



→ Ergebnisse
der repräsentativen
Leseranalyse

agriMA 2019

Kommunikation mit der Landwirtschaft

agrar Mediafacts



Landwirtschaftsverlag Münster

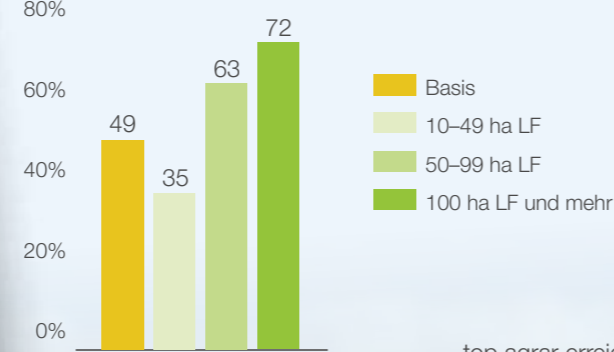
Wie informiert sich die Agrarbranche?

→ Mediennutzungs-Analysen für einzelne Berufsgruppen sind Spezialprojekte: Nicht sehr zahlreich, dafür aber mit einer konkreten Fokussierung auf die Branchenspezifika und für die Anwender von hohem Nutzen – so auch die agriMA. Nach nunmehr sechs Jahren wird wieder eine neue Studie zum Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe Landwirtschaft vorgestellt. Das war in Zeiten rasanter Digitalentwicklungen, aber auch von Veränderungen der Agrarstrukturen, längst überfällig. Dem immer klarer durch Werbepartner und Agenturen formulierten Wunsch nach Aktuellem, Zählbarem kann nun mit einem geeigneten Informationsangebot entsprochen werden. Darüber freuen wir uns. Und hoffen, damit – neben den Auflagen- und Nutzungskontrolldaten der iwv und anderen tools – einen guten Beitrag bei der Unterstützung der Mediaplaner leisten zu können.



Höchste überregionale Reichweiten

(WTK = Werbeträgerkontakt)



top agrar erreicht **61%** der LF in Deutschland

84% der Leser* bewerten die redaktionelle Kompetenz im Bereich Betriebsführung/Steuern/Finanzen mit gut, sehr gut oder ausgezeichnet

Basis: alle Betriebe
*und top agrar-Leser

Intensivste Nutzung profi

142 ha beträgt die durchschnittliche Anbaufläche der profi Leser
Gesamt \varnothing 99 ha LF

5-mal nehmen Leser das Heft durchschnittlich* in die Hand
Basis: alle Betriebe
*und profi-Leser



\varnothing Anzahl Sauen **222** pro SUS-Leser
Gesamt: \varnothing 148 Sauen



\varnothing Anzahl Mastschweine **1.334** pro SUS-Leser
Gesamt: \varnothing 652 Mastschweine

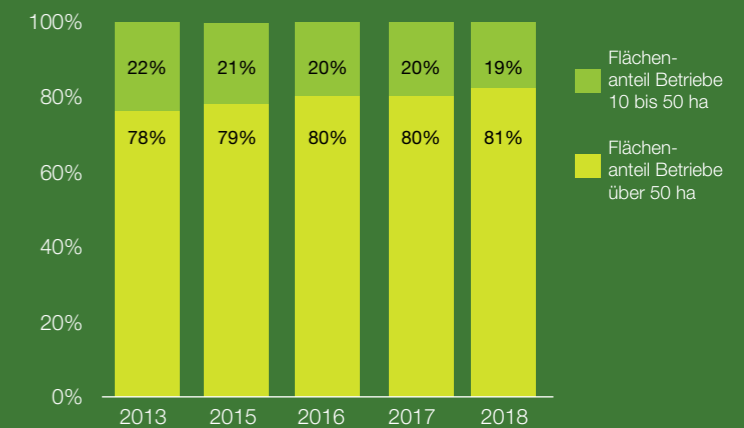
Basis: Schweinehalter > 0 Mastschweine/Sauen



\varnothing Anzahl Milchkühe **126** pro Elite-Leser
Gesamt: \varnothing 81 Milchkühe
Basis: Rinderhalter > 0 Milchkühe

