

# Welche Weiterbildung und Beratung benötigen Landwirtinnen und Landwirte für eine wirtschaftliche Milchproduktion in Österreich?

What kind of further training and consultancy services do farmers need for an economic milk production in Austria?

**Leopold Kirner\***

Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik, Wien

\*Correspondence to: leopold.kirner@agrarumweltpaedagogik.ac.at

Received: 10 November 2018 – Revised: 21 Mai 2018 – Accepted: 7 Juni 2018 – Published: 20 Dezember 2019

## Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag analysiert die künftigen Präferenzen in der Weiterbildung und Beratung von Milchviehhalterinnen und Milchviehhältern in Österreich. Sechs Interviews von potenziellen Kundinnen und Kunden Mitte 2017 lieferten erste Einblicke zu Erfahrungen und Wünschen in der Weiterbildung und Beratung. Daran anschließend wurde eine schriftliche Befragung mit 300 Milchviehhalterinnen und Milchviehhältern auf der Basis von Telefoninterviews 2018 umgesetzt. Die Ergebnisse belegen, dass unterschiedliche Themen und eine große Bandbreite an Methoden des Wissenstransfers nachgefragt werden, wobei jüngere Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter sowie jene von größeren Betrieben ein statistisch signifikant höheres Interesse für Weiterbildung und Beratung bekundeten. Darüber hinaus fordern spezialisierte Milchviehhalterinnen und Milchviehhältern fachlich gehobene Beratungsangebote in der Zukunft und ein hoher Anteil von ihnen wäre bereit, für solche Angebote auch zu bezahlen.

**Schlagerworte:** Weiterbildung, Beratung, Milchviehbetriebe, Wissenstransfer, CATI

## Summary

The study at hand investigates preferences of further training and consultancy services of dairy farmers in Austria. To gain insight about experiences and wishes from potential clients, six dairy farmers were interviewed in the summer of 2017. Afterwards, a written survey, based on telephone interviews with 300 respondents, was conducted in 2018. As a result, dairy farmers require a wide range of different channels and various topics for knowledge transfer, whereby younger respondents and farmers with bigger enterprises demonstrated statistically higher interest in further training and consultancy services. Additionally, more specialised dairy farmers require more sophisticated consultancy services in the future and a high proportion of them are willing to pay for such offers.

**Keywords:** further training, consultancy services, dairy farms, knowledge transfer, CATI

## 1 Einleitung

Die Milchviehhaltung stellt eine zentrale Säule in der österreichischen Landwirtschaft dar, wie folgende Zahlen bestätigen. Vom landwirtschaftlichen Produktionswert im Jahr 2017 stammten 18 Prozent von der Rohmilch, weitere zwölf Prozent von Rindern und Kälbern (BMNT, 2018, 13). 45% der landwirtschaftlichen Betriebe in Österreich hielten laut Agrarstrukturerhebung 2016 Rinder, etwa 24% Milchkühe (Statistik Austria, 2018, 80f). Der Rahmen für die Milchviehhaltung in Österreich wird zunehmend anspruchsvoller für die Landwirtinnen und Landwirte: Volatile Produktpreise erhöhen den Wettbewerbsdruck und erfordern noch mehr Professionalisierung in der Produktion oder gesellschaftliche Ansprüche wirken vermehrt auf die Milchviehhaltung ein (u.a. Vierboom et al., 2015).

Bildung und Beratung können einen essenziellen Beitrag leisten, auch unter komplexeren Rahmenbedingungen die Milchviehhaltung wirtschaftlich auszurichten. Verschiedene Studien bestätigen den Nutzen von Bildung und Beratung (Schmid, 2008; Böheim und Schneeweis, 2007; Fischer et al., 2012; Mandl, 2014). Vor diesem Hintergrund analysiert der vorliegende Beitrag die Erfordernisse an die Weiterbildung und Beratung für eine wirtschaftliche und professionelle Milchviehhaltung aus Sicht der Landwirtinnen und Landwirte. Konkret wird danach gefragt, welche Themen Milchviehhalterinnen und Milchviehhalter verstärkt nachfragen, wie Informationen und Expertenwissen an potenzielle Kunden transferiert werden soll und welche persönlichen Erfahrungen beziehungsweise Wünsche Landwirtinnen und Landwirte in Hinblick auf Bildung und Beratung aufweisen. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sollen künftige Weiterbildungen und Beratungen stärker mit den Bedürfnissen der Praxis verschneiden.

## 2 Stand der Forschung

Über die wirtschaftliche Lage der Milchviehbetriebe informieren die Buchführungsergebnisse der rund 700 Milchviehspezialbetriebe im Grünen Bericht. Diese hielten im Jahr 2017 durchschnittlich 21,5 Kühe und bewirtschafteten 33 ha landwirtschaftlich genutzte Fläche. Sie erreichten Einkünfte aus der Land- und Forstwirtschaft in Höhe von knapp 38.000 Euro, je Arbeitskraft resultierten rund 23.000 Euro. Eine markante Steigerung gegenüber 2016, wo im Schnitt knapp 17.000 Euro je Arbeitskraft erwirtschaftet wurden. Die Milchviehhaltung zählt zu den einkommensstärksten Zweigen innerhalb der Rinderhaltung. Zum Vergleich: In der Mutterkuhhaltung wurden im Schnitt knapp 9.000 Euro, in der Rindermast rund 17.000 Euro an Einkünften je Arbeitskraft im Jahr 2017 erwirtschaftet (BMNT, 2018).

