



Video-Botschaften Agrarinitiativen

Zürcher Bauernverband ■ Lagerstrasse 14, 8600 Dübendorf ■ 044 217 77 33 ■ www.zbv.ch

Weitere Massnahme im Abstimmungskampf gegen die extremen Agrarinitiativen

Dreissig Videobotschaften für regionale Aufklärung



Adrian Haggenmacher ist einer von vielen Darstellern, die sich für eine Videobotschaft zur Verfügung gestellt haben. Bild: ZBV

Neben den bereits mehrfach vorstellten Massnahmen wie Fahnen, Kleber, Blachen und Plakaten sind aktuell die Aufnahmen für Videobotschaften im Gang, die ab ca. Mitte April regional in den Sozialen Medien verbreitet werden.

Durch unsere Aufrufe, die Vor- und Hauptkampagne zu unterstützen, sind neben den zahlreichen Materialbestellungen auch beachtliche finanzielle Mittel zugesagt worden. Während der Phase des eigentlichen Abstimmungskampfes, welcher ab Anfang April starten wird, wollen wir nicht nur traditionelle Wege beschreiten. Zusätzlich zu den bewährten Inseraten in regionalen Zeitungen, die wir hauptsächlich mit Testimonial-Inseraten durchführen werden, werden wir auch fokussiert in den Sozialen Medien für ein doppeltes NEIN werben.

Einer von zahlreichen Aufträgen an die Bezirksvereine

Die Verantwortlichen der Bezirksvereine haben in den vergangenen Wochen und Monaten bereits einen grossen Aufwand für die Kampagnenarbeit bestreiten müssen. Ein weiterer Auftrag an sie war, uns pro Bezirk drei Personen zu melden, welche sich für kurze, rd. einminütige Videobotschaften bereit erklären. In diesen Erklärungen liefern

Bäuerinnen und Bauern, aber auch Konsumentinnen und Konsumenten, Argumente, weshalb es so wichtig ist, die beiden extremen Agrar-Initiativen vom 13. Juni 2021 abzulehnen.

Minutiöse Planung ist unumgänglich

Die Meldung der jeweiligen Personen war aber nur der Anfang der Arbeiten für die Videobotschaften. Damit die Filmaufnahmen effizient und optimal organisiert durchgeführt werden können, musste mit allen Teilnehmenden Kontakt aufgenommen werden und ein gemeinsamer Halbtage pro Bezirk definiert werden. So konnte unser Videofilmer und Social-Media-Verantwortlicher, Nathanael Helfenstein, jeweils zwei Bezirke pro Tag abarbeiten und die Filmsequenzen aufnehmen. Hierfür war es ebenfalls unerlässlich, dass bereits vorgängig die jeweiligen Drehorte und -zeitpunkte minutiös geplant wurden. Ebenfalls wurden die Teilnehmenden bei der Terminvereinbarung über die Idee dieser Videobotschaften informiert, sodass die eigentlichen Filmaufnahmen in wenigen Minuten abgeschlossen werden konnten.

Bald werben dreissig Botschafterinnen und Botschafter regional für ein doppeltes NEIN

Mit den Filmaufnahmen wurde vergangene Woche begonnen und schon bald sollten sämtliche Filmaufnahmen abgeschlossen sein. Aktuell sind noch für

wenige Bezirke nicht ganz alle Teilnehmenden bekannt oder konnten noch keine Termine für die Filmaufnahmen abgemacht werden. Aber ab spätestens Mitte April sollten sämtliche dreissig Videobotschaften gedreht und zugeschnitten sein, dass die Bewerbung auf den Sozialen Kanälen starten kann.

Hierfür werden die bezirksweise aufgenommenen Sequenzen auch bewusst und konzentriert in den jeweiligen regionalen Gebieten über die sozialen Kanäle verbreitet.

Natürlich werden die Videobotschaften auch auf dem Youtube-Kanal des ZBV zur Verfügung stehen oder einige wenige sind bereits auf der ZBV-Homepage zur Ansicht bereitgestellt.

■ MCA

Interview zum Fachteil

Nathanael Helfenstein

ZBV-Mitarbeiter und verantwortlich für die Videobotschaften



«Die Hälfte ist geschafft.»

Was ist die Absicht der maximal einminütigen Videosequenzen?

Die Videos richten sich an die Bewohner der jeweiligen Region, des Drehorts und schaffen dadurch Berührungspunkte.

Die Bevölkerung soll die Probleme sensibilisiert werden, welche die Initiativen sowohl für die Produzenten wie auch Konsumenten mit sich bringen. Klare Ansage, weshalb 2x NEIN der bessere Weg ist.

Es handelt sich bei den Videos um Testimonial-Videos. Ein Testimonial steht für eine Person, bezeichnet in der Werbung eine klare Fürsprache für ein Produkt/Dienstleistung, welche durch eine Person vertreten wird (meist ist diese der Zielgruppe bekannt). Durch ihren persönlichen Auftritt wird die Glaubwürdigkeit der Botschaft verstärkt.

Einminütig, da die Aufmerksamkeitsspanne auf den Sozialen Medien sehr kurz ist (gesellschaftlicher Wandel). Längere Botschaften/Videos werden nicht zu Ende geschaut.

Welches waren oder sind die grössten Herausforderungen für die Filmaufnahmen?

Die Herausforderung stellte sich vor allem in der Vorbereitung. Das Finden von Protagonisten, welche pro Region am selben Tag Zeit für Aufnahmen haben, damit eine

effiziente Routenplanung gemacht werden kann.

Drehtechnisch sind die üblichen Umstände wie Wetter und Umgebungslärm so gut als möglich zu meistern.

