtschaft

Landwirtschaftliche Betriebe tragen viel zum Erhalt der Artenvielfalt bei. Zahlreiche Strukturelemente in unserer Kulturlandschaft schaffen Lebensräume für Vögel, kleine Säugetiere und Insekten. Das Vorhandensein von Feldgehölzen, strukturierten Randbereichen, Feuchtgebieten ist aber häufig undokumentiert und wird als selbstverständlich angesehen. Das Erfassen dieser Strukturelemente trägt dazu bei, dass ein größeres Bewusstsein für den Wert dieser Elemente entstehen kann und dass die Südtiroler Landwirtschaft den Beitrag zum Biodiversitätsschutz faktenbasiert aufzeigen kann.

13.3 Wasser intelligent genutzt!

Der Umgang mit der Ressource Wasser wird mit Jahr zu Jahr wichtiger, er ist zentral in der Klimawandelanpassung des Sektors Landwirtschaft. Heutzutage können die Dauerkulturen schon digital gesteuert sehr gezielt bewässert werden, auch im Grünland werden Sensoren zur Bestimmung der Bodenfeuchte als Entscheidungsgrundlage entwickelt. Der Einsatz intelligenter Bewässerungstechnik in der Praxis steigt und es wäre interessant zu verstehen, wie verbreitet der Einsatz bereits ist. Außerdem könnte ermittelt werden, was die Motive für eine Umstellung der Bewässerungspraxis sind und was aber auch Hinderungsgründe bei den Landwirtinnen und Landwirte sein können.

14 Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Bildung

14.1 Die Südtiroler Landwirtschaft in den Medien: eine quantitative und qualitative Analyse

Fast täglich wird in Südtiroler Medien über die heimische Landwirtschaft berichtet. Die Themen sind dabei sehr vielfältig und reichen von Pflanzenschutz und Gülle bis zum Urlaub auf dem Bauernhof, die bäuerlichen Schankbetriebe oder die Direktvermarktung.

Doch wie berichten die Südtiroler Medien über die heimische Landwirtschaft wirklich? Welche Themen bevorzugen welche Medien? Wie wird über die Themen berichtet: wohlwollend oder kritisch? Wie nehmen die Nutzerinnen und Nutzer die Berichterstattung wahr? Und wie viele Berichte gibt es wirklich in den einzelnen Medien. In einer Arbeit soll die Medienpräsenz und die Medienresonanz der wichtigsten Print-, TV-, Radio- und Online-Medien quantitativ und qualitativ erhoben und ausgewertet sowie Handlungsempfehlungen für das zukünftige Themensetting gegeben werden.

14.2 Der Bergbauernpreis und die Auswirkungen auf das Ansehen der Berglandwirtschaft

Seit über 50 Jahren zeichnet der Südtiroler Bauernbund Bergbauernfamilien mit dem Bergbauernpreis aus. Prämiert werden bäuerliche Familien, die Außergewöhnliches leisten, ihre extremen Bergbauernhöfe mustergültig bewirtschaften und immer auch noch in Vereinen und Verbänden für die Dorfgemeinschaft aktiv sind. Die Auszeichnung wird im Rahmen der Landesversammlung des Südtiroler Bauernbundes verliehen. Der Bergbauernpreis erfährt seit jeher viel Aufmerksamkeit von Seiten der Öffentlichkeit.

Im Mittelpunkt der Öffentlichkeitsarbeit steht der ca. 30-minütigen Bergbauernpreisfilm, der die Preisträger portraitiert und auf RAI Südtirol ausgestrahlt wird.

Interessant wäre zu erfahren, wie sehr der Bergbauernpreis bekannt ist, wie er auf die Bürgerinnen und Bürger wirkt und ob er einen Einfluss auf das (positive) Image der Berglandwirtschaft hat. Dazu könnte auf die Anfänge der Auszeichnung in den 1970er-Jahren und die Entwicklung zurückgeblickt werden, Preisträger und Bürgerinnen bzw. Bürger befragt und die Medienresonanz untersucht werden.

14.3 Bildungsformate der Zukunft in der Landwirtschaft

Im Rahmen einer Bachelor- oder Masterarbeit sollen sich Studierende mit der Frage beschäftigen, wie Weiterbildung in der Landwirtschaft heute und in Zukunft gestaltet wird. Im Fokus steht die Perspektive junger Landwirtinnen und Landwirte: Wie bilden sie sich derzeit weiter? Welche Weiterbildungsformate (z. B. Präsenz, digital, praxisnah) werden bevorzugt? Welche Inhalte und Themen erachten sie für die zukünftige Entwicklung ihres Betriebes als besonders relevant? Zudem soll untersucht werden, wie junge Landwirte die zukünftige Bedeutung von Weiterbildung für ihre persönliche und berufliche Entwicklung einschätzen. Ziel der Arbeit ist es, zukunftsorientierte Bildungsformate und -inhalte für die Landwirtschaft aufzuzeigen.

Für nähere Informationen und Rückfragen:

Stabstelle Verbandsmanagement im SBB

Tel. +39 0471 999 354

E-Mail: verbandmanagement@sbb.it

Stand: 16.02.2026