

Jahresrückblick 2023

Landwirt Klaus mit
seiner Tochter Luisa

AUS DER
REGION. FÜR DIE
ZUKUNFT.

Unsere
Bayerischen
Bauern



Jetzt unseren neuen
WhatsApp-Kanal
abonnieren und nichts
mehr verpassen!

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



Der Vorstand und die Geschäftsführung unseres Vereins (v.l.n.r.): Tina Stünzendörfer, Elke Sommer, Dieter Förster, Alfred Enderle, Stephan Neher, Leonhard Ost, Bernhard Breitsameter, Günther Felßner, Michael Häsch, Eva-Maria Haas (GF), Herbert Riehr, Markus Wagner, Carolin Langwieser, Dr. Marlen Wienert

UNSER JAHR 2023: GEMEINSAM STARK – UND NOCH NÄHER AN DEN MENSCHEN

Hinter uns liegt ein Jahr voller Herausforderungen. Der politische Druck auf die Branche hat sich erhöht. Hinzu kommt die Inflation. Verbraucherinnen und Verbraucher müssen sparen – und neigen dazu, gerade bei Lebensmitteln billige Kompromisse zu machen. In diesen Zeiten ist es umso wichtiger, dass wir als Branche zusammenstehen und als Menschen zupackend und zuversichtlich bleiben. Das Jahr hat uns viele gute Gründe dafür geliefert.

„Unsere Bayerischen Bauern“ hat Millionen Menschen auf den stetig wachsenden digitalen Kanälen erreicht. Wir haben neue Partner gewonnen und gemeinsam verbrauchernahe Projekte umgesetzt. Projek-

te wie die Initiative gegen Lebensmittelverschwendung, die mit der Bäckerinnung und den Landfrauen von Mühlendorf-Altötting begann. Projekte wie die erste gemeinsame Broschüre mit REWE, die an den Fleischtheken rasch vergriffen war. Projekte mit Thermomix und dem Lieferdienst Knuspr, mit NIEDERBAYERN TV und münchen.tv, mit Promis wie Fernsehkoch Lucki Maurer, mit Fachleuten aus der Forschung und vielen mehr.

Dieser Jahresrückblick gibt Ihnen einen Eindruck von unserer Arbeit. Und er zeigt, wie viel man gemeinsam bewegen kann.

Viel Spaß bei der Lektüre!

„Wir sind auf dem Weg, uns nachhaltig zu entwickeln, Vorbild zu werden für die ganze Gesellschaft. ‚Unsere Bayerischen Bauern‘ gibt uns die Möglichkeit, Verbraucher:innen jeden Tag davon zu erzählen.“

Günther Felßner, Präsident Bayerischer Bauernverband & Vorstandsvorsitzender „Unsere Bayerischen Bauern“

NEUER FILM STELLT UNSERE ARBEIT VOR

Informieren, aufklären, begeistern – „Unsere Bayerischen Bauern“ rückt die bayerische Landwirtschaft in ihrer ganzen Vielfalt, Bedeutung und Qualität ins rechte Licht. Wir teilen das Wissen heimischer Landwirtinnen und Landwirte mit vielen Menschen, auf Veranstaltungen, auf Feldern und Höfen, in den Städten und digital.

Unsere Arbeit hat viele Facetten und unser Engagement viele Gesichter.

Neugierig geworden?

Dann machen Sie sich gerne selbst ein Bild. Unser neuer Film gibt Ihnen einen Eindruck von unserem Verein, seinen Zielen und den Menschen, die dahinterstehen.

Hier geht's
zum Film!



UNSER VEREIN ALS PARTNER GEFRAGT WIE NIE!

In Mails, Telefonaten und persönlichen Gesprächen haben wir es immer wieder erlebt: Egal, wo wir im Jahr 2023 als Verein den Austausch gesucht haben, überall begegnete uns Wertschätzung. Überall haben sich uns Türen geöffnet und Chancen ergeben. Im Handel genauso wie bei Medienhäusern, bekannten Marken und Prominenten. Diese Chancen haben wir genutzt – für die heimische Landwirtschaft.

Beispiel REWE: Schon 2022 haben wir das erste gemeinsame Projekt angeschoben. Anfang 2023 lag dann die Broschüre „Wärmende Gerichte“ an den Fleischtheken von REWE Süd aus. Darin jede Menge Rezepte mit dem Besten von Rind, Schwein und Geflügel, außerdem Tipps und Infos zur heimischen Fleischerzeugung. Das Heft war rasch vergriffen und kam auch bei REWE sehr gut an. Weitere Projekte sollen folgen.

