Jahresrückblick 2025

GEMEINSAM STARK!

Unsere Bayerischen Bauern

Jetzt mehr erfahren:
unsere-bauern.de

LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER,

Kriege und Krisen, wirtschaftliche Unsicherheit, steigende Preise – das vergangene Jahr hat uns alle gefordert, landwirtschaftliche Betriebe ebenso wie Konsumentinnen und Konsumenten. In Zeiten wie diesen zeigt sich, wie wichtig verlässliche Netzwerke und Partnerschaften sind. Gemeinsam stark – das war auch 2025 mehr als ein Motto für uns. Es war und bleibt unser Arbeitsprinzip.

Gemeinsam stark bedeutet für uns: gemeinsam für Bayerns Landwirtschaft begeistern. Mit Genuss-Themen, die Kopf und Bauch gleichermaßen ansprechen. So zeigen zum Beispiel unsere Fernsehserien „Bayerische Landfrauen kochen auf“ und „Lucki kocht“, wie viel Qualität und Verantwortung in heimischen Erzeugnissen stecken. Möglich wurde all das nur durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Mitgliedern, Partnern und Persönlichkeiten wie Lucki Maurer, die ihre Kompetenz in den Dienst unserer Sache stellen.

Gemeinsam stark heißt für uns auch: gemeinsam Kritik entgegentreten. Mit Formaten wie „Fleischi entdeckt“ haben wir heiß diskutierte Themen beleuchtet, von Schweinehaltung bis Düngung. Experten aus Theorie und Praxis haben uns mit Wissen versorgt, vor der Kamera Gesicht gezeigt und Vertrauen geschaffen. Denn Glaubwürdigkeit entsteht, wenn man sich der Diskussion stellt – gemeinsam.

Gemeinsam stark – das waren wir auch dank des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus. Mit Mitteln aus dem Zukunftsvertrag konnten wir wichtige Projekte umsetzen.

Gemeinsam stark – das bleibt unser Prinzip. Für noch mehr Wertschätzung und eine Landwirtschaft mit Zukunft.

Ich danke allen Mitgliedern, Sponsoren, Partnern und Förderern, die uns 2025 unterstützt und gestärkt haben.

Herzliche Grüße

Ihre Eva-Maria Haas
Geschäftsführerin
Unsere Bayerischen Bauern e. V.

Warum wir tun, was wir tun, zeigt dieser Film

„Ohne unsere Landwirtschaft wäre Bayern nicht das Land, das wir kennen und lieben. Das haben wir auch in diesem Jahr Millionen Menschen gezeigt. Herzlichen Dank an alle, die uns dabei unterstützt haben.“

LANDWIRTSCHAFTSMINISTERIUM FÖRDERTE UBB-MASSNAHMEN

Premiere für „Unsere Bayerischen Bauern“: In diesem Jahr setzten wir erstmals Projekte um, die aus Mitteln des neuen Zukunftsvertrags gefördert wurden. Der Zukunftsvertrag – geschlossen zwischen der Bayerischen Staatsregierung und dem Bayerischen Bauernverband – soll mit konkreten Maßnahmen die Land- und Ernährungswirtschaft im Freistaat stärken und zukunftsfähig machen.

Unser Verein erhielt Fördermittel in Höhe von 966.484 € für 2024/2025, unter anderem für vier neue Folgen unserer YouTube-Serie „Fleischi entdeckt“, für einen mobilen Info-Anhänger, für Werbeflächenbuchungen sowie für einen Streaming-Werbespot. All diese Maßnahmen tragen dazu bei, das Image heimischer Erzeugung zu stärken und die Bevölkerung aufzuklären.

Scheckübergabe Zukunftsvertrag: (v. l. n. r.) Christine Singer (BBV-Landesbäuerin), Günther Felßner (BBV-Präsident), Michaela Kaniber (Bay. Landwirtschaftsministerin), Eva-Maria Haas (UBB)

Das gute Miteinander von Ministerium und UBB zeigte erneut, dass wir dieselbe Überzeugung teilen. Staatsministerin Michaela Kaniber brachte es auf den Punkt: „Bayerns Landwirtschaft ist die Grundlage unserer Ernährung, Fundament unseres Wohlstands und die Schönheit unserer Heimat.“

„GENUSSKISTERL“ BRINGT REGIONALE VIELFALT AUF DIE STRASSE

Unser „Genusskisterl“ im Einsatz beim 50-jährigen Jubiläum des Landmaschinenherstellers Fliegl mit über 18.000 Besucherinnen und Besuchern

