

**Auf dem Weg zu mehr  
Akzeptanz -**

**Tipps für den  
authentischen  
Konsumenten-Dialog.**

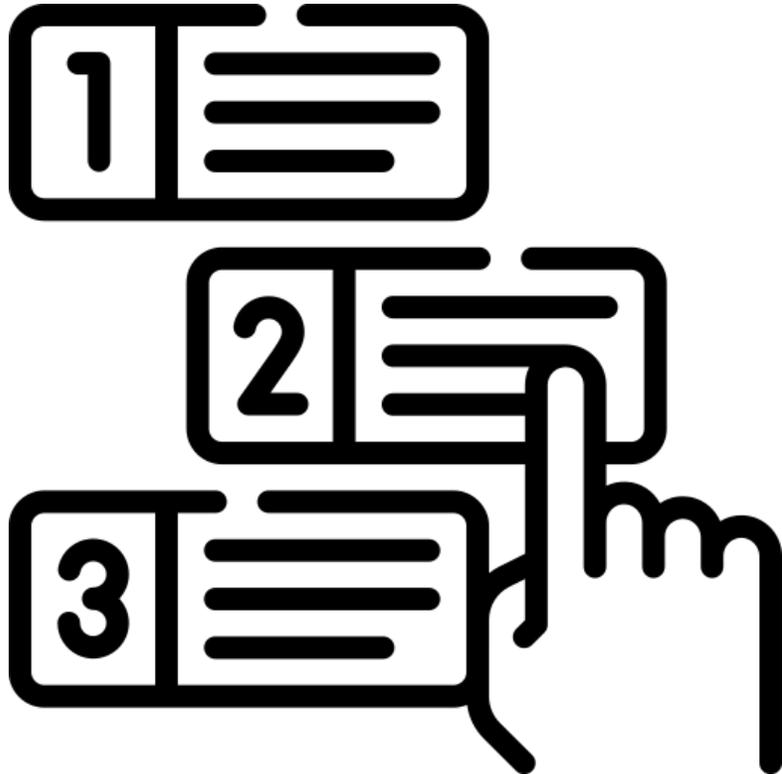


**Das Potential von Dialog und Erlebnis „auf Augenhöhe“ bei Messen und Veranstaltungen.**



- **„Es sind die Begegnungen mit Menschen, die das Leben lebenswert machen.“**
  - **Guy de Maupassant.**

# Unsere Themen – in 1.500 Sekunden



- Kommunikation für und aus der Landwirtschaft -  
**Eine Bestandaufnahme in fordernden Zeiten**
- „So klappt ´s auch mit dem Verbraucher“  
**Ein paar grundsätzliche Tipps für den Dialog**
- Live Communication im Marketing Mix  
**Bewertung, Erfahrungen & Empfehlungen**

**Mein Ziel ...**





**Kommunikation ist unsere Mission...**



**...Landwirtschaft unsere Passion!**

# TEAM



Peter Berndgen



Friederike Krick



Dr. Andreas Frangenberg



Matthias Wiedenau



Iris Berndgen



Ursula Harzheim



Katrin Heinze



Anja Giltjes



Anna Schmitz



Theresa Berndgen



Anna Müller



Filip Janiec



Theresa Dorn

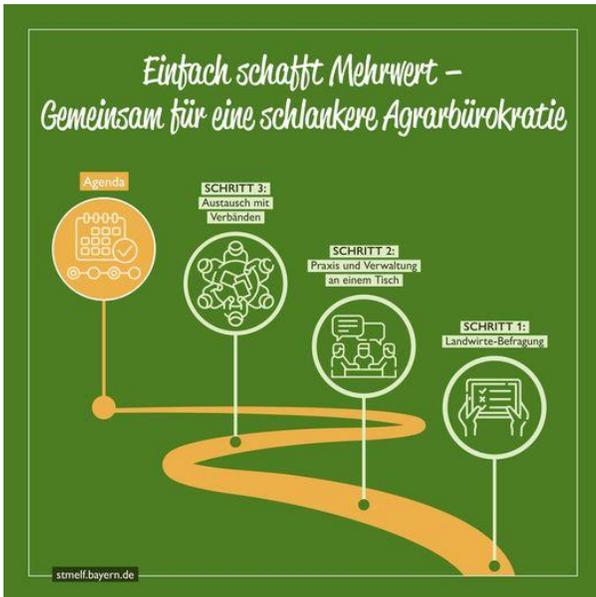


Bastian Pohl



Lotta Lagotto





**Gülesilvester:  
Was heißt das eigentlich?**

**AGRI  
VERSUM**

Die Sperrfrist für Wirtschaftsdünger endet am 31.01, damit dürfen wieder Gülle, Mist und co. auf den Feldern und Wiesen ausgebracht werden.

# @Farm – passion4agriculture!



# für unsere Kunden im „Praxiseinsatz“



**AgrarScouts**



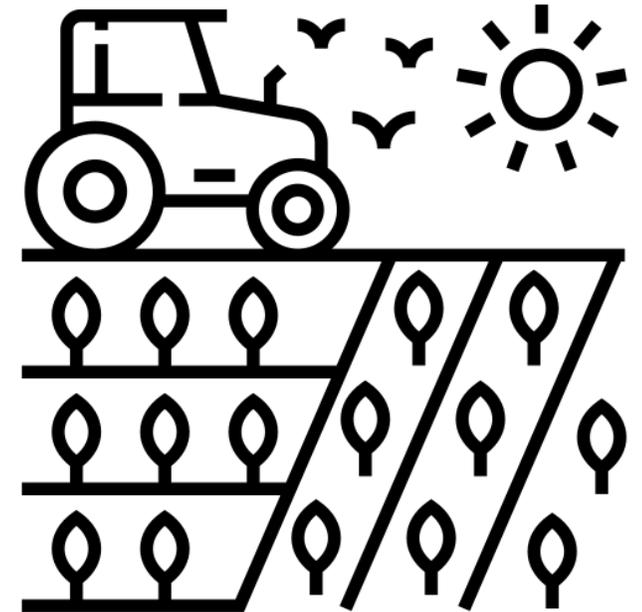
# Landwirtschaft – zwischen Achtung & Ächtung

Eine Bestandsaufnahme 05.2024

# Es besteht Redebedarf ...



- Die Landwirtschaft hat sich im Laufe der Zeit immer weiter von der Allgemeinheit entfernt.
  - Die Landwirtschaft ist aktiv in der Alltagswirklichkeit kaum präsent.
- Landwirtschaft ist isoliert, es fehlen Kontaktpunkte.
  - Beide Seiten leben wie Parallelwelten nebeneinander.
- Die Vorstellung von der jeweils anderen Seite entsprechen nur selten der Realität.
  - Landwirtschaft und Bevölkerung beschuldigen sich oft gegenseitig.



# Herausforderungen ´24



- Die Kommunikation wird zunehmend von **UNSICHEREN** wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Kontext geprägt!



•



Umfrage: Die Tierwohlabgabe könnte kommen - Hilft das der

BEWEGENDES POSTING AUF FACEBOOK

## Auf Feldweg beschimpft: Junge Landwirtin bricht in Tränen aus



© Kirchner/Imago

Ermittlungen wegen Körperverletzung

## Anwohner attackiert Landwirt wegen Ausbringen von Pflanzenschutzmittel



© imago/Jochen Tack Wegen des Ausbringens von Pflanzenschutzmitteln: Ein Landwirt wurde in Bayern von einem wütenden Anwohner verbal und körperlich angegriffen. Nun ermittelt die Polizei. (SYMBOLBILD)



Ermittlung

## Landwirt von Spaziergänger auf Feld geschlagen und verletzt

12. Oktober 2023, 6:17 Uhr / Quelle: dpa Rheinland-Pfalz/Saarland /

ZEIT ONLINE hat diese Meldung redaktionell nicht bearbeitet. Sie wurde automatisch von der Deutschen Presse-Agentur (dpa) übernommen.

Ein 80 Jahre alter Landwirt ist von einem Mann auf einem Feld geschlagen und verletzt worden. Der Bauer habe am Mittwochabend mit seinem Traktor ein Feld zwischen der Stadt Rennerod und dem Ortsteil Emmerichenhain mulchen wollen, teilte die Polizei Montabaur mit. Ein unbekannter Mann und eine Frau gingen demnach mit ihren drei Hunden unerlaubt auf seinem Feld spazieren und beschimpften den Landwirt. Dieser stieg daraufhin mit einer Krücke als Gehhilfe von



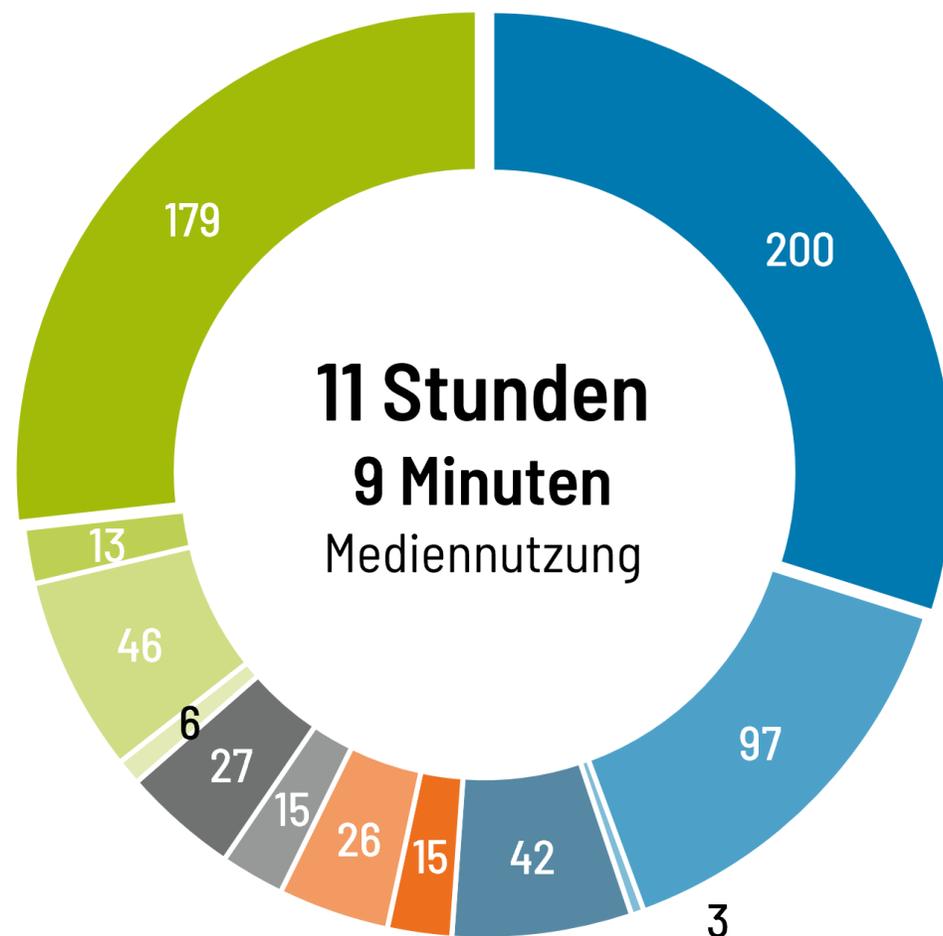
# Die Mediengesellschaft...



**Medienkonsum / Tag / Min ?**

# Anteile der Medien am Medienzeitbudget 2023

Durchschnittliche tägliche Mediennutzung, in Minuten



- Fernsehen
- Online-Video\*
- DVD/Blu-ray
- Kino
- Videospiele
- Social Media\*\*
- Internet inhaltlich\*\*\*
- Zeitungen, Zeitschriften\*\*\*\*
- Buch\*\*\*\*\*
- CD
- Musikstreaming/MP3
- Podcasts/Hörbücher
- Radio

Hinweis: Die genannten Medienzeitbudgets stammen aus unterschiedlichen Studien, sodass aufgrund methodischer Abweichungen insbesondere die Summierung lediglich als Näherungswert zu betrachten sind.

\*Mediatheken (BVoD), Subscription-Video-on-Demand (SVoD), YouTube und Social-Media-Video; \*\*Exkl. Social-Media-Video; \*\*\*Exkl. Kommunikation, Onlinevideo & Musikstreaming; \*\*\*\*Inkl. ePaper; \*\*\*\*\*Inkl. eBook;

Quellen: VAUNET-Analyse auf Basis von AGF Videoforschung 2023 (TV, ab 14 Jahren), ma 2023 Audio II (Radio, werktätlich ab 14 Jahren) und Seven.One Media / forsa - Media Activity Guide 2023, ViewTime Report (alle weiteren Medien, 14-69 Jahre)



**3.000-10.000  
Werbe-  
botschaften  
pro Tag!!**

# Aufmerksamkeit ist die neue „Goldwährung“



- **Merke:**  
**Unser Gehirn ist nicht in der Lage, die Komplexität dieser Eindrücke gleichzeitig zu verarbeiten.**

# Angesagt: Konzepte gegen den „Info-Overkill“



- Verbraucher werden mit Informationen überflutet und erleben den Info-Overkill



- Sie suchen mehr denn je nach relevanten, authentischen (wahren) und wertvollen Informationen



**... und hier ist die Chance für die Live-Communication!**



**2 kurze Exkurse ...**

# 6 Kriterien für überzeugende Statements ...



- Einfach zu verstehen
  - aus der Perspektive des Zuhörers
- Ein Statement auf den Punkt gebracht
  - weniger ist eben mehr!
- Glaubhaft und authentisch
  - der Redner hat was zum Thema beizutragen
- **Überraschungen**
  - **Mehrwert-Beispiele**
- **Emotionen**
  - **berührt, triggert, motiviert**
- **Geschichten**
  - **aus dem Leben**

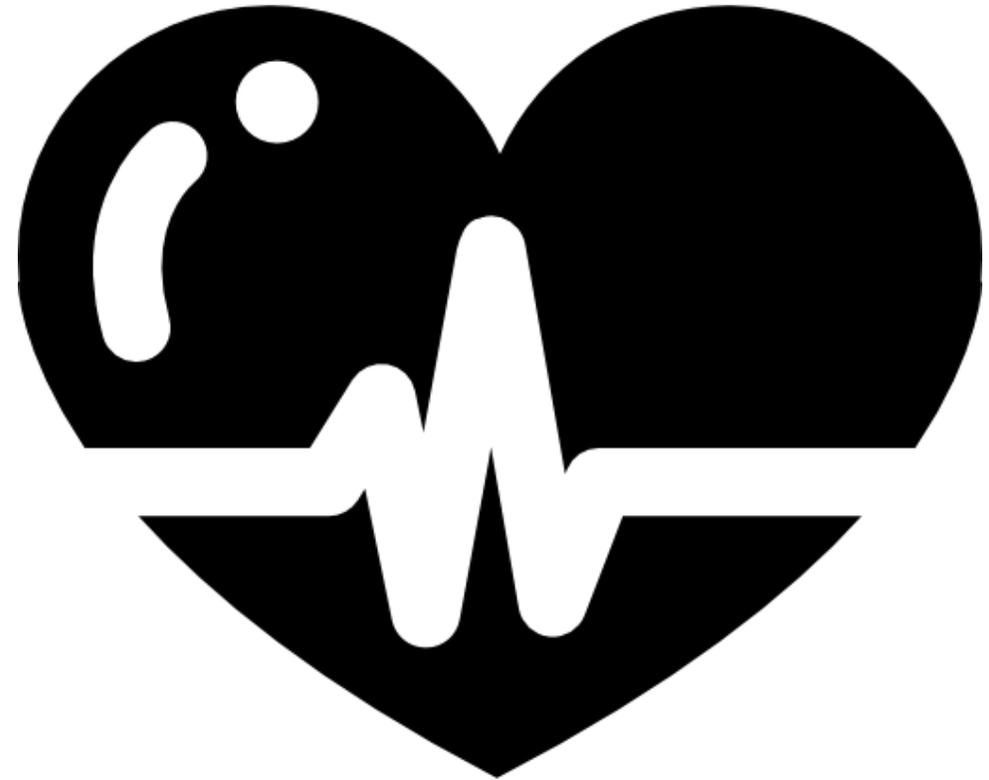


# Empfehlungen und Einschätzungen „Live Communication“

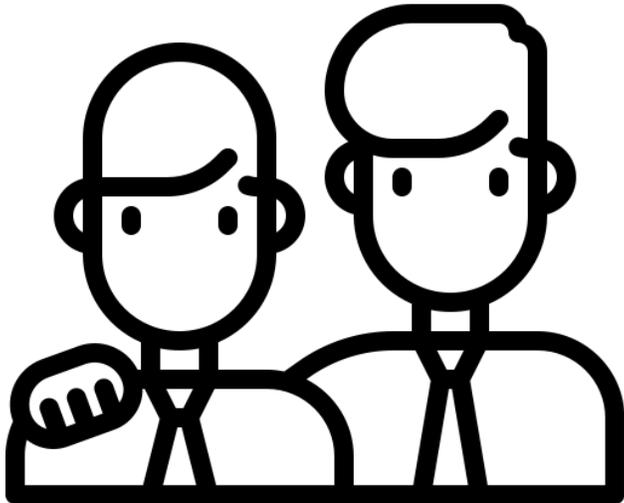
# Merke:



- **„Storytelling“  
wird zum  
„Herzschlag“  
der guten  
Öffentlichkeitsarbeit!**



# (Neue) Konzepte im Storytelling

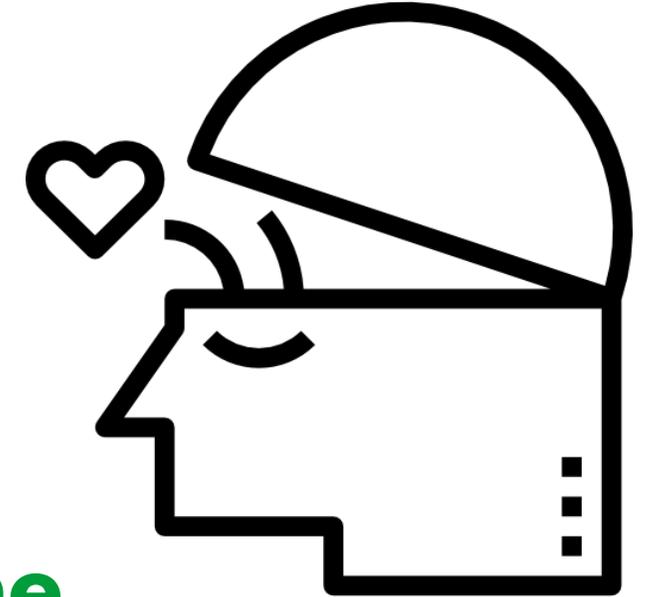


- **Botschaften persönlicher machen!**
  - Sympathisch, empathisch
  - Ansprache auf emotionaler Ebene
  - = Stabilität und Orientierung
- Standpunkte, Perspektiven werden durch menschliche Interaktion verdeutlicht.
- Tipp: Erweiterung um „Spokesmen“

# „Multisensorische“ Erfahrung

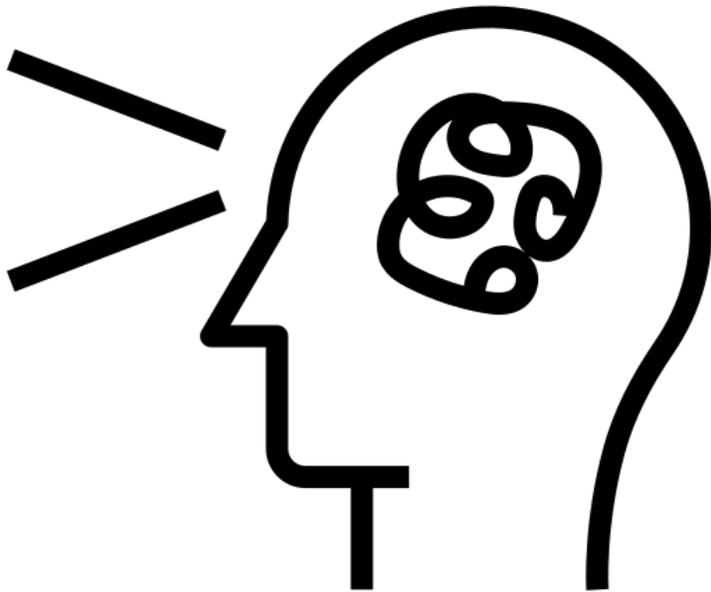


- Gespräche, Begegnungen, Erlebnisse, Interaktion, testen und „tasting“..  
= erweiterte Darstellungsformen gezielt nutzen!



- **Ziel: Dialog auf emotionaler Ebene  
d.h. aktiver, lebendiger,  
authentischer ...**

# Perspektivenwechsel

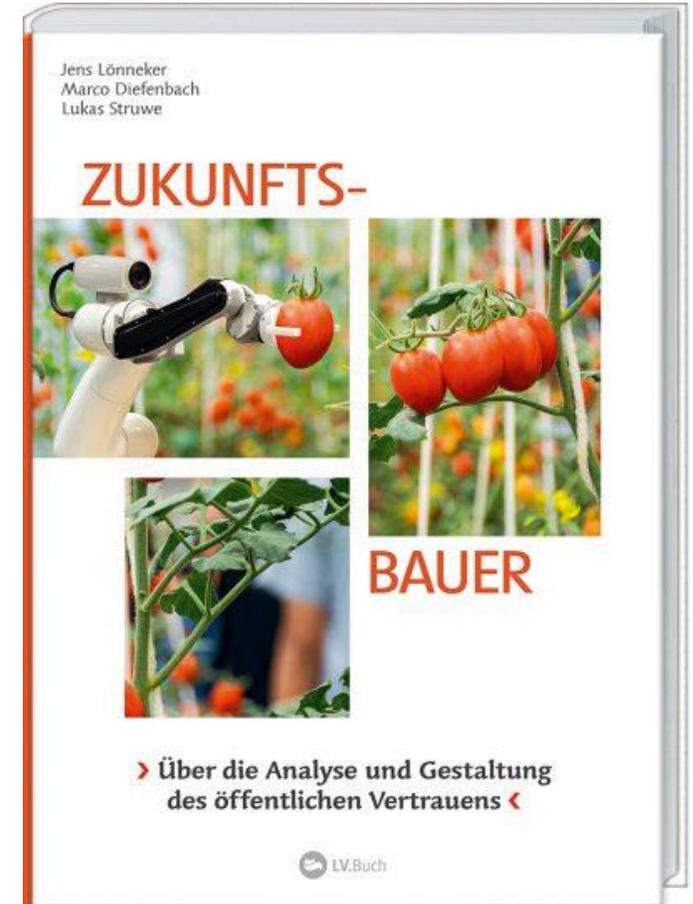


- Im Zentrum der Live-Communication sollten die Bedürfnisse des Besuchers stehen.
- **Empfehlung:** **persönliche Interaktion während des Besuchs ist der zentrale Stellhebel zur Steigerung des Messeerfolgs.**
- Die Gesprächspartner müssen die Bedürfnisse der Besucher kennen und „passgenau“ Informationen, Wissen aber auch Erlebnisse vermitteln
- Neue Narrative für die Landwirtschaft!

# Zukunftsbauer - neue Narrative \*



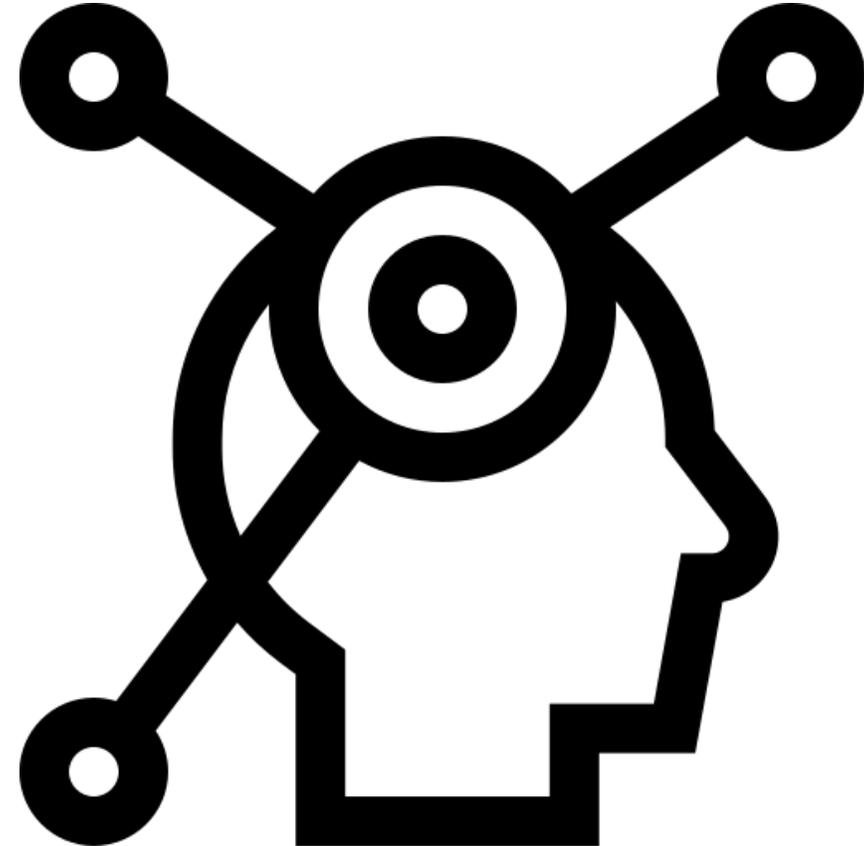
- Landwirtschaft als „Zukunftsgestalter“
- **Moderne Landwirtschaft** eröffnen die Möglichkeiten, nachhaltig und schonend zu wirtschaften, ohne dass **Versorgungssicherheit und Bezahlbarkeit gefährdet werden.**
  - Die Verbraucher erkennen an der Landwirtschaft eine neue Seite, die ihnen bisher nicht bewusst ist.
  - **Landwirte** fühlen sich in ihrem **Selbstverständnis bestätigt** und die Verbraucher werden mit neuen Aspekten **oft überrascht.**
- \*rheingold salon 2023