Auch bei **Thermomix** wird das erste gemeinsame Projekt eine Broschüre. Thermomix, die smarte Küchenmaschine von Vorwerk, wird bei Familien immer beliebter – auch für UBB eine wichtige Zielgruppe. Grund genug für uns, um anzuklopfen. Mit Erfolg! Die Broschüre wird Thermomix-Rezepte für Familiengerichte bieten, dazu viele Infos zur heimischen Erzeugung. Verteilung: über die Thermomix-Regionalvertreter:innen. Geplante Startauflage: 6-stellig.



„Bayrische Landfrauen kochen auf“: (v.l.n.r.) Petra Düring (BBV), Sandra Koltai (Moderation), Hans Dietz (münchen.tv), Anna Hindelang (Expertin), Eva-Maria Haas (UBB), Bernadette Layer (Landfrau)

Kennen Sie Knuspr? Der Lieferdienst versorgt Menschen in München, Augsburg und Ingolstadt u.a. mit regionalen Lebensmitteln – und war begeistert, mit UBB für die Landwirtschaft zu trommeln. Knuspr hat bereits unsere Broschüre „Einfach. Regional. Genießen.“ an seine Kundschaft verteilt. Weitere Aktionen erwünscht!

Das Beispiel Knuspr zeigt, dass UBB auch als Vernetzer hilft. So brachten wir den Lieferdienst und die Landfrauen zusammen. Diese lieferten Infos für ein gesundes Pausenbrot – eine Aktion, mit der Knuspr das Ende der Sommerferien einläutete.

Auch prominente Top-Köche schätzen uns. Gerade hat Lucki Maurer, Bauer und Spitzenkoch, zusammen mit NIEDERBAYERN TV eine neue Kochkurs-Staffel abgedreht, unterstützt von unserem Verein. Aus dem Material gewinnen wir eigene Inhalte für unsere Digitalkanäle. Lucki hat bereits signalisiert: 2024 will er mit UBB weitermachen. Mit weiteren Sterneköchen sind wir im Gespräch.

Es muss nicht immer Sterneküche sein. Seit April läuft auf [münchen.tv](https://muenchen.tv) die 2-wöchige Sendung „Bayerische Landfrauen kochen

auf“, begleitet von UBB hinter der Kamera und Landfrauen vor der Kamera. Gekocht wird mit regionalen Zutaten. Infos zur Erzeugung liefern landwirtschaftliche Expertinnen und Experten. Das Material spielen wir auch auf unseren digitalen Kanälen aus. Alle Beteiligten freuen sich, dass die Sendung bis Mitte 2024 verlängert wurde.

Unsere Landwirtschaft braucht Unterstützer:innen. Deshalb werden wir weiter an Türen klopfen – und unser Netzwerk vergrößern.



Broschüre mit REWE

Lucki Maurer



Lieferdienst Knuspr

FLOWER POWER



Auch lokale Kooperationen sind uns wichtig. So haben wir beim Münchner Flower Power Festival zusammen mit den Landfrauen und dem Haushaltswaren-Fachgeschäft Kustermann bayrisches Power-Food vorgestellt und Besucher:innen begeistert. Gekocht wurde in der Showküche von Kustermann am Viktualienmarkt.

UNSERE KANÄLE

Über 2 Millionen
Unique
User:innen



Website: die relevanteste Verbraucherplattform

Dass unsere Website nach wie vor das zentrale Informationsportal ist, beweisen auch in diesem Jahr die Zahlen. Im Zeitraum Januar bis September 2023 riefen Besucher:innen unsere Seite eine halbe Million Mal auf, um sich über bayerische Erzeugnisse, Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft und regionales Einkaufen zu informieren. Durch gezielte Optimierung unserer Inhalte konnten wir die Sichtbarkeit weiter steigern: 12 % mehr Nutzer:innen, mehr Seiten pro Sitzung sowie eine hohe durchschnittliche Sitzungsdauer von 1,53 Minuten. Das Highlight: Wir haben die 2-Millionen-Marke geknackt! So viele unterschiedliche (unique) Nutzer:innen haben unsere Website seit Vereinsgründung besucht.

