



HOCHSCHULE OSNABRÜCK  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**„THEMEN SETZEN, INTERESSE WECKEN,  
VERTRAUEN SCHAFFEN –  
HERAUSFORDERUNGEN UND LÖSUNGEN  
IN DER AGRARKOMMUNIKATION“**

*PROF. DR. MATTHIAS KUSSIN*

**LEGEHENNENFORUM,  
12. JUNI 2024**





**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## **WAS SIE ERWARTET**

- 1. THEMEN IN DER ÖFFENTLICHEN KOMMUNIKATION – WAS INTERESSIERT WEN WO UND WARUM?**
- 2. AGRARKOMMUNIKATION – VON ZIELEN ÜBER THEMEN ZU KANÄLEN**
- 3. VERTRAUEN SCHAFFEN – WELCHEN BEITRAG GESCHICHTEN HABEN**
- 4. VERTRAUEN ERHALTEN – UMGANG MIT SCHWIERIGEN THEMEN**
- 5. FAZIT**



# WAS INTERESSIERTE DIE MENSCHEN MEHR? WAS MEINEN SIE?

## KRUMME GURKE



## INNOVATION IM RINDERSTALL





# WAS EIN THEMA BEI IHNEN AUSLÖST

## KRUMME GURKE



„Unsere aus dem Garten sehen alle so aus.. Na und dafür sind sie super lecker..“

Danke EU

So war es in meiner Kindheit auch. Wir waren nicht reich aber hungern mußten wir nie.

Das muß man den Verbraucher erst wieder beibringen, daß man auch nicht so schönes Obst und Gemüse immernoch essen kann, denn wie bei den Discountern in den Obstkisten und im Gemüse rumgewühlt wird ist nur noch zum Kopfschütteln. Da wird jede Gurke jeder Apfel in die Hand genommen, einfach furchtbar



# WAS DAHINTERSTECKT

## KRUMME GURKE



IDENTIFIKATION /  
SELBSTBEZUG

SARKASMUS

NOSTALGIE

KONSTRUKTIVE KRITIK



# UND WARUM ES DIE NETZÖFFENTLICHKEIT ANSPRICHT – NACHRICHTENWERTE

## KRUMME GURKE



IDENTIFIKATION /  
SELBSTBEZUG

NÄHE / IDENTIFIKATION

NOSTALGIE

SARKASMUS

SCHADEN /  
KONFLIKT

KONSTRUKTIVE KRITIK



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# **NACHRICHTENWERT – NICHT NUR WISSEN UND INFORMATION. AUCH NUTZEN UND UNTERHALTUNG**

**Nachrichtenwert = Neuigkeits- und Informationswert für Leser, Hörer  
und Zuschauer**

**Drei Formen von Informationswert:**

- 1. Wissens- und Orientierungswert,**
- 2. Gebrauchswert,**
- 3. Unterhaltungs- und Gesprächswert**



# IM DIGITALEN KOMMT ALLES VOR...





# ...ABER DER ANSATZ ZUR VERMITTLUNG VON BRANCHENINFORMATIONEN GELINGT NUR BEGRENZT

120 Sekunden Landwirtschaft ▶ Alle wiedergeben



Warum mehr Tierwohl das  
Schnitzel teurer macht

BZL - Bundesinformationszentru...  
2083 Aufrufe • vor 4 Jahren



Mehr Tierwohl durch  
Züchtung?

BZL - Bundesinformationszentru...  
1015 Aufrufe • vor 1 Jahr



Was ist nachhaltige  
Landwirtschaft?

BZL - Bundesinformationszentru...  
3183 Aufrufe • vor 2 Jahren



Warum Kühe sich bei  
Kühlestrahltemperaturen a...

BZL - Bundesinformationszentru...  
1804 Aufrufe • vor 2 Jahren



Sind alle Kühe Klimakiller?

BZL - Bundesinformationszentru...  
2155 Aufrufe • vor 3 Jahren

Gärtnerische Inhalte praxisnah, faktenorientiert und unterhaltsam präsentiert. Hier erstellen wir How-To-Videos rund ums Pflanzen, Ernten und Pflegen von Gemüse und Obst vor. Garten-Experte...



Wie kompostiere ich richtig?

BZL - Bundesinformationszentru...  
46.146 Aufrufe • vor 2 Jahren

Untertitel



Was bringt Mulchen im  
Garten?