Wie schmeckt Bayern? Das erfahren Verbraucherinnen und Verbraucher seit Mai 2025 mit Hilfe des „Genusskisterls“ von UBB. Der mobile Infoanhänger tourte zunächst durch Oberbayern und Schwaben, seit Juli ist er in ganz Bayern unterwegs. An Bord: eine kleine Küche, regionale Zutaten und jede Menge Wissen. Besucherinnen und Besucher können köstliche Probiergerichte genießen – etwa Brezen-Wurstsalat, Allgäuer Kässpatzen, Hackfleisch-Gemüsesuppe, Apfelkuchen oder Almnussen – und dabei erfahren, wie bayerische Lebensmittel erzeugt werden und warum regionale Herkunft zählt.

Infoanhänger buchen

Das „Genusskisterl“ kann für Verbraucherveranstaltungen gebucht werden. Die Koordination liegt bei der BBV-Hauptgeschäftsstelle Augsburg. Anfragen an: **genusskisterl@bayerischer bauernverband.de**

Möglich wurde das Projekt durch die finanzielle Förderung aus dem Zukunftsvertrag des Bayerischen Landwirtschaftsministeriums. Neben dem Anhänger gehören auch ein Pavillon und das beliebte Wissensrad zur Ausstattung, das auf Veranstaltungen regelmäßig für Andrang sorgt. Betreut wird das „Genusskisterl“ von UBB und den Landfrauen im Bayerischen Bauernverband – glaubwürdige Botschafterinnen, die Landwirtschaft erlebbar machen.

Ob auf dem Zamanand Festival oder der Bauernmarktmeile in München, beim 50-jährigen Jubiläum von Fliegl oder auf dem Nachhaltigkeitsfest der Stadt Gersthofen: Das „Genusskisterl“ zieht Publikum an. Besonders beliebt sind auch die Flyer, die UBB mit dem Expertenwissen seiner Mitglieder konzipiert und umgesetzt hat. Sie werden am „Genusskisterl“ verteilt, bieten Rezepte zum Nachkochen und liefern Hintergrundwissen zu den verwendeten Zutaten. So bleiben Genuss und Aufklärung nicht auf das Event beschränkt, sondern hinterlassen einen bleibenden Eindruck.

ZAHLEN, DIE ÜBERZEUGEN

RUND 140 MIO. KONTAKTE ÜBER ALLE KANÄLE*

*Auswertungszeitraum Januar bis Oktober 2025

Website: Herzstück der Kommunikation

Unsere Website bleibt mit rund 700.000 Seitenaufrufen (Vergleichszeitraum 2024: 500.000) eine Top-Adresse für landwirtschaftliche Themen. Kontinuierliche Suchmaschinenoptimierung zahlt sich aus: Wir ranken mit 4.300 Keywords auf Seite eins bei Google und die Verweildauer liegt mit 1,52 Minuten über dem Durchschnitt. Seit Vereinsgründung besuchten mehr als 2,6 Millionen unterschiedliche Menschen unsere Seite.

Facebook: Zentrum des Austauschs

Facebook bleibt mit über 95.000 Followern und rund 24 Millionen Impressionen unsere reichweitenstärkste Plattform für den direkten Dialog. Hier diskutieren wir mit unserer Community und teilen Einblicke in die Landwirtschaft. Ein Beispiel: Unser Beitrag zur Sommerhitze im Juni erzielte über 4.800 Likes, 280 Kommentare und mehr als 1.100 Klicks auf die Website.

Newsletter: immer auf dem Laufenden

Mit unserem Newsletter informieren wir mehr als 17.000 Interessierte regelmäßig über Neuigkeiten auf unseren Kanälen und aktuelle landwirtschaftliche Themen. Dass die Inhalte überzeugen, beweisen die Zahlen: Mit einer Öffnungsrate von rund 28 Prozent und einer Klickrate von bemerkenswerten 13 Prozent auf unsere Weblinks zeigt sich ein sehr hohes Nutzer-Engagement.

Instagram: Inspiration in jedem Post

Unsere Instagram-Community wächst: Mehr als 19.000 Menschen folgen uns bereits. Mit ansprechenden Fotos und authentischen Geschichten erreichten wir über 15 Millionen Impressionen, ein Plus von 43 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Besonders wertvoll: Unsere Beiträge werden nicht nur angeschaut, sondern aktiv geteilt und gespeichert.

