



Social Media «Naturtalent»

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

Social Media von Naturtalent im Rahmen der Vorkampagne

28 Filme rund ums Thema Pflanzenschutz

In 6 verschiedenen Themenwochen wurden die Themen «Trinkwasser», «Gesundheit Mensch und Tier», «Gemüseproduktion», «Heimische Nahrungsmittel», «Pflanzenschutzmittel» und «Vision Bioland Schweiz» beleuchtet. Mit Längen zwischen 3 und 8 Minuten kommt die Serie auf eine beeindruckende Gesamtlänge von 2 Stunden und 10 Minuten.

Die Resultate der Abstimmung zu den Agrarinitiativen werden wir in zwei Tagen erfahren. Die Umfragen stimmen uns verhalten optimistisch, die Abstimmungstendenz stimmt, aber abgerechnet wird am Sonntag.

Die bisher analysierten Umfragedetails zeigen, dass erstaunlicherweise die ältere Stimmbewölkerung eher zur Annahme der Initiativen tendiert haben, die Jüngeren wiederum ebenfalls überraschend eher gegen die Volksbegehren gestimmt haben oder stimmen werden.

Das Ziel

Pflanzenschutz ist ein sehr komplexes Thema, das der landwirtschaftsferne Durchschnittsbürger nicht versteht. Das Thema Trinkwasser ist emotional und das Wort «Pestizid» äusserst plakativ. Mit einer gezielten Informationskampagne wollten wir die jungen Zürcher Stimmberechtigten mit dem nötigen Wissen ausstatten, damit sie das Thema auch sachlich beurteilen können.

Die Resultate

- Über die gesamte Kampagne haben wir mit 4,25 Mio. Impressionen 2 Mio. Kontakte erzielt.
- Allein mit Facebook Ads haben wir 3,5 Mio. Impressionen erzielt und fast 400 000 Personen erreicht.
- 55 700 Personen haben sich mindestens eine Minute mit unseren Inhalten beschäftigt.
- Insgesamt wurden die Filme 10 350 Stunden oder 431 Tage angeschaut.
- Die Hälfte der Zuschauerdauer wurde im Kanton Zürich verzeichnet.
- 61 Prozent der erreichten Kontakte waren Männer, 39 Prozent Frauen, davon knapp die Hälfte unter 45.

Informative und sachliche Aufklärung

Bei der filmischen Aufarbeitung der Ursachen und möglichen Folgen haben wir uns bewusst auf eine sachliche, positiv kritische Berichterstattung festgelegt. Es zeigt sich klar, dass eine möglichst neutrale und nüchterne Aufarbeitung von auch schwierigen Themen bei den Konsumentinnen und Konsumenten Anklang findet. Natürlich sind

Reichweite

Themenwoche «Trinkwasser»	Wo kommt eigentlich unser Trinkwasser her?	14 297
	Wo geht dein Abwasser hin?	7 662
	Was ist drin? Wir machen eine Wasseranalyse	22 342
	Chlorothalonil 1	61 137
Themenwoche «Gesundheit Mensch & Tier»	Krank oder gesund, was ist der Unterschied?	45 506
	Das Antibiotika-Dilemma.	45 228
	Mit der Tierambulanz im Einsatz.	68 297
	Antibiotikaeinsatz in der Tiermedizin	15 774
Themenwoche «Gemüseproduktion»	Hors Sol – so funktioniert	52 750
	Essbare Pflanzenteile	41 888
	Bio vs. Konventionell	172 742
Themenwoche «Heimische Nahrungsmittel»	Nahrungsmittelanbau früher und heute.	71 986
	Selbstversorgung kühner Plan oder Utopie?	22 096
	Pro Heimische Nahrungsmittel	161 361
	Importproblematik	55 955
	Einstellung vs. Einkaufsverhaltung	93 937
Themenwoche «Pflanzenschutzmittel»	Ein schlechter Frühling für die Zuckerrüben	111 428
	Hilfsmittel, Pflanzenschutzmittel oder Pestizid?	182 788
	So viel wie nötig, so wenig wie möglich	61 705
	Der lange Weg vom Wirkstoff bis zum Einsatz	88 551
	Importierte Schädlinge	62 238
	Pflanzenschutz in der Praxis: Wissen, wie!	44 341
	Gebeiztes Saatgut: weniger wäre mehr.	123 927
	Pflanzenschutz 2.0 der nächsten Revolution.	50 612
	Sprizentest	4 785
Themenwoche «Vision Bioland Schweiz»	Hand in Hand in die Zukunft	13 024
	Vision Bioland Schweiz: wie nahe dran sind wir?	11 959
	Biomark Schweiz: der Reality-Check	11 348

