



Berichte über Landwirtschaft

Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft

BAND 95 | Ausgabe 2

August 2017

AGRARWISSENSCHAFT

FORSCHUNG

—
PRAXIS

Welche Weiterbildungsangebote und Beratungsleistungen im Bereich der Unternehmensführung benötigen Landwirtinnen und Landwirte in Österreich?

Von Leopold Kirner und Andrea Payrhuber

1 Einleitung

Die Unternehmensführung in der Land- und Forstwirtschaft wird zunehmend komplexer und anspruchsvoller. Zum einen als Folge von geänderten Rahmenbedingungen innerhalb und außerhalb der Agrarwirtschaft. So führen liberalisierte Agrarmärkte zu schwankenden Produktpreisen und Reformen der EU-Agrarpolitik erfordern Anpassungsreaktionen von Landwirtinnen und Landwirte (9). Oder Konsumentinnen und Konsumenten werfen einen immer kritischeren Blick auf die agrarische Produktion, insbesondere auf jene von größeren und spezialisierten Betrieben (18). Zum anderen verändern sich auch die Verhältnisse in den bäuerlichen Familien und deren Betrieben. So werden beispielsweise die Betriebe laufend größer, gleichzeitig nimmt die Anzahl der Arbeitskräfte je Betrieb ständig ab, wie aus Ergebnissen der Buchführungsbetriebe abzulesen ist (2, S. 201).

Weiterbildung und Beratung können einen essenziellen Beitrag leisten, mit wachsender Komplexität in der Betriebsführung besser umgehen zu können. Diverse Studien bestätigen den generellen Nutzen von Weiterbildungsmaßnahmen. SCHMID (17) verweist in seiner Studie darauf, dass durch Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Produktivität der jeweiligen Unternehmen gesteigert werden konnte. Auch BÖHEIM und SCHNEEWEIS (3) weisen auf eine positive Korrelation zwischen betrieblicher Weiterbildung und Produktivität hin. Für die Land- und Forstwirtschaft finden sich im Agrarischen Bildungs- und Beratungsbericht (7) sowie bei MANDL (14) zahlreiche Hinweise auf positive Wirkungen von Bildungsmaßnahmen.

Die landwirtschaftliche Officialberatung in Österreich bietet Weiterbildungen und Beratungen speziell für die Unternehmensführung an und möchte die Angebote auf die sich laufend verändernden Bedürfnisse der Kunden optimieren. Aus diesem Grund beauftragte die Landwirtschaftskammer Österreich eine Studie, bei der folgende Forschungsfragen erörtert wurden (10): (i) Welche fachlichen Inhalte werden von den Landwirtinnen bzw. Landwirten besonders nachgefragt? (ii) Welchen Einfluss haben persönliche und betriebliche Merkmale auf die gewünschten Inhalte von Weiterbildung und Beratungsleistungen? (iii) Wie sollen die relevanten Inhalte an die Landwirtinnen und Landwirte

transferiert werden und (iv) besteht eine Nachfrage nach speziellen Angeboten für online-Schulungen, weiterführende Lehrgänge oder Prozessberatung?

2 Methode

Für eine valide Beantwortung der Forschungsfragen wurde eine Methodentriangulation, bestehend aus Vorstudien, Gruppendiskussionen und einer quantitativen Befragung, konzipiert. Für die Methodenplanung und -entwicklung wurden zwei Planungssitzungen mit Stakeholdern durchgeführt und mit einer Gruppendiskussion mit Projektverantwortlichen der Landwirtschaftskammern ergänzt.

2.1 Telefoninterviews auf der Basis eines quantitativen online-Fragebogens

Aus der InVeKoS-Datenbank (Integriertes Verwaltungs- und Kontrollsystem) 2014 wurde eine geschichtete Zufallsstichprobe gezogen. Die Grundgesamtheit umfasste in Anlehnung an den Grünen Bericht Betriebe mit einer Betriebsgröße von 8 bis 350 Tausend Euro Gesamt-Standardoutput (Gesamt-SO). Die Schichten für die Stichprobenziehung entsprachen drei Größenklassen, die nach dem Gesamt-SO definiert wurden (ebenso in Anlehnung an den Grünen Bericht): 8 bis unter 30 (kleine Betriebe), 30 bis unter 100 (mittlere Betriebe) und 100 bis unter 350 (größere Betriebe) Tausend Euro. Aus der Gruppe der kleinen Betriebe wurden 20 %, aus der Gruppe der mittleren 35 % und aus der Gruppe der größeren 45 % für die Stichprobe gezogen. Damit sollte sichergestellt werden, dass auch Aussagen für größere Betriebe getroffen werden konnten. Die Ergebnisse der Telefonbefragung wurden auf der Basis der InVeKoS-Betriebe hochgerechnet, um ein repräsentatives Ergebnis für das Bundesmittel zu erhalten.

Von den 125.588 Betrieben laut InVeKoS-Datenbank im Jahr 2014 verfügten 93.572 Betriebe über einen Gesamt-SO von mindestens 8 Tausend bis höchstens 350 Tausend Euro (entspricht der Grundgesamtheit): 44 % oder 41.110 Betriebe (kleine), 42 % oder 39.042 Betriebe (mittlere) und 14 % oder 13.420 Betriebe (größere).

Die statistische Auswertung stützt sich auf 380 Betriebe im Bundesgebiet mit Angabe zum Standardoutput, sie speist sich aus den Computer Assisted Telephone Interviews (CATI) vom Frühjahr 2015. In der Stichprobe sind auf Grund der geschichteten Zufallsstichprobe größere Betriebe deutlich über- und kleinere Betriebe deutlich unterrepräsentiert (siehe Tabelle 1). Beispielsweise repräsentiert ein kleiner Betrieb in der Stichprobe rund 856 Betriebe in der Grundgesamtheit, größere Betriebe rund 73 (ca. 11,68 Mal so viel). Der errechnete Gewichtungsfaktor laut Tabelle 1 entspricht diesem Verhältnis; er wurde reduziert, um für die Gesamtheit der Betriebe einen Gewichtungsfaktor von 1,000 zu erhalten. Alle Ergebnisse für die Gesamtheit der Betriebe wurden mit Hilfe dieser Gewichtungsfaktoren hochgerechnet. Die statistische Auswertung erfolgte mit dem Statistikpaket

SPSS, Version 22. Zum Test von Gruppenunterschieden von mehr als zwei unabhängigen Stichproben wurde der H-Test von Kruskal und Wallis verwendet (5, S. 395).