Beste Performance

Entwicklung der Flächennutzung in DE



Entwicklung der Anzahl landwirtschaftlicher Betriebe in DE



Studiensteckbrief agriMA 2019

Grundgesamtheit: 187.328 Betriebe, 15,33 Mio. ha

Minimum ha-Fläche: West 10 ha / Ost 50 ha

Feldzeit: November 2018 bis Februar 2019

Methode: Persönlich-mündliche Interviews

(paper-pencil oder tablet-gestützt),

CATI-2-Web Interviews, Online-

Interviews, jeweils mit Vorlage/

Einblendung der

33 Titelformen/Logos

Institut: Produkt+Markt, Wallenhorst

Im Auftrag

der



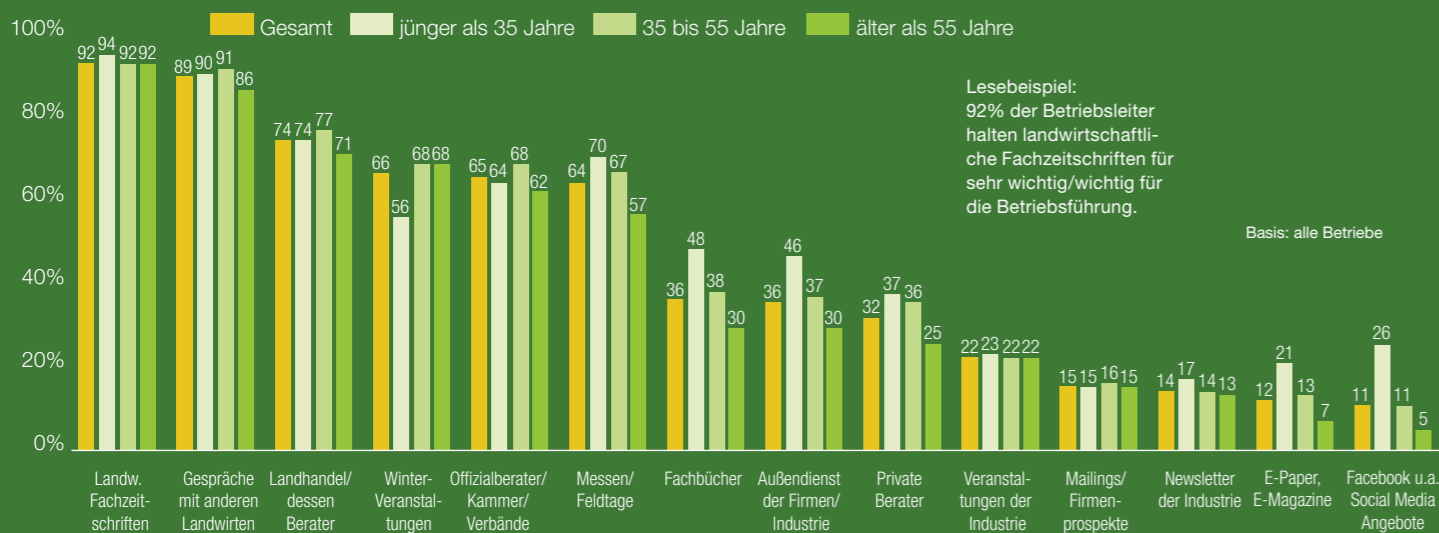
West
2.609 Interviews

Ost
517 Interviews

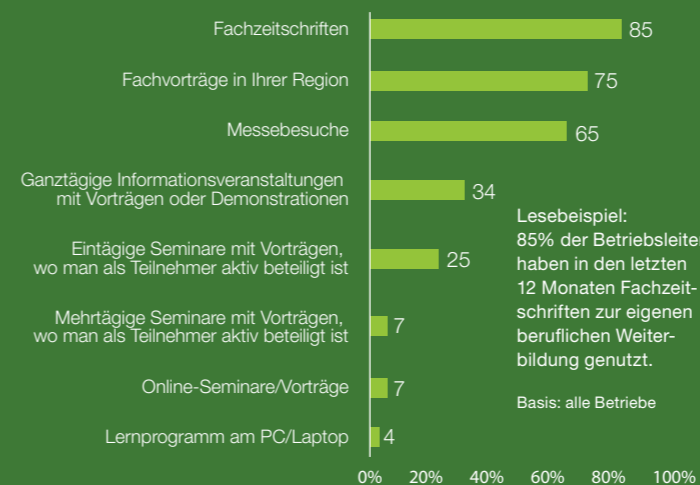
→ Zwei Trends wirken konkret auf die Kommunikation Agrar ein: die Mediennutzung im Allgemeinen und der Wandel in der Zielgruppe daselbst. Beides zusammen führt zur Notwendigkeit, den eigenen Werbedialog mit den Empfängern in besonderem Maß im Auge zu haben. Gerade das rasch zunehmende Angebot an verschiedenen Kommunikationskanälen ist in jüngerer Vergangenheit zur anspruchsvollen Herausforderung geraten. Video, Podcast, Social Media und andere erfordern eigene Ressourcen, müssen aber auch auf die nachhaltige Effektivität in der jeweiligen Zielstellung überprüft werden. Denn daneben steht das Informationsverhalten der Landwirte, das durch Parameter wie Arbeitsabläufe und Vertrauen in die Medienqualität bestimmt wird und klassische Medien nach wie vor favorisiert. Auch hierzu liefert die agriMA interessante Erkenntnisse.



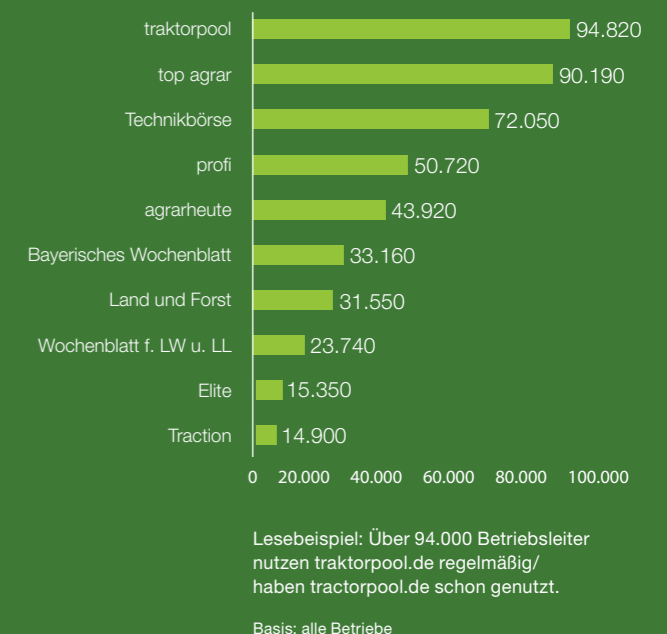
Relevanz von Informationsquellen nach Alter sehr wichtig/wichtig für die Betriebsführung



Nutzung von Angeboten zur eigenen beruflichen Weiterbildung in den letzten 12 Monaten



Nutzung von Agrar-Websites (Top 10)





→ Deutschland ist mit einer landwirtschaftlichen Nutzfläche von rund 16,6 Mio. ha das viertgrößte Agrarland in Europa. Annähernd 50% der Gesamtfläche Deutschlands werden landwirtschaftlich genutzt. Gut 70% oder 11,75 Mio. ha davon entfallen auf Ackerland, weitere 28% oder 4,7 Mio. ha werden als Grünland bewirtschaftet.

