

BAUERNZEITUNG

OSTSCHWEIZ/ZÜRICH

OFFIZIELLE WOCHENZEITUNG DER BÄUERLICHEN ORGANISATIONEN DER SCHWEIZ



Johann Schneider-Ammann /
Auf Antrag des Chefs des EVD erklärt der Bundesrat nur einen Teil des Milch-Stabilisierungspakets als allgemeinverbindlich. **SEITE 3**



Jürg Fatzer / Die Zukunft des Emmentalers bereitet dem Verwaltungsratspräsident der Thurgauischen Käseerzeugung AG, Sorgen. **SEITE 11**



Milchproduktion / Während dreier Jahre wurde das Projekt «Systemvergleich Milchproduktion Hohenrain» begleitet. Nun liegen die Resultate vor. **SEITE 24 BIS 27**

Eine super Kartoffelernte

BERN ■ Trotz Trockenheit im Frühjahr erwarten die Bauern eine sehr gute Kartoffelernte, sie liegt um 20 Prozent über dem Durchschnitt der letzten Jahre. Dies ergaben Probegrabungen im Monat August.

Ruedi Fischer, Präsident der Vereinigung Schweizerischer Kartoffelpflanzer, hofft im Interview, dass sich alle in der Kartoffelbranche an die getroffenen Abmachungen halten, dann sollte die Ernte reibungslos über die Bühne gehen. Die Kartoffelpreise liegen zwar bis zu 4 Fr. je 100 kg unter den Preisen des letzten Jahres, liegen aber innerhalb des schon länger vereinbarten Preisbands. Neugibt es auch bei den festkochenden Speisekartoffeln so genannte Basic-Kartoffeln zu billigeren Preisen.

ru
Seite 36

Gute Rüben-Nachrichten

Rübenkampagne / Auf den Schweizer Zuckerrübenfeldern wächst eine Rekordernte heran. Die beiden Zuckerfabriken wollen die völlig leeren Zuckerlager auffüllen.

BERN ■ Noch stehen die Zuckerrüben auf den Feldern. Trotzdem dürfen die Rübenproduzenten schon heute auf ein ausserordentlich gutes Rübenjahr hoffen. Aufgrund der letzten Probegrabungen werden in der bevorstehenden Kampagne rund 1,7 Millionen Tonnen Rüben erwartet, mehr als im Rekordjahr 2009. Ob die voraussichtliche Rekordernte einen Druck auf die Rübenpreise auslösen wird, muss sich in den kommenden Monaten zeigen.

Die Fachleute erwarten einen mittleren Ertrag von 86 t/ha und einen Zuckergehalt um 18,3 Prozent. Je nach dem weiteren Zuwachs der Rüben und der Ver-

arbeitungsleistung der beiden Zuckerfabriken könnte die Rübenkampagne allenfalls über die Weihnachtstage hinausgehen.

Produzenten freuen sich auf gute Erträge

«Die Rübenpflanzler freuen sich über die positiven Ertrags-erwartungen», erklärte Samuel Keiser, Präsident des Schweizerischen Verbands der Zuckerrübenpflanzler (SVZ), auf Anfrage. Noch sei die Ernte aber nicht unter Dach und die weitere Entwicklung hänge namentlich von der Witterung im Herbst und Vorwinter ab.

Auch Guido Stäger, neuer CEO der Zuckerfabriken, freut sich

über die bevorstehende Gross-ernte. Guido Stäger weist aber auch darauf hin, dass es kaum möglich sein wird, diese Rekordmenge problemlos platzieren zu können. Momentan laufen entsprechende Abklärungen. Positiv für die Zuckervermarktung wirken sich die vollständig entleerten Zuckerlager der Fabriken aus. Damit besteht die Möglichkeit, einen Teil des anfallenden Zuckers zu lagern.

Zuckerfabriken planen neue Zuckerlager

Die Anbaufläche für das Jahr 2012 wird davon abhängen, wie viel Zucker es effektiv geben wird und wie gut der Absatz ver-

läuft, erklärte Guido Stäger. Die Zuckerfabriken wollen das Problem der schwankenden Zuckermengen in Zukunft über sogenannte Ausgleichslager lösen. Bei grösseren Ernten würde man gewisse Mengen zurückbehalten und auf das nächste Jahr übertragen. Sinn der geplanten Ausgleichslager wäre es, bei kleineren Erntemengen auf einen bestimmten Lagerbestand zurückgreifen zu können.

