

Betriebs-Check: Eine Analyse wie Einstiegsberatung in Baden-Württemberg mit der Landwirtschaft kommuniziert wird

Benedikt Weishaar

(Bachelor-Thesis, 2018, Fol. 650,473)

Die veränderten Rahmenbedingungen der Europäischen Union und der landwirtschaftliche Strukturwandel haben die baden-württembergische Landesregierung veranlasst die landwirtschaftliche Beratung den neuen Bedingungen anzupassen. Mit der 2015 durchgeführten Beratungsreform wurde auch der kostenlose Betriebs-Check eingeführt. Dieser gilt bei den landwirtschaftlichen Unternehmen als noch nicht ganz angekommen (Baum 2017, S.3).

Im Jahr 2017 haben von 40.500 Landwirten in Baden-Württemberg lediglich 145 Landwirte den Betriebs-Check in Anspruch genommen. Dies könnte ebenfalls mit der Publizität des Betriebs-Check zusammenhängen. Das Problem der Publizität wird dabei unter anderem an den Kommunikationskanäle ausgemacht. Die Kanäle, wie gelingend mit der Landwirtschaft kommuniziert werden kann, ist relativ unerforscht. Es ist weder geklärt, wie Einstiegsberatung gelingend kommuniziert werden kann, noch wie der Betriebs-Check derzeit kommuniziert wird. Ebenso ist relativ wenig bekannt wie die unterschiedlichen Betriebsformen die Kommunikationskanäle nutzen.

Um sich der Thematik zu nähern, wurden folgenden Forschungsfragen erstellt.

Wie können Erstberatungsangebote (Betriebs-Check) gelingend, mit den in Baden-Württemberg ansässigen Landwirten, kommuniziert werden? Beziehungsweise wie wird derzeit das Erstberatungsangebot Betriebs-Check mit den in Baden-Württemberg ansässigen Landwirten kommuniziert?

Über welchen Kanal wird der Anzusprechende im Moment von erlebten Problemen für eine gelingende Beratung erreicht?

Über welche spezifischen Kommunikationskanäle lassen sich die unterschiedlichen Betriebsformen bzw. Geschlechter ansprechen?

Ziel der vorliegenden Studie ist es, neue Erkenntnisse über die Kommunikation des Betriebs-Checks und dessen Multiplikatoren, Kommunikationskanäle und Zielgruppe zu erlangen. Die Kommunikation für das Beratungsmodul soll dabei strukturiert werden. Grundlage für die Forschung bildeten dabei Experteninterviews, welche mit neun verschiedenen Akteuren aus der baden-württembergischen Beratungslandschaft geführt wurden. Die Auswertung dieser Befragung erfolgte mit der theoriegeleiteten strukturierenden Inhaltsanalyse nach Kuckartz und Mayring.

Die Kommunikation des Betriebs-Check konnte in Sender, Kommunikation, Zielsystem und Interaktion strukturiert werden. Dabei konnten verschiedene Anspruchsgruppen in der Beratungslandschaft ausgemacht werden, die auf verschiedenem Arten die Kommunikation des Betriebs-Check beeinflussen. So konnten auf der Senderseite

Beratungsdienste, Landwirtschaftsämter und weitere Multiplikatoren identifiziert werden.

Bei der Kommunikation konnten relevante Kanäle für den Betriebs-Check beschrieben werden und wie gut diese von den Landwirten angenommen werden. Ebenso konnte ausgemacht werden, dass ein präzises Leistungsbild für die Kommunikation wichtig ist, sowie dass Erfahrungsberichte die größte Wirkung auf Landwirte haben.

Bei dem Zielsystem konnten die Unterschiede in der Kommunikation zwischen den verschiedenen Betriebsformen untersucht werden, wobei kein Unterschied bei den Erwerbsformen entdeckt werden konnte. Bei den unterschiedlichen Spezialisierungsgraden konnte aber durchaus ein Unterschied in der Kommunikation ausgemacht werden. Ebenso konnten weitere Einflüsse auf das Zielsystem beschrieben werden, wie hemmende Kräfte und treibende Kräfte. Kräfte, welche die Inanspruchnahme hemmen, können in strukturelle und personenbezogene Faktoren eingeteilt werden. Einer der größten Einflussfaktoren, weshalb der Betriebs-Check nicht in Anspruch genommen wird, ist die fehlende Publizität. Die treibenden Kräfte sind die Hauptmotive, bestehend aus strategischen Entscheidungen, Entscheidungen in Krisensituationen und Entscheidungen bei der Hofnachfolge.

Die Interaktion beschreibt den Erstkontakt und die Inanspruchnahme des Betriebs-Checks. Dabei konnte festgestellt werden, dass aus verschiedenen Gründen der Betriebs-Check nicht immer weiterempfohlen wird. Zum einen wird das Angebot als Konkurrenzprodukt wahrgenommen von Beratungsdiensten und zum anderen kennen andere Institutionen die Landwirte besser und können diese ohne Modul beraten. Die Inanspruchnahme des Angebots erfolgt zu 95% bei wichtigen Entscheidungen, wobei der Betriebs-Check oft als Zweitmeinung zählt. Das Angebot wird in Baden-Württemberg tendenziell eher von Haupterwerbslandwirten beansprucht.

Als Schlussfolgerung der Forschungsarbeit kann festgestellt werden, dass eine stärkere Vernetzung der Beratungsakteure von Vorteil wäre, um den Betriebs-Check mit der Landwirtschaft zu kommunizieren. Ebenso gibt es viele strukturelle wie persönliche Faktoren, welche nicht durch die Kommunikation beeinflusst werden können, aber entscheidend für die Inanspruchnahme sind.

Geprüft durch Jun.-Prof. Dr. Andrea Knierim