

# FAKTEN UND FILME RUND UMS FLEISCH

Der Verein Land.schafft.Werte vermittelt Informationen rund um die Wertschöpfungskette Fleisch. Kirsten Otto und Gloria Warg erzählen, wie sie Ideen entwickeln und heiße Themen angehen.

Informationen vom Stall bis zur Fleischtheke will Land.schafft.Werte vermitteln.

## Essen Sie gern Fleisch?

**Otto:** Ich bin eine Genießerin, wenn es ums Fleisch geht. Ich liebe ganz klassisch Brötchen mit Aufschnitt oder Fleischsalat. Und im Sommer qualmt bei uns im Garten der Grill fast täglich. Egal, ob ein schönes Stück Steak, die Grillfackel oder die klassische Bratwurst. Wir grillen viel und gerne.

**Warg:** Ja, sehr gerne. Ich habe ein absolutes Faible für verarbeitete Produkte wie Leberwurst und Salami.

## Und worauf legen Sie beim Kauf von Fleisch- und Wurstwaren Wert?

**Warg:** Mir ist wichtig, dass es schmeckt und woher es kommt.

**Otto:** Ich achte sehr darauf, dass es sich um regionale Produkte handelt.

## Um den Wert von Fleisch aus deutscher Produktion geht es auch bei Land.schafft.Werte. Wie entstand die Idee?

**Otto:** Nach Auflösung der CMA gab es in Deutschland keinen Kommunikationsführer für die Fleischbranche mehr. Deshalb haben sich Schlacht- und Verarbeitungsunternehmen zusammengesetzt und überlegt, was man tun könnte. Die grundlegende Idee: Nur Schlachtung und Verarbeitung in den Fokus zu nehmen, ist zu kurz gesprungen. Es braucht eine Öffentlichkeitsarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette für Fleisch. So entstand 2016 der Verein Land.schafft.Werte.

## Wie viele Mitglieder aus welchen Bereichen hat Land.schafft.Werte heute?

**Otto:** Wir haben 65 Mitglieder aus allen Stufen der Wertschöpfungskette: Futtermittelbereich, Landwirtschaft, Nährstoffverwertung, Viehhandel, Schlachtung und Verarbeitung, Veterinärmedizin, Labordiagnostik und ganz neu: der Lebensmitteleinzelhandel.

## Sie greifen in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit auch sehr kontroverse Themen auf. Wie treffen Sie die Auswahl?

**Warg:** Wir machen uns natürlich einen Plan mit Themen und Formaten. Dabei beachten wir, dass die Projekte aufeinander aufbauen. Wir wollen ja die Wertschöpfungskette Fleisch als zusammenhängendes System darstellen. Wenn allerdings kurzfristig etwas passiert, wie zum Beispiel die Corona-Problematik an den Schlachthöfen, reagieren wir auch schnell. Wenn wir in so einer Situation das Gefühl haben, dass wir etwas zum sachlichen Diskurs beitragen können, setzen wir uns auf

Fotos: imago images/Westend61, Land.schafft.Werte/Tina Quardon

dem kurzen Dienstweg zusammen und entwickeln etwas dazu.

## Gerade die Schlachthof-Corona-Problematik ist in der Öffentlichkeit heiß diskutiert worden. Wie haben die Leute darauf reagiert?

**Warg:** Die Reaktionen erkennen wir vor allem daran, wie die Verbraucher mit dem Video interagieren. Also wieviel geklickt und wie viel kommentiert wird. Viele Nutzer finden es gut, dass so eine Thematik angesprochen wird. Aber natürlich hat man auch immer negative Kommentare. Wenn es die nicht gäbe, würden wir irgendetwas falsch machen, glaube ich. Themen wie dieses sind nun einmal sehr emotional und politisch aufgeladen.

## Wie gehen Sie damit um?

**Warg:** Das Community-Management ist meine Baustelle. Ich sehe also die Kommentare durch und kommentiere auch selbst. Auf Fragen und



Kirsten Otto

Studierte Landwirtin, promovierte Molekularbiologin, Geschäftsführerin bei Land.schafft.Werte  
[ko@landschafftwerte.de](mailto:ko@landschafftwerte.de)

konstruktive Kritik antworte ich natürlich. Sobald die Kommentatoren sich allerdings gegenseitig aufwiegeln und keine sachliche Ebene mehr da ist, halte ich mich raus.

## Löschen Sie auch?

**Warg:** Wenn jemand zu stark unter die Gürtellinie zielt und unsere Community-Richtlinien nicht beachtet oder wenn ich persönlich angegriffen und beleidigt werde, lösche ich im Extremfall auch. Aber das passiert selten.

## Es ist nicht leicht, genau zu sein und dennoch verständlich zu bleiben. Bei Land.schafft.Werte gelingt das gut. Wer schreibt denn Ihre Texte?

**Otto:** Das machen wir beide gemeinsam. Wir setzen uns zweimal pro Woche zusammen und nehmen uns viel Zeit. Die brauchen wir vor allem, um Konzepte anzustoßen. Gloria und ich ergänzen uns dabei sehr gut. Eine fängt an zu spinnen und dann nimmt die andere »

den Faden auf und spinnt ihn weiter. So entwickeln sich die Themen. Wir haben zum Beispiel das Konzept von Corona und Schlachthöfe viermal umgeschmissen. Das war natürlich auch der Brisanz geschuldet.