# Megatrend ´24



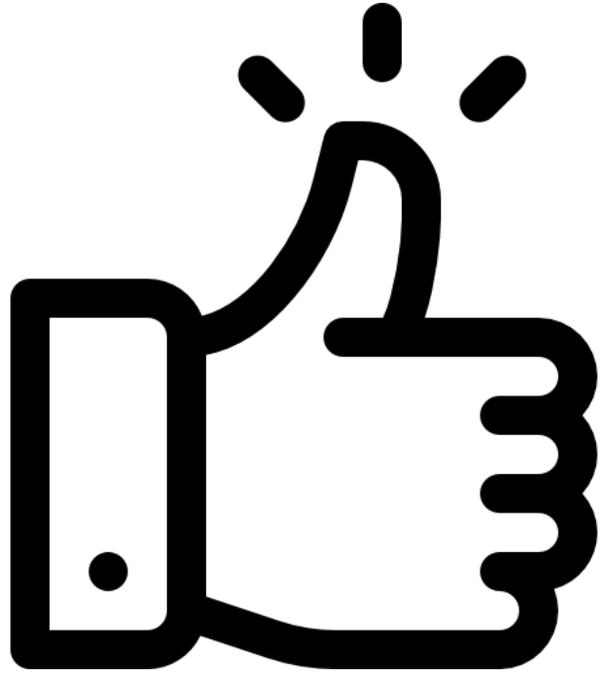
- Inhalte für alle Sinne
  - Gute PR-Kommunikation wird „MULTISENSORISCH“



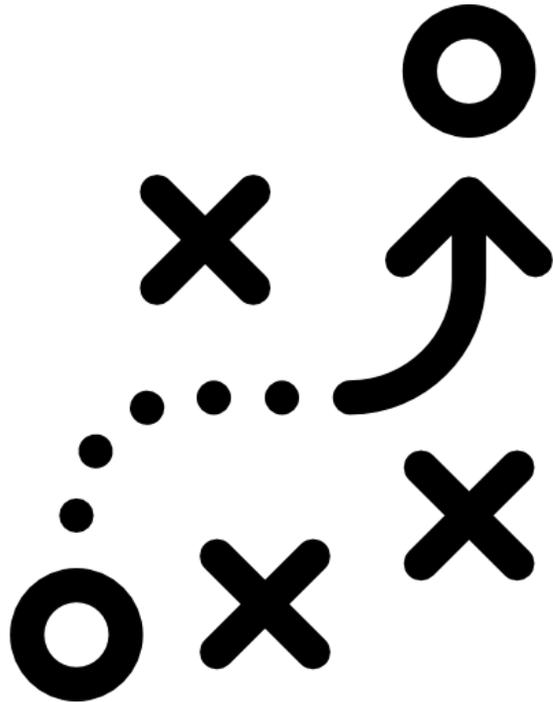


# Live Communication im Marketingmix

# Ein paar gute Gründe...

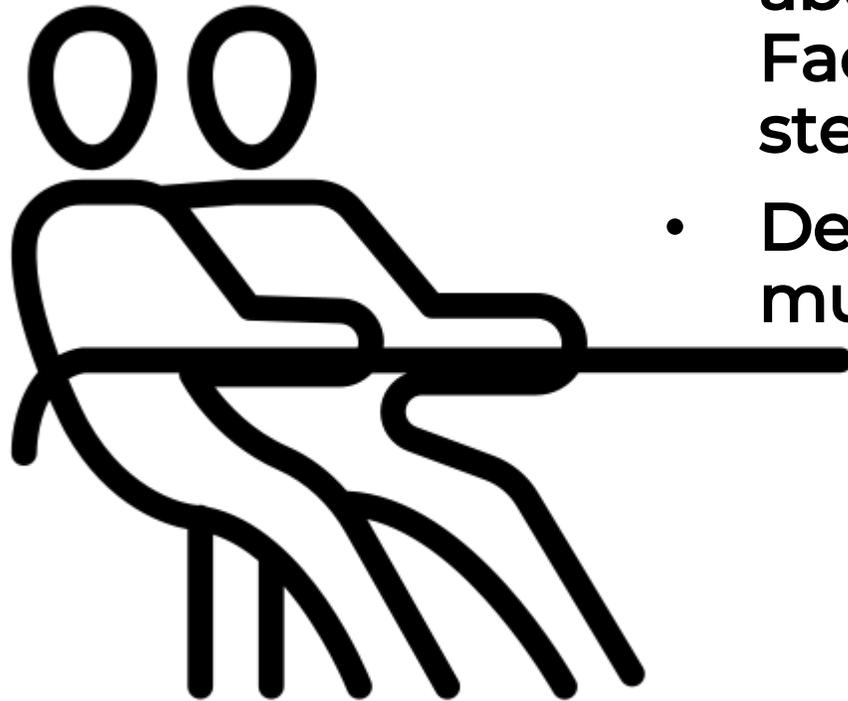


- Direkter Kontakt
- Erlebnisorientierung
- Authentizität & Glaubwürdigkeit in Echtzeit
- Emotionale Bindung
- Feedback, Interaktion & direkte Rückmeldung
- Glaubwürdigkeit und Chance auf Beziehung ;-)