Über 8 Millionen
Impressionen



Instagram: dynamisch, modern und nahbar

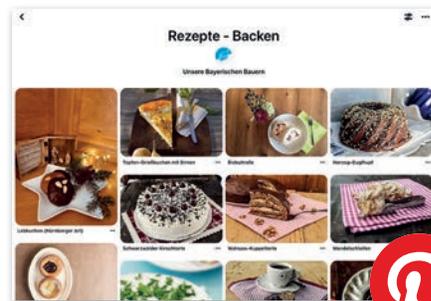
In diesem Jahr ist es uns gelungen, Instagram stärker in den Fokus zu rücken und die dynamische Plattform für uns zu nutzen. Über 11.300 Follower:innen beeindruckt wir mehrmals die Woche mit authentischen Einblicken in die bayerische Landwirtschaft - fast 2.000 mehr als im Vorjahr!

Neben emotionalen Bildern, inspirierenden Rezepten und brandaktuellen Themen treffen auch Influencer-Kooperationen den Zahn der Zeit. Unsere Feldbotschafter:innen gewähren zudem regelmäßig hautnahe Einblicke in ihren Arbeitsalltag. Nahbarer Content, der ankommt: Bereits jetzt können wir uns über mehr als 8 Millionen Impressionen freuen - knapp 2 Millionen mehr als im gesamten Vorjahr.



Facebook: für lebendigen Dialog

Facebook, das Urgestein der Social-Media-Kanäle, sei heutzutage kaum noch relevant - so die Meinung vieler Marketingfachleute. Für unsere über 90.000 Fans spielt die Plattform jedoch weiterhin eine bedeutende Rolle - täglich wird kommentiert, diskutiert, geliked und geteilt. Dies bietet uns die Gelegenheit, aktiv in den Dialog zu treten, Nähe zu schaffen sowie Fakten einzubringen und Vorurteile auszuräumen. Obwohl wir mit demselben Mediabudget nun auch YouTube bedienen, konnten wir bis Oktober 2023 rund 19,5 Millionen Impressionen erzielen und zahlreiche neue Follower:innen gewinnen. Damit werden wir unsere Vorjahreswerte erreichen - angesichts des allgemeinen Rückgangs in der Plattformnutzung ein beachtlicher Erfolg!



Pinterest: neue Rezepte und mehr geplant

Auch auf Pinterest inspirieren wir unsere Nutzer:innen und Nutzer mit zahlreichen Rezeptideen rund um regionale Lebensmittel. Unsere Pins erzielten in diesem Jahr bereits knapp 170.000 Impressionen und 9.000 Interaktionen. Zum Jahresanfang 2024 planen wir eine Auffrischung des Kanals, bei der wir ihn mit neuen, vielfältigen Rezepten füllen werden.



Newsletter: immer auf dem neuesten Stand

Um einen Überblick zu bieten, welche Neuigkeiten die Branche bewegt und welche Inhalte Interessierte auf unseren Kanälen erwarten, verschicken wir regelmäßig Newsletter. Die Ausgaben im März und August dieses Jahres erreichten jeweils knapp 14.000 Abonnent:innen. Mit einer Öffnungsrate von über 30 % und einer Klickrate von etwa 10 % halten wir dabei an den hohen Werten des Vorjahres fest.

Zwei weitere Ausgaben sind aktuell in Arbeit - darunter der alljährliche Rekordhalter in Sachen Klickzahlen, der neben spannenden Einblicken in unsere Kanäle auch zu unserem heiß begehrten Adventskalender führen wird.

YOUTUBE: REKORDWACHSTUM MIT NEUER STRATEGIE

YouTube wird für Menschen jeden Alters immer wichtiger. Die Videoplattform dient vor allem als Ratgeber und Wissensvermittler. Wer Antworten sucht, fragt YouTube – 14-Jährige ebenso wie 74-Jährige. Diesem Trend folgend, nutzen wir unseren Kanal nicht mehr nur als „Ablageort“ für Videos. Seit 2023 bespielen wir YouTube aktiv. So nutzen wir auch Teile unseres Mediabudgets dafür, Filme, die für unsere Ziele wichtig sind, möglichst weit zu verbreiten.

