

Januartagung des Bauernverbandes AR (BVAR)

Erfolg mit Appenzellerfleisch

Kann Appenzellerfleisch auf dem Markt bestehen? Und wer bestimmt den Preis? Fragen, auf die zahlreiche Bauern, Bäuerinnen und weitere Interessierte an der öffentlichen Tagung des Bauernverbandes AR (BVAR) eine Antwort erhielten.

Text und Bild: Esther Zellweger, Speicher



Die vier Referenten der Januartagung: Ernst Rutz, Martin Rufer, Ernst Graber und Vreni Giger (v.l.).

«Wir müssen den Fleischmarkt verstehen und die Wertschöpfung verbessern», mit diesen Worten eröffnete der Präsident Ernst Graf den Spannung versprechenden Nachmittag. «Die Produktion und die Verarbeitung müssen zusammenstehen», erklärte Graf weiter. Denn der Druck vom Ausland werde grösser, vor allem wenn die EU die Milchkontingentierung aufheben will. Wie wichtig die Verständigung zwischen Landwirtschaft und Politik ist, zeigte die Anwesenheit von Ständerat Hans Altherr und Nationalrat Andrea Caroni.

Wahljahr nützen

Frau Landammann Marianne Koller ist vom Erfolg des Appenzellerfleisches überzeugt, ist doch das Appenzellerland mit seiner Landwirtschaft als Sympathieträger eine starke und beliebte Marke. Sie riet den Bauern, einer intakten Zukunftsperspektive bei der Wertschöpfung grössere Bedeutung zu schenken als den Direktzahlungen. Weiter erwähnte die Regierungsrätin die hohe Beteiligung an den

Programmen der Agrarpolitik 2014-17. Dies habe wiederum sinkende Übergangsbeiträge zur Folge.

Erfreut ist sie über die Gemeinden, die den Kanton in der erstmalig flächendeckenden Erfassung der Viehzählung via Internet durch Personal (das den Landwirten bei Bedarf Hilfe anbietet) unterstützt. Ein wichtiges Thema für die Regierung wie auch für die Landwirtschaft sind die Gesamterneuerungswahl 2015 sowie die Reorganisation im Kantonsrat. Der BVAR hat Alfred Stricker, Stein, einstimmig als Regierungsratskandidaten nominiert. «Macht in eurem Umfeld Werbung, spricht mit euren Kindern und geht am 8. März richtig wählen», motivierte Ernst Graf das Publikum. Lerne man doch am Familientisch, sich für Politik einzusetzen.

Tierzahl belebt Markt

«Der Markt bestimmt den Preis, und der Preis gehört zum Erfolg», so Ernst Rutz. Der Geschäftsführer

der Nutz- und Schlachtviehgenossenschaft (NSG) erklärte in seinem Referat die Vorteile der öffentlichen Schlachtviehmärkte. Die NSG ist eine von 29 Marktorganisationen, die von Proviande (der Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft) den Auftrag haben, einen solchen Markt durchzuführen.

Schweizer Fleisch liege voll im Trend, wünscht doch der Konsument ein Produkt, unter dem er sich etwas vorstellen kann, weiss Ernst Rutz. Nach McDonald's und Frisco Findus wolle nun auch Micarna in der Gastronomie nur noch auf inländisches Fleisch setzen. «Bringt eure Tiere an die Annahme nach Herisau, denn viele Tiere sind der Motor dieses Marktes», fordert er die Bauern auf. Auf seine Frage, wieso momentan so wenig Tiere nach Herisau gebracht werden, wollten die anwesenden Bauern nicht antworten. Wieso nicht den Unterschied zum Milchmarkt nutzen? Wenn alle Bauern ihre Tiere an

einen Ort bringen und dem Käufer gegenüberstehen, dann gebe es meistens einen Steigerungsgewinn für den Lieferanten, so die Erfahrung des Geschäftsführers.

