

# Erst ins Netz, dann aufs Feld?

Können Pflanzenschutz-Portale künftig die persönliche Beratung ersetzen? Doris Ahlers und Rainer Winter stellen die Ergebnisse einer Online-Umfrage zusammen.

**M**it einer Online-Umfrage, gerichtet an junge Betriebsleiter, wollten wir erfahren, ob Managementsysteme im Pflanzenschutz als neues Beratungsmedium Einfluss auf die Entscheidungen der Landwirte haben.

Vor Jahren noch verpönt, nehmen die Nutzerzahlen inzwischen kontinuierlich zu. Doch finden die Ergebnisse

auch tatsächlich den Weg in die eigentliche Spritzentscheidung im Betrieb? Oder dienen solche Seiten nur dem Spieltrieb von Internetfreaks? Und wenn die Landwirte sich auf die Internetberatung einlassen, mögen sie es einfach und schnell – oder lieber ausführlich, informativ und wollen sie die Möglichkeit haben, ihre eigenen Daten mit ins System einfließen zu lassen?



Foto: EU

**Die klassische Beratung ist weiter auf dem Rückzug.** Die persönliche Beratung ist zeitaufwendig und teuer, sie kann nicht überall gleichzeitig sein. Trotzdem sollten die Beratungsangebote aber zeitnah umgesetzt werden. Zudem unterliegt die amtliche Beratung einem Schrumpfungsprozess, so dass die vielfältigen Aufgaben heute von nur noch wenigen Personen erledigt werden müssen.

Gerade der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln spielt in der Beratung aber eine äußerst sensible Rolle. Jeder Landwirt fühlt sich nur dann wohl, wenn die Beratung auf seine Verhältnisse im Betrieb und auf den bestimmten Schlag »X« abgestimmt wird. Je stärker die mündlichen Beratungsaktivitäten in den Anwendungsbereichen Pflanzenbau, Düngung und Pflanzenschutz zurückgefahren werden, umso mehr etablieren sich seit einiger Zeit kostenlose (das sind für jedermann offene) und kostenpflichtige für eine bestimmte Benutzergruppe geschlossene) Online-Systeme, die einen Großteil dieser Aufgaben in Form eines virtuellen Dialogs übernehmen.

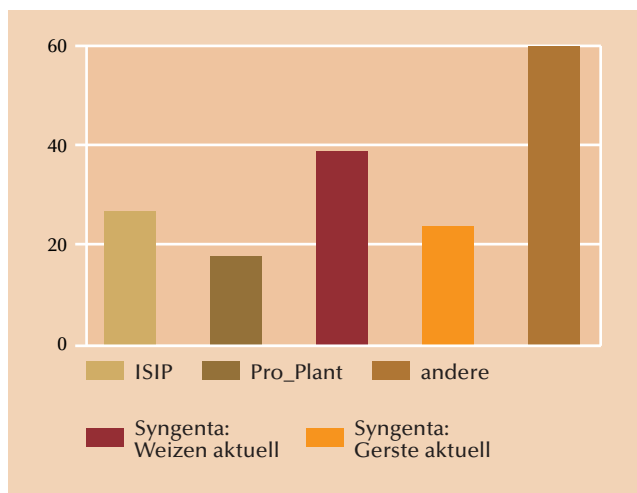
Einige sehr detailliert arbeitende Programme haben sich in Form von Managementsystemen als Pflanzenschutzportale im Markt etabliert, und sie werden bei den Landwirten immer beliebter. Diese Plattformen stellen im Augenblick noch eine neue Form der Beratung dar, dürften in einigen Jahren aber zum Alltag gehören.

**Interaktive Portale** stützen sich auf der einen Seite auf Monitoring-Ergebnisse der »alten Beratungskräfte« in den Ämtern sowie auf freiwillige Monitoringstützpunkte der Industrie. Auf der anderen Seite bauen sie auf wissenschaftlichen Prognosemodellen auf, die an Universitäten entstanden sind. Pflanzenschutzportale wie beispielsweise ISIP, Pro\_plant oder auch firmengebundene Angebote haben sich seit einiger Zeit etabliert. Sie sind in den zurückliegenden beiden Jahren immer weiter verfeinert worden, so dass die Nutzung solcher Informationen wertvoll für die Entscheidungen im Betrieb sein können.

