

Mehrwert der Bildung für landwirtschaftliche Betriebe



Andrea Payrhuber
Veronika Hager

Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien
Zentrum für Weiterbildung und Drittmittelprojekte | ERP
Angermayergasse 1, 1130 Wien

www.haup.ac.at

Wien, Jänner 2025

Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
Land- und Forstwirtschaft,
Regionen und Wasserwirtschaft


LE 14-20
Entwicklung für den Ländlichen Raum

Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



INHALT

INHALT	II
1. EINLEITUNG	1
1.1 Hintergrund.....	1
1.2 Ziele und Forschungsfragen	1
1.3 Aufbau der Studie.....	1
2. THEORETISCHER RAHMEN	2
2.1 Qualitätskriterien für Bildungsangebote	2
2.1.1 Definition Qualität.....	2
2.1.2 Qualitätskriterien für Bildungsangebote der Aus- Fort- und Weiterbildung für Erwachsene	3
2.2 Wirkung von Bildung auf die österreichische Landwirtschaft	6
2.2.1 Erhöhung der Produktivität.....	6
2.2.2 Nachhaltigkeit und Umweltschutz	7
2.2.3 Wirtschaftliche Effizienz.....	8
2.2.4 Anpassungsfähigkeit an Veränderungen	9
2.2.5 Soziale und gesellschaftliche Auswirkungen.....	9
2.2.6 Transfer von Wissen und Technologien.....	11
2.3 Studien zu Themen und Methoden in der Weiterbildung und Beratung	11
3. METHODENBESCHREIBUNG	13
3.1 Erkenntnisinteresse	13
3.2 Narrative Interviews	13
3.2.1 Stichprobe	14
3.2.2 Erhebungs- und Auswertungsmethode	15
3.3 Online-Befragung.....	16
3.3.1 Fragebogen und statistische Auswertung.....	16
3.3.2 Anschreiben.....	16
3.3.3 Grundgesamtheit und Stichprobe.....	17
3.3.4 Statistische Analyse.....	17

4. ERGEBNISSE DER QUALITATIVEN INTERVIEWS	18
4.1 Auswertung der Interviews	18
4.1.1 Information über das Kursangebot und einzelne Kurse	18
4.1.2 Erwartungen an Weiterbildung.....	19
4.1.3 Ziele von Weiterbildung	20
4.1.4 Kursauswahl und Voraussetzungen	21
4.1.5 Mitnahmeeffekte	24
4.1.6 Zukunftsthemen	27
4.1.7 Pflichtveranstaltungen	28
4.1.8 Aussagen über Landwirt:innen.....	28
5. ERGEBNISSE DER SCHRIFTLICHEN BEFRAGUNG	31
5.1 Betriebsstruktur und Demographie	31
5.2 Teilnahme an Weiterbildung und Anbieter	40
5.3 Motivation an Weiterbildung	47
5.4 Wert der Weiterbildung	54
5.5 Mitnahmeeffekte der Weiterbildung und Kosten – Nutzen – Bewertung	60
5.6 Bildung und Beratung & Kanäle für Aufmerksamkeit	63
5.7 Rahmenbedingungen & Methoden der Weiterbildung	69
6. ZUSAMMENFASSUNG	74
7. ABBILDUNGEN	76
8. TABELLEN	78
9. LITERATURVERZEICHNIS	80
10. ANHANG	XV

1. EINLEITUNG

1.1 Hintergrund

Bildung hat eine weitreichende Wirkung auf die Landwirtschaft, die sich in erhöhten Erträgen, nachhaltigen Praktiken, wirtschaftlicher Effizienz und einer verbesserten Lebensqualität manifestiert. Durch gezielte Bildungsmaßnahmen können Landwirt:innen nicht nur ihre eigenen Betriebe optimieren, sondern auch einen positiven Beitrag zu den Herausforderungen der modernen Landwirtschaft leisten. Die kontinuierliche Weiterbildung ist daher entscheidend für die Zukunftsfähigkeit der Landwirtschaft.

Verschiedene Studien bestätigen die gesteigerte Produktivität auf den Betrieben durch Weiterbildung (u.a. Schmid, 2008, Böheim & Schneeweis, 2007).

1.2 Ziele und Forschungsfragen

In der vorliegenden Studie wird ein Beitrag zum Erkennen des mannigfaltigen Mehrwerts von Bildung geleistet. Erkenntnisobjekt sind österreichische Landwirtinnen und Landwirte und deren Bedarfe, Präferenzen und Wünsche bezüglich landwirtschaftlicher Weiterbildung.

Ziel der Studie ist es zu erkennen, welche Funktionen das Weiterbildungsangebot für seine Kundinnen und Kunden hat. Daraus werden Entwicklungspotenziale abgeleitet, die einen bestmöglichen Wirkungsgrad bedeuten.

1.3 Aufbau der Studie

Kapitel 2 gibt einen Überblick über Qualitätskriterien in der Bildung, zeigt mögliche Wirkungen von Bildung auf die österreichische Landwirtschaft auf und präsentiert Literaturrecherchen zu ähnlich gelagerten Studien. In Kapitel 3 werden die eingesetzten Methoden beschrieben, die sich aus qualitativen Interviews und einer Online-Befragung zusammensetzen. Die Ergebnisse der qualitativen Interviews werden in Kapitel 4 präsentiert. Das darauffolgende Kapitel enthält die Ergebnisse der schriftlichen Befragung.

2. THEORETISCHER RAHMEN

Bildung ist für die österreichische Landwirtschaft von zentraler Bedeutung. Sie fördert nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit sondern ermöglicht es Landwirt:innen auch, sich an Veränderungen anzupassen und wirtschaftlich erfolgreich zu agieren. Durch gezielte Bildungsmaßnahmen wird die Zukunft der Landwirtschaft gesichert und die Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung gelegt.

In den nachfolgenden Kapiteln wird näher auf unterschiedliche Qualitätskriterien eingegangen und diskutiert, welche Wirkung Bildung auf die österreichische Landwirtschaft haben kann. Ebenso werden unterschiedliche Studien zu bevorzugten Themen und Methoden in Österreichs Landwirtschaft vorgestellt.

2.1 Qualitätskriterien für Bildungsangebote

In der schulischen, hochschulischen und universitären Ausbildung sichern Lehrpläne, Curricula, Gesetze und Verordnungen die Qualität. Im außerschulischen Bereich, also in der Aus-, Fort- und Weiterbildung für Erwachsene, ist die Sicherung von Qualität ebenfalls von großer Bedeutung. Nachstehend werden unterschiedliche Qualitätskriterien für Bildungsangebote hergeleitet und formuliert.

2.1.1 Definition Qualität

Qualität wird gemäß der Norm DIN EN ISO 9000:2015, der gültigen Norm im Qualitätsmanagement, als „Grad, in dem ein Satz inhärenter Merkmale eines Objekts Anforderungen erfüllt“ definiert (DIN EN ISO 9000:2015). Die Qualität gibt somit an, in welchem Maße ein Produkt, eine Ware oder eine Dienstleistung den bestehenden Anforderungen an Leistung entspricht. Diese Anforderungen werden von den Kund:innen gestellt, im Falle der Bildung von den Aus-, Fort- und Weiterbildungsteilnehmer:innen.

Damit die Qualität einer Weiterbildung beurteilt werden kann, müssen zuvor gewisse Ansprüche definiert und anschließend mit dem Bildungsangebot abgeglichen werden. Für die allgemeine Spezifizierung der Anforderungen können Qualitätsstandards herangezogen werden (DIN EN ISO 9000:2015).

2.1.2 Qualitätskriterien für Bildungsangebote der Aus- Fort- und Weiterbildung für Erwachsene

Die Teilnehmer:innen in der Aus-, Fort- und Weiterbildung sind sehr heterogen und haben vielfältige Bedürfnisse. Dennoch lassen sich allgemein gültige Qualitätskriterien darstellen.

Diese Kriterien sollen keine normativen Ziele eines Bildungsprodukts sein, sondern vielmehr eine Leitlinie für Bildungsanbieter darstellen. Sie sollen zur Weiterentwicklung anregen und zur kritischen Reflexion ihrer Bildungsangebote beitragen (Achtenhagen & Lempert, 2000).

Die Ausarbeitung der vorliegenden Qualitätskriterien basiert auf dem Diskurs zur Qualität von Bildung für nachhaltige Entwicklung und berücksichtigt sowohl die Erfordernisse und Erfahrungen aus der Bildungspraxis als auch theoretische Grundlagen zu Qualität und Wirkungsorientierung (Himpele & Stock-Homburg, 2014). Die nachstehende Auswahl an Qualitätskriterien, welche nach inhaltlichen, methodisch-didaktischen und formalen Kriterien geclustert ist, soll eine Orientierung und Hilfestellung für die Konzeption von Bildungsangeboten bieten.

Inhaltliche Qualitätskriterien

Die Inhalte eines Bildungsangebots sollten die Heterogenität der Teilnehmer:innen berücksichtigen und sich an den Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung orientieren. Sie sollten die Wechselwirkungen von Entscheidungen und Handlungen thematisieren.

- **Lebensweltbezug:** Das Bildungsangebot bietet die Möglichkeit, Verknüpfungen zur Lebenswelt der Teilnehmer:innen herzustellen (Ehlers, 2013).
- **Kontroversität / Pluralität / Multiperspektivität:** Unterschiedliche fachliche und normative Perspektiven werden verdeutlicht, zueinander in Beziehung gesetzt und können entsprechend verglichen, abgewogen und kritisch beleuchtet werden (Ehlers, 2013).
- **Handlungsmöglichkeiten / Veränderbarkeit:** Der Inhalt des Bildungsangebots wird als veränderbar und prinzipiell gestaltbar dargestellt (Ehlers, 2013).
- **Nachhaltigkeit:** Das Bildungsangebot bezieht Überlegungen zur Nachhaltigkeit ein und regt zu weiterführenden Überlegungen an (Himpele & Stock-Homburg, 2014).
- **Wertorientierung:** Das Bildungsangebot beinhaltet Fragen nach Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten in einem gesellschaftlichen Kontext und berücksichtigt dabei auch strukturelle (verbraucher)politische Anforderungen (Himpele & Stock-Homburg, 2014).

- **Sachgerechte Darstellung / Analyse:** Die fachlichen Perspektiven ermöglichen eine angemessene Untersuchung. Die entscheidenden Aspekte und Informationen werden vollständig und unverzerrt dargeboten, sind korrekt und aktuell (Ehlers, 2013).
- **Inhaltliche Strukturierung:** Das Bildungsangebot weist eine schlüssige Struktur auf, sodass der Aufbau für die Teilnehmer:innen nachvollziehbar ist und ein kumulativer Lernprozess möglich wird. Die Struktur bietet genügend Raum für didaktische Anpassungen (Achtenhagen & Lempert, 2000).

Methodisch-didaktische Qualitätskriterien

Die Teilnehmer:innen stehen im Mittelpunkt des Bildungsprozesses, wodurch die Inhalte des Bildungsangebots zielgruppenadäquat und altersgerecht aufbereitet sind. Unterschiede wie Alter oder Vorkenntnisse werden berücksichtigt.

- **Teilnehmer:innen- und Zielgruppenorientierung:** Die Zugänge zum Lerngegenstand sind so gestaltet, dass sich möglichst viele Teilnehmer:innen angesprochen fühlen. Erfahrungen und Interessen der Teilnehmer:innen werden aufgenommen (Ehlers, 2013).
- **Offene Lernatmosphäre:** Das Bildungsangebot bietet Ansätze für freie Arbeitsformen und ermöglicht es den Teilnehmer:innen, eigene Bezüge und Bewertungen zum Lerngegenstand einzubringen (Ehlers, 2013).
- **Zielorientierung:** Es werden Bildungsziele, Lernziele oder bei umfangreicheren Bildungsangeboten Bezüge zu Curricula formuliert und in der Vermittlung sichtbar integriert (Achtenhagen & Lempert, 2000).
- **Handlungsorientierung:** Das Bildungsangebot sieht eigene Erfahrungen der Teilnehmer:innen durch Phasen der Erprobung, Anwendung und Reflexion vor (Achtenhagen & Lempert, 2000).
- **Nachhaltigkeit:** Das Bildungsangebot bezieht Überlegungen zur Nachhaltigkeit ein und regt zu weiterführenden Überlegungen an (Himpele & Stock-Homburg, 2014).
- **Kompetenzorientierung:** Die Aufgabenstellungen tragen den maßgeblichen Kompetenzen Rechnung (insbesondere Wissen und Fertigkeiten sowie Handlungs-, Reflexions- und Urteilsfähigkeit) (Himpele & Stock-Homburg, 2014).
- **Methodenorientierung:** Die Methoden, Lern- und Arbeitstechniken sind sinnstiftend und lerngruppengerecht gestaltet, um den Lerngegenstand angemessen zu erschließen und kooperatives Lernen zu fördern (Ehlers, 2013).

- **Sozialformen:** Die Methoden sind vielseitig und beinhalten kooperative Arbeitsweisen. Fragen der Arbeitsteilung, Gruppendynamik und Koordination werden in die Arbeitsaufträge integriert (Achtenhagen & Lempert, 2000).
- **Arbeitsaufträge:** Die Arbeitsaufträge sind durchdacht, zur Erschließung des Lerngegenstandes geeignet, vielseitig und differenziert (Ehlers, 2013).

Formale Kriterien eines Bildungsangebots

Qualität ist nicht nur ein wichtiges Marketingargument, sondern vermittelt auch Vertrauen und Seriosität des Angebots. Externe und unabhängige Qualitätsstandards und Zertifizierungen von Bildungsinstituten und Kursangeboten, aber auch Gütesiegel und Personenzertifizierungen gewährleisten diese Qualität.

- **Zertifizierungen und Gütesiegel:** Bildungsangebote sollten durch externe und unabhängige Institutionen zertifiziert sein, um eine objektive Bewertung der Qualität zu gewährleisten (Himpele & Stock-Homburg, 2014).
- **Transparenz:** Bildungsanbieter sollten klare und transparente Informationen über Inhalte, Methoden, Ziele und Kosten der Bildungsangebote bereitstellen (Achtenhagen & Lempert, 2000).
- **Teilnehmerfeedback:** Regelmäßige Evaluationen und Feedback der Teilnehmer

sind wichtig, um die Qualität der Bildungsangebote kontinuierlich zu verbessern (Ehlers, 2013).

- **Qualifikation der Lehrenden:** Die fachliche und didaktische Qualifikation der Lehrenden ist ein entscheidender Faktor für die Qualität des Bildungsangebots (Ehlers, 2013).
- **Räumliche und technische Ausstattung:** Eine angemessene räumliche und technische Ausstattung trägt wesentlich zur Lernatmosphäre und zum Lernerfolg bei (Ehlers, 2013).

Qualitätskriterien für Bildungsangebote im Bereich der Aus-, Fort- und Weiterbildung für Erwachsene sind vielfältig und betreffen inhaltliche, methodisch-didaktische sowie formale Aspekte. Diese Kriterien dienen als Leitlinien für Bildungsanbieter und sollen zur kontinuierlichen Verbesserung und kritischen Reflexion der Bildungsangebote beitragen. Die Sicherung von Qualität ist entscheidend, um den Ansprüchen und Bedürfnissen der Teilnehmer gerecht zu werden und nachhaltige Lernerfolge zu ermöglichen (Himpele & Stock-Homburg, 2014; Achtenhagen & Lempert, 2000; Ehlers, 2013).

2.2 Wirkung von Bildung auf die österreichische Landwirtschaft

Die Wirkung von Bildung auf die österreichische Landwirtschaft ist vielschichtig und hat sowohl unmittelbare als auch langfristige Auswirkungen auf die Betriebe, die Umwelt und die Gesellschaft. Nachfolgend werden die wichtigsten Wirkungsmechanismen der Bildung auf die Landwirtschaft dargestellt:

2.2.1 Erhöhung der Produktivität

Die Erhöhung der Produktivität in der Landwirtschaft kann durch eine Vielzahl von Bildungsmaßnahmen erreicht werden. Diese reichen von praktischen Schulungen in modernen Anbaumethoden und Technologien sowie Herdenmanagement bis hin zu betriebswirtschaftlichen Kenntnissen. Durch gezielte Weiterbildung können Landwirt:innen nicht nur ihre Erträge steigern, sondern auch effizienter und nachhaltiger arbeiten, was insgesamt zu einer Verbesserung der landwirtschaftlichen Produktion führt. (Schmidt & Möller, 2019; Lee & Watanabe, 2020)

Produktivitätssteigerung ist in allen Sparten der Landwirtschaft möglich. Nachsteigend werden exemplarisch Möglichkeiten aufgezeigt.

- **Wissen über Anbautechniken und Einsatz von Technologien:** Gut ausgebildete Landwirt:innen sind oft besser in der Lage, moderne Anbautechniken und Technologien anzuwenden, was zu höheren Erträgen führt. Zum Beispiel kann die Schulung in Präzisionslandwirtschaft dazu beitragen, den Einsatz von Düngemitteln und Wasser zu optimieren, wodurch die Erträge steigen. Der Einsatz von Drohnen zur Überwachung von Feldern kann helfen, Probleme wie Schädlinge oder Nährstoffmangel frühzeitig zu erkennen und eine schnellere Reaktion ermöglichen.
- **Züchtung und Auswahl von Pflanzen:** Standortangepasste Sorten können die Produktivität in der Landwirtschaft steigern, da sie optimal auf die spezifischen Bedingungen abgestimmt sind. Sie tragen zur wirtschaftlichen Stabilität der Landwirtschaft bei und fördern die Erhaltung der Biodiversität, was die Resilienz der Agrarsysteme stärkt.
- **Nutzung von Daten und Analysen:** Schulungen, die Landwirt:innen beibringen, wie sie Bodenanalysen durchführen und Nährstoffe gezielt einsetzen können, tragen dazu bei, die Bodenfruchtbarkeit zu optimieren. Dies kann die Erträge um 15-25 % steigern, indem gezielt auf die Bedürfnisse der Pflanzen eingegangen wird. Wettervorhersagetools können Landwirt:innen helfen, den besten Zeitpunkt für

Aussaat und Ernte zu bestimmen. Durch präzise Planung können Ernteverluste minimiert und die Erträge maximiert werden.

- **Betriebswirtschaftliche Schulungen:** Schulungen in Betriebswirtschaftslehre helfen Landwirt:innen, ihre Ressourcen besser zu verwalten und Kosten zu reduzieren. Ein besseres Verständnis von Kostenrechnung kann zu einer effizienteren Planung und damit zu höheren Erträgen führen, indem Überinvestitionen vermieden werden. Weiterbildungen im Bereich Marketing und Vertrieb ermöglichen es Landwirt:innen, ihre Produkte besser zu positionieren und gezielt zu vermarkten. Dies kann zu höheren Verkaufszahlen und damit zu einer gesteigerten Gesamtproduktivität führen.
- **Innovationen:** Bildung fördert Innovationsfähigkeit. Landwirt:innen, die über aktuelle Forschungsergebnisse informiert sind, können neue Sorten oder Anbaumethoden ausprobieren, die besser an die klimatischen Bedingungen angepasst sind.

2.2.2 Nachhaltigkeit und Umweltschutz

Durch gezielte Schulungsmaßnahmen können Landwirt:innen die ökologischen Auswirkungen ihrer Praktiken minimieren, Ressourcen effizienter nutzen und eine nachhaltige landwirtschaftliche Produktion sicherstellen. Solche Maßnahmen sind nicht nur vorteilhaft für die Umwelt, sondern tragen auch zur langfristigen wirtschaftlichen Stabilität der österreichischen Betriebe bei. (Krauss & Matzdorf, 2018)

- **Ökologisches Bewusstsein:** Bildung sensibilisiert Landwirt:innen für umweltfreundliches Wirtschaften. Schulungen über den integrierten Pflanzenschutz oder biologische Anbaumethoden fördern den verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen, was zu einer Reduktion von Chemikalien und einer Verbesserung der Bodenqualität führt.
- **Ressourcenschonung:** Kenntnisse über effiziente Bewässerungsmethoden und den sparsamen Einsatz von Düngemitteln helfen, natürliche Ressourcen zu schonen und auch Kosten zu sparen.
- **Kohlenstoffbindung und Klimaschutz:** Weiterbildungen über die Vorteile von Fruchtfolgen und Diversifizierung der Kulturen können dazu beitragen, den Kohlenstoffgehalt im Boden zu erhöhen und die Resilienz gegenüber Schädlingen und Krankheiten zu verbessern. Studien zeigen, dass eine vielfältige Bepflanzung zu einer besseren Kohlenstoffbindung führt.
Bildung über die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft in der Landwirtschaft fördert die Wiederverwertung von Materialien und Nährstoffen. Landwirte lernen, Abfälle zu

minimieren und Materialien effizienter zu nutzen, was sowohl ökonomische als auch ökologische Vorteile mit sich bringt.

- **Nachhaltige Tierhaltung:** Schulungsprogramme, die sich mit tiergerechter Haltung und Fütterung befassen, fördern das Wohlergehen der Tiere und die Qualität der Produkte. Bildungsangebote über die richtige Lagerung und Anwendung von Gülle können dazu beitragen, die Nährstoffeffizienz zu maximieren und die Umweltbelastung durch Überdüngung zu vermindern. Dies verbessert sowohl die Bodenqualität als auch die Wasserressourcen.

2.2.3 Wirtschaftliche Effizienz

Wirtschaftliche Effizienz in der Landwirtschaft bedeutet, mit gegebenen Ressourcen (Arbeit, Kapital, Land, Zeit) den maximalen Gewinn zu erzielen (Pfeffer & Stöckl, 2017). Nachfolgend sind Beispiele angeführt, wie Bildung die wirtschaftliche Effizienz in der österreichischen Landwirtschaft steigern kann:

- **Kostenmanagement und -kontrolle:** Gut ausgebildete Landwirt:innen sind in der Lage, ihre Betriebe wirtschaftlicher zu führen. Kenntnisse in Buchhaltung und Kostenrechnung ermöglichen eine bessere Planung und Kontrolle der Betriebskosten. Fortbildungen zum effizienten Einsatz von Betriebsmitteln wie Dünger, Pflanzenschutzmittel und Saatgut helfen, Kosten zu senken und gleichzeitig die Erträge zu sichern. Dies beinhaltet das Verständnis von Nährstoffbedarf, Anwendungstechniken und dem Einsatz von Präzisionslandwirtschaft. Fortbildungen zum effizienten Arbeitszeitmanagement helfen, Arbeitsabläufe zu optimieren und die Arbeitszeit effektiv zu nutzen.
- **Marketing und Vertrieb:** Bildung ermöglicht Landwirten, sich erfolgreich am Markt zu positionieren. Direktvermarktungsstrategien ermöglichen es Landwirt:innen, ihre Produkte direkt an die Verbraucher:innen zu verkaufen und höhere Preise zu erzielen. Anpassungsfähigkeit an Veränderungen.
- **Finanzmanagement:** Schulungen in Finanzplanung und -kontrolle helfen Landwirt:innen, ihre Finanzen zu verwalten und ihre Investitionen zu optimieren. Dies kann die Erstellung von Finanzplänen, die Beantragung von Fördermitteln und die Nutzung von Finanzierungsinstrumenten umfassen.
- **Technologischer Wandel:** Mit dem Aufkommen neuer Technologien müssen Landwirte oft ihre Methoden anpassen. Weiterbildung in digitalen Tools wie

Farmmanagement-Software oder Datenanalyse ermöglicht es den Landwirten, effizienter zu arbeiten.

2.2.4 Anpassungsfähigkeit an Veränderungen

Die Anpassungsfähigkeit an Veränderungen ist für die österreichische Landwirtschaft essentiell, um in einem dynamischen Umfeld erfolgreich zu sein. Nachfolgende Beispiele zeigen auf, wie Bildung die Landwirtschaft in diesem Bereich fördern kann (Sinabell, Streicher & Haslmayer, 2021).

- **Reaktion auf Klimawandel:** Bildung hilft Landwirten, sich an die Herausforderungen des Klimawandels anzupassen. Schulungen zu klimafreundlichen Anbaumethoden oder zur Auswahl resistenter Sorten können die Resilienz der Betriebe erhöhen.
- **Umgang mit Marktveränderungen:** Bildung in der Entwicklung und Vermarktung neuer Produkte und Dienstleistungen hilft Landwirt:innen, ihre Abhängigkeit von einzelnen Märkten zu reduzieren und Risiken zu minimieren. Dies könnte den Anbau von Nischenprodukten oder die Entwicklung von Direktvermarktungsstrategien umfassen. (Diversifizierung). Schulungen in Marketing und Vertrieb helfen Landwirt:innen, ihre Produkte effektiv zu vermarkten und neue Absatzmärkte zu erschließen.
- **Umgang mit technologischen Veränderungen:** Schulungen in der Anwendung von digitaler Technologie, wie z.B. Präzisionslandwirtschaft, Drohnen, Sensoren und Datenanalyse, helfen Arbeitsprozesse zu optimieren. Auch Automatisierungen in der Landwirtschaft (z.B. autonome Traktoren, Melkroboter) ermöglichen es, noch effizienter zu arbeiten.
- **Umgang mit regulatorischen Veränderungen:** Schulungen über die aktuelle EU-Agrarpolitik und deren Auswirkungen auf die Landwirtschaft helfen Landwirten, die Fördermöglichkeiten zu nutzen und die regulatorischen Anforderungen zu erfüllen. Dies beinhaltet das Verständnis von Antragsverfahren und die Einhaltung von Umwelt- und Tierschutzvorschriften.

2.2.5 Soziale und gesellschaftliche Auswirkungen

Agrarische Aus- und Weiterbildung hat nicht nur eine direkte Auswirkung in der Landwirtschaft, sondern reicht weit darüber hinaus und trägt damit zu einer nachhaltigeren, gerechteren und widerstandsfähigeren Gesellschaft bei (Buchmann & Henn, 2018).

