



Public Relation mit Grasland Themen



1 Beschreibung der Innovation

Amos Venenma ist Milchbauer in Ostfriesland, Deutschland. Er bewirtschaftet 116 ha und hält 160 Milchkühe auf der Weide.

Um die Akzeptanz der Bevölkerung für die Landwirtschaft zu steigern, nutzt der Landwirte diverse digitale Kanäle um über seine täglichen Arbeiten zu berichten. In seinen Videos zeigt er seinen Alltag auf dem Milchviehbetrieb und seinem Leben als Landwirt. Seine Videos teilt er dann über soziale Medien wie Facebook, Instagram und YouTube. Sein YouTube-Kanal mit dem Namen "My Kuh Tube" hat über 53,000 Abonnenten. Als er vor 5 Jahren mit dem Videodrehen begann, war er alleine. Im Laufe der Zeit teilen immer mehr Bauern ihren Alltag über soziale Medien. Alle zwei Wochen werden zwei Video von Landwirten erstellt und veröffentlicht.



Weitere Information:

- <https://www.youtube.com/user/mykuhtube>
- <https://mykuhtube.de/>



2 Durch die Innovation erzielte Ergebnisse

Die landwirtschaftliche Produktion ist mit großen Herausforderungen konfrontiert und gerät mehr und mehr in den Fokus der Medien. Durch die soziale Medien und durch andere öffentliche Kanäle wurde Amos Venema zu einem bekannten Blogger, der den Graben zwischen Landwirt und Konsument schließt. Der Landwirt beschreibt seinen Alltag und seine Arbeit klar und einfach. Er kommentiert das aktuelle politische Gesehen und erklärt, wie es die Landwirtschaft betrifft. Durch Transparenz und positive Beschreibungen wird eine hohe Akzeptanz geschaffen was wiederum die ganze Industrie und andere Landwirtschaftsbetriebe positive beeinflusst. Auch andere Betriebe wurden dadurch motiviert sich mehr in die Public Relation zu investieren.



Vorteile

- Schafft Transparenz
- Akzeptanz der Kunden
- Macht die Wichtigkeit der Public Relation für andere Betriebe erkennbar



Nachteile

- Steht in der großen Öffentlichkeit
—> kann leicht zum Ziel von Hardlinern werden