AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

SCHRIFTEN DER GESELLSCHAFT FÜR WIRTSCHAFTS- UND SOZIALWISSENSCHAFTEN DES LANDBAUES E.V.

Schiebel, W.: Bauer und Bäuerin als Unternehmer – eine österreichweite Potentialstudie über unternehmerrelevante Persönlichkeitseigenschaften. In: Bauer, S.; Herrmann, R.; Kuhlmann, F.: Märkte der Agrar- und Ernährungswirtschaft – Analyse, einzelwirtschaftliche Strategien, staatliche Einflussnahme. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 33, Münster-Hiltrup: Landwirtschaftsverlag (1997), S.535-544.

Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Bd. 33, 1997, S. 535-544

BAUER UND BÄUERIN ALS UNTERNEHMER - EINE ÖSTERREICHWEITE POTENTIALSTUDIE ÜBER UNTERNEHMERRELEVANTE PERSÖNLICHKEITSEIGENSCHAFTEN

von

W. SCHIEBEL*

1 Einleitung

Der vor allem durch den bevorstehenden EU-Beitritt Österreichs notwendige Strukturwandel in der Landwirtschaft erfordert auf Produzentenebene vermehrte unternehmerische Aktivitäten hinsichtlich Agrarmarketing und Kooperationen, um einerseits dem zunehmenden Konzentrationsprozeß im Lebensmittelhandel entgegentreten zu können und anderseits die Angebotskonzentration für eine differenzierte Auslandsmarktbearbeitung nützen zu können.

Voraussetzung dafür sind nicht nur entsprechende Qualitäten und Quantitäten im Angebot, sondern auch unternehmerisches Denken und Handeln. Direktvermarktung, Urlaub am Bauernhof, Erzeugerorganisationen und strategische Allianzen bedürfen engagierter Unternehmerpersönlichkeiten.

Die unternehmerrelevanten Persönlichkeitseigenschaften von Bauern und Bäuerinnen wurden daher im Auftrag des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft (BMLF) einer österreichweiten Bestandsaufnahme unterzogen. Die Ergebnisse dieser Studie werden dem Beratungsschwerpunkt "Bäuerliche Familie als Unternehmer" zugeführt und damit zur Unterstützung der Abteilung für Beratungswesen und land- u. forstw. außerschulische Jugendbildung des BMLF dienen.

2 Theoretische Grundlagen

In der akademischen deutschsprachigen Psychologie finden sich, sieht man einmal von einigen Veröffentlichungen HECKHAUSENS ab, keine Untersuchungen, die unmittelbar Bezug auf die Unternehmensgründung bzw. auf den Unternehmensgründer nehmen.

Ungleich mehr Veröffentlichungen finden sich im englischsprachigen Raum, vor allem in den USA. Was die erkenntnisorientierte Forschung betrifft, so findet sich in den USA eine relativ große Zahl von Untersuchungen zur Person des Unternehmensgründers. Wichtige Themen im gestaltungsorientierten Bereich der amerikanischen Forschung sind Fragen der Ausbildung von „entrepreneurs“ und die Beschäftigung mit erfolgversprechenden Strategien. Hinzu kommen auch Überlegungen, wie Gründungen aus staatlicher, regionaler und universitärer Sicht aktiviert, gefördert werden können.
Im wesentlichen haben sich zwei Forschungsrichtungen herausgebildet, die das Gründungsgeschehen zu erklären versuchen.

Zur ersten und auch älteren Richtung gehören Arbeiten aus dem Umfeld der Entrepreneurship-Forschung, die zum einen die Persönlichkeitsmerkmale, Eigenschaften und Verhaltensweisen der Gründerperson herausstellen und Unterschiede zwischen Gründern und Nichtgründern zu

* Ord.Univ.Prof.Mag. Dr. Walter Schiebel, Institut für Agrarökonomik, Universität für Bodenkultur Wien, Peter Jordan-Straße 82, A 1190 Wien.
Der Verfasser dankt Herrn Univ.Ass.Mag. Oliver Meixner für die Durchführung der Programmierarbeiten.

erforschen versuchen, zum anderen auch den Gründungskontext miteinbeziehen. Zur zweiten Richtung gehören Ansätze, die in Anlehnung an biologische Konzepte ein evolutionär-ökologisches Programm verfolgen. Diese versuchen Variationen der Gründungsraten einer Organisationspopulation, z.B. eines ganzen Wirtschaftszweiges (Landwirtschaft), in Abhängigkeit von den jeweiligen Umweltbedingungen, d.h. von den sozialen, wirtschaftlichen und politischen Bedingungen über einen längeren Zeitraum hinweg zu erklären.

Die ökologische Perspektive hat sich als vielversprechender Ansatz erwiesen, der eine neuartige Herangehensweise in der Gründerforschung aufzeigt. Gleichwohl ist sie bei weitem noch nicht ausgereift. Vielmehr sind noch zahlreiche offene Fragen zu klären, wie die von verschiedenen Seiten geäußerte Kritik deutlich macht.

