Pressespiegel Ringgemeinschaft Bayern

September 2016

RINGGEMEINSCHAFT BEI VION IN HOLLAND

Zwei Tage Studienreise machen hungrig. Also gab es für die Vertreterinnen und Vertreter der Ringgemeinschaft Bayern e. V. erst einmal etwas Ordentliches auf die Gabel. Derek Oorburg, Group Quality Manager von Vion, ließ in Enschede köstliche Steaks servieren und stieg dann voll in das Thema „Beter Leven" ein. Er hob gemeinsam mit dem Konzeptmanager Landwirtschaft Dr. Stephan Kruse die Vorreiterrolle von Vion als Mitinitiator des Tierschutzlabels des niederländischen Tierschutzbundes hervor. Der Vortrag „Erfolg des Beter-Leven-Schweinefleischprogramms in den Niederlanden" kam sehr gut an. In 90 Prozent des niederländischen Lebensmitteleinzelhandels wird heute ausschließlich Schweinefleisch aus dem Beter-Leven-Tierschutzprogramm verkauft. Da seit Beginn 2016 auch Wurstwaren im Beter Leven Programm vermarktet werden, kann nun das Fleisch des gesamten Tieres im holländischen Tierschutzlabel genutzt werden. Das wirkt sich auf die Kalkulation und Preisgestaltung ausgesprochen positiv aus.

Foto: Ringgemeinschaft Bayern e.V.

Geschäftsführerin Dr. Friederike Zeller (Foto) von der Ringgemeinschaft führte die Delegation aus Bayern an. Begleitet wurde sie neben vielen Vorstandsmitgliedern und Geschäftsführern auch von Dr. Gerhard Wittkowski, Ausschussvorsitzender Tiergesundheit der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Rinderzüchter (ADR), und Dr. Georg Beck vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten. Nach ausführlicher Diskussion reiste die Studiengruppe weiter ins niederländische Koudum zu den Flagshipfarms Anton Stokman. Auch hier im Fokus: die nachhaltige Landwirtschaft.

Ao Agrar, Sept. 2016

Ringgemeinschaft

agrartotal (r/München) - Am **17. September** öffnet das Zentrale Landwirtschaftsfest seine Pforten. Die Ringgemeinschaft ist wie jedes Mal mit von der Partie.

Gemeinsam mit der Erzeugergemeinschaft und Züchtervereinigung für Zucht- und Hybridzuchtschweine in Bayern (EGZH) informieren wir Sie an unserem Stand über Neuigkeiten aus der Tierhaltung.

Besuchen Sie uns **täglich von 9 bis 18 Uhr im Tierzelt, Halle 14, am Stand 16 und 17**.

Bitte beachten Sie: In diesem Jahr gelten auf dem Oktoberfest und damit auch auf dem Gelände des ZLF besondere Sicherheitsvorschriften:

Rucksäcke und große Taschen: bis zu einem maximalen Fassungsvermögen von 3 Litern bzw. einer Größe von maximal 20x15x10 cm . Das Verbot wird an den Zugängen kontrolliert.

Gefährliche Gegenstände: Keine Sprühdosen, Messer – darunter fallen auch „Hirschfänger“ in der Lederhose – oder Glasflaschen.

Kleinkinder: Kinderwägen sind auf dem Gelände des ZLF bis 18 Uhr erlaubt – auch an den Wochenenden. Nutzen Sie die Zugänge über Tor 3 und 4.

