



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat



Schlussbericht zum Thema

Entwicklung von Modulen zur Weiterentwicklung großer Outdoor-Fachmessen auf landwirtschaftlichen Betrieben am Beispiel der Öko-Feldtage

FKZ: 2823OE004

Projektnehmer/Projektnehmerin:

Forschungsinstitut für biologischen Landbau Deutschland e.V.

Gefördert durch das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat auf Grund eines Beschlusses des deutschen Bundestages im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau.

Das Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) hat sich zum Ziel gesetzt, die Rahmenbedingungen für die ökologische Landwirtschaft in Deutschland zu verbessern. Es wird vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) finanziert und in der BÖL-Geschäftsstelle in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) in die Praxis umgesetzt. Das Programm gliedert sich in zwei ineinandergreifende Aktionsfelder - das Forschungs- und das Informationsmanagement.

Detaillierte Informationen und aktuelle Entwicklungen finden Sie unter:

www.bundesprogramm.de
www.oekolandbau.de/forschung

Wenn Sie weitere Fragen haben, wenden Sie sich bitte an:

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
Bundesprogramm Ökologischer Landbau
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn
Tel.: 0228-6845-3280
E-Mail: boel-forschung@ble.de

Entwicklung von Modulen zur Weiterentwicklung großer Outdoor-Fachmessen auf landwirtschaftlichen Betrieben am Beispiel der Öko-Feldtage



FiBL Deutschland e.V., Kasseler Str. 1a, 60486 Frankfurt am Main

Carsten Veller (Projektleitung)

Frankfurt am Main, 30.01.2026

Projektlaufzeit/-dauer: 15.06.2023 - 31.12.2025 (31 Monate)

Förderkennzeichen: 2823OE004 – Akronym Mowefa

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Inhaltsverzeichnis

1.	Einführung	3
1.1	Gegenstand des Vorhabens	3
1.2	Ziele und Aufgabenstellung des Projekts, Bezug des Vorhabens zu den einschlägigen Zielen des BÖL oder zu konkreten Bekanntmachungen und Ausschreibungen	4
1.3	Planung und Ablauf des Projekts	5
2.	Wissenschaftlicher und technischer Stand, an den angeknüpft wurde.....	7
2.1	AP 2: Erfolgskontrolle	7
2.2	AP 3: Zielgruppenanalyse	8
2.3	AP 4: Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung	10
3.	Material und Methoden	11
3.1	AP 2: Erfolgskontrolle	11
3.2	AP 3: Zielgruppenanalyse	13
3.2.1	Begründung der Methodenauswahl	14
3.2.2	Wissenschaftliche Fundierung und methodische Triangulation	16
3.3	AP 4: Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung	17
3.3.1	Grundlage der Emissionsberechnung.....	18
3.3.2	Datenerhebung	20
3.3.3	Umgang mit nicht vermeidbaren Emissionen	22
4.	Ausführliche Darstellung der wichtigsten Ergebnisse	23
4.1	AP 2: Erfolgskontrolle	23
4.2	AP 3: Zielgruppenanalyse	34
4.2.1	Quantitative Besuchenden-Befragung durch das Marktforschungsinstitut	34
4.2.1.1	Methodisches Vorgehen.....	34
4.2.1.2	Deskriptive Darstellung der wichtigsten Ergebnisse	34
4.2.2	Qualitative Leitfadeninterviews mit Lehrpersonen von Berufs- und Fachschulen.....	50
4.2.2.1	Methodisches Vorgehen.....	50
4.2.2.2	Deskriptive Darstellung der wichtigsten Ergebnisse	52
4.2.2.3	Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse	74
4.2.3	Ergänzende Online-Befragung.....	76
4.2.3.1	Methodisches Vorgehen.....	76
4.2.3.2	Deskriptive Darstellung der wichtigsten Ergebnisse	76

4.3	AP 4: Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung	82
4.3.1	Berechnung der THG-Emissionen der Öko-Feldtage 2023	82
4.3.2	Berechnung der THG-Emission Öko-Feldtage 2025.....	84
4.3.3	Checkliste.....	86
5.	Diskussion der Ergebnisse	88
5.1	AP 2: Erfolgskontrolle	88
5.2	AP 3: Zielgruppenanalyse	92
5.3	AP 4 Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung	98
6.	Angaben zum voraussichtlichen Nutzen und zur Verwertbarkeit der Ergebnisse	101
7.	Gegenüberstellung der ursprünglich geplanten zu den tatsächlich erreichten Zielen; Hinweise auf weiterführende Fragestellungen	104
8.	Zusammenfassung.....	106
9.	Literaturverzeichnis	107
10.	Übersicht über alle im Berichtszeitraum vom Projektnehmer realisierten Veröffentlichungen zum Projekt (Printmedien, Newsletter usw.), bisherige und geplante Aktivitäten zur Verbreitung der Ergebnisse.....	110
	 Anhang 1 - Checkliste zur Erfassung von THG-Emissionen bei Outdoor-Messen.....	 111

1. Einführung

Große Outdoor-Fachmessen auf landwirtschaftlichen Betrieben sind ein ergänzendes Messeangebot zu den großen landwirtschaftlichen Fachmessen auf einem Messegelände. Der Praxisbezug durch die Präsentation von Demonstrationsparzellen sowie die Vorführung von Maschinen ist besonders hoch. Die Öko-Feldtage bieten seit 2017 ein neues Messeangebot mit Präsentationen rund um die ökologische Landwirtschaft. Durch das Wanderformat auf wechselnden Standorten sind sie mit den DLG-Feldtagen einzigartig in der europäischen Messelandschaft. Vergleichbare Formate in Frankreich (Tech&Bio, La terre est notre metier) oder in Österreich (Biofeldtage) finden an festen Standorten statt.

Das Projekt untersucht im Rahmen einer Erfolgskontrolle und Zielgruppenanalyse, wo die Messe nach fünfmaliger Durchführung aktuell steht und welche Weiterentwicklungsmöglichkeiten bestehen. Zusätzlich wurde als Grundlage für die Erstellung von Nachhaltigkeitskonzepten eine Bewertungsmethode für die Emissionsermittlung auf Outdoormessen erstellt. Dies kann als Beispiel für vergleichbare Formate im Outdoor-Messebereich dienen.

1.1 Gegenstand des Vorhabens

Die Entwicklung und der Ausbau großer Outdoor-Fachmessen auf landwirtschaftlichen Betrieben, wie den Öko-Feldtagen oder den DLG-Feldtagen, dienen der Weiterentwicklung von agrarischen Wissenstransfer- und Informationsveranstaltungen. Mit dem Fokus der Hauptzielgruppe von Landwirtinnen und Landwirten bietet eine Fachmesse auf dem Betrieb die einmalige Chance, Praxis „live“ zu erleben. Das betrifft zum Beispiele Module wie Maschinenvorfürungen in verschiedenen Kulturen oder Anlagen von Demonstrationsparzellen für neue Sorten.

Die Organisation großer Fachveranstaltungen auf landwirtschaftlichen Betrieben ist eine Herausforderung für den Betrieb und den Veranstaltenden. Das Anforderungsprofil reicht von der Flächenplanung im Rahmen der Fruchtfolge des Betriebes über die Anlage der Demonstrationsparzellen ein Jahr vorher, der zielgruppen-gerechten Programmgestaltung, der Besucher*innenführung auf dem Betrieb bis zum Verkehrsmanagement der Anreisenden. Das bedeutet, dass die Vorbereitungs- und Planungszeit länger ist als bei jährlich stattfindenden Indoor-Messen.

Das Projekt analysiert am Beispiel der Öko-Feldtage, die seit 2017 bisher dreimal in Hessen, einmal in Baden-Württemberg und im Jahr 2025 in Sachsen stattgefunden haben, die Zielgruppen und die bisherigen Evaluationsansätze, um eine Erfolgskontrolle durchzuführen. Durch die konkrete Analyse von Zielgruppen kann das bereits angesprochene Publikum der Öko-Feldtage überprüft beziehungsweise

können bei Bedarf neue Schwerpunktzielgruppen identifiziert werden. Dabei liegt der besondere Fokus auf konventionell wirtschaftenden Landwirt*innen und umstellungsinteressierten Betrieben sowie auf Berufs- und Fachschulen, die für die Ausbildung zukünftiger Landwirtinnen und Landwirte verantwortlich sind. Mit dieser Grundlage können Großveranstaltungen wie die Öko-Feldtage auf die Bedürfnisse der definierten Personen besser abgestimmt und die Planung sowie das Angebot dieser Veranstaltung besser an die identifizierten Zielgruppen angepasst werden.

Für die Erstellung von Nachhaltigkeitskonzepten für landwirtschaftliche Outdoormessen wird eine Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung erarbeitet, um Vorschläge zur Vermeidung von Emissionen zu ermitteln. Anhand der Ergebnisse können je nach Veranstalter Kompensationsmodelle angewendet werden.

1.2 Ziele und Aufgabenstellung des Projekts, Bezug des Vorhabens zu den einschlägigen Zielen des BÖL oder zu konkreten Bekanntmachungen und Ausschreibungen

Das Ziel des Projekts ist es, am Beispiel der Öko-Feldtage

- eine Erfolgskontrolle durchzuführen, um Zielgruppenansprache, Programmgestaltung und -durchführung auf den Prüfstand zu stellen,
- eine Zielgruppenanalyse vorzunehmen, um bestimmte Zielgruppenansprachen zu verbessern und Potenzial für die Weiterentwicklung von Outdoormessen zu ermitteln und
- eine Bewertungsmethode für die Emissionsermittlung für große Fachveranstaltungen auf landwirtschaftlichen Betrieben zu entwickeln, die in entsprechende Nachhaltigkeitskonzepte aufgenommen werden kann.

Im Rahmen des Vorhabens sollen folgende Fragestellungen untersucht werden:

1. Wie lautete die konkrete Zielsetzung der Öko-Feldtage und wurde sie im Laufe der Veranstaltungsjahre aktualisiert?
2. Welche Zielgruppen wurden angesprochen, gab es Unterschiede bezüglich der Methodik der Ansprache?
3. Wie entwickelte sich die Zufriedenheit der Besuchenden über die kompletten Veranstaltungsjahre?
4. Welche Veranstaltungsmodule wurden besonders nachgefragt? Welche Veranstaltungsmodule haben gefehlt?
5. Wie entwickelte sich der Anteil von konventionell wirtschaftenden Betrieben an der Besuchendengruppe und wie können in Zukunft mehr konventionelle Betriebe angesprochen werden?

6. Welche Ansprachen von Berufs- und Fachschulen als Besuchendengruppe gab es?
7. Was sind die Hemmnisse für Berufs- und Fachschulen, die Öko-Feldtage zu besuchen? Und wie können diese Hemmnisse abgebaut werden?
8. Wo fallen Emissionen bei der Durchführung der Öko-Feldtage an und wie kann ein Berechnungsmodell aussehen?

Die alle zwei Jahre stattfindenden Öko-Feldtage sind ein zentraler Baustein, um gemäß der Nachhaltigkeitsstrategie der Bundesregierung sowie der Zukunftsstrategie ökologischer Landbau (ZöL) das Ziel zu erreichen, die ökologisch bewirtschaftete landwirtschaftliche Fläche in Deutschland bis 2030 auf 30 Prozent Flächenanteil zu steigern. Das Projekt MoWeFa erbringt einen Beitrag zum Ziel der „Weiterentwicklung von agrarischen Wissenstransfer- und Informationssystemen“ in Punkt 2.1.1. der Richtlinie zur Förderung von Forschungs- und Entwicklungsvorhaben sowie von Maßnahmen zum Technologie- und Wissenstransfer im ökologischen Landbau.

1.3 Planung und Ablauf des Projekts

Das Vorhaben war in fünf Arbeitspakete gegliedert:

- AP 1: Projektkoordination
- AP 2: Erfolgskontrolle
- AP 3: Zielgruppenanalyse
- AP 4: Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung
- AP 5: Wissenstransfer

Im AP 1 wurde der Projektablauf geplant, regelmäßige Jour fixes und Controlling durchgeführt, der Zeitplan angepasst und Kontakt zu relevanten anderen Messen auf- und ausgebaut. Dazu zählen die DLG-Feldtage, die Biofach, die Biofeldtage in Österreich und die Tech&Bio in Frankreich. Zusätzlich kam im Rahmen des Projektes die Idee auf, einen Beirat zu den Öko-Feldtagen zu installieren, um die Erfolgskontrolle und auch die Zielgruppenansprache in diesem Expertengremium zu spiegeln und damit zur Weiterentwicklung der Fachmesse beizutragen. Die Organisation und Durchführung von Abstimmungen mit dem Beirat lief über den Projektkoordinator.

Im AP 2 wurden die Evaluationen der Öko-Feldtage 2017 bis 2023 verglichen, um Kernaussagen zur Erfolgskontrolle zu ermitteln. Diese Kenntnisse flossen in die Planung und Umsetzung der Fragebögen zur Evaluation der Öko-Feldtage 2025 mit ein, um bessere Aussagen zu den fokussierten Zielgruppen zu erhalten. Zusätzlich wurden die Evaluationen der DLG-Feldtage, Biofeldtage und Tech&Bio als

vergleichbare Outdoorveranstaltungen hinzugezogen und mit den Evaluationen der Öko-Feldtage verglichen, um daraus mögliche Handlungsoptionen für die Weiterentwicklung der Evaluation zu erhalten.

Im AP 3 wurden aufgrund der Evaluationen die Struktur der Besuchenden analysiert und ermittelt, welche Zielgruppen unterrepräsentiert sind. In Rückkopplung mit dem AP 2 wurde definiert, welche Zielgruppen, die zur strategischen Ausrichtung der Fachmesse passen, in Zukunft stärker erreicht und mit welchen passgenauen Angeboten bzw. einer zielgerichteten Ansprache diese Zielgruppen motiviert werden können, die Fachmesse zu besuchen. Dabei lag der Fokus der Analyse einerseits auf konventionellen Landwirtinnen und Landwirten sowie Berufs- und Fachschulen.

Im AP 4 wurden Bereiche dieser Art von Großveranstaltungen definiert, die besonders zur Emission von Treibhausgasen (THG) beitragen. Für die einzelnen Bereiche wurden Messverfahren bzw. Fragen zum Besuchendenverhalten erstellt, um belastbare Zahlen der Emissionen zu ermitteln. Diese Zahlen wurden ausgewertet und eine Bewertungsmethode entwickelt, die als Handlungsempfehlung Strategien zur Reduktion bzw. Vermeidung der Emissionen liefert.

Für die Entwicklung Bewertungsmethode in AP 4 wurde zu Beginn der Projektlaufzeit ab Juli 2023 die Auswertung der THG-Emissionen der Öko-Feldtage 2023 in Ditzingen durchgeführt. Hier wurden zum ersten Mal die wichtigsten Emissionsbereiche, die Mobilität der Anlieferung und Abholung der ausstellenden Organisationen und die An- und Abfahrt der Besuchenden erfasst sowie der Energieverbrauch und Abfalldaten ermittelt.

Auf Basis der gewonnenen Erfahrungen wurden dann für die Öko-Feldtage 2025 die Erfassung der Mobilitätsdaten für den gesamten Zeitraum der Öko-Feldtage sowie für den Energieverbrauch die entsprechenden Erfassungsbereiche definiert. Im Nachgang zu den Öko-Feldtagen 2025 wurden diese Daten von Juli bis November 2025 ausgewertet, ein Konzept für die Emissionserfassung beschrieben sowie eine Checkliste erstellt.

2. Wissenschaftlicher und technischer Stand, an den angeknüpft wurde

2.1 AP 2: Erfolgskontrolle

Eine Erfolgskontrolle von Events kann nur erfolgen, wenn eine klare Zielsetzung definiert ist. Nach Professor Hans Rück von der Hochschule Worms, Experte für Eventmarketing und Eventkontrolle, wird der klassische Leitfaden für Eventkontrolle in fünf Schritte aufgeteilt: Zielwirkungen festlegen, Zielgrößen identifizieren, die passenden Messverfahren wählen, Messen und Analysieren der Ergebnisse (RÜCK 2021). Die Festlegung der Zielwirkungen Emotion, Information, Motivation und Aktion bildet die Grundlage weiterer Maßnahmen, denn gerade die Emotionen sind nach Rück ein „Trägermedium“ für die Zielwirkungen Information, Motivation und Aktion. Die Erfolgskontrolle kann verschiedene Phasen des Event-Prozesses betreffen, die Kontrollkriterien können auf Vorfeld, Umfeld, Hauptfeld und Nachfeld angewendet werden (ZANGER, DRENGNER, 1999).

Eine Literaturrecherche aus dem Jahre 2024 kommt zu dem Schluss, dass die Forschung zu Managementpraktiken auf Agrarmessen noch in den Anfängen steckt, was sich auch in der geringen Anzahl gefundener Artikel widerspiegelt (GUTIERREZ et al., 2024). Nach Gutierrez treffen die Veranstaltenden ihre Entscheidungen für jede Veranstaltung auf Grundlage der Erfahrungen mit Publikum, Ausstellenden und kulturellen Attraktionen aus früheren Veranstaltungen oder auf Basis von Messen in nahegelegenen Städten oder Regionen.

Bisher vorliegende Leistungsbewertungen von Messen konzentrierten sich auf die Ausstellerseite (VITALI et. Al., 2022). Der Erfolg einer Messe hängt allerdings stark ab von der Zusammenarbeit zwischen Veranstaltenden, Ausstellenden und Besuchenden. Bisherige Ansätze zur Definition von Leistungskennzahlen konzentrierten sich auf die Bewertung von verkaufsbezogenen Aktivitäten (Vertriebsleistung) sowie verhaltensorientierten Dimensionen wie Informationsbeschaffung, Imagepflege und Beziehungsmanagement (Imageleistung).

Die Öko-Feldtage haben bisher fünfmal stattgefunden (2017, 2019, 2022, 2023 und 2025). Bei den ersten vier Veranstaltungen wurde eine, nach Standort leicht angepasste, Ausstellenden- und Besuchenden-Befragung durchgeführt. Die Evaluationsberichte (2x Universität Kassel, 1x Universität Gießen, 2x Gelszus Messe-Marktforschung) liegen als Grundlage vor.

Mit dem Marktforschungsinstitut Gelszus wurde im Rahmen des Projekts in Auswertung der Ergebnisse der bisher erfolgten Evaluationen und der Arbeitsergebnisse aus den AP 2 und AP 3 des Projekts eine auch inhaltlich weiterentwickelte Evaluation 2025 durchgeführt.

2.2 AP 3: Zielgruppenanalyse

Ziel des Arbeitspakets Zielgruppenanalyse ist es, die Besuchenden-Struktur und die Motivlagen hinsichtlich der Öko-Feldtage vertieft zu analysieren und darauf aufbauend Handlungsempfehlungen für eine zielgerichtete Weiterentwicklung des Veranstaltungsformats zu erarbeiten. Dabei steht insbesondere die Frage im Vordergrund, wie bestehende und potenziell neue Zielgruppen – etwa Berufsschulen, junge Menschen in Ausbildung sowie konventionell wirtschaftende Landwirt*innen – gezielter angesprochen und in das Messeerlebnis integriert werden können.

Zielgruppenanalysen dienen im Messekontext dazu, Angebots-, Kommunikations- und Interaktionsformate auf die Bedarfe spezifischer Besuchenden-Gruppen abzustimmen (BRUHN, 2019). Eine differenzierte Kenntnis der Besuchenden-Segmente ermöglicht es, thematische und organisatorische Schwerpunkte passgenau an den Erwartungen und Informationsgewohnheiten der Zielgruppen auszurichten. Dies gilt insbesondere für Messen im landwirtschaftlichen Kontext, die nicht nur als Präsentationsplattformen, sondern zunehmend auch als Lern- und Netzwerkforen fungieren (AUMA, 2022). Die Öko-Feldtage als bundesweite Leitveranstaltung für den ökologischen Landbau vereinen diese Funktionen in besonderer Weise: Sie dienen sowohl der Wissensvermittlung als auch der Vernetzung zwischen Praxis, Beratung, Wissenschaft und Wirtschaft.

Vor diesem Hintergrund zielt die Zielgruppenanalyse im Rahmen von MoWeFA darauf ab,

1. vorhandene Zielgruppenprofile zu überprüfen und zu schärfen,
2. bislang unterrepräsentierte Besuchenden-Gruppen zu identifizieren und besser zu verstehen sowie
3. konkrete Ansatzpunkte für die zielgruppengerechte Gestaltung zukünftiger Veranstaltungen und Veranstaltungsformate abzuleiten.

Im Fokus steht dabei die Entwicklung eines empirisch fundierten Verständnisses zentraler Zielgruppen, um die Passung zwischen Angebot, Kommunikation und Besuchenden-Erwartungen zu optimieren. Darüber hinaus soll die Untersuchung einen Beitrag zur Weiterentwicklung der Öko-Feldtage als dialogorientierte Plattform leisten, die Fachbesucher*innen aus der Praxis, Bildungseinrichtungen, Beratung und Forschung gleichermaßen adressiert und vernetzt.

Theoretischer Hintergrund: Zielgruppenanalyse im Messekontext

Zielgruppenanalysen sind ein etabliertes Instrument der strategischen Messeentwicklung. Sie dienen dazu, Besuchenden-Segmente differenziert zu erfassen und deren spezifische Bedarfe, Erwartungen und Verhaltensmuster zu verstehen. In der Forschung werden verschiedene Ansätze der Zielgruppenanalyse unterschieden, die sich in ihrer methodischen Logik und in ihrem Erkenntnisinteresse ergänzen.

Grundlegend lassen sich soziodemografische, psychografische, verhaltensbasierte und kontextbezogene Ansätze differenzieren (BRUHN, 2019; MEFFERT et al., 2019).

Soziodemografische Analysen bilden die Basis vieler Publikumsforschungen, da sie Aufschluss über Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bildungsgrad, Berufsfeld oder Herkunftsregion geben. Sie ermöglichen eine erste Segmentierung und dienen häufig als Grundlage für die Ableitung zielgerichteter Kommunikationsstrategien.

Psychografische Analysen ergänzen diese Perspektive, indem sie Einstellungen, Werte, Motive und Interessen der Besuchenden-Gruppen erfassen. Gerade im Kontext von Messen mit Bildungs- und Transfercharakter wie den Öko-Feldtagen spielen intrinsische Motivlagen und persönliche Überzeugungen (z. B. Nachhaltigkeitsorientierung, Innovationsinteresse) eine entscheidende Rolle (BRUHN, BURMANN & KIRCHGEORG, 2020).

Verhaltensbasierte Zielgruppenanalysen gehen darüber hinaus und untersuchen tatsächliche Handlungs- und Nutzungsmuster der Besuchenden, etwa Aufenthaltsdauer, Bewegungsrouten oder Interaktionen mit Ausstellungsbereichen. Solche Verfahren – beispielsweise durch den Einsatz von RFID- oder BLE-Tracking – ermöglichen eine präzisere Analyse der Besuchenden-Ströme und Kontaktpunkte (CHONGWATPOL, 2015). Aufgrund begrenzter Ressourcen konnten im Rahmen des Projekts MoWeFA diese verhaltensbezogenen Analysen nicht umgesetzt werden.

In der Praxis verschwimmen die Grenzen zwischen diesen methodischen Zugängen zunehmend: Moderne Messebefragungen kombinieren demografische, verhaltensbezogene und psychografische Elemente, um Motive der Besuchenden, Informationsverhalten und Wahrnehmungsmuster umfassend zu erfassen (MALHOTRA et al., 2017). Auch die Besuchenden-Befragung der Öko-Feldtage 2025 folgt diesem Ansatz, indem sie klassische Strukturfragen um Items zu Interessen, Themenpräferenzen, Mediennutzung und persönlichen Einstellungen ergänzt. Dadurch entsteht ein erweitertes, mehrdimensionales Bild der Besuchenden.

Für die Öko-Feldtage ist dieser kombinierte Ansatz besonders relevant, da hier sehr heterogene Zielgruppen aufeinandertreffen – von Landwirt*innen über Studierende und Lehrpersonen bis hin zu Wissenschaft, Beratung und Wirtschaft. Die Herausforderung besteht darin, die unterschiedlichen Informations- und Kommunikationsbedürfnisse dieser Gruppen sichtbar zu machen und in die Weiterentwicklung der Messeformate zu integrieren.

Zielgruppenanalysen erfüllen damit im Kontext von Messen eine Doppelfunktion: Einerseits dienen sie der strategischen Positionierung und der Bindung von Besuchenden, andererseits unterstützen sie die Evaluation und Weiterentwicklung von Kommunikations-, Bildungs- und Interaktionsangeboten (AUMA, 2022). Sie liefern somit die empirische Grundlage, um Formate wie die Öko-Feldtage als zukunftsorientierte Lern- und Netzwerkplattform weiterzuentwickeln.

2.3 AP 4: Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung

Großveranstaltungen nachhaltig und umweltfreundlich zu gestalten ist eine Herausforderung für die gesamte Branche (vgl. BAUER et al, 2022). Es bestehen mehrere Handreichungen, die die ökologische Nachhaltigkeit von Veranstaltungen behandeln. Unter anderem hat das Umweltbundesamt hierzu einen Leitfaden veröffentlicht (BMU, 2020). Dieser bezieht sich ausschließlich auf Indoor-Eventformate. Das Bundesamt für Naturschutz hat gemeinsam mit dem Verein „Sounds for Nature“ eine Handreichung für umweltverträgliche Outdoor-Großveranstaltungen entwickelt, die vorrangig für Festivals Anwendung findet (Sounds for Nature e.V., 2013). Auch andere Leitfäden wie der des Landes Baden-Württemberg (MUKE, 2022) gehen nicht ausreichend spezifisch auf die Eigenschaften und Herausforderungen landwirtschaftlicher Outdoor-Messen ein.

Aus dem aktuellen Stand des Wissens leitet sich daher folgende Fragestellung ab: Wie können landwirtschaftliche Outdoor-Messen und -Veranstaltungen ihren ökologischen Fußabdruck ermitteln und reduzieren? Ziel ist es, hierfür eine Bewertungsmethode und eine Handreichung inkl. Checkliste zu entwickeln, die Veranstaltenden solcher Formate den Weg zur Klimaneutralität ihres Events erleichtert. Dies beinhaltet sowohl die Erfassung des ökologischen Fußabdrucks, Empfehlungen zur Vermeidungsstrategie sowie Vorschläge zur Kompensation der entstandenen THG-Emissionen, die der Unterstützung der ökologischen Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion dienen.

Im Jahr 2023 wurde im Rahmen der Öko-Feldtage in Baden-Württemberg der ökologische Fußabdruck des Veranstaltungsverkehrs, der Energieversorgung und der Abfallwirtschaft (inkl. Lebensmittelabfälle) ermittelt. Die hierfür erhobenen Werte (gefahrenere km pro Verkehrsmittel, verbrauchte kWh Strom je Erzeugungsart, verwendete kg Rohstoffe in der Verpflegung, entstandene kg Abfall) wurden mithilfe der vorgegebenen Standardwerte aus der UBA-Methodenkonvention, bzw. der Datenbank „ecoinvent Version 2.0“ zu einem CO₂-Fußabdruck der Öko-Feldtage 2023 zusammengeführt.

Diese Datenerhebung und Auswertung dient als Grundlage für die Entwicklung einer Bewertungsmethode und deren Anwendung, um landwirtschaftliche Outdoor-Veranstaltungen auf den Weg zur Klimaneutralität zu begleiten.

3. Material und Methoden

3.1 AP 2: Erfolgskontrolle

Eine Evaluation bzw. Erfolgskontrolle von Veranstaltungen kann nur erfolgreich durchgeführt werden, wenn vorher klar die Ziele definiert sind. Das beinhaltet die Zielklärung und die Zielkategorien. Zuallererst wurde eine Ist-Analyse durchgeführt, welche Ziele definiert, welche Zielgruppen wie angesprochen wurden und welche Themen und Formate hoch im Ranking standen. Dazu wurden die Geschäftsführungen der FiBL Projekte GmbH sowie der Stiftung Ökologie & Landbau (als Mitveranstalterin der Öko-Feldtage) nach der ursprünglichen Zielsetzung befragt und ausgewertet. Beide Organisationen beschäftigten sich schon Anfang der 2010er Jahre mit der Konzeptionierung eines Messeformats für die Ökologische Landwirtschaft. Anfang 2015 wurden nach Rücksprache mit der Universität Kassel-Witzenhausen, der Hessischen Staatsdomäne Frankenhausen als Veranstaltungsort und der Unterstützung durch das hessische Landwirtschaftsministerium entschieden, im Juni 2017 das Pilotprojekt der ersten Öko-Feldtage auf der Domäne Frankenhausen umzusetzen.

Bereits bei den ersten Öko-Feldtagen 2017 wurden in Kooperation mit dem Fachbereich Agrar- und Lebensmittelmarketing der Universität Kassel unter der damaligen Leitung von Prof. Dr. Ulrich Hamm die ersten Fragebögen für Besuchenden- und Ausstellenden-Befragungen entwickelt, um Aussagen zu den Hauptkunden und Zielsetzungen der Öko-Feldtage treffen zu können. Dabei wurden in den Jahren 2017, 2019 und 2022 Besuchende an beiden Tagen computergestützt in Form von persönlichen Interviews durch Mitarbeitende und Studierende der Universitäten Kassel (2017, 2019) und Gießen (2022) jeweils am Ausgang befragt. Für die Befragung der Ausstellenden wurde vorab eine auf der Branchenzugehörigkeit basierende Zufallsauswahl getroffen, die die Branchenverhältnisse der Ausstellenden anteilig widerspiegelt. Die Befragung fand am zweiten (und dritten in 2022) Veranstaltungstag durch persönliche Interviews statt.

Ab den Öko-Feldtagen 2023 wurde die Besuchenden-Befragung durch Mitarbeitende der Gelszus Messe-Marktforschung GmbH an beiden Tagen mit computergestützten Interviews (CASI) mit zwei mobilen Interviewer*innen und einem/einer Interviewer*in stationär auf dem Gelände der Öko-Feldtage durchgeführt. Die Ausstellenden-Befragung erfolgte ab 2023 durch eine Paper-Pencil-Befragung. Die Ausstellenden wurden persönlich kontaktiert. Die Befragten erhielten den Fragebogen am Morgen des zweiten Veranstaltungstages. Im Laufe des Tages wurden die ausgefüllten Fragebögen von den Institutsmitarbeitenden eingesammelt. Die Rücklaufquote lag zwischen 89 Prozent (2025) und 90 Prozent (2023).

Die Inhalte der Fragen wurden aufgrund der wechselnden Standorte und neuer Messeprogrammpunkte jeweils leicht angepasst, um die Vergleichbarkeit gewährleisten zu können.

Die Stichprobengröße bei allen Besuchenden-Befragungen lag zwischen n=501 und n=662 (höhere Anzahl als Ausnahme im Jahr 2022 mit drei Veranstaltungstagen). In den letzten beiden Jahren 2023 und 2025 lag sie bei n=523/522. Damit liegt sie nach der Formel von COCHRAN (1977) und einer geschätzten Grundgesamtheit von 10.000-12.000 Besuchenden im Konfidenzniveau von 95 Prozent und einer Fehlermarge von +/- 5 Prozent.

Als Skala für die Fragebögen wurde über alle Evaluationen eine 5er-Skala von sehr gut/sehr schlecht beziehungsweise sehr zufrieden/sehr unzufrieden verwendet.

Damit fließen in dieses Projekt zuerst die Evaluationsergebnisse der Öko-Feldtage 2017 bis 2023 ein und werden bzgl. folgender Zielgruppen/Leistungen ausgewertet:

- Entwicklung Anteil Landwirtinnen und Landwirte (aufgeteilt in konv./öko)
- Entwicklung Anteil Studierende/Schülerinnen und Schüler
- Besuchenden-Zufriedenheit
- Ausstellenden-Zufriedenheit
- Interesse an Bereichen
- Interesse an Angeboten
- Weiterempfehlungsbereitschaft bei Besuchenden und Ausstellenden

Die Ergebnisse dieser Auswertungen bildeten die Grundlage für das Konzept der Fragebögen für die Öko-Feldtage 2025. Vor allem die gewünschten Informationen seitens der Persona aus AP 3 mit Fokus auf Informationsverhalten, thematischen Interessenschwerpunkten, Teilnahmegründen und Einstellungsprofilen der Besuchenden ergänzten die Fragebögen aus den Vorjahren. Dabei bestand die Herausforderung, eine Entscheidung zu treffen bezüglich Vergleichbarkeit zu den Voruntersuchungen, Länge der Fragebögen und möglichem Erkenntnisgewinn durch zusätzliche Fragen. Diese Entscheidung wurde in enger Abstimmung mit dem beauftragten Marktforschungsinstitut Gelszus Messe-Marktforschung getroffen.

Die Kunden von Outdoor-Großveranstaltungen sind die Besuchenden und die Ausstellenden. In diesem Projekt erfolgt die Fokussierung auf die Besuchenden:

1. Besucher*innenbezogene Ziele

- Besuchendenzahl und -struktur (Qualität statt nur Quantität)
- Zufriedenheit, Messeerlebnis, wahrgenommener Nutzen
- Besuchsmotivation und Zielerreichung
- Rückkehr- und Weiterempfehlungsbereitschaft

2. Strategische & nicht-ökonomische Effekte

- Marktpositionierung der Messe
- Innovations- und Trendtransfer
- Community-Building

3.2 AP 3: Zielgruppenanalyse

Das methodische Vorgehen der Zielgruppenanalyse basiert auf einem mehrstufigen, triangulativen Forschungsdesign. Durch die Kombination unterschiedlicher Erhebungs- und Auswertungsansätze werden sowohl quantitative Strukturdaten als auch qualitative Deutungsmuster und subjektive Wahrnehmungen erfasst. Dieses Vorgehen folgt dem Prinzip der methodischen Triangulation (FLICK, 2011), die darauf abzielt, die Validität der Ergebnisse durch den Vergleich und die Ergänzung unterschiedlicher Datenquellen zu erhöhen.

Die Untersuchung stützt sich auf drei methodische Säulen:

1. **Quantitative Besuchenden-Befragung durch ein externes Marktforschungsinstitut (Gelszus, 2025)**
→ liefert Basisdaten zur Besuchendenstruktur, Motivlage, Interessen und Zufriedenheit,
2. **Qualitative Leitfadeninterviews mit Lehrpersonen von Berufs- und Fachschulen**
→ ermöglichen vertiefte Einblicke in Wahrnehmung, Erwartungen und Bedarfe einer spezifischen Zielgruppe,
3. **Online-Ergänzungsbefragung derselben Zielgruppe**
→ dient der Validierung und Erweiterung der qualitativen Erkenntnisse.

Während frühere Besuchenden-Befragungen der Öko-Feldtage primär auf strukturelle und demografische Merkmale fokussierten, wurde der Fragebogen 2025 gezielt um psychografische und verhaltensbezogene Dimensionen erweitert. Neben Basisdaten zur Besuchenden-Struktur (z. B. Herkunft, Berufsgruppe, Betriebsform) erfasst die aktuelle Gelszus-Erhebung auch Informationsverhalten, thematische Interessenschwerpunkte, Teilnahmegründe und Einstellungsprofile der Besuchenden. Damit wird ein differenzierteres Bild der Motivlagen und Wertehaltungen möglich, das über rein deskriptive Strukturdaten hinausgeht.

Beispielsweise geben die Fragen zu den bevorzugten Informationskanälen (F 14-18), zu persönlichen Themeninteressen (F 13) und zu individuellen Einstellungen und Arbeitsweisen (F 37) Aufschluss über psychografische Merkmale wie Innovationsorientierung, Nachhaltigkeitsbewusstsein und Traditionsbezug. Diese Erweiterung verankert die quantitative Erhebung stärker im theoretischen Konzept der psychografischen Zielgruppenanalyse (SOLOMON, MARSHALL & STUART, 2018; BRUHN, BURMANN & KIRCHGEORG, 2020) und ermöglicht, attitudinale Segmente innerhalb der Besuchenden zu identifizieren.

Somit erfüllt die Besuchenden-Befragung 2025 eine Doppelfunktion: Sie bildet einerseits eine quantitative Basis zur Beschreibung der Gesamtstruktur der Besuchenden, andererseits liefert sie psychografische und verhaltensbezogene Indikatoren, die in die qualitative Vertiefung (Interviews und Online-Befragung) einfließen.

Durch diese Dreigliederung wird der zuvor beschriebene theoretische Rahmen praktisch umgesetzt: Die quantitative Befragung adressiert strukturelle und psychografische Merkmale, während Interviews und Onlinebefragung Deutungsmuster und Kontextfaktoren beleuchten. Damit entsteht ein integriertes, mehrdimensionales Verständnis der Zielgruppenstruktur der Öko-Feldtage.

Ergänzend zu diesen drei Säulen wurde im Oktober 2025 eine weitere nachgelagerte Online-Befragung (Microsoft Forms) mit Fokus auf (überwiegend) konventionell wirtschaftende Landwirt*innen durchgeführt. Ziel war es, über die Verteiler des Sächsischen Bauernverbandes (SLB) und der Landwirtschaftskammer Niedersachsen Personen zu erreichen, die die Öko-Feldtage 2025 nicht besucht hatten oder trotz Teilnahme eher unzufrieden waren, um Barrieren, Bedarfe und mögliche Ansatzpunkte für eine zielgruppengerechtere Ansprache und Angebotsgestaltung zu identifizieren. Insgesamt gingen jedoch lediglich drei vollständig ausgefüllte Fragebögen ein, sodass diese Erhebung keine belastbaren Aussagen erlaubt und im Folgenden ausschließlich als explorativer Zusatzbaustein mit illustrativem Charakter berücksichtigt wird.

3.2.1 Begründung der Methodenauswahl

Die gewählte Methodenkombination folgt einem triangulativen Forschungsansatz, der quantitative Breite und qualitative Tiefe verbindet (Flick, 2011). Ziel ist es, die Vielfalt der Besuchenden-Perspektiven differenziert abzubilden und ein kontextsensitives Verständnis der unterschiedlichen Zielgruppen der Öko-Feldtage zu gewinnen. Durch die Kombination strukturierter und offener Erhebungsformen werden sowohl messbare Merkmale (z. B. Betriebsform, Alter, Besuchsfrequenz) als auch subjektive Wahrnehmungen, Motivlagen und Einstellungen erfasst.

Die quantitative Besuchenden-Befragung durch Gelszus (2025) bildet dabei die Grundlage der Analyse. Sie ermöglicht, das Besuchenden-Spektrum der Öko-Feldtage statistisch zu beschreiben und zugleich psychografische Dimensionen systematisch zu erfassen. Neben klassischen Strukturmerkmalen erhebt der Fragebogen Themeninteressen, Informationskanäle, Teilnahmemotive und persönliche Einstellungen (z. B. zu Nachhaltigkeit, Innovation, Tradition). Damit geht die Erhebung über eine rein demografische Analyse hinaus und eröffnet die Möglichkeit, Besuchenden anhand ihrer Motivlagen und Orientierungen zu segmentieren.

Dieser methodische Ausbau entspricht der Weiterentwicklung der Messforschung insgesamt, die zunehmend versucht, attitudinale und verhaltensbezogene Faktoren in standardisierte Erhebungsinstrumente zu integrieren (MALHOTRA et al., 2017). So lässt sich empirisch fundiert nachvollziehen, welche Themenfelder, Kommunikationskanäle und Angebotsformate für unterschiedliche Besuchenden-Gruppen besonders relevant sind.

Die qualitativen Leitfadeninterviews mit Lehrpersonen an Berufs- und Fachschulen ergänzen diese quantitative Basis, indem sie die Erfahrungen und Einschätzungen

einer spezifischen, bislang unterrepräsentierten Zielgruppe vertieft erfassen. Diese Lehrpersonen begleiteten im Rahmen der Öko-Feldtage 2025 ihre Klassen zu organisierten Führungen und nahmen somit aktiv an der Veranstaltung teil. Sie fungieren als zentrale Gatekeeper und Multiplikator*innen, da sie über die Entscheidung über Exkursionen, über pädagogische Bewertung und über die Weitergabe von Informationen an Schülerinnen und Schüler maßgeblich Einfluss auf die Reichweite der Veranstaltung im Bildungssystem haben.

Die Interviews dienten daher mehreren Zielen:

- Erfassung der pädagogischen Relevanz und wahrgenommenen Mehrwerte der Öko-Feldtage für den Unterricht und die berufliche Bildung,
- Analyse der Motivationen und Hemmnisse bei der Teilnahmeplanung,
- Identifikation von Bedarfen und Verbesserungsvorschlägen für zukünftige Bildungsangebote,
- Erhebung der Informationsgewohnheiten und Kommunikationskanäle, über die Lehrpersonen auf die Veranstaltung aufmerksam wurden.

Die qualitative Erhebung folgt dem Prinzip des theoretischen Samplings (GLASER& STRAUSS, 1980), bei dem Informationsreichtum und Fallrelevanz im Vordergrund stehen. Befragt wurden Lehrpersonen, die bereits ein besonderes Engagement für den Themenkomplex „ökologische Landwirtschaft“ gezeigt und Exkursionen zu den Öko-Feldtagen organisiert hatten. Diese gezielte Auswahl ermöglicht es, typische Muster und Ansatzpunkte für eine gezieltere Ansprache von Berufsschulen zu identifizieren.

Der ergänzende Onlinefragebogen richtet sich an dieselbe Zielgruppe und diente der Validierung und Erweiterung der Interviewergebnisse. Er enthielt inhaltlich ähnliche Themenfelder wie die Leitfadeninterviews, wurde jedoch stärker standardisiert und auf eine breitere Teilnahme ausgelegt. Teils nahmen dieselben Lehrpersonen an beiden Erhebungen teil, sodass inhaltliche Querbezüge und Plausibilitätsprüfungen möglich waren.

