



Foto: elaborah/stock.adobe.com

Michaela Kuhn

Neue Kommunikationsräume

Der digitale Wandel verändert auch die zwischenmenschliche Kommunikation. Chat-ten, twittern, posten, bloggen, mailen – die Welt der internetbasierten Kommunikation ist bunt und innovativ, aber mit Vorsicht zu genießen.

Neue digitale Kommunikationswege machen es leichter, sich beruflich und privat auszutauschen, Kontakt mit anderen aufzunehmen, in Verbindung zu bleiben, eigene Anliegen und Informationen zu transportieren – über Postings in Blogs, Videos auf YouTube, ein Profil bei Facebook, Instagram und Twitter oder über Text-, Video-, und Audionachrichten mit kostenlosen Messengerdiensten wie WhatsApp. Auch junge Landwirtinnen und Landwirte machen sich zunehmend das Internet zunutze und berichten beispielsweise auf Portalen oder in einem eigenen Blog von ihrem Leben und der Arbeit auf einem landwirtschaftlichen Betrieb. Wie Agrarblogger Ingmar Jaschok thematisieren sie aber auch gesellschaftliche Fragen und Probleme, die sie als Landwirte beschäftigen. (s. Interview S.5).

Im Netz präsent

Grundsätzlich sind immer mehr Menschen online. Laut ARD/ZDF-Onlinestudie 2018 liegt der Anteil in der deutschsprachigen Bevölkerung erstmals über 90 Prozent. Auch die tägliche Nutzungszeit im Internet steigt weiter. Sie liegt jetzt bei 196 Minuten (3:16 Stunden), rund anderthalb Stunden (87 Minuten) werden mit Individualkommunikation

verbracht, die in vielen Fällen auf Chatdiensten wie WhatsApp basiert.

Soziale Medien sind einer der wichtigsten Wachstumstreiber für das Internet und erreichen breite Bevölkerungsschichten. Von vergleichsweise jungen Netzwerken wie Snapchat oder TikTok, über Social-Business-Portale wie LinkedIn oder Xing bis hin zu etablierten Plattformen wie Instagram oder Facebook reicht das Angebot. Ein Leben ohne Social Media können sich viele laut einer Anfang 2018 veröffentlichten Studie des IT-Verbands Bitkom nicht mehr vorstellen (s. Abbildung). 87 Prozent der Befragten sind in sozialen Netzwerken unterwegs, von den 14- bis 29-Jährigen nutzen 98 Prozent Social Media. Im Durchschnitt ist jeder Nutzer bei drei sozialen Netzwerken angemeldet, bei den 14- bis 29-Jährigen sind es im Schnitt sogar fünf Netzwerke. Der Trend zu mehr Präsenz in sozialen Medien insgesamt setzt sich fort.

Das Smartphone ist dabei inzwischen der wichtigste Zugang zu den sozialen Netzwerken: Laut Bitkom greifen mittlerweile acht von zehn Social-Media-Nutzern (82 Prozent) so auf die Plattformen zu. Die Entwicklung der sozialen Netzwerke ist noch lange nicht am Ende, betont Bitkom-Haupt-

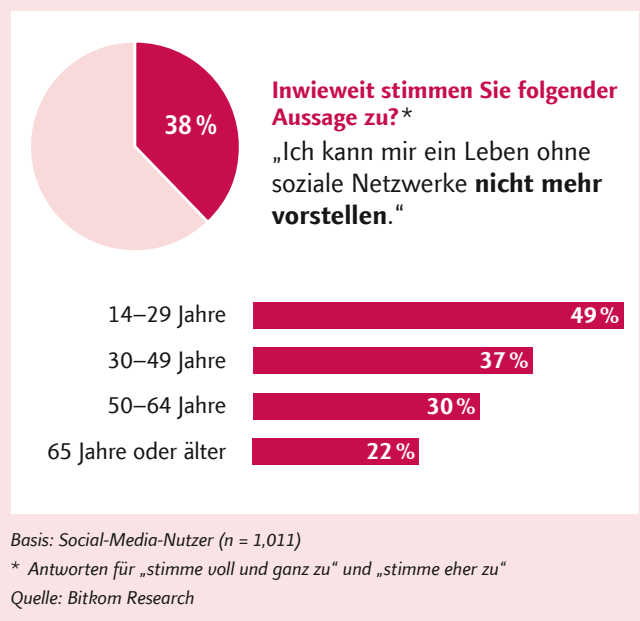
geschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder „Die Echtzeitkommunikation wird durch Funktionen wie Stories und Livestreams attraktiver. Parallel verändern technologische Entwicklungen wie Künstliche Intelligenz und Virtual Reality die Netzwerke und lassen neue Angebote entstehen.“