Tabelle 1:
Grundgesamtheit, Stichprobe und Berechnung der Gewichtungsfaktoren für die Hochrechnung der Ergebnisse

Klasse nach Gesamt-Standardoutput in 1.000 Euro	Betriebe laut InVeKoS-Daten (N)	Betriebe in der Stichprobe (n)	Ein Betrieb in der n repräsentiert ... Betriebe in der N	Errechneter Gewichtungsfaktor
8 bis unter 30	41 110	48	856,5	3,478
30 bis unter 100	39 042	149	262,0	1,064
100 bis unter 350	13 420	183	73,3	0,298
Gesamt	93 572	380	246,2	1,000

Quelle: Eigene Erhebung nach InVeKoS-Daten 2014

2.2 Gruppendiskussionen

Insgesamt wurden fünf Gruppendiskussionen mit Landwirtinnen und Landwirten nach unterschiedlichen persönlichen und betrieblichen Merkmalen von Jänner bis Mai 2015 durchgeführt: Bäuerinnen, Junglandwirte, Betriebsleiter von größeren und spezialisierten Betrieben, Betriebsleiter mit Diversifizierung und Nebenerwerbslandwirte.

Mit Hilfe der Gruppendiskussionen sollten neue, im Fragebogen unvorhergesehene Aspekte aufgedeckt und transparent gemacht werden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Gruppendiskussionen wurden begrüßt und nahmen in einem Sesselkreis Platz. Nach einer kurzen Einführung in die Thematik wurden sie mittels einer Eingangsfragestellung gebeten, die Diskussion zu beginnen. Diese diskussionsinitiierende Eingangsfragestellung hat sich dabei auf erwartete zukünftige Entwicklungen und den damit verbundenen Weiterbildungs- und Beratungsbedarf gerichtet.

Ziel dieser Methode war es, statt einem Frage-Antwort-Spiel eine selbstläufige Diskussion zu initiieren, die den Teilnehmerinnen und Teilnehmern wichtige Themen sichtbar macht und auf den Punkt bringt. Gemeinsame und sich unterscheidende Sichtweisen kommen dabei zu Tage. Die Interviewer lassen die Thematisierung verschiedenster Gebiete zu und unterbrechen die Diskussion nicht. Erst wenn alles für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Relevante besprochen ist, stellt die Interviewerin/der Interviewer Fragen, die für sie/ihn bzw. für die umfassende Beantwortung der Forschungsfragen wichtig sind oder die sich aus der Diskussion noch ergeben haben. Zur Methode der Gruppendiskussion siehe unter anderen SCHIRMER (16, S. 197ff).

Der gesamte Diskussionsverlauf dauerte ca. 1,5 Stunden, er wurde aufgezeichnet und später verschriftlicht.

Die Auswertung der Gruppendiskussionen orientierte sich an BOHNSACK (4). Dabei werden Zusammenhänge zwischen verschiedenen Themen und thematischen Begründungen hergestellt. Es geht darum, das Zustandekommen von Einstellungen und Verhalten sinnverstehend zu erfassen. Das bedeutet, dass es nicht nur um die augenblickliche Einstellung geht, sondern auch darum, wie es zu diesen gekommen ist: Welche Erfahrungen, Informationen und Rahmenbedingungen haben dabei eine Rolle gespielt und was beschäftigt die Probanden im Zusammenhang mit dem Thema.

3 Ergebnisse

3.1 Merkmale der Betriebe und Betriebsleiter in der Stichprobe

Im Schnitt wiesen die 380 Betriebe in der Stichprobe einen Standardoutput von rund 53.200 Euro aus, dieser lag somit ähnlich hoch wie im Durchschnitt der Betriebe des Integrierten Verwaltungs- und Kontrollsystems - InVeKoS (53.619 Euro; eigene Auswertung). Die landwirtschaftlich genutzte Fläche betrug knapp 24 Hektar je Betrieb (22,4 ha laut InVeKoS), die Waldfläche rund elf Hektar und 44 % der Betriebe wirtschafteten im Berggebiet. Weitere strukturelle Merkmale sowie deren Gliederung in Größenklassen nach Standardoutput sind der Tabelle 2 zu entnehmen. Beispielsweise wurde in größeren Betrieben deutlich mehr Ackerland als Grünland bewirtschaftet, der Anteil der Bergbauernbetriebe lag in kleineren Betrieben überdurchschnittlich hoch.

Tabelle 2:
Standardoutput (SO), Flächen und Anteil an Bergbauernbetrieben in der Stichprobe

Kennzahl	Einheit	Alle Betriebe	Gesamt-SO in Tausend Euro		
			8-<30	30-<100	100-<350
Anzahl Betriebe	Zahl	380	48	149	183
Gesamt-SO	Euro	53 202	17 851	55 870	153 666
Landw. genutzte Fläche	ha	23,9	11,3	28,4	49,7
Ackerland	%	54,8	39,8	52,0	69,9
Grünland	%	42,9	59,6	46,4	26,1
Wald	ha	11,1	9,9	12,2	11,4
Bergbauernbetriebe	%	43,7	52,1	44,3	17,5
Biobetriebe	%	13,1	10,5	19,4	9,0

Quelle: Eigene Berechnungen laut InVeKoS-Daten 2014

In 62 % der Betriebe wurden Rinder gehalten, im Schnitt etwas über 32 Stück. Etwas mehr als ein Drittel der Betriebe hielt Milchkühe, im Schnitt 16,2 Stück. Diese lieferten im Schnitt 88 Tonnen Milch an eine Molkerei, was etwas unter dem Bundesschnitt von 96 Tonnen im Jahr 2014/15 lag (2, S. 194). Mutterkühe hielt jeder dritte Betrieb, Mastschweine jeder fünfte. Legehennen wurden in fast der Hälfte der Betriebe gehalten, der Anteil an Betrieben mit Mutterschafen bzw. Mutterziegen lag bei unter zehn Prozent.

Im Schnitt waren die Betriebsleiter zum Befragungstichtag 46,3 Jahre alt. Das durchschnittliche Alter unterschied sich kaum je nach Betriebsgröße. Unter den Betriebsleiterinnen bzw. Betriebsleitern gab es rund 62 % Männer und rund 38 % Frauen.