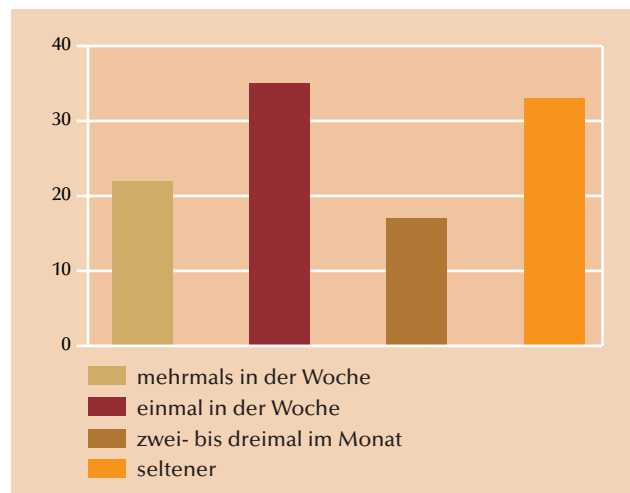
Anstelle eines persönlichen Gespräches, so die Idee hinter den Portalen, sollen viele solcher Informationen zukünftig ausschließlich online zur Verfügung stehen.

**Pflanzenschutzportale dürften in einigen Jahren für die Landwirte zum Alltag gehören.**

➤ **Grafik 1: Welche Portale benutzen Sie in der Saison? (in %)**



➤ **Grafik 2: Wie häufig benutzen Sie ein Portal? (in %)**



**Werden solche Informationen auch intensiv abgerufen und genutzt?**

Wir interessierten uns für die Meinung einer Gruppe jüngerer Landwirte, die über ihr Nutzerverhalten jetzt die Weichen stellen für diese am Markt vorhandenen Portale. Und besonders wichtig ist: Wie werden die angebotenen Informationen als Entscheidungshilfe angenommen, beeinflussen sie tatsächlich die Betriebsabläufe und handeln Internetnutzer dann auch nach den empfohlenen Beratungskonzepten? Natürlich wollten wir auch die Frage beantwortet wissen, welches Portal für diese Gruppe am wichtigsten ist und ob erste Trends erkennbar sind.

Die von uns befragten Landwirte sind nicht geografisch oder betrieblich gebunden. Der Fokus liegt aber ganz klar auf den Zukunftsbetrieben innerhalb der Branche: junge, interessierte Landwirte, Betriebsleiter, die auch noch in den kommenden 20 Jahren ihren Betrieb bewirtschaften werden.

Etwa 800 E-Mails mit dem Link zum Fragebogen wurden an die Gruppen »Junge DLG« und »Absolventen des DLG-Trainee-Programms« verschickt. 108 Antworten flossen in die Analyse ein, was eine gar nicht schlechte Rücklaufquote von etwa 14 % bedeutet.

Bei der Auswahl der Portale haben wir uns auf die Managementsysteme Pro\_plant, ISIP und die beiden firmenbezogenen Angebote »Weizen-aktuell« und »Gerste-aktuell« (Syngenta) beschränkt.

**Die Ergebnisse.** Beeindruckend ist die gute technische Ausstattung der Betriebe: Mehrheitlich nutzen sie entweder eine DSL-Breitband-Leitung

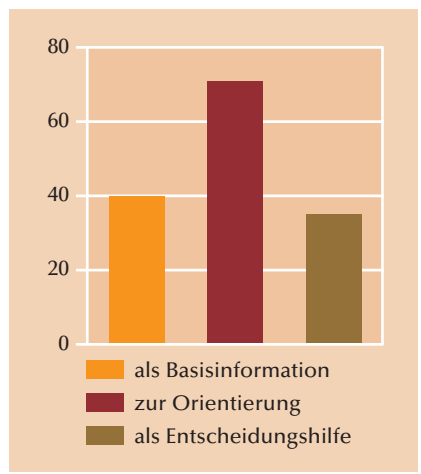
(46 %) oder surfen per ISDN-Leitung (45 %) im Netz.

Mehr als die Hälfte unserer Befragten nutzen auch andere Informationsquellen im Internet als die von uns vorgegebenen (Grafik 1). Ganz vorne liegen dabei Wetterportale.