TikTok: Plattform für junge Menschen

Seit letztem Jahr haben wir uns auf der Plattform TikTok etabliert, um eine jüngere Zielgruppe zu erreichen. Besonders erfolgreich waren die Rezepte mit regionalen Zutaten von Promikoch Lucki Maurer. Das erfolgreichste dieser Videos generierte organisch, ohne jegliche Werbeausgaben, beeindruckende 131.000 Aufrufe.

Außenwerbung: Plakate mit Wirkung

Neben unseren digitalen Kanälen setzen wir auch auf klassische Außenwerbung. Zehn Kampagnenmotive erinnern an aufmerksamkeitsstarken Orten an gute Einkaufsvorsätze: auf Plakatwänden an Supermarktparkplätzen, auf Bussen und in U-Bahnen in mehr als 20 Städten. 2025 erreichten unsere Botschaften damit mehr als 24 Millionen Kontakte.

„FLEISCHI ENTDECKT“: NEUE FOLGEN ENTKRÄFTEN KRITIK UND VORURTEILE

Mit der YouTube-Serie „Fleischi entdeckt“ setzt unser Verein ein klares Zeichen gegen einseitige Darstellungen der Landwirtschaft im Internet. Bereits seit drei Jahren stellt Moderator Bernhard „Fleischi“ Fleischmann die Fragen, die Verbraucherinnen und Verbraucher wirklich bewegen – offen, kritisch und immer auf Augenhöhe.

In diesem Jahr haben „Unsere Bayerischen Bauern“ vier neue Folgen produziert und veröffentlicht, finanziell gefördert mit Mitteln aus dem Zukunftsvertrag des Bayerischen Landwirtschaftsministeriums.

Wir haben Themen aufgegriffen, die besonders hitzig diskutiert werden: moderne Schweinezucht und -haltung, Pflanzenschutz und Düngung, außerdem das weniger kritische Thema Kreislaufwirtschaft. Dieses birgt viel Potential, das Image der heimischen Landwirtschaft weiter zu verbessern.

„Fleischi“ besucht Betriebe, spricht mit Landwirtinnen und Landwirten sowie Fachleuten aus Wissenschaft und Praxis. Und er zeigt, wie verantwortungsvoll bayerische Landwirtschaft arbeitet – heute und für die Zukunft.

Gerade dieser enge Austausch mit Expertinnen und Experten vor und hinter der Kamera macht die Serie so authentisch und so erfolgreich. Wir sind überzeugt: Nur in enger Zusammenarbeit mit Fachleuten funktioniert moderne Wissensvermittlung – überzeugend und frei von Ideologie.

Hier geht’s zum Film

Hier geht’s zum Film

Erfolg in Zahlen

Unsere Serie „Fleischi entdeckt“ trägt wesentlich zum großen Erfolg unseres UBB-YouTube-Kanals bei. In 2025 haben Userinnen und User rund **33.000 Stunden** YouTube-Filme von „Unsere Bayerischen Bauern“ gesehen (Stand Ende Oktober).

Weitere „Fleischi“-Videos in 2025:

Düngung
(Ende November live)
Kreislaufwirtschaft
(Mitte Dezember live)

WEBSITE: MEHR INFOS ZU BAUERNMÄRKTEN UND BLAUER GOCKEL

Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher nutzen das Portal unseres Vereins, um sich über Genuss- und Erlebnisangebote in Bayern zu informieren.

Deshalb haben wir 2025 unsere Internetseiten zum Urlaub auf dem Bauernhof und zu regionalen Bauernmärkten in Bayern ausgebaut. Interessierte erfahren hier zum Beispiel, wofür der Blaue Gockel und seine neun Qualitätszeichen stehen. Und sie lernen den wichtigen Unterschied zwischen einem Wochenmarkt und einem echten Bauernmarkt kennen, bei dem mindestens 80 Prozent der angebotenen Waren aus eigener Erzeugung oder von anderen Direktvermarktern stammen müssen. In beide Seiten haben wir die praktischen Masken zur individuellen Suche von Urlaubsbauernhöfen und Bauernmärkten in Bayern integriert.

STARKES NETZWERK FÜR INTERNE KOMMUNIKATION

Landwirtschaft braucht Kommunikation. Das gilt nicht nur für den Dialog mit externen Zielgruppen, sondern auch für den internen Austausch mit der Agrarbranche.