BZL - Bundesinformationszentru...  
3220 Aufrufe • vor 2 Jahren



Was ist der Unterschied  
zwischen Anzuchterde und...

BZL - Bundesinformationszentru...  
1619 Aufrufe • vor 1 Jahr



Vögel füttern im Winter

BZL - Bundesinformationszentru...  
22.635 Aufrufe • vor 1 Jahr

Untertitel

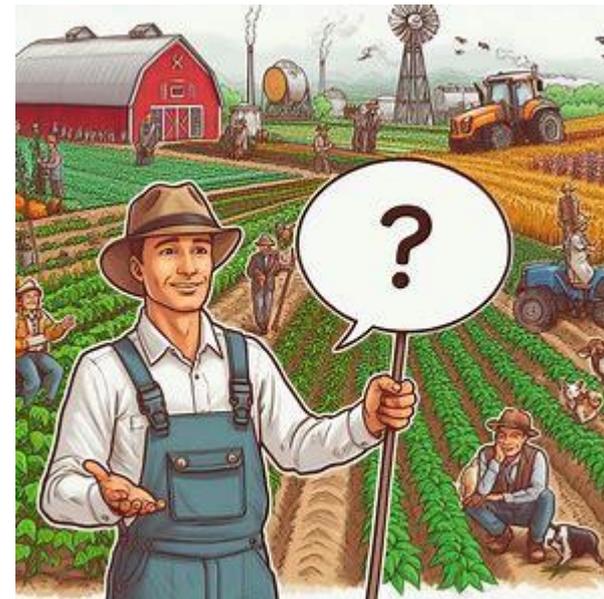


Obstbäume schneiden - Teil  
1: Grundlagen

BZL - Bundesinformationszentru...  
772.281 Aufrufe • vor 6 Jahren

