

Beratung für Umstellungsentscheidungen

Rieken, H.¹ und Boland, H.¹

Keywords: Extension, conversion decision, initial contact, conventional apprentices/masters and farmers

Abstract

Presently the value of the organic food market in Germany is growing, but this growth is not reflected in the number of organic farmers. In order to raise the number of organic farmers, organic extension plays an important role. The extension system of organic farming is partly linked to the conventional system; for example organic extensionists are employed by the Chamber of Agriculture. In addition to this, a separate organic extension system exists, organized by the organic farm associations. The key questions of the study are: how to reach conventional apprentices and farmers from the organic-extension point of view, and how to enhance their decision-making authority in terms of conversion. The overall goal is that apprentices and farmers feel competent in their ability to make a decision: conversion, yes or no. Based on empirical data, we have formulated different types of conventional apprentices and farmers, all of whom need different types of information. Consequently, there is not a single approach to optimize initial contact. The intervention mechanisms for organic extension have to be diverse.

Einleitung und Zielsetzung

In Deutschland war der Öko-Lebensmittelmarkt in den letzten Jahren durch steigende Umsatzzahlen und durch die Zunahme von Öko-Produkten im Lebensmittel-einzelhandel gekennzeichnet (Bölgw 2010). Infolge der steigenden Nachfrage werden Öko-Produkte nicht mehr alleinig über den Naturkosthandel, sondern vermehrt auch über konventionelle Kanäle vermarktet (Gerber et al. 2008). Eine davon abweichende Tendenz stellt die geringe Anzahl der Öko-Betriebe dar: Im Jahr 2009 wirtschaften 5,9% der Landwirte nach ökologischen Standards, das entspricht 5,6% der landwirtschaftlichen Nutzfläche (2010). Angesichts der Diskrepanz zwischen Angebot und Nachfrage sind die heimischen Öko-Landwirte nicht in der Lage den deutschen Öko-Markt ausreichend mit nachgefragten Produkten zu versorgen.

Um aber einer Ökologisierung der Landwirtschaft Vorschub zu leisten, müssen zunehmend Landwirte auf ökologischen Landbau umstellen. Umstellungsmotive sind neben philosophischen und/oder ethischen Motiven vermehrt ökonomische Beweggründe (Best 2006) sowie die räumliche Verteilung des Öko-Landbaus (Bichler/Häring 2003). Eine interessante Zielgruppe als nächste Generation potenzieller Öko-Landwirte stellen konventionelle Fachschüler und Meister dar (Mann et al. 2010). Jedoch ist aus Sicht der Berater die Erstansprache mit konventionellen Fachschülern, Meistern und Landwirten schwierig. Zudem macht das pluralistische Beratungsangebot in Deutschland (Thomas 2007) die Angebote im Bereich Umstellung auf ökologischen Landbau für konventionelle Landwirte schwer überschaubar.

¹ Justus Liebig Universität Gießen, Senckenbergstraße 3, 35390 Gießen, Deutschland, henrike.rieken@agr.uni-giessen.de, www.uni-giessen.de/cms/fbz/fb09/institute/iab.

An dieser Stelle setzt die Untersuchung an. Die zugrunde liegende Fragestellung lautet: Was können aus Perspektive der ökolandwirtschaftlichen Beratung adäquate Instrumente zur Bildung von Entscheidungskompetenz bei konventionellen Landwirten, Fachschülern und Meistern im Hinblick auf eine mögliche Umstellung auf ökologischen Landbau sein? Die Untersuchung fokussiert somit auf die abwägende Bewusstseinslage, d.h. die Phase vor dem endgültigen Entschluss einer Umstellung oder Nicht-Umstellung. Die Ergebnisse der Studie legen nahe, dass es in diesem Zusammenhang nicht einen, sondern mehrere an die jeweiligen Typen angepasste, Beratungsansätze geben muss.

Methodisches Vorgehen

Die empirische Grundlage des Beitrages sind 64 qualitative Experimente mit landwirtschaftlichen Fachschülern/Meistern und 20 narrative Interviews mit Landwirten. Das qualitative Experiment versucht neue, komplexe Strukturen, d.h. Abhängigkeiten, Beziehungen und Relationen, zu finden (Kleining 1995). Infolgedessen wurden Fachschüler und Meister mit einer Situation konfrontiert, die außerhalb ihres derzeitigen Handlungsspielraumes liegt (Adjektion). Ziel war es, ein umfassendes Bild über die Vorstellungsstruktur der Fachschüler und Meister zum Thema Umstellung auf ökologischen Landbau zu erhalten. Schwerpunkt lag dabei auf den zu erwartenden Reaktionen des sozialen Umfelds (Eltern, Freunde/Bekannte, Kollegen) im Falle einer potenziellen Umstellung sowie auf den Bedingungen, welche eine Umstellung attraktiv erscheinen lassen. Durchgeführt wurden die Befragungen im Zeitraum von Oktober bis November 2008 an den landwirtschaftlichen Fachschulen in Alsfeld (Hessen), Fritzlar (Hessen) und in Oldenburg/Wehnen (Niedersachsen) in zwei Fachschulklassen und zwei Meisterklassen.