Der Erfolg von „Unsere Bayerischen Bauern“ basiert auf echter Nähe mit unseren rund 70 Mitgliedern. Diese Nähe erlaubt es unserem Verein, Verbraucherinnen und Verbraucher mit Wissen aus erster Hand zu versorgen. Darüber hinaus tragen unsere Mitglieder dazu bei, die eigene Branche über unsere Arbeit zu informieren und Impulse weiterzugeben.

Mitgliedsorganisationen von UBB berichten auf ihren Kanälen über unsere Projekte oder stellen uns Raum dafür zur Verfügung. In so reichweitenstarken Publikationen wie Newslettern, der BBV-Zeitschrift „Exklusiv“, der ringINTERN und dem „Landwirtschaftlichen Wochenblatt“ finden sich regelmäßig Berichte über unsere Arbeit, ebenso in relevanten Fachblättern wie etwa „Schweineprofi“ oder „Teichwirt“. Was uns ebenfalls sehr freut: Unsere Mitglieder – Einzelpersonen genauso wie Organisationen und Initiativen – nutzen das Material unseres WhatsApp-Kanals, um Interessierte über unser Tun auf dem Laufenden zu halten.

Wir sagen herzlichen Dank für dieses Miteinander. Es hilft uns dabei, die Branche mitzunehmen und unser starkes Netzwerk weiter auszubauen.

Hier geht’s zu UBB auf WhatsApp

Beim „Family & Friends“-Treffen von „Unsere Bayerischen Bauern“ im Oktober in Neuburg an der Donau diskutierten Vertreterinnen und Vertreter der gesamten Agrarbranche, wie die bayerische Landwirtschaft noch sichtbarer wird und noch mehr Kräfte für die Branche gebündelt werden können.

WARUM BAYERNS LANDWIRTSCHAFT EINE STARKE STIMME BRAUCHT

Bayerns Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft prägt das Gesicht unseres Freistaats – landschaftlich, wirtschaftlich und kulturell. Doch lange fehlte eine gemeinsame Stimme, die deutlich macht, was Bäuerinnen und Bauern leisten. Nach dem Ende der CMA 2009 entstand eine Lücke, die „Unsere Bayerischen Bauern e. V.“ (UBB) im Freistaat geschlossen hat – als einzige bayernweite, branchenübergreifende Plattform für den Dialog mit Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Transparente und ehrliche Landwirtschaft statt PR-Fassade

Unser Verein steht für Transparenz statt Klischees. Er zeigt, wie moderne Landwirtschaft wirklich aussieht – ehrlich, nahbar und selbstbewusst. Keine PR-Fassade, sondern echte Geschichten von Menschen, die Verantwortung übernehmen: für Lebensmittelqualität, Tierwohl und Umwelt. Kritische Themen werden nicht ausgespart, sondern erklärt.

Mit seinen Kampagnen und Kanälen – von YouTube bis Radio, von Social Media bis Messen – erreicht UBB jährlich über 140 Millionen Kontakte. Ziel ist nicht der schnelle Effekt, sondern dauerhafte Beziehung: Vertrauen wächst, wenn Menschen immer wieder erleben, wofür Bayerns Landwirtschaft steht – für Qualität, Verlässlichkeit und Zukunft.

Getragen von der Branche – für die Branche

Der Verein wird hauptsächlich von landwirtschaftlichen Betrieben, Organisationen und Unternehmen der Branche finanziert. Zudem fördert das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus ausgewählte Kommunikationsprojekte des Vereins.

Wer den Verein unterstützt, stärkt nicht nur die Kommunikation. Er stärkt das Rückgrat Bayerns – und gibt unserer Branche Stimme und Gesicht.

UNSERE BAYERISCHEN BAUERN: DARUM SIND WIR DABEI!

„UBB verschafft der Agrarbranche mehr Wertschätzung. Davon profitieren wir alle.“

Josef Fliegl jun.,
Geschäftsführer Fliegl Agrartechnik GmbH

„Bayerns Landwirtschaft hat große Stärken. UBB sorgt dafür, dass die Menschen davon erfahren.“

Sebastian Brandmaier,
Geschäftsführer Viehvermarktungsgenossenschaft Bayern (VVG)

„Die Bevölkerung soll wissen, wie wir arbeiten. Das macht uns stark im Kampf gegen Vorurteile und Skandale.“

Herbert Mühlbauer,
Aufsichtsratsvorsitzender Vermarktungsorganisation GEO Gurken

Kurz notiert

Radiospot mit „Fleischi“

Kultmoderator Bernhard „Fleischi“ Fleischmann warb in unserem Radiospot für regionale Lebensmittel. Vom 8. bis 18. Oktober lief er auf Bayern 1, Bayern 3 und BR24, mit über 28,6 Millionen Kontakten in 64 Frequenzen ein voller Erfolg für unsere Botschaft.

