Bitkom e.V. | Presseinformation

Landwirtschaft: Immer mehr Höfe sind auf Social Media aktiv

- **Ein Viertel der landwirtschaftlichen Betriebe führt eigene Website**
- **4 von 5 Betrieben sind überzeugt, digitale Technologien können Transparenz erhöhen**
- **Bei 8 Prozent lässt sich per Webcam in den Stall und aufs Feld schauen**

Berlin, 01. August 2024 - Woher kommt mein Gemüse? Wie werden die Kühe meiner Frühstücksmilch gehalten? Wie sieht der Alltag auf dem Hof aus? Ob durch Livestreams von der Ernte oder Postings aus dem Stall – landwirtschaftliche Betriebe greifen zunehmend auf digitale Technologien zurück, um Einblicke in die Herkunft und Produktionsbedingungen auf dem Hof zu geben. Dabei setzen die Höfe allen voran auf soziale Netzwerke und eigene Websites: 28 Prozent der Höfe in Deutschland sind auf sozialen Medien wie Instagram, Facebook oder LinkedIn aktiv. Vor zwei Jahren waren es erst 19 Prozent. Damit liegen die sozialen Medien sogar knapp vor der eigenen Website, auf der ein Viertel (25 Prozent) der Betriebe zum Beispiel Informationen zum Hof, den Produkten und Kontaktdaten zur Verfügung stellt. 2022 hatten erst 16 Prozent der Höfe eine eigene Website. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 500 landwirtschaftlichen Betrieben im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

„Gerade Social Media ist ein unkomplizierter und niedrigschwelliger Weg, authentische Einblicke in den Alltag und die Produktionsbedingungen auf dem Hof zu geben und somit die Nähe zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu erhöhen. Das trägt nicht nur zu mehr Wertschätzung, sondern auch zu mehr Interesse an landwirtschaftlichen Berufen bei“, erklärt Jana Moritz, Referentin für Digital Farming beim Bitkom. Generell sind 81 Prozent der Landwirtinnen und Landwirte überzeugt, dass die landwirtschaftliche Produktion durch Digitalisierung transparenter wird. Direkte Einblicke in die Abläufe und Bedingungen auf dem Hof geben auch Webcams, mit denen zum Beispiel das Geschehen im Stall oder auf dem Feld online verfolgt werden kann. Solche Webcams gibt es derzeit in 8 Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe, 2022 waren es 6 Prozent.

Gleichzeitig fördert der Einsatz digitaler Technologien auch ganz unmittelbar den Verkauf von Produkten: Die Hälfte der Landwirtinnen und Landwirte (52 Prozent) sagt, dass sich durch digitale Technologien neue Vertriebs- und Absatzmöglichkeiten ergeben, zum Beispiel durch eine leichtere Direktvermarktung. Auch diese wird immer beliebter: Einen digitalen Hofladen beziehungsweise eine Online-Plattform zur Direktvermarktung nutzen bereits 12 Prozent der Betriebe, 2022 waren es 7 Prozent. „Die Online-Direktvermarktung als neuen Vertriebskanal für die Region zu etablieren, kann für die Höfe eine zusätzliche Einnahmequelle sein, die sich mit weniger Ressourcen realisieren lässt als ein eigener analoger Hofladen“, sagt die Bitkom-Expertin.

Kontakt

Merle Wiez
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-274
E-Mail: m.wiez@bitkom.org
Download Pressefoto

Dr. Marlene Kionka
Referentin Manufacturing & Digital Farming
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 500 Leiterinnen und Leiter landwirtschaftlicher Betriebe ab 20 ha in West- und 100 ha in Ostdeutschland telefonisch und online befragt. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 7 bis KW 13 2024 statt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Fragestellungen lauteten: „Welche der folgenden Technologien und Maßnahmen zur Herstellung von Transparenz setzen Sie bereits ein oder planen dies?“ und „Inwiefern treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zu oder nicht zu?“.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Landwirtschaft-Immer-mehr-Hoefe-auf-Social-Media***