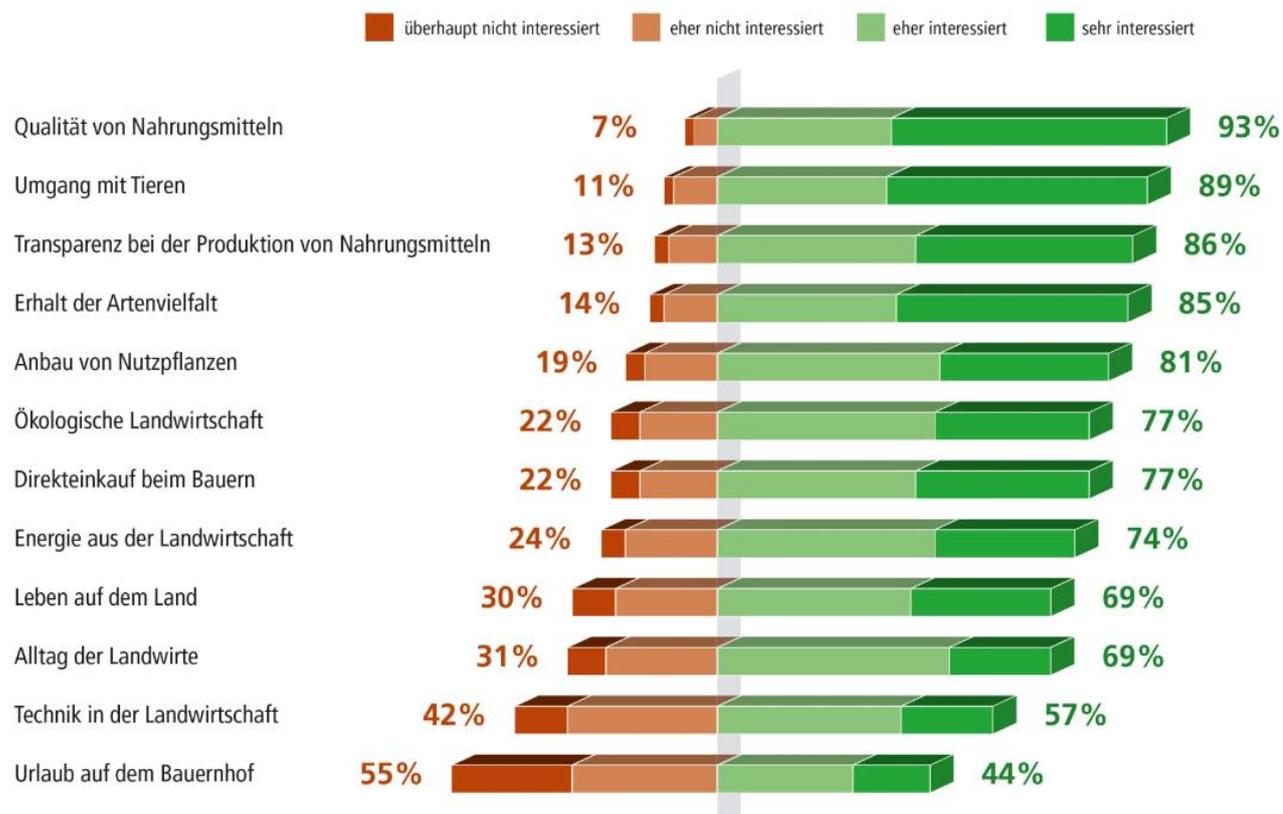


# SOLLTE ICH DESHALB AUF EIGENE FACHLICHE THEMEN VERZICHTEN?



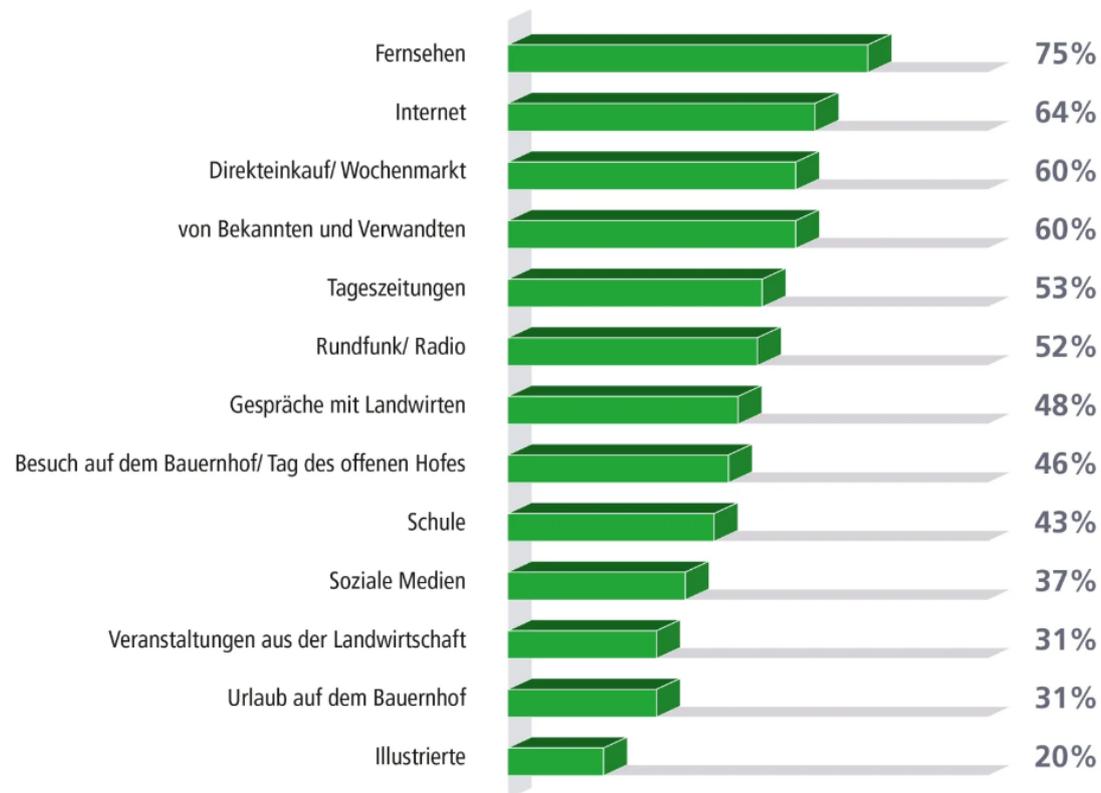


## DAGEGEN SPRICHT: ES GIBT INTERESSE





# INFORMATIONSQUELLEN ÜBER LANDWIRTSCHAFT





HOCHSCHULE OSNABRÜCK  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# LANDWIRTSCHAFT IST AUF VERSCHIEDENEN KANÄLEN PRÄSENT

KLASSISCHE WERBUNG (PLAKATE; ANZEIGEN IN  
ZEITUNGEN; RADIOSPOT, ETC.)