Die Onlinebefragung hatte somit nicht das Ziel, repräsentative Kennzahlen zu generieren, sondern die qualitative Datentiefe zu erweitern und Muster zu verdichten. Beide Erhebungen gemeinsam liefern eine fundierte Grundlage, um Lehrpersonen als zentrale Zielgruppe und Multiplikator*innen für zukünftige Messeformate systematisch zu berücksichtigen. Die dritte Säule wird durch eine explorative Online-Befragung konventionell wirtschaftender Landwirt*innen (Oktober 2025, n=3) ergänzt, die aufgrund ihrer geringer Rücklaufquote als illustrativer Zusatz dient.

Insgesamt ermöglicht die Kombination der drei methodischen Säulen – der erweiterten Gelszus-Befragung, der Interviews und der Online-Ergänzungsbefragung – eine methodisch kohärente, empirisch belastbare und zugleich praxisnahe Zielgruppenanalyse. Sie verknüpft Strukturdaten mit Motivlagen, Wahrnehmungen und Kontextinformationen und bietet damit eine belastbare Basis für die Weiter-

entwicklung der Öko-Feldtage und vergleichbarer landwirtschaftlicher Großveranstaltungen.

3.2.2 Wissenschaftliche Fundierung und methodische Triangulation

Die methodische Triangulation ist ein in der sozialwissenschaftlichen Forschung etabliertes Vorgehen zur Erhöhung der Validität empirischer Befunde (FLICK, 2011). Durch die Kombination verschiedener Datentypen und Erhebungsmethoden lassen sich komplexe Untersuchungsgegenstände wie Besuchenden-Verhalten, Informationsstrategien und Motivlagen aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchten. Gerade bei explorativen Fragestellungen, in denen nicht nur Strukturen, sondern auch subjektive Bedeutungen und Handlungsmotive verstanden werden sollen, gilt Triangulation als zentrale Strategie zur Erkenntniserweiterung (DENZIN, 2017; FLICK, 2006).

Im Kontext von Zielgruppenanalysen auf Fachmessen ist dieser Ansatz besonders relevant: Besuchende unterscheiden sich nicht nur in ihren soziodemografischen Merkmalen, sondern auch in ihren Informationsgewohnheiten, Interessen, Werthaltungen und Handlungsorientierungen. Eine rein deskriptive, quantitative Erhebung kann diese Vielschichtigkeit nur begrenzt abbilden. Erst die Verbindung mit qualitativen Verfahren ermöglicht es, die kognitiven und emotionalen Dimensionen von Messebesuchen – etwa Erwartungen, Lerninteressen oder subjektiv wahrgenommene Relevanz – systematisch zu erfassen (KUCKARTZ, 2014; PATTON, 2009).

Das hier angewandte Forschungsdesign folgt dieser Logik: Die Besuchendenbefragung des Marktforschungsinstituts Gelszus (2025) stellt die quantitative Basis bereit, auf der die Struktur und psychografische Zusammensetzung der Besuchenden erfasst werden. Durch die Erweiterung des Fragebogens um psychografische und verhaltensbezogene Elemente – etwa zu Informationskanälen, Themeninteressen, Teilnahmemotiven und Werthaltungen – wird das klassische demografische Analysemodell zu einem multiperspektivischen Ansatz ausgebaut. Diese Erweiterung entspricht aktuellen Entwicklungen der Messe- und Marketingforschung, die darauf abzielen, Besuchenden-Segmente zunehmend über Einstellungen, Motive und Werte anstatt ausschließlich über äußere Merkmale zu differenzieren (BRUHN, BURMANN & KIRCHGEORG, 2020; SOLOMON, MARSHALL & STUART, 2018).

Die qualitativen Interviews und der ergänzende Onlinefragebogen vertiefen diese Erkenntnisse, indem sie den sozialen und institutionellen Kontext einer spezifischen Besuchendengruppe – der Lehrpersonen an Berufs- und Fachschulen – erschließen. Diese Gruppe ist in der Besuchenden-Struktur der Öko-Feldtage bislang unterrepräsentiert, spielt jedoch eine zentrale Rolle als pädagogische Multiplikatorin und Gatekeeper für die Ansprache junger Menschen in der landwirtschaftlichen Ausbildung. Durch die Kombination von standardisierten Daten mit offenen,

narrativen Aussagen können strukturelle Muster und subjektive Deutungen in Beziehung gesetzt werden.

Das theoretische Sampling (GLASER & STRAUSS, 1980) erlaubt dabei, gezielt Fälle auszuwählen, die für das Erkenntnisinteresse besonders aufschlussreich sind – etwa Lehrpersonen, die Exkursionen aktiv gestalten und reflektieren. Diese Herangehensweise zielt nicht auf Repräsentativität, sondern auf theoretische Sättigung und Typenbildung, also auf die Identifikation wiederkehrender Argumentations- und Wahrnehmungsmuster.

Auch die qualitative Inhaltsanalyse nach KUCKARTZ (2014), die für die Auswertung der Interviews eingesetzt wird, steht in dieser Tradition einer systematischen, theoriegeleiteten Annäherung an qualitative Daten. Sie ermöglicht es, induktiv gewonnene Kategorien (z. B. Motivlagen, Bedarfe, Kommunikationskanäle) mit deduktiv vorgegebenen Dimensionen aus der quantitativen Erhebung zu verknüpfen. So entsteht eine integrierte, datengestützte Basis für die Ableitung zielgruppenspezifischer Handlungsempfehlungen.

In der Evaluations- und Bildungsforschung gilt die Verbindung von quantitativen und qualitativen Methoden als bewährte Strategie, um sowohl individuelle Deutungsmuster als auch institutionelle Rahmenbedingungen sichtbar zu machen (PATTON, 2009; TASHAKKORI & TEDDLIE, 2010). Gerade für Messen mit Bildungs- und Transfercharakter, wie es die Öko-Feldtage sind, bietet diese Herangehensweise einen besonderen Mehrwert: Sie erlaubt nicht nur die Bewertung von Besuchenden-Struktur und Zufriedenheit, sondern auch die Analyse von Lernprozessen, Motivationsfaktoren und Kommunikationswirkungen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Triangulation quantitativer und qualitativer Daten im Projekt MoWeFA dazu dient, die Validität und Tiefe der Zielgruppenanalyse zu erhöhen. Sie verknüpft objektive Strukturdaten mit subjektiven Deutungsmustern und schafft damit eine empirische Grundlage für die Weiterentwicklung der Öko-Feldtage als lern- und dialogorientiertes Veranstaltungsformat.

3.3 AP 4: Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung

Die Grundlage der Analyse für die THG-Emission der Öko-Feldtage 2023 bilden die Verkaufszahlen von Tickets. Es wurde geschätzt, dass etwa 66 Prozent der insgesamt verkauften Tickets über den Online-Ticketshop und 33 Prozent an den Tageskassen erworben wurden. Dies entspricht in absoluten Zahlen 6.765 Datensätzen aus dem Online-Ticketshop, während die Gesamtschätzung der verkauften Tickets, abzüglich Freikarten, bei 10.250 liegt.

Als Grundlage für die Berechnung der THG-Emissionen auf den Öko-Feldtagen 2025 wurden die Verkaufszahlen aus dem Ticketshop herangezogen. Insgesamt

wurden 3.760 Datensätze zur Berechnung herangezogen, das sind 55 Prozent der insgesamt verkauften Tickets. Insgesamt wurden 6.836 Tickets erfasst, während die Gesamtschätzung, zusätzlich zu den Freikarten, bei 7.748 Besuchenden lag.

Um die durch den Transport verursachten Emissionen besser einschätzen zu können, wurden die Besuchenden nach der Art ihrer genutzten Verkehrsmittel kategorisiert. Zu den untersuchten Mobilitätsarten zählten Pkw, Bahn, Shuttlebus, Reisebus und Motorrad. Für alle Hochrechnungen wurde eine Gleichverteilung der Daten angenommen, um eine Vergleichbarkeit der verschiedenen Mobilitätsarten zu gewährleisten.

3.3.1 Grundlage der Emissionsberechnung

Mobilität der Besuchenden

Die Emissionsfaktoren, die für die Bewertung der An- und Abreise der Besuchenden sowie des Ausstellendenverkehrs für den Auf- und Abbau herangezogen wurden, beruhen auf der Methodenkonvention des Umweltbundesamtes (UBA, 2025). Die Berechnung der durch den Personenverkehr verursachten Emissionen basiert auf der Maßeinheit „Gramm CO₂-Äquivalente pro Personenkilometer“ (g CO₂-eq/Pkm). Dies erlaubt eine detaillierte Analyse der mobilitätsbedingten Emissionen, wobei unterschiedliche Verkehrsmittel berücksichtigt wurden, um den gesamten ökologischen Fußabdruck der Veranstaltung möglichst genau zu erfassen (Tabelle 1).

Tabelle 1: Vergleich der durchschnittlichen Emissionen einzelner Verkehrsmittel im Personenverkehr

**Vergleich der durchschnittlichen Emissionen einzelner Verkehrsmittel
im Personenverkehr in Deutschland 2023: Linien- und Individualverkehr**

Quelle: Umweltbundesamt, WELBO 4.011

Verkehrsmittel	Treibhausgase ¹	Stickoxide	Partikel ²	Auslastung
Pkw³	164	0,30	0,012	1,4 Pers./Pkw
⁴ davon Elektro-Pkw	72	0,07	0,003	
⁴ davon Hybrid-Pkw	114	0,09	0,007	
⁴ davon Diesel-Pkw	172	0,49	0,014	
⁴ davon Benzin-Pkw	164	0,17	0,012	
Flugzeug, Inland	297⁴	0,95	0,019	70 %
Eisenbahn, Fernverkehr	26	0,03	0,001	49 %
Linienbus, Fernverkehr	30	0,03	0,002	52 %
Eisenbahn, Nahverkehr	49	0,16	0,004	27 %
⁵ davon Dieseltrekktion	84	0,62	0,014	
⁵ davon Elektrotrekktion	40	0,04	0,002	
Linienbus, Nahverkehr⁵	92	0,23	0,008	16 %
⁵ davon Elektrobusse	66	0,07	0,003	
⁵ davon Dieselbusse	95	0,25	0,008	
Straßen-, Stadt- und U-Bahn	50	0,05	0,002	17 %
Pedelec	3	0,00	0,000	1 Pers./Pedelec

g/Pkm = Gramm pro Personenkilometer, inkl. der Emissionen aus der Bereitstellung und Umwandlung der Energieträger in Strom, Benzin, Diesel, Flüssig- und Erdgas sowie Kerzenöl; sämtliche für Elektrotrieb ausgewiesenen Emissionsfaktoren basieren auf Werten zum durchschnittlichen Strom-Mix in Deutschland; Emissionsfaktoren, die auf unternehmens- oder sektorbezogenen Strombezügen basieren (siehe z. B. "CO₂Kompass" der Deutschen Bahn AG), können daher von den in der Tabelle dargestellten Werten abweichen.

¹ CO₂ / CH₄ / N₂O angegeben in CO₂-Äquivalenten gemäß AR5 (5. IPCC-Sachstandsbericht)
² ohne Abrieb von Reifen, Straßenbelag, Bremsen, Oberleitungen
³ alle Antriebe (Benzin, Diesel, Elektro, Flüssig- und Erdgas, Hybride)
⁴ inkl. Nicht-CO₂-Effekte, EMF 1.5 (auf Basis von "Software für a simplified estimation of CO₂ equivalents of individual flights", nationaler Luftverkehr der Hauptverkehrsflughäfen
⁵ alle Antriebe (Diesel, Elektro, Hybride, Erdgas)

Fi: Informationen zu den Emissionen aus Infrastruktur- und Luftverkehrsberechnung siehe UBA Broschüre "Umweltfreundlich mobil!"
"CO₂Kompass" der Deutschen Bahn AG
"Software für a simplified estimation of CO₂ equivalents of individual flights" (Climate Change 27/2023)

Energieverbrauch und Emissionen während der Veranstaltung

Zur Berechnung des Energieverbrauchs während der Veranstaltung wurden verschiedene Energiequellen berücksichtigt, die nach Dieselgenerator/Heizöl, dem deutschen Strommix sowie einem Ökostrommix differenziert wurden. Die folgenden Emissionsfaktoren wurden dabei herangezogen:

- Heizöl: 1 Liter Heizöl entspricht einem Energiegehalt von 10 kWh, wobei 0,266 kg CO₂-Äquivalente pro kWh ausgestoßen werden (UBA).
- Öko-Strommix: Bei der Verwendung von Ökostrom entstehen Emissionen von 0,051 kg CO₂-Äquivalenten pro kWh (UBA).
- Deutscher Strommix: Der konventionelle Strommix in Deutschland erzeugt deutlich höhere Emissionen von 0,498 kg CO₂-Äquivalenten pro kWh (UBA).

Diese Differenzierung nach Energieträgern ist essenziell, um den unterschiedlichen ökologischen Auswirkungen der jeweils genutzten Energiequellen gerecht zu werden. Dies ermöglicht nicht nur eine präzise Berechnung des CO₂-Fußabdrucks, sondern auch die Identifikation von Einsparpotenzialen im Energiemanagement zukünftiger Veranstaltungen.

Emissionen durch den Auf- und Abbau

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil der Emissionsbewertung betrifft den Auf- und Abbau der Veranstaltung, bei dem insbesondere Lkw mit einem Gewicht von 7,5 bis 40 Tonnen zum Einsatz kamen. Insgesamt wurden 150 Lkw-Datensätze erfasst, wovon 79 Datensätze eine Kilometerangabe enthielten, was etwa 51 Prozent der erfassten Lkw-Bewegungen entspricht. Für die Emissionsberechnung wurde eine Durchschnittsemission von 0,792 kg CO₂-Äquivalenten pro Kilometer für Lkw dieser Gewichtsklasse angesetzt (ecoinvent 3).

Wasserverbrauch

Zum Zeitpunkt der Analyse wurden aus zeitlichen Gründen noch keine differenzierte Werte für den Wasserverbrauch erhoben. Notwendig wäre die getrennte Erfassung des Wasserverbrauchs ab dem Zeitpunkt der Aussaat der Demonstrationsflächen sowie die Erfassung des Wasserverbrauchs während der Auf-/Abbauphase und an den beiden Messetagen.

Emissionen durch verbrauchte Lebensmittel und Abfall

Mit in die Berechnung der Gesamtemissionen einfließen sollte die Erfassung der Lebensmittel, die während der Messe verzehrt wurde, bzw. die Erfassung der Menge an Speiseresten, die nicht verbraucht wurden. Ebenso sollte der Verpackungsabfall sowie weitere Siedlungsabfälle zur Berechnung erfasst werden. Schon bei der Erhebung der Daten für die Öko-Feldtage 2023 erwies sich eine sinnvolle Auswertung als nicht möglich, da eine getrennte Erfassung der verschiedenen

Abfallströme in der Praxis nicht möglich war. So gab es für den allgemeinen Abfall nur ein Unternehmen, das Zahlen zur Gesamtmenge liefern konnte, jedoch nicht getrennt nach den verschiedenen Abfallströmen (z. B. verschiedene Kunststoffe, Holz, Papier, Metall etc.). Das galt auch für die Erfassung der nicht verwendeten Lebensmittel. Bei der Nachfassung bei den Gastronom*innen konnten keine nennenswerten Abfallmengen festgestellt werden.

Die Methodik des CO₂-Fußabdrucks der Öko-Feldtage 2023 stützt sich auf solide Datengrundlagen und etablierte Emissionsfaktoren. Die Annahme einer Gleichverteilung der Besuchendenströme nach Mobilitätsarten sowie die differenzierte Analyse der Energiequellen erlauben eine fundierte Einschätzung der ökologischen Auswirkungen der Veranstaltung. Die bisher durchgeführten Analysen bieten wertvolle Erkenntnisse für die Optimierung des CO₂-Fußabdrucks zukünftiger Öko-Feldtage, insbesondere im Bereich der Anreise der Besuchenden und des Auf- und Abbaus der Ausstellenden. Weitere Daten, insbesondere zum Wasserverbrauch, runden die umfassende Nachhaltigkeitsbewertung ab.

3.3.2 Datenerhebung

Für die Erhebung der Daten bei den Öko-Feldtagen 2025 wurde ein praxisorientiertes Erhebungskonzept entwickelt, das auch als allgemeines Erhebungskonzept für die Berechnung eines ökologischen Fußabdrucks für Outdoor-Messen genutzt werden kann.

Zur Ermittlung des ökologischen Fußabdrucks für die drei Bereiche Mobilität/Verkehr, Energie/Infrastruktur und Abfälle/Lebensmittelabfälle sollen die nachfolgenden Daten erhoben werden. Dabei muss die generelle Datenerhebung den aktuellen und realen Arbeitsabläufen in den drei Themenschwerpunkten angepasst sein; d. h. eine zu genaue Detailerhebung ist nicht immer gegeben, da in der Praxis die Arbeitsabläufe der beteiligten Datenlieferanten nicht für eine genaue Datenerhebung geeignet sind oder diese nur unter hohen Kosten durchgeführt werden kann.

Datenerhebung im Bereich Mobilität/Verkehr

Ziel ist es, ausreichende Daten zur Berechnung der THG-Emission in diesem Bereich zu sammeln. Die Berechnung der THG-Emission erfolgt mit Daten auf Basis der UBA-Methodenkonvention bzw. mit Daten aus anerkannten Datenbanken wie z. B. Ecoinvent.

Datenquellen Besuchende

- Die Erhebung der Daten über die Benutzung der Verkehrsmittel zur An-/Abreise zu den Öko-Feldtagen (notwendig: Adressdaten (Wohnort), Verkehrsmittel (Auto, Reisebus, Öffentliche Verkehrsmittel wie Bus/Bahn, Fahrgemeinschaften, etc.), erfolgt über den Ticketshop. Die Beantwortung der Fragen zum Verkehrsmittel ist notwendig für den Erhalt des Tickets.

- Berücksichtigung Shuttle von Parkplatz/Messe oder vom Bahnhof

Datenquellen Ausstellende und Gastronomiebetriebe

- An-/Abreisedaten für den Gastrobereich, notwendig: einfache Entfernung, Fahrzeugtyp, Anzahl der Fahrten, Angaben bei der Anmeldung, beziehungsweise durch Abfrage im Nachgang zu den Öko-Feldtagen
- An-/Abreisedaten für die Anlieferung der Messestände/Ausstellungsgegenstände, notwendig: einfache Entfernung, Fahrzeugtyp, Anzahl der Fahrten, Angaben bei der Anmeldung von Anlieferungen und Abholungen

Datenerhebung im Bereich Energie/Infrastruktur

- Datenquelle Energie:
 - Daten zum Stromverbrauch (Anzahl Aggregate, genaue Aufschlüsselung des Dieselverbrauch in Liter während der Auf-/Abbautage + der Messtage (Hinweis auf der Abrechnung sollte verpflichtend sein))
- Datenquelle Wasser:
 - Genaue Angaben zum Wasserverbrauch während der Auf- und Abbautage und der Messtage sollte über Wasserzähler gewährleistet werden (Zähler ab WC-Wagen, Duschcontainer, Spülmobil, Zapfstelle für IBC-Tanks, Trinkwasserbrunnen)
 - Wasserverbrauch Beregnung Demoparzellen/Vorführflächen ab 05/2025 bis zum Abbautag

Datenerhebung im Bereich Siedlungsabfälle/Lebensmittelabfälle

Die Erfahrung aus den Öko-Feldtagen 2023 hat gezeigt, dass dieser Bereich in der Praxis sehr schwer zu erheben ist, da weder bei den Gastro-Ausstellenden noch beim Dienstleister für die Abfallentsorgung eine saubere und getrennte Erfassung der Abfallströme ohne großen personellen und finanziellen Aufwand möglich ist. Es wird versucht, die folgenden Daten zu erheben, jedoch ohne große Erfolgsaussichten.

- Datenquelle Lebensmittelabfälle:
 - Befragung der Gastronomiebetriebe im Nachgang der Messe
 - Erfassung auf Basis der Abrechnung
- Datenquelle Restmüll/Siedlungsabfall:
 - Erfassung auf Basis der Abrechnung, wenn möglich Trennung von Papier, Restabfall und Folien/Plastikabfällen

3.3.3 Umgang mit nicht vermeidbaren Emissionen

Da bei jeglichen Messen auch immer nicht vermeidbare Emissionen entstehen, wie die Emissionen aus dem Bereich Mobilität, wurde zu Beginn der Planung der Öko-Feldtage 2025 überlegt, welche Neutralstellung der Emissionen sinnvoll ist. Dafür sind verschiedene Ansätze möglich:

- Ein Ansatz wäre ein der generelle Aufschlag einer Umweltpauschale auf die Ticketpreise, der einen wesentlichen Teil der persönlich verursachten Umweltkosten abdecken könnte.
- Ein weiterer Ansatz wäre, die zu erwartenden nicht vermeidbaren Emissionen durch die Ausstellenden neutral zu stellen.
- Ein dritter Ansatz wäre eine freiwillige Spende zur Neutralstellung der eigenen Emission.

Für die Öko-Feldtage 2025 wurde der freiwillige Ansatz erstmals ausprobiert, um die Reaktionen der Besuchenden zu testen.

4. Ausführliche Darstellung der wichtigsten Ergebnisse

4.1 AP 2: Erfolgskontrolle

Nach Interviews mit dem damaligen Geschäftsführer der FiBL Projekte GmbH, Dr. Robert Hermanowski, sowie dem damaligen Geschäftsführer der Stiftung Ökologie & Landbau (SÖL), Dr. Uli Zerger, wurden für den Start der Öko-Feldtage im Jahre 2017 folgende Zielsetzungen definiert:

- Treffpunkt für Landwirtinnen und Landwirte aus der Öko-Branche auf einem Praxisbetrieb mit Pflanzenbau und Tierhaltung entwickeln
- Ausstellungs- und Austauschplattform für den Sektor Öko-Landwirtschaft mit vor- und nachgelagerten Bereichen aufbauen
- Alternative zu konventionellen Messen bieten
- ein modernes, hochprofessionelles Bild der Öko-Landwirtschaft vermitteln
- Innovationscharakter der Öko-Landwirtschaft für die gesamte Landwirtschaft präsentieren
- niedrigschwellige Infobörse für Betriebe anbieten, die Interesse an nachhaltigen Bewirtschaftungsformen oder einer Umstellung haben
- Beitrag zur Finanzierung des Instituts leisten

FiBL und SÖL waren 2017 Veranstalter der ersten Öko-Feldtage auf der Domäne Frankenhausen. Auf allen bis 2017 in der deutschen Messelandschaft angebotenen Messen (z. B. DLG-Feldtage, agra oder Biofach) kamen Landwirt*innen von Öko-Betrieben als Besuchende, aber jeweils nur im geringen einstelligen Prozentbereich und nicht als Hauptzielgruppe.

Nach Auswertung der Evaluation 2025 wurde mit dem Fokus der verstärkten Ansprache konventioneller Landwirt*innen sowie jüngerer Zielgruppen eine Auswertung über die Evaluationen aller Öko-Feldtage erstellt. Vorab erfolgt eine Übersicht zur Entwicklung der Zahl an Besuchenden insgesamt unter Berücksichtigung aller Veranstaltungsjahre von 2017 bis 2025.

Besuchenden-Entwicklung gesamt

Zur Pilotveranstaltung der Öko-Feldtage im Jahre 2017 auf der Hessischen Staatsdomäne Frankenhausen kamen bereits 8.000 Besuchende. Bei den zweiten Öko-Feldtagen am selben Veranstaltungsort besuchten 11.000 Personen die Öko-Feldtage. Nach einer Coronapause im geplanten Veranstaltungsjahr 2021 fanden die nächsten Öko-Feldtage 2022 auf der Hessischen Staatsdomäne Gladbacherhof statt mit 11.500 Besuchenden. Im Jahre 2023 wanderten die Öko-Feldtage erstmals nach Baden-Württemberg, wo sie von insgesamt 12.000 Personen besucht wurden. Im Jahre 2025 kamen 9.000 Besuchende in Sachsen zum Wassergut Canitz. Die große Mehrzahl der Besuchenden kam bisher aus Deutschland mit einem Anteil zwischen 96 und 97 Prozent.

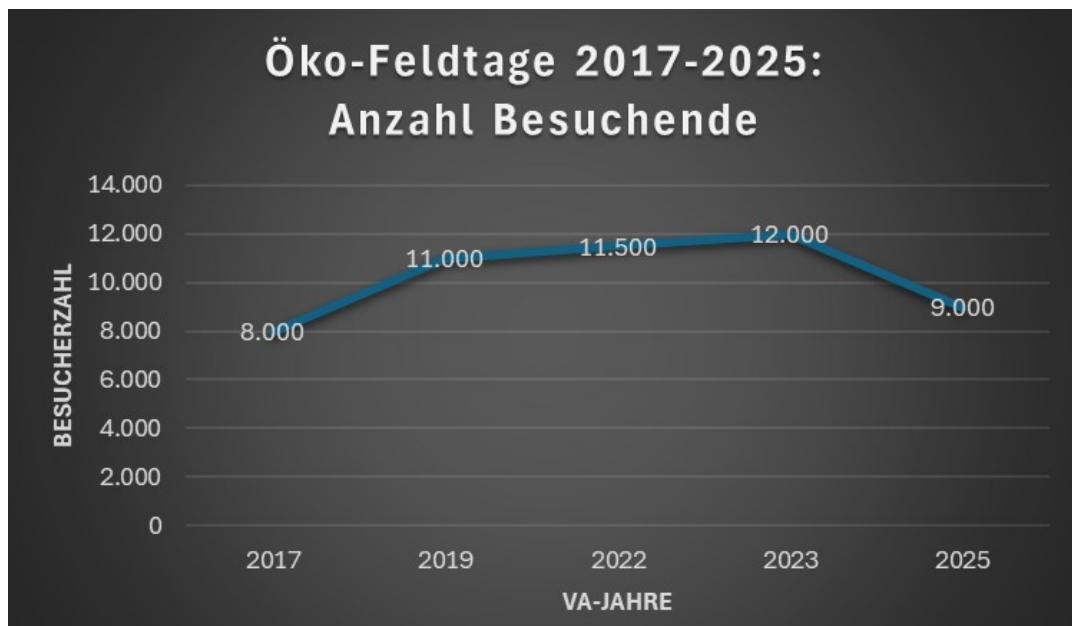


Abb. 1: Anzahl Besuchende in den Jahren 2017 bis 2025

Die Besuchendenzahlen zeigen, dass von Beginn an ein großes Interesse an dem neuen Format der Öko-Feldtage bestand. Von 2019 bis 2023 pendelten sich die Besuchendenzahlen auf 11.000 bis 12.000 Besuchende ein. Sogar zu den Öko-Feldtagen 2022 nach der Coronapause kamen 11.500 Besuchende, während viele andere Messen nach Corona einen starken Besuchendenrückgang verzeichnet hatten (DLG-Feldtage von 20.000 Besuchenden in 2018 auf 14.400 in 2022; Biofach von 47.000 Besuchenden in 2020 auf 36.000 in 2023. 2022 fand die Biofach Summer Edition statt, die somit nicht mit diesen Zahlen vergleichbar ist).

Vergleich DLG-Feldtage und Öko-Feldtage

Die DLG-Feldtage finden im Wechsel mit den Öko-Feldtagen in den geraden Jahren statt. Sie sind im Unterschied zu den Öko-Feldtagen immer dreitägig von Dienstag bis Donnerstag. Bei den DLG-Feldtagen 2022 in Baden-Württemberg kamen 14.400 Besuchende, in Nordrhein-Westfalen 2024 waren es 16.800 Besuchende.

Die Öko-Feldtage 2022 fanden aufgrund der Coronabedingungen zur besseren Verteilung der Besuchenden an drei Tagen statt. Im August 2022 erfolgte eine Abfrage bei den bereits mehrmals Ausstellenden, ob zukünftig die Präferenz bei zwei oder drei Ausstellungstagen liegt. Insgesamt 33 Prozent der angefragten Ausstellenden antworteten mit dem Ergebnis, dass 71 Prozent der Rückmeldungen die Zwei-Tages-Variante präferieren und 29 Prozent die Drei-Tages-Variante. Das klare Votum führte dazu, dass die Öko-Feldtage ab 2023 wieder zweitägig stattfinden.

Die Zahl der Ausstellenden auf den Öko-Feldtagen erhöhte sich von 283 im Pilotjahr 2017 auf gut 340-350 Ausstellende in den Folgejahren. Im Vergleich: Zu den DLG-Feldtagen 2022 kamen 386 Ausstellende, im Jahr 2024 waren es 370 Ausstellende.



Abb. 2: Anzahl Ausstellende in den Jahren 2017-2025

Verhältnis Neubesuchende zu mehrmals Besuchenden

Bereits durch den Wechsel des Standortes in Hessen von der Domäne Frankenhäuser zur Domäne Gladbacherhof kamen knapp 70 Prozent der Besuchenden zum ersten Mal auf die Öko-Feldtage. Dieses Verhältnis (70 Prozent Neubesuchende; 30 Prozent mehrmalig Besuchende) wurde auch in Baden-Württemberg und Sachsen durch die Besuchenden-Befragung bestätigt. Dieses Ergebnis überrascht manche Besuchende und Partner aus dem Öko-Bereich, da sie subjektiv von einem „Familientreffen“ sprechen. Man freut sich, Bekannte aus der Branche zu treffen.

Diesen Eindruck bestätigen die Ergebnisse der Besuchenden-Befragung aus den Jahren 2023 und 2025, wo die Antworten zwischen Neubesuchenden und mehrmalig Besuchenden erstmals detaillierter ausgewertet wurden. Der Anteil der Landwirt*innen ist bei den mehrmalig Besuchenden höher als im Durchschnitt aller Besuchenden (2023: 55 Prozent zu 46 Prozent; 2025: 52 Prozent zu 39 Prozent) und der Anteil der ökologisch wirtschaftenden Landwirt*innen bei den mehrmalig besuchenden Landwirten ist im Vergleich zum Anteil der Öko-Landwirte an allen Besuchenden sehr hoch (2023: 79 Prozent zu 60 Prozent; 2025: 88 Prozent zu 68 Prozent).

Aber auch Landwirt*innen von konventionellen Betrieben besuchen die Öko-Feldtage mehrmals (2023: 15 Prozent der mehrmalig besuchenden Landwirte kamen von konventionellen Höfen, 2025: zehn Prozent).

Bei den Ausstellenden ist das Verhältnis genau umgekehrt. Bei den jeweiligen Standortwechseln gab es ca. 30 Prozent neue Ausstellende, während ca. 70 Prozent auf mehreren Öko-Feldtagen vertreten waren.

Haupt-Einzugsgebiete der Besuchenden

In den Jahren 2017 und 2019 am selben Standort Domäne Frankenhausen kamen ca. 45 Prozent der Besuchenden aus dem PLZ-Gebiet „3“ (Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt und Thüringen). Auf Platz 2 und 3 folgten mit knapp zwölf Prozent die PLZ-Gebiete „9“ (Bayern, Baden-Württemberg, Thüringen) und mit acht Prozent aus dem PLZ-Gebiet „6“ (Hessen, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg). Auch aus allen anderen Bundesländern kamen Besuchende, allerdings mit niedrigen einstelligen Prozentanteilen.

Im Jahr 2022, kamen die Besuchenden auf die Domäne Gladbacherhof zu 32 Prozent aus dem PLZ-Gebiet „3“ (Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt und Thüringen), 20 Prozent aus dem PLZ-Gebiet „6“ (Hessen, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg) und 16 Prozent aus dem PLZ-Gebiet „5“ (Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Hessen).

Im Jahr 2023 auf dem Biohof Grieshaber & Schmid kamen 57 Prozent der Besuchenden aus Baden-Württemberg, 17 Prozent aus Bayern und acht Prozent aus Hessen.

Im Jahr 2025 waren unter den Besuchenden an dem Wassergut Canitz 31 Prozent aus Sachsen, 15 Prozent aus Bayern und elf Prozent aus Hessen. Aus den benachbarten Bundesländern Brandenburg (sieben Prozent), Sachsen-Anhalt (sechs Prozent) und Thüringen (fünf Prozent) kam nur ein geringer Anteil, was in Kapitel 5 näher beleuchtet wird.

Durch die Erhebung der PLZ kann kein genauer Kilometer-Radius als Haupt-einzugsgebiet definiert werden. Die Verteilung der Prozentanteile aus den PLZ-Gebieten auf einer bundesweiten Karte legt die Vermutung nahe, dass bis zu 75 Prozent der Besuchenden aus einem Radius zwischen 250 und 300 Kilometer anreist.

Anteil Landwirt*innen und Umstellungsinteresse

Der Anteil aller Landwirt*innen an den Besuchenden nahm von 2017 (54 Prozent) bis 2025 (39 Prozent) kontinuierlich ab (mit Ausnahme des Jahres 2023, wo wieder ein leichter Anstieg auf 46 Prozent zu verzeichnen war).

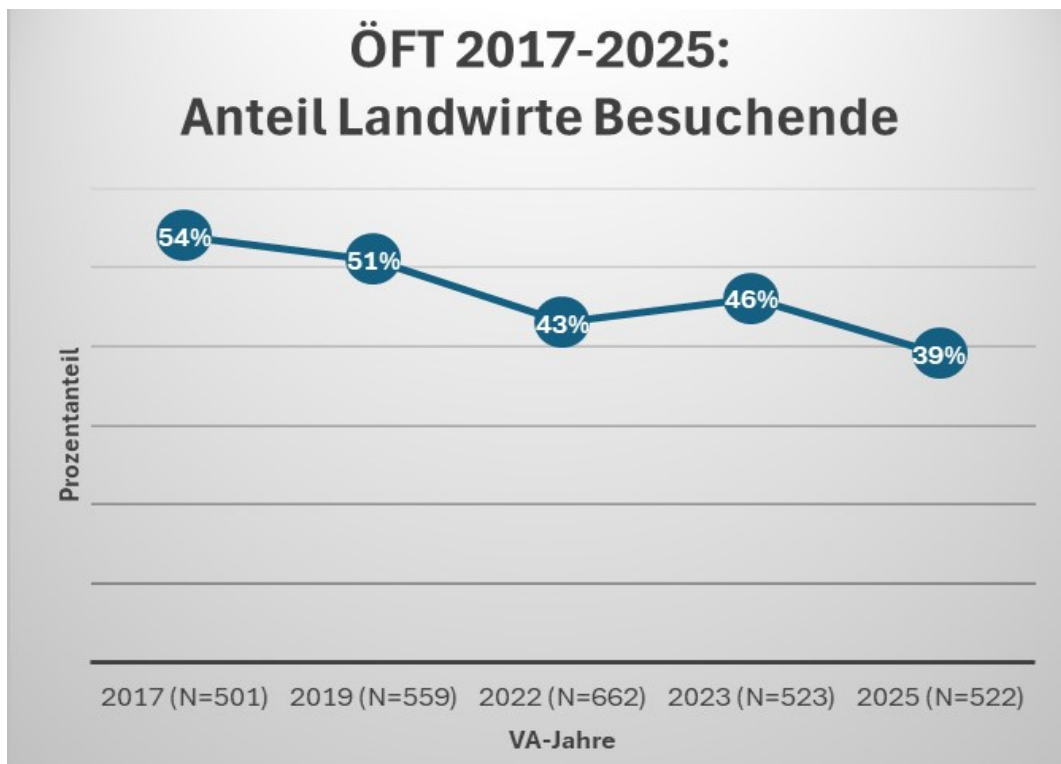


Abb. 3: Anteil der Landwirt*innen an den Besuchenden

Der Anteil der ökologisch wirtschaftenden Betriebe an den Landwirt*innen pendelt zwischen 55 Prozent im Jahr 2019 (geringster Anteil) bis zu 68 Prozent im Jahr 2025 (höchster Anteil). Der Anteil der konventionellen Landwirt*innen schwankte von 23 bis 33 Prozent mit dem höchsten Anteil 2023.

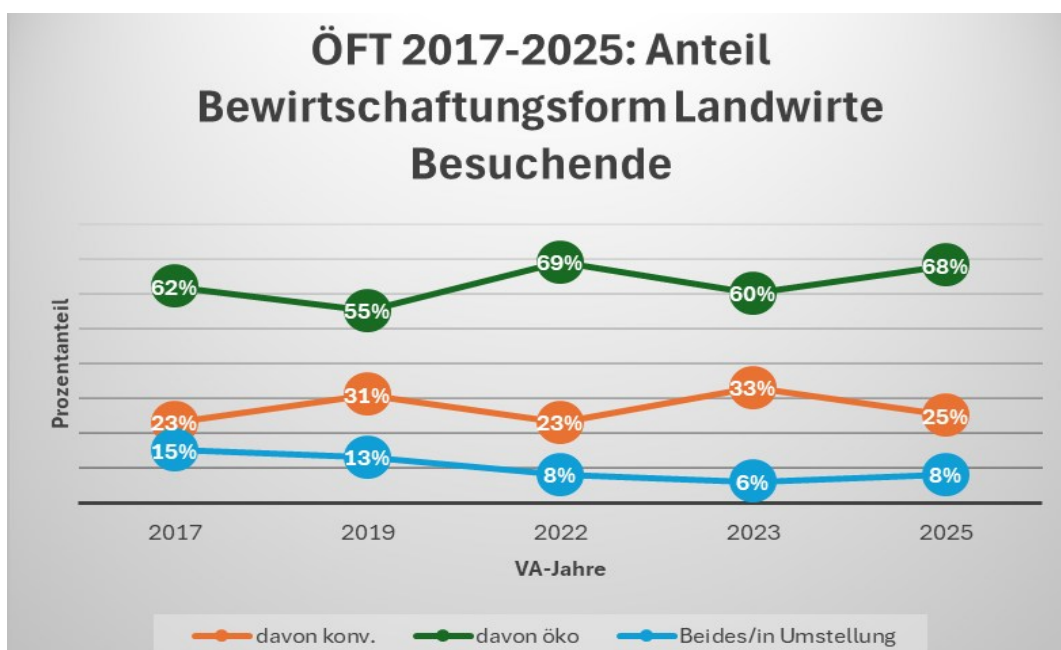


Abb. 4: Anteil der Landwirt*innen an den Besuchenden nach Bewirtschaftungsform

Im Vergleich dazu die DLG-Feldtage 2024: Der Anteil der Landwirt*innen an den Besuchenden lag bei 52 Prozent, davon 46 Prozent von konventionell wirtschaftenden Betrieben und knapp sechs Prozent von Öko-Betrieben.

Das Interesse an einer Umstellung nahm bei den konventionellen Landwirt*innen kontinuierlich von 43 Prozent im Jahr 2017, 40 Prozent im Jahr 2019, nach der Pandemie schlagartig ab auf 16 Prozent im Jahr 2022 und 15 Prozent im Jahr 2023. Im Jahre 2025 wurde erstmals wieder ein leichter Anstieg des Umstellungsinteresses spürbar mit 25 Prozent.

Der Anteil der „noch Unentschlossenen für eine Umstellung“ hatte mit 16 Prozent im Jahr 2022 den Tiefststand und erreichte mit 34 Prozent bzw. 33 Prozent in den Jahren 2023 und 2025 den Höchststand.

Kein Interesse an einer Umstellung hatten in 2017: 35 Prozent, in 2019: 29 Prozent, in 2022: 67 Prozent, in 2023: 51 Prozent und im Jahr 2025 insgesamt 45 Prozent.

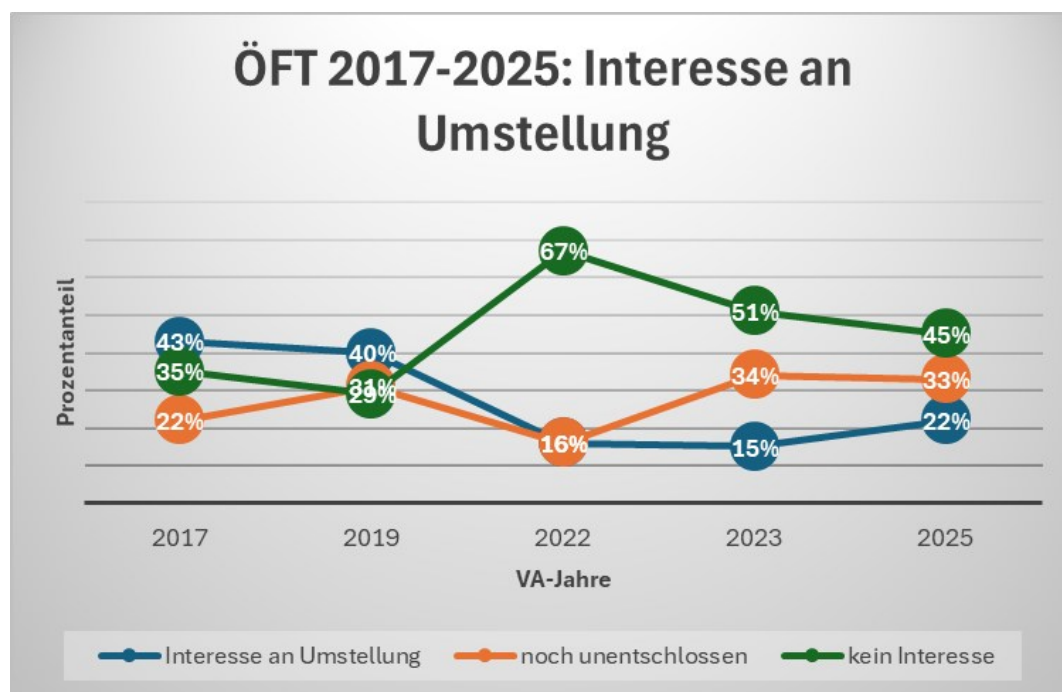


Abb. 5: Anteil der Landwirt*innen mit Interesse an einer Umstellung

Jüngere Zielgruppen

Der Anteil der Studierenden schwankte auf den universitären Standorten zwischen zehn Prozent im Jahr 2019 und 16 Prozent im Jahr 2022 und erreichte im Jahr 2023 auf dem Privatbetrieb Biohof Grieshaber in Baden-Württemberg mit acht Prozent einen Tiefststand. In Sachsen (2025) kamen mit 12 Prozent wieder mehr Studierende auf die Öko-Feldtage.