Stumm geschaltet?

Vor 35 Jahren begann in Deutschland das E-Mail-Zeitalter, vor mehr als 25 Jahren wurde die erste SMS verschickt. Die bis zu 160 Zeichen langen Nachrichten entwickelten sich zu einem Verkaufsschlager, „Simsen“ wurde zum Bestandteil der deutschen Sprache. Seitdem haben sich die digitalen Kommunikationswege im Arbeits- und Privatleben stark erweitert. Und das ruft zunehmend kritische Stimmen auf den Plan: „Die sozialen Netzwerke drohen uns ironischerweise von unserem sozialen Leben abzuschneiden“, befürchtet der Kommunikationsexperte Robert Spengler in einem Welt-Artikel: „Und die E-Mail-Flut ertränkt unsere Sprachfähigkeit. Wir ersetzen Begegnungen in der realen Welt mit virtuellen Kontakten. Das hat gefährliche Folgen – nicht nur in der Freizeit, sondern auch und gerade im Business. Wir verlieren auf dramatische Weise unsere Kompetenz, mit Kollegen, Kunden und Vorgesetzten erfolgreich zu kommunizieren.“

Droht zu viel Technik, das Gespräch „face to face“ zu ersetzen? „Wir werden von unserer Technologie stumm geschaltet“, meint jedenfalls die US-amerikanische Soziologin und Buchautorin Sherry Turkle auf sueddeutsche.de. Es gebe zu viele Bildschirme und zu wenig Blickkontakt. Seit mehr als 25 Jahren beschäftigt sich Sherry Turkle vom Massachusetts Institute of Technology mit den Folgen der Digitalisierung. Zu viel Elektronik lasse die Menschlichkeit aller Kommunikationsformen, nämlich das Gespräch von Angesicht zu Angesicht, langsam, aber sicher erodieren – und so auch Fähigkeit der Menschen, sich in ihr Gegenüber einzufühlen, warnt sie in einem Interview mit sueddeutsche.de: „Mir haben einige Jugendliche erzählt, Telefongespräche inzwischen zu vermeiden, weil sie dort zu viel von sich preisgeben. Für sie sind Facebook und SMS eine Möglichkeit, Emotionen zu verstecken, Konflikten aus dem Weg zu gehen. Eine Entschuldigung per E-Mail oder SMS erlaubt mir, die damit verbundenen Emotionen auszuklammern, also die Kommunikation zu kontrollieren. Aber zu einer Entschuldigung gehört auch die Reaktion des ande-

Abbildung: Ein Leben ohne Social Media ist für jeden Dritten unvorstellbar



ren, die Konfrontation mit Gefühlen, Reaktionen, Konsequenzen.“

Permanent online

Online-Kommunikation durchzieht den gesamten Alltag, das Smartphone immer im Blick: „Permanently online, permanently connected (kurz: POPC) ist ein Phänomen, das vor allem für viele junge Nutzer gilt. Welche Folgen das für den sozialen Umgang miteinander hat, haben der Medienforscher Peter Vorderer (Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover) und der Psychologe Christoph Klimmt (Universität Mannheim) in einem Gastbeitrag in der Wochenzeitschrift „Die Zeit“ kritisch in den Blick genommen und folgende Aspekte hinsichtlich des Kommunikationsverhaltens identifiziert:

- **Erreichbarkeit ersetzt räumliche Nähe:** Ständige Erreichbarkeit – auch in privaten Momenten – verändert über kurz oder lang auch das Verständnis von Intimität.
- **Konversationsfäden ersetzen Gespräche:** Im Gegensatz zu herkömmlichen Gesprächen mit Anfang und Ende verschwinden die Grenzen zwischen Kontakt und Nichtkontakt. Konversationen verlaufen im latenten Dauerzustand: immer wieder unterbrochen, immer wieder fortsetzbar. Geschlossenheit, Kohärenz und Effizienz gehen verloren, das Gefühl von Verbundenheit und dauerhafter Gemeinsamkeit im Alltag wird gestärkt.

- **Unverbindlichkeit ersetzt Zuverlässigkeit:** Die Bereitschaft, sich auf Verabredungen festzulegen, sinkt; der Wunsch, Optionen „offenzuhalten“, wächst. Je nach Standpunkt geht dies mit Verlust von Loyalität und Verantwortungsbewusstsein oder aber Gewinn an Autonomie und Flexibilität einher.
- **Aufmerksamkeit ersetzt Wertschätzung:** Eine neue Währung „soziale Anerkennung“ durch Likes, Smileys oder Kommentare etabliert sich.

Sprachverfall?

Die Kommunikation in sozialen Netzwerken hat ihren eigenen Stil. Abkürzungen, zum Beispiel thx (thanks), OMG (oh my God/Oh mein Gott, CU (see you/man sieht sich), GLG (ganz liebe Grüße) oder HDL (hab Dich lieb) haben sich etabliert. Charakteristisch ist eine einfache, prägnante Ausdrucksweise, oftmals eher in Fragmenten als in ganzen Sätzen. Sind Auswirkungen auf den allgemeinen Sprachgebrauch oder die schulische und berufliche Schriftsprache zu befürchten?

Sprachwissenschaftler reagieren gelassen. Sie sehen die sogenannte „Netzkommunikation“ als eigene Sprachkategorie an, die sich durch die spezifischen Kommunikationsformate digitaler Medien herausgebildet hat. Die Germanistik-Professorin Angelika Storrer (Universität Mannheim) hat im 2017 veröffentlichten „Zweiten Bericht zur Lage der deutschen Sprache“ das Thema Internetkommunikation behandelt und spricht von einer „interaktionsorientierten Schreibhaltung“, bei der nicht das Schreibprodukt (also die Textqualität), sondern die laufende Interaktion im Mittelpunkt steht. Generell sei bei dieser Kommunikationsform eine schnelle Reaktion auf Nachrichten wichtiger als ein geschliffener sprachlicher Ausdruck.

Neue Verbindung

Digitale Kommunikation ist zwar im privaten und beruflichen Leben zu einem wichtigen Faktor geworden, kann jedoch das echte Gespräch nicht ersetzen. In seinem Buch „Menschengewinner“ lädt der Kommunikationsexperte Robert Spengler deshalb explizit dazu ein, „den persönlichen Kontakt



Emoticons sind in der Internetkommunikation wichtig, um Gefühlslagen deutlich zu machen.

Foto: yamonstro/stock.adobe.com



Foto: Hoda Bogdan/stock.adobe.com

Das Smartphone immer im Blick – beruflich und privat

zu leben“. Gegenüber dem Online-Magazin SteadyNews sagt er: „Wir Menschen brauchen reale Begegnungen. Wir sind darauf angelegt, andere zu berühren, mit ihnen live zu lachen und zu weinen. Virtualität ist dafür kein Ersatz.“

