



1. Definition

Die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft übernimmt in der weltweiten landwirtschaftlichen Branche zentrale Funktionen, zu denen auch die Öffentlichkeitsarbeit innerhalb und nach außen hin zählen. Der „DLG Agri Influencer Award 2025“ hebt bemerkenswerte landwirtschaftliche Vermittler und Meinungsmacher im Internet und den Sozialen Medien hervor und unterstützt diese in der Kommunikation und Bewerbung. Der Award wird vom DLG e.V. („DLG“) vergeben. Die fachliche Durchführung liegt in den Händen einer von der DLG berufenen, unabhängigen und international besetzten Jury aus anerkannten Beratern, Medienmachern und Praktikern.

„DLG Agri Influencer Award“ („DLG AIA“)
Der DLG AIA wird von der DLG in zwei Kategorien verliehen:

1. DLG Best Agri Influencer International
2. DLG Best Agri Influencer in German

Es gewinnt pro Kategorie ein Profil / ein Kanal. Ebenfalls ausgezeichnet werden jeweils der zweite und der dritte Platz.

2. Teilnehmer

Teilnehmen können alle, die als Landwirtinnen, Landwirte oder Höfe in der Landwirtschaft arbeiten und die Kriterien erfüllen. Die Teilnahme ist freiwillig und mit keinen zusätzlichen, direkten Kosten verbunden. Der Teilnehmer trägt für die Einhaltung aller einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen und dieser DLG-Prämierungs- und Prüfbestimmungen die alleinige Verantwortung.

3. Zulassung der Bewerbungen

Zugelassen sind Bewerbungen nach folgenden Kriterien:

1. **DLG Best Agri Influencer International**
Landwirtinnen, Landwirte oder Höfe, die in der Landwirtschaft arbeiten und ein Social-Media-Profil mit nicht-deutschsprachigen landwirtschaftlichen Inhalten betreiben und dort mindestens 1.000 Follower haben.
2. **DLG Best Agri Influencer in German**
Landwirtinnen, Landwirte oder Höfe, die in der Landwirtschaft arbeiten und ein Social-Media-Profil mit deutschsprachigen landwirtschaftlichen Inhalten betreiben und dort mindestens 1.000 Follower haben.

In begründeten Ausnahmefällen kann die Jury auch Social-Media-Profile auszeichnen, deren Betreiber nicht selbst aktiv in der Landwirtschaft arbeiten, jedoch landwirtschaftliche bzw. die Landwirtschaft betreffende Inhalte veröffentlichen.

Wer im Jahr der Ausschreibung des DLG AIA im Rahmen einer beauftragten Medienkooperation mit der DLG tätig ist, ist von einer Teilnahme am DLG AIA ausgeschlossen.

4. Anmeldeverfahren

Jedes Profil muss einzeln angemeldet werden. Die Anmeldung erfolgt ausschließlich über das entsprechende, von der DLG dafür zur Verfügung gestellte Online-Formular.

Eine Anmeldung per Post, Fax oder E-Mail ist nicht zulässig und wird nicht angenommen. Die Anmeldesprachen sind Deutsch oder Englisch. Die Online-Anmeldung steht am Tag des Teilnahmeschlusses bis 24 Uhr zur Verfügung. **Teilnahmeschluss ist der 17. August 2025.** Gemeinschaftsanmeldungen sind nicht möglich. Das Online-Formular ist sorgfältig und vollständig auszufüllen.

Bildmaterial und andere Inhalte

Zur Illustration in den Medien und zur Auswahlhilfe für die Jury dürfen Inhalte der Bewerbungs-Profile verwendet werden. Alle Publikations- und Reproduktionsrechte an den Bildern und Inhalten werden damit an die DLG zur zeitlich, räumlich und inhaltlich uneingeschränkten Nutzung übertragen.

Verbindlicher Anmeldeschluss

Die vollständigen Angaben müssen bis zum angegebenen Anmeldeschluss in der Online-Datenbank hochgeladen werden. Nach dem Anmeldeschluss eingehende Anmeldungen und unvollständige sowie nicht den vorstehend beschriebenen Anforderungen genügende Anmeldungen sind von der Teilnahme am DLG AIA ausgeschlossen. Die DLG sichert zu, dass alle eingereichten Informationen, soweit sie nicht zur Darstellung des Profils benötigt werden, streng vertraulich gehandhabt werden. Die Juryentscheidung wird in Abstimmung mit dem Servicebereich Marketing der DLG bekannt gegeben.

5. Grundsätze des Prüfens

Für die Beurteilung der Profile beruft die DLG eine unabhängige, international besetzte Jury aus anerkannten Beratern, Medienmachern und Praktikern. Neben den Mitgliedern der Jury können bei Bedarf externe Experten bei speziellen Fragestellungen beratend hinzugezogen werden. Diese sind bei Hinzuziehung der strengen Vertraulichkeit verpflichtet.

Die Jury unterliegt einem Ethik-Codex (Compliance-Regelung) und genügt den Anforderungen an:

- Unabhängigkeit und Neutralität
- Kompetenz zur Beurteilung der Bewerbungen
- Praxisbezug

Anhand der eingereichten Angaben nimmt die Jury ihre Beurteilung für die Vergabe der Awards vor.