Der Anteil von Schüler*innen und Azubis wurde erst ab 2019 erhoben. Er startete mit einem geringen Anteil von drei Prozent und hatte im Jahr 2023 den höchsten Anteil von sechs Prozent an den Besuchenden.

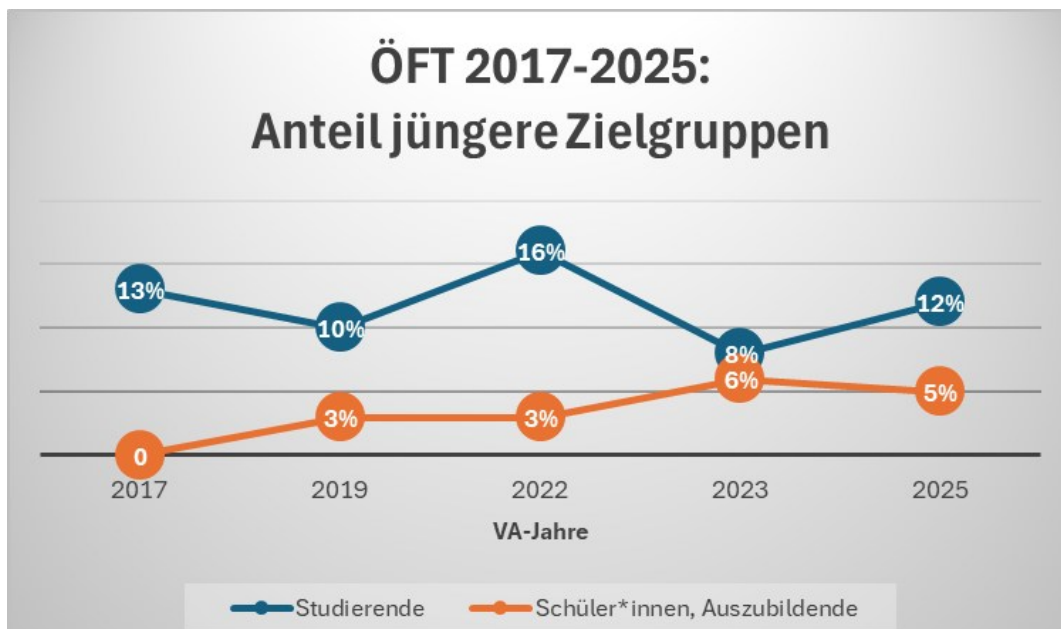


Abb. 6: Anteil der Studierenden und Schüler*innen/Auszubildenden an den Besuchenden

Das Durchschnittsalter wurde erst ab 2019 erhoben und verringerte sich von 43 Jahren im Jahr 2019 über 41 Jahre im Jahr 2022 und 38 Jahre im Jahr 2023 auf 37 Jahre im Jahr 2025.

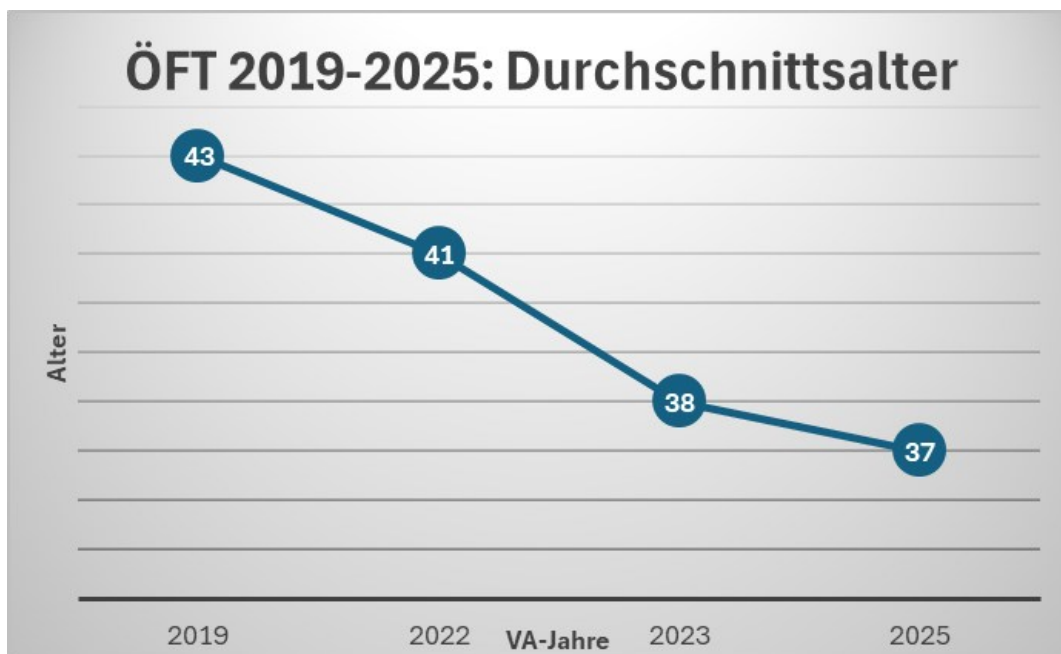


Abb. 7: Durchschnittsalter aller Besuchenden

Besuchenden-Zufriedenheit

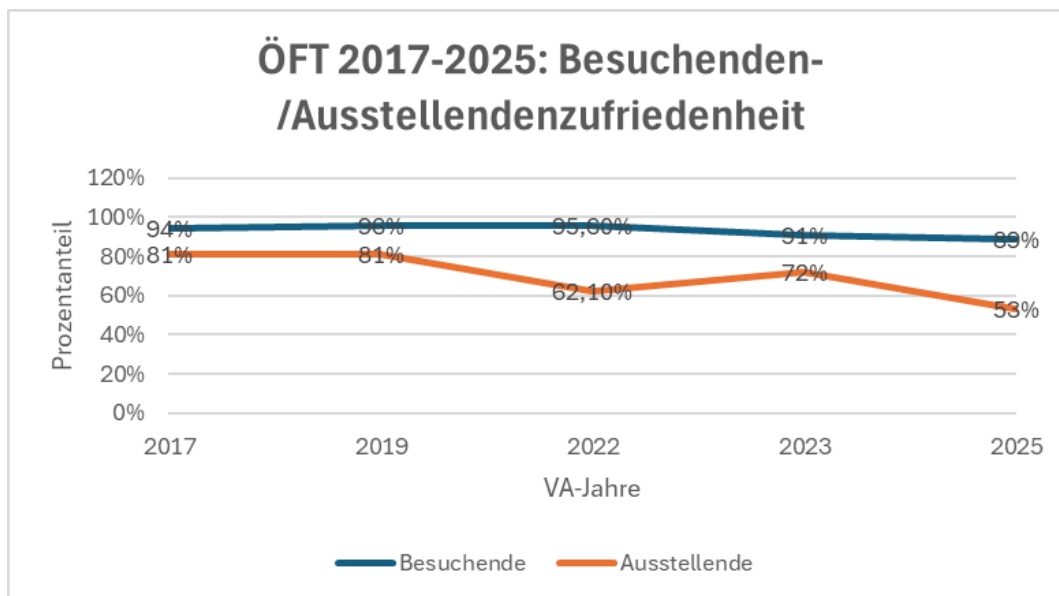


Abb. 8: Besuchenden- und Ausstellenden-Zufriedenheit von 2017-2025

Die Besuchenden-Zufriedenheit lag über alle Messejahre bei über 90 Prozent, mit Ausnahme des Jahres 2025 mit 89 Prozent. In den Jahren 2019 auf der Domäne Frankenhausen sowie im Jahre 2022 auf der Domäne Gladbacherhof lag sie bei fast 96 Prozent.

Die Ausstellenden-Zufriedenheit hängt stärker von logistischen Herausforderungen am jeweiligen Standort ab und erreichte mit 53 Prozent im Jahr 2025 ihren Tiefststand.

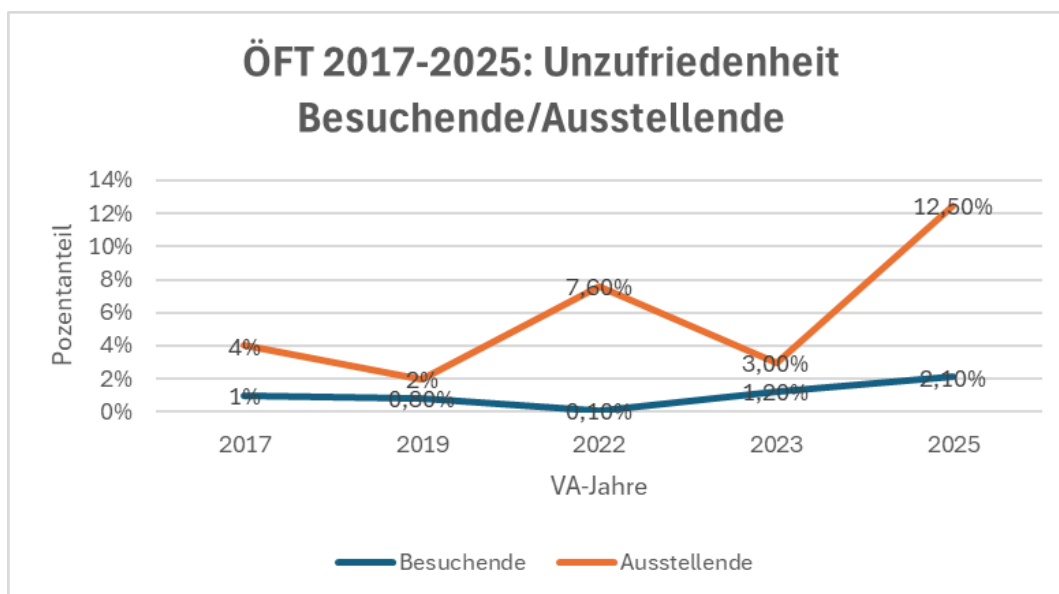


Abb. 9: Unzufriedenheit der Besuchenden und Ausstellenden von 2017-2025

Analog dazu die grafische Darstellung der Unzufriedenheit (sehr unzufrieden/unzufrieden) bei den Besuchenden und Ausstellenden. Darin liegen 2025 gerade zwei Prozent der Besuchenden im TOP 2-Wert, während es bei den Ausstellenden 12,5 Prozent sind. Eine Analyse dieser Werte ist sehr wichtig, um Verbesserungen bei der Messe umsetzen zu können.

Wiederbesuchsabsicht

Die Wiederbesuchsabsicht bei den Besuchenden lag in den ersten drei Veranstaltungsjahren bei über 80 Prozent (TOP 2-Wert: stimme voll/stimme zu). Mit Ausnahme des ersten Messejahres 2017 wurde bei dieser Frage jeweils der neue Standort mit kommuniziert. Die hohen Werte der drei Messejahre können durch die gute Erreichbarkeit des nächsten Messeortes erklärt werden. Aus einem Radius von bis zu 300 Kilometern, aus dem die meisten Besuchenden kommen, waren diese drei Standorte gut erreichbar. Mit dem Umzug nach Sachsen (40 Prozent) im Jahr 2025 sowie Niedersachsen (67 Prozent) im Jahr 2027 sehen die Anteile anders aus. Dies widerspricht in Teilen den Ergebnissen der Evaluation in Bezug auf das Verhältnis Erstbesuchende zu mehrmalig Besuchenden (70:30). Bei der Befragung spricht sich eine höhere Anzahl von Besuchenden für eine Wiederbesuchsabsicht aus als sie beim neuen Standort als mehrmalig Besuchende gemessen werden.

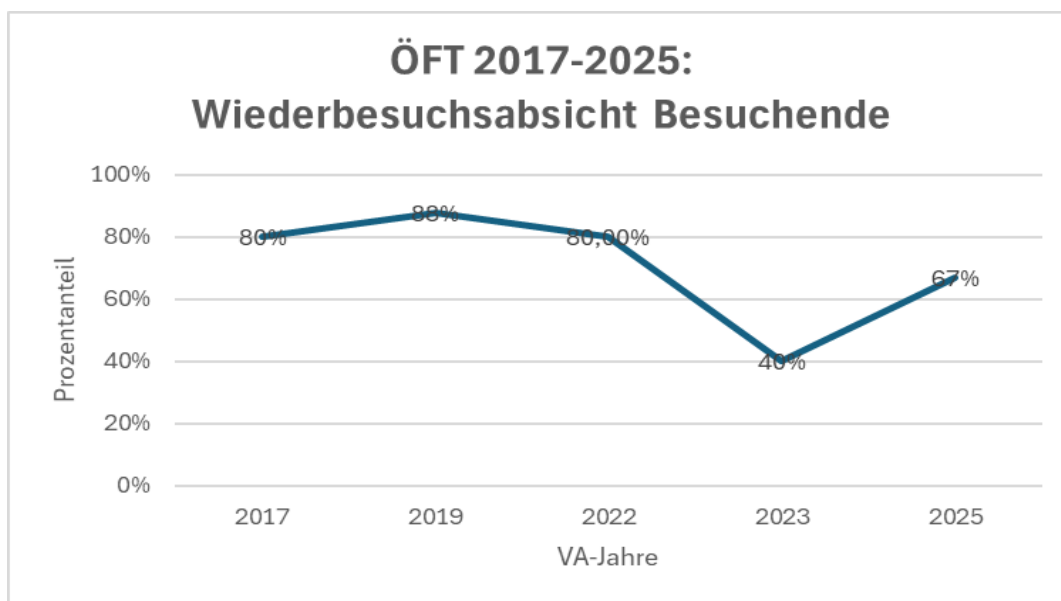


Abb. 10: Wiederbesuchsabsicht der Besuchenden von 2017-2025

Weiterempfehlungsrate

Die Weiterempfehlungsrate über die Messejahre ähnelt im Verlauf der Kurve aus der Wiederbesuchsabsicht, allerdings mit geringeren Unterschieden. In den ersten drei Jahren lag sie bei über 90 Prozent, sackte auf 83 Prozent in Baden-Württemberg ab und legte wieder auf 88 Prozent in Sachsen zu. Hier könnte eine Korrelation zwischen beiden Fragen bzw. Antworten vorliegen.

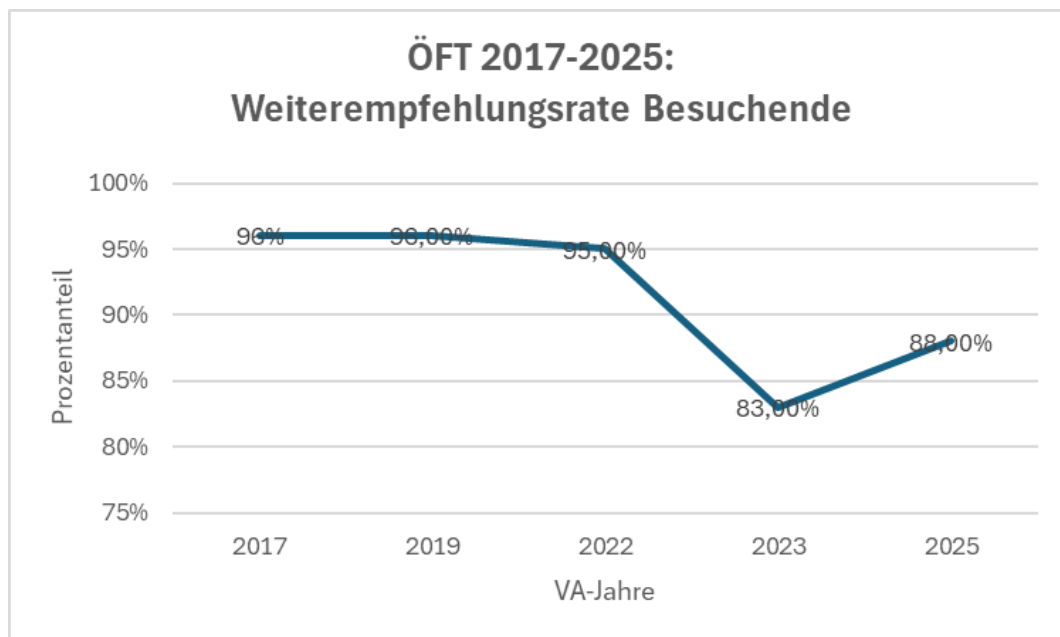


Abb. 11: Weiterempfehlungsrate Besuchende von 2017-2025

Welche Trends sind über alle Veranstaltungsjahre feststellbar?

- Die Umstellungsbereitschaft der Landwirt*innen nahm von 2017 bis 2023 kontinuierlich ab und stieg im Jahre 2025 wieder leicht an.
- Parallel nahm der Anteil der Landwirt*innen an den Besuchenden von 2017 bis 2022 ab und erreichte im Jahre 2025 mit 39 Prozent einen Tiefstand.
- Der Anteil der konventionellen Landwirt*innen an der Besuchendengruppe der Landwirt*innen schwankte und erreichte mit 33 Prozent im Jahr 2023 den Höchststand.
- Der Anteil der Studierenden an den Besuchenden schwankte auf den Lehr- und Versuchsbetrieben der Universitäten Kassel und Gießen sowie in Sachsen und erreicht mit 8 Prozent auf dem Privatbetrieb Biohof Grieshaber & Schmid in Ditzingen bei Stuttgart den Tiefstand.
- Das Durchschnittsalter der Besuchenden nahm von 43 Jahren im Jahr 2019 auf 37 Jahre im Jahr 2025 kontinuierlich ab.

Erläuterungen/Korrelation zu gesellschaftlichen Trends

- Das hohe Interesse an einer Umstellung im zweiten Jahrzehnt des Jahrhunderts mit einem Höhepunkt an umgestellter Fläche im Jahre 2016 mit fast 12.000 Hektar spiegelt sich in den Umfrageergebnissen mit einem starken Interesse unter den besuchenden Landwirtinnen und Landwirten an einer Umstellung in den Jahren 2017 mit 43 Prozent und 2019 mit 40 Prozent wider.
- Ein starker bundesweiter Einbruch bei der Umstellungsbereitschaft nach der Pandemie schlägt sich auch bei den Besuchenden der Öko-Feldtage nieder

(2022: 16 Prozent; 2023: 15 Prozent, Wiederanstieg 2025 auf 25 Prozent). Auch wenn davon ausgegangen werden kann, dass die Landwirt*innen, die die Öko-Feldtage besuchen, über eine höhere Umstellungsbereitschaft verfügen als der Querschnitt der Landwirtschaft. Ob nach 2025 eine Trendumkehr möglich erscheint, bleibt abzuwarten. Die aktuellen geschätzten Umstellungszahlen für 2025 bilden diese Entwicklung nicht ab (<https://www.thuenen.de/de/themenfelder/oekologischer-landbau/aktuelle-trends-der-deutschen-oekobranche/oekolandbau-in-zahlen>) (KUHNER, 2025)

- Der Anteil konventioneller Landwirt*innen über alle Öko-Feldtage liegt bei etwa einem Drittel. Mit den Ergebnissen aus AP 3 sollen Strategien entwickelt werden, diesen Anteil zu erhöhen.
- Die bereits im Jahr 2023 verstärkt erfolgte Ansprache von Schüler*innen und jüngeren Personen wurde im Jahr 2025 ausgebaut, was allerdings nicht zu einem Anstieg an Besuchenden aus dieser Zielgruppe führte. Welche Maßnahmen geeignet sind, um die Hemmnisse von Lehrenden zu überwinden, wird im Rahmen des Projekts erforscht und mit den Ergebnissen aus den Befragungen im Jahr 2025 evaluiert (s. AP 3).
- Das kontinuierlich sinkende Durchschnittsalter aller Besuchenden zeigt in die richtige Richtung und belegt die hohe Relevanz der Messe für junge Zielgruppen.

Tabelle 2: Übersicht der Prozentanteile über alle Veranstaltungsjahre

Öko-Feldtage 2017-2025 - Anteil Landwirt*innen an den Besuchenden (in Prozent)					
Besuchende	2017 (n=501)	2019 (n=559)	2022 (n=662)	2023 (n=523)	2025 (n=522)
Anteil Landwirt*innen gesamt	54 %	51 %	43 %	46 %	39 %
- davon konventionelle Betriebe	23 %	31 %	23 %	33 %	25 %
- davon Öko-Betriebe	62 %	55 %	69 %	60 %	68 %
- beides/in Umstellung	15 %	13 %	8 %	6 %	8 %
Studierende	13 %	10 %	16 %	8 %	12 %
Schüler/Azubis	n.e.	3 %	3 %	6 %	5 %
Durchschnittsalter		43	41	38	37
Konventionelle Betriebe					
Interesse an Umstellung	43 %	40 %	16 %	15 %	22 %
noch unentschlossen	22 %	31 %	16 %	34 %	33 %
kein Interesse	35 %	29 %	67 %	51 %	45 %

4.2 AP 3: Zielgruppenanalyse

4.2.1 Quantitative Besuchenden-Befragung durch das Marktforschungsinstitut

4.2.1.1 Methodisches Vorgehen

Die quantitative Besuchenden-Befragung wurde im Rahmen der Öko-Feldtage 2025 durch die Gelszus Messe-Marktforschung GmbH durchgeführt. Die Erhebung erfolgte computergestützt (CASI) mittels mobiler Endgeräte und umfasste zwei mobile Interviewer*innen sowie eine stationäre Befragungsperson auf dem Veranstaltungsgelände. Der standardisierte Fragebogen wurde in deutscher Sprache eingesetzt und umfasste die Themenbereiche Soziodemografie, Besuchs- und Informationsverhalten, Gesamtbeurteilung der Messe sowie die Nutzung und Bewertung einzelner Angebotssegmente. Die Feldzeit erstreckte sich über beide Messetage (18. und 19. Juni 2025, jeweils 10.00–17.00 Uhr). Befragt wurden Besuchende ab 16 Jahren. Insgesamt konnten n = 522 valide Interviews realisiert werden.

Für das Arbeitspaket 3 Zielgruppenanalyse bietet die quantitative Befragung einen kontextualisierenden Überblick über die Struktur, Interessen und das Besuchsverhalten der Gesamt-Besuchenden und ermöglicht damit eine Einordnung der im Anschluss dargestellten qualitativen Interviews sowie der ergänzenden Onlinebefragung der Lehrpersonen. Die Auswertung erfolgt rein deskriptiv und erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität über die Besuchenden der Öko-Feldtage hinaus.

4.2.1.2 Deskriptive Darstellung der wichtigsten Ergebnisse

Zusammensetzung der Besuchenden (Kurzüberblick als Kontext)

Die quantitative Besuchendenbefragung zeigt, dass die Öko-Feldtage 2025 überwiegend ein regional bis überregional verankertes Publikum aus Deutschland erreichten. 97 Prozent der Befragten stammen aus Deutschland. Das Bundesland Sachsen stellt mit 31 Prozent das größte Einzugsgebiet dar, gefolgt von Bayern (15 Prozent) und Hessen (elf Prozent). Weitere Besuchende kamen vor allem aus Thüringen, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Baden-Württemberg. Nur ein sehr kleiner Teil der Besuchenden reiste aus dem Ausland an, insbesondere aus Österreich, den Niederlanden und der Schweiz.

55 Prozent der Befragten waren männlich, 42 Prozent weiblich und 3 Prozent divers. Das Durchschnittsalter der Besuchenden lag bei 37 Jahren, wobei 56 Prozent so genannte MidAger waren (21-50 Jahre), 18 Prozent BestAger (51-70 Jahre), 12 Prozent Youngster (bis 20 Jahre) und 1 Prozent Senioren (über 70 Jahre). 14 Prozent der Befragten machten keine Altersangabe.

Mit Blick auf die Bewirtschaftungsform zeigt sich, dass die Öko-Feldtage überwiegend von ökologisch wirtschaftenden Betrieben besucht wurden. 68 Prozent der landwirtschaftlich tätigen Befragten geben an, ihren Betrieb ökologisch zu führen. 25 Prozent bewirtschaften ihren Betrieb konventionell, weitere 5 Prozent arbeiten mit beiden Formen und 3 Prozent befinden sich im Umstellungsprozess. Im Vergleich zu 2023 ist der Anteil ökologisch wirtschaftender Betriebe leicht gestiegen (2023: 60 Prozent), während der Anteil konventionell wirtschaftender Betriebe von 33 Prozent auf 25 Prozent gesunken ist. Die Anteile der „Mischbetriebe“ (sowohl ökologisch als auch konventionell) sowie der Betriebe in Umstellung bleiben im niedrigen einstelligen Bereich und sind im Zeitvergleich weitgehend stabil.

Auch der berufliche Hintergrund der Besuchenden ist heterogen. Den größten Anteil bilden Landwirt*innen (39 Prozent). Darüber hinaus waren unter den Befragten Studierende (12 Prozent), Vertreter*innen von Vereinen und Organisationen (12 Prozent), Mitarbeitende von Unternehmen (12 Prozent), Privatpersonen (10 Prozent), Schüler*innen bzw. Auszubildende (5 Prozent), Lehrende (3 Prozent) sowie Medienvertreter*innen (1 Prozent). Weitere 6 Prozent der Befragten ordnen sich der Kategorie „Sonstiger Hintergrund“ zu. Damit bestätigt die Befragung die Vielfalt der Besuchenden, zeigt aber auch, dass die landwirtschaftliche Praxis den größten Anteil an den Besuchenden ausmacht.

In Bezug auf die Teilnahmegeschichte handelt es sich bei einem großen Teil des Publikums um Erstbesuchende: 70 Prozent der Befragten gaben an, erstmals an den Öko-Feldtagen teilzunehmen. Die Mehrheit (76 Prozent) besuchte die Veranstaltung an einem Tag, während 24 Prozent einen mehrtägigen Aufenthalt eingeplant hatten. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag damit bei 1,2 Tagen.

Informationsverhalten

Die Auswertung der Frage „Wie sind Sie auf die Öko-Feldtage aufmerksam geworden?“ zeigt, dass persönliche Empfehlungen und institutionelle Kanäle eine zentrale Rolle für die Wahrnehmung der Veranstaltung spielen. Besonders häufig wurden Empfehlungen von Arbeitskolleg*innen bzw. Vorgesetzten genannt, die für fast ein Drittel der Befragten den entscheidenden Hinweis auf die Öko-Feldtage darstellten. Dieser Wert liegt in ähnlicher Größenordnung wie 2023. Ebenfalls bedeutend sind Hinweise über Berufs-, Hoch- und Fachschulen bzw. Universitäten, die insbesondere bei Schüler*innen und Studierenden den mit Abstand wichtigsten Zugangsweg bilden.

Empfehlungen von Freund*innen und Bekannten sowie Berichte bzw. Anzeigen in (Fach-)Zeitschriften werden ebenfalls häufig genannt und tragen damit erkennbar zur Reichweite bei. Online-Kanäle spielen eine ergänzende Rolle: Die Website der Öko-Feldtage und Social Media (z. B. Facebook, Instagram) werden von einem Teil der Besuchenden als Informationsquelle genutzt, wobei Social Media eher für

jüngere Zielgruppen und konventionelle Landwirt*innen relevant ist. Newsletter, die direkte Ansprache durch das FiBL, Plakate und sonstige Kanäle werden seltener angegeben und haben damit einen geringeren Anteil an der Erstaufmerksamkeit.

Medienwahrnehmung

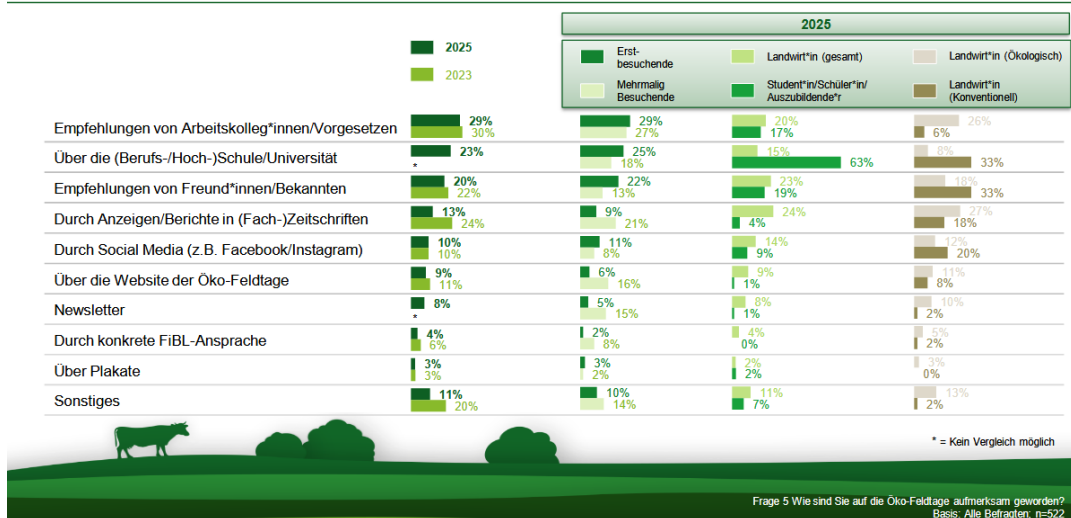


Abb. 12: Medienwahrnehmung

Für die Information über (Zukunfts-)Themen oder Agrarthemen allgemein nutzen die Befragten vor allem fachlich spezialisierte und persönlich geprägte Kanäle. Am häufigsten werden Fachzeitschriften und Online-Magazine genannt: Jede zweite befragte Person gibt an, sich primär über diese Medien zu informieren. Persönliche Kontakte und Netzwerke folgen mit einem ähnlich hohen Anteil und stellen damit einen weiteren zentralen Informationsweg dar.

Informationskanäle (Zukunfts-)themen oder Agrarthemen

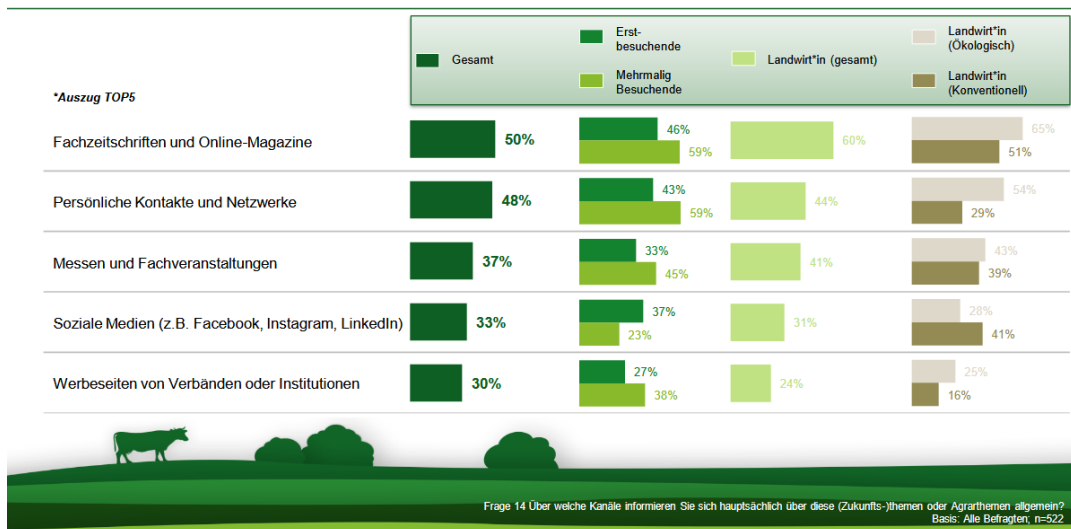


Abb. 13: Informationskanäle

Messen und Fachveranstaltungen dienen gut einem Drittel der Besuchenden als wichtigste Informationsquelle, wobei dieser Kanal insbesondere von Mehrfach-Besuchenden stärker genutzt wird. Soziale Medien wie Facebook, Instagram oder LinkedIn spielen für etwa ein Drittel der Befragten eine Rolle, werden aber je nach Besuchenden-Gruppe unterschiedlich häufig herangezogen. Webseiten von Verbänden oder Institutionen ergänzen das Informationsspektrum und werden von rund einem Drittel bis einem Viertel der landwirtschaftlich tätigen Befragten genutzt.

Informationsmedien Fachzeitschriften und Online-Magazine

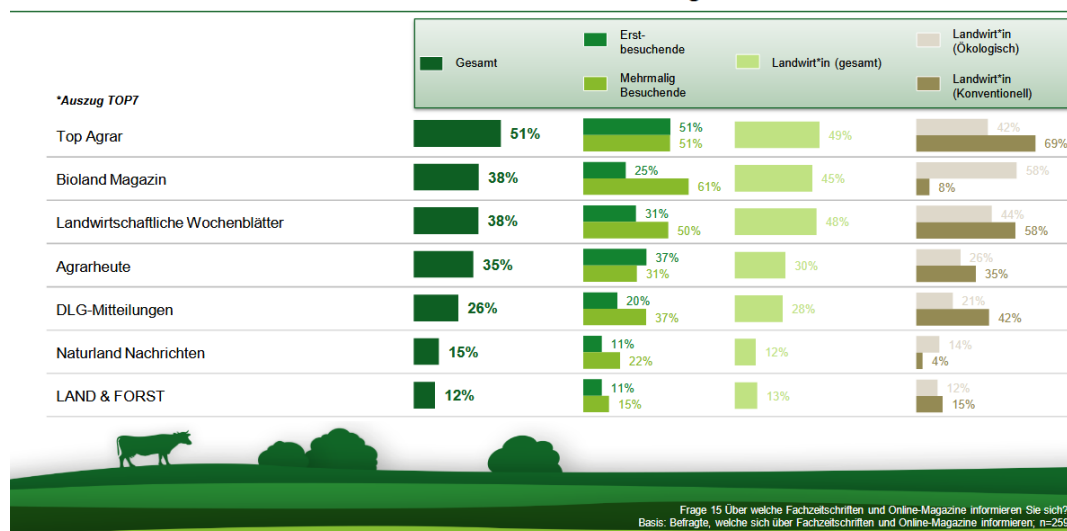


Abb. 14: Informationsmedien Fachzeitschriften

Für die Information über Agrar- und Zukunftsthemen innerhalb der Kategorie „Fachzeitschriften und Online-Magazine“ nennen die Befragten vor allem einige zentrale Titel. Am häufigsten wird das Medium „top agrar“ genutzt: Etwa die Hälfte derjenigen, die sich über Fachzeitschriften und Online-Magazine informieren, gibt dieses Magazin an.

Ebenfalls häufig genannt werden das „Bioland Magazin“ sowie landwirtschaftliche Wochenblätter; beide erreichen jeweils rund vier von zehn der hier antwortenden Personen. Weitere relevante Informationsquellen sind „agrarheute“ und die „DLG-Mitteilungen“, die von jeweils etwa einem Drittel bzw. gut einem Viertel der Befragten genutzt werden. Spezifisch ökologisch ausgerichtete Medien wie „Naturland Nachrichten“ und „LAND & FORST“ spielen eine ergänzende Rolle und werden von einem kleineren, aber wahrnehmbaren Teil der Befragten herangezogen.

Bei den genutzten Social Media-Plattformen zur Information über Agrar- bzw. Zukunftsthemen steht Instagram deutlich an erster Stelle. Drei Viertel derjenigen, die Social Media als Informationskanal verwenden, nennen diese Plattform, sowohl unter Erst- als auch unter Mehrfachbesuchenden sowie unter landwirtschaftlich tätigen Personen.

Informationsmedium Sozial Media-Plattform(en)

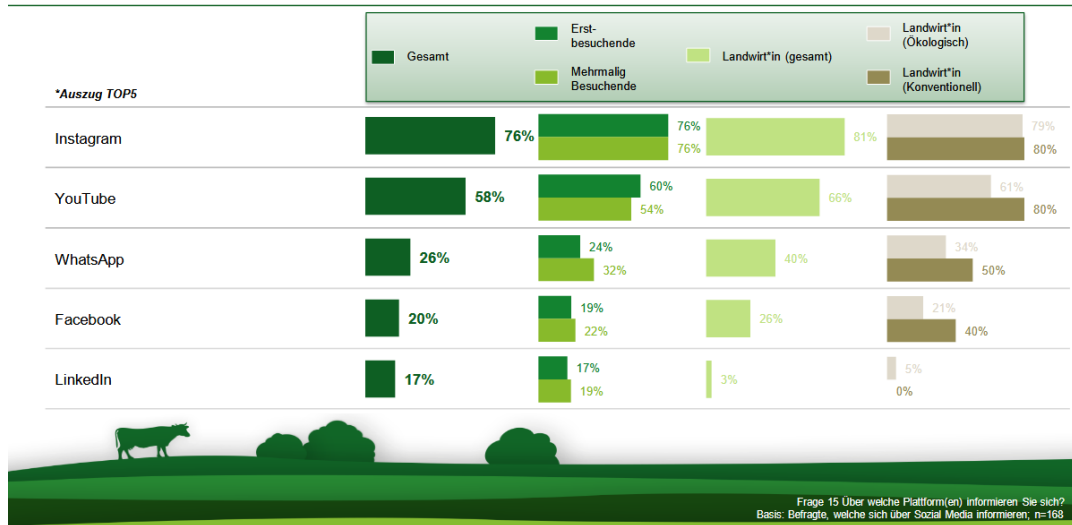


Abb. 15: Informationsmedium Social Media

YouTube folgt auf dem zweiten Platz: Mehr als die Hälfte der Social Media-Nutzer*innen informiert sich dort über entsprechende Themen. WhatsApp wird von gut einem Viertel der Befragten als Informationskanal genutzt, Facebook von rund einem Fünftel. LinkedIn spielt im Vergleich dazu eine deutlich geringere Rolle und wird nur von einem kleineren Teil der Befragten zur Information herangezogen.

Thematische Interessen sowie Nutzung und Bewertung des Ausstellungs-/Programmangebots

Besuchsgründe

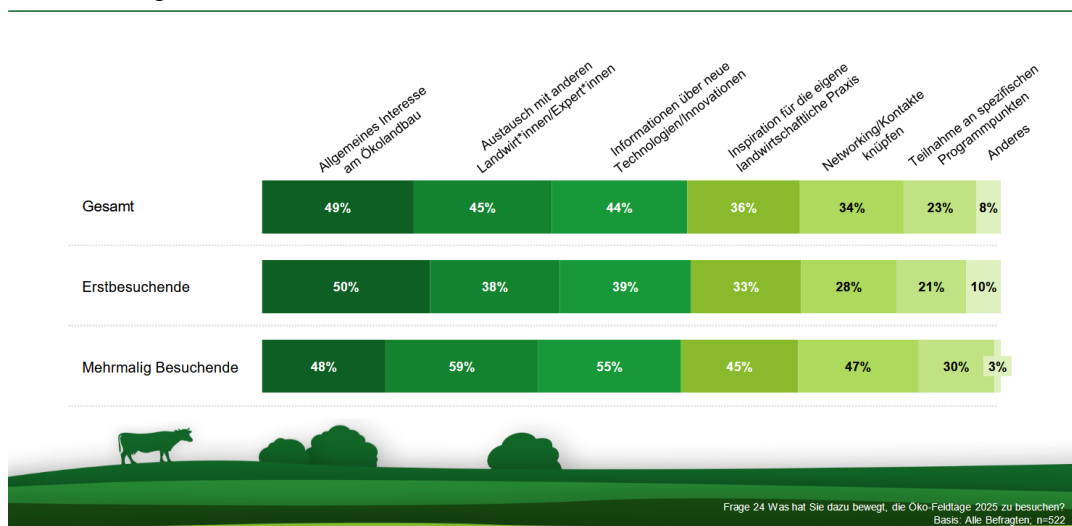


Abb. 16: Besuchsgründe

Die Angaben zu den Besuchsgründen zeigen, dass vor allem inhaltliches Interesse am Ökolandbau und fachlicher Austausch im Vordergrund stehen. Am häufigsten nennen die Befragten ein allgemeines Interesse am Ökolandbau als Motivation für ihren Besuch (49 Prozent). Ebenfalls wichtig ist der Wunsch nach Austausch mit anderen Landwirt*innen und Expert*innen (45 Prozent) sowie das Interesse an Informationen über neue Technologien und Innovationen (44 Prozent).

Weitere zentrale Beweggründe sind die Inspiration für die eigene landwirtschaftliche Praxis (36 Prozent) und das Knüpfen neuer Kontakte bzw. Networking (34 Prozent). Rund ein Viertel der Besuchenden gibt an, primär wegen bestimmter Programmpunkte gekommen zu sein, während ein kleinerer Teil andere Gründe anführt (8 Prozent).

Der Vergleich zwischen Erstbesuchenden und Mehrfachbesuchenden zeigt leichte Unterschiede: Mehrfachbesuchende betonen etwas stärker den fachlichen Austausch, die Information über neue Technologien und Innovationen sowie Networking-Aspekte, während Erstbesuchende häufiger „allgemeines Interesse am Ökolandbau“ bekunden und „andere“ Gründe nennen.

