

Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung



Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

Dipl.-Kffr. Martina Selzer
Selzer Konzepte
Büro für Kommunikation
Schulstraße 43
36208 Wildeck-Hönebach



Schwerpunkte: regionale
Entwicklung, Dienstleistungsmanagement, Umweltökonomie
3 Mitarbeiterinnen

Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

Gliederung

1. Einführung Ursachen der Entfremdung von der Bevölkerung
2. Konfliktfelder
3. Landwirt regional verankert
4. Neue Kommunikation, verändertes Marketing
5. Natürliche Partner
6. Es lohnt sich!

Landwirtschaftliche Betriebe – Ursachen der Entfremdung



Land Hessen	2,11 Mio ha
Landwirtsch. Fläche	890.000 ha
Anteil an Gesamtfläche	42 %
Waldfläche	40 %

Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

Selbstdarstellung landwirtschaftlicher Betriebe – warum notwendig?



Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung
LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

Landwirtschaftliche Betriebe – Ursachen der Entfremdung

Jahr	1950	2009
Erwerbstätige in der hess. Landwirtschaft	469.000	34.580
In %	23,8	1,2

**1 Person
bewirtschaftet
durchschnittlich**

25 ha



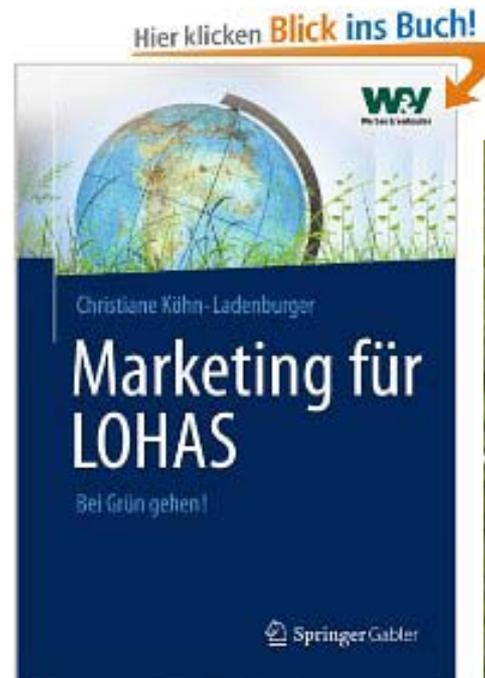
Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

Betroffene: Nachbarn ...

**AUF MUH UND MUH
MIT DEN NACHBARN.**

...und
Konsumenten



Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

Konflikte mit Nachbarn

- Starke Beanspruchung von Wegen und Straßen
 - Folgeschäden durch Überbreite
- Konflikte mit touristischer Nutzung
 - Z. B. Radwege
- Emissionen
 - Geruch (Stall, Gülle)
 - Schmutz auf der Straße
 - Geräusch (Abend und Wochenende)
- Gemüseacker = SB-Markt ohne Kasse?



- Teilursache: Falsches Bild aus der Lebensmittelwerbung
- Der Verbraucher möchte

Einfluss nehmen auf die Produktion:

- ökonomisch (viel für wenig Geld)
- ökologisch (hohe Qualität, keine Chemie)
- ethisch (Tierhaltung)



Eierlegende Wollmilchsau aus dem Streichelzoo?

Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung



- ertschätzung
für

- ualitätsbewusstsein

rodukt erhöhen

Neue Kommunikationsmöglichkeiten

-
-
-



Vertrauen Sie unserem
familiengeführten Traditionsbetrieb



Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

Neue Kommunikationsmöglichkeiten

- Umweltbildung, z. B. „auernhof als Klassenzimmer“



Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

Neue Kommunikationsmöglichkeiten



Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung
LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

Verändertes Marketing



Verändertes Marketing

- lokale Lobbyverbände



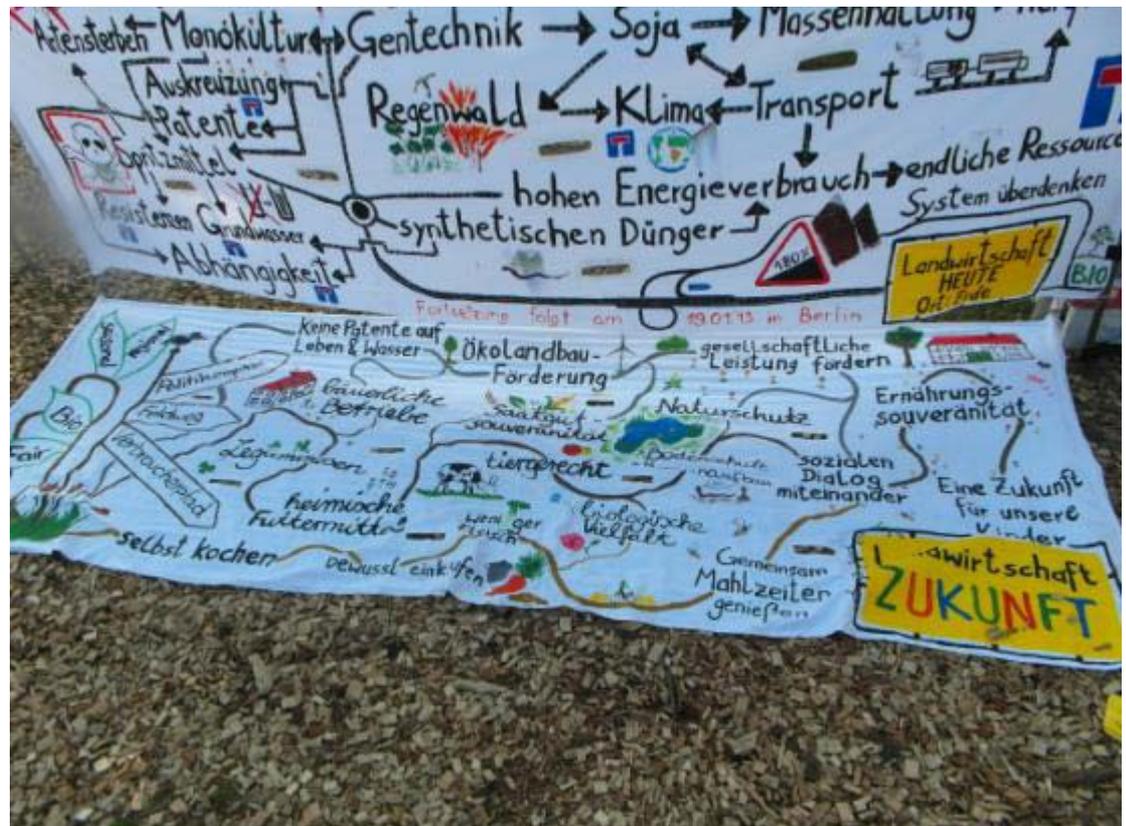
- Fleischvermarktung gemeinsam mit Fleischerei –
- Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft – Elbe-Übe



