

Umstellungshindernisse im Gemüsebau – Analyse von Barrieren im Entscheidungsprozess

Obstacles for Conversion of Vegetable Growers – Analysis of Barriers in the Decision Making Process

B. König¹, W. Bokelmann²

Key words: conversion, decision making process, extension, problem centered interview

Schlüsselwörter: Umstellung, Entscheidungsprozess, Beratung, problemzentriertes Interview

Abstract:

This article illuminates barriers in the decision making process of vegetable growers whether they should convert to organic farming principles or not. It is shown how structural developments of the conventional and organic fresh vegetable market influence the individual decision behaviour of producers.

Einleitung und Zielsetzung:

Die für eine Marktausweitung im Gemüse-Frischbereich neben dem Wachstum bestehender Betriebe notwendige Umstellung weiterer Gemüsebaubetriebe bleibt weitgehend aus. Als Ursache wurden auf der Angebotsseite Hindernisse vermutet (HAMM 2000, S. 13). Untersuchungen zur Umstellung wiesen darauf hin, dass wissenschaftlich fundierte Kenntnisse der Spezifika im ökologischen Gemüsebau im Vergleich zur Landwirtschaft in Bezug auf Struktur und Aufstellung der Akteure, betriebswirtschaftliche Bewertungen, Produktionstechnik und auch zur Umstellung nur unzureichend oder noch nicht vorhanden sind (DABBERT 2000, S. 5). Die Umstellung auf ökologischen Landbau wurde bisher mit verschiedenen Ansätzen untersucht, z.B. Wirtschaftlichkeits- und Politikanalysen, die Untersuchung des Zusammenhangs zwischen umweltbezogenen Einstellungen und Verhalten, die Untersuchung von Umstellungsmotiven, die Charakteristika der Diffusion des ökologischen Landbaus u.a. (z.B. VOGEL 1998, PADEL 2001, GERBER/ HOFFMANN 1998, BURTON ET AL. 2001, NIEBERG 2001, MODER 2000). Im Rahmen des BÖL stellte sich deshalb die Frage, ob diese Ergebnisse auf den Gemüsebau zu übertragen sind und wie die zur Landwirtschaft vergleichsweise geringen Umstellungsraten im Gemüsebau erklärt werden können. Diese Untersuchung soll durch die Identifizierung entscheidungsrelevanter Faktoren die Ableitung von zieldienenden Maßnahmen der Förderung des ökologischen Gemüsebaus – und damit der Umstellung von spezialisierten Frischgemüseproduzenten - erleichtern.

Methoden:

Dem Forschungsgegenstand angemessen wurde ein exploratives Forschungsdesign gewählt und es wurden problemzentrierte Interviews als Methode angewandt. In einem ersten Schritt wurden anhand eines Interviewleitfadens neun auf den ökologischen Gemüsebau spezialisierte Verbands-, Ring- und Officialberater über ihre Erfahrungen mit umstellungsinteressierten Betriebsleitern und Umstellungsbedingungen befragt. Aus den Ergebnissen dieser Befragungen wurde auf näher zu untersuchende Problemkreise geschlossen und Leitfäden für die folgenden Interviews mit Officialge-

¹ Leibniz-Zentrum für Agrarlandschafts- und Landnutzungsforschung (ZALF) e.V., Eberswalder Straße 84, D-15374 Müncheberg, koenig@zalf.de

² Humboldt Universität zu Berlin, Fachgebiet Ökonomik der Gärtnerei, Luisenstr. 56, 10099 Berlin, w.bokelmann@agr.ar.hu-berlin.de