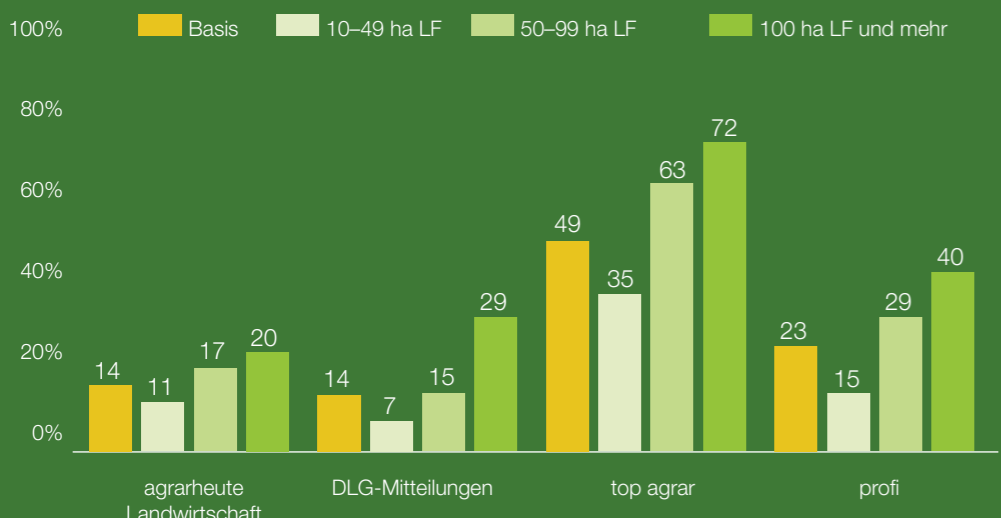
Während der vergangenen fünf Jahre ist die Gesamtgröße der landwirtschaftlichen Nutzfläche nahezu konstant geblieben. Die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe ging im gleichen Zeitraum um 7% zurück. Dabei ist die Wachstumsschwelle auf aktuell über 100 ha geklettert. Die Anzahl der Betriebe, die mehr als 100 ha bewirtschaften, ist von 2013 bis 2018 um mehr als 6% auf rund 37.000 Betriebe angestiegen. Insgesamt bewirtschaftet diese Gruppe 60% der landwirtschaftlichen Nutzfläche, oder 10,08 Mio. ha.

Nach wie vor gibt es auch ein deutliches Nord-Süd-Gefälle. Laut der letzten Bodennutzungshaupterhebung im Jahr 2018 verfügten die Betriebe im bundesweiten Schnitt über rund 63 ha, in Bayern und Baden-Württemberg sind es jeweils knapp 36 ha, dagegen in Mecklenburg-Vorpommern 281 ha, in Schleswig-Holstein 79,8 ha und in Niedersachsen 72,6 ha.

Der Informationsbedarf wächst mit der Flächenausstattung.



Reichweiten nach Betriebsgrößenklassen (WTK)

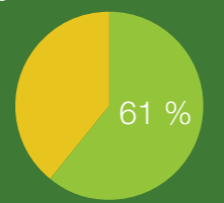


Lesebeispiel: top agrar erreicht 72% der Betriebe >= 100 ha LF.

Basis: alle Betriebe



gesamt 15,33 Mio. ha LF



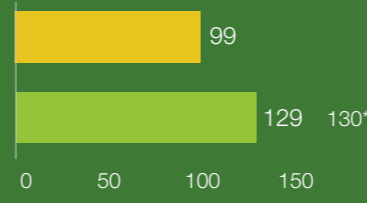
Lesebeispiel: 61% der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche wird von top agrar-Lesern bewirtschaftet.

Anteil der top agrar-Leser = 9,38 Mio. ha LF

* Betriebe ab 10 ha LF



Ø Anbaufläche in ha



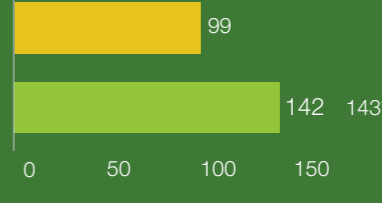
Lesebeispiel: Die durchschnittliche Anbaufläche der top agrar-Leser beträgt 129 ha.

Basis: alle Betriebe * Index (Gesamt = 100)

Gesamt top agrar



Ø Anbaufläche in ha



Lesebeispiel: Die durchschnittliche Anbaufläche der profi-Leser beträgt 142 ha.

Basis: alle Betriebe * Index (Gesamt = 100)

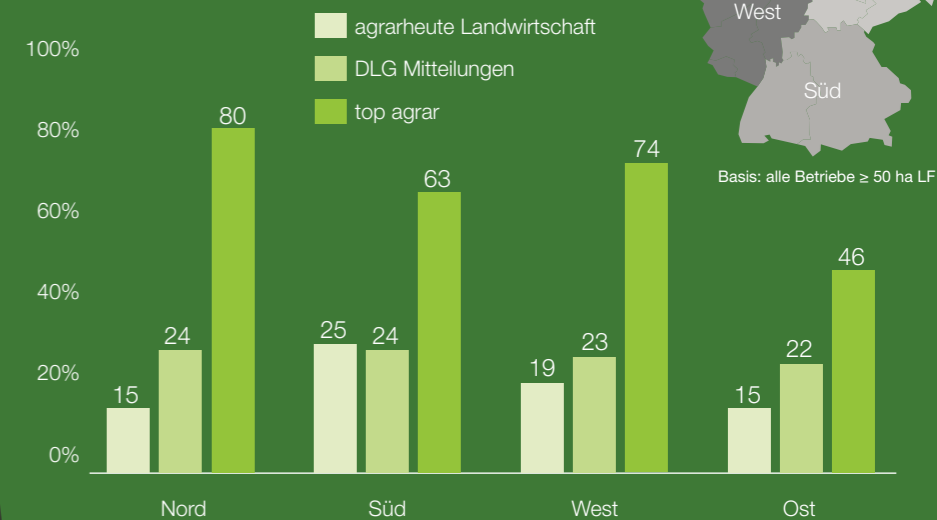
Gesamt profi

Quellen: agrarMA 2019



Reichweiten bei Betrieben mit 50 ha LF und mehr (WTK)

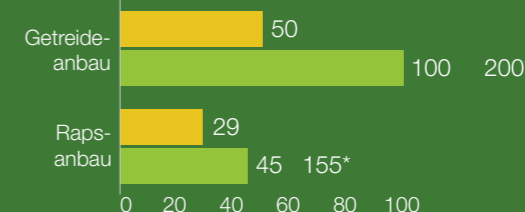
Lesebeispiel: top agrar erreicht in Nord-Deutschland 80% der Betriebe mit 50 ha LF und mehr.



