

20  
22

Halbjahresreport

HERKUNFT SPIELT  
KEINE  
ROLLE.  
AUSSER BEI  
LEBENSMITTELN.



Unsere  
Bayerischen  
Bauern



Heimat der Vielfalt.

Jetzt mehr erfahren: [unsere-bauern.de](https://www.unsere-bauern.de)

# LIEBE UNTERSTÜTZERINNEN, LIEBE UNTERSTÜTZER,

jedes Jahr im Juli werfen wir einen Blick auf die vergangenen sechs Monate: Wo stehen wir mit unserer diesjährigen Kampagne? Was haben wir schon umgesetzt, was ist noch geplant? In dem Zuge richten wir unseren Blick auch nach vorne: Welche Erkenntnisse nehmen wir mit in die zweite Jahreshälfte? Wo können und müssen wir zusätzliche Schwerpunkte setzen? Auch 2022 möchten wir mit diesem Kurzüberblick einen kleinen Zwischenstand an Sie weitergeben.

Ukraine-Krise, Energieversorgung, Preissteigerungen, Klimawandel, Umbau der Landwirtschaft: Das sind zentrale Themen, die uns in unserer diesjährigen Kommunikationsarbeit stark beschäftigen. Dabei haben wir vier Aspekte im Fokus:

1. Wir wollen zeigen, dass die bayerische Landwirtschaft nachhaltig zukunftsfähig ist.
2. Wir wollen die Konsumentinnen und Konsumenten weiterhin auf Regionalität und faire Preise für gute Produkte einschwingen.
3. Wir wollen ein klares Statement für den Wert und die gesellschaftliche Relevanz unserer regionalen Landwirtschaft und Kulturlandschaft setzen.
4. Wir wollen die Verbraucherinnen und Verbraucher verstärkt auf unsere Seite ziehen und sie zu Mitstreitern unserer Sache machen.

Diese Punkte verfolgen wir auf allen unseren Kanälen – von Social Media bis hin zu unserem großen Informationsportal [www.unsere-bauern.de](http://www.unsere-bauern.de). Für unsere breitgefächerte und zugleich klar ausgerichtete Arbeit sind wir in diesem Jahr sogar offiziell ausgezeichnet worden: Unsere Bayerischen Bauern e.V. erhielt für seine Kommunikationsstrategie den German Brand Award in der Kategorie „Excellent Brands – Non-Governmental Organizations & Public Affairs“ (mehr dazu auf der nächsten Seite).

Übrigens: Immer häufiger übernehmen Medien auch redaktionelle Inhalte von uns und drucken sie kostenlos bei sich im Heft ab. Das erhöht unsere Außenwirkung deutlich. Auch sonst sind wir immer bemüht, Ressourcen zu bündeln und unsere Stoßwirkung zu erhöhen, sei es durch kostenlose redaktionelle Berichterstattung, Rabatte bei Radiospots und Anzeigenbuchungen, Druckkosten, etc. Unbezahlbar sind auch die Synergieeffekte durch die Weiterverbreitung unserer Inhalte innerhalb unserer ständig wachsenden Community.

**Herzlich,  
Ihre Eva-Maria Haas**



# WIR SIND WINNER!

## DER GERMAN BRAND AWARD 2022 – BESTÄTIGUNG UND ANSPORN ZUGLEICH

Für unsere Markenarbeit wurden wir beim German Brand Award 2022 als „Winner“ in der Kategorie „Excellent Brands - Non-Governmental Organizations & Public Affairs“ ausgezeichnet. Der Award ist einer der größten internationalen Marketingpreise und zeichnet Unter-

nehmen aus allen Branchen aus. In diesem Jahr gab es rund 1.200 Einreichungen aus 19 Ländern. Wir sind sehr stolz, dass wir neben großen Namen wie Telekom, Bosch Hausgeräte, Vorwerk oder Siemens ausgezeichnet wurden. Eine professionelle und erfolgreiche Markenarbeit ist aus unserer Sicht es-

sentuell, um unseren engagierten heimischen Bauern und unseren regionalen Erzeugnissen den Rücken zu stärken. Es motiviert uns sehr, dass diese Arbeit nun von der Jury des German Brand Awards ausgezeichnet wurde.



Preisverleihung am 9.6. in Berlin

## SICHTBAR SEIN: UNSERE TOUCHPOINTS

Eines der Codeworte für erfolgreiche Markenarbeit ist Sichtbarkeit. Wir von UBB sind eine „Marke“, die sich für die Belange und die Zukunft der bayerischen Landwirtschaft stark macht. Je sichtbarer wir sind, desto

sichtbarer sind unsere Botschaften. Und desto größer ist der Einfluss, den wir auf unsere Zielgruppen nehmen können. Die Punkte, an denen wir jeweils mit unseren Zielgruppen in Kontakt treten, nennen wir

Touchpoints. Für die Bewerbung um den German Brand Award haben wir einige unserer Touchpoints einmal übersichtlich zusammengestellt:

(\*2021)



