

Radiotipps

Bayern 1
12.05 Mittags in Mainfranken: Der große Jahresrückblick von Bayern 1 „Mittags in Mainfranken“: Wie Corona unser Leben verändert hat.

Bayern 2
9.05 radioWissen: Glas in der Geschichte; 10.05 Notizbuch; 11.05 Das Geheimnis der Geistesblitze: Spuren der Kreativität im Gehirn; 14.05 radioMikro: Geschichten für Kinder; 16.05 Eins zu Eins. Der Talk: Gast: Julia Simic, Fußballspielerin; 18.05 Das Geheimnis der Geistesblitze: Spuren der Kreativität im Gehirn; 19.05 Zündfunk extra: Die andere Cancel Culture; 20.05 radioMitschnitt; 21.05 Hörspiel: Franz Kafka: „Das Schloss“ (3/12); 22.05 Eins zu Eins. Der Talk: Gast: Julia Simic, Fußballspielerin; 23.05 Nachtmix: Die Klänge des Jahres 2020 mit Judith Schnaubelt.

BR Klassik
9.05 Franz Schubert – Eine Hörbiografie (3/9). Die Liebe liebt das Wandern; 10.05 Philharmonie: Robert Schumann: „Genoveva“, Ouvertüre u. a.; 12.05 Mittagsmusik: Deutsche Schellackschlager; 14.05 Panorama: Georges Bizet: Petite Suite, op. 22 – „Jeux d'enfants“ u. a.; 16.05 Aus den BR-Studios; 17.05 Klassik-Stars:Yo-Yo Ma (Violoncello); 19.05 Kaiser's Corner. Mit Joachim Kaiser; 20.05 Konzertabend: Das Symphonieorchester des BR; 22.05 Kammermusik: Munich Opera Horns; 23.05 Jazztime. Jazztoday: CD-Highlights 2020: Mein persönliches „Best of“.

BR Heimat
18.05 Fränkisch vor 7: Ein außergewöhnliches Jahr geht zu Ende! Rückblick 2020.

Verschwundene Weihnachtspüte löst Polizeieinsatz aus

WEISSENSTADT Weil sich der Weihnachtsbraten nicht mehr im Gefrierschrank auffinden ließ, hat ein Paar im oberfränkischen Weissenstadt (Lkr. Wunsiedel) am ersten Weihnachtsfeiertag die Polizei gerufen. Die 59 Jahre alte Frau und der Mann hätten sich das Verschwinden nicht erklären können, berichtete ein Polizeisprecher. Die Polizisten konnten das Geheimnis um die verschwundene Weihnachtspüte aber schnell lüften: Sie war nicht gestohlen worden, sondern lag in einem anderen Kühlfach und war auch deutlich kleiner als von der Frau zunächst beschrieben. Die Polizei kommentierte den Einsatz mit: „Ente gut, alles gut“ – auch wenn es eine Püte gewesen sei. (DPA)

Als Bauer von Instagram profitieren

Schüler der Schweinfurter Landwirtschaftsschule lernen, wie sie Soziale Medien nutzen können, um ihren Betrieb bestmöglich darzustellen. Wie auch der Austausch mit Verbrauchern damit verbessert werden kann.