- **Stärkung ländlicher Räume:** Gut ausgebildete Landwirte haben oft bessere wirtschaftliche Perspektiven und sind eher bereit, in ländlichen Gebieten zu bleiben und ihre Betriebe weiterzuführen. Dies trägt zur Stabilisierung der ländlichen Bevölkerung bei und verhindert den Abwanderungsprozess. Mehr noch können erfolgreiche landwirtschaftliche Betriebe sogar zur Entwicklung der ländlichen Infrastruktur beitragen, z.B. durch Investitionen in die lokale Wirtschaft, die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Verbesserung der Lebensqualität.
- **Verbesserung der Lebensmittelsicherheit:** Bildung in nachhaltigen landwirtschaftlichen Produktion trägt zur Verbesserung der Lebensmittelsicherheit bei, indem sie die Ressourceneffizienz steigert, die Umweltbelastung reduziert und die Qualität der Lebensmittel verbessert. Direktvermarktung und regionalen Wertschöpfungsketten fördern den Konsum regionaler Produkte und stärken die lokale Wirtschaft. Dies trägt zur Versorgungssicherheit und zur Ernährungssouveränität bei. Schulungen in Hygiene und Qualitätsmanagement verbessern die Lebensmittelqualität und -sicherheit. Dies reduziert das Risiko von Lebensmittelerkrankungen und steigert das Vertrauen der Verbraucher.
- **Soziale Gerechtigkeit und Inklusion:** Zugang zu Bildung und Weiterbildung ermöglicht es Menschen aus allen sozialen Schichten, in der Landwirtschaft erfolgreich zu sein. Dies trägt zur sozialen Gerechtigkeit und Inklusion bei. Eine wettbewerbsfähige Landwirtschaft schafft Arbeitsplätze in ländlichen Gebieten und bietet Beschäftigungsmöglichkeiten für verschiedene Bevölkerungsgruppen.
- **Umweltbewusstsein und Bildung:** Gut ausgebildete Landwirt:innen können die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Umweltschutz besser kommunizieren und die Öffentlichkeit für die Herausforderungen der Landwirtschaft sensibilisieren. Sie tragen so zu einer positiveren öffentlichen Wahrnehmung der Landwirtschaft bei und stärken das Vertrauen der Verbraucher:innen in die Lebensmittelproduktion.
- **Vernetzung und Zusammenarbeit:** Bildung schafft Netzwerke zwischen Landwirt:innen, Berater:innen und Wissenschaftler:innen. Solche Netzwerke fördern den Wissensaustausch und die Zusammenarbeit, was zu einer stärkeren Gemeinschaft und Innovationskraft führt.
- **Erhöhung der Lebensqualität:** Durch den Zugang zu Bildung können Landwirt:innen ihre Lebensbedingungen verbessern. Höhere Einkommen und nachhaltige Praktiken tragen dazu bei, das Wohlergehen in ländlichen Gemeinschaften zu steigern.

2.2.6 Transfer von Wissen und Technologien

Effektiver Wissenstransfer ist ein kontinuierlicher Prozess, der durch verschiedene Akteure und Strategien unterstützt werden muss. Nur so kann sichergestellt werden, dass Innovationen schnell und effektiv in der Praxis eingesetzt werden und zum Nutzen der Landwirt:innen und der Gesellschaft beitragen.

- **Netzwerke und Erfahrungsaustausch:** Ausgebildete Landwirt:innen können ihr Wissen an andere weitergeben, was einen positiven Einfluss auf die gesamte Gemeinschaft hat. So können Schulungsprogramme oder Workshops dazu führen, dass Raum für Erfahrungsaustausch zu ermöglichen.
- **Forschung und Entwicklung:** Bildungseinrichtungen und Forschungsinstitute spielen eine zentrale Rolle bei der Entwicklung und Etablierung neuer Technologien oder Wirtschaftsweisen. Die Zusammenarbeit zwischen Forschung und Praxis ermöglicht einen schnellen Transfer von Innovationen in die Landwirtschaft. (AKIS)
- **Agrarkommunikation:** Landwirt:innen agieren als Multiplikator:innen mit der Gesellschaft. Sei es in Form von agrarpädagogischen Maßnahmen oder in der direkten Kommunikation mit der Gesellschaft (offline und online).

2.3 Studien zu Themen und Methoden in der Weiterbildung und Beratung

Studien von Kirner et al. (2019) untersuchten die präferierten Themen für Weiterbildungen und Beratungen in den Bereichen Rinder- und Schweinehaltung sowie in der Schaf- und Ziegenhaltung. Laut Angaben der befragten Personen kann dadurch eine Professionalisierung der Weiterbildung und Beratung stattfinden und zur Lösung der künftigen Herausforderungen beigetragen werden.

In der quantitativen Erhebung zum Rinder- bzw. Schweinebereich wurden 18 Themen vorgeschlagen und ihr Bedarf von den Befragten in einer fünfteiligen Skala (von 1 „sicher ja“ bis 5 „sicher nein“) eingestuft. Wichtigste Themen sind die Tiergesundheit und Hygiene, das Förderwesen, die Fütterung, Lebensqualität, Grünland und Futterbau, Betriebswirtschaft, Umwelt und Ressourceneinsatz (Kirner et al., 2019).

Ein ähnliches Bild zeigt sich in der Schaf- und Ziegenhaltung. Auch hier stehen Themen wie Tiergesundheit, Förderungswesen, Grünland und Weide, Lebensqualität, Wirtschaftlichkeit oder Fütterung ganz oben bei den Präferenzen (Kirner et al., 2020).

Hoeve & Drost (2002) fanden heraus, dass Fachzeitschriften, Berufskolleg:innen, Händler:innen, aber auch Kund:innen jene Quellen sind, die Landwirt:innen zur Informationsbeschaffung für ihren Betrieb heranziehen. Sowohl die Studie für den Rinder- und Schweinebereich, als auch im Bereich der Schaf- und Ziegenhaltung bestätigen, dass der Erfahrungsaustausch mit Kolleg:innen an oberster Stelle im Hinblick auf den Kanal der Informationsbeschaffung steht (Kirner et al. 2019; 2020).

Voraussetzung zur vollen Ausschöpfung der vorhandenen Potenziale ist, dass die Angebote zur Weiterbildung und Beratung von den Landwirt:innen auch angenommen werden. Ein wichtiger Faktor dabei ist die Zeit. Der Mangel an Zeit ist ein häufig genanntes Argument, warum Angebote nicht wahrgenommen werden (Kirner et al., 2019). Aufgrund der aktuellen Entwicklungen zeigt sich, dass dieses Problem in Zukunft kaum behoben werden kann. Opportunitätskosten für Weiterbildungen und Beratungen werden so lange steigen, wie in der Landwirtschaft mehr Aufgaben bei gleicher Zeit erfüllt werden müssen. Bildung und Beratung stehen also weiterhin mit anderen Aufgaben, die auf den Betrieben erledigt werden müssen, in Konkurrenz. Somit ist der Faktor Zeit einer der wichtigsten in der Planung von Angeboten. Auch andere Studien (u.a. Diesenreiter & Sukitsch, 2007) bestätigen den Faktor Zeit, die familiären Strukturen sowie die Unabkömmllichkeit am Betrieb als Grund für eine Nichtinanspruchnahme von Angeboten zur Weiterbildung oder Beratung. Eine weitere wichtige Voraussetzung ist die Darstellung des Nutzens für Landwirt:innen. Bereits von Anfang an muss klar sein, was für die Teilnehmer:innen der Mehrwert am Besuch der Veranstaltung bzw. der Beratung ist (Lam et al., 2011).

3. METHODENBESCHREIBUNG

Damit ein umfangreiches Bild der aktuellen Situation und möglicher Entwicklungen geschaffen werden kann, werden unterschiedliche Erhebungs- und Analysemethoden eingesetzt. Um die daraus gewonnenen Erkenntnisse verstärkt in die praktische Bildungs- und Beratungsarbeit zu integrieren, wurde im Anschluss an die Studie ein Workshop mit Bildungsverantwortlichen durchgeführt.

3.1 Erkenntnisinteresse

In der Studie wird der Stellenwert von Bildung für eine erfolgreiche Landwirtschaft untersucht. Dabei wird der Bogen von den Interessen und Bildungsbedürfnissen von österreichischen Landwirt:innen über ihre Teilnahme an Weiterbildungen bis hin zur Mitnahme von Inhalten und weiteren Faktoren gespannt.

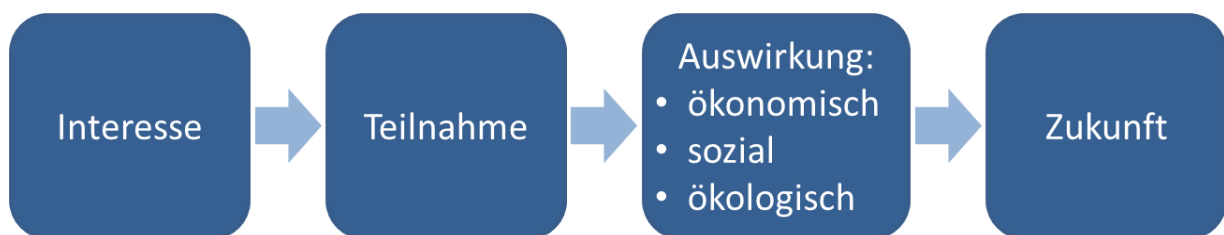


Abbildung 1: Spannweite der Weiterbildungsdynamik

3.2 Narrative Interviews

Bei narrativen Interviews wird mit einer offenen Eingangsfragestellung begonnen, um einen möglichst unbeeinflussten Erzählfluss anzuregen. So erfährt man, was den Interviewpartner:innen wichtig ist und welche Aspekte im Zusammenhang mit dem jeweiligen Thema für sie relevant sind. Damit alle forschungsrelevanten Fragen beantwortet werden, wird bei der narrativen Methode ein Fragenkatalog erstellt (exmanentes Nachfragen genannt), der nach der selbstläufigen Erzählung von den Interviewten beantwortet werden soll. In der Regel werden aber die meisten dieser Fragen von den Interviewten bereits im ersten selbstläufigen Teil beantwortet, ohne dass diese explizit gestellt wurden, weil sie für sie/ihn ohnehin zum

Thema gehören. Die Interviewerin bzw. der Interviewer stellt, wenn der Interviewte ihre/seine Erzählung beendet hat, die noch nicht beantworteten Fragen und bekommt so von allen Interviewten ein vollständiges Bild über alle Aspekte, die für die Studie relevant sind.

Vorteil der narrativen Interviews ist hier das tiefergehende Verständnis von Wünschen oder Erfahrungen in Bereichen der landwirtschaftlichen Weiterbildung aus Sicht der interviewten Landwirtinnen und Landwirte. Im selbstläufigen Teil, in dem sie erzählen können was ihnen wichtig erscheint, kommen sie durch den Erzählverlauf auf die verschiedenen Aspekte, die ihnen bei kurzen Leitfragen nicht einfallen würden. Man muss sich in ein Thema hineindenken, um Details berichten zu können. Dadurch können Aspekte und Faktoren sichtbar gemacht werden, die durch die folgende Befragung nur sehr schwer generierbar wären, die auch den Forschenden zuvor noch nicht zugänglich sind. Es geht also in erster Linie neue Denkmuster zu erfahren, um das Wissen über bekannte Auswahl- und Bewertungskriterien zu erweitern. Die Interviews stellen keine repräsentative Stichprobe dar, gehen dafür in die Tiefe und unterstützen so auf der einen Seite die Formulierung der Forschungsfragen und die entsprechende Operationalisierung (formulieren von Fragen und Antwortmöglichkeiten) für den Fragebogen. Es handelt sich bei den Interviews um Einzelmeinungen, die nicht auf Landwirtinnen und Landwirte in Österreich zutreffen, aber dennoch ein Stimmungsbild liefern. Erste Muster können herausgearbeitet werden, die als Grundlage der weiteren Forschungsschritte dienen und dann auch quantifiziert werden können.

3.2.1 Stichprobe

Die Stichprobe setzt sich aus 16 Landwirt:innen aus den verschiedenen Bundesländern zusammen, die in den letzten drei Jahren mindestens ein Weiterbildungsangebot genutzt haben. Die Auswahl der interviewten Betriebsleiter:innen war von der Überlegung geleitet, Personen einzubinden, die eine möglichst große Vielfalt an besuchten Weiterbildungsangebote und deren Bewertung repräsentieren, um dadurch eine Palette an Zielen hinter dem Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen kennen lernen zu können.

Die Interviews wurden im Zeitraum Mai 2024 bis August 2024 durchgeführt. Die Interviews konnten vollständig persönlich vor Ort, also am Hof der Interviewten durchgeführt werden. Die Interviews wurden aufgezeichnet und später verschriftlicht. Die Interviewdauer lag zwischen 45 und 120 Minuten. Die Durchführung der Interviews war durchwegs von einer am Thema interessierten und offenen Atmosphäre zu Fragen der Weiterbildung geprägt.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die interviewten Personen.

	Betriebssparte	Geschlecht	Alter
1.	Ochsenmast, Hühner, Christbaumkultur, Streuobstwiesen, SaB, DV	w	30
2.	Rinder, Mutterschafe	m	60
3.	DV, Edelbrände	w	59
4.	Milchviehbetrieb	w	29
5.	Milchviehbetrieb	w	63
6.	Grünlandbetrieb mit Milchwirtschaft	w	42
7.	Zuchtschweine	w	47
8.	Lämmerproduktion, DV	w	38
9.	Schule am Bauernhof	w	44
10.	Mutterschafe	m	34
11a.	Milchviehbetrieb	m	39
11b.	Milchschafe, Legehennen, DV	w	37
12.	Milchviehbetrieb, DV	w	30
13.	Milchviehbetrieb	m	29
14.	Milchviehbetrieb	m	29
15.	Milchziegen, Gastronomie mit Direktverkauf	w	58

Tabella 1: Übersicht über die Interviewpartner:innen

3.2.2 Erhebungs- und Auswertungsmethode

Zur Auswertung wurde mit der Dokumentarische Methode nach Bohnsack (2010) gearbeitet. Er arbeitet nach den Richtlinien der rekonstruktiven Sozialforschung. Dabei wird in zwei Schritten vorgegangen. Zuerst werden die einzelnen Interviews unabhängig voneinander ausgewertet. Die Relevanz der von den interviewten Landwirtinnen und Landwirte erzählten Themen bestimmt die Auswertung. Dabei wird zwischen Oberthemen (OT) und Unterthemen (UT) differenziert wird. Im zweiten Schritt werden die verschiedenen Interviews miteinander

verglichen (= komparative Analyse). Dabei werden über die Gemeinsamkeiten und Unterschiede, die bei diesem Vergleich herausgearbeitet werden, Zusammenhänge zwischen unterschiedlichen Faktoren (die Interviewten oder deren familiäre oder betriebliche Situation) sichtbar.

3.3 Online-Befragung

Ergänzend zu den Interviews wurde eine Online-Umfrage mittels Survey Monkey durchgeführt. Hauptziel der Befragung war es Ergebnisse aus den Interview zu quantifizieren, um so Schlüsse für die Weiterentwicklung von landwirtschaftlichen Weiterbildungsangeboten ziehen zu können. Das Anschreiben erfolgte via nichtpersonalisierte E-Mails.

3.3.1 Fragebogen und statistische Auswertung

Die Erstellung des Fragebogens wurde - geleitet durch Forschungsfragen zum Thema - von einer Arbeitsgruppe umgesetzt. Dabei wurden auch Kenntnisse aus früheren Studien (Kirner, Payrhuber, & Prodinger, 2018) (Kirner, Payrhuber, Prodinger, & Hager, 2019), die im Themenbereich der landwirtschaftlichen Weiterbildung durchgeführt wurden und Ergebnisse aus den Interviews der aktuellen Studie mit einbezogen.

Zur Testung wurde der Fragebogen zuerst von der Arbeitsgruppe, bereits über das Befragungssystem, online getestet. Nach der Freigabe wurde der Fragebogen von rund 30 Landwirt:innen getestet, Rückmeldungen über eine Unklarheit bei einer Fragenformulierung konnten noch zur Verbesserung genutzt werden.

3.3.2 Anschreiben

Die Landwirtinnen und Landwirte erhielten eine Mail, in der sie gebeten wurden, durch ihren Beitrag zur Weiterentwicklung des landwirtschaftlichen Weiterbildungsangebots beizutragen. Unterzeichnet wurde das Anschreiben von „Andrea Payrhuber & Veronika Hager für die Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik“ und „Florian Herzog für das LFI Österreich“. Der Link zur Umfrage war in das Mail eingebettet, mit der Beantwortung der Fragen konnte so direkt begonnen werden.

3.3.3 Grundgesamtheit und Stichprobe

Die Grundgesamtheit stellen alle im INVEKOS-Datensatz gelisteten Betriebsleiter:innen dar, die im Oktober 2024 im System eine E-Mailadresse hinterlegt hatten. Das waren insgesamt 79.764 Mailadressen. 14.447 Mailadressen davon waren ungültig bzw. konnten die Mails nicht zugestellt werden. Das ergibt eine Nettostichprobe von 65.317 Mailadressen, an die das Anschreiben zugestellt werden konnte. 9.992 Mails wurden nicht geöffnet. Das kann verschiedene Gründe haben. Entweder ist das Mail im Junk gelandet oder die Empfänger wollten es nicht öffnen. 9.839 Personen haben die Umfrage abgeschlossen, das entspricht einer Ausschöpfung von 15,06%. 45.486 Personen haben die Umfrage abgebrochen. Wenn sie relevante Fragen noch beantwortet haben, wurden diese Antworten berücksichtigt, um bei den Ergebnissen den Abbrecher-Bias nicht zu verstärken. Die ersten demographischen Daten mussten dafür aber beantwortet sein.

3.3.4 Statistische Analyse

Die Daten werden dahingehend ausgewertet, dass nach der Auswertung aller gestellten Fragen zusätzlich Ähnlichkeiten und Unterschiede in den einzelnen Themenblöcken nach verschiedenen Merkmalen herausgearbeitet werden. Als Merkmale dienen u.a. die Betriebsgröße, das Alter der Betriebsleiter:innen, die Wirtschaftsweise oder ihr Weiterbildungsinteresse. Ausgewertet wurde mittels EXCEL.

4. ERGEBNISSE DER QUALITATIVEN INTERVIEWS

Auf der Basis des ersten Analyseschritts, der reflektierenden Interpretation, in dem relevante Themen aus allen Interviews identifiziert werden, konnten acht Themen benannt werden. Im zweiten Analyseschritt, der komparativen Analyse, werden die Antworten aus den einzelnen Interviews verglichen, um Trendmeinungen und Widersprüche herausarbeiten zu können.

4.1 Auswertung der Interviews

4.1.1 Information über das Kursangebot und einzelne Kurse

Konkrete Inhalte, die von den Interviewten als benötigt angesehen werden, werden vorwiegend via Internetrecherche und im Kurskatalog gesucht. Bei der Internetrecherche wird die Website der Landwirtschaftskammer als wichtiges Medium genannt.

Daneben werden auch persönliche Kontakte und Empfehlungen von Berufskolleg:innen als wichtige Informationsquelle angeführt. Ein junger Milchbauer schwärmt von seinem Praktikum im Rahmen seiner Ausbildung an einer landwirtschaftlichen Fachschule, bei dem ihm der Betriebsleiter durch sein umfangreiches Wissen beeindruckt hat und stellt fest *„Betriebsleiter hat immer von dem Meister geredet“* (Milchvieh, Tirol, 29) Das hat ihn nicht mehr losgelassen, bis er wenige Jahre später, als er den Hof schon übernommen hatte, Freunde animiert hat, mit ihm gemeinsam die Meisterausbildung zu machen, von der er nach dem Abschluss noch immer überzeugt ist. Dieser Fall steht für die wichtige Multiplikatorenrolle von Absolvent:innen verschiedenster Bildungsangebote.

Die Relevanz von persönlicher Information zeigt sich auch beim Thema Netzwerke. Die meisten Interviewten geben an, dass sie sich innerhalb ihrer Netzwerke über Bildungsangebote austauschen.

Auch Informationen, die durch landwirtschaftliche Verbände erhalten werden, werden als wichtige Quelle genannt.

4.1.2 Erwartungen an Weiterbildung

Jede Entscheidung für eine Weiterbildung ist mit Erwartungen verknüpft, die eine Person oder Personengruppe dazu motivieren diese überhaupt zu besuchen. In der Motivationspsychologie werden diese als handlungsleitend beschrieben (Heckhausen, 1989) Es wird dabei zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation unterschieden. Bei intrinsischer Motivation geht es um das Handeln an sich, bei extrinsischer Motivation um das Ergebnis, das aus der Handlung resultiert. Erwartungsgemäß stehen die extrinsischen Handlungsziele im Vordergrund.

An erster Stelle stehen konkrete Erwartungen über den Erwerb von Wissen oder Fertigkeiten in ganz genau definierten Bereichen bzw. mit genau definierten Zielvorstellungen. Diese werden aus den unterschiedlichen Bereichen angeführt und reichen von Kenntnissen über Tiergesundheit, über Veredelungsverfahren bis hin zu pädagogischen Kenntnissen zum Umgang mit Kindern bei Schule am Bauernhof. Diese genannten Themenfelder sind so vielfältig wie die Betriebsausrichtungen der interviewten Landwirtinnen und Landwirte und werden genau nach dem aktuellen Wissens- und Kompetenzbedarf ausgewählt.

Wollen die Landwirtinnen und Landwirte neue Geschäftsfelder erschließen, ist das bei bildungsaffinen Landwirtinnen und Landwirte ebenfalls mit dem Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen verknüpft. Dabei zeigen sich in den Interviews zwei Zugänge. Der erste ist, dass in einem sehr frühen Stadium Kurse besucht werden, um Ideen zu generieren und zu sammeln, um so zu einer Entscheidungsfindung bezüglich der geplanten Maßnahmen zu gelangen. Ist die Entscheidung bereits gefallen, so wird sehr konkret nach Angeboten gesucht, die alle Schritte der Betriebsumstellung oder -erweiterung unterstützen, damit ohne Fehler oder Verzögerungen entwickelt werden kann, da diese Geld und/oder Zeit kosten und teilweise auch nicht mehr rückgängig gemacht werden können, besonders werden hier bauliche Maßnahmen genannt, die gut durchdacht sein müssen.

Bezogen auf die generellen Erwartungen an die Weiterbildung wird durchgängig „praxisnahes Wissen“, das am Betrieb direkt umgesetzt werden kann, als wichtigstes Entscheidungskriterium genannt. Dabei wird viel Wert auf die fachliche Kompetenz der Vortragenden gelegt, einige der interviewten Landwirtinnen und Landwirte weisen auch auf regionale Kenntnisse hin, die die Vortragenden mitbringen müssen, damit die Weiterbildung einen zielführenden Erkenntnisgewinn für sie bringt.

Auf jeden Fall soll bei jedem Thema die Kosten-Nutzen-Rechnung in der Weiterbildung Platz finden, da diese den Interviewten als betriebswirtschaftliche Entscheidungsgrundlage essentiell ist.

4.1.3 Ziele von Weiterbildung

Ziele von Weiterbildung beinhalten einen primären Nutzen, der den inhaltlichen Bereich (Wissenserwerb, Erlernen neuer Techniken und Fertigkeiten, Berechnungen und Bewertungen von Maßnahmen, etc.) abdeckt, und einen sekundären Nutzen, der darüber hinaus einen Mehrwert bietet, der zum eigentlichen Kursziel hinzukommt. Bei der Entscheidung für eine Weiterbildung steht in der Regel der primäre Nutzen im Vordergrund, bei Personen, die öfter eine Weiterbildung besuchen wird auch der sekundäre Nutzen zum Treiber. Beide stehen aber nicht unverbunden nebeneinander, sondern ergänzen und befördern sich wechselseitig. Das wird auch bei den Interviews sichtbar.

Vordergründig werden primäre Ziele in Form von inhaltlichen Erwartungen genannt, die oben bereits erwähnten konkreten inhaltlichen Anforderungen kombiniert mit konkreten Erwartungen welche Informationen man aus dem Kurs mitnehmen möchte. *„Je besser ich selber Bescheid weiß, umso weniger muss ich mir von andern sagen lassen wie es geht.“* An zweiter Stelle wird aber direkt, besonders von den jüngeren Interviewten, das persönliche Interesse genannt. Sie geben an, dass sie sich inspirieren lassen möchten, neue, noch unbekannte Informationen erhalten möchten, um ihren Horizont zu erweitern. Konkret wird in diesem Zusammenhang auch gesagt *„wenn ich weiß was Sache ist, kann ich vorausplanen und nicht nur reagieren“*. Dafür wird hohe Expertise gefordert, der man vertrauen kann.

Neben den inhaltlichen Zielen werden auch soziale Ziele genannt, die als sekundäre Ziele einzustufen sind. Die Bildung von Netzwerken unter Kolleg:innen, die als eine stabile Basis für das Arbeiten im Betriebsfeld erklärt werden, steht dabei an erster Stelle. *„Kompetenz wird im Vergleich mit anderen erkannt und entwickelt“* bringt es ein interviewter Landwirt auf den Punkt.

Direkt gefolgt werden die Netzwerke vom erhofften Kontakt zur Expert:innen, die konkrete Fragen beantworten können und die für spätere Beratungssituationen hinzugezogen werden können. Konkret wurde auch ein Tierarzt genannt, der nach der Weiterbildung für eine regelmäßige Begleitung gewonnen werden konnte, um schon präventiv bestmöglich wirtschaften zu können. In zwei Fällen wurde aber auch Abwechslung als Ziel genannt, gepaart mit der Intention auf neue Gedanken zu kommen.