Allerdings bietet der digitale Informationsaustausch eine optimale Ergänzung zu klassischen Kanälen. Kommunikation findet heute oft auf mehreren Ebenen gleichzeitig statt. Insbesondere mit der Einführung des Smartphones habe sich die Kommunikationskultur gravierend verändert, aber keineswegs nur negativ: Es habe sich nicht nur die Erreichbarkeit von uns selbst für andere gesteigert, sondern auch die Funktion der Verbundenheit mit anderen, stellt die Mannheimer Kommunikations- und Medienwissenschaftlerin Prof. Dr. Angela Keppler im Deutschlandfunk fest: „Wir können mit körperlich anwesenden anderen sprechen und gleichzeitig mit körperlich abwesenden auch in irgendeiner Form in Verbindung stehen.“

Entwarnung also? Die manchmal geäußerte Befürchtung, digitale Medien hätten negative Auswirkungen auf das Sozialverhalten der (jungen) Menschen, findet in der ersten 2014 veröffentlichten U25-Untersuchung des Deutschen Instituts für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) keine Bestätigung. Ein zentraler Befund: Die Kombination verschiedener Kommunikationsmittel fördere die soziale Integration in der Familie und im Freundeskreis.

Schattenseiten

Dank sozialer Netzwerke und Smartphones lassen sich Meldungen, Nachrichten und Meinungen rasend schnell überall hin und von jedem verbreiten. Der Nutzen der technischen Errungenschaften ist unstrittig, aber es gibt auch die Schattenseiten wie folgende:

- Cybermobbing (Schikanieren/Diffamieren von Personen über das Internet),
- Sexting (Austauschen intimer Nachrichten und Fotos via Smartphone),
- Happy Slapping (Verbreitung von Filmen/ Fotos mit Prügelnszenen),
- Fake News (manipulativ verbreitete, vorge-täuschte Nachrichten),
- Social Bots (Accounts in einem sozialen Netz-werk, die von einem Algorithmus gesteuert wer-den),
- Populismus (Stimmungsmache bei Themenwahl und in Rhetorik).

Höflichkeit und Respekt bleiben in Foren, Kom-mentaren oder sozialen Netzwerken oftmals auf der Strecke. Bei aller grundsätzlich chancenorien-tierten Einstellung zur digitalen Welt sehen 14- bis 24-Jährige vermehrt Online-Risiken, zeigt die Ende 2018 veröffentlichte zweite DIVSI U25-Studie. Viele aus der sogenannten „Generation Internet“ neh-men eine Beleidigungskultur wahr, die sie zum Teil davon abhält, die eigene Meinung zu äußern. Des-halb sind Regeln in der digitalen Kommunikation (s. Kasten) zwingend notwendig – in Sachen Fair-ness die gleichen wie im analogen Gespräch von Angesicht zu Angesicht.

Die Autorin



Michaela Kuhn
Freie Journalistin, Königswinter
michaela.kuhn1@web.de

Literatur

Hildebrandt, A. (2017): Smartphones machen unsere Gespräche schneller privat. URL: <https://www.welt.de/vermishtes/article171080057/Smartphones-machen-unsere-Gespraech-schnel-ler-privat.html> (Abruf: 8. 5. 2019).

Moorstedt, M. (2015): Digitale Kommunikation. Wie uns die Technik entmenschlicht. URL: <https://www.sueddeutsche.de/digital/digitale-kommuni-kation-wie-uns-die-technik-entmensch-licht-1.2748685> (Abruf: 8. 5. 2019)

Spengler, R. (2012): Soziale Netzwerke schädigen soziale Fähigkeiten. URL: <https://www.welt.de/wirtschaft/karriere/leadership/article106568479/Soziale-Netzwerke-schaedigen-soziale-Faehigkei-ten.html> (Abruf: 8. 5. 2019).

Vorder, P.; Klimmt, C. (2016): Online-Kommuni-kation. Das neue Normal. URL: <https://www.zeit.de/2016/05/online-kommunikation-leben-alltag-auswirkungen> (Abruf: 8. 5. 2019).