Betrachtet man die einzelnen Angebote getrennt, so lautet die Rangfolge Weizen aktuell, gefolgt von ISIP, Gerste aktuell und Pro\_plant. Ein Fünftel der Nutzer ist äußerst aktiv und surft mindestens zweimal in der Woche in den angebotenen Portalen, ein Drittel mindestens einmal in der Woche. 17 % sind nur zwei bis dreimal im Monat deswegen im Netz, und 31 % benutzen derzeit noch seltener ein solches Internet-Portal (Grafik 2).

Die aktiven Landwirte stützen sich eindeutig auf die Pflanzenschutzangebote (78 %), daneben liegt der Fokus auf den Wettervorhersagen (58 %).

➤ **Grafik 3: Wie nutzen Sie die Portale? (in %)**



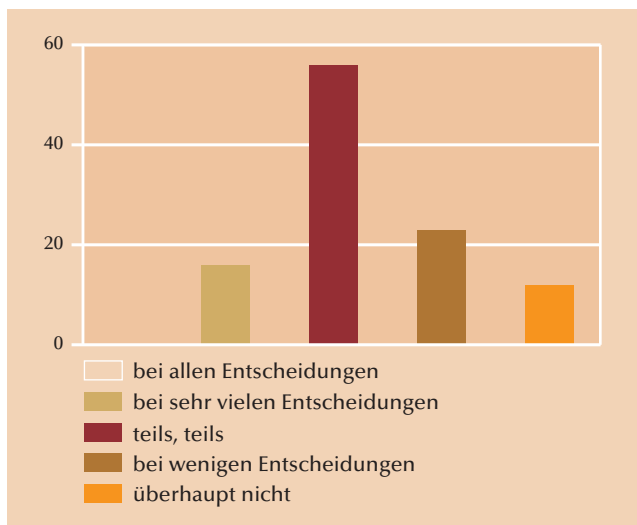
Sorten- und Düngerfragen spielen eine untergeordnete Rolle, was offensichtlich auch am Abfragezeitpunkt (Mitte Juni 2005) gelegen hat. Auch Fragen rund um die Bodenbearbeitung waren zu dieser Zeit weniger aktuell.

**Skepsis gegenüber Internetberatung.** Doch wenn es darum geht, zu sagen, wozu denn diese Informationen benutzt werden, sind die Landwirte eher zögerlich (Grafik 3). 32 % der Befragten benutzen die Ergebnisse aus den interaktiven Modellen als Entscheidungshilfe für den Betrieb, 66 % »orientieren sich an den Ergebnissen«, das heißt, sie holen sich noch weitere Meinungen ein. 37 % geben an, die Beratung aus dem Netz lediglich als Basisinformation zu verwenden.

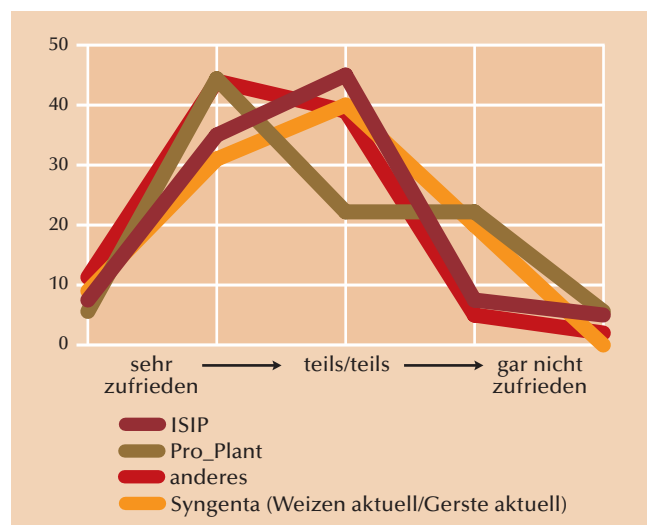
Wichtig sind demnach die Beratungshilfen, und sie beeinflussen auch das Einkaufsverhalten bei den Betriebsmitteln (Grafik 4). Auf die Frage, wie gerade dieser Entscheidungsprozess läuft, lassen sich dann doch nur wenige Landwirte in die Karten sehen. Die Hälfte (52 %) legt sich nicht fest und gibt ein teils/teils an, ein Fünftel (21 %) verlässt sich nur bei wenigen Entscheidungen auf die Vorschläge aus dem gewählten Portal. 15 % der von uns Befragten sind mutiger und verlassen sich bei sehr vielen Entscheidungen auf die ermittelten Beratungsangebote. 11 % lehnen es ab, sich so beeinflussen zu lassen. Doch sobald es zum Schwur kommt, ob sie denn die wichtigen Informationen auch im Betrieb umsetzen, antworten nur 15 % der Befragten mit »Ja«, 6 % mit »Nein«, 79 % lavieren mit »teils/teils« herum.