Vergleicht man diese Ziele mit den Dimensionen, die Ryan & Deci (2000) im Rahmen ihrer Selbstbestimmungstheorie anführen, so zeigt sich, dass alle Komponenten auch in den Interviews genannt wurden. Die von den interviewten Landwirtinnen und Landwirten angeführten Ziele zielen auf eben diese Selbstbestimmung ab.

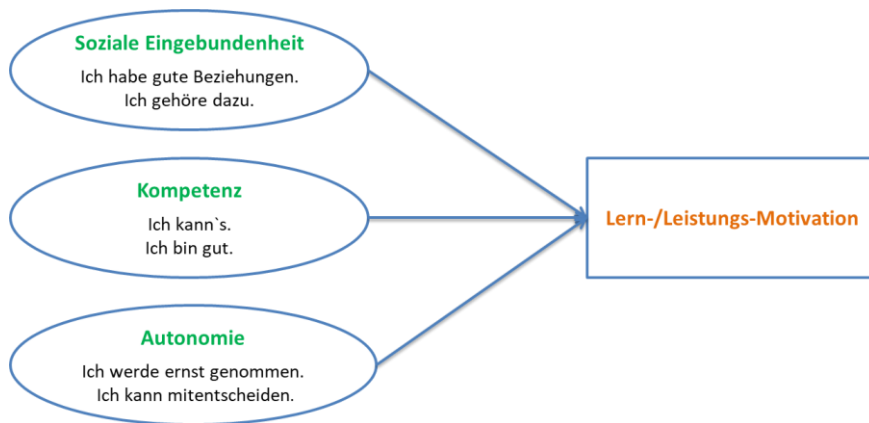


Abbildung 2: Selbstbestimmungstheorie nach Ryan & Deci (2000)

Anders formuliert lässt sich folgern, dass Weiterbildung als Mittel zum selbstbestimmten Wirtschaften genutzt wird.

Erkennbar ist auch ein Zusammenhang zwischen Weiterbildungswunsch, der Teilnahme an Arbeitskreisen und hoher Einschätzung des Stellenwerts von Netzwerken.

→ Ein Weiterbildungsaffiner Landwirtinnen- und Landwirtetyp, der Wissen als Basis für Autonomie und Selbstbestimmtheit ansieht, der wirtschaftlichen Erfolg hat und der auch als Multiplikator für Berufskolleg:innen förderlich sein kann.

Die Frage, die sich an der Stelle ableiten lässt: Wie kommen Landwirt:innen in diese positive Dynamik? Welche Rolle spielt das landwirtschaftliche Schulwesen an der Stelle bereits und wie könnten Synergieeffekt (noch) besser genutzt werden, um lebenslanges Lernen als Instrument der Betriebsentwicklung forcieren zu können.

4.1.4 Kursauswahl und Voraussetzungen

Die Kursauswahl hängt bei den Interviewten in erster Linie mit der jeweiligen Betriebsentwicklung zusammen. Genannt werden in diesem Zusammenhang Betriebsumstellungen aus Gründen der Rentabilität oder zur Arbeitserleichterung aber auch Arbeitsorganisation am Betrieb „Also ein bisserl umstellen vom Stil her, vom System her, dass man es ein bisschen einfacher macht, weil man doch recht viel händisch machen.“ (Milchvieh_weibl_30). Diversifikationsvorhaben und -entwicklungen, als wichtiges Standbein, werden ebenfalls als entscheidender Grund für Weiterbildungen genannt.

Auch persönliche Entwicklung wird genannt, besonders positiv wird vor allem von jüngeren Interviewten eingeschätzt, wenn beide Aspekte im Kurs transportiert werden. Wenn also inhaltliche Komponenten mit Komponenten der Persönlichkeitsentwicklung kombiniert werden. Von einer interviewten Landwirtin wird in diesem Zusammenhang auch erwähnt, dass

sie durch das Absolvieren des Zertifikatslehrgangs auch eine bessere Diskussionsbasis gegenüber ihrem Mann hatte und man sich entsprechen mehr auf Augenhöhe begegnen konnte. Dieses Beispiel zeigt, das fundiertes Wissen per se schon einen Aspekt der Persönlichkeitsbildung darstellt, da man inhaltlich argumentieren kann, was wiederum Selbstsicherheit bedeutet.

Vergleicht man die Aussagen aus den Interviews mit dem Modell der Interessensgenese von Krapp (1998), lassen sich die Interviewaussagen den Bedingungsfaktoren zuordnen. Sowohl die Person, die grundsätzlich Lösungen in der Weiterbildung sucht, als auch die Situation, die Wissen oder Kompetenzen erfordert, zeigen sich in den Interviews.

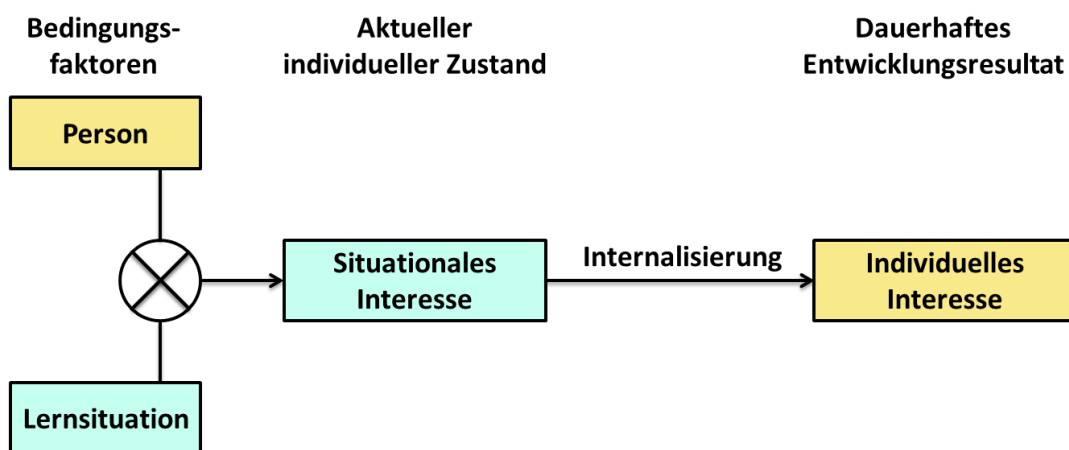


Abbildung 3: Rahmenmodell der Interessensgenese Quelle: Krapp (1998, S. 191)

Für den Weiterbildungsprozess bedeutet dies, dass zuerst ein Bildungsbedarf erkannt werden muss, was aus einer entsprechenden betrieblichen oder persönlichen Situation heraus geschieht. Wurde ein Bedarf identifiziert und es gab bereits positive Bildungserlebnisse, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass es zum Suchen und infolge zur Nutzung eines entsprechenden Bildungsangebotes kommt. Ist die Bewertung der Nützlichkeit wiederum positiv, so wird aus der situationsbezogenen Entscheidung für die Weiterbildung (situationales Interesse) ein internalisiertes Verhalten (individuelles Interesse), was bedeutet, dass Weiterbildungen bei der Person generell als Strategie verankert werden und es vermehrt zum Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen kommt. Es zeigt sich ein dynamischer Prozess der aus (Nutzen-)bewertung von Bildungsangeboten und Bereitschaft zur Teilnahme besteht. Diese Bereitschaft geht einher mit einer größeren Offenheit bezüglich verschiedener Themen, Angebote, Umsetzungsmöglichkeiten oder Denkweisen, die in den Weiterbildungen

vermittelt oder diskutiert werden. Je positiver man Weiterbildungen generell gegenübersteht, umso mehr ist man auch bereit sich auf den Inhalten einzulassen und zu überlegen, ob das eine oder andere für den eigenen Betrieb sinnvoll sein könnte oder auch nicht. Das zeigt sich bei den besonders bildungsaffinen Landwirtinnen und Landwirten in den Interviews deutlich. „Immer, wenn man in einen Kurs geht, man nimmt immer was mit, was dann den Betrieb ein bisschen verändern kann.“ (Milchvieh, männlich_29), „es [Weiterbildungen] bringt dich einfach selbst so viel weiter und irgendwann schließt sich dann letztendlich der Kreis [gemeint ist, dass die Einzelinformationen dann zusammenpassen]“ (Schaf_weiblich_34).

Bei diesen bildungsaffinen Personen ist auch der Wunsch nach kontinuierlicher Weiterbildung erkennbar, der nicht nur mit situativen Bildungsbedarfen argumentiert wird, sondern auch mit den bereits genannten Wünschen, immer auch zu wissen, wie sich die Lage in der Zukunft entwickeln verknüpft mit dem regelmäßigen Austausch mit Referent:innen und Berufskolleg:innen.



Abbildung 4: dynamischer Wissenskreislauf in der Landwirtschaft

Die Frage, die sich aus dieser Dynamik ergibt: Ist es sinnvoller, erst den Bedarf zu wecken, also zu erkennen oder soll erst das Interesse an Weiterbildung geweckt werden und in diesem Zusammenhang auch der Bedarf erkannt werden? Wahrscheinlich ist eine Kombination aus beiden Strategien am zielführendsten.

Am Angebot dürfte die Nicht-Teilnahme an Weiterbildungen nicht liegen, dieses wird von den meisten Interviewten als umfangreich und gut gesehen:

„Ja, also bei dem Angebot das das LFI hat, wenn da für einen persönlich nichts dabei ist, dann weiß ich es auch nicht.“ (Milchvieh_männl_29)

4.1.5 Mitnahmeeffekte

Die grundlegende Einstellung von bildungsaffinen Landwirt:innen kann mit einem Zitat eines Milchbauern (39) sehr gut verdeutlicht werden: „Also ich glaube es gibt, es gibt sicher bessere und nicht so gute Betriebe. Aber insgesamt glaube ich, findet man bei jedem findet jeder was zu verbessern. Es gibt keinen Betrieb, der perfekt ist.“ (...) Diese Einsicht ist der Motivator für intensive Weiterbildungs- und Beratungsanspruchnahme. Bei diesem Interviewten zeigt sich das besonders deutlich in der Phase der Betriebsumstellung (zu den Milchkühen auch Milchschafe), indem ganz konkrete Angebote von den Grundlagen der Schafzucht aufbauend bis hin zu Angeboten zu Spezialthemen ge- und besucht wurden, um gut gerüstet zu sein. Kombiniert mit dem Aufbau eines guten Netzwerks, deren Akteure sich gegenseitig unterstützen und mit Kontakten zu Fachexpert:innen, die im Umstellungsprozess beraten und unterstützen. Diese Unterstützung wird zu einer regelmäßigen fachlichen Begleitung. Die Gesamtheit an Bildung und Beratung wird äußerst positiv bewertet und die Umstellung, die gerade erfolgt, wird äußerst positiv gesehen, da sowohl er als auch seine Ehefrau sich gut gerüstet fühlen. Eine interessante Aussage ist an der Stelle auch: *„Also wenn man dann ein paar Sachen doppelt hört, ist auch eine gute Sache. Das frischt wieder auf und beim zweiten Mal versteht man manche Sachen wieder ein bisschen besser oder anders.“* (Milchkühe und Milchschafe_männl_39) Diese Feststellung entspricht der Lerntheorie, dass gerade bei neuen Inhalten, und die sind in diesem Fall gegeben, da die Schafe für den Interviewten ein völlig neues Terrain darstellen, der Lerneffekt durch Wiederholungen und Anknüpfen an bekanntes Wissen stark verbessert werden kann.

Die erlebte Wirkung ist für die Interviewten eng mit den vermittelten Inhalten verknüpft. Es wird von den meisten Proband:innen erwartet, dass praxisbezogene Inhalte so vermittelt werden, dass sie direkt im eigenen Betrieb umgesetzt werden können. Teilweise wird im Weiterbildungsangebot schon konkret nach den benötigten Inhalten gesucht, es wird aber

auch erwartet, dass durch die Referenten Themen aufgearbeitet werden, an die sie selbst noch gar nicht gedacht hätten, um sich und den Betrieb weiterentwickeln zu können.

Besonders positiv wird die Wirkung von Arbeitskreisen hervorgehoben. Die „Möglichkeit von erfolgreichen Betrieben zu lernen“ (Mutterschafe_männl_59) ist dabei ein wichtiges Argument, ebenso der Austausch unter Gleichgesinnten, die die vor den gleichen Herausforderungen und Problemen stehen. Dabei wird die Neutralität von Kammerberater:innen als AK-Leiter:innen besonders geschätzt, da diese im Gegensatz zu Vertretern von Firmen als neutral gesehen werden „die woin dir nix verkaufen“ (Mutterschafe_männl_59).

Dass sich durch das Treffen von Gleichgesinnten Netzwerke bilden wird ebenfalls als sehr relevant angesehen. „Jetzt habe ich in die Richtung ein Problem, dann kann ich mich an den oder den wenden.“ (Milchkühe_männl_39)

Weiterbildung aus „pädagogischem Interesse“ (Mischbetrieb_weibl_30) hat in einem Fall auch zum Beruf der Seminarbäuerin geführt, hat also auch einen lenkenden Faktor, der durch das Kennenlernen von neuen Möglichkeiten dazu führt, dass neue Wege eingeschlagen werden. Wichtig ist, dass das Interesse geweckt wird, so dass die Kontakte zu den neuen Inhalten überhaupt initiiert werden.

Die beschriebene Wirkung von Weiterbildungsangeboten geht über die fachliche Qualifizierung hinaus. Es werden sozialpsychologische Wirkungen erwähnt, die von der Orientierung was man selber machen möchte, über Motivationssteigerungen, Aufbau sozialer Netzwerke gleichgesinnter Landwirt:innen (Milchkühe_männl_39, Milchkühe_weibl_30), bis hin zur Steigerung vom persönlichen Selbstbewusstsein gehen. Gerade im landwirtschaftlichen Bereich, der durch seine Organisation in Familienstruktur sehr kleinteilig ist, hängt das Vorankommen von der persönlichen Motivation und Organisation der einzelnen Akteur:innen ab. Die Studie hat gezeigt, dass dieses eng mit Weiterbildung verknüpft ist. Dabei spielen sowohl primäre als auch sekundäre Weiterbildungsziele eine relevante Rolle für Erfolg bringende Mitnahmeeffekte.

Zusammenfassen wird die Relevanz der eigenen Initiative thematisiert. „Also kann ich das irgendwie so formulieren, dass Basiswissen aus dem Kurs und dann muss die eigene Initiative folgen.“ (Milchkühe_männl_39) „Es wird dann oft ein kleiner Punkt aufgegriffen, da wo du warst, haben wir schon mal gehört den Begriff und du bist dann, Du recherchierst dann nochmal genau und findest alles. Okay, warum ist das so? Was kann ich machen? Und da kannst du schon viel rausholen. Aber das ist halt genau die Eigeninitiative, wo du sagen musst: okay, ich setze mich dahinter und ich schaue mir das an.“ (Milchkühe_männl_39)

Diese Eigeninitiative benötigt aber auch entsprechende Kompetenzen. Es muss das Problem bzw. das fehlende Wissen als solches erkannt werden und darüber hinaus sind die richtigen Strategien für die Suche, das Einordnen und Verstehen von Informationen zum Thema nötig. An der Stelle wird die Verknüpfung zum Schulwesen sichtbar, in dem diese Kompetenzen ausgebildet werden.

Zusammenfassend lassen sich folgende Punkte identifizieren:

- Wissen und Kompetenzen, die **direkt im Betrieb umgesetzt** werden können
 - „Die praxisorientierte Ausbildung gab mir Sicherheit im Umgang mit Schülern und der Gestaltung von Aktivitäten am Hof. praktische Tipps und der Austausch mit anderen Teilnehmern waren besonders hilfreich, das Angebote realistisch zu gestalten.“
(SaB_weibl_44)
 - „Die LFI-Kurse, insbesondere der Zertifikatslehrgang "Schule am Bauernhof" haben mir geholfen konkrete Abläufe und Programme für Schulklassen zu entwickeln.“
(SaB_weibl_44)
- Betriebsentwicklung, **Ideen** für die Zukunft
 - „immer wenn man in einen Kurs geht, man nimmt immer was mit, was dann im Betrieb ein bisschen was verändern kann“ (Milchkühe_männl_29)
 - zum AK: „du kannst deinen Betrieb komplett zerlegen. Du kannst alles durchleuchten von den ganzen Zahlen her. Du siehst einfach alles. Du kannst dich verbessern und das ist richtig gut“ (Milchkühe_weiblich_30)
 - „Es gibt sicher bessere und nicht so gute Betriebe. Aber insgesamt glaube ich, findet man bei jedem was zu verbessern. Es gibt keinen Betrieb, der perfekt ist.“
(Milchschafe_weibl_37)
 - „Bewusstsein, dass Weiterbildung am Betrieb bares Geld bringt!“
(Mutterschaft_männl_59)
- Orientierung über **Trends** (Produktion und Vertrieb)
 - „Basiswissen aus dem Kurs und dann muss die eigene Initiative folgen“
(Milchschafe_weibl_37)
- **Ansprechpersonen** für konkrete Probleme
- **Kontakte** knüpfen
 - „bei Unternehmerschulungen haben wir eine super Gruppe gewinnen können. Wir haben mittlerweile einen kleinen Freundeskreis gebildet und man unterstützt sich gegenseitig betrieblich und das ist wirklich sehr sinnvoll.“ (Milchkühe_männl_29)
 - „das untereinander austauschen, das ist schon sehr, sehr viel wert. Und was mich irrsinnig viel weiterbringt und mir einfach super taugt“ (Milchkühe_weiblich_30)

- „Ein wichtiger Aspekt der Weiterbildung war der Austausch mit anderen Teilnehmern aus verschiedenen Bereichen der Landwirtschaft, was wertvolle Einblicke und Netzwerke ermöglichte.“ (Schafe_weibl_44)
- **Persönlichkeitsentwicklung** (Selbstbewusstsein, Rhetorik, Auftreten, Verhandlungsgeschick)
 - „Ich hätte mich nie getraut mich vorne hinzustellen und meine Anliegen zu vertreten.“ (Schweine_weibl_47)

4.1.6 Zukunftsthemen

Die Antworten auf die Frage nach den Zukunftsthemen fällt betriebsorientiert aus. Es werden fachliche Spezifikationen wie Produktionsverfahren, um Angebote zu erweitern verstärkte/vertiefende Kenntnisse im Bereich der Unternehmensführung besonders der Buchhaltung *„Zu viele Betriebsleiter beschäftigen sich zu wenig mit Buchhaltung, das ist einfach notwendig wenn man seinen Betrieb erfolgreich führen will.“*, Möglichkeiten den Tourismus (besser) zu nutzen, Kenntnisse über extensive Wirtschaftsweisen oder Direktvermarktung inklusive Veredelung zur Vermarktung und bespielen verschiedener Vermarktungsschienen werden als wichtige Themen für die Zukunft angeführt.

Es werden aber auch Metathemen genannt. Politische Bildung wird mehrfach genannt, die Begründung dafür wird im mangelnden Verständnis für das Funktionieren von Politik gesehen: *„die Bauern schimpfen da einfach zu viel und wissen nicht wie die Politik wirklich funktioniert“* (Zuchtschweine_weibl_47). Es wird angemerkt, dass es für die Zukunft immer wichtiger werden wird in Interessensvertretungen aktiv zu werden. Frauenförderung ist für viele Interviewte ein Thema, da sie die Relevanz von Frauen in der Landwirtschaft als hoch einschätzen.

Auch Bildung generell wird thematisiert: *„Bildung ist essenzielle für die Zukunft der Landwirtschaft. Nur durch kontinuierliche Weiterbildung können Landwirte den Herausforderungen der modernen Landwirtschaft begegnen und nachhaltige und profitable Betriebe führen.“* (Milchkühe_weibl_63) Diese Einschätzung stammt von der ältesten Probandin der Stichprobe.

Weiters werden noch Arbeitsorganisation (Unterstützung, Arbeitserleichterung, *„Familie als gleichberechtigtes Team“*), vermehrte Zusammenarbeit von Landwirt:innen in Form von formellen und informellen Netzwerken und eine aktive Öffentlichkeitsarbeit als wichtige Themen für die Zukunft genannt.

4.1.7 Pflichtveranstaltungen

Die Bewertung von verpflichtenden Veranstaltungen fällt heterogen aus. Es gibt positive Einschätzungen, die meinen, dass Pflichtveranstaltungen durchaus sinnvoll seien und auch immer etwas neues dabei ist aber auch negative, die angeben, es wäre immer das Gleiche und außerdem seien die Pflichtveranstaltungen überfüllt, so dass man auch nicht fragen könne. Aufbauende Pflichtveranstaltungen würden als sinnvoll erachtet. Aber es gibt auch die Einschätzung, dass sie für andere Landwirtinnen und Landwirte sinnvoll wären: „wenn es nicht verpflichtend wären, dann gingen viele gar nicht und man nimmt trotzdem was mit“ (Milchvieh_männl_29)

„Man erreicht auch Personen, die sonst nichts machen“ (Mutterschafe_männl_59)

„Ja, das ist ein bisschen eine Mentalitätsgeschichte, glaub i. Fü san halt der Meinung, dass ma scho alles wissen und alles können und dass ma für Veränderungen nicht offen sein müssn, sondern ... a bisserl der Bauernstand halt. Das muss man schon sagen.“ (Milchkühe_männlich_39)

„Sie haben Zeitmangel bzw. nehmen sie sich nicht die Zeit.“ Aus seiner Sicht nehmen immer dieselben Personen teil. (Mutterschafe_männl._59)

sollen, *„gewisse Leute brauchen das“*, dass verpflichtende Angebote beibehalten werden (Schweine_weibl_47),

Die Frage, die sich daraus ableiten lässt: Wie können Pflichtveranstaltungen (noch) besser an die Bedürfnisse der individuellen Teilnehmer:innen angepasst werden? (z.B. als Vertiefung)

4.1.8 Aussagen über Landwirt:innen

Ergänzend zu den Aussagen über Pflichtveranstaltungen, die für Landwirtinnen und Landwirte, die sonst gar keine Weiterbildung machen würden, als relevant erachtet werden, so werden Kolleg:innen, die wenig oder keine Weiterbildung besuchen, durchgängig (mit mehr oder weniger Verständnis) kritisiert.

Es wird auch betont, dass Frauen mehr einbezogen werden sollen, dass sie den LW Meister machen sollen, um sich gut in den Betrieb einbringen zu können.

Fragen die sich daraus ergeben:

- Wie können Bildungs skeptiker erreicht werden?
- Braucht es Einstiegsangebote?
- Wie kann der Entwicklungswille von Landwirt:innen geweckt werden?
- Wie können Frauen noch konkreter gefördert werden?

In ihrer Evaluationsstudie zu den lernenden Regionen entwickeln Heintel & Fasching (2011) ein Lernkonzept, indem es um eine größere Ebene des Lernens geht. Dafür wird gefordert strukturiert zuerst den Veränderungsbedarf anhand der Ziele für die jeweilige Region zu erhebt und erst dann daran die Lernmöglichkeiten festmacht. Heintel nennt dies „Lernen lernen“ indem nicht nur der Wissenstand verändert wird sondern auch das Bewusstsein für Zielsetzungen und eigene Einstellungen.

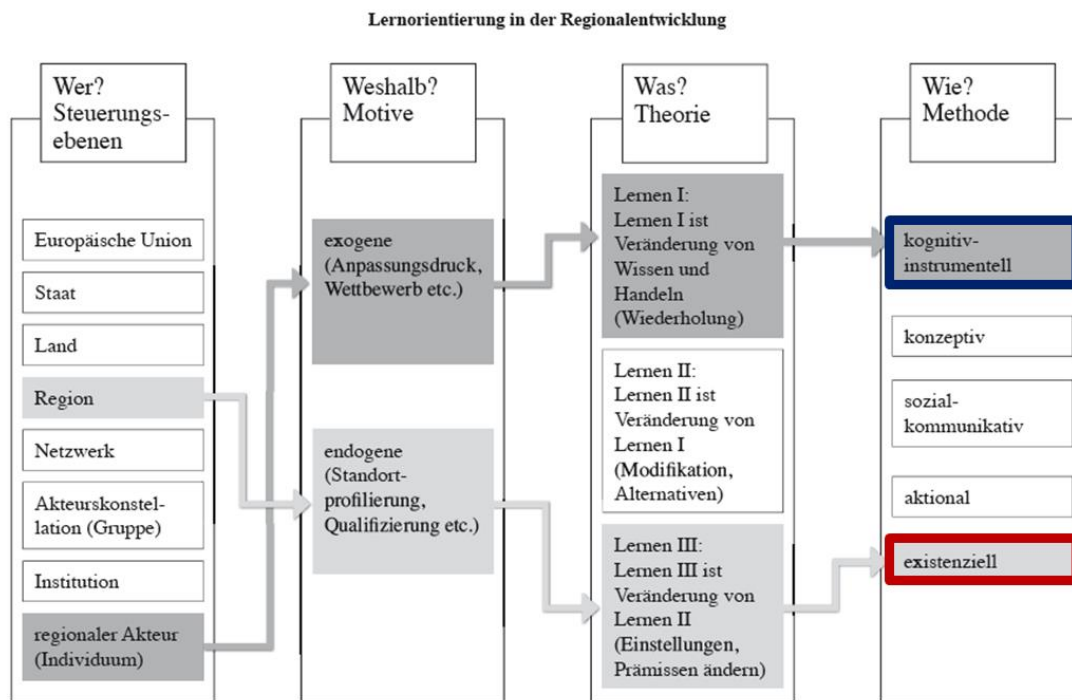


Abbildung 5: Lernorientierung in der Regionalentwicklung (Quelle: Heintel, 2005, S. 127)

In einigen Interviews war dieses strukturierte Vorgehen, heruntergebrochen von einer ganzen Region auf einen einzelnen Betrieb, erkennbar und kann in den folgenden drei Schritten zusammengefasst werden.

