

# Die Jungland wirt:innen- Studie

**Frauen in landwirt-  
schaftlichen Verbänden:  
die wahren  
Zukunftsbäuerinnen**

**3**



# Die Jungland wirt:innen- Studie

Frauen in landwirt-  
schaftlichen Verbänden:  
die wahren  
Zukunftsbäuerinnen

3

# Impressum

## Herausgeber

Bund der Deutschen Landjugend e.V. (BDL)  
Claire-Waldoff-Str. 7, 10117 Berlin  
Tel.: 030 / 235 99 35-40  
[info@landjugend.de](mailto:info@landjugend.de)  
[www.landjugend.de](http://www.landjugend.de)

## Autor:innen

Matthias Sammet, Miriam Rüger, Carina Gräschke

Gefördert von der Landwirtschaftlichen Rentenbank.

© 2022 beim Herausgeber

Die Verwertung der Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist ohne die Zustimmung der Rechteinhaber:innen urheberrechtswidrig.

**Datenerhebung:** Produkt + Markt Gesellschaft für Marktforschung und Marketingberatung mbH & Co. KG, Hamburg, [www.produktundmarkt.de](http://www.produktundmarkt.de)

**Redaktion:** Stefan Schmidt, Theresa Schmidt (alle BDL)

**Gestaltung:** zweiband.media, [www.zweiband.de](http://www.zweiband.de)

**Druck:** Spree Druck Berlin, [www.spreedruck.de](http://www.spreedruck.de)

**1. Auflage:** Junglandwirt:innen-Studie, Teil 3, Frauen in landwirtschaftlichen Verbänden: die wahren Zukunftsbäuerinnen, Berlin 2022

Printed in Germany

Der Umwelt zuliebe gedruckt auf Recyclingpapier.



ISBN: 978-3-9823903-2-1

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	<b>5</b>
Hintergründe der Publikation .....	5
<b>Datengrundlage</b> .....	<b>7</b>
Stichprobenverteilung .....	7
Bekanntheit der agrarnahen Verbände und Wissen über sie .....	8
Derzeitige Mitgliedschaft und Engagement in Verbänden .....	11
Wichtige Verbandseigenschaften .....	13
Aufgaben, die ein Verband idealerweise erfüllt .....	15
Einbindung der Mitglieder und Ausgestaltung der Mitgliedschaft .....	17
Motivationsfaktoren für die Mitarbeit in Verbänden .....	19
Hindernisse und Barrieren für verbandliches Engagement .....	20
<b>Thesen und Handlungsempfehlungen</b> .....	<b>23</b>
Stichprobenverteilung .....	23
Bekanntheit der agrarnahen Verbände und Wissen über sie .....	24
Derzeitige Mitgliedschaft und Engagement in Verbänden .....	25
Wichtige Verbandseigenschaften .....	30
Aufgaben, die ein Verband idealerweise erfüllt .....	31
Einbindung der Mitglieder und Ausgestaltung der Mitgliedschaft .....	33
Motivationsfaktoren und Hindernisse für verbandliches Engagement .....	34

**Das Angebot von  
Verbänden ist  
derzeit nicht flexibel  
genug, um Frauen  
an Bord zu holen.**

# Frauen in landwirtschaftlichen Verbänden: die wahren Zukunftsbäuerinnen

## Einleitung

Die vorliegende Junglandwirt:innen-Studie wurde vom Bund der Deutschen Landjugend e.V. (BDL) im „Projekt Junglandwirt:innen“ auf den Weg gebracht. Dafür hat der BDL mit dem Marktforschungsunternehmen Produkt + Markt gemeinsam einen thematischen Leitfaden erarbeitet, der im Studienverlauf stetig an den aktuellen Ergebnissen ausgerichtet wurde. Produkt + Markt hat die Daten im Auftrag des BDL erhoben, für die Interpretation ist der BDL allein verantwortlich. Die Junglandwirt:innen-Studie soll auf Basis der wissenschaftlich erhobenen Daten vor allem zum Diskutieren und Nachdenken anregen.

Die Daten bilden das Kernstück der Studie und stehen daher auch zentral nach der Einleitung und der Erläuterung der Hintergründe der Publikation. Die Datenbeschreibung wurde bewusst in der vorliegenden Ausführlichkeit und Nüchternheit vorgenommen, um Sachlichkeit zu gewährleisten. So haben alle die Möglichkeit, eigene Schlussfolgerungen zu ziehen. Die anschließende Interpretation anhand von Thesen erfüllt mehrere Funktionen: Sie stellt einen internen Planungsansatz dar und dient dem Einstieg in Gespräche mit anderen Verbänden

und politischen Akteur:innen. Der Datenbezug wird bei jeder These hergestellt, damit Interessierte die Grundlage für den Interpretationsgedanken nachvollziehen können, sollten sie den Datenteil zunächst überspringen wollen.

Die Junglandwirt:innen-Studie wird in drei Teilen veröffentlicht. Der vorliegende Teil 3 beschäftigt sich mit Frauen in landwirtschaftlichen Verbänden. Teil 1 behandelt die Zukunft der Interessenvertretung, Teil 2 setzt sich mit der Zukunft des Ehrenamts auseinander.

## Hintergründe der Publikation

Die Debatte über Geschlechterdynamiken prägt schon lange den gesellschaftlichen Alltag. Dabei sind Zahlen und Fakten die Grundlage, um auf bestehende Unterschiede hinzuweisen, wenn es um die Lohnlücke, Care-Arbeit oder den Anteil von Frauen in Führungspositio-

nen geht. Interessenverbände sind häufig das Bindeglied zwischen ihren Mitgliedern, Gesellschaft und Politik. Daher müssen sie sich vordergründig auch der Frage stellen, wie viele Frauen sich bei ihnen engagieren und welche Rollen sie einnehmen. Zahlen und Fakten sind dafür essenziell. Um die wahre Beteiligung von Frauen in ehrenamtlichen Strukturen zu

1

UNSERE METHODE IM KURZÜBERBLICK

Online-Community mit n = 32 Teilnehmenden, 2 × 5 Tage Laufzeit + Online-Fokusgruppen n = 3 Gruppen à 4–5 Teilnehmende, 1,5 h Dauer je Gruppe

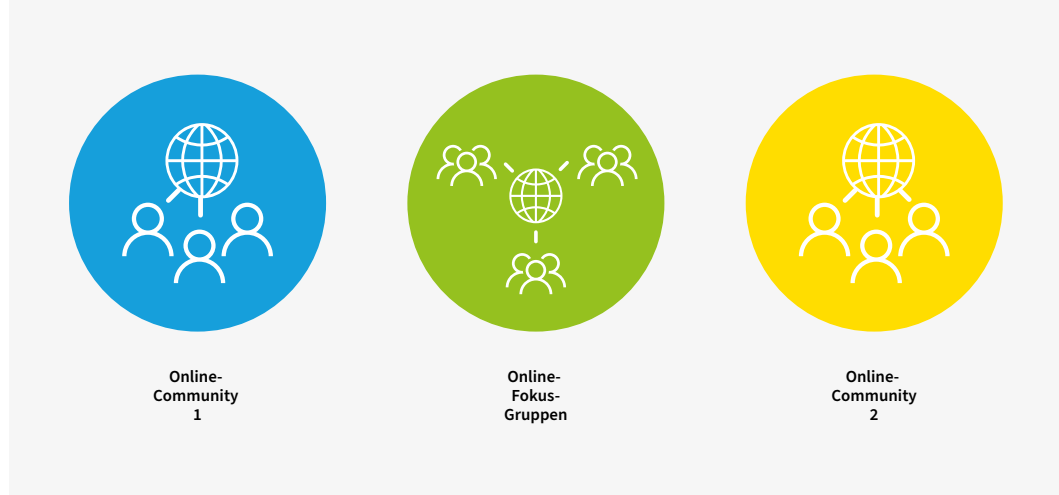


Abbildung 1 Schematische Darstellung der Methodik der qualitativen Erhebung.

erfassen, muss der Blick jedoch weiterschweifen. Es muss klar werden, ob Verbände für Frauen attraktiv sind und welche kulturellen und strukturellen Veränderungen sie in Angriff nehmen müssen, um allen Geschlechtern den Zugang zu gewähren.

Diesen Aspekt greift die Junglandwirt:innen-Studie des BDL auf. Sie bildet explizit die unterschiedlichen Meinungen und Wünsche des weiblichen und männlichen Nachwuchses ab. Damit entsteht die Basis, um die Interessen und Bedürfnisse für die verbandliche Mitarbeit geschlechtsspezifisch darzustellen. Hierbei geht es zum einen darum, welcher Anteil von Frauen und Männern sich in welcher Form engagiert und welches Potenzial vorhanden wäre, um vor allem auch mehr Frauen an Bord zu holen. Das führt zu der essenziellen Frage, welche Eigenschaften, Aufgaben und Beteiligungsmöglichkeiten Verbände für Frauen bieten müssen, da aktuell häufig vor allem die Interessen von Männern abgedeckt werden.

Um herauszufinden, wie Verbände neben den Männern mehr Frauen beteiligen könnten, hat der BDL der Junglandwirt:innen-Studie folgende zentrale Aspekte zugrunde gelegt:

- eine empirische Grundlage für verbandliche Entwicklung und politische Vertretung erstellen,
- Bedürfnisse und Bedarf von Junglandwirt:innen und jungen Agrarier:innen ohne Betrieb erheben,
- Einstellungen zu Engagement, Verbänden, Politik und Lebensgestaltung erheben,
- Ansätze für die Weiterentwicklung von Verbänden auf Basis valider empirischer Daten liefern. (Es ging ausdrücklich nicht darum, Hypothesen zu falsifizieren.)

Die Junglandwirt:innen-Studie wurde in zwei Erhebungen aufgeteilt. Zunächst wurden qualitative Daten mit 32 Teilnehmenden im November und Dezember 2020 erhoben. Zielgruppe waren Junglandwirt:innen und junge Agrarier:innen im Alter von 19 bis 39 Jahren deutschlandweit. Die genaue Methodik ist in [Abbildung 1](#) dargestellt. Insgesamt bildeten die Aussagen der qualitativen Erhebung die Grundlage für die quantitative Phase. Während die qualitative Phase thematisch sehr breit gestreut war, wurden in der quantitativen Erhebung vor allem Fragen zu verbandlichem Engagement wie auch zur Interessenvertretung durch agrarische Verbände gestellt.



Die quantitative Phase fand zwischen Ende Februar und Ende April 2021 statt. Daran nahmen bundesweit 160 Junglandwirt:innen und junge Agrarier:innen zwischen 16 und 45 Jahren teil. Bei den Teilnehmenden wurde auf eine repräsentative Mindestanzahl der Befragten jeweils in Nord-, Süd- und Ostdeutschland geachtet. Die Verteilung ist jedoch nicht ausgeglichen.<sup>1</sup> Die quantitative Erhebung hatte darüber hinaus explizit das Ziel, eine geschlechtergetrennte Ergebnisdarstellung zu ermöglichen. Deswegen lag eines der Hauptaugenmerke der Studie darauf, jeweils 80 Frauen und Männer zu befragen.

Die Junglandwirt:innen-Studie will Ziele, Einblicke und Impulse für die Verbandsstrategie des BDL gewinnen. Das geschieht auf dreifache Art und Weise. Zunächst soll die Junglandwirt:innen-Studie Impulse für die interne Ver-

bandsausrichtung des Bundes der Deutschen Landjugend e.V. liefern – beispielsweise was die Gestaltung des „Projekts Junglandwirt:innen“ anbelangt. Weiterhin soll mit der Junglandwirt:innen-Studie ein kritischer Dialog mit anderen agrarnahen Verbänden in Gang gesetzt werden. Zuletzt sollen aus der Junglandwirt:innen-Studie Handlungsempfehlungen in Bezug auf Ehrenamt und Interessenvertretung für die Politik abgeleitet werden können.

### Datengrundlage

In der Publikation werden folgende Abkürzungen für Verbände verwendet:

**BDL** = Bund der Deutschen Landjugend e.V.

**DBV** = Deutscher Bauernverband e.V.

**dlv** = Deutscher LandFrauenverband e.V.

**LsV** = Land schafft Verbindung e.V.

### Stichprobenverteilung

		<b>Frauen ♀</b> (n = 80)	<b>Männer ♂</b> (n = 80)
<b>Alter in Jahren</b>	16–20	5%	9%
	21–25	24%	13%
	26–30	20%	13%
	31–35	10%	15%
	36–40	15%	23%
	41–45	26%	29%
<b>Art der aktuellen Beschäftigung</b>	Betriebsinhaber:in	36%	61%
	Angestellte auf landw. Betrieb	26%	15%
	In Ausbildung	15%	15%
	Sonstiges	23%	9%

**Tabelle 1** Genaue Altersstruktur und Strukturierung der beruflichen Tätigkeiten der Befragten.

<sup>1</sup> Bundesweite Verteilung: Süd: 29 Frauen, 33 Männer, Nord: 33 Frauen, 33 Männer, Ost: 18 Frauen, 14 Männer. Einteilung: Süd (Baden-Württemberg, Bayern, Saarland, Hessen, Rheinland-Pfalz), Nord (Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Bremen, Hamburg, Schleswig-Holstein), Ost (Thüringen, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Brandenburg, Berlin, Mecklenburg-Vorpommern).

Tabelle 1 zeigt die genaue Altersstruktur und die Strukturierung der beruflichen Tätigkeiten der Befragten, aufgeteilt nach Frauen und Männern<sup>2</sup>. Es wurden jeweils 80 Frauen und Männer zwischen 16 und 45 Jahren befragt, die in der Landwirtschaft tätig sind.

Insgesamt waren 5% der befragten Frauen zwischen 16 und 20 Jahre alt, 24% zwischen 21 und 25 Jahre, 10% zwischen 31 und 35 Jahre, 15% zwischen 36 und 40 Jahre und weitere 26% zwischen 41 und 45 Jahre alt. Bei den Männern waren es 9% im Alter von 16 bis 20 Jahren, jeweils 13% zwischen 21 und 25 Jahren und von 26 bis 30 Jahren, 23% zwischen 36 und 40 Jahren und schließlich 29% zwischen 41 und 45 Jahren.

Differenziert nach der beruflichen Tätigkeit sind 36% der befragten Frauen *Betriebsinhaberinnen*, 26% sind *Angestellte in einem landwirtschaftlichen Betrieb*, 15% befinden sich *In Ausbildung*, was im Fragebogen genauer als *In Ausbildung/Studium zu einem grünen Beruf* definiert wurde und 23% fallen unter *Sonstiges*. Bei den Männern waren es 61% der Befragten *Betriebsleiter*, 15% *Angestellte in landwirtschaftlichen Betrieben*, weitere 15% befinden sich *In Ausbildung* und 9% fallen unter *Sonstiges*. Die Kategorie *Sonstiges* umfasste im Fragebogen *Angestellte im landwirtschaftlichen öffentlichen Dienst, Berufliche Tätigkeit als landwirtschaftliche:r Lohnunternehmer:in, Berufliche Tätigkeit als Garten- und Landschaftsbauer:in* und *Sonstige grüne Berufe*. Diese Kategorien wurden in der Auswertung aufgrund der niedrigen Prozentzahlen zusammengefasst.

