

Wie kommunizieren Landwirte in Zeiten der Digitalisierung?

Cord-Friedrich von Hobe¹, Marius Michels¹, Wilm Fecke¹, Oliver Mußhoff¹ und Paul Johann Weller von Ahlefeld¹

Abstract: Die Digitalisierung der Kommunikation mittels mobiler Endgeräte führt zu einer Vereinfachung der Interaktion bei vielen Geschäftstätigkeiten. Doch während moderne internetgestützte Kommunikationsmethoden Vorteile in Bezug auf die Geschwindigkeit und räumliche Ungebundenheit aufweisen, erfüllt die persönliche Kommunikation von Angesicht zu Angesicht andere wichtige Aufgaben wie den Ausdruck von Mimik oder eine sofortige Rückmeldung. Da die Kommunikation zwischen LandwirtInnen² und verschiedenen Stakeholdern bis heute weitestgehend unerforscht ist, wurde die Form der Kommunikation deutscher Landwirte mit Mitarbeitern, Lohnunternehmern und Vertretern des Landhandels im vorliegenden Beitrag analysiert. Zu diesem Zweck wurde Ende 2017 eine standardisierte Onlineumfrage unter 168 Leitern landwirtschaftlicher Betriebe durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass persönliche Gespräche sowohl beim Kontakt mit Mitarbeitern und Vertretern des Landhandels als auch bei der Kommunikation zwischen Lohnunternehmern und Kunden präferiert werden. Allerdings zeigt sich auch, dass in Zukunft beim Kontakt mit Mitarbeitern Messenger-Dienste verstärkt eingesetzt werden könnten, da sie eine kurze und schnelle Informationsübertragung ermöglichen. Für den Kontakt mit dem Landhandel nimmt die Bedeutung von E-Mails zu, da Informationen und Angebote leicht gespeichert werden können. Für den Kontakt zwischen Lohnunternehmern und Kunden wird erwartet, dass auch Cloud-Dienste mehr genutzt werden.

Keywords: Kommunikation, Landwirte, Lohnunternehmer, Landhandel, Digitalisierung

1 Einleitung

Für die weitere Entwicklung der Landwirtschaft ist die Bereitstellung moderner digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien bedeutsam. Die Digitalisierung der Kommunikation mittels mobiler Endgeräte schreitet voran und sorgt für eine Vereinfachung der Interaktion bei vielen Geschäftstätigkeiten [KZ03]. Smartphones oder Tablets mit mobiler Internetfunktion ermöglichen heutzutage einen leichten Austausch von verbalen, aber auch textbasierten sowie audio-visuellen Informationen über E-Mails sowie Messenger- und Cloud-Dienste [Kr15]. Computer- bzw. internetgestützte Kommunikati-

¹ Georg-August-Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen, c.vonhobe@stud.uni-goettingen.de, marius.michels@agr.uni-goettingen.de, wilm.fecke@agr.uni-goettingen.de, oliver.musshoff@agr.uni-goettingen.de, p.wellervonahlefeld@stud.uni-goettingen.de

² Es sei darauf hingewiesen, dass nur zur besseren Lesbarkeit im weiteren Verlauf dieses Beitrags auf die explizite Nennung der weiblichen Form verzichtet wird. Wo die männliche Form verwendet wird, ist implizit auch die weibliche Form gemeint.

on als sogenannte asynchrone Kommunikation bringt gegenüber der Kommunikation von Angesicht zu Angesicht den Vorteil, dass sie kostengünstiger und aufgrund des wegfallenden Erfordernisses physischer und zeitgleicher Anwesenheit der Gesprächspartner weniger begrenzt ist [HSV13]. Durch Fehlen von Mimik und anderen körperlichen Reaktionen auf die Übermittlung einer Information zeichnet sich computer- bzw. internetgestützte textbasierte Kommunikation als kühleres, unpersönlicheres, aber formales und mehr aufgaben- sowie kontextbezogenes Medium aus [JK01]. Landwirte stehen in Kontakt mit vielen Stakeholdern, mit denen sie auf verschiedene Art und Weise kommunizieren können. Allerdings ist bislang noch nicht aus Sicht der Landwirte untersucht, welche Art der Kommunikation mit verschiedenen Stakeholdern genutzt wird. Ziel des Beitrags ist daher, mittels einer Online-Umfrage zu untersuchen, auf welche Art und Weise (persönliches Gespräch, E-Mail, Messenger- oder Cloud-Dienste) Landwirte mit ihren Mitarbeitern, dem Landhandel und Lohnunternehmern kommunizieren. Weiterhin soll analysiert werden, welche Kommunikationsmedien nach Ansicht der Landwirte in Zukunft verwendet werden bzw. welche Medien sie als die effizienteste Möglichkeit zur Kommunikation erachten. Unsere Ergebnisse sind sowohl für die Händler und die Politik als auch für landwirtschaftliche Lohnunternehmer interessant, da sie wertvolle erste Einblicke in die Kommunikation innerhalb der Landwirtschaft liefern.