Trotz aller Skepsis sind die Anwender jedoch mehr oder weniger zufriede-

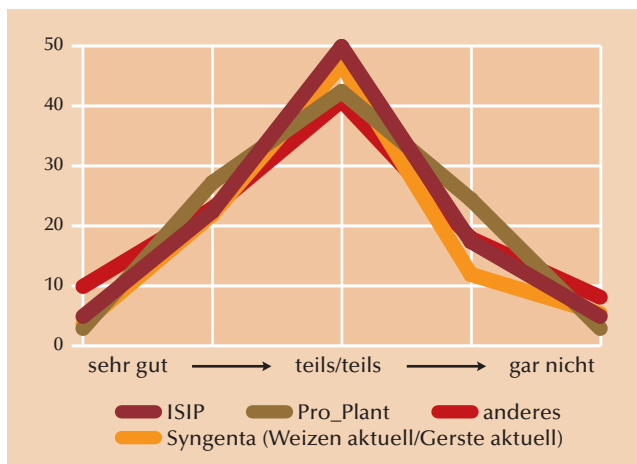
➤ **Grafik 4: Wird Ihr Einkaufsverhalten beeinflusst?** (in %)



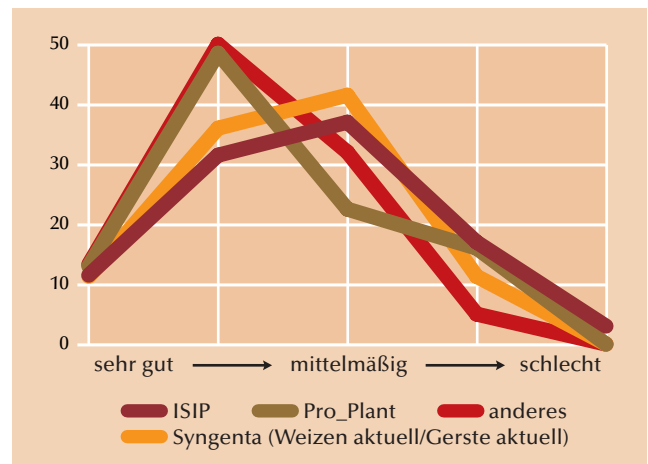
➤ **Grafik 5: Wie zufrieden sind Sie mit der Information** (in %)



➤ **Grafik 6: Tragen die Informationen zum Betriebserfolg bei?** (in %)



➤ **Grafik 7: Wie gut sind die Informationen?** (in %)



den mit der Information aus dem Bereich Pflanzenschutz, das Votum zeigt: Mehr als 42% der ISIP-Nutzer, fast 50% der Pro\_plant-Nutzer und 40% der Syngenta-Nutzer sind zufrieden mit den Pflanzenschutzinformationen ihres gewählten Portals. Aber 55% der Nutzer von anderen Informationssystemen sind mit ihren Quellen zufrieden.

Die Gruppe der Unentschiedenen ist bei ISIP- und Syngenta-Nutzern gleich groß, bei Pro\_plant halten sich unentschiedene und weniger zufriedene Nutzer die Waage (Grafik 5).

Damit nicht genug. Wir wollten schließlich wissen, ob die Informationen zum Betriebserfolg beitragen (Grafik 6). In jeder Nutzergruppe wollte sich die Hälfte unserer Befragten nicht eindeutig festlegen und wich auf die Antwort »teils/teils« aus. 25% innerhalb der Syngenta-Nutzer finden, dass die

Informationen zum Betriebserfolg beitragen, 27% innerhalb der ISIP-Nutzer und 30% der Pro\_plant-Nutzer bestätigen den Betriebserfolg durch solche Beratungsleistungen. Vergleicht man diese Antworten mit Aussagen aus den Anfangszeiten der Portale, so erkennt man einen Trend zu einer höheren Akzeptanz der Internetberatung. Dieses Ergebnis kann jetzt eine Basis für die Portalbetreiber sein.