3.2 Relevanz von Weiterbildungs- und Beratungsthemen

Um die Relevanz von Bildungs- und Beratungsthemen für Landwirtinnen und Landwirte zu identifizieren, wurden im Fragebogen 17 Themenbereiche zur Unternehmensführung aufgelistet. Die Befragten konnten die Bedeutung des jeweiligen Themas für sie in einer fünfteiligen Skala einstufen, und zwar von 1 („sehr wichtig“) bis 5 („nicht wichtig“). Bei der Einstufung zu den ersten beiden Abstufungen der Skala kann das jeweilige Thema somit als sehr wichtig bzw. wichtig für die Landwirtinnen und Landwirte angesehen werden. In Abbildung 1 sind aus Gründen der Übersichtlichkeit nur die ersten beiden Ausprägungen der Skala (1 und 2) aufgelistet, die Reihung der Themenbereiche orientiert sich nach der Zustimmung zu diesen beiden Skalen (Abbildung 1).

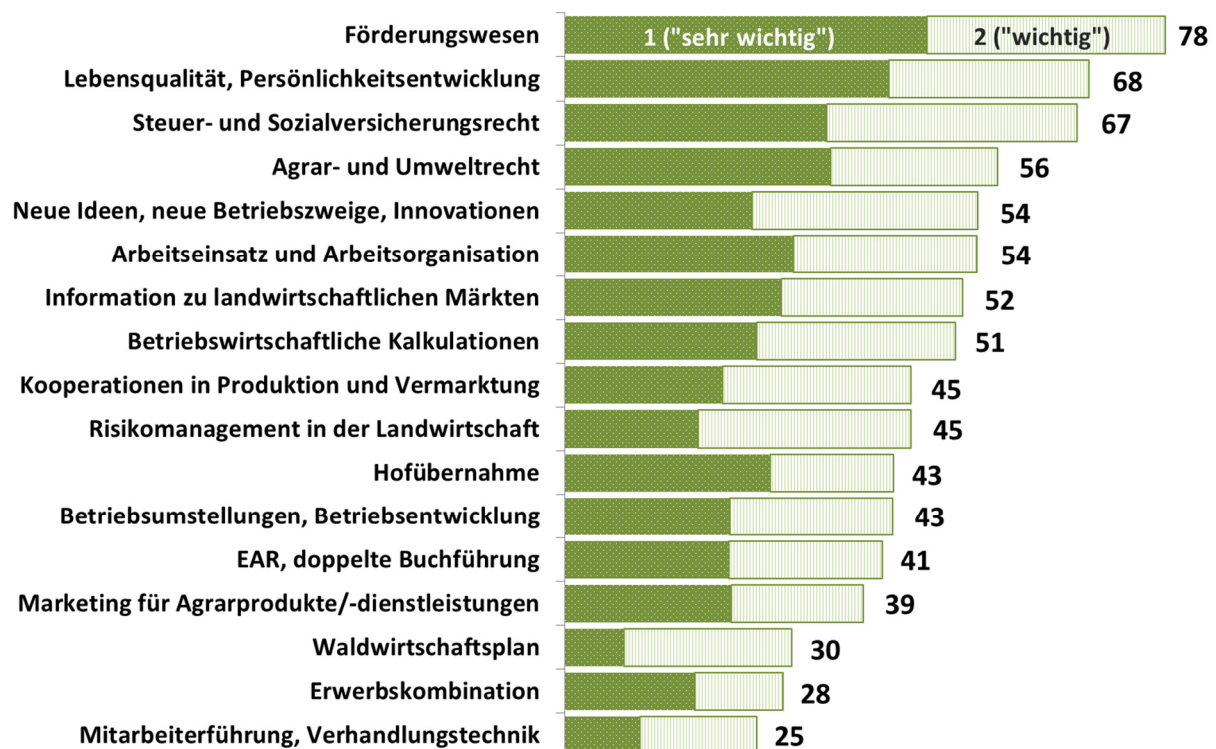


Abbildung 1: Relevanz von Themen für Bildungs- und Beratungsangebote in der Unternehmensführung aus Sicht der Landwirtinnen und Landwirte (Zustimmung in Prozent)
 Abk.: EAR = Einnahmen-/Ausgabenrechnung. Je nach Item 375 bis 380 Antworten
 Quelle: Eigene Erhebung

Mehr als drei Viertel der Befragten stufte das Förderungswesen, also Themen wie Direktzahlungen, Agrarumweltprogramm oder Cross-Compliance, als sehr wichtig bzw. wichtig ein. Nur für fünf Prozent der Befragten war dieses Thema nicht relevant. Bei der Interpretation dieses Ergebnisses muss

berücksichtigt werden, dass beinahe alle Betriebe mit Themen der Förderung im Rahmen der Gemeinsamen Agrarpolitik konfrontiert sind. Die Relevanz des Förderungswesens für die Unternehmensführung wird durch die Gruppendiskussionen jedoch deutlich relativiert. In den fünf Gruppendiskussionen wurde das Förderungswesen als künftiger Bedarf für Weiterbildung und Beratung kaum explizit angesprochen.

Mit etwas Abstand folgte das Thema „Lebensqualität, Persönlichkeitsentwicklung“: Über zwei Drittel bewerteten dieses Thema als sehr wichtig bzw. wichtig. Aspekte der Lebensqualität wurden in allen Gruppendiskussionen thematisiert, vorzugsweise von Frauen. Unmittelbar anschließend folgten rechtliche Themen der Unternehmensführung. Zum einen das Steuer- und Sozialversicherungsrecht (für 67 % sehr wichtig bzw. wichtig), zum anderen das Agrar- und Umweltrecht (56 %). Dahinter folgten die Themenbereiche „neue Ideen, neue Betriebszweige, Innovationen“ und „Arbeitseinsatz und Arbeitsorganisation“ (jeweils 54 %), „Informationen zu landwirtschaftlichen Märkten“ und „betriebswirtschaftliche Kalkulationen“ (52 bzw. 51 %). Bei allen weiteren Themenbereichen lag die Zustimmung zu den ersten beiden Abstufungen bei unter 50 %.

Die beiden Themen „Kooperationen in Produktion und Vermarktung“ und „Risikomanagement in der Landwirtschaft“ erfuhren eine Zustimmung von 45 %. Bei den folgenden Themenbereichen „Hofnachfolge“, „Betriebsumstellungen bzw. Betriebsentwicklung“ oder „Waldwirtschaftsplan“ gilt zu berücksichtigen, dass diese Themen von vornherein nur für einen Teil der Befragten zum Befragungstichtag von Interesse sein konnten. Bildungs- oder Beratungsthemen zur Hofnachfolge werden nur dann nachgefragt, wenn eine solche auf einem Betrieb ansteht. Auch die Erwerbskombination, die Mitarbeiterführung oder der Waldwirtschaftsplan sind naturgemäß nicht für alle Landwirtinnen bzw. Landwirte von Interesse.

