

20
20

Jahresrückblick



QR-Code scannen und
Jahresrückblick 2020
als Film schauen oder
Link verwenden!

bit.ly/UBB_Jahresueckblick

VIelfalt TRIFFT VERANTWORTUNG.

Auf Unsere Bayerischen Bauern
ist Verlass.



Unsere
Bayerischen
Bauern

Heimat der Vielfalt.

Jetzt mehr erfahren: unsere-bauern.de

ERFOLGREICH DURCH EIN SCHWIERIGES JAHR

2020 war alles – nur nicht durchschnittlich! In diesem insgesamt herausfordernden Jahr hat sich unser Verein außerordentlich gut positionieren können. Wir haben schnell und konsequent auf die Sorgen und Bedürfnisse unserer Zielgruppe reagiert und ihre Anliegen ernst genommen. **Gestiegene Wachstums- und Interaktionszahlen auf allen Kanälen** zeigen: Wir sind so nah dran am Verbraucher wie nie. Und der Boden, auf den unsere Botschaften fallen, ist derzeit besonders fruchtbar.

Während der Corona-Krise haben sich die Perspektiven verschoben. In den ersten Monaten war es vor allem die Furcht vor

möglichen Versorgungsengpässen, die viele Menschen die verlässliche Arbeit der Bauern mit ganz neuen Augen sehen ließ. Doch je länger die Krise anhielt, desto mehr setzte sich auch die Erkenntnis durch, dass wir als Gesellschaft danach nicht genauso weitermachen können wie zuvor. Studien zeigen, dass nicht nur Tier-, Klima- und Umweltschutz für viele Menschen immer wichtiger werden, sondern dass auch ein hoher nationaler Selbstversorgungsgrad bei Nahrungsmitteln an Bedeutung gewinnt. Das **Stichwort „Regionalität“** – schon davor ein wichtiger Schlüsselbegriff für uns – **hat eine neue Dimension bekommen.**

Wir von „Unsere Bayerischen Bauern“ setzen in unserer Arbeit genau da an: Wir ermutigen die Menschen, regionale Lebensmittel zu kaufen und bei Herkunft und Qualität keine Kompromisse zu machen. Wir vermitteln in allen unseren Formaten – ob Bewegtbild, Foto, Text oder Grafik – immer ein- und dieselbe Botschaft: **Die Wertschätzung für unsere bayerischen Bauern muss sich in unserem täglichen Konsumverhalten niederschlagen.**

Welche Maßnahmen wir unter dem Motto „Heimat der Vielfalt“ im Jahr 2020 durchgeführt haben und wie es weitergeht, erfahren Sie in diesem Report.

UNSERE STRATEGIE



UNSERE VIelfALT

2020 lautete unser **Jahresthema „Vielfalt“**: Vielfalt der bayerischen Erzeugnisse, der Persönlichkeiten und Charaktere, der Landschaften und Traditionen. Aber auch Vielfalt der Kommunikationswege und -maßnahmen. Denn auch unsere Zielgruppe ist vielfältig und vielschichtig. Wir können sie auf breiter Front nur erreichen, indem wir möglichst viele verschiedene Wege nutzen und ihr mit unseren Formaten Einsichten und Erlebnisse verschaffen, die im Gedächtnis haften bleiben.

Dabei hat die **Digitalität**, die bei uns schon immer einen erheblichen Anteil ausmacht, in Corona-Zeiten **weiter zugelegt**. Da alles, was normalerweise außer Haus stattfindet,

weitgehend wegfiel, haben wir uns darauf konzentriert, unseren Usern spannende digitale Erlebnisse zu bieten. So haben wir zum Beispiel mit einer Vielzahl informativer und zeitgemäßer **„Faktenfilme“**, mit unseren **Kochvideos**, in denen wir saisonale Gerichte aus regionalen Zutaten präsentierten, und mit unseren erfolgreichen **Reels** (Kurzfilmen) auf Instagram für viele Ahs und Ohhs sorgen können.