Von **SILVIA EIDEL**

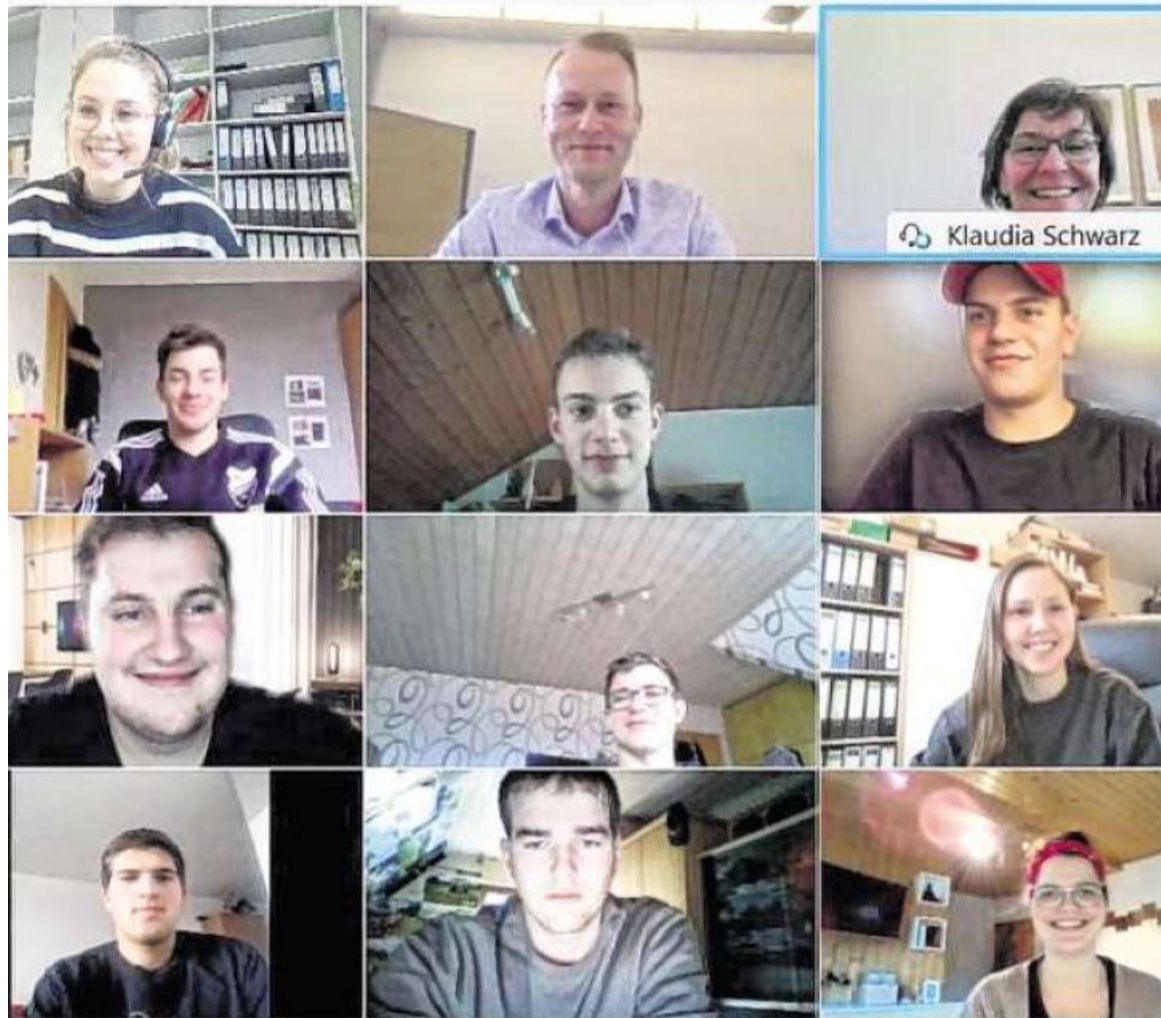
SCHWEINFURT Immer weniger Verbraucher kennen einen Landwirt persönlich, ein Viertel der deutschen Bevölkerung hat noch nie mit einem Bauern gesprochen. Gleichzeitig aber steigen die Anforderungen an die Branche. Wie Landwirten die Kommunikation mit der Gesellschaft, gerade über die Sozialen Medien wie Facebook oder Instagram gelingen kann, war Inhalt eines Projekts der Meisterschüler an der Landwirtschaftsschule Schweinfurt, der einzigen in Unterfranken.

Laut einer Forsa-Umfrage würden 80 Prozent der Deutschen gerne mal mit einem Landwirt sprechen. Denn die Distanz zwischen Verbrauchern und Landwirten ist groß. Das Image der Bäuerinnen und Bauern wird in der Umfrage positiver beurteilt als das der Landwirtschaft im Allgemeinen. Öffentlichkeitsarbeit von landwirtschaftlichen Verbänden wird von der Bevölkerung aber eher als Lobbyarbeit gesehen. Der Dialog müsse daher persönlich und authentisch sein: vom Bauern direkt zum Verbraucher.