3.3 Unterschiede der präferierten Weiterbildungs- und Beratungsthemen nach betrieblichen und persönlichen Merkmalen

Betriebsgröße

Bei sechs Bildungs- und Beratungsthemen differierten die Einschätzungen der Befragten nach der Betriebsgröße statistisch signifikant voneinander (siehe Tabelle 3). Diese Themenbereiche wurden von Landwirtinnen bzw. Landwirten größerer Betriebe deutlich stärker nachgefragt; insbesondere Themen der Einnahmen-Ausgabenrechnung bzw. doppelten Buchführung, der betriebswirtschaftlichen Kalkulationen sowie der Arbeitswirtschaft (Abweichung höchst signifikant). Beispielsweise stuften zwei von drei der Befragten größerer Betriebe Bildungs- und Beratungsprodukte zur Einnahmen-Ausgabenrechnung bzw. doppelten Buchführung als sehr wichtig bzw. wichtig ein. Bei den Befragten kleinerer Betriebe waren es 28 %.

Tabelle 3:
Bildungs- und Beratungsthemen mit unterschiedlicher Einstufung nach Betriebsgröße

Themen	p-Wert
Einnahmen-Ausgabenrechnung, doppelte Buchführung	0,000
Betriebswirtschaftliche Kalkulationen	0,000
Arbeitseinsatz und Arbeitsorganisation	0,000
Mitarbeiterführung, Verhandlungstechnik	0,010
Risikomanagement in der Landwirtschaft	0,031
Informationen zu landwirtschaftlichen Märkten	0,034

Quelle: Eigene Erhebung

Natürliche Erschwernis

Drei Themenbereiche unterschieden sich zwischen Bergbauern- und Nicht-Bergbauernbetrieben: Betriebsleiter von Nicht-Bergbauernbetrieben fragten die Themen „Einnahmen-Ausgabenrechnung bzw. doppelte Buchführung“ (p-Wert von 0,001), „betriebswirtschaftliche Kalkulationen“ (0,003) und „Kooperationen in Produktion und Vermarktung“ (0,007) statistisch signifikant stärker nach als jene von Bergbauernbetrieben.

Alter der Betriebsleiter

Angebote zur Hofübernahme wurden naturgemäß häufiger von älteren Betriebsleitern (55 Jahre und älter) gewünscht. Die anderen Themen, deren Relevanz sich nach dem Alter der Betriebsleiter statistisch signifikant voneinander unterschied, wurden verstärkt von jüngeren Betriebsleitern (bis unter 40 Jahre) nachgefragt. Dabei handelte es sich vor allem um Themen der Betriebswirtschaft und Betriebsführung, wie beispielsweise Aspekte der betriebswirtschaftlichen Kalkulationen, der Buchführung oder des Steuer- und Sozialversicherungsrechts (Tabelle 4).

Tabelle 4:
Bildungs- und Beratungsthemen mit unterschiedlicher Einstufung nach dem Alter der Betriebsleiter

Themen	p-Wert
Hofübernahme	0,000
Betriebswirtschaftliche Kalkulationen	0,003
Einnahmen-Ausgabenrechnung, doppelte Buchführung	0,013
Steuer- und Sozialversicherungsrecht	0,015
Arbeitseinsatz und Arbeitsorganisation	0,026
Betriebsumstellungen, Betriebsentwicklung	0,031

Quelle: Eigene Erhebung

Geschlecht

Betriebswirtschaftliche Kalkulationen wurden von Männern häufiger nachgefragt als von Frauen (p-Wert von 0,037). Andererseits äußerten Frauen häufiger den Bedarf nach Themen zur Hofübernahme (0,003) und zum Waldwirtschaftsplan (0,021). Keine statistisch signifikante Abweichung gab es beim Thema zur Lebensqualität, obwohl dieser Aspekt in Gruppendiskussionen überwiegend von Frauen eingebracht wurde.

3.4 Transfer von Weiterbildungs- und Beratungsthemen

Informationsquellen zu Themen der Unternehmensführung

Die Analyse bestätigt, dass Landwirtinnen und Landwirte mannigfaltige Informationsquellen für die Unternehmensführung nutzen. Am häufigsten wurden laut Auskunft der Befragten Fachzeitschriften und Gespräche mit Berufskolleginnen bzw. Berufskollegen genutzt. Der Nutzen des kollegialen Austausches, in welcher Form auch immer, wurde auch in den Gruppendiskussionen besonders hervorgehoben (bspw.: „*man bräuchte so etwas wie einen Stammtisch ...*“). Das Internet steht ebenso weit oben in der Präferenz; dieses Medium wird naturgemäß von Jüngeren deutlich öfter in Anspruch genommen als von Älteren (Unterschied statistisch höchst signifikant). Einzelgespräche mit einer Beraterin bzw. einem Berater werden ebenso sehr geschätzt, besonders von den Frauen (Unterschied statistisch signifikant). Fachtagungen und Weiterbildungsveranstaltungen mit betriebswirtschaftlichen Themen werden von Betriebsleitern größerer Betriebe und Nicht-Bergbauernbetrieben besonders nachgefragt.

Angebote im Rahmen von e-learning

In einer eigenen Frage wurde das Interesse von Landwirtinnen bzw. Landwirten für Webseminare bzw. online-Schulungen im Bereich der Betriebs- und Unternehmensführung erkundet. Sechs Prozent konnten sich Webseminare oder online-Schulungen anstelle von Kursen mit fixen Anwesenheitszeiten vorstellen. Für weitere 24 % waren zum Befragungszeitpunkt solche Seminare als Ergänzung zu Präsenzkursen denkbar. 70 % hatten kein Interesse für entsprechende Angebote. Bei den älteren Betriebsleitern (55 Jahre und älter) lag die Ablehnung von solchen Angeboten bei 80 %, bei den jüngeren (bis unter 40 Jahre) bei 56 % (Abweichung statistisch signifikant).

In den Gruppendiskussionen wurden online-Angebote besonders von Junglandwirten bzw. von Betriebsleitern größerer Betriebe thematisiert. Junglandwirte wünschen sich in diesem Zusammenhang rasch abrufbare Informationen zu ihren zentralen Themen (beispielsweise über QR-Codes) und sie wollen mit Hilfe moderner Medien rasch kommunizieren.

