

«MIINI MEINIG»

Entschleunigung

VON VIRGINIA STOLL



Im Dezember auf einer Zugfahrt nach Bern habe ich wie üblich meine Sitzungsunterlagen nochmals durchgesehen. In Zürich legte ich diese bei-

vorbeiziehende Landschaft und lauschte dem Gespräch im Abteil hinter mir.

Die beiden Herren hatten so schöne kräftige Stimmen, dass man einfach mithören musste, wenn man nicht zu den «Handy-Ohrstöpsel-Menschen» gehört. Nennen wir die beiden Fritz und Franz, mit Namen lässt es sich besser erzählen. Fritz berichtete Franz von seinem «Wahnsinns-Geschäftsjahr», von der gelungenen Fusion, von den anstehenden Geschäften mit den Asiaten usw. Von Franz war anfänglich lediglich ein «Ja, was, toll» zu hören. Entweder war er nicht der Mann der vielen Worte oder einfach nur ein verständnisvoller Zuhörer. Nach seinem zehnmütigen Monolog meinte Fritz, er «plange» jetzt nur noch auf die Weihnachtsferien auf den Malediven, auf die Wärme und das Meer und zwischendurch die E-Mails «tscheggen», er laufe jetzt nämlich definitiv auf dem «Zahnfleisch».

Endlich kam Franz zu Wort und auch er freute sich auf die Weihnachtstage, die er wie immer mit seinen Lieben im Emmental verbringe, im Schnee, beim Schlitteln und ohne Internet. Sie ahnen es sicher, Franz war soeben mein Held geworden und vor meinem geistigen Auge sah ich ein prächtiges Berner Bauernhaus, Ueli den Knecht und... stopp! Fritz hinter mir hielt bereits wieder einen Monolog über einen Entschleunigungskurs, den seine Firma für die Kaderleute (Fritz gehört dazu) im neuen Jahr anbietet. Spontan dachte ich an einen TCS-Fahrkurs, aber weit gefehlt. Hier handelt es sich um einen «Stress-lass-nach-Kurs» oder «CEO-Yoga» (einfach erklärt), eine neue Nische, um geschickten Leuten viel Geld aus der Tasche zu ziehen. Beim Aussteigen in Bern haben Fritz und Franz ein Gesicht bekommen und es kam, wie es kommen musste. Der «Entschleunigungs-Fritz» war ein Typ in meinem Alter mit grauem Dreitagebart (wäpfi, das steht ultimativ nur jungen Männern), und mein Held Franz war zwar auch grau (nur auf dem Kopf), aber sauber rasiert und sehr sympathisch.

Übrigens: Wunderbar entschleunigend ist aktuell das Schneiden der Reben. Kosten: Fr. 0.– inkl. Kaffee und Kuchen.

Vieles geht, aber nicht alles

Soziale Netzwerke können nicht nur privat genutzt werden – auch für das eigene Geschäft, den Verein oder den Hofladen lassen sie sich einsetzen. Doch was bringt Erfolg und was geht gar nicht in Social Media? Experte Florian Poprat von der FairFactory erklärt es im Gespräch mit dem «Schaffhauser Bauer».

INTERVIEW: SANNA BÜHRER WINIGER

Schaffhauser Bauer: Herr Poprat, nicht alle, die gern in den sozialen Medien aktiv wären, sind Digital Natives und haben Social Media fast im Blut. Wie verschafft man sich am besten die nötigen Kenntnisse?

Florian Poprat, Digital Consultant, FairFactory GmbH, Fanas und Zürich: Die Frage ist nicht zwingend, wie man das macht – es gibt Spezialisten für die Ausführung. Die Frage stellt sich, ob man das machen möchte, welche Geschichten man erzählen will und welches Ziel man damit verfolgt. Einfach einen Social Media Account erstellen reicht nicht, um Erfolg zu haben. Ein Auftritt in den sozialen Medien lebt von einer klaren Botschaft, von der Freude und dem Engagement der Person, die den Account betreut. Das Handwerk kann man in Kursen oder online lernen. Oder man engagiert einen Spezialisten, der hilft beziehungsweise den Auftritt ganz übernimmt. Das kann sich je nach Ambitionen lohnen.