- Neue Kommunikations- oder Distributionskanäle substituieren selten die alten – das Portfolio der Instrumente wird erweitert!
- Social Media Kommunikation professionalisiert sich rasant!
- Live-Communication bietet Mehrwerte, die per se zur Landwirtschaft passen.
- **d.h. Top-Ansatz für das Maßnahmen-Portfolio der Hof PR**

# Unsere Einschätzung Live Communication 2024



- Der Aufwand, Besucher (Konsumenten) aber auch Entscheidungsträger (B2B, Fachmesse) zur Mobilität zu motivieren steigt (nach Corona) deutlich.
- Der Nutzen, den ein Messebesuch bietet, muss erhöht werden.
- **Wichtig, dass dieser frühzeitig und Zielgruppengerecht vermittelt wird.**
- **Ideal: im zeitlichen Vorfeld der Messe wird Aufmerksamkeit und Besucherinteresse geweckt.**

# Die Phasen der „Live Communication“



VOR DER MESSE

AUF DER MESSE

NACH DER  
MESSE

STUFEN

Awareness

Consideration

Acquisition

Service

Loyalty

SCHRITTE

Informieren

Interesse wecken

Kernbotschaften  
setzen

Sicherheit geben

Emotional  
nachlegen

TOUCHPOINTS



# Empfehlungen für den erfolgreichen Messeauftritt



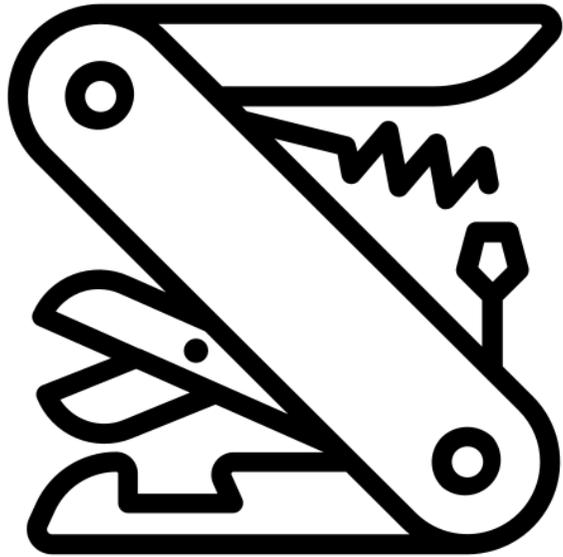
- **Kommunikationsziele festlegen!**
  - Das gesamte Messteam sollte informiert sein
- **Zielgruppen überprüfen**
  - „Persona“ definieren & kommunizieren
- **Kommunikationswirkung messen**
  - Feedback, Gesprächs-Dokumentation
- **Konzepte für „Networking“ festlegen**
- **„Spezialaktionen“ für besondere Zielgruppen**

# Im Gespräch auf der Messe - viel Zeit, um viel falsch zu machen..



- Im „multimedialen“ Zeitalter ändert sich auch die Live-Communication und die Ansprüche steigen.
- Information, Training der Gesprächspartner ist notwendig!

## 6 Praxistipps...



- Planen Sie Messe-Stände nicht nach „Größe“ sondern im Hinblick auf eine **kommunikationsfreundliche Gestaltung**.
- Optimieren Sie die Kompetenzen des Standpersonals
  - = Fähigkeit, Informationen besuchergerecht zu vermitteln.
- Achten Sie auf multisonorische Dialoge!
- Vergessen Sie nicht das Premarketing sowie die Post-Show Aktionen
- Planen Sie die Ansprache spezieller Zielgruppen
- „Hybride Konzepte“ ausprobieren!



# Noch ein paar Tipps

Basics für die Hof-PR



# So geht gute „Hof-PR“





# Mein Tipp für Ihre Kommunikation

$$T = r + d$$

TRUST

RELIABILITY

DELIGHT

A photograph showing two men in light blue shirts shaking hands. The man on the left has red hair and glasses, while the man on the right has a beard and is smiling. A woman with red hair is visible in the background. The scene is set against a brick wall and a window.

„Ein Händedruck  
zwischen Besucher  
und Landwirt lässt  
sich weder mailen,  
bloggen noch  
twittern!“

„Vielen Dank  
für Ihre Zeit & die  
Gelegenheit!“