Unsere **Hauptkampagne „Heimat der Vielfalt“** mit ihren **ungewöhnlichen Motiv-Kombinationen** war ab April/Mai in Münchner und Nürnberger **U-Bahnen**, auf **Bussen** in ganz Bayern und im September auch an **Rolltreppen** in Münchner

U-Bahn-Stationen zu sehen. Darüber hinaus gab es einen **neuen Imagefilm** sowie einen neuen **„Fleischi“-Radiospot**, flankiert von **Online-Werbung, PR und Anzeigen** in Beilagen und Tageszeitungen. In der zweiten Jahreshälfte haben wir uns neben der **Aktivierung neuer Porträts** – etwa Straußenhaltung, Haselnusserzeugung, Gehegewild oder Imkerei – stark auf die **Entwicklung neuer Formate** und Mini-Serien fokussiert. Diese gehen auf aktuelle Verbraucherfragen ein, etwa die nach der Innovationsbereitschaft unserer Landwirte, nach nachhaltigen Praktiken und natürlich auch nach der Qualität unserer heimischen Erzeugnisse.

UNSERE KANÄLE



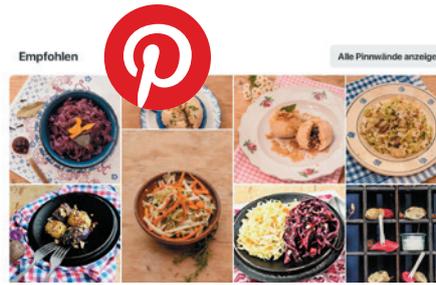
www.unsere-bauern.de informiert

Seit 2016 erreichen uns die Verbraucher über unsere Website www.unsere-bauern.de als **zentrale Informationsplattform**. Die Zugriffszahlen und die Anzahl der verschiedenen Nutzer (Unique User) beweisen, dass wir mit unserer vielfältigen Information die Menschen erreichen. Regelmäßig überarbeiten wir den Auftritt, um **jederzeit aktuell und nah am Verbraucher** zu sein. User finden eine klare und übersichtliche Struktur, einfache, verständliche Texte und ansprechende Bilder. Bis heute haben wir **31 unterschiedliche Betriebszweige** der Landwirtschaft umfassend porträtiert.



Facebook boomt

In Zeiten, in denen alles Digitale boomt, sind auch unsere Social-Media-Kanäle in Bewegung. Facebook ist und bleibt **der zentrale Kanal, über den wir uns direkt mit unserer Zielgruppe austauschen**. Insbesondere bei kritischen Themen (z. B. Tierhaltung oder Pflanzenschutz) bekommen wir hier immer wieder auch Gegenwind. Den versuchen wir für unsere Zwecke zu nutzen, indem wir **Information, Fakten und echte Einblicke an die Stelle von Hörensagen, Stimmungsmache und Halbwissen** setzen. Mit Erfolg: Unsere Bayerischen Bauern hat auf Facebook mittlerweile **über 80.000 Fans** – so viele wie keine andere landwirtschaftliche Plattform in Bayern. Und die Interaktionsrate ist um **35 Prozent höher** als der bundesweite Durchschnitt.



Pinterest und YouTube

Alle unsere **über 100 Filme** – ob Imagefilm, Betriebsporträts, Nachgeha(r)kt-, Erklär-, Fakten- oder Jahreszeitenfilme – sind **bei YouTube** zu finden (unter: „Unsere Bayerischen Bauern“). Sie sind zudem auch als **WhatsApp-Version** verfügbar – zum Versenden an Kollegen, Familie und Freunde. Einfach anfordern unter info@unsere-bauern.de oder direkt per WhatsApp unter Tel. 0160-98395720. Unseren **Pinterest-Account** haben wir im Sommer auf die Inhalte unserer Website hin überarbeitet und aktualisiert. User können sich nun auf www.pinterest.de/unserebayerischenbauern/ von insgesamt **364 Pins** rund um die Welt der bayerischen Landwirtschaft inspirieren und mit einem Klick auf unsere Homepage weiterleiten lassen.



