



Foto: Konstantin/AdobeStock

Beratung oft zu spät – warum?

Was hindert Landwirtinnen und Landwirte daran, in Krisenzeiten möglichst frühzeitig Kontakt zur sozio-ökonomischen Beratung zu suchen? Eine Projektgruppe beim Verband der Landwirtschaftskammern hat mögliche Hemmnisse identifiziert und Lösungsvorschläge ausgearbeitet.

Die Situation ist gemeinsam mit der ratsuchenden Landwirtin oder dem ratsuchenden Landwirt und weiteren Beteiligten beschrieben, die Ursachen sind auf Beratungsseite erkennbar, ein Spektrum möglicher Lösungen zeichnet sich ab. Dieses Spektrum ist aber bereits stark eingeschränkt, weil die Karre sprichwörtlich bereits weit in den Morast gefahren wurde. Um im Bild zu bleiben: Aufräumarbeiten sind zunächst erforderlich, die nicht hätten stattfinden müssen. Es geht zunächst einmal drei Schritte zurück. Gleichzeitig ist die Zahl der guten und überhaupt begehbaren Lösungswege überschaubar geworden.

Mit der Frage „Warum denn erst jetzt?“ sind auch sozio-ökonomische Beratungskräfte oft konfrontiert. Daher haben sie sich in der Projektgruppe „Sozio-ökonomische Beratung“ beim Verband der Landwirtschaftskammern damit auseinandergesetzt, wie Landwirtinnen und Landwirte ermutigt werden können, in Krisenzeiten frühzeitig spezialisierte Beratung in Anspruch zu nehmen.

Problemlagen

In der ersten von zwei Arbeitsgruppen wurde untersucht, wie die frühzeitige Anspra-

che der Zielgruppe in unterschiedlichen Problemlagen besonders erfolgreich sein kann.

Im Fall von komplexen, sich gegenseitig beeinflussenden Problemen, die durch Fallkoordinatorinnen und -koordinatoren der SVLFG begleitet werden, verweisen diese an die sozio-ökonomische Beratung, sofern es sich um betriebliche oder wirtschaftliche Fragen handelt. Der gegenseitige Hinweis ist gerade in Bundesländern mit Kooperationsvereinbarungen das Ziel und fördert die frühzeitige Kontaktaufnahme. Auch bei psychischen Problemen kann die SVLFG die Brücke für einen frühzeitigen Beratungsbeginn bauen. Vonseiten der Landwirtschaftsberatung kann der Kontakt zu Notfalltelefonen gesucht werden, damit diese die entsprechenden Angebote kennen.

Finanziell belastete Menschen sprechen oft zuerst mit Steuerberatungen oder Buchstellers, Banken und in Seminaren über ihre Probleme. Teilweise können diese als Impulsgeber dienen, um den konkreten Beratungsbedarf zu verdeutlichen und die vorhandenen Spezialberatungen nennen. Bei Beratungsfällen mit dem Schwerpunkt Kommunikation erscheint es besonders wichtig, einen offenen und niedrigschwelli-

Die Autorin und die Autoren



Suzanne Otten
Teamleiterin
LMS Agrarberatung GmbH,
Rostock
Landwirtschaftliche Betriebsentwicklung und Sicherung
sotten@lms-beratung.de



Martin Mees
Landesbetrieb Landwirtschaft
Hessen, Beratungsstelle Korbach
Fachgebietsleiter Beratungsteam
Ökonomie und Verfahrenstechnik
Martin.Mees@llh.hessen.de



Dr. Martin Heil
stv. Referatsleiter und Redakteur
Ökonomie, Soziales,
Diversifizierung
Bundesinformationszentrum
Landwirtschaft (BZL), Bonn
martin.heil@ble.de

gen Zugang anzubieten. Teilweise können die bereits genannten Impulsgeber wichtig sein. Aus der Erfahrung heraus übernehmen öfter Frauen die Kontaktaufnahme mit einer Beratungskraft.

Manche Krisen treten spontan und ohne Vorbereitung auf, wie etwa Brand, Wolfsriss, Tod, Preisverfall, Tierseuchen, Trennung oder Scheidung. Für fast alle Fälle gibt es Ansprechpartnerinnen und -partner, zum Beispiel Versicherungs- oder Wolfberatungskräfte, die sich als Multiplikator für die sozio-ökonomische Beratung eignen.

Hofübergaben und Existenzgründungen sind grundsätzlich keine klassischen sozio-ökonomischen Beratungsfälle. Da es sich bei der Hofnachfolge jedoch um ein sehr komplexes System handelt, haben viele Landwirtinnen und Landwirte durchaus Beratungsbedarf, allein schon um Familie und

Betrieb handlungsfähig zu erhalten. Hier eigenen sich Seminarangebote besonders gut, um frühzeitig auf entsprechende Beratungsangebote aufmerksam zu machen.

Link
Übersicht zu den sozio-ökonomischen Beratungsstellen in den Bundesländern:
www.praxis-agrar.de/fileadmin/Downloads/Betrieb/Betriebsf%C3%BChrung/Beratungsstellen_zur_Hofuebergabe.pdf (Abruf: 28.02.24)

Sichtbarkeit erhöhen

Um sozio-ökonomische Beratungsangebote besser bekannt und für Ratsuchende sichtbarer zu machen, sind folgende Maßnahmen sinnvoll: die Ansprache von Multiplikatoren (beispielsweise bei den Landestierschutzbeauftragten, in Veterinärämtern, in Tierarztpraxen, Landeskontrollverbänden, Zuchtverbänden, Ökoverbänden, Ökokennkontrollstellen, Bauern- und Landfrauenverbänden oder ländlichen Familienberatungen oder -bildungsstätten), das Verteilen von Flyern oder die klassische Pressearbeit (zum Beispiel Berichte mit Fallbeispielen) in Wochenblättern oder Fachzeitschriften von Verbänden, aber auch in fachfremden Medien wie regionalen Rundfunksendern. Außerdem kann eine Unterrichtseinheit in den landwirtschaftlichen Fachschulen die frühzeitige Kontaktaufnahme zur Beratung erleichtern.

