

## **Kommunikation und Anbauberatung auf neuen Wegen**

Peter Fecke und Michael Adams, Rübenabteilungen Wabern und Warburg

Der Begriff „**Kommunikation**“ kommt aus dem Lateinischen und bedeutet soviel wie „teilen, mitteilen, teilnehmen lassen“ und definiert ein gemeinschaftliches Handeln, in dem Gedanken, Ideen, Wissen, Erkenntnisse mitgeteilt werden und auch neu entstehen. Genau dieser Prozess findet tagtäglich in allen gesellschaftlichen Bereichen statt, natürlich auch zwischen Landwirt und Südzucker. Dabei sind **drei Schwerpunkte** wichtig: Kommunikation im Bereich **Verwaltung, Anbauberatung und Logistik**.

### **Wie läuft die Kommunikation zur Zeit ab?**

Die wesentlichen Medien im **administrativen Bereich** sind die Post, das Fax, z.T. das Internet (Verträge, Rundschreiben, Bestellungen, Abrechnungen).

In der **Anbauberatung** dominiert das Telefon. Hier werden schnell und gezielt Fachfragen beantwortet. Weiterhin werden über Fax und Post wichtige Anbauinformationen weitergeleitet. Zuweilen erfolgt der Besuch vor Ort. Zu allen wichtigen Themen rund um die Rübe steht das Internet mit den BISZ-Seiten zur Verfügung. Feldbegänge runden das breite Angebot ab.

**Logistikdaten**, wie Anfahrplan, Liefereinteilung usw. werden per Post, Fax und Mail ausgetauscht.

### **Kommunikation zukünftig**

Der Landwirt wartet nicht mehr auf Post, sondern verwaltet seine Daten selbständig auf dem **PC**. Hier werden sich die Möglichkeiten im **Anbauerportal** mehr und mehr erweitern.

In der Anbauberatung wird auch weiterhin das Telefon eine wichtige Rolle spielen. Die Nutzung des **Internet** wird stärker zunehmen. Das dort sich ständig erweiternde Angebot, auch z. B. an **interaktiven Programmen** (Anbauflächenrechner, Ethanolrübenrechner usw.) unterstreicht diese Entwicklung.

Im Logistikbereich wird sich eine Umstellung vollziehen. Aufgrund der technischen Möglichkeiten durch die **Transponderidentifikation** können Lieferdaten in Zukunft schlagbezogen erfasst werden. Im Vorfeld werden alle Schlagdaten der Landwirte über die Fliknummer identifiziert und weiterverarbeitet. Das Ziel ist, die Kampagneplanung zu optimieren.

Kommunikation und Anbauberatung bleiben eine Herausforderung für Südzucker und die Landwirte. Beide müssen gemeinsam die sich bietenden Möglichkeiten in allen Bereichen nutzen, um den steigenden Ansprüchen gerecht zu werden. Der ständige Austausch untereinander zu allen Fragestellungen in diesen Bereichen wird zu einer weiter erfolgreichen Zusammenarbeit beitragen.