Was gilt es rechtlich bei der Einrichtung eines Profils zu beachten, was bei einer Seite?

Auf Facebook unterscheidet man zwischen dem persönlichen Profil einer Person und den Seiten, die damit verknüpft sind. Gemäss Vorgaben von Facebook muss das Profil von einer natürlichen Person betrieben werden. Seiten können

für Organisationen wie etwa Vereine oder für kommerzielle Unternehmen stehen. Dabei ist rechtlich zu beachten, dass in jedem Fall auf einer Seite die Impressumspflicht besteht, mit Adressangaben der seitenbetreibenden Institution oder Firma und einer Kontaktmöglichkeit. Die Unternehmung haftet für das, was auf der Seite passiert. Die AGBs der jeweiligen Social-Media-Anbieter sind ebenfalls zur Kenntnis zu nehmen und einzuhalten. Instagram, das zu Facebook gehört, ist ähnlich strukturiert. Auch da sind Firmenauftritte möglich.

Welche Verantwortung trägt eine Person, die ihr Profil zur Verfügung stellt, damit eine Seite zum Beispiel für einen Verein lanciert werden kann?

Facebook und Instagram bieten die Möglichkeit, über den Business Manager einen Account für ein Unternehmen oder eine Organisation einzurichten. Das private Profil lässt sich über den Business Manager vom Geschäftlichen trennen. Online findet man diesen mit dem Suchbegriff «Business Manager Facebook» bei Google. Auch beim Business Manager braucht man ein privates Profil, um einen Account einzurichten für einen Verband, den Hofladen etc. Empfehlenswert ist dies darum, weil man dadurch das Management auf mehrere Personen und auch externe Partner aufteilen kann. Diesen können je nach Funktion Zugriffe spe-



BILD ZVG

Zuhören ist die Grundlage für gute Kommunikation (im Bild: Florian Poprat).

zifisch zugewiesen werden. Bezüglich Haftung: Wie erwähnt, haftet die Organisation/Firma dafür, was auf der Seite geschieht, dies je nach Rechtsform. Bei einer Einzelirma haftet die Person, welche diese betreibt. Bei einer GmbH gilt eine beschränkte Haftung, bei einem Verein haftet der Vorstand. Unternehmensintern ist die Verantwortung delegiert an die jeweiligen Fachverantwortlichen. Es liegt in der Hand der Organisation/Firma, dass die Situation rechtlich gut abgeklärt ist.

Können Sie ein Beispiel zur Zusammenarbeit mit externen Partnern auf dem Business Manager geben?

Man könnte zum Beispiel die Facebook-Seiten aller Schaffhauser Direktvermarkter in einem Business Manager Account zusammenfassen und gesamthaft durch eine oder mehrere Personen verwalten lassen, im Sinne einer Interessengemeinschaft. Dazu müssen die jeweiligen Facebook-Seiten vom Business Manager Account eingeladen werden und diese Einladung annehmen. Auch wer verschiedene Seiten betreibt, etwa für den Hofladen, das Bed & Breakfast-Zimmer und die Bauernhof-Spielgruppe, kann diese über den Business Manager einfacher und effizienter verwalten.