Das Interesse für online-Schulungen bzw. Webseminare anstelle von Seminaren bzw. Kursen mit Anwesenheit war auch in den Gruppendiskussionen eher gering. Frauen äußerten sich generell in den Gruppendiskussionen kritischer gegenüber e-learning-Angeboten als Männer. Das könnte mit der

familialen Struktur in den bäuerlichen Haushalten in Österreich zusammenhängen, wie Aussagen in den Gruppendiskussionen vermuten lassen (bspw.: „... wenn da irgendwer vorm Computer hockt, ... da hast du mit der älteren Generation gleich mal einen Krieg“). Computerarbeit von Frauen wird einerseits nicht in allen bäuerlichen Haushalten goutiert und andererseits bestehen für sie daheim größere Ablenkungen durch die meist aktivere Familienrolle als für Männer.

Großes Interesse quer durch die verschiedenen persönlichen und betrieblichen Merkmale stellen laut den Gruppendiskussionen Internetplattformen dar. Gewünscht werden fachlich fundierte Inhalte zu unterschiedlichen Themenbereichen, die in einer übersichtlichen Struktur im Netz leicht auffindbar sind.

Weiterführende Lehrgänge

Ob Landwirtinnen bzw. Landwirte weiterführende, aufbauende Lehrgänge (mehrmalige Zusammenkünfte zur Vertiefung eines speziellen Themas) im Bereich der Unternehmensführung in Zukunft besuchen wollten, wurde in einer eigenen Frage erhoben. Zum Befragungstichtag war jeder zweite der Befragten grundsätzlich interessiert, einen weiterführenden Lehrgang zu besuchen. Ein Drittel lehnte diese Möglichkeit ab, knapp ein Fünftel war unentschlossen.

Statistisch signifikante Unterschiede konnten bei dieser Frage nach dem Alter der Betriebsleiter sowie nach der natürlichen Erschwernis der Betriebe festgestellt werden. Zwei Drittel der jüngeren Betriebsleiter interessierten sich für weiterführende Lehrgänge, während der entsprechende Wert bei den älteren bei 43 % lag. Die Befragten von Nicht-Bergbauernbetrieben bekundeten ein größeres Interesse für weiterführende Lehrgänge als jene von Bergbauernbetrieben.

Fachliche Informationen versus Prozessbegleitung

Fachliche Informationen einerseits und Prozessbegleitung in der Beratung andererseits sind unterschiedliche Zugänge von Hilfestellungen für Landwirtinnen und Landwirte. Jeder vierte Befragte schätzte die Prozessbegleitung als sehr wichtig, weitere 30 % als wichtig ein. 19 % der Befragten bekundeten ein geringes oder kein Interesse (beiden letzten Stufen der Skala). Fachliche Informationen wurden von 58 % der Befragten als sehr wichtig und von 22 % als wichtig eingestuft (Abb. 2). Die Einschätzung der Wichtigkeit von fachlichen Informationen und von der Prozessbegleitung unterschied sich statistisch nicht signifikant je nach betrieblichen und persönlichen Merkmalen der Betriebsleiter (Betriebsgröße, Erschwernis, Alter und Geschlecht der Betriebsleiter).

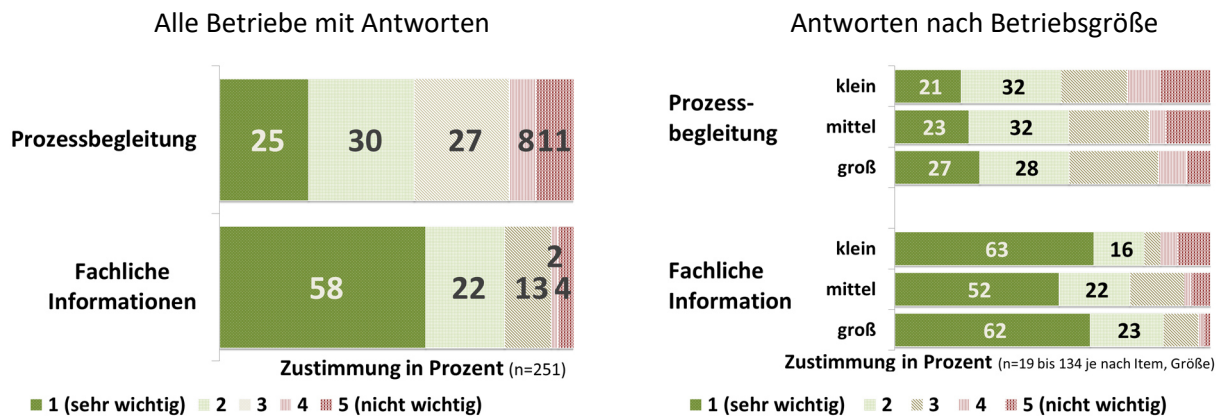


Abbildung 2: Einschätzung der Befragten zur Relevanz von fachlichen Inhalten und der Prozessbegleitung

Hinweise zur Betriebsgröße: Klein: 8 bis unter 30, mittel: 30 bis unter 100; groß: 100 bis unter 350 Tausend Euro Gesamt-Standardoutput.

Quelle: Eigene Erhebung

3.5 Neue und ergänzende Aspekte aus den Gruppendiskussionen

Kommunikation mit der nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung

Ein Schwerpunkt in mehreren Gruppendiskussionen, vor allem mit Betriebsleitern von größeren Betrieben und Junglandwirten, war die Interaktion der Landwirtschaft mit der Gesellschaft. Dieser Aspekt wurde in der schriftlichen Befragung nicht erfasst, da ein Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung im Vorhinein nicht absehbar war. Die Landwirtinnen und Landwirte wünschten sich demnach von der Officialberatung eine bessere Unterstützung bei der Kommunikation mit der Gesellschaft, und zwar in zweierlei Hinsicht. Zum einen sollten die Landwirtschaftskammern die Öffentlichkeitsarbeit für ihre Kunden verbessern (bspw.: „*Da wünsche ich mir von der Kammer viel mehr Unterstützung in der Öffentlichkeitsarbeit*“). Zum anderen besteht ein Bedarf seitens der Betriebsleiter, dass sie mit Hilfe von Schulungen professioneller mit der nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung kommunizieren bzw. interagieren (bspw.: „*... wünsche mir bessere Ausbildung wie mit den Konsumenten kommuniziert werden kann ...*“). Da diese Forderungen vor allem von Junglandwirten bzw. Betriebsleitern größerer Betriebe geäußert wurden, unterstreicht die zunehmende Relevanz dieses Themas.

