



Foto: Blasl

△ Bianca Blasl und Willy Geiger (rechts) haben es sich zur Aufgabe gemacht, Menschen rund um Essen und Landwirtschaft wieder zusammenzubringen. Über die Plattform „Bauer to the People“ nehmen sie uns zu den Menschen mit, die für unser Essen sorgen.



## „Müssen wieder miteinander reden“

Die Lücke zwischen Landwirtschaft und Gesellschaft wird immer größer. Die Plattform „Bauer to the People“ versucht diese zu schließen – gemäß dem Motto „Durchs Reden kommen die Leut zam“.

### UNSERE AUTORIN

Bianca Blasl, Bloggerin, Journalistin und Kommunikationsexpertin, Wien

Die meisten Menschen stehen vor dem Supermarktregal und assoziieren das Schnitzel nicht mit dem Schwein, die Tomate nicht mit dem Boden, den Käse nicht mit der Kuh. Viele wissen nicht, wie das Schwein gelebt hat oder was die Kuh frisst. Wir haben das Gespür und den Kontakt zueinander verloren. Wir alle.

Rund ums Essen wird diese Entfremdung besonders deutlich: Früher haben wir vielleicht noch beim Fleischer über das Schnitzel gesprochen, das einmal ein Schwein war oder mit dem Bauern, bei dem es gelebt hat. Heute ist der Weg vom Feld bis auf den Teller weit und

komplex geworden. Uns sind die Berührungspunkte abhandengekommen. Wir reden nicht mehr miteinander. Genau das wollen wir mit der Plattform „Bauer to the People“ ändern.

Wir reden mit allen: Von der Bäuerin über die Lebensmittelproduzenten bis hin zu Händlern und den Wirten, den Wissenschaftlerinnen und Konsumenten. Denn wenn wir etwas ändern wollen, dann brauchen wir wieder ein Gespür und Kontakt zueinander. Durch's Reden entstehen neue Perspektiven und Lösungen. Dafür braucht es uns alle!

### FÜR DEN AHA-MOMENT

Gleichzeitig wollen wir durch den Dialog mit den Akteuren im Lebensmittelbereich Aha-Momente auslösen: „Aha! Eine Kuh muss trächtig sein, damit sie Milch gibt. Eine Bäuerin bekommt För-

derungen, damit wir günstige Lebensmittel haben. Ein Schwein muss zum Schlachthof transportiert werden, da-

### SCHNELL GELESEN

**Bauer to the People** ist eine Plattform, um Menschen rund um Essen und Landwirtschaft näher zusammenzubringen.

**Durch den Dialog** soll wieder mehr Verständnis füreinander entstehen und somit Vorurteile abgebaut werden.

**Über Podcasts** und die sozialen Medien findet dieser Austausch aktuell statt.

**Vier Landwirte erklären**, wie sie auf Konsumenten zugehen.

## Gemeinsame Werte als Ziel

Gerade in der Landwirtschaft haben wir vergessen, unsere Geschichten zu erzählen. Da dürfen wir uns nicht wundern, wenn die Menschen aufschreien, wenn sie Landwirtschaft sehen, wie sie wirklich ist.

Unterm Strich lässt sich dieses Problem nur mit ehrlicher Kommunikation lösen. Im Dialog. Indem wir darüber sprechen, warum die Dinge sind, wie

sie sind. Wir müssen auch anerkennen, dass nicht immer alles leiwand ist.

Gemeinsame Werte zu finden und an Lösungen zu arbeiten, muss das Ziel sein. Die Lebensmittelwertschöpfungskette sind wir alle: Vom Bauern, über die Verarbeitung, die Politik, die Gastro, die Konsumenten und alles dazwischen. Und wir alle sind gefordert, in den Dialog zu treten.



Foto: Privat

△ Ferdinand Köberl will seinen Kunden Informationen aus erster Hand liefern.

mit mir ein Schnitzel essen können. Eine Wirtin muss knallhart kalkulieren, damit ihr etwas übrig bleibt.“ So wollen wir Wissen in Bewusstsein wandeln und Verbindungen schaffen.