Was ist beim Umgang mit Daten zum Beispiel von Kunden zu beachten? Wann immer Personaldaten verarbeitet werden, etwa E-Mail-Adressen von Vereinsmitgliedern oder Kontakt-Infos bei Veranstaltungen, bei denen sich Leute eintragen, dann gilt: Man muss aufpassen, dass man nicht den Gültigkeitsbereich der DSGVO, der Datenschutzgrundverordnung, tangiert. Die DSGVO ist EU-Recht, das Gültigkeit hat, wenn Produkte im EU-Raum vermarktet werden oder man Kunden im Bereich der EU anspricht. Auch in der Schweiz wird voraussichtlich 2021 ein revidiertes Datengesetz eingeführt werden, das sich eng an der DSGVO orientiert. Die DSGVO gibt zum Beispiel vor, dass gesammelte Daten wie E-Mail-Adressen oder Telefonnummern usw. nicht einfach für Marketingaktivitäten verwendet werden dürfen, auch nicht etwa für die Zustellung eines Newsletters, wenn die

entsprechenden Personen nicht ihre Einwilligung dazu gegeben haben. Ihre Angaben dürfen ohne ihre Einwilligung nicht einmal in einer Kartei gespeichert werden. Das betrifft auch Webseiten, die Formulare enthalten: Diese sollten klare Hinweise enthalten, wie die Daten verwendet werden.

Wie geht man vor, wenn die Person, die sich für das Profil zur Verfügung stellt, nicht mehr zum Unternehmen oder zur Organisation gehört?

Wird die Seite auf Facebook oder Instagram über den Business Manager verwaltet, kann man den Social Media Manager per Mausclick auswechseln. Für andere Kanäle wie Snapchat oder Twitter bietet sich die Möglichkeit, externe Tools zu verwenden, zum Beispiel HootSuite oder Buffer. Auch dort hat man die Möglichkeit, das Ausspielen von Inhalten an andere Leute zu delegieren.

Was darf gepostet werden? In welchen Fällen braucht es zum Beispiel bei Fotos eine Erlaubnis der Abgebildeten. Und reicht diese mündlich?

Ich bin kein Rechtsexperte, einzelne Fälle müsste man spezifisch juristisch abklären lassen. Doch grundsätzlich gilt das Persönlichkeitsrecht: Niemand darf ohne seine Einwilligung fotografiert werden.

Als Privatperson muss man zudem die unbewilligte Veröffentlichung eines Fotos von sich nicht akzeptieren. Man kann Einsprache erheben und die Löschung des Bilds verlangen. Anders

«Es empfiehlt sich auf jeden Fall, an einem Anlass zum Beispiel auf dem Hof die Einwilligung der Fotografierten einzuholen.»

Es empfiehlt sich auf jeden Fall, an einem Anlass zum Beispiel auf dem Hof die Einwilligung der Fotografierten einzuholen. Ob rechtlich gesehen eine mündliche Zusage reicht, weiss ich nicht. Eine solche ist aber sicher besser als gar keine.

Wer bestimmt bei Kindern, ob sie aufs Bild kommen oder nicht?

Auch Kinder haben Rechte. Bei Kindern unter 14 Jahren bestimmen die

Eltern. Ab 14 dürfen Kinder selber sagen, ob sie fotografiert werden dürfen oder nicht. Das müssen auch die Eltern akzeptieren.

Was ist beim Teilen von Posts zu beachten?

Nutzt man die Funktion «teilen» auf Facebook, LinkedIn oder Twitter, die standardgemäss eingebaut ist, läuft man nicht Gefahr, etwas falsch zu machen. Der Ursprung des Posts bleibt sichtbar. Dies ist urheberrechtlich relevant. Das heisst aber nicht, dass man jeden Post einfach teilen darf. Enthält dieser rechtlich nicht erlaubte Inhalte, zum Beispiel rassistische oder pornografische Beiträge, so macht man sich auch beim Teilen strafbar. Denn dieses kann als Weiterverbreitung interpretiert werden. Bietet ein Kanal keine solche «teilen»-Funktion, so muss man anpassen, dass man nicht einfach Bilder und Texte kopiert und unter eigenem Namen veröffentlicht.

Auch bei der Verwendung von Bildern aus dem Internet muss man immer sicherstellen, dass sie lizenzfrei oder Gemeingut sind. Das Urheberrecht ist bei Texten ebenfalls zu beachten. Auszüge und Zitate von Werken müssen als solche gekennzeichnet werden und mit einer Quellenangabe versehen sein.