Netiquette

Das Internet ist ein Ort der Begegnung und der Kommunikation. Wie im echten Leben gelten bestimmte Umgangsformen. Das „Du“ hat sich dabei übrigens als landläufige Anrede im deutschsprachigen Netz etabliert. Nachfolgend wichtige Regeln der Netiquette, der Etikette (frz. Etiquette) im Netz (engl. Net):

- erst denken, dann schreiben,
- Rechtschreibung beachten,
- nicht hinter Anonymität verstecken,
- keine Schimpfworte benutzen,
- eindeutig ausdrücken oder Emoticons benut-zen, denn das geschriebene Wort transpor-tiert keine Mimik oder Gestik
- vorsichtig mit ironischen Bemerkungen um-gehen, leicht entstehen Missverständnisse,
- nicht zu viele Abkürzungen nutzen,
- besser keine Streitigkeiten bis zum Letzten digital austragen,
- Zitate kenntlich machen,
- nicht ungeduldig werden, wenn jemand nicht sofort antwortet,
- nichts Persönliches und Intimes über andere schreiben.

Bauern-Blogs: Dialog schaffen

Immer mehr Landwirte wagen den Schritt in die sozialen Medien. Dabei ist ihr Arbeitsalltag zeitlich schwer mit dem eines Bloggers vereinbar.

Im Internet regelmäßig präsent zu sein, oft mehrere Social-Media-Kanäle gleichzeitig zu bedienen, Beiträge zu recherchieren und zu verfassen – das kostet viel Zeit. Warum macht es trotzdem Sinn für Landwirte, in den sozialen Netzwerken aktiv zu werden? Das erklärt der 28-jährige Landwirt Ingmar Jaschok aus Hußweiler (Rheinland-Pfalz), der 2018 den Golden Blogger Award für den besten Heimatblog gewonnen hat und mit seinem Blog „Hofhuhn“ auf 8.000 Sitzungen (Visits) im Monat kommt.

Herr Jaschok, Sie sind auf dem elterlichen Hof mit 40 Milchkühen und eigener Milchverarbeitung doch sicherlich gut mit Arbeit ausgelastet, warum trotzdem das Engagement im sozialen Netzwerk?

Jaschok: Es ist eine große Aufklärung nötig. Unser Betrieb ist als Demeter-Betrieb in einer Nische. Ich möchte Einblick geben in die tagtägliche Arbeit auf einem ökologischen Betrieb – und auch darüber, wie ich mir Landwirtschaft zukünftig ausmale. Seit einem Jahr bin ich konkret dabei, eine wirtschaftliche Haltungsform mit – aktuell 100 – Rassehühnern zu entwickeln, die meinen Ansprüchen an Tierwohl, artgerechter Haltung und Nachhaltigkeit entspricht. Darüber will ich reden. Das will ich Leuten erklären. Ich nenne das: aufmerksames Er-



Quelle: <http://blog.hofhuhn.de>

Gut vernetzt: Hofhuhn-Blogger Ingmar Jaschok

klären. Ich habe dabei einen imaginären Leser vor Augen: Der ist interessiert, steckt aber nicht in der Materie. Den will ich informieren, aber nicht überzeugen.

Aber ich möchte auch die Art der Kommunikation verändern, die oft nicht lösungsorientiert ist. Da geht es nur darum, Frust abzuladen und nicht darum, einen wirklichen Dialog zu schaffen – selbst wenn Slogans wie „redet mit uns statt über uns“ formuliert werden. Ich möchte mit den Verbrauchern im Austausch sein, ich möchte, dass die Leute meine Arbeit wertschätzen. Und das kann ich erreichen, indem ich kommuniziere.

Landwirtschaft haben Sie gelernt – in der Ausbildung, im Agrarstudium, im Praktikumsbetrieb. Wie wird man erfolgreicher Blogger?

Jaschok: Ich habe schon lange das Schreiben für mich entdeckt, während der Schulzeit für Lokalradio und -zeitung gearbeitet und auch während der Uni-Zeit in Kiel beispielsweise Gastbeiträge für Magazine geschrieben. Eine der wichtigsten Erfahrungen dabei war: Es geht weniger um geschliffenen Schreibstil als um die Geschichte, die ich rüberbringen will.