Quellen: agrIMA 2019

DLG. MITTEILUNGEN Leserstruktur

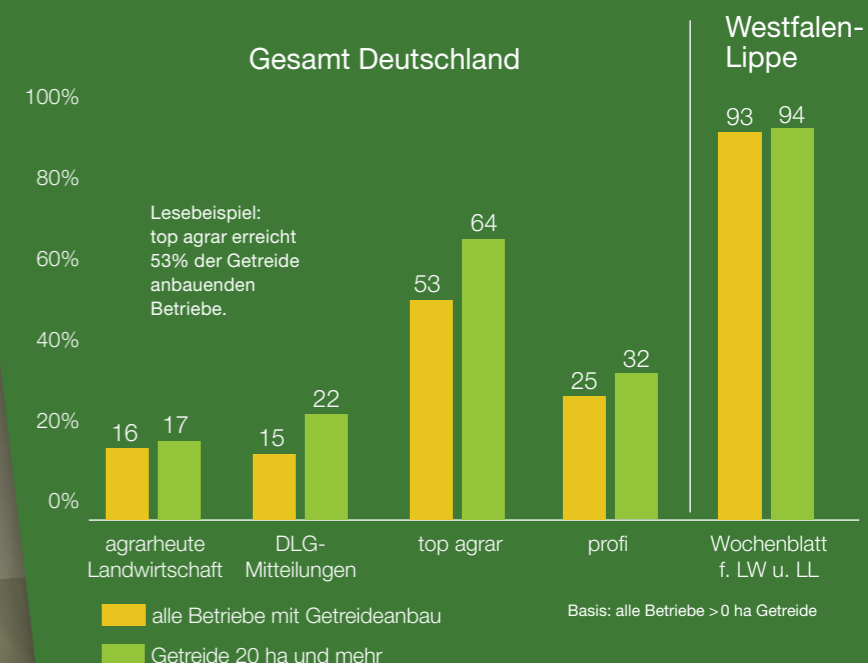
Ø Anbaufläche in ha



Lesebeispiel: Die Leser der DLG-Mitteilungen bewirtschaften durchschnittlich 100 ha Getreideanbaufläche.

*Index (Gesamt = 100)

Reichweiten bei Getreide anbauenden Betrieben (WTK)



→ Beim Ackerland ist Getreide zur Körnergewinnung mit 52% die wichtigste Anbaukultur, gefolgt von Pflanzen zur Grünernte (24%) und Ölfrüchten zur Körnergewinnung (11%). Weizen spielt als Einzelkultur die Hauptrolle: 3,04 Mio. ha wurden davon laut Bodennutzungshaupterhebung 2018 angebaut. Dicht gefolgt von Mais mit 2,61 Mio. ha und Gerste mit 1,66 Mio. ha. Mais findet sich insbesondere in den Veredelungs- und Futterbauregionen Niedersachsens, Nordrhein-Westfalens und Bayerns. Auch Raps als Öllieferant und Energiepflanze ist von großer Bedeutung. Die Anbaufläche von Winterraps betrug 2018 1,22 Mio. ha. Vor allem in Schleswig-Holstein und den neuen

Bundesländern wird diese Frucht großflächig angebaut. Hackfrüchte wie Zuckerrüben und Kartoffeln stellen besondere Ansprüche an ihre Standorte. Die Hauptanbauregionen für 414.000 ha Zuckerrüben und 252.000 ha Kartoffeln lagen auch 2018 in Niedersachsen, im Rheinland und in Bayern.

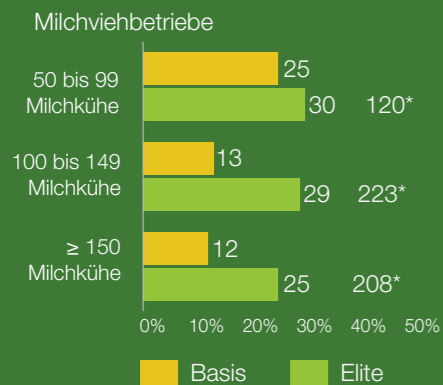
Ackerbauern werden in den kommenden Jahren mit Unsicherheiten wie stärkeren Klimaschwankungen, mehr Auflagen und Dokumentationspflichten sowie weniger Dünge- und Pflanzenschutzmitteln zurecht kommen müssen. Aufgabe der Fachmedien ist es, den Landwirten das Know-how für die gewachsenen Anforderungen bereitzustellen.

Starke Fachmedien machen Ackerbauern fit für eine erfolgreiche Zukunft.

→ In Deutschland betreiben rund 140.000 Betriebe Rinderhaltung mit über 12 Millionen Tieren, etwa 63.000 Landwirte halten Milchvieh. Aufgrund verschiedener Einflussgrößen – wie etwa dem Auslaufen der Milchquote – sind die Gesamtzahlen in den vergangenen Jahren leicht rückläufig, und daher lohnt sich der Blick in die Strukturen. So hat die Zahl der Milchviehbetriebe mit 50 und mehr Kühen in den letzten Jahren bundesweit stabile bis sogar leicht positive Tendenzen – speziell bei größeren Beständen ab 100 Kühen. Deren Betriebsleiter wirtschaften zunehmend kapitalintensiver und benötigen daher beste Fachinformationen. Diesem Bedarf steht eine größere Auswahl an Publikationen gegenüber, die sich jedoch in Reichweiten- und Wirtschaftlichkeitswerten durchaus unterscheiden. Mediaplanung ist in diesem Segment daher eine besonders interessante Aufgabe.