Die literarische Grundlage des empirischen Teils dieser Studie ist in der Hauptsache in entsprechenden englischsprachigen, insbesondere US-amerikanischen Untersuchungen zu sehen. Dazu kommt in jüngster Zeit auch eine Reihe deutschsprachiger empirischer Untersuchungen, die sich fast ausschließlich auf Aspekte der Gründungsaktivität beziehen.

Die Kernthese der deutschsprachigen Untersuchung lautet: Gründer sind im wesentlich stärkeren Maß davon überzeugt, auf für sie wichtige Resultate Einfluß ausüben zu können, als dies für die generelle Bevölkerung gilt. Gründer haben auch mit weitaus überwahrscheinlicher Häufigkeit selbständige Väter („Klima des Selbständigen am Bauernhof").

In diesem Zusammenhang ist auf die wichtige Arbeit von KLANDT mit folgenden Ergebnissen hinzuweisen:

- Dynamische Aspekte (Gründer sind leistungsmotivierter als andere Personen, haben eine höhere Risikobereitschaft, ein stark ausgeprägtes Unabhängigkeitsstreben und eine durchschnittliche Ausprägung des Machtmotivs (ein Politiker ist typischerweise der machtorientierte Mensch)).

- Persönlichkeitseigenschaften (Gründer sind sozial-initiativ, begeisterungsfähig, flexibel, verfügen über einen ausgeprägten Individualismus, zeigen deutliches Dominanzstreben, weniger Cleverneß und sind spontaner).

- Fähigkeitsbereich (Gründer sind im wesentlichen durch Komplexität, Vernetztheit, Unbestimmtheit und Intransparenz geprägt, was im direkten Gegensatz zu den üblicherweise in derartigen Tests gemessenen Intelligenzdimensionen steht. KLANDT empfiehlt daher Ansätze der jüngeren psychologischen Forschung zur Messung der Problemlösefähigkeit bei komplexen und intransparenten Aufgaben zu verwenden).

2.1 Stand der psychologisch orientierten Entscheidungsforschung

Im vorwissenschaftlichen Bereich gibt es eine Vielzahl von Beschreibungsdimensionen des menschlichen Charakters, so daß die Forderung nach einer Systematisierung und Reduzierung auf einige wichtige, wenig redundante Beschreibungsdimensionen sinnvoll erscheint. Dieser Forderung wurde in der allgemeinen Persönlichkeitspsychologie insbesondere durch faktorenanalytische Ansätze entsprochen. Als Beispiel dafür wird im weiteren Verlauf der Ansatz CATTELLS („16 PF", Persönlichkeitsinventar) herangezogen sowie das Konstrukt des „Locus of Control of Reinforcement" (d.h. des Machbarkeitsstreben, im Deutschen meist mit Kontrollüberzeugung übersetzt), das erhebliche Berührungspunkte mit dem Leistungsmotiv-Ansatz von MC CLELLAND hat. In einer US-amerikanischen Studie konnte zwischen der Stärke des

Leistungsmotivs und dem Machbarkeitsdenken keine signifikante Korrelation festgestellt werden und somit kann SHAPIRO zugestimmt werden, das Machbarkeitskonzept als den besseren Indikator zu verwenden.

- Der Ansatz des 16 PF: Auf Grund der empirischen Arbeiten von KLANDT und SZYPERSKI/KLANDT fällt deutlich die Bestätigung hinsichtlich der Faktoren E, F, H und M aus. So zeigt sich demnach für Gründer ein überdurchschnittlicher Wert bei der Selbstbehauptung (E), der Begeisterungsfähigkeit (F), der Selbstsicherheit (H) und der Unkonventionalität (M).

- Das Konstrukt „Locus of Control of Reinforcement": Vgl. in diesem Zusammenhang die bereits 1975 in Österreich (als in Europa bis zu der von SCHIEBEL 1988 erstellten Studie erstmaligen Machbarkeitsuntersuchung) erstellte Studie von ZOIHSL mit dem Ergebnis, daß Gründer wesentlich stärker als die Vergleichsgruppe von der Machbarkeit der sie betreffenden Ereignisse überzeugt sind.

Gemäß der Untersuchung von KRAMPEN (1988) zeigt sich, daß es sinnvoll ist, Kontrollüberzeugungen für Problemlösehandeln („Urlaub am Bauernhof") von generalisierten Kontrollüberzeugungen zu differenzieren (vgl. IPC vs. IPC-PL in dieser Studie).

