

Bildungs- und Beratungsangebote im Obstbau

Vergleich von Brandenburg und Burgenland (Österreich)

Dr. Thomas Aenis,
Lehr- und Forschungsgebiet Beratung und Kommunikation

Eine Studie im Auftrag des ESF-Projektes:

„Arbeit und Einkommen in den Obstbauregionen Havelland–Werder + Burgenland: Transnationaler Erfahrungsaustausch“



INGENIEURBÜRO
für
STADTPLANUNG
DORFPLANUNG
und
REGIONALENTWICKLUNG

Stadtplaner Dipl.-Ing. Karl Friedrich Schindler



Gliederung

- 1) Einleitung
- 2) Bildungsbedarf in Havelland-Werder
- 3) Vergleich der Angebote in beiden Regionen
- 4) Stärken und Schwächen
- 5) Verbesserungsansätze

Ziele

-
- Ausgangspunkt: Bildung als wichtiger Treiber der Zukunftssicherung für Obstbaubetriebe
 - Optimierungsansätze von (formeller und informeller) Bildung / Beratung in Brandenburg
 - Zielgruppenanalyse
 - Qualifizierungsbedarf
 - Bestandsaufnahme & Stären-Schwächenanalyse von Bildungsangeboten beider Regionen
 - Handlungsempfehlungen

Methodik

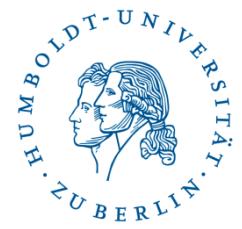
- Dokumentenanalyse (Literatur, Internet)
- 20 semi-strukturierte, leitfadengestützte Interviews in Brandenburg und im Burgenland
 - Haupterwerbsbetriebe
 - Nebenerwerbsbetriebe
 - Bildungsanbieter
- Diskussion mit Experten (Workshops)

Zielgruppen

- 232 Betriebe mit Baum- und Beerengobstanbau (einschließlich Nüsse), davon 177 Einzelunternehmen (Amt für Statistik 2010)
- 107 (ca. 60%) Haupterwerbsbetriebe (HE)
 - Dominierend: direktvermarktende Familienbetriebe
 - Hauptzielgruppe Weiterbildung: Betriebsleiter, Familienmitglieder, Angestellte
- 70 (ca. 40%) Nebenerwerbsbetriebe (NE)
 - Werden wie auch Hobby-Obstbauer nicht explizit angesprochen
 - Hier großes Entwicklungspotential

Bildungsbedarf in Havelland-Werder

- Schlüsselkompetenzen entlang der Wertschöpfungskette
 - Produktentwicklung: (Nischen-) Produktvielfalt schafft Zusatzeinkommen: Obstarten, Sorten, Veredlung, Touristische Angebote in Kombination mit Produktvermarktung
 - Moderne & transparente Produktionstechniken
 - Produktion: Standortanpassung, Pflege
 - Direktvermarktung: Sensibilisierung der Verbraucher, E-Commerce, Marktforschung
 - Betriebsorganisation
 - Kooperationen und Netzwerke



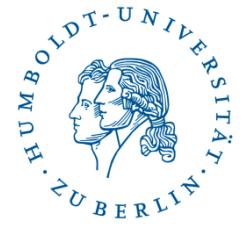
„Bildungs“bedarf in Havelland-Werder

- Dynamische, bedarfsorientierte Entwicklung der Bildungsangebote
- Bewusstseinsbildung: lebenslanges Lernen

Vergleich der Bildungsangebote

- Vergleich der Angebote mit Blick auf Schlüsselqualifikationen entlang der Wertschöpfungskette
- Anbieter der (formalen) Ausbildung und der (non-formalen und informellen) Weiterbildung

Produktion / Betriebsorganisation

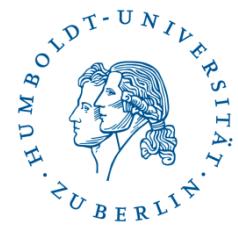


	Brandenburg			Burgenland		
Angebote	Berufliche Ausbildung	Weiter-bildung: HE	Weiter-bildung: NE	Berufliche Ausbildung	Weiter-bildung: HE	Weiter-bildung: NE
Pflanzung, Pflege	LAGF, OS	LAGF, GBB, LELF, FÖL, BGG, DEU, MLO, WOG, FMH, FGL, LBV, PG, FHW	LELF	HBLA, LFE	LFI, LKB, PB, WIS, ESP, BA	LFI, LKB, LE, WI, WIS
Diversifi-zierung					LFI, LKB	LFI, LKB, NE
Finanzen, Investition	LAGF, OSZ	LAGF, LEFL, BLAK, LASA, UBI, DHG	LELF	LFE	LKB	LKB
Management		BGG, UBI, LAGF, BLAK		LFE, HBLA	LFI, LKB	LFI, LKB