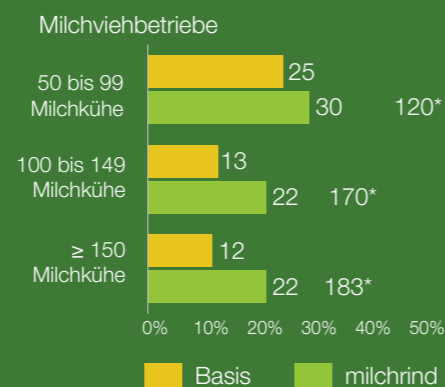
50 % der Milcherzeuger halten je 50 und mehr Kühe.

Elite Leserstruktur



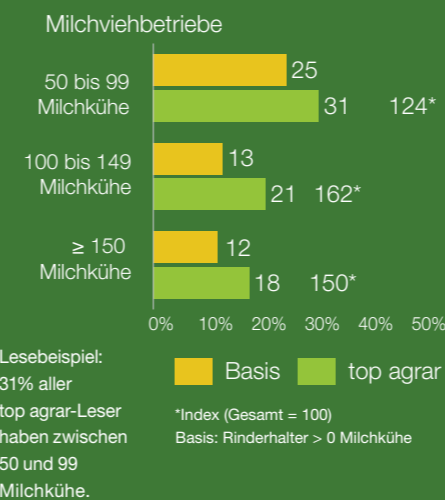
Lesebeispiel: 25% aller Elite-Leser haben 150 Milchkühe und mehr.

milchrind Leserstruktur



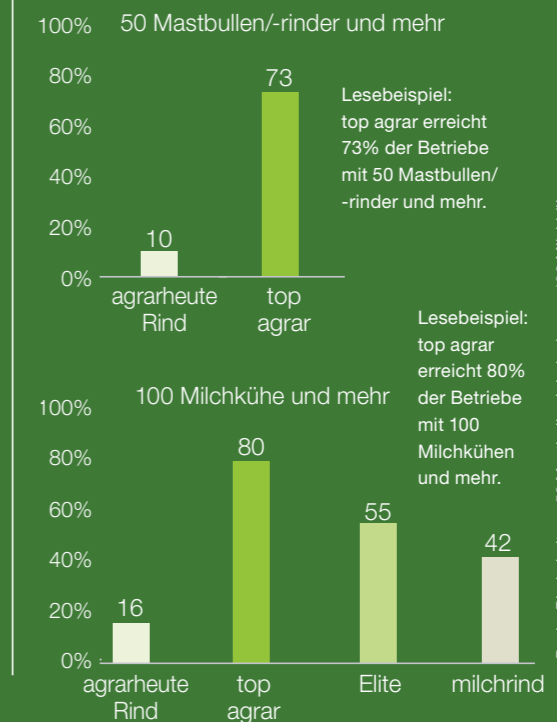
Lesebeispiel: 22% aller milchrind-Leser haben zwischen 100 und 149 Milchkühe.

top agrar Leserstruktur



Lesebeispiel: 31% aller top agrar-Leser haben zwischen 50 und 99 Milchkühe.

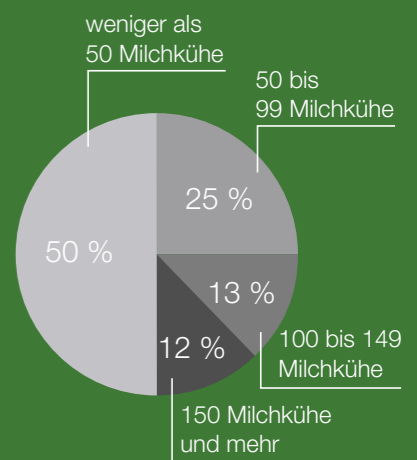
Reichweiten bei Rinderhaltern (WTK)



Lesebeispiel: top agrar erreicht 73% der Betriebe mit 50 Mastbullen/-rinder und mehr.

Lesebeispiel: top agrar erreicht 80% der Betriebe mit 100 Milchkühen und mehr.

Milchviehbetriebe nach Bestandsgrößen

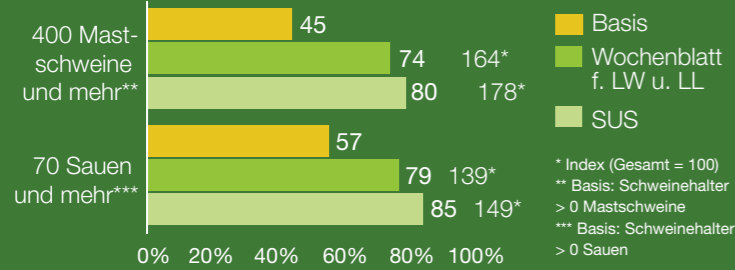


Lesebeispiel: 50% der Milchkuhhalter haben mehr als 50 Milchkühe.