Die Weiterbildungen und Beratungen in der österreichischen Landwirtschaft und somit auch für die Milchproduktion decken überwiegend die Landwirtschaftskammern ab. Private Beraterinnen und Berater sind in Österreichs Landwirtschaft noch wenig vertreten, vereinzelt Ange-

bote finden sich im Steuerrecht, in Fragen der künftigen Betriebsausrichtung oder in Verbindung mit Futter- bzw. Stallbaufirmen.

Damit Weiterbildung und Beratung im Sinne einer hohen Kundenzufriedenheit gelingt, sind eine Reihe von Einflussfaktoren verantwortlich. Fundamental dafür sind einerseits die geeignete Aufbereitung von Inhalten und die adäquate Wahl der Kommunikationsmittel und Kommunikationskanäle, andererseits Aspekte wie Vertrauen oder die Einstellung der Klientinnen und Klienten (u.a. Daft und Lengel, 1983).

In Bezug auf inhaltliche Präferenzen im Kontext der Unternehmensführung verweist die Studie von Kirner et al. (2015) auf die große Relevanz des Förderungswesens und Aspekten der Lebensqualität in der österreichischen Landwirtschaft. Rechtliche Themen sowie Bereiche der Betriebs- und Arbeitswirtschaft folgten dahinter. Darüber hinaus wurde erhoben, welche Quellen und Medien von den Landwirten für den Wissenserwerb präferiert werden. Laut den Einschätzungen der rund 400 Befragten waren Fachzeitschriften, gefolgt vom Erfahrungsaustausch unter Landwirtinnen und Landwirten, am beliebtesten. Schon mit etwas Abstand folgten die Informationsveranstaltungen der Landwirtschaftskammern und das Internet. Ähnlich wie bei den oben skizzierten Themen wurden die unterschiedlichen Quellen und Medien des Wissenstransfers von Jüngeren und Betriebsleiterinnen und Betriebsleitern größerer Betriebe häufiger genutzt. Auch andere Studien bestätigen den Einfluss von persönlichen Merkmalen der Wissensempfängerinnen bzw. Wissensempfänger (u.a. Jansen et al., 2010) bzw. von sozioökonomischen und strukturellen Faktoren wie Grundbesitz oder Größe (u.a. Rogers, 1995) auf den Wissenstransfer.

Hoeve und Drost (2002) identifizierten Fachzeitschriften, Berufskolleginnen und Berufskollegen, Händlerinnen und Händler sowie Kundinnen und Kunden als zentrale Informationsquellen für Landwirtinnen und Landwirte. Wissenschaftliche Einrichtungen wurden als weniger wichtig eingestuft. Vor allem der gegenseitige Austausch unter Landwirtinnen und Landwirten und jener in fachlichen Netzwerken wurden als überaus wertvoll angesehen.

Einige Studien aus Deutschland informieren darüber, welchen Einfluss die Kosten auf die Inanspruchnahme von Beratung haben. Laut Rieken und Kröger (2015) hängt die Inanspruchnahme und Zufriedenheit mit der Beratung nur in einem geringen Maß von den Kosten für die Beratungsleistungen ab. Wichtiger sind den Landwirtinnen und Landwirten die fachliche Qualifikation und methodische Fähigkeiten der Beratungskräfte. Auch nach Rüter (2007) stellen die Ausgaben für Beratungsleistungen keine Bestimmungsgröße für die Wahrnehmung der Qualität von Beratungsleistungen durch die Landwirte dar.

Weitere Studien befassen sich mit konkreten Anforderungen speziell an die landwirtschaftliche Beratung. Als eindeutig wichtigste Anforderung wurde in der Studie von Luley et al. (2014) die fachliche Qualifikation der Beraterinnen und Berater, gefolgt vom Vertrauensverhältnis zwischen den beteiligten Personen, genannt. Auch Petzold (2003) und Jeschke (2007) kommen zum Schluss, dass fachliche Quali-

fikation und Vertrauen die zentralen Säulen guter Beratung darstellen. Welpé (2008) spricht in diesem Zusammenhang von Kompetenz-Vertrauen und von Goodwill-Vertrauen. Auch in einer österreichischen Untersuchung von Lechner (2016) waren Fachwissen, Kompetenz und Empathie zentrale Elemente erfolgreicher Beratung.

### 3 Methode

Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurde sowohl ein quantitativer als auch qualitativer ein Zugang gewählt.

#### 3.1 CATI

Die quantitative Befragung wurden im Rahmen von Computer Assisted Telephone Interviews (CATI) umgesetzt, die Firma KeyQUEST führte alle Telefoninterviews im Jänner und Februar 2018 durch. Bei der Konzeption des Fragebogens wurden Expertinnen und Experten, insbesondere Beraterinnen und Berater, eingebunden. Vor der eigentlichen Befragung wurde der Fragebogen im Rahmen eines Pretests mit mehreren Landwirtinnen und Landwirten getestet. Schließlich wurde der Fragebogen in das Online-Tool Survey-Monkey programmiert, die Telefonistinnen und Telefonisten trugen die Antworten aus den Interviews direkt in den Online Fragebogen ein. Nach dem Ende der Interviews transferierte KeyQUEST die erhobenen Daten in das Statistik Programm SPSS.

Die statistische Analyse wurde mit dem Statistik Paket SPSS 24.0 umgesetzt. Als Mittelwertvergleiche dienten der U-Test nach Mann und Whitney bei zwei bzw. der H-Test nach Kruskal und Wallis bei mehr als zwei Gruppen (Bühl, 2012, 365).