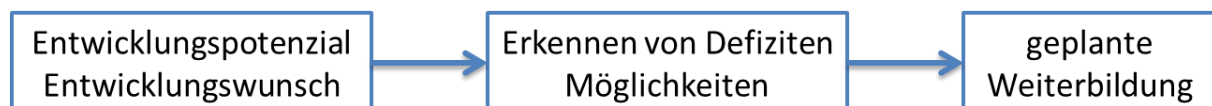


Abbildung 6: Lernen lernen nach (Heintel & Fasching, 2011) für landwirtschaftliche Betriebsführer:innen

Zuerst muss das Entwicklungspotenzial für den Betrieb definiert werden, dabei ist auch der Wunsch zur Umsetzung der Landwirtinnen und Landwirte wichtig, denn nur wenn Sie die Entwicklung auch vorantreiben wollen, machen die weiteren Schritte Sinn. Soll das Vorhaben in die Tat umgesetzt werden, ist eine Bestandsaufnahme von vorhandenem Wissen nötig. Wird das für die Entwicklungsmöglichkeiten benötigte Wissen als Soll herangezogen, so gibt die Differenz aus dem vorhandenen Wissen und dem benötigten Wissen den Weiterbildungsbedarf vor.

5. ERGEBNISSE DER SCHRIFTLICHEN BEFRAGUNG

5.1 Betriebsstruktur und Demographie

Verteilung nach Bundesländern

Die nachfolgende Auswertung zeigt die Verteilung der Betriebe, die an der Befragung teilgenommen haben, nach Bundesländern. Niederösterreich ist mit 3.554 Betrieben (24,8 %) am stärksten vertreten, dicht gefolgt von Oberösterreich mit 3.306 Betrieben (23,0 %). Steiermark liegt mit 2.328 Betrieben (16,2 %) an dritter Stelle. Tirol weist 1.678 Betriebe (11,7 %), Kärnten 1.256 (8,8 %) und Salzburg 1.200 (8,4 %) auf. Deutlich weniger Betriebe kommen in der Erhebung aus dem Burgenland (530 Betriebe, 3,7 %) und Vorarlberg (468 Betriebe, 3,3 %). Wien bildet mit nur 24 Betrieben (0,2 %) das Schlusslicht.

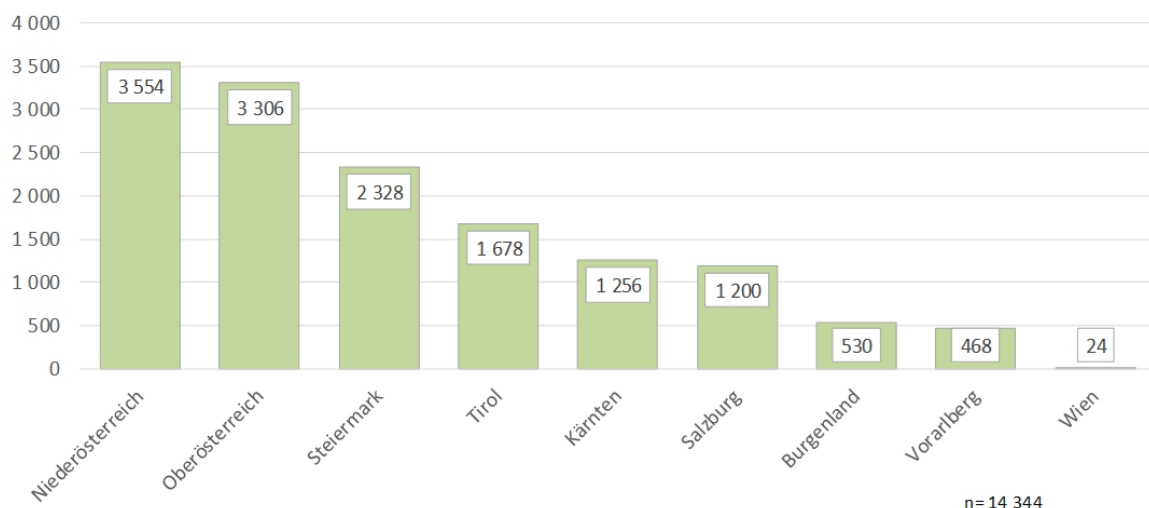


Abbildung 7: Verteilung der Stichprobe nach Bundesland

Dies spiegelt ganz gut die Verteilung der Betriebe gemäß der Agrarstrukturerhebung 2020 wieder. Hier führt Niederösterreich führt mit etwa 30 % der Betriebe, gefolgt von Oberösterreich mit rund 15 % und der Steiermark mit etwa 14 %. Tirol hat einen Anteil von ca. 10 %, während das Burgenland und Kärnten etwa 8 % bzw. 7 % ausmachen. Vorarlberg trägt mit ca. 5 % zur Gesamtzahl bei, während Wien mit nur etwa 1 % die geringste Anzahl an landwirtschaftlichen Betrieben aufweist.

Alter

Bezogen auf die Altersstruktur zeigt das nachfolgende Diagramm die Altersverteilung der befragten Personen. Der Großteil befindet sich in den Altersgruppen zwischen 51 und 60 Jahren (30,7 %) sowie 41 und 50 Jahren (29,9 %). Auch die Gruppe der 31- bis 40-Jährigen ist mit 25,3 % noch stark vertreten. Deutlich seltener sind hingegen jüngere Betriebsführer:innen unter 30 Jahren, die lediglich 7,6 % ausmachen. Noch geringer ist der Anteil der über 60-Jährigen mit 6,6 %. Insgesamt zeigt sich, dass die Mehrheit der Stichprobe mittleren Alters ist, während jüngere und ältere Generationen deutlich unterrepräsentiert sind.

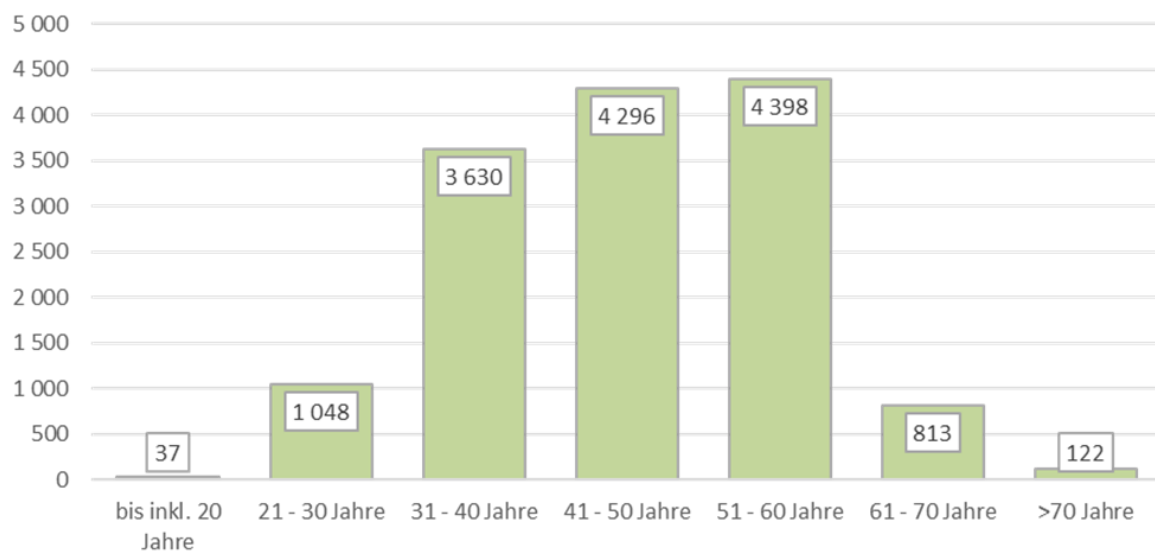


Abbildung 8: Alter der befragten Personen, n=14.344

Höchste abgeschlossene Ausbildung

Die meisten Personen dieser Stichprobe haben eine berufsbildende mittlere Schule ohne Matura (39,9 %) oder lediglich die Pflichtschule (32,8 %) als höchste Ausbildung abgeschlossen. Deutlich seltener sind höhere Bildungsabschlüsse vertreten: Nur 10,1 % haben ein Studium absolviert, und die allgemeinbildende höhere Schule mit Matura kommt auf lediglich 3,8 %. Dies zeigt, dass die Mehrheit der befragten Personen eine praxisnahe Ausbildung ohne Matura besitzt.

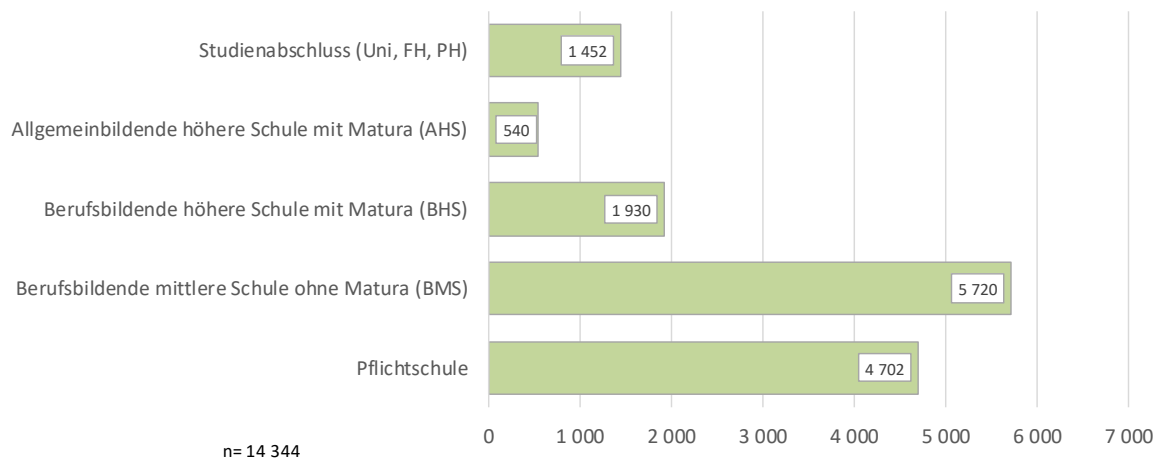


Abbildung 9: höchste abgeschlossene Ausbildung

Landwirtschaftliche Ausbildungen

Die Mehrheit der Betriebsführer hat eine land- oder forstwirtschaftliche Fachschule abgeschlossen (59,1 %). Deutlich weniger haben eine Meisterausbildung (14,4 %) oder eine höhere Schule mit Matura (8,8 %) absolviert. Ein land- oder forstwirtschaftlicher Studienabschluss ist mit nur 2,3 % selten. Zudem fällt die Kategorie „Sonstiges“ mit 15,5 % ins Gewicht, was auf alternative Ausbildungswege hinweist. Insgesamt zeigt sich, dass praxisnahe Fachschulen in der landwirtschaftlichen Ausbildung dominieren.

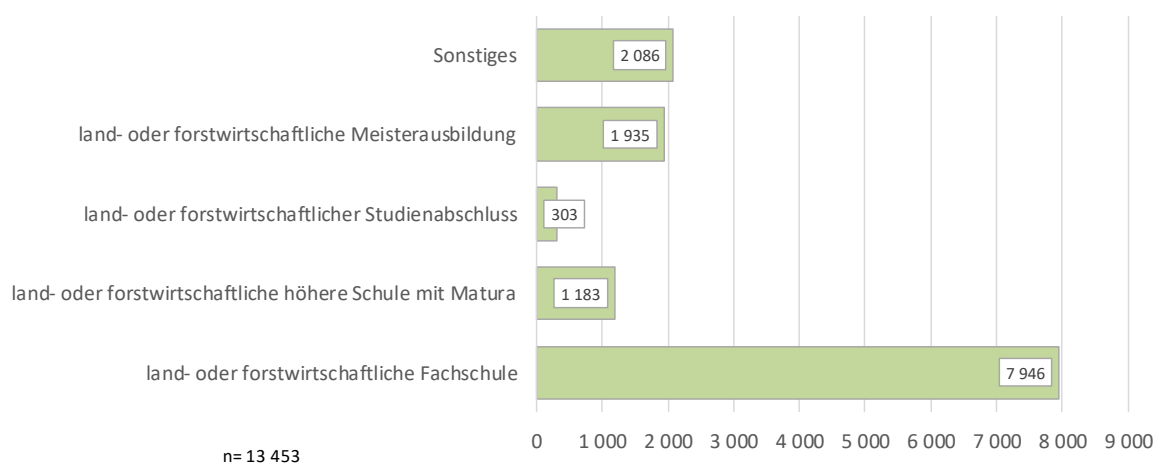


Abbildung 10: landwirtschaftliche Ausbildungen (Mehrfachantworten möglich)

Haupt- und Nebenbetriebszweige

Um die Stichprobe besser abschätzen zu können und optimale Maßnahmen für zukünftige Bildungsprodukte ableiten zu können, wurden die Teilnehmer:innen gebeten, anzugeben, welcher Hauptzweig am eigenen Betrieb vorhanden ist. Darüber hinaus bestand die Möglichkeit, zusätzliche Zweige, die am jeweiligen landwirtschaftlichen Betrieb verfolgt werden, auszuweisen.

Die Grafik zeigt die Verteilung der Haupt- und Nebenzweige im **Bereich der Tierhaltung**. Die meisten Betriebe sind in der Milchviehhaltung tätig (35,3 % im Hauptzweig), gefolgt von der Mutterkuhhaltung (18,0 %). Auch die Rindermast ist mit 15,9 % ein wichtiger Bereich. Bei den weiteren Zweigen sticht die Geflügelhaltung hervor, mit 25,7 %, gefolgt von Schweinehaltung (13,5 %) und Schafen sowie Ziegen (14,0 %). Weniger verbreitet sind Pferdehaltung (5,6 % im Hauptzweig) und sonstige Tierhaltung (3,0 %). Insgesamt zeigt sich eine starke Präsenz der Rinder und Geflügelhaltung.

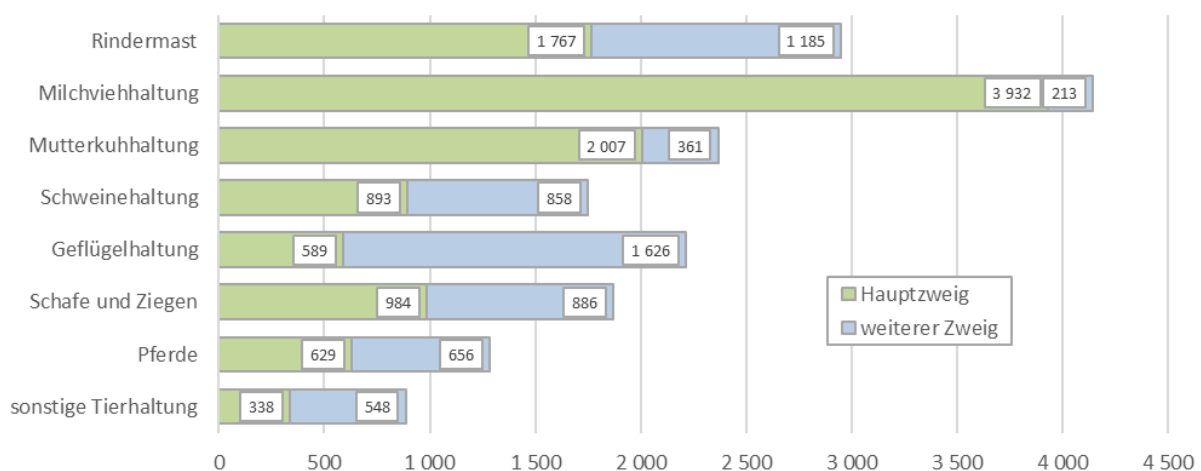


Abbildung 11: Betriebszweig Tierhaltung

Tabelle 2: Betriebszweig Tierhaltung

Tierhaltung	Hauptzweig		weiterer Zweig	
Rindermast	1 767	(15,9%)	1 185	(18,7%)
Milchviehhaltung	3 932	(35,3%)	213	(3,4%)
Mutterkuhhaltung	2 007	(18,0%)	361	(5,7%)
Schweinehaltung	893	(8,0%)	858	(13,5%)
Geflügelhaltung	589	(5,3%)	1 626	(25,7%)
Schafe und Ziegen	984	(8,8%)	886	(14,0%)
Pferde	629	(5,6%)	656	(10,4%)
sonstige Tierhaltung	338	(3,0%)	548	(8,7%)

Im **Bereich des Pflanzenbaus und der Forstwirtschaft** dominiert das Grünland sowohl im Hauptzweig (47,7 %) als auch bei den weiteren Zweigen (18,7 %). Ackerbau folgt mit 29,4 % im Hauptzweig und 18,3 % im weiteren Zweig. Forstwirtschaft ist im Hauptzweig mit 15,0 % vertreten, hat aber im weiteren Zweig mit 48,6 % einen deutlich höheren Anteil. Obst- und Gemüsebau sowie Weinbau sind weniger verbreitet, sowohl im Hauptzweig als auch bei den weiteren Zweigen. In der Kategorie „Sonstiges“ finden sich kleine Anteile. Insgesamt zeigt sich, dass Grünland und Ackerbau die Hauptbereiche sind, während Forstwirtschaft in den weiteren Zweigen stark vertreten ist.

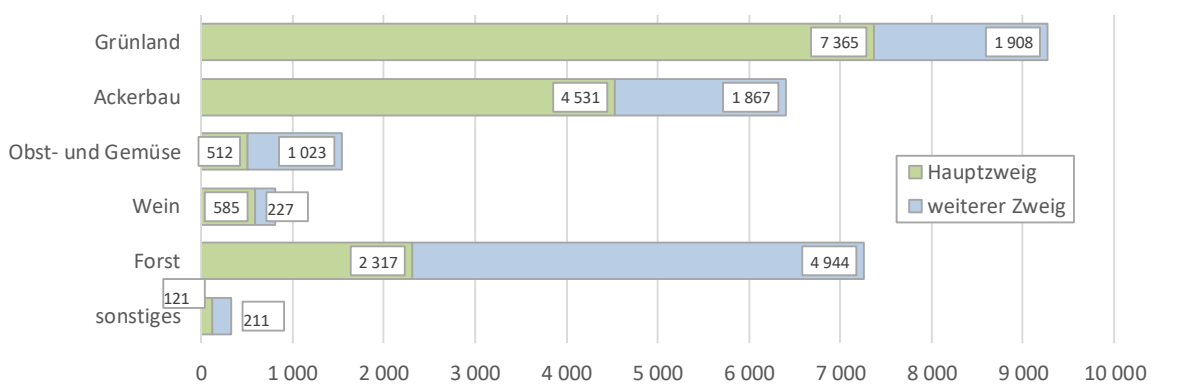


Abbildung 12: Betriebszweig Pflanzenbau und Forstwirtschaft

Tabelle 3: Betriebszweig Pflanzenbau und Forstwirtschaft

Pflanzenbau und Forstwirtschaft	Hauptzweig		weiterer Zweig	
Grünland	7 365	(47,7%)	1 908	(18,7%)
Ackerbau	4 531	(29,4%)	1 867	(18,3%)
Obst- und Gemüse	512	(3,3%)	1 023	(10,0%)
Wein	585	(3,8%)	227	(2,2%)
Forst	2 317	(15,0%)	4 944	(48,6%)
sonstiges	121	(0,8%)	211	(2,1%)

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Verteilung der **Diversifizierungsaktivitäten** in der Landwirtschaft. Die Direktvermarktung ist in dieser Stichprobe sowohl im Hauptzweig (1.690 Betriebe) als auch im weiteren Zweig (1.551 Betriebe) am stärksten vertreten. Auf Platz zwei folgt der "Urlaub am Bauernhof", mit 491 Betrieben im Hauptzweig und 482 im weiteren Zweig. Weitere Aktivitäten wie "Schule am Bauernhof" sind weniger verbreitet, sowohl im Haupt- als auch im weiteren Zweig (55 bzw. 178 Betriebe). Die Kategorie "Sonstige Diversifizierung" umfasst 502 Betriebe im Hauptzweig und 368 im weiteren Zweig. Insgesamt dominieren Direktvermarktung und Urlaub am Bauernhof die Diversifizierung.

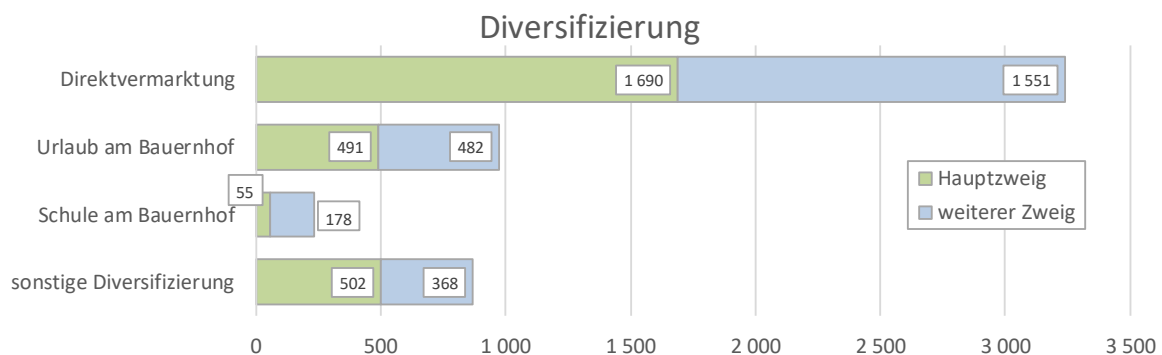


Abbildung 13: Betriebszweig Diversifizierung

Tabelle 4: Betriebszweig Diversifizierung

Pflanzenbau und Forstwirtschaft	Hauptzweig		weiterer Zweig	
Grünland	7 365	(47,7%)	1 908	(18,7%)
Ackerbau	4 531	(29,4%)	1 867	(18,3%)
Obst- und Gemüse	512	(3,3%)	1 023	(10,0%)
Wein	585	(3,8%)	227	(2,2%)
Forst	2 317	(15,0%)	4 944	(48,6%)
sonstiges	121	(0,8%)	211	(2,1%)

Betriebsführung: Voll oder Nebenerwerb und Wirtschaftsweise

Nachfolgendes Diagramm zeigt, dass in Bezug auf den Erwerbsstatus mehr als die Hälfte dieser Stichprobe im Nebenerwerb tätig (57,7 %, 7.737 Betriebe) sind, während 42,3 % (5.675 Betriebe) den Betrieb im Vollerwerb bewirtschaften.

Die meisten Betriebe werden konventionell (68,3 %, 9.104 Betriebe) bewirtschaftet. 29 % der Befragten (3.873 Betriebe) gaben an, den Betrieb biologisch zu führen. Einige Betriebe planen einen Wechsel, wobei 1,9 % der konventionellen Betriebe auf biologischen Anbau umsteigen möchten und 0,8 % der biologischen Betriebe auf konventionellen Anbau zurückgehen wollen.

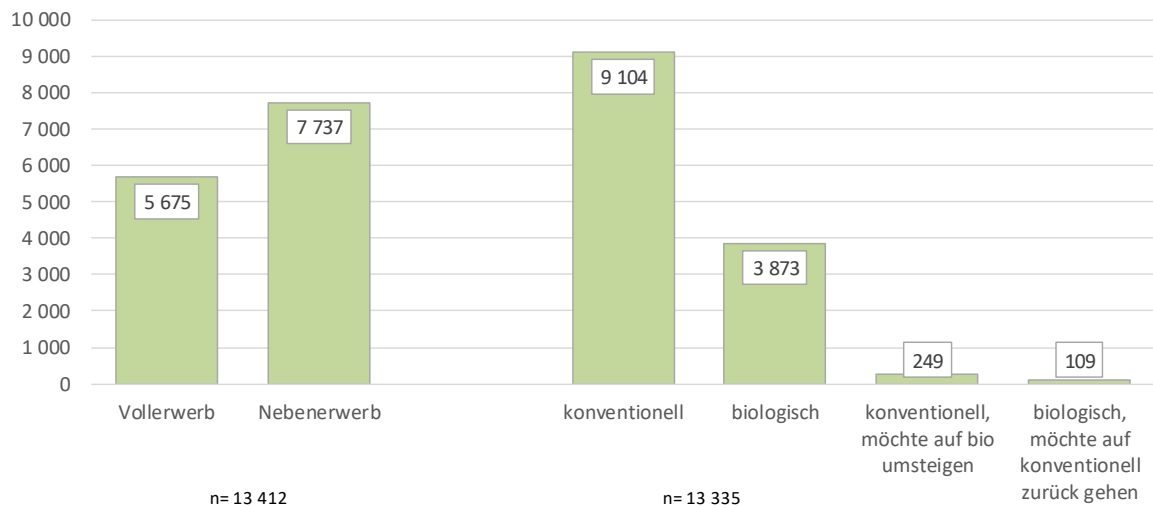


Abbildung 14: Bewirtschaftungsweise

Größe der Betriebe

Die Abbildung zeigt die Größenklassen der landwirtschaftlich genutzten Fläche. Der größte Teil der Betriebe liegt in den kleineren Flächenklassen. Mit 20,8 % (2.662 Betriebe) haben die meisten Betriebe eine Fläche von 10 bis unter 20 ha. Darauf folgen Betriebe mit einer Fläche von 30 bis unter 50 ha (20,9 %, 2.680 Betriebe) und 20 bis unter 30 ha (16,2 %, 2.074 Betriebe). Etwas weniger verbreitet sind Betriebe mit 50 bis unter 100 ha (17,5 %, 2.238 Betriebe). Größere Betriebe, die mehr als 100 ha bewirtschaften, sind seltener, wobei nur 1,3 % (166 Betriebe) eine Fläche von 200 ha und mehr haben. Insgesamt zeigt sich eine starke Konzentration auf kleinere bis mittlere Flächen.