Landwirtschaftliche Betriebe – positives Image durch regionale Verankerung

LLH Eichhof, Bad Hersfeld, 10.12.2013

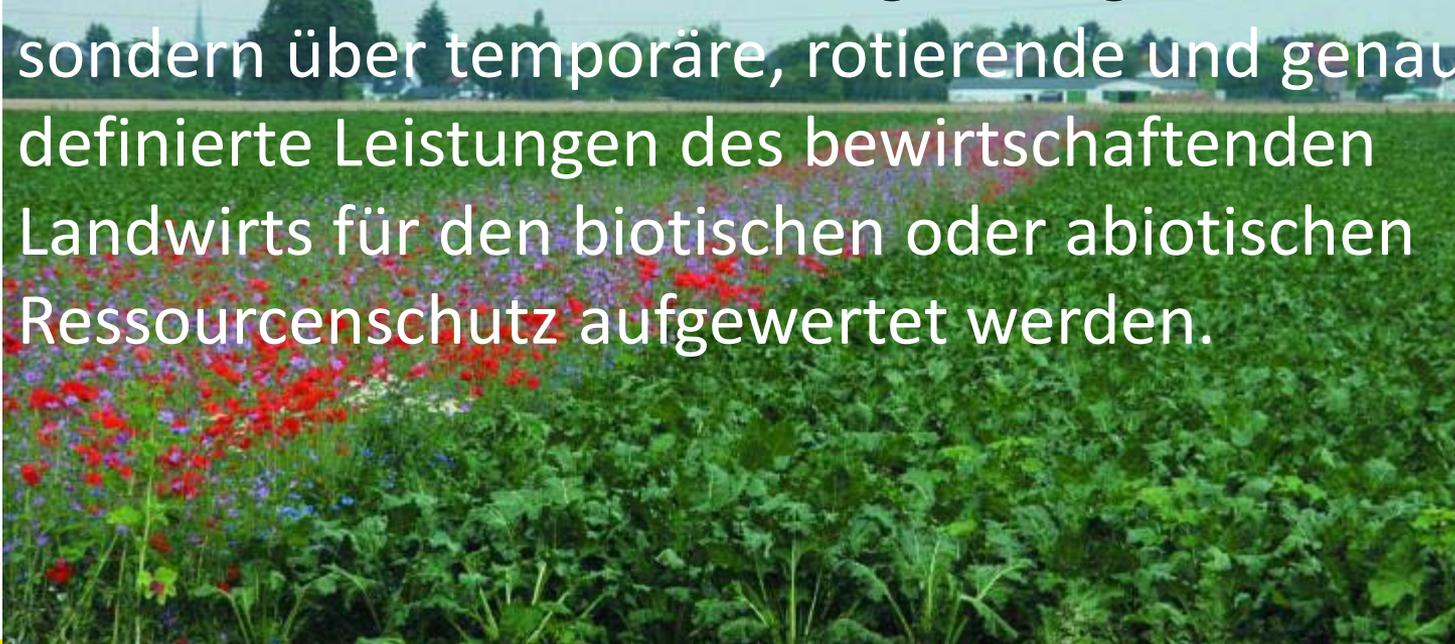
Verändertes Marketing, neue Kommunikation:



Landwirtschaft und Naturschutz - Partner: Die Kommunen!

Produktionsintegrierte Kompensation (PIK):

Ersatzmaßnahmen auf Flächen, die nicht der landwirtschaftlichen Nutzung entzogen werden, sondern über temporäre, rotierende und genau definierte Leistungen des bewirtschaftenden Landwirts für den biotischen oder abiotischen Ressourcenschutz aufgewertet werden.



Landwirtschaft und Naturschutz - Partner: Die Kommunen!

577 Mio. Euro für Agrarumweltmaßnahmen
in D 2010

Ökoagentur der
HLG



Es lohnt sich!

Wohlfühlen und Verständnis der Bevölkerung ist
Ihr Kapital...



Darum ist Öffentlichkeitsarbeit wichtig -
gerade als konventionell arbeitender Betrieb!

„ ... die Anwendung verfügbaren Wissens auf Fragen der ökologischen, ökonomischen oder sozialen Nachhaltigkeit sowohl bei der landwirtschaftlichen Produktion als auch nachfolgenden Verarbeitung, die in sicheren und gesunden Lebensmitteln und anderen landwirtschaftlichen Erzeugnissen resultiert.“

FAO (Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen)