

Evaluierung der Werbung von freiwillig buchführenden Betrieben



1 Einleitung

Die Buchführungsdaten vermitteln einen umfassenden Einblick in die wirtschaftlichen Verhältnisse von land- und forstwirtschaftlichen Betrieben. Um eine möglichst aussagekräftige Darstellung über die wirtschaftliche Situation der einzelnen Betriebsgruppen zu gewährleisten, wird im Bundesgebiet ein Netz von Testbetrieben unterhalten.

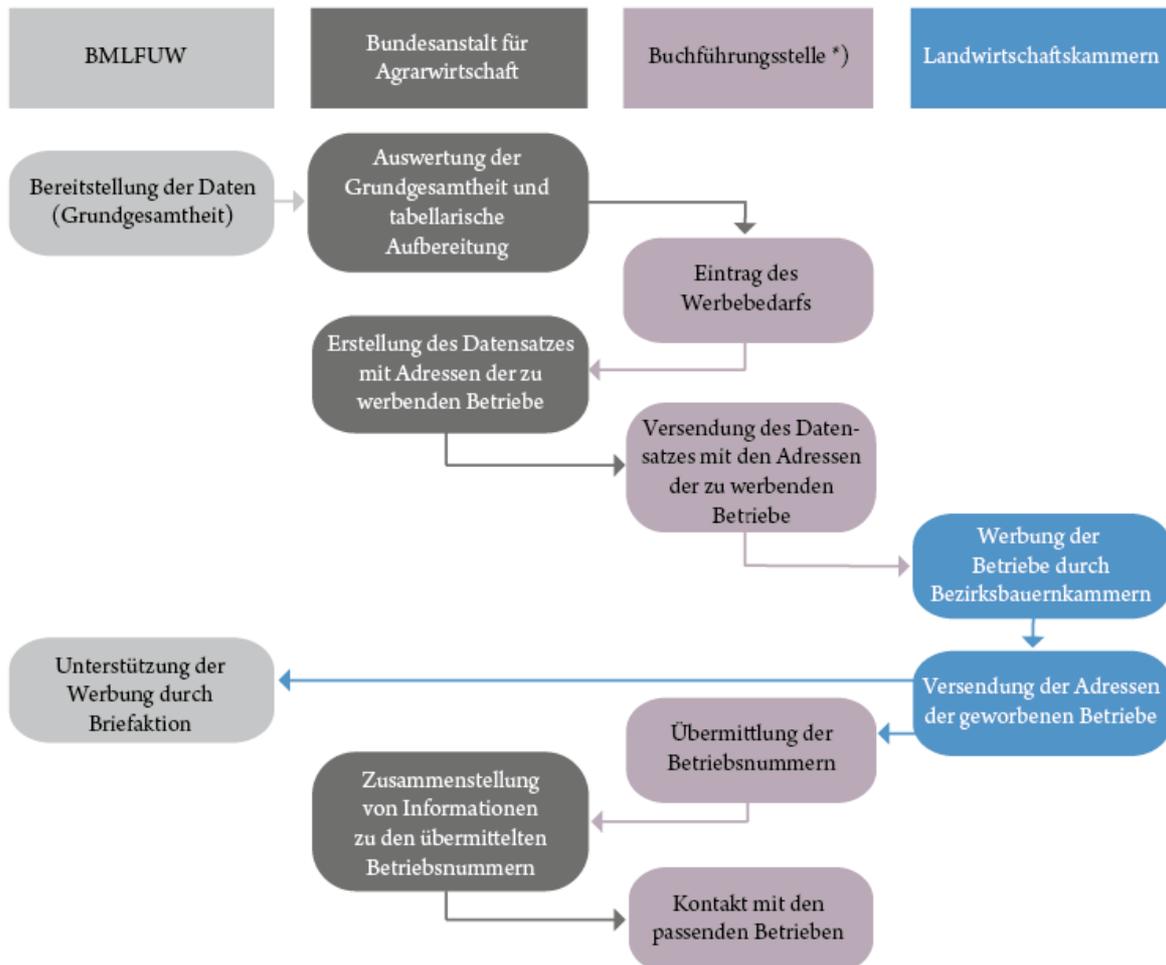
Die Werbung der landwirtschaftlichen Betriebe für dieses Testbetriebsnetz wird durch die Landwirtschaftskammern nach den Vorgaben von LBG Österreich, der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und des BMLFUW durchgeführt (siehe auch Übersicht Seite 3).