müsebau- und Betriebswirtschaftsberatern, Betriebsleitern und Vertretern des Handels entwickelt. Bei der Auswahl der Betriebsleiter wurden zum Zweck der Erfassung typischer Phasen des Entscheidungsprozesses mit Hilfe der Berater solche Betriebsleiter ausgewählt, die (1) sich nicht für eine Umstellung interessiert haben, aber typische Betriebsentwicklungen im konventionellen Gemüsebau repräsentieren, (2) Betriebsleiter, die sich in einer Erstberatung für die Umstellung interessiert haben, (3) Betriebsleiter, die sich in der Umstellungsphase befanden und (4) solche, die in den vergangenen Jahren umgestellt hatten. Die insgesamt 67 Interviews dauerten zwischen 30 Minuten und 1,5 Stunden. Sie wurden aufgezeichnet, transkribiert und mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet (MAYRING 1995, S.213). Daneben wurden Entscheidungsverläufe und entscheidungsrelevante Einflussfaktoren mit Hilfe von cognitive maps visualisiert (GALLHAUFER/ SARIS 1989). Den Betriebsleitern wurden die transkribierten Interviews und eine Zusammenfassung der für die Fragestellung wichtigsten Aussagen zugesandt. In einer telefonischen Rücksprache wurden Inhalte validiert und spezifiziert. Dadurch konnten insbesondere im Bereich der Evaluierung von wahrgenommener Unsicherheit, sozialen Faktoren und der zeitlichen Zuordnung von den Entscheidungsprozess fördernden und hindernden Ereignissen differenzierte Erkenntnisse gewonnen werden.

Ergebnisse und Diskussion:

Der Entscheidungsprozess: Die Ergebnisse der Interviews mit umgestellten Betrieben zeigen, dass der individuelle Entscheidungsprozess sich in einzelnen Motivationsfaktoren unterscheiden kann, jedoch hat die Umstellungsentscheidung im Allgemeinen drei Dimensionen: (1) Erreichen ethischer und ökologischer Ziele (2) technische Machbarkeit und (3) strategische und ökonomische Machbarkeit. Die Wichtung jedes Parameters variiert individuell, so dass verschiedene Typen der Entscheidungsauslösung identifiziert werden konnten: **Problembasierte** Entscheidungsprozesse sind durch die Dissonanz persönlicher oder strategischer Aspekte begründet. Die kritische Auseinandersetzung mit den ökologischen Konsequenzen des betrieblichen Handelns und/ oder das Erkennen einer strategischen Sackgasse im konventionellen Markt bewirken, dass der ökologische Anbau als eine mögliche Handlungsoption wahrgenommen wird. **Gelegenheitsbasierte Entscheidungen** werden in der Regel durch die Nachfrage eines neuen oder bereits vorhandenen wichtigen Absatzpartners induziert. Dem kann eine problembasierte Auseinandersetzung vorausgegangen sein, so dass Mischformen auftreten. **Krisenbasierte Entscheidungen** wurden in einem Fall dokumentiert, jedoch wird in solchen Fällen nach Aussagen der Berater differenziert und u.U. nicht im Sinne einer Umstellung beraten.

Der Entscheidungsprozess konnte anhand der Interviews und durch die Reflexion mit Entscheidungsprozessmodellen (ROGERS 2003, BAGOZZI et al. 2003) in folgende, ineinander übergehende Phasen unterteilt werden: Bereits für die **Kenntnisnahme** des ökologischen Anbaus als Handlungsoption für die Betriebsentwicklung ist eine Veränderung des mentalen Modells des Betriebsleiters durch externe Informationen oder betriebsinterne Wahrnehmungen notwendig. Eine grundsätzliche **Entscheidungsbereitschaft** entsteht durch weitere Informationen und Kommunikation mit Öko-Akteuren. Diese Entscheidungsbereitschaft ist zu unterscheiden in **Zielwunsch und Zielabsicht** auf der einen Seite und **Implementierungswunsch und Implementierungsabsicht** auf der anderen Seite. Äußerlich erkennbar werden die Phasen durch die aktive kommunikative Informationssuche des Betriebsleiters, z.B. durch das Hinzuziehen eines Beraters. Es folgt die **Entscheidung** zur Umstellung, bei der die Unternehmerfamilie eine wichtige Rolle spielt. Eine konkrete Umstellungsplanung wurde von den umgestellten Betrieben nicht schriftlich festgehalten, da ihr Entschei-