HOFMANN/PREISER (1987) belegen, daß das Ausmaß internaler Kontrollüberzeugungen bis zum frühen Jugendalter hin ansteigt und danach mehr oder weniger konstant bleibt, während für Indikatoren externaler Kontrollüberzeugungen im Erwachsenenalter teilweise eine Zunahme festzustellen ist. Die Untersuchungen von HOFMANN/PREISER (1987) zeigen, daß die experimentell induzierte Reflexion über Möglichkeiten und Bedingungen eigenen Handels bei der Erreichung persönlicher Ziele i.S. spezifischer Praktikumserfahrungen (vor allem durch angebotene Hilfestellungen und zugestandene Selbständigkeit), unabhängig von der Art der Aufmerksamkeitslekung, zu Veränderungen in Richtung auf größere personale Kontrolle im beruflichen Bereich führt.

Im Prozeß zielorientierten Handelns machen Menschen Erfahrungen erfolgreicher und erfolgloser Versuche zur Ausübung von Kontrolle. Als Folge solcher Erfahrungen entwickeln und verändern sich handlungsbezogene Kognitionen und Emotionen wie z.B. Kompetenzerwartungen, Kontrollüberzeugungen, Erfolgserwartungen, Mißerfolgsbefürchtungen usw. Derartige Kognitionen und Emotionen fungieren als Moderatorvariablen engagierten Handelns, d.h. sie modifizieren die Beziehungen zwischen Zielen und deren Bewertung einerseits und dem Ausmaß persönlicher zielorientierter Aktivitäten andererseits (vgl. PFRANG/SCHENK 1986).

Daß langfristig wirksame Umweltbedingungen die Entwicklung und Veränderung von Kontrollkognitionen beeinflussen, läßt sich aus der zugrundeliegenden Sozialen Lerntheorie ROTTER'S (1966) ableiten und wurde in differenzierter Form von SCHNEEWIND (1985) nachgewiesen. HOFMANN/PREISER wiesen darüberhinaus nach, daß auch relativ kurzfristige und zugleich neue Erfahrungen in einem spezifischen Handlungsbereich zu einer Veränderung von Kontrollkognitionen führen (vgl. Trainingsprogramm „Zielorientiertes Handeln" als Interventionsstrategie in dieser Studie).

1964 formulierte BERELSON/STEINER eine der zentralen Thesen der Kommunikationsforschung, daß nämlich die selektive Auswahl von Informationen durch bestehende Prädispositionen gesteuert wird. VITOUCH (1989) verweist in diesem Zusammenhang auf die prädispositionale Bedeutung der Informationsverarbeitungsfähigkeit des Rezipienten und schließt auf

Grund umfangreicher Literaturarbeit auf die Dominanz der „Angst" in Form des Angstbewältigungsstils bei der Informationsverarbeitungstätigkeit.

Gemäß EPSTEIN (1976) kann von drei Stilarten der Angstbewältigung ausgegangen werden: Nicht-depressiv, depressiv-repressiv und depressiv-sensibilisert. KROHNE (1971) weist daraufhin, daß Vermeider weniger Informationen suchen als Nichtdefensive, möglicherweise suchen sie aber auch noch nach anderen Informationsinhalten: Der „sensitizer" konsumiert überwiegend angstbesetzte Reize, um sich in ein erhöhtes Aktivierungsniveau zu versetzen, sodaß plötzlich und unerwartet auftretende Angstreize nicht mehr zu einer unangenehmen Aktivierungssteigerung führen können. Dieser Rezipient sucht geradezu Informationen über unkontrollierbare Ereignisse bzw. über „das Schlechte in der Welt". Der „represser" wiederum vermeidet alle jene Wahrnehmungsinhalte, die mit Angst assoziiert sind. Dieser Rezipient vermeidet angstinduzierende Instruktionen; er sieht und hört erst garnicht die Nachrichtensendung, einen politischen/wirtschaftlichen/medizinischen Kommentar, einen „Bericht zur Lage" usw.

2.2 Die Erfolgsfaktoren

Bezugnehmend auf die im europäischen (Forschungsgruppe um SZYPERSKI, insbesondere KLADT und NATHUSIUS) sowie im angloamerikanischen Sprachraum (vgl. insbesondere die Arbeiten der Forschungsgruppe um MC CLELLAND, ROTTER und CATTELL) erschienenen Veröffentlichungen und Studien zur Erfolgsfaktorenforschung (siehe Literaturverzeichnis) sowie eigener Studien (vgl. u.a. Dynamik und Entscheidungsstärke von Unternehmerinnen und Mitunternehmerinnen, im Auftrag der Bundeskammer der Gewerblichen Wirtschaft 1988) läßt sich folgende Schlußfolgerung vertreten:

Erfolgreiche Unternehmer zeichnen sich durch drei Persönlichkeitseigenschaften (= Erfolgsfaktoren) aus: 1. Kontrollüberzeugung, 2. Fähigkeit zur Problemlösung und 3. Soziale Initiative. Unter "Kontrollüberzeugung" wird eine generelle Erwartungshaltung verstanden derzufolge Menschen a) der Meinung sind die Geschehnisse in ihrer Umwelt maßgeblich beeinflussen zu können ("I"), b) glauben, daß die Geschehnisse in ihrer Umwelt von anderen Menschen maßgeblich beeinflußt werden ("P") bzw. c) der Meinung sind, daß die Geschehnisse in ihrer Umwelt von Pech, Glück oder Zufall abhängen (C"). Die "Fähigkeit zur Problemlösung" ist eine bereichsspezifische Erwartungshaltung und bezieht sich auf die möglichen Formen zukünftiger Kooperationen. Die "Soziale Initiative" kommt in der Selbstbehauptung (Faktor „E"), in der Begeisterungsfähigkeit (Faktor „F"), der Selbstsicherheit (Faktor „H") und der Unkonventionalität (Faktor „M") einer Person zum Ausdruck. Das Konstrukt mißt zur Absicherung der Erwartungshaltungen das Ergebnis des Sozialisationsprozesses der Bauern und Bäuerinnen.

Vergleichbare Ergebnisse der internationalen Gründungsforschung liegen für den Bereich Landwirtschaft nicht vor. Eine detaillierte Studie für Unternehmer in der Bundesrepublik Deutschland liegt von KLANDT aus 1984 vor. Eine Überblicksstudie zur Situation der Frauen bei Existenzgründung wurde vom Senat für Wirtschaft und Arbeit, Berlin in Auftrag gegeben und 1985 publiziert. Darin wurde auch erstmals eine Übersicht zur empirischen Forschung betreffend die Existenzgründung von Frauen (weltweit, so weit möglich) geboten. Die Person und ihre Eigenschaften sowie die Leistungen, welche u.a. zum Unternehmenserfolg führen, werden jedoch mit Ausnahme einer belgischen und einer englischen Studie nicht erwähnt. Doch auch in diesen beiden Studien sind die Ergebnisse dürftig: Frauen planen kurzfristig und leiden an einem Mangel an Selbstvertrauen.

Einzelne Erhebungen in Österreich haben sich mit dem Image der Unternehmerinnen und Mitunternehmerinnen in der Öffentlichkeit beschäftigt, andere wieder als explorative Studien wa-

ren für Detailfragen wie z.B. Belastung und Erwartungshaltung ausgelegt (Fessel-Studie 1983, Bundeswirtschaftskammer-Studie 1984 und 1985). Eine Studie von SCHIEBEL über „Dynamik und Entscheidungsstärke der österreichischen Unternehmerinnen und Mitunternehmerinnen" im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich (1988, Sample 4320) ergab: Selbstverantwortliche 53,3 %, Machtlose 4,5 %, Hilflose 9,3 %, Politisch/sozial Aktive 12,6% und Gleichgültige 20,3 %. Hilflose und Gleichgültige machen zusammen rd. 30% aus. Gefordert werden aus diesem Grund von den Unternehmerinnen und Mitunternehmerinnen die Einrichtung von Selbsterfahrungsgruppen durch die Interessensvertretung. (Vgl. dazu im Vorgriff zu den i.w. vorgestellten Untersuchungsergebnissen betreffend Bauer und Bäuerin: Selbstverantwortliche 21,5 % (weniger als die Hälfte), Machtlose 9,6 % (rd. doppelt soviel), Hilflose 17,3 % (rd. doppelt soviel), Politisch/sozial Aktive 10,7 % (etwa gleich) und Gleichgültige 40,8 % (doppelt soviel)).

2.3 Zur Beschreibung der Unternehmerpersönlichkeiten

Die Erkenntnisse der empirischen Erfolgsfaktorenforschung ermöglichen auf Grund der Ausprägungen der Erwartungshaltungen die folgende Typologie (vgl. Krampen):

Der/Die Selbstverantwortliche (Typ A): Dieser Typ ist sozial aktiv und dabei psychisch stabil. Er/Sie ist eher zur Selbstaktualisierung fähig, weniger aggressiv und dogmatisch und kann schneller und besser lernen. Er/Sie ist weniger leicht zu beeinflussen, sondern beeinflußt erfolgreich mit Argumenten andere Personen. Er/Sie toleriert ein hohes Maß an Belastung, ist zu größeren Anstrengungen bereit und im Urteilsverhalten unabhängiger. Er/Sie bevorzugt den partizipativen Führungsstil, sucht seltener und später professionelle Hilfe und setzt vermehrt kognitive Kontrollstrategien ein. Er/Sie ist risikobereiter und erlebt weniger Streß, da sie/er streßinduzierte Ereignisse positiver bewertet. Im sozialen Kontakt sucht sie/er wieder Selbstverantwortliche.