Präsenz auf Live-Veranstaltungen

Als Verein waren wir 2025 bei zahlreichen Live-Veranstaltungen in Bayern vertreten. Eine tolle Möglichkeit, das Engagement bayerischer Bäuerinnen und Bauern in die Öffentlichkeit zu tragen. Highlight: Zum dritten Mal gestalteten wir bei Kustermann in München ein Show-Kochen mit regionalen Zutaten.

Neue Broschüren im Pixi-Format

Unsere Broschüren fanden auch in diesem Jahr Anklang. Mit milch.bayern rückten wir Aufläufe mit Milchprodukten in den Mittelpunkt. Auch die Zusammenarbeit mit REWE Süd ging weiter: Neben der neuen Broschüre „Burger & Wraps“, die an den Fleischtheken in Bayern auslag, legten wir auch „Wärmende Blitzgerichte“ mit vier zusätzlichen Seiten neu auf.

BILD-BEILAGE FÜR BREITES PUBLIKUM

Auch in klassischen Printmedien waren wir in diesem Jahr wieder präsent. Ob im Gourmet-Magazin „DER FEINSCHMECKER“, im Katalog „Urlaub auf dem Bauernhof“, im Reise- und Genussmagazin „Bayerns Bestes“ der Abendzeitung oder diversen Regionalzeitungen: Wir setzen auf die Glaubwürdigkeit gedruckter Magazine, um für regionale Qualität zu werben.

Ein besonderes Highlight war zum vierten Mal in Folge die Zusammenarbeit mit BILD. Wir beteiligten uns am Magazin „So schmeckt Heimat“, das der BILD-Zeitung Süd mit einer Auflage von 200.000 Exemplaren beilag. Erneut durften wir umfangreiche redaktionelle Inhalte, Bilder und Rezepte für fast alle Seiten des Heftes beisteuern, deutlich mehr als ursprünglich gebucht. Die Redaktion schätzt unsere Beiträge und verlängert die Kooperation sogar online. Eine wertvolle Anerkennung unserer Arbeit und mehr Raum für unsere Botschaften.

Ausgabe 2025 der BILD-Beilage „So schmeckt Heimat“

WERBESPOT ERSTMALS AUF STREAMING-PLATTFORMEN

Unser neuer Werbespot erreichte Millionen Menschen auf digitalen Plattformen. Zum ersten Mal schalteten wir auf ConnectedTV über Streaming-Plattformen wie Netflix, Sky, Prime Video und RTL+ und erzielten über drei Millionen Ad Impressions. Parallel generierten zwei YouTube-Kampagnen über 17 Millionen Impressionen und mehr als 10.000 neue Abonnenten. Eine beeindruckende Reichweite für unsere Botschaft in der digitalen Welt.

UBB-Werbespot wirbt für die Vielfalt der regionalen Erzeugung

JUNGE PROFIS IM DIALOG MIT BEVÖLKERUNG

Die Landwirtschaft der Zukunft zeigt sich wohl nirgendwo so deutlich wie in den Gesichtern der BBV-Feldbotschafterinnen und -Feldbotschafter. In enger Zusammenarbeit mit UBB liefern die zwölf jungen Profis Hintergrundinfos aus allen Erzeugnisbereichen der bayerischen Landwirtschaft für den Instagram-Kanal unseres Vereins. In Fotos und Videos erklären sie landwirtschaftliche Zusammenhänge oft mit aktuellen Aufhängern. Sie klären auf und schaffen Vertrauen, gerade bei der jüngeren Zielgruppe.

UBB legt großen Wert darauf, auch junge Landwirtinnen und Landwirte fit zu machen für den Dialog mit der Bevölkerung. Deshalb haben wir in diesem Jahr auch wieder einen Workshop für Studentinnen und Studenten der Höheren Landbauschule Rotthalmünster durchgeführt. Themen unter anderen: Wie sich Künstliche Intelligenz für Kommunikation nutzen lässt.

