

NACHRICHTEN

Gute Hygiene in Glarner Käseereien

Die Kontrolleure der Lebensmittelkontrolle stellen den Alpkäseereien im Kanton Glarus ein gutes Zeugnis aus. Im Rahmen einer kantonalen Untersuchungskampagne wurde in drei Sennereien je eine Käseprobe erhoben. Alle drei Proben waren einwandfrei, teilt der Kanton mit. Die Proben wurden im Mikrobiologielabor des Amtes für Lebensmittelsicherheit und Tiergesundheit untersucht. *pd*

Neue Leitung des Gutsbetriebs Rheinhof

Am 1. Oktober übernahmen Christian Schönholzer und Bettina Jacober die Co-Leitung des Gutsbetriebs Rheinhof des Landwirtschaftlichen Zentrums St. Gallen. Sie sind verantwortlich für die Rindvieh- und Schweinehaltung und den Ackerbau. Währenddessen tritt die frühere Leitung, Vreni und Sepp Vogel, die wohlverdiente Pensionierung an. Sie standen rund 27 Jahre im Dienst des LZSG. *pd*

Lukas Perler wird Kantonstierarzt

Im Kanton Zürich tritt Lukas Perler am 1. November die Nachfolge von Regula Vogel an, die in Pension geht. Der neue Chef des Veterinäramts und neue Kantonstierarzt war bisher als Geschäftsführer von Nutztiergesundheits Schweiz mit Sitz in Zollikofen BE tätig. Bei Amtsantritt wird er nach Zürich ziehen. Als Oberstleutnant der Schweizer Armee verantwortet Perler zudem die militärische Tierseuchenbekämpfung. *pd*

Abonnieren Sie den Newsletter auf www.bauernzeitung.ch

BAUERNNEWS

Auf die Jugend kommt es an

Strohballenarena / Der Bevölkerung soll eine realistischere Wahrnehmung der Landwirtschaft vermittelt werden.

SALENSTEIN «Von lila Kühen und Äpfeln aus dem Tetra Pak.» Unter diesem Motto fand vor einer Woche im Milchviehstall des Arenenbergs die 9. Internationale Strohballenarena (siehe Kasten) statt. Dabei ging es um die Frage, wie es derzeit um die

«Regionale Projekte gilt es zu fördern.»

Markus Hämmerli, Fenaco Genossenschaft

Wahrnehmung der Landwirtschaft bestellt ist. Der Hintergrund dazu: Immer weniger Leute sind in diesem Sektor tätig. «Daher haben auch immer weniger Menschen einen persönlichen Bezug zur Landwirtschaft», stellte Co-Moderator Michael Baldenhofer vom baden-württembergischen Förderprogramm «Leader Westlicher Bodensee» fest.

Vertiefte Informationen

Diese Entwicklung lässt zudem vermuten, dass die Landwirtschaft immer mehr Imagepflege betreiben und die Bevölkerung über landwirtschaftliche Zusammenhänge informieren müsse. Etwa in Form von Aktivitäten wie Schule auf dem Bauernhof oder an Tagen der offenen Türe.

Michael Baldenhofer und Co-Moderatorin Brigitte Frick vom Arenenberg wollten es genauer wissen und fragten drei Fachleute nach ihren Einschätzungen: **Regula Böhi:** «Die Landwirtschaft hat nach wie vor ein gutes Image», ist die Präsidentin des Thurgauer Landfrauenverbandes überzeugt. Aber Image sei nicht gleich Wahrnehmung. Vor allem bei der städtischen Bevölkerung stelle sie ein verzerrtes Bild der Landwirtschaft fest, wel-



Das Image der Landwirtschaft sei an sich nicht so schlecht, finden Markus Hämmerli, Regula Böhi und Andreas Deyer (v.l.n.r.).

(Bild Alexandra Stückelberger)

ches von der Werbung beeinflusst werde. Böhi erzählte, dass die Thurgauer Landfrauen mit ihren Produkten in der Öffentlichkeit auftreten und die Geschichten dahinter erzählen.

«Nur auf den Tisch hauen, geht nicht.»

Andreas Deyer, Badischer Landwirtschaftlicher Hauptverband

Beispielsweise, dass die angebotenen Teigwaren aus Eiern gemacht sind, die nicht der Norm entsprechen. «So etwas interessiert die Konsument(innen)», erklärte sie.