Der/Die Machtlose (Typ B): Dieser Typ verhält sich im Urteilsverhalten konformer und neigt bei hohem sozialem Status des Kooperationspartners dazu, vorhandene Einstellungen zu verändern. Er/Sie erlebt mehr Streß, ist leichter zu überzeugen, zu überreden und zu kontrollieren. Er/Sie beeinflußt andere Personen nicht mit Argumenten, sondern durch Strafandrohung und Zwang. Er/Sie ist risikoärmer und verwendet mehr Zeit zur Informationssuche und zur Informationsselektion.

Der/Die Hilflose (Typ C): Die Grundlage des hilflosen Verhaltens sind gelernte Erwartungen darüber, daß das eigene Verhalten keine Effekte hat, daß subjektiv bedeutsame Ereignisse in der personenspezifischen Umwelt nicht kontrolliert werden können. Symptome der Hilflosigkeit umfassen Effekte wie Willenlosigkeit, Furcht, Passivität, reduzierte Lernfähigkeit und die Unfähigkeit auf veränderte Randbedingungen durch Veränderung von Erwartungshaltungen reagieren zu können.

Der/Die sozial Aktive (Typ D): Dieser Typ weist sich durch besonderes soziales Engagement aus. Er/Sie ist das Ergebnis aus Selbstverantwortung und Empfindung von Unterdrückung durch marktwirtschaftliche Majoritäten. Im Sinne von WITTE handelt es sich dabei nicht um "Macher", sondern um "Helfer". Seine/Ihre Persönlichkeit ist beinflußt durch eine über- bis weitüberdurchschnittliche interne als auch externe Kontrollüberzeugung, wodurch beständiges, zielgerichtetes Handeln erschwert wird. Die wenigen vorhandenen empirischen Belege lassen darüberhinaus keinen Beziehungszusammenhang zwischen dem dynamischen Wesenszug „Geselligkeitsstreben" zur Gründungsaktivität erwarten. Nach der Untersuchung von Klandt wurde dementsprechend auch keine signifikante Korrelation des Geselligkeitsstrebens mit der Gründungsaktivität ermittelt.

Der/Die Gleichgültige (Typ E): Ein Typ, der keine Ausformungen in die eine oder andere Richtung zeigt, sondern "Durchschnitt" darstellt.

Maßgeblich zur Erzielung eines effizienten Kooperationssystems ist das Vorhandensein einer großen Zahl von "Selbstverantwortlichen", d.h. Bauern und Bäuerinnen, die über eine generalisierte als auch kooperationsspezifische Erwartungshaltung verfügen derzufolge sie der Meinung sind die Geschehnisse in ihrer Umwelt maßgeblich beeinflussen zu können. Die Kooperationspartner-Entwicklungsplanung (vgl. Beratungsschwerpunkt "Die bäuerliche Familie als Untenehmer") des BMLF wird für zukünftige effiziente Erzeugerorganisationen und strategische Allianzen diesen Typ fördern bzw. entwickeln helfen.

3 Die Hypothese

Im Hinblick auf effiziente Erzeugerorganisationen und strategische Allianzen wird daher ein hoher Anteil an Selbstverantwortlichen (Typ A) bei Bauern als auch Bäuerinnen erwartet. Bei einem relativ hohen Anteil an Hilflosen bzw. Gleichgültigen soll der Frage nachgegangen werden, ob ein Zusammenhang mit speziellen psychographischen, beruflichen und betriebswirtschaftlichen Merkmalen besteht.

Dem Modell liegt implizit die Annahme der Populationshomogenität zugrunde, d.h. daß die Beiträge der einzelnen Organisationen zur Legitimation oder zum Wettbewerb sich nicht wesentlich unterscheiden (WIEDENMAYER/ALDRICH/STABER 1995). Tatsächlich variieren mit der Größe die Einflußmöglichkeiten beträchtlich, da große Organisationen oft ein unvergleichlich größeres Segment des Ressourcenraumes besetzen als eine Vielzahl kleinerer Organisationen. Populationen, in denen alle Organisationen etwa die gleiche Größe besitzen, sind möglicherweise von einer ganz anderen Wettbewerbsdynamik geprägt als Populationen mit einer kleinen Anzahl großer Organisationen und vielen kleinen.

Da es sich jedoch um eine Untersuchung von unternehmerinnenrelevanter Persönlichkeitseigenschaften handelt, wird „Betriebsgröße“ als beeinflussende Variable im Rahmen des Sozialisationsprozesses („mikrosoziales Umfeld“) erfaßt und nicht gesondert ausgewiesen. Weiters soll die These überprüft werden, wonach der Anteil der "selbstverantwortlichen Bäuerinnen" nahezu gleich hoch ist wie bei den Bauern. Haben doch meist die Bäuerinnen mit viel unternehmerischem Geschick die "Direktvermarktung" und den "Urlaub am Bauernhof" zu gestalten.