Wie ist der aktuelle Stand der Umsetzung dieser Filmaufnahmen?

Wir haben knapp die Hälfte bereits im Kasten und sind daran, die Aufnahmen auszusortieren, zu schneiden und als kompakte Aussage ins Kampagnengefäss zu bringen. Erste Rohschnitte sind fertiggestellt und werden nach Beurteilung finalisiert.

Was waren die bisherigen Reaktionen der Darstellerinnen bzw. Darsteller der Filmaufnahmen?

Wie erwähnt, war die Planung nicht hürdenfrei, weshalb es teils zu kurzfristigen Terminanpassungen kam. Die Videobotschaften sollen authentisch sein, daher sind vor der Kamera «Nicht-Geübte» mit erwünscht. Die aufkommende Nervosität war hie- und da zugegen, was zu wiederholten Aufnahmen führte. Ich denke, es hat allen Beteiligten Spass gemacht und die Notwendigkeit dahinter ist allen klar. Erleichterte, lächelnde Gesichter nach Drehschluss bezeugen dies. An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an alle. Ihr habt das sehr gut gemeistert! ■

Kommentar der Woche

Zürcher Bauernverband ■ Lagerstrasse 14, 8600 Dübendorf ■ www.zbv.ch

Weder durchdacht noch zielführend!

Der Abstimmungskampf zu den beiden extremen Agrarinitiativen ist lanciert. Für uns als Futterbaubetrieb mit Mutterkuhhaltung im Berggebiet ist hauptsächlich der Passus vom Futterzukauf im Initiativtext: «Einen Tierbestand, der mit auf dem Betrieb produzierten Futter ernährt werden kann», von Bedeutung.

Diese Forderung der Initianten ist meines Erachtens weder durchdacht noch zielführend. Denn, macht es Sinn bestehende Stallkapazitäten ungenutzt zu lassen und gleichzeitig auf anderen Betrieben neue zu bauen? Fast alle Betriebe sind auf Zupachtflächen angewiesen, welche nie 100 Prozent sicher sind. Wenn bei uns im Futterbauggebiet auf Flächenveränderungen nicht mehr mit dem Abtausch von Futter und Hofdünger, sondern häufig nur durch bauliche Massnahmen reagiert werden kann, stimmt das schon nachdenklich. Für mich haben die Initianten noch nicht begriffen, dass wir in der Schweiz

«Den Beschwichtigungsversuchen der Befürworter glaube ich nicht.»

mit der Swissbilanz ein bewährtes Instrument zur Regelung der Nährstoffflüsse haben.

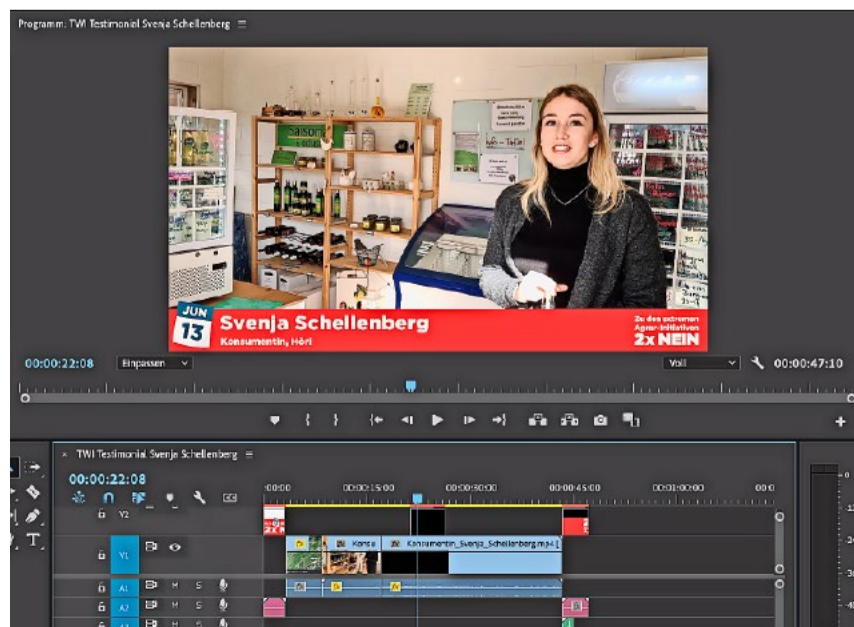
Auch sämtliche Nährstoffe, welche über die Nahrungsmittel den natürlichen Kreislauf verlassen, werden durch die Forderung der Initiative ausgeblendet.

Um möglichst viele Stimmen für die Initiative zu gewinnen, wird im Erklärvideo der Initianten der Begriff vom betriebseigenen Futter einfach auf die ganze Schweiz ausgedehnt.

Wenn nun die Befürworter ihren eigenen Initiativtext so auslegen, dass die ganze Schweiz zum eigenen Betrieb gehört, ist das für mich höchst unglaubwürdig. Ich denke wir müssen

davon ausgehen, dass die Initiative bei einer Annahme gemäss Initiativtext umgesetzt wird. Den Beschwichtigungsversuchen der Befürworter glaube ich nicht, zumal die Formulierung im Text klar und verständlich ist.

Daher ist es wichtig, dass wir alle unabhängig davon, wie stark wir aktuell persönlich betroffen sind, unser Umfeld über die realen Folgen dieser extremen Initiativen aufklären. Mit unserem langfristigen Ziel, der nächsten Generation Betriebe mit fruchtbaren Böden und gutem Wasser weiterzugeben, haben wir die glaubwürdigen Argumente auf unserer Seite! ■



Sämtliche Arbeiten an den Kurzfilmen werden intern auf der Geschäftsstelle gemacht. Bild: ZBV



Lukas Wyss Sternberg