



Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

Folketingets Udvalg for Fødevarer,
Landbrug og Fiskeri

København, 2. oktober 2012
Sagsnr.: 17319
Dok.nr.: 440402

Folketingets Udvalg for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har i brev af 31. august stillet følgende spørgsmål nr. 417 (Alm. del) som hermed besvares. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Erling Bonnesen (V)

Spørgsmål 417:

”Vil ministeren fyldestgørende redegøre for sin bebudede kampagne om randzoner?”

Svar:

Kampagnen hedder ’Sæt fødderne rigtigt’ og har til formål at informere danskerne om, hvor, hvornår og hvordan man må færdes i de nye randzoner. Kampagnen henvender sig særligt til landmænd samt de danskere, der ønsker at færdes i naturen. Kampagnen blev lanceret den 1. september 2012 samtidig med, at loven om randzoner trådte i kraft.

Kampagnen har særligt to fokusområder, der har været styrende for udformningen og formidlingen af kampagnen:

- Som borger skal man have mulighed for at færdes i naturen, men man har også en pligt til at tage vare på naturen, når man færdes i den. Derfor er det kampagnens budskab, at man skal huske at tage hensyn til naturen og til landmandens jord, og der opfordres til dialog mellem landmanden og de besøgende.
- Det er naturbeskyttelsesloven, der giver adgang til naturen – og dermed til randzonerne. Man får adgang til randzonerne, efterhånden som de udvikler sig til en naturtype, som er omfattet af naturbeskyttelseslovens adgangsregler – det vil sige, når randzonen opnår en status af udyrket areal.

Kampagnen indeholder en række elementer, der bidrager til at ramme målgruppen på forskellige kommunikationsplatforme:

- Kampagnens omdrejningspunkt er websitet randzoner.dk – her findes alt den relevante information. Blandt andet gode råd og nemme huskereglere når man færdes i randzoner.
- Der er udviklet webbannere, der er blevet vist på landbrugsavisen.dk og effektivt landbrugs webside, og som dirigerer trafik til randzoner.dk.
- Der er produceret videoer, der vejleder om, hvordan man må færdes i randzoner, og hvad man skal være opmærksom på. Videoerne kan ses på randzoner.dk.
- Der er iværksat en målrettet PR indsats i lokalmedierne for at brede budskabet ud.
- Relevante interessenter og samarbejdspartnere er blevet involveret. Det betyder, at både Naturstyrelsen, Friluftsrådet, Dansk Naturfredningsforening, KL, Privat Planteavl Rådgivning, Landbrug og Fødevarer, samt Videncenter for Landbrug er blevet kontaktet om kampagnen og har fået tilsendt materiale om kampagnen, de har videreformidlet.

På kampagnesitet informeres der om, hvad en randzone er, og hvorfor vi skal have randzoner i Danmark. Derudover kan man finde vejledende information om hvordan og hvornår, man må færdes i randzoner, herunder vejledende information om hvordan man kan vurdere, om en randzone er dyrket eller udyrket. Ligeledes kan man på hjemmesiden finde svar på de hyppigst stillede spørgsmål, blandt mange andre ting.

Hjemmesiden har også et menupunkt, der henvender sig specifikt til landmanden. Her kan landmænd downloade et informationsark med de mest væsentlige retningslinjer en besøgende bør vide, når de færdes på en landmands jord.

Jeg vil overveje at sætte gang i nye kampagneindsatser, når der viser sig behov for det. Både i form af oplysning til landmanden, og til de danskere, der ønsker at færdes i randzonerne.

Mette Gjerskov

/Kim Holm Boesen