

«MIINI MEINIG»

Innere Artenvielfalt

VON VIRGINIA STOLL



Vor wenigen Jahren hat Gloria Dominguez-Bello eine Reise ins Amazonasgebiet unternommen. Dort hat sie die Yanomami, das grösste, relativ isoliert lebende indigene Volk Südamerikas, besucht. Die Yanomami versorgen sich selbst mit Jagen, Sammeln, Fischen und dem Anbau verschiedener Feldfrüchte. Sie haben ein enormes Wissen über die lokale Botanik und verwenden ungefähr 500 Pflanzen für Essen, Medizin, Hausbau und Gebrauchsgegenstände. Man stelle sich das einmal vor, ein Volk überlebt und vermehrt sich im Jahre 2022 ohne Pfizer, Novartis, Bayer und wie die Chemischen alle heissen.

Einzig die immer tiefer in ihr Gebiet eindringenden Goldsucher, die das Wasser mit Quecksilber vergiften und Krankheiten einschleppen, stellen eine echte Bedrohung für sie dar.

Aber zurück zu Gloria, die sich der Mikrobiologie verschrieben hat und deren Besuch keinen sensationslüsternen Hintergrund hatte, nein, sie wollte lediglich ein paar Stuhlproben von den Ureinwohnern.

Im Labor verglich sie dann die Exkremente des indigenen Volkes, das weitestgehend unberührt von moderner Medizin, industrialisierter Nahrung und westlichen Hygiene-Standards lebt, mit den Hinterlassenschaften der Menschen von westlichen Industrieländern.

Und siehe da, in den «Hüfeli» der Indigenen fand Gloria rund doppelt so viele Arten an Mikroben als bei uns.

Mikroben sind enorm wichtig, denn sie steuern und verbinden (einfach erklärt) eigentlich alles in unserem Körper. Bildlich stelle man sich eine Tinguely-Installation vor. Fehlen eines oder mehrere Rädli oder eben die Mikroben, funktioniert nur noch halbbratig.

Mikroben im Menschen helfen nicht nur bei der Verdauung oder bei der Immunabwehr, sie kommunizieren über ihre Stoffwechselprodukte auch mit dem Nervensystem.

Fazit: Die innere Artenvielfalt schwindet bei uns massiv, und das ist tragisch.

Man merke sich: «Man ist, was man isst» und mit poetischem Abschluss: «Chrut und Rüebli, das isch gsund – macht schlank und nid chugelrund, äs bitz Fleisch, Milchprodukt und Fisch – macht Geischt und s'Usgseh frisch.»

Witziger Wutbauer macht Mut

Letzten Freitag trafen sich rund 120 Landwirte sowie Gäste zur ordentlichen Delegiertenversammlung des Schaffhauser Bauernverbandes in der GVS-Maschinenhalle in Schaffhausen. Mit Spannung erwarteter Gastredner war Blogger «Bauer Willi».

VON SANNA BÜHRER WINIGER

Landwirte haben schon seit Längerem oft nichts zu lachen. Der politische Druck ist gross, der gesellschaftliche auch, doch klein ist das Verständnis für bäuerliche Belangen. Nicht nur Landwirte in der Schweiz ärgern sich über plakativ vertretene Meinungen, die an Fachwissen entbehren. Dem deutschen Agrarblogger «Bauer Willi» ging und geht es genauso. Willi Kremer-Schillings ist Landwirt, promovierter Agrarwissenschaftler und «Wutbauer aus Vernunft». Als solcher macht er aber nicht die Faust im Sack. Er schrieb erst Briefe, fing dann mit Bloggen an. Ein Buch kam dazu: «Sauerei! – Bauer Willi über billiges Essen und unsere Macht als Verbraucher».

Es werde Licht!

In seinem Referat an der Delegiertenversammlung des Schaffhauser Bauernverbandes (SHBV) sprach er jedoch über die Macht von Meinungsmachern – und wie die Landwirte dazu werden können. Das ist bitter nötig, denn die Kenntnisse um die Hintergründe der Lebensmittel und ihrer Produktion sind in der nicht-bäuerlichen Bevölkerung oft schlicht nicht mehr vorhanden – was diese aber nicht davon abhält, Bescheid zu wissen. Bauer Willi ist pointiert. Bauer Willi ist

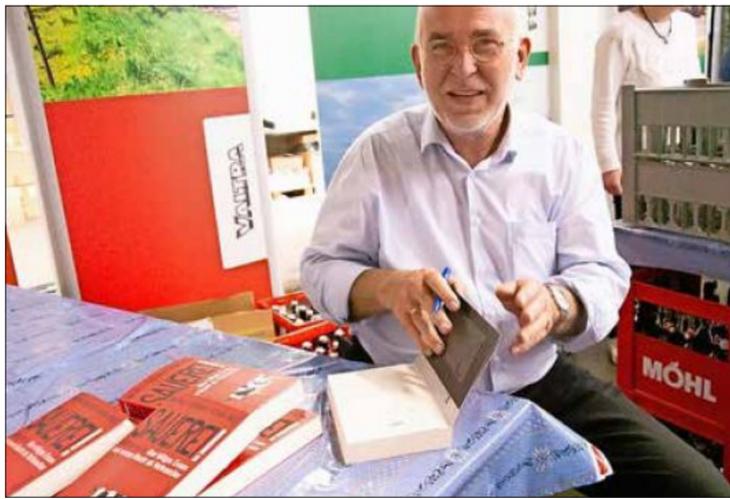


BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Bauer Willis letzte Printexemplare von «Sauerei!» gingen weg wie frische Semmeln. Das Buch ist weiterhin als E-Book erhältlich, ein neues ist in Planung.

witzig. Und sein Witz hat durchaus Biss. «Doch er bleibt nicht bei der Erkenntnis, dass die Bevölkerung nicht weiss, dass sie nichts weiss. «Als Kind hatten wir Angst, in den Keller zu gehen», sagte er im Referat. «Was hilft? Licht anmachen! Genau das müssen wir auch.» Und er konstatiert: «Einfache Lügen haben es leichter als komplizierte Wahrheiten. Und wir haben komplizierte Wahrheiten zu erzählen.»

Kreativ-Kontakte mit den Nachbarn

Bauer Willi plädierte darum für den direkten Diskurs, insbesondere in der Nachbarschaft, Leute aus dem Quartier mit Flyern einzuladen, eine Whatsapp-Gruppe zu gründen, um übers bevorstehende Güllen zu infor-

mieren. «In dem Moment, in dem Sie vom Hof fahren, beginnt Öffentlichkeitsarbeit», erklärte er. Einer zeigt einem den Vogel – man kann anhalten, absteigen, ruhig fragen, warum und sachlich argumentieren, ohne sich zu verteidigen – und auch mal zurückfragen: «Was meinen Sie damit...?»

Das nimmt Druck aus der Situation, genauso wie das Wissen, dass ein solcher Dialog nicht gewonnen werden muss. «Es reicht vollkommen aus, wenn man beim anderen das Denken in Gang gebracht hat», so der Referent. Er schilderte harte Tatsachen, welche die Bauern kennen und die sie schmerzen. Doch sein Humor war Balsam auf die Wunden und zugleich das, was eine erfolgreiche Kommunikation auch aus-

macht. Humorvoll und ehrlich zu sein, legte Bauer Willi den Anwesenden ans Herz, und etwas fantasievoller in der der Vermarktung. «Diese Milch ist zu 96,2 Prozent frei von Fett» klinge doch schon viel besser als 3,8 Prozent Fettgehalt. Selbst ein Redner voll Esprit, ging Bauer Willi aber nicht davon aus, dass dies jedem gegeben sei. Entsprechend riet er, Schulungskurs für Kommunikation zu besuchen. Auch dass Diskutieren Mut braucht, ist dem geübten Kommunikator bewusst, und er motivierte darum: «Wer neue Ufer erreichen will, muss den Hafen verlassen!»

Hendrik Güntert neu im Vorstand

An der ordentlichen Delegiertenversammlung vorgängig zum Referat wurde zunächst ein Blick zurück geworfen aufs vergangene Jahr. Die Verbandsgeschäfte wurden grossmehrheitlich ohne Gegenstimmen angenommen. Ebenso wurde Hendrik Güntert als Nachfolger von Hansueli Scheck mit Bravour in den Vorstand gewählt (s. Kästchen).

Klar in den Raum gestellt wurde zudem eine grosse Besorgnis seitens der Landwirte: dass der Regierungsrat ins Auge fassen könnte, aufgrund von personellen Fluktuationen im Schaffhauser Landwirtschaftsamt verschiedene Bereiche ausserkantonale zu vergeben. Verbandspräsident Christoph Graf stellte klar, dass der SHBV alles daran setzt, dass es nicht so weit kommen wird.

Regierungsrätin Cornelia Stamm Hurter hatte im Grusswort ein offenes Ohr für die Anliegen der Landwirte und Landwirtinnen: «Es hat mich sehr gefreut, dass ich gehört habe, wo der Schuh drückt und was Ihnen auf dem Herzen liegt», sagte sie. «So kann man das auch in den Regierungsrat tragen und die eine oder andere Überlegung, die man noch nicht einbezogen hat, auch miteinbeziehen.»

Nicht weniger, sondern mehr

Ein Anliegen, bei denen sich nicht nur die Imker, sondern auch die Bauern ebenfalls Gehör wünschen sollten, erläuterte Hans-Ruedi Weber, Präsident des Kantonalen Bienenzüchtervereins, nämlich die Zahl der Bienenvölker im Kanton. «Bauern und Imker sind eine Schicksalsgemeinschaft», betonte der Imker. Ohne Bauern gäbe es keine Standorte und kein Futter für die Bienen, ohne Bienen keine ausreichende Bestäubung der Kulturen.

Sorgen bereiten Hans-Ruedi Weber Bestrebungen des Kantons, die Zahl der Honigbienenvölker zwecks Förderung der Wildbienen zu limitieren. Die dem Ansinnen zugrundeliegende Forschung behauptet, dass sich die Zahl der Honigbienenvölker verdreifacht habe.

Doch im Kanton Schaffhausen sei die Zahl der Bienenvölker seit 1945 um zwei Drittel zurückgegangen, so der Imker. «Wir sind froh um jedes Volk», hielt er fest und ergänzte: «Wir sind froh, wenn es den Wildbienen gut geht, dann geht es unseren Bienen auch gut.»

Rekord, Rekord!

Zu Sinn und Unsinn politischer Vorgaben auf nationaler Ebene bezog Urs Schneider vom Schweizer Bauernverband (SBV) Stellung, etwa zum Entscheid des Bundesrats, 3,5 Prozent der offenen Ackerflächen als Biodiversitätsförderflächen auszuscheiden. Schneider informierte zudem zur unnötigen Massentierhaltungsinitiative, über die im Herbst abgestimmt wird. Erfreulich hingegen sind die Festivitäten zum 125-Jahr-Jubiläum des SBV, deren Höhepunkt eine Weltrekord-Rösti in Bern sein wird.

EHRUNGEN

Abschiede aus dem Vorstand

Auf die Delegiertenversammlung 2022 zurückgetreten ist Hansueli Scheck, dies nach zehn Jahren Vorstandstätigkeit für den Schaffhauser Bauernverband. Christoph Graf würdigte seinen engagierten Einsatz für den Verband und die Landwirtschaft und dankte auch Hansueli Schecks Ehefrau Esther, dass sie ihrem Mann den Rücken für die Vorstandstätigkeit freigehalten hatte.

«Ich habe zehn sehr schöne Jahre mit euch verbracht, in denen wir einiges erlebt haben», verabschiedete sich Hansueli Scheck. «Doch ich habe vor drei Jahren meinen Betrieb übergeben und fand, es sei an der Zeit, das Amt weiterzugeben. Ich bin

sehr glücklich, dass ein junger, innovativer Bauer dieses weiterführt. Es freut mich, dass es so viele junge Bauern gibt, die sich engagieren.»

Ebenfalls noch offiziell an einer DV aus dem Vorstand verabschiedet wurden Christian Roth und Rainer Stamm.

Beide waren nach 20 Jahren Verbandstätigkeit auf die letztjährige Delegiertenversammlung zurückgetreten, die jedoch coronabedingt schriftlich abgehalten wurde.

Rainer Stamm und Christian Roth haben beide Massgebliches für den Verband geleistet, und ihr Engagement wurde entsprechend verdankt. sbw



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Bei der Ehrung an der DV: Esther und Hansueli Scheck.

GEWÄHLT

Neu mit dabei



Als Nachfolger von Hansueli Scheck wurde der Büssinger Landwirt **Hendrik Güntert** gewählt, ohne Gegenstimmen und damit mit einem bravourösen Resultat.

«Ich bewirtschafte einen Obst- und Ackerbaubetrieb mit Direktvermarktung», stellte sich Hendrik Güntert den Verbandsmitgliedern vor der Wahl schriftlich vor. «Der Hauptbetriebszweig ist die Kernobstproduktion für die eigene Direktvermarktung und den Grosshandel. Auf einer kleineren Fläche baue ich Steinobst für die Direktvermarktung und Verarbeitung an.

Als zweiter Betriebszweig bewirtschaften wir unsere Ackerflächen mit einer ausgewogenen Fruchtfolge aus Weizen, Gerste, Raps, Körnermais, Sonnenblumen und Ölkürbis. Im Hintergrund und bei der Direktvermarktung werde ich von meinen Eltern unterstützt. An meinem Betrieb gefällt mir besonders die Produktion von regionalem Obst und der Kontakt mit den Kunden und Endverbrauchern.»

Bereits in der Vergangenheit hat sich Hendrik Güntert aktiv für die Aufklärung der Bevölkerung eingesetzt, um das Vertrauen der Konsumenten in die Landwirte auszubauen. Das will er auch als Vorstandsmitglied des Schaffhauser Bauernverbandes engagiert tun.

Herzliche Gratulation! sbw

Impressum «Schaffhauser Bauer»

Offizielles Organ des Schaffhauser Bauernverbandes (SHBV) und seiner Fachsektionen.

Der «Schaffhauser Bauer» erscheint jeden Donnerstag.

Redaktion:
Sanna Bühler Winiger (sbw)
Schaffhauser Bauer
Buchenstrasse 43
8212 Neuhausen
Tel.: 052 670 09 31
Mail: redaktion@schaffhauserbauer.ch
redaktion@schaffhauserbauer.ch
www.schaffhauserbauer.ch

Anzeigen:
Verlag «Schaffhauser Nachrichten»
Tel.: 052 633 31 11
Mail: anzeigen@shn.ch
Annahmeschluss: jeweils Dienstag, 9.00 Uhr

LANDFRAUEN TRADITION

Vom Mäuschen zum Chilbibatzen

Früher war es ein Hobby vieler: Im Frühling geht man mausen. Heute werden die Mäusejäger händeringend gesucht. Aber was ist den gemeint mit Mäusen?



Auf dem Land verdienen sich die Kinder ihren Chilbibatzen mit dem Fangen von Mäusen. Nein, hier handelt es sich nicht um die kleinen, herzigen Spitzmäuschen. Gefangen wurden die grossen Schermäuse (Wühlmäuse), welche viele unterirdische Gänge in die Wiesen der Bauern gruben, die Wurzeln der Gräser fressen und sich innert Kürze stark vermehren.

Heute wieder aktuell

In «Schlaate» erlebt diese Tradition wieder etwas Aufwind, dies ganz zum Gefallen der Landwirte.

Mit einem Kessel, einer Schaufel, markierten Stöcken und Fallen macht man sich auf den Weg zur Mäusejagd. Zuvor wird mit den Bauern abgesprochen, welche Wiese man als Jagdgebiet nutzen darf. Zum Wohl aller sollte auf dieser Wiese während der Jagdzeit keine Gülle ausgeführt werden.

Die Mausfangzeit in Schlaate startet Mitte März und endet kurz vor der Chilbi, Anfang Mai.

Ist das Equipment zusammengestellt, kann die Jagd beginnen. Zuerst wird auf der vorgesehenen Wiese nach Maushügeln Ausschau gehalten. Diese sollten frisch sein. Ein geübter Jäger sieht den Unterschied von neuen Haufen und älteren.

Gewusst, wie

Die Hügel werden aufgegraben, um zu kontrollieren, ob diese aus mehreren unterirdischen Gängen bestehen. Bei nur einem Durchgang lohnt sich das Fallenstellen nicht, da die Maus diesen Gang sicher nur einmalig genutzt hat. Die Mausefallen (ja, für die Jagd genügt eine einzelne nicht) werden in einem Gang eingegraben, mit dem abgehobenen Wie-

senstück bedeckt und einem Stock markiert.

Profi-Geräte verwenden

In Gartenbaugeschäften kann man die Profi-Mausefallen kaufen. Die versierten Jäger schwören hierbei auf Fallen, welche die Mäuse sofort töten. Dies sind sogenannte Schlagfallen, welche wie Rohre aussehen.

Täglich müssen diese Fallen kontrolliert, geleert und an einen neuen Standort versetzt werden. Wenn dies nicht geschieht, ist die Gefahr gross, dass die Mäusekadaver von Tieren geholt werden wie Mäusebussard, Fuchs oder Katze. Die Ausbeute wird in der Gefriertruhe gelagert oder in einem Fass mit Asche. Während der Jagdzeit können die Kadaver mehrmals an ausgewählten Terminen an die Kontrollstelle abgegeben werden.

Wettbewerb für die gute Sache

Der Erfolg lässt sich sehen. Letztes Jahr haben die Mäusejäger in Schleithelm 450 Mäuse gefangen. Pro Maus erhalten die Fänger Fr. 1.50. Fünf Teams waren es insgesamt, welche sich an der Jagd beteiligten. Das Siegerteam fing 135 Mäuse, wurde zum Mausekönig ernannt und erhielt einen Chilbibatzen.

Schermäuse: Vermehrung garantiert

Hübsch anzusehen ist sie, die Schermäuse. Trotzdem ist sie ein Schädling und daher kein gern gesehener Gast auf den Wiesen. Schermäuse graben viele Gänge, manchmal bis zu 40 m Länge, etwa 30 cm unter der Erde. Diese Gänge dienen auch als Bruthöhlen und Vorratskammern. Grosse Teile einer Wiese werden zerstört. Ersichtlich wird dies durch braune Erdflecken ohne Grasbewuchs. Die Schermäuse kann gut schwimmen und lebt darum auch gerne nahe an Gewässern. Sie pflanzt sich während März bis Oktober fort. Meist hat sie drei bis vier Würfe im Jahr, an je sechs Jungen. Dies ergibt viele Mäuse pro Saison, welche nicht alle von ihren natürlichen Feinden gefressen werden. Daher ist die Mäusejagd weiterhin wichtig und sollte vermehrt betrieben werden. Nicole Peter

KOMMUNIKATION

Auch Ausbildung ist gefordert

Immer weniger Menschen wissen, woher Lebensmittel stammen und wie sie hergestellt werden. Das fehlende Verständnis führt zu grossen Missverständnissen zwischen Stadt und Land. Peter Spring (HAFL/Agridea*) zeigt auf, warum Kommunikation seitens der Bauern und Bäuerinnen den Konflikt entschärfen könnte.

Renate Hodel, LID: Peter Spring, heute sind weniger als 3 Prozent der Schweizer Bevölkerung im Primärsektor der Landwirtschaft tätig. Immer weniger Menschen haben einen direkten Bezug zur Landwirtschaft. Kommunikation ist daher sehr wichtig. Es macht aber den Anschein, dass die Kommunikation zwischen landwirtschaftlicher und nicht-landwirtschaftlicher Bevölkerung nicht einwandfrei funktioniert. Täuscht dieser Anschein?



Peter Spring, stv. Direktor HAFL, Vorstandsmitglied Agridea*: Ich beobachte aktuell vor allem zwei Entwicklungen – einerseits die politische Entwicklung unter anderem mit den verschiedenen agropolitischen Initiativen und andererseits eine übermässige und zum Teil überfordernde Informations-

flut, gekoppelt mit einer kürzer werdenden Aufmerksamkeitspanne der Gesellschaft. Auf der einen Seite werden im Rahmen der Initiativen sehr stark Positionen bezogen: Ja – nein, schwarz – weiss. Ein differenziertes Erklären auch mit spezifischen Beispielen hat kaum mehr Platz. Auf der anderen Seite gibt es beispielsweise von Grossverteilern diese relativ plakativen, schnellen und einfachen Kommunikationskampagnen, bei denen durch die Vereinfachung eine idyllische Landwirtschaft gezeigt wird, welche nicht der Realität entspricht.

Um die Aufmerksamkeit der Gesellschaft, der Konsumentinnen und Konsumenten, der Verbraucherinnen und Verbraucher wird stark gebuhlt, und wenn die Botschaft nicht sofort verstanden wird, ist die Aufmerksamkeit weg. Grossverteilern haben keine Zeit, in ihren Werbekampagnen alle Tierwohlaspekte zu erklären und beschränken sich darum oft auf ganz einfache Botschaften, um gewisse Dinge zu illustrieren. Allerdings entspricht dies dann nicht der vielschichtigen Realität in der Landwirtschaft.

Darum bin ich überzeugt, dass Landwirtinnen und Landwirte die Kommunikation wieder vermehrt selbst in die Hand nehmen und am

eigenen Beispiel direkt der Konsumentin und dem Konsumenten erklären müssen, warum sie wie produzieren. Es ist absolut entscheidend, dass Landwirtinnen und Landwirte in der Kommunikation wieder mehr Selbstversorgung erlangen, um das Verständnis der nicht-landwirtschaftlichen Bevölkerung wieder besser zu kultivieren.

Wie können Landwirtinnen und Landwirte mehr Selbstversorgung in der Kommunikation erlangen?

Die Landwirtschaft ist extrem divers und vielschichtig, und darum ist es für Grosseinheiten wie Grossverteilern oder landwirtschaftliche Verbände nicht einfach, Botschaften detailliert zu platzieren. Darum glaube ich nicht, dass Landwirtinnen und Landwirte die Kommunikation an Verbände delegieren können, sondern dass sie einen wichtigen Teil davon selbst machen müssen. Authentische Kommunikation lässt sich nicht delegieren.

Die Diversifizierung und die Vielseitigkeit, welche die Landwirtschaft ausmachen, aufzuzeigen, geht nur über den einzelnen Betrieb: Ein Gemüseproduzent, ein Eierproduzent und ein Bio-Mutterkuhhalter haben ganz unterschiedliche Botschaften und platzieren diese am besten selbst.

Die Kommunikation von Verbänden und Detailhändlern, die den Markt für die Bäuerinnen und Bauern ja auch

bearbeiten, soll den Teppich legen und kann nach wie vor die Basis sein. Aber es wird in Zukunft mehr und mehr an den Landwirtinnen und Landwirten liegen, mit verständlichen und authentischen Erklärungen die klaffenden Informationslücken zu schliessen – das kann über Social-Media-Kanäle passieren, viel besser aber noch direkt auf dem Betrieb. Mit offenen Stalltüren, mit Aktivitäten und Storytelling auf den Betrieben selbst.

Echte Emotionen, authentischer Kontakt mit Tieren und mit der Natur ist meiner Meinung nach nicht durch Social Media ersetzbar, aber durchaus ergänzbar. Mit Social Media können mehr Menschen erreicht und so der Direktkontakt vorbereitet werden: Quasi mit Social Media Lust verbreiten und so den Direktkontakt fördern. Das Erlebnis direkt vor Ort ist schlussendlich aber nicht ersetzbar.

Wie kann das Bewusstsein für mehr eigene Kommunikation bei Landwirten/-innen gefördert werden? Kommunikation muss verstärkt in der Aus- und Weiterbildung vermittelt und gefördert werden. Da sehe ich bei-



BILD ARCHIV SHBV

Klaffende Informationslücken bei der Bevölkerung ...

spielsweise auch die HAFL in der Verantwortung, da viele unserer Absolventinnen und Absolventen später beispielsweise als Lehrerinnen und Lehrer an landwirtschaftlichen Schulen unterrichten und als Multiplikatoreffekt angehende Landwirtinnen und Landwirte befähigen, sich für Kommunikation zu begeistern und diese einzusetzen und zu nutzen. Daneben beobachte ich ganz viele junge und innovative Landwirtinnen und Landwirte, die verschiedene Kommunikationstools sehr effektiv nutzen – so zeigen auch Landwirte einander, wie es funktionieren kann.

Sind Landwirte/-innen in Zukunft also auch ein wenig Kommunikationsexpertinnen und -experten?

Ja, das denke ich schon. Schlussendlich muss sich die Landwirtschaft differenzieren können, um Mehrwert zu schaffen. Desto besser es gelingt, mit einer guten Positionierung auch wieder mehr Wertschätzung für die Schweizer Landwirtschaft zu generieren, desto besser wird es längerfristig gelingen, dies auch in Mehrwert am Markt umzumünzen.

Entsprechend werden alle Landwirtinnen und Landwirte, die ihre Geschichte teilen sowie authentisch und gut erzählen, einen Beitrag dazu leisten können. Ich bin überzeugt, dass die Schweizer Landwirtschaft in Zukunft so wieder mehr Wertschätzung und mehr Wertschöpfung erreicht. Mit ein paar guten Grundlagen, Authentizität und der Erkenntnis, dass authentische Kommunikation für die Schweizer Landwirtschaft wichtig ist, wird der Aufbruch gelingen. Und für den Anfang braucht es einfach etwas Überwindung und Mut.

Interview: lid

* HAFL: Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften, Zollikofen; Agridea: landwirtschaftlichen Beratungszentrale, Lindau (ZH).

RATGEBER

Keine Angst vor PR

Eigentlich haben Sie als Bauer und Bäuerin sich ja für die Produktion von Nahrungsmitteln entschieden. Doch «PR» wird in der Landwirtschaft immer zentraler. Was dazu gehören kann; wie und dass man «Werbung» in eigener Sache stemmen kann, dabei hilft ein wirklich praktischer Online-Praxisratgeber des LID. Er ist kostenlos.

Ob Sie Ihren Betrieb präsentieren wollen oder Praxistipps und Checklisten fürs nächste Hoffest suchen: Das Praxishandbuch «Kommunikation für den Hof» des LID unterstützt Sie bei Ihren ganz unterschiedlichen Kommunikationsaktivitäten. Dabei erwartet Sie kein teurer «Schmöker» in platzsparender Kleinschrift und mit komplizierten Fachbegriffen: Der LID bietet Ihnen online gut strukturierte Informationen und Tipps von PR-Grundlagen über Planungshilfen bis zum Visitenkärtchen, und dies kostenlos. Das Online-Handbuch gibt in folgende Themen Einblick:

Kommunikationsgrundlagen

- Was ist PR?
- Warum PR?
- Basiskommunikation
- Medienkontakte
- Konfliktsituationen
- Krisenkommunikation

Corporate Design

- Logo
- Visitenkarte
- Briefpapier & Couverts

- Verpackungsmaterial
- Etiketten
- Hofladenschild

Informationsmaterial

- Flyer
- Broschüren & Poster
- Tafeln & Plakate
- Lehrpfad – Themenweg – Erlebnisweg

Erlebnis Bauernhof

- Offene Stalltür
- Hofladen
- Hoffest
- Agrotourismus
- Lernort Bauernhof

Digitale Kommunikation

- Website
- Soziale Medien
- Handyvideos
- Newsletter

Planungshilfen

- Merkblatt Druckdaten
- Vorlage Briefe
- Merkblatt Präsentation von Broschüren
- Vorlage Betriebsanalyse
- Checkliste Anlässe planen
- Kurzübersicht Soziale Medien
- Fallbeispiele Konfliktsituationen

Zusätzlich verlinkt ist die Serie «Erfolg auf Social Media» der UFA-Revue. Stöbern Sie im Praxishandbuch und lassen Sie sich hilfreich inspirieren auf www.lid.ch > Bauern > Hilfsmittel für PR auf dem Hof. sbw



BILD ARCHIV SHBV

... schliessen Bauern und Bäuerinnen am besten gleich anschaulich auf den Betrieben selbst.