4 Die Methode

Gemäß dem der Auftragserteilung zugrundeliegenden Projektdesign wurde der vom Projektleiter entwickelte Fragebogen einer bundesweiten Repräsentativerhebung durch das Institut für empirische Sozialforschung (IFES) zugrundegelegt. Die bundesweite Repräsentativbefragung erfolgte durch das IFES nach einer überquotierten Stichprobe und erbrachte per Datensatz N= 881 auswertbare Fragebögen. Dieser Rohdatensatz wurde von der Arbeitsgruppe Agrarmarketing auf Vollständigkeit und Plausibilität geprüft und für N= 881 als entsprechend beurteilt.

Die Kontrollüberzeugung wurde mithilfe des IPC-Fragebogens (24 Fragen) und die Fähigkeit zur Problemlösung mithilfe des IPC-PL-Fragebogens, ebenfalls 24 Fragen (nach Krampen) bestimmt.

Die soziale Initiative der Bauern und Bäuerinnen wird durch überdurchschnittliche Werte bei Faktor „E“ (soziale Anpassung versus Selbstbehauptung, 12 Fragen), bei Faktor „F“ (Besonnenheit versus Begeisterungsfähigkeit, 12 Fragen), bei Faktor „H“ (Zurückhaltung ver-

sus Selbstsicherheit, 12 Fragen) und bei Faktor „M" (Pragmatismus versus Unkonventionalität, 12 Fragen) gemäß dem 16 Persönlichkeits-Faktoren-Test (16 PF) nach SCHNEEWIND/SCHRÖDER/CATTELL ausgewiesen.

Die Typologisierung erfolgte gemäß dem Testmanual "IPC-Fragebogen zu Kontrollüberzeugungen" von KRAMPEN sowie seiner Vorgehensweise zur Bestimmung von "Spezifitäten von Kontrollüberzeugungen für Problemlösen in verschiedenen Realitätsbereichen" mit Hilfe der Verrechnung von Stanine-Werten.

Die erhobenen Erfolgsfaktoren der potentiellen Kooperationspartner wurden im Hinblick auf ein effizientes Kooperationssystem mit Eins (Selbstverantwortung und Soziale Initiative) oder Null bewertet. Eine Unternehmerpersönlichkeit ist mit einer Punktsumme größer gleich Vier gegeben.

Die vier Persönlichkeitsdimensionen "Selbstbehauptung", "Begeisterungsfähigkeit", "Selbstsicherheit" und "Unkonventionalität" wurden mit Hilfe der entsprechenden Skalen des 16 PF gemessen, d.h. die Rohwerte der Itembatterien wurden in Sten-Werte umgerechnet und für die Bestimmung der Unternehmerpersönlichkeit nur Sten-Werte größer 7,5 (d.h. außerhalb des Bereichs der Standardabweichung) berücksichtigt.

5 Ergebnisse

Die Stichprobe umfaßt 881 Probanden, wovon 64,4% unter 50 Jahre und 35,6% 50 Jahre und älter sind. 47,3% der Teilnehmer kommen aus Gemeindegrößen unter 2000 Einwohner, 63,6% der Teilnehmer sind männlichen Geschlechts, 41,4% sind Vollerwerbslandwirte, 46,9% Nebenerwerbslandwirte, 72,6% bezeichnen ihren Betrieb als gemischten Betrieb und 34,4% der Befragten haben drei bis vier Personen zu versorgen.

Gemäß der Repräsentativerhebung gliedern sich Östereichs Landwirte hinsichtlich allgemeiner Kontrollüberzeugung in 21,5% Selbstverantwortliche, 9,6% Machtlose, 17,3% Hilflose, 10,7% politisch/sozial Aktive und 40,8% Gleichgültige. Die Prozentanteile bei problembereichsspezifischer Kontrollüberzeugung sind nahezu ident, größere Verschiebungen gibt es nur bei den politisch/sozial Aktiven (nur 6,9%) und den Gleichgültigen (43,6% !).

Macht- und Hilflose, die davon bedroht sind, in ein gesellschaftliches Abseits gedrängt zu werden, sollten besser integriert werden durch die

a) Stärkung der bäuerlichen Familie (als Entwicklungsgrundlage für „soziale Initiative"),
b) Stärkung interner Kontrollüberzeugungen durch
ba) Aufnahme von Interventionsstrategien wie z.B. das Trainingsprogramm in die schulische Ausbildung,
bb) Initiierung von Selbsterfahrungsgruppen und
bc) Vernetzung von Kleininitiativen und Kooperationen.

Gemäß der methodischen Vorgangsweise wurden die beiden Kontrollüberzeugungsskalen mit den vier Skalen zur sozialen Initiative kombiniert und zu Unternehmertypen ausgeformt.