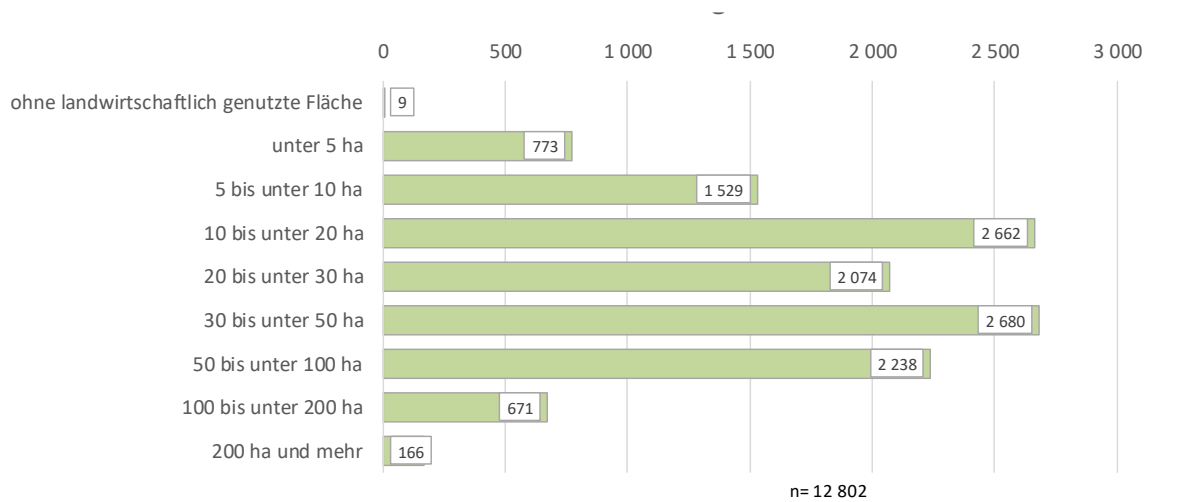


Abbildung 15:Größenklasse der landwirtschaftlich genutzten Fläche

Zukünftige Betriebsentwicklung

Die nachfolgende Abbildung zeigt, wie sich die Betriebe in den nächsten fünf Jahren entwickeln möchten. Die Mehrheit der Betriebsführer:innen plant keine Veränderung. 78,9 % (10.238 Betriebe) streben an, ihren Betrieb in etwa gleich zu halten. 13,8 % (1.789 Betriebe) möchten ihren Betrieb vergrößern, während nur 7,3 % (945 Betriebe) eine Verkleinerung planen.

In Bezug auf Veränderungen in der Wirtschaftsweise gibt es ebenfalls eine klare Mehrheit, die keine Veränderungen wünscht (73,9 %, 9.370 Betriebe). 18,2 % (2.311 Betriebe) planen eine Veränderung der Betriebsausrichtung, und 7,8 % (990 Betriebe) möchten (mehr) diversifizieren.

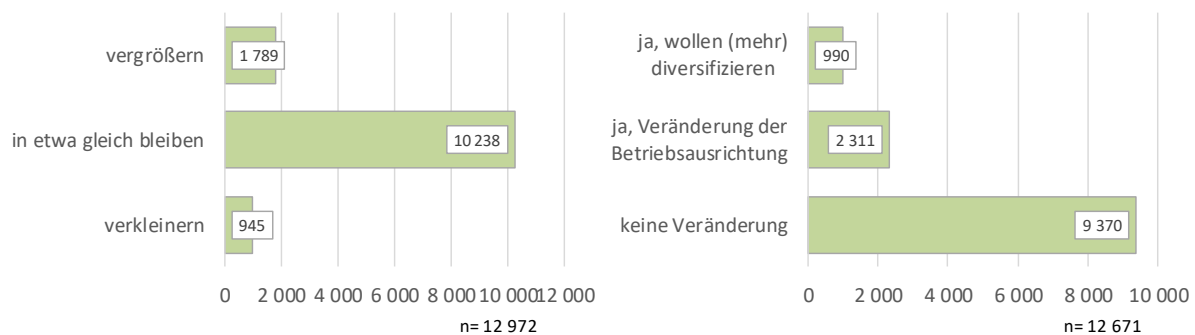


Abbildung 16: zukünftige Betriebsentwicklung

Schaut man den Veränderungswillen aufgeschlüsselt nach Voll- und Nebenerwerbsbetrieben an, bietet sich ein ähnliches Bild. So wünschen sich in etwa gleich viele Betriebe (ca. 74% der Voll- und Nebenerwerbsbetriebe) keine Veränderung. Der Wunsch nach Diversifizierung ist mit 9% bei den Vollerwerbsbetrieben leicht höher als bei den Nebenerwerbsbetrieben (7%).

Tabelle 5: zukünftige Veränderungen in der Wirtschaftsweise

Soll es Veränderungen in der Wirtschaftsweise geben?				
	Vollerwerb		Nebenerwerb	
keine Veränderung	3947	(74,0%)	5376	(73,8%)
ja, Veränderung der Betriebsausrichtung	909	(17,0%)	1396	(19,2%)
ja, wollen (mehr) diversifizieren	478	(9,0%)	508	(7,0%)

5.2 Teilnahme an Weiterbildung und Anbieter

Weiterbildungsformate

Es wurden die Teilnehmer:innen gebeten, anzugeben, wie oft sie in den letzten Jahren an unterschiedlichen Angeboten teilgenommen haben. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Häufigkeit der Nutzung verschiedener Angebote. Im Bereich der **Arbeitskreise** gaben insgesamt 5.031 Personen an, zwischen 1 und mehr als 8-mal bei Arbeitskreisen dabei gewesen zu sein. 6.492 Betriebe haben dieses Beratungsangebot nicht genutzt. Hier darf darauf verwiesen werden, dass die Ergebnisse die Einschätzungen der befragten Personen widerspiegeln. Laut LFI Österreich waren mit Stand 31. Dezember 2023 österreichweit 4.563 Betriebe in 278 Arbeitskreisen aktiv. Zertifikatslehrgänge wurden von 5.508 der befragten Personen besucht. Im Bereich der **Online-Kurse** gaben 9.580 Personen an, diese in Anspruch zu nehmen, wobei die Nutzung mit 2.525 Betrieben für 2 Mal und 2.122 Betrieben für 3 Mal am häufigsten war. 2.619 Betrieben gaben an, in den letzten 3 Jahren keinen Online-Kurs in Anspruch genommen zu haben. **Webinare bzw. Online-Seminare** wurden in den letzten drei Jahren von 9887 Betrieben besucht, wobei 2274 Betriebe dieses Angebot nicht in Anspruch genommen haben. Bei kurzen Präsenzveranstaltungen mit ca. 2-3 Stunden zeigt sich ein ähnliches Bild: 2.877 Betriebe nahmen nie an solchen Veranstaltungen teil, aber 1.890 Betriebe besuchten sie einmal und 2.338 Betriebe zweimal.

Bei den **Tagespräsenzveranstaltungen** gaben 8033 Betriebe an, in den letzten drei Jahren zumindest 1mal daran teilgenommen zu haben, wobei hier die Anzahl der Nennungen bei der 1maligen Teilnahme in Führung liegen, gefolgt von der 2maligen Teilnahme.

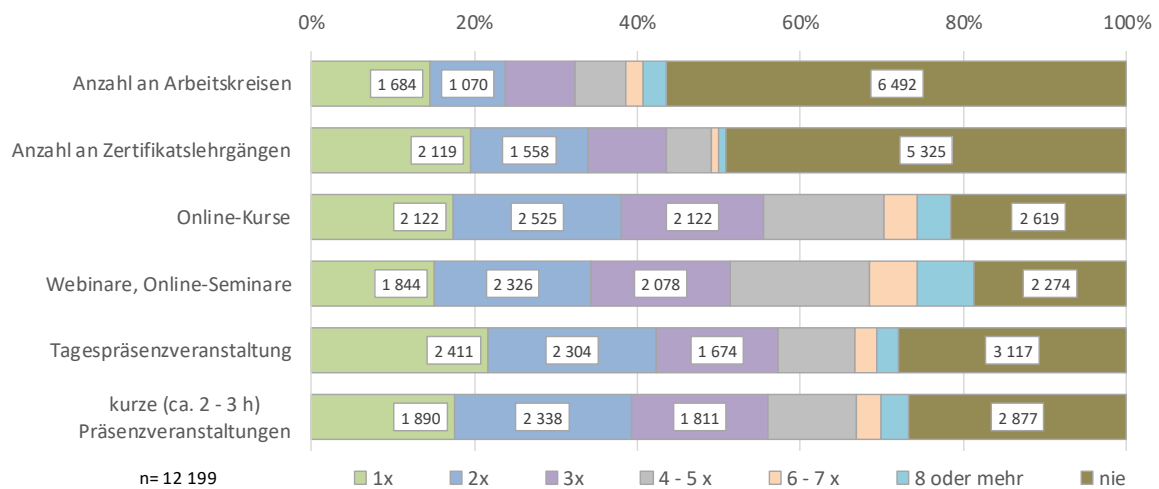


Abbildung 17: besuchte Bildungsangebote der letzten 3 Jahre

Tabelle 6: besuchte Bildungsangebote der letzten 3 Jahre

Wie oft haben Sie in den letzten 3 Jahren verschiedene Angebote genutzt?	1x	2x	3x	4 - 5 x	6 - 7 x	8 oder mehr	nie
Anzahl an Arbeitskreisen	1 684	1 070	968	724	248	337	6 492
Anzahl an Zertifikatslehrgängen	2 119	1 558	1 035	607	102	87	5 325
Online-Kurse	2 122	2 525	2 122	1 811	492	508	2 619
Webinare, Online-Seminare	1 844	2 326	2 078	2 086	707	846	2 274
Tagespräsenzveranstaltung	2 411	2 304	1 674	1 054	287	303	3 117
kurze (ca. 2 - 3 h) Präsenzveranstaltungen	1 890	2 338	1 811	1 167	327	367	2 877

Facharbeiter bzw. Meisterausbildung

Die Auswertung zeigt die Anzahl der Betriebe, die in den letzten drei Jahren eine bestimmte Ausbildung abgeschlossen haben. 6,2 % der Befragten (718 Personen) haben eine Facharbeiter-Ausbildung abgeschlossen, und 1,8 % (206 Personen) haben den Meistertitel erworben. Der überwiegende Teil der Betriebe, nämlich 92,0 % (10.695 Betriebe), hat in den letzten drei Jahren keine dieser Ausbildungen abgeschlossen.

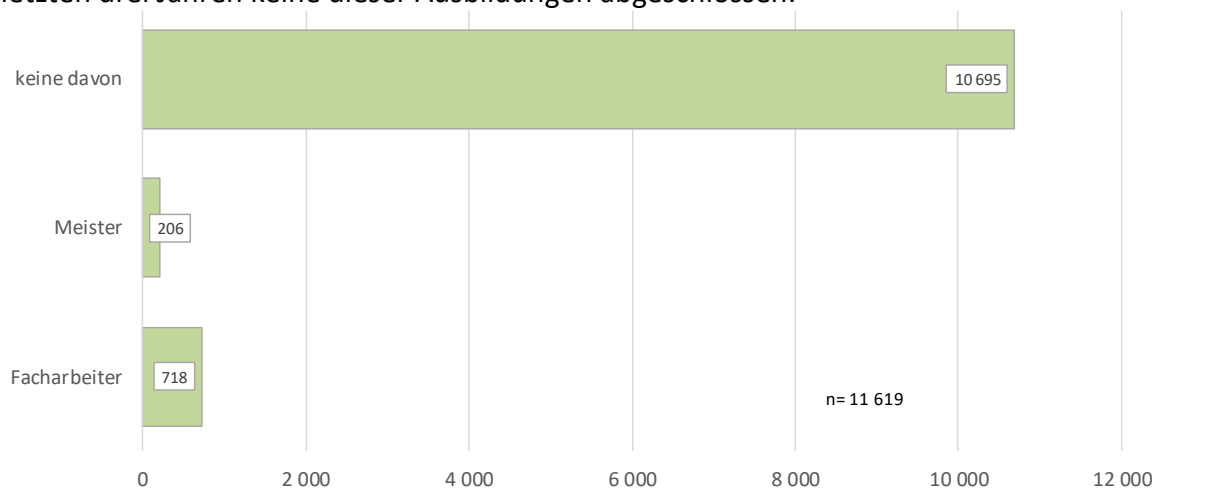


Abbildung 18: abgeschlossene Facharbeiter- oder Meisterausbildung in den letzten 3 Jahren

Gründe, warum nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch genommen wurden

Nach der Erhebung der Teilnahmefrequenz wurde auch noch hinterfragt, welche Gründe gegeben sind, warum nicht noch Bildungsangebote in Anspruch genommen werden. Die größte Hürde für eine intensivere Nutzung von Bildungsangeboten stellt der Zeitmangel dar – 2.988 Personen als wichtigsten Grund an, dass sie nicht genug Zeit für Weiterbildung haben. Ein weiterer wichtiger Grund ist, dass viele keinen zusätzlichen Weiterbildungsbedarf sehen (738 Personen stufen dies als entscheidenden Faktor ein). Ebenso sagen 1.040 Befragte, dass sie bereits alle relevanten Angebote genutzt haben.

Für einige ist das Kursangebot nicht passend: 944 Personen geben an, dass benötigte Kurse nicht angeboten werden. Zudem sagen 612 Personen, dass sie das bestehende Angebot gar nicht kennen.

Auch die Kosten spielen für manche eine Rolle – 957 Personen nennen sie als wichtigen Grund, weshalb sie nicht an weiteren Kursen teilnehmen.

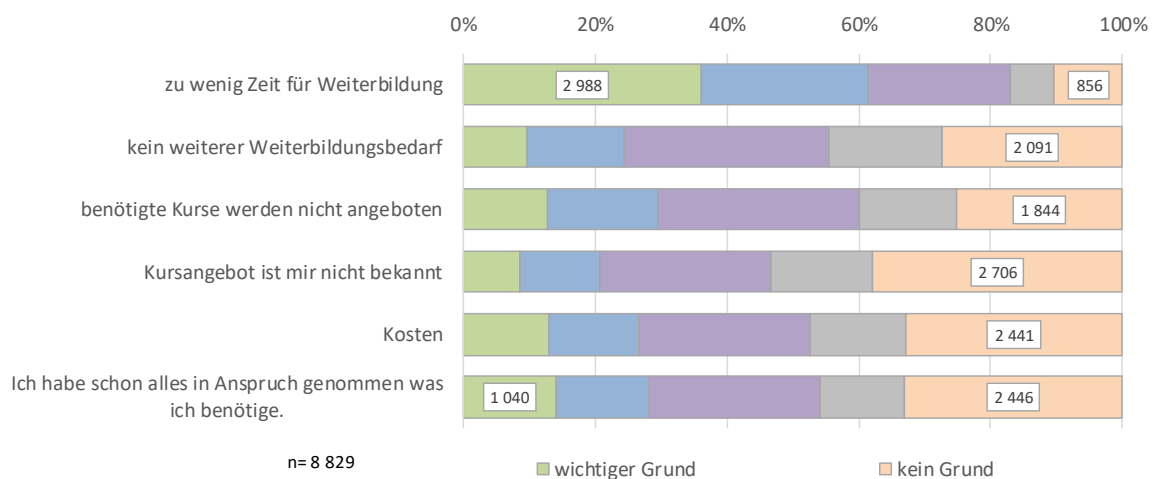


Abbildung 19: Warum werden nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch genommen?, n=8.829

In der nachfolgenden Tabelle ist die genaue Anzahl aller Nennungen ersichtlich.

Tabelle 7: Warum werden nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch genommen?

	1	2	3	4	5
Warum nehmen Sie nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch?	wichtiger Grund				kein Grund
zu wenig Zeit für Weiterbildung	2 988	2 089	1 780	557	856
kein weiterer Weiterbildungsbedarf	738	1 135	2 369	1 322	2 091
benötigte Kurse werden nicht angeboten	944	1 215	2 247	1 095	1 844
Kursangebot ist mir nicht bekannt	612	871	1 849	1 094	2 706
Kosten	957	1 013	1 925	1 080	2 441
Ich habe schon alles in Anspruch genommen was ich benötige.	1 040	1 046	1 913	947	2 446

n= 8 829

Betrachtet man diese Fragestellung nach den Gründen, warum nicht noch mehr Bildung in Anspruch genommen wird nach den Kategorien Vollerwerb und Nebenerwerb sowie nach dem Geschlecht, so bestätigt sich auch hier, dass der Faktor Zeit mit einem Mittelwert von 2,3 bzw. 2,24 den wichtigsten Grund für eine Nicht-Teilnahme darstellt.

Tabelle 8: Warum werden nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch genommen? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb

Warum nehmen Sie nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch?				
	Vollerwerb		Nebenerwerb	
	MW	Std	MW	Std
zu wenig Zeit für Weiterbildung	2,30	1,26	2,30	1,33
kein weiterer Weiterbildungsbedarf	3,40	1,26	3,36	1,30
benötigte Kurse werden nicht angeboten	3,19	1,32	3,26	1,34
Kursangebot ist mir nicht bekannt	3,65	1,29	3,59	1,34
Kosten	3,44	1,40	3,39	1,39
Ich habe schon alles in Anspruch genommen was ich benötige.	3,35	1,40	3,39	1,44

Tabelle 9: Warum werden nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch genommen? - nach Geschlecht

Warum nehmen Sie nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch?				
	Weiblich		Männlich	
	MW	Std	MW	Std
zu wenig Zeit für Weiterbildung	2,24	1,32	2,33	1,29
kein weiterer Weiterbildungsbedarf	3,49	1,32	3,33	1,27
benötigte Kurse werden nicht angeboten	3,15	1,40	3,27	1,30
Kursangebot ist mir nicht bekannt	3,80	1,35	3,54	1,30
Kosten	3,30	1,42	3,46	1,38
Ich habe schon alles in Anspruch genommen was ich benötige.	3,36	1,48	3,37	1,39

Bildungsanbieter

Das Kreisdiagramm zeigt, bei welchen Bildungsanbietern die Betriebe Angebote genutzt haben. Der Großteil der Betriebe (71,1 %, 10.363 Betriebe) hat Angebote des LFI oder der LK genutzt. 10,2 % bzw. 1.487 Betriebe haben Angebote von Bio-Austria in Anspruch genommen. Weitere Anbieter wie ÖKL (2,8 %, 411 Betriebe), andere agrarische Bildungsanbieter (8,1 %, 1.186 Betriebe) und nicht agrarische Anbieter (5,5 %, 794 Betriebe) spielen ebenfalls eine Rolle, jedoch in deutlich geringerem Umfang. Die Landjugend (1,4 %, 210 Betriebe) und NTÖ (0,8 %, 116 Betriebe) sind die weniger genutzten Anbieter.

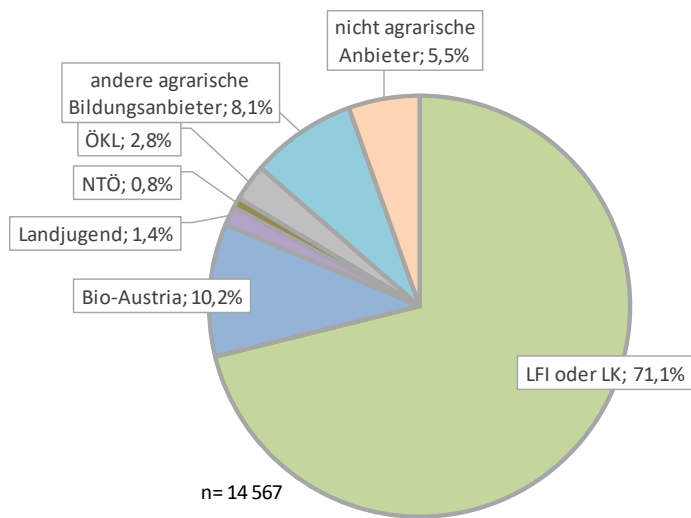


Abbildung 20: Bei welchen Bildungsanbietern werden Angebote genutzt?

5.3 Motivation an Weiterbildung

Motivationsfaktoren

Die Hauptmotivationen für die Teilnahme an Bildungsangeboten sind Interesse (4.708 „war ein entscheidender Grund“) sowie der Wunsch, den Wissensstand zu aktualisieren und zu vertiefen (3.844 „war ein entscheidender Grund“). Auch das Interesse an Neuigkeiten und Neuerungen spielt für viele der befragten Personen eine große Rolle (3.719 „war ein entscheidender Grund“).

Für einige Betriebe sind Bildungsangebote auch Teil einer Neuausrichtung. Während 1.177 Personen angaben, dass eine geplante Betriebsumstellung eine zentrale Motivation war, bestätigten 906 Personen, dass sie sich bereits in der Umsetzung befinden.

Netzwerkbildung und Austausch haben ebenfalls eine Bedeutung: 1.697 Personen wollen gezielt Kontakte zu Kolleg:innen knüpfen, während 1.032 den direkten Austausch mit Expert:innen als entscheidenden Grund nennen.

Eine der häufigsten Teilnahmegründe ist jedoch die Pflicht – 6.725 Personen nahmen aufgrund von Vorgaben, wie etwa durch ÖPUL oder TGD, an den Angeboten teil.

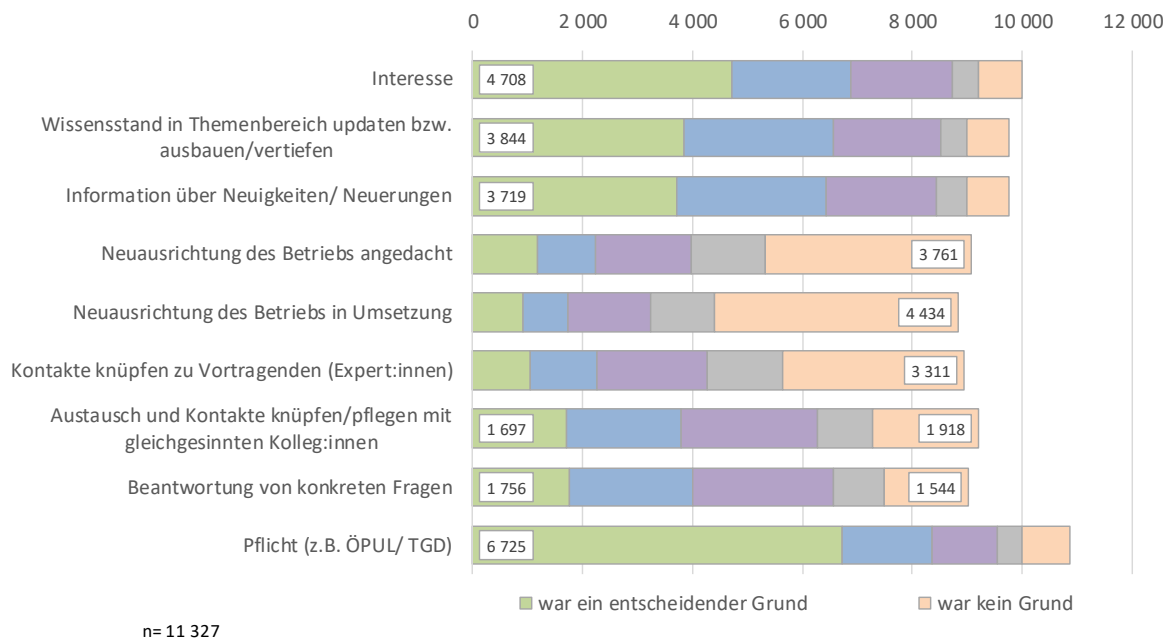


Abbildung 21: Was war die Motivation, die Angebote zu nutzen?

Tabelle 10: Was war die Motivation, die Angebote zu nutzen?

	1	2	3	4	5
Was war Ihre Motivation, die Angebote zu nutzen?					
Interesse	4 708	2 170	1 858	461	800
Wissensstand in Themenbereich updaten bzw. ausbauen/vertiefen	3 844	2 729	1 949	484	743
Information über Neuigkeiten/ Neuerungen	3 719	2 707	2 022	543	768
Neuausrichtung des Betriebs angedacht	1 177	1 058	1 751	1 333	3 761
Neuausrichtung des Betriebs in Umsetzung	906	837	1 497	1 169	4 434
Kontakte knüpfen zu Vortragenden (Expert:innen)	1 032	1 222	2 009	1 366	3 311
Austausch und Kontakte knüpfen/pflegen mit gleichgesinnten Kolleg:innen	1 697	2 100	2 486	1 006	1 918
Beantwortung von konkreten Fragen	1 756	2 256	2 546	928	1 544
Pflicht (z.B. ÖPUL/ TGD)	6 725	1 640	1 195	432	869

(1= war ein entscheidender Grund; 5= war kein Grund)

n= 11 327

Betrachtet man die Motivation, die Angebote zu nutzen nach den Kategorien Vollerwerb und Nebenerwerb, wird ersichtlich, dass der Punkt Austausch mit Kolleg:innen für Vollerwerbsbetriebe einen noch höheren Motivationsaspekt darstellt als bei Nebenerwerbsbetrieben. Generell sind die Unterschiede hinsichtlich der Bewirtschaftungsform gering.