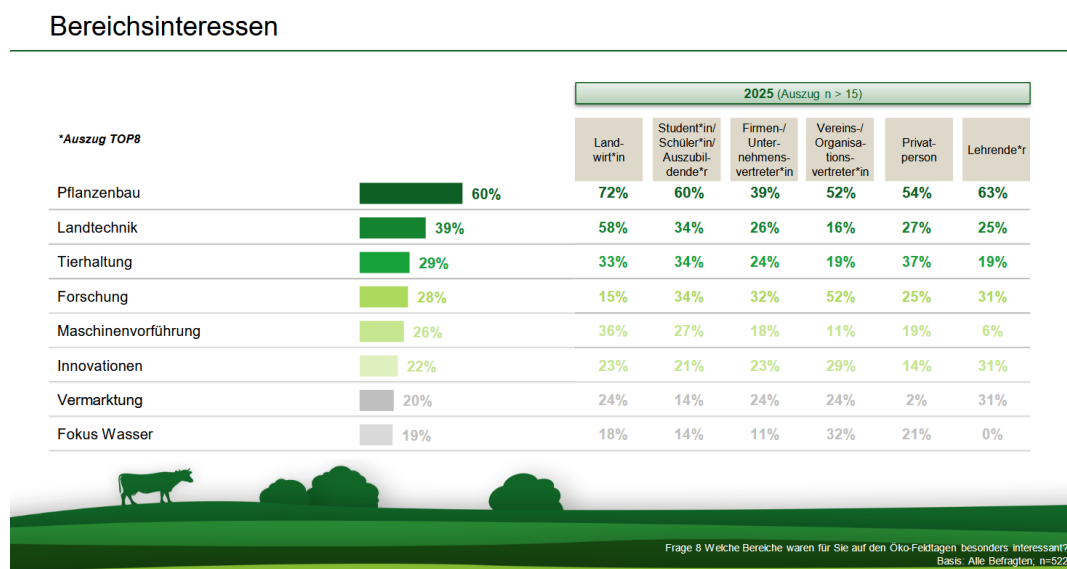


Abb. 17: Bereichsinteressen

Bei den Bereichsinteressen stehen pflanzenbauliche Themen klar im Vordergrund. Insgesamt 60 Prozent der Befragten geben an, dass der Bereich Pflanzenbau für sie auf den Öko-Feldtagen besonders interessant war. Dieser Schwerpunkt zeigt sich besonders deutlich bei Landwirt*innen (72 Prozent) sowie bei Schüler*innen, Studierenden und Auszubildenden (60 Prozent).

An zweiter Stelle folgt die Landtechnik, die von 39 Prozent der Besuchenden hervorgehoben wird. Auch Tierhaltung (29 Prozent) und Forschung (28 Prozent) gehören zu den häufig interessanten Themenbereichen. Maschinenvorführungen

(26 Prozent), Innovationen (22 Prozent), Vermarktung (20 Prozent) und der Fokus Wasser (19 Prozent) werden seltener genannt, bilden aber weiterhin relevante Schwerpunkte.

Die Auswertung nach Besuchendengruppen zeigt einige Unterschiede: So interessieren sich etwa Privatpersonen etwas häufiger für Pflanzenbau und Tierhaltung als Vereins- oder Unternehmensvertreter*innen, während Lehrende insbesondere für die Bereiche Pflanzenbau, Forschung sowie Innovationen erhöhte Werte aufweisen.

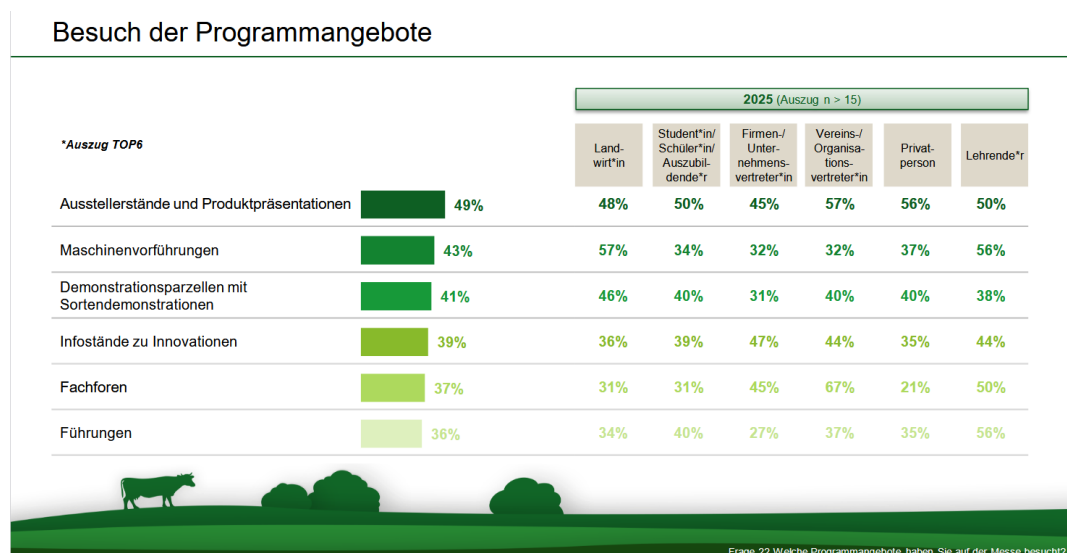


Abb. 18: Besuch der Programmangebote

Beim Besuch der Programmangebote standen vor allem die Ausstellungsstände und Produktpräsentationen im Mittelpunkt. Knapp die Hälfte der Befragten gibt an, dieses Angebot genutzt zu haben (49 Prozent). Maschinenvorfürungen wurden von 43 Prozent besucht, Demonstrationsparzellen mit Sortendemonstrationen von 41 Prozent.

Rund vier von zehn Besuchenden nutzten Infostände zu Innovationen (39 Prozent). Fachforen (37 Prozent) und Führungen (36 Prozent) wurden etwas seltener, aber dennoch von einem relevanten Teil des Publikums wahrgenommen.

Zwischen den Besuchendengruppen zeigen sich dabei Unterschiede: Landwirt*innen besuchen überdurchschnittlich häufig Maschinenvorfürungen und Demonstrationsparzellen, während Vereins- und Organisationsvertreter*innen verstärkt Fachforen nutzen. Lehrende nehmen vergleichsweise häufig Führungen in Anspruch (56 Prozent).

Die Mehrheit der Befragten gibt an, die gesuchten Informationen oder Angebote auf den Öko-Feldtagen gefunden zu haben. 53 Prozent berichten, dass sie die gewünschten Informationen bzw. Angebote vollständig gefunden haben, weitere 36 Prozent haben diese zumindest teilweise gefunden. Nur ein kleiner Anteil von 5 Prozent gibt an, die gesuchten Informationen oder Angebote gar nicht gefunden zu haben.

Erwartungen

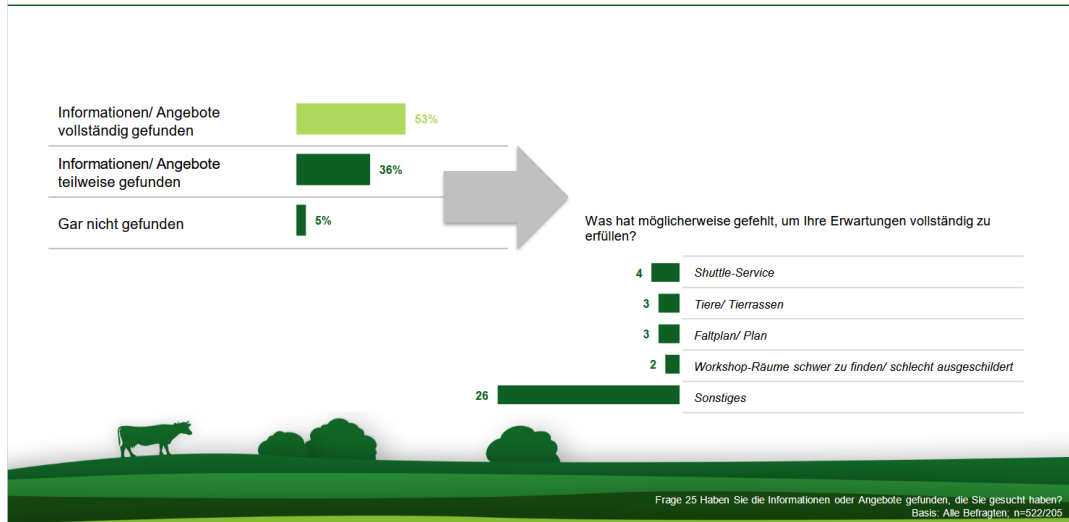


Abb. 19: Erwartungen

Von den Personen, deren Erwartungen nicht vollständig erfüllt wurden, nennen einige konkrete Punkte, die ihnen gefehlt haben. Am häufigsten werden unter „Sonstiges“ unterschiedliche Einzelaspekte aufgeführt; daneben werden u. a. ein besserer Shuttle-Service, mehr Angebote zu Tieren bzw. Tierrassen, ein besserer Faltpfad/Geländeplan sowie leichter auffindbare bzw. besser ausgeschilderte Workshop-Räume erwähnt.

Zielgruppe: Landwirt*innen - Themendefizite

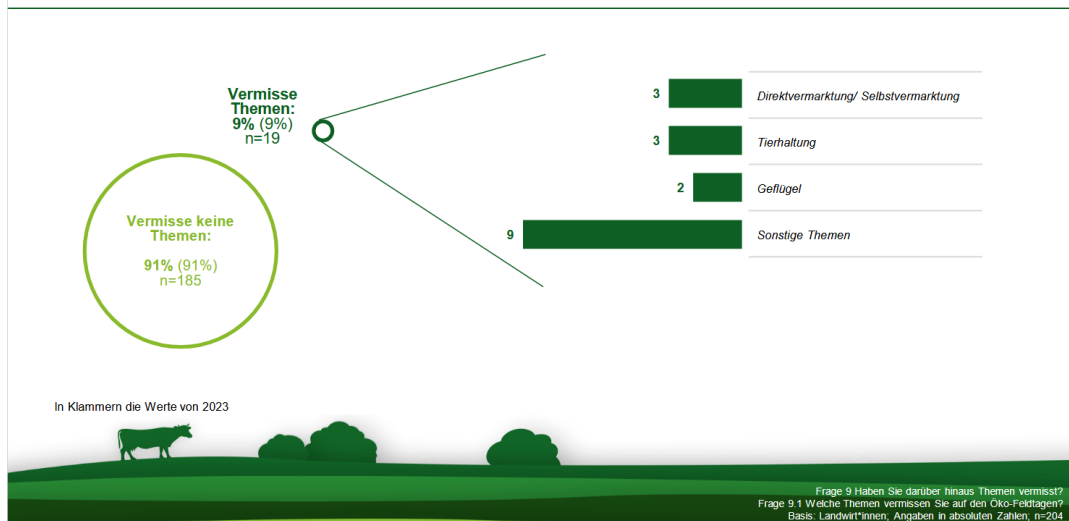


Abb. 20: Landwirt*innen Themendefizite

Für die Zielgruppe der Landwirt*innen zeigt die Auswertung, dass die große Mehrheit keine zusätzlichen Themen auf den Öko-Feldtagen 2025 wünscht. 91 Prozent der befragten Landwirt*innen geben an, keine Themen zu vermissen; dieser Wert entspricht damit exakt dem Niveau von 2023 (ebenfalls 91 Prozent).

9 Prozent der Landwirt*innen nennen dagegen Themen, die ihnen gefehlt haben (n=19). In absoluten Zahlen werden am häufigsten „sonstige Themen“ genannt (9 Nennungen), gefolgt von Direktvermarktung/Selbstvermarktung und Tierhaltung (jeweils 3 Nennungen) sowie Geflügel (2 Nennungen).

(Zukunfts-/Agrar-)Themen die Bewegten

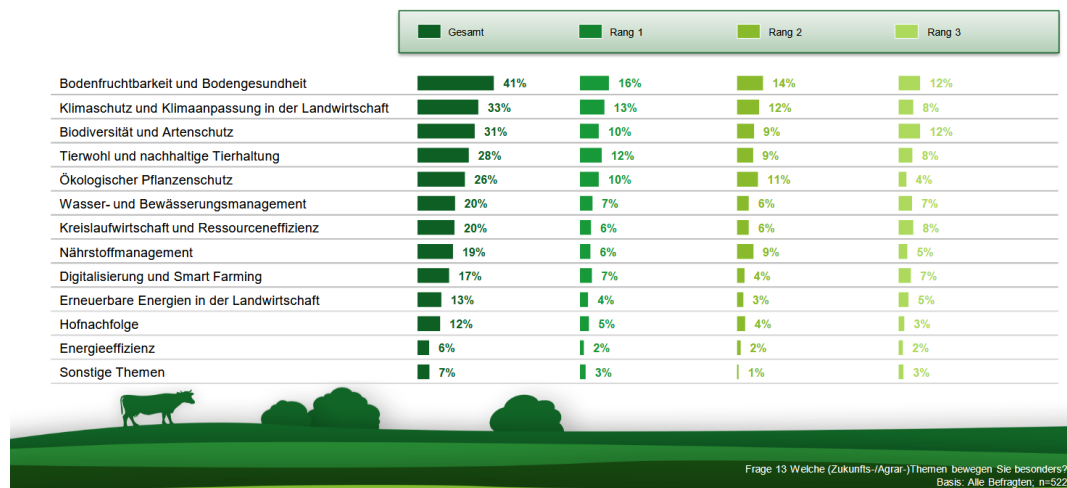


Abb. 21: Zukunfts-/Agrarthemen

Bei den Zukunfts- und Agrarthemen, die die Besuchenden besonders bewegen, stehen Fragen rund um Boden und Klima im Vordergrund. Am häufigsten wird das Thema „Bodenfruchtbarkeit und Bodengesundheit“ genannt (41 Prozent), gefolgt von „Klimaschutz und Klimaanpassung in der Landwirtschaft“ (33 Prozent). Ebenfalls von zahlreichen Befragten genannt werden „Biodiversität und Artenschutz“ (31 Prozent) sowie „Tierwohl und nachhaltige Tierhaltung“ (28 Prozent).

Weitere häufig genannte Themen sind „Ökologischer Pflanzenschutz“ (26 Prozent) sowie „Wasser- und Bewässerungsmanagement“ und „Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz“ (je 20 Prozent). Etwas seltener, aber weiterhin als relevant, werden „Nährstoffmanagement“ (19 Prozent), „Digitalisierung und Smart Farming“ (17 Prozent) und „Erneuerbare Energien in der Landwirtschaft“ (13 Prozent) genannt. Themen wie „Hofnachfolge“, „Energieeffizienz“ oder „Sonstige Themen“ spielen eine geringere Rolle und werden jeweils von einem kleineren Teil der Befragten hervorgehoben.

Die Bewertung des Informationsangebots auf der Website der Öko-Feldtage zur Vorbereitung des Messebesuchs fällt insgesamt überwiegend positiv aus. Auf einer fünfstufigen Skala von „sehr zufrieden“ bis „sehr unzufrieden“ gaben 38 Prozent der Befragten an, mit dem Informationsangebot sehr zufrieden zu sein, weitere 32 Prozent äußerten sich zufrieden. Damit ergibt sich für das Jahr 2025 ein Top 2-Wert (sehr zufrieden/zufrieden) von 70 Prozent, der dem Wert aus dem Jahr 2023 entspricht.

Website - Bewertung Informationsangebot zur Besuchsvorbereitung

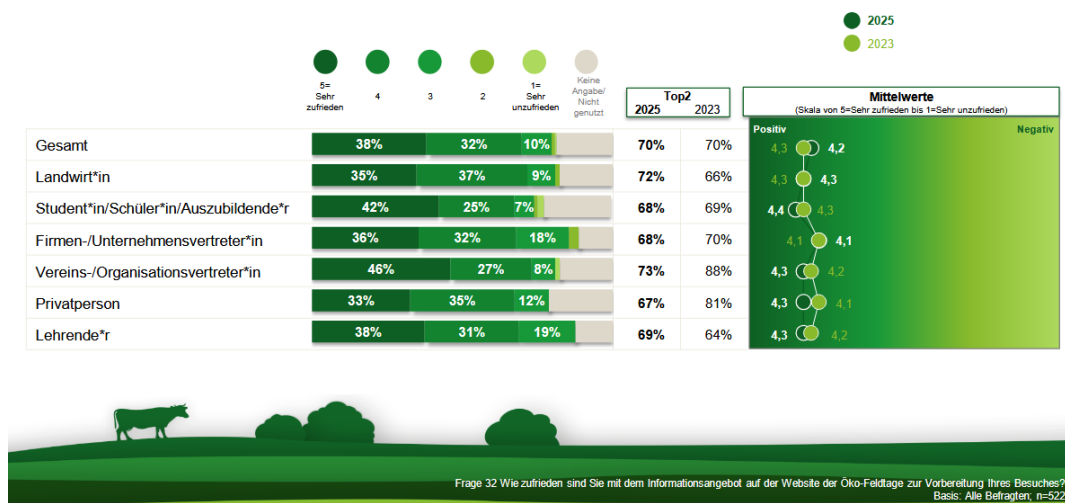


Abb. 22 Bewertung der Website

Differenziert nach Besuchendengruppen zeigen sich leichte Unterschiede: Landwirt*innen bewerten das Informationsangebot mit einem Top 2-Wert von 72 Prozent, Studierende, Schüler*innen und Auszubildende mit 68 Prozent. Bei Firmen- und Unternehmensvertreter*innen erreicht dieser Wert ebenfalls 68 Prozent, während Vereins- und Organisationsvertreter*innen mit 73 Prozent den höchsten Zustimmungswert aufweisen. Privatpersonen liegen mit 67 Prozent etwas darunter. Für Lehrende ergibt sich ein Top 2-Wert von 69 Prozent.

Der Mittelwert der Gesamtbewertung liegt im Jahr 2025 bei 4,3 (Skala: 5 = sehr zufrieden bis 1 = sehr unzufrieden) und damit auf einem ähnlich hohen Niveau wie 2023 (4,2). Auch innerhalb der einzelnen Besuchendengruppen bewegen sich die Mittelwerte in einem engen Korridor zwischen 4,1 und 4,4, was auf eine insgesamt konsistente Einschätzung des Informationsangebots hinweist.

Ein kleinerer Anteil der Befragten äußerte eine neutrale oder kritische Bewertung. So gaben 10 Prozent der Gesamtstichprobe an, eher unzufrieden zu sein; sehr niedrige Zufriedenheitswerte wurden nur vereinzelt genannt. Ein Teil der Befragten nutzte das Informationsangebot der Website nach eigenen Angaben nicht, was ebenfalls in den Ergebnissen ausgewiesen ist.

Zur Information über Ausstellende und deren Angebote nutzten die Besuchenden vor allem direkte Gespräche mit den Ausstellenden und deren Standpersonal. Dieses Kommunikationsmittel wurde von 47 Prozent der Befragten am häufigsten verwendet und liegt damit vor allen anderen Optionen. Ebenfalls häufig genutzt wurden der Faltplan bzw. Wegweiser mit Geländeplan (42 Prozent) sowie Schilder und Infotafeln an den Ständen (40 Prozent).

Kommunikationsmittel - Nutzung während des Besuchs

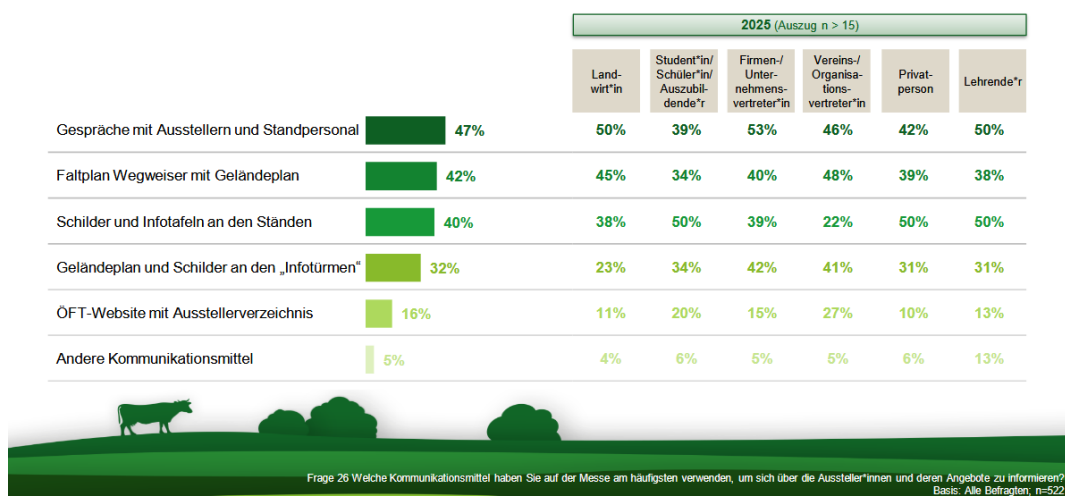


Abb. 23: Genutzte Kommunikationsmittel

Geländepläne und die Beschilderung an Infotürmen im Gelände dienten knapp einem Drittel der Befragten als wichtiges Kommunikationsmittel (32 Prozent). Die Öko-Feldtage-Website mit Ausstellungsverzeichnis spielte demgegenüber eine geringere Rolle: Nur 16 Prozent der Befragten gaben an, diese während des Besuchs am häufigsten zur Information genutzt zu haben. Andere Kommunikationsmittel wurden nur von einem kleinen Teil der Besuchenden genannt (5 Prozent).

Umstellungsinteresse

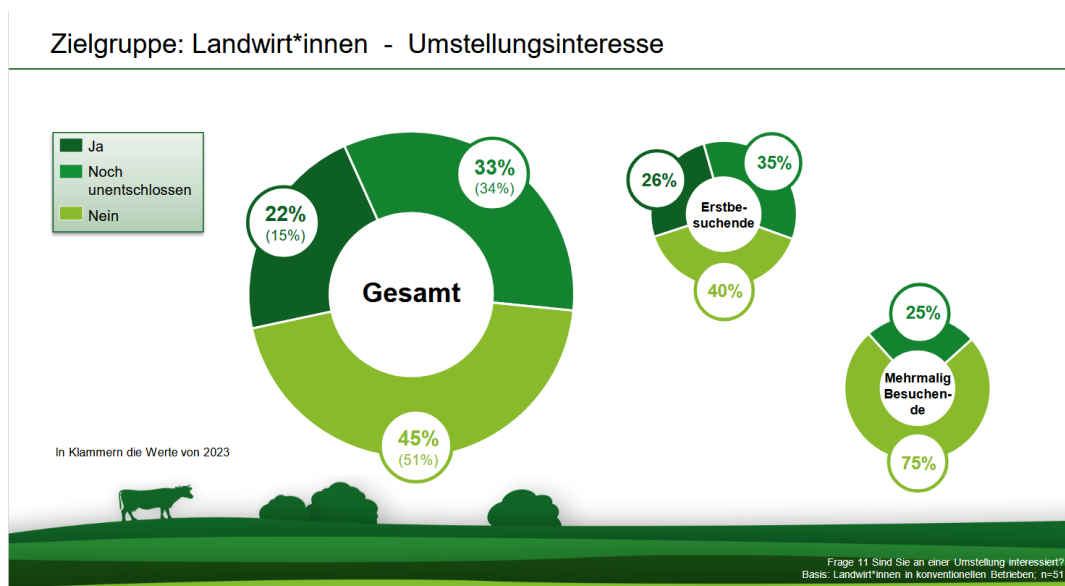


Abb. 24: Umstellungsinteresse

Die Auswertung zur Frage nach dem Umstellungsinteresse bezieht sich auf Landwirt*innen in konventionellen Betrieben. Insgesamt gaben 22 Prozent der Befragten an, an einer Umstellung auf ökologische Bewirtschaftung interessiert zu sein; 33 Prozent sind noch unentschlossen und 45 Prozent verneinen ein Umstellungsinteresse. Im Vergleich zu 2023 ist der Anteil der Interessierten damit gestiegen (2023: 15 Prozent), während der Anteil der Unentschlossenen leicht zurückgegangen und der Anteil der „Nein“-Antworten gesunken ist.

Bei der Differenzierung nach Erstbesuchenden und Mehrfachbesuchenden zeigt sich, dass unter den erstmals teilnehmenden konventionellen Landwirt*innen ein höherer Anteil an einer Umstellung interessiert ist als bei den Mehrfachbesuchenden. Erstbesuchende sind zugleich etwas häufiger unentschlossen, während bei den Mehrfachbesuchenden der Anteil der „Nein“-Antworten überwiegt.

Persönliche Einstellungen und Arbeitsweise

Persönliche Arbeitsweise

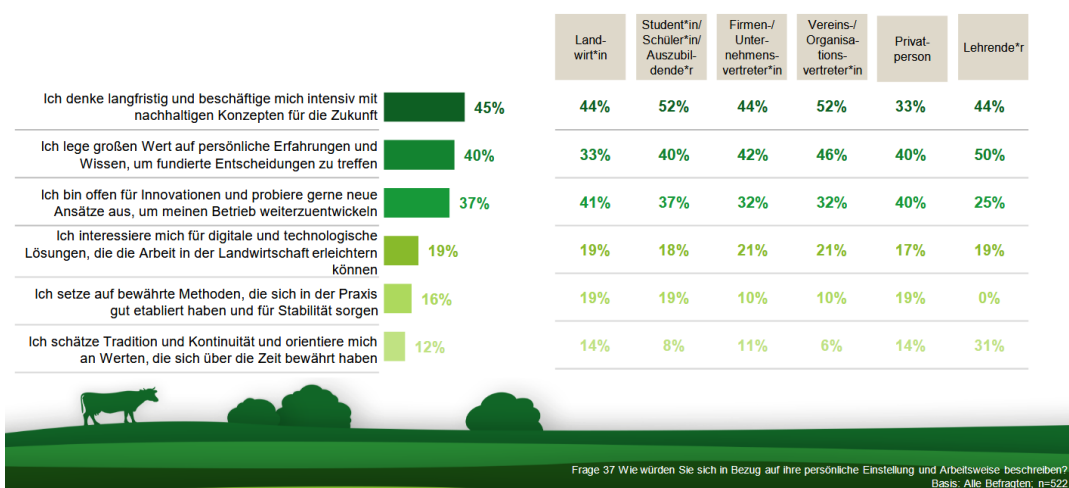


Abb. 25: Persönliche Arbeitsweise

Die Besuchenden der Öko-Feldtage 2025 weisen unterschiedliche persönliche Einstellungen und Arbeitsweisen auf, die sich in ihren Antwortmustern auf die entsprechenden Items widerspiegeln. Insgesamt zeigt sich jedoch ein klarer Schwerpunkt auf langfristigen, nachhaltigkeitsorientierten und erfahrungsbasierten Herangehensweisen.

Am häufigsten stimmten die Befragten der Aussage zu, dass sie langfristig denken und sich intensiv mit nachhaltigen Konzepten für die Zukunft beschäftigen (45 Prozent). Ebenfalls weit verbreitet ist die Orientierung an persönlichen Erfahrungen und Wissen als Grundlage für fundierte Entscheidungen (40 Prozent).

Rund ein Drittel der Befragten (37 Prozent) beschreibt sich zudem als offen für neue Ideen und Innovationen und gibt an, gern neue Ansätze auszuprobieren, um den eigenen Betrieb weiterzuentwickeln. Ein geringerer Teil der Besuchenden ordnet sich innovationstechnischen oder digitalen Themen zu: 19 Prozent interessieren sich laut eigener Aussage verstärkt für digitale und technologische Lösungen, die die landwirtschaftliche Arbeit erleichtern können.

Klassische und traditionsbezogene Arbeitsorientierungen spielen eine vergleichsweise geringere Rolle, sind jedoch ebenfalls vertreten: 16 Prozent setzen bevorzugt auf bewährte Methoden, die sich in der Praxis etabliert haben, und 12 Prozent betonen die Bedeutung von Tradition und Kontinuität in ihrem betrieblichen Handeln.

Die Aufschlüsselung nach Besuchendengruppen (Landwirt*innen, Studierende, Unternehmensvertreter*innen, Vereinsvertreter*innen, Privatpersonen und Lehrende) zeigt dabei keine einheitliche Musterbildung, sondern leichte Unterschiede in der Häufigkeit der Zustimmung. Besonders deutlich wird jedoch, dass nachhaltigkeitsorientierte und erfahrungsgelenkte Arbeitsweisen über alle Befragtengruppen hinweg eine zentrale Rolle spielen.

Gesamtzufriedenheit, Weiterempfehlung, Wiederbesuch

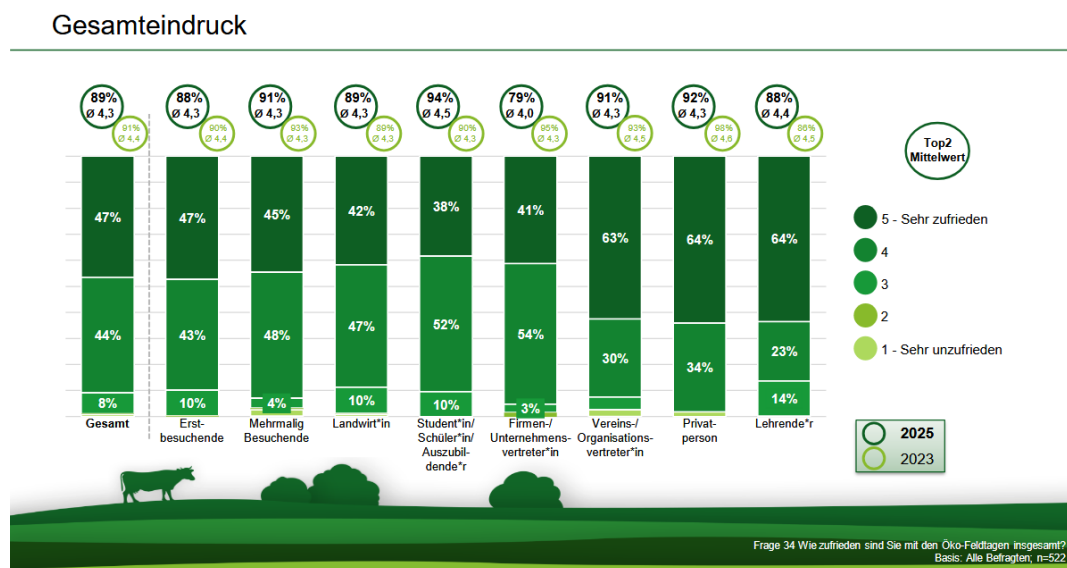


Abb. 26: Gesamteindruck

Die Gesamtzufriedenheit mit den Öko-Feldtagen 2025 fällt sehr hoch aus. Insgesamt bewerten 89 Prozent der Befragten die Veranstaltung auf der fünfstufigen Skala mit den beiden besten Kategorien („4 – zufrieden“ oder „5 – sehr zufrieden“); der Mittelwert liegt bei 4,3 und entspricht damit nahezu dem Niveau von 2023 (91 Prozent, Mittelwert 4,4). Die Verteilung der Antwortkategorien zeigt, dass 47 Prozent der Befragten „sehr zufrieden“ sind (Note 5) und weitere 44 Prozent die

Note 4 vergeben, während nur ein kleiner Anteil niedrigere Bewertungen abgibt. Dieses Zufriedenheitsmuster findet sich – mit leichten Abweichungen – in allen betrachteten Besuchendengruppen (Erst- und Mehrfachbesuchende, Landwirt*innen, Schüler*innen/Studierende/Auszubildende, Unternehmens- und Vereinsvertreter*innen, Privatpersonen und Lehrende) wieder, wobei die Top 2-Zufriedenheitswerte in allen Segmenten zwischen 79 und 94 Prozent liegen.

Weiterempfehlungsbereitschaft

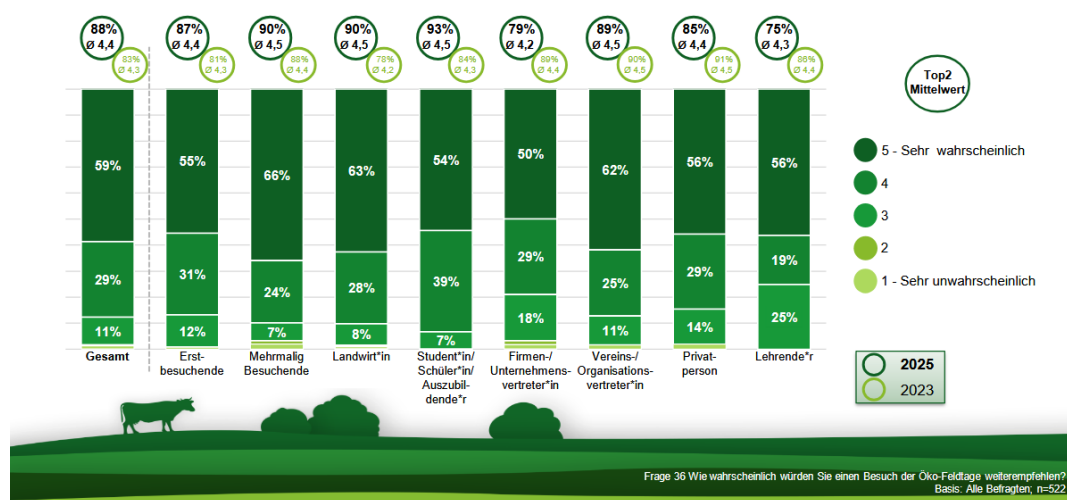


Abb. 27: Weiterempfehlungsbereitschaft

Die Bereitschaft, einen Besuch der Öko-Feldtage weiterzuempfehlen, ist insgesamt sehr hoch. 88 Prozent der Befragten geben auf der fünfstufigen Skala an, dass sie einen Besuch „sehr wahrscheinlich“ oder „eher wahrscheinlich“ weiterempfehlen würden (Top 2-Kategorien); der Mittelwert liegt bei 4,4 und liegt damit leicht über dem Wert von 2023 (83 Prozent, Mittelwert 4,3). 59 Prozent wählen die höchste Kategorie „5 – sehr wahrscheinlich“, weitere 29 Prozent die Kategorie 4, während nur eine Minderheit niedrigere Werte vergibt.

In den einzelnen Besuchendengruppen bewegen sich die Top 2-Anteile ebenfalls auf hohem Niveau und reichen von 75 Prozent bei Lehrenden bis 93 Prozent bei Schüler*innen, Studierenden und Auszubildenden; die zugehörigen Mittelwerte liegen zwischen 4,2 und 4,5. Sowohl Erst- als auch Mehrfachbesuchende weisen hohe Weiterempfehlungsbereitschaften auf (87 bzw. 90 Prozent Top 2).

Die Wiederbesuchsabsicht für die Öko-Feldtage 2027 fällt insgesamt moderat bis hoch aus. 67 Prozent der Befragten geben auf der fünfstufigen Skala eine hohe bzw. sehr hohe Bereitschaft an, die Veranstaltung 2027 am neuen Standort erneut zu besuchen (Top 2-Kategorien „4“ und „5“); der Mittelwert liegt bei 3,8 und damit deutlich über dem Referenzwert von 2023 (40 Prozent, Mittelwert 3,0). 38 Prozent der Befragten wählen die höchste Stufe („5 – sehr hoch“), 26 Prozent die Stufe 4.

Wiederbesuchsabsichten

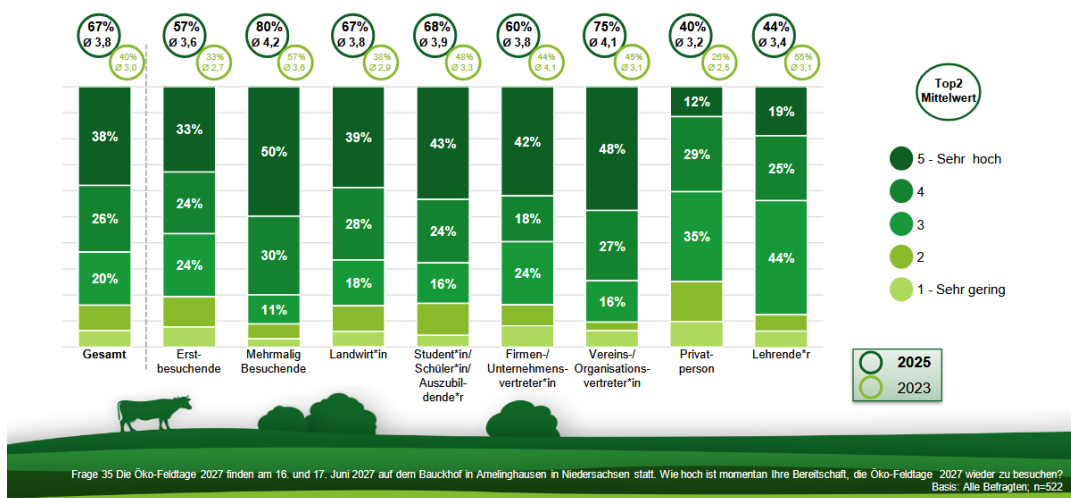


Abb. 28: Wiederbesuchsabsichten

Zwischen den Besuchendengruppen zeigen sich Unterschiede: Mehrfachbesuchende weisen mit 80 Prozent den höchsten Top 2-Anteil auf (Mittelwert 4,2), während Erstbesuchende mit 57 Prozent unter dem Gesamtdurchschnitt liegen (Mittelwert 3,6). Vereins- und Organisationsvertreter*innen (75 Prozent, Mittelwert 4,1) sowie Landwirt*innen und Studierende/Schüler*innen/Auszubildende (je rund zwei Drittel Top 2) äußern ebenfalls eine vergleichsweise hohe Wiederbesuchsbereitschaft, während Privatpersonen (40 Prozent, Mittelwert 3,2) und Lehrende (44 Prozent, Mittelwert 3,4) zurückhaltender sind.

Likes

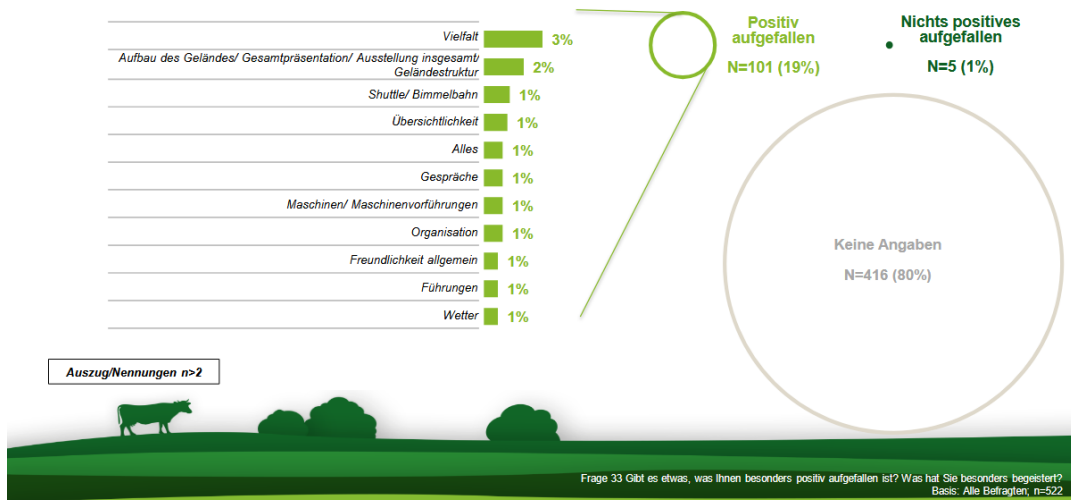


Abb. 29: Likes

Auf die offene Frage, was den Besuchenden besonders positiv aufgefallen ist bzw. was sie begeistert hat, macht ein vergleichsweise kleiner Teil der Befragten konkrete Angaben. 19 Prozent nennen mindestens einen positiven Aspekt, 80 Prozent machen keine Angabe, 1 Prozent gibt explizit an, dass nichts positiv aufgefallen sei.

Unter den genannten Positivmerkmalen wird am häufigsten die „Vielfalt“ der Öko-Feldtage erwähnt (3 Prozent aller Befragten), gefolgt vom „Aufbau des Geländes/ Gesamtpräsentation/Ausstellung insgesamt/Geländestruktur“ (2 Prozent). Darüber hinaus werden jeweils von 1 Prozent der Befragten unterschiedliche Aspekte hervor- gehoben, darunter der Shuttle- bzw. Bimmelbahn-Service, die Übersichtlichkeit, „alles“ im Sinne eines insgesamt positiven Gesamteindrucks, Gespräche, Maschinen und Maschinenvorfürungen, die Organisation, die allgemeine Freundlichkeit, Führungen sowie das Wetter.

Auf die offene Frage nach Verbesserungsvorschlägen für zukünftige Öko-Feldtage macht knapp ein Fünftel der Befragten konkrete Angaben. 19 Prozent nennen mindestens einen Verbesserungswunsch, 78 Prozent machen keine Angaben, weitere 3 Prozent geben explizit an, keine Verbesserungsvorschläge zu haben.

Unter den genannten Aspekten werden am häufigsten Gastronomie und Verpflegung (4 Prozent aller Befragten) sowie der Bus-Shuttle bzw. Busse und Transfer genannt (ebenfalls 4 Prozent). Darüber hinaus werden die Beschilderung und Wegeführung (3 Prozent), die Anfahrt bzw. Parksituation (2 Prozent) sowie das Klima bzw. die Wetterbedingungen (2 Prozent) als verbesserungswürdig benannt. Einzelne Nennungen entfallen auf das Angebot insgesamt, die sanitären Anlagen/Toiletten sowie das Programm (jeweils 1 Prozent).