Zur Reihung der Bildungs- und Beratungsthemen sowie der Formen und Methoden des Wissenstransfers wird ein Mittelwert errechnet. Der Skalenwert (von 1 bis 5) wird mit der jeweiligen Anzahl an Antworten multipliziert, die daraus gebildeten Produkte addiert und die Summe durch die Gesamtanzahl der Antworten dividiert. Befinden sich beispielsweise alle Antworten auf der ersten Stufe der Skala (1), errechnet sich ein Wert von 1,0 (was natürlich wenig realistisch ist). Wenn ausschließlich nur auf die fünfte Abstufung der Skala geantwortet wird, ergäbe sich ein Wert von 5,0 (ebenso kaum anzutreffen). Eine gleichmäßige Verteilung der Antworten auf alle fünf Abstufungen der Skala hätte somit einen Wert von 3,0 zur Folge. Auf der Weise kann die Relevanz einer Antwortmöglichkeit aus Sicht der Befragten eingestuft und mit anderen Antwortvorgaben verglichen werden. Je niedriger dieser Wert, desto wichtiger das jeweilige Argument aus Sicht der Befragten.

Die Grundgesamtheit stellten alle Futterbaubetriebe mit einem Standardoutput von über 8.000 Euro dar, die im Jahr 2016 Milch an eine Molkerei lieferten und mehr als vier Milchkühe hielten. Insgesamt waren das laut Invekos-Datenbank 24.364 Betriebe. Sie hielten im Schnitt 20,6 Milchkühe und bewirtschafteten durchschnittlich 26,6 ha landwirtschaftlich genutzte Fläche. Daraus wurden 300 Betriebe für

die Interviews aus dem österreichischen Bundesgebiet zufällig ausgewählt. Zusätzlich wurden zufällig 100 Betriebe aus der Gruppe der Milchviehbetriebe mit über 100.000 Euro Standardoutput gezogen. Die Betriebe mit mehr als 100.000 Euro Standardoutput wurden nur für Auswertungen nach der Betriebsgröße herangezogen.

#### 3.2 Qualitative Interviews

Im Sommer 2017 wurden sechs Interviews mit Landwirtinnen und Landwirten geführt, um, neben der Fragebogenkonzeption für die quantitative Analyse, tieferliegende Aspekte zur Weiterbildung und Beratung zu erfassen. Die Interviews wurden auf den Höfen der Probandinnen und Probanden geführt, aufgezeichnet und transkribiert. Die zentralen Merkmale der sechs Betriebe lassen sich der Tabelle 1 entnehmen. Mehrheitlich handelt es sich um Haupterwerbsbetriebe mit 25 bis 68 ha landwirtschaftlich genutzte Fläche beziehungsweise mit 20 bis 80 Milchkühen. Zwei der sechs Betriebe wirtschafteten biologisch, vier Betriebe lagen in Oberösterreich, je einer in Niederösterreich und der Steiermark.

Tabelle 1: Eckdaten der Betriebe für die Interviews

Betrieb	LF, ha	Kühe	Bio	BL
1	34	20	ja	OÖ
2	45	50	nein	OÖ
3	50	45	nein	OÖ
4	62	43	nein	ST
5	68	80	nein	OÖ
6	25	42	ja	NÖ

Abk.: LF: Landwirtschaftlich genutzte Fläche, BL=Bundesland, OÖ=Oberösterreich, NÖ=Niederösterreich, ST=Steiermark.

Quelle: Eigene Erhebungen, 2019.

Die Auswertung basiert auf der qualitativen Inhaltsanalyse mit induktiver Kategorienbildung nach Mayring (2015). Mit der qualitativen Inhaltsanalyse werden speziell folgende zwei Forschungsfragen untersucht: (i) Welche Erfahrungen machten Landwirtinnen und Landwirte bisher mit Angeboten der Weiterbildung und Beratung und (ii) was wünschen sich Landwirte und Landwirtinnen von der Weiterbildung und Beratung? Als Selektionskriterium zur ersten Frage dienten alle Hinweise zu Weiterbildungen und Beratungen, die in der Vergangenheit von den Landwirtinnen und Landwirten in Anspruch genommen wurden. Konkret beschreibbare Erfahrungen (positive, neutrale, negative) der potenziellen Klientinnen und Klienten mit Angeboten der Weiterbildung und Beratung definierten hier das Abstraktionsniveau. Als Selektionskriterium zur Frage zwei fungierten alle Hinweise zu Wünschen und Anforderungen an die künftige Weiterbildung und Beratung seitens der Landwirtinnen und Landwirte. Konkret beschreibbare Wünsche und Anforderungen mit Angeboten zur Weiterbildung und Beratung waren zu Frage zwei die Grundlage für das Abstraktionsniveau.

## 4 Ergebnisse der quantitativen Analyse

### 4.1 Stichprobe

Die Betriebe in der Stichprobe bilden jene in der Grundgesamtheit sehr gut ab: Alle wesentlichen Strukturmerkmale der Grundgesamtheit befinden sich innerhalb des 95% Konfidenzintervalls der Stichprobe. Die 300 Milchviehbetriebe in der Stichprobe bewirtschafteten 26,5 ha landwirtschaftlich genutzte Fläche und sie hielten 21,9 Milchkühe. Der Tierbestand setzte sich fast ausschließlich aus Rindern zusammen. Die Strukturmerkmale streuen beträchtlich zwischen den Betrieben: beispielsweise variiert die Anzahl der Milchkühe von 5 bis 161. Unter den 300 Betrieben wirtschafteten 230 im Berggebiet (77%) und 71 biologisch (24%).