Basis: Rinderhalter > 0 Milchkühe

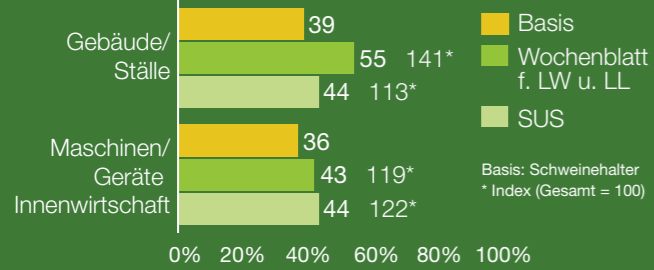
Wochenblatt SUS
Leserstruktur

Schweinebestand



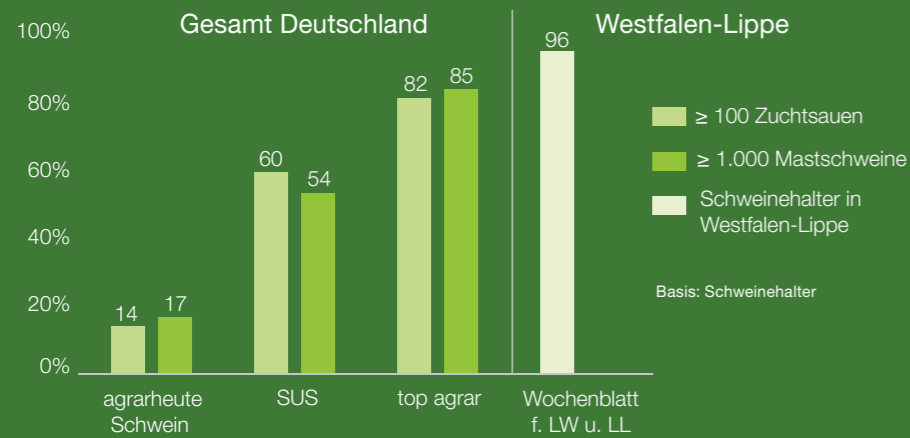
Lesebeispiel: 80% der Mastschweinehalter unter den SuS-Lesern haben mindestens 400 Mastschweine.

Geplante Investitionen in den nächsten 2 Jahren



Lesebeispiel: 55% der Leser des Wochenblattes für Landwirtschaft und Landleben planen in den nächsten 1 bis 2 Jahren in Gebäude/Ställe zu investieren.

Reichweiten bei Betrieben mit Schweinehaltung (WTK)



Lesebeispiel: top agrar erreicht 82% der Betriebe mit 100 Sauen und mehr. Das Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben erreicht 96% der Schweinehalter in Westfalen-Lippe.

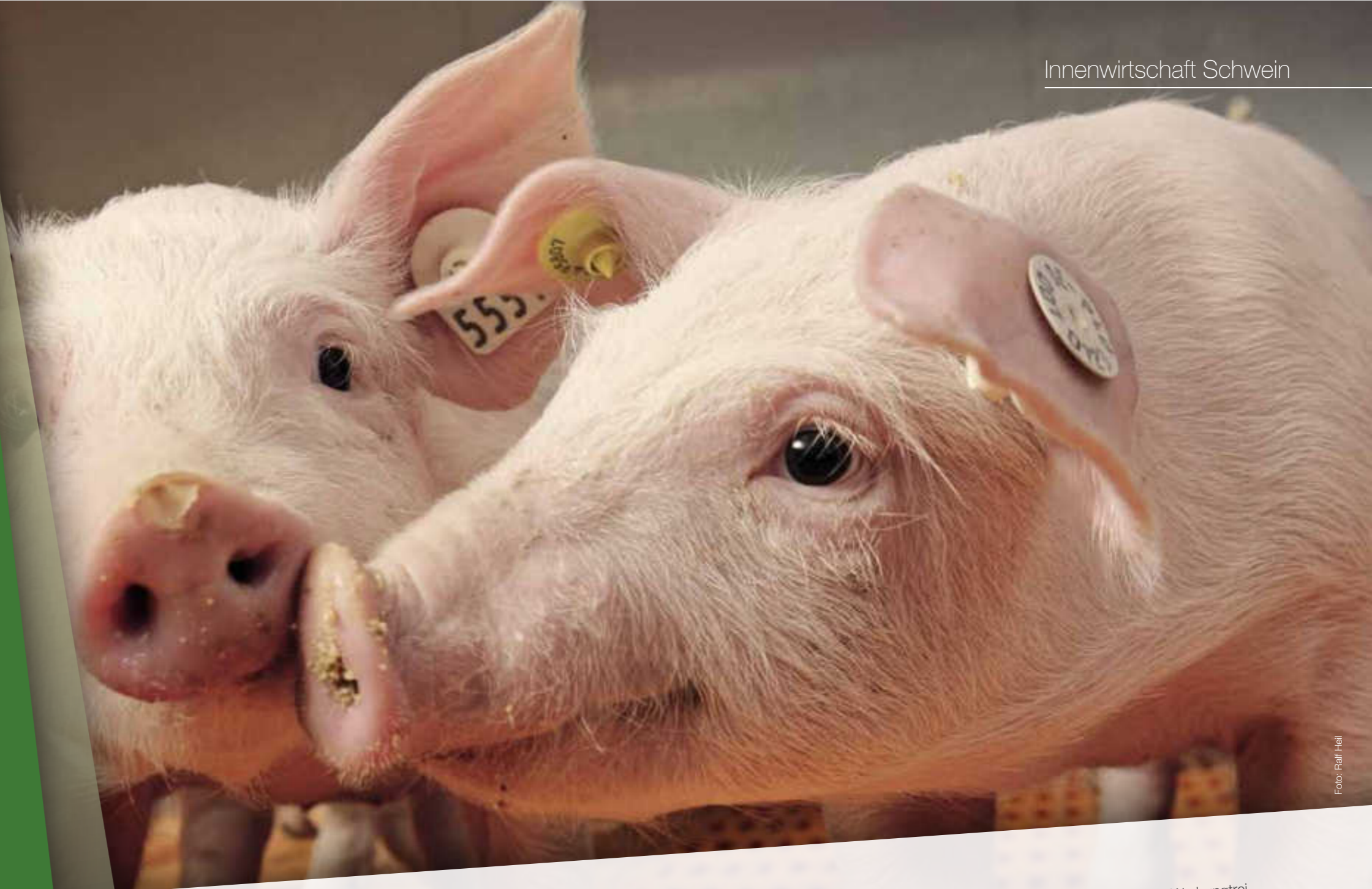


Foto: Ralf Heil

→ Die Schweinehaltung, speziell die Sauenhaltung, ist eine anspruchsvolle Produktionsrichtung und bedarf ausgefeilter Stall-, Fütterungs- und Produktionstechnik. Neben den Aspekten zu Betriebsführung, Produktionstechnik und Vermarktung erweitern zunehmend gesellschaftliche Debatten, etwa um Nährstoffbilanzen, Tierwohl oder Verzehrgeohnheiten den Themenkanon, mit dem sich die Schweinehalter zu beschäftigen haben. Für diese diffizilen Anforderungen liefern – speziell am Produktionsschwerpunkt Nordwestdeutschland – regionale Publikationen wie das Wochenblatt für Landwirtschaft und Landleben, aber auch überregionale und Spezial-Fachmedien wie top agrar und SUS wertvolle Informationen