Andreas Deyer: Das Image der Landwirtschaft sei gar nicht so schlecht, meinte auch der Kreisvorsitzende des Badischen Landwirtschaftlichen Hauptverbands (BLHV) im Landkreis Konstanz

(D). Er stellte einen Informationsverlust fest. «Die Landwirtschaftsbetriebe sind gewachsen, man ist immer beschäftigt, doch die Öffentlichkeitsarbeit kommt zu kurz», so Deyer. Er beobachtete, dass man dabei heiklen Themen wie etwa dem Pflanzenschutz aus dem Weg gegangen sei. Auch sei den Konsumenten zum Beispiel der Unterschied zwischen Konventionell und Bio zu wenig bekannt. Um gegen die Informationsdefizite anzugehen, wären unter anderem mehr gemeinsame (Bildungs-)Projekte mit anderen Akteuren sinnvoll, beispielsweise mit dem Naturschutz. «Aber nur auf den Tisch hauen, das geht nicht!», sagte Deyer.

Markus Hämmerli: «Das romantische Bild der Landwirtschaft ist uns zum Verhängnis geworden», sagte der Leiter des Departements Frische/Lebensmittelsicherheit bei der Fenaco Genossenschaft. Um den Dialog zwischen Produzenten und Konsumenten zu fördern, unterstützt Fenaco beispielsweise lo-

kale und regionale Projekte, wie etwa die Ausstellung «Von Heugabeln und Drohnen» im Verkehrshaus der Schweiz. Als Herausforderung nannte Hämmerli, Leute aus der Stadt auf das Land

«Geschichten interessieren die Konsumenten.»

Regula Böhi, Präsidentin des Thurgauer Landfrauenverbandes

sowie die Bauern mit Städtern in Kontakt zu bringen.

Jugend ist Zukunft

Wie sich an der Veranstaltung herausstellte, teilen die Grenzregionen Schweiz und Baden-Württemberg die Erfahrung, dass es in der Bevölkerung oftmals an fundierten Informationen zur Landwirtschaft fehlt. Es wurden konkrete Projekte beidseits der

Gespräche auf Stroh

Die Internationale Strohballenarena greift aktuelle Themen der Land- und Ernährungswirtschaft auf und macht diese der Bevölkerung zugänglich. Organisiert wird die Veranstaltung, bei der die Teilnehmenden im Stall auf Strohballen sitzen und mitdiskutieren, unter anderem vom Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft, vom Arenenberg sowie vom Regionalen Förderprogramm Leader Westlicher Bodensee (D). *stü*

Weitere Informationen: www.strohballenarena.info

Landesgrenzen genannt, welche Konsumenten mit Informationen versorgen und in einen engeren Kontakt mit der Landwirtschaft bringen. Beispiele:

Agro-Image (CH): Fachpersonen aus der Landwirtschaft halten Schullektionen ab.

Agrarscouts (CH): Personen, die den Konsumenten ein authentisches Bild der Landwirtschaft vermitteln (z. B. an Messen).

Schule auf dem Bauernhof (CH), Lernort Bauernhof (D): Schulklassen besuchen einen Bauernhof.

Ernährungsrat Konstanz (D): Projekte zu nachhaltiger Ernährung.

Sowohl Referent(innen) wie auch Stimmen aus dem Publikum unterstrichen die Wichtigkeit, dass das Zielpublikum vor allem Kinder und Jugendliche sein sollen. «Die heutigen Schüler sind die Konsumenten der Zukunft», betonte Jasmin Burkard, Präsidentin von Agro-Image. Dazu, so wurde deutlich, machen konkrete Projekte Sinn. *Alexandra Stückelberger*

Für Schweizer Geflügel auf Achse

KMU Frauen / Margrit Aerne wurde für ihre Verdienste als Chefin von Geflügeltrans ausgezeichnet.

WEINFELDEN Der Verein KMU Frauen Thurgau vergab letzte Woche den Preis Thurgauer Unternehmerin 2023. Margrit Aerne, Geschäftsleitung und Verwaltungsratspräsidentin der Geflügeltrans AG, gehörte zu den drei Finalistinnen. Das Unternehmen mit Sitz in Lanterwil ist seit über 20 Jahren im Geflügeltransport tätig. «Ich freue mich riesig über diese Ehre», sagt Aerne, die seit der Gründung des Unternehmens im Jahr 2000 im Ge-

flügeltransport tätig ist, im Gespräch mit der Bauernzeitung.

Immer noch auf dem LKW

«Diese Nomination gibt mir die Möglichkeit, die Transportbranche sichtbarer zu machen», sagt Margrit Aerne. «Wir sind ein wichtiger Bestandteil in der Wertschöpfungskette von einem Schweizer Produkt.» Mehrheitlich nachts unterwegs mit sensibler Fracht leistet Geflügeltrans einen Beitrag, damit die Konsu-

menten ein feines Geflügelprodukt geniessen können.