### 4.2 Präferierte Themen in der Weiterbildung und Beratung

Welche Themen und Inhalte Milchviehhalterinnen und Milchviehhalter für ihren Betrieb benötigen, wurde im Fragebogen durch die Auflistung von 18 Themenbereichen erhoben. Für die Reihung der Themen wurden diese Einstufungen zu einem Index verrechnet (siehe Kapitel Methoden), wobei gilt: Je niedriger dieser Index, desto wichtiger das Thema aus Sicht der Befragten. Ganz oben auf der Präferenzliste ordnete sich die Tiergesundheit mit 24% Zustimmung zur ersten Stufe der Skala („sicher ja“) und 52% Zustimmung zur zweiten Stufe der Skala („eher ja“) ein. Als zweitwichtigstes Thema kristallisierte sich das Förderungswesen heraus (21% Zustimmung zur ersten Stufe der Skala), darauf folgten die Themen Fütterung (20%), Lebensqualität (18%), Grünland und Futterbau sowie Züchtung und Genetik (jeweils 15%). Die Reihung aller weiteren Themen kann der Abbildung 1 entnommen werden.

Bei 13 der 18 Themen errechnen sich statistisch signifikante Abweichungen je nach Betriebsgröße. Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter von größeren Betrieben (Standardoutput über 100.000 Euro) fragten diese mit wenigen Ausnahmen häufiger nach als jene von kleineren Betrieben. Höchst signifikante Unterschiede ( $p < 0,001$ ) zeigen sich für die Themen Grünland- und Futterbau, Züchtung und Genetik, Herdenmanagement sowie Sozialversicherung und Steuerrecht. Die Weidewirtschaft wurde von Befragten mittelgroßer Betriebe am häufigsten nachgefragt. Nach dem Alter konnten acht statistisch signifikante Abweichungen festgestellt werden. Höchst signifikante Unterschiede konnten nur beim Thema Generationen und Hofübernahme festgestellt werden. Dieses Thema wurde von Älteren (55 Jahre und älter) häufiger nachgefragt. Die Themen Fütterung, Grünland und Futterbau, Züchtung und Genetik, Herdenmanagement sowie Betriebswirtschaft und Aufzeichnungen unterschieden sich hoch signifikant ( $p < 0,01$ ) in Abhängigkeit vom Alter der Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter: Alle diese Themen wurden von Jüngeren (bis 39 Jahre) stärker präferiert als von Älteren. Biobauern beziehungsweise Biobauerinnen fragten die Themen Weidewirtschaft und Heuwirtschaft sowie

Heutrocknung statistisch signifikant häufiger nach ( $p = 0,000$  bzw.  $p = 0,007$ ). Ansonsten gab es keine Unterschiede nach der Wirtschaftsweise. Nach der natürlichen Erschwernis gab es eine statistisch signifikante Abweichung: Bergbauern beziehungsweise Bergbäuerinnen interessierten sich stärker für die Diversifizierung als ihre Kolleginnen und Kollegen außerhalb des Berggebiets ( $p = 0,14$ ).

### 4.3 Formen und Methoden des Wissenstransfers

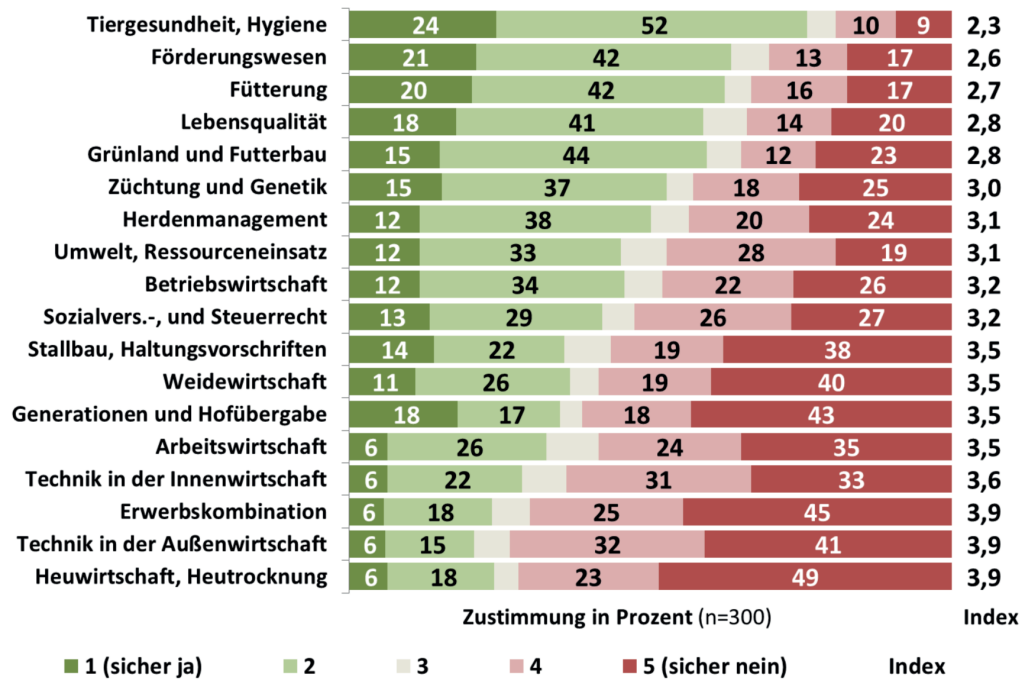
Welche Formen und Methoden die Milcherzeugerinnen und Milcherzeuger für den Transfer von Informationen und Wissen präferieren, wurde ebenso auf der Basis von mehreren Optionen im Fragebogen erhoben. Die Befragten präferierten vor allem zwei Personengruppen für den Wissenstransfer: Zum einen ihre Berufskolleginnen und Berufskollegen (sehr wichtig für 53%) und zum anderen die Tierärztinnen und Tierärzte (48%). Denen am nächsten kamen die Fachvorträge, Fachzeitschriften und das Internet, dicht gefolgt von den Feld- und Praxistagen und der Einzelberatung durch z.B. Kammerberaterinnen und Kammerberater. Danach rangierten private Beraterinnen und Berater. Online-Schulungen und Beratung durch Forschungsinstitute erfuhren mit einem Index von jeweils 3,4 die geringste Zustimmung (Abbildung 2).