2 Methodik

Zur Erhebung der Daten wurde vom 1.10. bis 15.12.2017 eine Online-Umfrage durchgeführt. An der Online-Umfrage beteiligten 168 Landwirte. Die Umfrage gliederte sich in zwei Teile: Im ersten Teil wurden die Landwirte hinsichtlich ihrer soziodemographischen Faktoren sowie betrieblichen Charakteristika befragt. Im zweiten Teil wurden die Teilnehmer gebeten, ihren Grad der Zustimmung zu drei Statements bezüglich persönlicher und mobiler bzw. digitaler Kommunikation anzugeben (5-Punkte-Likert-Skala). Der zweite Teil beinhaltete weiterhin Fragen zur Nutzung mobiler Kommunikationsgeräte (Smartphone, Tablet) sowie zur Kommunikation (persönliches Gespräch, E-Mail, Messenger- und Cloud-Dienste) mit betrieblichen Mitarbeitern, dem Landhandel und Lohnunternehmern. Hier konnte eine Einfachauswahl getroffen werden. Die Stichprobe ist verglichen mit dem bundesweiten Durchschnitt in der Landwirtschaft nicht repräsentativ, da eher jüngere und relativ besser gebildete Landwirte teilgenommen haben, was zum Teil auf die Durchführung als Online-Umfrage zurückgeführt werden kann. Zudem stammen die Teilnehmer von relativ größeren Betrieben gemessen in Hektar Ackerland.

3 Ergebnisse und Diskussion

89 % der befragten Landwirte nutzen sowohl privat als auch beruflich ein Smartphone. Dass ein Smartphone ausschließlich für berufliche Zwecke verwendet wird, kam in der Stichprobe nicht vor, während lediglich 2 % der befragten Landwirte ihr Gerät rein für den privaten Gebrauch besitzen. 9 % der befragten Landwirte nutzen überhaupt kein

Smartphone. Für die Nutzung von Tablets innerhalb der untersuchten Stichprobe gilt ein anderes Bild als für die Nutzung von Smartphones. Knapp die Hälfte der Befragten verwendet ein Tablet sowohl privat als auch beruflich, während 32 % überhaupt kein Tablet besitzen. Im Gegensatz zu der Nutzung von Smartphones existiert bei Tablets eine geringe Nutzung (2 %) rein für berufliche Zwecke. 17 % der befragten Landwirte verwenden ihr Tablet ausschließlich privat.

Hinsichtlich digitaler bzw. mobiler Kommunikation wurden die befragten Landwirte weiterführend um ihren Grad der Zustimmung zu drei Statements gebeten. 79 % der befragten Landwirte stimmen im ersten Statement zu, dass die mobile bzw. digitale Kommunikation die Überprüfung von betrieblichen Arbeitsläufen in Zukunft erleichtern wird. Lediglich 3 % der befragten Landwirte lehnen diese These ab. Für berufliche Verhandlungen empfinden 65 % der befragten Landwirte mobile bzw. digitale Kommunikationsmittel als unseriös. Der zweitgrößte Anteil mit 31 % der befragten Landwirte urteilte über dieses Statement mit „teils/teils“. Nur 4 % der befragten Landwirte lehnten diese Aussage ab. Zudem stimmten 87 % der befragten Landwirte zu, dass persönliche Gespräche nicht durch mobile bzw. digitale Kommunikationsmittel ersetzt werden können. Lediglich 1 % der befragten Landwirte lehnte diese These ab.