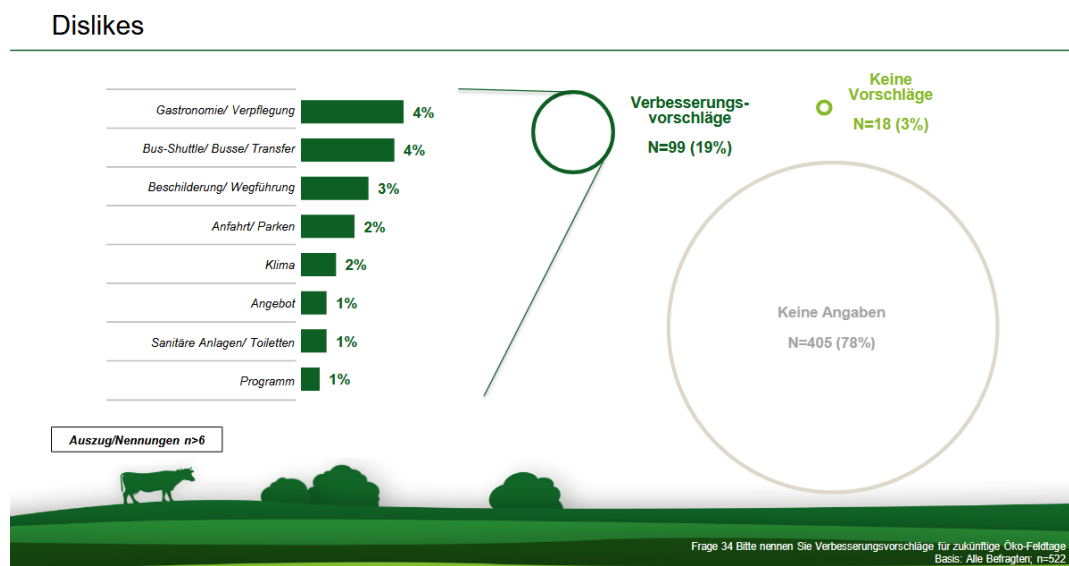


Abb. 30: Dislikes

4.2.2 Qualitative Leitfadeninterviews mit Lehrpersonen von Berufs- und Fachschulen

4.2.2.1 Methodisches Vorgehen

Für die qualitative Vertiefung der Zielgruppenanalyse wurden insgesamt sechs leitfadengestützte Interviews mit Lehrenden geführt, die mit ihren Schüler*innen die Öko-Feldtage 2025 besuchten. Vier Interviews wurden am ersten Messetag (18.06.2025) und zwei Interviews am zweiten Messetag (19.06.2025) durchgeführt.

Die Gespräche hatten eine Länge zwischen 12 und 19 Minuten; die durchschnittliche Gesprächsdauer lag bei rund 16 Minuten. Alle Interviews wurden autographiert, wörtlich transkribiert und anschließend in MAXQDA ausgewertet.

Die Auswertung erfolgte anhand eines kategoriengeleiteten Analyseverfahrens. Das Kategoriensystem wurde teils deduktiv aus den Forschungsfragen des Arbeitspakets sowie aus der Literatur zum Lernen auf außerschulischen Lernorten abgeleitet und bei Bedarf während der Codierung induktiv erweitert. Insgesamt umfasste das finale Codesystem acht Hauptkategorien und 21 Unterkategorien (vgl. Abb. 31).

Die Ergebnisse werden im Folgenden deskriptiv dargestellt; eine weitergehende Interpretation und Einordnung erfolgen in Kapitel 5 (Diskussion).

Codes		236
Informationsverhalten / Kommunikationskanäle allgemein	10	
▼ Abschluss & persönliche Einschätzungen	0	
Sonstige Anmerkungen / neue Ideen	4	
Besondere Highlights /persönliche Erfahrungen	2	
Allgemeines Fazit /Feedback	18	
▼ Verbesserungsvorschläge & Zukunftsperspektiven	0	
Zukunft des Ökolandbaus in der Berufsbildung	9	
Kommunikation & Reichweite	21	
Organisatorische Verbesserungen	12	
Inhaltliche Verbesserungen	5	
▼ Hürden & förderliche Bedingungen	0	
Sonstige Hürden	5	
Vorschläge zur Erleichterung der Teilnahme	3	
Förderliche Faktoren	12	
Informationsdefizite	0	
Finanzielle Hürden	4	
Zeitliche & organisatorische Hürden	13	
▼ Nachbereitung	0	
Nachhaltige Verankerung	1	
Gewünschte Materialien / Unterstützung	7	
Geplante Nachbereitung	8	
▼ Wahrnehmung & Interessen der Lernenden	0	
Reaktionen & Nachwirkungen	12	
Fehlende oder unterrepräsentierte Themen	6	
Besonders gelungene Stationen/Themen	7	
▼ Ziele & Nutzen	0	
Fachlicher Nutzen	13	
Pädagogischer Nutzen	5	
Zielerreichung	7	
Ziele der Exkursion	5	
▼ Kontext & Rahmenbedingungen	0	
Vorbereitung der Lernenden auf die Exkursion	9	
Bedeutung des Ökolandbaus im Lehrplan	13	
Fachrichtung	12	
Schule & Schultyp	13	
Sets	0	

Abb. 31: Struktur des finalen Codesystems (8 Haupt- und 21 Unterkategorien)

4.2.2.2 Deskriptive Darstellung der wichtigsten Ergebnisse

Die nachfolgende deskriptive Darstellung gliedert die Ergebnisse entlang der im Codesystem definierten Haupt- und Unterkategorien. Sie zeigt, welche Themenfelder in den Interviews aufgegriffen wurden und welche Aspekte von den Lehrpersonen stärker oder weniger stark betont wurden. Abbildung 32 gibt zunächst einen Überblick über die Häufigkeiten der Hauptkategorien und verdeutlicht, welche Themen im Material besonders präsent waren. Im Anschluss daran werden die inhaltlichen Schwerpunkte entlang der Kategorien ausführlich beschrieben.

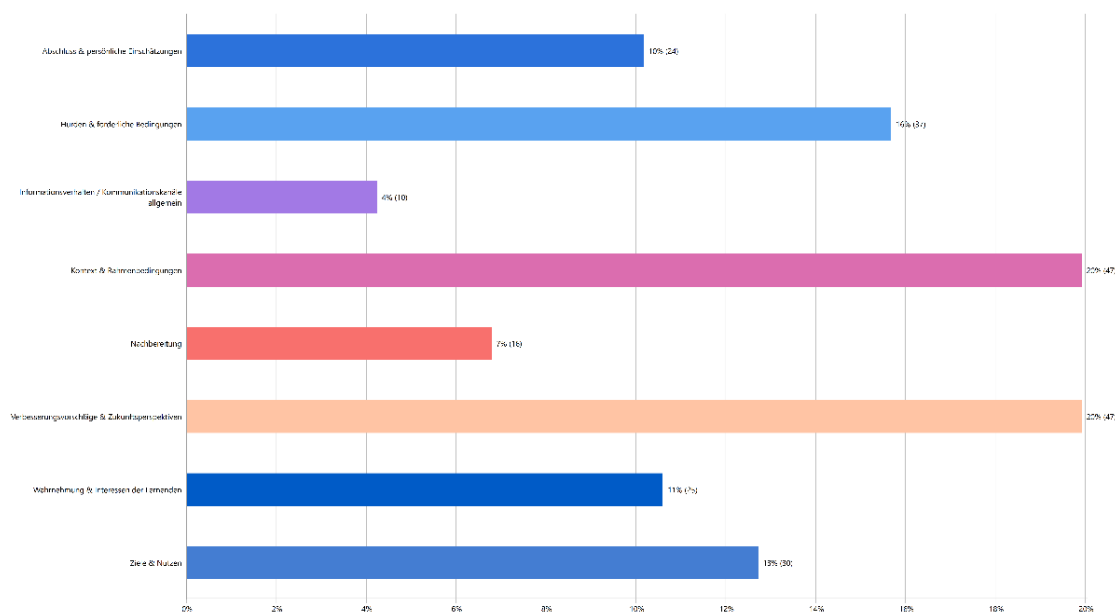


Abb. 32: Häufigkeiten der Hauptkategorien in den qualitativen Interviews (n=6)

Kontext und Rahmenbedingungen

Schule & Schultyp (13 codierte Segmente)

In den codierten Segmenten wird deutlich, dass die befragten Lehrpersonen an verschiedenen berufsbildenden Einrichtungen des landwirtschaftlichen Bildungswesens tätig sind. Dabei handelt es sich vor allem um Berufsschulen, Fachschulen und Berufliche Schulzentren. Mehrere Lehrpersonen beziehen sich auf Schulen, die verschiedene Bildungsgänge unter einem organisatorischen Dach vereinen. Diese Struktur ermöglicht das Angebot unterschiedlicher Qualifikationsstufen innerhalb eines agrarischen Fachbereichs.

Ein zentrales Merkmal der beschriebenen Schulen ist die duale Ausbildung. Die Lehrpersonen unterrichten überwiegend Lernende, die sich in anerkannten Ausbildungsberufen der so genannten "grünen Branche" befinden, unter anderem Landwirt*innen, Tierwirt*innen, Fachkräfte für Agrarservice oder Fachpraktiker*innen Landwirtschaft. Eine der interviewten Personen beschreibt ihre Tätigkeit folgendermaßen:

„Ich unterrichte an einem Beruflichen Schulzentrum, das heißt ich bin hauptsächlich in der dualen Ausbildung tätig, also quasi die zukünftigen Landwirte, Fach-kräfte.“ (Transkript 4, Pos. 9)

Neben der dualen Ausbildung übernehmen einige der befragten Lehrkräfte auch Unterricht in weiterführenden Bildungsgängen, insbesondere an Fach- und Technikerschulen. Diese Schulformen dienen der beruflichen Fortbildung von Personen, die bereits eine abgeschlossene Ausbildung im landwirtschaftlichen Bereich besitzen. In einem Interview wird diese Struktur beispielhaft erläutert:

„Das ist eine Fachschule. In Sachsen sind die landwirtschaftlichen Fachschulen so aufgebaut [...] dass die Fachschüler bereits eine Berufsausbildung haben im Bereich der sogenannten grünen Berufe.“ (Transkript 1, Pos. 9)

Die codierten Passagen zeigen zudem, dass die beteiligten Schulen regional unterschiedlich organisiert sind. Die Standorte der Lehrpersonen befinden sich unter anderem in Sachsen und Rheinland-Pfalz. Es werden sowohl größere Berufliche Schulzentren mit mehreren Bildungsgängen als auch kleinere spezialisierte Berufsschulen genannt. Die Klassen, die im Rahmen der Öko-Feldtage begleitet wurden, gehören überwiegend den ersten oder zweiten Lehrjahren der dualen Ausbildung sowie Fachschulklassen mit agrarischem Schwerpunkt an.

Fachrichtung (12 codierte Segmente)

In den codierten Segmenten wird deutlich, dass die befragten Lehrpersonen überwiegend aus agrarischen Fachdisziplinen stammen. Genannt werden unter anderem Studienabschlüsse in Landwirtschaft, Agrarwissenschaften und Forstwirtschaft sowie abgeschlossene Berufsausbildungen in landwirtschaftlichen Berufen. Einige Personen haben vor ihrer Lehrtätigkeit praktische Berufserfahrung gesammelt, beispielsweise in landwirtschaftlichen Betrieben oder der Entwicklungszusammenarbeit. Teilweise handelt es sich um Seiteneinsteigerinnen und Seiteneinsteiger, die erst nach mehrjähriger beruflicher Praxis in das Lehrwesen wechselten. Die Unterrichtsinhalte der befragten Lehrpersonen umfassen zentrale Bereiche der Agrarwirtschaft. Häufig werden Themen wie Pflanzenbau, Bodenkunde, Pflanzenschutz und Düngung genannt, vereinzelt ergänzt durch Tierproduktion, Agrarmeteorologie, Grundlagen der Chemie und Fachrechnung. Die Kombination verschiedener Themenbereiche zeigt, dass die Lehrpersonen oft fachübergreifend unterrichten. Eine Lehrperson beschreibt dies folgendermaßen:

„Ich bin Diplom-Agraringenieur und Seiteneinsteiger im Lehrwesen und bin Schwerpunkt Nutztierwissenschaften und unterrichte jetzt aber alles, also Pflanzenbau und Tierhaltung.“ (Transkript 5, Pos. 7)

Ein weiteres Interview verdeutlicht den pflanzenbaulichen Schwerpunkt, der an mehreren Schulen vertreten ist:

„Ich habe [...] Forstwirtschaft studiert [...] und unterrichte schwerpunktmäßig die Grundlagen des Pflanzenbaus, also Bodenkunde, Düngung, Pflanzenschutz, Nährstoffkreisläufe, Wasserkreislauf, Agrarmeteorologie bis hin zu Biodiversitätsschutz und Naturschutz.“ (Transkript 1, Pos. 7)

In den Daten finden sich zudem Hinweise auf zusätzliche pädagogische Qualifikationen, etwa in Agrarpädagogik oder im Lehramt an berufsbildenden Schulen. Einige Lehrkräfte haben im Laufe ihrer beruflichen Laufbahn in unterschiedlichen schulischen Kontexten, auch außerhalb der Agrarbildung, gearbeitet. Insgesamt verdeutlichen die Segmente, dass die Lehrpersonen über breit gefächerte fachliche und didaktische Kompetenzen verfügen, die ein breites Themenspektrum landwirtschaftlicher Bildung abdecken.

Bedeutung des Ökolandbaus im Lehrplan (13 codierte Segmente)

Die codierten Segmente zeigen, dass der Ökolandbau an den befragten berufsbildenden Schulen vor allem als integriertes Querschnittsthema behandelt wird und meist kein eigenes Kernfach darstellt. Seine Inhalte fließen vor allem in die Unterrichtsbereiche Pflanzenbau, Pflanzenschutz und Bodenkunde ein, wobei Prinzipien wie integrierter Pflanzenschutz und nachhaltige Fruchtfolgen vermittelt werden. Lehrpersonen schildern, wie sie ökologische Aspekte exemplarisch in den Unterricht einbauen, insbesondere bei Themen wie Bodenfruchtbarkeit oder Bekämpfung von Schädlingen.

„Gerade der Pflanzenschutz ist ja ein schönes Beispiel, wo man mittels des Instruments des integrierten Pflanzenschutzes eigentlich auch Aspekte des Ökolandbaus den Konventionellen versuchen kann, beizubringen.“ (Transkript 1, Pos. 11)

Der Umfang ökologischer Inhalte variiert deutlich nach Bildungsgang und Region. In einigen Fällen, z. B. in Sachsen, sind für Landwirt*innen und Fachpraktiker*innen 30 Stunden Ökolandbau (inklusive Tierhaltung) verpflichtend und auch Gegenstand von Prüfungen:

„Der Ökolandbau hat bei uns in Sachsen einen relativ hohen Stellenwert, da er beim Landwirt und beispielsweise auch beim Fachpraktiker Landwirtschaft mit relativ vielen Unterrichtsstunden integriert ist. [...] Das ist wirklich Pflicht.“ (Transkript 5, Pos. 11/13)

Andere Standorte und Bildungsgänge setzen den Ökolandbau vor allem projekt- oder wochenweise um, beispielsweise in Form von Öko-Themenwochen oder Wahlpflichtmodulen. Im Lehrplan der Berufsschule wird Ökolandbau typischerweise im zweiten und dritten Lehrjahr behandelt, meist in begrenztem Umfang und oft in Abhängigkeit vom konkreten Berufsfeld. Die Verankerung reicht von wenigen Stunden bis zu eigenständigen Modulen, wobei ökologische Inhalte zunehmend auch Prüfungen betreffen:

„Ökologischer Landbau ist Pflicht. Ist auch ein Bestandteil der Abschlussprüfung und es ist auch ein Zeugnisfach, wo se auch ‘ne Abschlussnote kriegen.“ (Transkript 6, Pos. 13)

Gleichzeitig ist festzustellen, dass der Anteil der ökologisch ausgerichteten Lernenden und Betriebe zunimmt, was zu einer stärkeren Einbindung des Themas im Unterricht führt. Dennoch bleibt der Ökolandbau im Lehrplan insgesamt meist ein ergänzender und in vielen Fällen fakultativer Bestandteil und wird in der Praxis oft von besonders engagierten Lehrkräften vertieft.

Vorbereitung der Lernenden auf die Exkursion (9 codierte Segmente)

Die Exkursionsvorbereitung variierte in Abhängigkeit von der Zusammensetzung und dem Ausbildungsstand der Lernenden. So umfasste die Gruppe Auszubildende aus konventionellen Großbetrieben, Nebenerwerbs- sowie ökologische Betriebe (Transkript 1, Pos. 15).

Vor der Exkursion wurden teilweise fachspezifische Unterrichtseinheiten angeboten, die ökologischen Landbau, Fruchtfolgegestaltung sowie ökologische Tierhaltung thematisierten. Dabei wurden auch relevante Verbände vorgestellt und wirtschaftliche Aspekte diskutiert:

„Wir haben schon mal ein paar Stunden vorher über den ökologischen Landbau gesprochen. Fruchtfolgegestaltung auch, Wirtschaftlichkeit im ökologischen Landbau und in der Tierhaltung [...].“ (Transkript 2, Pos. 15)

In anderen Fällen erfolgte die Vorbereitung primär über die Bereitstellung des Veranstaltungsprogramms und die Aufforderung zur selbstständigen Auseinandersetzung mit Ausstellenden, Vorführungen und Foren:

„Das Veranstaltungsprogramm war ja lange vorher online und das haben wir kommuniziert, und da sollte sich jeder auch mal selbst reinlesen [...].“ (Transkript 3, Pos. 15)

Für zahlreiche Lernende, vor allem im ersten Ausbildungsjahr, stellte die Exkursion den ersten Kontakt mit ökologischen Themen dar, sodass eine inhaltliche Vorabinformation oft gering ausgeprägt war (Transkript 4, Pos. 15).

Zusammenfassend umfasste die Vorbereitung sowohl fachliche Vorbesprechungen als auch organisatorisch unterstützte Selbststudienphasen, deren Umfang und Tiefe jedoch heterogen ausfielen.

Ziele & Nutzen

Ziele der Exkursion (5 codierte Segmente)

Das zentrale Anliegen der Exkursion bestand darin, den Lernenden den ökologischen Landbau als alternative Produktionsweise zum konventionellen Betrieb zugänglich zu machen und ihren fachlichen Horizont zu erweitern. Dabei

sollte verdeutlicht werden, dass Landwirtschaft vielfältige Facetten umfasst, die über den rein technischen Betrieb hinausgehen. Eine Lehrperson bringt es wie folgt auf den Punkt:

„Das Ziel ist, den Teilnehmern zu vermitteln, dass es eben, wenn man aus einem konventionellen Betrieb kommt, noch was anderes gibt: den ökologischen Landbau mit anderen Prämissen [...] und natürlich den Teilnehmenden, egal wo sie herkommen, den Horizont zu erweitern.“ (Transkript 1, Pos. 17)

Neben der Produktion sollten auch andere Bereiche ökologischer Landwirtschaft wie Verarbeitung und Verbraucher*innenverhalten erfahrbar gemacht werden. Den Lernenden wurde Raum gegeben, sich selbstständig mit den verschiedenen Themenfeldern auseinanderzusetzen (Transkript 2, Pos. 17-18; Transkript 3, Pos. 17).

Spezielle Führungen zu pflanzen- und tierbezogenen Inhalten ergänzten die Exkursion, indem sie fachliche Schwerpunkte setzten (Transkript 4, Pos. 17; Transkript 5, Pos. 17).

Zielerreichung (7 codierte Segmente)

Die Aussagen der Lehrpersonen zur Zielerreichung sind überwiegend vorsichtig und zum Teil noch offen, da eine abschließende Bewertung häufig erst im Nachgang erfolgen soll. So wird mehrfach angegeben, dass eine fundierte Einschätzung erst nach der Auswertung von Rückmeldungen der Lernenden möglich ist:

„Das kann ich jetzt noch nicht sagen [...] Das müssen wir dann diskutieren.“ (Transkript 1, Pos. 19)

„Nein, das kann ich jetzt noch nicht einschätzen.“ (Transkript 1, Pos. 21)

Teilweise werden erste positive Eindrücke genannt, insbesondere dahingehend, dass den Schüler*innen Informationen über ökologische Anbauweisen und relevante Themenbereiche wie Fruchtfolge, Humuswirtschaft und Bodenkunde vermittelt wurden. Die Lernenden hatten Gelegenheit, sich nach ihren Interessen selbstständig zu informieren:

„Zum einen bekommt man ein bisschen Informationen über den Ökolandbau, aber man kriegt ja auch über Fruchtfolge, Humuswirtschaft, Bodenkunde ... das sind ja alles Bereiche, die wir auch in der Ausbildung abdecken. Und da konnten sich die Schüler dann auch ein bisschen selbstständig, nach ihren Neigungen, informieren.“ (Transkript 2, Pos. 18)

Darüber hinaus wird angemerkt, dass es durch organisatorische Herausforderungen während der Exkursion zu zeitlichen Engpässen kam, welche die Durchführung der Führungen beeinflussten. Diese Umstände wirkten sich potenziell auf die Nutzungsmöglichkeiten der Lernenden aus:

„... die Führung war halt ein bisschen sehr schnell... Vielleicht wäre es besser gewesen, die Führung ganz am Anfang zu machen ... So war es ein bisschen gehetzt, da war die Zeit knapp.“ (Transkript 2, Pos. 20-21)

Neben den äußeren Rahmenbedingungen wurde berichtet, dass die Möglichkeit der Zielerreichung grundsätzlich gegeben war, allerdings die individuelle Nutzung des Lernangebotes von den Lernenden selbst abhing:

„Also die Möglichkeit, diese Ziele zu erreichen war auf jeden Fall gegeben. Und am Ende lag es dann an jedem selbst, wie er das jetzt für sich genutzt hat.“ (Transkript 3, Pos. 19)

Zudem wurde von einem positiven Eindruck hinsichtlich Organisation und Führung berichtet, insbesondere im Hinblick auf die Pünktlichkeit und Begleitung der Lerngruppen:

„... meine Schüler waren pünktlich da. Die Führung [...] war das total in Ordnung.“ (Transkript 4, Pos. 19)

Einige Programmpunkte konnten aus zeitlichen Gründen nicht mehr besucht werden, was von den Lehrkräften bedauert wurde:

„Und was noch schade war, wir hatten uns eigentlich darauf gefreut, dass wir so einen Kompoststall [...] aber das haben wir nicht geschafft, weil es einfach zeitlich nicht möglich war.“ (Transkript 6, Pos. 23)

Insgesamt zeigen die Kodierungen, dass die Zielerreichung von verschiedenen Faktoren beeinflusst wurde und von „definitiv erreicht“ bis zu „noch offen“ reicht, wobei organisatorische und zeitliche Rahmenbedingungen eine Rolle spielten.

Fachlicher Nutzen (13 codierte Segmente)

Die Lehrpersonen bewerteten den Besuch der Öko-Feldtage überwiegend als fachlich gewinnbringend. Sie beschrieben, dass die Lernenden ihr Wissen aus der Aus-bildung – etwa zu Ökolandbau, Fruchtfolge, Bodenkunde und nachhaltiger Bewirt-schaftung – an konkreten Beispielen vertiefen konnten. Gleichzeitig bot die Ver-anstaltung Gelegenheit, neue fachliche Themen und Techniken kennenzulernen, die im schulischen oder betrieblichen Alltag kaum zugänglich sind.

Eine Lehrperson hob hervor, dass die Exkursion zentrale Ausbildungsinhalte aufgriff und zur eigenständigen Vertiefung anregte:

„Zum einen bekommt man ein bisschen Informationen über den Ökolandbau, aber man kriegt ja auch über Fruchtfolge, Humuswirtschaft, Bodenkunde ... das sind ja alles Bereiche, die wir auch in der Ausbildung abdecken“ (Transkript 2, Pos. 18).

Besonders geschätzt wurden praxisnahe Demonstrationen und der direkte Bezug zu realen Produktionsprozessen. So boten etwa das Bodenprofil oder die Präsentation

verschiedener Kulturen anschauliche Einblicke in konkrete Anbauverfahren. Eine Lehrperson berichtete:

„Natürlich der Pflanzenbau für die Landwirte ist hier wirklich 1A bedient worden [...] Also ich denke, der Landwirt hat hier extrem profitiert“ (Transkript 5, Pos. 19).

Ergänzend wurde betont, dass selbst komplexe Themen wie Fruchtfolgen durch die praktische Darstellung verständlicher wurden:

„Wir haben sehr viel über Fruchtfolgen gehört [...] das war sehr interessant, eben auch im Hinblick bei der konventionellen, weil die müssen ja auch ‘ne Anbauplanung machen“ (Transkript 4, Pos. 23).

Darüber hinaus berichteten mehrere Lehrpersonen, fachliche Impulse für die eigene Unterrichtsgestaltung erhalten zu haben. Genannt wurden dabei vor allem Anregungen für einfache schulische Versuche oder Unterrichtsprojekte, mit denen Inhalte der Öko-Feldtage aufgegriffen werden können. Ein Beispiel beschreibt:

„Wir hatten sehr viele Ideen hier mitgenommen, vor allen Dingen für den Unterricht [...] wo wir jetzt sagen können, dass wir doch das ein oder andere auch mit relativ einfachen Mitteln in der Schule nachstellen können“ (Transkript 6, Pos. 21).

Solche Impulse werden als Möglichkeit gesehen, fachliche Themen praxisnäher und aktueller im Unterricht zu verankern. Insgesamt stellten die Lehrkräfte damit einen deutlichen Mehrwert auf fachlicher Ebene fest – sowohl in der Wissensvertiefung der Lernenden als auch in der Weiterentwicklung ihrer fachbezogenen Lehrpraxis.

Pädagogischer Nutzen (5 codierte Segmente)

Aus Sicht der Lehrpersonen lag der pädagogische Nutzen der Exkursion vor allem in der Möglichkeit, Lernen außerhalb des Klassenzimmers zu gestalten und den Schüler*innen neue Lernumgebungen zu eröffnen. Das außerschulische Setting wurde als Gelegenheit wahrgenommen, Lernprozesse praxisorientiert, selbstständiger und sozial eingebettet zu gestalten. Mehrere Lehrkräfte betonten, dass der Besuch der Öko-Feldtage ein gelungenes Beispiel für „Lernen an einem externen Lernort“ darstellte. So formulierte eine Lehrperson:

„Ja, also, wir haben das Lernen an diesem externen Lernort ermöglicht, so heißt das ja pädagogisch (lacht) ... Ich glaube, wie man jetzt von den Schülern gehört hat: sie haben an vielen Ständen [...] sich auch so ein bisschen interessiert“ (Transkript 2, Pos. 20–21).

Darüber hinaus wurde der pädagogische Mehrwert in der Förderung sozialer Prozesse und der Stärkung der Gruppendynamik gesehen. Die Exkursion bot aus Sicht der Lehrpersonen einen Rahmen für gemeinschaftliche Erfahrungen jenseits

des Unterrichtsalltags und trug zu einem positiven Klassenklima bei. Eine Lehrperson beschrieb dies mit den Worten:

„Auch pädagogisch hat man einfach auch mal ein bisschen was anderes gesehen, konnte sich mit anderen Leuten unterhalten, auch mit Experten. Und die Gruppendynamik spielt ja auch eine Rolle – also der soziale Aspekt für die Klasse ist sehr wichtig“ (Transkript 2, Pos. 23).

Ein weiterer Aspekt des pädagogischen Nutzens bezog sich auf die unterrichtliche Nachbereitung und methodische Weiterentwicklung. Lehrpersonen berichteten, dass sie Impulse für einen handlungsorientierten Unterricht gewannen und den Besuch der Öko-Feldtage als Ausgangspunkt für neue Lernformen nutzen möchten. Sie betonten die Bedeutung praktischer und kreativer Zugänge, um insbesondere den ökologischen Landbau stärker im Unterricht zu verankern. Eine Lehrperson schilderte:

„Wir hatten sehr viele Ideen hier mitgenommen, vor allen Dingen für den Unterricht [...] da haben wir wieder ein paar Anregungen gekriegt [...] wir wollen immer viel praktisch machen [...] und da sind unsere Lehrerinnen sehr engagiert und wollen das von einer anderen Seite mal betrachten und da sind die auch sehr, sehr aufgeschlossen“ (Transkript 6, Pos. 21).

Insgesamt beschrieben die Lehrpersonen den pädagogischen Nutzen der Exkursion als vielschichtig. Neben dem fachbezogenen Lernen wurden insbesondere Motivation, Selbsttätigkeit und soziale Interaktion als bedeutsame Lernwirkungen hervorgehoben. Der Besuch der Öko-Feldtage wird damit als pädagogisch wertvolles Lernarrangement verstanden, das Unterricht erfahrungsorientiert ergänzt und Lernprozesse in Bewegung setzt.

Wahrnehmung und Interesse der Lernenden

Reaktionen & Nachwirkungen (12 codierte Segmente)

Die Lehrpersonen beschrieben die Reaktionen der Lernenden auf den Besuch der Öko-Feldtage überwiegend als aufmerksam, interessiert und insgesamt positiv. Nach ihren Beobachtungen zeigten viele Schüler*innen Neugier gegenüber den gezeigten Inhalten, insbesondere bei Themen, die über den bekannten Ausbildungsrahmen hinausgingen. Eine Lehrperson führte aus:

„Das Interesse ist immer dann besonders groß, wenn es um Sonderkulturen geht, abseits von Gerste, Weizen, Raps und Mais [...] Und das ist für viele, denke ich, interessant gewesen, weil sie da erstmals darüber nachgedacht haben, über das Spektrum an Kulturpflanzen, was man anbauen könnte“ (Transkript 1, Pos. 25).

Die Beteiligung der Lernenden wurde von den Lehrpersonen als unterschiedlich wahrgenommen. Während sich einige intensiv mit den fachlichen Inhalten auseinandersetzten und Nachfragen stellten, nutzten andere die Veranstaltung eher als informellen Rahmen. Eine Aussage brachte diese Unterschiede auf den Punkt:

„Wir haben ein paar, die da sehr interessiert sind, [...] und andere haben dann da eher die kulinarischen Aspekte und Events genossen“ (Transkript 2, Pos. 27).

Mehrfach wurde der Verlauf der Exkursion als harmonisch und ohne Widerstände beschrieben. Mehrere Lehrkräfte äußerten, dass es keine negativen Reaktionen gegeben habe. Dies wurde auch auf eine grundsätzlich positive Erwartungshaltung der Teilnehmenden zurückgeführt. Eine Lehrperson bemerkte:

„Also es gab kein Gemaule, es gab keine Frage ‘Wieso müssen wir da hin?’ – also nicht gemeckert ist gelobt genug“ (Transkript 3, Pos. 29).

Einzelne Befragte berichteten zudem von spontanen Rückmeldungen und unmittelbaren Reaktionen am Exkursionstag, etwa Anerkennung oder Fortsetzungswünsche:

„Ja, also eine erste Reaktion war, ‚Also Herr X, machen Sie denn sowas im nächsten Jahr nochmal?’“ (Transkript 2, Pos. 31).

Einige Lehrpersonen wiesen darauf hin, dass genauere Einschätzungen oder vertiefte Rückmeldungen erst nach der Auswertung in der Klasse möglich sein würden (z. B. Transkript 1, Pos. 23; Transkript 6, Pos. 27).

Die vorliegenden Aussagen zeigen somit ein insgesamt positives Stimmungsbild, das vor allem durch Interesse an den Inhalten, aktive Beteiligung einzelner Gruppen und eine hohe Akzeptanz der Veranstaltung charakterisiert war.

Fehlende oder unterrepräsentierte Themen (6 codierte Segmente)

Mehrere Lehrpersonen nannten Themenbereiche, die auf den Öko-Feldtagen nach ihrer Wahrnehmung nur in begrenztem Umfang vertreten waren. Eine Lehrkraft vermisste vor allem Inhalte zur „Förderung und Schutz der Biodiversität“ und stellte fest:

„Es ging sehr viel um Wasser, es ging um Klimawandel, um neue Kulturen [...] aber praktische Maßnahmen zur Umsetzung, zur Förderung der Biodiversität auf landwirtschaftlichen Betrieben – da habe ich nicht viel gefunden“ (Transkript 1, Pos. 27–30).

Zudem wurde mehrfach betont, dass der Pflanzenbau stark im Vordergrund stand, während Themen der Tierhaltung, Fütterung und praktischen Demonstration von Tierwohlaspekten kaum vertreten waren. Eine Lehrperson fasste dies zusammen:

„Natürlich der Pflanzenbau für die Landwirte ist hier wirklich 1A bedient worden [...] aber unsere Tierwirte [...] haben dann natürlich schon geguckt, gibt’s hier keine Kühe, keine Kälber. [...] Der praktische Anteil Tier hat uns ein bisschen gefehlt“ (Transkript 5, Pos. 19). Ähnlich hieß es, eine Demonstration der ökologischen Tierhaltung wäre „nicht schlecht gewesen, wenn’s irgendwie möglich ist“ (Transkript 5, Pos. 25).

Einige Befragte gaben an, dass sie aufgrund der Vielzahl an Themen und Ständen keine abschließende Einschätzung zu möglichen Lücken treffen könnten. Eine Lehrperson bemerkte dazu:

„Man kann nicht alles angucken, selbst wenn’s da ist“ (Transkript 3, Pos. 27).

Insgesamt wurden vor allem die Bereiche Biodiversität und Tierhaltung als weniger sichtbar wahrgenommen, während der Schwerpunkt klar auf pflanzenbaulichen und technischen Themen lag.

Besonders gelungene Stationen/Themen (7 codierte Segmente)

Mehrere Lehrpersonen beschrieben einzelne Stationen und Themenschwerpunkte der Öko-Feldtage, die bei den Lernenden auf besonderes Interesse stießen. Besonders häufig wurden pflanzenbauliche Inhalte und technische Demonstrationen genannt. Eine Lehrperson berichtete, dass gerade Themen jenseits der gängigen Kulturen starkes Interesse auslösten:

„Das Interesse ist immer dann besonders groß, wenn es um Sonderkulturen geht [...] wir waren also bei dem Vortrag zur Etablierung von Ackerfutter [...] und das ist für viele, denke ich, interessant gewesen“ (Transkript 1, Pos. 25).

Auch das Bodenprofil sowie Vorträge zu Fruchtfolgen wurden vielfach positiv hervorgehoben. Eine Lehrkraft erklärte:

„Was ich auch sehr interessant fand, war jetzt dieses Bodenprofil. Das war sehr ausführlich erklärt, das müsste viele tangiert haben, [...] das mal so zu sehen in der Praxis [...] war sehr gut“ (Transkript 4, Pos. 21). Ergänzend wurde betont, dass diese Einheiten gut an bestehendes Unterrichtswissen anknüpften (Transkript 4, Pos. 23).

Ein weiterer Fokus lag auf der Technikpräsentation, die als zentrales Interesse vieler Lernender aufgefasst wurde. In einem Interview hieß es dazu:

„Die Technik, ja die Technik [...] das sind halt unsre Jungs und auch die Mädels [...] wenn’s um den großen Schwerpunkt geht, dann ist es immer die Technik“ (Transkript 6, Pos. 23).

Zudem wurden organisatorische Elemente der Führungen vereinzelt positiv bewertet, etwa die klare Struktur und Begleitung der Schulklassen. Eine Lehrperson merkte an, „hinsichtlich Führung Schulklasse war das total in Ordnung“, und hob die gute Organisation und Hilfestellung vor Ort hervor (Transkript 4, Pos. 19).

Insgesamt bezogen sich die genannten positiven Eindrücke vor allem auf Stationen mit hoher Anschaulichkeit, unmittelbarem Praxisbezug und technischem oder agronomischem Schwerpunkt.

Nachbereitung

Geplante Nachbereitung (8 codierte Segmente)

Mehrere Lehrpersonen planen, die Exkursion im Unterricht gezielt nachzubereiten und dabei Inhalte des ökologischen Landbaus zu vertiefen. Häufig erfolgt dies zeitlich versetzt, etwa nach dem Praktikum oder im nächsten Unterrichtsblock. Eine Lehrkraft erklärte:

„Wir kommen im Unterricht darauf zurück. [...] Gerade die Rolle des Ackerfutters im ökologischen Landbau [...] wird da nochmal vertiefend diskutiert.“ (Transkript 1, Pos. 34).

Vorgesehen sind unterschiedliche Formen der Nachbereitung, darunter schriftliche Abfragen, Kurzvorträge oder Präsentationen. So hieß es:

„Wir werden das auf alle Fälle weiterführen und nachbereiten [...] in der nächsten Unterrichtsstunde werde ich auf alle Fälle ‘ne Abfrage machen.“ (Transkript 3, Pos. 31).

Auch in der Abschlussphase wird auf die Exkursionsinhalte Bezug genommen, da der Bereich „Ökologischer Landbau“ Teil der Prüfung ist:

„In unserer Abschlussprüfung [...] wird immer auch ein Teil ‘Ökologischer Landbau’ abgeprüft.“ (Transkript 2, Pos. 33).

Mancherorts übernehmen Fachkolleg*innen die Nachbereitung, wenn sie thematisch zuständig sind:

„Das betrifft dann die Kollegen, die den Ökolandbau unterrichten [...] der kann das dann ganz gut aufgreifen.“ (Transkript 4, Pos. 29). Darüber hinaus wird die Arbeit mit Berichten oder Plakaten geplant, wie eine Lehrperson anmerkte: „Kurzvorträge, vielleicht Plakate oder wie auch immer [...] das werden wir auf jeden Fall machen.“ (Transkript 5, Pos. 29).

Gewünschte Materialien/Unterstützung (7 codierte Segmente)

Lehrpersonen äußern den Wunsch nach zusätzlichen, aktuellen Materialien für verschiedene Fachrichtungen wie Tierhaltung, Pflanzenbau oder Betriebswirtschaft. Betont wird, dass Unterrichtsmaterialien möglichst vielseitig und „up to date“ sein sollten, um den unterschiedlichen Interessen der Schüler*innen gerecht zu werden:

„Von daher können wir jetzt nicht den Fokus auf das ein oder das andere setzen. Wir als Lehrer haben die Möglichkeit, uns Informationsquellen zu erschließen. Das ist auch ein Teil unserer Aufgabe, unserer Lehrtätigkeit, auch das den Schülern zu vermitteln: Wo bekommt ihr Informationen her?“ (Transkript 1, Pos. 36).

Für den konkreten Materialbezug nutzen einige Lehrkräfte bereits bestehende Netzwerke wie den Kontakt zum FiBL:

„Nee, also wir haben ja über die FiBL den Kontakt, da kann man ja mal auch anschreiben, wenn man was braucht.“ (Transkript 2, Pos. 35).

Zudem wird praktisches didaktisches Material direkt vor Ort oder über Kontakte zu Ausstellenden beschafft:

„Ich sag mal wir schauen ja selber an den Ständen und reden mit den Ausstellern zum Teil, also von daher.“ (Transkript 4, Pos. 31).

Darüber hinaus gibt es den Wunsch nach stärker pädagogisch aufbereiteten Materialien, da der direkte Nutzen für Schüler*innen im Vergleich zu berufserfahrenen Messebesuchenden manchmal geringer ausfällt:

„Also dass man vielleicht pädagogisch noch ein bisschen was anbietet oder so. [...] Ja, also wenn sie was da haben, dann lassen sie das uns zukommen.“ (Transkript 5, Pos. 33).

Auch unkomplizierte Kontaktmöglichkeiten werden geschätzt: „Wenn jetzt was auftritt, wärs schön, wenn wir uns dann einfach nochmal melden könnten.“ (Transkript 6, Pos. 31).

Nachhaltige Verankerung (1 codiertes Segment)

Eine Lehrperson beschreibt, wie viele Ideen und Anregungen von der Exkursion langfristig in den Unterricht eingebracht werden sollen. Besonders kleinere Versuche, praktische Projekte und Inhalte zu Leguminosen und Bodenversuchen können direkt in den Unterricht übernommen oder nachgestellt werden:

„Also wir hatten sehr viele Ideen hier mitgenommen, vor allen Dingen für den Unterricht also was uns sehr gut gefallen hat, diese kleinen Versuche, die wir uns anschauen konnten, wo wir jetzt sagen können, dass wir doch das ein oder andere auch mit relativ einfachen Mitteln in der Schule nachstellen können und wo wir auch den Unterricht wieder, weil wir wollen immer viel praktisch machen mit den Jungs und Mädels und da haben wir wieder ein paar Anregungen gekriegt und wir haben uns auch sehr gefreut und wir haben ja diesen Beatlecollector gesehen und da ist sofort die Idee entstanden für ein Projekt, dass wir sowas nachbauen würden gerne und ob uns das gelingt, aber das sind jetzt so viele Anregungen und Ideen oder auch das mit diesen Rezepten hier mit den Leguminosen, mit den Snacks und so, da kann man ja so viel machen eigentlich auch im Unterricht oder auch mit dem Hummus und so Versuche im Boden und so weiter. Also wir können jetzt nicht unbedingt ein Bodenprofil ausgraben vorher aufm Feld aber wir können andere Sachen machen.“ (Transkript 6, Pos. 21).