Man muss in jedem Fall abklären, ob man die Rechte für die Nutzung von Bildern, Videos oder Texten hat. Im Zweifelsfall postet man die Inhalte nicht.

Wie sieht die rechtliche Lage etwa bei Posts vom Weingut aus? Da geht es ja um Wein und damit um Alkohol.

Posts mit Storys, die organisch zum Beispiel vom Winzer selber geschrieben und publiziert werden, halte ich für unbedenklich. Anders sieht es aus, wenn man bezahlte Werbung veröffentlicht. Dann ist es empfehlenswert, vorher abzuklären, was unter welchen Bedingungen erlaubt ist. Es gelten die Werberichtlinien des jeweiligen sozialen Netzwerks und die Gesetze des jeweiligen Landes.

Ein Thema Ihres Referats am GVS Acker- und Pflanzenbautag vom 9. Januar war, dass Kunden auf Facebook von den Bauernfamilien gern Persönliches erfahren. Wo würden Sie als Fachmann die Grenze ziehen?

Es gibt rechtliche Grenzen, eben des Persönlichkeitsrechts, wie bereits angesprochen. Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Es gelten die gleichen Gesetze wie offline in den analogen Medien. Es gelten auch moralische und ethische Grenzen, jene des guten Geschmacks. Diese sind allerdings

sehr subjektiv. Entsprechend werden auch Grenzüberschreitungen sehr subjektiv empfunden. Für mich geht es hier im Prinzip um den gesunden Menschenverstand. Doch auf der anderen Seite ist Provokation in Social Media ein gutes Mittel, um Reichweite zu generieren. Das muss man selber entscheiden.

Inhalte, die man auf dem Dorfplatz oder in der Lokalzeitung nicht publizieren würde, soll man auch im Internet nicht veröffentlichen. Dieses wirkt anonym, doch das ist es überhaupt nicht. Die Reichweite von Social Media ist um ein Vielfaches grösser als jene der analogen Medien.

Fortsetzung auf Seite 2

Impressum Schaffhauser Bauer

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

Der «Schaffhauser Bauer» erscheint jeden Donnerstag.

Redaktion: Sanna Bühler Winiger (sbw)
Buchenstrasse 43, 8212 Neuhausen
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 KOLUMNE

Die Handtasche bleibt ein Mysterium



Kürzlich musste ich in einem Geschäft einen Abholschein in meiner Handtasche suchen. Dieser Umstand zwang mich in die Knie, denn es gab dort keine Ablagefläche für meine Tasche, nur ein kleines, wackliges Designer-Tischchen, das mit allerlei Schreibkram und Papieren dicht belegt war. Also stellte ich meine geliebte Tasche auf den Boden, bückte mich und fing an, in unvorteilhafter Haltung in der Tasche zu wühlen. Nach ein paar Minuten war der Zettel gefunden und ich konnte mich endlich wieder mit rotem Kopf aufrichten.

Innerlich hielt ich den Machern von Empfangsmöbeln eine Standpauke, gopf. Die haben keine Ahnung, wie sich das Format von Handtaschen verändert hat. Manche sind so gross, dass man darin ein erlegtes Wildschwein transportieren könnte. Kleine, niedliche Tischchen und Täschchen sind passé. Wir leben in der grossen weiten Welt, leben auf grossem Fuss, haben ein grosses Herz und – grosse Taschen!

Zugegeben: Wir müssten eigentlich immer weniger bei uns tragen, denn Agenda, Notizbuch und Fahrplan wurden bekanntlich durch das Smartphone ersetzt. Aber Schlüssel, Portemonnaie, ein paar Taschentücher sowie der gesamte Krimskrams, den die Landfrau sonst noch begehrt, wollen eben auch noch verstaut sein.

