



Die neuen Bauernbünde

Mehr als eine Milliarde Menschen weltweit sind in Facebook aktiv. Auch immer mehr Landwirte nutzen es zum Netzwerken. Rainer Winter zeigt, wie Sie damit kommunizieren können.

Wer heute noch glaubt, Facebook sei etwas für seine Kinder und Zeitverschwendungen, der irrt. Dieses soziale Medium ist längst aus seinen Kinderschuhen herausgewachsen. Es etabliert sich immer mehr zu einer professionellen Info- und Vernetzungsplattform für Erwachsene. Das zeigen die stetigen Zuwächse bei den Nutzerzahlen – in Deutschland sind es mittlerweile über 27 Mio. Mitglieder. Da stellt sich die Frage: Hat Facebook das Zeug zu einem strategischen Kommunikationsinstrument für Landwirte? Welche Risiken gehen sie dabei ein? Nachfolgende Thesen und Beispiele sollen diese Fragen beantworten.

Medienkritik durch Präsenz. Als Rückkanal in die Redaktionen bieten inzwischen fast alle Print- und Online-Medien sowie TV- und Radiosender eine eigene Facebook-Seite. Dort gibt es immer mehr Beiträge von Landwirten, wenn Fragwürdiges über die Landwirtschaft berichtet wird.

So hatte die Sendung »Quarks & Co.« im Februar durch einen satirischen und schlecht recherchierten Videobeitrag als erste einen Entrüstungssturm von Landwir-

ten auf ihrer Facebook-Seite erlebt. Als Nebeneffekt lernen sich in diesen Debatten Landwirte als Gleichgesinnte und Betroffene kennen. Sie finden sich auf anderen Medienseiten wieder, sobald diese fragwürdige Beiträge auf Sendung haben. Für einige Landwirte ist es Strategie, gerade dort Präsenz zu zeigen und argumentativ gegenzuhalten, wenn der nächste Skandal durchs Dorf gejagt wird.

Die Kraft der Vernetzung. Viele Landwirte können inzwischen die Kraft sozialer Netzwerke nachvollziehen: Es ist sehr einfach, auf Facebook Kontakt zu anderen, gleichgesinnten Nutzern aufzunehmen und sich zu Gruppen zusammenzuschließen. Facebook-Gruppen machen einen Austausch von Informationen auch mit nicht befreundeten Nutzern möglich, ähnlich wie in klassischen Diskussionsforen. Gruppen können verborgen oder auch öffentlich eingerichtet sein. Mit wem ich in einer verborgenen Gruppe vernetzt bin, können selbst die eigenen Facebook-Freunde nicht sehen. Damit lassen sich

Das spornt Landwirte an

- »Wir wollen eine Gegendarstellung zu den auf Facebook gut organisierten Aktivitäten der Tierrechtsszene schaffen und die Präsenz der Landwirte verstärken«, sagt Andre Brösterhaus von www.massentierhaltung-aufgedeckt.de
- »Dass wir Landwirte wieder zu Themen gefragt werden, die uns angehen. Um wieder mit uns zu reden, anstatt immer über uns«. Marcus Holtkötter, Landwirt und bei Twitter aktiv als @BauerHolti
- »Die Erkenntnis, dass heutzutage eine zu große Entfremdung zwischen Stadt und Land herrscht und so Tierschutz mit zweierlei Maß gemessen und allzu leicht wirtschaftlich sowie politisch instrumentalisiert werden kann, dann noch als Folge davon üble Drohungen und Hausfriedensbrüche gegenüber befreundeten Landwirten, haben mich aktiv werden lassen.« Kathrin Grüning, Landwirtin
- »Es ist doch viel besser, uns Landwirte zu fragen, als das einseitige Bild der Medien unreflektiert zu übernehmen.« Alois Wohlfahrt, Landwirt und Agrarblogger unter www.netzlandwirt.de

private und fachliche Kommunikation praktisch trennen.

Schneller Einstieg. In Facebook können nicht nur Einzelpersonen eine »Seite« anlegen, sondern man kann auch Profile für Unternehmen, Marken, Veranstaltungen etc. schnell und unkompliziert einrichten. Was oftmals als ein Experiment des Hofnachfolgers beginnt, stellt sich manchmal als mächtiges Kommunikationsinstrument heraus, insbesondere, wenn Sie Ihre Kunden oder Geschäftspartner auf eine eigene Präsenz hinweisen. Manche Betriebe verkaufen über ihre Facebook-Seiten Zuchttiere in alle Welt. Urlaubshöfe führen damit ein offenes Gästebuch mit Bewertungen ihrer Gäste. Das zeigt: Eine Facebook-Seite kann Ihnen in bestimmten Fällen sogar eine eigene Internetseite ersparen. Schließlich können auch nicht in Facebook registrierte Internetnutzer die Meldungen lesen.

