

Teilnahmeintensität und Gründe für die Teilnahme von Landwirten an niedersächsischen Rinderauktionen

Anna Wernsmann, Deike Harms, Susanne Döring, Marcus Mergenthaler, Marc Boelhaue

Einleitung

Rinderauktionen haben in Deutschland eine lange Tradition. Erste Rinderausstellungen gab es im norddeutschen Raum bereits im Jahr 1836 (BECKER, 1973). Zuchtverbände veranstalten auch heute noch regelmäßig Rinderauktionen. Von den im Jahr 2016 knapp 200.000 vermarkteten Deutschen Holsteins wurden 51% ab Hof und nur 7,5% auf Auktionen verkauft (Export: 41,5%; DHV, 2017). In Zukunft ist mit steigenden Anforderungen, insbesondere im Hinblick auf die Tierseuchenprophylaxe beim Verbringen von Rindern, von denen auch Auktionen betroffen sind, zu rechnen (vgl. TIERÄRZTEKAMMER NDS., 2016). Über die Motivation, Tiere auf Auktionen zu vermarkten, ist bislang wenig bekannt. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden Verkäufer und Käufer auf niedersächsischen Rindviehauktionen zu diesem Thema befragt. Ziel der Erhebung war es, Teilnahmeintensität und Gründe für die Teilnahme an Auktionen zu ermitteln.

Daten und Methoden

Die Datenerhebung fand von Februar bis April 2016 an jeweils zwei Auktionstagen an drei Standorten in Niedersachsen statt. Es wurden insgesamt 165 Verkäufer und 72 Käufer (N=237, pro Standort 57 – 98 Teilnehmer) befragt. Die Befragungen erfolgten persönlich mithilfe eines standardisierten Fragebogens (17 – 21 Fragen). Die zentralen Fragen des Fragebogens werden im Folgenden dargestellt:

- Käufer:
 - *Wie lange besuchen Sie bereits die Auktion?*
 - *Warum kaufen Sie auf Auktionen ein?*
- Verkäufer:
 - *Wie oft sind sie üblicherweise Verkäufer auf Auktionen?*
 - *Verkaufen Sie die Tiere auch ab Hof?*
 - *Warum nutzen Sie die Vermarktung über die Auktionen?*

Die Datenauswertung erfolgte vorwiegend deskriptiv. Daneben wurden Korrelationen zwischen der Teilnahmeintensität bzw. den Gründen und den Merkmalen Alter, Geschlecht und berufliche Position berechnet (IBM SPSS Statistics 21). Aufgrund der geringen Stichprobengröße wurden nicht in allen Merkmalen Zusammenhänge ermittelt. Die Merkmale Geschlecht, Alter und berufliche Position wurden anhand einfacher deskriptiver Statistiken für die gesamte Stichprobe ermittelt.

Ergebnisse

▪ *Stichprobenbeschreibung:*

Es wurden insgesamt 45 Frauen (18%) und 192 Männer (72%, N=237) befragt. Die Auswertung der beruflichen Position zeigt, dass am häufigsten Betriebsleiter (66%, N=237) an der Befragung teilgenommen haben. Rund 20% aller Befragungsteilnehmer sind Mitarbeiter eines landwirtschaftlichen Betriebes. In Bezug auf die Geschlechterverteilung innerhalb der beruflichen Position ist festzustellen, dass 13% der Betriebsleiter und 35% der Mitarbeiter weiblich sind.

Im Hinblick auf das Alter der Befragungsteilnehmer wird deutlich, dass den geringsten Anteil die über 60-Jährigen haben (11%). Der Anteil der 50-59-Jährigen beträgt 22%. Die unter 30-Jährigen wurden am häufigsten befragt (39%, N=237). In der Altersklasse zwischen 20-29 Jahren ist auch ein hoher Anteil Frauen zu verzeichnen (30%).

▪ *Teilnahmeintensität:*

Es gaben 40% der Käufer an, dass sie seit mehr als 20 Jahren an Auktionen teilnehmen. Rund 30% der Käufer nehmen seit weniger als fünf Jahren an Auktionen teil. Dieses Ergebnis korreliert positiv mit dem Alter der Befragungsteilnehmer ($r=0,475$ $p<0,01$, $N=72$).

