

NETZWERK – INNOVATION – SERVICE
www.burg-warberg.de



Bundeslehranstalt Burg Warberg e.V., An der Burg 3, 38378 Warberg
Tel. 05355/961100, Fax 05355/961300, seminar@burg-warberg.de

Pflanzenschutz- und Düngemittelhandelstag am 06./07. November 2012

**„Pflanzenschutz: Mehr Akzeptanz durch
offene Kommunikation – Hintergründe,
Erkenntnisse und Praxisbeispiele aus der
Öffentlichkeitsarbeit des IVA“**

Martin May



Pflanzenschutz: Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation

Hintergründe, Erkenntnisse und Praxisbeispiele aus der Öffentlichkeitsarbeit des IVA

Martin May

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Industrieverband Agrar e.V. (IVA)



Burg Warberg, 6. November 2012

Worüber wollen wir sprechen?



- Wie informieren uns die Medien?
Und wer informiert uns da?
- Die öffentliche Meinung über chemischen Pflanzenschutz
- Wie funktioniert Kommunikation?
- Was kann Öffentlichkeitsarbeit ausrichten?
- Was tut die Branche aktuell – einige Beispiele aus der Praxis

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)



2

Wie berichten die Medien über Pflanzenschutz?



- Auf alle Fälle: unausgewogen!
- Britische Studie: auf 40 Artikel, die Pflanzenschutz in einem negativen Zusammenhang erwähnen, kommt nur ein positiver
- Pflanzenschutz wird bestenfalls als notwendig, aber nie als modern oder fortschrittlich dargestellt



6. November 2012

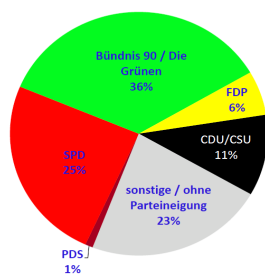
Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)



Was wäre, wenn nur die Journalisten wählen dürften?

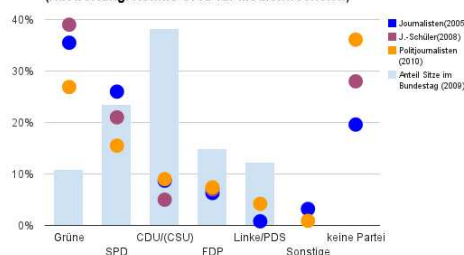


Parteipräferenzen deutscher Journalisten



Quelle: Weischenberg, Mallik & Scholl 2006, S. 32

Parteiung von Journalisten in Deutschland (Auswertung: Ronnie Grob für medienwoche.ch)



	Journalisten (2005)	J-Schüler (2008)	Polijournalisten (2010)	Anteil Sitze im Bundestag (2009)
Grüne	35.5%	39%	26.9%	10.9%
SPD	26%	21%	15.5%	23.5%
CDU(CSU)	8.7%	5%	9%	38.2%
FDP	6.3%	7%	7.4%	15%
Linke/PDS	0.8%	0.8%	4.2%	12.2%
Sonstige	3.2%	0.9%	0.9%	
keine Partei	19.6%	28%	36.1%	
Grüne+SPD	61.5%	60%	42.4%	34.4%
Union+FDP	15%	12%	16.4%	53.2%

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)



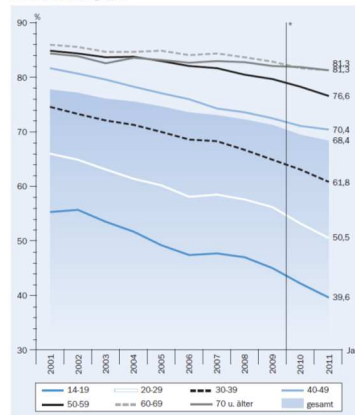
Aber: Medienschelnte greift zu kurz



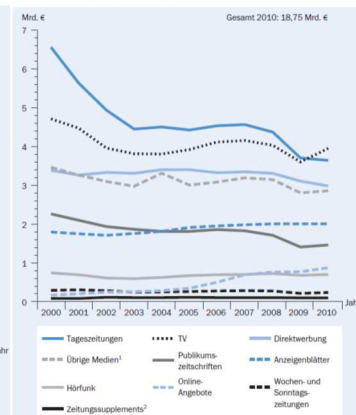
Arbeitsbedingungen von Journalisten

- Permanenter Leistungsdruck
- Sinkende Auflagen
- Ständig steigende Anforderungen
- Unterbesetzte Redaktionen
- Schlechte Bezahlung
- Arbeitsplatz-Abbau

Reichweitenentwicklung der Tageszeitungen in Deutschland 2001 - 2011 in Prozent nach Altersgruppen