Ich bewege mich schon seit der Schulzeit in den Social Media, habe zunächst Blogs in der Ernäh-



Fotoshooting mit Hühnern

rungs- und Agrarszene verfolgt, mitdiskutiert im Netz und mich mit einem eigenen Blog während zweier Auslandsjahre in Schweden ausgetobt. Bei einer Agentur habe ich dann später die Funktionsweise der sozialen Netzwerke näher kennengelernt und das Handwerkszeug zum Bloggen verfeinert. Zum Grundstock gehört hier: Wie baut man einen Text auf? Wie strukturiert man einen Text? Wie speckt man Informationen ab, um sie verständlich zu machen? Wie vermeidet man Schlangensätze? All diese Erfahrungen und Kenntnisse waren essenziell. Als ich vor zwei Jahren mit dem „Hofhuhn“ angefangen habe, wusste ich ziemlich genau, was mich erwartet und wie viel Arbeit das ist.

Wie groß ist denn der zeitliche Aufwand konkret?

Jaschok: Auf Facebook und Instagram versuche ich jeden Tag etwas zu machen. Und beim Blog ist es sehr unterschiedlich. Ziel ist, einmal in der Woche zu posten. Das neben der Arbeit zu schaffen, ist eigentlich utopisch, weil die Inhalte über die reine Hofberichterstattung hinausgehen. Gleiches gilt für den Podcast. Also wenn ich Zeit habe, sind es 20 Stunden in der Woche, die ich in die sozialen Kanäle buttere. Wenn ich mich auf ein Begleiten der täglichen Arbeit und Betreuung von Kundenfragen beschränke, sind es vier bis sechs Stunden in der Woche.

Welche Themen greifen Sie auf und wie sind die Reaktionen?

Jaschok: Ich habe ein großes nicht landwirtschaftliches Umfeld, das immer wieder Themen an mich heranträgt – beispielsweise Fragen zum Milchkauf oder zum Töten von Nutztieren. Wie kann es ein Bauer über's Herz bringen, eine Kuh zum Schlachten zu bringen? Eine solche Frage von Verbrauchern kann kein Journalist und kein TierSchützer beantworten, sondern nur der Bauer selbst. Ein anderes Beispiel ist das Thema Massentierhaltung. Als Demeter-Bauer, der keine intensive Tierhaltung betreibt, zeige ich nicht mit dem Finger auf andere, verurteile niemanden, sondern erkläre, wo ich persönlich die Grenze ziehe zwischen akzeptabler und nicht akzeptabler Tierhaltung. Das kann jeder lesen und für sich bewerten. Die Aufarbeitung des Themas hat zu sehr viel Diskussionen geführt und weite Kreise gezogen, nicht nur innerhalb der Agrarbranche oder unter Agrarbloggern.

Wer folgt Ihnen in den sozialen Netzwerken?

Jaschok: Ungefähr ein Drittel meiner Follower sind selber Landwirte oder Gärtner, die sich Know-how bei Vermarktungsstrategien und Öffentlichkeitsarbeit abgucken wollen, ein Drittel sind Naturinteressierte und ein Drittel Verbraucher ohne landwirtschaftlichen Hintergrund. Der Größte Teil meiner Follower ist Mitte 20 bis Mitte 30 Jahre alt, etwa zu gleichen Teilen männlich und weiblich und zu gleichen Teilen aus ländlichen und städtischen Gebieten. Eine bekannte Literaturbloggerin, die auch als Vegetarierin gut fand und findet, was ich mache und das nach wie vor verfolgt, hat mich am Anfang sehr stark unterstützt, sodass viele Leser aus dem Kulturbereich kommen.

Gibt es Grundvoraussetzungen, die Social-Media-Anfänger beachten müssen?