Befragte von größeren Betrieben stufen Fachvorträge, Feld- und Praxistage, private Beraterinnen und Berater sowie Beratung durch Forschungsinstitute statistisch signifikant wichtiger ein als jene der anderen Betriebsgrößenklassen. Jüngere Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter votierten statistisch signifikant stärker für das Internet, für weiterführende Lehrgänge sowie für die Beratung durch Forschungsinstitute als ältere Befragte. Konventionelle Landwirtinnen und Landwirte waren statistisch signifikant interessierter für private Beratung (ansonsten keine Unterschiede nach der Wirtschaftsweise), Nichtbergbauern beziehungsweise -bäuerinnen fragten statistisch signifikant häufiger die Beratung durch Tierärztinnen und Tierärzte sowie Feld- und Praxistage nach.

### 4.4 Interesse für Spezialberatung

Sind Milchviehhalterinnen und Milchviehhalter bereit, für fachlich kompetente Spezialberatung zu bezahlen oder eine größere Fahrstanz in Kauf zu nehmen? 17% der Befragten wären demnach sicher bereit („sicher ja“), für fachlich kompetente Spezialberatung Honorare zu bezahlen. 13% würden dafür ganz sicher einen weiteren Anfahrtsweg in Kauf nehmen. Das große Potenzial für solche Angebote wird dadurch unterstrichen, dass weitere 46% (sowohl für Honorarleistungen als auch für einen längeren Anfahrtsweg) diesen Aussagen eher zustimmten. Im Schnitt wären die Befragten bereit, 36,4 Euro pro Stunde zu bezahlen ( $n = 149$ ) bzw. 55,6 km Anfahrtsweg in Kauf zu nehmen ( $n = 171$ ). Der Zahlungsbereitschaft und der Bürde eines weiteren Anfahrtsweges stimmten sowohl die Befragten größerer Betriebe als auch jene von Biobetrieben signifikant häufiger zu.

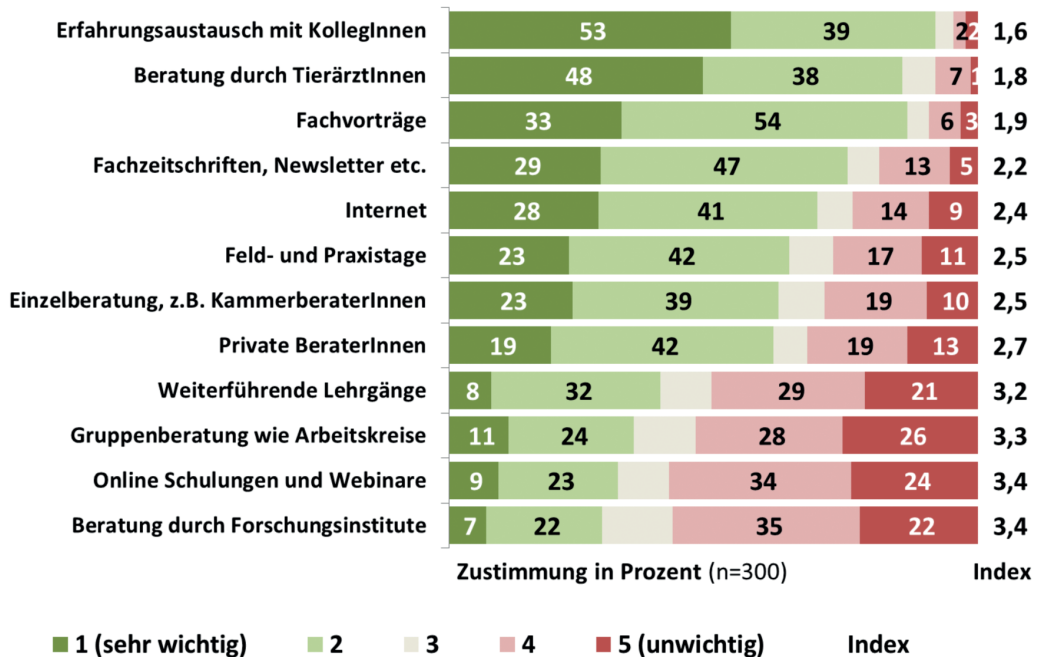
Abbildung 1: Wichtigkeit von Weiterbildungs- und Beratungsthemen für die Zukunft aus Sicht der Milchhalterinnen und Milchviehhalter



Je niedriger der Index, desto wichtiger das jeweilige Thema: von 1,0 bis 5,0 (siehe Kapitel Methode)

Quelle: Eigene Erhebungen, 2019.

Abbildung 2: Relevanz von Quellen und Formen des Wissenstransfers für Milchviehhalterinnen und Milchviehhalter



Je niedriger der Index, desto wichtiger das jeweilige Thema: von 1,0 bis 5,0 (siehe Kapitel Methode)

Quelle: Eigene Erhebungen, 2019.