Guido Stäger strebt an, den Bauern ein reguläres Einkommen zu gewähren. Bei konstanten Flächen würde der Ausgleich mit dem Lager erfolgen.

Anton Haas
SEITE 2

Fragwürdige Politik

Am vergangenen Mittwoch entschied der Bundesrat das, was Pessimisten befürchtet haben: Die von der BO Milch beantragten Selbsthilfemassnahmen werden nur teilweise

KOMMENTAR



Anton Haas

als verbindlich erklärt. Entgegen dem Willen der grossen Mehrheit der Mitglieder der BO Milch und der Dachorganisation der Schweizer Milchproduzenten wird die Abgabe auf ausgedehnten Milchmengen von 4 Rp./kg aus fragwürdigen Gründen auf die lange Bank geschoben. Damit werden die Beschlüsse der BO Milch im Sinn einer kleinen Minderheit von Produzenten aufgeschürt. Die grosse Mehrheit der Milchproduzenten wird von den Bundesbehörden einmal mehr vor den Kopf gestossen.

Die Verantwortung für das Desaster trägt Bundesrat Johann Schneider-Ammann und mit ihm das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW). Damit setzt das BLW seine seit Jahren betriebene Politik fort, Massnahmen zur Stabilisierung der Milchproduktion systematisch zu behindern. Ob sich die Politik der Bundesbehörden für die involvierten Parteien im Wahljahr 2011 ausbezahlen wird, werden die bevorstehenden eidgenössischen Wahlen zeigen.

a.haas@bauernzeitung.ch

Dämpfen bei Freilandgemüse

Gemüsebautag / Ein Thema war Erfahrungen mit dem Dämpfroboter im Freilandgemüse.

WÄDENSWIL ■ Das Forschungsteam Gemüsebau der Agroscope Changins-Wädenswil (ACW) legt viel Wert auf die Gesundheit der Böden, die im intensiven Gemüsebau von grosser Bedeutung ist und oft auch Probleme verursacht. Am Gemüsebautag der ACW vom Mittwoch wurden diverse Methoden

zur Erhaltung eines gesunden Bodens vorgestellt. «Da gegen bodenbürtige Pflanzenkrankheiten kaum mehr Pflanzenschutzmittel zugelassen sind, ist die ACW intensiv auf der Suche nach nicht-chemischen Alternativen», sagte Robert Baur, Leiter des Forschungsteams Gemüsebau. Bislang war das Dämpfen des Bodens gegen Krankheiten, Unkräuter und gegen Bodenmüdigkeit nur im Gewächshausbau gängig.

Im 2010 führte das Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum (DLR) Rheinpfalz erste Versuche durch, über dessen Resultate Joachim Ziegler am Gemüsebautag informierte. Das DLR setzte dabei einen vollautomatischen Dämpfroboter mit Spurpilot ein, der in der Stunde 125 Quadratmeter dämpft. Der heisse Dampf sei eine effiziente Methode, den Boden zu desinfizieren. Der Versuch bei 10 cm tiefer Dämpfung zeigt: Rucola und Rando waren vollständig frei von Unkraut. *ul*

SEITE 11



Joachim Ziegler vom DLR Rheinpfalz.
(Bild Ursina Landolt)



Wer Bauer ist, ist auch Wellnesstrainer.

Schweizer Bauern achten auf das Wohl der Tiere.

Edelweisshemd-Kampagne startet in eine neue Etappe

Die Edelweisshemd-Kampagne startet in eine neue Runde: Neu werben nicht mehr prominente Menschen wie Michele Hunziker oder Mario Botta im traditionellen Bauernhemd für die Schweizer Bauernfamilien. Ab sofort machen sich die Bäuerinnen und Bauern selber für die Anliegen der Schweizer Land-

wirtschaft stark. Der Startschuss in die neue Kampagne mit vier Werbespots und fünf verschiedenen Plakatsujets (unser Bild) fiel diese Woche. Zu sehen sind die TV-Spots auch unter www.sbv-usp.ch/de/aktuell/imagekampagne/2011.