Professionalisierung der Beratung

Die Bedürfnisse für Weiterbildungs- und Beratungsangebote unterscheiden sich deutlich zwischen größeren und kleineren Betrieben, wie die Ergebnisse der Befragung belegen. Insbesondere der Bedarf an speziellen Informationen und Kompetenzen nimmt in größeren Betrieben deutlich zu. Laut den Gruppendiskussionen können die Landwirtschaftskammern diese Nachfrage nicht immer zur vollen Zufriedenheit für diese Betriebe decken (bspw.: „*Die Berater müssen ja für 1000 Leute da sein ... aber*

wir brauchen auch für die hochspezialisierten Betriebe etwas ...“). Gefordert werden unter anderen Spezialisten zu unterschiedlichen Themenbereichen, die zielgruppenspezifisch und überregional (bei Bedarf auch über Bundesländergrenzen hinweg) ihre Leistungen für die Praxis offerieren. Die Vernetzung mit dem Ausland und/oder mit der Forschung kann ebenso Bestandteil einer solchen Strategie sein. Auch ein System von Leitbetrieben könnte die Professionalisierung forcieren (bspw.: „... es ist etwas ganz anderes, wenn ich das wirklich sehe, dass es funktioniert“). Zudem verlangen die Diskutanten auch professionelle Angebote in Randthemen der Landwirtschaft. Während bedeutende Sektoren wie die Milchproduktion oder die Schweinehaltung in der Beratung gut abgedeckt sind, gibt es laut den Gruppendiskussionen kaum professionelle Angebote für weniger verbreitete Betriebszweige oder Nischenprodukte (zB Kräuteraanbau, spezieller Gemüsebau).

Spezielle Angebote für Newcomer

Potenzielle Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer von Weiterbildungskursen haben naturgemäß sehr unterschiedliche Zugänge und Erfahrungen mit Themen der Unternehmensführung. Für Personen mit wenig Praxis in diesem Bereich ist es daher oft schwierig, geeignete Weiterbildungsangebote zu konsumieren. Insbesondere für Frauen, die neu in einen Betrieb einsteigen, fehlt naturgemäß dieses „selbstverständliche“ Grundlagenwissen, insbesondere bei Spezialthemen wie Agrarpolitik oder Agrarmärkte (bspw.: „Es wird auf viel Altem aufgebaut, als Neueinsteiger kennt man sich dann auch nicht aus“). Dezierte Angebote in diese Richtung werden seitens der Landwirtschaftskammer bereits angeboten. Die Frage in den Gruppendiskussionen war, wie generell „Newcomer“ bestmöglich in die agrarische Bildungsarbeit integriert werden können. Vorgeschlagen wurden eigens konzipierte Vorbereitungskurse (beispielsweise in Form von „Crash-Kursen“), spezielle online-Schulungen oder Internetplattformen. Damit könnte die Scheu von Neueinsteigern gelindert und das Potenzial interessierter Kunden für agrarische Weiterbildungen erweitert werden.

Alternativen aufzeigen, Innovationen unterstützen

Eine zentrale Aufgabe der Officialberatung, so die Meinung in den Gruppendiskussionen, bestünde auch darin, alternative Produktionszweige und Einkommenschancen für ihre Kunden aufzuzeigen (bspw.: „... aber gerade für so Nischenprodukte gehören die Kommunikation und der Wissensaustausch ... viel stärker forciert“). Also nicht nur Antworten auf konkrete Anfragen in geläufigen Produktionssystemen zu geben, sondern die Vielfalt der agrarischen Produktion einschließlich der mannigfaltigen Möglichkeiten für die Erwerbskombination zu veranschaulichen und daraus Chancen für die Betriebe abzuleiten. Ansonsten könnte die Gefahr bestehen, dass der Fokus auf die vorherrschenden Produktionssysteme die Sicht auf alternative Produktionssysteme oder Betriebszweige zu sehr einschränkt und Innovationen hemmt. Als eine Strategie dafür wurde eine Art „Denkwerkstatt“ genannt, die Chancen und Möglichkeiten von Alternativen reflektiert, diskutiert und ihren Kunden kommuniziert.

4 Diskussion und Schlussfolgerungen

Die Landwirtinnen und Landwirte äußerten zahlreiche Zugänge zum Lernen im Rahmen der Weiterbildung und Beratung in der Unternehmensführung. Das Spektrum reichte von fachlicher Beratung bis hin zur Prozessberatung, von Einzelgesprächen mit einem Berater bzw. einer Beraterin bis hin zu online-Schulungen oder von Abendkursen bis zu weiterführenden Lehrgängen. Sie verfolgen demnach vielfältige Lernstrategien, um sich Wissen und Fertigkeiten anzueignen. KOLB (12) unterscheidet je nach bevorzugtem Weg der Wissensaneignung zwischen vier Lernstilen. Dieser Umstand muss im Hinblick auf erfolgreiche Bildungsangebote und Beratungsleistungen dahingehend berücksichtigt werden, dass auch künftig abwechslungsreiche Kurse, Seminare und Beratungen im Bereich der Unternehmensführung offeriert werden. Denn die Fähigkeit eines Individuums zu lernen wird nach LAM et al. (13) durch Kommunikationsstrategien gesteigert, welche mit dem bevorzugten Lernstil der Person konformgehen.

Vieles ist in Bewegung, manches bleibt aber auch über einen langen Zeitraum beständig: Das gilt auch für die Weiterbildung und Beratung in der Unternehmensführung. Zum einen werden die Angebote im Rahmen von e-learning deutlich an Relevanz gewinnen, auch wenn vor allem Bäuerinnen den Einsatz solcher Methoden bis dato noch kritisch sehen. Diese kritische Haltung könnte in der vorliegenden Analyse zum Teil auch daran liegen, dass Frauen im Vergleich zu Männern im Schnitt über eine statistisch signifikant geringere landwirtschaftliche Ausbildung verfügten (32 versus 52 % mit Facharbeiterabschluss, elf Prozent im Vergleich zu 21 Prozent mit Meisterabschluss). Beim Alter und der Betriebsfläche gab es keine statistisch signifikanten Unterschiede nach dem Geschlecht. Auch könnte es daran liegen, dass nach DIESENREITER und SUKITSCH (6) Frauen auf Bauernhöfen noch oftmals mit starren hierarchischen Strukturen kämpfen müssen und eine emanzipierte, selbstbewusste Rolle schwer einzunehmen ist. Will man e-learning-Angebote stärker in der bäuerlichen Praxis forcieren, braucht es demnach mehr als nur die optimale fachliche Aufbereitung und technische Umsetzung solcher Angebote. Oder Themen der Kommunikation mit der nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung und Öffentlichkeitsarbeit werden in der Bildungsarbeit immer wichtiger. Was vor gar nicht allzu langer fast Zeit undenkbar schien, könnte in Zukunft als Standard gelten: dass die Landwirtschaft jenseits aller rechtlichen Bestimmungen bei allen landwirtschaftlichen Unternehmungen sich um Legitimität sorgen muss (18, S. 98).

Auch die Offenheit für Themen der Lebensqualität und Persönlichkeitsentwicklung hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Zwar konnte schon in früheren Studien ein großer Zuspruch zu diesem Thema festgestellt werden (u.a. 11; 15). Doch der in dieser Studie erhobene Bedarf an Weiterbildung und Beratung im Bereich der Lebensqualität und Persönlichkeitsentwicklung übertrifft bei weitem frühere Einschätzungen zu diesem Thema. Hinzukommt, dass Lebensqualität und Persönlichkeitsentwicklung generell als besonders wichtig eingestuft wurde, es gab keine statistisch signifikanten Unterschiede nach betrieblichen und persönlichen Merkmalen.

Andererseits wird sich die Weiterbildung und Beratung in der agrarischen Unternehmensführung weiterhin mit dem Förderungswesen auseinandersetzen. Zu relevant ist dieses Thema für die

österreichische Landwirtschaft, beinahe 20 % des Ertrags wurden beispielsweise im Jahr 2014 über öffentliche Gelder lukriert (2, S. 201). Themen der Unternehmensführung im engeren Sinne wie Steuer- und Sozialversicherungsrecht, Arbeitsorganisation oder betriebswirtschaftliche Kalkulationen waren immer schon relevant, könnten jedoch in Zukunft an Bedeutung gewinnen. Denn Junglandwirte und Betriebsleiter von größeren Betrieben äußern hier erhöhten Weiterbildungs- und Beratungsbedarf auf hohem Niveau. Auch in einer Kundenbefragung der Landwirtschaftskammer Österreich (8) wurde von sechs Prozent der Landwirtinnen und Landwirte der Wunsch geäußert, die Kompetenzen der Beratung zu verbessern. Auch die Gruppendiskussion mit den Projektverantwortlichen geht in diese Richtung und zeigt die Wichtigkeit der Entwicklung in Richtung Professionalisierung. Es gilt zu überlegen, ob diese Themen vermehrt zielgruppenorientiert zu konzipieren und anzubieten sind.

Beratungen durch Verbände oder durch private Anbieter werden generell weniger in Anspruch genommen als Angebote der Officialberatung. Tendenziell dürfte die Nachfrage nach solchen Beratungsleistungen jedoch steigen, da diese Beratungsanbieter von größeren Betrieben statistisch signifikant stärker nachgefragt wurden als von kleineren.

Sowohl aus der Befragung als auch aus den Gruppendiskussionen leitet sich ein großer Bedarf nach gegenseitigem Austausch mit Berufskolleginnen bzw. Berufskolleginnen ab. WEICHSLER (19) bestätigt für die Arbeitskreise Milchproduktion in Österreich, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in erster Linie durch Erfahrungen ihrer Berufskolleginnen und Berufskollegen Wissen generieren. Das könnte auch eine Erklärung dafür sein, warum Angebote im Bereich von e-learning noch relativ wenig nachgefragt werden. Mit online-Schulungen können diese sozialen Bedürfnisse, zumindest auf der Basis dieser Studie, nicht gestillt werden. Zu ähnlichen Schlüssen kommen ASCHAUER und DOLEZAL (1) für die Gruppe der landwirtschaftlichen Lehrerinnen bzw. Lehrer und Beraterinnen bzw. Berater. Hier gilt es zu prüfen, ob und welche neuen Angebote dieses offensichtliche Bedürfnis nach gegenseitigem Austausch befriedigen könnten, oder wie sich diese Nachfrage in vorhandenen Bildungs- und Beratungsprodukten integrieren lässt.

Zusammenfassung

Welche Weiterbildungsangebote und Beratungsleistungen im Bereich der Unternehmensführung benötigen Landwirtinnen und Landwirte in Österreich?

Die vorliegende Studie fokussiert auf Weiterbildungsangebote und Beratungsleistungen für land- und forstwirtschaftliche Betriebe in Österreich im Bereich der Unternehmensführung. Ziel der Studie war es, den Bedarf dafür aus Sicht potenzieller Kunden, also der Landwirtinnen und Landwirte in Österreich, zu erheben und zu quantifizieren. Unterschiede und spezielle Bedürfnisse nach Betriebsgröße, natürlicher Erschwernis sowie Alter und Geschlecht der Betriebsleiter wurden herausgearbeitet. Um die gewünschten Informationen zu erhalten, wurde im Frühling 2015 eine

schriftliche Befragung auf der Basis von Telefoninterviews (Computer Assisted Telephone Interviews – CATI) durchgeführt; die Stichprobe für die Auswertung umfasste 380 Fragebögen im gesamten Bundesgebiet. Ergänzend zur quantitativen Analyse wurden fünf Gruppendiskussionen mit Landwirtinnen und Landwirten umgesetzt. Die Studie belegt, dass potenzielle Kunden ein breites Portfolio an Themen der Unternehmensführung und deren Transfer in die Praxis nachfragen. Teilweise unterscheiden sich die Präferenzen signifikant je nach betrieblichen und persönlichen Merkmalen. Betriebsleiter größerer Betriebe bevorzugen Angebote der Betriebswirtschaft, Jüngere fordern mehr Angebote über das Internet. Als ein relativ neues Betätigungsfeld in der Bildungs- und Beratungsarbeit kristallisierte sich das Thema der Kommunikation mit der Gesellschaft heraus, vor allem aus Sicht von Landwirtinnen und Landwirten größerer Betriebe.

Summary

What kind of further training and consultancy services in the field of business management do farmers in Austria require?

The present study focuses on further training and consultancy services in the business management area for agricultural and forestry businesses in Austria. The objective of the study was to determine and quantify the demand for these services from the point of view of potential clients, i.e. farmers in Austria. Differences and specific requirements were defined according to business size, natural handicaps as well as age and gender of business managers. To gather the necessary information, a written survey on the basis of telephone interviews (Computer Assisted Telephone Interviews - CATI) was conducted in spring 2015; the sample for the evaluation included 380 questionnaires throughout the entire Austrian federal territory. In addition to the quantitative analysis, five group discussions with farmers were conducted. The study shows that potential clients are in demand of a broad range of business management topics and their practical implementation. To some extent, preferences differ significantly depending on the specifics of the business and personal characteristics. Managers of larger businesses prefer offers in the field of business economics, younger managers wish for more offers via the internet. A relatively new field of activity in the educational and consultancy work to be identified was that of 'communication with society', which is particularly in demand among farmers with larger businesses.

