

EXPOSÉ



Die Zeitschrift für Landwirte von Morgen für den deutschsprachigen europäischen Raum

Was beinhaltet „agrarKIDS“?

- Monatliches Fachmagazin für Kinder zwischen 5 bis 13 Jahren (Kernalter) mit abwechslungsreichen Themen aus der modernen Landwirtschaft: Tier, Technik, Ackerbau, Umwelt, regenerative Energien, Ernährung, GPS oder Apps Wald und Forst...; dazu Spaß für die Kinder: Poster, Rätsel, Basteln, Malen.
- Zielgruppe sind Kinder aus der Landwirtschaft und deren Eltern, die als Agrarwirte, Techniker, Züchter in landwirtschaftlichen Klein- und Großbetrieben tätig sind
- Alle an Landwirtschaft Interessierte.
- Schulen und KiTas
- Lernorte Bauernhof
- Hofläden und Shops von Landtechnikhändlern

Geschichte eines kleinen Verlages

- ➔ 2008 Gründung in Leipzig als GbR
- ➔ 2013 Umwandlung in eine GmbH (Winter & Kanew = Gesellschafter)
- ➔ Von unbekannt in der Branche entwickelt bis zum hohen Bekanntheitsgrad in Fachkreisen und im ländlichen Raum
- ➔ Ein kleines, unabhängiges Team mit viel Idealismus
- ➔ Die „Köpfe“ sind fachkompetent und mit der Branche durch unternehmerische Tätigkeiten verbunden
- ➔ Das „Know How“ ist die redaktionelle Umsetzung und das kindgerechte Layout der „agrarKIDS“
- ➔ Seit 15 Jahren liquides Unternehmen, das stabil wächst
- ➔ Potenzial und Ideen für mehr
- ➔ Keine Verbindlichkeiten, Schulden, gerichtliche Verhandlungen
- ➔ Keine bindenden Verträge (außer Abos), alles in kurzer Zeit auflösbar und austauschbar



Warum „agrarkIDS“?

- Berufsnachwuchs für die Landwirtschaft fehlt!
- Unternehmen klagen, dass das Interesse für die Landwirtschaft heutzutage sehr gering ist
- Kinder im Alter bis zu ca. 8 Jahren sind begeistert für die Landtechnik oder lieben Tiere abgöttisch. **Diesen Effekt ausnutzen!**
- Kinder vom Hof schauen schon im frühesten Alter „Papas“ Fachzeitschriften mit den bunten Bildern an. Das inhaltliche Verständnis für die Zusammenhänge bleibt auf der Strecke. Sie benötigen unbedingt kindgerechte, fachlich verständliche Darstellung.
- Image für die Landwirtschaft fehlt! Positive Öffentlichkeitsarbeit in den Medien ist meist Fehlangeige. Medien berichten über die Landwirtschaft hauptsächlich bei negativen Schlagzeilen; In keinem anderen Land steht der Wirtschaftszweig „Landwirtschaft“ öffentlich so in der Kritik wie in Deutschland.
- Kennen Verbraucher die Landwirtschaft, wie sie heute dasteht? NEIN! Viele denken bei Landwirtschaft an Gummistiefel, Forke, Mistkarre und Arbeitszeiten ohne Freizeit
- Verständliche Informationen für Grundschulen fehlen

Zeitschrift hat ein Alleinstellungsmerkmal in der Branche



Was bietet „agrarkIDS“?

- Bekanntheitsgrad in der Branche
- Markenrecht
- Abonnenten- und Bilddatenbank / Firmendatenbank (15.000 Adressen und ca. 5.000 Bilder)
- Kooperationen mit landwirtschaftlichen Fachzeitschriften (Kinderseiten)
- Führende Unternehmen, Verbände und Organisationen sind unsere Multiplikatoren
- Homepage und Online-Shop mit Abonnements und ausgewählter Kinderliteratur
- Ständige Aktivitäten auf Facebook und Instagram
- Kontinuierliche Entwicklung neuer attraktiver Medien für Kinder
- Unschlagbare Konditionen auf landwirtschaftlichen Messen und Fachveranstaltungen

- Förderung des Lesens durch Artikel und monatlich attraktive Gewinne
- Kinder werden zu Akteuren: bei Foto-, Bastel- oder Malwettbewerben – und sie werden belohnt mit schönen Sachpreisen.
- Kinder sind neugierig, wollen alles erklärt haben. Was lauert am Feldrand? Klimawandel durch Rinder? Lenken ohne Fahrer? Wie umweltfreundlich sind Traktoren? Wie funktioniert Wetter? „agrarkIDS“ gibt Antwort.
- Inzwischen zu einer Familienzeitschrift gewachsen, pro „agrarkIDS“ lesen durchschnittlich 3 Kinder, die Eltern und Großeltern sowie Azubis mit

Fazit

- **agrarkIDS**“ ist „Futter“ für den lesehungrigen Nachwuchs;
- Die Summe der kleinen Schritte nicht unterschätzen;
- Kinder vom Hof sind enorm wissbegierig, wenn es um das eigene Lebensumfeld geht.
- Wir unterschätzen Kinder: Informationen nach mehr müssen wir fördern und unterstützen.
- Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft bedeutet auch nachhaltige Bildung!
- Das noch vorhandene riesige Potential an Lesern in den Schulen, auf den Ferienhöfen und Erlebnisorten, in Kitas und natürlich in der Landwirtschaft selbst ausnutzen.
- Neue moderne Medien entwickeln und dem Markt anbieten.

Kaufpreis: Vereinbarungssache

Statistik

Entwicklung des Umsatzes von 2008 bis 2025 (von 0 bis 250.000 €)