über 6.000 Abonnenten

Instagram kickt ...

... insbesondere die **jüngere Generation**, ob nun leidenschaftliche Jung-Landwirte, die mit uns die Begeisterung für ihre Themen teilen, oder eine junge Generation verantwortungsbewusster und heimatverbundener Verbraucher. Sie alle feiern unsere Motive, die oft etwas Besonderes und garantiert immer ein Fest für die Augen sind. Ab dem Sommer haben wir hier höchst erfolgreich mit einem **neuen Filmformat** gearbeitet: den **Instagram Reels**, kurzen Bewegtbild-Sequenzen, die schnell, kurz und knackig auf den Punkt bringen, was uns und den mittlerweile **über 6.000 Abonnenten** wichtig ist (mehr dazu auf S. 5).



Redaktionelle Medienberichte

Immer mehr Medien werden auf uns aufmerksam und berichten über unsere Arbeit: So begleitete uns ein Team vom **Bayerischen Fernsehen** für die Sendung „**Unser Land**“ beim Dreh unserer neuen Mini-Serie „Landwirtschaft heute“ und interviewte Geschäftsführerin Eva Haas zu Zielen und Motivation von UBB. Das Ergebnis war erwartungsgemäß nicht unkritisch, erkannte aber auch lobend an, dass wir den Verbrauchern ein objektives, reelles Bild der bayerischen Landwirtschaft vermitteln. Der Bericht brachte uns ins Gespräch und thematisierte zudem die Anliegen unserer Bauern. Aber auch viele andere Medien, etwa **NiederbayernTV** und das **Landwirt Radio** der Bayerischen Jungbauernschaft sowie **diverse Tageszeitungen und Online-Medien**, rückten unsere Arbeit in diesem Jahr – unbezahlt – in ein positives Licht.



Etwas fürs Ohr

Bernhard „Fleisch“ Fleischmann leiht Unseren Bayerischen Bauern nach wie vor seine Stimme: In diesem **Juli** warb er auf allen **59 bayerischen Regionalsendern** erfolgreich für unsere Kampagne „Heimat der Vielfalt“. Und im **Dezember** macht er sich – wie schon 2019 – für nachhaltige Weihnachten mit regionalen Erzeugnissen auf vielen Radiosendern stark.

HEIMAT DER VIELFALT – EINE KAMPAGNE, DIE BEWEGT

2020 haben wir unseren Claim „Heimat der Vielfalt“ auf vielfältige Weise mit Leben erfüllt. Jede Maßnahme wurde auf unserer Website verlängert und aktiviert – zum Beispiel über die Unterseite „Heimat der Vielfalt“, die sich direkt von der Startseite aus erreichen lässt. Inhaltlich haben wir –

insbesondere in unseren neuen Motiven – **Standard- und Nischenprodukte miteinander verbunden**. So konnten wir Vielfalt und Verlässlichkeit, Innovation und Beständigkeit der bayerischen Landwirtschaft aufzeigen. Die übergreifende Botschaft, von vielen Verbrauchern längst verinnerlicht,

lautet: **Regional ist gut**. Wie sehr dieses Thema in Pandemiezeiten an Eigendynamik gewinnen würde, konnten wir zum Zeitpunkt der Planung nicht voraussehen. Aber wir haben uns von Anfang an **in der Krise optimal positioniert** und nutzen diesen Rückenwind jetzt auch für die Zukunft.

GUT KOMBINIERT: UNSERE MOTIVE

Die Umsetzung unserer Hauptkampagne erfolgte in Form von **acht Plakatmotiven**, bei denen jeweils zwei Erzeugnisse miteinander verknüpft wurden, ein **klassisches und ein Nischen-Erzeugnis**. Das ergab spannende Kombinationen und sorgte mithilfe knackiger Sprüche wie „Wer füttert Schweine und erntet Ingwer?“ oder „Wer erntet Kartoffeln und hält Hirsche?“ für Hingucker. Die buchstäblich

„schräge“ Verbindung von normalen Erzeugnissen und solchen, die man auf den ersten Blick nicht in Bayern vermuten würde, löste insbesondere bei vielen Städtern einen **Überraschungseffekt** aus, der in **echtes Interesse mündete**. Fazit: Gerade exotische Erzeugnisse oder Superfoods wie Safran, Melonen, Ingwer, Quinoa oder Garnelen aus Bayern stoßen bei den Konsumenten auf großes Interesse!