### Bekanntheit der agrarischen Verbände und Wissen über sie

Abbildung 2 zeigt die Bekanntheit ausgewählter Verbände unter den Befragten. Hierbei gaben 80% der Frauen an, dass ihnen der Bauernverband in *Zielen und Struktur (grob) bekannt* ist. Die verbliebenen 20% kennen den Bauern-

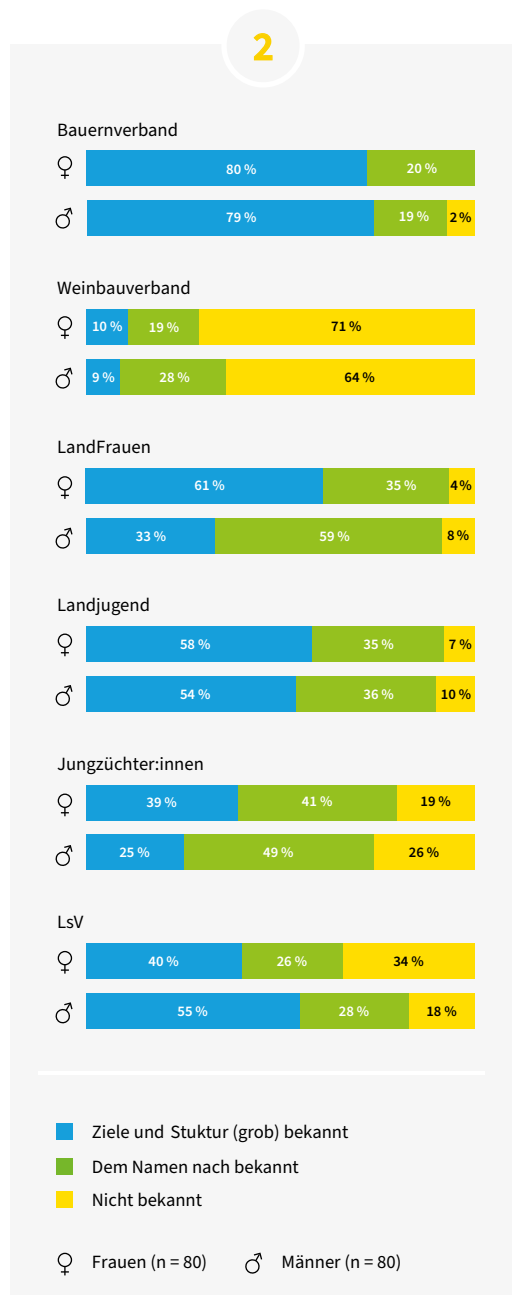


Abbildung 2 Bekanntheit ausgewählter Verbände unter den Befragten, differenziert nach den Antworten von Frauen und Männern. Die unterschiedlichen Kategorien können der Legende entnommen werden.

verband *Dem Namen nach*. Der Weinbauverband ist 10% der Frauen in *Zielen und Struktur (grob) bekannt*, 19% der Frauen kennen den Weinbauverband *Dem Namen nach* und 71% ist der Weinbauverband *Nicht bekannt*. 61%

2 Im Fragebogen wurden die Teilnehmenden gebeten, ihr Geschlecht als weiblich, männlich oder divers anzugeben. Da keine Teilnehmer:in sich als divers identifiziert hat, wird die Kategorie in der Studie nicht ausgewertet.

sind die LandFrauen in *Zielen und Struktur (grob)* bekannt, 35% ist dieser Verband *Dem Namen nach bekannt* und 4% der befragten Frauen sind die LandFrauen *Nicht bekannt*. Bei der Landjugend haben 58% der Frauen angegeben, dass ihnen der Verband in *Zielen und Struktur (grob)* bekannt ist, weiteren 35% ist die Landjugend *Dem Namen nach bekannt* und 7% *Nicht bekannt*. Die Jungzüchter:innen sind 39% der befragten Junglandwirtinnen in *Zielen und Struktur (grob)* bekannt, 41% sind die Jungzüchter:innen *Dem Namen nach bekannt* und 19% der befragten Frauen sind die Jungzüchter:innen *Nicht bekannt*. Der LsV ist 40% der Frauen in *Zielen und Struktur (grob)* bekannt, 26% *Dem Namen nach bekannt* und 34% *Nicht bekannt*.

Bei den befragten Männern ist der Bauernverband 79% in *Zielen und Struktur (grob)* bekannt, weiteren 19% *Dem Namen nach bekannt* und den verbliebenen 2% *Nicht bekannt*. Der Weinbauverband ist 9% der befragten Männer in *Zielen und Struktur (grob)* bekannt, 28% *Dem Namen nach bekannt* und 64% *Nicht bekannt*. Die LandFrauen kennen 33% der Männer in *Zielen und Struktur (grob)*, 59% sind die LandFrauen *Dem Namen nach bekannt* und 8% der Männer sind die LandFrauen *Nicht bekannt*. Die Landjugend ist 54% der befragten Junglandwirte in *Zielen und Struktur (grob)* bekannt, 36% *Dem Namen nach bekannt* und 10% *Nicht bekannt*. Jungzüchter:innen kennen 25% der Männer in *Zielen und Struktur (grob)*, 49% ist der Verband *Dem Namen nach bekannt* und weiteren 26% der befragten Männer sind die Jungzüchter:innen *Nicht bekannt*. Den LsV kennen 55% der Männer in *Zielen und Struktur (grob)*, 28% ist die Bewegung *Dem Namen nach bekannt* und 18% ist der LsV *Nicht bekannt*.

Abbildung 3 zeigt verschiedene Informationsquellen, mit denen sich die Teilnehmenden über agrarische Interessenverbände informieren. Neben einer prozentualen Aufteilung der verschiedenen Ränge ist der durchschnittliche Rang für das jeweilige Medium berechnet. Die Rangzuordnung ist der Legende zu entnehmen.

*Mitteilungen der Verbände* haben mit 2,1 den zweitbesten Durchschnittsrang und sind zugleich eins der Medien, die von den Frauen am häufigsten genutzt werden. Hierbei nehmen *Mitteilungen der Verbände* für 41% der befragten Frauen Rang 1 ein, für 13% Rang 2, für 14% Rang 3 und für 19% Rang 4. Von den Befragten haben 14% für *Mitteilungen der Verbände* keinen Rang vergeben. Sie nutzen dieses Medium nicht, um sich über agrarische Interessenverbände zu informieren.

*Nachrichten/Artikel/Berichte/Reportagen aus Agrarmedien über den Verband* (im Folgenden abgekürzt als *Agrarmedien*) haben insgesamt einen Durchschnittsrang von 2,0. Das entspricht insgesamt dem besten Durchschnittsrang dieser Grafik bei den Frauen. Somit informiert sich der Durchschnitt der Frauen am häufigsten in *Agrarmedien* über agrarische Interessenverbände. Genau 31% haben den Rang 1 vergeben, 30% den Rang 2, noch 20% den Rang 3 und weitere 6% einen Rang 4. Nur 13% der befragten Frauen haben keinen Rang vergeben, informieren sich also nicht in *Agrarmedien* über agrarische Verbände.

*Nachrichten/Artikel/Berichte/Reportagen aus allgemeinen Medien über den Verband* (im Folgenden abgekürzt als *Allgemeine Medien*) haben bei den Frauen einen Durchschnittsrang von 3,0, was der schlechteste Durchschnittsrang in der Grafik bei den befragten Frauen ist. Es haben 14% der Frauen den Rang 1 für die *Allgemeinen Medien* vergeben, 13% Rang 2, 18% Rang 3, 43% Rang 4 und schließlich 14% keinen Rang.

*Gespräche mit Kolleg:innen, Bekannten und Familie* kommen bei den Frauen insgesamt auf einen Durchschnittsrang von 2,5. Dabei haben 14% den Rang 1 vergeben, 34% einen Rang 2, 30% Rang 3, 13% Rang 4 und 10% keinen Rang.

Bei den Männern nehmen *Mitteilungen der Verbände* im Durchschnitt einen Rang von 1,9 ein, was die beste Platzierung der Männer in der Grafik ist. Somit sind *Mitteilungen der Verbände*

3



**Abbildung 3** Informationsquellen, die Befragte nutzen, um sich über die in Abbildung 2 aufgelisteten agrarischen Interessenverbände zu informieren, differenziert nach den Antworten von Frauen und Männern. Die Befragten wurden aufgefordert, die Informationsquellen von Rang 1 bis Rang 4 zu ordnen. Die Grafik zeigt den prozentualen Anteil der jeweiligen Ränge pro Informationsmedium. Rang 1 ist dabei das am meisten genutzte Medium, Rang 4 das am wenigsten genutzte Medium. Der Durchschnittsrang zeigt den Mittelwert der in den jeweiligen Kategorien angegebenen Ränge.

das im Durchschnitt am meisten genutzte Medium für die Männer, mit dem sie sich über Verbände informieren. Genau 44% haben einen Rang 1 vergeben, 18% den Rang 2, 15% Rang 3 und 11% Rang 4. 13% haben sich bei den *Mitteilungen der Verbände* gegen einen Rang entschieden. Sie nutzen dieses Medium daher nicht, um sich über agrarische Interessenverbände zu informieren.

*Nachrichten/Artikel/Berichte/Reportagen aus Agrarmedien über den Verband* haben einen guten Durchschnittsrang von 2,0 bei den Männern. Genau 28% der befragten Junglandwirte haben einen Rang 1 vergeben, 35% Rang 2, weitere 21% Rang 3 und 5% Rang 4. Gegen einen Rang haben sich schließlich 11% der befragten Männer entschieden.

*Nachrichten/Artikel/Berichte/Reportagen aus allgemeinen Medien über den Verband* kommen bei den Männern nur auf einen Durchschnittsrang von 3,1 – der am schlechtesten bewertete Durchschnittsrang dieser Grafik. Allgemeine Medien nutzen die befragten Männer für die Informationsbeschaffung über agrarische Verbände am wenigsten. Einen Rang 1 haben hier 8% der Männer vergeben, einen Rang 2 weitere 11%, den Rang 3 schließlich 28%, einen Rang 4 genau 35% und keinen Rang 19%.

*Gespräche mit Kolleg:innen, Bekannten und Familie* erreichen bei den befragten Männern einen Durchschnittsrang von 2,5. Genau 21% von ihnen haben hier Rang 1 vergeben, weitere 26% Rang 2, 19% Rang 3 und 25% Rang 4. Für gar keinen Rang haben sich 9% entschieden.

## Derzeitige Mitgliedschaft und Engagement in Verbänden

Abbildung 4 zeigt die derzeitige Mitgliedschaft in ausgewählten Verbänden, wobei einige von ihnen gebündelt dargestellt sind. So sind von den 80 befragten Frauen 39% Mitglied im Bauerverband und/oder Weinbauverband. Weitere 23% sind Mitglied bei landwirtschaftlichen Dienstleistern wie Raiffeisen oder Maschinenring und 19% bei Landjugend/Jungzüchter:innen. Jeweils 13% haben eine Mitgliedschaft in einer landwirtschaftlichen Bewegung wie dem LsV und in einem „Fachverband“ wie Bund Deutscher Milchviehhalter BDM e. V., Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft AbL e. V., Interessengemeinschaft der Schweinehalter Deutschlands ISN e. V., Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft DLG e. V. etc. angegeben. 23% der Frauen sind Mitglied bei den LandFrauen. In Bioverbänden wie Demeter, Bioland, Naturland etc. ist 1% der Frauen Mitglied. Bei sonstigen agrarischen Interessenverbänden besteht eine Mitgliedschaft von 14% der Frauen. Insgesamt 31% der Frauen sind in keinem agrarischen Interessenverband Mitglied.

Bei den befragten Männern sind 51% Mitglied im Bauern- und/oder Weinbauverband. Bei 45% besteht eine Mitgliedschaft bei einem landwirtschaftlichen Dienstleister wie Raiffeisen oder Maschinenring. Jeweils 19% der befragten Männer sind bei Landjugend/Jungzüchter:innen bzw. einer landwirtschaftlichen Bewegung wie dem LsV organisiert. Bei 18% der Männer besteht eine Mitgliedschaft in einem „Fachverband“ wie BDM, AbL, ISN, DLG etc. Kein Mann (also 0%) ist Mitglied bei den LandFrauen. In einem Bioverband sind 5% der männlichen Befragten Mitglied, bei sonstigen agrarischen Interessenverbänden 18%. Insgesamt 19% der Männer sind in keinem agrarischen Interessenverband Mitglied.

Abbildung 5 zeigt das aktuelle Engagement der Befragten im oberen Teil der Grafik und das potenzielle Engagement in einem idealen

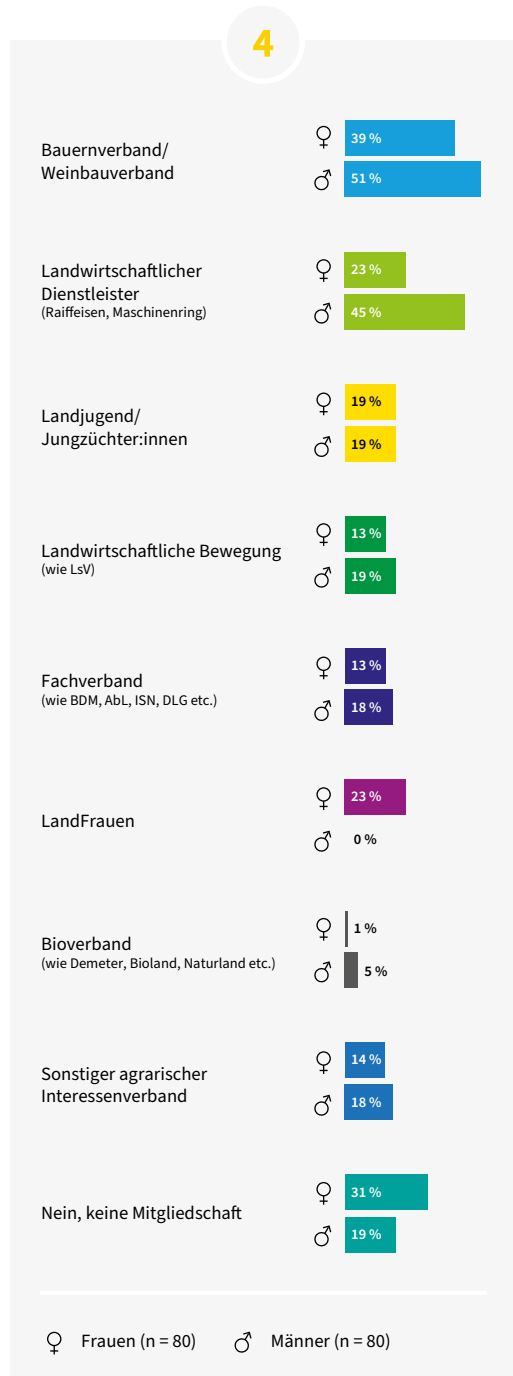
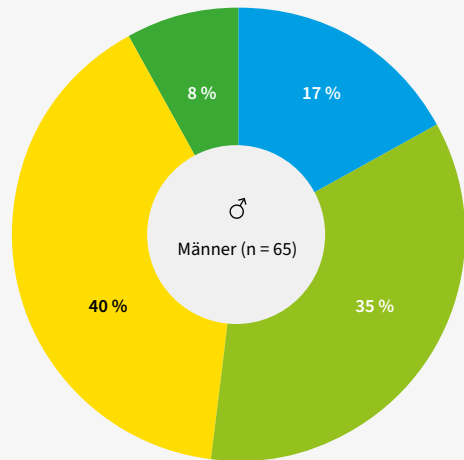
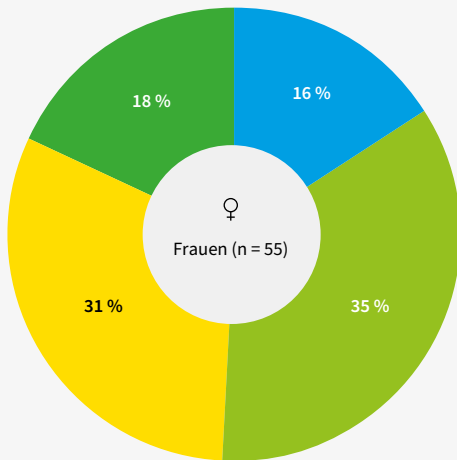


Abbildung 4 Prozentuale Mitgliedschaft der Befragten in verschiedenen landwirtschaftlichen Interessenverbänden und Organisationen, differenziert nach den Antworten von Frauen und Männern. Die Angabe von Mehrfachmitgliedschaften war möglich.