Auch aus Sicht der Verkäufer besteht eine hohe Teilnahmeintensität. Es bieten 52% der Verkäufer monatlich Rinder auf Auktionen an. Nur 25% bieten alle zwei und 23% alle drei Monate oder seltener Rinder zur Versteigerung an. Eine Korrelation mit dem Alter der Befragten konnte nicht festgestellt werden ($N=165$).

Zudem gaben 47% der Verkäufer an, dass sie ihre Tiere ausschließlich auf Auktionen verkaufen. Die Entscheidung, ob Tiere ab Hof oder auf Auktionen verkauft werden, ist allerdings auch abhängig von anderen Umständen (z.B. Ernte, 52%).

▪ *Gründe:*

Als Grund für die Teilnahme an Auktionen überwiegen auf Verkäuferseite monetäre Aspekte, wie z.B. eine sichere Bezahlung (Tab. 1, $N=164$). Dabei ist ein Zusammenhang zwischen dem Grad der Zustimmung bei den Aspekten „hoher Preis“ und „sichere Bezahlung“ und dem Alter der Verkäufer festzustellen. Das bedeutet, dass älteren Teilnehmern diese Aspekte tendenziell wichtiger sind als jüngeren Teilnehmern. Unterschiede treten auch zwischen der beruflichen Position und der Beurteilung dieser Aspekte auf. Das ist auch darauf zurückzuführen, dass 64% der Auszubildende, Praktikanten und Mitarbeiter unter 30 Jahre alt sind. Die gesellschaftlichen Aspekte haben, unabhängig vom

Alter und der beruflichen Position, ebenfalls einen hohen Stellenwert.

Tab. 1: Zusammenhang des Alters mit Gründen für Auktionsbesuche (Skala 1 „stimme gar nicht zu“ bis 4 „stimme voll und ganz zu“, \bar{x} =Median, r =Rang-Korrelationskoeffizient) der Verkäufer (N=164)

	monetäre Aspekte		soziale Aspekte	
	hoher Preis	sichere Bezahlung	dauerhafte Präsenz	persönlicher Kontakt
\bar{x}	3	4	3	3
r	0,290	0,466	0,039	0,056
p	0,000	0,000	0,622	0,4770

Aus Käufersicht überwiegen tierbezogene Faktoren, die ausschlaggebend für den Auktionsbesuch sind, wobei der Kauf hochwertiger Tiere am häufigsten genannt wurde (Tab. 2, N=72). Auch menschenbezogene Faktoren wie eine reibungslose Kaufabwicklung sind von Bedeutung. Hygienische Aspekte spielen hierbei eine untergeordnete Rolle. Es konnten keine Zusammenhänge zwischen dem Alter, Geschlecht bzw. der beruflichen Position der Käufer und den Gründen für die Teilnahme ermittelt werden.

Tab. 2: Häufigkeit der Nennung von Gründen für den Besuch von Auktionen aus Käufersicht (gestützte Abfrage mit Mehrfachantworten, N=72)

Faktoren	Gründe für den Besuch von Auktionen (N=72)	%
Tierbezogen	hochwertige Tiere kaufen	69%
	Begutachtung der Tiere im Stall	32%
	Tierverhalten im Ring beobachten	22%
Menschenbezogen	reibungslose Kaufabwicklung	35%
	Persönlicher Kontakt	25%
	Charme der Auktion erleben	11%
Hygienebezogen	verbesserte Hygienestandards im Vergleich zum Ab-Hof-Kauf	17%
Sonstiges		1%

Diskussion

In der Stichprobenbeschreibung fällt auf, dass nur wenige, aber vor allem junge Frauen die Auktionen, als Verkäuferinnen oder Käuferinnen, besucht haben. Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Alter der Teilnehmerinnen im Zusammenhang mit der beruflichen Position steht. In der vorliegenden Untersuchung sind nur 13% der Betriebsleiter weiblich. Auch in der Agrarstrukturserhebung 2016 wird deutlich, dass nur 10% der Betriebsleiter Frauen sind. Aber jeder dritte Beschäftigte in der Landwirtschaft ist weiblich (vgl. Iw. Einzelunternehmen, DESTATIS, 2017). Vergleichende Daten zu den soziodemographischen Merkmalen, insbesondere zur Alterststruktur und Geschlechterverteilung von Auktionsbesuchern liegen allerdings nicht vor.