auf diversen Medienkanälen. Die Kunst für Werbungtreibende und Mediaplaner besteht darin, die zunehmend spitze Zielgruppe der Schweinehalter auf dem passenden Weg und im entscheidenden Moment mit der richtigen Information zu versorgen. Die agriMA liefert hierzu einen wichtigen Fundus an Beurteilungshilfen.

Schweinehalter haben einen speziellen Informationsbedarf.

→ Landwirtschaft ist Faszination! Dies spürt man besonders in Investitionsphasen. Egal, ob neue Produktionskapazitäten geschaffen werden, ob bestehende Anlagen saniert werden oder ob zukunftsweisende Technik angeschafft wird – jeder Investitionszeitpunkt ist ein spannender Moment. Auch für routinierte Betriebsleiter. Die zukunftsorientierten Landwirte investieren gerne. Sie wollen mit modernster Technik und aktuellen Produktionsverfahren weiterhin die Nase vorn haben. Ziel ist, gemeinsam mit dem vorgelagerten Bereich und der Ernährungsindustrie, gesunde, bezahlbare und vor allem sichere Lebensmittel zu produzieren. Die agriMA 2019 bestätigt, dass deutsche Landwirte aktuell mehr investieren wollen. Gute Zeiten also für alle Zulieferer der deutschen Landwirtschaft.

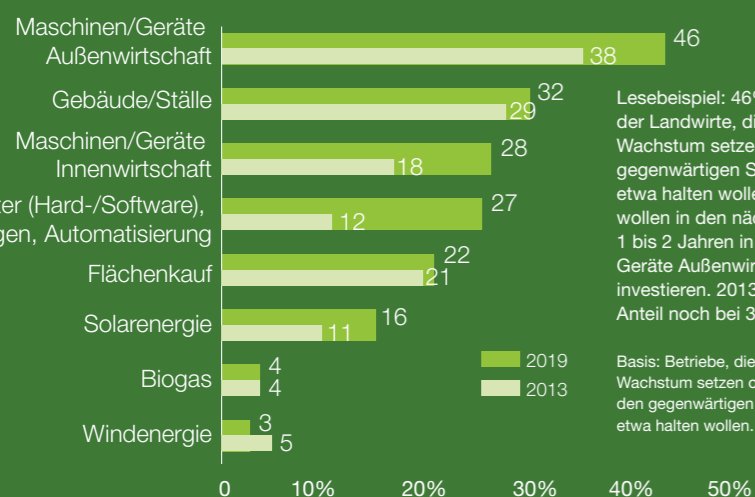


Foto: Hubert Wilmer

Die Zukunftsbetriebe wollen wieder mehr investieren.



Investitionspläne zukunftsorientierter Betriebe



Lesebeispiel: 46% der Landwirte, die auf Wachstum setzen, den gegenwärtigen Stand etwa halten wollen, wollen in den nächsten 1 bis 2 Jahren in Maschinen/Geräte Außenwirtschaft investieren. 2013 lag der Anteil noch bei 38%.

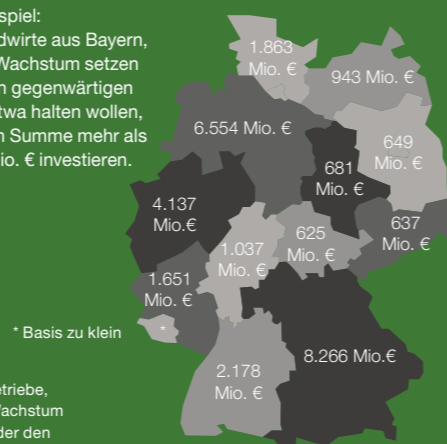
Basis: Betriebe, die auf Wachstum setzen oder den gegenwärtigen Stand etwa halten wollen.



Gesamtinvestitionssumme je Bundesland in Mio. €

Gesamt: 29 Mrd. €

Lesebeispiel: Die Landwirte aus Bayern, die auf Wachstum setzen oder den gegenwärtigen Stand etwa halten wollen, wollen in Summe mehr als 8.000 Mio. € investieren.



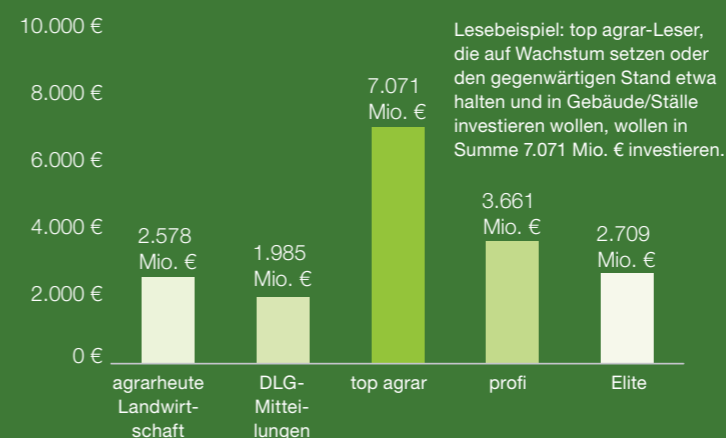
* Basis zu klein

Basis: Betriebe, die auf Wachstum setzen oder den gegenwärtigen Stand etwa halten wollen.



