

CC GREEN Scanauftrag



Auftragsnummer: ZBMED-BN21115603-1
Auftragsdatum: 15.01.21 - 06:00

Signatur: Z 3751
Title: Ökologie & Landbau

ISSN: 1015-2423
Erscheinungsjahr: 2021
Erscheinungsort: München
Band Heft: 49(197 (Nr. 1))

Bitte Inhaltsverzeichnis scannen!

Inhalt

SCHWERPUNKT KOMMUNIKATION

- 12** EINFÜHRUNG
Die Kraft der ehrlichen Werbung
Bio wird nicht nur auf Blumenwiesen von hübschen Bäuerinnen produziert, wie es die Werbung oft darstellt. Mit ehrlicher und transparenter Kommunikation kann die Branche für mehr Akzeptanz und Bekanntheit sorgen.
- 15** PR IM ÖKOSEKTOR
„Die Biobranche darf sich ruhig mehr zutrauen“
Die PR-Frau Imke Sturm erklärt im Interview, was das Besondere an der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Ökosektor ist und warum der Branche eine zugespitzte Kommunikation hier und da guttun würde.
- 18** MIT SPRACHE ÜBERZEUGEN
Sprechen wir Bio?
Auch die positivsten Fakten lassen sich nur überzeugend vermitteln, wenn der sprachliche Rahmen passt. Joyce Moewius erklärt, was das für die Biobranche und ihre Kommunikation bedeutet.
- 21** PRESSEPROFIS ERZÄHLEN
„Wer hoch sitzt, kann auch tief fallen“
Die Biobranche stellt an sich hohe Ansprüche. Läuft etwas nicht optimal, ist eine feinfühligere Öffentlichkeitsarbeit wichtig. Wir haben Presseprofis zu ihrer Arbeit befragt.
- 24** BIO UND MARKETING
Das gute Gefühl ansprechen
Ökokampagnen können die Transformation zum nachhaltigen Ernährungssystem fördern – durch die gezielte Kommunikation eines guten Lebens und nachhaltiger Angebote im Lebensmittelbereich.
- 27** SOZIALE MEDIEN
In Kontakt auf allen Kanälen?
Über Soziale Medien können Hersteller*innen leicht mit Kund*innen in Kontakt treten und ihr Profil schärfen. Die Biobranche hinkt hier meist noch hinterher.



Zum Titelbild

© T. Alföldi/FiBL

Videoshooting mit Kuh: FiBL-Bioakteure zeigen authentische Bilder aus der Vielfalt der landwirtschaftlichen Praxis.

Jahresinhaltsverzeichnis Ö&L 2020:
kurzlink.de/oel/inhaltsverz-2020



THEMEN

PFLANZENBAU & TIERHALTUNG

- 30** ERNÄHRUNGSÖKOLOGIE
Milch und Fleisch in den Einkaufskorb!
Biogrünland kann nur mit Ökorinderzucht funktionieren. Der Konsum von Rindfleisch ist daher notwendig, um Glaubwürdigkeit und Zukunftsfähigkeit des Biolandbaus zu bewahren, so Ulrich Mück.
- 33** ÖKOWEINMARKT
Biowein auf Wachstumskurs
Biowein gehört mittlerweile zum guten Ton der Qualitätswinzer*innen. Ein Blick auf den Markt zeigt: Der ökologische Weinbau nimmt an Fahrt auf!

POLITIK & GESELLSCHAFT

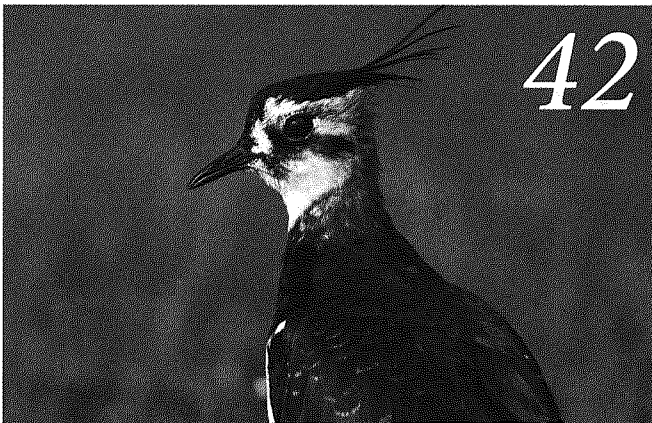
- 37** RUSSISCHER BIOMARKT
Newcomer im Osten
Der Biomarkt der Russischen Föderation steckt noch in den Kinderschuhen. Doch allmählich fassen die Konsument*innen im In- und Ausland Vertrauen.
- 40** FAIRNESS IN DER BIOBRANCHE
Gute Arbeitsbedingungen aktiv mitgestalten
Bio steht auch für soziale Gerechtigkeit – die bei der Arbeit in der Branche oft fehlt. Katharina Varelmann fordert die Betroffenen auf, das Heft selbst in die Hand zu nehmen.

NATUR & UMWELT

- 42** SCHUTZ DER ARTENVIELFALT
Ein gesellschaftliches Umdenken ist nötig
Die „Krefeld-Studie“ über das Insektensterben hatte 2017 aufgerüttelt. Und wie steht es heute um die Artenvielfalt in der Agrarlandschaft? Eine Stellungnahme der Leopoldina bescheinigt: Die Lage ist ernst.

FORSCHUNG & BILDUNG

- 45** NEUE GENTECHNIK
Nobelpreis für die Büchse der Pandora
Jüngst wurde die Methode der Genschere CRISPR/Cas ausgezeichnet. Christoph Then mahnt, bei aller Euphorie die damit verbundenen Risiken nicht aus dem Blick zu verlieren.
- 48** EIP-AGRI-PROJEKTE IM KURZPORTRÄT
Gefördert für die Zukunft
Die Europäische Innovationspartnerschaft EIP-Agri unterstützt innovative Nachhaltigkeitsprojekte aus der Land- und Forstwirtschaft. Wir stellen einige dieser Projekte vor.



RUBRIKEN

- 3** EDITORIAL
6 IN KÜRZE
9 PERSONALIA
50 GRÜNER NACHWUCHS
51 AUS DEN INSTITUTIONEN
56 MEINUNGEN & LITERATUR
58 VORSCHAU & IMPRESSUM