Unser Fazit: Wir sind auf einem sehr guten Weg, den wir konsequent weitergehen werden. Wir bekommen immer wieder enorm

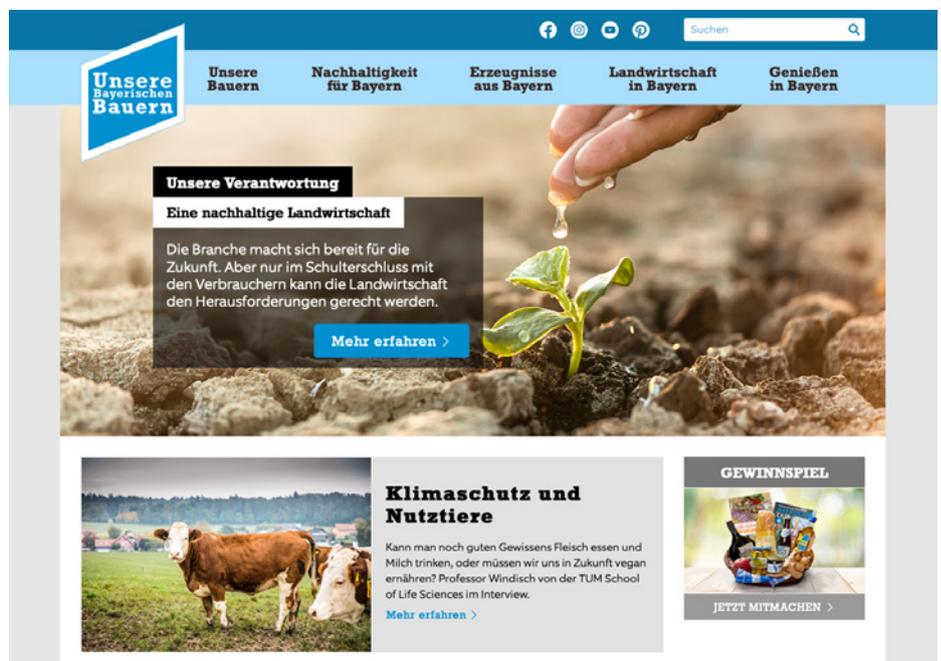
positives Feedback von den Verbraucherinnen und Verbrauchern. Zusammen mit dem wachsenden Bewusstsein für regionale Le-

bensmittel und einem entsprechenden Konsum ist der gesellschaftliche Haltungswandel für uns das wichtigste Erfolgskriterium.

# NACHHALTIGKEIT – UND WAS DIE BAYERISCHEN LANDWIRTE DAZU BEITRAGEN

„Zukunft ist ein Feld, das wir gemeinsam beackern.“ – Diese programmatische Aussage eines unserer Kampagnenmotive bringt auf den Punkt, woran nicht nur unsere Bäuerinnen und Bauern, sondern auch wir als Verein 2022 intensiv arbeiten: an einer tragfähigen Perspektive. Folgerichtig nimmt das Thema Nachhaltigkeit – oder auch: Zukunftsfähigkeit – wachsenden Raum in unserer Kommunikation ein. Seit dem Frühjahr haben wir diesem Komplex auf unserer Webseite einen eigenen prominenten Platz eingeräumt: unter dem Menüpunkt „Nachhaltigkeit für Bayern“. In den Unterkategorien **Artenvielfalt, Böden & Gewässer, Energie, Klimaschutz, Nutztiere und Smart Farming** bereiten wir in Texten und **Experteninterviews** die treibenden Themen der Branche auf und zeigen, wie sehr die bayerische Landwirtschaft an allen Ecken und Enden im Wandel ist. So belegen wir ihre Fähigkeit und Bereitschaft, sich nachhaltiger und damit zukunftssicher aufzustellen.

Die Inhalte wachsen und verändern sich kontinuierlich. Sie sind ein Spiegelbild der Realität. Derzeit sind wir intensiv damit beschäftigt, in den verschiedenen Bereichen mit den Beteiligten (Landwirten, Verbänden, Forschungseinrichtungen) zu sprechen und Inhalte für Texte, Info-Formate, Hintergrundfilme, Reportagen und vieles mehr zu definieren. Das braucht seine Zeit, lohnt sich aber. Übrigens: Falls Sie an einem Forschungsprojekt beteiligt sind oder sonst innovative Methoden und Ansätze verfolgen, freuen wir uns sehr über eine Kontaktaufnahme.