Zeitliche & organisatorische Hürden (14 codierte Segmente)

Mehrere Lehrpersonen berichten, dass die Entfernung zum Veranstaltungsort eine entscheidende Hürde für die Teilnahme darstellt. Ist die Anfahrt zu lang, gerät der

Tagesablauf ins Ungleichgewicht und die Exkursion ist schwer in einen Schultag zu integrieren:

„Wenn es dann so weit weg ist, dann sind natürlich die Entfernungen limitierend, wo man sich für einen Tag dann überlegen muss, ob das sinnvoll ist früh um vier in Freiberg loszufahren und abends um zehn wieder zurückzukommen.“ (Transkript 1, Pos. 38). Ähnlich heißt es: „Das wird auch für uns einmalig bleiben, weil sobald das in einem anderen Bundesland stattfindet fahren wir natürlich nicht mehr hin,“ (Transkript 5, Pos. 37) sowie „Also die allergrößte Hürde ist natürlich also da, wo es stattfindet. Und dann ja, wenn das jetzt zu weit weg ist, dann müssen wir zu lange fahren.“ (Transkript 6, Pos. 33).

Organisatorische Herausforderungen wurden mehrfach in Bezug auf die Anreise mit dem Bus genannt:

„Organisatorisch war es die Herausforderung mit dem Bus, das sind also die Überraschungen mit denen man umgehen muss.“ (Transkript 1, Pos. 40) sowie „Ja der Bus vorhin, da ist leider etwas schiefgelaufen, das ist schade.“ (Transkript 1, Pos. 49).

Zusätzlich beeinflussen interne Strukturen und individuelle Interessen der Lehrkräfte die Teilnahme:

„Das liegt an der Prioritätensetzung in der jeweiligen Bildungseinrichtung. [...] Jemand, der natürlich von dem Ökolandbau nichts hält als Lehrer, der wird auch hier mit seinen Fachschülern oder Berufsschülern nicht hinfahren.“ (Transkript 1, Pos. 59).

Die individuelle Belastung der Lehrkräfte oder eine mangelnde Erkennung des Mehrwerts sind ebenfalls relevant:

„Ob sie kommen oder nicht hängt natürlich auch mit der Belastung der Kollegen vor Ort zusammen, was die auch noch so zu tun haben und ich muss mal ehrlich sagen, auch bei uns an der Schule, wir haben ja den Gartenbau auch. Es war ein bisschen, na ich will nicht sagen Ignoranz, aber vielleicht auch Desinteresse, die Kollegen haben das nicht erkannt, was das für eine Chance ist, denn sonst wären mehr Kollegen auch hier mit den Gärtnern und so“ (Transkript 3, Pos. 35).

Besondere Hürden bestehen für jüngere Schüler*innen, die nicht mobil sind:

„Die Berufsschüler, gerade bei uns [...] die sind noch nicht 18, die haben noch kein Fahrzeug zur Verfügung, die Bahnreise ist dann mit Übernachtung verknüpft, das ist dann schwierig.“ (Transkript 3, Pos. 35). Jahres- und Blockzeiten im Schulbetrieb schränken ebenfalls ein: „Mit der Fachschule geht's halt nicht, weil die bei uns nur das Winterhalbjahr da sind, da passt das nicht rein. Das sind dann mehr so organisatorische Sachen.“ (Transkript 2, Pos. 37).

Weitere organisatorische Schwierigkeiten liegen in der Koordination innerhalb einer Schule:

„Das ist halt dann das, was wir daraus gelernt haben, ne. Und wir mussten, das ist halt auch ,ne Sache mit dem Bus, also halt organisieren, das wären ja dann zwei Busse und wir brauchen dann immer Sponsoren“ (Transkript 6, Pos. 29).

Insgesamt zeigt sich, dass die Nähe zum Veranstaltungsort, die Mobilität der Schüler*innen und eine funktionierende Organisation entscheidende Bedingungen für die Teilnahme sind.

Finanzielle Hürden (4 codierte Segmente)

Finanzielle Barrieren spielen eine erhebliche Rolle bei der Teilnahme an der Exkursion. Einige Lehrkräfte berichten, dass die Kosten für Eintrittskarten – etwa 9 bis 10 Euro pro Person – oft überlegt werden müssen, besonders wenn kurzfristig entschieden wird:

„Was wenn wir jetzt da auch hingehen, kurzfristig, dann müssen wir ja den Eintritt bezahlen, ja das sind pro Mann 9 oder 10 Euro, das muss man dann halt überlegen, ob man das investiert oder nicht, weil vor dem Erfolg ist immer die Investition.“ (Transkript 3, Pos. 35).

Die Finanzierung der Anreise, insbesondere der Buskosten, wird als eine der größten Hürden genannt:

„Und wir mussten, das ist halt auch ne Sache mit dem Bus, also halt organisieren, das wären ja dann zwei Busse und wir brauchen dann immer Sponsoren.“ (Transkript 6, Pos. 29).

Darüber hinaus erschweren knappe Haushaltsmittel der Schulträger die Förderung der Teilnahme:

„Unser Schulträger, der Landkreis, [...] hat gesagt, das ist abgelehnt [...] das ist doch nur Spaß, also das ist doch ein Ausflug [...] also im Moment haben sie da kein Geld.“ (Transkript 6, Pos. 37).

Auch die Region und die Entfernung werden mit den finanziellen Aspekten verknüpft:

„Naja, die Entfernung, ne also wir haben jetzt Glück, dass es einfach bei uns im Osten ist [...] ansonsten [...] ist es einfach die Entfernung, [...] und natürlich immer die Finanzierung, das ist denke ich das größte Problem.“ (Transkript 4, Pos. 33).

Inbesondere finanzielle Fragen und knappe Mittel auf institutioneller Ebene sind somit entscheidende Barrieren für die Exkursionsteilnahme.

Förderliche Faktoren (12 codierte Segmente)

Mehrere Lehrpersonen betonen, dass die räumliche Nähe ein großer Vorteil ist:

„Wir kommen ja aus Sachsen, da haben wir ne Stunde Anfahrt und da war das von vorneherein gesetzt, dass wir im Rahmen eines Schultages mit unseren Schülern im Sommer hierherfahren“ (Transkript 1, Pos. 38).

Die Kostenübernahme spielt eine große Rolle, insbesondere gesponserte Eintrittskarten und geförderte Busse:

„Die Eintrittskarten haben wir zur Verfügung gestellt bekommen, wir hatten die Busse von der Schule, das hat die Schüler auch nichts gekostet.“ (Transkript 1, Pos. 40); „Also, wir haben ja die Hälfte vom Bus bezahlt bekommen, das war ja schon mal sehr hilfreich“ (Transkript 2, Pos. 39) „Es wurde uns sehr einfach gemacht. [...] Wir haben alle Eintrittskarten bekommen [...] komplett kostenlos“ (Transkript 5, Pos. 35); „Das ist aber auch sehr, sehr schön, dass wir auch hier die Förderung gekriegt haben, dass wir die Eintrittsgelder gesponsert gekriegt haben“ (Transkript 6, Pos. 29).

Vorhandene Strukturen und gute Kommunikation unterstützen ebenfalls die Teilnahme:

„Dann ist es natürlich immer wichtig, dass man denen auch einen freien Eintritt gewährt, [...] und auch mit den angebotenen Führungen. Ich finde es so wie sie es gemacht haben attraktiv.“ (Transkript 5, Pos. 39) „Die Kommunikation mit allen [...] hat alles super geklappt.“ (Transkript 5, Pos. 37).

Darüber hinaus werden praktische Erfahrungen und die Möglichkeit der gezielten Vorbereitung als wichtig erachtet:

„Also, wenn die Kollegen vor Ort dann wissen, was sie dort erwartet, dann kann man gezielt dann auch nochmal das Ausstellungsprogramm angucken, [...] die Erfahrung selber muss man sammeln [...] dann fällt es einem leichter sowas zu organisieren und vorzubereiten.“ (Transkript 3, Pos. 39).

Insgesamt werden damit gute organisatorische Rahmenbedingungen, finanzielle Förderung und praxisnahe Vorbereitung als förderliche Faktoren genannt.

Vorschläge zur Erleichterung der Teilnahme (3 codierte Segmente)

Lehrpersonen schlagen vor, vorab eine bessere Information und Übersicht über das Ausstellungsprogramm bereitzustellen, damit die Teilnahme gezielter vorbereitet werden kann:

„Also, wenn die Kollegen vor Ort dann wissen, was sie dort erwartet, dann kann man gezielt dann auch nochmal das Ausstellungsprogramm angucken, dann kann man auch gezielt mal einen Auftrag geben, [...] vielleicht gar nicht unbedingt eine Führung, sondern dann sucht man sich das selber raus und spricht das ab[...]

wenn man das dann mal miterlebt hat, dann fällt es einem leichter [...] sowas zu organisieren und vorzubereiten.“ (Transkript 3, Pos. 39).

Eng damit verbunden ist der Wunsch nach größerer Übersichtlichkeit vor Ort, um effizienter planen zu können:

„Also dadurch, dass wir nur so wenig Zeit hatten, wäre es vielleicht irgendwie, weiß nicht, dass wir ne größere Übersicht gehabt hätten, dass wir genauer gewusst hätten, wo gehen wir hin, wo gehst du hin, wo gehst du hin, ne. So hätten wir vielleicht noch mehr geschafft, und mehr angucken können, ne.“ (Transkript 6, Pos. 35).

Zusätzlich wird angeregt, insgesamt für mehr Struktur zu sorgen:

„Ja, wie gesagt, noch ein bisschen mehr Struktur. Genau.“ (Transkript 6, Pos. 41).

Diese Vorschläge zielen darauf ab, durch bessere Vorbereitung und klarere Orientierung die Teilnahme und den Nutzen der Exkursion zu verbessern.

Sonstige Hürden (5 codierte Segmente)

Zusätzlich zu organisatorischen Hürden spielen persönliche Einstellungen und Prioritätensetzungen innerhalb der Bildungseinrichtungen eine wichtige Rolle für die Teilnahme. Die Entscheidung der Schulleitungen ist ein zentraler Faktor:

„Dann liegt das aber sicherlich nicht daran, dass die Berufs- oder Fachschulen nicht davon gewusst haben. Sondern das liegt an der Prioritätensetzung in der jeweiligen Bildungseinrichtung. Und wenn die Entscheidung von den Schulleitern nicht kommt, könnte man sagen, ok, dann müsste halt eine Anweisung vom Kultus kommen oder ja von ihrem Dienstherrn.“ (Transkript 1, Pos. 59).

Mangelndes Interesse oder Bewusstsein einiger Lehrkräfte dämpfen die Beteiligung:

„Es war ein bisschen, na ich will nicht sagen Ignoranz, aber vielleicht auch Desinteresse, die Kollegen haben das nicht erkannt, was das für eine Chance ist, denn sonst wären mehr Kollegen auch hier mit den Gärtnern und so“ (Transkript 3, Pos. 35).

Ideologische Differenzen innerhalb der Landwirtschaft erschweren die Akzeptanz und lassen das Thema Ökolandbau teilweise als zu extrem erscheinen:

„Also, man hat ja so zwei Lager: man hat ja so die, die ökologisch wirtschaften und man hat so die Extremen, die so diese kleinbäuerliche Landwirtschaft wollen [...] das ist so ne Hürde, dass das so extrem ist [...] das ist alles so öko angehaucht durch die Medien zum Teil, was so ne Minderheit eigentlich ist [...] das ist so, also diese Sparte ist zu groß und dass diese Minderheit quasi uns sagt, dass wir alles falsch machen, also wir setzen Pestizide ein und sowas, ne und das merken die Schüler ja auch und dann das ist so hinsichtlich Attraktivität glaub ich ein ganz großer Punkt, ne.“ (Transkript 4, Pos. 37).

Diese Faktoren wurden als hinderlich für eine breitere und stabilere Teilnahme an der Exkursion genannt.

Verbesserungsvorschläge und Zukunftsperspektiven

Inhaltliche Verbesserungen (5 codierte Segmente)

Lehrpersonen äußern verschiedene Ideen zur inhaltlichen Weiterentwicklung der Exkursion. Ein zentrales Anliegen ist die Integration von mehr interaktiven und praktischen Elementen, die besser an die Lebenswelt der Schüler*innen anknüpfen:

„Na gut, man könnte vielleicht so ein paar Mitmachstationen mehr einplanen, die halt in die Lebenswelt der Schüler auch reinpassen, ja. [...] Vielleicht wäre es schön, wenn man mehr interaktive Elemente hätte – zum Beispiel: ‚fühl mal Humus‘, oder mal überlegen, was man daraus machen kann. Ich bin da auch in der GKB, da hatten wir bei der Messe mal so eine VR-Brille, mit der man virtuell einen Stall anschauen konnte – das sind halt so Sachen, die man mal machen kann, ja.“ (Transkript 2, Pos. 41).

Neben der besseren Verteilung der Führungen wird vorgeschlagen, eine kurze Überblicksführung gleich zu Beginn anzubieten, um den Teilnehmenden einen ersten Orientierungspunkt zu geben:

„Dann Führung am Anfang, hab ich auch schon gesagt, also so ne kurze Überblicksführung, wenn man ankommt und ja auch so ein paar Mitmachstationen, wo sie dann halt auch so ein bisschen interaktiv sein können.“ (Transkript 2, Pos. 45).

Einige Lehrpersonen sehen die inhaltliche Ausgestaltung der Öko-Feldtage bereits auf gutem Niveau und wenig Bedarf für große Veränderungen:

„Also da fand ich das jetzt alles super, top. Das läuft ja jetzt auch schon lange Jahre, also dass man da jetzt inhaltlich groß was aufbauen kann, würd ich jetzt nicht sagen.“ (Transkript 2, Pos. 47).

Der praktische Anteil der Tierhaltung wird mehrfach genannt. Lehrkräfte weisen darauf hin, dass Tiere wie Kühe oder Kälber kaum zu sehen waren und dass tierhaltungsbezogene Angebote eher theoretisch waren:

„Aber unsere Tierwirte, die haben dann natürlich schon geguckt, gibts hier keine Kühe, keine Kälber. [...] Der praktische Anteil Tier hat uns ein bisschen gefehlt.“ (Transkript 5, Pos. 19)

„Also ja, das Thema Tier und Thema Tierhaltung. Thema Tierfütterung vielleicht auch, aber eigentlich eher Tierhaltung. [...] Ich denke eine praktische Demonstration wäre schon nicht schlecht gewesen, wenn’s irgendwie möglich ist.“ (Transkript 5, Pos. 25).

Organisatorische Verbesserungen (12 codierte Segmente)

Lehrpersonen äußern verschiedene Vorschläge, wie die Organisation der Exkursion verbessert werden kann. Eine wiederkehrende Anregung betrifft die Planung der Führung, die oft als zu schnell oder zeitlich ungünstig empfunden wird:

„Gut, die Führung war halt ein bisschen sehr schnell. [...] Vielleicht wäre es besser gewesen, die Führung ganz am Anfang zu machen. Also: wir wären angekommen, hätten so einen Überblick gekriegt, [...] So war es ein bisschen gehetzt, da war die Zeit knapp.“ (Transkript 2, Pos. 21)

„Es wäre schöner gewesen, wenn die am Anfang gewesen wäre [...]. Wenn wir es nochmal machen würden, dann wissen wir wie wir da ran gehen und dann können wir das anders machen.“ (Transkript 6, Pos. 17).

„Also es wäre cool gewesen, wenn die Führung am Anfang gewesen wäre und das wäre halt dann für uns der Lerneffekt, dass wir das nächste Mal halt dann fragen.“ (Transkript 6, Pos. 19).

Auch die Organisation der Busanreise wird als verbesserungsfähig angesehen, insbesondere die Kommunikation darüber:

„Von der Organisation, also das mit dem Bus war ein bisschen blöd, da müssen wir vielleicht klarer kommunizieren da haben wir halt jetzt fast eine Stunde verloren.“ (Transkript 2, Pos. 39)

„Ja der Bus vorhin, da ist leider etwas schiefgelaufen, das ist schade.“ (Transkript 1, Pos. 49).

Die verfügbaren Zeitressourcen und die Übersichtlichkeit vor Ort werden ebenfalls als Verbesserungsfelder genannt:

„Aus meiner Sicht würde ich jetzt schon mal sagen: man müsste vielleicht einen Tag länger einplanen, damit man sagen kann, ach lass uns doch nochmal gucken, wir fahren nochmal nach Leipzig oder so.“ (Transkript 2, Pos. 39).

„Weil wir nur so wenig Zeit hatten, wäre es vielleicht irgendwie, weiß nicht, dass wir ne größere Übersicht gehabt hätten, dass wir genauer gewusst hätten, wo gehen wir hin, wo gehst du hin, wo gehst du hin, ne.“ (Transkript 6, Pos. 35)

„Ja, wie gesagt, noch ein bisschen mehr Struktur. Genau.“ (Transkript 6, Pos. 41).

Die Lehrpersonen nennen somit mehrere Punkte zur Verbesserung der Organisation, insbesondere im Hinblick auf Zeitplanung, Führung, Busanreise und Übersichtlichkeit vor Ort.

Kommunikation und Reichweite (21 codierte Segmente)

Die Lehrpersonen betonen, dass die Teilnahme der Schulen wesentlich von der direkten Entscheidung der Schulleitungen und Fachlehrer abhängt. Die Veranstalter*innen sprechen Schulen gezielt an, was als effektiver Weg zur Gewinnung von Teilnehmern wahrgenommen wird:

„Mal überlegen, also ich glaube wir sind angeschrieben worden als Berufsschule. [...] Es gab ne direkte Ansprache, ich glaube von Herrn Veller.“ (Transkript 3, Pos. 47).

Flyer und persönliche Kontakte über bestehende Netzwerke werden als wichtige Instrumente der Ansprache genannt:

„Ich glaube es war dann letzten Endes der Flyer, der überall rumlag und dann wurde ich auch angeschrieben, dadurch dass wir vom BÖLN Kontakt hatten, dadurch dass wir schon Demobetriebe gesucht haben. Dadurch war der Kontakt da und dadurch sind unsere Kontaktdaten bekannt.“ (Transkript 5, Pos. 47).

Eine frühzeitige und regelmäßige Information wird gewünscht, um die Planung der Teilnahme zu erleichtern:

„Tatsächlich wussten wir das schon durch die Kollegin schon Ende des letzten Schuljahres. [...] Dann haben Sie uns ne Mail geschickt. Das war dann im Januar.“ (Transkript 6, Pos. 45).

„Ja, also die Schulen anschreiben. So wie sie es gemacht haben, vielleicht ein bisschen eher noch.“ (Transkript 6, Pos. 49).

Darüber hinaus wird der persönliche E-Mail-Kontakt zu Ansprechpersonen als förderlich empfunden und als gute Möglichkeit gesehen, kurzfristige Informationen oder Änderungen mitzuteilen:

„Es wäre vielleicht schön, [...] wenn wir vielleicht, wenn jetzt was auftritt, ja auch nochmal an die, [...] ihre E-Mail-Adresse hab ich [...] und wenn jetzt was auftritt, wärs schön, wenn wir uns dann einfach nochmal melden könnten.“ (Transkript 6, Pos. 31).

Die Lehrpersonen sehen die gezielte persönliche Ansprache der Schulen und eine frühzeitige, kontinuierliche Kommunikation als zentrale Faktoren, um die Reichweite und Teilnahme an der Exkursion zu verbessern.

Zukunft des Ökolandbaus in der Berufsbildung (9 codierte Segmente)

Lehrpersonen berichten, dass Ökolandbau an vielen Schulen bisher in bestehende Bildungsgänge integriert wird, häufig ohne eigenes Pflichtmodul. So wird etwa beschrieben, dass der Abschluss „Techniker für Landbau“ um einen Fortbildungslehrgang „Techniker für Landbau (Ökolandbau)“ ergänzt wurde, bislang aber noch wenig Erfahrung damit vorliegt und Aspekte des Ökolandbaus vor allem im regulären Unterricht mitbehandelt werden, ohne eigenes Pflichtfach:

„Ein Pflichtmodul dazu gibt es nicht.“ (Transkript 1, Pos. 13).

In einzelnen Bildungsgängen ist Ökolandbau bereits fest im Prüfungsstoff verankert, etwa in Form eines wiederkehrenden Prüfungsteils „Ökologischer Landbau“ im Theorieteil der Abschlussprüfung (Transkript 2, Pos. 33).

Mehrere Aussagen beziehen sich auf das Verhältnis von ökologischem und konventionellem Landbau in Lehrplänen und Unterrichtspraxis. Teilweise wird hervorgehoben, dass Lehrpläne den Ökolandbau bereits berücksichtigen, gleichzeitig aber ein Großteil der Ausbildungsbetriebe konventionell wirtschaftet (Transkript 2, Pos. 43; Transkript 5, Pos. 41). Lehrpersonen verweisen auf gesetzte Stundenkontingente und Rahmenlehrpläne und betonen, dass Ökolandbau als „anderes Wirtschaftssystem auf den gleichen Grundlagen“ behandelt wird, wobei die Grundlagenvermittlung im Vordergrund steht (Transkript 3, Pos. 41). In einzelnen Schulen wird zudem geschildert, dass Betriebe im Umfeld zunehmend auf ökologische Bewirtschaftung umstellen und damit mehr Auszubildende in Ökobetrieben tätig sind (Transkript 6, Pos. 11).

Zugleich werden Überlegungen zur künftigen Rolle des Ökolandbaus im Lehrplan angestellt. Eine Lehrperson knüpft an das politische Ziel von 30 Prozent Ökolandbau an und leitet daraus ab, dass sich dies auch in einem entsprechenden Anteil der Unterrichtsinhalte widerspiegeln könnte, plädiert aber dafür, ökologische und konventionelle Ansätze eher integrativ und mit Blick auf gemeinsame Ziele wie Ressourcenschutz zu behandeln (Transkript 1, Pos. 44-45). Andere Lehrkräfte wünschen sich eine stärkere Verankerung im Lehrplan, etwa durch explizite Vorgaben, ökologische Aspekte systematisch mit konventionellen Produktionsverfahren zu vergleichen (Transkript 4, Pos. 39), oder hoffen im Zuge der laufenden Überarbeitung von Rahmenlehrplänen auf eine weiterhin bedeutende bzw. wachsende Rolle des Ökolandbaus (Transkript 6, Pos. 39).

Abschluss & persönliche Einschätzungen

Allgemeines Fazit / Feedback (18 codierte Segmente)

Das allgemeine Fazit der Lehrpersonen zur Exkursion fällt überwiegend positiv aus. Mehrfach hervorgehoben werden die gute Organisation und die freundliche, verlässliche Betreuung durch das Team:

„Von der FiBL muss ich sagen: das war schon sehr gut strukturiert, informiert, die Führung war gut organisiert, alles hat sehr gut geklappt.“ (Transkript 2, Pos. 39; vgl. auch Transkript 3, Pos. 33, 6, Pos. 51).

Als Kritikpunkt wird vereinzelt genannt, dass die Führung etwas schnell war und dadurch Inhalte nur schwer aufgenommen werden konnten:

„Die Führung war etwas schnell, das ist jetzt dieses Input und jetzt so heiß, da geht viel vorbei.“ (Transkript 2, Pos. 41).

Insgesamt beschreiben die Lehrpersonen die Veranstaltung jedoch als „super, top“ und bereits gut eingespielt (Transkript 2, Pos. 47).

Für die Schüler*innen wird die Exkursion als besonderes Erlebnis und sinnvolle Abwechslung zum Schulalltag geschildert, das „sehr gut angenommen“ wurde (Transkript 5, Pos. 27; 6, Pos. 17). Organisatorische Elemente wie Shuttle- bzw. Bimmelbahnen auf dem weitläufigen Gelände werden positiv bewertet, während einzelne Unzufriedenheit sich auf die Lage bestimmter Stände bezieht (Transkript 4, Pos. 19, 53). Unterstützungsleistungen wie gesponserte Eintrittskarten und die Beteiligung an den Buskosten fließen in die positive Gesamtbewertung ein (Transkript 6, Pos. 51).

Besondere Highlights/persönliche Erfahrungen (2 codierte Segmente)

Besondere Highlights der Exkursion wurden unter anderem in der Einführung im Zelt des Wasserguts Canitz gesehen, wo der Betrieb vorgestellt wurde und die Schüler*innen einen konkreten Bezug zu Themen wie Boden, Fruchtfolge und Wasser herstellen konnten. Hier war die Aufmerksamkeit bei den Leguminosen besonders groß (Transkript 3, Pos. 25).

Ein wichtiger Aspekt waren auch die vielfältigen zwischenmenschlichen Begegnungen und der Raum für Austausch mit Kolleg*innen aus verschiedenen Regionen und Institutionen. Dabei wurde der informelle Kontakt als bereichernd empfunden:

„[...] Es sind so viele Leute hier von Hochschulen und so mit denen wir auch gesprochen haben, die Kollegen, die beiden Kolleginnen, die heute am Stand sind und morgen werde ich dann mit unserem Fachleiter die Standbetreuung machen. Da ist man im Gespräch [...] Und ich hab heute erst einen Berufskollegen getroffen, hier aus Rheinland-Pfalz. [...] Dass wir uns hier in diesem Getümmel gesehen haben, das war schon auch schön.“ (Transkript 3, Pos. 57).

Sonstige Anmerkungen / neue Ideen (4 codierte Segmente)

Lehrpersonen schlagen vor, die Exkursion durch mehr interaktive Mitmachstationen zu bereichern, die an die Lebenswelt der Schüler*innen anknüpfen und sinnliches Lernen fördern, etwa durch eine Station „fühl mal Humus“ oder virtuelle Stallbesichtigungen mit VR-Brillen:

„Vielleicht wäre es schön, wenn man mehr interaktive Elemente hätte – zum Beispiel: ‚fühl mal Humus‘, oder mal überlegen, was man daraus machen kann. Ich bin da auch in der GKB, da hatten wir bei der Messe mal so eine VR-Brille, mit der man virtuell einen Stall anschauen konnte – das sind halt so Sachen, die man mal machen kann, ja.“ (Transkript 2, Pos. 41).

Eine kurze Überblicksführung zu Beginn der Exkursion soll die Orientierung erleichtern und den Einstieg in die Mitmachstationen fördern (Transkript 2, Pos. 45).

Eine besondere Situation ergab sich bei einer Person, die eine Doppelrolle innehatte: Als Lehrkraft einer Berufsschule war sie sowohl als Besucher*in der Exkursion als auch mit einem eigenen Stand als Ausstellende vertreten. Diese Doppelrolle prägt auch ihre Sicht auf die Veranstaltung, denn neben der Nutzung der Exkursion für die eigenen Auszubildenden sollte die Messe auch genutzt werden, um neue Kolleg*innen für die Berufsschule zu gewinnen:

„Wir wollten das für unsere Auszubildenden [...] nutzen [...] und gleichzeitig wollten wir natürlich gucken, wir suchen ja selbst auch neue Kollegen [...] und wir sind auch dabei, junge Leute für die Landwirtschaft zu begeistern.“ (Transkript 3, Pos. 55).

Die Bewertung der Standortwahl des eigenen Standes, der sich gemeinsam mit sehr unterschiedlichen Ausstellenden in einem abgelegenen Bereich befand, ist Teil dieser Doppelperspektive:

„Wir waren mit unserem Standort unseres Standes eher unzufrieden, weil wir mit den ganzen Extremen hinten gemeinsam standen und wir uns auch etwas verurteilt fühlten. Außerdem kam dort nur wenig Laufpublikum, deswegen war die Standortwahl für uns jetzt nicht optimal.“ (Transkript 4, Pos. 53).

Diese freien Anmerkungen zeigen Vorschläge zur inhaltlichen Erweiterung mit interaktiven Elementen sowie die Herausforderungen und besonderen Perspektiven, die aus der Rolle als Aussteller und Begleiter der Exkursion entstehen.

Informationsverhalten /Kommunikationskanäle allgemein

Die Lehrpersonen beschreiben ihr Informationsverhalten überwiegend als internet-basiert, wobei aktuelle Informationen zur Exkursion und verwandten Themen meist online abgerufen werden:

„Das läuft alles aufs Internet raus inzwischen, ja.“ (Transkript 1, Pos. 53) und „Ich wusste auch irgendwann den Termin, aber ich glaub ich hab selber geguckt im Internet, also wo sind die.“ (Transkript 2, Pos. 49).

Viele informieren sich vor allem über Webseiten von beratenden Institutionen oder Behörden, etwa vom Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie, wo auch Fachveranstaltungen angekündigt werden (Transkript 3, Pos. 49). E-Mail-Newsletter spielen eine wichtige Rolle bei der regelmäßigen Informationsverteilung, teils über Beratungseinrichtungen oder Verbände:

„Wir haben ja so Infomails von unserer Beratungsinstitution kriegt man da ja auch immer mal was mit.“ (Transkript 2, Pos. 51).

Die Nutzung von Social-Media-Kanälen wird sehr unterschiedlich bewertet. Einige Lehrpersonen nutzen vornehmlich klassische Webseiten und sind wenig in sozialen Medien aktiv:

„Eigentlich bin ich da noch ein bisschen konservativ, dass ich mich da eher auf Webseiten orientiere und nicht in irgendwelchen Social-Media-Kanälen aktiv bin.“ (Transkript 1, Pos. 55).

Andere nennen WhatsApp-Status oder Instagram als Kanäle, insbesondere zur Vernetzung mit Berufskollegen und zur schnellen Verbreitung von Informationen (Transkript 4, Pos. 47). Auch hier zeigen sich generationelle Unterschiede:

„Nee, also ich nicht. Da bin ich zu alt (lacht). Aber möglicherweise die junge Lehrerin.“ (Transkript 6, Pos. 46–47).

Insgesamt ist das Informationsverhalten damit geprägt von einer Mischung aus klassischen, meist web- und E-Mail-basierten Kanälen sowie zunehmend auch sozialen Medien, wobei die Präferenzen zwischen Personen und Alter variieren.

Ein ergänzender Überblick über die Verteilung der Themen in den einzelnen Interviews findet sich in Abb. 33. Die Darstellung zeigt, welche Hauptkategorien in welchen Gesprächen vorkamen und wie stark sie jeweils vertreten waren.

Codesystem	Trans...	Trans...	Trans...	Trans...	Trans...	Trans...	SUM...
Informationsverhalten / Kommunikation	2	3	1	1	2	1	10
Abschluss & persönliche Einschätzungen		6	6	6	3	3	24
Verbesserungsvorschläge & Zukunftsperspektiven	8	13	5	5	6	10	47
Hürden & förderliche Bedingungen	7	3	7	5	5	10	37
Nachbereitung	2	2	2	2	5	3	16
Wahrnehmung & Interessen der Lernenden	4	5	3	3	7	3	25
Ziele & Nutzen	6	9	4	5	3	3	30
Kontext & Rahmenbedingungen	6	9	8	8	8	8	47
SUMME	35	50	36	35	39	41	236

Abb. 33: Übersicht über die Zuordnung der Hauptkategorien zu den einzelnen Interviews

4.2.2.3 Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse

Die qualitativen Interviews zeigen, dass der Besuch der Öko-Feldtage von Lehrkräften grundsätzlich als sinnvoll und gewinnbringend wahrgenommen wird, sowohl mit Blick auf fachliche Impulse als auch auf praxisorientierte Lerngelegenheiten für die Schüler*innen. Gleichzeitig wird deutlich, dass es für die Teilnahme dieser Zielgruppe an mehreren Stellen förderliche und hinderliche Faktoren gibt.

Zu den förderlichen Faktoren zählen insbesondere

- praxisnahe Demonstrationen und konkrete Anschauungsobjekte (z. B. Kleinstversuche, Geräte, Anbauverfahren), die sich leicht in den Unterricht übertragen lassen,

- vielfältige Stationen und Themenangebote, die eine breite Auswahl ermöglichen und die Lernenden gut ansprechen und
- motivierte Lehrkräfte, die agrarische Themen aktiv aufgreifen wollen und den Besuch gezielt als Ergänzung des Unterrichts nutzen.

Gleichzeitig wurden mehrfach Hindernisse benannt, die die Teilnahme erschweren oder verhindern können:

- organisatorische Hürden, insbesondere komplexe Abstimmungswege in Schulen, fehlende interne Unterstützung oder geringe Flexibilität im Kollegium
- zeitliche Einschränkungen, sowohl im Schulalltag als auch vor Ort (z. B. lange Wege zwischen Stationen, dichtes Programm, teilweise als zu schnelle Führungen wahrgenommen)
- finanzielle Belastungen, vor allem für Schulen mit geringer Ausstattung oder weiten Anfahrtswegen
- begrenzte institutionelle Verankerung: in einigen Bildungsgängen spielt der ökologische Landbau bislang nur eine geringe Rolle, was Teilnahmeentscheidungen erschwert

Mit Blick auf das Informationsverhalten zeigt sich, dass Lehrkräfte sich vor allem über persönliche Kontakte, interne Weiterleitungen im Kollegium, über ihre Fachbereiche, über Schulnetzwerke sowie über direkte Einladungen oder Hinweise informieren. Externe Informationskanäle werden ebenfalls genutzt, jedoch ist die Zielgruppe insgesamt heterogen und teilweise schwer systematisch erreichbar, insbesondere wenn der Ökolandbau im Bildungsgang oder an der Schule eine eher untergeordnete Rolle spielt.

Mehrere Lehrkräfte äußerten, dass sie erst durch gezielte Hinweise, persönliche Empfehlungen oder direkte Kontakte auf die Öko-Feldtage aufmerksam wurden. Gleichzeitig wurde deutlich, dass manche Schulen und Fachbereiche bisher kaum Berührungspunkte mit der Veranstaltung oder dem Thema Ökolandbau haben und daher weniger schnell erreicht werden.

Insgesamt deuten die Interviews darauf hin, dass die Zielgruppe zwar grundsätzlich interessiert und offen ist, jedoch strukturbedingt oft unterrepräsentiert bleibt und nur dann teilnimmt, wenn förderliche Rahmenbedingungen gegeben sind und die Informationen rechtzeitig, klar und auf geeigneten Wegen ankommen.

4.2.3 Ergänzende Online-Befragung

4.2.3.1 Methodisches Vorgehen

Im Anschluss an die Öko-Feldtage wurde eine ergänzende Onlinebefragung durchgeführt, die sich an dieselbe Zielgruppe der teilnehmenden Lehrpersonen richtete. Der Fragebogen wurde an insgesamt zwölf Lehrkräfte versendet, die zuvor ihre Klasse für eine Führung auf der Veranstaltung angemeldet hatten. Neun Personen nahmen an der Befragung teil. Da sechs der zwölf Lehrpersonen zusätzlich vor Ort qualitativ interviewt wurden, haben einzelne Personen an beiden Erhebungen teilgenommen. Aufgrund der anonymisierten Onlineerhebung können diese Dopplungen jedoch nicht eindeutig identifiziert werden.

Der Fragebogen orientierte sich thematisch an den Leitfadeninterviews, war jedoch stärker standardisiert, um vergleichbare Einschätzungen zu zentralen Aspekten der Exkursion zu erhalten. Gleichzeitig ermöglichte die zeitliche Distanz zur Veranstaltung, dass die Teilnehmenden Fragen beantworten konnten, die im direkten Gespräch vor Ort teilweise offenblieben – insbesondere zu Reaktionen und Nachwirkungen bei den Schüler*innen sowie zur Einordnung der erhaltenen Impulse für den Unterricht. Durch den größeren zeitlichen Abstand war eine reflektiertere Einschätzung möglich, die die qualitativen Ergebnisse sinnvoll ergänzt.

Die durchschnittliche Bearbeitungszeit lag bei 23 Minuten. Ziel der Onlinebefragung war nicht die Generierung repräsentativer Kennzahlen, sondern die Erweiterung, Verdichtung und Reflexion der zuvor erhobenen qualitativen Befunde.

4.2.3.2 Deskriptive Darstellung der wichtigsten Ergebnisse

Die folgenden Ergebnisse geben einen deskriptiven Überblick über die neun beantworteten Onlinefragebögen (n=9). Analog zur qualitativen Auswertung werden die Rückmeldungen entlang der thematischen Schwerpunkte des Fragebogens dargestellt. Die Angaben spiegeln ausschließlich die Antworten der teilnehmenden Lehrpersonen wider und erlauben keine Rückschlüsse auf die Gesamtheit aller Messebesuchenden.

Kontext und Teilnehmendenstruktur

Schulform / Bildungseinrichtung / Fachrichtung

Von den neun Teilnehmenden gaben acht an, Berufsschüler*innen begleitet zu haben, während eine Person Fachschüler*innen begleitet hat.

Vier der Lehrpersonen kamen vom Berufsschulzentrum Vogtland für Technik und Agrar, drei Personen kamen vom Berufsschulzentrum Wurzen, eine Person vom Fachschulzentrum Freiberg-Zug sowie eine Lehrkraft von der Berufsbildenden Schule Agrar Rheinhessen-Nahe-Hunsrück Bad Kreuznach.

1. Welche Gruppe haben Sie im Rahmen der Exkursion begleitet?

● Berufsschüler*innen	8
● Fachschüler*innen	1
● Sonstiges	0

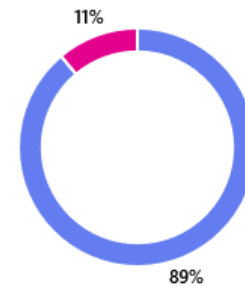


Abb. 34: Gruppe, die begleitet wurde

Als Fachrichtung gaben vier der neun Befragten “Agrarwirtschaft” an, wobei eine Person “vorrangig Tierhaltung” spezifizierte. Fünf Personen gaben “Landwirtschaft” als Fachrichtung an.

Integration des Ökolandbaus im Bildungsangebot der Schule

In acht der neun Fälle ist der Ökolandbau Teil des Pflichtunterrichts. Eine Person gab an, dass der Ökolandbau als Teil eines Wahlpflichtangebots oder freiwilligen Angebots in das Bildungsangebot der Schule integriert ist.

Alter und Geschlechterverteilung der begleiteten Gruppe

2. Wie **alt** waren die Teilnehmenden Ihrer Gruppe überwiegend?

● Unter 16 Jahre	0
● 16-18 Jahre	7
● 19-25 Jahre	2
● 26-35 Jahre	0
● Älter als 35 Jahre	0

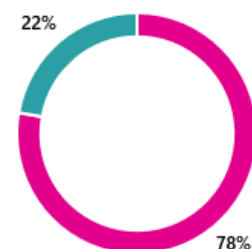


Abb. 35: Alter der Teilnehmenden

Sieben Begleitpersonen gaben an, dass der überwiegende Anteil ihrer Gruppe zum Zeitpunkt der Exkursion zwischen 16 und 18 Jahre alt war, während zwei Personen angeben, dass die Schüler*innen überwiegend zwischen 19 und 25 Jahre alt waren.

Wiederum sieben Personen schätzten die Geschlechterverteilung als überwiegend männlich ein; zwei Personen gaben an, dass die Verteilung ausgeglichen war.

Alter und Geschlecht der begleitenden Lehrkraft

Sechs der neun befragten Personen sind weiblich und drei männlich. Die jüngste Person ist 36, die älteste 64, das durchschnittliche Alter lag somit bei knapp 48 Jahren.

Ziele und Zielerreichung

7. Mit welchem **Ziel** haben Sie die Exkursion im Rahmen der Öko-Feldtage geplant?

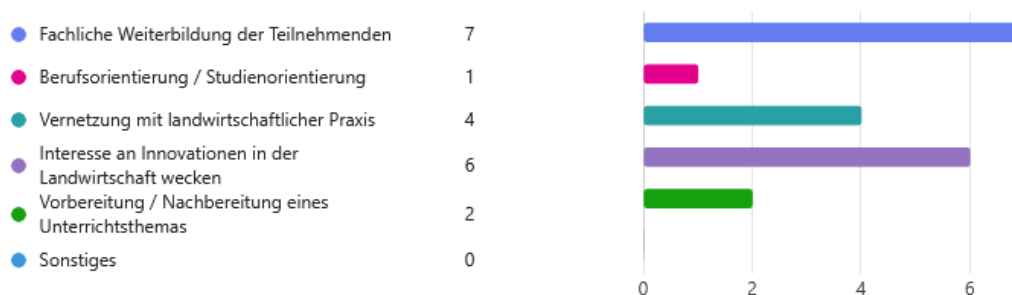


Abb. 36: Ziele der Exkursion

Bei der Frage nach dem geplanten Ziel der Exkursionen waren Mehrfachnennungen möglich. Siebenmal wurde die “Fachliche Weiterbildung der Teilnehmenden” angegeben, sechsmal wurde angegeben, dass das Interesse an Innovationen in der Landwirtschaft durch die Exkursion geweckt werden sollte, während viermal die “Vernetzung mit landwirtschaftlicher Praxis” angekreuzt wurde. Zweimal wurde als Ziel der Exkursion die “Vorbereitung/Nachbereitung eines Unterrichtsthemas” angegeben und einmal sollte die Exkursion im Rahmen der Öko-Feldtage auch der “Berufs- bzw. Studienorientierung” dienen.

Fünf Begleitpersonen gaben an, dass die angestrebten Ziele vollständig erreicht wurden, vier der neun Befragten sagten, dass die Ziele teilweise erreicht wurden.

Auf die offene Frage, welche Ziele indes nicht oder nur teilweise erreicht wurden und warum, antworteten vier der neun befragten Personen. Eine befragte Person bemerkte, dass die Angebote sehr spezialisiert und vielfältig waren, was den thematischen Horizont seiner/ihrer Zielgruppe überstieg.

Eine andere verwies darauf, dass viele Fachschüler*innen aus dem konventionellen Bereich kommen, weshalb der Fokus nicht ausschließlich auf den Ökolandbau, sondern auch auf technische und alternative Verfahren im konventionellen Landbau gelegt wurde. Weiterhin wurde genannt, dass das Gelände für einige Teilnehmende zu unübersichtlich war, was die Orientierung erschwerte. Schließlich wurde die geringe Vertretung des Themas Tierhaltung als Grund genannt, warum die Ziele nicht vollständig erreicht wurden. Diese Antworten zeigen unterschiedliche Perspektiven auf Herausforderungen und Grenzen der Exkursion hinsichtlich Zielerreichung auf, wobei keine übergreifenden Muster erkennbar sind.