ONLINE / SOZIALE NETZWERKE (TEXT; VIDEO; PODCAST)



MASSEN MEDIEN (FERNSEHBERICHT; REDAKTIONELLER IN  
DER ZEITUNG)





**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# VOR THEMA UND KANAL IST ZU KLÄREN: WAS IST MIR WICHTIG?

**MEHR BEKANNTHEIT / WISSEN  
ÜBER DAS UNTERNEHMEN / DIE BRANCHE**

**EINE POSITIVERE EINSTELLUNG / MEINUNG  
ZU UNTERNEHMEN UND BRANCHE**

**UNTERSTÜTZENDES VERHALTEN**





HOCHSCHULE OSNABRÜCK  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## ZWEITE FRAGE: ÜBER WELCHE BOTSCHAFTEN / THEMEN WILL ICH DAS ERREICHEN





**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## ZWEITE FRAGE: WO GIBT ES GEMEINSAMKEITEN

**Was Unternehmen  
über sich lesen und  
hören wollen**



**Was die Öffentlichkeit  
interessiert**





HOCHSCHULE OSNABRÜCK  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## „SCHWERE“ THEMEN – NEGATIVE BOTSCHAFTEN



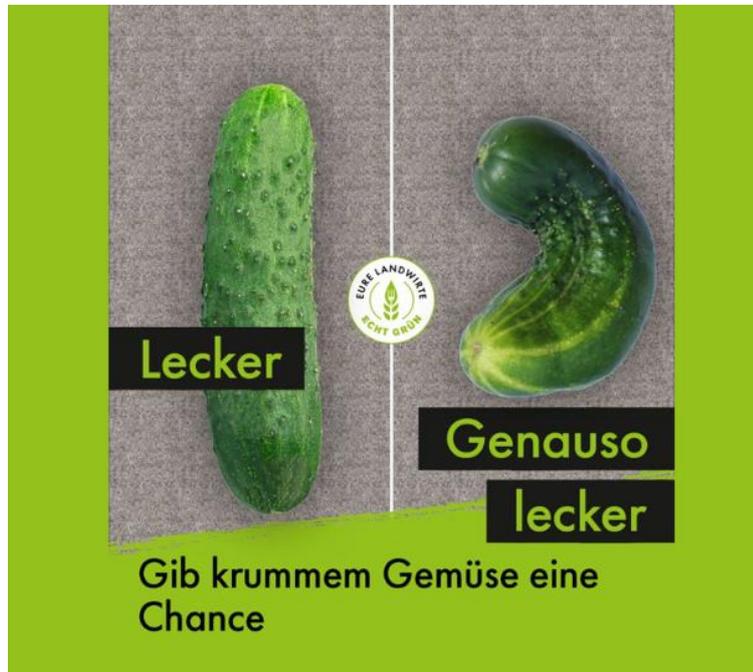
**GEGEN:**

- **MISSACHTUNG**
- **IDEOLOGIE UND POPULISMUS**



HOCHSCHULE OSNABRÜCK  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## „LEICHTE“ THEMEN – POSITIVE BOTSCHAFTEN



Für

- die Wertschätzung aller Lebensmittel
- Neues, Unkonventionelles
- Toleranz, Offenheit



HOCHSCHULE OSNABRÜCK  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# PROJEKT ZUKUNFTSBAUER – POSITIVE ZUKUNFTSTHEMEN SETZEN