Interessenverband im unteren Teil. Dabei wurde der erste Teil zu aktuellem Engagement nur von denjenigen beantwortet, bei denen gerade eine Mitgliedschaft in einem agrarischen Interessenverband besteht. Dies

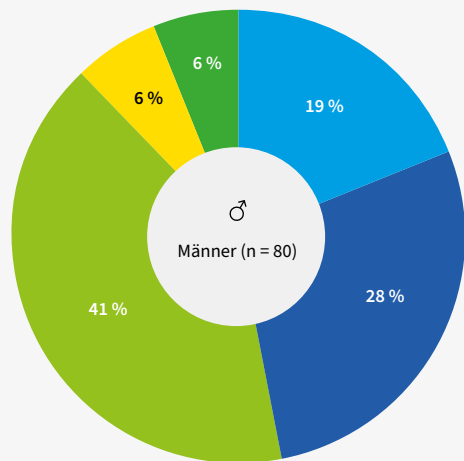
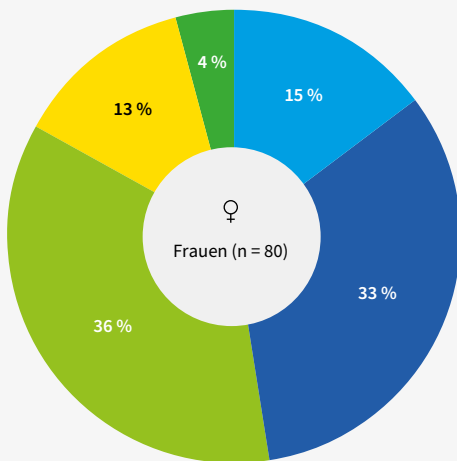
5

Aktuelles Engagement



- Kontinuierlich über ein festes Amt/eine feste Tätigkeit
- Keine aktive Mitarbeit, aber Teilnahme an Veranstaltungen etc.
- Sporadische Tätigkeiten/zeitweise und projektbezogen
- Kein direkter Kontakt gewünscht

Potenzielles Engagement



- Kontinuierlich über ein festes Amt/eine regelmäßige Tätigkeit
- Keine aktive Mitarbeit, aber Teilnahme an Veranstaltungen etc.
- Periodisch und befristet in ausgewählten Projekten
- Kein direkter Kontakt gewünscht
- Durch sporadische Tätigkeiten mit flexibler Zeitgestaltung

Abbildung 5 Aktuelles und potenzielles Engagement in den genannten Verbänden anhand der farbigen Kategorien, die aus der Legende rechts in der Abbildung zu entnehmen sind. Die Antworten sind differenziert nach dem Engagement von Frauen und Männern.

trifft auf 55 Frauen und 65 Männer zu. Die Frage zu potenziellem Engagement wurde wiederum von allen Teilnehmenden an der Studie, also jeweils 80 Frauen und Männern, beantwortet.

Aktuell sortieren 16% der Frauen mit einer verbandlichen Mitgliedschaft ihr Engagement ein als *Kontinuierlich über ein festes Amt/eine feste Tätigkeit*, 35% gaben an, sich durch *Sporadische Tätigkeiten/zeitweise und projektbezogen* zu engagieren, 31% gaben *Keine aktive Mitarbeit, aber Teilnahme an Veranstaltungen etc.* an und 18% der Frauen gaben an, dass für sie *Kein direkter Kontakt gewünscht* ist.

Bei den Männern sind 17% in der Kategorie *Kontinuierlich über ein festes Amt/eine feste Tätigkeit* einsortiert, 35% der Männer haben angegeben, sich durch *Sporadische Tätigkeiten/zeitweise und projektbezogen* zu engagieren, 40% gaben *Keine aktive Mitarbeit, aber Teilnahme an Veranstaltungen etc.* an und bei 8% der Männer ist *Kein direkter Kontakt gewünscht*.

15% der Frauen haben in der unteren Grafik beim potenziellen Engagement für einen idealen Interessenverband angegeben, dass sie sich vorstellen könnten, sich *Kontinuierlich über ein festes Amt/eine regelmäßige Tätigkeit* zu engagieren. Ein Drittel, also 33% der Frauen, würde sich *Periodisch und befristet in ausgewählten Projekten* und weitere 36% *Durch sporadische Tätigkeiten mit flexibler Zeitgestaltung* engagieren. 13% der befragten Frauen wünschen sich *Keine aktive Mitarbeit, aber Teilnahme an Veranstaltungen etc.* und schlussendlich ist von 4% der Frauen *Kein direkter Kontakt gewünscht*.

Beim potenziellen Engagement gaben 19% der Männer an, dass sie sich *Kontinuierlich über ein festes Amt/eine regelmäßige Tätigkeit* engagieren würden. 28% können sich eine verbandliche Tätigkeit vorstellen, die *Periodisch und befristet in ausgewählten Projekten* ist, und insgesamt 41% würden sich *Durch sporadische Tätigkeiten mit flexibler Zeitgestaltung* engagieren. 6% der Männer wün-

schen sich entweder *Keine aktive Mitarbeit, aber Teilnahme an Veranstaltungen etc.* oder es ist von ihnen *Kein direkter Kontakt gewünscht*.

## Wichtige Verbandseigenschaften

In **Abbildung 6** sind die wichtigsten Verbandseigenschaften dargestellt. Hier wurden die Studienteilnehmenden gefragt, welche Eigenschaft ihnen bei einem agrarischen Interessenverband besonders wichtig ist. Hierbei haben sie anhand der MaxDiff-Methode aus der Liste der Eigenschaften in der Grafik eine Eigenschaft als für sich am wichtigsten ausgewählt. Daher zeigen die Prozentzahlen direkt, welcher Anteil der Befragten die korrespondierende Eigenschaft als am wichtigsten bewertet. Die Legende zeigt neben den einzelnen Eigenschaften die Oberkategorien der Verbandseigenschaften.

Unter den Zielen agrarischer Interessenverbände haben sich von den befragten Frauen 17% für den *Fokus auf Interessen und Bedürfnisse der Mitglieder* als wichtigstes Ziel entschieden, 11% für den *Fokus auf gesellschaftlicher, öffentlicher Vertretung der Mitglieder gegenüber Nicht-Landwirt:innen*. Weiteren 10% ist die *Fähigkeit zur Anpassung an aktuelle Anforderungen* am wichtigsten, gefolgt von 8%, für die vor allem die *Fähigkeit zur Anpassung an gesellschaftliche Veränderungen* zählt, und schließlich 2% mit vorrangigem *Fokus auf politischer Vertretung der Mitglieder*.

Bei den beiden Verbandseigenschaften der Kommunikation haben 12% der Frauen die *Transparenz über Inhalte, aktuelle Vorhaben und gesetzte Ziele* sowie 2% die *Kommunikation von Erfolgen, wie das Erreichen von Etappenzielen*, als am wichtigsten bewertet. Im Bereich Verbandskultur wurden die drei Eigenschaften *Wertschätzender Umgang miteinander im Verband* von 7% sowie *Aktiver Vorstand* von 6% und *Demokratische Verbandsstrukturen unter Einbindung aller Mitglieder* von ebenfalls 6% der Frauen als am wichtigsten gewertet.

6



Abbildung 6 Wichtige Verbandseigenschaften. Die Prozentzahl zeigt an, welcher Anteil der Befragten diese Eigenschaft als wichtigste in der gesamten Liste bewertet hat. Das betrifft Eigenschaften von Zielen, Kommunikation, Kultur und Struktur der Verbände. Die Daten zeigen die Antworten der befragten Frauen und Männer.

Wenn es um die Struktur der agrarischen Interessenverbände geht, ist für 8% der Frauen die *Förderung junger Mitglieder in der Verbandsarbeit*, für 4% eine *Gute Gremienbesetzung (z. B. gemischt nach Alter, Geschlecht, Stand in der Verbandshierarchie)*, für weitere 4% die *Chancengleichheit bei Ämterzugängen und Aufstiegsmöglichkeiten* am wichtigsten. Jeweils 1% der Junglandwirtinnen stufte die drei strukturellen Verbandseigenschaften *Begrenzung der Ämterzahl pro Person (keine*

*Ämterhäufung)*, *Begrenzung der Amtsperiode (in Vorständen und Gremien)* und *Obere Altersgrenze für Vorstand:innen* als am wichtigsten ein.

Bei den Männern ist unter den Zielen der agrarischen Interessenverbände für 14% die Eigenschaft *Fokus auf Interessen und Bedürfnisse der Mitglieder* am wichtigsten, für 15% der *Fokus auf gesellschaftlicher, öffentlicher Vertretung der Mitglieder gegenüber Nicht-*



Landwirt:innen, für 12% die Fähigkeit zur Anpassung an aktuelle Anforderungen, für 8% die Fähigkeit zur Anpassung an gesellschaftliche Veränderungen und für 4% liegt der Fokus auf politischer Vertretung der Mitglieder.

Unter Kommunikation bewerteten 13% der befragten Junglandwirte die Eigenschaft *Transparenz über Inhalte, aktuelle Vorhaben und gesetzte Ziele* sowie 3% die Eigenschaft *Kommunikation von Erfolgen, wie das Erreichen von Etappenzielen* als am wichtigsten. Bei der Verbandskultur gaben jeweils 5% der Männer an, dass die drei Eigenschaften *Wertschätzender Umgang miteinander im Verband, Aktiver Vorstand* und *Demokratische Verbandsstrukturen unter Einbindung aller Mitglieder* für sie am wichtigsten sind.

Bei der Struktur haben 5% der Männer die *Förderung junger Mitglieder in der Verbandsarbeit* als am wichtigsten aus der Liste bewertet, weitere 6% eine *Gute Gremienbesetzung* (z. B. *gemischt nach Alter, Geschlecht, Stand in der Verbandshierarchie*) und 3% *Chancengleichheit bei Ämterzugängen und Aufstiegsmöglichkeiten*. Wie bei den Frauen stufte jeweils 1% der Männer die drei Verbandseigenschaften in der Kategorie *Struktur* *Begrenzung der Ämterzahl pro Person (keine Ämterhäufung)*, *Begrenzung der Amtsperiode (in Vorständen und Gremien)* und *Obere Altersgrenze für Vorständ:innen* als am wichtigsten ein.

### Aufgaben, die ein Verband idealerweise erfüllt

Die kumulierten Antworten auf die Frage, welche Aufgaben ein agrarischer Interessenverband idealerweise erfüllt, sind in [Abbildung 7](#) dargestellt. Hier wurde erneut die MaxDiff-Methode angewandt, bei der die Befragten aus der gesamten Liste der Verbandsaufgaben die für sie wichtigste ausgewählt haben. Die Aufgaben sind erneut bestimmten Oberkategorien zugeordnet.

Von den befragten Frauen haben bei der öffentlichen Vertretung durch agrarische Interes-

senverbände 9% die Verbandsaufgabe *In der Gesellschaft durch öffentlichkeitswirksame Aktionen vertreten* und 7% die Aufgabe *In der Gesellschaft durch Beiträge in Print- und Online-Medien mit breitem Publikum vertreten* als die wichtigsten ausgewählt. Bei der politischen Vertretung betrachten hingegen 12% der Frauen *In der Agrarpolitik durch Lobbyarbeit* (z. B. *politische Verhandlungen*) vertreten als am wichtigsten und 4% *In der Agrarpolitik durch Infoveranstaltungen vertreten*.

Die Kategorie *Infoquelle* umfasst die Verbandsaufgabe *Über wichtige Neuerungen und Nachrichten im Agrarbereich informieren*. Diese bewerteten 7% der Frauen als am wichtigsten.

Im Bereich der Unterstützung bei der Kommunikation sehen 6% der Frauen die Aufgabe des Verbands vor allem darin, sie *Durch Schulungen und Seminare zu unterstützen*, 5% wollen *Durch Infoveranstaltungen unterstützt*, weitere 5% *Durch Beratung unterstützt*, 3% *Personell unterstützt* und 2% wollen *Materiell/finanziell unterstützt* werden.

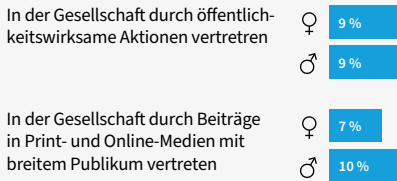
Fachliche Unterstützung vom Verband schätzt folgender Prozentsatz der Frauen bei den Aufgaben als am wichtigsten ein: Der Verband soll 9% *Durch Beratung unterstützen*, 7% *Durch Schulungen und Seminare unterstützen*, 5% *Durch Infoveranstaltungen unterstützen*, 3% *Personell unterstützen*, 2% *Materiell/finanziell unterstützen*.

Bei der persönlichen Unterstützung soll der Verband 4% der befragten Frauen vor allem *Durch Beratung unterstützen*, 4% vor allem *Durch Schulungen und Seminare unterstützen*, 3% vor allem *Personell unterstützen*, 2% *Durch Infoveranstaltungen unterstützen*, 2% *Personell/materiell unterstützen*.

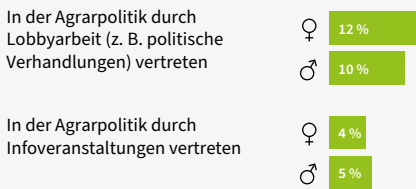
Mit 9% stufen Männer bei der öffentlichen Vertretung durch agrarische Interessenverbände ebenfalls die Verbandsaufgabe *In der Gesellschaft durch öffentlichkeitswirksame Aktionen vertreten* als am wichtigsten ein. Weitere 10% bewerteten die Aufgabe *In der Gesellschaft*

7

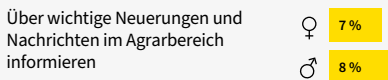
**Öffentliche Vertretung**



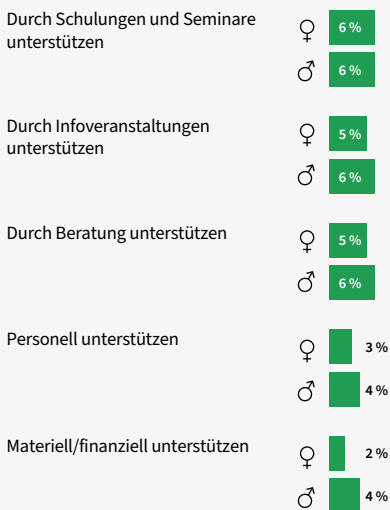
**Politische Vertretung**



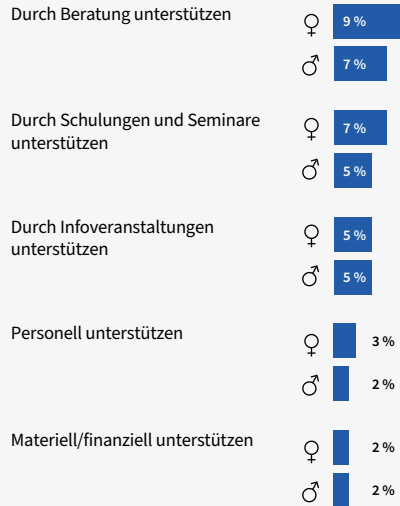
**Infoquelle**



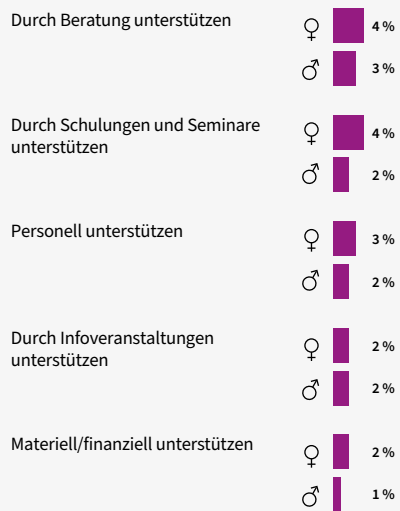
**Unterstützung bei der Kommunikation**



**Fachliche Kommunikation**



**Persönliche Unterstützung**



♀ Frauen (n = 80)    ♂ Männer (n = 80)

**Abbildung 7** Aufgaben, die ein Verband idealerweise erfüllt. Eingeteilt sind diese anhand der Oberkategorien. Die Teilnehmenden haben aus der Liste der Eigenschaften jeweils eine Eigenschaft als wichtigste ausgewählt. Die Daten zeigen die Antworten der befragten Frauen und Männer.

durch Beiträge in Print und Online-Medien mit breitem Publikum vertreten als am wichtigsten in derselben Kategorie. Die politische Vertretung in der Agrarpolitik durch Lobbyarbeit (z. B. politische Verhandlungen) vertreten, ist für 10% der befragten Männer und in der Agrarpolitik durch Infoveranstaltungen vertreten für 5% am wichtigsten.

