

„schauFELDER“ 2017

Fragen & Antworten zur Aktion und zur Einrichtung der schauFELDER

Bei der Aktion „schauFELDER“ handelt es sich um eine Aktion der IndustrieGruppe Pflanzenschutz, um den Nutzen von Pflanzenschutzmitteln zu veranschaulichen und Konsumenten zu sensibilisieren. Denn Pflanzenschutzmittel sind ein wichtiger Beitrag für den Ertrag und die Qualität der Lebensmittel, zur Gesundheit der Ernte (beugen z.B. Mykotoxinen im Getreide vor), für die Wirtschaftlichkeit der Landwirtschaft und zum Erhalt der regionalen Landwirtschaft.

Warum sollte ich teilnehmen?

Die „schauFELDER“ sollen verdeutlichen, dass der Verzicht auf modernen Pflanzenschutz zu Lasten der Erntemenge und -qualität gehen würde. Eine ausreichende Versorgung mit sicheren und gesunden Lebensmitteln wäre damit nicht mehr zu gewährleisten.

Wer kann teilnehmen?

Teilnehmen kann jeder Landwirt, der chemischen Pflanzenschutz einsetzt. Dazu kann man sich unter <http://u.d-mail.at/pf/241/BLrRq> für die Teilnahme anmelden.

Ist die Teilnahme kostenlos?

Ja.

Wie lange läuft die Aktion?

Die Aktion startet im Idealfall vor der ersten Pflanzenschutzanwendung im Frühjahr und erstreckt sich dann bis zur Ernte.

Welche Kulturen eignen sich?

Grundsätzlich eignen sich alle Kulturen. Näheres können Sie den Teilnehmer-Tipps unten entnehmen.

Was muss ich als Teilnehmer tun?

- Sie erhalten (eine) wetterfeste, großformatige Schautafel(n), mit der Sie Ihr/e „schauFELD/ER“ kennzeichnen können.
- Für die effiziente und aufmerksamkeitsstarke Einrichtung Ihres „schauFELDES“ finden Sie weiter unten Tipps der Aktionsteilnehmer aus vorangegangenen Aktionen.

Auf welche Pflanzenschutzmaßnahmen sollte ich im Vergleichsfeld verzichten?

Sie sollten in der unbehandelten Parzelle auf alle Pflanzenschutzmaßnahmen verzichten, also auch auf mechanischen und biologischen Pflanzenschutz.

Wie groß muss mein „schauFELD“ sein?

Das entscheiden Sie selbst. Grundsätzlich gilt: Je größer die unbehandelte Fläche, desto größer der optische Effekt, der – zusammen mit der auffällig aufgestellten Schautafel – Spaziergänger und Radfahrer motiviert, stehen zu bleiben und sich zu informieren. Ein empfehlenswerter Richtwert ist: mindestens eine Spritzenteilbreite auf mindestens zehn Metern.

Was kann ich rund um mein angelegtes SchauFELD noch tun, um die Öffentlichkeit aufmerksam zu machen?

Einige Anregungen von unseren Vorjahresteilnehmern für eigene Aktivitäten rund um die Aktion „schauFELDER“ finden Sie in den Praxistipps unten.

Was geschieht, wenn es zu Vandalismus kommt?

Bei vorangegangenen Aktionen wurden einzelne Schautafeln beschriftet, beschmiert, beschädigt oder gar zerstört. Sollte Ihnen ähnliches passieren, machen Sie bitte ein Foto und senden es an office@igpflanzenschutz.at und/oder an jungbauern@bauernbund.at. Die Öffentlichkeit sollte durchaus erfahren, wenn Kritikern moderner Landwirtschaft die Argumente ausgehen. Wir sorgen selbstverständlich für den Ersatz der Tafel.

Warum ist 2017 ein wichtiges Jahr, um sich selbst zu engagieren?

2015 und 2016 hat sich die öffentliche Debatte rund um moderne konventionelle Landwirtschaft weiter verschärft – auch im Bereich Ackerbau/Pflanzenschutz. Vor allem Glyphosat und neonicotinoide Wirkstoffe standen im Fokus der NGO-Kampagnen. Der Hintergrund war durchschaubar: Aktuell entscheidet die Europäische Kommission über die Verlängerung der Wirkstoffgenehmigung von Glyphosat. Dabei haben Gegner das Herbizid zu einem Synonym für den gesamten Pflanzenschutz stilisiert. Von der Glyphosat-Entscheidung wird also eine Signalwirkung ausgehen.

Auch wird die Kommission bei Pflanzenschutzmitteln künftig einen gefahrenbasierten Ansatz bei der Zulassung verfolgen, womit 75 Wirkstoffe verloren gehen werden. Die Landwirte können dann viele ihrer Kulturen nicht mehr vor Krankheiten, Pilzen, Schädlingen und Unkraut schützen.

Im Zuge der Debatte um Pflanzenschutzmittel haben sich NGOs und Grüne die Unkenntnis und die Sorgen der Menschen konsequent zunutze gemacht, um sie zu verunsichern. Auch wiederholte Kampagnen, die suggerieren sollen, dass Landwirte unsere Nahrungsmittel vergiften, haben den Pflanzenschutz in ein schiefes Licht gerückt. Dabei sind es aber gerade Pflanzenschutzmittel, die für sichere und gesunde Ernährung sorgen, in dem sie z.B. Mykotoxine bekämpfen, die beim Menschen schwere gesundheitliche Schäden verursachen können.

„SchauFELDER“ 2017 – TEILNEHMER-TIPPS

Schautafel

- Abschnitt an viel genutzten Nebenstraßen, Feld- und Spazierwegen wählen.
- Nach Möglichkeit nicht an vielbefahrenen größeren Straßen, so dass interessierte Fußgänger/Radfahrer gefahrlos anhalten können.
- Die Schautafel möglichst nah am Feldrand/Weg aufstellen, damit sie gut zu lesen ist.
- Wer mag, kann an der Tafel eigene Adresse und Telefonnummer anbringen.