Wahrnehmung und Nutzen

Fachlicher Nutzen

Der fachliche Nutzen der Exkursion für die Gruppe wurde einmal als “sehr hoch”, siebenmal als “hoch” und einmal als “Mittel” angegeben.

Wahrgenommenes Interesse der Lernenden

11. Welche **Bereiche** waren im Rahmen Ihrer Exkursion von besonderem Interesse?

[Weite](#)

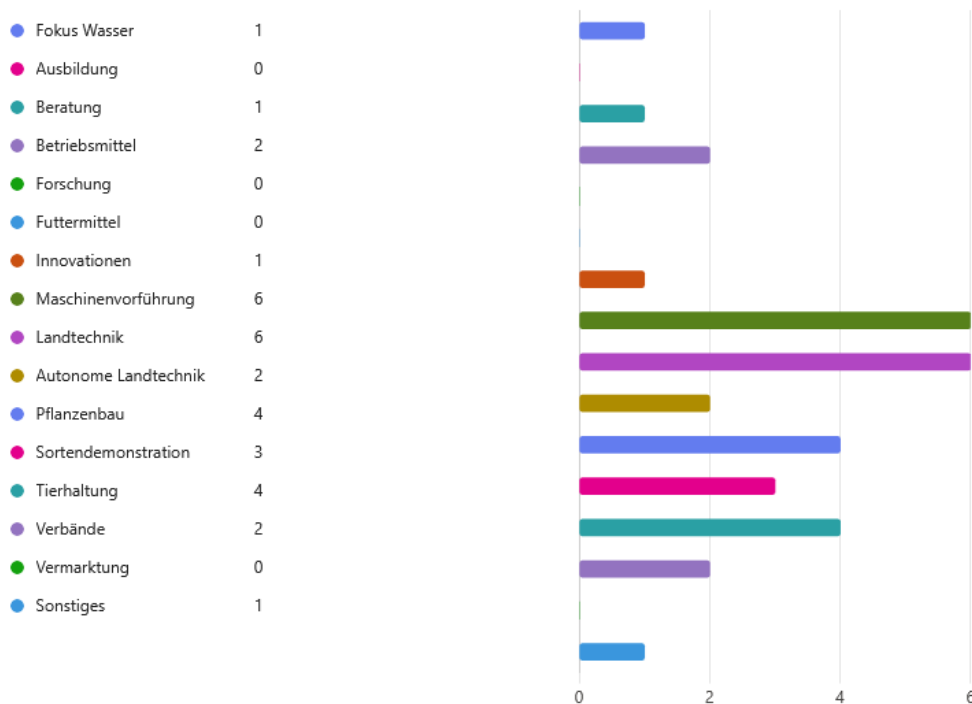


Abb. 37: Bereiche, die von Interesse waren

Bei der Frage, welche Bereiche im Rahmen der Exkursion von besonderem Interesse waren, waren Mehrfachantworten möglich. Neun Personen haben geantwortet: Mit jeweils sechs Angaben wurden die Bereiche Maschinenvorfürungen und Landtechnik am häufigsten genannt, gefolgt von Pflanzenbau und Tierhaltung mit jeweils vier Nennungen. Drei Nennungen entfielen auf Sortendemonstrationen, jeweils zwei auf Verbände, autonome Landtechnik und Betriebsmittel sowie jeweils eine Nennung auf Fokus Wasser, Beratung, Innovationen und Sonstiges.

Vermisste Themen

Eine der neun befragten Personen gab an, Themen vermisst zu haben. Bei der offenen Antwortmöglichkeit wurde spezifiziert, dass es sich hierbei um den Themenkomplex “Organische Düngung/Technik” handelt.

Besondere Highlights

Drei Personen gaben an, dass es besondere Highlights bzw. Aspekte gab, die ihre Gruppe besonders angesprochen haben, hierbei handelte es sich konkret um die Maschinenvorführung, das Zusammenspiel zwischen Anbau, aufnehmender Hand und Verkauf/Verbraucher sowie um die individuelle Führung.

Geplante Nachbereitung

Von den neun Befragten hat eine Person fest eingeplant, die Inhalte der Exkursion im Unterricht aufzugreifen, sechs Lehrkräfte haben es „wahrscheinlich“ vor und zwei denken, dass sie die Inhalte im Unterricht „eher nicht“ nochmal aufgreifen.

Fünf Personen wünschen sich ergänzendes Informationsmaterial zur Exkursion, das sie für ihre Unterrichtsgestaltung nutzen können. Als Themen werden hier angegeben: Pflanzen- und Ackerbau, Übersicht zum Ökolandbau in Deutschland, Sachsen und Thüringen, Fruchtfolge, indirekter Pflanzenschutz und Tierhaltung (insbesondere Rinderhaltung und Kompoststall).

Förderliche Faktoren

Co-Finanzierung der Busreise

Die Frage, ob den Personen das Angebot der Bio-Offensive zur Co-Finanzierung der Busreise bekannt ist und ob sie es genutzt haben, beantworteten fünf der neun Befragten mit „Ja, das Angebot ist bekannt und wurde genutzt“, eine Person kannte das Angebot, hat es aber nicht genutzt und drei der Personen kannten das Angebot nicht.

Für drei der fünf Personen, die das Angebot kannten und nutzen, war dies auch ausschlaggebend für die Umsetzung der Exkursion, für zwei war die Förderung kein ausschlaggebender Faktor.

Weitere förderliche Faktoren

Auf die offene Frage, was nach der Meinung der Befragten dazu beitragen könnte, dass mehr Berufsschulen und Fachschulen künftig an den Öko-Feldtagen teilnehmen, antworteten vier Personen. Eine Person nennt die räumliche Nähe der Veranstaltung zur Schule als förderlichen Faktor, einmal wird die „fachliche Relevanz für den Unterricht“ genannt, während zwei antworten auf eine bessere Vernetzung bzw. direkte Ansprache der Berufs- und Fachschulen abzielen. Hier sollten bevorzugt Abschlussklassen angesprochen werden und es werden auch Vorträge durch das FiBL an den Schulen als Teil der besseren Vernetzung vorgeschlagen.

Besuchshistorie der Öko-Feldtage

Sieben Personen besuchten die Öko-Feldtage im Jahr 2025 zum ersten Mal, eine Person besuchte die Öko-Feldtage bereits 2023 und eine Person bereits 2017.

Informationskanäle-/verhalten

22. Wie sind Sie auf die Öko-Feldtage und die Exkursion aufmerksam geworden?

[Weiter](#)

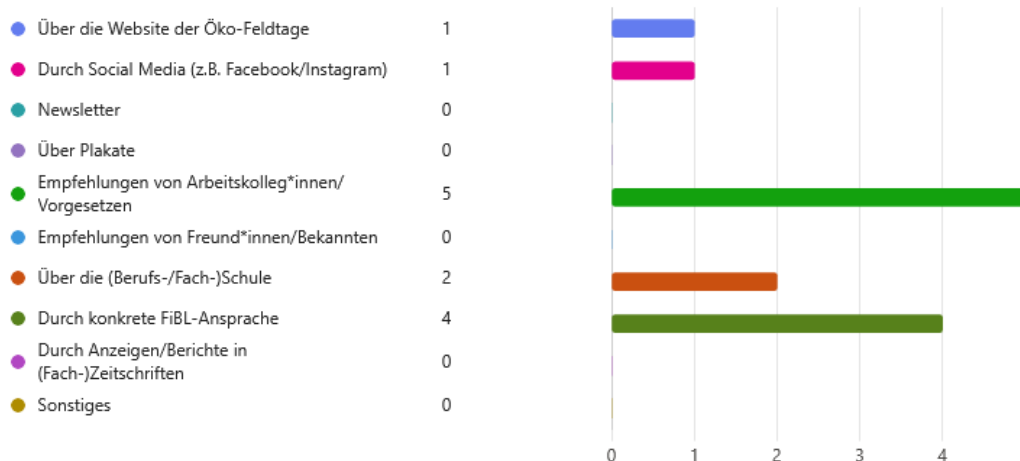


Abb. 38: Wie sind Sie auf die Öko-Feldtage aufmerksam geworden?

Bei der Frage, wie die Lehrkräfte auf die Öko-Feldtage und die Möglichkeit zur Exkursion aufmerksam geworden sind, waren Mehrfachantworten möglich. Insgesamt antworteten neun Personen. Fünfmal wurde angegeben, dass sie über die Empfehlungen von Arbeitskolleg*innen/Vorgesetzten aufmerksam wurden, dicht gefolgt von konkreter Ansprache durch das FiBL (vier Nennungen). Zwei Antworten entfielen auf „über die (Berufs-/Fach-)Schule und jeweils eine Nennung gab es bei „Über die Website der Öko-Feldtage“ und „Durch Social Media“.

4.3 AP 4: Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung

4.3.1 Berechnung der THG-Emissionen der Öko-Feldtage 2023

In einem ersten Schritt wurden die Auswertung der THG-Emissionen der Öko-Feldtage 2023 in Ditzingen durchgeführt.

Die Gesamtemissionen der Öko-Feldtage 2023 setzen sich aus den Bereichen Verkehr und Energie zusammen und betragen insgesamt 474,45 Tonnen CO₂-Äquivalente (t CO₂-eq). Der größte Anteil dieser Emissionen entfällt mit 463,81 t CO₂-eq auf den Verkehr, während der Energieverbrauch der Veranstaltung mit 10,64 t CO₂-eq einen vergleichsweise kleineren Anteil an den Gesamtemissionen ausmacht. Diese Werte verdeutlichen, dass die Mobilität der Besuchenden einen signifikanten Beitrag zu den CO₂-Emissionen der Öko-Feldtage leistet.

Tabelle 3: Hochrechnung der gefahrenen Kilometer 2023

	Erfasste einfache Fahrt in km	Gesamt km (An- u. Abreise)	Hochrechnung in Pkm
Privat-Pkw	299.543	599.086	1.361.559
Pkw-Fahrgemeinschaft	177.455	354.910	806.614
DB	130.787	261.574	594.486
Motorrad	1.166	2.332	5.300
Reisebus	62.906	125.812	285.936
Shuttle	8.640	17.280	39.273
Zwischensumme Besucher in Pkm		1.360.994	3.093.168
LKW (Auf-Abbau) - nur km	23.839	47.678	93.486
Summe Gesamt-km	704.336	1.408.672	3.186.654

Die verursachten Umweltkosten wurden auf Grundlage der UBA Methodenkonvention (UBA 2024) für das Jahr 2023 mit 237 € pro Tonne CO₂-Äquivalente (CO₂-eq) berechnet und belaufen sich auf insgesamt 112.445,31 €. Dabei entfallen 109.923,63 € auf die verkehrsbedingten Emissionen und 2.521,68 € auf die durch den Energieverbrauch verursachten Emissionen.

Tabelle 4: Berechnung der Umweltkosten 2023

	Hochrechnung in Pkm	Emissionsfaktor in kg CO ₂ -eq/km	Gesamtemission in t CO ₂ -eq	Umweltkosten in €/t CO ₂ -eq (237 €/t)
Privat-Pkw	1.361.559	0,161	219,21	51.953,01
Pkw-Fahrgemeinschaft	806.614	0,161	129,86	30.777,96
DB	594.486	0,042	24,97	5.917,52
Motorrad	5.300	0,171	0,91	214,79
Reisebus	285.936	0,037	10,58	2.507,38
Shuttle	39.273	0,108	4,24	1.005,22
Zwischensumme Besucher in Pkm	3.093.168		389,77	92.375,88
LKW (Auf-Abbau) - nur km	93.486	0,792	74,04	17.547,75
Summe Gesamt-km	3.186.654		463,81	109.923,63

Zusätzlich zu den Emissions- und Umweltkostendaten liefern die Eckdaten der Veranstaltung weitere wichtige Kennzahlen für eine CO₂-Fußabdruck-Berechnung und Nachhaltigkeitsbewertung. Die durchschnittliche An- und Abreise eines Besuchenden betrug 301,77 Personenkilometer (Pkm). Diese Kennzahl ist entscheidend, um die Verkehrsemissionen präzise zu berechnen, da die CO₂-Emissionen stark von der zurückgelegten Strecke und dem genutzten Verkehrsmittel abhängen.

Darüber hinaus wurde die durchschnittliche CO₂-Emission pro Besucher*in auf 38,03 kg CO₂-Äquivalente geschätzt. Diese Zahl verdeutlicht den signifikanten Einfluss des Besuchendenverkehrs auf den Gesamtausstoß von Treibhausgasen während der Veranstaltung.

Die verursachten Umweltkosten pro Besucher*in beliefen sich auf 9,01 €. Diese Summe ergibt sich aus den geschätzten Gesamtemissionen der Veranstaltung und den zugehörigen Umweltkosten und bietet eine Grundlage, um die Effizienz von möglichen Kompensationsmaßnahmen zu beurteilen.

Diese Eckdaten unterstreichen die zentrale Rolle des Besuchendenverkehrs in der Emissionsbilanz und zeigen klar auf, dass die Reduktion von verkehrsbedingten CO₂-Emissionen ein wesentlicher Ansatzpunkt für zukünftige Nachhaltigkeitsstrategie der Öko-Feldtage sein sollte.

4.3.2 Berechnung der THG-Emission Öko-Feldtage 2025

Die Öko-Feldtage 2025 fanden auf dem Wassergut Canitz in Sachsen statt. Aufgrund der Besonderheiten des Wassergutes mit Lage in den Trinkwasserschutzzonen 1 bis 3 wurde der Parkplatz für die Anreisenden außerhalb des Messegeländes, ca. 4 km entfernt, eingerichtet. Die Besuchenden der Öko-Feldtage wurden von dort und vom Bahnhof Wurzen per Shuttle zum Messegelände gebracht.

Die Gesamtemissionen der Öko-Feldtage 2025 setzen sich aus den Bereichen Verkehr und Energie zusammen und betragen insgesamt 569,82 Tonnen CO₂-Äquivalente (t CO₂-eq). Insgesamt wurden 3,77 Mio. Personenkilometer errechnet sowie zusätzlich 79.894 km durch Lkw und Servicefahrzeuge während der Messetage. Damit liegt die Gesamtemission 2025 deutlich über den Ergebnissen aus 2023. Auch hier entfällt der größte Anteil dieser Emissionen mit 561,68 t CO₂-eq auf den Verkehr, während der Energieverbrauch der Veranstaltung mit 8,14 t CO₂-eq einen vergleichsweise kleineren Anteil an den Gesamtemissionen ausmacht und unter den Werten von 2023 liegt.

Tabelle 5: Hochrechnung der gefahrenen Kilometer 2025

	Erfasste einfache Fahrt in km	Gesamt-km (An- u. Abreise)	Hochrechnung in Pkm
Privat-Pkw	446.425	892.849	1.620.416
Pkw-Fahrgemeinschaft	340.807	681.614	1.237.049
DB	126.886	253.772	460.567
ÖPNV	63.070	126.139	228.927
Motorrad	3.026	6.053	10.985
Reisebus	58.918	117.836	213.859
Shuttle		3.750	6.805
Zwischensumme Besuchende in Pkm		2.082.013	3.778.608
Lkw (nur Auf- und Abbau)		76.152	76.152
Auto/Service		3.742	3.742
Summe		2.158.165	3.854.760

Die verursachten Umweltkosten wurden auf Grundlage der UBA-Methodenkonvention für das Jahr 2024 mit 300 € pro Tonne CO₂-Äquivalente (CO₂-eq) berechnet und belaufen sich auf insgesamt 168.504 € für den Verkehr.

Tabelle 6: Berechnung der Umweltkosten 2025

	Hochrechnung (Pkm)	Emissions- faktor (kg CO ₂ -eq/km)	Gesamt- emission (t CO ₂ -eq)	Umwelt- kosten (€ ¹)
Privat-Pkw	1.620.416	0,164	265,75	79.724,47
Pkw Fahrgemeinschaft	1.237.049	0,164	202,88	60.862,81
DB	460.567	0,026	11,97	3.592,42
ÖPNV	228.927	0,049	11,22	3.365,23
Motorrad	10.985	0,171	1,88	563,53
Reisebus	213.859	0,030	6,42	1.924,73
Shuttle	6.805	0,095	0,65	193,94
Zwischensumme Besuchende in Pkm	3.778.608		500,76	150.227,13
Lkw (nur Auf-Abbau)	76.152	0,792	60,31	18.093,72
Auto/Service	3.742	0,164	0,61	184,11
Summe	3.854.760		561,68	168.504,95

Neben der Berechnung der THG-Emission für den Bereich Mobilität wurde auch der Bereich Energieverbrauch berechnet. Erfasst werden konnte der Verbrauch der Dieselgeneratoren für die Bereitstellung des Stroms auf dem Messegelände sowie der Stromverbrauch von Ökostrom, den das Wassergut zur Verfügung gestellt hat.

Tabelle 7: Berechnung des Energieverbrauchs

	Erfasste kWh gesamt	Durchschnittlicher Emissionsfaktor (kg CO ₂ -eq/kWh)	Gesamt CO ₂ - Emission (t)
Ökostrom-Mix	452,00	0,051	0,02
Heizöl (1 l = 10 kWh)	30.520,00	0,266	8,12
Summe	30.972,00		8,14

Die geplante Erfassung von Abfällen, insbesondere von Lebensmittelabfällen, war aufgrund der schlechten Datengrundlage, wie bereits erwartet, nicht möglich. Dies gilt insbesondere für den Bereich der Gastroflächen, da die Gastronomiebetriebe ihre Abfälle/Lebensmittelabfälle selbst zurückgenommen haben. Nach Aussagen der Gastronom*innen waren gerade die Lebensmittelabfälle so gering, dass keine Aufzeichnungen über die Menge gemacht wurden.

¹ 300 €/tCO₂-eq

Insgesamt wurden durch Verkehr und Energie 569,82 t CO₂-eq emittiert und verursachten Umweltkosten in Höhe von 170.946 Euro.

Tabelle 8: Berechnung der gesamten Umweltkosten für 2025

	Gesamtemission (t CO ₂ -eq)	Klima-/Schadenskosten Kostensatz UBA 2024 (€/t CO ₂)	Umweltkosten (€)
Verkehr	561,68	300,00	168.504,00
Energie	8,14	300,00	2.442,00
Gesamtsumme	569,82	300,00	170.946,00

Folgende Kennzahlen wurden für die Öko-Feldtage 2025 ermittelt:

- durchschnittliche Personenkilometer pro Besucher*in: 397,16 Pkm
- durchschnittliche CO₂-Emission pro Besucher*in: 64,63 kg CO₂-eq
- durchschnittliche Umweltkosten pro Besucher*in: 19,39 €

Diese Eckdaten unterstreichen wie auch schon 2023 die zentrale Rolle des Bereichs Mobilität in der Emissionsbilanz.

4.3.3 Checkliste

Eine umfangreiche Checkliste für nachhaltige und klimaneutrale Outdoormessen sollte die folgenden Bereiche enthalten, um Emissionen zu vermeiden, zu reduzieren und unvermeidbare Emissionen auszugleichen: Mobilität (Anreise erfassen und fördern), Ressourcen/Material (Mehrweg, Recyclingpapier, digital), Energie (Ökostrom, sparsamer Verbrauch), Gastronomie (ökologisch, regional, saisonal, vegetarisch), Abfallmanagement (Vermeidung, wenn möglich Trennung) und Kompensation (sinnvolle Projekte wählen). Generell liegen bereits ausführliche Checklisten für klimaneutrale Veranstaltungen vor, jedoch fehlen speziell für die Datenerhebung zur Emissionsberechnung von Outdoorveranstaltungen entsprechende Checklisten.

Im Rahmen des Projekts wurde basierend auf den Erfahrungen zur Erhebung der Daten aus zwei Öko-Feldtagen eine Checkliste entwickelt, die Grundlage für die Datenerhebung einer Outdoor-Veranstaltungen dienen kann (s. Anhang 1).

Die praxisorientierte Checkliste enthält die wesentlichen Datenquellen für die Bereiche Mobilität und Energie/Infrastruktur, die für eine Emissionsberechnung benötigt werden:

Datenerhebung im Bereich Mobilität

- Datenquellen Besuchende/Erhebungsort Ticketshop:
 - Daten über die Benutzung der Verkehrsmittel zur An-/Abreise zu den Öko-Feldtage
- Datenquellen Aussteller/Erhebungsort Anmeldung von Lieferungen und Abholungen:
 - An-/Abreisedaten für die Anlieferung der Messestände, Maschinen und weiteren Ausstellungsgegenstände durch die Ausstellenden
 - An-/Abreisedaten für die Gastronomiebetriebe

Datenerhebung im Bereich Energie/Infrastruktur:

- Datenquelle Energie/Erhebungsort Abrechnungen:
 - Daten zum Stromverbrauch/weitere Energiequellen
- Datenquelle Wasser, Erhebungsort Abrechnungen:
 - Wasserverbrauch während der Auf-/Abbautage und der Messtage
 - Wasserverbrauch zur Beregnung der Demonstrationsparzellen, ganzjährig
 - Wasserverbrauch zur Vorführung von Bewässerungstechniken

Datenerhebung im Bereich Siedlungsabfälle/Lebensmittelabfälle

- Datenquelle Lebensmittelabfälle/Erfassungsort Abrechnung:
 - Befragung der Gastronomieausstellenden im Nachgang zur Messe
 - Abrechnung von spezialisierten Unternehmen für Lebensmittelabfälle
- Datenquelle Restmüll/Siedlungsabfall:
 - Erfassung der einzelnen Abfallgruppen auf Basis der Abrechnung

5. Diskussion der Ergebnisse

5.1 AP 2: Erfolgskontrolle

Laut AUMA gibt es bis zu 350 Messen in Deutschland. Darunter finden sich bis zu zwanzig landwirtschaftliche Fachmessen, u. a. die internationalen Leitmessen Eurotier und Agritechnica. In diesem Umfeld eine neue Fachmesse zu platzieren braucht Mut, Fachkompetenz, ein passendes Marktumfeld, einen guten Standort, Kreativität und ein gutes Netzwerk. Die Öko-Feldtage als neue Outdoormesse zählt nach fünfmaliger erfolgreicher Durchführung, trotz Corona-Pause, zum deutschen Messepool dazu. Mit im Schnitt knapp 350 Ausstellenden in den letzten Messejahren hat sie fast dieselbe Größenordnung erreicht wie die vergleichbaren DLG-Feldtage, die seit 1988 am Markt sind.

Die Gesamtzahl der Besuchenden liegt zwischen 8.000 (erste Pilot-Messe 2017) und 12.000 (vierte Messe 2023) Besuchenden für beide Messtage. Der Rückgang auf 9.000 Besuchende im Jahr 2025 in Sachsen kann durch folgende Faktoren erklärt werden:

- Im Vergleich zu Hessen (17 Prozent Ökoflächenanteil, 2.378 Öko-Betriebe) und Baden-Württemberg (15 Prozent Ökoflächenanteil, 9.083 Öko-Betriebe) hat Sachsen mit 10 Prozent Ökoflächenanteil und 924 Öko-Betrieben den geringsten Öko-Anteil von den bisherigen Standorten.
- Bei den benachbarten Bundesländern Thüringen (529 Öko-Betriebe), Sachsen-Anhalt (597 Öko-Betriebe) und Brandenburg (1.160 Öko-Betriebe) sieht es ähnlich aus, was die niedrige Besuchendenquote aus diesen Ländern zeigt.
- Nur das angrenzende Bayern mit 11.791 Öko-Betrieben hat einen hohen Öko-Anteil, was sich in den Besuchendenzahlen widerspiegelt: Nach Sachsen kamen die meisten Besuchenden 2025 aus Bayern (Quelle zu den Öko-Anteilen der Bundesländer: BLE, 2025).
- Die durchschnittliche Betriebsgröße in Sachsen liegt bei rund 139 Hektar, während sie in Hessen bei 49 Hektar und Baden-Württemberg bei 37 Hektar liegt. Somit gibt es im selben Radius um den Messestandort wie in Hessen und Baden-Württemberg aufgrund der Betriebsstruktur in Sachsen weniger Betriebsleitende (Quelle Betriebsgrößen: Statistisches Bundesamt, 2025).

Diese Rahmenbedingungen waren bei Auswahl des Standortes in Sachsen bekannt und führten zu einer stärkeren Akquisition bei den landwirtschaftlichen Betrieben (ökologisch wie konventionell) im Vorfeld der Öko-Feldtage 2025 durch folgende Maßnahmen:

- Enge Kooperation mit dem sächsischen Bauernverband (SLB) und dessen Präsidenten Torsten Krawczyk, gleichzeitig Vize-Präsident beim DBV. Der

SLB informierte in seinen Newslettern/Mitgliederrundschreiben mehrfach zu den Öko-Feldtagen.

- Im Rahmen einer Sonderaktion wurden nach Rücksprache mit dem Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie (LfULG), dem Sächsischen Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft (SMUL) sowie dem SLB alle Landwirte mit einer einmaligen Freikartenaktion auf die Öko-Feldtage zum Wassergut Canitz eingeladen. Der Versand eines Links zu den Freikarten mit einem Vorwort des Präsidenten des LfULG zu den Öko-Feldtagen erfolgte über den Infodienst des LfULG an alle Betriebe im März 2025. Im April 2025 erfolgte eine weitere Aussendung des SLB an alle seine Mitgliedsbetriebe.

Diese Sonderaktion konnte über den Ticketshop der Öko-Feldtage nachverfolgt werden. Insgesamt wurden über das LfULG knapp 3.500 Landwirt*innen über die Freikartenaktion informiert. Im Ticketshop wurden insgesamt 605 Tickets mit dem Freikarten-Code eingelöst, das entspricht 17 Prozent der sächsischen Landwirt*innen. Im Oktober 2025 wurde eine zusätzliche Online-Befragung über den Verteiler des SLB an dessen Mitglieder versendet, um weitere Informationen zu Hemmnissen bzw. Gründen zu erhalten, was den Besuch auf den Öko-Feldtagen angeht. Der geringe Rücklauf ermöglicht keine Auswertung.

In der Gesamtschau führten diese Rahmenbedingungen in Sachsen dazu, dass auch der Gesamtanteil von Landwirt*innen an den Besuchenden mit 39 Prozent den geringsten Anteil in allen Veranstaltungsjahren aufweist.

Fasst man die Ergebnisse aus den AP 2 und AP 3 zusammen, so lassen sich in Bezug auf die Zielsetzungen aus dem Jahre 2017 folgende Punkte festhalten:

- Das neue Angebot eines **Treffpunktes für Öko-Landwirt*innen** mit Praxisbezug wird stark wahrgenommen: Der Anteil von Öko-Landwirt*innen an der Besuchendengruppe der Landwirt*innen liegt zwischen 55 und 69 Prozent.
- Eine neue **Ausstellungsplattform für den Sektor Öko-Landwirtschaft** zu schaffen ist aufgegangen: Die durchschnittlich 350 Ausstellenden in den letzten Messejahren liegen nah an der Ausstellenden-Zahl der DLG-Feldtage, die mit der Zielgruppe des konventionellen und ökologischen Pflanzenbaus eine größere Unternehmenszahl ansprechen. Allerdings präsentieren die Öko-Feldtage den gesamten Bereich der ökologischen Landwirtschaft inklusive der Tierhaltung. Hier besteht Potenzial für die Öko-Feldtage, um für Ausstellende aus dem Tierhaltungsbereich attraktiver zu werden.
- Die beiden oberen Punkte sowie der hohe Zuspruch an Besuchenden belegen, dass mit den Öko-Feldtagen eine **Alternative zu den konventionellen Messen** im Markt platziert wurde.

- Die erfolgreiche Vermittlung eines **modernen Bildes der Öko-Landwirtschaft** lässt sich mit den vorhandenen Zahlen nicht belegen. Hier sind zusätzliche qualitative Interviews mit der Zielgruppe Medien, Landwirtschaft und Markt erforderlich, um belegbare Aussagen zu erhalten.
- Die Hervorhebung des **Innovationscharakters der Öko-Landwirtschaft** für die gesamte Landwirtschaft wurde mit der Präsentation von Innovationsbeispielen auf den Öko-Feldtagen fokussiert. Dieses Messe-Angebot fand einen großen Anklang bei den Besuchenden wie auch den Medien. Als Beispiel: Die Bauernzeitung wie auch das Magazin agrarheute stellten in ihrer Spezialberichterstattung zur Messe 2025 auf drei- bis vierseitigen Berichten die Innovationsbeispiele einzeln vor. In das Fachprogramm und im Rahmen von Führungen auf der Messe wurde der Innovationsaspekt ebenfalls aufgenommen.
- Das **Angebot einer niedrighschwelligem Infobörse zum Öko-Anbau im Markt für konventionelle Betriebe** zu etablieren ist ausbaufähig. Der Anteil von konventionellen Betrieben an der Besuchendengruppe der Landwirt*innen lag zwischen 23 und 33 Prozent. Das AP 3 geht in seiner Analyse auf diese Zielgruppe ein.
- Einen zusätzlichen **Beitrag zur Finanzierung des Institutes** zu generieren ist nur teilweise erreicht. Die wirtschaftliche Bilanz dieser Outdoor-Messe hängt stark von den Standortbedingungen vor Ort ab.

Welche Zielsetzungen sollten nach fünfmaliger Durchführung auf Basis der Ergebnisse der Erfolgskontrolle angepasst oder neu definiert werden?

Dazu gab es im Rahmen des Projektes am 23. Oktober 2025 in Frankfurt eine eintägige Klausursitzung, an der folgende Personen beziehungsweise Arbeitsbereiche teilgenommen hatten:

- Geschäftsführung FiBL e.V. und FiBL Projekte GmbH mit drei Personen
- Öko-Feldtage-Projektteam mit sechs Mitarbeitenden
- Dr. Uli Zerger als einer der Initiatoren der Öko-Feldtage
- Prof. Dr. Andreas Gattinger, JLU Gießen, Veranstaltungsort der Öko-Feldtage 2022
- Lennart Bartels, Bündnis JöLL (Junge ökologische Land- und Lebensmittelwirtschaft)

Ziel war es, die vorhandenen Zielsetzungen zu überprüfen und möglicherweise neue zu definieren, um die Messe weiterzuentwickeln. Es wurde ein Text für ein Leitbild entworfen und die mangelnde Wirtschaftlichkeit auf den Prüfstand gestellt. Folgende Punkte wurden diskutiert:

- Zielsetzungen aus 2017 sind weiter aktuell
- Aufteilung der Messe-Module in das Kerngeschäft als Handelsplattform und Gestaltungsbausteine als vorrangig atmosphärische Elemente
- Attraktivität für konventionelle Betriebe steigern (Module sollen erarbeitet werden). Der Slogan von 2017 “Treffpunkt für die ökologische Landwirtschaft” wird angepasst in “Treffpunkt für die Landwirtschaft von morgen”.
- Beibehaltung des klaren Öko-Profiles mit Zulassungskriterien
- Erhöhung der Attraktivität für Ausstellende aus allen Teilen der Wertschöpfungskette
- Erhöhung der Attraktivität der Messe für die jüngere Zielgruppe unter stärkerem Einbezug von Partnern wie des Bündnis JöLL und anderer

In den AUMA-Trends 2025/2026 werden unter dem Trend Key Performance Indicators (KPI) den Messekennzahlen Besuchenden-Zufriedenheit und Wiederbesuchsabsicht eine immer höhere Bedeutung zugemessen.

Die Besuchenden-Zufriedenheit bei den Öko-Feldtagen liegt trotz unterschiedlicher Standorte und Rahmenbedingungen wie Anreise etc. in der Top 2-Box-Auswertung bei hohen Werten zwischen 89 und 96 Prozent. Hier ist wichtig zu beobachten, ob der leichte Trend nach unten in den letzten beiden Messejahren 2023 (91 Prozent) und 2025 (89 Prozent) anhält und welche Ursachen er hat. Dies gilt es bei den kommenden Öko-Feldtagen 2027 im Blick zu haben, um gegensteuern zu können.

Bei Einzelgesprächen mit den Besuchenden wird die gute “Atmosphäre” der Messe gelobt. Trotz der allgemein schwierigen Lage der Landwirtschaft wird eine “positive Stimmung” wahrgenommen, und das von Ausstellenden wie von den Besuchenden. VON GEORGI & WÜNSCH (2018) beschreiben, dass das positive Messe-Erlebnis als eine Gesamt-Atmosphäre empfunden und so in ein Narrativ “verpackt” wird. Sie beschreiben, dass dabei jedes Detail wichtig zu nehmen ist, da man nicht sicher sein kann, welches Detail in welchem Moment zählt und auf das positive Narrativ einzahlt. Das betrifft bei den Öko-Feldtagen das komplette Paket aus Anreise, Ausstellungsangebot, Fachprogramm, Schwerpunktthemen bzw. Sonderflächen, Besuchendenführung, Gastronomieangebot, Kulturprogramm, sanitäre Anlagen etc. Um die Bausteine oder Details herauszufiltern, die zur “guten Atmosphäre” der Messe beitragen, müsste eine gezielte Befragung entwickelt werden, die nicht Teil dieses Projekts war.

Die Daten zur Wiederbesuchsabsicht sind bei den Öko-Feldtagen mit ihren wechselnden Standorten anders zu bewerten als bei festen Messestandorten, da z. B. der neue Standort einfach zu weit entfernt sein kann. Laut den AUMA-Aussteller-Ausblicks und Trends gelten Werte über 60 Prozent bei wechselnden Messen als gut. Die Wiederbesuchsabsicht bei den Öko-Feldtagen lag bisher zwischen 67 und 88 Prozent, mit dem Ausreißer von nur 40 Prozent in Baden-Württemberg 2023.

Dies kann an der weiten Entfernung der beiden aufeinander folgenden Standorte in Baden-Württemberg und Sachsen liegen (über 500 km). Die Empfehlung ist, bei der nächsten Evaluation die Frage zu splitten, ob die Besuchenden die Öko-Feldtage grundsätzlich wieder besuchen möchten (Event-Qualität) und ob sie die Öko-Feldtage am Standort XY im übernächsten Jahr wieder besuchen möchten (Standort-Akzeptanz).

Laut der AUMA-Studie “Mehrwert von Messebesuchen” (2024) sind rund 64 Prozent aller Besuchenden auf festen Fachmessen “Wiederholungstäter”. Bei den Besuchenden-Befragungen zu den Öko-Feldtagen als Wanderformat zeigt sich, dass es rund 30 Prozent Stammkunden gibt und rund 70 Prozent Erstbesuchende. Das mag einerseits dem neuen Messeangebot geschuldet zu sein, andererseits zeigt es das hohe Potenzial, bei Standorten in unterschiedlichen Bundesländern jeweils neue Besuchende anzusprechen. Das ist auch für die Ausstellenden ein wichtiger Wert, um neue Kundenkontakte knüpfen zu können.

Auf die Punkte Zufriedenheit und Wiederbesuchsabsicht bei den Zielgruppen konventionelle Betriebe und jüngere Zielgruppen geht das AP 3 gezielt ein.

5.2 AP 3: Zielgruppenanalyse

Die vorliegenden Ergebnisse der drei methodischen Säulen ermöglichen eine fundierte Beantwortung der eingangs formulierter Fragestellungen zur Zielgruppenstruktur, zu Motivlagen und zu Ansatzpunkten für eine gezieltere Ansprache insbesondere konventionell wirtschaftender Landwirt*innen und junger Menschen in Ausbildung. Die Diskussion knüpft daher eng an die Zielsetzung des Arbeitspakets sowie an den theoretischen Rahmen der Zielgruppenanalyse im Messekontext an und verbindet soziodemografische, psychografische und informationsbezogene Befunde mit praxisorientierten Handlungsperspektiven.

Zielgruppenstruktur und Heterogenität

Die quantitative Befragung zeigt, dass die Öko-Feldtage 2025 ein überwiegend regional bis überregional verankertes Publikum aus Deutschland mit einem Schwerpunkt in Sachsen (31 Prozent) sowie einem starken Anteil ökologisch wirtschaftender Betriebe (68 Prozent) erreichen. Gleichzeitig wird deutlich, dass konventionell wirtschaftende Landwirt*innen (25 Prozent) und bestimmte Bildungsakteur*innen, insbesondere Lehrpersonen mit ihren Klassen, in der Gesamtheit der Besuchenden eher unterrepräsentiert sind. Beachtet man die ursprüngliche Zielsetzung aus dem Jahre 2017 mit dem Fokus auf den Aufbau eines Treffpunktes für Öko-Landwirt*innen, so sind diese Ergebnisse schlüssig.

Die berufliche Zusammensetzung verdeutlicht die hohe Heterogenität der Zielgruppen: Landwirt*innen bilden mit 39 Prozent die größte Gruppe, daneben sind Studierende, Schüler*innen/Auszubildende, Lehrende, Vereins- und Unternehmensvertreter*innen sowie Privatpersonen vertreten. Diese Vielfalt bestätigt die

theoretische Annahme, dass Messen wie die Öko-Feldtage nicht nur als Präsentationsplattform, sondern auch als Lern- und Netzwerkforen fungieren, die unterschiedliche Nutzungs- und Erwartungsmuster bündeln.

Psychografische Profile und Motivlagen

Die Erweiterung der Gelszus-Befragung im Rahmen des Projekts um psychografische Items erlaubt einen differenzierten Blick auf Einstellungen und Arbeitsweisen der Besuchenden. Über alle Gruppen hinweg dominieren langfristige, nachhaltigkeitsorientierte und erfahrungsbasierte Orientierungen: 45 Prozent der Befragten beschreiben sich als langfristig denkend und intensiv mit nachhaltigen Konzepten befasst, 40 Prozent betonen erfahrungsbasiertes Entscheiden, während rund ein Drittel eine hohe Offenheit für neue Ideen und Innovationen angibt.

Gleichzeitig zeigt sich, dass explizit digitale beziehungsweise technologiefokussierte Orientierungen (19 Prozent) und stark traditionsbezogene Haltungen (12-16 Prozent) in kleineren, aber relevanten Teilsegmenten vertreten sind. Diese Muster stützen den theoretischen Ansatz psychografischer Zielgruppenanalyse, der Besuchenden nicht nur über demografische Merkmale, sondern über Werte, Motivlagen und Innovationsorientierungen differenziert.

Die Besuchsmotive unterstreichen den Lern- und Transfercharakter der Öko-Feldtage: Allgemeines Interesse am Ökolandbau (49 Prozent), fachlicher Austausch (45 Prozent) und Interesse an neuen Technologien und Innovationen (44 Prozent) sind zentrale Beweggründe, ergänzt durch praxisnahe Inspiration und Networking. Mehrfachbesuchende betonen stärker die Aspekte Austausch, Innovation und Kontakte, während Erstbesuchende häufiger ein allgemeines Interesse am Ökolandbau angeben, was auf unterschiedliche Erfahrungshintergründe und Informationsbedarfe sowie unterschiedliche Zielgruppen bei Erst- und Mehrfachbesuchenden schließen lässt.

Informationsverhalten und Kanäle

Das Informationsverhalten der Besuchenden bestätigt die hohe Bedeutung persönlicher und fachlich eingebetteter Kanäle für die Wahrnehmung der Öko-Feldtage. Empfehlungen von Kolleg*innen und Vorgesetzten sowie Hinweise über Berufs- und Fachschulen, Hochschulen und Universitäten gehören zu den wichtigsten Zugangswegen; Online-Kanäle wie Website und Social Media fungieren eher ergänzend und erreichen spezifische Teilgruppen, insbesondere jüngere und konventionelle Landwirt*innen.

Bei der Information über Agrar- und Zukunftsthemen dominiert ein Mix aus Fachzeitschriften und Online-Magazinen (z.B. „top agrar“, „Bioland Magazin“, Wochenblätter) sowie persönliche Netzwerke; Messen und Fachveranstaltungen dienen rund einem Drittel der Befragten als zentrale Informationsquelle, insbesondere bei Mehrfachbesuchenden. Social Media (vor allem Instagram und

YouTube) sind für etwa ein Drittel relevant und werden überproportional von jüngeren Zielgruppen genutzt, während Verbands- und Institutionenwebsites eine ergänzende Rolle spielen.

Die Ergebnisse der Onlinebefragung unter teilnehmenden Lehrpersonen spiegeln dieses Muster in nuancierter Form wider: Lehrkräfte werden vor allem über Empfehlungen aus dem Kollegium, über direkte Ansprache durch das FiBL sowie über schulische Netzwerke erreicht, während klassische Online-Kanäle (Website, Social Media) nachrangig genannt werden. Dies bestätigt, dass persönliche und institutionell eingebettete Informationswege für die Ansprache von Bildungsakteur*innen besonders relevant sind.

Lehrpersonen als Gatekeeper und strukturelle Barrieren

Die qualitativen Interviews und die Onlinebefragung verdeutlichen die zentrale Rolle von Lehrpersonen als Gatekeeper und Multiplikator*innen für die Ansprache junger Menschen in landwirtschaftlichen Bildungsgängen. Lehrkräfte nutzen die Öko-Feldtage vor allem zur fachlichen Weiterbildung der Lernenden, zur Anregung des Interesses an Innovationen in der Landwirtschaft und zur Vernetzung mit der Praxis; die Mehrheit der Befragten gibt an, dass diese Ziele hoch oder sehr hoch erreicht wurden.