Eines der Hauptziele der Umfrage war es, die Wahl der Kommunikationsmittel von Landwirten auf ihrem Betrieb zu analysieren. In diesem Zusammenhang wurde zunächst gefragt, welches Kommunikationsmittel die befragten Landwirte derzeit am aktivsten nutzen. Des Weiteren sollten die befragten Landwirte angeben, welches Kommunikationsmittel sie in Zukunft (in 5 Jahren) für am wichtigsten erachten. Als letzte Frage galt es zu beantworten, welches Kommunikationsmittel sie als am effizientesten einschätzen. Als Auswahlmöglichkeiten standen hierbei jeweils ein persönliches Gespräch, E-Mails sowie Messenger- oder Cloud-Dienste zur Übermittlung der Arbeitsaufträge zur Verfügung. Die Umfrageergebnisse sind in Tabelle 1 dargestellt. Es wird deutlich, dass der Großteil der befragten Landwirte sowohl aktuell (85 %) als auch zukünftig (71 %) das persönliche Gespräch als das wichtigste Kommunikationsmittel erachtet. 83 % der befragten Landwirte empfinden das persönliche Gespräch allerdings weiterhin als effizientestes Medium in der Kommunikation mit Mitarbeitern. Eine effektive Kommunikation mit Mitarbeitern erhöht die Identifikation der Angestellten mit dem Unternehmen und damit auch ihre Leistung für das Unternehmen [SPV01]. Die Unternehmensstruktur landwirtschaftlicher Betriebe in Deutschland ist geprägt durch kleine und mittelständische Familienbetriebe, sodass sich vermuten lässt, dass bedingt durch den gemeinsamen Haushalt vor allem persönliche Gespräche mit Familienarbeitskräften das meist genutzte Kommunikationsmedium sind. E-Mails werden aktuell lediglich von 2 % der befragten Landwirte als hauptsächliches Kommunikationsmedium auf den landwirtschaftlichen Betrieben genutzt und noch weniger erwarten, dies in Zukunft primär zu tun. Nur 1 % der befragten Landwirte erachten E-Mails als das effizienteste Kommunikationsmittel zu Mitarbeitern. Ein klarer Anstieg der zukünftig erwarteten Art der Kommunikation von 13 % aktueller Nutzung auf 20 % zukünftigem Gebrauch ist bei Messenger-Diensten zu beobachten. Auch bei Cloud-Diensten fällt diese Entwicklung von 1 % aktueller Nutzung auf 7 % zukünftigen Gebrauchs ins Auge, wobei es allerdings zu beachten gilt, dass

die absoluten Zahlen in diesen Bereichen im Vergleich immer noch sehr gering sind. Messenger-Dienste haben den Vorteil gegenüber der Kommunikation via E-Mail, dass die Nachrichten in Echtzeit empfangen und beantwortet werden können und somit die schnelle Übermittlung von Informationen erleichtert wird. Zudem erscheinen Messenger-Dienste im Gegensatz zu E-Mails eher als informelles Medium. Messenger-Dienste liegen hinsichtlich Intimität und Förmlichkeit zwischen persönlichen Gesprächen und E-Mails [SL02]. Landwirte könnten also Messenger-Dienste zur Übermittlung von Aufgaben nutzen, wenn Mitarbeiter nicht vor Ort sind, da sie eine Übertragung in Echtzeit ermöglichen. Zudem sind Nachrichten über Messenger-Dienste üblicherweise eher kurzgehalten, sodass der Gebrauch eines Messenger-Dienstes für eine schnelle, kurzgehaltene Übermittlung von Informationen an Mitarbeiter logisch erscheint. Die Zunahme in der zukünftigen Nutzung von Cloud-Diensten lässt sich dadurch erklären, dass Cloud-Dienste inzwischen die Übermittlung von Ackerschlagkarteien ermöglichen, sodass sie die Kommunikation schlagbezogener Aufgaben zwischen Betriebsleitern und Mitarbeitern erleichtern können.