Die Auswertung der Häufigkeit der Beschickung zeigt, dass seitens der Verkäufer eine hohe Kontinuität besteht. Ob Tiere auf Auktionen oder ab Hof verkauft werden, ist allerdings bei der Hälfte der Verkäufer von

den Umständen abhängig. Das ist auch darauf zurückzuführen, dass die Vorbereitung der Tiere mit einem hohen Arbeitsaufwand verbunden ist. Das Anlernen der Tiere an die Halterfähigkeit sowie das Scheren und Waschen der Rinder beansprucht viel Zeit.

Grundsätzlich wird deutlich, dass alle Altersklassen auf Auktionen vertreten sind. Es lässt sich daher vermuten, dass jüngere Teilnehmer nicht seltener an Auktionen teilnehmen als ihre älteren Berufskollegen. Die Auktionen stellen somit für Verkäufer aller Altersklassen eine wichtige Plattform für den Rinderverkauf dar. Auch die Käufer weisen hinsichtlich ihrer Teilnahme eine hohe Beständigkeit auf. Da das Alter der Befragten mit der Teilnahme (in Jahren) korreliert, lässt sich annehmen, dass die Käufer bereits in jungen Jahren Auktionen besuchen und dies bis ins hohe Alter tun.

Entscheidende Gründe für die Teilnahme an Auktionen sind aus Käufersicht vor allem tierbezogene Faktoren. Für Verkäufer haben hingegen monetäre Aspekte einen hohen Stellenwert. Diese Informations- und Risikoasymmetrien zeigen die Funktionen eines neutralen und vertrauenswürdigen Auktionsveranstalters auf. Der Aspekt der sicheren Bezahlung gewinnt vor allem mit steigendem Alter an Bedeutung.

Festzuhalten ist, dass die Auktionen auch eine hohe gesellschaftliche Bedeutung haben. Trotz einer langen Tradition von Auktionen in der deutschen Zuchtgeschichte (BECKER, 1973), müssen Auktionsveranstalter mit steigenden Anforderungen rechnen und sich Gedanken machen, wie sie Auktionen für Käufer und Verkäufer attraktiv gestalten. Gerade im Bereich der Tierseuchenprävention stellen sich hier zunehmende Herausforderungen aber auch Chancen. Diese könnten darin liegen, dass Auktionsveranstalter im Hinblick auf die Biosicherheit die Standards erhöhen. Dies betrifft Bereiche wie z.B. den Besucherverkehr, die Aufstallung der Tiere und die Untersuchungen der Auktionstiere. Da nur Besucher der Auktionen befragt worden sind, wären Erhebungen bei Rinderhaltern, die keine Auktionen besuchen, empfehlenswert, um ein vollständigeres Bild von Rinderverkäufen zu bekommen.

Quellen

- BECKER, R.B. (1973): Dairy cattle breeds: origin and development. - Gainesville: University of Florida Press.
- DHV (2017): Vermarktung von Zuchtvieh. <http://www.holstein-dhv.de/seiteninhalte/vermarktung.html> (14.9.2017).
- STATISTISCHES BUNDESAMT (DESTATIS) (2017): Agrarstrukturserhebung 2016, Fachserie 3, Reihe 2.1.8. <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Wirtschaftsbereiche/LandForstwirtschaftFische-rei/LandwirtschaftlicheBetriebe/LandwirtschaftlicheBetriebe.html>
- TIERÄRZTEKAMMER Nds (2016): Leitfaden Biosicherheit in der Rinderhaltung. Zweite Auflage. Stand 14.03.2016.