### SKANDAL ODER KITSCH?

Es gibt momentan Skandal oder Kitsch, schwarz und weiß. Durch den Dialog können neue Verbindungen und Sichtweisen und so ein Verständnis füreinander entstehen. Durch die unterschiedlichen Perspektiven findet Nachdenken, Urteilen und Konsumieren wieder bewusster statt. Unsere Blasen verbinden sich, Vorurteile werden abgebaut. So kommen wir im besten Fall zu gemeinsamen Lösungen.

Momentan erfolgt der Dialog in unserem Podcast und unseren Social-Media-Kanälen. Wir arbeiten an Möglichkeiten, aktiv miteinander zu diskutieren und zum Reden zam'zukommen. Wir planen Veranstaltungen, Stammtische, Projekte mit Schulen. Dafür brauchen wir Zeit, gute Ideen und auch eine passende Finanzierung.

### MITREDEN UND MITMACHEN

Ihr wollt auch zeitweise aus euren Blasen raus? Damit Nachdenken, Tun, Urteilen und Konsumieren wieder bewusst stattfinden kann? Dann redet mit und hört rein! Im schlimmsten Fall habt ihr's schon gewusst, im besten Fall eine neue Perspektive kennengelernt.

Ihr wollt ein Teil sein auf diesem Weg? Uns vielleicht unterstützen? Das geht alles auf unserer Website [www.bauertothepeople.at](http://www.bauertothepeople.at). Oder ihr schreibt uns an [info@bauertothepeople.at](mailto:info@bauertothepeople.at).

Auf unserer Homepage könnt ihr euch unterschiedliche Perspektiven von Bauern anhören und nachlesen. Oder ihr diskutiert auf den Social-Media-Kanälen einfach mit.

Ihr Kontakt zur Redaktion:  
[beate.kraml@topagrar.at](mailto:beate.kraml@topagrar.at)

Nachfolgend haben wir bei vier Gesprächspartnern aus dem Bauer to the People-Podcast nachgefragt, wie diese mit der Gesellschaft kommunizieren und mit Kritik umgehen.

### FERDINAND KÖBERL

## „Was Hänschen nicht lernt ...“

Die Biobauern Stefanie und Ferdinand Köberl aus Graz wollen ihren Kunden Information aus erster Hand liefern. Daher planen sie künftig Hoffeste sowie Exkursionen zu den Feldern und Ställen. „Schule am Bauernhof ist unser Projekt für 2022. Wir sind uns sicher, was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmermehr“, betonen sie.

Köberls produzieren samenfeste Urgetreidesorten, Kürbis und Mais. Zudem halten sie Legehennen. Die Produkte vermarkten sie direkt. Dabei führen sie auch viele Gespräche mit den Kunden. „Wir merken, dass es ganz wenig Wissen bei unseren Konsumenten gibt. Es gibt großen Nachholbedarf. Uns fehlt aber oft die Zeit dafür. Deswegen finden wir die Initiative Bauer to the People goldrichtig“, erklären sie. ▶

So einfach geht's:  
Persönliches Gespräch  
mit Ihrem KRONE  
Vertriebspartner  
vereinbaren und  
bis 31.01.2022 Wunsch-  
maschine\* kaufen

Bis zu  
€ 2.000,-  
Rabatt pro  
Maschine.  
Bis 31.01.2022

## Der große KRONE Meter-Bonus

Jetzt KRONE Wunschmaschine\* sichern: Pro Meter Arbeitsbreite der Maschine erhalten Sie € 100,- Rabatt.

\* Aktion gültig auf alle KRONE Mähwerke, Kreiselzettwender und Schwader.



△ Markus Pannagl (r.) und sein Vater Franz wollen Verbrauchern die Produktion erklären.

### MARKUS PANNAGL

#### „Keiner kann sich vorstellen, wie ich arbeite“

„Wer einmal bei mir im Glashaus war, wird die Lebensmittel im Geschäft mit anderen Augen sehen“, erklärt Markus Pannagl, Gemüsebauer aus Wien.

Den Konsumenten will er ehrlich und verständlich die Produktion und alles rundherum erklären: „Keiner kann sich vorstellen, wie ich arbeite, wie eine Tomate wächst und was es braucht, bis sie auf dem Teller liegt.“ Daher sucht er das Gespräch mit den Konsumenten zum Beispiel auf diversen Märkten, bei Verkostungen und Events.

