

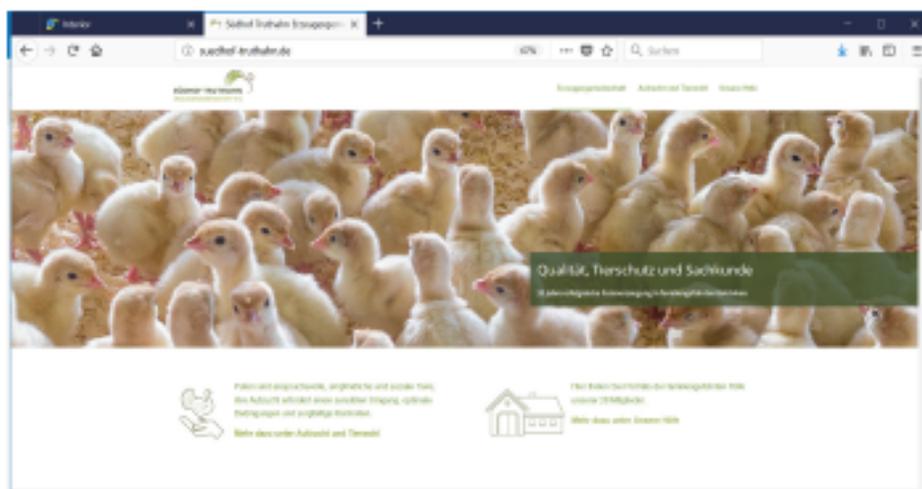


Putenerzeugergemeinschaft Südhof zeigt Gesicht durch moderne Kommunikation

Die Südhof Truthahn Erzeugergemeinschaft dokumentiert Transparenz, Selbstbewusstsein und Qualität. Der Zusammenschluss von 31 familiengeführten Putenhöfen aus Bayern, Baden-Württemberg und Thüringen hat sich entschlossen, aktiv zu kommunizieren und öffentlich über seine Standards, seine Haltung und seine Arbeit Rechenschaft abzulegen.

Zukunftsfähige Ausrichtung durch Nutzung unterschiedlicher Medien

„Die Welt um uns herum hat sich grundlegend verändert. Wenn wir mit unserem Tun Anerkennung finden wollen, müssen wir selbst Rede und Antwort stehen – und zwar nicht nur auf unseren Höfen, sondern auch in den traditionellen und neuen Medien“, beschreibt der Südhof-Vorsitzende Thomas Palm seine Erkenntnis: „Es gibt nur eine Möglichkeit, sich auf neue Umstände einzustellen und sich zukunftsfähig auszurichten: Man muss aus seiner Komfortzone herauskommen und sich verändern. Wir sollten das, was wir denken, auch sagen. Und was wir tun, auch leben“, sagt er in Anlehnung an ein Diktum von Alfred Herrhausen, ehemaliger Vorstandssprecher der Deutschen Bank. Bei Südhof kommen Biobauern, konventionell arbeitende Familien sowie Betriebe zusammen, die für die Coop Genossenschaft in der Schweiz eine besonders tierfreundliche Stallhaltung (BTS) gewährleisten. „Wir bieten wahrscheinlich die beste Qualität weltweit. Ob Hygiene, Futter, Haltungsbedingungen oder Tiergesundheit. Deshalb können und sollten wir offensiv Zeugnis ablegen über unser tägliches Tun, unsere Werte und unsere Fürsorge für die Tiere und die Gemeinschaft“, sagt Palm. Seit Jahren beobachtet er, wie zunehmend mehr Interessensgruppen über die Landwirtschaft kommunizieren, was immer wieder zu verzerrten Darstellungen, falschen Eindrücken und Fehlinterpretationen führe. „Wenn wir nicht selbst mitreden und vieles smart und wirkungsvoll richtig-



„Wir müssen Rede und Antwort stehen“: Der Internetauftritt der Südhof Truthahn Erzeugergemeinschaft.

stellen, verlieren wir die Deutungshoheit über unsere eigene Arbeit. So weit dürfen wir es nicht kommen lassen“, diagnostiziert Palm. Deshalb setzt Südhof seit 2016 ein Konzept um, das die Höfe mit der Beratung und Agentur Dr. Michael & Partner (www.mediensicher.de) aus Gauting bei München erarbeitet haben. Zunächst wurde ein Kommunikationsmanual erarbeitet. Darin haben die Mitglieder alle wichtigen Themen und Botschaften priorisiert, strukturiert und übersichtlich gelistet. Ausnahmslos alles kam auf den Tisch, auch die schwierigen Entwicklungen und die „Problemzonen“ der Landwirtschaft. Für etliche Themen wurden im Sinne eines betrieblichen Verbesserungswesens Vorschläge erarbeitet und umgesetzt. Dann ging die selbst entwickelte Südhof-Website an den Start.

Vielfältige Marketingmaßnahmen für die moderne Landwirtschaft

Die Landwirte absolvierten ein Auftritts- und Medientraining, erfuhren viel über die Möglichkeiten der Online-Kommunikation und setzen diese nun schrittweise um. Die aktive Medienarbeit umfasst neben landwirtschaftlichen Publikationen vielfältige Porträts und Artikel von regionalen Tageszeitungen über einzelne Südhof-Familien. Auch das Fernsehen berichtet über die Höfe, zudem werden Radiostationen angesprochen. Palm kann

sich auch erklärende Videos, Fotoreportagen und Texte vorstellen über Hofführungen, Auditing/Zertifizierungen, die Haltungsbedingungen und die Standards in der Putenaufzucht. „Wir sollten selbstbewusst vorzeigen, was moderne Landwirtschaft ist. Dann verstehen die Menschen auch, warum wir mehr Tiere aufziehen müssen als früher, um die erhöhten Qualitätsstandards einhalten und wirtschaftlich überleben zu können.“ Palm und Michael wollen Beiträge leisten, um die Höfe kommunikativ aufzuwerten und das öffentliche Bild der Landwirtschaft zu pflegen.

Qualität, Transparenz und Verantwortung

Dazu zähle auch, dass mögliche Missstände in einzelnen Bereichen der Landwirtschaft grundlegend analysiert und behoben werden. Eklatante Rechtsverstöße dürften einerseits nicht hingenommen werden und andererseits nicht zu pauschalen Verdächtigungen von hunderten engagierten Familien und ihren Höfen führen. „Was wir in Sachen betrieblicher Verbesserungen und Reputation machen, ist keine Lyrik, sondern Zukunftssicherung. Und wir erfüllen damit die gesellschaftlichen Forderungen nach Qualität, Transparenz und Verantwortung. Die Wirtschaft wird sich genau nach diesen Kriterien konsolidieren“, sagt Palm.