Die Werbung der freiwillig buchführenden Betriebe ist ein zentrales Element der Einkommensermittlung. Durch eine fachgerechte Werbung werden die aussagekräftige Darstellung der wirtschaftlichen Situation und eine angemessene Repräsentativität sichergestellt. Die Basis für die Auswahl der Betriebe ist die jeweils aktuelle Agrarstrukturerhebung. Die Auswahlkriterien bilden die Betriebsform, Größe, Region und die Erschwernispunkte. Im Detail wird wie folgt vorgegangen:

- Basierend auf den Genauigkeitsberechnungen (der Vorjahre) wird eine, hinsichtlich der Schätzung des Merkmals „Einkünfte aus Land- und Forstwirtschaft“, optimale Verteilung von Betrieben auf die Schichten berechnet. Dabei wird die Gesamtzahl an Betrieben in der Stichprobe auf die Schichten, entsprechend ihres jeweiligen Anteils am Produkt aus Varianz der Einkünfte aus Land- und Forstwirtschaft und Betriebsgewicht am Gesamtwert dieser Größe, aufgeteilt. Diese Schichtbesetzung führt – bei in etwa gleichbleibender Varianz – im Folgejahr zu einer Verminderung der Gesamtvarianz und damit zu einer möglichst hohen Genauigkeit der Kennzahl „Einkünfte aus Land- und Forstwirtschaft“ im Bundesmittel. Bei der Findung von geeigneten Betrieben sind neben der Schichtenzugehörigkeit noch weitere sekundäre Merkmale von Bedeutung:
 - Um eine möglichst gleichmäßige Verteilung der Betriebe über das gesamte Bundesgebiet zu erreichen, werden die regionale Lage des Betriebes (nach politischen Bezirken) und die Zugehörigkeit zu Erschwernispunkte-Gruppen (Erschwernisgruppen) als sekundäre Kriterien der Betriebsfindung betrachtet. Dazu wird eine Sonderauswertung der jeweils aktuellen Agrarstrukturerhebung hinsichtlich regionaler Verteilung und Erschwernisgruppenzuordnung nach Schichten durchgeführt.
 - Aufbauend auf die optimale Verteilung nach Schichten (Sollverteilung) wird mit der tatsächlichen Verteilung der aktuell buchführenden Betriebe verglichen (Soll-Ist-Vergleich) und somit die Anzahl an Betrieben in den Regionen und Erschwernisgruppen bestimmt, mit denen verschiedene Schichten aufzufüllen sind.
 - Unter Anwendung der INVEKOS- Daten können Betriebe gefunden werden, die die gewünschten Kriterien (Schichtzugehörigkeit, regionale Lage, Erschwernispunktegruppe) erfüllen und direkt angesprochen werden können.
 - Alle Interessentinnen und Interessenten, die Teil des Testbetriebsnetzes werden wollen, werden neuerlich hinsichtlich der Eignung (treffen die zuvor genannten Kriterien zu) auf Basis der INVEKOS- Daten überprüft.

In der Übersicht ist die Aufgabenverteilung im Rahmen der Erstellung des Werbepfandes und bei der Durchführung der Betriebswerbung dargestellt. Das Zusammenspiel der vier Organisationseinheiten erfordert einen hohen Daten- und Informationsaustausch, damit der geplante Werbesoll erreicht werden kann.