Schon heute ist klar: Der Strategiewechsel war richtig! Von Januar bis Mitte Oktober haben wir alle Kennzahlen im Vergleich zu 2022 verdoppeln bzw. verdreifachen können. **Fast 30.000 Stunden Videomaterial** schauten sich Menschen von Januar bis Mitte Oktober von „Unsere Bayerischen Bauern“ an. Auch Videos ohne Bewerbung brachten es auf 5-stellige Reichweiten – von Themen wie Laufstall-Neubau bis zur Biskuitrolle aus regionalen Zutaten.

Doch der Erfolg geht über Zahlen hinaus. Wir wissen jetzt, dass wir auf YouTube auch sehr kritische Themen aufgreifen können – und dafür belohnt werden. Ein Beispiel: Im Video „Fleischi entdeckt die moderne Rinderzucht“ räumen wir auf mit dem Mythos der Turbo-Kuh. Wir beleuchten die Wich-



Wiedergabezeit
29.372 Std.
 von Jan. bis Okt. 2023
 (8.517,1 Std. in 2022)

Über 3 Min. Ø
Wiedergabedauer
 pro Video

 **Hier geht's zum Film!**

Bernhard Fleischmann mit Superbulle Mahango, zwei Stars aus unserem YouTube-Video „Fleischi entdeckt die moderne Rinderzucht“.

tigkeit von Tiergesundheit in der Zucht und erklären die genomische Selektion. Ergebnis: in nur drei Monaten schon über 80.000 Aufrufe. Viel Zustimmung, kaum Ablehnung. Null Hass. Erwartungen übertroffen!

Weitere Filme aus der Reihe „Fleischi entdeckt“, die 2023 online gingen, behandel-

ten die Themen Pommesherstellung, Hopfenanbau und Biergenuss (in Zusammenarbeit mit Erdinger) sowie die Festzeltgastromonomie (Oktoberfest und Gäubodenfest, Schweinefleisch- und Hähnchenfleischerzeugung). Das neueste Video mit Fleischi thematisiert eine große Herausforderung: Klimaschutz und Milchwirtschaft.

HOHE ABRUF-RATEN DER KOSTENFREIEN UBB-WERBEMATERIALIEN



KAMPAGNE 2023/24

Hofplakate Branchenmotive mit neuem Text & Layout (Beispiele)



Neue Feldschilder, Hofplakate und Schlepper-Aufkleber



Neue Werbemittel



Hier geht's zum
kostenfreien
Online-Shop!



ANZEIGEN BETONEN MITEINANDER



Gastbeitrag Süddeutsche Zeitung

Der folgende Gastbeitrag unserer Geschäftsführerin Eva-Maria Haas erschien am 30. Juni 2023 im #3 Magazin der Süddeutschen Zeitung. Thema des Hefts: nachhaltige Ernährung.

Wie nachhaltig kann Ernährung sein? Wie produzieren wir Lebensmittel umwelt- und klimaschonend? Wie stillen wir den Hunger der Welt? Und wie stellen wir sicher, dass Bäuerinnen und Bauern, die in eine Landwirtschaft der Zukunft investieren, selbst eine Zukunft haben? Diese Fragen treiben Wissenschaftler:innen, Land- und Forstwirt:innen in Bayern um.

Hier, wo die Erzeugnisvielfalt groß und die Landwirtschaft kleinbäuerlich geprägt ist, setzen viele Höfe auf nachhaltige Lösungen. Sie nutzen Satelliten, um Dünger zu sparen, bauen neue Ställe für mehr Tierwohl, installieren Biogasanlagen für grüne Energie. Und sie erleben, dass Handel und Verbraucher:innen ihren Bedarf an Fleisch, Milch, Obst und Co. mit Billigimporten aus Ländern decken, in denen Tierwohl und Umweltschutz kaum eine Rolle spielen. Derweil erhöht die Politik den Druck auf die heimische Landwirtschaft. Geht es so weiter, gehen Bayerns Bäuerinnen und Bauern in die Knie. Damit wäre weder Mensch noch Tier noch Umwelt geholfen. Klimaschutz und Tierwohl sollten nicht an Grenzen stoppen.

Nachhaltige Ernährung bedeutet auch regionale Ernährung. Machen wir uns bewusst, dass hier alle gefragt sind. Landwirt:innen müssen in Nachhaltigkeit investieren. Verbraucher:innen müssen beim Einkauf auf regionale Herkunft achten. Politik und Handel müssen Probleme mitschultern, statt zu delegieren.

Wie nachhaltig kann Ernährung sein? Das bestimmen wir zusammen - Verbraucher:innen, Landwirt:innen, Handel und Politik.