In unsere modernen Taschen und Rucksäcke passt einfach alles, was man im wahren Leben so braucht. Für Männer sind sie aber wohl das grösste Mysterium. Mein lieber Mann kann vieles, aber etwas aus meiner Handtasche zu holen, überfordert ihn leicht und wohl alle männlichen Wesen in Land und Stadt. Die Hand in die Handtasche zu stecken, scheint sich etwa so gefährlich anzufühlen, wie die Hand in den offenen Rachen eines Drachens zu legen. Eine falsche Bewegung könnte für den ritterlichen Ehegatten verheerende Folgen haben.

Während der Herr also nur zweckgebundene Taschen kennt, wie etwa die Aktentasche oder die Sporttasche, hat die Frau eben «ihre Tasche». Und während Männer sich alles, was sie für wichtig halten, in die Hosentaschen stopfen, nutzen wir Frauen unsere geliebten Handtaschen.

Die Handtasche ist ein eigenes kleines Universum, da haben eben Männer keinen Platz und auch keinen Durchblick. Während Männer die Ordnung im Kopf haben, schleppen Frauen das angebliche Chaos mit sich

herum; dabei wissen wir genau, dass der kleine Lippenpflegestift immer ins hinterste Eck, meist auch noch unter das Portemonnaie rutscht. Warum? Ganz einfach: Dort lagern so viele Chips für Postiwägeli und Parkmünzen, dass die Tasche ein bisschen Schlagseite bekommt und der Lippenstift dann – so sagt es schliesslich das Gesetz der Schwerkraft – in diese Richtung rutschen muss. Haben wir also erst mal unser Portemonnaie ertastet, wissen wir auch schon, dass die Lippenpomade nicht mehr weit sein kann. So.

Der typische Vorwurf: «Hier findet man ja nichts, was trägst du nur für unnötiges Zeug mit dir herum?» ist quasi das Todesurteil und jeder Mann sollte sich hüten, diesen Satz auszusprechen. Denn wie oft fragt besagter Nörgler dann: «Hast du ein Taschentuch für mich?» oder auch mein Favorit: «Kann ich meine Schlüssel und das Portemonnaie bei dir einstecken, du hast ja eh so eine grosse Tasche dabei.» Flugs sind das Programm der Veranstaltung und die Sonnenbrille gleich auch noch darin verstaut.

Aha – erwischt. Es sind also nicht unsere Handtaschen, die das Problem sind. Denn würden wir mal ohne alles, so wie es die meisten Männer tun, aus dem Haus spazieren, wäre man schnell im nächsten Geschäft oder wieder daheim, weil irgendetwas fehlt. So ist es doch immer! Nur uns fehlt nie etwas, denn wir haben ja vorgesorgt und haben das Wichtigste immer in unseren Handtaschen dabei.

Aber in Wahrheit hat die Form und Grösse dieser Taschen gar nichts mit ihren etwaigen Inhalten zu tun. Vielmehr senden sie eine Botschaft aus: Verdrängung.

Ja, so wie wichtige Damen sich einst in Roben mit Reifröcken zwängten, die sie so breit machten, dass sie kaum durch die Tür passten, vergrössern Frauen von heute ihre Silhouette mit extra grossen Taschen.

Das ist insofern funktional, dass nun wirklich jeder sehen kann, dass die Frau in der Gesellschaft nicht mehr zu übersehen ist. Also müsste der ambitionierte und trendige Möbel-designer dies doch auch hinbekommen und einen grossen Tresen mit grosser Ablagefläche für die grosse Tasche erschaffen. Und damit man als Ladenbesitzer nicht zu tief in die Tasche greifen muss (ins Portemonnaie und nicht in den Rachen des Drachens), wäre eine kostengünstige Variante anzustreben.

Etwas Kleingeld aus der Ecke meiner Tasche würde ich gerne beisteuern. Ein Taschenopfer sozusagen...
Bettina Laich

Fortsetzung von Seite 1

Haben Sie punkto Subjektivität Tipps für die Landwirtschaft?

