

Familienbetrieben Sorge tragen

Gesellschaftlich und politisch stehen auf kantonaler wie auf Bundesebene verschiedene Veränderungen an, welche die Ausserrhoder Landwirtschaft stark betreffen werden. Dazu organisierte das Amt für Landwirtschaft (ALW) zusammen mit dem Bauernverband Appenzell Ausserrhoden ein Seminar.



«Zukunft Landwirtschaft Appenzell Ausserrhoden»: Unter diesem Thema organisierte der Bauernverband Appenzell Ausserrhoden (BVAR) gemeinsam mit dem Amt für Landwirtschaft (ALW) ein Seminar. Die Teilnehmenden aus den bäuerlichen Vorständen, den Kommissionen, den verschiedenen Ämtern, der Verwaltung, der Politik, den Verarbeitern und aus der Basis befassten sich mit den Herausforderungen und den Perspektiven für die ländliche Region und die Ausserrhoder Landwirtschaft. Wie könnte der Weg in die Zukunft aussehen? Im Nachgang zum letzten Seminar vor sieben Jahren wurden zwei Projekte umgesetzt. Beim Projekt Regionalentwicklung (PRE) schlos-

Das Zukunftsseminar war gut besucht.

sen sich weitere Bauernbetriebe dem «Verein Appenzeller Erlebnisbauernhof» an. Im Weiteren wurde das Landschaftsqualitätsprojekt ausgearbeitet. Dies ermöglichte den Bauernfamilien, zusätzliche Beiträge auszulösen.

Visionen zur Landwirtschaft

Im Einstiegsreferat gab Jakob Scherrer, Leiter des ALW, einen Überblick über die landwirtschaftlichen Strukturen im Kanton Appenzell Ausserrhoden und die Entwicklung des Strukturwandels in den letzten 18 Jahren. Im Vorfeld des Seminars wurden alle Teilnehmenden über ihre Visionen der land-

wirtschaftlichen Entwicklung in 20 Jahren befragt. Der Grossteil der Teilnehmenden erwartete, dass die Familienbetriebe immer noch eine grosse Bedeutung haben und die Fläche und der Tierbestand bei abnehmender Anzahl Betriebe wachsen werden. Die Milchproduktion wird im Appenzellerland, mangels Alternativen, wohl immer noch eine bedeutende Rolle spielen. Die Nebenproduktionsbetriebe, Direktvermarktung, Agrotourismus, Kräutertanbau usw. könnten zunehmen.

Investition in die Zukunft

Die Inputreferate aus der Molkerei- und Metzgereibranche, dem Tourismus und der Sicht des Konsumenten regten zu Überlegungen und Diskussionen an. Markus Forster, ein regionaler Milchverarbeiter aus Herisau, setzt auf eine Vorwärtsstrategie, investiert in die Zukunft und versucht, sich dem Markt anzupassen. Ein guter Milchpreis und ein Mehrwertprogramm ermöglichen den Produzenten ein besseres Einkommen. Die Mehrwertstrategie fährt auch der Metzgermeister und Präsident des Appenzeller Fleischnachverbands Philip Fässler aus Appenzell. Der direkte Tiereinkauf beim Landwirt löst für beide Seiten



Die Seminarteilnehmer bei der Gruppenarbeit.

einen besseren Preis aus. Die Produzenten sowie die Verarbeiter sind auf eine gute Kooperation angewiesen.

Stellenwert der Ernährung

Beat Landolt, Kantonsratspräsident, referierte aus Sicht des Konsumenten, lies aber die Politik auch in sein Referat einfließen. Er fragte sich, was die Klimastreiks der jungen Leute für Folgen haben könnten.

muss konkurrenzfähig sein. Mit der Direktvermarktung, den Bauernmärkten, dem Agrotourismus usw. erleben die Gäste den direkten Kontakt mit den Bauernfamilien. Der Konsument erkennt in den Produkten den Produzenten und erhält dazu eine Geschichte. Es müssen laufend Anstrengungen unternommen werden, damit die Dienstleistungen noch attraktiver gemacht werden. Es wird auch bemängelt,

nen ganz anderen Schwerpunkt. Die verschiedenen Lebensräume für die Tiere, für die Artenvielfalt und vor allem auch für die spezialisierten Tier- und Pflanzenarten werden immer kleiner. Das Insektensterben ist momentan ein vieldiskutiertes Thema. Die Landwirtschaft kann und soll ihren Teil dazu beitragen. Mit ökologisch bewirtschafteten Flächen oder wenig intensiven Wiesen tragen die Bauern bereits einen Teil zur Biodiversität und dem Tourismus bei. Dies können auch die am Wegrand stehen gelassenen Margeriten sein, die das Herz erfreuen.

In den Workshops wurde deutlich, dass für die Appenzeller Bauernfamilien die Eigenständigkeit eine grosse Bedeutung hat. Welchen Weg sie in die Zukunft gehen wollen, müssen sie selber entscheiden. Die Neugier und Offenheit für Neues eröffnet wieder neue Handlungsfelder. Stehen Investitionen an, müssen nicht nur die finanzielle, sondern auch die Arbeitsbelastung berücksichtigt werden.



Das Podium mit den Referenten.

Bilder: Jeannette Stadelmann

Wird dies auf den Fleischkonsum einen Einfluss haben, vielleicht sogar einen Einfluss hin zur veganen Ernährung? Der Stellenwert der Ernährung hat in der Bevölkerung eine unterschiedliche Bedeutung. Bio-Produkte sind nicht für alle Konsumenten erschwinglich. Oder nur, weil die Prioritäten anders gesetzt werden und das Geld für andere persönlichen Bedürfnisse ausgegeben werden?

Sich laufend anstrengen

Das Appenzellerland zieht mit der intakten, sauberen und abwechslungsreichen Landschaft Touristen an. Die Tourismuspräsidentin Monika Bodenmann ist sich bewusst, dass die verschiedenen Erwartungen für die Landwirtschaft eine Herausforderung sind. Die Landwirtschaft pflegt die Landschaft und

dass in der Gastronomie regionale Produkte nur zögernd eingekauft werden.

Beim Referat von Bernard Lehmann, Direktor des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW), war die Agrarpolitik und besonders die AP 2022+ das Schwerpunktthema. Bei der Agrarpolitik prallen viele verschiedene Interessen (Raumplanung, Gewässerschutz, Umweltschutz usw.) aufeinander. Der Weg, um die produzierende Landwirtschaft zu unterstützen und die Umwelt zu schützen, ist eine Gratwanderung. Die Hoffnung bleibt, dass nach der Einführung der AP 2022+ von der administrativen Vereinfachung doch noch etwas zu spüren ist.

Wichtige Eigenständigkeit

Christian Meienberger ist Geschäftsführer von Pro Natura und setzte ei-

Regionalität im Trend

Als Fazit geht aus diesem Seminar hervor, dass den Familienbetrieben Sorge getragen werden soll, indem sie mit optimalen Rahmenbedingungen unterstützt werden. Die Biodiversität spielt im Kreislauf eine wesentliche Rolle. Den Weg zu finden zwischen Produktion und Biodiversität wird für Verwaltung, Verbände und Landwirtschaft eine weitere Herausforderung bleiben. Die Regionalität ist bei den Konsumenten im Trend. Das regionale Angebot in der Gastronomie könnte daher noch ausgebaut werden. Die Marke «Appenzellerland», die sich wie ein roter Faden durch das ganze Seminar zog, könnte als Chance gesehen werden. Diese Idee umzusetzen, wird uns bestimmt noch weiter beschäftigen.

Priska Frischknecht