Vielen fällt es schwer, die Hemmschwelle zu überwinden

Das ist auch Klaudia Schwarz bewusst, Leiterin der Landwirtschaftsschule und des Amts für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF) Schweinfurt. Ihre 23 Studierenden des ersten Semesters und die neun Meisterschüler des dritten Abschlusssemesters sollten daher im Rahmen der „Wertwoche“ in einem zweitägigen Seminar lernen, wie sie mit Sozialen Medien sich, ihren Betrieb und damit ihren Berufsstand darstellen können.

Rein digital – weil die Studierenden im coronabedingten Distanzunterricht waren – hielt Referent Stefan Luther seinen Social-Media-Workshop. Der studierte Landwirt hat selbst die Meisterschule Schweinfurt besucht und betreibt die Marketingagentur „Authentisch&Green“. Er



Beim Online-Seminar der Studierenden der Landwirtschaftsschule Schweinfurt konfigurieren die jungen Leute mit dem Referenten Stefan Luther (obere Reihe, Zweiter von links) ihren eigenen Instagram-Kanal. Rechts neben ihm ist Schulleiterin Klaudia Schwarz zu sehen.

SCREENSHOT: KLAUDIA SCHWARZ

weiß, dass Landwirte eine Hemmschwelle bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit überwinden müssen. Bedenken gibt es, wie diese wirtschaftlich messbar ist oder ob sie nur Geld und Zeit kostet, sagte er.

Ein Foto von sich selbst auf die Homepage des Betriebes zu stellen, falle manchen noch schwer, ergänzte Schwarz. Überhaupt: Vor der Kamera

stehen, ein Video von sich zu drehen und das dann auf Instagram oder Facebook öffentlich einsehbar hochzuladen, davor haben auch die jungen Landwirte Respekt, zeigte sich im Workshop. Ein Modul darin war, wie die Jungbauern mit Kritik umgehen können, beispielsweise von Spaziergängern am Feldrand beim Unkraut hacken.

Im Rollenspiel übten die jungen Leute die Argumentationsführung. Der Tipp des PR-Fachmanns: Kritik ernst nehmen, auf die Kritiker zugehen, Emotionen herausnehmen, mit nicht zu vielen Fachbegriffen die Arbeitsweise am persönlichen Beispiel authentisch erklären. Denn oft geschehe Kritik aus Unwissenheit. Für einen Social-Media-Auftritt der

Meisterschüler mit Bildern, Videos und Texten aus der eigenen Arbeit zogen die Studierenden den Onlinedienst Instagram gegenüber Facebook vor.

Weil zwei Drittel selbst dort mitlesen, wie sie begründeten, allerdings kaum interagieren. Weil in Deutschland 21 Millionen Menschen Instagram nutzen. Und weil die Zielgruppe, junge Verbraucher und junge Familien mit Kindern, dort erreichbar ist.

„Wir müssen uns die Zeit nehmen und auf die Leute zugehen“, war aus der Runde zu hören. Manche ältere Landwirte würden keinen großen Wert darauf legen, aber die jungen seien hier gefordert – und erhalten die Technikbausteine dazu. Gemeinsam mit dem Referenten konfigurieren die Schüler ihren Instagram-Kanal und sammeln in Teilgruppen kreative Schlagworte für ihre Hashtags wie #meister_loading, #mein-hofmeinetieremeinjob oder #landwirtschaftrockt.

Die Aufforderung der Experten: „Einfach mal ausprobieren“

Oder sie überlegen Strategien, wie sie ihre Seite gut publik machen können: über Inhalte in Storys, Verknüpfungen mit Whatsapp, Facebook oder Snapchat, über Verlinkungen mit der eigenen Betriebs-Homepage, Teilen in der Freundesliste, Einladungen an andere. „Netzwerken ist das Wichtigste“, meinte der Referent. Zu ihren möglichen Inhalten via Bild oder Video und Text sammelten sie eine Bandbreite von Themen: Warum bin ich Landwirt? Woher kommt das Frühstücksei? Wie reagiert Landwirtschaft auf den Klimawandel? Dazu sollte sich jeder ein Drehbuch überlegen oder authentische Fotos des eigenen Betriebs aussuchen.