**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# WAS AUF ALLEN KANÄLEN FUNKTIONIERT





HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

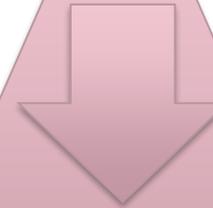
## ARGUMENTE VS. STORIES – UNTERSCHIEDLICHE DENKRICHTUNGEN

**Argumentatives  
Denken...**



**schafft  
Tatsachen**

**Narratives  
Denken**



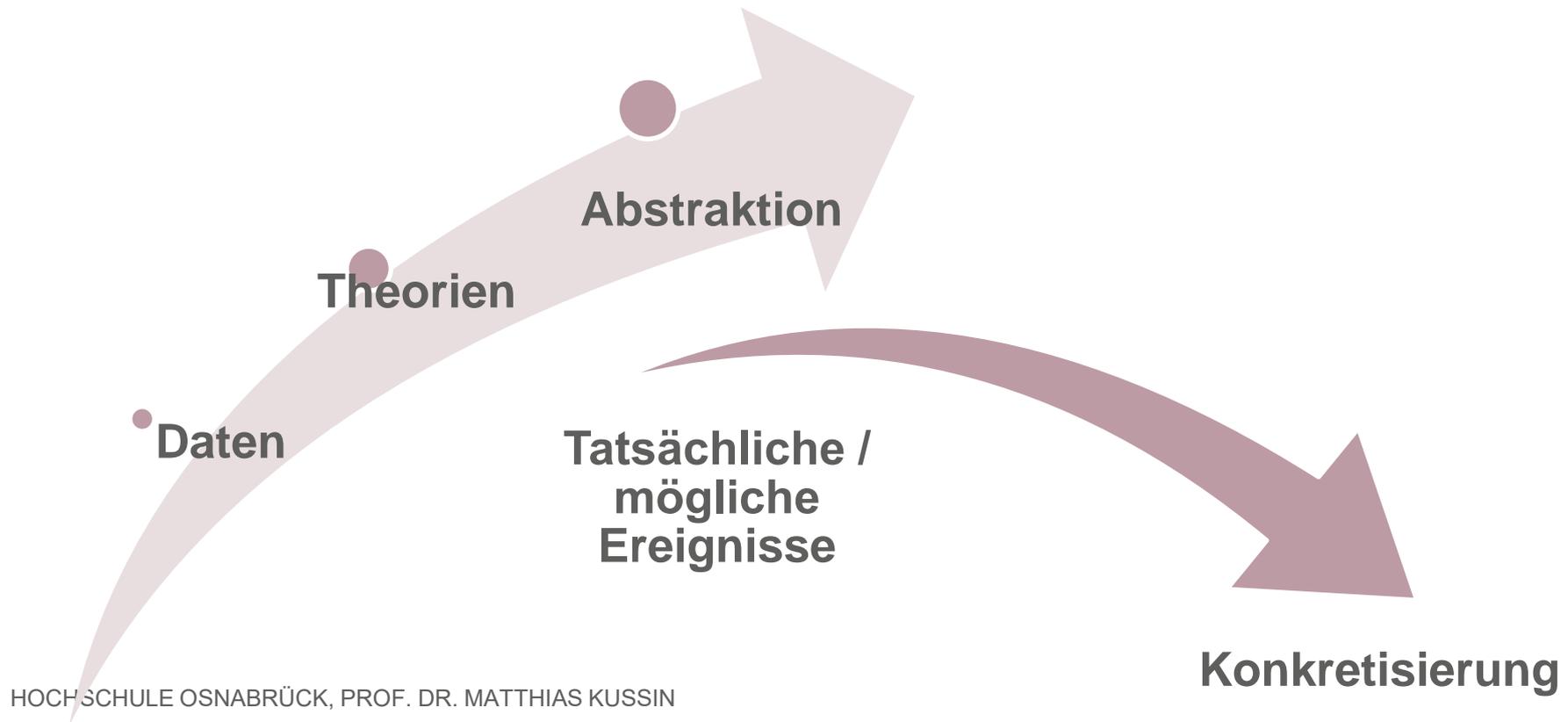
**...eröffnet  
Möglichkeiten**



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

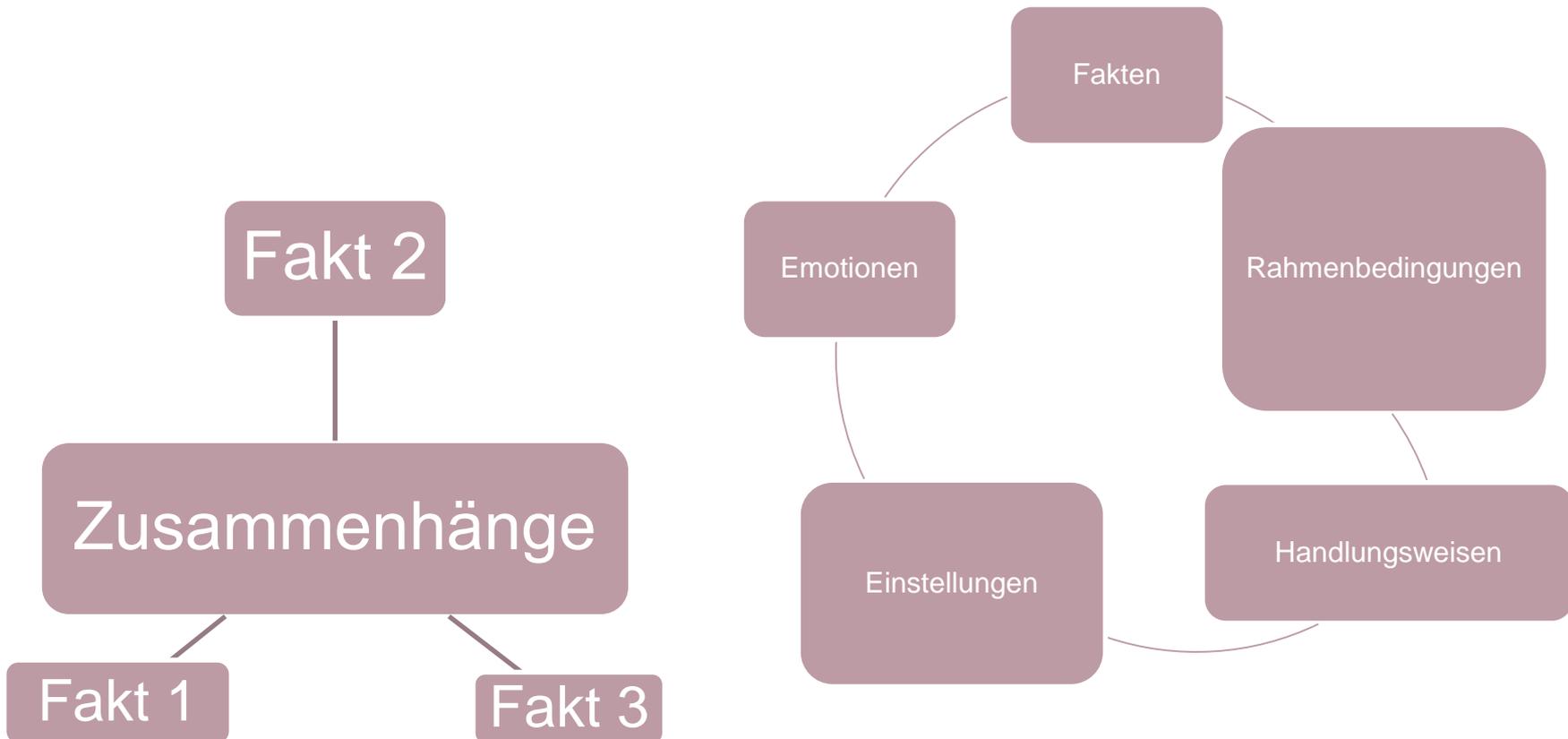
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# FAKTENKOMMUNIKATION VS. STORYTELLING – UNTERSCHIEDLICHE DENKRICHTUNGEN





# FAKTENKOMMUNIKATION VS. STORYTELLING – UNTERSCHIEDLICHE KOMMUNIKATIVE ELEMENTE





HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# DIE ‚RICHTIGE‘ GESCHICHTE

## Anknüpfungspunkte / Startpunkte für Geschichten

### Stories über tatsächliche Geschehnisse:

- Was an der eigenen Berufserfahrung ist so einzigartig, dass es erzählt werden sollte?
- Was sind besondere / einzigartige Ereignisse auf dem Betrieb, die berichtet werden sollten?
- Welche besonderen Herausforderungen habe ich gemeistert und welche Lösungen wie dafür entwickelt?
- Welche Konflikte musste ich / mussten wir austragen und wie haben wir das gemeistert?
- Welche Fehler habe ich bei der Arbeit gemacht und wie habe ich aus den Situationen gelernt?

### Stories über fiktive Geschehnisse:

- Was für Ziele / Träume habe ich für die Entwicklung meines Betriebs und was sind die Bedingungen dafür?
- Wie hätte sich mein Betrieb / mein Leben entwickelt, wenn bestimmte Ereignisse eingetreten wären?
- Wie würde / könnte sich mein Betrieb / mein Leben entwickeln, wenn bestimmte Ereignisse eintreten würden?