Mehr Tierwohl, mehr Nachhaltigkeit – die Ansprüche an die Landwirtschaft wachsen. Was oft vergessen wird: Bayerns Bäuerinnen und Bauern sind bereit, Veränderungen anzugehen. Doch die Herausforderungen können sie nicht alleine schultern. Sie benötigen passende Rahmenbedingungen und die Unterstützung von Verbraucher:innen. Nur dann kann sich unsere Landwirtschaft zukunftsfähig weiterentwickeln. Unsere neue Kampagne betont dieses Miteinander von Landwirt:innen und Verbraucher:innen. Und unser neuer Claim unterstreicht diese Haltung: „Aus der Region. Für die Zukunft.“

Schon optisch setzt die Kampagne auf Miteinander. Auf den Motiven – ein Teil wurde bereits produziert, ein Teil folgt – sehen wir

Bäuerinnen und Bauern aus unterschiedlichsten Erzeugnisbereichen Seite an Seite mit Konsument:innen und Weiterverarbeitenden. Gemeinsam verdeutlichen sie: Wir alle, Landwirt:innen und Konsument:innen, haben es in der Hand, was es morgen zu essen gibt.

Erste Anzeigen sind bereits erschienen. In die Breite tragen wir die Motive 2024. Unsere Botschaften vermitteln wir aber nicht nur in Anzeigen. 2023 lag unser Schwerpunkt im Content Marketing, digital und analog. So haben wir u.a. im Einkaufsführer der Region Miesbach, in der Süddeutschen Zeitung und im Magazin „So schmeckt Heimat“, das der BILD beilagt, betont, wie wichtig die heimische Landwirtschaft ist – für Bayern und für unsere Zukunft.



BILD-Beilage „So schmeckt Heimat“, daneben Seite aus der Süddeutschen Zeitung sowie Beitrag für Einkaufsführer Miesbacher Oberland.

PROJEKTE IM ÜBERBLICK

Kurz notiert

Auf der Landesgartenschau

Die Bayerische Landesgartenschau gastierte 2023 im niederbayerischen Freyung. Auch „Unsere Bayerischen Bauern“ bestritt einen Teil des Bühnenprogramms. Heimische Erzeuger:innen, Landfrauen und Vereinsgeschäftsführerin Eva-Maria Haas brachten dem Publikum Wissenswertes über Vielfalt, Qualität und Bedeutung der bayerischen Landwirtschaft nahe.



Feldbotschafter:innen

Bei einer Fortbildung von UBB zeigten die BBV-Feldbotschafter:innen wieder einmal, wie schnell und engagiert sie dazulernen. Thema des Kursus: Videos für Social Media erstellen.



Zu Gast auf Großveranstaltungen

Auch 2023 war unser Verein mit einem Stand auf großen Publikumsveranstaltungen vertreten. Dazu zählt beispielsweise die „Bauernmarktmeile“ im September in München zwischen Siegestor und Odeonsplatz sowie die Verbrauchermesse „Consumenta“ in Nürnberg. Viele tausend Menschen besuchten diese Veranstaltungen.



STARKE AKTIONEN MIT INFLUENCER:INNEN

Im März starteten wir in die Grill-Saison. Fünf Influencer:innen präsentierten im Auftrag von UBB Rezepte mit regionalen Erzeugnissen und verlost bayerische Grillpakete – begleitet von Posts auf unseren Kanälen, Native Ads und unserer optimierten Grill-Landingpage. Resultat: über 6.000 messbare Seitenaufrufe, gut 3,2 Millionen Impressionen und ein Plus von 600 Follower:innen auf Instagram.

Im Oktober folgte ein Erntedankfest-Quiz in Kooperation mit Influencer:innen. Auch hier hohe Resonanz.



Alex Pestl vom Foodblog „Selbstgemacht“

NEUE BROSCHÜREN UND NEUAUFLAGEN

Unsere Rezeptbroschüren bleiben beliebt. Neu produziert haben wir 2023 „Hütten-schmankerl“ in Zusammenarbeit mit milch.bayern e.V.. Darin finden sich Rezepte von Bayerns Almbäuer:innen, Almbauern und Hüttenwirt:innen, außerdem Infos zu Milch & Co. sowie zu Bayerns Almwirtschaft.

Daneben haben wir viele Hefte aktualisiert und nachgedruckt. In Summe sind inzwischen 9 verschiedene Broschüren verfügbar. Erstmals verteilt wurde „Wärmende Gerichte“ über die Fleischtheken von REWE Süd.