Jaschok: Respekt vor der Komplexität des Berufsfeldes Landwirtschaft, wenn man darüber schreibt. Und die Fähigkeit, aufmerksam zuzuhören und andere Meinungen anzuerkennen, sind wichtig, um das eigene Tun erklären zu können. Gleichzeitig muss man sich der möglichen Fallstricke bewusst sein. Wer als Landwirt für Verbraucher bloggt oder Social-Media-Inhalte macht, muss aus dem eigenen Mikrokosmos herauskommen und sich auch mit der Verbrauchersicht beschäftigen. Das heißt bei Veröffentlichungen: Fingerspitzengefühl beweisen, präzise formulieren, Interpretationsspiel-

räume möglichst gering halten, kritische Themen proaktiv und selbstkritisch angehen, um die Hoheit für die Diskussion zu behalten. Social Media ist ein neues Themenfeld und ein Themenfeld, das sich sehr schnell verändert. Das heißt: Man muss offen für Neues und kritikfähig sein.

Der Meinungs austausch wird in den sozialen Netzwerken oft mit einer großen Härte geführt? Haben Sie auch solche Erfahrungen gemacht?

Jaschok: Ja, teilweise. Meist kamen unverschämte Reaktionen oder sogenannte Troll-Kommentare aber tatsächlich aus landwirtschaftlichen Kreisen, wenn Kollegen mit meinen Beiträgen nicht einverstanden waren. Es herrscht manchmal eine gewisse Verweigerungshaltung, die eine vorurteilsfreie Diskussionskultur verhindert. Deshalb fällt es vielleicht schwer anzuerkennen, dass es Themen gibt, über die man reden müsste. Landwirte sind sehr aktiv in ihrer eigenen Blase im Internet und heizen sich da auch gegenseitig in einem Maße auf, das zu extremen Ansichten führen kann.

Eine wirklich fruchtbare Diskussion, in der man sich auch über kontroverse Inhalte austauscht, kann man nur von Angesicht zu Angesicht führen. Das Internet bietet aber die großartige Möglichkeit, in andere Perspektiven und Denkweisen hineinzu schnuppern. Ich tausche mich beispielsweise hinter den Kulissen mit zwei konventionell wirtschaftenden Landwirten aus. Bei diesem undogmatischen Austausch geht es darum, die Diskussion

aktiv und im Guten anzunehmen, und auch die Sicht der anderen im eigenen Umfeld zu verbreiten, um allen eine aufgeklärte Entscheidung zu ermöglichen. Es gibt ein gemeinsames Format „Landwirtschaft in 60 Sekunden“, wo wir unterschiedliche Themen aus Sicht der konventionellen und ökologischen Landwirtschaft bearbeiten.

Warum empfehlen Sie Landwirten trotz dieser Fallstricke, im Internet aktiv zu werden?

Jaschok: Das so gerne angeprangerte Unverständnis für unsere Arbeit löst sich nicht von selbst in Wohlgefallen auf. Nur wir Landwirte können echte Einblicke in die Landwirtschaft geben. Besonders bietet es sich natürlich für Betriebe mit Vermarktungsambitionen an. Da wäre ein Ignorieren der Möglichkeiten des Internets fast fahrlässig. Wäre ich ein reiner Produktionsbetrieb, würde ich es mir allerdings zwei Mal überlegen. Was ist der Vorteil, wenn man Einblicke liefert? Arbeitet man eng mit seinen Partnern in der Verarbeitung zusammen, kann es eine wirklich gute Sache werden – ein Beispiel: „Aktivstall für Schweine“ featuring „Kalieber Wurstversand“. Liefert man der Verarbeitungsindustrie zu, stellt sich die Frage nach dem Mehrwert. Es sollte genau überlegt sein und ernsthaft angegangen werden. Das Internet birgt aber ein riesiges Potenzial, der eigenen Stimme Gehör zu verschaffen und die persönliche Sicht in die öffentliche Diskussion einzubringen.

Das Interview führte Michaela Kuhn.