Subjektivität zeigt sich auch dort. Das harmonische Bild einer Mutterkuh mit Kalb kann bereits zu Negativkommentaren führen. Viele Leute sind sich bewusst, dass Tierhaltung nicht nur Idylle ist. Da braucht es Sensibilität.

Wie geht man mit Negativkommentaren um?

Sehr wichtig ist es, zuerst einmal zu verstehen, woher der Negativkommentar kommt. Was hat diese Person für eine Intention, was will sie mit dem Kommentar auf dieser Seite bewirken? Es lohnt sich, kurz zu recherchieren, wie ihr Profil aussieht, was sie kommentiert, welchen Seiten sie folgt.

Oft gründen solche Kommentare auf Missverständnissen oder Missinformationen. Jemand hat zum Beispiel in den Medien etwas über ausländische Landwirtschaft gehört und projiziert dies auf die Landwirtschaft in der Schweiz. Da gilt es, Aufklärungsarbeit zu leisten, Wissen zu vermitteln sowie sachlich und überzeugend zu argumentieren. Und je nach vorherrschendem Ton im Kanal hilft es

auch, das Ganze mit einer Prise Humor zu versehen. Man muss sich im Klaren sein, dass Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Tierwohl immer mehr ins Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit rücken. Das zeigt sich auch in den Kommentaren auf Social Media. Das ist jedoch kein Grund, nicht in sozialen Medien aufzutreten.

Die Diskussion findet online so oder so statt. Und wer auf diesen Kanälen präsent ist, hat die Möglichkeit, mitzudiskutieren und die Dialoge mitzugestalten.

Die Kommentare gegen die produzierende Landwirtschaft sind in Social Media zum Teil sehr scharf. Das widerspiegelt aber nicht das Einkaufsverhalten generell im Detailhandel...

Leute, die den Wandel zur vegetarischen oder veganen Gesellschaft vorantreiben wollen, sind mit Abstand die aktivsten in den sozialen Medien, denn sie haben ein Interesse, den gesellschaftlichen Wandel zu beschleunigen.

Wie geht man damit als Bauer, Bäuerin online konstruktiv um?

Sachlichkeit ist auch hier relevant. Man kann zum Beispiel hervorheben, wie weit die Schweizer Landwirtschaft in

VERBAND FÜR LANDTECHNIK SCHAFFHAUSEN

Ernährungssicherheit unter Druck

Die GV des Verbands für Landtechnik Schaffhausen (VLT-SH) vom 16. Januar brachte spannende Inputs für Weiterbildungsmöglichkeiten sowie zur aktuellen Landwirtschaftspolitik.

«Ein gesundes Miteinander fehlt an vielen Orten», konstatierte Verbandspräsident Martin Müller anlässlich seiner Begrüssung im Schaffhauser Restaurant Schützenhaus. Er bezog sich dabei auf die harsche und einseitige Berichterstattung gegen die Landwirtschaft in der Schweizer Medienlandschaft und in der Öffentlichkeit. Dass das Miteinander jedoch im VLT-SH funktioniert, zeigten Zahlen, die Müller präsentierte. Im letzten Jahr waren dem Verband 443 Mitglieder angeschlossen. Damit ist die überwiegende Mehrheit der Landwirtschaftsbetriebe im Kanton mit dabei.

Weiterbildung ist vielseitig

Ein spannendes 2019 mit Serviceleistungen, Anlässen und Weiterbildungsangeboten liess der Präsident zudem Revue passieren. Höhepunkte waren unter anderem der Pflanzenbautag in Opfertshofen sowie das Traktorengeschicklichkeitsfahren in Gächlingen. Über 60 Wagemutige nahmen die Herausforderung der kniffligen Posten an und stellten ihre Manövriertüchtigkeit unter Beweis. Die Sieger der Kategorien «Herren» und «Junioren» qualifizierten sich für die Schweizer Meisterschaft 2019 im «TraGeFa». Dass die Nachwuchselite nicht fehlt, dafür hatte sich der VLT-SH auch letztes Jahr gemeinsam mit dem Schweizerischen Verband für Landtechnik (SVLT) engagiert, dies mit einem G-Prüfungsvorbereitungskurs in Schaffhausen unter der Leitung von Geschäftsführer Adrian Hug sowie den G40-Kursen in Rinikon (AG) am Sitz des Dachverbands.

