

# **Aufbau und dezentraler Betrieb einer Informations- und Marketingplattform von landwirtschaftlichen Verbänden/Vereinen in Sachsen**

SEBASTIAN KLOTSCHKE, MILTITZ

## **Abstract**

*Within the complex project of the Saxon State Ministry for environment and agriculture „Saxony’s living future“ an internet-application for rural groups and their members was necessary. Both the decentral use without programming knowledge for internet-beginners as well as the establishment of a virtual community for agriculture and the rural area in Saxony was important. Knowing the main objectives and needs of the rural associations a multi-functional database system was created. Practical experiences, methods of implementation and using structures are overviewed in this paper.*

## **1 Einführung**

Zahlreiche Naturpotenziale, eine schützenswerte Kulturlandschaft und engagierte Dorfbewohner, aber auch Strukturschwäche und Abwanderungen, insbesondere der Jugend sind Merkmale des ländlichen Raumes in Sachsen. Strukturelle Benachteiligung beim Zugang zu Wissen und Information sowie unzureichende Möglichkeiten der wirtschaftlichen Wertschöpfung erfordern Maßnahmen zur Verbesserung dieser Situation. Die Möglichkeiten durch die Mitte der 90er Jahre breitenwirksamen Entwicklungen zu neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK) sollten gerade für die ländlichen Gebiete gezielt genutzt werden. Die relative Ungebundenheit dieser Technologien an Ballungszentren und Infrastruktur eröffnete neue Chancen.

Im Rahmen eines durch das Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft initiierten Großprojektes „SalZ – Sachsens lebendige Zukunft“ galt es ab 1998 den ländlichen Raum Sachsens beim Einstieg in die Informationsgesellschaft zu unterstützen. Wesentliche Punkte waren dabei (SCHÖNLEIN, 1999):

- Breite Sensibilisierung und Bewusstseinsbildung zu den Möglichkeiten der neuen IuK
- Aufbau und Einführung von Anwendungen unter Nutzung von Internet-Diensten
- Demonstration und Training des täglichen Einsatzes moderner Methoden der IuK
- Gezielte Öffentlichkeitsarbeit zur Bekanntmachung der Angebote

Neben vielen anderen fachspezifischen Teilprojekten wurden mit dem Konzept „Der sächsische Landverbund“ in der Hauptsache übergreifende Projektziele verfolgt. Die Informations-, Kommunikations- und Marketingplattform war stark anwendungsorientiert und auch für unerfahrene Nutzer als intuitiv beherrschbar einzurichten. Zugleich wurden die Anforderungen von Verbänden/Vereinen mit ihren Mitgliedern berücksichtigt und dem Netzwerk-Gedanken Rechnung getragen.

## **2 Herangehensweise**

Eine wichtige Arbeitsgrundlage für die Projektentwicklung war die Studie „Situationsanalyse zur Nutzung von neuen Medien durch Verbände und Unternehmen im ländlichen Raum“ vom Mai 1999 (KLOTSCHKE, 1999). Die Analyse wurde durch das Sächsische Landeskuratorium Ländlicher Raum e.V. (SLK) aus fast 100 umfassenden Befragungen (Verbände, Dienstleister, Landwirte) und zahlreichen Diskussionen während der Umsetzung von Testanwendun-

gen im Zeitraum August 1998 bis März 1999 erarbeitet. Eingeflossen sind ebenso Ergebnisse einer Befragung zur Nutzung der neuen Medien für die Beschaffung von Fachinformationen durch landwirtschaftliche Unternehmen.

Gemeinsam mit sachsenweit agierenden landwirtschaftlichen Verbänden (u.a. Arbeitsgemeinschaft der Maschinenringe in Sachsen e.V., Agroservice-Verband Sachsen/Thüringen e.V., Verein Direktvermarktung in Sachsen e.V.) und deren Mitgliedern wurden Ende 1998 Testanwendungen entwickelt. Ausgehend von den ersten praktischen Erfahrungen und den Hinweisen der Projektbeteiligten wurde die Gesamtkonzeption Landverbund überarbeitet. Während der technischen Umsetzung des Datenbanksystems Anfang 1999 wurden die Datenerhebungen nach einem bereits vordefiniertem Raster durchgeführt. Im Juni 1999 konnte der volle Funktionsumfang des Datenbanken-Systems Online geschaltet werden. Dazu gehörten die Verbands- und Unternehmensdatenbanken und das Modul Landveranstaltung. Begleitend wurden landwirtschaftliche Verbände/Vereine und Mitgliedsunternehmen unterstützt, um individuelle Internet-Präsentationen aufzubauen.