Bei der Verbandsaufgabe Infoquelle und speziell der Aufgabe Über wichtige Neuerungen im Agrarbereich informieren haben 8% der Männer angegeben, dass diese Eigenschaft für sie am wichtigsten ist.

In Sachen Unterstützung bei der Kommunikation bewerteten jeweils 6% der Männer die Aufgaben Durch Schulungen und Seminare unterstützen, Durch Infoveranstaltungen unterstützen, Durch Beratung unterstützen als für sie am wichtigsten. In derselben Kategorie haben jeweils 4% der Männer die Aufgaben Personell unterstützen und Materiell/finanziell unterstützen als wichtigste ausgewählt.

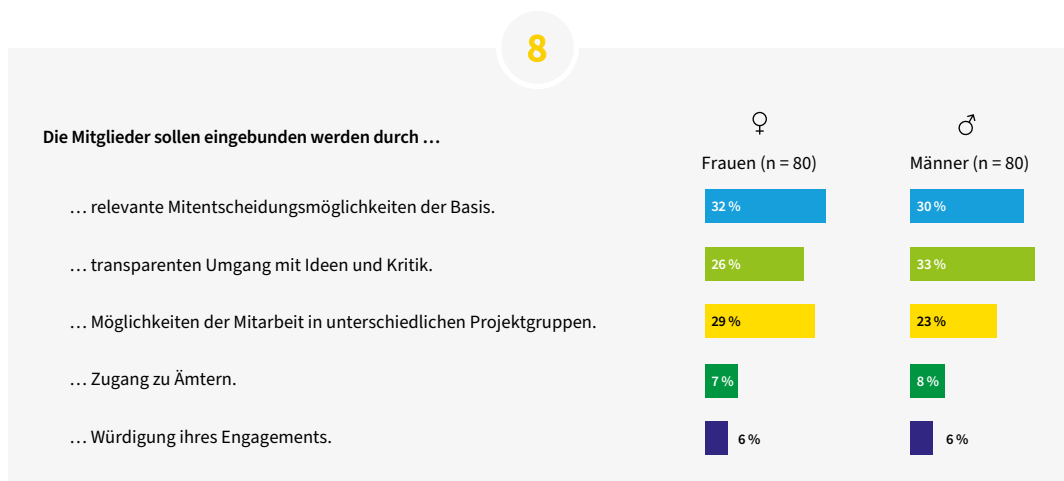
Bei der fachlichen Unterstützung wollen Männer vom Verband zu 7% vor allem Durch Beratung unterstützt, zu 5% Durch Schulungen und Seminare unterstützt, zu 5% Durch Infoveranstaltungen unterstützt, zu 2% Personell unterstützt und zu 2% Materiell/finanziell unterstützt werden.

Bei der persönlichen Unterstützung geben die Männer an, dass der Verband sie vor allem Durch Beratung unterstützen (3%), Durch Schulungen und Seminare unterstützen (2%), Personell unterstützen (2%), Durch Infoveranstaltungen unterstützen (2%) und Materiell/finanziell unterstützen (1%) soll.

### Einbindung der Mitglieder und Ausgestaltung der Mitgliedschaft

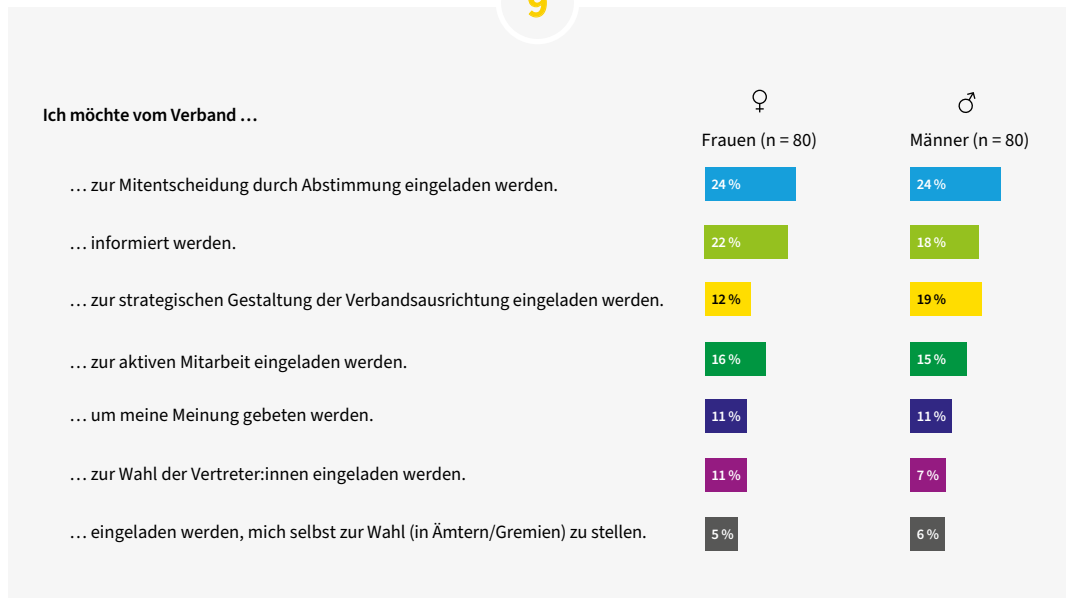
Weiterhin wurden die wichtigsten Maßnahmen zur Einbindung der Mitglieder in einen idealen Interessenverband, erneut mit der MaxDiff-Methode, untersucht. Die Ergebnisse sind in [Abbildung 8](#) dargestellt. Dabei oblag es jeder Befragten und jedem Befragten selbst, einen Interessenverband nach den eigenen Idealvorstellungen zu charakterisieren.

Bei den Frauen haben 32% als wichtigste Maßnahme die Relevanten Mitentscheidungsmöglichkeiten der Basis angegeben. Weiterhin ist für 26% der Frauen der Transparente Umgang mit Ideen und Kritik im Verband am wichtigsten. 29% sehen vor allem die Möglichkeit der Mitarbeit in unterschiedlichen Projektgruppen als relevant. Weniger Anteil haben der Zugang zu Ämtern mit 7% und die Würdigung ihres Engagements mit 6% und sind damit für einen geringeren Prozentsatz



**Abbildung 8** Wichtige Maßnahmen zur Einbindung der Mitglieder in einen idealen Interessenverband. Jeder Teilnehmende hat eine der gezeigten Eigenschaften als wichtigste ausgewählt. Die dargestellten Ergebnisse sind differenziert nach den Antworten von Männern und Frauen.

9



**Abbildung 9** Möglichkeiten zur Ausgestaltung der Mitgliedschaft in einem idealen Interessenverband. Jede:r Teilnehmende hat eine der gezeigten Eigenschaften als wichtigste ausgewählt. Die Antworten sind differenziert nach Frauen und Männern.

der Frauen die wichtigste Maßnahme zur Einbindung der Mitglieder in einen idealen Interessenverband.

Bei den Männern sind für 30% *Relevante Mitentscheidungsmöglichkeiten der Basis* die wichtigste Maßnahme zur Einbindung der Mitglieder und der *Transparente Umgang mit Ideen und Kritik* für 33%. Weitere 23% sehen die *Möglichkeit der Mitarbeit in unterschiedlichen Projektgruppen* als am wichtigsten. Ein geringerer Anteil der Männer findet dagegen den *Zugang zu Ämtern* (8%) und die *Würdigung ihres Engagements* (6%) am wichtigsten für die Einbindung der Mitglieder.

Abbildung 9 zeigt die Möglichkeiten zur Ausgestaltung der Mitgliedschaft in einem idealen Interessenverband, die anhand der MaxDiff-Methode ermittelt wurden.

Hier wünschen sich 24% der Frauen vor allem *Zur Mitentscheidung durch Abstimmung eingeladen zu werden*. 22% der Frauen möchten vom Verband vor allem *Informiert werden*, während 12% *Zur strategischen Gestaltung der Verbandsausrichtung eingeladen werden*

wollen. *Zur aktiven Mitarbeit eingeladen werden* wollen 16% der befragten Frauen. Jeweils 11% der Junglandwirtinnen ist es am wichtigsten, *Um meine Meinung gebeten zu werden* und *Zur Wahl der Vertreter:innen eingeladen zu werden*. Abschließend wünschen sich 5% bei der Ausgestaltung ihrer Mitgliedschaft vor allem, dass sie *Eingeladen werden, um mich selbst zur Wahl (in Ämtern/Gremien) zu stellen*.

Bei den Männern ist es ebenfalls 24% am wichtigsten, dass sie ihre Mitgliedschaft ausgestalten können, indem sie vom Verband *Zur Mitentscheidung durch Abstimmung eingeladen werden*. 18% wünschen sich, dass sie vom Verband vor allem *Informiert werden*, und weitere 19% wollen vor allem *Zur strategischen Gestaltung der Verbandsausrichtung eingeladen werden*. Zudem wünschen sich 15% der Männer, dass sie *Zur aktiven Mitarbeit eingeladen werden*, während 11% vor allem *Um meine Meinung gebeten werden* wollen. 7% der Junglandwirte wollen vom Verband *Zur Wahl der Vertreter:innen eingeladen werden*, während 6% vor allem wollen, dass sie vom Verband *Eingeladen werden, um mich selbst zur Wahl (in Ämtern/Gremien) zu stellen*.

## Motivationsfaktoren für die Mitarbeit in Verbänden

Abbildung 10 geht auf die Motivationsfaktoren zur Mitarbeit in einem idealen Verband ein. Jede:r Studienteilnehmende konnte dabei erneut aus der Liste die für sie oder ihn wichtigste Eigenschaft auswählen.

37% der befragten Frauen würde vor allem zur Mitarbeit motivieren, *Durch meine Mitarbeit Veränderungen bewirken zu können*. Der Faktor *Mit Menschen zusammenzuarbeiten, die gemeinsame Interessen haben* wäre für 15% der Frauen die größte Motivation, während 11% vor allem motivieren würde, *In einem Klima gegenseitiger Wertschätzung arbeiten zu können*. In der Grafik lässt sich erkennen, dass 12% der Frauen vor allem motivieren würde, *Durch meine Mitarbeit einen persönlichen bzw. beruflichen Nutzen zu haben*. 9% der Frauen wünschen sich, *Ein passendes Tätigkeitsfeld angeboten zu bekommen*, 6% wollen *In einem jungen/gemischten Team arbeiten können (z. B. in Bezug auf das Frauen-Männer-Verhältnis)* und

5% wollen *Am Anfang einem erfahrenen Mentor oder einer erfahrenen Mentorin zugeordnet werden*. 3% würde vor allem motivieren, wenn sie *Für meine Mitarbeit eine Vergütung bekommen*, während 2% der Frauen vor allem motivieren würde, *Vom Verband angeworben zu werden*.

*Durch meine Mitarbeit Veränderungen bewirken zu können*, würde 30% der männlichen Befragten motivieren. Für 5% weniger, aber immerhin noch für 25%, wäre der Motivationsschub, *Mit Menschen zusammenzuarbeiten, die gemeinsame Interessen haben*. 11% der Männer würde vor allem motivieren, *In einem Klima gegenseitiger Wertschätzung arbeiten zu können*. 10% der befragten Männer wollen vor allem *Durch meine Mitarbeit einen persönlichen bzw. beruflichen Nutzen haben*. 9% der Junglandwirte würde es motivieren, wenn sie vom Verband *Ein passendes Tätigkeitsfeld angeboten bekommen*. *In einem jungen/gemischten Team arbeiten können (z. B. in Bezug auf das Frauen-Männer-Verhältnis)* wäre für 5% der Männer ausschlaggebend. Weitere 5% würde motivieren, *Am*



Abbildung 10 Motivationsfaktoren für die Mitarbeit in einem idealen Interessenverband. Jede:r Befragte konnte eine der gezeigten Eigenschaften auswählen.

Anfang einem erfahrenen Mentor oder einer erfahrenen Mentorin zugeordnet zu werden. Analog zu den Frauen sehen nur 3% der Männer als größten Motivationsfaktor, *Für meine Mitarbeit eine Vergütung zu bekommen*, und 2% wollen *Vom Verband angeworben werden*.

## Hindernisse und Barrieren für verbandliches Engagement

Abbildung 11 zeigt verschiedene Hindernisse und Barrieren, warum sich die Befragten aktuell nicht in agrarischen Interessenverbänden engagieren. Diese Frage beantwortete, wer von den Befragten sich auch unter idealen Bedingungen nicht vorstellen kann, in einem agrarischen Interessenverband Mitglied zu werden. Dabei wurden die Befragten einbezogen, die in Abbildung 5 in der untenstehenden Grafik zu potenziellem Engagement angegeben haben, dass sie sich *Keine aktive Mitarbeit, aber Teilnahme an Veranstaltungen etc.* vorstellen können oder dass prinzipiell mit dem Verband *Kein direkter Kontakt gewünscht* ist. Dies trifft auf 29 Frauen und 28 Männer zu.

Von diesen Frauen haben 72% angegeben: *Ich habe nicht genug Zeit* für Engagement. 52% gaben an: *Ich möchte keine (zusätzliche) Verpflichtung eingehen*, während 45% als Grund angaben: *Ich weiß zu wenig, was da auf mich zukommen würde. Ich sehe keinen (ausreichenden) Nutzen für mich* war eine Barriere für 24% der befragten Frauen.

Für die fünf Antwortmöglichkeiten

- *Ich möchte keine Veränderung (in meinem Leben)/scheue den Aufwand*,
- *Die Mitgliederzusammensetzung passt nicht zu mir*,
- *Die politische Ausrichtung sagt mir nicht zu und ich würde mich nicht richtig vertreten fühlen*,
- *Mir gefällt die Verbandskultur nicht (z. B. der Umgang miteinander/mit Ideen und Kritik)* und

- *Ich habe keinen Zugang und weiß nicht, wie ich Mitglied werden kann*

haben jeweils 10% der Frauen angegeben, dass es für sie ein Hindernis für die verbandliche Mitarbeit wäre. Dazwischen haben noch 14% der Frauen *Im Verband zeichnen sich nach außen keine nennenswerten Erfolge ab* als Grund benannt. Keine der Frauen hat die Antwortmöglichkeit *Ich arbeite nicht gern im Team/in Abhängigkeit von anderen* als Barriere angesehen, daher stehen hier 0% in der Abbildung. Zuletzt gaben 3% der Frauen an: *Die Verbandsziele und Inhalte passen nicht zu mir*.

Bei den Männern ist für 74% ebenfalls die Aussage *Ich habe nicht genug Zeit* die größte Barriere für die verbandliche Mitarbeit. Weitere 30% gaben an: *Ich möchte keine (zusätzliche) Verpflichtung eingehen*, und 19% sagten: *Ich weiß zu wenig, was da auf mich zukommen würde*. 11% der Männer schätzten ein: *Ich sehe keinen (ausreichenden) Nutzen für mich. Ich möchte keine Veränderung (in meinem Leben)/scheue den Aufwand* ist für 22% der Männer ein Hindernis.

*Die Mitgliederzusammensetzung passt nicht zu mir* und *Die politische Ausrichtung sagt mir nicht zu und ich würde mich nicht richtig vertreten fühlen* haben jeweils 15% der Männer als Hinderungsgründe für ihre verbandliche Mitarbeit angegeben. 4% der Männer sagen: *Im Verband zeichnen sich nach außen keine nennenswerten Erfolge ab*. Für 7% der Männer spricht *Mir gefällt die Verbandskultur nicht (z. B. der Umgang miteinander/mit Ideen und Kritik)* gegen ein Engagement. Kein einziger der befragten Junglandwirte (0%) gab als Grund *Ich habe keinen Zugang und weiß nicht, wie ich Mitglied werden kann* an. Gleiches gilt für *Die Verbandsziele und Inhalte passen nicht zu mir*. Diese Aussage wurde von 0% der befragten Männer als Hinderungsgrund für ihre Mitarbeit angegeben. 4% der Männer begründeten ihr potenzielles Nicht-Engagement mit: *Ich arbeite nicht gern im Team/in Abhängigkeit von anderen*.