»Do-it-yourself PR« für die Branche. Die Möglichkeit, auf Facebook Diskussionen mit anderen Nutzern (also auch Verbrauchern, etc.) zu führen, eröffnet Chancen für die Öffentlichkeitsarbeit online. Besser als für Imagewerbung eignet sich ein soziales Netzwerk zum Aufbau einer positiven Reputation: Im Gespräch können Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit und schließlich die Vertrauenswürdigkeit vermittelt werden.

Drei auf private Initiative betriebene Seiten zur Öffentlichkeitsarbeit für die Tierhaltung wollen wir uns mal näher betrachten:

- »Massentierhaltung aufgedeckt: So sieht es in deutschen Ställen aus!« Hier haben Junglandwirte und Studenten der FH Osnabrück eine Informationsplattform zur Schweinehaltung unter der Homepage www.massentierhaltung-aufgedeckt.de und einer dazugehörigen Facebook-Seite erstellt und einen eigenen Verein als Rechtsträger dazu gegründet. Grundsätzliche Informationen zur Schweinehaltung werden auf der Homepage gezeigt, aktuelle Informationen werden über die Facebook-Seite www.facebook.com/massentierhaltung kommuniziert.

- »Bauernwiki Frag-doch-mal-den-Landwirt«: Hinter dieser Facebook-Seite www.facebook.com/fragdenlandwirt stehen derzeit ca. 140 Praktiker aus der Landwirtschaft, die regelmäßig zu verschiedenen produktionstechnischen Fragestellungen aus ihren Betrieben berichten. Verbraucher können sich alles

Dieser Diskussionsauszug zur aktuellen Zeit-Serie zeigt die sachliche Argumentation von Landwirten – aber auch das mitunter abgrundtiefe Niveau anderer.

erklären lassen, wenn sie Fragen zur Landwirtschaft haben. Initiiert wurde die Seite von drei landwirtschaftlichen Familien aus Niedersachsen, Hessen und Nordrhein-Westfalen.

• Stallbesuch.de: Diese Informationsplattform über Tierhaltung ist seit dem 1. Juli 2014 online oder besser »auf Sendung«. Denn hier findet sich eine Fülle von Videobeiträgen, die von Stallbesuchern berichten. Gründer und Betreiber ist Thomas Wengenroth. Er interviewt in den Videos Fachleute und Praktiker aus dem Bereich der Tierhaltung und Veterinärmedizin. Unter www.facebook.com/stallbesuch wird man laufend über neue Beiträge informiert. Diskussionen sind sowohl auf der Homepage als auch auf der Facebook-Seite möglich und erwünscht.

Risiken und Nebenwirkungen. Tierhalter unter den Landwirten ernten mit einer Facebook-Seite leider nicht nur positive Reaktionen, wenn sie von bestimmten Aktivisten entdeckt werden. Vegane Interessensgruppen und Tierrechtler haben die sozialen Medien schon länger für sich in Beschlag genommen und nutzen diese für die Verbreitung ihrer Weltsicht. Ein Meinungsaustausch mit ihnen ist inzwischen nichts mehr für Zimperliche. Beschimpfungen unter der Gürtellinie sind an der Tagesordnung. Hier hilft nur, rabiate Nutzer zu sperren und in den Einstellungen der Seite die automatische Seitenmoderation mit Wortfilter zu nutzen.

Wer Bilder von Nutztieren und seiner Familie auf Facebook öffentlich zeigt, kann heftige Reaktionen erhalten, die jeglichen Spaß vergällen können. Dass diese Bilder heruntergeladen und in einem anderen Zusammenhang weiterverwendet werden können, sollte man sich bewusst sein. Wer aber ein aktives Netzwerk aufbaut, kann einen aufziehenden »Shit-Storm« auf seiner Seite gemeinsam im Zaum halten.



Fazit. Mit Facebook seinen Betrieb der Welt zu zeigen, ist schnell gemacht. Jedoch gilt das Gleiche wie bei einer Rasierklinge: Richtig eingesetzt, kann es ein mächtiges Kommunikationsinstrument sein. Nachlässig angefasst, kann man sich schneiden. Für die aktuellen medialen und gesellschaftlichen Diskussionen über Landwirtschaft und Tierhaltung im Speziellen beschreiten viele Landwirte heute einen neuen Weg: Sie sprechen für sich – unabhängig von ihren Fürsprechern in den Verbänden.

Rainer Winter, DLG

Weitere Beispiele von aktiven Facebook-Landwirten haben wir für Sie auf www.dlg-mitteilungen.de zusammengestellt.