

Verbraucher als „Kunden der Landwirtschaft“ begreifen

Tierhalter diskutierten Kommunikationsarbeit auf dem DBV-Veredlungstag

(Berlin/Coesfeld, 27. September 2019) **Wie sehr sich Landwirte für das Tierwohl engagieren, wurde auf dem DBV-Veredlungstag im westfälischen Coesfeld deutlich. Mit der „Initiative Tierwohl“ und dem Projekt „EinSichten in die Tierhaltung“ sorgen sie für mehr Tierwohl und Transparenz in der Nutztierhaltung. Gleichwohl erreichen diese Aktivitäten nicht immer das Interesse breiter Verbraucherkreise. Wie diese Situation verbessert werden kann, war Thema einer Podiumsdiskussion, die der i.m.a e.V. anlässlich des Veredlungstags organisiert hatte.**

Neben Diskussionen über eine Neuausrichtung der Tierhaltung in Deutschland und wie eine nationale Nutztierstrategie aussehen könnte, wurde auf dem DBV-Veredlungstag über praktische Fragen der betäubungslosen Ferkelkastration und die Entwicklung der Gestaltung von Schweineställen in der Zukunft gesprochen. Die i.m.a-Podiumsdiskussion thematisierte schließlich Fragen zu einer wirkungsvollen Kommunikation der verschiedenen Verbesserungen in der Nutztierhaltung.

Tierhalterin Gabriele Mörixmann, in der Branche durch ihren „Aktivstall für Schweine“ bekannt, plädierte dafür, die Verbraucher als Kunden zu verstehen und auch so zu bezeichnen. Diese Perspektive könne bei den Tierhaltern zu einem positiveren Selbstverständnis ihrer Arbeit beitragen und damit eine bessere Basis für den kritischen Dialog bieten. Für Christoph Becker, dessen Tierhaltung mit dem Innovationspreis der Initiative Tierwohl prämiert wurde, hat neben der Kommunikationsarbeit in den sozialen Medien vor allem die Akzeptanz seiner Arbeit in der unmittelbaren Nachbarschaft große Bedeutung. Becker plädierte für eine transparente Darstellung der Tierhaltung und den offenen Umgang mit Fehlern. Für Olaf Hermann vom Forum Moderne Landwirtschaft steht die Kommunikationsarbeit mit der großstädtischen Bevölkerung über das Internet im Mittelpunkt. Hermann warb bei den Tagungsteilnehmern jedoch auch dafür, sich als „Agrar-Scouts“ an der direkten Kommunikation in den Städten zu beteiligen. Über Tierwohl lasse sich auch abseits von Ställen kommunizieren und Landwirte seien dafür die authentischsten Kommunikatoren.

Die verschiedenen Kommunikationsangebote sind im landwirtschaftlichen Berufsstand akzeptiert und anerkannt. Gleichwohl suchen Tierhalter immer wieder nach neuen Anregungen für den Dialog mit Verbrauchern. „Auch deshalb nehmen wir an Veranstaltungen wie dem DBV-Veredlungstag, an Messen und anderen Tagungen teil“, erläutert i.m.a-Geschäftsführer Patrik Simon. „Hier können wir einerseits auf unsere Materialien aufmerksam machen und zur Beteiligung an Projekten wie „EinSichten in die Tierhaltung“ einladen. Andererseits nehmen wir aus Gesprächen mit Landwirten und insbesondere mit Tierhaltern viele Anregungen für die strategische Ausrichtung unserer Arbeit mit.“

Über den i.m.a e.V.:

Als gemeinnütziger Verein informieren wir über die Arbeits- und Lebensbedingungen der Menschen, die in der Landwirtschaft tätig sind, und über die Bedeutung der Landwirtschaft für die Gesellschaft. Weil immer mehr Menschen immer seltener Gelegenheit haben, sich selbst ein reales Bild von der Landwirtschaft zu machen, kommt es insbesondere darauf an, bereits Kindern und Jugendlichen durch die Bereitstellung von Lehrmaterialien und mit Hilfe von Pädagogen Einblicke in die heutige Welt der Landwirtschaft zu vermitteln. Die i.m.a-Arbeit wird von den deutschen Bäuerinnen und Bauern getragen und von der Landwirtschaftlichen Rentenbank finanziell gefördert.

Kontakt:

i.m.a – information.medien.agrar e.V.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Bernd Schwintowski

☎ (030) 8105602-0 📠 (030) 8105602-15 ✉ presse@ima-agrar.de 📍 Wilhelmsaue 37 – 10713 Berlin
www.ima-agrar.de