## 5 Ergebnisse der qualitativen Analyse

Zur Frage der bisherigen Erfahrungen mit Weiterbildung und Beratung wurden fünf Kategorien herausgearbeitet, die sich mit folgenden Begriffen umschreiben lassen: Weiterbildungskurse, Officialberatung, Spezialberatung, Internet und Online-Schulungen, private Beratung. Die von den Interviewten geäußerten Wünsche konnten in sechs Kategorien aggregiert werden: Persönlichkeit des Beraters beziehungsweise der Beraterin, spezielle Themen und Inhalte, Erfahrungsaustausch, Internet, Organisationsstrukturen, Informationsfluss. Nachfolgend werden aus Platzgründen vier dieser Kategorien kurz dargestellt, diese versammeln die zentralen Argumente der Interviewten.

### 5.1 Officialberatung

Qualität und Nutzen der Officialberatung werden von den Interviewten unterschiedlich gesehen. Ein Ehepaar mit Milchkühen (Betrieb Nr. 5) hob die Invekos-Hotline der Landwirtschaftskammer positiv hervor, die sie regelmäßig nutzen. Mehrmals wird die Objektivität der Kammerberatung im Vergleich zu privaten Firmen positiv gewürdigt, wie folgendes Statement eines Milchviehhalters (4) belegt: *„Private Firmen spielen kaum eine Rolle [...], weil sie ja verkaufen wollen“*.

Besonders gewürdigt werden zwei Beratungsangebote der Landwirtschaftskammern: die Hilfestellungen bei den Mehrfachanträgen für EU-Agrargelder einerseits und die Arbeitskreisberatung andererseits. In Bezug auf die Mehrfachantragsabwicklung werden sowohl die Bildungsveranstaltungen als auch die konkrete Antragsabwicklung breit gelobt. Die Arbeitskreisberatung wird von allen Interviewten, die an einer solchen teilnehmen, besonders gewürdigt. Besonders hervor gestrichen werden dabei der gegenseitige Erfahrungsaustausch und die Möglichkeit, sich mit anderen Landwirtinnen und Landwirten zu vergleichen.

Bei der Stallbauberatung gehen die Meinungen unter den Interviewten zum Teil weit auseinander: von großer Zufriedenheit (*„[...] War zufrieden, der hat das gezeichnet, haben wir so umgesetzt.“*) bis hin zu völliger Ablehnung. Hier entscheiden die Beziehungsebene und der Umstand, ob Landwirtinnen bzw. Landwirte den Berater bzw. die Beraterin als kompetent einschätzen. Ein Milchviehhalter (2) brachte es auf den Punkt: *„Es liegt am Berater, vielleicht muss ich doch zu einer privaten Firma gehen.“* Aussagen anderer Interviewpartnern verweisen ebenso teilweise auf eine kritische Haltung gegenüber der Kammerberatung. Vor allem dann, wenn Beraterinnen bzw. Berater rasch und ohne tiefere Reflexion Lösungen für ihre Klientinnen bzw. Klienten anbieten ohne deren Neigungen und Wünsche umfassend einzubeziehen.

### 5.2 Spezialberatung

Einige Aussagen lassen erkennen, dass die kostenfreie Officialberatung nicht immer ausreicht, um sämtliche Spezialfragen auf den Betrieben zu beantworten. Ein Bio-Milch-

viehhalter (1) hatte schon längere Zeit Probleme mit einem Bakterium in seinem Bestand. Ein Anruf bei einer Spezialistin (Tierärztin) löste schließlich das Problem, während mehrere Beratungen davor die Ursache nicht erkannten. Zwei Interviewpartner nutzen kostenpflichtige Informationen und Auswertungen von privaten Beratungsringen. Andere Landwirtinnen und Landwirte nutzen ebenso kostenpflichtige Beratungsangebote. Ein Interviewpartner (4) nutzte beispielsweise die Spezialberatungen der Landwirtschaftskammer, konkret zum Thema Tierwohl. Schließlich wurde in Bezug auf die Lösung individueller Spezialanliegen mehrmals auf die persönliche und fachliche Kompetenz des Beraters bzw. der Beraterin hingewiesen. Egal ob durch die Officialberatung oder durch Private. Treffend brachte dies ein Milchviehhalter (5) auf den Punkt: *„Es kommt sehr stark auf den Berater an“*.

### 5.3 Persönlichkeit des Beraters bzw. der Beraterin

Die mit Abstand häufigsten Anforderungen werden an die Person des Beraters bzw. der Beraterin gerichtet, und zwar in fachlicher, persönlicher und beziehungsmaßiger Hinsicht. In Bezug auf die fachliche Kompetenz werden ein hoher Praxisbezug und Spezialwissen sowie die Lösung konkreter Probleme auf den Betrieben eingefordert. Beispielsweise forderte ein Landwirt (5) ein solches Spezialwissen in steuerrechtlichen Fragen ein, indem er wie folgt argumentierte: *„Die Kammer bräuchte hier Spezialisten, um die Bauern bestmöglich unterstützen zu können.“*

Der Milchviehhalter mit 43 Kühen (4) schätzte die Offenheit und Neutralität einer Beratung, bei der es um die künftige Ausrichtung des Betriebs ging. Wichtig ist ihm, dass Berater bzw. Beraterinnen neue Sichtweisen einbringen und sich laufend fortbilden und dieses Wissen an die Landwirtinnen und Landwirte transferieren.