Hinsichtlich der vier Skalen Selbstbehauptung ("E"), Begeisterungsfähigkeit ("F"), Selbstsicherheit ("H") und Unkonventionalität ("M") sei festgehalten, daß gewichtet nach Geschlecht bzw. Alter 33,9% / 30,4% Selbstbehauptung ("E"), 25,3% / 29,6% Begeisterungsfähigkeit ("F"), 0,2% / 0,2% Selbstsicherheit ("H") !! und 49,0% / 53,5% Unkonventionalität ("M")

ausweisen. Hinsichtlich der sehr geringen Selbstsicherheit sei auf die Notwendigkeit weiterführender Beratungsarbeit (siehe Lösungsansatz) verwiesen.

Interessant ist eine Differenzierung der Sten-Werte nach Alter und Geschlecht. Dabei zeigt sich, daß die Begeisterungsfähigkeit mit dem Alter zunimmt und Bäuerinnen ein höheres Maß an Selbstbehauptung zeigen.

Die Kombination der unternehmerrelevanten Persönlichkeitseigenschaften ergab 85 Probanden in der Stichprobe, auf die die Merkmalskombination zutrifft, d.s. rund 10%. Ein für die Gesamtpopulation durchaus entsprechender Wert, nicht jedoch für eine Gruppe, welche in Zukunft vermehrt oder sogar umfassend unternehmerisches Verhalten in Kooperationen einbringen soll.

Gemäß Chi-Quadrat-Test kann die Hypothese bestätigt werden, daß es prozentuel gleichviele Unternehmer bei den Bauern als auch bei den Bäuerinnen gibt. Somit besteht für beide Geschlechter die gleiche Ausgangsbasis.

6 Der Lösungsansatz

Die zur Erledigung von Agrarmarketingaufgaben von Bäuerinnen und Bauern (i.w. Entscheidungsträger genannt) erforderliche Informationsverarbeitung wird maßgeblich von deren Kontrollüberzeugung und von deren Angstbewältigungsstil bestimmt.
Die Persönlichkeitsentwicklung der Bäuerinnen und Bauern hat sich an der Heranbildung von intern kontrollierten Entscheidungsträger zu orientieren, da die beiden anderen Gruppen sich durch wesentlich geringere Informationsaufnahmebereitschaft, Innovationsfreudigkeit und Informationssuche auszeichnen und dadurch in komplexen, schlecht-strukturierten Agrarmarketingentscheidungssituationen wesentlich schlechter abschneiden, als ihre intern kontrollierten Kollegen.

Der individuelle Angstbewältigungsstil ist die zweite wesentliche Persönlichkeitseigenschaft, welche die intra-personelle Informationsverarbeitung "steuert". Die sogenannte "normale" Angst (z.B. gegenüber Neuem, einer riskanten Entscheidung usw.) im Sinne einer nichtdefensiven Angstbewältigung benötigt keine Hilfestellung durch die Persönlichkeitsentwicklung.

Die defensive Angstbewältigung jedoch umso mehr, da sie sich in zwei Ausformungen darstellt, welche beide für Bäuerinnen und Bauern zur Verringerung ihrer Entschlußeffizienz bzw. ihrer Prozeßeffizienz führen. Defensive Angstbewältigung manifestiert sich in der Form des "Sensitizers bzw. Repressers": Der Sensitizer versucht "alle" entscheidungsrelevanten und damit - wie er glaubt - risikovermindernden Informationen zu beschaffen und verzögert damit den Entscheidungsprozeß während der Represser so weit wie ihm möglich risikoinduzierte (angstinduzierte) Informationen vermeiden möchte, d.h. abwehrt und dadurch eine willkürliche und nicht kausale Komplexitätsreduktion durchführt.

Die Anzahl und Art der Informationen, welche für den Agrarmarketing-Entscheidungsprozeß als relevant betrachtet werden, ist von diesen beiden Persönlichkeitsmerkmalen maßgeblich mitbestimmt und bestimmt daher in hohem Maße die Qualität der Entscheidung im Hinblick

a) auf die subjektive Risikopräferenz der Bäuerin wie des Bauern als auch im Hinblick
b) auf deren notwendige Informationssuche im Rahmen von Agrarmarketing-Entscheidungsprozessen.

Die psychologisch-orientierte Entscheidungsforschung hat zur Stärkung der Kontrollüberzeugung und der Angstbewältigung ein Trainingsprogramm entwickelt, welches in acht Modulen Entscheidungsträger "zielorientiertes Handeln" lehrt und damit zur Veränderung der Kontrollüberzeugung (in Richtung intern kontrolliert, d.h. Selbstverantwortlichkeit) als auch des Angstbewältigungsstils (in Richtung nicht-defensiver Angstbewältigung) beiträgt. Zur Erfassung der Persönlichkeitseigenschaften steht ein reliables Testinstrumentarium für Kontrollüberzeugung, Angst und Angstbewältigungsstil zur Verfügung, welches entweder gesondert, im Sinne einer Bestimmung der Ausgangssituation der Entscheidungsträger eingesetzt werden kann, oder aber vor und nach einem Training.