**Abbildung 11** Gründe, warum sich die Befragten nicht in agrarischen Interessenverbänden engagieren. Hier waren Mehrfachnennungen möglich.

**Agrarische  
Interessenverbände  
sind mehr oder  
weniger geschlossene  
Männerclubs, was sie  
für viele Frauen bisher  
wenig attraktiv macht.**



## Thesen und Handlungsempfehlungen

### Stichprobenverteilung



**Im Bereich der Ausbildung sind in der Studie genauso viele Frauen wie Männer vertreten. Dennoch gibt es einen deutlichen Männerüberschuss bei der Leitung landwirtschaftlicher Betriebe. Frauen werden (traditionell) häufig nur als Notnagel für Betriebsleitungsstellen in Betracht gezogen und ihr Potenzial verschenkt.**

Betrachtet man die absoluten Ausbildungszahlen bundesweit,<sup>3</sup> zeigt sich, dass sich deutlich mehr Männer als Frauen in der Ausbildung zu einem grünen Beruf<sup>4</sup> befinden. Im Jahr 2020 waren 71,3% der Berufsschüler:innen in diesen Berufen Männer und 29,7% Frauen. Weiterhin waren im Jahr 2020 81,5% aller Auszubildenden im Beruf Landwirt:in Männer und 18,5% Frauen. In der aktuellen Junglandwirt:innen-Studie wurden bewusst genauso viele Frauen wie Männer befragt, um eine Verhältnismäßigkeit der Geschlechtsperspektiven herzustellen. In absoluten Zahlen befinden sich bundesweit mehr Männer in der Ausbildung zu einem grünen Beruf. Betrachtet man jedoch die Details der Stichprobenverteilung innerhalb der Studie in **Tabelle 1**, wird deutlich, dass relativ gesehen gleich viele Frauen und Männer, die in irgendeiner Form in der grünen Branche tätig sind, angegeben haben, dass sie sich *In Ausbildung* befinden. Im Fragebogen war dies weiter formuliert als *Ich befinde mich in Ausbildung/Studium zu einem grünen Beruf*.

Während mit jeweils 15% das Geschlechterverhältnis der Frauen und Männer, die sich *In Ausbildung* befinden, ausgeglichen ist, spiegelt sich dies bei den Betriebsinhaber:innen nicht wider. Hier haben 61% der befragten Männer angege-

ben, dass sie *Betriebsinhaber:in eines landwirtschaftlichen Betriebes* sind, jedoch nur 36% der Frauen. Frauen in Führungspositionen sind demnach auch unter Junglandwirt:innen deutlich unterrepräsentiert. Im Gegensatz hierzu sind 26% der Frauen gegenüber 15% der Männer *Angestellte in einem landwirtschaftlichen Betrieb*. Während also 11% mehr Frauen als Männer in einem Angestelltenverhältnis in einem landwirtschaftlichen Betrieb tätig sind, sind 25% mehr Männer als Frauen Betriebsinhaber.

Weiterhin fallen 23% der Frauen mit ihrer beruflichen Qualifikation unter *Sonstiges*. Dies sind somit 14% mehr Frauen als Männer, bei denen es in dieser Kategorie nur 9% sind. Unter *Sonstiges* wurden folgende Antwortmöglichkeiten des Fragebogens zusammengefasst: *Angestellt im landwirtschaftlichen öffentlichen Dienst, Berufliche Tätigkeit als landwirtschaftliche:r Lohnunternehmer:in, Berufliche Tätigkeit als Garten- oder Landschaftsbauer:in* und *Sonstiger grüner Beruf* (unter Angabe des Berufs). Die Kategorie *Anderer (nicht grüner) Beruf* war ein Ausschlusskriterium für die Teilnahme an der Studie.

Nach der Ausbildung suchen also mehr Frauen als Männer berufliche Alternativen zur Leitung eines landwirtschaftlichen Betriebes und agieren somit außerhalb der praktischen Landwirtschaft. Gleichzeitig arbeiten viele Frauen in der Landwirtschaft als Angestellte und haben daher anders als Männer häufig keine leitende Funktion im Betrieb. In Summe wird eine Chancenungleichheit bei der Übernahme landwirtschaftlicher Betriebe von Frauen und Männern vermutet, da Betriebe häufig noch traditionell in männlicher Linie vererbt werden. Insgesamt könnte dies auch zur Folge haben, dass viel Know-how verloren geht, da Frauen in den Betrieben weniger Stimme haben oder in der direkten landwirtschaftlichen Tätigkeit abwandern.

<sup>3</sup> Die Zahlen in diesem Absatz basieren auf den Werten im Statistischen Jahrbuch des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft: <https://www.bmel-statistik.de/landwirtschaft/tabellen-kapitel-c-hii-und-hiii-des-statistischen-jahrbuchs>, zuletzt abgerufen am 13.09.2022.

<sup>4</sup> Landwirtschafts-, Tierwirtschafts-, Forstwirtschafts- und Gartenbauberufe.



Der genaue Einfluss einer paritätischen oder weiblichen Leitung auf die Qualität der Betriebsführung muss auf Basis einer breiten Datengrundlage ausführlich untersucht werden, um genaue Schlussfolgerungen zu ziehen. Wenn Frauen repräsentativ im Bereich Betriebsleitung vertreten sein sollen, müssen sie insgesamt stärker gefördert werden. Es gilt, Chancengleichheit bei gleicher Qualifizierung mit Männern zu schaffen.

## Bekanntheit der agrarischen Verbände und Wissen über sie



**Das Motto der Weinbau- und Bauernverbände ist „Mit einer Stimme sprechen“. Gleichzeitig wird die politische Wirksamkeit von Frauen verwirklicht, da sie über die Inhalte der Verbände und deren politische Interessenvertretung besser informiert sind als Männer.**

Abbildung 2 zeigt die Bekanntheit bestimmter agrarischer Interessenverbände. Die Einschätzung, welche der drei Kategorien *Ziele + Struktur (grob) bekannt*, *Dem Namen nach bekannt* und *Nicht bekannt* am ehesten zutrifft, oblag der individuellen Einschätzung der Befragten. Insgesamt lässt sich erkennen, dass alle Verbände, mit Ausnahme des LsV, den Frauen insgesamt bekannter waren als den Männern. Im Folgenden werden die Aussagen von Frauen und Männern in der Kategorie *Ziele + Struktur (grob) bekannt* miteinander verglichen, da diese das Wissen über die Verbände am besten abbildet.

Hierbei war der Bauernverband den Frauen (80%) mit 1% Unterschied knapp besser bekannt als den Männern (79%). Der Weinbauverband war ebenfalls 1% mehr Frauen (10%) bekannt als Männern (9%). Die Landjugend ist den Frauen (58%) zu 4% bekannter als den Männern (54%). Bei den LandFrauen ist der Unterschied mit 28% zugunsten der Frauen

(61%) gegenüber den Männern (33%) am größten, was vielleicht wenig überraschend ist. Interessant ist, dass den Frauen (39%) auch der Tierwirtschaftsbereich bzw. die Jungzüchter:innen zu 14% bekannter sind als den Männern (25%).

Bei Landschaftsverbände e.V., also dem LsV, ist dies umgekehrt. Er ist 15% weniger Frauen (40%) als Männern (55%) bekannt. *Nicht bekannt* ist der LsV weiterhin 16% mehr Frauen (34%) als Männern (18%).

Insgesamt lässt sich somit sagen, dass Frauen über die agrarischen Interessenverbände mindestens genauso gut, wenn nicht sogar besser Bescheid wissen als Männer. Der LsV ist die einzige Ausnahme: Er ist den Männern bekannter als den Frauen. Interessanterweise ist der LsV auch die einzige landwirtschaftliche Bewegung in dieser Betrachtung. Der weitere Studienverlauf wird zeigen, dass es den Frauen insgesamt sehr wichtig ist, informiert und aufgeklärt zu sein, wenn es um Verbände und das Engagement in diesen geht. Sie sind in vielen Punkten also zielorientiert, während die Männer andere Prioritäten haben. Es wird genauer darauf eingegangen werden, was dies bedeutet und welche Hindernisse sich daraus ergeben.



**Männer setzen auf subjektives Hörensagen unter Gleichgesinnten, während Frauen objektive, ggf. auch kontroverse Quellen zur Information bevorzugen. Tendenziell nutzen Frauen und Männer unterschiedliche Informationsquellen, um sich über agrarische Interessenverbände zu informieren. Frauen nutzen offizielle Medien, während Männer das Gespräch mit Gleichgesinnten suchen.**

In **Abbildung 3** sind die Informationsquellen abgebildet, aus denen sich die Befragten über agrarische Interessenverbände informieren. Da die Abbildung mit der Darstellung aller Ränge sehr umfangreich ist, sollen an dieser

Stelle nur die Informationsquellen hervorgehoben und verglichen werden, die für Frauen und Männer auf Rang 1 stehen und welche sie nicht nutzen (kein Rang).

Für Frauen stehen *Mitteilungen der Verbände* zu 41% auf Rang 1, gefolgt von *Agrarmedien* mit 31% und anschließend sowohl den *Allgemeinen Medien* als auch den *Gesprächen mit Kolleg:innen, Bekannten, Familie* mit 14%. Bei den Männern sind die Kategorien anders gewichtet mit 44% bei *Mitteilungen der Verbände*, 28% *Agrarmedien* und dann in anderer Reihenfolge als bei den Frauen hat die Informationsquelle *Gespräche mit Kolleg:innen, Bekannten, Familie* mit 21% den drittgrößten Anteil an Rang 1, während die *Allgemeinen Medien* mit 9% das Schlusslicht bilden.

Vergleicht man Frauen und Männer anhand dieses Rangs 1, wird deutlich, dass sie andere Prioritäten bei ihren Informationsquellen setzen. So haben *Gespräche mit Kolleg:innen, Bekannten, Familie* für die Männer einen deutlich höheren Stellenwert als für die Frauen. Genauer gesagt ist dies für 7% mehr Männer die erste Informationsquelle. Frauen informieren sich im Vergleich stärker aus *Allgemeinen Medien* über Verbände als Männer, hier gibt es 6% Unterschied. Bei den *Agrarmedien* beträgt die Differenz 3%, mit höherer Nutzung als erste Informationsquelle durch die Frauen. Zusammengefasst informieren Frauen sich zu 9% mehr primär aus allgemeinen, nicht verbandlichen Medien über Verbände als Männer.

Daher lässt sich darauf schließen, dass Männer eher den Austausch im Gespräch suchen und mehr die soziale Verbindung zu Gleichgesinnten im Vordergrund steht, während es bei den Frauen die Fakten sind. Natürlich ist diese Aussage differenziert zu betrachten, da bei beiden Geschlechtern die Informationsquellen *Mitteilungen der Verbände* und *Agrarmedien* an erster Stelle stehen. Die Annahme, dass Frauen faktenorientierter als Männer vorgehen, wird jedoch dadurch unterstrichen, dass Frauen (s. [Abbildung 2](#)) besser über ausgewählte agrarische

Interessenverbände Bescheid wissen als Männer. Weitreichende Folgen hiervon sind, dass der Informationsfluss bei den Männern eher untereinander verläuft und Frauen weniger mit einbezogen werden. So können männlich geprägte Verbandsstrukturen entstehen, auf die im Folgenden genauer eingegangen wird.



Es geht in der Studie nicht darum, Männer an den Pranger zu stellen, sondern darum, Lücken in verbandlichen Strukturen aufzuzeigen, die es Frauen erschweren, gleichwertigen Zugang zu bekommen. Die Daten zeigen, dass Frauen und Männer sich in ihrem Informationsverhalten unterscheiden und es somit an den Verbänden liegt, ihre Informationskultur dahin gehend zu überprüfen und auszubauen.

## Derzeitige Mitgliedschaft und Engagement in Verbänden



**Agrarische Interessenverbände sind mehr oder weniger geschlossene Männerclubs, was sie für viele Frauen bisher wenig attraktiv macht. Ein erhöhter Frauenanteil würde aber zu mehr Rationalität in Diskussionen und Entscheidungen führen, da Frauen die Inhalte der Verbände besser kennen.**

Diese These ergibt sich aus [Abbildung 4](#), in der die Mitgliedschaften der befragten Frauen und Männer aufgelistet sind. In der Auswertung der Studie wurden hier diejenigen Verbände als männerfreundlich betrachtet, in denen 5% oder mehr der befragten Männer Mitglied sind als die befragten Frauen.

Dies betrifft den Bauernverband/Weinbauverband mit einer Differenz von 12% zwischen Frauen (39%) und Männern (51%). Größer ist die Differenz bei den landwirtschaftlichen Dienstleistern (Raiffeisen/Maschinenringe) mit 22%, entsprechend 23% der Frauen und 45% der

Männer. Bei landwirtschaftlichen Bewegungen (wie LsV) liegen zwischen Frauen (13 %) und Männern (19 %) 6 % Unterschied. Bei „Fachverbänden“ (wie AbL, ISN, DLG etc.) sind 18 % der Männer Mitglied und 13 % der Frauen, woraus sich eine Differenz von 5 % ergibt.

Da agrarische Interessenverbände häufig Betriebsleiter:innen ansprechen, ist es teilweise nicht verwunderlich, dass der Frauenanteil an vielen Stellen gering ist, da weniger Frauen Betriebe leiten als Männer (s. [Tabelle 1](#)). Daher ist es wichtig und richtig, dass sich im Bereich der Betriebsführung etwas tut. Aktuell suchen Frauen daher oft keine Mitgliedschaft bei diesen Verbänden bzw. treten in andere Verbände ein.

Viele Frauen lassen es allerdings auch ganz bleiben mit dem ehrenamtlichen Engagement. Betrachtet man in [Abbildung 4](#) die Prozentzahlen der Frauen und Männer, die keine Mitgliedschaft in einem agrarischen Interessenverband angegeben haben, zeigt sich, dass 31 % der befragten Frauen in keinem Verband Mitglied sind. Dahingegen sind nur 19 % der Männer ohne Mitgliedschaft. Das heißt, dass 12 % weniger Frauen Mitglied in einem agrarischen Interessenverband sind.

Insgesamt lässt sich somit schlussfolgern, dass Frauen in agrarischen Interessenverbänden deutlich unterrepräsentiert sind. Während diese Aussage den Status quo abbildet, zielt die Junglandwirt:innen-Studie vor allem auch darauf ab, die Bedarfe zu ermitteln. So soll deutlich werden, warum Verbandskultur und -struktur häufig nicht den Anforderungen von Frauen gerecht werden. Das soll nicht auf Basis eines Männer-Bashings vollzogen werden. Vielmehr will die Studie konkrete Empfehlungen geben, wie die Interessen der Frauen gleichwertig zu denen der Männer berücksichtigt werden können, sofern dies im Interesse der Verbände liegt.



Verbände müssen Chancengleichheit für Frauen und Männer schaffen. Es geht dabei explizit nicht um Quote, sondern um zu entwickelnde Strukturen. Dabei sollen Frauen sowohl als Betriebsleiterinnen gefördert werden als auch von der aktuellen Interessenvertretung an Bord geholt werden.



