



Fotos (2): agrarfoto.com

Wie wirtschaftlich ist die Diversifizierung?

Ob sich die agrarische Diversifizierung in Österreich rechnet, wurde im Rahmen einer Studie im Auftrag des Wiener Landwirtschaftsministeriums für die Zweige Direktvermarktung und Urlaub am Bauernhof untersucht. Dabei zeigte sich: Es gibt eine große Bandbreite und kein Patentrezept für wirtschaftlichen Erfolg.

Die Gründe für den Einstieg in die Diversifizierung sind zwar vielfältig, jedoch dürften wirtschaftliche Aspekte eine sehr wichtige Rolle spielen, wie Studien belegen (u.a. Lehner-Hilmer 1999; Rutz et al. 2016). Für Österreich lagen bis vor kurzem nur Informationen zum Anteil der Diversifizierung am Ertrag der Buchführungsbetriebe im Grünen Bericht vor (Kirner et al. 2019). Das Einkommen oder andere Kennzahlen zur Wirtschaftlichkeit der Diversifizierung konnten aus den Buchführungsergebnissen jedoch nicht herausgerechnet werden.

Forschungsprojekt

Ein Forschungsprojekt setzte sich daher zum Ziel, den Kenntnisstand über die Wirtschaftlichkeit der Diversifizierung in Österreichs Land- und Forstwirtschaft zu erhöhen und daraus Potenziale für eine Professionalisierung der Diversifizierung abzuleiten. Am Beispiel von Urlaub am Bauernhof und der Direktvermarktung mit Schwerpunkt Milch und Milchprodukte wurde die

Wirtschaftlichkeit der Diversifizierung analysiert. Ausgangspunkt waren freiwillig buchführende Betriebe im Rahmen des Grünen Berichts, deren Betriebszweige im Rahmen der Betriebszweigabrechnung auf Vollkostenbasis (Grundlage ist das Kostenchema nach Hunger et al. 2006) ausgewertet wurden.

Die Analyse stützt sich auf 28 Betriebe, die sich auf die beiden Diversifizierungszweige Urlaub am Bauernhof (UaB) und Direktvermarktung wie folgt verteilen: zwölf Betriebe mit Betriebszweig UaB, elf Betriebe mit Betriebszweig Direktvermarktung und fünf Betriebe mit beiden Betriebszweigen. Die Anzahl an Betriebszweigen mit Diversifizierung erhöht sich somit auf 33, davon 17 mit Urlaub am Bauernhof und 16 mit Direktvermarktung.

Betriebsstruktur

Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Struktur dieser Betriebe. Der Anteil der Biobetriebe lag bei über 40 Prozent, jener der

Die Autorin und die Autoren



HS-Prof. Priv.-Doz. Dr. Leopold Kirner
Hochschule für Agrar- und Umweltpädagogik Wien, Leiter des Instituts für Unternehmensführung, Forschung und Innovation
leopold.kirner@haup.ac.at



DI Franz Fensl
LBG Österreich, Leiter der Abteilung Agrarökonomie & Studien
f.fensl@lbg.at



Gudrun Glawischnig, BE
LBG Österreich, Abteilung Agrarökonomie & Studien
gudrun.glawischnig@lbg.at



DI Franz Hunger
LK Oberösterreich, Abteilung für Betriebswirtschaft
franzgeorg.hunger@lk-ooe.at

Bergbauernbetriebe bei rund 94 Prozent. Die Betriebe mit Direktvermarktung bewirtschafteten etwas mehr landwirtschaftliche Fläche und hielten mehr Nutztiere als die Betriebe mit UaB. Mit rund zwei betrieblichen Arbeitskräften (bAK) lag der Arbeitskräftebesatz deutlich höher als im Schnitt aller freiwillig buchführenden Betriebe (1,43 bAK im Jahr 2019 laut BMLRT, 2020,

S. 189). Die Direktleistung (entspricht überwiegend dem Umsatz) in der Diversifizierung bezifferte sich 2019 im Schnitt der Betriebszweige auf 31.830 Euro (UaB) und 33.165 Euro (Direktvermarktung), sie unterschied sich im Durchschnitt kaum zwischen den beiden Zweigen.