Breites Angebot 2020

Heuer präsentiert sich das Tätigkeitsprogramm ähnlich vielfältig: Die Winterreise hat am 23. Januar spannende Inputs zum Gemüseanbau sowie zur Herstellung von Kanalreinigungswagen und Schreitbaggern vermittelt. Feldspritzentests werden Anfang April gemäss Aufgebot in Neunkirch und Schaffhausen-Genersbrunn durchgeführt. Das nächste Aufgebot für Rebensprayentests erfolgt 2021. Im Mai wird wiederum ein Pflanzenbautag angeboten. G-Vorbereitungskurse für Jugendliche ab 14 Jahren stehen am 7. März und 5. September in Schaffhausen an. Und wer die entsprechende Prüfung bestanden hat, kann sich für die G40-Fahrkurse anmelden (Schaff-

hausen: 8. 4., 16. 4., 14. 10., 19. 10. 2020, weitere Termine/Orte, Anmeldung: www.g40.ch).

Einstimmige Wiederwahl

An der GV standen ordentliche Wahlen an – Präsident und Vorstand wurden einstimmig wiedergewählt. Finanziell ist der Verein zufriedenstellend unterwegs. Die von Kassier Robert Roth präsentierte Rechnung 19 sowie das Budget 20 wurden ebenfalls einstimmig gutgeheissen.

Traktorenkontrollen 2020

Seitens des Strassenverkehrsamts dankte Dienststellenleiter Markus Storrer für die sehr gute Zusammenarbeit mit dem VLT-SH. Zudem informierte er, dass mit der periodischen Traktorenkontrolle begonnen worden sei. Er motivierte die Mitglieder des VLT-SH, das Strassenverkehrsamt bei Fragen frühzeitig zu kontaktieren. «Wir sehen uns als Ihre Partner, kommen Sie ungeniert auf uns zu», erklärte er. Storrer kündigte ausserdem eine Personaländerung an: Alex Muhl, Ressortleiter Technik, geht nach 33 Dienstjahren in Pension. Sein Nachfolger wird Thomas Gasser.

Zwischen Initiativen und Mercosur

Im Anschluss an die GV referierte Werner Salzmann, Ständerat und Präsident des SVLT, zu Aktuellem aus dem Dachverband und aus der Politik. So befasst sich der SVLT vermehrt mit der Digitalisierung in der Landwirtschaft und hat diesbezüglich Bernhard Streit (Hafl) neu als Berater zugezogen. Salzmann informierte über gesetzliche Neuerungen im Bereich Land-

technik und lobte zudem die hohe Mitgliederdichte im Kanton Schaffhausen von über 90 Prozent aller Landwirtschaftsbetriebe. In einem Überblick zur aktuellen schweizerischen Landwirtschaftspolitik thematisierte er unter anderem die Diskrepanz zwischen radikalen Nachhaltigkeitsforderungen der anstehenden Landwirtschaftsinitiativen, während andererseits Freihandelsabkommen wie Mercosur vorangetrieben werden. Die Initiativen würden die Schweizer Ernährungswirtschaft völlig auf den Kopf stellen, während Freihandelsabkommen den verstärkten Import von Nahrungsmitteln zur Folge hätten, von denen man nicht weiss, wie sie produziert wurden.