Unsere Feldbotschafterinnen und Feldbotschafter beim gemeinsamen Workshop

STARK IM TV: LANDFRAUEN UND PROMIKOCH BEGEISTERN FÜR BAYERISCHE LEBENSMITTEL

Regionale Lebensmittel, authentische Menschen und spannende Geschichten aus der Landwirtschaft – das ist das Erfolgsrezept unserer TV-Kooperationen mit „münchen.tv“ und „Niederbayern.TV“, die wir auch in diesem Jahr fortgesetzt haben.

Gemeinsam mit „münchen.tv“ bringen die Landfrauen im Bayerischen Bauernverband jeden zweiten Sonntagabend Heimatgenuss auf den Bildschirm. Die Ernährungsfachfrauen geben praktische Tipps zur Zubereitung mit regionalen Zutaten, Fachleute aus der Praxis ergänzen mit Einblicken in die Erzeugung und räumen mit Vorurteilen auf. Rund 1,3 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer verfolgen die Sendungen im Großraum München. Auch online kommt das Format bestens an: Über 37.000 Seitenaufrufe auf unseren Rezeptseiten und 7,5 Millionen Impressionen auf unseren Kanälen sprechen für sich. Deshalb hatten wir die Kooperation mit „münchen.tv“, die bis Mai 2025 lief, um ein weiteres Jahr verlängert. Und auch im kommenden Jahr soll es weitergehen.

Ebenso erfolgreich läuft unsere Serie „Lucki kocht“ mit Spitzenkoch Lucki Maurer auf „Niederbayern TV“. Der Promikoch und Rinderzüchter aus dem niederbayerischen Rattenberg steht für Qualität aus dem Freistaat – und für unsere Botschaften. Seit November 2023 erscheinen monatlich neue Folgen. Das Material nutzen wir auch auf den UBB-Kanälen YouTube, Facebook, Instagram und TikTok. Dort erzielte Lucki Maurer 2025 mehr als fünf Millionen Aufrufe. Was uns besonders freut: Lucki punktet auch bei der jungen Zielgruppe. Auf TikTok erreichen seine Rezepte ohne Media-Einsatz teilweise mehr als 100.000 Views. Auch im regionalen Fernsehen sind die zehnminütigen Folgen ein Publikumsmagnet. Zwölf neue Episoden haben wir 2025 produziert – und den Vertrag für 2026 bereits verlängert.

Echter Geschmack, echte Begeisterung – und beste Werbung für bayerische Lebensmittel im Fernsehen.

„Bayerische Landfrauen kochen auf“: (v. l. n. r.) Johanna Nagel (Moderatorin), Eva-Maria Haas (UBB), Anna-Maria Stürzer (Expertin), Martina Oswald (Köchin), Hans Dietz (münchen.tv) und Ines Heiny (BBV)

Sendetermine:
jeden zweiten Sonntag auf münchen.tv und jederzeit in der Mediathek abrufbar

> „Ich unterstütze UBB, weil wir mehr Aufklärung über regionale Lebensmittel brauchen.“
>
> **Lucki Maurer, Promikoch**

> „Wir zeigen, was regionale Zutaten bedeuten: Genuss, Qualität und Verantwortung.“
>
> **Ines Heiny, Kommunikation BBV Schwaben/Oberbayern**

VORSTAND UND BEIRAT DECKEN GANZE VIELFALT DER LANDWIRTSCHAFT AB

„Unsere Bayerischen Bauern“ (UBB) ist der einzige branchenweite Zusammenschluss für Verbraucherdialog in Bayern. Unter dem Dach unseres Vereins finden sich Vertreterinnen und Vertreter unterschiedlichster Erzeugnisse, aus dem vor- und nachgelagerten Bereich der Erzeugung von Agrartechnik bis zur Vermarktung und der Wissenschaft. UBB bildet die ganze Vielfalt der bayerischen Landwirtschaft ab. Das gilt auch für die Mitglieder von Vorstand und Beirat.

UBB profitiert vom starken Miteinander unterschiedlicher Kompetenzen

Diese Vielfalt an Perspektiven prägt auch die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung unserer Ziele und Maßnahmen. Der Vorstand trifft sich drei- bis viermal jährlich zur gemeinsamen Sitzung. Darüber hinaus steht er projektbezogen in engem Austausch und berät sich kurzfristig zu anstehenden Entscheidungen.