Ökonomische Kennzahlen

Tabelle 2 informiert über die zentralen ökonomischen Kennzahlen für die beiden Zweige UaB und Direktvermarktung. Grundlage für eine wirtschaftliche Produktion ist ein positiver Deckungsbeitrag (Produktionsschwelle). Bei 32 Betriebszweigen wurde

dieses Kriterium erfüllt, bei einem Betriebszweig mit Direktvermarktung jedoch nicht. Die Spannweite erstreckte sich bei UaB von 6.368 Euro bis 51.210 Euro und in der Direktvermarktung von minus 789 Euro bis 87.571 Euro.

Nach Abzug der aufwandsgleichen Fixkosten errechnet sich der Einkommensbeitrag. Für UaB resultierte im Schnitt ein Einkommensbeitrag von 9.862 Euro, für die Direktvermarktung 10.553 Euro. Vor allem die deutlich höheren Abschreibungen für Gebäude (6.332 € bei UaB versus 865 Euro in der Direktvermarktung) bedingten mehr als doppelt so hohe aufwandsgleiche Fixkosten bei UaB im Vergleich zur Direktvermarktung.

Bei zwei UaB- und bei drei Direktvermarktungs-Betriebszweigen wurde ein negativer Einkommensbeitrag ausgewiesen. Die Spannweite betrug bei UaB minus 321 Euro bis 23.314 Euro und bei Direktvermarktung minus 2.936 Euro bis 63.088 Euro. Da für UaB deutlich mehr Arbeitszeit geleistet wurde als in der Direktvermarktung, lag der Einkommensbeitrag pro Stunde in der Direktvermarktung fast doppelt so hoch wie bei UaB. Der Bogen spannte sich von minus 2,4 bis 44,8 Euro/AKh (UaB) beziehungsweise von minus 4,1 bis 23,4 Euro/AKh (DV).

Betriebszweigergebnis

Ausgehend vom Einkommensbeitrag werden die kalkulatorischen Kosten für Arbeit (11,90 Euro/Stunde ohne Einrechnung der Sozialversicherungsbeiträge) und Kapital (3,5 Prozent) abgezogen, als Ergebnis das Betriebszweigergebnis ausgewiesen. Für UaB wurden im Schnitt minus 12.834 Euro, für die Direktvermarktung 155 Euro ermittelt, der Unterschied war nach dem t-Test statistisch signifikant (p<0,008). Auch beim Betriebsergebnis lässt sich eine große Variabilität feststellen, wie die Abbildung belegt (die y-Achse wurde bei minus 20.000 Euro abgeschnitten): minus 56.192 Euro bis 2.393 Euro bei UaB und minus 15.622 Euro bis 22.009 Euro (Direktvermarktung).

Der Rentabilitätskoeffizient unterstreicht nochmals die Abweichungen zwischen UaB und Direktvermarktung. Bei UaB konnten nur 41 Prozent der angesetzten kalkulatorischen Kosten tatsächlich entlohnt werden, während in der Direktvermarktung eine vollständige Deckung im Durchschnitt 2019 gelang (Faktor von 1,02).

Tabelle 1: Merkmale der Betriebe/Betriebszweige UaB und Direktvermarktung 2019

Kennzahl	Einheit	UaB	DV
Betriebszweige	Anzahl	17	16
Alter Betriebsleiter	Jahre	44,6	47,8
Biobetriebe	%	41,2	43,8
Bergbauernbetriebe	%	94,1	93,8
Red. landw. gen. Fläche	ha RLF	26,8	29,7
Großvieheinheiten	GVE	30,2	36,4
Betriebe mit Rindern	%	82,4	100,0
Betriebe mit Milchkühen	%	70,6	93,8
Milchkühe	Stück	23,5	21,1
Betriebliche Arbeitskräfte	bAK	2,12	1,99
Direktleistung	€	31.830	33.165
	%	22,2	24,2

Tabelle 2: Kennzahlen zur Analyse der Wirtschaftlichkeit von UaB und Direktvermarktung

Kennzahl	Einheit	UaB	DV
Deckungsbeitrag	€	22.283	16.106
Einkommensbeitrag (EKB)	€	9.862	10.553
Arbeitskraftstunden	€	1.314	746
EKB pro Stunde	€/AKh	7,5	14,1
Betriebszweigergebnis (BE)	€	-12.834	155
Anzahl mit positivem BE	Zweige	3	7
Rentabilitätskoeffizient	Faktor	0,41	1,02