Ziel der zweiten Erhebungsphase war es, durch das sozialwissenschaftliche Erhebungsverfahren ‚narratives Interview‘ den Landwirt zu einer Stehgreiferzählung selbsterlebter Ereignisse zu veranlassen (Schütze 1983). Die erzählgenerative Anfangsfrage bezog sich auf die Zeit der Betriebsübernahme und die Rolle des ökologischen Landbaus sowie die Erfahrungen mit (Umstellungs-)Beratung. Für die Untersuchung wurden 20 Landwirte in fünf Regionen Deutschlands befragt (Niedersachsen, Sachsen Anhalt, Nordrhein Westfalen, Bayern: Allgäu und Unterfranken). Die 20 Landwirte wurden unterteilt in jeweils vier Gruppen: (I) Umstellende Landwirte, (II) Öko-Landwirte mit langjähriger Öko-Praxiserfahrung, (III) konventionelle Landwirte, die den ökologischen Landbau ablehnen und (IV) konventionelle Kreis/Ortslandwirte bzw. Obmänner. Durch die Maximierung von Unterschieden in der Stichprobe wird die Wahrscheinlichkeit dahingehend erhöht, Heterogenität und Varianz im Untersuchungsfeld abzubilden (Kelle et al. 1999). Die Interviews dauerten von 0:26 bis 1:35h und wurden bei den Landwirten zu Hause durchgeführt (März–Mai 2009). Die computergestützte Auswertung mit der Software MAXQDA geschah eng am Datenmaterial, d.h. im Wechsel von der detaillierten Analyse einzelner Interviews bzw. Interviewausschnitte bis hin zur generalisierenden, abstrahierenden Betrachtung. Die Kategorienbildung erfolgte mit Hilfe des hermeneutischen Zirkels und resultierte in einer Typisierung (Kelle et al. 1999, Kuckartz 2007).

Ergebnisse

Es zeigte sich, dass bei den meisten **Fachschülern/Meistern** nur eine vage Vorstellung vom ökologischen Landbau vorherrscht und Unsicherheit hinsichtlich einer Betriebsumstellung überwiegt: „Der Schritt Umstellung ist eine große Überwindung. Ich wüsste nicht wie ich die Sache genau anpacken sollte.“ (FA28,3). Auch wird mit der Umstellung eine Veränderung der eigenen Einstellung erwartet: „Man muss wahrscheinlich ein Typ für eine

Umstellung sein. Wenn man da kein Interesse für hat, würde es keinen Zweck haben, so etwas sich vorzunehmen.“ (MW61,3).

Weiterhin spielt die Ästhetik der Kulturlandschaft eine Rolle: „Gegen eine Umstellung spricht, dass die Kulturlandschaft nicht mehr so gepflegt aussehen würde. Die Leute wollen saubere Felder.“ (FA33,5). Neben dem Konstrukt des ‚sauberen Ackers‘ behindert auch die Wahrnehmung der Öko-Höfe eine rationale Auseinandersetzung mit einer potenziellen Umstellung: „Wenn ich an Bio denke, habe ich auch meistens so ein Bild vor Augen, dass es auf dem Hof sehr dreckig zugeht.“ (FF42,4). Auf Grundlage dieser Wahrnehmungen entwickelt sich eine positive oder negative Vorstellung vom ökologischen Landbau, woraus dann eine Präferenz für eine Landbauform erwächst. Diese Präferenz schlägt sich in entsprechendem Verhalten/Handeln nieder und korrespondiert entweder mit einer ökologischen oder konventionellen Betriebsführung. Abbildung 1 zeigt das Ergebnis der Fachschüler- und Meister-Typisierung.