Die zahlreichen Filmbeiträge der Themenwoche haben beachtliche Reichweiten erreicht. Tabelle: ZBV

wir uns bewusst, dass es auch kritische, tw. auch bössartige Reaktionen auslöst, die wiederum mit guten Argumenten kommentiert werden konnten.

Arbeit wird weitergeführt und mit überschaubarem Mitteleinsatz verstärkt

Auch inskünftig wird «Naturtalent» interessante und informative Beiträge zu den gegebenen Themen aufarbeiten und umsetzen. Schon jetzt ist klar und dies unabhängig vom Abstimmungsergebnis vom kommenden Sonntag, dass grosse Teile der nichtbäuerlichen Bevölkerung noch vermehrt über die Herausforderungen der Schweizer Landwirtschaft aufgeklärt werden müssen. Dies werden wir -auch durch das bisher erreichte- motiviert angehen.

Zusammenstellung von Testimonial-Beiträgen auch am Abstimmungs-Schlussevent

Eine Zusammenstellung der durch uns intern erstellten Video-Testimonials, die auch ein Bestandteil der Abstimmungskampagne waren, werden wir auch am Sonntag, 13. Juni an unserem Abschluss-event zu den Abstimmungen präsentieren. Kommen Sie – auch spontan – vorbei und verfolgen Sie zusammen mit

zahlreichen Bauernfamilien die Abstimmungsergebnisse. ■ MCA



Falls Sie die Filme noch nicht gesehen haben, scannen Sie den QR-Code und schauen Sie die Filme noch an.



Kommentar der Woche

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

Die Arbeit liegt vor uns

Nach der beispiellosen Abstimmungsschlacht gegen die Agrarinitiativen während der letzten Zeit, die einen Grossteil unserer personellen und finanziellen Verbandsmittel auf sich gezogen hat, sollten wir uns wieder vermehrt darauf konzentrieren, unsere Zukunft selber zu gestalten und nicht bloss zu verteidigen. Das Kernthema der Trinkwasserinitiative, der Pestizideinsatz, wird offensichtlich von fast 50 Prozent unserer Bevölkerung – auch aus Unwissen – als problematisch erachtet, nicht zuletzt weil die Medien oft einseitig informieren. Ich wünsche mir, dass sich unsere Branche vermehrt dazu durchringt, genau die Themen der Initiativen selber zu bearbeiten! Überlassen wir die folgenden nicht abschliessenden Fragestellungen nicht nur den Naturschutz- und Ökokreisen!

Sind die Zulassungskriterien und Risikoabschätzungen für Pflanzenschutz-

«Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen.»
(chinesisches Sprichwort)

mittel noch zeitgemäss und wirklich objektiv? Sind die heutigen Düngungsempfehlungen mit Kunstdüngern, unter Berücksichtigung des enormen Energieverbrauches bei dessen Herstellung, noch zeitgemäss? Darf es sein, dass uns primär die Hersteller von Pflanzenschutzmitteln im Pflanzenbau und die Futtermühlen bei der Fütterung beraten? Werden in der Forschung genügend Mittel für z. B. resistente Sorten oder alternative Anbaumethoden eingesetzt? Mit welchen produktionsverträglichen Massnahmen

können wir den Rückgang der Biodiversität stoppen? Wir Landwirte sind darauf angewiesen, dass unsere Produktionsform breit akzeptiert wird und unsere eingesetzten Produktionsmittel sicher sind, ansonsten bieten wir den gut informierten Konsumenten immer wieder aufs Neue Angriffsfläche.