HOCHSCHULE OSNABRÜCK

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# BEISPIELE FÜR UNTERSCHIEDLICH DARSTELLUNGEN

Schlachten im Millisekudentakt

## 432.000 Hühnchen. Am Tag

9. Juli 2012, 12:44 Uhr | Lesezeit: 5 min

**Die Geflügelindustrie hat die Massenproduktion perfektioniert.  
Denn die Ware muss billig sein. Ein Blick hinter die Kulissen.**

*Silvia Liebrich*



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## WIE UND WARUM STORYTELLING WIRKT

**„Das Flattern hilft dem Huhn kaum - ohne Federn sind Flügel kaum zu gebrauchen. Ein Hahn bespringt und begattet die zerzauste Henne, die kaum davonhumpeln kann - verletzt, federlos, mit eitrigen Wunden am ganzen Körper. Auch der Hahn sieht gerupft aus, ein anderer blutet am Kamm, auf dem Boden liegen tote Hühner in Dreck und Kot.“**



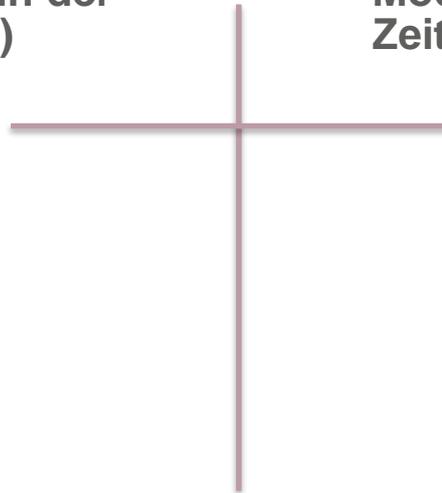
**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

# NACHRICHTENFAKTOREN AUS MEINEM BETRIEB

WELCHE THEMEN MIT NACHRICHTENWERT KÖNNTEN JOURNALISTEN  
RUND UM MEINEN BETRIEB AUFSPÜREN

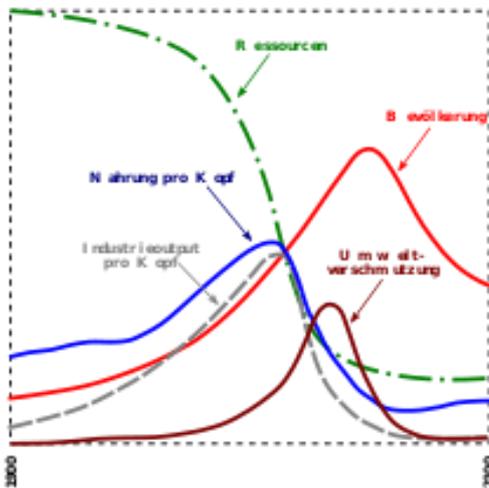
Würde ich gern in der  
Zeitung lesen (+)

Möchte ich nicht in der  
Zeitung sehen (-)





# SCHWIERIGE THEMEN IN DER AGRARKOMMUNIKATION: ÖKOLOGIE, GESUNDHEIT, TIERWOHL





HOCHSCHULE OSNABRÜCK  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## MEDIENBERICHT MIT NACHRICHTENWERT



FRAGWÜRDIGE TIERHALTUNG

### DIE SCHUMMELEI MIT DEM BIO-EI: WAS GESETZLICH ERLAUBT IST



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## VERTRAUEN DURCH TRANSPARENZ

- **Kultur des „vorbereitet sein“ – eigene schwierige Themen kennen und schwierige öffentliche Diskussionen erkennen**
- **Raus aus der ‚Wagenburg‘. Offenheit entzieht Themen ihren ‚Skandalwert‘**
- **Eigene Schwächen klar benennen – und Wege zur Verbesserung aufzeigen**
- **Verantwortungszuweisung ernst nehmen – und gemeinsam mit anderen Akteuren wahrnehmen**



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## FAZIT

- **Kommunikation in digitalen Kanälen lebt von Emotionen**
- **Auch ‚harte‘ Themen bleiben relevant – vor allem für die Massenmedien**
- **Themen müssen strategisch geplant werden – vom Ziel bis zum Kanal**
- **Beiträge über Zukunftsgestaltung schaffen positive Resonanz**
- **Geschichten überzeugen**
- **Transparenz und Verantwortungsübernahme schützen vor Reputationsschäden**



**HOCHSCHULE OSNABRÜCK**  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**VIELEN DANK!**