**Frauen sind wahre Zukunftsbäuerinnen. Da ist zum einen ihr ungenutztes Engagementpotenzial. Zum anderen wissen sie mehr als Männer über die Bauern- und Weinbauverbände, sind dort aber deutlich unterrepräsentiert, auch weil sie keine Betriebsleiterinnen sind. Den Frauenanteil und die Frauenrechte in diesen Verbänden zu erhöhen und zu stärken, liegt eindeutig im verbandslichen Interesse und erhöht deren Chancen auf Zukunftsfähigkeit.**

Wie in Teil 2 der Junglandwirt:innen-Studie zur „Zukunft des Ehrenamts“ bereits aufgezeigt wurde, ist im Bauernverband/Weinbauverband nur knapp die Hälfte aller Befragten Mitglied. Betrachtet man nun in [Abbildung 4](#) die Mitgliedschaft differenziert nach Frauen und Männern, wird dieses Bild klarer. Während knapp über die Hälfte der Männer, genauer 51 % von ihnen, Mitglied beim Bauernverband und/oder Weinbauverband sind, trifft dies nur auf 39 % der Frauen zu. Auch wenn in der Studie genauso viele Frauen wie Männer befragt wurden, ist die Lücke zwischen den Geschlechtern in absoluten Zahlen vermutlich deutlich größer, da im Jahr 2020 lediglich 36 % der Arbeitskräfte in landwirtschaftlichen Betrieben Frauen waren.<sup>5</sup>

Daraus lässt sich schlussfolgern, dass Frauen im Vergleich zu Männern in Bauern- oder Weinbauverbänden deutlich unterrepräsentiert sind. An dieser Stelle soll der Hinweis gegeben werden, dass beim Bauern- und beim Weinbauverband der Betrieb – repräsentiert durch dessen Leitung – und keine Einzelper-

5 DBV Situationsbericht 2021/22, Trends und Fakten zur Landwirtschaft, S.110, <https://www.bauernverband.de/fileadmin/berichte/2021/index.html#0>, zuletzt abgerufen am 13.09.2022.

sonen Mitglied sind. Die Mitgliedschaft hängt daher auch vom beruflichen Status der befragten Männer und Frauen ab. Der geringe Mitgliedsanteil von Frauen beim Bauern- und Weinbauverband lässt sich zum Teil also auch dadurch erklären.

Gleichzeitig wissen Frauen mindestens genauso gut wie Männer über diese Verbände Bescheid. **Abbildung 2** zeigt, dass 80% der Frauen angegeben haben, dass ihnen der Bauernverband und/oder Weinbauverband in *Zielen und Struktur (grob) bekannt* ist, gegenüber 79% der Männer, und auch den restlichen 20% der Frauen einer oder beide Verbände zumindest *dem Namen nach bekannt* sind. Somit hält sich das Wissen über Bauernverbände und Weinbauverbände mit der Repräsentation der Frauen in der Mitgliederstruktur nicht die Waage.



Der Bauernverband hat sich zum Ziel gesetzt, „jünger und weiblicher“ zu werden. Er weist hier vielen anderen Verbänden den Weg. Mit dem Fachausschuss Unternehmerinnen und der Satzungsänderung zur Zuwahl einer Vizepräsidentin wurde auf Bundesebene ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung getan. Dieser Weg darf nicht der Kosmetik und der Beibehaltung des Status quo dienen. Im Gegenteil, er muss konsequent weitergegangen und ausgebaut werden, um den Frauenanteil im Verband, und dabei vor allem auch in den Gremien und im Rahmen der hauptamtlichen Führungskräfte, zu erhöhen.



**Die traditionell bestehende paritätische Quote bei der Landjugend steht nicht nur auf dem Papier, sondern erfährt in allen Verbandsbereichen bis hin zur Besetzung von hauptamtlichen Leitungsfunktionen konkrete Umsetzung.**

Betrachtet man in **Abbildung 4** die Zahlen für Landjugend/Jungzüchter:innen, fällt auf, dass nur bei diesen Verbänden eine vollkommene Geschlechterparität herrscht. Das hat sicherlich auch strukturelle Ursachen, denn seit seiner Gründung im Jahr 1949 hat der Bund der Deutschen Landjugend e.V. seinen Bundesvorstand geschlechterparitätisch besetzt.<sup>6</sup> Dass diese Parität weiterhin nicht nur eine Formalie ist, sondern sich auch in der Praxis, d. h. Mitgliederstruktur, widerspiegelt, wird anhand dieser Daten deutlich: Jeweils 19% der befragten Frauen und Männer sind Mitglied bei Landjugend/Jungzüchter:innen.

Anzumerken ist hier, dass Landjugend und Jungzüchter:innen nicht für sich in Anspruch nehmen können, den Großteil der Junglandwirt:innen zu vertreten. Anders gesagt kann die Landjugend nicht behaupten, nur ein Junglandwirt:innen-Verband zu sein – weder bei den Frauen noch bei den Männern. Das ist jedoch auch nicht der Anspruch, da sich die Landjugend generell als Jugendverband versteht und mittlerweile nur noch ein Fünftel ihrer Mitglieder in den Grünen Berufen tätig ist.

Gleichzeitig ist die Landjugend der größte Jugendverband im ländlichen Raum und der einzige Verband in der Auflistung mit ausgeglichenen Mitgliedszahlen von Männern und Frauen. Daher hat die Landjugend eine besondere Pflicht, ihre Geschlechterparität an die Erwachsenenverbände heranzutragen und Junglandwirten und insbesondere auch Junglandwirtinnen den Weg dorthin zu ebnen. Generell sind Jugendverbände aufgerufen, dies zu tun und den Übergang in die Erwachsenenverbände unkompliziert und einfach zu gestalten. Denn die Brücke dahin wird aus beiden Richtungen mitgetragen.



Landjugendverbände und Jungzüchter:innen sollten verstärkt in die Kommunikation mit ihren agrarischen Partnerverbänden wie Bauernverband,

<sup>6</sup> Alle Angaben zum BDL sind auf der Homepage <https://www.landjugend.de/> zu finden.

Weinbauverband etc. gehen. Das in den Jugendgremien erworbene Know-how ist eine Fundgrube für die Partnerverbände. Die jungen Ehrenamtlichen nach ihrer „Jugendkarriere“ zu fördern und strukturell einzubinden, ist eine große Chance für Bauern- und Weinbauverbände. Dabei müssen konkrete Chancen für den gesamten Nachwuchs, und insbesondere für Junglandwirtinnen und Jungwinzerinnen, mit den Partnerverbänden verhandelt werden.



**Der LandFrauenverband hat unter den Befragten einige Mitglieder, ist aber kein Junglandwirtinnen-Verband.**

Die LandFrauen nehmen in der Betrachtung eine gesonderte Rolle ein, da sie der einzige Frauenverband in der Auflistung der Verbände aus [Abbildung 4](#) sind. Während keiner der befragten Männer Mitglied ist, gaben 23% der befragten Frauen an, dass bei ihnen eine Mitgliedschaft im LandFrauenverband besteht. Damit sind mehr der befragten Frauen dort Mitglied als bei den Jugendverbänden in der Auflistung (19%), jedoch können die LandFrauen wie schon Landjugend/Jungzüchter:innen nicht von sich behaupten, ein Junglandwirtinnen-Verband zu sein.

Landwirtschaft ist zwar ein wichtiges, aber nicht zwingend Hauptthema für die LandFrauen. Der Verband versteht sich als Vertretung der Frauen im ländlichen Raum und setzt sich für die Chancengleichheit von Frauen ein. Allerdings kämpfen die LandFrauen mitunter mit einem etwas angestaubten Image und werden eher auf häusliche Tätigkeiten reduziert. Das ist dem Dialog zur Vereinigung verschiedener Lebenswelten von Frauen wie Beruf, Familie und Ehrenamt mit Sicherheit nicht zuträglich, weshalb der Verband versucht, aus diesem Bild herauszukommen.

Die Junglandwirt:innen-Studie hat sich in dieser Publikation zum Ziel gesetzt, die Bedürfnisse von Frauen und Männern geschlechtsspezifisch aufzuzeigen. Hierbei stehen die Frauen vermehrt im Fokus der Betrachtung, da sie in bestehenden Verbandsstrukturen häufig den Kürzeren ziehen. Gleichzeitig bedeutet die geschlechtsspezifische Betrachtung, dass Männer in die Debatte einbezogen und berücksichtigt werden müssen. Auch wenn es Ausnahmen gibt, trifft man doch eher selten auf Männer unter den LandFrauen. Die Junglandwirt:innen-Studie will an dieser Stelle nicht die Empfehlung aussprechen, aus den LandFrauen einen gemischten Verband zu machen, plädiert jedoch für Offenheit gegenüber den Männern und anderen Geschlechtern. Hierbei ist Kooperation mit anderen lokalen Akteur:innen ein entscheidender Punkt.

Dies betrifft auch die Zusammenarbeit mit Jugendverbänden. Für die Nachwuchsgewinnung hat der LandFrauenverband das Projekt „Junge LandFrauen“ ins Leben gerufen.<sup>7</sup> Auch wenn die Bemühungen, eigene Nachwuchsstrukturen aufzubauen, begrüßenswert sind, sollte hier darauf geachtet werden, dass keine Konkurrenz zur Landjugend entsteht. Während die LandFrauen die Frauen in ländlichen Räumen vertreten, vertritt die Landjugend die Jugend. In diesen Ansprüchen entstehen natürlicherweise Schnittmengen in der Zielgruppe, die zugunsten beider Parteien genutzt werden können.



**Der LsV eint viele Landwirt:innen, bewegt aber wenig Junglandwirt:innen. Vor allem Frauen fühlen sich der Protestbewegung kaum zugehörig.**

In der Betrachtung der einzelnen Verbände ist Land schafft Verbindung e.V., kurz LsV, die einzige Bewegung. Laut eigener Webseite<sup>8</sup> ist der LsV verbandsunabhängig und parteipolitisch

7 Weitere Informationen zum Projekt „Junge LandFrauen“ sind zu finden unter <https://www.LandFrauen.info/projekte/junge-Land-Frauen>. Zuletzt abgerufen am 11.05.2022.

8 Webseite des LsV verfügbar unter <http://landschaftverbindung.net/>. Zuletzt abgerufen am 06.07.2022.



neutral engagiert. Gegründet hat sich die Bewegung im Jahr 2019 aus einer Facebook-Gruppe. Auslöser hierfür war eine Ankündigung der damaligen Bundesregierung, ein weiteres Agrarpaket zu verabschieden. Seitdem protestiert der LsV mit Aktionen wie Traktoren-Demos für die Zukunft auf dem Land.

Gerade in Protestbewegungen ist es wichtig, die Stimmen derjenigen zu vereinen, für die man eintritt. Selbstverständlich ist nicht jede Form des Protests für jede Person oder auch jeden landwirtschaftlichen Betrieb geeignet. Die Junglandwirt:innen-Studie will hier die kritische Brille aufsetzen, da sich der LsV als Teil der Zivilgesellschaft im ländlichen Raum versteht und vor allem die Landwirtschaft geschlossen vertreten will. Betrachtet man in [Abbildung 2](#) die Bekanntheit und das Wissen über den LsV, so haben immerhin 55% der Männer angegeben, dass ihnen *Ziele + Struktur (grob) bekannt* sind, weiteren 28% ist der LsV *Dem Namen nach bekannt*, während 18% der LsV *Nicht bekannt* ist.

Aufseiten der Frauen ergibt sich ein anderes Bild: Hier sind 40% *Ziele + Struktur (grob) bekannt*, wenn es um den LsV geht. Weiteren 26% ist der LsV *Dem Namen nach bekannt* und 34% *Nicht bekannt*. Damit kennt mehr als ein Drittel der Junglandwirtinnen die Bewegung überhaupt nicht. Insgesamt ist der LsV damit der einzige Verband in der Auflistung aus [Abbildung 2](#), bei dem mehr Männern die *Ziele + Struktur (grob) bekannt* sind als den Frauen. Auch ist die Wissenslücke in dieser Kategorie zwischen Männern (55%) und Frauen (40%) die größte (wenn man die LandFrauen aus der Betrachtung nimmt) und es besteht ein Unterschied von 15% zwischen den beiden Geschlechtern.

Weitere Unterschiede finden sich bei der Mitgliedschaft ([Abbildung 4](#)) von Männern und Frauen beim LsV. Während 19% der Männer in einer *Landwirtschaftlichen Bewegung (wie LsV)* Mitglied sind, sind es 13% der Frauen. Somit fühlen sich vor allem die Frauen dem LsV kaum zugehörig. Insgesamt zeigen diese Zahlen, dass sich der landwirtschaftliche Nachwuchs vergleichsweise wenig in landwirtschaftlichen Bewegun-

gen engagiert. Dies ist jedoch wichtig, da ihre Beteiligung an der Diskussion über die Zukunft der Landwirtschaft essenziell ist.



**Während von vornherein weniger Frauen Mitglied in agrarischen Interessenverbänden sind, haben diese Frauen darüber hinaus deutlich weniger Kontakt zu Verbänden als Männer. Männer fühlen sich in den aktuellen Verbandskulturen bereits recht wohl. Somit ist ihr Potenzial zur verbandlichen Mitarbeit eher ausgeschöpft. Frauen haben hier andere Bedürfnisse und Interessen, die bei Weinbau- und Bauernverbänden häufig hinter denen der Männer zurückbleiben und keine Beachtung finden.**

Die Mitgliedschaft in einem agrarischen Interessenverband ist die eine Sache. Genauso entscheidend ist jedoch die Frage, inwieweit sich diese Mitglieder in einem Verband auch engagieren. [Abbildung 5](#) greift diesen Aspekt auf und zeigt nicht nur, wie sich das aktuelle Engagement der befragten Frauen und Männer gestaltet, sondern auch, welches Engagement sie potenziell bieten würden, wenn der Verband ihren Idealvorstellungen entspräche. Die Frage zum aktuellen Engagement haben nur die Befragten beantwortet, die Mitglied in einem agrarischen Interessenverband sind, die Frage nach dem Engagement im idealen Interessenverband wiederum alle Befragten.

In der Abbildung zeigt sich, dass aktuell etwa derselbe prozentuale Anteil Mitglieder in agrarischen Verbänden bei Frauen und Männern ehrenamtlich engagiert ist. Ehrenamtliches Engagement setzt sich aus den beiden Kategorien *Ich übe ein festes Amt/eine regelmäßige Tätigkeit aus* und *Ich beteilige mich ab und zu aktiv/helfe zeitweise/projektbezogen aus* in der Grafik zusammen. Bei Frauen sind dies 51% und bei Männern 52%. Weiterhin haben bei den Männern 40% angegeben *Ich nehme an Veranstaltungen teil* und 8% *Ich habe in der Regel keinen direkten Kontakt mit dem Verband*. Bei den Frauen sind es im Vergleich 31%, die angegeben

haben: *Ich nehme an Veranstaltungen teil.* Demgegenüber haben ganze 18% der Frauen, die Mitglied in einem Verband sind, angegeben: *Ich habe in der Regel keinen direkten Kontakt mit dem Verband.* Dies sind insgesamt 10% mehr Frauen als Männer, die Mitglied in einem Verband sind, ohne Kontakt mit diesem Verband zu haben.

Hier soll darauf hingewiesen werden, dass in [Abbildung 4](#) ganze 31% der Frauen keine Mitgliedschaft in einem Verband angegeben haben. Von den 69%, die verbleiben, haben weitere 18% keinen Kontakt mit den Verbänden. Daraus ergibt sich, dass ein großer Teil der Junglandwirt:innen keinen Kontakt zu agrarischen Interessenverbänden hat.

Dass dies nicht auf ein mangelndes Interesse bei den Frauen zurückzuführen ist, zeigt der untere Teil von [Abbildung 5](#). Hier liegt der Anteil derjenigen Frauen, die auch für den Fall eines idealen Interessenverbands angeben, dass *Kein direkter Kontakt gewünscht* ist, bei 4%. Das ist in derselben Kategorie eine Differenz von 14% zum aktuellen Engagement. Bei vielen dieser Frauen besteht aktuell bereits eine Mitgliedschaft und sie lassen sich vergleichsweise leicht für Engagement gewinnen. Da diese Teilfrage auch Studienteilnehmende beantwortet haben, die aktuell kein Mitglied in einem Verband sind, ist das Potenzial noch größer. Im Vergleich dazu liegt die Differenz von Männern, die angegeben haben *Ich habe in der Regel keinen direkten Kontakt mit dem Verband*, zwischen aktuellem (8%) und potenziellem Engagement (6%) nur bei 2%.

Insgesamt steigert sich die Bereitschaft zu verbandlichem Engagement sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen. Bei den Frauen treten diese Unterschiede jedoch deutlicher zutage. Eine mögliche Schlussfolgerung daraus ist, dass sich Männer in den aktuellen Verbandsstrukturen bereits recht wohl fühlen und somit das Potenzial zur verbandlichen Mitarbeit bereits ausgeschöpft ist. Frauen haben hier andere Bedürfnisse, die bei Verbänden häufig hinter denen der Männer zurückbleiben. Was

genau Frauen von den Verbänden wollen und wie Verbände sich für sie verändern können, zeigen die folgenden Abschnitte.