(Bild zVg)
SEITE 5



Alles Gute aus einer Hand

HARVESTORE SYSTEMS

Werner Schuler AG, Silobau
6331 Hünenberg
Telefon 041 784 40 80
Telefax 041 784 40 81
www.harvestore.ch

Rauhfuttermilos Fütterungstechnik
Feuchttreidilos Güllensilos

Farmwood ist der spezialisierte Hallenbauer der Schweiz: Photovoltaikanlage integriert in die Dachhaut, Doppelnutzen als Warmluftkollektor, Heubelüftung und Solarstrom. Der Spezialist für die Zukunft – schon heute. FARMWOOD

FARMWOOD
Josef-Urs Grütter
Neu-Sonnhalde
6017 Ruswil

T 041/495 30 00
WWW.FARMWOOD.CH
josef.gruetter@farmwood.ch

Zaun & Tor

Zäune und Tore rund um die Uhr
- jetzt im Zaunteam Online-Shop

www.zaunteam.ch
Gratis-Tel. 0800 84 86 88

Neue Werbewelle für die Bauern

Imagekampagne / Die neue Etappe der Edelweisskampagne startet jetzt; mit Strohmonolithen, TV-Spots und Plakaten.

BRUGG ■ Mario Botta, Michelle Hunziker, Michael Schumacher, Fabian Cancellara und viele weitere prominente Menschen aus Wirtschaft, Sport und Showbusiness stiegen ab 2006 ins traditionelle Bauernhemd und warben unter dem gemeinsamen Slogan «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» auf Plakaten für die Leistungen der Bauernfamilien. Jetzt geht die Edelweisskampagne in eine neue Runde: Ab sofort werben Bäuerinnen und Bauern im Edelweisshemd in Fernsehspots und auf Plakaten und mit einer gesunden Prise Humor für die Anliegen der Schweizer Landwirtschaft. Der Startschuss fiel Mitte dieser Woche mit drei Monolithen aus Stroh in den Städten St. Gallen, Lausanne und Bern.

Viefältige Leistungen der Bauernfamilien neu im Zentrum

«Nach fünf Jahren mit Prominenten auf Plakaten war Zeit für eine Erneuerungsrunde», erklärt Sandra Helfenstein, Mediensprecherin des Schweizerischen Bauernverbands (SBV), der die Werbekampagne leitet. Anstelle der prominenten Personen rücken ab 2011 die Bäuerinnen und Bauern in der Imagekampagne ins Zentrum. Sie erklären selber, welche Leistungen sie für die Schweizer Bevölkerung erbringen, sei es nun als Botaniker, Namensforscher, Landschaftskünstler oder Detailhändler.

In vier Fernsehspots von Regisseurin Bettina Oberli, bekannt durch ihren Kinofilm «Die Herbstzeitlosen», präsentieren die Bauernfamilien der Schweizer Bevölkerung die ganze Breite ihrer Fähigkeiten. Drei Strohmonolithen in St. Gallen, Lausanne und Bern symbolisieren ihre Rolle als Landschaftsarchitekten und läuteten diese Woche die neue Etappe der Imagekampagne der Schweizer Landwirtschaft ein.

«Unser Ziel ist es, Sympathien für die Bauernfamilien zu schaffen, zum Kauf von einheimischen Produkten zu animieren



Wer Bäuerin ist, ist auch Product Manager.

Schweizer Bauern sorgen für qualitativ hochwertige Lebensmittel.

GUT, GIBT'S DIE SCHWEIZER BAUERN.

Plakat der neuen Edelweisskampagne: Bäuerinnen und Bauern machen in TV-Spots und auf Plakaten Werbung in eigener Sache. (Bild zvg)

und die Bedeutung der Landwirtschaft für unser Land zu unterstreichen», sagt Helfenstein.

Seit 2006 warben prominente Menschen auf Plakaten für die Bedeutung und die Leistungen der Schweizer Bauernfamilien. Die erste Etappe der Edelweisskampagne stiess gemäss Helfenstein auf grosse Aufmerksamkeit und kam auch bei den Bauernfamilien gut an. Helfenstein: «Umso grösser war die Herausforderung, die Imagekampagne für die einheimische Landwirtschaft, die Bauernfamilien und ihre hochwertigen Produkte gebührend fortzusetzen.» In einem

Agenturwettbewerb setzte sich die Idee der Agentur Jung von Matt aus Zürich durch. Sie schlugen vor, die Viefältigkeit der Leistungen für die Gesellschaft und die dafür nötigen Kompetenzen des Bauernberufs ins Zentrum zu rücken.

Bauern und Bäuerinnen werben für ihren Berufsstand

Nach fünf Jahren Plakatausgang steht in der neuen Etappe der Basiskampagne der Schweizer Landwirtschaft die Fernsehwerbung im Zentrum. Das traditionelle Bauernhemd als Erkennungsmerkmal bleibt erhalten.