Aufgabenverteilung im Rahmen der Erstellung des Werbepfandes und bei der Durchführung der Betriebswerbung



*) derzeit LBG Österreich GmbH Wirtschaftsprüfung & Steuerberatung

Quelle: RH

Die Landwirtschaftskammern in den einzelnen Bundesländern erhalten für jede Schicht die genaue Anzahl der zu werbenden Betriebe mit der Zusatzspezifikation, welcher BHK-Gruppe der Betrieb angehören soll. Weiters werden den Landwirtschaftskammern für jede Schicht die entsprechenden Adressen – gegliedert nach politischem Bezirk – zur Verfügung gestellt.

Die Adressen der geworbenen Betriebe werden von den Landwirtschaftskammern an die LBG und das BMLFUW übermittelt. Die jeweils zuständigen Personen in der LBG nehmen mit den Betriebsleitern bzw. Betriebsleiterinnen Kontakt auf und schulen sie in die Aufzeichnungspraxis für den Grünen Bericht ein.

2 Werbeerfolg

Der Werbeerfolg wird aus der Gegenüberstellung des Werbesolls, welches durch LBG Österreich ermittelt wird und den Betrieben mit einer abgeschlossenen Betriebsbilanz für das betreffende Werbejahr errechnet.

Werbung von freiwillig buchführenden Betrieben - Werbeerfolg

	Burgen-land	Kärnten	Nieder-österreich	Ober-österreich	Salzburg	Steier-mark	Tirol	Vor-arlberg	Wien	Österreich
Werbesoll										
2010	39	8	96	51	4	50	8	3	2	261
2011	40	3	50	74	8	43	7	8	0	233
2012	25	8	45	52	11	45	6	1	2	195
2013	38	28	74	141	32	97	41	18	2	471
2014	30	24	57	110	34	68	19	16	2	360
2015	19	22	72	110	34	81	36	18	3	395
2016	28	12	73	62	6	67	7	2	3	260
Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz										
2010	4	6	46	13	4	25	4	3	1	106
2011	1	3	24	15	7	19	5	0	0	74
2012	2	4	17	11	9	19	2	1	0	65
2013	8	10	21	44	9	33	13	4	0	142
2014	4	8	12	25	9	25	3	3	0	89
2015	3	5	36	31	6	15	8	2	0	106
2016	2	1	27	17	2	15	1	0	0	65
Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz in Prozent vom Werbesoll (= Werbeerfolg)										
2010	10%	75%	48%	25%	100%	50%	50%	100%	50%	41%
2011	3%	100%	48%	20%	88%	44%	71%	-	-	32%
2012	8%	50%	38%	21%	82%	42%	33%	100%	-	33%
2013	21%	36%	28%	31%	28%	34%	32%	22%	-	30%
2014	13%	33%	21%	23%	26%	37%	16%	19%	-	25%
2015	16%	23%	50%	28%	18%	19%	22%	11%	-	27%
2016	7%	8%	37%	27%	33%	22%	14%	-	-	25%

Es zeigt sich, dass der Werbeerfolg über die Jahre zurückgegangen ist. Haben im Jahr 2010 noch 41 % der Betriebe mit einer Betriebsbilanz abgeschlossen, waren dies 2016 bei einem ähnlich hohem Werbesoll nur mehr 25 % der geworbenen Betriebe. Ein Grund dürfte auch im gestiegenen Werbeaufwand liegen, der zumindest in den Jahren 2013 bis 2015 deutlich höher war, als in den Jahren davor.