AUSSENWERBUNG TRIFFT DIGITALE AKTIVIERUNG

Aufgrund der Pandemie-Situation waren unsere Bayerischen Bauern in diesem Jahr gezwungen, flexibel zu bleiben. Teile unserer Kampagne, wie zum Beispiel unser Auftritt beim ZLF und das Sommerkinoprojekt, mussten leider entfallen. Geblieben sind aber unsere **Deckenflächenplakate in der Münchner und Nürnberger U-Bahn**, die zwischen April und September die Blicke der Fahrgäste auf sich zogen. In München waren zudem im September zehn Tage lang unsere Kampagnenmotive an stark frequen-

tierten **U-Bahn-Rolltreppen** zu sehen. Und in ganz Bayern schmückten unsere Motive bis Oktober **ÖPNV-Busse in 24 Städten**. Daneben konzentrierten wir uns ganz auf die digitale Bewerbung unserer Kampagne. So schalteten wir **über 60 redaktionell anmutende digitale Anzeigen** zu unseren Nischenerzeugnissen. Diese Form der Werbung ist stark inhaltsbezogen und nur schwer von redaktionellen Beiträgen zu unterscheiden. So konnten wir zahlreiche User auf unsere Website ziehen. Parallel dazu

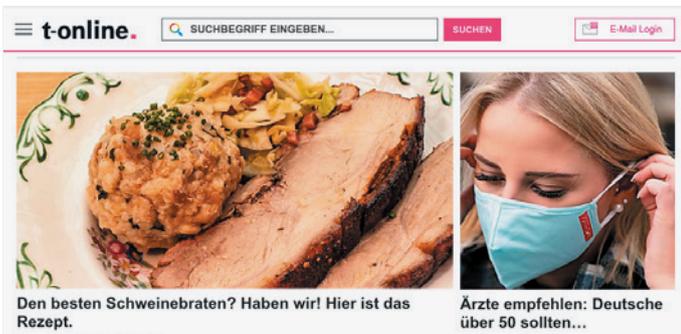
haben wir unsere Kampagne mithilfe von **InText-Videos** verlängert und aktiviert. Das sind Werbevideos, in diesem Fall Auszüge aus unserem Imagefilm, auf anderen Webseiten (s. S. 6). Und auch **in Beilagen diverser regionaler Tageszeitungen** wie **Süddeutsche Zeitung, Augsburgere Allgemeine oder BILD** waren unsere Motive in Form von Anzeigen zu sehen. So war eine extrem hohe Sichtbarkeit für unsere Kampagne „Heimat der Vielfalt“ gewährleistet.



Macht was her: Buswerbung in ganz Bayern.



Unübersehbar: U-Bahn Deckenwerbung.



Ziehen User magisch an: Native Ads.



Print-Medien sind wichtige Multiplikatoren unserer Anliegen.

NISCHEN UND KLASSIKER IM NEUEN GEWAND

In der zweiten Jahreshälfte stand die Veröffentlichung **weiterer Porträts zu Nischenerzeugnissen** an. Bis Ende des Jahres wurden neben unseren Sommer-Highlights **Melone** und **Ingwer** auch **Straubenfleisch, Haselnüsse, Wild** und **Honig** aktiviert. Das Besondere daran: Zu fast allen Erzeugnissen wurden **auch kurze Instagram Reels** produziert und gepostet. Instagram Reels sind hochformatige Video-Clips, in denen wir mit viel Frische

und Leichtigkeit auf die Vielfalt der bayerischen Landwirtschaft aufmerksam machen. Inzwischen haben wir nicht nur Reels zu unseren Exoten produziert, sondern **auch zu Klassikern wie Hopfen oder Milch**. Generell standen natürlich nicht nur unsere **Nischenerzeugnisse** im Rampenlicht. Mit genauso viel Elan haben wir uns unseren Basisthemen gewidmet: der Milch- und Fleischerzeugung, der Forstwirtschaft, dem Ackerbau und vielen weiteren.