Werbeaufwendungen in der Bundesrepublik Deutschland 2000 - 2010 Marktanteile der Medien in Milliarden Euro

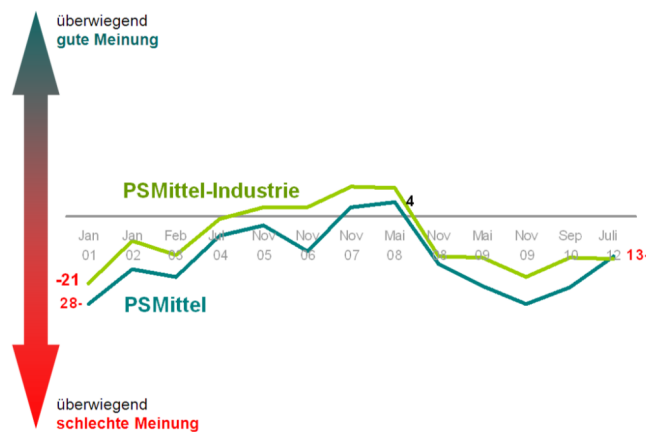


Quelle: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA) 5

Das aktuelle „Meinungsklima“ zum Pflanzenschutz



Wie bewerten die Menschen in Deutschland per Saldo Pflanzenschutz-Mittel und die Pflanzenschutz-Industrie? Aktuelle Umfragedaten aus dem Juli 2012

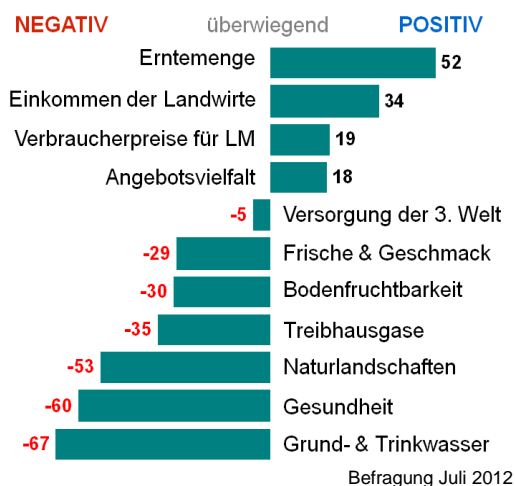
6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA) 6

Problembereiche: Wasser, Boden und Gesundheit



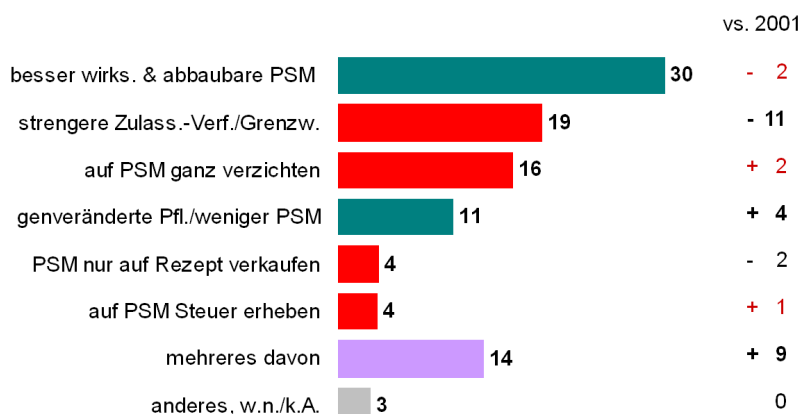
Frage: Sagen Sie mir bitte, wie Sie persönlich die Auswirkungen des Einsatzes von PFLANZENSCHUTZMITTELN auf folgende Dinge beurteilen - sehr positiv, eher positiv, eher negativ oder sehr negativ?



6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA) 7

Aber was wollen die Menschen wirklich?

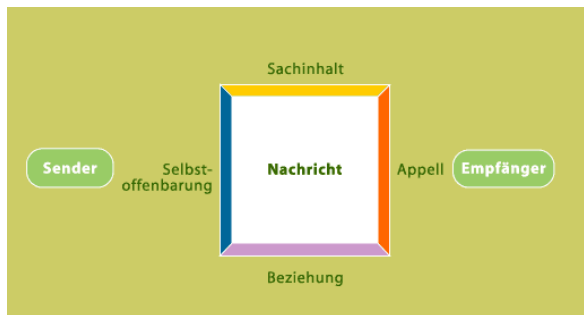


Frage: Was von dem Folgenden ist Ihrer Meinung nach am besten dazu geeignet, mögliche Probleme bei Pflanzenschutzmitteln auszuräumen oder in den Griff zu bekommen?

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA) 8

Ein wenig Theorie: Wie wir uns verständigen...