Gleichzeitig werden zahlreiche strukturelle Barrieren sichtbar, die eine breitere Teilnahme von Schulen begrenzen: organisatorische Hürden in der Schulverwaltung, zeitliche Restriktionen im Stundenplan und vor Ort, finanzielle Belastungen der Anreise sowie eine teilweise geringe curriculare Verankerung des Ökolandbaus in bestimmten Bildungsgängen. Die Co-Finanzierung der Busreise wird von einem Teil der Lehrkräfte als zentraler Ermöglichungsfaktor genannt, was die hohe Bedeutung finanzieller Entlastung für Exkursionsentscheidungen unterstreicht.

Aus Sicht der Lehrpersonen bieten die Öko-Feldtage zugleich ein hohes Potenzial als außerschulischer Lernort: praxisnahe Demonstrationen, Kleinstversuche, Geräte und Anbauverfahren werden als besonders anschlussfähig an den Unterricht beschrieben, ebenso wie die thematische Vielfalt und direkte Begegnungen mit Praktiker*innen. Dass ein Großteil der Lehrkräfte eine Nachbereitung im Unterricht fest einplant oder „wahrscheinlich“ vorsieht und ergänzendes Unterrichtsmaterial wünscht, deutet auf ein vorhandenes, aber noch nicht vollständig ausgeschöpftes Multiplikationspotenzial hin.

Konventionelle Betriebe und Umstellungsinteresse

Die quantitative Befragung zeigt, dass konventionell wirtschaftende Betriebe auf den Öko-Feldtagen 2025 in der Minderheit sind, zugleich aber eine relevante Zielgruppe mit erkennbaren Potenzialen darstellen: 22 Prozent der konventionellen Landwirt*innen geben ein Umstellungsinteresse an, 33 Prozent sind unentschlossen und 45 Prozent lehnen eine Umstellung ab; im Vergleich zu 2023 ist der Anteil der

Interessierten gestiegen. Diese Verteilung verweist auf unterschiedliche psychografische Segmente innerhalb der konventionellen Zielgruppe von klar interessierten über ambivalente bis hin zu ablehnenden Besuchenden, die differenzierte Kommunikationsstrategien erforderlich machen.

Die Daten legen nahe, dass insbesondere Erstbesuchende im konventionellen Segment ein höheres Umstellungsinteresse und zugleich mehr Unentschlossenheit aufweisen als Mehrfachbesuchende, bei denen der Anteil der klar ablehnenden Antworten höher ist. Daraus lässt sich schließen, dass die Öko-Feldtage für konventionelle Erstbesuchende eine zentrale Orientierungs- und Entscheidungsbühne darstellen, auf der Informationsangebote, Erfahrungen und Kontakte die Haltung zur Umstellung potenziell beeinflussen können.

Die thematischen Interessenschwerpunkte – insbesondere Bodenfruchtbarkeit, Klimaschutz und Klimaanpassung, Biodiversität, Tierwohl sowie ökologischer Pflanzenschutz – adressieren zentrale Transformationsfragen, die für beide Betriebsformen relevant sind. Für konventionelle Betriebe kann die Kombination aus „Zukunftsthemen“ (Klimaanpassung, Digitalisierung, erneuerbare Energien) und konkreten betriebspraktischen Lösungsansätzen (z. B. Fruchtfolgen, Wasser- und Nährstoffmanagement, Technik) eine niedrighschwellige Brücke darstellen, um ökologische Ansätze in bestehende Praktiken zu integrieren. Die explorative Online-Befragung konventionell wirtschaftender Landwirt*innen (Oktober 2025, n=3) bestätigt diese Muster tendenziell durch Hinweise auf Zeitknappheit, Entfernung und Wünsche nach praxisnahen Technik-/Wirtschaftsthemen, erlaubt jedoch aufgrund der minimalen Fallzahl keine eigenständige Interpretation

Junge Menschen und Lernprozesse

Die Zielgruppe der jungen Menschen in Ausbildung (Schüler*innen, Auszubildende, Studierende) ist sowohl in der quantitativen Befragung als auch in den Lehrpersonenstudien präsent, bleibt aber im Gesamtpublikum zahlenmäßig begrenzt. Die qualitative Auswertung zeigt, dass das Interesse und die Beteiligung innerhalb der Klassen stark variieren: Einige Lernende setzen sich intensiv mit den fachlichen Inhalten auseinander, andere nutzen die Veranstaltung eher informell, etwa zur sozialen oder kulinarischen Erfahrung.

Besonders ansprechend sind für junge Menschen maschinen- und technikbezogene Angebote, Sonderkulturen, Bodenprofile sowie Stationen, die Vielfalt und Praxisnähe verbinden; dies zeigt sich sowohl in den Interviewzitatzen als auch in der Onlinebefragung, in der Maschinenvorfürungen und Landtechnik am häufigsten als Bereiche besonderen Interesses genannt werden. Diese Befunde stützen die Bedeutung verhaltens- und erlebnisbezogener Elemente im Messekontext, die über reine Wissensvermittlung hinaus motivationale Anreize und Identifikationsmöglichkeiten bieten.

Gleichzeitig machen Lehrkräfte darauf aufmerksam, dass bestimmte Themen – insbesondere Biodiversität und Tierhaltung – aus Sicht ihrer Lerngruppen unterrepräsentiert sind und eine stärkere Präsenz die Anschlussfähigkeit an Ausbildungsinhalte erhöhen könnte. Dies verweist auf eine noch bestehende thematische Schieflage zugunsten pflanzenbaulicher und technischer Inhalte, die zwar zentrale Interessen bedient, aber andere zentrale Bereiche ökologischer Landwirtschaft für junge Menschen weniger sichtbar macht.

Passung von Angebot, Kommunikation und Besuchenden-Bedürfnissen

Die hohe Gesamtzufriedenheit (Top 2-Werte von 89 Prozent), die starke Weiterempfehlungsbereitschaft (88 Prozent) und die gestiegene Wiederbesuchsabsicht (67 Prozent) belegen, dass die Öko-Feldtage für ihre Kernzielgruppen ein sehr attraktives und passfähiges Angebot bereitstellen. Die meisten Besuchenden finden die gewünschten Informationen vollständig oder teilweise, und nur ein sehr kleiner Anteil berichtet, die gesuchten Angebote nicht gefunden zu haben.

Gleichwohl zeigen die offenen Rückmeldungen und die Lehrpersonenbefunde konkrete Ansatzpunkte zur Optimierung: Die Wahrnehmung von Lücken bei Tierhaltung und Biodiversität, Hinweise auf Orientierungsprobleme auf dem Gelände, Wünsche nach stärker sichtbaren Bildungsangeboten und verträglicheren Zeitstrukturen in Führungen sowie Kritik an Infrastruktur- und Serviceaspekten (z. B. Gastronomie, Shuttle, Beschilderung) machen deutlich, dass eine zielgruppenspezifische Feinausrichtung des Formats sinnvoll ist. Im Sinne verhaltensbasierter Zielgruppenanalyse lassen sich hier konkrete Kontaktpunkte identifizieren, an denen Informations- und Interaktionsangebote gezielt angepasst werden können.

Implikationen für die Ansprache konventioneller Landwirt*innen

Aus den Befunden lassen sich für die Ansprache konventionell wirtschaftender Betriebe mehrere praxisorientierte Ansatzpunkte ableiten:

- Niedrigschwellige thematische Andockpunkte: Die hohe Relevanz von Themen wie Bodenfruchtbarkeit, Klimaanpassung, Wasser- und Nährstoffmanagement sowie Digitalisierung legt nahe, diese Inhalte stärker betriebswirtschaftlich und risikoorientiert zu rahmen, um Anknüpfungspunkte für konventionelle Betriebe zu schaffen, ohne die Diskussion auf die Frage „Umstellung ja/nein“ zu verengen.
- Sichtbare Beispiele hybrider oder schrittweiser Transformationspfade (z. B. Betriebe in Umstellung, Mischbetriebe, konventionelle Betriebe mit ökologischen Elementen) können helfen, Unentschlossene anzusprechen und den Eindruck eines „Alles-oder-nichts-Modells“ zu relativieren.
- Die Bedeutung persönlicher Empfehlungen und fachlicher Netzwerke legt nahe, Berufsverbände, Beratungsinstitutionen und überbetriebliche Ausbil-

dungsstätten als Multiplikatoren einzubeziehen, um gezielt konventionelle Zielgruppen auf die Öko-Feldtage aufmerksam zu machen.

Darüber hinaus kann die ausgeprägte Innovationsorientierung eines Teilsegments genutzt werden, indem technische und digitale Lösungen (z. B. Smart Farming, angepasste Landtechnik, ressourceneffiziente Verfahren) im Kontext ökologischer Prinzipien besonders sichtbar und praxisnah demonstriert werden. Eine klare Kommunikation von betrieblichen Vorteilen (Resilienz, Effizienz, Marktchancen) kann dabei helfen, ökologische Ansätze in die betriebliche Rationalität konventioneller Landwirt*innen zu übersetzen.

Die in der explorativen Zusatzbefragung genannten Barrieren (etwa begrenzte Zeitressourcen, Entfernung zum Veranstaltungsort oder Skepsis gegenüber dem thematischen Fokus) lassen sich dabei konsistent den in der Besuchenden-Befragung identifizierten Mustern zuordnen und unterstreichen die Relevanz niedrigschwelliger, betriebsnah kommunizierter Angebote für konventionell wirtschaftende Betriebe.

Implikationen für die Ansprache junger Menschen und Bildungseinrichtungen

Für die Zielgruppe der jungen Menschen in Ausbildung und ihrer Lehrpersonen lassen sich ebenfalls spezifische Handlungsperspektiven ableiten:

- Die Interviews und die Onlinebefragung zeigen, dass praxisnahe Demonstrationen, Maschinenvorfürungen, Sonderkulturen und Bodenprofile besonders motivierend sind und sich gut in Unterrichtskontexte integrieren lassen. Eine stärkere Bündelung solcher Angebote in explizit als „Lernpfade“ oder „Bildungstouren“ ausgewiesenen Formaten könnte die pädagogische Nutzbarkeit weiter erhöhen.
- Da Lehrpersonen vor allem über persönliche Kontakte, schulische Netzwerke und direkte Ansprache erreicht werden, erscheint eine gezielte Kooperation mit Berufsschulzentren, Fachschulzentren und Landesinstituten für Lehrerfortbildung sinnvoll, etwa in Form von Informationspaketen, Fortbildungsangeboten und frühzeitigen Einladungen mit klaren didaktischen Vorschlägen.

Die hohe Bedeutung der Co-Finanzierung der Busreise und die Hinweise auf finanzielle und organisatorische Hürden machen deutlich, dass die Verstärkung und kommunikative Sichtbarkeit solcher Förderinstrumente zentral sind, um die Teilnahme insbesondere entfernter oder weniger finanzstarker Schulen zu sichern. Ergänzendes Unterrichtsmaterial zu zentralen Themen (Ökolandbau in der Region, Fruchtfolgen, indirekter Pflanzenschutz, Tierhaltungskonzepte) kann zudem die Nachbereitung der Exkursion erleichtern und die Öko-Feldtage im Schulcurriculum stärker verankern.

Weiterentwicklung der Öko-Feldtage als lern- und dialogorientierte Plattform

Im Lichte des triangulativen Forschungsdesigns wird deutlich, dass die Verbindung quantitativer Struktur- und psychografischer Daten mit qualitativen Deutungsmustern und Kontextinformationen ein mehrdimensionales Bild der Zielgruppenstruktur der Öko-Feldtage ermöglicht. Die Messe erfüllt bereits viele Funktionen einer dialogorientierten Lern- und Netzwerkplattform, insbesondere für ökologisch wirtschaftende Betriebe und fachlich stark interessierte Besuchenden.

Für die strategische Weiterentwicklung ergeben sich zwei zentrale Stoßrichtungen: Erstens die Vertiefung des bestehenden Profils als fachlich hochwertiger Lernort für die ökologische Praxis, etwa durch stärkere Sichtbarkeit bislang unterrepräsentierter Themenfelder wie Tierhaltung und Biodiversität sowie durch klar strukturierte Bildungsangebote für verschiedene Besuchendengruppen. Zweitens die gezielte Öffnung und Anpassung von Kommunikations- und Angebotsformaten für konventionelle Betriebe und junge Menschen, bei denen psychografische Profile, Informationsgewohnheiten und strukturelle Rahmenbedingungen systematisch berücksichtigt werden.

Damit trägt die Zielgruppenanalyse dazu bei, die Passung zwischen Angebot, Kommunikation und Besuchenden-Bedürfnissen zu optimieren und die Öko-Feldtage als zukunftsorientiertes, lern- und dialogbezogenes Veranstaltungsformat weiterzuentwickeln, das unterschiedliche Zielgruppen nicht nur erreicht, sondern auch in ihren spezifischen Motivlagen und Handlungskontexten anspricht.

5.3 AP 4 Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung

Um Outdoormessen, wie auch andere Großveranstaltungen, ob Indoor oder Outdoor, nachhaltiger zu gestalten, ergibt sich grundsätzlich die Frage, welche Indikatoren bzw. welche Daten zur Messung der Umweltbelastung benötigt werden. Ein wesentlicher Indikator dabei sind die THG-Emissionen, die besonders durch die An- und Abreise der Besuchenden entstehen. Über die Auswertung der beiden Öko-Feldtage, die als Beispiel für eine Outdoormesse betrachtet werden kann, konnte eine praxisorientierte Bewertungsmethode zur THG-Emissionsermittlung erarbeitet werden.

Die Ergebnisse der Berechnung der THG-Emissionen der beiden Öko-Feldtage zeigen, dass die wesentlichen Emissionen im Bereich der Mobilität der Besuchenden entstehen. An zweiter Stelle stehen die Emissionen, die durch die An- und Abreise der Ausstellenden entstehen, an dritter Stelle erst kommen die Emissionen aus dem Verbrauch der gesamten Energie an den Messetagen.

Grundlage für die Erfassung der notwendigen Daten, insbesondere für den Bereich Mobilität, ist heute der elektronische Messekartenvorverkauf für die Besuchenden bzw. die elektronische Anmeldung von Lieferungen der Ausstellenden. Der Vorverkauf macht im Durchschnitt mindestens zwei Drittel aller verkauften

Eintrittskarten aus, damit ergibt sich eine gesicherte Datengrundlage für eine gleichverteilte Hochrechnung auf die tatsächliche Besuchendenzahl, da beim Verkauf von Eintrittskarten an den Messtagen selbst keine Daten erhoben werden können. Bei der Bestellung der Eintrittskarten werden neben der Adresse auch die Art der Anreise (Pkw, Bahn, Reisebus, ÖPNV) abgefragt. Damit lässt sich die einfache An- und Abreise in Kilometern berechnen und auf Basis der aktuellen vorgegebenen Standardwerte aus der UBA-Methodenkonvention (UBA 2025), beziehungsweise der Datenbank „ecoinvent Version 2.0“ zu einem CO₂-Fußabdruck umrechnen.

Dieselbe Vorgehensweise kann auch für die Emissionen durch die An- und Abfahrt der Ausstellenden und ihrer Ausstellungsgegenstände angewendet werden. Hier wird für den Aufbau neben der Adresse auch die Art der Anlieferung (Lkw > 7,5 t oder Kleinlastwagen bis 7,5 t) abgefragt. Mit diesen Daten können die gefahrenen Kilometer und die THG-Emission berechnet werden.

Schwieriger wird die Erfassung der Daten für die Emission der Infrastruktur während der Auf- und Abbauperioden sowie den Messtagen selbst. Nicht immer gelingt es, alle benötigten Energiequellen korrekt zu erfassen. Der Energieverbrauch durch Generatoren kann durch die Abrechnung erfasst werden, der Stromverbrauch, der durch das Ausstellungsgelände entsteht (z. B. der landwirtschaftliche Betrieb), wird selten genau erfasst, da hier ein zusätzlicher Stromzähler notwendig sein müsste.

Ebenso hat sich aus den Öko-Feldtagen 2023 und 2025 gezeigt, dass die Daten zum Bereich Siedlungsabfälle und Lebensmittelverbrauch/-abfälle in der Praxis kaum zu erfassen sind und daher auch nicht in die Emissionsberechnung eingeflossen sind.

Zusammenfassend wurden für die beiden Öko-Feldtage folgende Ergebnisse berechnet:

Öko-Feldtage 2023:

- durchschnittliche Personenkilometer pro Besucher*in: 301,77 Pkm
- durchschnittliche CO₂-Emission pro Besucher*in: 38,03 kg CO₂-eq
- durchschnittliche Umweltkosten pro Besucher*in: 9,01 €

Öko-Feldtage 2025:

- durchschnittliche Personenkilometer pro Besucher*in: 397,16 Pkm
- durchschnittliche CO₂-Emission pro Besucher*in: 64,63 kg CO₂-eq
- durchschnittliche Umweltkosten pro Besucher*in: 19,39 €

Auffallend ist zwischen den beiden Öko-Feldtagen, dass die höheren durchschnittlichen Emissionen im Bereich Mobilität bei den Öko-Feldtagen in Sachsen 2025 durch die durchschnittlich längere Anreise zum Tragen kommen. Dies

ist auch auf die entsprechenden landwirtschaftlichen Öko-Strukturen in den östlichen Bundesländern zurückzuführen.

Damit wird durch beide Erfassungen 2023 und 2025 aufgezeigt, dass die verkehrsbedingten CO₂-Emissionen der wesentliche Emissionstreiber bei Outdoormessen sind und die Reduktion, beziehungsweise die Kompensation dieser nicht vermeidbaren Emissionen ein wesentlicher Eckpunkt einer nachhaltigen Outdoormesse.

Gleichzeitig stellte sich in der Praxis heraus, dass es einen sehr hohen Aufwand für die Erfassung aller Daten gibt, insbesondere für den Bereich von Wasserverbrauch, Lebensmittelverbrauch und Siedlungsabfällen. Gerade bei Siedlungsabfällen erfolgt zwar eine Trennung von verschiedenen Stoffgruppen, jedoch erfolgt keine getrennte Ausweisung der entstandenen Mengen bei einer Abrechnung durch das beauftragte Unternehmen. Desgleichen gilt für den Bereich der Lebensmittel, da hier die zum großen Teil kleineren Gastrobetriebe keine korrekten Daten liefern können. Als Fazit lässt sich festhalten, dass für eine Emissionsberechnung die Daten aus dem Bereich Mobilität (Hauptbereich der unvermeidbaren Emissionen) am einfachsten und am genauesten zu erheben und zu berechnen sind. Dies spiegelt sich auch in der Erstellung einer Checkliste für die Datenerhebung wider.

Der Umgang mit den nicht vermeidbaren THG-Emissionen stellt in jedem Nachhaltigkeitskonzept von Outdoormessen einen wesentlichen Baustein der Strategie dar. Neben der erarbeiteten Checkliste für die Erfassung der notwendigen Daten zur Berechnung der Emission (Anhang 1) stellt sich grundsätzlich die Frage, wie diese Emissionen neutral gestellt werden.

Zwar gibt es unterschiedliche Kompensationsmodelle auf dem Markt wie Aufforstungsmodelle weltweit etc., hier fehlt jedoch oft der direkte Bezug zum Veranstaltungsort, an dem die Emissionen entstanden sind und dort auch zu Umweltschäden geführt haben.

Für die Öko-Feldtage 2025 wurde der freiwillige Ansatz, beim Kauf der Tickets eine Spende für das Neutralstellen der eigenen Emission zu leisten, durch die Besuchenden kaum in Anspruch genommen.

Als Lösungsansatz für 2025 und für zukünftigen Messen wurde als Ansatz zur Neutralstellung der Emissionen die direkte Umsetzung von Klimaanpassungsmaßnahmen auf dem Ausstellungsgelände beziehungsweise dem teilnehmenden landwirtschaftlichen Betrieb ausgewählt.

6. Angaben zum voraussichtlichen Nutzen und zur Verwertbarkeit der Ergebnisse

Folgende praxisrelevante Ergebnisse wurden erzielt:

- Das Haupteinzugsgebiet der Öko-Feldtage liegt bei 250 bis 300 Kilometern Entfernung.
 - Bei der Auswahl von neuen Standorten muss das Einzugsgebiet bewertet werden, ob genügend Betriebe als potenzielle Besuchende in Frage kommen.
- Der Anteil der Öko-Betriebe in dem Haupteinzugsgebiet des Standortes sowie die landwirtschaftliche Betriebsstruktur hat einen Einfluss auf die Zahl der Besuchenden.
 - Bei der Standortwahl muss die landwirtschaftliche Betriebsstruktur im Haupteinzugsgebiet als Kriterium mit aufgenommen werden.
- Beim Wechsel der Standorte konnten 70 Prozent Erstbesuchende erreicht werden.
 - Ein Hauptargument für den Wechsel von Standorten für Outdoormessen auf landwirtschaftlichen Betrieben innerhalb Deutschlands, um Neukundenansprache gewährleisten zu können.
- Begrenzte Zeitressourcen bei unterschiedlichen Zielgruppen sind der Haupthinderungsgrund für den Besuch auf den Öko-Feldtagen. Daraus ergibt sich der hohe Anteil der Ein-Tages-Besuchenden.
 - Das Fachprogramm muss so aufgebaut sein, dass Tagesbesuchende die Möglichkeit haben, einen Großteil des Angebotes wahrnehmen zu können. Das betrifft Wiederholungen des Programms an beiden Messetagen, Beginn der Vorführungen und Führungen, gute Anbindungen für An- und Abreise etc.
- Das bundesweite fallende Interesse an Umstellung auf ökologische Landwirtschaft seit der Pilotveranstaltung 2017 spiegelt sich in der Besuchenden-Befragung bis 2023 wider, ergänzt mit einem leichten Anstieg des Interesses im Messejahr 2025.

Auf den Öko-Feldtagen 2025 wurde erstmals wieder ein steigender Anteil von umstellungsinteressierten Landwirt*innen festgestellt. Ob das erste Indizien für eine Trendumkehr zum Umstellungsinteresse sind, konnte auf Basis der vorliegenden, nicht repräsentativen Stichprobe im Projekt nicht untersucht werden.
- Die Ansprache von konventionell wirtschaftenden Betrieben sollte niedrigschwellig mit Bezug zu den Hauptinteressenspunkten wie Boden-fruchtbarkeit,

Klimaanpassung, Wasser- und Nährstoffmanagement sowie Digitalisierung erfolgen.

- Berücksichtigung im Fachprogramm wie im gesamten Messeangebot.
- Durch Ausbau von Messeangeboten zu den Bereichen Tierhaltung und Biodiversität können zusätzlich Besuchende angesprochen beziehungsweise akquiriert werden.
 - Berücksichtigung im Fachprogramm wie im gesamten Messeangebot.
- Als Kommunikationswege werden persönliche Empfehlungen und Netzwerke höher bewertet als Website und Social media.
 - Einbeziehen der regionalen wie landesweiten Netzwerke und Partner ist eine der Grundlagen für den Messeerfolg.
- Bei der Ansprache von Schüler*innen und Auszubildenden sind die Lehrpersonen die wichtigen Gatekeeper. Auch hier wird eine persönliche Ansprache/Empfehlung höher bewertet als die klassischen Kommunikationswege.
 - Persönliche Ansprache/Einladung der Lehrpersonen erforderlich. Auch hier ist die Einbindung der regionalen Netzwerke hilfreich.
- Jegliche finanzielle und logistische Unterstützung der Berufs- und Fachschulen bei der Planung einer Exkursion auf eine Outdoor-Veranstaltung ist hilfreich (Bsp. Co-Finanzierung der Busreisen durch Förderprogramme wie Bio-Offensive etc.)
 - Landesweite Förderprogramme für Berufs- und Fachschulen seitens der Kultusministerien für Exkursion auf Outdoormessen auf landwirtschaftlichen Betrieben erforderlich. Unterstützung für Busreisen hilfreich.
- Je praxisnäher, je betriebsrelevanter die Angebote, desto größer das Interesse bei den Besuchenden.
 - Das unterscheidet die Outdoormessen auf unterschiedlichen landwirtschaftlichen Betrieben im Gegensatz zu etablierten landwirtschaftlichen Fachmessen auf dem Messegelände und in Hallen.
- Die Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung der Outdoormesse zeigt, dass die wesentlichen Emissionen durch die Anreise der Besuchenden entstehen.
 - Der größte Schlüssel zur Vermeidung von THG-Emissionen liegt der Unterstützung einer umweltfreundlichen Anreise (Bahn, Bus, mehrfach besetzte PKW etc.). Dies muss bei der Auswahl des Standortes berücksichtigt werden und in der Messekommunikation an die Besuchenden eine große Rolle spielen. Ebenfalls sollte durch passende Shuttleangebote die Anreise per Bahn attraktiver gemacht werden.

- Es wurde eine praxisorientierte Checkliste für die Bereiche Mobilität und Energie/Infrastruktur zur Emissionsberechnung entwickelt, die als Grundlage für die Datenerhebung einer Outdoor-Veranstaltungen dienen kann.
 - Mithilfe der Checkliste können vergleichbare Emissionsberechnungen für die jeweiligen Standorte erstellt werden und Hinweise auf Vermeidung von Emissionen geben. Nicht vermeidbare Emissionen sollten in individuellen Projekten vor Ort zur Kompensation entwickelt werden.

7. Gegenüberstellung der ursprünglich geplanten zu den tatsächlich erreichten Zielen; Hinweise auf weiterführende Fragestellungen

Die ursprünglich geplanten Ziele wurden zum großen Teil erreicht. Die Zielsetzungen aus dem Jahre 2017 wurden mit den Ergebnissen aus der Erfolgskontrolle und der Zielgruppenanalyse abgeglichen und aktualisiert. In einer Klausursitzung im Oktober 2025 wurden diese Punkte in einer größeren Gruppe diskutiert und mit weiteren Arbeitsaufträgen versehen. Ein Leitbild wurde formuliert, dass sich noch in der Schlussabstimmung befindet.

Die verstärkte Ansprache weiterer Zielgruppen über die Öko-Landwirt*innen hinaus soll zu einer breiteren Aufstellung und höheren Attraktivität der Messe führen.

Die Vorteile eines wechselnden Standortes haben sich in der Erfolgskontrolle gezeigt. Das Wanderformat in dieser Größe birgt allerdings finanzielle Risiken, da alle Bausteine aus dem Kerngeschäft wie Geländeplanung und Besucher*innenführung, Sicherheits- und Verkehrskonzept etc. mit einem hohen Personalaufwand jeweils neu konzipiert und geplant werden müssen. Das trifft auf alle weiteren Outdoor-messen zu, die wie die DLG-Feldtage ebenfalls auf wechselnden Standorten stattfinden.

Hier stellt sich die Frage, ob für die Zukunft möglicherweise vier bis fünf feste Standorte (Nord, Ost, Süd, West, Mitte) gewonnen werden können, auf denen die Feldtage in einem gewissen Turnus rotieren. Damit könnte aus Sicht der Wirtschaftlichkeit auf vorhandene Konzepte zurückgegriffen werden, die jeweils aktualisiert werden müssten. Bisher hat sich allerdings in Bezug auf die Öko-Feldtage erst ein bisheriger Standort (Domäne Frankenhausen in Hessen) für dieses Konzept ausgesprochen. Hintergrund ist die immense Herausforderung und der massive Eingriff in den Betriebslauf des jeweiligen landwirtschaftlichen Betriebes als Standort für eine Messe in diesem Format.

In diesem Projekt konnte nicht der Einfluss des jeweiligen Standorts auf die Umfrageergebnisse quantifiziert werden. Dieser Punkt wurde bei den Ergebnissen zur Wiederbesuchsabsicht bereits andiskutiert: Welche Ergebnisse und Aussagen beziehen sich auf die Messe (Event-Qualität)? Und welche Ergebnisse und Aussagen beziehen sich auf den Standort (Standort-Akzeptanz)? Zu dieser Fragestellung müssen die Fragebögen spezifiziert werden.

Welche weiteren verhaltens- und erlebnisbezogene Elemente oder Module, wie sie in der Zielgruppenanalyse benannt wurden, können auf den positiven Narrativ der Öko-Feldtage einzahlen? Aktuell ist bezüglich des Ausbaus der Tierhaltung die Präsentation einer Rinderzuchtschau für die Öko-Feldtage 2027 im Gespräch. Diese neuen Elemente müssen bezüglich Likes und Dislikes bei der nächsten Evaluation

mit einbezogen werden, um eine Erfolgskontrolle sicherzustellen und Stellschrauben zur Weiterentwicklung der Messen zu benennen.

Die Erstellung eines kompletten Nachhaltigkeitskonzept für Outdoormessen war im Rahmen dieses Projekts nicht möglich. Deswegen wurde der Fokus auf die Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung gelegt, um hierzu belastbare und vergleichbare Daten zu bekommen. Mit dem Messe-Konzept der wechselnden Standorte auf landwirtschaftlichen Betrieben wird die Anreise von Besuchenden weiter der größte Emissionsfaktor sein.

8. Zusammenfassung

Im Rahmen des 2,5-jährigen Projektes “Entwicklung von Modulen zur Weiterentwicklung großer Outdoormessen auf landwirtschaftlichen Betrieben am Beispiel der Öko-Feldtage” (MoWeFa) wurden vom FiBL Deutschland e.V. folgende Arbeitspakete durchgeführt:

- Erfolgskontrolle der Öko-Feldtage 2017 bis 2025 mit der Auswertung der Evaluation sowie einem Abgleich zur ursprünglichen Zielsetzung
- Zielgruppenanalyse der Öko-Feldtage mit Fokus auf konventionelle Betriebe sowie Berufs- und Fachschulen
- Erstellung einer Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung

Nach Auswertung aller Indikatoren haben sich die Öko-Feldtage bereits nach fünfmaliger Durchführung in der Messelandschaft und im Markt als erfolgreicher neuer Event im Wechsel mit den DLG-Feldtagen etabliert.

Die Zielsetzungen aus dem Startjahr 2017 sind laut der Evaluation teilweise bis vollständig erreicht und wurden im Jahr 2025 leicht angepasst beziehungsweise erweitert.

Aufgrund der Zielgruppenanalyse sind die Öko-Feldtage für konventionelle Betriebe, die nachhaltigkeitsorientiert und erfahrungsbasiert aufgestellt sind und eine hohe Offenheit für neue Ideen und Innovationen aufweisen, eine sehr gute Ergänzung im Messeangebot. Je praxisorientierter und betriebsrelevanter die Messeangebote aufgestellt sind, desto attraktiver sind sie für die landwirtschaftlichen Zielgruppen.

Für Schüler*innen und Auszubildende sind die Lehrpersonen die Gatekeeper für den erfolgreichen Besuch auf den Öko-Feldtagen. Ein passend zugeschnittenes Führungskonzept für die Klassen sowie eine finanzielle Unterstützung für die Exkursionen führen zur Herabsetzung der Hemmschwellen seitens der Lehrpersonen.

Als Grundlage für die Erstellung von Nachhaltigkeitskonzepten für große Outdoormessen wurde eine Bewertungsmethode zur Emissionsermittlung erstellt. Nach der Erprobung, Auswertung beziehungsweise Anpassung der Methode in den Messejahren 2023 und 2025 wurde eine Checkliste zur Datenermittlung erstellt. Den überwiegenden Teil an unvermeidbaren THG-Emissionen fielen bei beiden Veranstaltungsjahren auf die Anreise der Besuchenden. Emissionen aus Auf- und Abbau sowie Energieeinsatz während der Messe fallen dabei weniger ins Gewicht. Eine Kompensation der unvermeidbaren Emissionen soll durch einen Klimaschutzbeitrag in Zusammenarbeit mit dem landwirtschaftlichen Ausstellungsort, sprich am Entstehungsort der Umweltbelastung, erfolgen.

9. Literaturverzeichnis

- AUMA – Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (Hrsg.). (2025). *AUMA-Trends 2025/2026: Wandel ist unser ständiger Begleiter*. <https://www.auma.de/fileadmin/publikationen/auma-trends-2025-2026.pdf>
- AUMA – Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (Hrsg.). (2024). Studie Mehrwert von Messebesuchen. <https://www.auma.de/fileadmin/publikationen/auma-studie-mehrwert-von-messebesuchen.pdf>
- AUMA – Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (Hrsg.). (2022). *AUMA-Trends 2022/2023: Die deutsche Messewirtschaft: An uns hängt viel*. <https://www.auma.de/fileadmin/publikationen/auma-trends-2022-2023.pdf>
- Bauer, M. J., Naber, T. (Hrsg) (2022): Musikfestivals und Open-Air-Veranstaltungen: Wirtschaftsfaktor – Krisenkommunikation – Nachhaltigkeit (Studien zum Festivalmanagement, 1), München: utzverlag GmbH
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (2020): Leitfaden für die nachhaltige Organisation von Veranstaltungen (4. Auflage), Berlin/Dessau-Roßlau
- Bruhn, M. (2019). *Marketing*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-24473-6>
- Bruhn, M., Burmann, C. & Kirchgeorg, M. (2020). *Marketing Weiterdenken: Zukunftspfade für eine marktorientierte Unternehmensführung*. Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-31563-4>
- Chongwatpol, J. (2015). Integration of RFID and business analytics for trade show exhibitors. *European Journal of Operational Research*, 244(2), 662–673. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2015.01.054>
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York
- Denzin, N. K. (2017). *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Routledge Taylor & Francis Group. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315134543/research-act-norman-denzin>, <https://doi.org/10.4324/9781315134543>
- Flick, U. (2006). *Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung* (4. Aufl., vollst. überarb. und erw. Neuausg). *Rororo Rowohlt's Enzyklopädie: Bd. 55654*. Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Flick, U. (2011). *Triangulation: Eine Einführung* (3. Aufl.). VS Verlag für Sozialwissenschaften (GWV). http://ebooks.ciando.com/book/index.cfm/bok_id/238438

- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1980). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research* (11th printing). Aldine.
- Gutierrez, R.P. et al. (2024): Agricultural Fairs Management: A literature review. Business and Management Studies Vol. 10. Published by Redfame Publishing.
- Kuckartz, U. (2014). *Mixed Methods: Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren*. Springer eBook Collection. Springer VS.
<http://link.springer.com/978-3-531-93267-5> <https://doi.org/10.1007/978-3-531-93267-5>
- Malhotra, N. K., Nunan, D. & Birks, D. F. (2017). *Marketing research: An applied approach* (Fifth edition). Pearson.
<https://elibrary.pearson.de/book/99.150005/9781292103150>
- Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. & Eisenbeiß, M. (2019). *Marketing*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-21196-7>
- Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg (2022): Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen, Stuttgart
- Patton, M. Q. (2009). *Qualitative research & evaluation methods* (3. ed. [Nachdr.]). Sage.
- Rück, Hans (2021): Veranstaltungscontrolling. In: Dinkel, Michael/Luppold, Stefan/Schröer, Carsten (Hg.): Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, 2., aktual. u. erw. Aufl., Duncker&Humblot:Berlin 2021, S. 407–414.
- Solomon, M. R., Marshall, G. W. & Stuart, E. W. (2018). *Marketing: Real people, real choices* (Ninth edition, global edition). Pearson.
- Sounds for Nature Foundation e.V. (2013): Leitfaden für die umweltverträgliche Gestaltung von Open-Air-Veranstaltungen (2. Auflage), Bonn
- Tashakkori, A. & Teddlie, C. (Hrsg.). (2010). *Sage handbook of mixed methods in social & behavioral research* (Second Edition). Sage.
- Umweltbundesamt (2020), Methodenkonvention 3.2 zur Ermittlung von Umweltkosten (Version 10/2024), Download 10.10.2025
<https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/methodological-convention-32-for-the-assessment-of>
- Umweltbundesamt (2025), TREMOD 6.61c, Grafik , Download 10.10.2025,
https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/11850/publikatione/n/125_2025_texte.pdf
- Vitali, V. et. Al. (2022): Trade show visitors and key technological trends: from a literature review to a conceptual framework. Journal of Business & Industrial Marketing Vol. 37 (13): S.142–166.

- Von Georgi, R. & Wunsch, U. (2018): Erlebnis Messe – Dimensionen des Erlebens, ihre Wahrnehmung und Hinweise zu ihrer Inszenierung.
<https://www.auma.de/fileadmin/publikationen/erlebnis-messe-management-review-download.pdf>
- Zanger, C. & Drengner, J (1999).: Erfolgskontrolle im Eventmarketing. Erschienen in: planung & analyse, 26. Jg., Nr. 6

10. Übersicht über alle im Berichtszeitraum vom Projektnehmer realisierten Veröffentlichungen zum Projekt (Printmedien, Newsletter usw.), bisherige und geplante Aktivitäten zur Verbreitung der Ergebnisse

Der Schlussbericht wird auf Organic Eprints veröffentlicht. Die Website der Öko-Feldtage erhält im Februar 2026 einen Relaunch, danach werden die Hauptergebnisse auf www.oeko-feldtage.de veröffentlicht.

Eine Pressemitteilung ist geplant, sobald alle Unterlagen wie Checkliste und Praxismerkblatt im Layout vorliegen.

Die geplanten Veröffentlichungen in der BioTOPP haben nicht stattgefunden, da das Magazin im Sommer 2023 eingestellt wurde.

Da der Projektinhalt (große Outdoor-Messen auf landwirtschaftlichen Betrieben) sehr spezifisch ist, wurde von alternativen Publikationen während des Projektzeitraumes abgesehen.

Im Projektzeitraum wurde ein Öko-Feldtage-Beirat gegründet, darin sind u.a. die DLG-Feldtage, die Biofach und die Biofeldtage aus Österreich als Mitglieder aus dem Messebereich vertreten. Bei der kommenden Beiratssitzung im Jahr 2026 werden die Projektergebnisse den Mitgliedern vorgestellt.

Die Bewertungsmethode der Emissionsermittlung steht allen interessierten Veranstaltenden über die Checkliste und dem Praxismerkblatt zur Verfügung.

Anhang 1 - Checkliste zur Erfassung von THG-Emissionen bei Outdoor-Messen

Für die Berechnung der THG-Emissionen müssen zunächst die erforderlichen Datenquellen für die verschiedenen Emissionsquellen erfasst werden. Der größte Bereich ist der Mobilitätsbereich, der auch die wesentlichen Emissionen bei einer Outdoor-Veranstaltung verursacht. Der zweite Bereich umfasst den Energie-/Infrastrukturbereich einer Veranstaltung.

Berechnungsgrundlage für die Ermittlung der Emissionen sind die aktuellen Werte des Umweltbundesamts (UBA). Die entsprechenden Werte für den Bereich Mobilität (Personenverkehr) sind unter dem nachfolgenden Link zu finden: https://www.umweltbundesamt.de/system/files/medien/366/bilder/dateien/vtv_2024_pv_tab_pdf.pdf

Datenquellen	vorbereitet	erledigt	Anmerkung
Datenquelle Besuchende			
Gesamtabfrage im Ticketshop, ohne Beantwortung der Fragen keine Weiterführung zum Kauf der Tickets, gilt für alle Ticketarten (Besuchende, Ausstellende, VIP etc.)			
Erhebung Adresse mit Straße, PLZ, Ort			
Abfrage zum Verkehrsmittel mit Auswahlmöglichkeit: Pkw Pkw Fahrgemeinschaft Motorrad Fahrrad Reisebus ÖPNV (Bus) Bahn, Fernverkehr (ICE/IC) Bahn, Nahverkehr (s-Bahn/Regio)			
Datenquelle Messe-Ausstellende			
Gesamtabfrage bei der Anmeldung und Erfassung der An-/Abreisedaten für die Anlieferung der Messestände/Ausstellungsgegenstände			
Erhebung Adresse mit Straße, PLZ, Ort			
Anzahl Lieferfahrzeuge/Lkw-Typ			
Wie viele Anlieferungen erfolgen/Anzahl Fahrten			
Gastrobereich			
Erhebung Adresse mit Straße, PLZ, Ort			
Anzahl Lieferfahrzeuge/Lkw-Typ			

Datenquellen	vorbereitet	erledigt	Anmerkung
Wie viele Anlieferungen erfolgen/Anzahl Fahrten			
Datenquelle Shuttle			
Wenn ein Shuttle eingeplant wird, z.B. Bahnhof-Veranstaltungsort oder Parkplatz-Eingang Messe, Anzahl Fahrten aus der Abrechnung bzw. Fahrplan entnehmen			
Entfernung zwischen Bahnhof oder Parkplatz erfassen			
Datenquelle Energie/Infrastruktur			
Energie:			
Erfassung des Energieverbrauchs anhand von Abrechnungen der Dienstleister, Aufschlüsselung sollte verpflichtend auf der Abrechnung sein, ggf. eigene Zähler zwischenschalten			
Anzahl der Stromaggregate			
Aufschlüsselung des gesamten Dieserverbrauchs in Liter während der Auf-/Abbautage + der Messetage			
Erfassung weiterer Energiequellen (Stromverbrauch des Ausstellungsgeländes selbst)			
Wasserverbrauch:			
Verbrauch während der Auf-/Abbautage und der Messetage (ggf. durch eigenen Zähler)			
zu beachten: Beregnung der Demofelder/Vorfürflächen, bei Demoparzellen auch schon im Vorfeld			
Verbrauch erfassen (eigene Zähler) z. B. WC-Wagen, Duschcontainer, Spülmobil, Zapfstelle für IBC-Tanks, Trinkwasserbrunnen			
<i>Nachfolgende Bereiche lassen sich in der Praxis schwer trennscharf erfassen, Daten eignen sich oft nicht zur Berechnung, jedoch sinnvoll für ein nachhaltiges Konzept:</i>			
Siedlungsabfälle/Lebensmittelabfälle			
Restmüll/Siedlungsabfälle			
Erfassung von:			
Baumaterial			
Kunststoff/Plastik			