„Einfach mal ausprobieren“, lautete die Aufforderung von Stefan Luther und Klaudia Schwarz. Sich trauen zu posten, Lust daran bekommen. Das taten denn auch die Studierenden: Sie wollen ihren bislang noch privaten Kanal auch öffentlich machen.

ANZEIGE

KW 53 Gültig vom 28.12.2020 bis 02.01.2021

REWE
Dein Markt

REWE Markt GmbH, Domstr. 20 in 50668 Köln, Namen und Anschrift der Partnermärkte findest du unter www.rewe.de oder der Telefonnummer 0221 - 177 397 77. Unser Unternehmen ist Bio-zertifiziert durch DE-ÖKO-006.

Für uns seid ihr die Champions!

Wir bedanken uns bei unseren 140.000 Mitarbeitern und allen anderen, die dabei geholfen haben, das Jahr 2020 zu meistern.

Ideal zum Raclette

Deutschland/
Belgien/Frankreich:
Speisekartoffeln
»Raclette«
Kocheigenschaft:
festkochend, Sorte:
siehe Etikett,
Qualität I,
je 1,5-kg-Btl.
(1 kg = 0.65)



Aktionspreis
0,97

REWE
BESTE WAHL

Spanien/
Portugal/
Marokko:
Himbeeren
Kl. I,
je 125-g-Schale
(100 g = 0.94)



Aktionspreis
1,17



Raclette Käse
frz. halb. Schnittkäse,
48% Fett i.Tr.,
je 100 g

31% gespart
0,68



Steinhaus
Krustenbraten¹
je 100 g

Aktionspreis
1,46

Sensationspreis



Costa Rica/
Elfenbeinküste:
Ananas
Extra Sweet
Kl. I,
je St.

Sensationspreis
0,96

Exklusiv bei REWE mit **PAYBACK**

Wöchentlich mehrfach punkten.

40 FACH PUNKTE beim Kauf von **KIRI** PRODUKTEN im Gesamtwert von über 2 €⁴



⁴Die Punktegutschrift kann erst ab einem Mindestumsatz von 2 € (ohne Pfand) in der angebotenen Kategorie geltend gemacht werden. Angebote sind bis zum 03.01.2021 gültig. (Mobile) PAYBACK Karte an der Kasse vorzeigen. Alle Abbildungen beispielhaft.



Emmi Raclette
Scheiben natur
45% Fett i.Tr.,
je 200-g-Pckg.
(100 g = 1.22)

33% gespart
2,44

Lorenz Party Clubs
Cracker

je 200-g-Pckg.
(100 g = 0.39)
oder **Crunchips Paprika**
je 175-g-Btl.
(100 g = 0.44)



51% gespart
0,77



Frisches Hähnchen-Brustfilet¹
Teilstück, SB-verpackt,
je 550-g-Pckg.
(1 kg = 6.70)

Aktionspreis
3,69



REWE Feine Welt
Schweine-Filet¹
in versch. Saucen,
SB-verpackt,
je 700-g-Pckg.
(1 kg = 11.20)

Aktionspreis
7,84



Freixenet Carta Nevada
Sekt
versch. Sorten,
je 0,75-l-Fl.
(1 l = 4.88)

37% gespart
3,66



Italien/Apulien:
Primitivo di Manduria 14
DOP
trocken,
je 0,75-l-Fl.
(1 l = 7.13)

23% gespart
5,35

Coca-Cola*, Coca-Cola Zero*, Fanta oder Sprite
Mischkasten
versch. Sorten,
*koffeinhaltig,
je 12 x
1-l-Fl.-Kasten
(1 l = 0.73)
zzgl. 3.30 Pfand



27% gespart
8,77



Ponnath Gourmet Schinkenplatte
oder **Delikatess Prosciutto Cotto¹**
je 150-g-Pckg.
(100 g = 1.17)

Aktionspreis
1,75

Druckfehler vorbehalten. Abgabe nur in haushaltsüblichen Mengen. Aktionspreise sind zeitlich begrenzt. Verkauf nur solange der Vorrat reicht. ¹ Diese Artikel sind nicht ständig im Sortiment. In fast allen Märkten erhältlich.