PROFI-TIPPS ZU KARTOFFELN, SPARGEL & MILCH

Auf unseren digitalen Kanälen kommen Videos zur Zubereitung regionaler Erzeugnisse – mit königlicher Besetzung – sehr gut an.

Den Anfang machte 2023 Bayerns Kartoffelkönigin Michelle Hofner. Sie verriet Wissenswertes rund um die regionale Superknolle. Frankens Spargelkönigin Veronika Hussnätter folgte mit Tipps zum edlen Gemüse. Bayerns Milchkönigin Veronika Gschoßmann beantwortete Fragen wie: „Lohnt es sich, Joghurt selbst herzustellen?“



Bayerns Kartoffelkönigin Michelle I. gibt Tipps zur tollen Knolle.

BROT RETTEN: AKTION MIT LANDFRAUEN UND BÄCKERINNUNG

Backwaren zählen zu den Lebensmitteln, die daheim am häufigsten weggeworfen werden. Das lässt sich leicht vermeiden. Gewusst wie!

Informieren und sensibilisieren – mit diesen Zielen starteten die Bäckerinnung und die Landfrauen im Landkreis Mühldorf-Altötting zusammen mit UBB die Verbraucheraktion „Neues aus altem Brot“. Die Beteiligten hatten Tipps zur richtigen Lagerung gesammelt und ihre Lieblingsrezepte mit alten Backwaren zusammengestellt – von Knödelcarpaccio bis Breznuglhupf. Tipps und Rezepte finden sich auf unserer Website. Einen ersten Vorgeschmack lieferte ein – lebensmittelecht bedruckter – Flyer, den die Bäckereien von Mühldorf-Altötting in die Semmeltüten legten.

Die gemeinsame Pressekonferenz Anfang Mai war sehr gut besucht, das Medienecho groß. Sogar das Fernsehen berichtete. Bald zogen andere Bäckerinnungen und Landfrauen nach. Die Aktion unterstreicht, dass die Arbeit von Ackerbäuerinnen und Ackerbauern, Müller:innen und Bäcker:innen Wertschätzung verdient – und dass Nachhaltigkeit in der eigenen Küche beginnt. Dafür wurden wir u.a. mit einem durchweg positiven Medienecho belohnt.

Die Bilanz bis heute:

- 18 Kreise haben die Aktion gestartet bzw. planen es
- 200.000 Flyer wurden verteilt
- Mehr als 13.000 zählbare Klicks auf der Website



ADVENTSKALENDER: GARANT FÜR HOHE AUFMERKSAMKEIT

Seit drei Jahren bieten wir einen digitalen Adventskalender auf unserem Portal. Hinter jedem der 24 Türchen erwarten Gewinner:innen Schmäckerl aus unterschiedlichsten Erzeugnisbereichen – von Bränden über Obst, Gemüse, Fleisch, Kräuter und Honig bis zum Gutschein für ein Hofcafé. Der Adventskalender bewährt sich als Publikummagnet, der die Zugriffszahlen auf unserem Portal garantiert in die Höhe

treibt. So auch 2022/23. Im Aktionszeitraum Dezember bis Anfang Januar zählten wir rund 300.000 Seitenaufrufe, von gut 40.000 verschiedenen User:innen. Mehr als 58.000 Menschen registrierten sich und beteiligten sich an den Gewinnspielen.

Der nächste Adventskalender wartet schon. Aktionszeitraum: 01.12.2023 bis 08.01.2024 auf: unsere-bauern.de



UNSERE PLÄNE FÜR DAS NEUE JAHR



Das Jahr 2023 hat der Welt keinen Frieden gebracht. Im Gegenteil. Der Krieg in der Ukraine hält an, weitere Konflikte wie beispielsweise in Israel kamen hinzu. Umfragen zeigen: Die Menschen in Deutschland haben sich fast daran gewöhnt – und richten den Blick von der Weltlage auf ihre ganz private Situation.

Die Deutschen fürchten, dass die Lebenshaltung noch teurer wird und das Wohnen unbezahlbar. Vor dem Hintergrund dieser finanziellen Sorgen haben wir unsere Strategie nachgeschärft.