Verarbeitung / Vermarktung

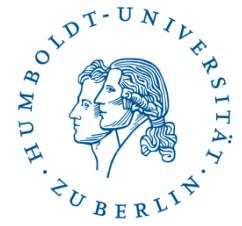
	Brandenburg			Burgenland		
Angebote	Berufliche Ausbildung	Weiter-bildung: HE	Weiter-bildung: NE	Berufliche Ausbildung	Weiter-bildung: HE	Weiter-bildung: NE
Personal-führung		LAGF, LASA, FGL				
Verarbeitung		FHW		LFE	LFI, LKB, BA, WIS, TDB	LFI, LKB, LE, WI, BA, WIS
Vermarktung	LAGF	BGG, GBB, MHW, PW, OW, PG		LFN, LFE	LFI, GRM, LKB, WIS, ESP, BA, TDB	LFI, GRM, LKB, LE, WIS, BA
Direkt-vermarktung		PG		LFN, LFE	LFI, GRM	LFI, GRM, WI
Markt-forschung		LELF, UBI, FÖL	LELF		GRM	GRM
Online Marketing		GIW, DHG			GRM, TDB	GRM
Qualifizierg. Personal		LAGF			GRM	GRM

Vermarktung / Tourismus



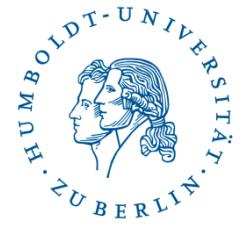
	Brandenburg			Burgenland		
Angebote	Berufliche Ausbildung	Weiter-bildung: HE	Weiter-bildung: NE	Berufliche Ausbildung	Weiter-bildung: HE	Weiter-bildung: NE
Werbung Betrieb					GRM	GRM
Regional-entwicklung		FLR, LAG, AGG, FMH				
Region-Image					GRM	GRM, LE
Prämierung		WOG	WOG		GRM, BOV, TDB, ESP	GRM, BOV, TDB, ESP
Tourismus		FMH, TIW, TH			LFI, GRM, LKB, ESP, WIS, TP, TS	LFI, GRM, LKB, LE, WIS

Stärken Brandenburg



- + Vielfalt an Anbietern und Informationsmöglichkeiten
- + Relativ gute Angebote für Haupterwerbsbetriebe
- + „Traditionsveranstaltungen“ meist gut besucht
- + „Leuchtturm Betriebe“ (fühlen sich gut informiert)
- + Arbeit des Pflanzenschutzamtes (FFO) und des Gartenbauverbands sehr geschätzt
- + HE gut vernetzt (andere Betrieben, Vereine, Händler); keine Probleme mit Informationsbeschaffung

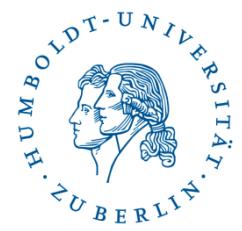
Schwächen Brandenburg



- Vielfalt oft nicht für die Obstbetriebe sichtbar
- Wenig wirksame Beratung (bezgl. „Schlüsselqualifikationen“)
- Schwierigkeiten, geeignete Auszubildende zu finden (Nachwuchs)
- NE + FB kaum Angebote, erschwert Teilnahme an vorhandenen Maßnahmen
- Unvollständige Angebote in Produktion, Verarbeitung, Vermarktung, Diversifizierung/Erwerbskombination

Stärken/Schwächen

Burgenland



- + Strukturiertes Aus- und Weiterbildungsangebot für HE & NE mit einigen zentralen Anbietern und vielen aktiven Vereinen
- + Unterstützung der Betriebe in Profilentwicklung
- + Betriebe gut vernetzt, profitieren vom Austausch untereinander
- Zielgruppe Obstbauern zu klein
- Angebote für Nebenerwerbs- und Hobbybauern oft durch Vereine abgedeckt; hohes persönlichen Engagement im Ehrenamt

Ansätze Brandenburg

- ❖ Wichtige Zielgruppen = Familienbetriebe HE + NE (insgesamt rel. wenige); großes Potential f. Regionalentwicklung, Nischenprodukte, Zusatzeinkommen
- ❖ Bildungsziel: Schlüsselkompetenzen, insbesondere: Kooperationen (vertikal + horizontal); Profilentwicklung,
- ❖ Zeitliche Ressourcen sind bei direktvermarktenden Familienbetrieben besonders knapp

Ansätze Brandenburg

- weitere Konzentration der Ausbildung
(Berufsschule, überbetriebliche Ausbildung)
- Dezentralisierung d. Weiterbildung
(„Bildungsanbieter müssen wandern“)
- Aufbau/ Förderung v. Beratung (→ Problem:
privates System; evtl. Berufsstand, Vereine)

Ansätze Brandenburg

- Anpassung & Ausweitung des Bildungsangebots
 - Vor allem in Produktion, Diversifizierung, Verarbeitung und Vermarktung
- Kampagnen o.Ä. zur Sensibilisierung von Verbrauchern, Händlern und Gastronomen für regionale Produkte
- Langfristig: Werbung um Zielgruppen
 - Auszubildende und Betriebsnachfolger
 - Schüler
 - Nebenerwerbs- / Hobbylandwirte

Ansätze Brandenburg

- Koordination der bestehenden Bildungsangebote
 - Sichtbarmachung der Vielfalt (bspw. gemeinsames Programm von LAGF und BLAk)
 - Weiterentwicklung, Spezialisierung der Anbieter
- Neue Kooperationen
 - hof- oder branchenübergreifend, regional, national, international
 - Stärkere Einbindung der Forschung

Ansätze Brandenburg

- Neue Impulse & laufende Verbesserung des Bildungsangebots
- → „good practice“ Beispiel Burgenland
- Voraussetzung: Regelmäßige Betriebsbefragungen

Vielen Dank!

