



Füttern nicht leicht gemacht: Das Kalb ist scheu und flink wie ein Wiesel. (sim)



Die andere Sinneswahrnehmung: ein Balanceakt mit verbundenen Augen. (sim)

Obergärtli «Stallvisite» auf dem Bauernhof Wiesengrund

Visite gegen Gedächtnisschwund

Über 220 Bauernfamilien öffnen landesweit ihre Stalltüren für Besucher. Damit soll der Kontakt zwischen Konsumenten und der Landwirtschaft gefördert werden. Ein Augenschein in Obergärtli.

Sven Zaugg

Es scheint, als beobachte der Schweizer Eiskünstler Stéphane Lambiel das rege Treiben auf dem Bauernhof Wiesengrund mit Argusaugen, daneben lächelt Stephanie Glaser schelmisch, und Ex-Formel-1-Pilot Michael Schumacher blickt zukunftsorientiert in die Ferne. Sie alle tragen es, das hellblaue Hemd, geziert mit der schweizerischsten aller Schweizer Blumen – dem Edelweiß. Und sie alle hängen mit diesem Edelweißhemd an der Wand, sind Plakate und werben für die Schweizer Landwirtschaft.

Modern, nachhaltig, schmackhaft und Bio, so die Schlagwörter, welche die Marketingindustrie für die Schweizer Bauern ausgetüftelt hat. Was auf den Werbeplakaten bislang in abstrakter Form für landwirtschaftliche Produkte warb, wird jährlich praxisnah for-

mulierte. Im Rahmen der «Stallvisite», ein Projekt zur Kampagne «Gut, gibts die Schweizer Bauern», öffnen über 220 Milchbetriebe in der ganzen Schweiz ein Jahr lang ihre Stalltüren für Besucher. Die Gäste sollen dabei Einblicke in eine Welt, die vielen fremd geworden ist, erhalten. «Stallluft schnuppern, dem Landwirt beim Melken zuschauen oder ein Kälbchen streicheln», soll das Projekt laut dem Landwirtschaftlichen Informationsdienst (LID) ermöglichen. Die Bauern erhoffen sich so, Verständnis für den primären Sektor zu schaffen und überdies eine Lanz für ihre Erzeugnisse und den Produktionsstandort Schweiz zu brechen.

Eigeninitiative, statt jammern

Die erste Lanz vor den Medien brach gestern die junge Bauernfamilie Maag aus Obergärtli und öffnete die Stalltüren zu ihrem 30 Hektaren grossen Bio-Hof Wiesengrund. «Ein Blick zurück auf die vergangenen Jahre unseres Bio-Hofs gibt uns Recht: Statt über Dinge zu jammern, die sich verschlechtern, haben wir mit viel Eigeninitiative und unternehmerischem Mut unseren Hof auf drei Standbeine gestellt», sagte Maag in seinem kurzen Referat. Dazu gehören die biologische Bewirtschaftung, ein zum Event-Raum umgestalteter Saustall und die Betreuung von sozial benachteiligten Personen. «Gemeinsames Woh-

nen und Arbeiten, eine sinnvolle Beschäftigung, konstante Betreuung und familiäres Umfeld sind nirgends so nahe liegend wie auf einem Bauernhof», erklärte Maag.

Der Bauernhof Wiesengrund ist ein Beispiel für den Strukturwandel in der Schweizer Landwirtschaft. Nur noch etwas 3,5 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer leben auf einem Bauernhof. Damit hätten immer weniger Leute einen direkten Bezug zur Landwirtschaft, während die emotionale und beziehungsweise Distanz zwischen Stadt und Land laufend zunehme, so der LID.

Dem Strukturwandel angepasst

Hansjörg Walter, Nationalrat und Präsident des Schweizerischen Bauernverbands, zog in seinem Referat eine Zwischenbilanz des laufenden Strukturwandels: «Die Bauernfamilien haben ihre Strukturen angepasst, Kosten gesenkt, Nischen erschlossen und neue Wege wie die Direktvermarktung, Agrotourismus und Energieproduktion eingeschlagen.» Die «Stallvisite» soll als Brückenschlag dienen, um das Vertrauen und das Wissen über die umwelt- und tierfreundliche Produktion auszubauen, so Walter.

Gar Auswüchse eines kollektiven Gedächtnisschwunds ordnete Markus Rediger, Projektleitung Stallvisite vom LID. «Die meisten kennen Nutztiere nur noch

aus den Medien. Manch eine Familie weiss mehr über exotische Zootiere als über die Kühne eines Bauern in der Nachbarschaft, deren Milch sie täglich konsumiert. Viele Kinder und Jugendliche denken, dass Milch aus der Fabrik oder dem Supermarkt komme und es in der Natur lilaarbene Kühe gebe.» Mit der «Stallvisite» soll diesem Unwissen abgeholfen werden.

Blind wie eine Kuh

Damit die «Stallvisite» auf dem Bauernhof Wiesengrund nicht nur zu einem optischen Erlebnis wird, zeigen sehbehinderte Menschen auf einem Rundgang, welche Sinnesindrücke wahrgenommen werden, wenn die Augen verbunden sind. Unter dem Motto «Blinde Kuh» darf an fünf verschiedenen Posten Milch degustiert, über Balken balanciert, Kälber gefüttert, über Geräusche auf dem Bauernhof gerätselt und an frischem Heu gerochen werden.

Für Peter Gfeller, Präsident Schweizer Milchproduzenten (SMP), soll damit ein Gegenentwurf zur Welt entstehen, «in welcher unsere Landwirtschaft und die Lebensmittel zunehmend medial, intellektuell und virtuell wahrgenommen werden».

«Stallvisite» auf dem Bauernhof Wiesengrund: Bis im Herbst jeden Tag von 17 bis 18.30 Uhr während der Melkzeit.