Guten Eindruck hinterlassen

Ernst Graber, Leiter Viehbeschaffung bei der Micarna Bazenhaid, informierte über die verschiedenen Fleischmärkte. Vorallem der Bedarf an Schweizer Geflügel werde steigen. Wo früher noch Fehler bei der Urproduktion zu finden waren, sorgen heute Skandale wie ausländisches Gammelfleisch und Falschdeklarationen für Verunsicherung. Er empfahl den Bauern, bei Problemen in der Produktion nicht vorschnell zu reagieren: Überlegen, eine Lösung suchen und der Presse eine Antwort liefern. Sei doch das Vertrauen in die Regionalität, die Nachhaltigkeit sowie Sicherheit und Qualität für viele Konsumenten wichtiger als der Preis. Seit 90 Jahren beweist die Migros ihr unternehmerisches Flair und ist heute der grösste Detaillist der Schweiz. Neu ist eine ökologische Fleischverpackung mit kompostierbarer Schale und 60 Prozent weniger Kunst-

stoff auf dem Markt. «Vermarktet eure Besonderheiten und betreibt Öffentlichkeitsarbeit», empfahl Ernst Graber, «und nützt die kurzen Transportwege zu den Schlachthöfen». Graber ist überzeugt, dass sich Kultur und Tradition ideal mit einem Label wie zum Beispiel «Unesco Biosphäre Appenzellerland» kombinieren liesse.

Einzelstücke sind gefragt

Als Appenzellerin und Gastronomin unterstützt Vreni Giger die Anstrengungen der Bauern im Rahmen der Biodiversität. Sie schaffen Vertrauen, und die Rohstoffe heben sich durch die Nachhaltigkeit von der Masse ab. «Ich kaufe Qualität, und das habt ihr», lobte Vreni Giger. In klaren, deutlichen Sätzen erläuterte die Besitzerin von Vreni Giger's Jägerhof in St.Gallen die Hauptanliegen der Gastronomie. Sie brauche nur Einzelstücke, und zwar recht viele. Die Menüplanung lasse sich dem Angebot etwas anpassen, aber dann müsse auch das Abgemachte geliefert werden! In ihrer Bio-Küche könne sie in kurzer Zeit die Edelstücke von acht Rindern verwenden. «Den Rest müsst

ihr Bauern selber vermarkten! Habt den Mut, sprecht mit der Gastronomie, arbeitet zusammen und liefert ein Superqualität!», so der Tipp der «Köchin des Jahres 2013». Seit 15 Jahren beziehe sie ihr Fleisch von zwei Bio-Metzgereien aus den Kantonen Bern und Aargau, denn in der näheren Umgebung habe sie nichts gefunden. Die erfolgreiche Zusammenarbeit basiere auf Vertrauen, persönlicher Wertschätzung und Qualität!

Rückgrat der Landwirtschaft

Auf fünf von sechs Betrieben wird Fleisch produziert. Dank des hohen Vertrauens in Schweizer Nahrungsmittel ist der Konsument bereit, mehr zu zahlen. Aber wie viel mehr? «Die Labelanteile im Fleischbereich stagnieren. Nicht alle Zusatzleistungen beim Tierwohl können am Markt abgesetzt werden», erklärte Martin Rufer. Der Leiter des Departements Produktion, Märkte und Ökologie beim Schweizer Bauernverband referierte über den Einfluss der politischen Rahmenbedingungen auf dem Schweizer Fleischmarkt. Label seien für den Detailhandel sehr wichtig, der grösste Teil des Fleisches würde jedoch im relativ preissensiblen Nicht-Label-Segment verkauft. Die strategische Stossrichtung beim Markt will dem Importdruck entgegenhalten, die Konsumenten begeistern, unsere Produkte unersetzlich machen sowie auf Augenhöhe der Abnehmer sein. Dazu muss die Koordination zwischen den Produzenten gestärkt werden. Die Proviande, bei der alle wesentlichen Akteure dabei sind, bestimmen über Richtpreis, CH-Tax, Absatzförderung und Importkontingente. Die Zollkontingente werden vom Bundesamt für Landwirtschaft



Auch der gemütliche Austausch soll nicht zu kurz kommen.

(BLW) teilweise zugeteilt, teilweise versteigert. Berücksichtigt werden dabei die aktuelle Marktlage, internationale Verträge sowie die Inlandleistung der Händler, Metzgereien und Schlachthöfe.

Zusammenarbeiten, die Marke Appenzellerland verkaufen, positives Auftreten und Zuversicht: Das Schlusswort des Präsidenten fasste zusammen, was die Referenten vermittelt haben. «Aber wieso werden die höheren Kosten der Schweizer

Nahrungsmittel immer auf die Urproduktion zurückgeführt? Der Zwischenhandel bezahlt doch auch höhere Löhne als im Ausland und bietet Ausbildungsplätze an?», lautete bei der abschliessenden Diskussion eine Frage an den Vertreter der Micarna. Eine klare Antwort blieb aus. Vermutlich ist die emotionale Ebene der Urproduktion (Bauernfamilien, Tierwohl, Bodenschutz) in der Werbung dem Konsumenten einfacher zu verkaufen.