Zielgruppe	Kommunikationsmedium	Aktuell	Zukünftig	Am effizientesten
Mitarbeiter (n=168)				
	Persönliches Gespräch	85 %	71 %	83 %
	E-Mail	2 %	2 %	1 %
	Messenger-Dienste	13 %	20 %	12 %
	Cloud-Dienste	1 %	7 %	4 %
Landhandel (n=168)				
	Persönliches Gespräch	88 %	64 %	73 %
	E-Mail	9 %	19 %	15 %
	Messenger-Dienste	3 %	5 %	4 %
	Cloud-Dienste	0 %	13 %	7 %
Lohnunternehmen (n=142)				
	Persönliches Gespräch	89 %	68 %	69 %
	E-Mail	2 %	8 %	8 %
	Messenger-Dienste	6 %	9 %	8 %
	Cloud-Dienste	3 %	15 %	15 %

Tab. 1: Wahl der Kommunikationsmittel von Betriebsleitern mit Mitarbeitern, dem Landhandel sowie Lohnunternehmen

Analog zur Kommunikation zwischen Betriebsleitern und Mitarbeitern wurden die Teilnehmer hinsichtlich der Kommunikation mit Vertretern ihres Landhandels befragt. Auch bei der Kommunikation mit dem Landhandel bevorzugt der Großteil der befragten Landwirte aktuell ein persönliches Gespräch. Hinsichtlich der zukünftigen Präferenz dominiert dieses zwar immer noch, jedoch sinkt der Anteil von 88 % (aktuell) auf 64 % (zukünftig). 73 % der befragten Landwirte erachten das persönliche Gespräch auch als das effizienteste Medium der Kommunikation mit dem Landhandel. Die Servicequalität ist eines der wichtigsten Kriterien für die Auswahl von Händlern. Servicequalität wird größtenteils anhand der Beziehung zwischen dem Kunden und dem Händler festgelegt [KW00]. Daher ist es nicht verwunderlich, dass viele Landwirte die persönliche Kom-

munikation als sehr wichtig erachten und diese auch vorrangig für den Kontakt mit dem Landhandel nutzen. Im Gegensatz zur Kommunikation mit den eigenen Mitarbeitern ist das Medium „E-Mail“ im Kontakt mit dem Landhandel deutlich beliebter. 9 % der befragten Landwirte geben an, primär E-Mails als Medium zu verwenden und mehr als doppelt so viele erwarten, dies zukünftig zu tun. E-Mails ermöglichen in diesem Fall eine höhere Kontrolle über den Inhalt sowie die verwendeten sprachlichen Begrifflichkeiten, da sie vor dem Absenden der Nachricht eine Korrektur des Inhalts und der Wortwahl ermöglichen. Zudem verfügen E-Mails über die Möglichkeit, dass der Inhalt zur Referenz unverändert verfügbar bleibt. Somit können Landwirte leichter Daten und Angebote des Landhändlers speichern, weswegen möglicherweise viele Landwirte einen Anstieg in der Kommunikation via E-Mail mit dem Landhandel erwarten. Lediglich 3 % der Landwirte nutzen vorrangig einen Messenger-Dienst, um mit dem Landhandel zu kommunizieren. Für die Zukunft sehen nur 5 % der befragten Landwirte Messenger-Dienste als Kommunikationsmittel ihrer Wahl an und lediglich 4 % von ihnen empfinden Messenger-Dienste als das effizienteste Kommunikationsmittel mit dem Landhandel. Obwohl bereits heute 7 % der befragten Landwirte Cloud-Dienste als effizientesten Weg der Kommunikation mit dem Landhandel betrachten, gab keiner der Befragten an, aktuell vorrangig Cloud-Dienste in diesem Zusammenhang zu nutzen. Allerdings wird hier die mit Abstand größte Steigerung erwartet: 13 % der befragten Landwirte gehen davon aus, in Zukunft hauptsächlich via Cloud-Dienste mit dem Landhandel zu kommunizieren. Dies könnte ebenfalls auf der Erwartung beruhen, dass z. B. Angebote und Lieferscheine zukünftig vermehrt digital übermittelt werden. Dem Landwirt wäre es also möglich, die für ihn relevanten Kundendaten jederzeit aus einer Cloud beziehen zu können.