Durch die TU Dresden, Institut für Wirtschaft und Verkehr wurden Logistik- und Marktstudien zum Aufbau eines virtuellen Landwarenhouses für Produkte landwirtschaftlicher Direktvermarkter erarbeitet. Im Ergebnis konnte eine Umsetzung des Internet-Shops nicht empfohlen werden, da die notwendige Sortimentsbreite und eine effiziente Logistik mit der aufwendigen Kühlkette nicht sichergestellt waren (KUMMER, 2000). Diese Erkenntnisse und die zu geringe Bereitschaft der Landwirte, diesen Vertriebsweg für ihre Produkte zu nutzen, hatten ebenfalls Einfluss auf die weitere Projektentwicklung im Rahmen von Landverbund.

Das System Landverbund wurde als Demonstrations- und Trainingswerkzeug in Internet-Einstiegskursen für Landwirte, Vereine/Verbände und Landurlaub-Anbieter eingesetzt. Unterstützend wirkte dabei auch der im November 2000 eingeführte Landverbund-Informationssdienst „Agrar-Info“, um die effektive Recherche nach landwirtschaftlichen Fachinformationen zu verdeutlichen. Gleichzeitig erfolgte die Freischaltung des „Ländlichen Marktplatzes“, einer Biete/Suche – Plattform für die Teilnehmer von Landverbund.

### 3 Struktur und Funktionsweise

Landverbund basiert auf einem System von verknüpften Datenbanken unter LINUX und MySQL. Diese werden zentral auf einem Server gehostet. Der Zugang zur Datenpflege und Administration wird über folgende Wege realisiert:

- Aktualisierung der statischen Seiten über FTP-Zugang durch den Betreiber
- Strukturpflege, Teilnehmereinrichtung, Statistikabfragen und übergreifende Datenkontrolle über geschützten Administratorzugang (**Administratorebene** des Extranets)
- Datenpflege/Veranstaltungseinrichtung für einen Verband und seine Mitglieder (**Verbandsebene** des Extranets)
- Datenpflege/Veranstaltungseinrichtung für Mitgliedsunternehmen (**Mitgliedsebene** des Extranets)

Administrator-, Verbands- und Mitgliederebene werden jeweils über ein Redaktionssystem (Online-Formulare) bearbeitet. Dafür sind keinerlei Programmierkenntnisse erforderlich. Die Freigabe der Datenbankbereiche erfolgt über die Eingabe der entsprechenden Zugangspasswörter.

Für den Landverbund-Teilnehmer stehen alle Datenfelder für eine Standardpräsentation inkl. Bild und Logo zur Verfügung. Die Anzeige wird nur aus den datengefüllten Feldern generiert. Die vorgegebene Struktur ist für Verband/Verein und Unternehmen unterschiedlich. Jede Standard-Homepage ist, sofern gewünscht, auch über eine individuelle Subdomain aufrufbar. Bis März 2002 stand allen Teilnehmern ein eMail-to-Fax Gateway zur Kommunikation zur Verfügung. Der integrierte Online-Veranstaltungskalender kann ebenfalls über den geschütz-

ten Zugang genutzt werden. Er besitzt eine integrierte Anmeldefunktion, soweit diese aktiviert wird. Auf Wunsch ist es möglich, für jeden Teilnehmer eine individuelle Zugriffsstatistik bereit zu stellen.



Abbildung 1: Screenshot Landverbund-Homepage

#### 4 Inhalte und Nutzung

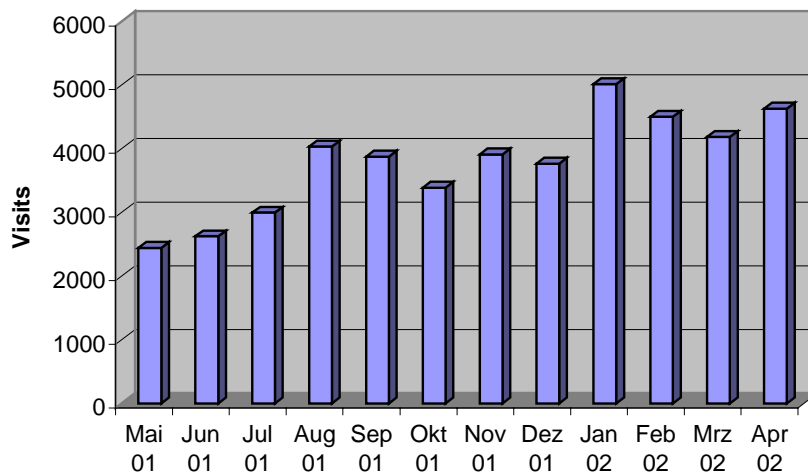
Die Plattform Landverbund (<http://www.landverbund.de>, Abb. 1) setzt sich aus folgenden Modulen zusammen:

- Verbandsdatenbank Landwirtschaft und ländlicher Raum
- Anbieterkatalog mit den Schwerpunkten landwirtschaftliche Regionalvermarkter, Dienstleister für die Landwirtschaft, Pferdesport und Reiterhöfe, Landurlaub-Anbieter
- Veranstaltungskalender ländlicher Raum (<http://www.landveranstaltung.de>)
- Landinfo-Informationsdienst (<http://www.landinfo.de>)
- Ländlicher Marktplatz (Biete/Suche-Plattform)

Mittlerweile sind mehr als 100 Verbände/Vereine mit über 500 Mitgliedern in der virtuellen Gemeinschaft integriert. Davon sind allein 46 Verbände, die dem landwirtschaftlichen Bereich unmittelbar zugeordnet werden können. Im Veranstaltungsmodul sind durchschnittlich 300 Veranstaltungen abrufbar.

Etwa 120 Teilnehmer haben individuelle Zugänge für die dezentrale Datenpflege. Die Nutzung der Zugänge ist sehr differenziert. Es überwiegen unregelmäßige bzw. seltene Nutzer. Hierbei ist zu bedenken, dass die Pflege auch durch Verbandsgeschäftsstellen für die Mitglieder mit erfolgt. Etwa 40 % der Landverbund-Teilnehmer haben nach wie vor keinen eigenen Internet-Zugang. Das SLK als Betreiber der Plattform muss neben seinen administrativen Aufgaben immer noch teilweise Datenpflege für Teilnehmer wahrnehmen. Es ist notwendig, Internet-Erstnutzer in des Redaktionssystem einzuweisen. Alle anderen Teilnehmer beherrschen die Landverbund-Datenpflege intuitiv.

Seit der Online-Schaltung nutzten bis Ende April 2002 63.800 Besucher die Plattformangebote und starteten insgesamt etwa 139.000 Datenbank-Anfragen. Inzwischen greifen monatlich



über 4.500 Nutzer auf Landverbund zu. Die Entwicklung in den letzten 12 Monaten wird im Diagramm verdeutlicht (Abb. 2).

**Abbildung 2: Besucherentwicklung der Plattform Landverbund Mai 2001 bis April 2002**

## 5 Ausblick

Die virtuelle Gemeinschaft „Landverbund“ hat sich fest als verbandsübergreifendes Informations- und Marketingwerkzeug für den ländlichen Raum Sachsens etabliert. In der weiteren Entwicklung ist vorgesehen, den Informationsdienst „Landinfo“ neu zu fokussieren und mit den drei Säulen Umwelt, Landwirtschaft und ländlicher Raum auszustatten. Mit der Teilnahme der Sächsischen Landesstiftung Natur und Umwelt war der Startpunkt für eine stärkere Ausrichtung auch auf Vereine aus dem Umweltbereich gesetzt. Es ist vorgesehen, ein Netzwerk Umweltbildung in Sachsen mit Hilfe der Landverbund-Datenbanken zu etablieren und Umweltbildungseinrichtungen sowie -veranstaltungen in das System zu integrieren.

## 6 Literatur

- BLUMÖHR, T. (1999): Studie zur landwirtschaftlichen Beratung – Nutzung neuer Medien. BGW Unternehmensberatungsgesellschaft mbH, Leinefelde.
- HEMPEL, I.; KLOTSCH, S. (2001): Der sächsische Landverbund. Endbericht zum Projekt. Sächsisches Landeskuratorium Ländlicher Raum e.V., Miltitz.
- KLOTSCH, S. (1999): Situationsanalyse zur Nutzung von neuen Medien durch Verbände und Unternehmen im ländlichen Raum. Studie im Rahmen von SalZ. Sächsisches Landeskuratorium Ländlicher Raum e.V., Miltitz.
- KUMMER, S.; FUSTER, R. (2000): Logistik – Workpackage 1 und 2. Endbericht zum Projekt. Technische Universität Dresden, Institut für Wirtschaft und Verkehr, Dresden.
- KUMMER, S.; SCHRAMM, H.-S. (2000): Begleitende Marktstudie im Rahmen SalZ. Endbericht zum Projekt. Technische Universität Dresden, Institut für Wirtschaft und Verkehr, Dresden.
- SCHÖNLEIN, Y. (1999): Rahmenkonzeption SalZ. Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft, Dresden.