dungsverhalten entweder von jeher eher intuitiv geprägt ist oder aber Informationen für eine betriebswirtschaftliche Planung nicht in ausreichendem Maße für den Gemüsebau zur Verfügung standen. Die Schwierigkeit besteht für die Betriebsleiter darin, die eigene Unsicherheitsschwelle durch andere, die Entschlusskraft festigende Argumente zu überwinden. Die **Implementierung**, also die Umstellungsphase an sich, führt nach Aussagen der Berater selten zu einer Rückkehr in eine vorhergehende Phase. Jedoch findet vor der Implementierung - u.U. nach der Erstberatung - der Wechsel in eine frühere Phase im Entscheidungsprozess statt, wie in den Interviews deutlich wurde.

Hindernisse im Entscheidungsprozess: Den Entscheidungsprozess motivierende Faktoren treten nicht nur zu einem bestimmten Zeitpunkt auf. Vielmehr ist der Entscheidungsprozess zur Umstellung oft ein Prozess, der mehrere Jahre in Anspruch nimmt. Einige Entwicklungen im Ökologischen Landbau, wie zunehmende Spezialisierung und Intensivierung des Anbaus, globale Vermarktungswege und damit Schwächen des Regionalitäts- und Saisonalitätsbezuges, werden kritisch diskutiert und untergraben die **Authentizität** des Ökologischen Landbaus als Alternative zu den Entwicklungen im konventionellen Bereich, nach der die umstellungsinteressierten Betriebsleiter zur Ausbildung einer Umstellungsabsicht suchen.

Die genannten Hindernisfaktoren sind in der Regel nicht die spezifische Problemlage in der Umstellungsphase an sich, sondern die langfristige Perspektive für die Sicherung der **Existenz** und Wettbewerbsfähigkeit des Betriebes und damit des Familieneinkommens.

Von den befragten Akteuren wurden **Vermarktungsschwierigkeiten** als wichtigstes Hindernis genannt. Dies wird einerseits in den frühen Phasen indirekt als langsames Öko-Marktwachstum wahrgenommen. Bei bereits fortgeschrittener Entscheidungsbereitschaft berichten Betriebsleiter von Schwierigkeiten bei der Informationsgewinnung zu Vermarktungsmöglichkeiten. Diese Schwierigkeiten der Erschließung des Frischemarktes erstrecken sich bis hin zu bereits umgestellten Betrieben. Generelle und auch bei Direktvermarktern aus Erfahrungen gewachsene Zweifel an der Nachfrage nach ökologisch erzeugtem Gemüse und vor allem die Erfahrungen mit Preisdruck, Listungspolitik und Qualitätsanforderungen aus dem konventionellen Bereich der indirekten Absatzwege führen zur Wahrnehmung sehr geringer Kontroll- und Beeinflussungsmöglichkeiten des vermarktungsbedingten Umstellungsrisikos in allen frühen Phasen. Ursachen für diese Vermarktungshindernisse werden dem Handel als wenig initiativem Gatekeeper zugeschrieben.

Neben Schwierigkeiten einer unzureichend vorhandenen Frischekompetenz in den ökologischen Vermarktungsketten zeigen Erfahrungen von Öko-Gemüsebaubetrieben, dass der Preisdruck bei gleichzeitig steigenden Qualitätsanforderungen steigt. Vorbehalte gegen neue **Konkurrenz** durch Umsteller führen zu defensivem Kommunikationsverhalten, wodurch **Informationen**, die sich bei umgestellten Betrieben als entscheidungsrelevant erwiesen haben, für derzeit umstellungsinteressierte Betriebe zur Festigung der Umstellungsabsicht schwer zugänglich sind.