7 Zusammenfassung

Die Erfolgsfaktorenmessung zur Bestimmung der Unternehmerpersönlichkeit bei Bauern und Bäuerinnen erfolgte mithilfe valider Tests in Form von Fragebatterien im Rahmen einer für Österreich repräsentativen Stichprobe. Die damit gewonnene "Unternehmer-Typologie" ermöglicht es die Ausgangslage der Bauern und Bäuerinnen im Hinblick auf deren unternehmensrelevanten Persönlichkeitseigenschaften darzustellen und gezielt Maßnahmen in Form von Schulungsprogrammen des Beratungsschwerpunktes "Die bäuerliche Familie als Unternehmer" des BMLF anzubieten. Somit tragen die Ergebnisse dieses Forschungsprojekts auch zur Verbesserung der Kooperationsbereitschaft von Bauern und Bäuerinnen bei und damit zur Förderung der im Hinblick auf den Anpassungsprozeß der österr. Landwirtschaft an den gemeinsamen Agrarmarkt der EU so notwendigen EO und strategischen Allianzen.

Summary

Personality factors were matched with locus-of-control constructs and measured in a represantive study for austrian male and female farmers to show the power of entrepreneurship and to base lifelong learning and education in future.

Literaturverzeichnis

BERELSON, B.; STEINER, G.A. (1964): *Human behaviour. An inv. of scientific findings.* N.Y.

CATTELL, R.B. (1973): *Die empirische Erforschung der Persönlichkeit.* Weinheim, Basel

EPSTEIN, S. (1976): Anxiety, arousal and the self-concept. In: Sorason, I.G.; Spielberger, C.D. (Hrsg.): *Stress and anxiety* (Vol. 3), Washington 1976, 185-224

HOFMANN, J.M.; PREISER, S. (1987): *Veränderungen von Kontrollüberzeugungen während des Lehramtspraktikums.* Institutsberichte 1987 des Instituts für Pädagogische Psychologie der J.W. Goethe-Universität Frankfurt/Main

KLANDT, H. (1984): *Aktivität und Erfolg des Unternehmensgründers.* Eine empirische Analyse unter Einbeziehung des mikrosozialen Umfeldes. Bergisch Gladbach

KRAMPEN, G. (1981): *IPC-FB zu Kontrollüberzeugungen.* Göttingen, Toronto, Zürich

KRAMPEN, G.; VON EYE, A.; BRANDSTÄDTER, J. (1987): *Konfigurationstypen generalisierter Kontrollüberzeugungen.* In: Z. f. Diff. und Diagnostische Psych. 8, 2, S. 111-119

KROHNE, H.W. (1971): *Der Einfluß von Umweltkomplexität, Angstabwehr und konzeptionellem Niveau auf die Informationsverarbeitung.* Diss. an der Phillips-Universität Marburg

MC CLELLAND, D.C. (1975): *The Achievement Motive.* Irvington

PFRANG, H.; SCHENK, J.: *Kontrollüberzeugungen als Moderator des Zusammenhangs zwischen Verstärkungswert und Verhalten.* In: Z. f. Sozialpsychologie 17, S. 99-108

PREISER, S. (1989): *Zielorientiertes Handeln.* Heidelberg

ROTTER, J.B. (1966): *Generalized Expectencies for Internal versus External Control of Reinforcement.* In: Psych. Monographs: General and Applied 80, No 1, Whole No. 609, S. 1-28

SCHIEBEL, W. (1988): *Dynamik und Entscheidungsstärke der österr. Untenehmerinnen und Mitunternehmerinnen.* Wien

SCHNEEWIND, K.A.; SCHRÖDER, G.; CATTELL, R.B. (1984): *Der 16-Persönlichkeits-Faktoren-Test (16PF).* Bern, Stuttgart, Toronto

SCHNEEWIND, K.A. (1985): Entwicklung personaler Kontrolle im Kontext der Familie. In: Kugemann, W.F.; Preiser, S.; Schneewind, K.A. (Hrsg.): *Psychologie und komplexe Lebenswirklichkeit.* Göttingen, S. 203-223

SZYPERSKI, N.; DARSCHEID, K.; KIRSCHBAUM, G.; NAUJOKS, W. (Hrsg.) (1983): *Unternehmensgründung und Innovation.* Göttingen

VITOUCH, P. (1989): *Der Einfluß von Angstabwehr und Umweltkomplexität auf die Informationsverarbeitung.* In: Zeitgeschichtlicher Unterricht und Vergangenheitsbewältigung an Schulen (unveröffentlichtes Manuskript), Wien

WIEDENMAYER, G.; ALDRICH, H.E.; STABER, U. (1995): *Von Gründungspersonen zu Gründungsraten.* In: DBW 55, 2, S. 221-236

ZOIHSL, V. (1975): *Der Gründungsprozeß technischer Unternehmungen, Analyse und Lösungsansätze.* Unveröffentlichte Dissertation, Graz