UaB = Urlaub am Bauernhof, DV=Direktvermarktung (Schwerpunkt Milch, Milchprodukte)
Rentabilitätskoeffizient = Einkommensbeitrag / (kalk. Arbeitskosten + kalk. Zinsen)
RLF = reduzierte landwirtschaftlich genutzte Fläche (Almwirtschaft)

Wirtschaftlichkeit

Ein Vergleich der Diversifizierungsweige mit den jeweiligen Hauptbetriebszweigen in der Urproduktion zeigt folgendes Bild (s. Tabelle 3): Das kalkulatorische Betriebsergebnis und der Rentabilitätskoeffizient verweisen darauf, dass in den Betrieben mit Direktvermarktung die Direktvermarktung eine höhere Wirtschaftlichkeit im Durchschnitt der Betriebe verzeichnete als die Urproduktion. Während die eigenen Faktoren Arbeit und Kapital, wie weiter oben schon gezeigt, in der Direktvermarktung zur Gänze entlohnt werden konnten, erreichten hier die Hauptbetriebszweige in der Urproduktion eine durchschnittliche Kostendeckung von 30 Prozent.

Anders die Situation bei Betrieben mit Urlaub am Bauernhof, hier lässt sich kein eindeutiger Trend ablesen. Sowohl UaB als auch die Urproduktion vermochten in Betrieben mit UaB bei weitem nicht die angesetzten Opportunitätskosten abzudecken, wobei der Rentabilitätskoeffizient bei UaB im Schnitt etwas niedriger lag als bei der Urproduktion: 0,41 versus 0,52.

Fazit

Die Ergebnisse belegen zum einen, dass die Diversifizierung wesentlich zum Einkommen der Betriebe beiträgt, wobei sich eine große Bandbreite bei der Wirtschaftlichkeit zeigt: Es gibt ökonomisch sehr erfolgreiche, aber auch weniger erfolgreiche Landwirtinnen und Landwirte in der Diversifizierung. Zum anderen schneidet im internen Betriebszweigvergleich die Direktvermarktung deutlich besser ab als der Betriebszweig Urlaub am Bauernhof. Besonders deutlich wird dies am positiven Betriebszweigergebnis im Durchschnitt aller Betriebe mit Direktvermarktung, während bei UaB ein deutlich negativer Wert ausgewiesen wird.

Auch kann sich die Direktvermarktung im Schnitt gegenüber der land- und forstwirtschaftlichen Urproduktion behaupten, denn

Tabelle 3: Vergleich der Wirtschaftlichkeit von UaB und Direktvermarktung mit den jeweiligen Hauptbetriebszweigen in der Urproduktion

Kennzahl	Einheit	Betr. mit UaB		Betr. mit DV	
		UaB	UP	DV	UP
Deckungsbeitrag	€	22.282	38.177	16.105	28.331
Einkommensbeitrag (EKB)	€	9.862	30.261	10.553	20.652
Arbeitskraftstunden	AKh	1.314	2.539	746	2.819
EKB pro Stunde	€/AKh	7,5	11,9	14,1	7,3
Betriebszweigergebnis	€	-12.834	-21.919	155	-33.870
Rentabilitätskoeffizient	Faktor	0,41	0,52	1,02	0,30

UP = Hauptbetriebszweig Urproduktion: Bei UaB (Urlaub am Bauernhof): 12 x Milchproduktion, 2 x Dauerkulturanbau, je einmal Mutterkuhhaltung, Marktfruchtbau, Forstwirtschaft; bei DV (Direktvermarktung): 15 x Milchproduktion, einmal Mutterkuhhaltung

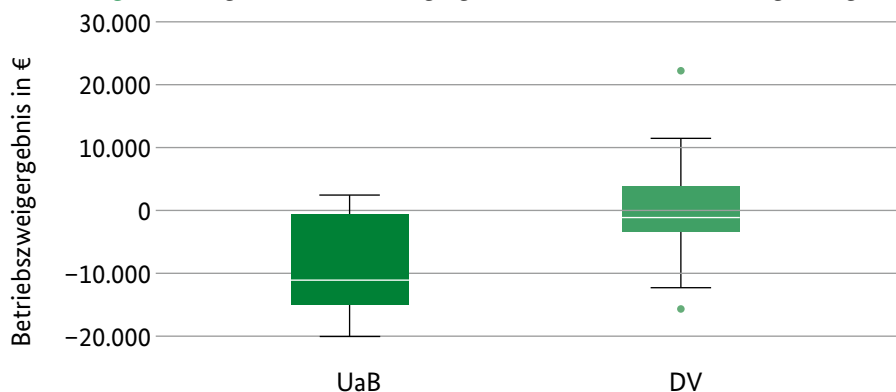
das Betriebszweigergebnis oder die Entlohnung je Arbeitskraftstunde liegen hier deutlich über jenem des jeweiligen land- und forstwirtschaftlichen Hauptbetriebszweigs. Dieses Ergebnis lässt jedoch nicht den generellen Schluss zu, dass die Direktvermarktung generell wirtschaftlicher ist als UaB. Die Auswertung zur Direktvermarktung bezog sich überwiegend auf Milch und Milchprodukte.