Es ist notwendig, die Übernahme einer Innovation nicht losgelöst von anderen Übernahmeentscheidungen zu betrachten. Vielmehr haben vorherige **Adoptionsentscheidungen** wesentlichen Einfluss auf die Betriebsstruktur, die eine Umstellung möglich macht oder verhindert. Während Betriebsleiter – über Jahre hinweg - eine Entscheidungsbereitschaft entwickeln, müssen sie routinemäßige, aber auch strategische Entscheidungen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit treffen. Einige dieser

durch die Strukturen im konventionellen Markt beeinflussten Entscheidungen können widersprüchlich zum Ziel der Umstellung sein, z.B. Wachstum, Investitionen in Spezialisierung. Als Resultat der Veränderungen der Marktstrukturen erscheint die Umstellung für solche Betriebe eine strategische Alternative, die bestimmte Produktionstechnologien und Unternehmensstrategien nicht übernommen haben und in einem anderen Kontext als „Nachzügler“ bezeichnet werden.

Eine an den unterschiedlichen Informationsbedürfnissen in den *frühen* Phasen des Entscheidungsprozesses ausgerichtete Beratung kann die Qualität des Entscheidungsprozesses und damit auch die Motivation des Betriebsleiters, diesen zu durchlaufen, noch verbessern. Schlüsselpunkte für die Umstellungsmotivation sind jedoch Nachfragesignale. Ein derzeit – aus verschiedenen Gründen - nicht absehbares kooperatives und zielgerichtetes Agieren der Marktakteure scheint dabei geeignet, das Umstellungsrisiko zu teilen, es somit für Produzenten tragbar zu machen.

Literatur:

Bagozzi RP, Dholakia UM, Basurov S (2003) How Effortful Decisions Get Enacted: The Motivating Role of Decision Processes, Desires and Anticipated Emotions. In: Journal of Behavioral Decision Making, 16. Jg., S. 273-295.

Burton M, Rigby D, Young T (2003) Modelling the adoption of organic horticultural technology in the UK using Duration Analysis. In: The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics, 47. Jg., H. 1, S. 29-54.

Dabbert S (2000) Anforderungen des ökologischen Landbaus an die Agrarökonomie. Hinweise für die gartenbauliche Forschung. In: (Hrsg.) Zander K, Waibel H (2000) Ökologischer Gartenbau. Arbeitsberichte zur Ökonomie im Gartenbau, 83, Ökonomisches Kolloquium Wintersemester 1999/ 2000, Hannover, S. 1-10.

Gallhofer IN, Saris WE (1989) Three methods for analysing decision making using written documents. Aus: Montgomery H, Svenson O (Hrsg.): Process and Structure in Human Decision Making o.O. (John Wiley & Sons Ltd.), S. 99-123.

Gerber A, Hoffmann V (1998) The diffusion of eco-farming in Germany. Aus: Röling NG, Wagemakers MAE (Hrsg.): Facilitating Sustainable Agriculture. Participatory learning and adaptive management in times of environmental uncertainty o.O. (Cambridge University Press), S. 134-152.

Hamm U (2000) Der Markt für Öko-Lebensmittel in Europa. In: (Hrsg.) Zander K, Waibel H (2000) Ökologischer Gartenbau. Arbeitsberichte zur Ökonomie im Gartenbau, 83, Ökonomisches Kolloquium Wintersemester 1999/ 2000, Hannover, S. 11-18.

Mayring P (1999) Einführung in die qualitative Sozialforschung o.O. (Beltz Psychologie Verlags Union)

Moder G: Die Entwicklung des Biologischen Landbaus am Beispiel Tirols. Dissertation; Innsbruck.

Nieberg H (2001) Umstellung auf ökologischen Landbau: Wer profitiert? In: Ökologie & Landbau, H. 2, S. 6-9.

Rogers EM (2003) Diffusion of Innovations. 5th ed. (Free Press)

Vogel S (1999) Umweltbewusstsein und Landwirtschaft. Theoretische Überlegungen und empirische Befunde. Weikersheim (Margraf Verlag) (= Sozialwissenschaftliche Schriften zur Landnutzung und ländlichen Entwicklung).