Quelle: Friedemann Schulz von Thun: Miteinander reden¹

Nachrichten und Botschaften sind mehr als Information.

Erfolgreiche Kommunikation muss berücksichtigen:

- WAS wird gesagt
- WER sagt es
- WIE wird es gesagt
- WARUM wird es gesagt

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

9

Der Sachinhalt ist oft nur Nebensache...



Mensch,
da vorne ist
doch rot!

Was denn?
Fährst du oder
fahre ich?



Angelehnt an: Friedemann Schulz von Thun: Miteinander reden 1

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

10

Noch ein wenig Theorie: Wir glauben nur, was wir wollen



Rauchen soll ungesund sein?

Ach was!
Mein Opa hat auch jeden Tag eine ganze Packung geraucht. Und der ist steinalt geworden..!



6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA) 11

Die Theorie von den „kognitiven Dissonanzen“



- Wenn neue Informationen unseren Einstellungen und Überzeugungen oder dem, was wir zu wissen glauben, widersprechen, erzeugt das Spannungen und Stress
- Können wir unser Handeln nicht anpassen, passen wir unsere Überzeugungen an (selten) oder verdrängen die unerwünschten Informationen (häufig)
- Der amerikanische Sozialpsychologe Leon Festinger nannte dieses Phänomen „kognitive Dissonanz“
- Weniger wissenschaftlich ausgedrückt:
Wir können Unsicherheiten nur schwer ertragen und verdrängen vieles, was nicht in unser Raster passt

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA) 12

Ein Zwischenfazit



- Berichterstattung der Medien über Pflanzenschutz ist überwiegend negativ; Nutzen spielt keine Rolle
- Journalisten sind mit ihren politischen Einstellungen deutlich grüner und leicht roter als ihr Publikum
- Die Menschen sehen Pflanzenschutz sehr kritisch, stellen aber nicht undifferenziert die „Systemfrage“
- Gute Sachinhalte allein reichen für überzeugende Kommunikation nicht aus
- Menschen fällt es schwer, Einstellungen zu ändern und Überzeugungen in Frage zu stellen

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

13

Aufgabenfelder der Öffentlichkeitsarbeit des IVA



Klassische
Pressearbeit



Veranstaltungen
(z.B. Grüne Woche, DLG-Feldtage)



Publikationen



Schulmaterial und
Lehrerfortbildungen



Online und
Neue Medien

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

14

Pressearbeit: Schnelle Reaktion auf kritische Themen



Informationen

Industrieverband Agrar

Text abrufen im Internet unter www.iva.de/Presse

Pressearbeit
Stärkung
Bewertung
Sensibilisierung

IVA: Hier trüxt Greenpeace

Rückstandstests an Strauchbeeren ergeben keine Beanstandungen – Hamburger Verein bindet Medien und Verbrauchern trotzdem einen Bärent auf

(Frankfurt a. M., 26. Juli 2010) Der Hamburger Verein Greenpeace hat sich mit der von den Neudrucke seiner Pesticid-Kampagne nach Auffassung des Industrieverbands Agrar e. V. (IVA) als einstufiger Partner in der Debatte disqualifiziert. Eine Analyse des IVA zeigt die Widersprüche zwischen den mitgeteilten Behauptungen der Pressemitteilung und den Untersuchungsergebnissen auf. Denn dies zeigen vor allem, dass die deutschen Obstbauern verantwortungsvoll arbeiten.

Was sind die Fakten? Greenpeace hat nach eigenen Angaben Strauchbeeren aus überwiegend deutschen Anbau in verschiedenen Supermärkten gekauft und auf Rückstände von Pflanzenschutzmitteln untersucht. Das Ergebnis ist unmissbar und eine gute Nachricht für Verbraucher: Viele Proben wiesen gar keine Rückstände auf, kamen Rückstände vor, so lagern sie weit unterhalb der gesetzlich festgelegten Höchstgrenze. Damit decken sich die Untersuchungen der Hamburger Kampagne mit den umfassenden Untersuchungen der deutschen und europäischen Aufsichtsbehörden für Lebensmittelsicherheit (siehe Recherche-Quellen am Ende dieser Pressemitteilung).

Pressearbeit
Stärkung
Bewertung
Sensibilisierung

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

15

Auch Greenpeace darf man ruhig widersprechen!