NEUE FORMATE

In der Kürze liegt die Würze: unsere Faktenfilme

Vier bis fünf teils erstaunliche Fakten zu einem bestimmten landwirtschaftlichen Erzeugnis, erklärt in knackigen Bildern und untermalt von temporeicher Musik: So sehen unsere erfolgreichen Faktenfilme für Facebook aus. Insgesamt neun solcher Kurzvideos gibt es schon. Mit dabei sind unter anderem der Spargel, das Schweinefleisch, der Hopfen, die Fischwirtschaft, die Waldwirtschaft, Biogas, Eier und Milch. Nach und nach soll es zu nahezu allen landwirtschaftlichen Erzeugnissen einen eigenen Faktenfilm geben.



Ganz vui Gfui: unser Imagefilm



Ganz großes Kino bringt unser Imagefilm auf die Leinwand (und die Computerbildschirme) – zumindest, was die Emotionen angeht. **Heimat der Vielfalt, das ist die Vielfalt der Landschaft, der Menschen und natürlich der Erzeugnisse.** Diese Geschichte erzählen wir in Bildern, die wir bis auf wenige Ausnahmen selbst auf den Höfen unserer Kampagnenbauern gedreht haben, und untermalen sie mit passender Musik. Das Ergebnis ist absolut mitreißend. Kein Wunder, dass dieser Film auch schon auf der großen Leinwand **in diversen Schlepper- und regionalen Kinos** zu sehen war. Weitere Verbreitung nicht ausgeschlossen. Übrigens: Jeder, der mag, kann die **WhatsApp-Version** direkt bei uns anfordern.

UBB-Kochkurs „Regional genießen“

Mit regionalen und saisonalen Zutaten feine Schmankerl auf den Tisch zaubern? Einfach und mit Gelinggarantie? Kein Problem. Mit Power, Pep und Tempo zeigen unsere **Step-by-Step-Kochvideos** unter dem Namen „Regional genießen“, wie einfach es sein kann, mit heimischen Zutaten gut zu kochen. Im Fokus unserer **10-Folgen-Serie: saisonale Zutaten aus Bayern** – von Basics wie Kartoffeln, Kohl oder Zucchini bis hin zu Garnelen und Ingwer. Dazu natürlich regional erzeugtes Fleisch, heimische Milchprodukte und Eier. Das Ganze kam nicht nur bei unseren Usern gut an, sondern auch beim **Ministerium**, das uns bei der Umsetzung **finanziell unterstützte**. Damit unseren Verbrauchern vor Augen



geführt wird, wie sie regionale Lebensmittel erkennen, verweisen alle unsere Videos auch auf das **GQB-Siegel**. Die begleitende PR-Arbeit sorgte übrigens dafür, dass die Videos nicht nur auf unseren eigenen Kanälen – **Facebook und YouTube** – geklickt werden, sondern **auch bei Niederbayern TV** von Landshut bis Deggendorf und Passau als Abspann der Sendung „Kultur in Niederbayern“ zu sehen waren – abrufbar in der TV Niederbayern Mediathek.

Mit unseren **10 KOCHVIDEOS** erreichten wir auf Facebook, Instagram und YouTube mehr als **4 MILLIONEN** Menschen.

HOFPLAKATE

Klare Botschaft 2020

Wir sind für euch da. Auf die regionale Landwirtschaft könnt ihr euch verlassen.