Tabelle 11: Was war die Motivation, die Angebote zu nutzen? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb

Was war Ihre Motivation, die Angebote zu nutzen?				
	Vollerwerb		Nebenerwerb	
	MW	Std	MW	Std
Interesse	1,97	1,21	2,11	1,27
Wissensstand in Themenbereich updaten bzw. ausbauen/vertiefen	2,04	1,17	2,20	1,24
Information über Neuigkeiten/ Neuerungen	2,12	1,20	2,22	1,23
Neuausrichtung des Betriebs angedacht	3,65	1,42	3,56	1,46
Neuausrichtung des Betriebs in Umsetzung	3,86	1,38	3,82	1,41
Kontakte knüpfen zu Vortragenden (Expert:innen)	3,44	1,40	3,59	1,40
Austausch und Kontakte knüpfen/pflegen mit gleichgesinnten Kolleg:innen	2,77	1,34	3,05	1,40
Beantwortung von konkreten Fragen	2,76	1,30	2,84	1,36
Pflicht (z.B. ÖPUL/ TGD)	1,83	1,26	1,79	1,25

Auch hinsichtlich der Unterscheidung nach dem Geschlecht sind nur geringe Unterschiede ersichtlich.

Tabelle 12: Was war die Motivation, die Angebote zu nutzen? - nach Geschlecht

Was war Ihre Motivation, die Angebote zu nutzen?				
	Weiblich		Männlich	
	MW	Std	MW	Std
Interesse	1,92	1,24	2,11	1,24
Wissensstand in Themenbereich updaten bzw. ausbauen/vertiefen	2,01	1,23	2,20	1,19
Information über Neuigkeiten/ Neuerungen	2,08	1,24	2,22	1,20
Neuausrichtung des Betriebs angedacht	3,66	1,48	3,57	1,42
Neuausrichtung des Betriebs in Umsetzung	3,91	1,40	3,80	1,39
Kontakte knüpfen zu Vortragenden (Expert:innen)	3,65	1,43	3,47	1,38
Austausch und Kontakte knüpfen/pflegen mit gleichgesinnten Kolleg:innen	3,01	1,43	2,89	1,35
Beantwortung von konkreten Fragen	2,78	1,40	2,82	1,30
Pflicht (z.B. ÖPUL/ TGD)	1,78	1,28	1,82	1,24

Wichtige Aspekte bei Bildungsveranstaltungen

Teilnehmende von Bildungsveranstaltungen legen besonderen Wert auf praxisrelevante Themen (6.822 „sehr wichtig“) und die Aktualität der Inhalte (6.726 „sehr wichtig“). Ebenso zentral ist die Expertise der Referent:innen, die von 5.758 Personen als „sehr wichtig“ eingestuft wird.

Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Verfügbarkeit von Unterlagen, die später zur Nachbereitung genutzt werden können – 5.232 Personen halten gut aufbereitete Unterlagen für „sehr wichtig“.

Der Austausch mit Kolleg:innen wird von einigen geschätzt, ist aber nicht für alle essenziell. Auch unterschiedliche Angebote für Einsteiger:innen und erfahrene Teilnehmer:innen sind für viele von Interesse, aber nicht oberste Priorität. Insgesamt zeigt sich, dass aktuelle, praxisnahe Inhalte mit kompetenten Referent:innen und hochwertigen Unterlagen den größten Mehrwert für die Teilnehmenden bieten.

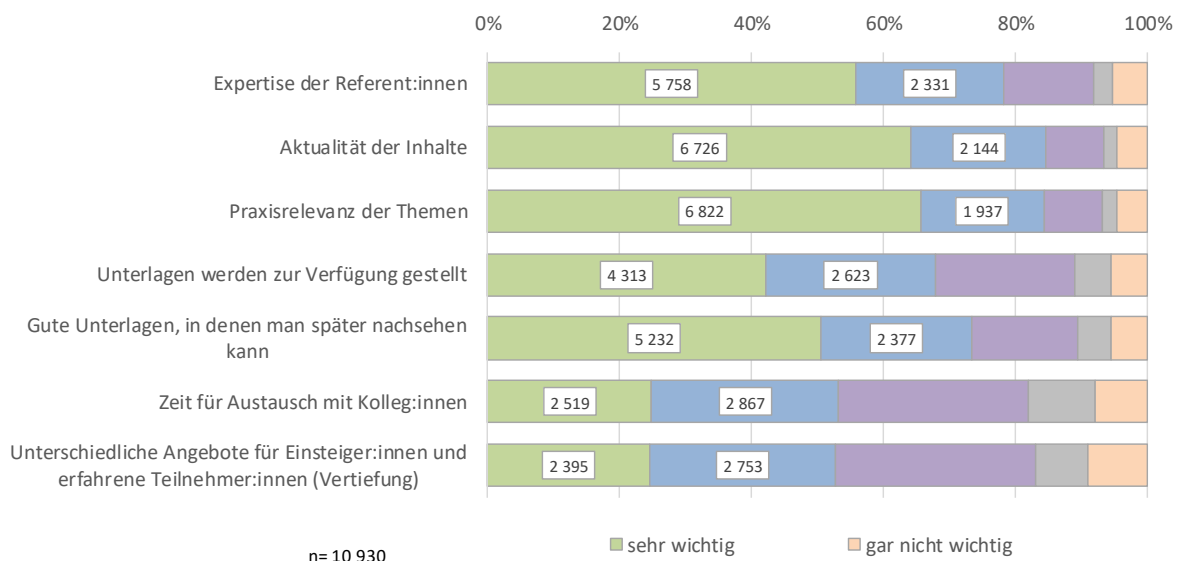


Abbildung 22: Wichtigkeit der folgenden Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung

Tabelle 13: Wichtigkeit der folgenden Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung

	1	2	3	4	5
Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung?					
Expertise der Referent:innen	5 758	2 331	1 410	303	531
Aktualität der Inhalte	6 726	2 144	921	212	470
Praxisrelevanz der Themen	6 822	1 937	926	222	483
Unterlagen werden zur Verfügung gestellt	4 313	2 623	2 166	563	560
Gute Unterlagen, in denen man später nachsehen kann	5 232	2 377	1 669	516	574
Zeit für Austausch mit Kolleg:innen	2 519	2 867	2 917	1 018	810
Unterschiedliche Angebote für Einsteiger:innen und erfahrene Teilnehmer:innen (Vertiefung)	2 395	2 753	2 950	777	877
(1= sehr wichtig; 5=gar nicht wichtig)			n= 10 930		

Betrachtet man die Ergebnisse nach der Bewirtschaftungsweise Vollerwerb bzw. Nebenerwerb, so lassen sich keine großen Unterschiede in den Präferenzen erkennen. Die Zeit für Austausch mit Kolleg:innen scheint Vollerwerbsbetrieben wichtiger zu sein als Personen, die den Betrieb im Nebenerwerb führen.

Tabelle 14: Wichtigkeit der folgenden Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung?				
	Vollerwerb		Nebenerwerb	
	MW	Std	MW	Std
Expertise der Referent:innen	1,78	1,10	1,80	1,11
Aktualität der Inhalte	1,60	1,02	1,64	1,05
Praxisrelevanz der Themen	1,59	1,03	1,63	1,06
Unterlagen werden zur Verfügung gestellt	2,12	1,17	2,02	1,15
Gute Unterlagen, in denen man später nachsehen kann	1,97	1,18	1,88	1,15
Zeit für Austausch mit Kolleg:innen	2,40	1,18	2,54	1,20
Unterschiedliche Angebote für Einsteiger:innen und erfahrene Teilnehmer:innen (Vertiefung)	2,52	1,21	2,46	1,19

Tabelle 15: Wichtigkeit der folgenden Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung - nach Geschlecht

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung?				
	Weiblich		Männlich	
	MW	Std	MW	Std
Expertise der Referent:innen	1,70	1,09	1,84	1,11
Aktualität der Inhalte	1,49	0,99	1,69	1,05
Praxisrelevanz der Themen	1,51	1,01	1,67	1,07
Unterlagen werden zur Verfügung gestellt	1,87	1,12	2,16	1,17
Gute Unterlagen, in denen man später nachsehen kann	1,71	1,10	2,03	1,18
Zeit für Austausch mit Kolleg:innen	2,44	1,23	2,50	1,18
Unterschiedliche Angebote für Einsteiger:innen und erfahrene Teilnehmer:innen (Vertiefung)	2,29	1,21	2,58	1,18

5.4 Wert der Weiterbildung

Wichtige Aspekte - Mehrwert

Teilnehmende von Bildungsveranstaltungen legen großen Wert darauf, konkrete Informationen zu erhalten, die sie direkt in ihrem Arbeitsbereich umsetzen können – dies wird von 3.670 Personen als „sehr wichtig“ eingestuft. Ebenso bedeutend ist das Kennenlernen neuer Verfahren und Möglichkeiten (3.088 „sehr wichtig“), da viele Landwirt*innen auf Innovationen und neue Methoden angewiesen sind, um ihre Betriebe effizienter und nachhaltiger zu gestalten.

Auch der Kontakt zu Beratern wird als großer Mehrwert empfunden, während der direkte Austausch mit Expert*innen aus Forschung und Wissenschaft oder Fachtierärzt:innen für einige weniger relevant oder nicht unbedingt notwendig ist. Netzerkennung spielt für viele eine Rolle, jedoch nicht für alle. Insgesamt zeigt sich, dass praxisnahe Inhalte und direkt anwendbares Wissen für die meisten Teilnehmenden entscheidend sind.

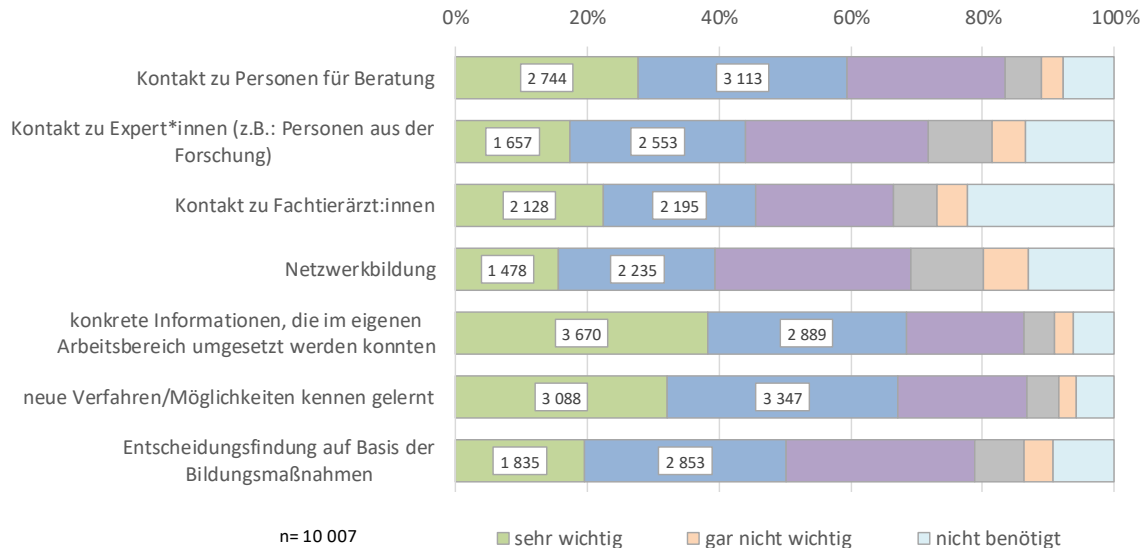


Abbildung 23: Wie wichtig sind folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung?

Tabelle 16: Wie wichtig sind folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung?

	1	2	3	4	5	0 nicht benötigt
Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung?						
Kontakt zu Personen für Beratung	2 744	3 113	2 373	544	321	774
Kontakt zu Expert*innen (z.B. Personen aus der Forschung)	1 657	2 553	2 628	941	479	1 286
Kontakt zu Fachtierärzt:innen	2 128	2 195	1 983	639	433	2 113
Netzwerkbildung	1 478	2 235	2 793	1 036	630	1 232
konkrete Informationen, die im eigenen Arbeitsbereich umgesetzt werden konnten	3 670	2 889	1 713	455	270	600
neue Verfahren/Möglichkeiten kennen gelernt	3 088	3 347	1 896	452	253	559
Entscheidungsfindung auf Basis der Bildungsmaßnahmen	1 835	2 853	2 678	696	421	867
(1= sehr wichtig; 5=gar nicht wichtig)						n= 10 007

Betrachtet man die Ergebnisse nach der Bewirtschaftungsweise Vollerwerb bzw. Nebenerwerb, so lassen sich auch hier keine großen Unterschiede in den Präferenzen erkennen.

Tabelle 17: Wie wichtig sind folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung?				
	Vollerwerb		Nebenerwerb	
	MW	Std	MW	Std
Kontakt zu Personen für Beratung	2,04	1,14	1,99	1,17
Kontakt zu Expert*innen (z.B. Personen aus der Forschung)	2,21	1,30	2,16	1,38
Kontakt zu Fachtierärzt:innen	1,82	1,40	1,81	1,40
Netzwerkbildung	2,34	1,35	2,27	1,42
konkrete Informationen, die im eigenen Arbeitsbereich umgesetzt werden konnten	1,85	1,07	1,86	1,14
neue Verfahren/Möglichkeiten kennen gelernt	1,94	1,06	1,93	1,10
Entscheidungsfindung auf Basis der Bildungsmaßnahmen	2,27	1,20	2,13	1,25

In der nachfolgenden Tabelle werden unterschiedliche Aspekte als Mehrwert aus Veranstaltungen verglichen nach dem Geschlecht dargestellt. Generell kann angemerkt werden, dass Frauen die unterschiedlichen Aspekte als wichtiger wahrnehmen als Männer.

Tabelle 18: Wie wichtig sind folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung? - nach Geschlecht

Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung?				
	Weiblich		Männlich	
	MW	Std	MW	Std
Kontakt zu Personen für Beratung	1,96	1,17	2,04	1,15
Kontakt zu Expert*innen (z.B.: Personen aus der Forschung)	2,13	1,39	2,20	1,32
Kontakt zu Fachtierärzt:innen	1,74	1,36	1,85	1,42
Netzwerkbildung	2,20	1,40	2,35	1,38
konkrete Informationen, die im eigenen Arbeitsbereich umgesetzt werden konnten	1,68	1,07	1,94	1,12
neue Verfahren/Möglichkeiten kennen gelernt	1,82	1,07	1,99	1,08
Entscheidungsfindung auf Basis der Bildungsmaßnahmen	2,11	1,26	2,23	1,21

Aspekte für die Praxis

Teilnehmende von Bildungsveranstaltungen legen besonders großen Wert auf eine verbesserte Produktionsweise (3.738 „sehr wichtig“), effizientere Unternehmensführung (2.967 „sehr wichtig“) und ein besseres Zeitmanagement (2.463 „sehr wichtig“). Auch Kooperation und Zusammenarbeit sowie die Erweiterung des Netzwerks spielen eine wichtige Rolle. Weniger relevant sind für einige Einkommenskombinationen und zusätzliche Einnahmequellen, die häufiger als „weniger wichtig“ oder „gar nicht wichtig“ eingestuft wurden.

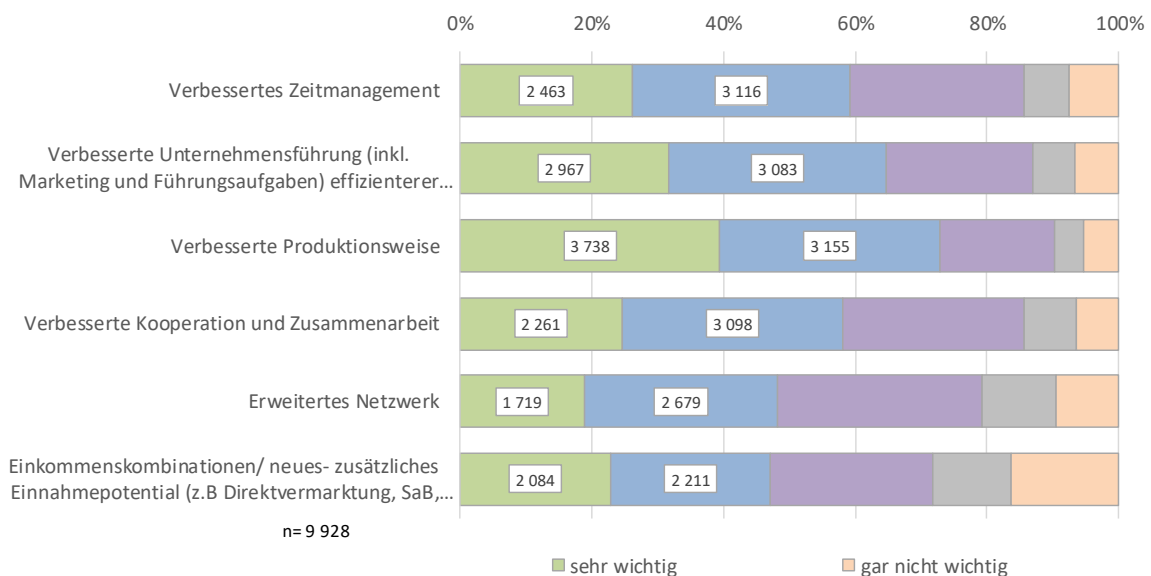


Abbildung 24: Was möchte man aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen?

Tabelle 19: Was möchte man aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen?

	1	2	3	4	5
Was möchten Sie aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen?					
Verbessertes Zeitmanagement	2 463	3 116	2 473	653	708
Verbesserte Unternehmensführung (inkl. Marketing und Führungsaufgaben)					
effizienterer Betriebsmitteleinsatz	2 967	3 083	2 073	601	630
Verbesserte Produktionsweise	3 738	3 155	1 652	418	509
Verbesserte Kooperation und Zusammenarbeit	2 261	3 098	2 535	716	602
Erweitertes Netzwerk	1 719	2 679	2 826	1 025	869
Einkommenskombinationen/ neues-zusätzliches Einnahmepotenzial (z.B. Direktvermarktung, SaB, UaB)	2 084	2 211	2 238	1 077	1 497
(1= sehr wichtig; 5=gar nicht wichtig)					n= 9 928

Vergleicht man diese Aspekte zwischen Voll- und Nebenerwerbsbetrieben, so sieht man, dass Vollerwerbsbetriebe die Aspekte tendenziell als wichtiger ansehen als Nebenerwerbsbetriebe.

Tabelle 20: Was möchte man aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb

Was möchten Sie aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen?				
	Vollerwerb		Nebenerwerb	
	MW	Std	MW	Std
Verbessertes Zeitmanagement	2,26	1,12	2,44	1,18
Verbesserte Unternehmensführung (inkl. Marketing und Führungsaufgaben) effizienterer Betriebsmitteleinsatz	2,12	1,11	2,33	1,19
Verbesserte Produktionsweise	1,92	1,03	2,11	1,16
Verbesserte Kooperation und Zusammenarbeit	2,34	1,09	2,41	1,16
Erweitertes Netzwerk	2,58	1,16	2,67	1,20
Einkommenskombinationen/ neues-zusätzliches Einnahmepotenzial (z.B. Direktvermarktung, SaB, UaB)	2,78	1,36	2,72	1,37

Nachfolgende Tabelle zeigt, dass es auch hier hinsichtlich Geschlecht nur geringe Abweichungen gibt.

Tabelle 21: Was möchte man aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen? - nach Geschlecht

Was möchten Sie aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen?				
	Weiblich		Männlich	
	MW	Std	MW	Std
Verbessertes Zeitmanagement	2,25	1,17	2,42	1,15
Verbesserte Unternehmensführung (inkl. Marketing und Führungsaufgaben) effizienterer Betriebsmitteleinsatz	2,15	1,16	2,27	1,16
Verbesserte Produktionsweise	2,01	1,12	2,04	1,10
Verbesserte Kooperation und Zusammenarbeit	2,31	1,15	2,42	1,12
Erweitertes Netzwerk	2,55	1,21	2,67	1,17
Einkommenskombinationen/ neues- zusätzliches Einnahmepotenzial (z.B Direktvermarktung, SaB, UaB)	2,70	1,42	2,77	1,34

5.5 Mitnahmeeffekte der Weiterbildung und Kosten – Nutzen – Bewertung

Die befragten Personen wurden gebeten, gedanklich ein für sie relevantes Bildungsprodukt auszuwählen und anhand eines Reglers Einschätzung der Wirkung vorzunehmen. Der Range reicht von keine Wirkung (0) bis hin zu hoher Wirkung (100)

Die Wirkung einer relevanten Veranstaltung wurde in allen drei Bereichen – ökonomisch, ökologisch und sozial – positiv bewertet. Der Mittelwert lag bei 53,84 (ökonomisch), 55,51 (ökologisch) und 48,43 (sozial). Der Median zeigt eine ähnliche Verteilung mit 52, 54 und 50. Während die Bewertungen zwischen 0 und 100 schwankten, lagen 75 % der Bewertungen über 45 bis 72 Punkten, je nach Bereich.

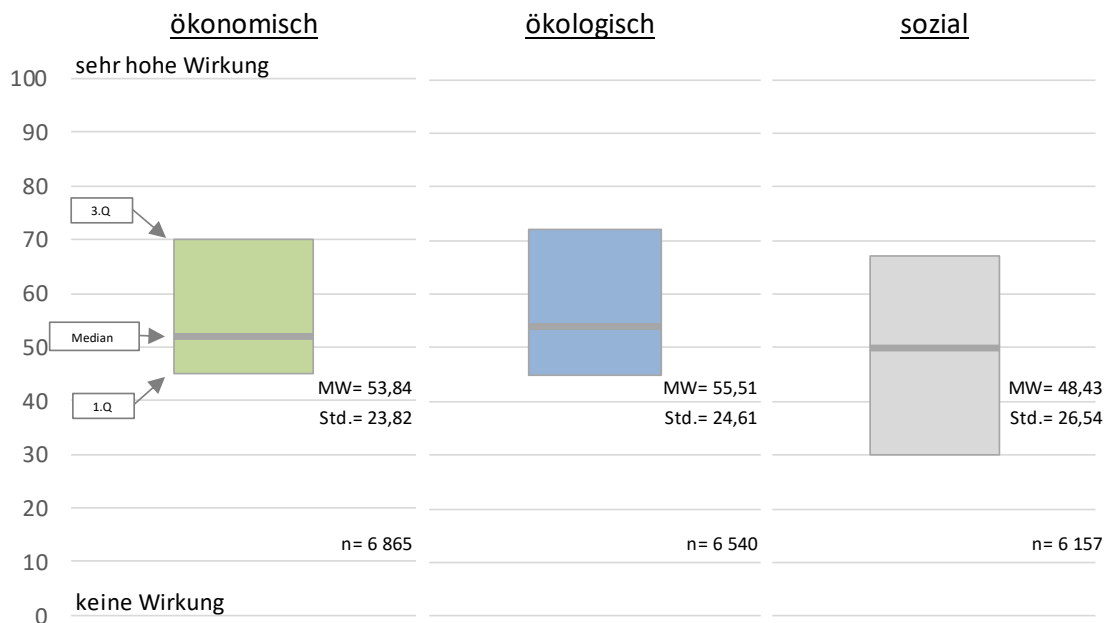


Abbildung 25: Einschätzung der Wirkung einer relevanten Veranstaltung

Eine Zuordnung nach den einzelnen Bildungsprodukten erweist sich hier als sehr schwierig, da in dieser offenen Frage ganz unterschiedliche Nennungen abgegeben wurden, die eine Clusterung kaum ermöglichen.

Veränderungen auf den Betrieben durch Bildungsangebote

Bildungsangebote haben besonders häufig Veränderungen in den Bereichen Arbeitsprozess (38,1%) und Betriebsausrichtung (25,3%) begleitet. Auch das persönliche Mindset (23,5%) wurde durch Weiterbildungen beeinflusst. Veränderungen in der Familienstruktur (9,9%) oder anderen Bereichen (3,2%) wurden seltener genannt.

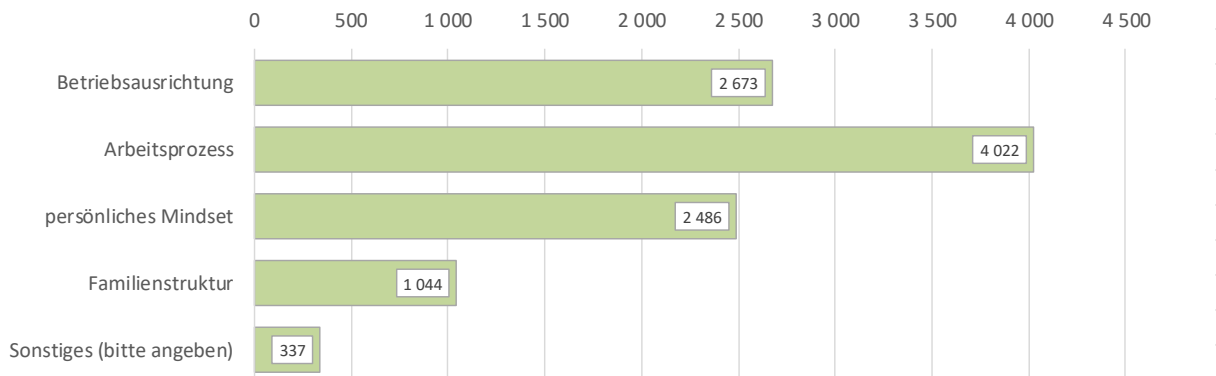


Abbildung 26: In welchem/welchen der folgenden Punkte, gab es Veränderungen, die durch Bildungsangebote begleitet wurden?

Betrachtet man die Aussagen verschnitten mit Vollerwerb bzw. Nebenerwerb, wird ersichtlich, dass bei Nebenerwerbsbetrieben die Veränderungen bei Familienstruktur und Mindset höher bewertet werden als bei Vollerwerbsbetrieben.