Verantwortliche der Kampagne vor Strohmonolith in Bern: (v. l. n. r.) Markus Rediger, Alexander Jaggy, Hansjörg Walter, Urs Schneider. (Bild car)

Imagekampagne «Gut gibt's . . .»

Im Jahr 1998 war das Image der Schweizer Bauern nach schwierigen politischen Auseinandersetzungen auf einem Tiefpunkt. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, lancierte der Schweizerische Bauernverband (SBV) unter dem Titel «Gut gibt's die Schweizer Bauern» eine langfristig ausgerichtete Imagekampagne mit dem Ziel: Die Beziehungen zwischen Stadt und Land pflegen, das Vertrauen in die einheimische Landwirtschaft stärken und den Absatz der Produkte fördern. «Gut, gibt's: . . .» will die zusätzli-

chen Leistungen der Bauernfamilien für die Gesellschaft sichtbar machen und damit die Bedeutung der Landwirtschaft für die Schweiz unterstreichen. Im Jahr 2006 erfolgte der Neustart mit einer Plakat- und Inseratkampagne, in der sich prominente Persönlichkeiten im charakteristischen Edelweisshemd für die Bauern stark machten. Umfragen haben ergeben, dass praktisch 100 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer das Edelweisshemd mit der Landwirtschaft in Verbindung bringen. pd

In der Fortsetzung der Edelweisskampagne zeigt eine sympathische, fiktive Bauernfamilie in vier Fernsehspots und ergänzend auf Plakaten die Viefältigkeit des bäuerlichen Berufsstands auf. Bauern sind demzufolge nicht nur Bauern, sondern eben auch Botaniker, Detailhändler, Hoteliers, Wellness-trainer, Integrationsbeauftragte oder Landschaftsarchitekten. Hinter diesen speziellen Fähigkeiten stehen konkrete Leistungen wie die Produktion von hochwertigen Lebensmitteln und Rohstoffen, die tierfreundliche Haltung, die Förderung der

Biodiversität und die Gestaltung der Kulturlandschaft.

In einer ersten Werbewelle sind die neuen Spots von September bis Oktober zu sehen. Die Plakate seien in erster Linie dazu gedacht, die immer noch reichlich vorhandenen Promi-plakate an Stall- und Scheunwänden im ganzen Land abzulösen, weiss Sandra Helfenstein. Und: «Wer Bauer ist, ist schliesslich auch Werbeprofi.» car

[www] Die neuen TV-Spots der Schweizer Bauern und ein Kurzvideo über deren Entstehung zu sehen unter www.sbv.usp.ch/de/aktuell/imagekampagne/2011.

Treffpunkt für Menschen vom Land und aus der Stadt

Comptoir Suisse / Vom 16. bis 25. September steigt in Lausanne die grösste Westschweizer Landwirtschaftsmesse.

LAUSANNE ■ Das Comptoir Suisse öffnet am 16. September im Beaulieu in Lausanne VD seine Tore zur 92sten Ausgabe. Die grösste Landwirtschaftsmesse der Westschweiz versteht sich seit jeher als Treffpunkt von Stadt und Land. Übergeordnetes Thema der diesjährigen Ausgabe ist die Gesundheitsförderung.

Schweizer Landwirtschaft auf 10 000 m² in Halle 14

Auf über über 10 000 m² präsentiert das Comptoir Suisse die grosse Fülle an Dienstleistungen und Produkten der Schweizer Landwirtschaft. Neben dem bäuerlichem Brauchtum zeigt die Messe die gewerbliche Herstellung landwirtschaftlicher Spezialitäten. Der Regionalproduktmarkt lädt die Besucher zum Degustieren und Kaufen ein. Draussen, bei den Nordhallen, steht der Comptoir-Bauernhof mit seinen Tieren: Kühe, Kälber, Schweine, Ziegen, Schafe, Pferde, Ponys und Kleinvieh werden vorweg die jungen Besucher begeistern.



Kompositionen aus Gemüse und Früchten: Zu sehen am Comptoir Suisse in Lausanne. (Bild zvg)

Am 19. September findet der «Tag des Pferdes» statt. Von 11.30 bis 12.30 Uhr haben Interessierte

die Möglichkeit, die Hengste des Nationalgestüts sowie weitere Freiberger zu bestaunen.

