



Frage des Monats

Öffentlichkeitsarbeit: „Reden ist Gold“



© Roland Krieg

Köln, Mai 2019 - Kaum ein anderer Berufszweig steht so im öffentlichen Licht, wie der des Landwirts. Öffentlichkeitsarbeit ist ein wichtiges Element für Marketing und Image, zumal Städter kaum noch eine reale Vorstellung haben wie eine moderne Landwirtschaft funktioniert. Im Gegenteil, Begriffe wie Massentierhaltung, Monokulturen, Emissionen und Überdüngung stellen Landwirten immer wieder an den Pranger und vor kommunikative Herausforderungen. Erst wenn Städter Landwirte persönlich kennen lernen, werden die Bilder differenzierter und das Image über den Beruf freundlicher. In den letzten Jahren hat die Öffentlichkeitsarbeit in der gesamten Branche zugenommen. Auch Landwirte selbst informieren über ihre Tätigkeiten und erklären Zusammenhänge.

Der Pflanzenschutzspezialist ADAMA aus Köln hat bei Landwirten im Mai 2019 über die Agentur *agri Experts* des Deutschen Landwirtschaftsverlages einmal nachgefragt, welche Öffentlichkeitsarbeit die Landwirte selbst machen. Das Ergebnis ist nicht nur äußerst vielfältig, sondern auch im Umfang überraschend. 38 Prozent von 194 teilnehmenden Landwirten bürden sich neben der beruflichen Tätigkeit noch die Zeit für Kommunikation mit Verbrauchern auf.

„Reden ist in unserem Job mehr als Gold wert und deshalb spreche ich die Leute direkt an und erkläre ihnen auch sehr gerne, was ich dort mache.“ Diese Aussage



eines Landwirts steht stellvertretend für die vielen anderen, die den Spaß an ihrem Beruf gerne übermitteln. Die sozialen Medien stehen dabei gar nicht im Vordergrund. Lediglich 13 der teilnehmenden Landwirte sind im Internet unterwegs, einer macht sich mit Videoaufzeichnungen auch besonders viel Mühe. 24 Landwirte lieben die direkte Kommunikation mit Verbrauchern. Sei es, weil sie stadtnah wirtschaften oder auch nur vereinzelt von Spaziergängern angesprochen werden. Ein Landwirt hat dadurch angefangen, nach Anmeldung auch Stallführungen anzubieten.

Landwirte mit Direktvermarktung haben es einfacher mit ihren Kunden in den direkten Kontakt zu treten - elf stellen an Tagen des offenen Hofes, zu Weidefesten oder zum Erntebeginn Tische und Stühle heraus und nehmen sich für Fragen Zeit. Drei weitere haben ihren Hof zum „Lernort Bauernhof“ weiterentwickelt und bekommen von Kindergärten und Schulen Besuch.

Nicht alles zahlt sich aus. Ein Landwirt berichtet, dass ein beworbenes Diskussionsangebot in der Vergangenheit „zu keiner Resonanz geführt“ hat. „Daher nehmen wir von gezielten Angeboten Abstand.“

Denn: Öffentlichkeitsarbeit kostet Zeit. Doch selbst, wer die nicht hat, stellt zumindest bei den zahlreichen Umweltprogrammen wie Blühstreifen oder Honigbrache Informationsschilder (wie z.B. bei der Aktion Schau ins Feld!) auf. Dieses Angebot nutzen 25 der befragten Landwirte.

Über ADAMA Deutschland GmbH

ADAMA Deutschland GmbH, ist seit Juni 2002 ein Unternehmen der ADAMA Agricultural Solutions Ltd. und wurde als Feinchemie Schwebda GmbH (FCS) 1983 gegründet. Sie befasst sich mit der Entwicklung, Registrierung und dem Vertrieb von Pflanzenschutzmitteln in Deutschland, in Österreich und in der Schweiz und rangiert damit an vierter Stelle der deutschen Pflanzenschutzmittel-Industrie. Das Unternehmen liefert effiziente Pflanzenschutz-Lösungen an Landwirte unter Einbeziehung der gesamten Wertschöpfungskette in der Landwirtschaft. Es zeichnet sich durch seine langjährige Innovationskraft, einen auf den Landwirt ausgerichteten Ansatz bei der Produktentwicklung und das Einhalten strikter Standards im Umweltschutz sowie in der Qualitätskontrolle aus. Weitere Informationen erhalten sie unter: www.adama.com/de.

Kontakt:

Dr. Grit Lezovic
ADAMA Deutschland GmbH
Edmund-Rumpler-Str. 6
51149 Köln
grit.lezovic@adama.com
+49 2203 5039-414