Investitionssumme Gebäude/Ställe in Mio. €

Gesamt: 11 Mrd. €



Lesebeispiel: top agrar-Leser, die auf Wachstum setzen oder den gegenwärtigen Stand etwa halten und in Gebäude/Ställe investieren wollen, wollen in Summe 7.071 Mio. € investieren.

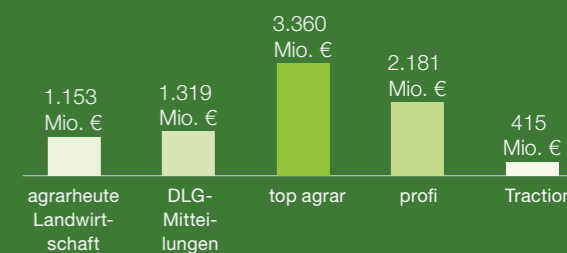
Basis: Betriebe, die auf Wachstum setzen oder den gegenwärtigen Stand etwa halten wollen und in Gebäude/Ställe investieren wollen.



Investitionssumme Maschinen/Geräte Außenwirtschaft in Mio. €

Gesamt: 5 Mrd. €

Lesebeispiel: top agrar-Leser, die auf Wachstum setzen oder den gegenwärtigen Stand etwa halten und in Maschinen/Geräte Außenwirtschaft investieren wollen, wollen in Summe 3.360 Mio. € investieren.



Basis: Betriebe, die auf Wachstum setzen oder den gegenwärtigen Stand etwa halten wollen und in Maschinen / Geräte Außenwirtschaft investieren wollen.

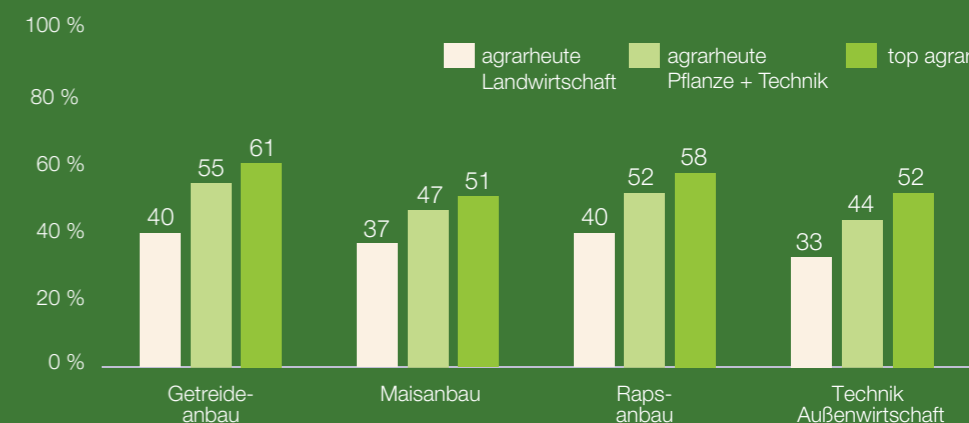
Quellen: agriMA 2019, agriMa 2013

→ Die Wertschätzung der Fachmedien hängt entscheidend vom vermittelten Nutzen ab. Themenauswahl sowie Menge und Qualität zur richtigen Zeit auf dem passenden Kanal machen also den Unterschied. Das gilt dann auch für das Umfeld Ihrer Werbung: Je kompetenter und praxisnäher die Redaktionen die relevanten Themen aufarbeiten, desto intensiver werden die Quellen genutzt. Und desto bessere Beachtung wird auch Ihrer Werbung darin zuteil. Die Kontaktqualität ist somit eine unmittelbare Folge der redaktionellen Kompetenz.

Kompetenz macht
den Unterschied.



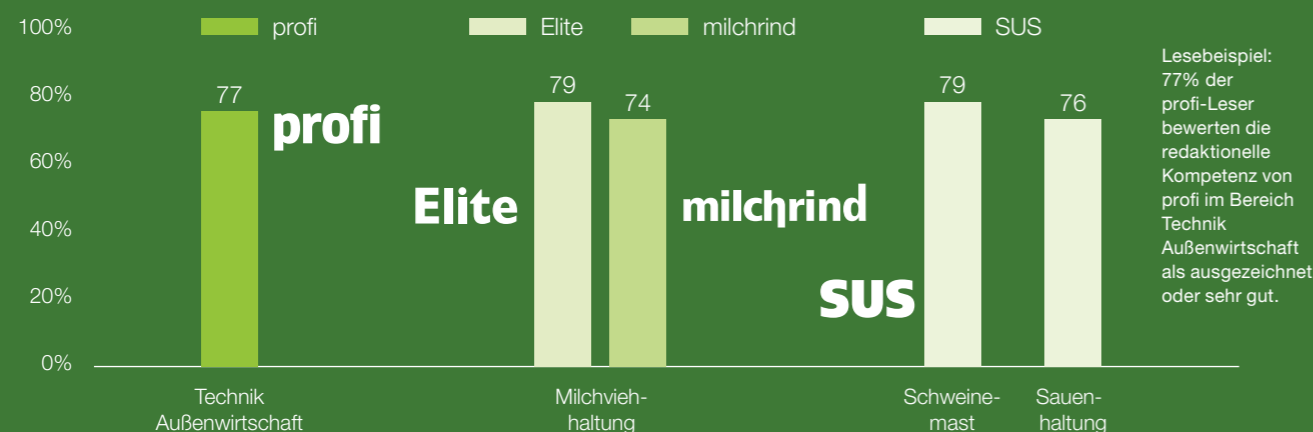
Redaktionelle Kompetenz von top agrar, agrarheute Landwirtschaft und agrarheute Pflanze + Technik ausgezeichnet/sehr gut



Basis: Leser der jeweiligen Magazine (> 0 ha Getreide, Mais und Raps)



Redaktionelle Kompetenzen
ausgezeichnet/sehr gut



Basis: alle Betriebe und profi-Leser

Basis: Rinderhalter und Elite/milchrind Leser

Basis: Schweinehalter und SUS-Leser