Selbstversorgung würde sinken

Salzmann analysierte im Weiteren die Trinkwasserinitiative und die Pestizidinitiative sowie ihre Folgen, wie steigende Preise und eine sinkende Inlandproduktion. Letztere würde den Schweizer Selbstversorgungsgrad um 20 bis 30 Prozent reduzieren. Dies entspricht dem Artikel 104a zur Ernährungssicherheit, der mit 78 Prozent Ja-Stimmen 2017 an der Urne angenommen worden war, stellte Salzmann klar. Er erinnerte zudem daran, dass sich die Landwirtschaft seit Jahren aktiv für eine verstärkte Ökologisierung einsetzt. In den letzten zehn Jahren sei der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln um 27 Prozent gesenkt worden, jener von Herbiziden um 45 Prozent, zeigte er als Beispiel auf. Er konstatierte, dass die Landwirtschaft produziere, was der Markt wolle. Würde mehr Bio gekauft, würde auch mehr Bio produziert. *sbw*



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Einen «Schaffhauser Mumpfel» gabs für den Gastredner Werner Salzmann (l. Martin Müller, Präsident VLT-SH).

DAS SCHWARZE BRETT

■ **Newsletter SHBV**
u.a. Fachstelle Pflanzenbau: ÖLN, Forschungsergebnisse, Pflanzenschutz im Auslandsanbau. SVZ: Rübenabrechnung und Laborwerte 2019. BUL: Tödliche Unfälle 2019. Agroscope: Erosion – neue Tools für die Berechnung. Elf neue Mais-sorten für 2020.

■ **Rebbegehung Uesslingen**
Do., 13. Febr., 14 Uhr, Treffpunkt. Gutsbetrieb Engel AG, Uesslingen. Themen u.a. Schwarzholzkrankheit / Pflanzengesundheit.

■ **GV MBR-SH**
Do., 13. Febr., 19.45 Uhr, Rest. Bahnhof, 8252 Schlatt. Referat: Ferdi Hodel, Geschäftsführer Zürcher Bauernverband, Themen: Initiativen und AP22+.

■ **Info-Morgen Landi Wilchingen**
Mi., 19. Febr., 9 Uhr, Rötibergstube Wilchingen. Gewässerschutz – fit für die Kontrolle? Informationen aus der Flur (Melorationswerk Wilchingen, Zustandsbericht). Infos Landi.

diesen Bereichen ist, sei es der Tier-schutz oder auch generell bei landwirtschaftlichen Bestimmungen, die weltweit einen sehr hohen Standard haben. Zudem wird die Einhaltung dieser Standards auch kontrolliert.

Bei Rindfleisch aus Polen oder Uruguay beispielsweise sind die Standards der Produktion und der Kontrollen nicht bekannt.

Wie bringe ich die Leute dazu, die Seite zum Beispiel des Hofladens zu besuchen, weg vom privaten Profil?

Die Seite muss einen regelmässig geposteten guten Mix aus Teilen, Bewerben und Unterhalten bieten. Das private Profil dient dabei als Multiplika-

«Die positiven Aspekte und Möglichkeiten, etwas zu bewegen und Geschichten zu erzählen, überwiegen gegenüber dem Risiko, dass man mit einem falschen Post jemanden verärgert.»

einem «falschen» Post jemanden verärgert.

arbeiten. Es bestehen Plattformen, auf denen man solche Trendsetter anheuern kann, damit sie gegen Bezahlung als Botschafter für die eigene Seite auftreten. Eine weitere Möglichkeit ist bezahlte Werbung in den sozialen Netzwerken. Damit lässt sich für wenig Geld sehr gezielt die Reichweite vergrössern.

Zentral ist auch die Kreativität: Dort gibt es, ausser legalen, keine Grenzen. Das ist das Spannende an den sozialen Medien: Man kann Dinge ausprobieren, ohne dass man Angst haben muss, Tausende von Franken zu investieren. Den Auftritt in Social Media soll man mit viel Freude und nicht als Pflicht umsetzen. Auch kann man

die Angst ablegen, dass es auf jeden Post eine negative Reaktion geben könnte. Die positiven Aspekte und Möglichkeiten, etwas zu bewegen und Geschichten zu erzählen, überwiegen gegenüber dem Risiko, dass man mit einem «falschen» Post jemanden verärgert.