Mit diesen beiden klaren Aussagen auf unseren **Hofplakaten** haben wir in diesem Jahr genau ins Schwarze getroffen. Mittlerweile sind **über 1.500** der **mit Unterstützung des Landwirtschaftsministeriums** produzierten Plakate in ganz Bayern zu sehen. Wer selbst zum Aushängeschild unserer gemeinsamen Anliegen werden möchte, kann die Plakate im Bauzaun-Format unter info@unsere-bauern.de **kostenlos bestellen**. Danke an alle, die bisher schon Plakate bei sich aufgehängt haben.



LANDWIRTSCHAFT HEUTE

Mini-Serie mit Maxi-Aussage

Schon drei Teile unserer neuen Mini-Serie „Landwirtschaft heute“ sind in **Zusammenarbeit mit der HLS Roththalmünster** bereits entstanden. Darin zeigen wir, wie moderne Betriebe funktionieren und was sie dank innovativer Technik für Umwelt, Tierwohl und Qualität tun. **Technik trifft Engagement** – ob im Schweinestall, im Milchviehbetrieb oder auf dem Acker. Die Ausspielung dieser und weiterer Teile ist **ab Frühjahr 2021** geplant.



Lifehacks und mehr

Verbraucher haben viele Fragen – zur Qualität landwirtschaftlicher Erzeugnisse, aber auch zu deren Haltbarkeit oder Verarbeitung. Deshalb produzieren wir jetzt und in den nächsten Monaten so genannte Lifehacks, also **Tipps und Tricks für den richtigen Umgang mit unseren Lebensmitteln**. Die kurzweiligen Clips können **auf allen**

Social-Media-Kanälen gespielt werden. Milch- und Milchprodukte machen den Anfang, gefolgt von Fleisch. Daneben arbeiten wir derzeit an weiteren digitalen Wegen, die Qualität bayerischer Erzeugnisse zu transportieren. So wird es zum Beispiel einen **interaktiven Rundgang durch einen modernen Laufstall und eine Molkerei** geben.

UBB-Adventskalender

Erstmals verwöhnen wir unsere User in diesem Jahr mit einem UBB-Adventskalender. Auf unserer Homepage präsentieren wir **24 Überraschungstürchen mit Ideen, Tipps, Infos und Rezepten rund um Weihnachten, Advent und die bayerische Landwirtschaft**. Weil uns immer die persönliche Note wichtig ist, wird es darin auch einige Türchen mit dem Titel „Weihnachten auf dem Land“ geben. Wer draufklickt, erfährt, mit welchen besonderen Ritualen, Rezepten und Gebräuchen unsere bayerischen Bauern den

Advent und Weihnachten begehen. Ein **Gewinnspiel** mit vielen attraktiven Gewinnen, die **tägliche Aktivierung auf Facebook**, unser Fleischi-Radiospot sowie passende Online-Werbeanzeigen geben unserer Weihnachtsaktion den richtigen Schwung.



Ausblick 2021

Mit Riesenschritten kristallisiert sich derzeit unsere **neue Kampagne 2021** heraus. Sie folgt dem Motto „Bewährtes soll man weiterentwickeln, aber nicht umkrempeln.“ Ein wesentliches Merkmal wird – soviel sei schon verraten – der **Bezug zur Regionalität als Garant für Frische und Qualität** sein. Aber auch die Zukunftsfähigkeit unserer bayerischen Bauern, ihr Wille zur Veränderung sowie die Rolle der Konsumenten in diesem Prozess sollen verstärkt in unserer Kommunikation präsent sein.

UNSERE WERBETRÄGER

Wir freuen uns, dass wir den bayerischen Landwirten, unseren Mitgliedern und Förderern **verschiedenste kostenlose Werbematerialien** zur Verfügung stellen können, die sie an prominenten, gut einsehbaren Stellen bei sich am Hof, im Hofladen oder auf Verbraucherveranstaltungen – wenn sie wieder stattfinden – einsetzen können. Wer sie nutzt, macht damit auf die zentrale Informationsplattform www.unsere-bauern.de aufmerksam und bricht eine Lanze für heimische Erzeugnisse. **Einfach direkt bei uns bestellen!**

The diagram illustrates the following marketing materials:

- Schlepper- und Autoaufkleber**: Stickers for tractors and cars, including the logo and the slogan "WIR SIND FÜR EUCH DA. EURE BAYERISCHEN BAUERN".
- Wissensrad und Roll-Up**: A circular infographic titled "Landwirtschaft ENTDECKEN: für alle ein GEWINN." and a vertical roll-up titled "DU ENTSCHIEDEST TÄGLICH MIT ...".
- Aufkleber und Stempelkarten**: Stickers and stamps, including a "SCHMANKERL-KARTE" and a stamp with a wooden mallet.
- www.unsere-bauern.de**: The central website platform.
- Verschiedene Broschüren, Samen- und Infolyer**: Various brochures and flyers, including "LUST AUF MILCH & MEHR", "SAEN MIT SICH FÜR DIE ZUKUNFT", "PERISCHE SCHMANKERL", and "WINTER".
- Diverse Infoblätter und Vorlagen**: Information sheets and templates, including a "RÄTSELSPASS MIT 'UNSERE BAYERISCHEN BAUERN'" and a "WINTER" sheet.

Kostenlos zu bestellen unter info@unsere-bauern.de.

UNSER VEREIN IM ÜBERBLICK

FRAGEN UND ANTWORTEN

Wer steht hinter „Unsere Bayerischen Bauern“?

Unsere mittlerweile **über 40 Mitglieder** sind Organisationen, Personen oder Unternehmen aus der bayerischen Land- und Forstwirtschaft sowie der Fischerei, Imkerei und angrenzenden Bereichen.

Wie finanzieren wir uns?

Unser Verein und seine Aktivitäten werden durch **Beiträge der mittlerweile rund 40 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 jeder Landwirt freiwillig beteiligt in Höhe von 0,45 Promille 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 Landwirte finanziell unterstützen, können wir unsere Arbeit erfolgreich fortsetzen und weiter ausbauen.

Was bringt die Kampagne „Heimat der Vielfalt“ den Landwirten?

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 Verbrauchern als Ganzes – und nicht in ihren einzelnen Segmenten – wahrgenommen wird, ist ein **Schulterschluss über alle Bereiche hinweg** von zentraler Bedeutung.

Wie kann ich Unsere Bayerischen Bauern unterstützen?

Landwirte können unsere Arbeit auf vielen Wegen begleiten und fördern: zum einen **finanziell durch ihre Beiträge** (auch Einzelmitgliedschaften möglich), die zu 100 Prozent in unsere Kommunikationsmaßnahmen fließen. Zum anderen aber auch **ideell durch kompetente Kommentare auf unserer Facebook-Seite**. Und nicht zuletzt **durch den Einsatz unserer Werbemittel**. Wer noch nicht dabei ist und sich – in welcher Form auch immer – beteiligen möchte, wendet sich am besten direkt an Unsere Bayerischen Bauern (Kontakt auf Seite 10).

UNSERE REICHWEITE

5.870
HOFPLAKATE

BUSWERBUNG
in ganz Bayern
24 STÄDTE
48 Busse
6 Monate lang



1,4 Mio. unterschiedliche Nutzer

31
Betriebszweige
porträtiert

9 **Faktenfilme**



U-BAHN-WERBUNG
in München und Nürnberg

150 Plakate
6 Monate lang

80.000
Facebook-Fans



INSTAGRAM

über **6.000**
Follower

400.000+

LIKES über alle Social-Media-Posts 2020 verteilt

Stand: 01.12.2020

UNSERE SPONSOREN



UNSERE MITGLIEDER

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



Eine Auflistung unserer organisatorischen (sog. Flaschenhalse) und finanziellen Unterstützer sowie Kooperationspartner finden Sie auf unserer Website unter www.unsere-bauern.de/mitglieder.

UNSER KONTAKT FÜR SIE

Wir freuen uns über jede Möglichkeit der Kooperation!
Bei Fragen:

Eva-Maria Haas
 Telefon: 089/55873-751
 Mobil: 0160/98 39 57 20
 e.haas@unsere-bauern.de



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