Résumé

Quelles sont les offres de formation continue et les services de conseil en matière de gestion d'entreprise dont les agriculteurs ont besoin en Autriche?

La présente étude se focalise sur les offres de formation continue et les services de conseil en matière de gestion d'entreprise pour les exploitations agricoles et forestières en Autriche. Le but de cette étude était d'identifier et de quantifier le besoin du point de vue des clients potentiels, à savoir les agriculteurs et agricultrices en Autriche. Les différences et besoins spécifiques, tels que la taille de l'exploitation, les handicaps naturels, l'âge et le sexe du directeur de l'exploitation ont été pris en compte. Afin d'obtenir les informations nécessitées un sondage écrit a été réalisé au printemps 2015 sur la base d'interviews téléphoniques. (Computer Assisted Telephone Interviews – CATI); l'analyse se basait sur un échantillon de 380 questionnaires sur l'ensemble du territoire autrichien. En complément à l'étude quantitative cinq discussions de groupes ont été réalisées avec des agriculteurs. L'étude montre que les clients potentiels s'intéressent à un large portefeuille de sujets concernant la gestion d'entreprise et leur mise en pratique. Les préférences varient parfois considérablement en fonction des caractéristiques personnelles et opérationnelles. Ceux qui dirigent de grandes exploitations préfèrent les offres en matières de gestion d'entreprise, les jeunes demandent un plus grand nombre d'offres par internet. Un champ d'activité relativement récent du travail de formation et de consultation concerne le sujet de la communication avec la population, qui intéresse surtout les agriculteurs qui dirigent des exploitations d'une certaine taille.

Literatur

1. ASCHAUER, K. und M. DOLEZAL, 2015: Strategien für eine höhere Eutergesundheit. Wie müssen wissenschaftliche Erkenntnisse an Berater/-innen und Lehrer/-innen transferiert werden? Bachelorarbeit, Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien: Wien.
2. BMLFUW–Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt- und Wasserwirtschaft, 2015: Grüner Bericht 2015. Wien.
3. BÖHEIM, R. und N. SCHNEEWEIS, 2007: Renditen betrieblicher Weiterbildung in Österreich. Forschungsbericht der Johannes-Kepler-Universität Linz.
4. BOHNSACK, R., 2010: Rekonstruktive Sozialforschung. Opladen & Farminton Hills: Barbara Budrich.

5. BÜHL, A., 2012: SPSS 20. Einführung in die moderne Datenanalyse. 13., akt. Auflage. München: Pearson.
6. DIESENREITER, C. und A. SUKITSCH, 2007: „Was bringt Bildung?“ KundInnen allgemeiner Erwachsenenbildung reflektieren ihren persönlichen Bildungsnutzen. Forschungsbericht des Österreichischen Instituts für Erwachsenenbildung und des BM für Unterricht, Kunst und Kultur. Wien.
7. FISCHER, M.; B. GRUBER-ROTHENEDER und A. PAYRHUBER, 2010: Struktur- und Wirkungsforschung in der agrarischen Bildung, Weiterbildung und Beratung. In: Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien (Hrsg.): Agrarischer Bildungs- und Beratungsbericht 2010, 139-192.
8. KeyQuest, 2015: Kundenbefragung der Landwirtschaftskammer Österreich 2015. Schriftliche Vortragsunterlage.
9. KIRNER, L., 2015: Implementierung der GAP bis 2020 in Österreich: Ökonomische Konsequenzen für typische Betriebe und beabsichtigte Anpassungsreaktionen von Landwirtinnen und Landwirten. Tagungsband zur Jahrestagung der Schweizerischen Gesellschaft für Agrarwirtschaft und Agrarsoziologie. Bellinzona, 30-31.
10. AUTHORS, 2015: ... deleted because of blind peer review
11. KIRNER, L. und M. KRAMMER, 2008: Strategien zur Betriebsentwicklung nach Umsetzung der GAP-Reform 2003. Befragung von Bauern und Bäuerinnen mit Milchvieh-, Mutterkuh- und Marktfruchtbetrieben. Agrarpolitischer Arbeitsbehelf Nr. 26 der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft. Wien.
12. KOLB, D., 2014: Experientiallearning: experience as the source of learning and development (2nd edition). Indianapolis, Pearson.
13. LAM, T.; J. Jansen; B. van den Borne und H. Hogeveen, 2011: What veterinarians need to know about communication to optimize their role as advisors on udder health in dairy herds. New Zealand Veterinary Journal 59 (1), 8-15.
14. MANDL, C., 2014: Bildungsevaluierung Ländliche Entwicklung LE07-13. Ländlicher Raum, Online-Fachzeitschrift des BMLFUW, 01/2014, 1-9.
15. SCHIEBEL, W. und O. MEIXNER, 2006: Die bäuerliche Familie als Unternehmer. Vergleich der Ergebnisse 2006 und 1995 – Version. Forschungsbericht der Universität für Bodenkultur Wien, Institut für Marketing & Innovation. Wien.
16. SCHIRMER, D., 2009: Empirische Methoden der Sozialforschung. Paderborn: Fink.
17. SCHMID, K., 2008: Zum Nutzen der Weiterbildung. Internationaler Literaturreview & individuelle Weiterbildungserträge von Teilnehmerinnen und Teilnehmer an WIFI-Kursen. lbw Forschungsbericht Nr. 144.

18. VIERBOOM, C.; I. HÄRLEN und J. SIMONS, 2015: Kommunikation im Perspektivenwechsel – Eine Analyse der Chancen zum Dialog zwischen Landwirten und Verbrauchern. In: Schriftenreihe der Rentenbank (Hrsg.): Die Landwirtschaft im Spiegel von Verbrauchern und Gesellschaft. 97-134.
19. WEICHSLER, M., 2015: Evaluierung der Arbeitskreise Milchproduktion in Österreich: Vorschläge für die Weiterentwicklung der Bildungs- und Beratungsangebote zur optimalen Erfüllung der Kundenbedürfnisse. Bachelorarbeit, Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien: Wien.

Autorenanschrift:

Dr. Leopold Kirner,
Institut für Unternehmensführung, Forschung und
Innovation sowie nationale Hochschulkooperationen,
Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien,
Angermayergasse 1,
AT-1130 Wien,
Email: leopold.kirner@agrarumweltpaedagogik.ac.at