



PRESSE-INFO

31. Oktober 2023

Erstes „Milk.Fluencer“-Treffen von DIALOG MILCH auf dem Krewelshof - Ideenbuffet für digitale Hof-PR

Beim ersten Milk.Fluencer-Treffen standen Ideen, Konzepte und vor allem praktische Erfahrungen für eine zeitgemäße Hof-PR im Mittelpunkt. Auf Einladung von DIALOG MILCH trafen sich mehr als 20 junge Landwirtinnen und Landwirte, um voneinander zu lernen. Abgerundet wurde das Programm durch die Besichtigung der hochmodernen Hochwald-Molkerei in Obergartzem.

Es geht um die Akzeptanz in der Region!

In Zeiten, in denen Öffentlichkeitsarbeit und Verbraucherdialo g immer wichtiger werden, ist es auch für Milcherzeugerinnen und Milcherzeuger entscheidend, sich zu präsentieren und damit die Akzeptanz – zum Beispiel in der eigenen Region – zu erhöhen. Soziale Medien bieten hier direkte Wege, um auch Menschen anzusprechen, die mit der Landwirtschaft weniger vertraut sind. Doch wie geht man dabei vor? Worauf muss man achten und welche Trends gibt es? Und welche Themen interessieren andere? Diese Fragen standen im Mittelpunkt des Milk.Fluencer Treffens.

Geschichten vom Bauernhof digital erzählen

Nach der Begrüßung durch Beate Kronen von Milch NRW gab Barbara Meuwissen in ihrem Vortrag „Dein Einstieg in die digitale Öffentlichkeitsarbeit – so geht Social Media vom Hof“ exklusive Einblicke in den familiengeführten Account ‚@landwirtschaft_meuwissen‘. So plant sie ihre Fachbeiträge vor und stellt diese an drei festen Tagen in der Woche online, um kontinuierlich Inhalte zu bieten. Ein Highlight der Woche ist für viele Follower der „Kälbchensonntag“ mit aktuellen Bildern des Nachwuchses vom Hof.

Heiner Billmann (@milchhofbillmann) knüpfte mit Impulsen für die Öffentlichkeitsarbeit als Direktvermarkter an: „Welche Rolle spielt der digitale Auftritt? – Dos & Don'ts.“

Er hob die Vorteile der Kommunikation über soziale Medien hervor. Während seine Eltern noch „von Tür zu Tür“ Flyer verteilten, kann Billmann heute über Instagram seine produktbezogenen Posts an ausgewählte und bestimmte Zielgruppen „zum kleinen Preis“ bewerben. Gleichzeitig nutzt er die Plattformen zur Aufklärung und tritt offen in den Dialog mit Kritikern.

TikTok geht auch!

Einen Einblick in seine Arbeit gab auch der Agrar-Influencer Nils Wiedenau, der mit seinem Account ‚@agrarnils‘ über 190.000 Follower hat. „Gerade bei TikTok und Instagram ist es wichtig, immer am Puls der Zeit zu sein.“ So entwickeln die schnelllebigen Plattformen immer wieder neue Trends, die Möglichkeiten bieten, die Reichweite der Accounts zu erhöhen. Dazu gehören zum Beispiel sogenannte „Reels“ – bewegte Bilder auf Instagram und TikTok. Für die technische Umsetzung empfiehlt er Landwirtinnen und Landwirten die benutzerfreundliche App „CapCut“, mit der sich mehrere kurze Videos mit passender Musik zusammenschneiden lassen.

Ein Logo gehört dazu

Thessa Müller rundete das Info-Speeddating mit ihrem Vortrag "Alles Logo oder was – auf die Wiedererkennung kommt es an! Tipps für Dein Hof-Branding" ab. Für Thessa Müller bringt ein eigenes Logo viele Vorteile mit sich – vor allem im Hinblick auf Wiedererkennung und Markenbildung. „Das gilt für den landwirtschaftlichen Betrieb genauso wie für große, bekannte Verbrauchermarken“ In ihrem Vortrag erläuterte sie die Vorgehensweise bei der Gestaltung eines Logos – passend zu den jeweiligen Werten und Zielen des Betriebes. Dabei wurde deutlich, dass ein Corporate Design weit mehr ist als nur ein Logo. Hausfarben, verwendete Schriften oder auch ein „Motto“ sind wichtige Elemente, die die Gesamtwirkung des einheitlichen Unternehmensauftritts ausmachen.

Im Anschluss besichtigten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die erst 2022 eröffnete Hochwald Molkerei am Standort Mechernich und tauschten sich mit Kathrin Lorenz, Marketingleiterin des Unternehmens, aus: "Öffentlichkeitsarbeit ist uns sehr wichtig und deshalb freuen wir uns, den Milk.Fluencern unsere neue Molkerei präsentieren zu können."

Das erste Milk.Fluencer-Treffen endete mit einer Austausch- und Feedbackrunde auf dem Krewelshof. „Nicht nur im Rahmen von DIALOG MILCH stehen wir den Milchkuhhalter:innen vor allem in Sachen Öffentlichkeitsarbeit und Verbraucherdiallog zur Seite. Veranstaltungen wie diese sollen auch den Austausch untereinander stärken. Wir sehen, dass vor allem die jungen Leute am Hof oft schon sehr kreative und zukunftsweisende Konzepte umsetzen. Hier wollen wir den Austausch und die Inspiration fördern und voneinander ‚auf Augenhöhe‘ lernen!“, so Beate Kronen von der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW e. V. (Milch NRW) abschließend.

Die Veranstaltung im Rahmen von DIALOG Milch wurde finanziert durch den Verein zur Förderung der *Milchwirtschaft* e. V.

Fotos: Theresa Berndgen

Pressekontakt: Frank Maurer, Tel.: 02151-4111-410
Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Landesvereinigung der Milchwirtschaft Nordrhein-Westfalen e.V.