Tabelle 22: Veränderungen, die durch Bildungsangebote begleitet wurden - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb

In welchem/welchen der folgenden Punkten gab es Veränderungen, die durch Bildungsangebote begleitet wurden?					
		Vollerwerb		Nebenerwerb	
Betriebsausrichtung		1176	(24,5%)	1485	(26,0%)
Arbeitsprozess		2000	(41,6%)	2013	(35,2%)
persönliches Mindset		1067	(22,2%)	1406	(24,6%)
Familienstruktur		437	(9,1%)	606	(10,6%)
Sonstiges (bitte angeben)		129	(2,7%)	207	(3,6%)

Kosten-Nutzen-Bewertung

Die Kosten-Nutzen-Bewertung zeigt, dass die meisten Bewertungen im Bereich von 37 bis 58 liegen. Der Mittelwert liegt bei 48,62, was bedeutet, dass viele Befragte das Kosten-Nutzen-Verhältnis als gut bis mittelmäßig empfinden. Der Balken ist hauptsächlich in den mittleren Bereichen konzentriert, mit weniger extremen Bewertungen am Anfang und Ende.

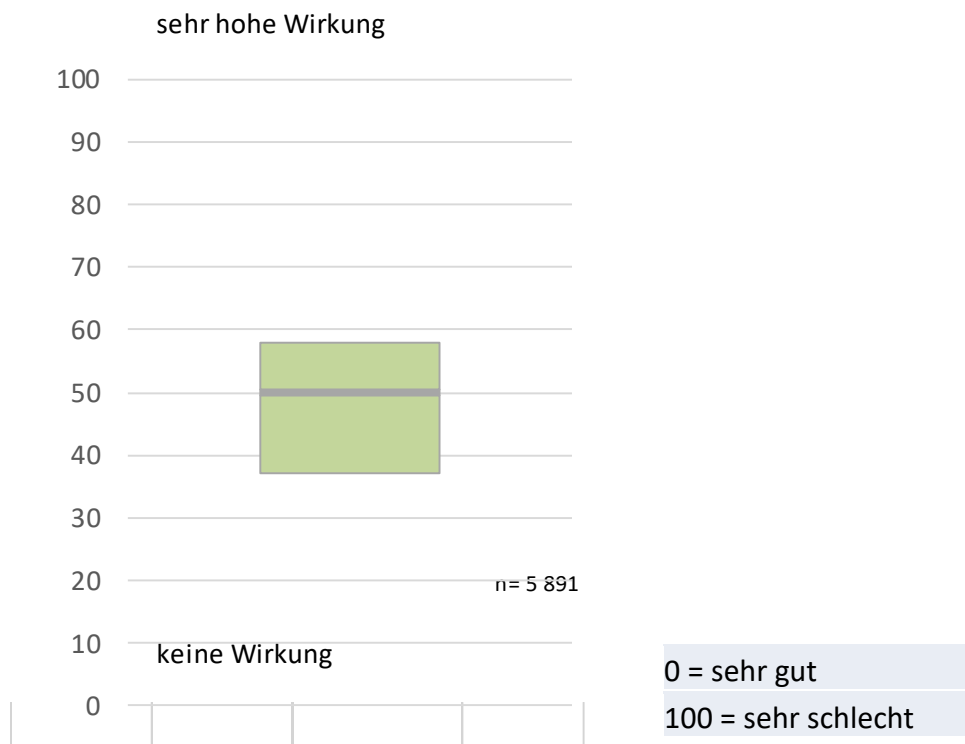


Abbildung 27: Kosten-Nutzen-Bewertung

5.6 Bildung und Beratung & Kanäle für Aufmerksamkeit

Beratungsangebote

Mehr als die Hälfte der Betriebsführer:innen haben in den letzten drei Jahren Beratungsangebote in Anspruch genommen (4.869, 55,7 %). Etwa 44,3 % (3.878) haben keine Beratungsangebote genutzt.

Bezüglich der Reihenfolge, in der Bildung und Beratung in Anspruch genommen wurden, haben 32,6 % (1.942) der befragten Personen zunächst Bildung und dann ergänzend Beratung genutzt. 22,6 % (1.343) haben zuerst Beratung in Anspruch genommen und dann das entsprechende Bildungsangebot. Der größte Teil, 44,8 % (2.669), hat Bildung und Beratung eher gleichzeitig genutzt.

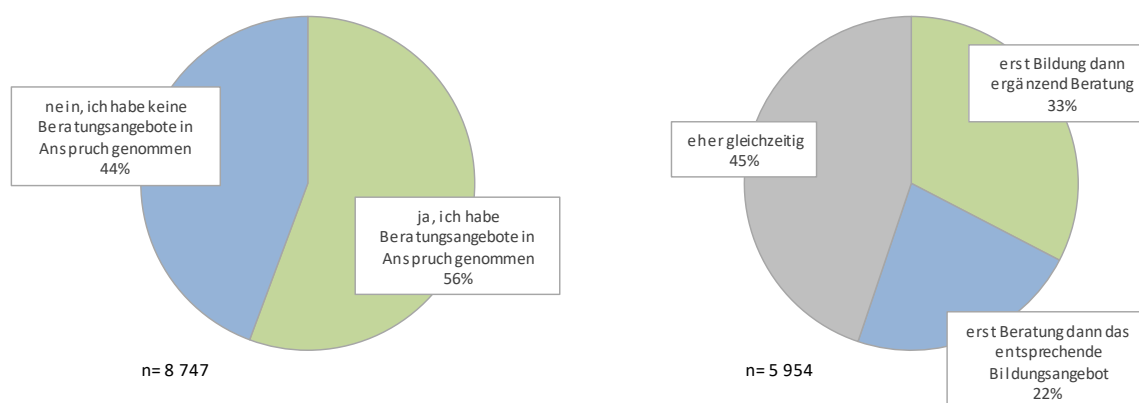


Abbildung 28: Wurde letzten 3 Jahren Beratung in Anspruch genommen? In welcher Reihenfolge wurde Bildung und Beratung in Anspruch genommen?

Wichtige Aspekte für Weiterbildung und Beratung

Die befragten Personen legen großen Wert auf eine gute Einplanung der Weiterbildungsangebote in ihren Jahres- und Tagesablauf, damit diese praktisch umsetzbar sind (3.306 stimmen zu, 2.182 finden es eher wichtig). Sie schätzen es, wenn verschiedene Möglichkeiten aufgezeigt werden, aus denen sie selbst abwägen können (2.134 finden es sehr wichtig, 2.760 eher wichtig).

Zudem ist es für sie hilfreich, Unterstützung bei der Zukunftsplanung zu erhalten (2.420 als sehr wichtig, 2.679 als wichtig). Auch der Erhalt von relevanten Informationen und Unterstützung bei der Umsetzungsplanung wird als bedeutend erachtet (2.195 als sehr wichtig, 2.540 als wichtig).

Regelmäßige Begleitung durch eine Prozessberatung wird als weniger wichtig angesehen (942 als sehr wichtig, 1.632 als wichtig). Ebenso wichtig ist, dass die beratende Person mit den regionalen Gegebenheiten vertraut ist (2.433 als sehr wichtig, 2.285 als wichtig).

Die Erreichbarkeit der Weiterbildungsexperten nach der Veranstaltung wird ebenfalls hoch geschätzt (2.544 als sehr wichtig, 2.480 als wichtig). Schließlich wird auch die Expertise der Weiterbildner in der jeweiligen Thematik als bedeutend erachtet (2.155 als sehr wichtig, 2.355 als wichtig).

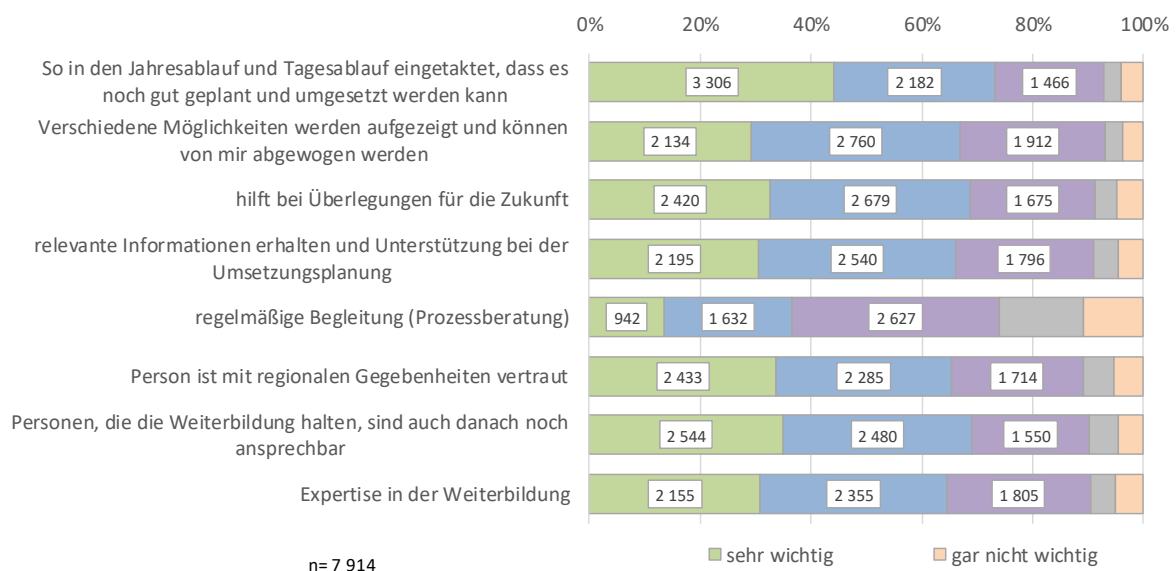


Abbildung 29: Was ist im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig?

Tabelle 23: Was ist im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig?

	1	2	3	4	5
Was ist Ihnen im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig?					
So in den Jahresablauf und Tagesablauf eingetaktet, dass es noch gut geplant und umgesetzt werden kann	3 306	2 182	1 466	236	306
Verschiedene Möglichkeiten werden aufgezeigt und können von mir abgewogen werden	2 134	2 760	1 912	234	278
hilft bei Überlegungen für die Zukunft	2 420	2 679	1 675	291	356
relevante Informationen erhalten und Unterstützung bei der Umsetzungsplanung	2 195	2 540	1 796	308	335
regelmäßige Begleitung (Prozessberatung)	942	1 632	2 627	1 065	765
Person ist mit regionalen Gegebenheiten vertraut	2 433	2 285	1 714	404	386
Personen, die die Weiterbildung halten, sind auch danach noch ansprechbar	2 544	2 480	1 550	388	323
Expertise in der Weiterbildung	2 155	2 355	1 805	324	349
(1= sehr wichtig; 5=gar nicht wichtig)			n= 7 914		

Die beiden nachstehenden Tabellen zeigen die Präferenzen nach Voll- und Nebenerwerb sowie nach Geschlecht auf.

Tabelle 24: Was ist im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb

Was ist Ihnen im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig?				
	Vollerwerb		Nebenerwerb	
	MW	Std	MW	Std
So in den Jahresablauf und Tagesablauf eingetaktet, dass es noch gut geplant und umgesetzt werden kann	1,91	1,02	1,97	1,09
Verschiedene Möglichkeiten werden aufgezeigt und können von mir abgewogen werden	2,13	0,96	2,16	1,03
hilft bei Überlegungen für die Zukunft	2,09	1,03	2,15	1,09

relevante Informationen erhalten und Unterstützung bei der Umsetzungsplanung	2,16	1,03	2,18	1,08
regelmäßige Begleitung (Prozessberatung)	2,83	1,13	2,90	1,18
Person ist mit regionalen Gegebenheiten vertraut	2,16	1,09	2,18	1,14
Personen, die die Weiterbildung halten, sind auch danach noch ansprechbar	2,07	1,06	2,13	1,09
Expertise in der Weiterbildung	2,18	1,06	2,20	1,09

Betrachtet man die Präferenzen nach Geschlecht, so ist erkennbar, dass Frauen den unterschiedlichen Aspekten tendenziell eine höhere Bewertung zusprechen als Männer.

Tabelle 25: Was ist im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig? - nach Geschlecht

Was ist Ihnen im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig?				
	Weiblich		Männlich	
	MW	Std	MW	Std
So in den Jahresablauf und Tagesablauf eingetaktet, dass es noch gut geplant und umgesetzt werden kann	1,77	1,05	2,03	1,06
Verschiedene Möglichkeiten werden aufgezeigt und können von mir abgewogen werden	2,00	1,01	2,22	0,99
hilft bei Überlegungen für die Zukunft	2,00	1,05	2,18	1,06
relevante Informationen erhalten und Unterstützung bei der Umsetzungsplanung	2,00	1,06	2,25	1,05

regelmäßige Begleitung (Prozessberatung)	2,79	1,22	2,91	1,12
Person ist mit regionalen Gegebenheiten vertraut	1,98	1,11	2,26	1,11
Personen, die die Weiterbildung halten, sind auch danach noch ansprechbar	2,00	1,10	2,16	1,07
Expertise in der Weiterbildung	2,12	1,09	2,23	1,07

Kanäle für Informationen über Bildungsangebote

Die meisten Betriebsführer:innen werden auf Bildungsangebote durch die Website der LK/LFI aufmerksam (26,3 %, 5.987 Betriebe), gefolgt von E-Mail (21,5 %, 4.913 Betriebe) und Broschüren/Folder (13,6 %, 3.108 Betriebe). Weitere Informationsquellen sind Zeitungen (13,4 %, 3.058 Betriebe) und Mundpropaganda von Kolleg*innen (10,5 %, 2.388 Betriebe). Weniger häufig werden WhatsApp oder SMS-Aussendungen (6,5 %, 1.485 Betriebe) oder Social Media (4,0 %, 904 Betriebe) genutzt.

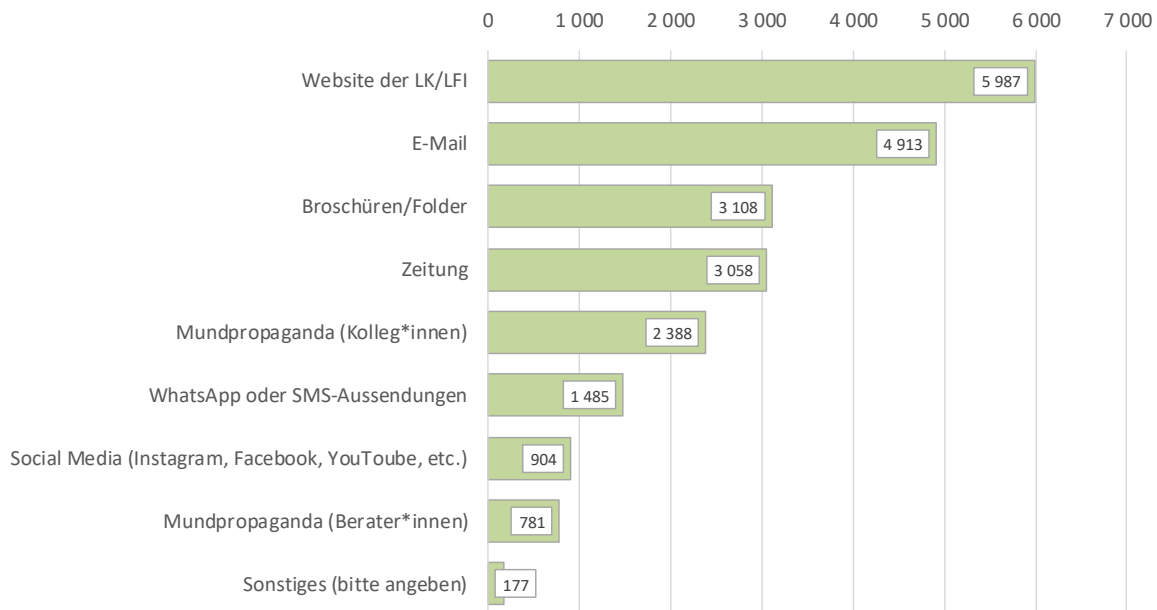


Abbildung 30: Wie wird man auf die Bildungsangebote aufmerksam?

5.7 Rahmenbedingungen & Methoden der Weiterbildung

Weiterbildungsformate

Die Kreisdiagramme zeigen, dass die Mehrheit der Betriebsführer Online-Weiterbildungsangebote bevorzugt (44,8 %, 3.883 Betriebe). Es gibt auch Interesse an hybriden Formaten (17,0 %, 1.474 Betriebe), bei denen Online- und Präsenzangebote kombiniert werden, und Präsenzveranstaltungen (38,3 %, 3.319 Betriebe) sind ebenfalls beliebt.

In Bezug auf die bevorzugte Form der Wissensvermittlung bevorzugen die meisten Betriebsführer:innen Vorträge (80,8 %, 7.447 Betriebe). Weniger gefragt ist interaktives Arbeiten, wie etwa Workshops, das nur von 19,2 % (1.766 Betrieben) bevorzugt wird.

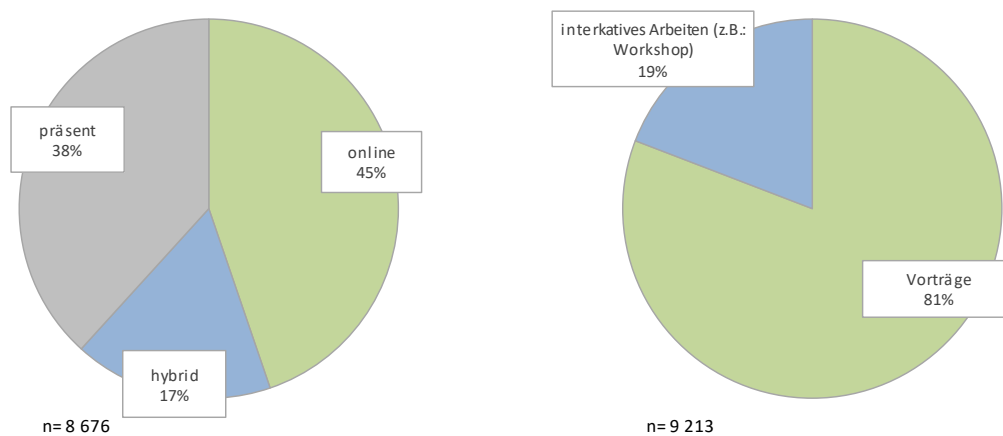


Abbildung 31: Welche Rahmenbedingungen werden für die Weiterbildungsangebote bevorzugt?

Betrachtet man die Präferenzen nach Voll- bzw. Nebenerwerb, so zeigt sich, dass Online-Angebote bei Nebenerwerbsbetrieben stärkeren Anklang finden als im Vollerwerb. Bei Vollerwerbsbetrieben ist mit einer Zustimmung von 42% die Präsenzveranstaltung die favorisierte Form, bei Nebenerwerbsbetrieben führt das Online-Angebot.

Tabelle 26: Bevorzugte Rahmenbedingungen für Weiterbildungsangebote - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb

Bevorzugte Rahmenbedingungen für Weiterbildungsangebote				
	Vollerwerb		Nebenerwerb	
online	1454	(39,3%)	2410	(48,8%)
hybrid	675	(18,3%)	791	(16,0%)
präsent	1568	(42,4%)	1737	(35,2%)

Hinsichtlich Geschlecht ist bei Frauen eine Tendenz hin zu den Online-Angeboten erkennbar.

Tabelle 27: Bevorzugte Rahmenbedingungen für Weiterbildungsangebote - nach Geschlecht

Bevorzugte Rahmenbedingungen für Weiterbildungsangebote				
	weiblich		männlich	
online	1426	(49,5%)	2453	(42,4%)
hybrid	387	(13,4%)	1086	(18,8%)
präsent	1065	(37,0%)	2249	(38,9%)

Veranstaltungszeiten

Die meisten Betriebsführer bevorzugen Veranstaltungen am Vormittag (42,7 %, 4.327 Betriebe), gefolgt vom Abend (38,0 %, 3.849 Betriebe). Weniger gefragt sind Nachmittagsveranstaltungen (14,5 %, 1.466 Betriebe), und nur eine kleine Anzahl bevorzugt Veranstaltungen über Mittag (4,9 %, 495 Betriebe). Die Ergebnisse zeigen, dass Vormittag und Abend die beliebtesten Zeiten sind.

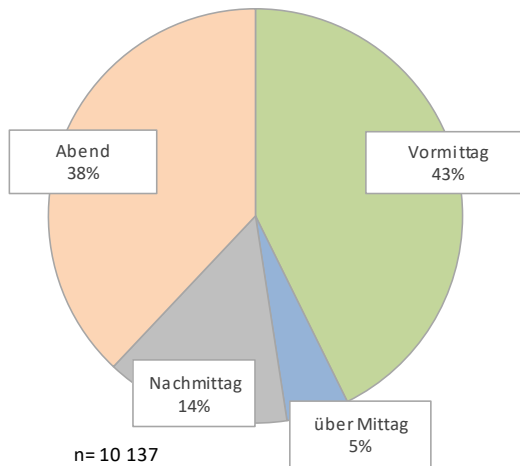


Abbildung 32: Rahmenbedingungen Weiterbildungsangebote

Länge der Bildungsangebote

Die Mehrheit der Betriebsführer:innen empfindet die Länge der Angebote als durchwegs angemessen (82,1 %, 6.965 Betriebe). Ein kleinerer Teil findet die Produkte teilweise zu lang (16,3 %, 1.385 Betriebe), während nur 1,6 % (136 Betriebe) die Bildungsangebote teilweise zu kurz empfinden. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die meisten Betriebsführer:innen mit der Dauer der Kurse zufrieden sind.

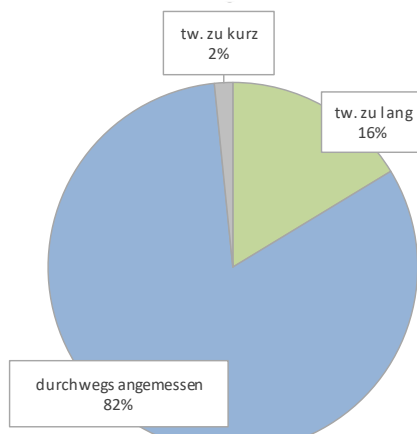


Abbildung 33: Rahmenbedingungen Weiterbildungsangebote

Verwendung von technischen Geräten

Die Auswertung zeigt, dass 36,3 % der befragten Personen ihre Weiterbildung lieber ohne technische Geräte absolvieren. Etwa ein Drittel (33,5 %) nutzen einen Laptop zum Mitschreiben, Mitarbeiten oder für Recherchen. 19,8 % greifen auf ihr Smartphone zurück, während 10,4 % ein Tablet verwenden. Insgesamt zeigt sich, dass viele Betriebsführer bei Weiterbildungen auf klassische, gerätefreie Methoden setzen, während andere moderne Technologien nutzen, um ihre Lernprozesse zu unterstützen.

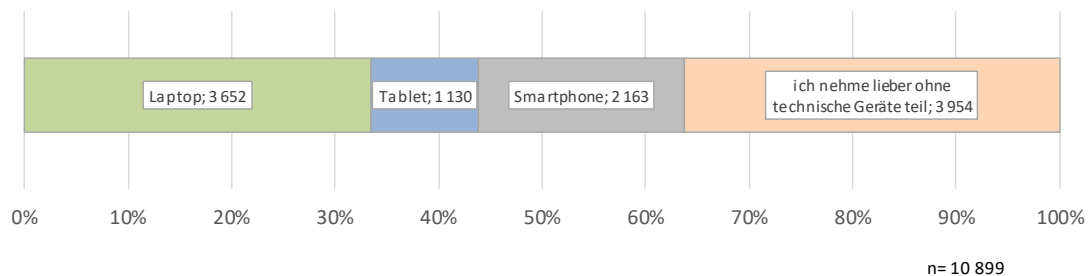


Abbildung 34: Welches Medium wird zur Recherche während einer Weiterbildung genutzt?

Entfernung zum Veranstaltungsort

Dies Balkendiagramm zeigt, wie weit die befragten Personen bereit sind, für eine Bildungsveranstaltung zu fahren.

Die meisten Betriebsführer:innen sind bereit, zwischen 21 und 30 km zu fahren (24,4 %, 2.019 Betriebe), gefolgt von 11 bis 20 km (18,6 %, 1.545 Betriebe).

31 bis 40 km (16,3 %, 1.352 Betriebe) und 41 bis 50 km (17,9 %, 1.482 Betriebe) sind ebenfalls gängige Entfernungen.

Eine kleinere Anzahl ist bereit, 51 bis 60 km (9,5 %, 788 Betriebe) zu fahren, und noch weniger sind bereit, über 60 km zu fahren.

Nur 2,3 % (192 Betriebe) sind bereit, für eine Veranstaltung weniger als 10 km zu fahren, während 6,5 % (537 Betriebe) sogar bereit sind, mehr als 80 km zurückzulegen.

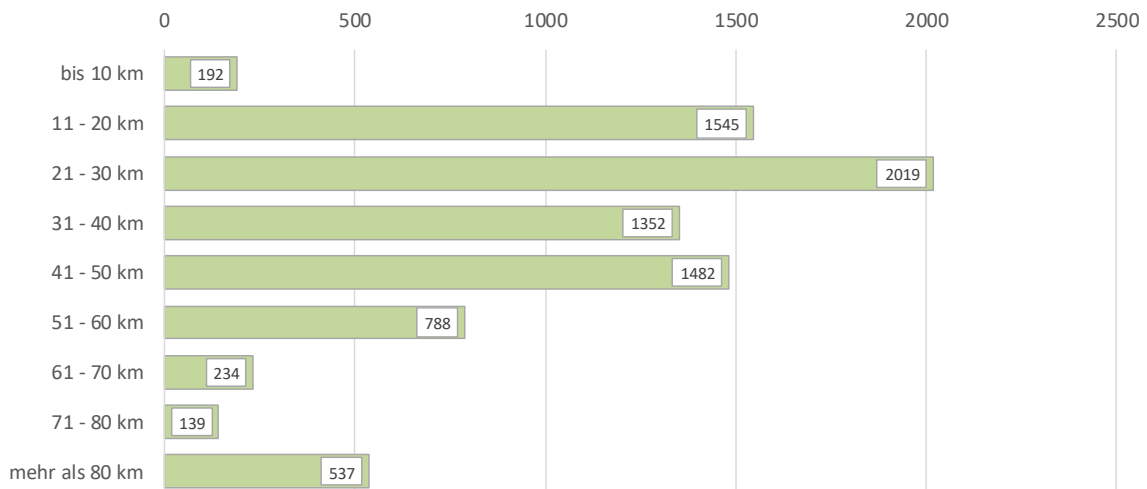


Abbildung 35: Wie weit sind die Teilnehmer bereit für eine Bildungsveranstaltung zu fahren?

