

OSTSCHWEIZ.



SALENSTEIN TG: 9. Internationale Strohballen-Arena

Einfluss nehmen auf Wahrnehmung

Am Anlass mit drei Impulsreferaten wurde diskutiert, wie es gelingt, ein möglichst realistisches Bild der produzierenden Landwirtschaft zu vermitteln, um den Rückhalt in der Bevölkerung beizubehalten.

ISABELLE SCHWANDER

Der Arenenberg, der Verein Leader Westlicher Bodensee (Leader ist ein Förderprogramm der EU und des Landes Baden-Württemberg) und das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft luden Anfang Oktober zur Strohballen-Arena im Milchviehstall am Arenenberg ein. «Nur mit der Botschaft erreicht man die Bevölkerung nicht mehr. Deshalb arbeiten wir in unserem Landkreis Konstanz in der Medienarbeit an neuen Themen wie beispielsweise Energie und Biodiversität», sagte Andreas Deyer, Landwirt aus Mühlingen.

Überwiegend positiv

Dies sei eine Chance, um die Landwirtschaft in der Bevölkerung als Teil der Lösungen für gesamtgesellschaftliche Herausforderungen ins Gespräch zu bringen. Aus seiner Sicht sei das Image der Landwirtschaft in der Bevölkerung überwiegend positiv. Als Landschaftsgestalter und -bewirtschaftler stehe die Landwirtschaft im Fokus der Öffent-

lichkeit. Weil die Betriebe immer grösser werden, bleibe wenig Zeit für Öffentlichkeitsarbeit. «Es kommt vor, dass es in Gesprächen Erstaunen auslöst, wenn ich sage, dass ich Landwirt bin. Dann wird mir bewusst, dass es einen starken Informationsverlust in der Bevölkerung gibt», so Deyer. Bis 2009 übernahm die Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH (CMA) die Werbung für Agrarprodukte. Seit es die CMA nicht mehr gibt, ist Eigeninitiative gefordert. Bei Deyer sieht diese Initiative auf seinem Betrieb wie folgt aus: Nebst der Milchwirtschaft produziert er zahlreiche Eis-Sorten aus der Hofmilch und beliefert damit Direktvermarkter, Hofläden und Bistros. Gruppen bietet er Führungen mit dem «Blick hinter die Kulissen» seiner Eisherstellung und seines Hofes an.

Regula Böhi, Präsidentin des Thurgauer Landfrauenverbands (TLFV), sagte, dass die TV-Werbepots der Grossverteiler zur Hauptsendezeit auch ihren Anteil daran haben, dass viele Konsumenten ein falsches Bild von der Landwirtschaft haben. Die Generation der unter 40-Jährigen habe in ihrem Verwandtenkreis selten noch Erinnerungen an einen Onkel oder Grosseltern, die einen Hof führten. Mit Angeboten wie SchuB (Schule auf dem Bauernhof) erreiche man zumindest die Kinder bis zum Primarschulalter, bei den Jugendlichen sei dies he-



Markus Hämmerli, Regula Böhi und Andreas Deyer (v.l.) gaben Impulse zur Landwirtschaft. (Bild: Isabelle Schwander)

rausfordernder. Deshalb fände es die TLFV-Präsidentin sinnvoll, wenn die Möglichkeit des Mit-helfens auf dem Bauernhof über «Agriviva» (früher Landdienst) auch seitens der Schule einen verbindlicheren Charakter erhalte.

Eigenes Konsumverhalten

Der TLFV sensibilisiert unter anderem für das Thema Lebensmittelverschwendung. «Bezüglich der Konsumenten finde ich Verallgemeinerungen nicht an-

gebracht. Manche interessieren sich, was hinter den Produkten steht, für andere wiederum steht eher der Preis im Vordergrund.» Es lohne, das eigene Konsumverhalten zu hinterfragen. Und wer habe sich nicht schon dabei er-tappt, dass er Früchte und Gemüse letztlich auch nach optischen Kriterien und Makellosigkeit auswählte? «Bei der Fenaco wollte man dem vor allem seit den letzten Wahlen näher auf den Grund gehen», sagte Markus Hämmerli,

Leiter Departement Frische/Lebensmittelsicherheit bei Fenaco. Deshalb gab das Unternehmen bei einem Meinungsforschungsinstitut Umfragen für den Stadt-Land-Monitor in Auftrag.

Stadt-Land-Graben?

«Zwei Drittel der über 3000 Befragten im Stadt-Land-Monitor der Fenaco nehmen den Stadt-Land-Gegensatz als gross und relevant wahr. Nur für einen Viertel führt dieser Gegensatz jedoch zu einer Belastungsprobe für die Schweiz.» Die Fenaco engagierte sich für eine Stiftung, die vom Schweizer Bauernverband gegründet wurde, um regionale Projekte der Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen. Hämmerli nannte als Beispiel die Ausstellung «Von Heugabeln und Drohnen – Landwirtschaft heute» im Verkehrshaus Luzern. Zu ihrem 30-Jahr-Jubiläum schenkte die Fenaco der Öffentlichkeit diese Ausstellung und hofft, damit den Dialog zwischen Stadt und Land zu fördern.

Danach befragt, ob er sich vorstellen könne, wie die Schweizer Landwirtschaft in 20 Jahren aussehe, entgegnete Hämmerli: «Ich mache mir diesbezüglich wenig Sorgen. Bedenklich stimmen mich eher die zum Teil weltweit bereits knappen Getreidelager und wie wir die künftige Versorgung sichern.» Die veränderten Warenströme der letzten Jahre hätten die Bedeutung weltweit gesicherter Ernten noch stärker ins allgemeine Bewusstsein gerückt.