Für das BMLFUW ist der rückläufige Werbeerfolg ein Anlass, diesem Bereich wieder vermehrt Aufmerksamkeit zu schenken. Es wurden daher bereits für das „Werbejahr 2018“ einige Anstrengungen unternommen. So sind vom BMLFUW und auch über LBG Österreich alle Landwirtschaftskammern ersucht worden, das Potenzial bei den Arbeitskreisbetrieben und den Betrieben mit einem Meister/Meisterinnenkurs, die im Rahmen der Ländlichen Entwicklung unterstützt werden, zu nutzen und hier die Betriebsführerinnen und Betriebsführer gezielt anzusprechen – sofern sie in den Auswahlrahmen passen – ob sie als freiwillig buchführender Betrieb an der Einkommensermittlung am Grünen Bericht teilnehmen möchten. Im Detail stellt sich der Werbeerfolg nach den einzelnen Stufen, die bei der Werbung durchlaufen werden, wie folgt dar:

Betriebe, die zwischen dem „Werbessoll“ und „Betrieben mit abgeschlossener Betriebsbilanz“ verloren gehen!

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Betriebe, Eckdaten							
Werbessoll	261	233	195	471	360	395	260
Von der LK geworbene Betriebe	178	121	183	263	205	283	211
Betriebe, die auch für die Schicht passen	166	108	125	198	181	228	143
Tatsächlich mit Buchführung begonnen	142	92	94	163	129	147	97
Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz	106	61	65	142	89	106	65
Betriebe, die „verloren gehen“							
Zahl der „verlorenen Betriebe“ gesamt	155	172	130	329	271	289	195
Von der LK geworbene Betriebe zu <i>Werbessoll</i>	83	112	12	208	155	112	49
Betriebe, die auch für die Schicht passen zu <i>von der LK geworbene Betriebe</i>	12	13	58	65	24	55	68
Tatsächlich mit Buchführung begonnen zu <i>Betriebe, die auch für die Schicht passen</i>	24	16	31	35	52	81	46
Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz zu <i>tatsächlich mit Buchführung begonnen</i>	36	31	29	21	40	41	32
Verloren gegangene Betriebe (Anteile in Prozent)							
Werbessoll zu	100 %						
Von der LK geworbene Betriebe zu <i>Werbessoll</i>	54 %	65 %	9 %	63 %	57 %	39 %	25 %
Betriebe, die auch für die Schicht passen zu <i>von der LK geworbene Betriebe</i>	8 %	8 %	45 %	20 %	9 %	19 %	35 %
Tatsächlich mit Buchführung begonnen zu <i>Betriebe, die auch für die Schicht passen</i>	15 %	9 %	24 %	11 %	19 %	28 %	24 %
Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz zu <i>tatsächlich mit Buchführung begonnen</i>	23 %	18 %	22 %	6 %	15 %	14 %	16 %
Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz	41 %	32 %	33 %	30 %	25 %	27 %	25 %

Die Ursachen für den Rückgang des Werbeerfolgs bzw. der großen Differenz zwischen dem Werbebedarf und Betrieben mit tatsächlich abgeschlossener Betriebsbilanz sind vielfältig und im Groben wie folgt auszumachen:

- Rund 65 % dieser Betriebe (Durchschnitt über die 7 Jahre) werden nicht geworben bzw. wurden geworben und passen nicht in die gesuchte Schicht.
- Rund 19 % der Betriebe (Durchschnitt über die 7 Jahre) haben zwar eine Teilnahme an dem System der Einkommensermittlung zugesagt, letztlich aber nie mit den Aufzeichnungen begonnen. Bei diesen Betrieben ist ein ansteigender Trend zu beobachten.
- Rund 16 % der Betriebe (Durchschnitt über die 7 Jahre) haben zwar mit den Aufzeichnungen angefangen, steigen aber im ersten Jahr wieder aus. Es kommt zu keiner Betriebsbilanz.

Die genauen Gründe für die Ausfallsquote zwischen dem „Werbesoll“ und den Betrieben mit abgeschlossener Betriebsbilanz sind vielfältig. Einerseits kann es an der ungenügenden Information über die freiwillige Buchführung im Rahmen der Werbung liegen. Oft wird auch der tatsächliche Zeitaufwand für diese Tätigkeit durch die freiwillig buchführenden Betriebe unterschätzt. Auch dürfte der Nutzen einer Buchführung für die Betriebsentwicklung bzw. Betriebsführung von vielen Bäuerinnen und Bauern nicht hoch genug bewertet werden, obwohl gerade der langjährige Vergleich der Daten des eigenen Betriebs, sowie der Vergleich mit Kennzahlen anderer Betriebe, wichtige Informationen über die zukünftige Betriebsentwicklung und -ausrichtung liefern kann.