**Warg:** Wir hatten da anfangs wirklich unterschiedliche Ansichten. Am Ende haben wir uns darauf geeinigt, dass wir das Thema entweder kritisch darstellen oder die Finger davon lassen.

**Den Kern der einzelnen Themen bilden Videos. Wie werden die produziert?**

**Warg:** Wir haben eine Produktionsfirma, die seit eineinhalb Jahren für uns arbeitet. Der Kameramann und Produzent André Menke-Zumbrägel ist mittlerweile sehr versiert, was unsere Themen angeht. So kann er uns viel Input geben. Denn im Laufe der Zeit wird auch meine „Branchenbrille“ größer. Dem kann man sich leider nicht entziehen. Wir ermutigen ihn, kritisch zu sein und eigene Ideen zu präsentieren.

**Wie lange braucht so ein Projekt von der Idee bis zur Veröffentlichung?**

**Warg:** Die reine Videoproduktion dauert ungefähr vier Wochen. Dabei sind die Videos mittlerweile deutlich aufwendiger als in den Anfangszeiten. Wir fügen jetzt zum Beispiel Fact Sheets ein, also kleine Animationen, um schwierigere Sachverhalte einfach zu



**Gloria Warg**

Landwirtschaftsstudium,  
Spezialgebiet Kommunikation,  
Projektleiterin und verantwort-  
lich für Public Relations bei  
Land.schafft.Werte  
[gw@landschafftwerte.de](mailto:gw@landschafftwerte.de)

**ÖFFENTLICHKEITSARBEIT  
FÜR DIE WERTSCHÖPFUNGS-  
KETTE FLEISCH**



**Der Verein Land.schafft.Werte** wurde Ende 2016 gegründet. Ziel war und ist eine umfassende Öffentlichkeitsarbeit entlang der Wertschöpfungskette Fleisch, wie sie seit der Auflösung der Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA) im Jahr 2009 quasi nicht mehr existierte. Aus anfänglich fünf Initiatoren sind inzwischen 65 Vereinsmitglieder aus den Bereichen Futtermittelwirtschaft, Landwirtschaft, Viehhandel, Schlachtung/Verarbeitung, Veterinärmedizin, Labordiagnostik und Lebensmittel Einzelhandel geworden.

Land.schafft.Werte befasst sich mit Fragen rund um Fleisch aus Deutschland – vom Stall bis an die Ladentheke. Dabei werden auch kontroverse Themen aufgegriffen wie Tiertransporte oder Werkverträge in der Schlachtindustrie. Neben informativen und auch für Laien gut verständlichen Texten bilden vor allem Videos im Reportagestil den Dreh- und Angelpunkt jedes Projekts. Sie sind über den Land.schafft.Werte-Kanal auf YouTube oder direkt auf der Seite [www.landschafftwerte.de](http://www.landschafftwerte.de) abrufbar.

erklären. Was aber natürlich bereits vor der eigentlichen Produktion viel Zeit frisst, ist die Einarbeitung in die Themen. Das ist wie ein Selbststudium.

**Otto:** Wir haben den Anspruch an uns, dass wir ein Thema erst einmal selbst gründlich verstanden haben müssen. Erst dann beginnt die Suche nach Protagonisten und Schauplätzen für das Video. Das ist vor allem bei kritischen Themen mitunter ziemlich schwierig. Also alles zusammengenommen – von der Idee über die Akquise der Protagonisten bis zur eigentlichen Videoproduktion – vergehen zwei bis drei Monate.

**Was sagt Ihre Erfahrung: Welche Themen funktionieren am besten?**

**Otto:** Am besten gelaufen ist die Tiertransportproblematik. Beide Tiertransportvideos haben zusammen annähernd 550.000 Zugriffe erzielt. Das war bis jetzt mit Abstand unser erfolgreichstes Projekt. Grundsätzlich laufen Videos am besten, wenn sie emotionale Themen behandeln. Reines Faktenwissen vermittelt sich immer etwas träger.

**Ihre Filme sind mit 12 bis 15 Minuten relativ lang. Werden sie bis zum Ende geschaut?**

**Warg:** Unsere Auswertungen zeigen, dass es meist so ist. Nach einer etwas höheren Absprungrate am Anfang schauen die meisten User bis zur Zusammenfassung durch. Wir wollen Reportagen machen und keine Kurzfilmchen. Und das funktioniert ziemlich gut. Zusätzlich nutzen wir die Videos natürlich für die sozialen Medien. Wir schneiden kurze Passagen daraus, bringen Zitate und basteln Memes. Wir „schlachten“ das Schwein also sozusagen vollständig aus.

**Was ist Ihr nächstes Projekt?**

**Warg:** Wir planen in den nächsten Monaten – ungefähr bis Juni 2021 – eine große Tierwohl-Thematik. Die haben wir gesplittet in verschiedene Mikrokampagnen, die aufeinander aufbauen. Damit möchten wir Tierwohl als multidimensionales Geschehen darstellen. Es geht los mit dem Bereich Tiermedizin. Dann kommt Stallbau, dafür gehen wir mit Landwirten in ihre Ställe. Es folgt Tierwohl am Schlachthof. Und schließlich rundet das Thema Lebensmitteleinzelhandel und Fleischpreise das Projekt ab. Das heißt, wir gehen die Wertschöpfungskette wieder von vorne bis hinten durch. ●

Interview: [sabine.leopold@agrarheute.com](mailto:sabine.leopold@agrarheute.com)

Foto: Land.schafft.Werte/Tina Quardon