Verbände müssen ihre Verbandskultur kritisch betrachten und diese für Frauen attraktiver gestalten. Dabei muss klar definiert werden, welche Elemente zur Verbandskultur gehören und welche Prozesse diese ausmachen. Teil 1 der Junglandwirt:innen-Studie zur „Zukunft der Interessenvertretung“ hat diese Frage aufgegriffen und ausführlich diskutiert, wie sich die verbandliche Kultur auf die Beteiligung von Junglandwirt:innen auswirkt.

## Wichtige Verbandseigenschaften



**Frauen haben eine rationale und objektive Herangehensweise an verbandliches Engagement. Sie fordern einen genauen Rahmen und wollen zunächst konkret die Bedingungen kennen, bevor sie sich für ein Amt oder Engagement entscheiden. Dies ist ein Indiz dafür, wie Verbandskultur und -struktur ausgeprägt sein sollten, damit Frauen in das Engagement einsteigen.**

Diese These leitet sich aus [Abbildung 6](#) ab. Hier sind die wichtigsten Verbandseigenschaften aufgezeigt. In der Grafik sind die Unterschiede zwischen Männern und Frauen an den meisten Stellen eher gering, es sind jedoch leicht unterschiedliche Schwerpunktsetzungen der beiden Geschlechter bei den wichtigsten Verbandseigenschaften zu erkennen. Insgesamt soll es hier weniger um den direkten Vergleich gehen als zunächst um die expliziten Bedürfnisse der Frauen und im Anschluss um die der Männer.

Der prozentual größte Anteil der Frauen findet die Eigenschaft *Fokus auf Interessen und Bedürfnisse der Mitglieder* am wichtigsten (17%), gefolgt von *Transparenz über Inhalte, aktuelle Vorhaben und gesetzte Ziele* (12%), *Fokus auf gesellschaftlicher, öffentlicher Vertretung der*



*Mitglieder gegenüber Nicht-Landwirt:innen* (11%) und *Fähigkeit zur Anpassung an aktuelle Anforderungen* (10%). Insgesamt richten 29% der Frauen somit ihren Fokus auf den Umgang von Interessenverbänden mit den Mitgliedern, da ihnen der *Fokus auf Interessen und Bedürfnisse der Mitglieder* und die *Transparenz über Inhalte, aktuelle Vorhaben und gesetzte Ziele* am wichtigsten sind. Bei den Männern finden 27% diese Eigenschaften am wichtigsten, somit ist ein ähnlicher Fokus erkennbar, wenn auch die Tendenz etwas schwächer ist.

Betrachtet man weiterhin, dass den Frauen darüber hinaus die Eigenschaften *Wertschätzender Umgang miteinander im Verband* (7%) und *Förderung junger Mitglieder in der Verbandsarbeit* (8%) wichtig sind, bestätigt sich ihr Fokus. Den Männern sind diese Eigenschaften jeweils mit 5% am wichtigsten. Frauen legen den Fokus vor allem auf die Mitglieder und wollen zudem Transparenz von den Verbänden. Das zeigt, dass sie sich adäquat vertreten fühlen und genau Bescheid wissen wollen, was Verbände tun und wie sie arbeiten. Sie wollen somit die Rahmenbedingungen für ein verbandliches Engagement genau kennen, bevor sie sich für ein Amt entscheiden.

Bei den Männern kristallisiert sich ein etwas anderer Fokus heraus: Während ihnen die *Transparenz über Inhalte, aktuelle Vorhaben und gesetzte Ziele* als Eigenschaft mit 13% etwas wichtiger ist als den Frauen, liegt ihr Schwerpunkt vor allem auf dem *Fokus auf gesellschaftlicher, öffentlicher Vertretung der Mitglieder gegenüber Nicht-Landwirt:innen* (15%). Dann folgt erst der *Fokus auf Interessen und Bedürfnisse der Mitglieder* (14%), dem sich die *Fähigkeit zur Anpassung an aktuelle Anforderungen* (12%) anschließt. Das heißt, dass den Männern die Verbandseigenschaften in Bezug auf die Mitglieder auch wichtig sind, ihr Schwerpunkt aber insgesamt auf der Außenwirkung der Verbände liegt.



Um alle mitzunehmen, sollte die Schwerpunktsetzung von Verbänden zwischen Außen- und Innenwirkung ausgeglichen

sein. Steht die Außenwirkung zu sehr im Vordergrund, werden vor allem Frauen nicht angesprochen. Verbandsstruktur und -kultur sollten einer klaren Linie folgen und die Bedingungen für verbandliches Engagement müssen eindeutig kommuniziert werden, wenn Frauen beteiligt werden sollen. Sind sie noch nicht genau umrissen, müssen Verbände diese Rahmenbedingungen betrachten und entwickeln.

### Aufgaben, die ein Verband idealerweise erfüllt



**Agrarpolitik ist ein Spitzenthema für Frauen. Politische Lobbyarbeit ist für sie die wichtigste Verbandsaufgabe. Dennoch werden Frauen bei diesem Thema häufig in ehren- und hauptamtlichen Führungsbereichen außen vor gelassen.**

Die letzte These soll nicht ausschließen, dass die Außenvertretung für Frauen nicht auch eine zentrale Rolle in der verbandlichen Arbeit einnimmt, auch wenn diese für Männer vorrangig ist. Betrachtet man daher weitergehend [Abbildung 7](#) mit den wichtigsten Aufgaben, die ein agrarischer Interessenverband idealerweise erfüllen sollte, zeigt sich, dass Frauen durchaus auch Wert auf die Vertretung nach außen legen.

Die Aufgabe, die insgesamt vom größten Anteil Frauen als am wichtigsten gewertet wurde (12%), ist *In der Agrarpolitik durch Lobbyarbeit (z. B. politische Verhandlungen) vertreten*. Hier zeigt sich, dass Agrarpolitik für Frauen ein Spitzenthema ist. *In der Agrarpolitik durch Infoveranstaltungen vertreten* werten dagegen nur 4% der Frauen als die wichtigste Verbandsaufgabe. Somit liegt insgesamt der Fokus für 16% der Frauen auf der politischen Vertretung der Verbände.

Bei den Männern ist dies ähnlich. Die politische Vertretung ist für insgesamt 15% der Männer

am wichtigsten – mit etwas anderer Schwerpunktsetzung (*Lobbyarbeit* 10%, *Infoveranstaltungen* 5%).

Ist den Frauen bei der Außenvertretung die politische Vertretung durch Verbände eine Nuance wichtiger, so ist es bei den Männern die öffentliche Vertretung. Während jeweils 9% der Befragten beider Geschlechter es für am wichtigsten halten, dass sie von Verbänden *In der Gesellschaft durch öffentlichkeitswirksame Aktionen vertreten* werden, ist es 10% der Männer, aber nur 7% der Frauen am wichtigsten, *In der Gesellschaft durch Beiträge in Print und Online-Medien mit breitem Publikum vertreten* zu werden. Somit ist die öffentliche Vertretung durch Verbände 19% der Männer am wichtigsten und 16% der Frauen. Damit werten 34% der Männer und 32% der Frauen die Außenvertretung, also die politische und öffentliche Vertretung durch Verbände, als am wichtigsten. Die Schwerpunkte von Männern und Frauen sind wieder ähnlich, auch wenn der Fokus sich im Detail erneut unterscheidet.



Wenn man Verbandsentwicklung betreibt, um den Frauenanteil zu fördern, müssen sie auch Zugang zur Agrarpolitik bekommen. Nur wenn man die wichtigsten und machtvollen Positionen für Frauen öffnet, kann wirkungsvoll mit ihnen statt über sie diskutiert werden.



**Frauen sehen Verbände in der Pflicht, sie fachlich und persönlich zu unterstützen. Dabei ist ihnen vor allem wichtig, dass Verbände sie beraten, schulen und informieren, und weniger, dass Verbände ihnen die Aufgaben aus der Hand nehmen.**

Auch wenn die fachliche und persönliche Unterstützung in [Abbildung 7](#) auf den ersten Blick nicht die größte Bedeutung hat, so ist diese Art

von Aufgaben für einen gewissen Teil der Frauen am wichtigsten. Insgesamt ist die fachliche Unterstützung durch Verbände für 26% der Frauen am wichtigsten, bei den Männern sind es 21%. Genauer wollen 9% der Frauen, dass Verbände sie fachlich *Durch Beratung unterstützen*, 7% wollen hier *Durch Schulungen und Seminare unterstützen*, 5% *Durch Infoveranstaltungen unterstützen*, 3% *Personell unterstützen* und 2% *Materiell/finanziell unterstützen* werden.

Die persönliche Unterstützung durch Verbände ist 15% der Frauen am wichtigsten und 10% der Männer. Dabei ist Frauen vor allem wieder die persönliche Unterstützung *Durch Beratung* mit 4% und *Durch Schulungen und Seminare* mit 4% am wichtigsten. Weniger ausgeprägt sind die Aufgaben *Personell unterstützen* mit 3%, *Durch Infoveranstaltungen unterstützen* mit 2% und *Materiell/finanziell unterstützen* mit ebenfalls 2%.

Das zeigt zum einen, dass Frauen in fachlichen und persönlichen Fragen die Verbände in die Pflicht nehmen und in schwierigen Situationen nicht alleingelassen werden wollen. Insgesamt liegt der Fokus hier bei den Frauen vor allem auch auf Beratung, Informationen und Schulungen. Frauen wollen also von den Verbänden das Handwerkszeug bekommen, um selbst zu handeln, und weniger, dass für sie gehandelt wird. Dies erkennt man daran, dass weniger befragten Frauen wichtig ist, dass sie *Materiell/finanziell unterstützt* und *Personell unterstützt* werden. Frauen setzen hier grundsätzlich auf Qualifizierung, um selbst zu handeln. Sie nehmen eine aktive Rolle ein.



Die Aufgabe von Verbänden ist es, dieser Linie zu folgen. Sie sollen Frauen beraten, schulen und informieren, so dass sie ihre Aufgabe in den Verbänden selbstständig und eigenverantwortlich wahrnehmen können.

## Einbindung der Mitglieder und Ausgestaltung der Mitgliedschaft



**Damit Frauen sich im Verband engagieren, braucht es relevante Mitentscheidungsmöglichkeiten der Basis, Mitarbeit in Projektgruppen und transparenten Umgang mit Ideen und Kritik. Von Männern wird das anders gesehen und vor allem auch gehandhabt.**

Abbildung 8 zeigt die wichtigsten Maßnahmen zur Einbindung von Mitgliedern in einen idealen Interessenverband. Hier zeigt sich, dass Frauen die *Relevanten Mitentscheidungsmöglichkeiten der Basis* mit 32% etwas wichtiger sind als den Männern mit 30%. Dahingegen finden 33% der Männer im Gegensatz zu 26% der Frauen den *Transparenten Umgang mit Ideen und Kritik* am wichtigsten. Die Differenz zwischen den Geschlechtern beträgt hier also 7%. Im Gegensatz dazu stuften 29% der Frauen die *Möglichkeit der Mitarbeit in unterschiedlichen Projektgruppen* als am wichtigsten ein – gegenüber 23% der Männer. Hier liegt der Unterschied zwischen den Geschlechtern also bei 6%.

In *Abbildung 9* sind die Möglichkeiten zur Ausgestaltung der Mitgliedschaft abgebildet. Auffällig ist hier, dass Frauen und Männern mit je 24% die Möglichkeit, *Zur Mitentscheidung durch Abstimmung eingeladen zu werden*, am wichtigsten ist. Beiden Geschlechtern ist in etwa gleich wichtig, dass sie *Zur aktiven Mitarbeit eingeladen werden*. Dies haben 16% der Frauen und 15% der Männer als am wichtigsten ausgewählt. Frauen möchten jedoch mehr von Verbänden *Informiert werden* als Männer. Der Unterschied zwischen den Geschlechtern liegt bei dieser Antwort bei 4% mit 22% Frauenanteil und 18% Männeranteil. Den Männern ist weiterhin vor allem wichtig, *Zur strategischen Gestaltung der Verbandsausrichtung eingeladen zu werden*, was 19% von ihnen als am wichtigsten ausgewählt haben, im Gegensatz zu 12% Frauen. Damit liegt der Unterschied hier bei 7%.

Auch wenn die Schwerpunktsetzungen ähnlich sind, zeigen sich doch deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern, die an dieser Stelle weitere Interpretationsspielräume eröffnen. Bei den Frauen liegt der Fokus auf Entscheidungs- und Mitarbeitsmöglichkeiten. Die Wichtigkeit der *Möglichkeit der Mitarbeit in unterschiedlichen Projektgruppen* zeigt, dass diese Möglichkeiten angepasst, befristet und möglichst flexibel sein sollen. Frauen möchten sich interessen-, themenbezogen und vor allem auch aktiv einbringen (*Abbildung 8*). Zudem ist mehr Frauen das *Informiertwerden* wichtiger, als es bei Männern der Fall ist (*Abbildung 9*). Frauen wollen generell wissen, was auf sie zukommt. Sie sehen die Gesamtheit der Aufgabe, bevor sie zusagen, diese auszufüllen. Frauen wollen wissen, dass sie etwas bewegen können und dass sie gebraucht werden.

Der Fokus der Männer liegt im Vergleich zunächst auf dem Umgang mit ihren Ideen und ihrer Kritik, bevor sich die Entscheidungsmöglichkeiten und dann deutlich niedrigschwelliger als bei den Frauen die Projektmitarbeit anschließt (*Abbildung 8*). Männern ist daher vor allem wichtig, wie ihre Ideen und ihre Meinung im Verband wahrgenommen werden: Es geht für sie stärker ums Mitreden. Überspitzt gesagt legen Männer mehr Wert darauf, wie wichtig sie genommen werden – vor ihrer eigentlichen Arbeit im Verband.

*Abbildung 9* zeigt, dass die Männer den Fokus vor den Frauen vor allem auf die strategische Gestaltung des Verbands legen. Weiterhin ist ihnen die Mitentscheidung durch Abstimmung wichtig. Das heißt, dass es Männern vor allem auch darum geht, den Verband strukturell zu gestalten. Da Frauen hier weniger Interesse zeigen, liegt insgesamt die Schlussfolgerung nahe, dass Männer proportional mehr an diesen Prozessen beteiligt sind. Dadurch schaffen Männer Verbandsstrukturen, die für sie passen. Das soll nicht heißen, dass Verbände bewusst frauenfeindlich gestaltet werden. Sie können aber doch Exklusionsräume für Frauen darstellen. Dass sich diese Unverhältnismäßigkeiten

zwischen den Geschlechtern in realen Verbänden widerspiegeln, zeigt sich dadurch, dass in den Gremien häufig vor allem Männer an vorderster Front dabei sind.

Bedenkt man, dass in diesen Gremien Verbandsstruktur und -kultur gestaltet werden, ist wenig überraschend, dass Frauen häufig keinen Zugang finden. Verstärkt wird dies dadurch, dass Männer mehr Wert auf die Informationsvermittlung durch Gespräche legen, wie in [Abbildung 3](#) zu sehen ist. Es ist deshalb zu vermuten, dass männliche Entscheidungsträger eher untereinander diskutieren und Frauen der Zugang dadurch erschwert wird.



Die Handlungsempfehlung steckt in der These: Verbände gewinnen Frauen vor allem dann, wenn sie *Relevante Mitentscheidungsmöglichkeiten der Basis*, eine *Möglichkeit der Mitarbeit in unterschiedlichen Projektgruppen* und einen *Transparenten Umgang mit Ideen und Kritik*, und zwar in dieser Reihenfolge, bieten.



Auch wenn verbandliches Engagement am Ende an jeder Einzelperson liegt, sollten die Rahmenbedingungen von vornherein gegeben sein. Verbände müssen Frauen aktiv in Strategieprozesse einbinden, um den Verband für alle Mitglieder attraktiv auszugestalten. Verbände müssen Frauen auffordern, ihnen zuzuhören und zeigen, dass sie gebraucht werden. Es braucht also eine klare Verständigung sowohl zwischen den Geschlechtern als auch zwischen Entscheidungsspitze, Basis und allen dazwischengelagerten Verbandsebenen.