**Wie übersichtlich sind die Portale im Netz?** Fast 60% der Syngenta-Nutzer empfinden diese Modelle sehr übersichtlich und wertet entsprechend, weitere 30% sind unentschieden. Knapp 50% der Pro\_plant-Nutzer bewerten das Angebot als übersichtlich oder sehr übersichtlich, 37% sind unentschieden. Bei den ISIP-Nutzern sind es dagegen nur 40%, die mit der Über-

sichtlichkeit zufrieden sind, und 40% legen sich nicht fest. Die Geschwindigkeit des Seitenaufbaus wird als durchschnittlich eingestuft, doch das hängt dann doch eher vom gewählten System (ISDN oder DSL) ab.

In jeder Nutzer-Gruppe schafft es die Hälfte der Teilnehmer, in maximal drei Schritten auf die gewünschte Seite zu gelangen. Aber bei der Menüführung und der Seitenstruktur der Portale ist Nachbesserung angesagt: Der Anteil der Zufriedenen und die Gruppe der Unentschiedenen sind bei Pro\_plant und Syngenta gleich groß, bei ISIP überwiegt die Gruppe der Unentschiedenen. Ebenso mokieren sich einige Syngenta-Nutzer über die komplizierte Zugangsberechtigung.

Zum Schluss wollten wir unserer Gruppe dann noch ein Fazit abringen und stellten die Frage, wie sie die Güte

der Informationen einschätzen (Grafik 7): Innerhalb der jeweiligen Nutzer beschleunigen 60 % der Pro\_plant-Nutzer ihrem System gute Informationen. Bei Syngenta- und ISIP-Nutzern liegen diese Werte bei 47 bzw. 42 %. An der Güte der Information könnte demnach auch noch gefeilt werden.

**Fazit:** Interaktive Systeme beeinflussen die Spritzentscheidung im Pflanzenschutz inzwischen deutlich. Die Beratungs-Portale sind alle sehr informativ. Derjenige, der sich viel im Netz bewegt und auch aus anderen Quellen schöpft, kann schnell und einfach wertvolle Informationen für seinen Betrieb gewinnen. Doch in von uns befragten Gruppen siegt bislang die Skepsis: Traue nie einem anonymen Angebot, lieber noch einmal den Berater kommen lassen und den einen oder anderen Hinweis aus dem Fax oder der Zeitschrift mitnehmen.

Die Betreiber der Pflanzenschutzportale werden zukünftig ihr Angebot verfeinern und sind gut beraten, eventuell auch einen Chatroom bei sich einzurichten. Damit kann der Ratsuchende zu einem bestimmten Zeitpunkt dann in einen direkten Kontakt zum Berater hinter den Kulissen treten. Ob sich so die Attraktivität steigern lässt?

*Doris Ahlers, Rainer Winter,  
DLG-Servicebereich Information*

## Die Umfrage

Bei der Auswahl der Portale haben wir uns auf die Managementsysteme Pro\_plant, ISIP und die firmenbezogenen Angebote »Weizen-aktuell« und »Gerste-aktuell« (Syngenta) beschränkt ([www.proplantexpert.com](http://www.proplantexpert.com), [www.isip.de](http://www.isip.de), [www.weizen-aktuell.de](http://www.weizen-aktuell.de), [www.gerste-aktuell.de](http://www.gerste-aktuell.de)). Daneben existiert im Internet seit Frühjahr 2005 auch von BASF ein Serviceangebot als Prognosesystem: [www.prognosesystem.com](http://www.prognosesystem.com) oder reine Pflanzenschutzempfehlungen wie z. B. von Bayer: [www.pflanzenschutzberater.de](http://www.pflanzenschutzberater.de)

Aber nach wie vor finden die Landwirte Beratungsangebote auch als Faxe, Newsletter, SMS- und E-Mail-Warndienste der Industrie, als tagesaktuelle Meldungen (z. B. Syngenta) oder in den landwirtschaftlichen Wochenblättern.