Bewertungsrichtlinien für die Awards „DLG Best Agri Influencer International“ und „DLG Best Agri Influencer in German“

Mit den Awards in den zwei Kategorien werden jeweils ein Social-Media-Profil als Gewinner und zwei als Zweit- und Drittplatzierte ausgezeichnet, die sich in besonderer Weise für Öffentlichkeitsarbeit für die Landwirtschaft engagieren. Entscheidend sind

- Authentizität
- Themensetzung/Vielfalt
- Kreativität
- Qualität der Inhalte
- Spürbares Engagement für Landwirtschaft
- Adäquate Ansprache der Community
- Interaktion mit Community

6. Vergabe der Awards

Die Jury entscheidet gemäß der oben genannten Bewertungsrichtlinien für die Awards „DLG Best Agri Influencer International“ und „DLG Best Agri Influencer in German“. Die Entscheidungen der Jury sind für die Beteiligten verbindlich und können nicht gerichtlich auf ihre Richtigkeit überprüft werden.

Im Falle einer Nicht-Prämierung ist die Jury nicht verpflichtet, den Bewerbern Gründe für die Ablehnung zu liefern.

Beschwerden sind ausschließlich über den betreuenden Mitarbeiter aus dem DLG-Hauptamt an den Juryvorsitzenden zu richten. Alle eingereichten Unterlagen werden nicht wieder zurückgesandt. Die Preisträger erhalten eine Urkunde, ein Label und ein Präsent und werden zur Verleihung der Awards zur AGRITECHNICA 2025 eingeladen.

Veröffentlichung

Die Preisträger und die Zweit- bzw. Drittplatzierten werden durch die DLG circa sechs Wochen vor der AGRITECHNICA 2025 informiert und auf DLG-Internetseiten sowie in weiteren Publikationen veröffentlicht.

- Die Juryentscheidung wird an die Influencer in Abstimmung mit dem Servicebereich Marketing der DLG bekannt gegeben.
- Außerdem wird die nationale und internationale Fach- und Wirtschaftspresse im Vorfeld der AGRITECHNICA über die Vergabe der Awards informiert.
- Alle ausgezeichneten Profile werden mit Bild, Informationen und einem Begründungstext der Jury veröffentlicht. Falls Video- oder Bildmaterial im Rahmen der Awardvergabe präsentiert werden sollten, behält sich die DLG vor, das zur Verfügung gestellte Material zu redigieren.
- Alle angemeldeten Profile, die von der Jury bewertet werden, können in einer separaten Liste im Internet und weiteren Publikationen veröffentlicht werden.

Verleihung

Die Preise werden durch die DLG auf der Young Farmers' Party am 14. November 2025 auf der AGRITECHNICA in Hannover verliehen.

7. Werbung mit prämierten Profilen / Social-Media-Kanälen

Die Werbung ist freiwillig und zulässig:

- Mit der Einladung zur AGRITECHNICA 2025,
- mit der Urkunde,
- mit dem Label,
- mit dem Präsent,
- mit textlichen Hinweisen auf die Prämierung (z. B. in Presstexten, Anzeigen, Internet),
- sowie mit weiteren von der DLG im Vorfeld definierten und für die Werbung freigegebenen Aktionslogos oder Kommunikationsmaterialien.

Zulässige Arten des Einsatzes

- Urkunden und Labels dürfen in allen Größen abgebildet werden, wobei das Verhältnis von Breite und Höhe gleich bleiben muss. Veränderungen (z. B. Text, Farben) sind nicht zulässig.
- Die Herstellung von Duplikaten der Urkunden ist nicht zulässig.
- Die Labels und weitere von der DLG definierte Gestaltungsmaterialien können in Form einer vierfarbigen oder S/W-Abbildung als Datensatz bei der DLG abgerufen werden.

Werbebestimmungen Eindeutigkeit

Die Werbung mit den Labels und textlichen Hinweisen auf die Prämierung „DLG Agri Influencer Award“ ist nur in enger Verbindung mit der Nennung des prämierten Profils gestattet. Es muss genau ersichtlich sein, bei welchem Award und aufgrund welcher Eigenschaften das Profil ausgezeichnet wurde. Das Jahr der Prämierung ist anzugeben.

Ausschließlichkeit

Es darf nur für den prämierten Kanal / das prämierte Profil geworben werden. Eine vom Profil losgelöste Unternehmens- oder Imagewerbung ist nicht zulässig.

Absenderangabe

Der Preisträger muss ersichtlich sein.

Werbedauer

Unter Angabe des Auszeichnungsjahres und in Verbindung mit dem prämierten Profil ist die Werbedauer dem Preisträger überlassen.

Irreführungsverbot

Bei den Werbemaßnahmen ist darauf zu achten, dass alles vermieden wird, was zu irreführenden Auffassungen Anlass geben kann. Alle Angaben müssen dem Wettbewerbsrecht entsprechen. Die Verantwortung hierfür trägt allein der Teilnehmer oder dessen Rechtsnachfolger.

8. Aberkennung der Awards

Die DLG behält sich vor, den verliehenen Award abzuerkennen, wenn der Preisträger nicht den Tatsachen entsprechende Angaben gemacht hat oder schwere Verstöße gegen die Werbebestimmungen (siehe Punkt 7) vorliegen.

9. Schadensersatzansprüche

Schadensersatzansprüche sind, soweit sie nicht auf vorsätzlichem oder grob fahrlässigem Handeln beruhen, ausgeschlossen. Dies gilt nicht bei einer auch auf leichter Fahrlässigkeit beruhenden Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit oder sogenannter Kardinalpflichten.

10. Schlussbestimmung

Mit der Online-Anmeldung für den Award sind die Prämierungs- und Prüfbestimmungen für den Teilnehmer rechtsverbindlich.