Um den Verein noch breiter aufzustellen und auch die Lieferkette bayerischer Erzeugnisse im vor- und nachgelagerten Bereich abzudecken, haben wir Ende 2024 unseren Beirat neu aufgestellt. Die neuen Beirätinnen und Beiräte stärken unser Netzwerk, unterstützen bei der inhaltlichen Vernetzung mit ihren eigenen Organisationen und bereichern die Arbeit von UBB mit wertvollem Input – bei den gemeinsamen Treffen zweimal pro Jahr und überall dort, wo ihre Expertise gefragt ist.

Miteinander, füreinander – das ist die Basis unserer erfolgreichen Arbeit. Seit mittlerweile fast einem Jahrzehnt.

Unser Beirat | **v. l. n. r., 1. Reihe:** Frank Weidt (UEG – Franken Bayern e. V.), Günther Felßner (Vorstandsvorsitzender Unsere Bayerischen Bauern e. V.), Claudia Bockholt (Deutscher Landwirtschaftsverlag GmbH), Christine Röger (KErn – Kompetenzzentrum für Ernährung), Hans Müller (Beiratsvorsitzender). **2. Reihe:** Claudia Weiß (milch.bayern e. V.), Dr. Sonja Hartwig-Kuhn (Vertretung für Josef Hefele, LKV Landeskuratorium der Erzeugerringe für tierische Veredelung in Bayern e. V.), Maximilian Englbrecht (ROPA Fahrzeug- und Maschinenbau GmbH), Carolin Braun-Majer (DEWA-Kraftfutterwerk Georg Wagner GmbH + Co. KG). **3. Reihe:** Christine Reitelshöfer (Landfrauen Bayerischer Bauernverband), Dr. Isabell Schneweis-Fleischmann (Verband für landwirtschaftliche Fachbildung in Bayern e. V.), Dr. Andrea Feuerstein (Arge zur Förderung der Landjugend im Bayerischen Bauernverband). **Obere Reihen:** Simon Michel-Berger (Deutscher Landwirtschaftsverlag GmbH), Claudia Mitchell (Vertretung für Barbara Radomski, Bayern Tourismus Marketing GmbH), David Pilz (Landesverband Bayerischer Jungzüchter e. V.), Franz Stangl (Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus), Alexander Strube (Ackermann Saatzucht GmbH & Co. KG), Stephan Sedlmayer (Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft), Dr. Florian Botzler (Landeskuratorium für pflanzliche Erzeugung in Bayern e. V.), Prof. Dr. Johannes Holzner (Hochschule Weihenstephan Triesdorf), Prof. Dr. Wilhelm Windisch (Technische Universität München, Lehrstuhl für Tierernährung).
Nicht auf dem Bild: Erwin Hochecker (Erzeugergemeinschaft Südbayern eG), Hermann Greif (Erzeugerorganisation Pflanze), Josef Hefele (LKV Landeskuratorium der Erzeugerringe für tierische Veredelung in Bayern e. V.), Barbara Radomski (Bayern Tourismus Marketing GmbH), Dr. Bernhard Widmann (Technologie- und Förderzentrum im Kompetenzzentrum für Nachwachsende Rohstoffe), Ursula Güttersberger (Verband der Milcherzeuger Bayern e. V.).

NEUE GESICHTER IM VORSTAND

Nach vielen Jahren, in denen sie sich mit all ihrem Wissen eingebracht haben, scheiden vier Mitglieder aus dem Vorstand unseres Vereins aus. Wir bedanken uns herzlich für das starke Miteinander und begrüßen die neuen Vorstände von „Unsere Bayerischen Bauern“.

Florian Hierl, 1. Vorsitzender des Kuratoriums Bayerischer Maschinen- und Betriebshilfsringe e. V.

Gunter Nüssel, Geschäftsführer, LBD Landw. Buchführungsdienst GmbH

Als Vertreter für den Kartoffel-Sektor übernahm **Christian Huber**, Vorsitzender der EZG für Veredelungskartoffeln Donau-Lech u. sonst. Gebiete w. V.

Als Vertreter des Getreide-Sektors folgt **Thomas Scheuerer**, Vorsitzender EZG Qualitätsgetreide und Qualitätsraps Oberpfalz

Ausgeschieden: Leonhard Ost, Kuratorium Bayerischer Maschinen- und Betriebshilfsringe e.V. | Herbert Riehr, EZG für Veredelungskartoffeln Donau-Lech u. sonst. Gebiete w. V. und EG Qualitätsgetreide Aislingen/Bibertal u. Umg. w. V. | Tina Stünzendörfer, LBD Landw. Buchführungsdienst GmbH | Markus Wagner, Heimatlandwirte

Wer steht hinter Unsere Bayerischen Bauern?