### 5.4 Private Beratung

Neben der Officialberatung werden auch andere Personengruppen als Beraterin beziehungsweise Berater konsultiert. Dazu zählen in erster Linie Tierärzte, Forscherinnen und Forscher sowie private Beraterinnen und Berater. Für einige Interviewte stellen Tierärztinnen und Tierärzte die erste Anlaufstelle für Anfragen im Stall dar. Beratung durch Forschungsinstitutionen spielen punktuell eine Rolle, und zwar dann, wenn Forscherinnen und Forscher ihre Erkenntnisse direkt in die Praxis transferieren. Großes Engagement und Kompetenz im Umgang mit Landwirtinnen und Landwirten sind eine wesentliche Voraussetzung dafür. Ein Bio-Milchviehhalter mit speziellen Anliegen zur Weidewirtschaft (6) bekam wertvolle Impulse und Hinweise von Forschern einer Bundesanstalt. Hinweise zu privaten Beraterinnen und Beratern finden sich bereits im vorigen Abschnitt zum Thema Spezialberatung: Sie werden in erster Linie von Interviewten größerer Betriebe und bei fachlichen Spezialgebieten wie z.B. Steuerrecht angefordert.

## 6 Diskussion der Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Milchviehhalterinnen und Milchviehhalter brauchen auch in Zukunft zur Bewältigung ihrer Herausforderungen eine große Vielfalt in der Weiterbildung und Beratung. Inhaltlich spannt sich der Bogen von der Produktionstechnik über die Betriebs- und Arbeitswirtschaft bis hin zu rechtlichen und sozialen Themen. Befragte aus größeren Betrieben sind dabei wesentlich interessierter bzw. fordern Bildung und Beratung deutlich häufiger ein als ihre Kolleginnen und Kollegen von kleineren Betrieben. Besonders ausgeprägt ist dieser Umstand bei Themen der effizienten Produktion und des Steuer- bzw. Sozialversicherungsrechts. Somit kann bestätigt werden, dass es schwierig ist, Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter von kleineren, häufig im Nebenerwerb wirtschaftenden Betrieben, für Weiterbildung und Beratung zu begeistern. Basierend auf der These, dass Bildung und Beratung die Wirtschaftlichkeit positiv beeinflusst, dürfte der Abstand zwischen erfolgreichen und weniger erfolgreichen Milchviehbetrieben in Österreich eher weiter zunehmen.

Auch in Bezug auf die Formen und Methoden des Wissenstransfers lässt sich festhalten, dass aufgrund unterschiedlicher Zugänge und Lernstile von Landwirtinnen und Landwirten auch in Zukunft eine Vielfalt an Formen und Methoden in der Weiterbildung und Beratung erforderlich sind. Interessant ist der Umstand, dass nicht übliche Formate der Weiterbildung und Beratung oder offizielle Beratungskräfte oberste Priorität vonseiten der Landwirtinnen und Landwirte genießen, sondern Tierärztinnen bzw. Tierärzte oder andere Landwirtinnen beziehungsweise Landwirte. Beide Personengruppen werden auch in anderen Studien als Elemente der Weiterbildung und Beratung angesehen (u.a. Kirner et al. 2015, Hoeve und Drost 2002 oder Wildraut und Mergenthaler 2016). Während in der Arbeitskreisberatung der Erfahrungsaustausch bestens etabliert und geschätzt ist, bleibt zu überlegen, wie die Tätigkeit der Tierärztinnen und Tierärzte mit offiziellen Bildungs- und Beratungsschienen kombiniert werden kann. Auch verdeutlicht die Untersuchung, dass das Internet eine wichtige Rolle beim Wissenstransfer einnimmt, dass jedoch der direkte Kontakt in Präsenzphasen oder mit Expertinnen und Experten fundamental bleibt. Ein Grund dürfte in der nach wie vor zentralen Rolle des Vertrauens zwischen den beteiligten Personen liegen (u.a. Daft und Lengel, 1983; Welpe, 2008).

Die qualitativen Interviews verweisen auf den zunehmend größer werdenden Anspruch an kompetenter Spezialberatung. Während die Arbeitskreisberatung auf breite Zustimmung trifft, fällt aus Sicht der Interviewten die Bewertung anderer Bildungs- und Beratungsprodukte der Offizialberatung unterschiedlich aus. Darin dürfte auch eine Begründung liegen, warum die Nachfrage nach privaten Angeboten außerhalb der Offizialberatung deutlich gestiegen ist. Während private Beraterinnen und Berater in der Studie von Kirner et al. aus dem Jahr 2015 noch an letzter Stelle unter allen dargebotenen Quellen und Formen des Wissenstransfers lagen, mutierten sie in der vorliegenden quantita-

tiven Analyse zur achtwichtigsten unter zwölf Alternativen. Die private Beratung kann zunehmend in speziellen Fragen als Ergänzung zur Offizialberatung Fuß fassen. Sowohl die quantitative als auch die qualitative Analyse belegen zudem ein wachsendes Potenzial für kostenpflichtige Beratungsleistungen, vorausgesetzt, die Qualität aus Sicht der potenziellen Kundinnen und Kunden stimmt (siehe dazu auch Rieken und Kröger 2015). Was teilweise in anderen Ländern schon gilt, dass sich neben der Offizialberatung auch ein nennenswerter privater Markt für Spezialangebote etabliert, könnte in Zukunft auch für Österreichs Milchproduktion zutreffen. Will die Offizialberatung das Alleinstellungsmerkmal auch für größere und spezialisierte Betriebe verteidigen, muss sie dieses Marktsegment daher strategisch eingehender bearbeiten.