Im neuen Jahr konzentrieren wir uns noch mehr als bisher auf Maßnahmen, die Verbraucherinnen und Verbrauchern deutlich machen:

- Regionale, saisonale Lebensmittel sind und **bleiben bezahlbar.**
- Regionale Lebensmittel bieten ein **Mehr an Geschmack, Genuss und Qualität.**

- Das **Preis-Leistungs-Verhältnis** regionaler Erzeugnisse schneidet im Vergleich mit Convenience-Produkten sehr viel **besser** ab.

2024 werden wir diese Botschaften aufmerksamkeitsstark nach außen tragen.

Außenwerbung

2024 werden wir unsere Werbemittel mit dem neuen Claim „Aus der Region. Für die Zukunft.“ u. a. als Busbeklebung, Plakate vor Supermärkten und U-Bahn-Werbung einsetzen. Auch Präsenzen auf Veranstaltungen wie dem ZLF sind geplant.

Digitale Maßnahmen

Wir werden unser Portal weiter SEO-optimieren, um bei Google noch besser gefunden zu werden. Auch unsere Social-Media-Kanäle sollen weiter wachsen. Im Fokus stehen dabei unser YouTube- und unser Instagram-Kanal. Zudem sind Native Ads geplant.

Maßnahmen mit Partnern

Aktuell führen wir Gespräche mit großen Vollsortimentern. Im Fokus: Maßnahmen am Point of Sale. Die Kochserie mit Landfrauen und münchen.tv geht weiter, ebenso die Kooperation mit NIEDERBAYERN TV und Lucki Maurer. Mit weiteren Spitzenköchen sind wir im Austausch.

IMMER FÜR SIE DA!

Sie haben Fragen oder Anmerkungen zu unserer Arbeit? Sie vermissen ein Thema, das wir behandeln sollten? Dann schreiben Sie uns einfach eine Mail. Wir freuen uns auf Sie!

info@unsere-bauern.de

Wer steht hinter „Unsere Bayerischen Bauern“?

Unsere mittlerweile **über 60 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 60 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:r Landwirt:in freiwillig beteiligt in Höhe von 0,45 Promille ihres/seines vermarkteten Umsatzes. 1.000 Euro Umsatz entsprechen 45 Cent für „Unsere Bayerischen Bauern“. Die Einbeziehung umfasst alle Erzeugnisse, von Milch über Fleisch, Getreide, Gemüse, Geflügel und Kartoffeln 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:innen 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 eine bessere Kalkulierbarkeit der Mitgliedsbeiträge. Der Mitgliedsbeitrag setzt sich seit

2022 zusammen aus einem **(I) verpflichtenden, einheitlichen Sockelbeitrag**, der sich an der Leistungskraft des einzelnen Mitglieds orientiert. Die Kriterien hier sind der Umsatz bzw. der Haushalt der Firmen, Organisationen und Betriebe. Zusätzlich zum Sockelbeitrag kann in Absprache mit dem (potenziellen) Mitglied ein jährlich wiederkehrender **(II) verpflichtender Zusatzbeitrag** erhoben werden. Ergänzend dazu gibt es noch die Möglichkeit, einen **(III) zusätzlichen freiwilligen Förderbeitrag** zu leisten, der jährlich neu festgelegt werden kann, ohne dass es einer Kündigung bedarf.

Was ändert sich mit der Beitragsordnung für die Mitglieder?

Für bestehende Mitglieder ändert sich nur die Zusammensetzung und die jährliche Fälligkeit des Beitrags. Ziel ist es, die Höhe des bisherigen Beitrags beizubehalten. Wir haben uns diesbezüglich mit jedem Mitglied direkt in Verbindung gesetzt. **Neu** ist, dass mit der Beitragsordnung **jetzt auch Mitgliedschaften von einzelnen Betrieben in verschiedenen Abstufungen möglich** sind. Sollten Sie Interesse an einer Einzelmitgliedschaft haben, melden Sie sich gerne bei uns unter info@unsere-bauern.de.

Wie profitieren Landwirt:innen 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 Verbraucher:innen als Ganzes – und nicht in ihren einzelnen Segmenten – wahrgenommen wird, ist ein **Schulterschluss über alle Bereiche hinweg** von zentraler Bedeutung.

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:

Katrin Donauer
 Telefon: 089 55873-750
 Mobil: 0151 12621122
k.donauer@unsere-bauern.de

Eva-Maria Haas
 Telefon: 089 55873-751
 Mobil: 0160 98395720
e.haas@unsere-bauern.de

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