Was wir alle wollen, ob Bio oder konventioneller Bauer, ist eine hohe Akzeptanz und Wertschätzung unserer Produkte, denn nur so lassen sie sich auch zu einem guten Preis verkaufen! ■

Herzlichen Dank, Roman Meister

Nach etwas mehr als zwei Jahren wird Roman Meister die Zusammenarbeit mit dem ZBV im Bereich von Social Media/Filmprojekten beenden und sich einer neuen Herausforderung zuwenden.

Für deine tolle Art und die sehr angenehme Zusammenarbeit möchten wir uns an

dieser Stelle herzlich bei dir bedanken. Wir wünschen dir einen erfolgreichen Start an deiner neuen Arbeitsstelle.

Gerne stellen wir den Zürcher Bauernfamilien in einer der nächsten Ausgaben den Nachfolger von Roman Meister vor.

■ ZBV

Interview zum Fachteil

Roman Meister

Verantwortlicher für ZBV- und Naturtalent-Filmaufnahmen 2019–2021



«Die Gummistiefel haben nun einen fixen Platz im Kofferraum.»

Im Rahmen der Vorkampagne zur Abstimmung waren Sie verantwortlich für die Filme der jeweiligen Themenwochen. Was waren Ihre Aufgaben?

Die Aufgabenstellung war einfach und zugleich komplex: eine Informationsoffensive, um unseren Social-Media-Fans das nötige Wissen zu vermitteln, damit sie am 13. Juni eine faktenbasierte Entscheidung treffen können. Selber ein Laie, musste ich mich tief in die Thematik einlesen und schliesslich die Themenfelder definieren. Aus diesem Konzept wurden dann 29 Drehbücher, über 40 Drehs an verschiedenen Orten und nach unzähligen Stunden am Schnittplatz 28 fertige Filme, die hochgeladen und beworben werden mussten.

Nebenstehend im Artikel sind die erreichten Resultate zusammengefasst. Ihre Einschätzung zu den Ergebnissen?

Mit den verschiedenen Themenwochen wurden rund 2 Mio. Kontakte erzielt. Die fortlaufende Analyse -bereits nach den ersten Themenwochen- hat bestätigt, dass wir unser Zielpublikum im Alter von 25 - 45 mit den sozialen Kanälen erreichen. Bereits in den ersten Umfrageanalysen zur Abstimmung vom kommenden Sonntag wurde klar bestätigt, dass die jüngeren Wählerinnen und Wähler den Anliegen der Schweizer Landwirtschaft deutlich positiver gegenüberstehen als die Älteren. Daraus schliesse ich, dass wir mit dieser Informationskampagne einen wichtigen Beitrag zur Meinungsbildung der jüngeren Generation im Kanton Zürich leisten konnten.

Die vielen herzlichen Begegnungen draussen auf dem Feld und auf den Bauernhöfen und das Bild, das ich mir von der Schweizer Landwirtschaft machen durfte. Da wird gewisshaft und mit sehr viel Herzblut sprichwörtlich geackert. An diese Stelle gehört auch mal ein grosses Dankeschön dafür, dass wir jeden Tag genug zu essen auf dem Tisch haben! Aber auch die immer freundschaftliche Zusammenarbeit mit dem ZBV, die kritischen Fragen, die mich immer wieder zu Höchstleistungen anspornten, und nicht zuletzt die Gummistiefel, die jetzt ihren fixen Platz in meinem Kofferraum haben. ■

Nach rd. 2 Jahren werden Sie eine neue Herausforderung annehmen und die Zusammenarbeit mit dem ZBV per Ende Juli beenden. Was behalten Sie von der Zusammenarbeit in Erinnerung?

Die vielen herzlichen Begegnungen draussen auf dem Feld und auf den Bauernhöfen und das Bild, das ich mir von der Schweizer Landwirtschaft machen durfte. Da wird gewisshaft und mit sehr viel Herzblut sprichwörtlich geackert. An diese Stelle gehört auch mal ein grosses Dankeschön dafür, dass wir jeden Tag genug zu essen auf dem Tisch haben! Aber auch die immer freundschaftliche Zusammenarbeit mit dem ZBV, die kritischen Fragen, die mich immer wieder zu Höchstleistungen anspornten, und nicht zuletzt die Gummistiefel, die jetzt ihren fixen Platz in meinem Kofferraum haben. ■

Christian Baer Rifferswil