Aus der Studie lassen sich abschließend folgende Empfehlungen für Anbieter von Weiterbildung und Beratung für eine wirtschaftliche Milchproduktion ableiten: Arbeitskreise stärken, den Erfahrungsaustausch unter Landwirtinnen und Landwirten forcieren, die fachliche Kompetenz und Praxisnähe von Beraterinnen und Beratern erweitern, bewährte Formate wie Vorträge oder Artikel in Fachzeitschriften in hoher Qualität weiterführen, Möglichkeiten der Zusammenarbeit zwischen Beratung und Tierärztinnen beziehungsweise Tierärzten schaffen und bei Angeboten noch schärfer auf Zielgruppen eingehen.

## Literatur

- BMNT (Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus) (2018) Grüner Bericht 2018. Wien: Eigenverlag.
- Böheim, R. und Schneeweis, N. (2007) Renditen betrieblicher Weiterbildung in Österreich. Forschungsbericht der Johannes Kepler Universität Linz. Linz.
- Bühl, A. (2012) SPSS 20. Einführung in die moderne Datenanalyse. München: Pearson.
- Daft, R. L. und Lengel, R. H. (1983) Information Richness. A New Approach to Managerial Behavior and Organization Design. Texas A&M University.
- Fischer, M., Gruber-Rotheneder, B. und Payrhuber, A. (2012) Struktur- und Wirkungsforschung in der agrarischen Bildung, Weiterbildung und Beratung. In: Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik (Hrsg.). Agrarischer Bildungs- und Beratungsbericht 2012. Wien: Eigenverlag, 139-192.
- Hoeve, A., und Drost, H. (2002) Leren Vernieuwen: een onderzoek naar zoek- en leergedrag van agrarisch ondernemers. Wageningen University and Research Centre, Stoas Research.
- Jansen, J., Steuten, C., Renes, R., Aarts, N., und Lam, T. (2010) Debunking the myth of the hard-to-reach farmer: Effective communication on udder health. *Journal of Dairy Science*, 93, 3, 1296-1306.
- Jeschke, K. (2007) Die Rolle des Beziehungsmarketings für Beratungsunternehmen - Verhaltenstheoretische Grundlagen und Gestaltungsanforderungen. In: Nissen, V. (Hrsg.) Consulting Research Unternehmensberatung aus

- wissenschaftlicher Perspektive. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, 197-215.
- Kirner, L., Payrhuber, A. und Winzheim, M. (2015) Weiterbildung und Beratung im Bereich der Unternehmensführung in Österreich. Evaluierung bestehender Angebote und Erhebung künftiger Bedarfe aus Sicht potenzieller Kunden. Forschungsbericht der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik. Wien.
- Lechner, C. (2016) Die verschiedenen Beziehungsebenen im Beratungsprozess. Bachelorarbeit an der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik. Wien.
- Luley, H., Kröger, M. und Rieken, H. (2014) Beratung ökologisch wirtschaftender Erzeuger in Deutschland. Kommunikation und Beratung - Sozialwissenschaftliche Schriften zur Landnutzung und ländlichen Entwicklung. Band 117. Weikersheim: Margraf Publishers.
- Mandl, C. (2014) Bildungsevaluierung Ländliche Entwicklung LE 07-13. Ländlicher Raum, Online-Fachzeitschrift des BMLFUW, 01/2014, 1-9.
- Mayring, P. (2015) Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 12. überarbeitete Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Petzold, H. G. (2003) Interdisziplinär beraten - sich ergänzen: Überlegungen zu „Beratung“ als Disziplin und Praxis in der modernen Wissensgesellschaft. Düsseldorf, Amsterdam. URL: [www.donau-uni.ac.at/imperia/md/content/studium/umwelt\\_medizin/psymed/artikel/beratung1.pdf](http://www.donau-uni.ac.at/imperia/md/content/studium/umwelt_medizin/psymed/artikel/beratung1.pdf) (7.11.2018).
- Rieken, H. und Kröger, M. (2015) Alles keine Frage des Preises: Die Vielfalt des Beratungsangebots führt zu zufriedenen Erzeuger/innen. In: Häring A.M., Hörning, B. und Hoffmann-Bahnsen, R. (Hrsg.) Beiträge zur 13. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau. URL: [http://orgprints.org/26925/1/26925\\_rieken.pdf](http://orgprints.org/26925/1/26925_rieken.pdf) (7.11.2018).
- Rogers, M. E. (1995) Diffusion of innovations. New York: Simon and Schuster.
- Rüther, C. (2007) Untersuchungen zur Qualitätsbestimmung landwirtschaftlicher Fachberatung aus Kundenperspektive. Lübeck und Marburg.
- Schmid, K. (2008) Zum Nutzen der Weiterbildung. Internationaler Literaturreview und individuelle Weiterbildungserträge von Teilnehmerinnen und Teilnehmer an WIFI-Kursen. Wien: ibw Forschungsbericht Nr. 144.
- Statistik Austria (2018) Agrarstrukturerhebung 2016. Schnellbericht 1.17. Wien: Eigenverlag.
- Vierboom, C., Härten, I. und Simons, J. (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. Frankfurt am Main, 97-134.
- Wildraut, C. und Mergenthaler, M. (2016). Landwirtschaftliche Fachberatung in der NRW-Schweinehaltung. Eine empirische Untersuchung aus Sicht der Landwirtschaft. Forschungsbericht des Fachbereichs Agrarwirtschaft Soest Nr. 40.
- Welpe, I. (2008) Die Entstehung von Vertrauen im Kontext von Unsicherheit und Informationssymmetrie. Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 78, 12, 1251-1284.