Zuletzt wurde die Kommunikation zwischen Landwirten und Lohnunternehmern analysiert. Da 15 % der befragten Landwirte keinerlei Kontakt zu einem Lohnunternehmer haben oder selbst als Lohnunternehmen tätig sind, bezieht sich die folgende Auswertung lediglich auf 142 befragte Landwirte. Wie zuvor bei der Kommunikation mit Mitarbeitern oder Landhandel beobachtet, ist auch hinsichtlich des Kontakts zwischen Landwirten und Lohnunternehmern das persönliche Gespräch aktuell das mit Abstand präferierte Kommunikationsmedium (89 %). Doch auch hier ist ein deutlicher Rückgang der Zustimmung von 89 % auf 68 % der befragten Landwirte zu beobachten, die dieses ebenfalls in der Zukunft erwarten. Allerdings wird das persönliche Gespräch weiterhin als die effizienteste Form der Kontaktaufnahme bewertet (69 %). Wie auch bei der Kommunikation mit dem Landhandel lässt sich vermuten, dass viele Landwirte die persönliche Kommunikation als wichtigen Servicequalitätsaspekt betrachten. Andersherum könnten viele Lohnunternehmen die persönliche Kommunikation als wichtigen Faktor in der Kundenbindung ansehen. Es wird zwar prognostiziert, dass die Bedeutung von Messenger-Diensten und E-Mails in Zukunft steigen wird, jedoch auch hier im Vergleich zu den Cloud-Diensten in geringerem Maße. 15 % der befragten Landwirte erachten bereits heute Cloud-Dienste als das effizienteste Kommunikationsmedium mit Lohnunternehmern. Auch wenn aktuell nur 3 % der befragten Landwirte dieses Mittel primär zur Kommunikation nutzen, erwarten 15 % dies in Zukunft zu tun. Der Anstieg in der erwarteten

teten Nutzung von Cloud-Diensten lässt sich damit erklären, dass es über Cloud-Dienste möglich wäre, Anfahrtswege, Feldeinfahrten und generell die Lage der Ackerschläge simpler und präziser zu übermitteln.

4 Schlussfolgerungen

Unsere Ergebnisse zeigen, dass persönliche Gespräche sowohl beim Kontakt mit Mitarbeitern und Vertretern des Landhandels als auch bei der Kommunikation mit Lohnunternehmern präferiert werden. Allerdings zeigt sich auch, dass in Zukunft beim Kontakt mit Mitarbeitern Messenger-Dienste verstärkt eingesetzt werden könnten, da sie eine kurze und schnelle Informationsübertragung ermöglichen. Für den Kontakt mit dem Landhandel nimmt laut unseren Ergebnissen die Bedeutung von E-Mails zu. Dies könnte damit begründet werden, dass Angebote sowie Lieferscheine leichter zentral gespeichert werden können. Für den Kontakt mit Lohnunternehmern wird erwartet, dass auch Cloud-Dienste mehr genutzt werden könnten. Cloud-Dienste vereinfachen die Übermittlung der Kundenstandorte sowie eine präzisere Lokalisierung der gewünschten Ein- und Ausfahrten.

Literaturverzeichnis

- [HSV13] Herring, S.; Stein, D.; Virtanen, T., 2013: Pragmatics of computer-mediated communication. 9. Aufl. Berlin: Walter de Gruyter.
- [JK01] Jonassen, D. H.; Kwon, H., 2001: Communication patterns in computer mediated versus face-to-face group problem solving. In: *Educational technology research and development* 49 (1), S. 35.
- [Kr15] Krombholz et al., 2015: Advanced social engineering attacks. In: *Journal of Information Security and applications* 22, S. 113-122.
- [KW00] Kolesar, M. B.; Wayne, G. R., 2000: A services-marketing perspective on e-retailing. Implications for e-retailers and directions for further research. In: *Internet Research* 10 (5), S. 424-438.
- [KZ03] Kumar, S.; Zahn, C., 2003: Mobile communications. Evolution and impact on business operations. In: *Technovation* 23 (6), S. 515-520.
- [SL02] Segerstad, Y. H. A.; Ljungstrand, P., 2002: Instant messaging with WebWho. In: *International Journal of Human-Computer Studies* 56 (1), S. 147-171.
- [SPV01] Smidts, A.; Pruyn, A. T. H.; van Riel, C. B. M., 2001: The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. In: *Academy of Management journal* 44 (5), S. 1051-1062.