Bei jenen 19 % der Betriebe, die sich melden, aber nie anfangen, wären die Landwirtschaftskammern gefordert verbindlichere Zusagen zu erreichen. Bei den 16 % die zwar anfangen, aber nicht abschließen, müsste seitens der LBG der Betreuungsaufwand im ersten Jahr entsprechend optimiert werden.

Das BMLFUW wird, wie bereits angeführt, die Werbung von Buchführungsbetrieben in den Focus rücken– mit dem Ziel den Werbeerfolg wieder zu verbessern und damit letztlich ein ausgewogenes Sample an Buchführungsbetrieben zur Verfügung zu haben.

Die Evaluierung des Werbeerfolgs dient als Feedback für die Landwirtschaftskammern, welche im Auftrag des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft die Werbung der Buchführungsbetriebe durchführen.

Die Abteilung II 1 des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und LBG Österreich bedanken sich bei den zuständigen ReferentInnen der Landwirtschaftskammern für die geleistete Arbeit und die gute Zusammenarbeit.

Zusammengestellt von:

DI Otto Hofer (BMLFUW, Abteilung II 1) und
DI Franz Fensl (LBG Österreich)

Anhang:

Auswertung der Werbung im Detail nach Jahren, LBG Österreich

3 Anhang

Auswertung der Werbung für 2016

Bundesland	Anzahl Betriebe							
	Werbesoll für 2016	Von der LK geworbene Betriebe	Werbequote in %	Ausgewählte Betriebe	Ausgewählte in % von Werbesoll	tatsächlich begonnen	begonnen in % von Werbesoll	Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz
Burgenland	28	16	57	13	46	4	14	2
Kärnten	12	8	67	5	42	2	17	1
Niederösterreich	73	77	105	47	64	35	48	27
Oberösterreich	62	59	95	31	50	29	47	17
Salzburg	6	4	67	3	50	2	33	2
Steiermark	67	40	60	37	55	22	33	15
Tirol	7	5	71	5	71	2	29	1
Vorarlberg	2	2	100	2	100	1	50	0
Wien	3	0	0	0	0	0	0	0
Summe	260	211	81	143	55	97	37	65

Auswertung der Werbung für 2015

Bundesland	Anzahl Betriebe								
	Werbesoll für 2015	Von der LK geworbene Betriebe	Werbequote in %	Ausgewählte Betriebe	Ausgewählte in % von Werbesoll	tatsächlich begonnen	begonnen in % von Werbesoll	Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz	abgeschlossen in % von Werbesoll
Burgenland	19	13	68	10	53	4	21	3	16
Kärnten	22	25	114	15	68	8	36	5	23
Niederösterreich	72	64	89	43	60	37	51	36	50
Oberösterreich	110	80	73	69	63	41	37	31	28
Salzburg	34	20	59	16	47	10	29	6	18
Steiermark	81	45	56	43	53	29	36	15	19
Tirol	36	31	86	27	75	16	44	8	22
Vorarlberg	18	5	28	5	28	2	11	2	11
Wien	3	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	395	283	72	228	58	147	37	106	27