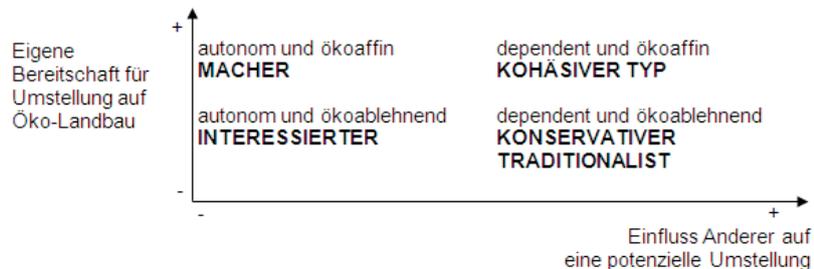


Abbildung 1: Fachschüler- und Meistertypen

Zunächst wird aus Abbildung 1 deutlich, dass die Typen sich anhand von zwei Dimensionen unterteilen lassen: Die eigene Bereitschaft für eine Umstellung auf ökologischen Landbau (ökoaffin oder ökoablehnend) und der Einfluss Anderer auf eine potenzielle Umstellung (autonom oder dependent). So ist z.B. der konservative Traditionalist durch ein starkes Zugehörigkeitsgefühl zu seinem sozialen Umfeld gekennzeichnet sowie durch seine öko-ablehnende Haltung: „Es würde nie passieren, denn vorher würde ich den Betrieb ausbauen. Bio käme niemals in Frage – außer es würden alle machen.“ (FF43,17). Der Einfluss durch das soziale Umfeld ist nicht zwangsläufig negativ. Das Umfeld kann durchaus unterstützend bei der Entscheidungsbildung sein. Beim kohäsiven Typ kommt dies durch folgendes Zitat zum Ausdruck: „Das wichtigste ist, dass mich meine Familie und die Menschen in meiner Umgebung bei diesem Schritt unterstützen.“ (FA28,6).

Analog zu den Fachschülern und Meistern wurden folgende **Landwirte-Typen** aus dem Datenmaterial generiert: Junger Öko-Idealist, Öko-Pionier, Öko-Realist, konservativer konventioneller Landwirt und pragmatischer Ökonom. Die Dimensionierung in ökoaffin und ökoablehnend findet sich auch bei den Praktikern wieder. Jedoch ist der Einfluss des Umfeldes auf das eigene umstellungs(de-)motivierende Entscheidungsverhalten geringer als bei den Fachschülern/Meistern. Hervorzuheben ist, dass eine veränderte Wahrnehmung der eigenen Wertorientierung – ausgelöst z.B. durch die Grüne-Gentechnikdebatte – stärker auf das Entscheidungsverhalten hinsichtlich der Betriebsausrichtung wirken, als äußere Faktoren wie z.B. ökonomische Anreiz-Systeme.

Orientierungslinien für die Beratung im Vorfeld einer Umstellung

Aus Sicht der Beratung sind folgende Typen interessant: Kohäsiver Typ, Macher, Interessierter und pragmatischer Ökonom. Darauf basierend sind typ-spezifische Info-Pakete zu entwerfen, wobei die Ansprache sowohl einzeln als auch in der Gruppe erfolgen kann. Auf Grundlage der Erkenntnisse der Typenbildung wurden Orientierungslinien für die inhaltliche Ausgestaltung der Beratung für Umstellungsentscheidungen entwickelt:

- Betonung der Vor- und Nachteile einer Umstellung durch unparteiische und sachbezogene Information, die sowohl dissonant als auch konsonant sein kann (bezogen auf das eigene Wertesystem und Verhaltensmuster);
- Einbeziehen positiver Praxisbeispiele aus der Umgebung: horizontaler Erfahrungsaustausch mit Öko-Landwirten auf Modellbetrieben (personalisierte Innovation) und Förderung von informeller Beratung zwischen konventionellen und Öko-Landwirten;
- Bezugnahme auf individuelle Erwartungen und Befürchtungen hinsichtlich einer Umstellung (emotionale Ansprache) und
- Einbindung regionaler Persönlichkeiten und/oder Meinungsführer.

Zu beachten gilt, dass in der abwägenden Phase, d.h. während der Entscheidungsbildung, konkrete Planungsinformationen hinsichtlich einer Betriebsumstellung noch keine Relevanz haben.

Literatur

- Best, H. (2006): Die Umstellung auf ökologische Landwirtschaft als Entscheidungsprozess. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Bichler, B., Häring, A.-M. (2003): Die räumliche Verteilung des ökologischen Landbaus in Deutschland und ihre Bestimmungsgründe. www.orgprints.org/5046/ (Abruf 23.09.2010).
- BÖLW (2010): Zahlen, Daten, Fakten: Die Bio-Branche 2010. www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen_Daten_Fakten/ZDF2010gesamt.pdf, (Abruf 16.07.2010).
- Gerber A., Zenger U. (2008): Bio: Alles im Umbruch? In: AgrarBündnis (Hrsg.): Der kritische Agrarbericht 2008. ABL Bauernblatt Verlags-GmbH, Kassel/Hamm, S. 79-88.
- Kelle U., Kluge S. (1999): Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung. Leske und Buderich, Op-laden.
- Kleining G. (1995): Das qualitative Experiment. In: Flick U., v. Kardorff E., Keupp H., v. Rosenstiel L., Wolff S. (Hrsg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Beltz Psychologie VerlagsUnion, Weinheim, S. 263-266.
- Kuckartz U. (2007) Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten. VS-Verlag, Wiesbaden.
- Mann S., Reissig L., Ferjani A. (2010): Schüler sehen wenig Perspektive im Ökolandbau. *Ökologie&Landbau* 155, 3/2010, S. 52-53.
- Schütze F. (1983): Biographieforschung und narratives Interview. In: *Neue Praxis*, 13, S.283-293.
- Thomas A. (2007): Landwirtschaftliche Beratung in der Bundesrepublik Deutschland—eine Übersicht. *Bildung und Beratung Agrar 2/07*, S. I-XVIII.