LZSG Salez, Fachstelle Pflanzenschutz

Feuerbrandschutzobjekte melden

Bis zum 15. Februar müssen Feuerbrandschutzobjekte an oder abgemeldet werden. Das gleiche Meldeschlussdatum gilt für einen erstmaligen Antrag für den Streptomycineinsatz.

Feuerbrandschutzobjekte von 2014 werden automatisch als Feuerbrandschutzobjekte in das Jahr 2015 übernommen. Falls Besitzer von Obstanlagen ihre Schutzobjekte abmelden möchten, können sie dies bis zum 15. Februar bei der Fachstelle Pflanzenschutz tun (058 228 24 25).

Bis 15. Februar anmelden

Betriebe, die 2014 neu eine Obstanlage oder einen Hochstammgarten als Schutzobjekt anerkennen lassen möchten, können auf der Internetseite des LZSG das Anmeldeformular herunterladen ([www.lzsg.ch/Beratungsangebot/Pflanzenbau/Pflanzenschutz/Feuerbrand/aktuelle Feuerbrand-Kampagne](http://www.lzsg.ch/Beratungsangebot/Pflanzenbau/Pflanzenschutz/Feuerbrand/aktuelle_Feuerbrand-Kampagne)) oder dieses bei der Fachstelle Pflanzenschutz anfordern. Danach wird das beantragte

Schutzobjekt geprüft. Annahmeschluss ist der 15. Februar.

Ab April kann die Karte «Feuerbrandschutzobjekte» im Internet unter www.geoportal.ch bei der Kartenauswahl «Land-, Forst-, Wirtschaft» nachgeschlagen werden.

Bewilligung Streptomycin

Streptomycin ist 2015 wieder bewilligt. Wie 2014 darf eine Parzelle nur einmal behandelt werden. Wer Streptomycin spritzen möchte, muss einen Antrag an die Fachstelle Pflanzenschutz stellen. Den Produzenten, die letztes Jahr eine Bewilligung hatten, wurden die Unterlagen zur Beantragung direkt zugestellt. Wer erstmals Streptomycin spritzen will, muss sich bis 15. Februar bei der Fachstelle Pflanzenschutz melden (058 228 24 25).

Neben Streptomycin und anderen Mitteln steht erneut LMA (Kaliumaluminiumsulfat) zur Verfügung. Interessierte melden sich bei der Fachstelle Obstbau (058 228 24 76).

Daniela Marschall, LZSG Salez

TELEX

Preise für Lebensmittel fallen weiter. Die globalen Lebensmittelpreise sind 2014 zum dritten Jahr in Folge gesunken. Die Preise der fünf untersuchten Lebensmittelgruppen fielen 2014 um 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Gemäss dem globalen Preisindex für Lebensmittel der FAO sind 2014 die Preise für Getreide, Milch, Öle und Zucker zurückgegangen, während einzig das Fleisch eine Teuerung von 8,1 Prozent durchläuft. Der stärkste Preiszerfall ist beim Getreide zu verzeichnen, welcher gar 12,5 Prozent günstiger wurde. Die FAO erklärt den Preiszerfall mit einer hohen Produktion, vollen Vorratskammern sowie einem starken Dollar und tiefen Ölpreis. *lid.*

Migros-Gastronomie setzt auf Schweizer Fleisch. Seit Beginn des Jahres verwendet die Migros in ihren Restaurants und Take-Aways bei Rinds-, Kalbs-, Schweine- und Pouletfleisch nur noch Schweizer Ware. Damit ist es ihm als erstem Systemgastronomie-Unternehmen gelungen, auch sämtliche Poulet-Produkte aus Schweizer Herkunft anzubieten. Die Umstellung war eine grosse Herausforderung, da nicht nur die ganzen Fleischstücke aus der Schweiz stammen, sondern auch sämtliche Fleischzutaten für Salate, Saucen oder Füllungen. Besonders beim Pouletfleisch war auch die in der Schweiz verfügbare Menge eine Schwierigkeit, die Migros-Gastronomie benötigt pro Jahr 2500 Tonnen. *lid.*