## Motivationsfaktoren und Hindernisse für verbandliches Engagement



Frauen geht es beim verbandlichen Engagement vor allem um die Sache. Sie wollen als Landwirtinnen aktiv

## etwas für die Zukunft bewegen und wissen, was auf sie zukommt.

Die Motivationsfaktoren zur verbandlichen Mitarbeit sind in [Abbildung 10](#) dargestellt. Hier ist sehr deutlich zu erkennen, dass Frauen vor allem motiviert, *Durch meine Mitarbeit Veränderungen bewirken zu können*, was 37% von ihnen als größten Motivationsfaktor angegeben haben. Deutlich nachrangig sind *Mit Menschen zusammenzuarbeiten, die gemeinsame Interessen haben* (15%), *Durch meine Mitarbeit einen persönlichen bzw. beruflichen Nutzen zu haben* (12%) und *In einem Klima gegenseitiger Wertschätzung arbeiten zu können* (11%).

Gruppiert man diese Antworten, zeigt sich, dass die Auswirkung und Zielsetzung der eigentlichen Mitarbeit im Verband bei Frauen einen sehr hohen Stellenwert einnehmen, da die beiden Kategorien *Durch meine Mitarbeit Veränderungen bewirken zu können* und *Durch meine Mitarbeit einen persönlichen bzw. beruflichen Nutzen zu haben* zusammengenommen 52% ergeben – also über die Hälfte. Nimmt man nun noch die Antwortmöglichkeit *Ein passendes Tätigkeitsfeld angeboten zu bekommen* (9%) hinzu, sind es sogar 61%. Den Frauen geht es also sehr um die Sache an sich.

Zählt man hingegen die sozialen Aspekte der Verbandsarbeit zusammen, also *Mit Menschen zusammenzuarbeiten, die gemeinsame Interessen haben* und *In einem Klima gegenseitiger Wertschätzung arbeiten zu können*, ist dies für 26% der Frauen die größte Motivation. Das heißt, dass die soziale Komponente der verbandlichen Arbeit zwar wichtig ist, aber hinter der Zielsetzung eine untergeordnete Rolle einnimmt. Anders ausgedrückt ist es Frauen weniger wichtig, dass der Verband den eigenen Freundeskreis abbildet, solange sie ihre Ressourcen in etwas Sinnvolles investieren.

Bei der Betrachtung der Hindernisse und Barrieren für die verbandliche Mitarbeit in [Abbildung 11](#) zeigt sich, dass neben dem Faktor *Ich habe nicht genug Zeit* (72%) diejenigen

Frauen, die sich auch unter Idealbedingungen kein verbandliches Engagement vorstellen können, angegeben haben: *Ich möchte keine (zusätzlichen) Verpflichtungen eingehen* (52%). Dies unterstreicht noch einmal die Motivation von Frauen, dass verbandliches Engagement sinnvoll sein muss. Das heißt, Frauen nehmen ihre Verpflichtungen ernst und gehen nur dann weitere ein, wenn es einen bestimmten Zweck erfüllt.

Hier soll spekuliert werden, dass Frauen, die in traditionellen Rollenmustern verhaftet sind, sich deutlich weniger engagieren, was mehrere Gründe haben kann. Den Frauen obliegt in dieser Situation in der Regel die Verantwortung für Familie und Haushalt. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird bereits häufig diskutiert. Soll zusätzlich ein Ehrenamt Platz finden, wird es oft eng. Normalerweise findet Ehrenamt in den Abendstunden statt, wenn Frauen mit der Kinderbetreuung beschäftigt sind. Männer betrifft dies meist weniger. Überspitzt gesagt nehmen Männer sich Zeit fürs Ehrenamt, wenn es für sie passt, und belassen die Frauen mit den Aufgaben, die sie sowieso auszufüllen haben. Umgekehrt sind natürlich auch Männer von dieser Dynamik betroffen, da sie sich die Zeit, die sie neben ihrer Berufstätigkeit für die Familie haben, fürs Ehrenamt frei halten müssen.



Verbände müssen klar abgesteckte Aufgabenbereiche definieren in dem Sinn, dass die Sinnhaftigkeit der Tätigkeit deutlich wird. Für Frauen sind der Zweck und der persönliche Nutzen durch die verbandliche Mitarbeit essenziell. Damit Frauen sich engagieren, muss vor allem transparent sein, welche Veränderungen die Mitarbeit bewirkt.



**Für Männer erfüllt die verbandliche Mitarbeit mehrere Zwecke. Ihnen ist das gesellschaftliche Ansehen fast genauso wichtig wie die Auswirkung ihres Engagements. Sie legen besonderen Wert darauf, dass sowohl die verbandliche Ausrichtung als auch die**

**Gesinnung der Mitglieder mit ihrer eigenen Sichtweise zusammenpassen. Männer bewegen sich also gern in ihrer Komfortzone.**

In **Abbildung 10** erkennt man, dass für Männer der wichtigste Motivationsfaktor zur verbandlichen Mitarbeit *Durch meine Mitarbeit Veränderung bewirken zu können* (30%) ist, gefolgt von *Mit Menschen zusammenzuarbeiten, die gemeinsame Interessen haben* (25%). Betrachtet man die anderen Motivationsfaktoren, so motiviert 11% der Männer, *In einem Klima gegenseitiger Wertschätzung arbeiten zu können*, was mit dem Aspekt *Mit Menschen zusammenarbeiten, die gemeinsame Interessen haben* zusammenpasst, da beides die soziale Umgebung in den Verbänden abbildet. Zusammengenommen sind diese sozialen Aspekte für 36% der Männer die größte Motivation.

Vergleicht man dies mit den Frauen (26%), zeigt sich, dass es den Männern wichtiger ist, dass die Mitglieder in einem agrarischen Verband dieselben Interessen haben wie sie selbst. Anders ausgedrückt legen sie vor allem auch Wert darauf, dass Verbände Orte sind, an denen Menschen mit gleichem Gedankengut zusammenkommen. Sie suchen daher stark den gesellschaftlichen Anschluss über den Verband und sind somit sehr an Beziehungen innerhalb des Verbands und dem Verbandsklima interessiert. Männern ist es wichtig, dass der Verband ein Freundeskreis ist, und sie achten darauf, wer aus der Reihe tanzt und diese gemeinsamen Interessen nicht mehr vertritt.

Natürlich sind den Männern auch die Zielsetzung und der Zweck ihres Tuns wichtig. Neben *Durch meine Mitarbeit Veränderung bewirken zu können* (30%) sind *Durch meine Mitarbeit einen persönlichen bzw. beruflichen Nutzen zu haben* (12%) und *Ein passendes Tätigkeitsfeld angeboten zu bekommen* (9%) wichtige Motivationsfaktoren für sie. Zusammengenommen sehen 51% der Männer ihre Hauptmotivation in der Tätigkeit im Verband und deren Auswirkungen.

Insgesamt bestimmt das soziale Umfeld im Verband die eigentliche Tätigkeit sehr stark. Denn vielen Männern ist wichtig, dass die Mitglieder dieselben Interessen haben. Überhaupt gesagt wollen Männer, dass alle im Verband ähnlich getaktet sind. Dies bestätigt automatisch die Sinnhaftigkeit der verbandlichen Mitarbeit, da alle derselben Meinung darüber sind, was sinnvoll ist und was nicht. Damit schaffen sich männlich geprägte Verbände eine Komfortzone, da Einstellungen nicht von andersdenkenden Mitgliedern herausgefordert werden.

Diese Schlussfolgerung bestätigt sich, wenn man in [Abbildung 11](#) die Hindernisse und Barrieren für die verbandliche Mitarbeit bei den Männern genauer betrachtet. Neben *Ich habe nicht genug Zeit* (74%) und *Ich möchte keine (zusätzliche) Verpflichtung eingehen* (30%) ist für 22% der Männer die größte Barriere für die verbandliche Mitarbeit *Ich möchte keine Veränderung (in meinem Leben)/scheue den Aufwand*. Bei den Frauen ist dies anders gewichtet, nur 10% von ihnen haben in diesem Zusammenhang Angst vor Veränderung. Weiterhin ist für jeweils 15% der Männer ein Hindernis *Die Mitgliederzusammensetzung passt nicht zu mir* und *Die politische Ausrichtung sagt mir nicht zu und ich würde mich nicht richtig vertreten fühlen*, wohingegen nur 10% der Frauen dies als Barriere für die verbandliche Mitarbeit angegeben haben. Hier ist den Männern wieder die Zusammensetzung der Mitglieder, also das Kameradschaftliche, wichtiger als den Frauen. Der Aspekt *Die politische Zusammensetzung passt nicht zu mir und ich würde mich nicht richtig vertreten fühlen* bildet wieder ab, dass Männer ihre eigene Meinung im Verband vorfinden wollen. Das ist in diesem Zusammenhang nichts Schlechtes, da es wenig zielführend ist, in einem Verband Mitglied zu sein, der nicht dem eigenen Meinungsbild entspricht.

Es mag den Anschein haben, dass es schwierig ist, die richtige Balance zwischen dem Beharren auf der eigenen und dem Zulassen anderer

Meinungen zu finden. Weichen Verbände zu sehr von ihrer Linie ab, wirken sie unglaublich und bewegen in der Regel wenig, da ihnen der Zusammenhalt und der Konsens fehlen. Jedoch schließt Offenheit für Neues und Andersdenkende Glaubwürdigkeit nicht aus. Im Gegenteil erlaubt erst das Diskutieren alternativer Möglichkeiten und Sichtweisen neue Impulse und kann zur Lösung von Problemen führen, wenn diese von mehreren Seiten beleuchtet werden.



Männer sehen den wertschätzenden Umgang miteinander und die sozialen Aspekte der verbandlichen Arbeit als wichtige Motivation neben dem Zweck ihrer verbandlichen Mitarbeit. Beides ist wichtig. Verbände sollten sich jedoch nicht in ihrer Komfortzone ausrufen. Sie müssen in ihrer Zielsetzung eine klare Linie fahren und gleichzeitig offen für Neues, auch andere Meinungen, sein, um langfristig agil zu bleiben.



**Das Angebot von Verbänden ist derzeit nicht flexibel genug, um Frauen an Bord zu holen. Dafür müssen sie ihre Kommunikation anpassen, da Informationen von Verbänden häufig nicht bei Frauen ankommen, diese jedoch konkret wissen wollen, was auf sie zukommt. Agrarische Verbände kommunizieren aktuell „männlich“, also beziehungsorientiert und durch Networking im „closed job“, wobei kaum Inhalte nach außen getragen werden.**

In [Abbildung 11](#) ist ebenfalls zu erkennen, dass mehrere Barrieren für Frauen auch mit der Kommunikationskultur von Verbänden zusammenhängen. So haben 45% der Frauen angegeben, dass *Ich weiß zu wenig, was da auf mich zukommen würde* eine Barriere für sie ist, im Gegensatz zu 19% der Männer. Weiterhin gaben mehr Frauen an: *Im Verband zeichnen sich nach außen keine nennenswerten Erfolge ab*, was für 14% der Frauen eine Barriere ist im



Gegensatz zu 4% der Männer. Auffallend ist an dieser Stelle das Hindernis *Ich habe keinen Zugang und weiß nicht, wie ich Mitglied werden kann*, was 10% der Frauen angegeben haben und 0% der Männer.

Anders gesagt wissen alle Männer, wie sie in einem Verband Mitglied werden können, aber einige Frauen nicht. Der Zugang zum Verband ist für Frauen also schwerer. Hier ist wieder zu vermuten, dass verbandliche Strukturen – auch auf Ebene der Mitgliederwerbung – für Männer strukturiert sind und somit auch gezielt Männer angesprochen werden. Weiterhin schafft die Gleichtaktung der Mitglieder, die in der vorigen These diskutiert wurde, möglicherweise ein zusätzliches Hindernis für Frauen, wenn in dieser Gleichtaktung eine Geschlechterdynamik verhaftet ist.

Jedoch ist nicht nur die Mitgliederwerbung ein Thema, sondern auch, dass nicht eindeutig ist, wie im Verband gearbeitet wird, was mit den Aussagen *Ich weiß zu wenig, was da auf mich zukommen würde* und *Im Verband zeichnen sich nach außen keine nennenswerten Erfolge ab* ausgedrückt wird. Diese sind für deutlich mehr Frauen als Männer Barrieren für die verbandliche Mitgliedschaft. Somit besteht auch eine Intransparenz für Frauen darüber, wie ein Verband funktioniert und arbeitet. Insgesamt kommen Informationen der Verbände bei Frauen nicht an, da sie männlich kommunizieren.

Mit männlicher Kommunikation ist in diesem Zusammenhang gemeint, dass Verbandsmitglieder sich vornehmlich beziehungsorientiert, durch internes Networking austauschen. Hier soll noch einmal auf eine Schlussfolgerung, die aus [Abbildung 3](#) zu den Informationsquellen über Verbände gezogen wurde, hingewiesen werden. Der Informationsfluss bei Männern verläuft häufig untereinander, Frauen nutzen dahingegen andere Medien und sind mehr am Inhalt der Mitteilungen als an den sozialen Komponenten der verbandlichen Kommunikation interessiert.

Dies bestätigt sich in [Abbildung 9](#), in der die zweitwichtigste Möglichkeit zur Ausgestaltung der Mitgliedschaft für Frauen war, dass sie vom Verband *Informiert werden*. Die Wichtigkeit des Informiertwerdens steht im Kontrast zur aktuellen Ansprache der Frauen, die sich gleichzeitig nicht informiert fühlen. [Abbildung 11](#) zeigt, dass 52% der nicht engagierten Frauen an der verbandlichen Mitarbeit hindert: *Ich möchte keine (zusätzlichen) Verpflichtungen eingehen*. Das kann zum einen bedeuten, dass Frauen bereits andere, wichtigere Verpflichtungen haben, und zum anderen, dass sie verbandliches Engagement verpflichtender wahrnehmen als Männer. Frauen streben eine bedarfsgerechte Beteiligung an, was sich in [Abbildung 8](#) bei der *Möglichkeit der Mitarbeit in unterschiedlichen Projektgruppen* widerspiegelt.



Verbände müssen ihr Angebot in der Struktur um Optionen ergänzen, die für Frauen mit ihrem Alltag vereinbar sind, und nicht umgekehrt. Das Angebot muss flexibilisiert werden und dies muss konkret außerhalb der eigenen Reihen kommuniziert werden. Insgesamt müssen Verbände ihr Angebot und ihre Kommunikationswege diversifizieren, d. h. strukturell überlegen, welche Beteiligungsmöglichkeiten es noch gibt und was wie mit wem kommuniziert wird.

Agrarische Verbände sind oft Männerdomänen. Woran das liegt und wie sich das ändern lässt, ergründet der Bund der Deutschen Landjugend e.V. (BDL) in Teil 3 seiner Junglandwirt:innen-Studie. Dafür seziert er die wissenschaftlichen Daten unter einer geschlechtsspezifischen Lupe. Im Ergebnis zeigt sich, wie verbandliche Strukturen Frauen den Zugang erschweren können, wenn sie unbewusst auf Männer ausgerichtet sind. Damit öffnet der BDL die Tür zu einer Verbandskultur und -struktur, die den Bedürfnissen der Geschlechter für die Mitarbeit besser gerecht werden und Perspektiven schaffen. Nach der „Zukunft der Interessenvertretung“ (Teil 1), der „Zukunft der des Ehrenamts“ (Teil 2) nimmt er in der vorliegenden Publikation die „Frauen in den landwirtschaftlichen Verbänden“ in den Blick. Mit der Junglandwirt:innen-Studie will er Ziele, Einblicke und Impulse für die interne Verbandsausrichtung gewinnen, einen kritischen Dialog mit agrarnahen Verbänden anstoßen und auch der Politik zeigen, was in Sachen Ehrenamt und Engagement möglich ist.



**Bund der Deutschen Landjugend e. V. (BDL)**  
**Claire-Waldoff-Str. 7, 10117 Berlin**  
**Tel.: 030 / 235 99 35-40**  
**[info@landjugend.de](mailto:info@landjugend.de)**  
**[www.landjugend.de](http://www.landjugend.de)**

ISBN: 978-3-9823903-2-1