## AKTUELLE ARBEITSTHEMEN (U.A.)

- Film „**Zukunftspfade**“ mit Sojabauer G. Mayerhofer: Wie sich Nachhaltigkeit (Biodiversität) und Wirtschaftlichkeit vereinbaren lassen
- **Tierhaltung und Tierzucht** (diverse Formate): Maßnahmen für Tierwohl und Klimaschutz
- **Smart Farming/Digital Farming**: Texte und Kurzfilme, u.a. im Format „Landwirtschaft heute“
- Film „**Zuckerrübenanbau**“: von der Rübe bis zum Haushaltszucker, Schwerpunkt: moderne, umweltschonende Unkrautbekämpfung

# HIGHLIGHTS 2022

## Wintergrillen

Die im Winter 2021 zur Unterstützung der Schweinebauern ausgelobte Gewinnspielaktion „Grillen geht immer“ konnte im ersten Halbjahr mit der Einlösung der Gewinne abgeschlossen werden. In Kooperation mit der BILD in ganz Bayern haben wir eine „Grundausstattung“ (Fleisch, Bier, Kartoffelsalat, Apfelsaft, Brennholz) für insgesamt 15 Grillfeste für jeweils bis zu 300 Personen verlost. Ein Mega-Erfolg, der allen Beteiligten in Erinnerung bleiben wird.



## Broschüren

Gleich zwei neue Broschüren haben in diesem Frühjahr unsere Redaktion verlassen: ein Streifzug durch das Schnitzel-Universum Bayern und eine Broschüre für alle Fans vegetarischer Kost. Beide sind mit freundlicher Unterstützung der Bayerischen Landfrauen entstanden, die Veggie-Broschüre zusätzlich in Zusammenarbeit mit der Hauswirtschafterei. Herzlichen Dank für die tatkräftige Mithilfe!



## Fleischi legt nach

Mit unserem Protagonisten „Fleischi“ gab es in jüngster Zeit nicht nur einen Radiospot zum Thema Schweinefleisch, sondern auch mehrere begleitende Kurzfilme zur Verlängerung und Unterstützung des Themas auf unseren Social Media-Kanälen. Das gesamte Projekt „Schweinefleisch“ wurde übrigens mit 80 Prozent co-finanziert vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Resultat:

- **Radiospot: 87 Ausstrahlungen** auf Bayern 1 und BR 24, 11.917 Mio. Kontakte
- Verlängerung der Botschaften auf Social Media (Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp) durch verschiedene Kurzfilme: **über 1,2 Mio. Impressionen**



## Außenwerbung

Die Überland-Busse in den Regionen waren weiter mit unseren Motiven unterwegs: **24 Städte**, 2 Fahrzeuge je Region, Laufzeit September 2021 bis Mai 2022



## Hofplakate

Erfolg zahlt sich doppelt aus: 300 Neudrucke unserer UBB-Hofplakate mit Textmotiven werden 2022 zu 50 Prozent vom Bayerischen Landwirtschaftsministerium finanziert.



## Anzeigen

Zahlreiche Anzeigen in diversen Publikumsmedien machen uns und unsere Botschaften sichtbarer, hörbarer und nahbarer.



## Münchner Merkur



# WEITERE HIGHLIGHTS AUS DEM ERSTEN HALBJAHR 2022

## Video-Porträt

### „Ein Stall für die Zukunft“

Familie Stübl erklärt die Hintergründe ihrer Entscheidung, einen modernen, auf Tierwohl ausgerichteten Milchviehstall zu bauen, die Herausforderungen eines solchen Neustarts und warum sie trotz der hohen Kosten damit nachhaltig und zukunftsfähig aufgestellt sind.



## Erklärfilm „Strom und Wärme aus Biogas“

Landwirte und Experten klären Verbraucher auf, warum Biogas ein wichtiger Beitrag zur nachhaltigen Energieerzeugung von Morgen ist.



## Erklärfilm „Wie entsteht ein neuer Joghurt?“

Das Video zeigt, welche Schritte von der Trendforschung bis zum fertigen Produkt im Supermarkt notwendig sind.



## Neue Faktenfilme

Spannende Fakten, Zahlen und Wissenswertes rund um Zuckerrüben und Honig aus Bayern.



## WAS IM ZWEITEN HALBJAHR PASSIERT:

- „Fleischi fragt nach“ – unser neues reportagefilmformat mit dem bekannten Moderator. Erste Themen und Drehs sind gesetzt:
  - » Fleischi und das Brot – Woher kommt bayerisches Mehl und wie wird es hergestellt?
  - » Fleischi und das Bier – Woher kommt das bayerische Wiesn-Bier und was steckt drin?
  - » Fleischi und der Christbaum – Wie werden bayerische Christbäume gezüchtet und gepflegt?
- » Fleischi und Pommes – Wie werden eigentlich bayerische Pommes gemacht?
- » Fleischi auf der Alm – Wie können Almwirtschaft und Tourismus gegenseitig voneinander profitieren?
- Neue **Verbrauchertipps-Kurzvideos**, u.a. Gemüse, Kartoffeln, Geflügel
- **Blogger-Tour Milch**: Wir besichtigen zusammen mit Bloggern/Influencern einen Milchviehbetrieb und eine Molkerei/Käserei und begleiteten das Ganze natürlich wieder filmisch.
- Fortsetzung unserer illustrierten **Erklärfilme zur Milch**: Inhaltsstoffe, Produktionsprozesse
- Zusammenarbeit mit dem BBV beim Projekt **Feldbotschafter**
- ...und vieles mehr.

## 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