Hindernisse überwinden

Eine zweite Arbeitsgruppe hatte sich zur Aufgabe gestellt, Hindernisse für eine frühzeitige Ansprache der Beratung zu identifizieren und Maßnahmen für deren Überwindung zu suchen. Dabei wurden folgende Beweggründe als wesentlich erachtet:

- **Scham und Ängste:** Wenn es darum geht, Unterstützung in Anspruch zu nehmen, empfinden einige Landwirtinnen und Landwirte Scham- und Angstgefühle. Bedenken oder Unsicherheit über den Nutzen von Beratung können abschreckend wirken. Daher ist es wichtig, ein Beratungsumfeld zu schaffen, in welchem Offenheit und Verständnis gefördert und Stigmata abgebaut werden. Dies kann durch Reflexion, die Förderung positiver Glaubenssätze und das Teilen positiver eigener und fremder Erfahrungen erreicht werden. Maßnahmen zum Abbau von Ängsten können durch empathische Beratungskräfte, die als Vertrauenspersonen agieren, und die Kommunikation von Beratungskompetenz erfolgen.
- **Kosten:** Die finanzielle Belastung einer Beratung kann abschreckend wirken. Die Bereitstellung von Informationen über finanzielle Unterstützungsprogramme oder kosteneffiziente Beratungsdienste kann helfen. Kostenfreie Angebote sollten bei Existenzgefährdung und Insolvenz verfügbar sein. Zusätzlich sind Kostentransparenz und eine klare Kommunikation über Kosten zu Beginn der Beratung entscheidend.
- **Informationsdefizite:** Oft sind Landwirtinnen und Landwirte nicht ausreichend über verfügbare Beratungsdienste informiert. Manche erkennen möglicherweise nicht, wie sehr ihnen eine Beratung helfen könnte. Aufklärung über die konkreten Vorteile ist wichtig. Eine verbesserte Transparenz über vorhandene Beratungsangebote ist entscheidend für deren frühzeitige Inanspruchnahme. Die Bekanntheit von möglichen Beratungsleistungen kann durch Seminare, Gruppenberatungen, Erwachsenenbildung und niederschwellige Angebote gesteigert werden.

Gleichzeitig ist eine gezielte Werbung über verschiedene Kanäle (zum Beispiel Fachzeitschriften, Internet, Social Media) notwendig, um Informationen zu streuen und das Bewusstsein für die Bedeutung einer Spezialberatung zu schärfen.

- **Falsche Zielgruppenansprache:** Die Art und Weise, wie Beratungsangebote präsentiert werden, erreicht möglicherweise nicht die Menschen in ihrer Krisensituation. Die Kommunikation sollte auf die individuellen Bedürfnisse und Lebenssituationen zugeschnitten sein. Es ist wichtig, die konkreten Herausforderungen der Zielgruppe zu benennen und Beispiele anzuführen, mit denen sie sich identifizieren können.
- **Zeitmangel:** Die hohe Arbeitsbelastung in den landwirtschaftlichen Betrieben erschwert es vielen Betroffenen, zusätzliche Zeit für Beratungsgespräche zu finden. Flexiblere Zeitpläne oder mobile Beratungsdienste könnten hier Abhilfe schaffen. Hier ist es wichtig, die Defizite aufzuzeigen, niederschwellige Angebote anzubieten (z.B. Telefon-Coaching der SVLFG) und Prioritäten zu hinterfragen, um zu verdeutlichen, was wirklich wichtig ist.
- **Fehlende Beziehung:** Eine gute Beziehung zwischen den handelnden Personen ist essenziell für den Beratungserfolg. Vertrauen und Respekt spielen eine wichtige Rolle. Kontinuierlicher Kontakt und der Aufbau einer Beziehung zur Zielgruppe sind entscheidend für frühzeitiges Handeln. Beratungskräfte sollten über hohe soziale und kommunikative Kompetenz verfügen, um den Prozess zur Lösungsfindung begleiten und Stärken und Ressourcen fördern zu können.
- **Falsches Verständnis:** Manche Landwirtinnen und Landwirte haben möglicherweise falsche Vorstellungen darüber, was die Beratung beinhaltet und wie sie davon profitieren können. Eine klare Erklärung der Beratungsprozesse und der erwarteten Vorteile ist wichtig. Oftmals besitzen die Angesprochenen selbst die besten Ansätze für die einzelnen Lösungsschritte. Im Rahmen der Beratung geht es darum, die individuellen Perspektiven und Ressourcen der Beteiligten bestmöglich einzubeziehen und Erwartungshorizonte abzustecken. Beratung ist Hilfe zur Selbsthilfe, alle Beteiligten müssen ihren Teil der Verantwortung übernehmen.

Die Überwindung dieser Hindernisse erfordert eine ganzheitliche Strategie, die auf Aufklärung, Verfügbarkeit, Verständnis und Anpassungsfähigkeit setzt, um sicherzustellen, dass Landwirtinnen und Landwirte die wertvollen Angebote der sozio-ökonomischen Beratung rechtzeitig nutzen. ■



Foto: contrastwerkstatt/AdobeStock

Mit sozialer und kommunikativer Kompetenz können Beratungskräfte viele Hemmnisse abbauen.