Geeignete Kulturen

- Stark zur Verunkrautung neigende Kulturen (z. B. Mais, Soja, Rübe, Kartoffel)
- Sehr wirkungsvoll: Hackfrüchte
- Bedingt geeignet: Dauerkulturen

Umsetzung

- Das Anlegen des schauFELDES funktioniert am Feldrand am besten.
- Fenster lieber etwas größer als zu klein, damit der Unterschied deutlicher wird.
- Vor der Bestellung verringerte Bodenbearbeitung
- Während der Pflanzenschutzmittel-Ausbringung über der entsprechenden Fläche die Spritze ausschalten.
- Das Fenster kann durch Absperrband noch kenntlicher gemacht werden.

Medienarbeit

- Sie können gerne Medien vor Ort oder im Bezirk auf die Aktion ansprechen. Es gibt dazu eine vorbereitete Presseausendung, in die nur noch die Daten zum Betrieb eingefügt werden müssen. Diese können Sie der Redaktion Ihrer Regional-/Lokalzeitung zukommen lassen. Mail- und Postadressen finden Sie entweder in jeder Ausgabe der Zeitung im Impressum oder im Internet.

Tipps für Ihre Medienarbeit

Sollten Sie ein Interview mit einem Medium machen wollen, so versorgen wir Sie gerne mit entsprechenden Informationen zur Aktion und zu den Ergebnissen der Vorjahre. Hier geben wir Ihnen ein paar hilfreiche Tipps zum Ansprechen von und im Umgang mit Journalisten:

- **Vorbereitung:** Sie wissen sehr gut, welche Aspekte rund um moderne Landwirtschaft in der Diskussion in Ihrer Region die wichtigsten sind und wie die öffentliche Stimmung aussieht. Entwickeln Sie daraus möglichst interessante und aufmerksamkeitsstarke Argumente. Für Medien wichtige Kriterien sind Aktualität (z.B. anstehende politische Entscheidungen), Betroffenheit der Leser von einem Thema, Brisanz und Nähe. Überlegen Sie sich dazu schon vorab wichtige Botschaften. Als Orientierung könnte Ihnen hier folgende Frage weiterhelfen: Welche Schlagzeile würden Sie am liebsten sehen? Stellen Sie zudem Materialien zusammen, die Sie verwenden oder auch zur Verfügung stellen möchten.
 Tipp: Wenn Sie von Kollegen in Ihrer Region wissen, die auch an der Aktion "schauFELDER" teilnehmen, sprechen Sie sich ab, ob eine gemeinsame Kontaktaufnahme möglich ist.
 Tipp: Sofern Sie planen, einen Termin anzubieten, berücksichtigen Sie den Tagesablauf eines Redakteurs: Am besten sind Vormittagstermine. Für Regionalzeitungen Mittwoch bis Freitag, bei Tageszeitungen Dienstag bis Donnerstag.
- **Kontaktaufnahme:** Machen Sie sich ein Bild, welche lokalen Medien für Sie interessant sein könnten: Neben Tageszeitungen und Anzeigen-/Wochenblättern können dies durchaus auch die Lokalredaktionen von regionalen Hörfunksendern sein. Am einfachsten ist es, bei der Assistenz anzurufen und sich zur für Landwirtschaft zuständigen Person verbinden zu lassen oder sich die Email-Adresse geben zu lassen. Die Erfolgchancen steigen jedoch mit einem vorausgehenden Telefonat.
 Tipp: Journalisten stehen meist unter Zeitdruck, verzichten Sie deshalb auf Smalltalk oder lange Emails. Kommen Sie schnell und direkt zum Punkt (beim Email bereits in der Betreffzeile).
- **Nachversorgung und Kontaktpflege:** Einige Tage, nachdem Sie Ihre Einladung ausgesprochen oder Ihre Pressemitteilung versendet haben, sollten Sie den zuständigen Redakteur erneut kontaktieren, um zu erfahren, ob er Interesse an einem Termin/einer Berichterstattung hat und ob von seiner Seite aus Rückfragen bestehen oder weitere Informationen benötigt werden. Bieten Sie dem Redakteur an, dass Sie als Ansprechpartner zur Verfügung stehen. Im Bedarfsfall können Sie die Informationen gerne bei uns einholen und diese anschließend an den Journalisten weitergeben. Sollte Ihr Ansprechpartner grundsätzlich interessiert sein, aktuell zu einem Termin aber nicht erscheinen oder aktuell keinen Beitrag schreiben können, bieten Sie an, ihn über weitere Entwicklungen auf dem Laufenden zu halten.
 Tipp: Seien Sie im gesamten Umgang mit Ihrem Ansprechpartner offen und ehrlich. So können Sie eine Beziehung aufbauen, an die sich im Zweifelsfall später anknüpfen lässt.

Bedenken Sie, dass der Journalist die Entscheidung trifft, ob ein Thema berichtenswert ist. Seien Sie daher nicht enttäuscht oder gar aufdringlich, wenn Ihr Anliegen (zunächst) nicht zum Zuge kommt.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei Ihrer eigenen Medienarbeit vor Ort und würden uns natürlich sehr freuen, wenn Sie uns Ihre Erfahrungen mitteilen!

Sie wollen an der Aktion teilnehmen?

Unter <http://u.d-mail.at/pf/241/BLRq> können Sie sich für die Teilnahme anmelden.

Haben Sie weitere Fragen?

IndustrieGruppe Pflanzenschutz

www.igpflanzenschutz.at

office@igpflanzenschutz.at