Die ursprünglich gelernte Pflegefachfrau hat nach eigenen Aussagen in der Transportfirma ihre Berufung gefunden. «Ich arbeite immer noch gerne im Betrieb und bin hie und da mit dem Lastwagen unterwegs», sagt die 63-Jährige. Natürlich war Durchhaltewille und Energie nötig, um das Unternehmen aufzubauen und zu führen, so die fünffache Mutter. «Aber es war für mich immer mit Freude verbunden. Ich fühle mich in der Transportbranche akzeptiert.»

Als Unternehmerin ist ihr wichtig, Verantwortung zu übernehmen und flexibel zu sein, so dass die Rahmenbedingungen

für Mitarbeiterteam und Firma möglichst optimal sind.

Anerkennung für eine Nische

Die Auszeichnung sei für sie eine Anerkennung für die eigenen Leistungen, aber auch eine Anerkennung für eine Nischenbranche. Seit 2021 ist Geflügeltrans vollständig im Besitz der Familie Aerne. Die zweite Generation ist im Betrieb tätig. *sgj*



Margrit Aerne ist Chefin von Geflügeltrans. (Bild zVg)

Reklame

Laufend lieferbar gesunde, kräftige

Junghennen

braun, schwarz, weiss; div. Eierverpackungsmaterial.



Soller AG Geflügelarm
Riederstrasse 8
9315 Neukirch-Egnach
Tel. 071 477 13 23

IMPRESSUM

112. Jahrgang des «Zentralblatts Land- und Milchwirtschaft», 48. Jahrgang der «Brugg-Informationen», ISSN 1422-5271. Erscheinungsweise: wöchentlich am Freitag.

Auflage: 29 826 Exemplare verbreitete Auflage, beglaubigt WEMF 2022, Grossauflage 9-mal jährlich 42 795 Exemplare, 172 000 Leserinnen und Leser, MACH Basic 2018-1.

Auflage Nordwestschweiz, Bern und Freiburg: 10 280 Exemplare, Grossauflage 15 514 Exemplare.
Auflage Ostschweiz und Zürich: 7 905 Exemplare, Grossauflage 11 765 Exemplare.
Auflage Zentralschweiz und Aargau: 11 600 Exemplare, Grossauflage 14 727 Exemplare.

Herausgeberin: Schweizer Agrarmedien AG, Talstrasse 3, 3053 Münchenbuchsee

Geschäftsführung: Barbara König
Chefredaktorin a.l.: Simone Barth (sb)
Stv. Chefredaktor: Peter Walther (wap)
Blattmacherin: Sera Jane Hostettler (sjh)

Regionaltell Nordwestschweiz, Bern und Freiburg in Bern: redaktion.be@bauernzeitung.ch, Tel. 031 958 33 17, Leitung: Peter Fankhauser (pf).

Regionaltell Ostschweiz und Zürich in Winterthur: redaktion.ost@bauernzeitung.ch, Tel. 052 222 77 28, Leitung: Stefanie Giger (sgj).

Regionaltell Zentralschweiz und Aargau in Sursee: redaktion.sursee@bauernzeitung.ch, Tel. 041 925 80 29, Leitung: Josef Scherer (js).

Redaktion: Ruth Aerni (rae), Reto Betschart (reb), Daniela Clemenz (dc), Viktor Dubský (dub), Armin Emmenegger (aem), Jeanne Göllner (jgl), Livio Janett (lja), Daniela Joder (dj), Jil Schuller (jsc), Alexandra Stückelberger (stü), Carolin Vogel (ca), Cornelia von Däniken (cvd), Andrea Wyss (aw).
Praktikantin: Flurina Monn (fmo). **Lektorat:** Jacqueline Chevrolet, Laura Leupold, John Steinbeck.

Redaktionsadresse: Talstrasse 3, 3053 Münchenbuchsee, Tel. 031 958 33 22, E-Mail: redaktion@bauernzeitung.ch, Internet: www.bauernzeitung.ch

Druck: CH Media Print AG, Im Feld 6, 9015 St. Gallen

Anzeigenmarketing: Schweizer Agrarmedien AG, Talstrasse 3, 3053 Münchenbuchsee, Tel. 031 958 33 33, E-Mail: verlag@bauernzeitung.ch
Inserateschluss: Montag, 12.00 Uhr
Anzeigenpreise: www.bauernzeitung.ch/mediadaten

Abonnementsverwaltung: Bauernzeitung, Talstrasse 3, 3053 Münchenbuchsee, Tel. 031 958 33 37
Abonnementspreis: Fr. 159.- inkl. MwSt.