6. ZUSAMMENFASSUNG

Die Studie "Mehrwert der Bildung für landwirtschaftliche Betriebe" erforscht die Rolle von Bildung in der Steigerung von Produktivität, Nachhaltigkeit und wirtschaftlicher Effizienz in der österreichischen Landwirtschaft. Sie hebt die Bedeutung von Bildung hervor, um Landwirt:innen die Anpassung an moderne Herausforderungen zu erleichtern und langfristig erfolgreich zu bleiben.

Der theoretische Teil der Studie behandelt die Qualitätskriterien für Bildungsangebote, die sicherstellen sollen, dass diese praxisnah und effektiv sind. Diese Kriterien umfassen inhaltliche, methodisch-didaktische sowie formale Aspekte und legen einen besonderen Fokus auf nachhaltige Entwicklung und die direkte Anwendbarkeit der erworbenen Fähigkeiten auf den landwirtschaftlichen Betrieb. Bildung wird als Schlüssel zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und Anpassungsfähigkeit der Betriebe betrachtet.

Die Methodik der Studie kombiniert qualitative und quantitative Ansätze. Narrative Interviews mit Landwirt:innen bieten tiefe Einblicke in deren Bildungsbedürfnisse und -erfahrungen. Diese Interviews zeigen, dass Landwirt:innen Bildung nicht nur zur Erweiterung ihres Wissens nutzen, sondern auch, um Netzwerke zu bilden und ihre betriebliche und persönliche Autonomie zu stärken. Die qualitative Analyse betont die Wichtigkeit praxisnaher Bildungsinhalte und den Austausch unter Landwirt:innen.

Parallel dazu liefert eine umfangreiche Online-Befragung (n= 14.344) statistische Daten, die die qualitativen Ergebnisse ergänzen. Die quantitative Erhebung zeigt, dass Zeitmangel ein wesentlicher Grund ist, warum nicht noch häufiger Bildungsangebote angenommen werden, obwohl der Wert solcher Angebote hoch eingeschätzt wird. Die Befragten heben besonders die Bedeutung aktueller, praxisrelevanter Inhalte hervor und betonen die Notwendigkeit, dass Bildungsmaßnahmen gut in den betrieblichen Alltag integriert sein müssen.

Die Studie zeigt, dass Weiterbildung entscheidend zur Verbesserung von Produktionsmethoden, betriebswirtschaftlichen Fähigkeiten und der Anpassungsfähigkeit an technologische und marktbezogene Veränderungen beiträgt. Auch die soziale Komponente,

wie etwa die Netzwerkbildung und der Austausch von Erfahrungen, wird als wichtiger Faktor für den Erfolg von Bildungsmaßnahmen erkannt.

Die Ergebnisse der Studie führen zu konkreten Empfehlungen zur Verbesserung der Bildungsangebote. Diese sollten noch stärker auf die spezifischen Bedürfnisse der Landwirt:innen zugeschnitten werden und flexibel in den betrieblichen Alltag integriert werden können. Die Bildungsmaßnahmen sollen so gestaltet werden, dass sie sowohl inhaltlich als auch zeitlich den Anforderungen der Landwirt:innen gerecht werden. Ein besonderes Augenmerk wird auf die Förderung von Netzwerken gelegt, um den Austausch zu verstärken und die Verbreitung von Wissen und Innovationen zu fördern.

Insgesamt unterstreicht die Studie die Notwendigkeit, Bildung als integralen Bestandteil der landwirtschaftlichen Praxis zu betrachten. Sie bietet wertvolle Einblicke und Handlungsempfehlungen, wie Bildungsangebote weiterentwickelt werden können, um den langfristigen Erfolg und die Nachhaltigkeit der landwirtschaftlichen Betriebe zu gewährleisten. Durch die Anpassung an die sich wandelnden Rahmenbedingungen und die kontinuierliche Weiterbildung können Landwirt:innen nicht nur ihre Betriebe optimieren, sondern auch einen positiven Beitrag zur Lösung der Herausforderungen der modernen Landwirtschaft leisten.

7. ABBILDUNGEN

Abbildung 1: Spannweite der Weiterbildungsdynamik	13
Abbildung 2: Selbstbestimmungstheorie nach Ryan & Deci (2000)	21
Abbildung 3: Rahmenmodell der Interessensgenese Quelle: Krapp (1998, S. 191)	22
Abbildung 4: dynamischer Wissenskreislauf in der Landwirtschaft	23
Abbildung 5: Lernorientierung in der Regionalentwicklung (Quelle: Heintel, 2005, S. 127)...	29
Abbildung 6: Lernen lernen nach (Heintel & Fasching, 2011) für landwirtschaftliche Betriebsführer:innen	29
Abbildung 7: Verteilung der Stichprobe nach Bundesland	31
Abbildung 8: Alter der befragten Personen, n=14.344	32
Abbildung 9: höchste abgeschlossene Ausbildung	33
Abbildung 10: landwirtschaftliche Ausbildungen (Mehrfachantworten möglich)	33
Abbildung 11: Betriebszweig Tierhaltung	34
Abbildung 12: Betriebszweig Pflanzenbau und Forstwirtschaft	35
Abbildung 13: Betriebszweig Diversifizierung.....	36
Abbildung 14: Bewirtschaftungsweise	37
Abbildung 15: Größenklasse der landwirtschaftlich genutzten Fläche	38
Abbildung 16: zukünftige Betriebsentwicklung	39
Abbildung 17: besuchte Bildungsangebote der letzten 3 Jahre	41
Abbildung 18: abgeschlossene Facharbeiter- oder Meisterausbildung in den letzten 3 Jahren	42
Abbildung 19: Warum werden nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch genommen?, n=8.829.....	43
Abbildung 20: Bei welchen Bildungsanbietern werden Angebote genutzt?	46
Abbildung 21: Was war die Motivation, die Angebote zu nutzen?	48
Abbildung 22: Wichtigkeit der folgenden Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung	51
Abbildung 23: Wie wichtig sind folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung?	54
Abbildung 24: Was möchte man aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen?	57
Abbildung 25: Einschätzung der Wirkung einer relevanten Veranstaltung.....	60

Abbildung 26: In welchem/welchen der folgenden Punkte, gab es Veränderungen, die durch Bildungsangebote begleitet wurden?	61
Abbildung 27: Kosten-Nutzen-Bewertung	62
Abbildung 28: Wurde letzten 3 Jahren Beratung in Anspruch genommen? In welcher Reihenfolge wurde Bildung und Beratung in Anspruch genommen?.....	63
Abbildung 29: Was ist im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig?.....	64
Abbildung 30: Wie wird man auf die Bildungsangebote aufmerksam?	68
Abbildung 31: Welche Rahmenbedingungen werden für die Weiterbildungsangebote bevorzugt?.....	69
Abbildung 32: Rahmenbedingungen Weiterbildungsangebote	71
Abbildung 33: Rahmenbedingungen Weiterbildungsangebote	71
Abbildung 34: Welches Medium wird zur Recherche während einer Weiterbildung genutzt?	72
Abbildung 35: Wie weit sind die Teilnehmer bereit für eine Bildungsveranstaltung zu fahren?	73

8. TABELLEN

Tabelle 1: Übersicht über die Interviewpartner:innen	15
Tabelle 2: Betriebszweig Tierhaltung	35
Tabelle 3: Betriebszweig Pflanzenbau und Forstwirtschaft	36
Tabelle 4: Betriebszweig Diversifizierung	36
Tabelle 5: zukünftige Veränderungen in der Wirtschaftsweise	39
Tabelle 6: besuchte Bildungsangebote der letzten 3 Jahre	41
Tabelle 7: Warum werden nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch genommen? ..	44
Tabelle 8: Warum werden nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch genommen? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb	44
Tabelle 9: Warum werden nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch genommen? - nach Geschlecht	45
Tabelle 10: Was war die Motivation, die Angebote zu nutzen?	48
Tabelle 11: Was war die Motivation, die Angebote zu nutzen? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb	49
Tabelle 12: Was war die Motivation, die Angebote zu nutzen? - nach Geschlecht	50
Tabelle 13: Wichtigkeit der folgenden Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung.....	52
Tabelle 14: Wichtigkeit der folgenden Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb	52
Tabelle 15: Wichtigkeit der folgenden Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung - nach Geschlecht.....	53
Tabelle 16: Wie wichtig sind folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung?	55
Tabelle 17: Wie wichtig sind folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb	55
Tabelle 18: Wie wichtig sind folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung? - nach Geschlecht.....	56
Tabelle 19: Was möchte man aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen? ..	58
Tabelle 20: Was möchte man aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb	58
Tabelle 21: Was möchte man aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen? - nach Geschlecht	59

Tabelle 22: Veränderungen, die durch Bildungsangebote begleitet wurden - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb	61
Tabelle 23: Was ist im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig?	65
Tabelle 24: Was ist im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig? - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb	65
Tabelle 25: Was ist im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig? - nach Geschlecht.....	66
Tabelle 26: Bevorzugte Rahmenbedingungen für Weiterbildungsangebote - nach Vollerwerb bzw. Nebenerwerb	70
Tabelle 27: Bevorzugte Rahmenbedingungen für Weiterbildungsangebote - nach Geschlecht	70

9. LITERATURVERZEICHNIS

- Achtenhagen, F., & Lempert, W. (2000). Kompetenzentwicklung in der Berufsausbildung: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis. Bertelsmann Verlag.
- Bohnsack, R. (2010). Rekonstruktive Sozialforschung. Opladen & Farmington Hills: Barbara Budrich.
- Böheim, R., & Schneeweis, N. (2007). Renditen betrieblicher Weiterbildung in Österreich. Forschungsbericht der Johannes Kepler Universität Linz.
- Buchmann, N., & Henn, M. (2018). "The Role of Education in Enhancing Social Capital in Rural Areas." *Rural Sociology*, 83(2)
- Diesenreiter, C., & Sukitsch, A. (2007). "Was bringt Bildung?" KundInnen allgemeiner Erwachsenenbildung reflektieren ihren persönlichen Bildungsnutzen. In Forschungsbericht des Österreichischen Instituts für Erwachsenenbildung und des BM für Unterricht, Kunst und Kultur. Wien.
- DIN EN ISO 9000:2015. Qualitätsmanagementsysteme – Grundlagen und Begriffe. Deutsches Institut für Normung e.V.
- Ehlers, U.-D. (2013). Qualität im E-Learning aus Lernericht. Springer.
- Heckhausen, H. (1989). Motivation und Handeln. Berlin: Springer.
- Heintel, M. (2005). Regionalmanagement in Österreich - Professionalisierung und Lernorientierung. Abhandlung zur Geographie und Regionalforschung, 8.
- Heintel, M., & Fasching, H. (2011). Lernende Regionen Theoretische Grundlagen und praktische Beispiele einer lernorientierten Regionalentwicklung. *Grazer Schriften der Geographie und Raumforschung*, 46, S. 177-188.
- Himpele, K., & Stock-Homburg, R. (2014). Bildungsmanagement: Strategien und Instrumente für Hochschule und Weiterbildung. Springer.
- Hoeve, A., & Drost, H. (2002). *Leren Vernieuwen: een onderzoek naar zoek - en leergedrag van agrarisch ondernemers*. Wageningen: Wageningen University and Research Centre, Stoas Research.
- Kirner, L., Payrhuber, A., & Prodingler, M. (2018). Land- und forstwirtschaftliche Diversifizierung in Österreich. Wien: Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik.
- Kirner, L., Payrhuber, A., Prodingler, M., & Hager, V. (2019). Professionalisierung der Weiterbildung und Beratung in der österreichischen Rinder- und Schweinehaltung. Wien: Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik.
- Kirner, L., Prodingler, M., & Hager, V. (2020). Professionalisierung der Weiterbildung und Beratung in der österreichischen Schaf- und Ziegenhaltung. Wien: Projektbericht der Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik.

- Krapp, A. (1998). Entwicklung und Förderung von Interessen im Unterricht. *Psychologie in Erziehung und Unterricht*, 44. Jg., S. 185-201.
- Krauss, M., & Matzdorf, B. (2018). "The Role of Education in Promoting Sustainable Agricultural Practices." *Sustainability*, 10(6)
- Lam, T., Jansen, J., van den Borne, B., & Hogeveen, H. (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.
- Lee, J., & Watanabe, C. (2020). "Innovations in Agriculture: Research and Development." *Journal of Agricultural Science*, 12(3), 145-158.
- Pfeffer, K., & Stöckel, J. (2017). "Economic Efficiency of Farms: A Study on the Impact of Educational Programs." *Agricultural Economics*, 48(3)
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (January 2000). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, S. 68-78.
- Schmid, K. (2008). Zum Nutzen der Weiterbildung. *Internationaler Literaturreview und individuelle Weiterbildungserträge von Teilnehmerinnen und Teilnehmern an WIFI-Kursen*. Lbw Forschungsbericht Nr. 144.
- Schmidt, J., & Möller, R. (2019). "Precision Agriculture: A Review of the Potential Benefits for Agricultural Production." *Agricultural Systems*, 176.
- Sinabell, S., Streicher, G. & Haslmayr, H. (2021). *Volkswirtschaftliche Aspekte der Klimaanpassung in der Landwirtschaft*.

www.arbeitskreise.at

ANHANG

Mehrwert der Bildung für landwirtschaftliche Betriebe



Andrea Payrhuber
Veronika Hager

Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien
Zentrum für Weiterbildung und Drittmittelprojekte | ERP
Angermayergasse 1, 1130 Wien

www.haup.ac.at

Wien, Jänner 2025

Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
Land- und Forstwirtschaft,
Regionen und Wasserwirtschaft


LE 14-20
Entwicklung für den Ländlichen Raum

Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.



Angaben zum Betrieb

* 1. In welchem Bundesland befindet sich Ihr Betrieb?

- Niederösterreich
- Burgenland
- Oberösterreich
- Salzburg
- Steiermark
- Kärnten
- Tirol
- Vorarlberg
- Wien

Angaben zur Person

2. Alter in Jahren:

3. Geschlecht

- weiblich
 männlich
 divers

4. Ihre höchste Ausbildung:

- Pflichtschule
 Berufsbildende mittlere Schule ohne Matura (BMS)
 Berufsbildende höhere Schule mit Matura (BHS)
 Allgemeinbildende höhere Schule mit Matura (AHS)
 Studienabschluss (Uni, FH, PH)

Sonstiges (bitte angeben)

5. Ihre landwirtschaftlich Ausbildung

Mehrfachantworten möglich

- land- oder forstwirtschaftliche Fachschule
 land- oder forstwirtschaftliche höhere Schule mit Matura
 land- oder forstwirtschaftlicher Studienabschluss
 land- oder forstwirtschaftliche Meisterausbildung
 Sonstiges (bitte angeben)

Betriebszweige

Bitte geben Sie einen Hauptzweig an und Nebenzweige (soweit vorhanden).

6. Welche Betriebszweige/Produktionssparten haben Sie im Bereich der Tierhaltung?

	Hauptzweig	weitere Zweige
Rindermast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Milchviehhaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mutterkuhhaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schweinehaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geflügelhaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schafe und Ziegen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pferde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sonstige Tierhaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
keine Tierhaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Pflanzenbau und Forstwirtschaft

	Hauptzweig	weiterer Zweig
Grünland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ackerbau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obst- und Gemüse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Diversifizierung

	Hauptzweig	weiterer Zweig
Direktvermarktung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Urlaub am Bauernhof	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schule am Bauernhof	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sonstige Diversifizierung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Betriebsführung

9. Führen Sie Ihren Betrieb im Voll- oder im Nebenerwerb?

- Vollerwerb
- Nebenerwerb

10. Wirtschaften Sie konventionell oder biologisch?

- konventionell
- biologisch
- konventionell, möchte auf Bio umsteigen
- biologisch, möchte auf konventionell zurückgehen

11. Wie groß ist Ihr Betrieb in etwa? (Angabe bitte in ha)

ha

zukünftige Entwicklung

12. Wie soll sich Ihr Betrieb in den nächsten 5 Jahren entwickeln?

- verkleinern
- in etwa gleich bleiben
- vergrößern

Sonstiges (bitte angeben)

13. Soll es Veränderungen in der Wirtschaftsweise geben?

- nein, keine Veränderung
- ja, Veränderung der Betriebsausrichtung
- ja, wollen (mehr) Diversifizieren

Sonstiges (bitte angeben)

Weiterbildung

14. Wie oft haben Sie in den letzten 3 Jahren verschiedene Angebote genutzt?

	1	2	3	4 - 5	6 - 7	8 oder öfter	nie
Anzahl an Arbeitskreisen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anzahl an Zertifikatslehrgängen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Online-Kurse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Webinare, Online-Seminare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tagespräsenzveranstaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kurze (ca. 2 - 3 h) Präsenzveranstaltungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sonstiges (bitte angeben)

15. Haben Sie in den letzten drei Jahren eine der folgenden Ausbildungen abgeschlossen?

- Facharbeiter
- Meister
- keine davon

16. Bei welchen Bildungsanbietern haben Sie Angebote genutzt?

(Mehrfachantworten möglich)

- LFI oder LK
- Bio-Austria
- Landjugend
- NTÖ
- ÖKL
- andere agrarische Bildungsanbieter
- nicht agrarische Anbieter

Motivation

17. Was war Ihre Motivation, die Angebote zu nutzen?
(1 = war ein entscheidender Grund; 5 = war kein Grund)

	1	2	3	4	5
Interesse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissensstand in Themenbereich updaten bzw. ausbauen/vertiefen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information über Neuigkeiten/ Neuerungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neuausrichtung des Betriebs angedacht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neuausrichtung des Betriebs in Umsetzung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kontakte knüpfen zu Vortragenden (Expert:innen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Austausch und Kontakte knüpfen/pflegen mit gleichgesinnten Kolleg:innen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beantwortung von konkreten Fragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pflicht (z.B. ÖPUL/ TGD)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte bei einer Bildungsveranstaltung?
(1 = sehr wichtig; 5 = gar nicht wichtig)

	1	2	3	4	5
Expertise der Referent:innen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aktualität der Inhalte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praxisrelevanz der Themen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unterlagen werden zur Verfügung gestellt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gute Unterlagen, in denen man später nachsehen kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeit für Austausch mit Kolleg:innen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unterschiedliche Angebote für Einsteiger:innen und erfahrene Teilnehmer:innen (Vertiefung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Was ist Ihnen sonst noch wichtig? (bitte angeben)

Wert der Weiterbildung

19. Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte als Mehrwert aus der Veranstaltung?
(1 = sehr wichtig; 5 = gar nicht wichtig)

	1	2	3	4	5	nicht benötigt
Kontakt zu Personen für Beratung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kontakt zu Expert*innen (z.B.: Personen aus der Forschung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kontakt zu Fachtierärzt:innen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Netzwerkbildung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
konkrete Informationen, die im eigenen Arbeitsbereich umgesetzt werden konnten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
neue Verfahren/Möglichkeiten kennen gelernt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entscheidungsfindung auf Basis der Bildungsmaßnahmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Was ist Ihnen sonst noch wichtig? (bitte angeben)

20. Was möchten Sie aus einer Bildungsveranstaltung für die Praxis mitnehmen?

	1	2	3	4	5
Verbessertes Zeitmanagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verbesserte Unternehmensführung (inkl. Marketing und Führungsaufgaben) effizienterer Betriebsmitteleinsatz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verbesserte Produktionsweise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verbesserte Kooperation und Zusammenarbeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erweitertes Netzwerk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einkommenskombinationen/ neues- zusätzliches Einnahmepotential (z.B Direktvermarktung, SaB, UaB)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wirkung

**Denken Sie an das für Sie relevanteste Bildungsangebot im letzten Jahr und schätzen Sie die Wirkung auf Ihren Betrieb ein:
(schieben Sie den Regler an die passende Position)**

21. Für welches Angebot nehmen Sie die Einschätzung vor?

22. **ökonomisch**

keine Wirkung mittlere Wirkung hohe Wirkung



23. **ökologisch**

keine Wirkung mittlere Wirkung hohe Wirkung



24. **sozial**

keine Wirkung mittlere Wirkung hohe Wirkung



Entwicklung

25. In welchem/welchen der folgenden Punkten gab es Veränderungen, die durch Bildungsangebote begleitet wurden?

- Betriebsausrichtung
- Arbeitsprozess
- persönliches Mindset
- Familienstruktur
- Sonstiges (bitte angeben)

26. Welche Weiterbildungsangebote (zu welchen Themen und Fragen) würden Sie in den nächsten 3 - 5 Jahren für eine erfolgreiche Betriebsführung und Produktion benötigen?

Bitte geben Sie alles an, von dem Sie meinen, es könnte Ihnen weiterhelfen:

1.
2.
3.
4.
5.

27. Warum nehmen Sie nicht (noch) mehr Bildungsangebote in Anspruch?

(1= wichtiger Grund, 5= kein Grund)

	1	2	3	4	5
zu wenig Zeit für Weiterbildung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kein weiterer Weiterbildungsbedarf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
benötigte Kurse werden nicht angeboten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kursangebot ist mir nicht bekannt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kosten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe schon alles in Anspruch genommen was ich benötige.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Haben Sie in den letzten 3 Jahren auch Beratung in Anspruch genommen?

- ja, ich habe Beratungsangebote in Anspruch genommen
- nein, ich habe keine Beratungsangebote in Anspruch genommen

29. In welcher Reihenfolge haben Sie Bildung und Beratung in Anspruch genommen?

- erst Bildung dann ergänzend Beratung
- erst Beratung dann das entsprechende Bildungsangebot
- eher gleichzeitig

Möchten Sie dazu noch etwas anmerken?

30. Was ist Ihnen im Zusammenhang mit Weiterbildung und Beratung wichtig?

(1= sehr wichtig; 5= gar nicht wichtig)

	1	2	3	4	5
So in den Jahresablauf und Tagesablauf eingetaktet, dass es noch gut geplant und umgesetzt werden kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verschiedene Möglichkeiten werden aufgezeigt und können von mir abgewogen werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
hilft bei Überlegungen für die Zukunft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
relevante Informationen erhalten und Unterstützung bei der Umsetzungsplanung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
regelmäßige Begleitung (Prozessberatung)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Person ist mit regionalen Gegebenheiten vertraut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personen, die die Weiterbildung halten, sind auch danach noch ansprechbar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Expertise in der Weiterbildung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ist Ihnen sonst noch etwas wichtig?

33. Welche Rahmenbedingungen bevorzugen Sie für Weiterbildungsangebote?

Form:

- online
- hybrid
- präsent

Möchten Sie uns dazu noch etwas sagen?

34. Welche Form der Vermittlung bevorzugen Sie?

Methodik:

- Vorträge
- interkatives Arbeiten (z.B.: Workshop)

35. Nutzen Sie im Rahmen einer Weiterbildung gerne Ihren Laptop, Ihr Tablet oder Ihr Smartphone zum Mitschreiben, zum Mitarbeiten oder für Recherchen?

Nutzung von technischen Geräten:

- Laptop
- Tablet
- Smartphone
- ich nehme lieber ohne technische Geräte teil

36. Empfinden Sie die Länge der Kurse als angemessen?

Länge:

- tw. zu lang
- durchwegs angemessen
- tw. zu kurz
- Können Sie uns bitte Beispiele nennen, wenn Angebote zu kurz oder zu lange waren.

37. Welche Zeiten würden Sie bei einer Halbtagsveranstaltung bevorzugen?

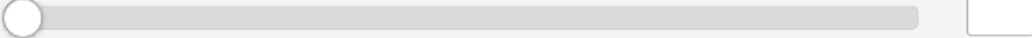
Tageszeit:

- Vormittag
- über Mittag
- Nachmittag
- Abend
- Möchten Sie uns dazu noch etwas sagen?

38. Wie weit sind Sie bereit, für eine Bildungsveranstaltung zu fahren?

Entfernung:

bis 10 km bis 60 km 100 km oder weiter



The image shows a horizontal slider control. Above the slider, there are three labels: 'bis 10 km' on the left, 'bis 60 km' in the middle, and '100 km oder weiter' on the right. The slider itself is a horizontal bar with a circular knob on the left side, which is currently positioned at the far left end, indicating the 'bis 10 km' option. On the right end of the slider, there is a small square box, likely for entering a custom value.

Anmerkungen:

Vielen Dank für die Teilnahme an unserer Umfrage!

Falls Sie uns noch etwas mitteilen möchten, freuen wir uns über Ihre Anmerkungen.

39. Was würden Sie sonst noch benötigen? Was würde für den Betrieb in Bezug auf Weiterbildung einen Mehrwert bringen?

40. Was möchten Sie uns für die Weiterentwicklung des agrarischen Bildungsangebotes noch mitgeben?

41. Bei welchen Bildungsanbietern haben Sie Angebote genutzt?
(Mehrfachantworten möglich)

- LFI oder LK
- Bio-Austria
- Landjugend
- NTÖ
- ÖKL
- andere agrarische Bildungsanbieter
- nicht agrarische Anbieter