Unsere mittlerweile **rund 70 Mitglieder** sind Organisationen, Personen oder Unternehmen aus der bayerischen Land- und Forstwirtschaft sowie der Fischerei, Imkerei und Beteiligte entlang der Lieferkette.

Wie profitieren Landwirtinnen und Landwirte von der Arbeit des Vereins?

Wahrnehmung bringt Information. **Information** bringt Wertschätzung. Und **Wertschätzung** ist die Basis für die **Akzeptanz** unserer täglichen Arbeit in den Betrieben und für eine **Steigerung der Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln**. Das geht nicht von heute auf morgen, zahlt sich aber am Ende für alle aus. Da die Landwirtschaft von den Verbraucherinnen und Verbrauchern als Ganzes – und nicht in ihren einzelnen Segmenten – wahrgenommen wird, ist ein **Schulterschluss über alle Bereiche hinweg** von zentraler Bedeutung.

Wie finanzieren wir uns?

Unser Verein und seine Aktivitäten werden u. a. durch **Beiträge der mittlerweile rund 70 Mitgliedsorganisationen** getragen. Seit Ende 2017 wird die Finanzierung durch ein **freiwilliges, alle Bereiche der Erzeugung umfassendes und auf vermarkteten Mengen basierendes Modell** ergänzt. Ziel ist es, dass sich jede Landwirtin und jeder Landwirt freiwillig beteiligt in Höhe von 0,45 Promille ihres oder seines vermarkteten Umsatzes. 1.000 Euro Umsatz entsprechen 45 ct für Unsere Bayerischen Bauern. Die Einbeziehung umfasst alle Erzeugnisse, von Milch über Fleisch, Getreide, Gemüse, Geflügel und Kartoffel bis zu Hopfen und Biogas. Wir haben derzeit rund die Hälfte unserer Wunschfinanzierung erreicht – und wir hoffen auf weitere Fortschritte! Denn nur, wenn uns möglichst viele Landwirtinnen und Landwirte finanziell unterstützen, können wir unsere Arbeit erfolgreich fortsetzen und weiter ausbauen.

Seit 2022 gibt es eine Beitragsordnung für Mitglieder. Was bedeutet das im Detail?

Im November 2021 wurde durch die Mitgliederversammlung des Vereins eine Beitragsordnung verabschiedet. Hintergrund dieser Beitragsordnung ist neben steuerlichen Erfordernissen auch der häufig an uns herangetragene Wunsch nach Einzelmitgliedschaften sowie mehr Transparenz und einer besseren Kalkulierbarkeit der Mitgliedsbeiträge.

Mitglied werden können Einzelbetriebe, Direktvermarkter, kleine, mittlere oder große Organisationen sowie Organisationen mit Bündelungsfunktion.

Es gibt sehr individuelle Möglichkeiten, unseren Verein zu unterstützen. Sprechen Sie uns einfach an – wir beraten Sie gerne persönlich.

UNSERE SPONSOREN

GOLD MILCH.BAYERN

SILBER Fliegl Agrartechnik

SILBER MÜLLER GRUPPE Lust auf Fleisch

SILBER TÖNNIES

BRONZE ALPENRIND Heumilch

BRONZE Bayerische Kartoffel

BRONZE landplan.bayern

BRONZE

UNSERE UNTERSTÜTZER

MFF Bayerischer Milchförderungsfonds

VMB

Milchbauern Service Bayern

Sowie die meisten landwirtschaftlichen Betriebe in Bayern

UNSERE MITGLIEDER

Hinter der Initiative Unsere Bayerischen Bauern steht eine Interessengemeinschaft von Organisationen aus allen Bereichen der bayerischen Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei und von landwirtschaftsnahen Unternehmen:

Eine Auflistung unserer Einzelmitglieder, finanziellen Unterstützer sowie Kooperationspartner finden Sie auf unserer Website unter www.unsere-bauern.de/mitglieder.

UNSER KONTAKT FÜR SIE

Wir freuen uns über neue Mitglieder und Kooperationen.

Eva-Maria Haas
Telefon: 089/55 873-751
Mobil: 0160/98 39 57 20
e.haas@unsere-bauern.de

Katrin Donauer
Telefon: 089/55 873-750
Mobil: 0151/12 62 11 22
k.donauer@unsere-bauern.de

Unsere Bayerischen Bauern e. V.
Max-Joseph-Straße 9
80333 München