Auswertung der Werbung für 2014

Bundesland	Anzahl Betriebe								
	Werbesoll für 2014	Von der LK geworbene Betriebe	Werbequote in %	Ausgewählte Betriebe	Ausgewählte in % von Werbesoll	tatsächlich begonnen	begonnen in % von Werbesoll	Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz	abgeschlossen in % von Werbesoll
Burgenland	30	26	87	25	83	10	33	4	13
Kärnten	24	28	117	22	92	14	58	8	33
Niederösterreich	57	24	42	18	32	16	28	12	21
Oberösterreich	110	49	45	44	40	40	36	25	23
Salzburg	34	14	41	14	41	10	29	9	26
Steiermark	68	44	65	38	56	27	40	25	37
Tirol	19	10	53	10	53	7	37	3	16
Vorarlberg	16	10	63	10	63	5	31	3	19
Wien	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	360	205	57	181	50	129	36	89	25

Auswertung der Werbung für 2013

Bundesland	Anzahl Betriebe						
	Werbesoll für 2013	Von der LK geworbene Betriebe	Werbequote in %	ausgewählte Betriebe	ausgewählte Betriebe vom Werbesoll in %	Betriebe mit Buchführung begonnen	Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz
Burgenland	38	13	34	13	34	10	8
Kärnten	28	16	57	12	43	10	10
Niederösterreich	74	36	49	26	35	23	21
Oberösterreich	141	83	59	58	41	50	44
Salzburg	32	17	53	15	47	10	9
Steiermark	97	59	61	37	38	36	33
Tirol	41	34	83	32	78	20	13
Vorarlberg	18	5	28	5	28	4	4
Wien	2	0	0	0	0	0	0
Summe	471	263	56	198	42	163	142

Auswertung der Werbung für 2012

Bundesland	Anzahl Betriebe										Betriebe mit Buchführung begonnen in % der geworbenen Betriebe	Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz in % der geworbenen Betriebe
	Anzahl freiwillig buchführender Betriebe	Werbesoll für 2012	Werbesoll in % der Gesamtbetriebe	Von der LK geworbene Betriebe	Werbequote in %	ausgewählte Betriebe ("passend laut Werbeplan")	ausgewählte ("passende") Betriebe vom Werbesoll in %	Betriebe mit Buchführung begonnen	Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz			
Burgenland	102	25	25%	14	56%	8	32%	3	2	21%	14%	
Kärnten	212	8	4%	6	75%	6	75%	4	4	67%	67%	
Niederösterreich	793	45	6%	50	111%	27	60%	25	17	50%	34%	
Oberösterreich	447	52	12%	31	60%	27	52%	18	11	58%	35%	
Salzburg	103	11	11%	17	155%	13	118%	11	9	65%	53%	
Steiermark	454	45	10%	57	127%	37	82%	27	19	47%	33%	
Tirol	115	6	5%	7	117%	6	100%	5	2	71%	29%	
Vorarlberg	43	1	2%	1	100%	1	100%	1	1	100%	100%	
Wien	3	2	.	0	.	0	0%	0	0	.	.	
Summe	2.272	195	9%	183	94%	125	64%	94	65	51%	36%	

Auswertung der Werbung für 2011

Bundesland	Anzahl Betriebe								Betriebe mit Buchführung begonnen in % der geworbenen Betriebe	Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz in % der geworbenen Betriebe
	Anzahl freiwillig buchführender Betriebe	Werbesoll für 2011	Werbesoll in % der Gesamtbetriebe	Von der LK geworbene Betriebe	Werbequote in %	Betriebe mit Buchführung begonnen	Betriebe mit abgeschlossener Betriebsbilanz			
Burgenland	101	40	40%	14	35%	5	1	36%	7%	
Kärnten	218	3	1%	3	100%	3	3	100%	100%	
Niederösterreich	800	50	6%	31	62%	28	24	90%	77%	
Oberösterreich	469	74	16%	30	41%	19	15	63%	50%	
Salzburg	109	8	7%	7	88%	7	7	100%	100%	
Steiermark	453	43	9%	28	65%	23	19	82%	68%	
Tirol	123	7	6%	8	114%	7	5	88%	63%	
Vorarlberg	44	8	18%	0	0%	0	0	0%	0%	
Wien	4	0	
Summe	2321	233	10%	121	52%	92	74	76%	61%	