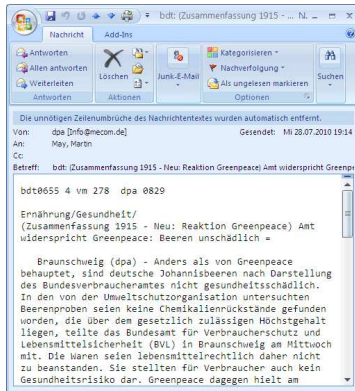
- Greenpeace kauft ein und testet Strauchbeeren (Juli 2010)
- Zentrale Botschaften im Text:
 - Pesticid-Cocktails
 - illegale Pesticide im Einsatz
 - „stark belastet“
- Medien spitzen weiter zu:
 - Gefahr für die Gesundheit
 - „mit Pesticiden verseucht“ (SPIEGEL Online)

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

16

Die Branche, BfR und BVL halten massiv dagegen

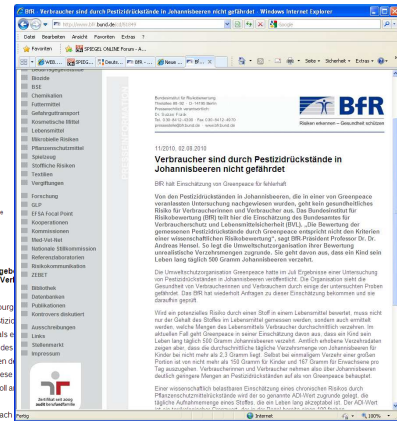


Text abrufbar im Internet unter www.rva.de/Presse

IVA: Hier trickt Greenpeace

Rückstandsbau an Strauchbeeren ergab Hamburger Verein bindet Medien und Verbraucher auf
(Frankfurt a. M., 26. Juli 2010) Der Hamburger...
...zwischen den verschiedenen Behauptungen...
...deutschen Obstbauern verantwortungsvoll...

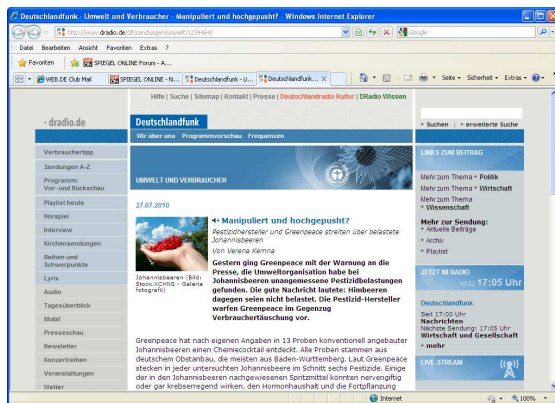
Was sind die Fakten? Greenpeace hat nach...
...überwiegend deutschem Anbau in verschiedenen Supermark...
...gekauft und auf Rückstände von Pflanzenschutzmitteln untersucht...
...lassen. Das Ergebnis ist unspektakulär und eine gute Nachricht für Ver...
...braucher: Viele Proben wiesen gar keine Rückstände auf, kamen Rück...
...stände vor, so lagen sie weit unterhalb der gesetzlich festgelegten...
...Hochgrenze! Damit decken sich die Untersuchungen der Hamburger...
...Kampagne mit den umfassenden Untersuchungen der deutschen und eu...



6. November 2012

17

Das blieb nicht ohne Wiederhall in den Medien



6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

18

Themen selbst setzen: wie wir den Nutzen besser erklären



Durchschnittliche Ertragsverluste in der deutschen Landwirtschaft bei einem vollständigen Verzicht auf Fungizide.
(Quelle: von Witzke/Noleppa 2011)

- IVA fördert Forschungsprojekt an der Humboldt-Universität zu Berlin
- Ziel: den gesellschaftlichen Nutzen des Pflanzenschutzes in Deutschland zu quantifizieren
- Einzelstudien zu:
 - Markteffekten
 - Klimawirkungen
 - landwirtschaftlichen Einkommen
 - Energieeffizienz
- Die Ergebnisse fließen direkt in die Öffentlichkeitsarbeit des IVA ein

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

19

Und ruhig mal andere für sich sprechen lassen... (Film)



6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

20

Grüne Woche: gemeinsam tritt man überzeugender auf



6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

21

Ein Fazit



- Die Öffentlichkeit sieht Pflanzenschutz kritisch, ist aber bereit, seine Leistungen anzuerkennen
- Das Image der modernen Landwirtschaft zu verbessern ist eine Gemeinschaftsaufgabe
- Geschlossenheit und einheitliche Botschaften leisten bessere Überzeugungsarbeit
- Journalisten sind skeptisch und lieben es grün – aber sie sind nicht prinzipiell negativ
- Beharrlichkeit zahlt sich aus – auch wenn es oft so scheint, als hätte nur die andere Seite gute Presse

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

22



Vielen Dank fürs Zuhören!

Mehr finden Sie jederzeit auf

www.iva.de

6. November 2012

Mehr Akzeptanz durch offene Kommunikation
Martin May, Industrieverband Agrar e.V. (IVA)

23