In erster Linie möchte er aber den Leuten am eigenen Betrieb die Produktion erklären. „In Zeiten der Pandemie ist das schwierig geworden. Social Media ist hier sehr hilfreich“, hält er fest.

Obwohl im Gespräch anfangs oft Kritik kommt, hat Pannagl viele positive Erfahrungen sammeln können. „Am schönsten ist es, mit sachlichen und ehrlichen Argumenten zu überzeugen. Und die Konsumenten dann sogar einmal bei mir am Betrieb begrüßen zu dürfen“, berichtet er.

Das Thema Kommunikation vermisst er zwischen Lebensmitteleinzelhandel und den Produzenten. „Hier braucht es faire Abmachungen auf Augenhöhe“, fordert Pannagl.



△ Thomas und sein Vater Hermann Neuburger reden auch über kritische Themen.

### THOMAS NEUBURGER

#### „Von Entrüstung bis Begeisterung“

Mit Kritik hat auch Thomas Neuburger gelernt, umzugehen. „Von Entrüstung bis zu Begeisterung ist alles dabei. Die meisten Konsumenten sagen aber nix“, erzählt der Oberösterreicher.

Bei der Kritik unterscheidet er, ob diese konstruktiv oder cholerisch ist. „Wenn jemand inhaltlich berechtigte Kritik äußert, zeigen wir Verständnis. So entsteht eine Gesprächsbasis. Und dann sagen wir unsere Meinung, unsere Sicht der Dinge. Manchmal kann man's nicht rechtmachen“, erklärt Neuburger.

Um Vorurteile frühzeitig aufzuräumen, erklärt er den Konsumenten, wie die Rohstoffe hergestellt werden. Beim Ei spricht er auch das Küenschreddern an. „Da nimmt Bauer to the People eine wichtige Funktion ein. In Zeiten von Facebook und Fake News braucht es ein unabhängiges Medium. Damit man die Welt sieht, wie sie ist, nicht beschönigt, nicht skandalisiert“, betont er.

Verbesserungspotenzial sieht er ganz klar bei der Kennzeichnungspflicht entlang der Wertschöpfungskette. „Da ist ein Leck. Agrar- und Fleischlobby wollen die Informationen nicht bei den Menschen. Weil es da um viel Geld geht. Da braucht es die Gesetzgebung“, betont Neuburger.

### VIKTORIA EICHINGER

#### „Kritik wird es immer geben“

„Ich gebe seit Kurzem über die sozialen Medien Einblick in den landwirtschaftlichen Alltag. Die eigene Arbeit verständlich darzustellen, ist dabei nicht einfach“, berichtet Schweinebäuerin Viktoria Eichinger aka Femme.Farm. Spannend findet sie dabei, dass sie die eigene Arbeit dadurch stärker reflektiert: „Das schärft das Bild über die eigene betriebliche Entwicklung enorm.“

Als Bäuerin frustriert sie die öffentliche Berichterstattung und die oft polemisch geführte Debatte immer wieder. Dann versucht sie sich darauf zu besinnen, dass jeder Kommunikationskanal seiner eigenen Dynamik folgt und jeder nur Ausschnitte wahrnimmt.

„Grundsätzlich sind Reaktionen erwünscht – sonst wäre Öffentlichkeitsarbeit obsolet. Man muss aber damit rechnen, dass auch authentische und transparente Kommunikation kritische oder negative Reaktionen hervorrufen wird“, erklärt Eichinger. Sie weiß aber, dass wer mit Offenheit nach außen tritt, mit Offenheit der eigenen Arbeit gegenüber belohnt wird.

„Ich freue mich, dass die Landwirtschaft immer proaktiver versucht, transparent und authentisch nach außen zu treten“, betont Eichinger. Gleichzeitig wünscht sie sich, dass die Landwirtschaft der Gesellschaft ebenso aktiv zuhört und ihre Anliegen und Bedürfnisse zu verstehen versucht.



△ Viktoria Eichinger gibt auf den sozialen Medien Einblick in ihren Arbeitsalltag.