Wissenswertes

Allgemeine Informationen:

www.comptoir.ch

Öffnungszeiten:

Täglich von 10 bis 19 Uhr. Das Restaurant «Les Caves cantonales» ist bis 23 Uhr offen.

Eintrittspreise:

Erwachsene (ab 16 J.): Fr. 12.–
Jugendliche (12–16 J.): Fr. 7.–
Kinder: gratis
Familien: Fr. 28.–

Am 16. September findet ein Schnuppertag statt: Der Eintritt ist für alle Besucher gratis.

Anreise:

– Im Auto: Autobahnausfahrt Lausanne-Blécherette. Parkgebühren Fr. 15.–/Tag.

– Mit dem Zug: SBB-Kombi-Angebot mit 20% Rabatt auf die Fahrkarte und 25% Rabatt auf den Eintrittspreis. pd

Neben den grossen Klassikern wie der Landwirtschaft präsentiert das Comptoir dieses Jahr

auch neue Themen wie Tourismus und Mobilität, Mode und Schmuck, erneuerbare Energien und nachhaltige Wohnen oder Genüsse aus aller Welt.

Wie ein roter Faden zieht sich das Thema Gesundheit durch die Ausgabe 2011. Dabei stehen die Prävention, die Förderung, medizinisch-soziale Aspekte sowie die Vorsorge und die Finanzierung im Vordergrund.

Auf über 500 m² erweist das Comptoir Lausanne, die Messe mit eindeutig westschweizerischem Charakter, dem internationalen Jahr des Walds die Ehre.

470 Aussteller präsentieren sich in Lausanne

470 Aussteller präsentieren an insgesamt zehn Ausstellungstagen ihre Produkte und Dienstleistungen. Erwartet werden über 130 000 Besucher. Ehrengäste sind dieses Jahr Lugano und Ägypten. Wichtige Höhepunkte im Programm sind die Swiss Finger Food Trophy und der nationale Wettbewerb «Star de la cuisine – Küchenstar». car

SBV-NEWS

Vorstand SBV: Der Vorstand behandelte das Tätigkeitsprogramm 2012 des SBV, diskutierte die Raumplanung - insbesondere die Kompensation und Mehrwertabschöpfung für neu eingezontes Land - verabschiedete die Botschaft für die Anpassung der Flächenbeiträge per 2012 und eine Statutenrevision zuhanden der Landwirtschaftskammer. In einer Medienmitteilung wies er die Schulzuweisungen an die Landwirtschaft für die vermeintlich hohen Lebensmittelpreise zurück. Zum Abschied des ehemaligen Vizepräsidenten John Dupraz fand die Sitzung in Soral GE statt.

Meisterprüfung: Vier Landwirtinnen und 102 Landwirte aus der Deutschschweiz haben dieses Jahr die Meisterprüfung bestanden. Sie konnten in Belp BE das eidg. Diplom in Empfang nehmen (siehe «Bauernzeitung» vom 26. August 2011).

Ammoniak-Emissionen:

Die Begleitgruppe der vom SBV initiierten Studie zur wirtschaftlichen Tragbarkeit von baulichen Massnahmen zur Reduktion von Ammoniakemissionen hat eine erste Sitzung abgehalten. Sie wurde von den Verfassern der Studie darüber informiert wie die Kosten der Massnahmen geschätzt werden.

Notiz der Woche: Vertreter des SBV wanderten mit Fleischkäufern der Migros auf die Alp Gamserrugg im Toggenburg. Der Ausflug war für die Micarna, den Schafzuchtverband (SZV) und SBV eine Gelegenheit, den Migros-Einkäufern die schweizerische Schafzucht und Lammfleischproduktion, insbesondere aber das Alplammprojekt vorzustellen und aktuelle Fragen zu besprechen. Organisiert wurde der Anlass von der Micarna, die bei diesem Projekt bis jetzt sehr gut mit dem SZV und dem SBV zusammenarbeitet. Das Fleisch von rund 8000 Alplämmern kommt in die Läden der Migros. Siehe auch im Internet www.alplamm.ch (französisch siehe unter www.agneaudalpage.ch). SBV

REKLAME

WIR SUCHEN BAULAND.

Wir suchen für unsere Kunden in der ganzen deutsch- und französischsprachigen Schweiz Bauland für ein oder mehrere Einfamilienhäuser.

Kontaktieren Sie uns:
info@swisshaus.ch
oder 0800 800 897



SWISSHAUS
DAS HAUS, DAS DIESEN NAMEN VERDIENST