Ein Schlüsselfaktor für die Wirtschaftlichkeit beim Betriebszweig Urlaub am Bauernhof liegt in den Arbeitskosten als Folge des deutlich höheren Arbeitseinsatzes gegenüber der Direktvermarktung. Allein der kalkulatorische Unternehmerlohn nimmt 35 Prozent der Gesamtkosten ein. Die Frage lautet hier, ob diese Arbeitszeit im Betriebszweig UaB immer effizient eingesetzt wird oder ob hier Einsparungspotenziale bestehen.

Zudem fallen noch die Gebäudekosten bei UaB besonders ins Gewicht, diese nehmen fast 30 Prozent der gesamten Kosten ein. Möglichkeiten der Kostensenkung sind hier ebenso zu prüfen, das Potenzial dafür erscheint aber im Vergleich zu den Arbeitskosten deutlich geringer zu sein. Am ehesten können diese als Stückkosten durch eine bessere Auslastung pro Übernachtung gesenkt werden.

Die Ergebnisse belegen insgesamt eine große Streuung der wirtschaftlichen Kennzahlen und somit der Wirtschaftlichkeit unter den Betriebszweigen in der Stichprobe. Einerseits lässt sich daraus ableiten, dass ein großer Anteil der Betriebe noch Verbesserungspotenziale in der Diversifizierung aufweist. Zum anderen kann aus der Variabilität der Daten darauf geschlossen werden, dass kein Patentrezept für eine erfolgreiche Diversifizierung in der Land- und Forstwirtschaft existiert. Dies kann als ein Indiz dafür gedeutet werden, dass persönliche Fähigkeiten und Kompetenzen für den Erfolg in der Diversifizierung ausschlaggebend sind. Eine professionelle Unternehmensführung, außerordentliche Managementfähigkeiten und persönliches Engagement der Betriebsleiterinnen und Betriebsleiter dürften die zentralen Erfolgsfaktoren darstellen. ■

Abbildung: Streuung der Betriebszweigergebnisse nach Diversifizierungszweigen



UaB = Urlaub am Bauernhof, DV = Direktvermarktung (Schwerpunkt Milch, Milchprodukte)

Literatur

- BMLRT – Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (2020):** Grüner Bericht 2020. Selbstverlag, Wien.
- Hunger, F., L. Kirner, F. Paller, W. Schneeberger (2006):** Kostenrechnung im landwirtschaftlichen Betrieb. Anleitung zur Verrechnung aller Leistungen und Kosten auf die Betriebszweige. BMLFUW, Wien.
- Kirner, L., F. Fensl, G. Gahleitner (2019):** Diversifizierung als Wertschöpfungsstrategie: wirtschaftliche Relevanz und Erfolgsfaktoren am Beispiel Österreichs. Tagungsband zur 29. Jahrestagung der Österreichischen Gesellschaft für Agrarökonomie. Innsbruck, S. 15-16.
- Lehner-Hilmer, A. (1999):** Einstellungen der Landwirte zu selbstständigen Erwerbskombinationen. Auswirkungen auf den Strukturwandel in der Landwirtschaft. Dr. Kovac, Hamburg.
- Rutz, C., C. Steil, N. von Kutzleben, J. Schramek, U. Gehrlein, M. Schmidt (2016):** Bietet der demographische Wandel Chancen für die landwirtschaftliche Diversifizierung? Berichte über Landwirtschaft, Band 94(3). URL: <https://www.buel.bmel.de/index.php/buel/article/view/127>. (Abruf: 8. Februar 2021).

Link zur Studie: <https://www.haup.ac.at/publikation/evaluierungsprojekt-wirtschaftlichkeit-der-diversifizierung-in-oesterreich/>