Anfahrt: Das ZLF ist gut mit Bus und Bahn erreichbar mit U3 und U6 bis Goetheplatz oder Poccistraße. Vom Hauptbahnhof aus erreichen Sie das ZLF am besten zu Fuß.

agrarTotal, 14. September 2016,

http://agrartotal.eu/galliarchiv.html?month=201609

Ferkel →

Die stabile Preislage am deutschen Mastschweinemarkt stützt weiterhin den Ferkelpreis. Am Ferkelmarkt halten sich Angebot und Nachfrage einigermaßen die Waage. Der VEZG-Ferkelpreis lag Mitte August konstant bei 55,50 Euro/Stück. Die Preise tendieren seitwärts.

landwirt, Nr. 17., 1. Sept. 2016

Offensive Öffentlichkeitsarbeit

Anna Katharina Wittke macht seit Kurzem Öffentlichkeitsarbeit für bayerische Landwirte. Die 30-Jährige ist die neue Mitarbeiterin in der Geschäftsstelle der Ringgemeinschaft Bayern e.V., die Dachorganisation bayerischer Erzeugergemeinschaften, Fleischerzeugerringe und Besamungsstationen. Hier übernimmt Anna Katharina Wittke sämtliche PR- und Marketingmaßnahmen und wirkt bei der Imageverbesserung der bayerischen Landwirtschaft aktiv mit.

Als Mitarbeiterin im Bereich Öffentlichkeitsarbeit ist es ihr Herzensanliegen Fürsprecherin für die Landwirtschaft zu sein und den Verbrauchern näher zu bringen, was diese leistet.

top agrar, Süd plus Sept 2016

Bei Demonstrationen mit Parolen wie „Akzeptieren Sie das?" – „Tiere sind keine Ware!" – „Lasst uns den Blick auf die Tiere ändern!" steht häufig die konventionelle Schweinehaltung im Zentrum der Kritik. Aber: Wie soll die Branche damit umgehen? *Foto: HUANG Zheng/shutterstock*

Öffentlichkeitsarbeit

Reden wir über die Schweinehaltung!

Wenn es darum geht, die moderne Nutztierhaltung zu präsentieren, beteiligen sich verschiedenste Gruppen: Tierschützer, Presse, TV oder Werbefachleute. Wer dabei meist fehlt: die Landwirte selbst. Öffentlichkeitsarbeit kostet Zeit, wird aber besonders für die Schweinebranche immer wichtiger.

Von Katharina FOHRINGER

Ein Mann kniet am Boden. Er ist fast nackt, trägt nur eine hautfarbene Unterhose. Zwischen seinen Beinen tropft eine rote Flüssigkeit auf den Boden. Vor seinem nackten Oberkörper hält sie ihm seine Hoden ab. Eine etwa 30jährige Frau am Infostand erklärt: „So geht es jährlich über 20 Mio. Ferkeln (Anm.: in Deutschland) auf landwirtschaftlichen Betrieben. Sie werden

An dem Infostand der verantwortlichen Tierschutzorganisation gibt es aber noch mehr zu sehen als eine Blutlache unter den Beinen des Akteurs. Mit einer Virtual Reality-Brille können Interessierte in einem YouTube-Video aus Sicht des Schweines „sehen, was sich hinter verschlossenen Türen befindet". Das Gerät simuliert einen Rundgang in spanischen Schweineställen. Und zwar vom Deckzentrum über den Abferkelbereich bis hin zum Schlachthof. Spanien deshalb, weil es für Deutschland und Österreich keine Videos gebe, erklärt die Mitarbeiterin am Infostand. Es sei schwierig, hier eine Erlaubnis zum Filmen zu bekommen. „Zwischen spanischen und deutschen oder österreichischen Betrieben besteht aber so gut wie kein Unterschied, weil in allen EU-Mitgliedsstaaten das gleiche Tierschutzgesetz gilt", sagt die Aktivistin.

Der deutsche Musiker Thomas D moderiert das Video. Im Deckzentrum sagt er: „Die Mädchen werden immer wieder gegen ihren Willen befruchtet. Ihnen werden alle ihre Kinder genommen. Immer und immer wieder." Der mittlerweile wieder bekleidete Aktivist, der zuvor das kastrierte Ferkel gemimt hatte, ergänzt: „Eine Lösung wäre es, gar kein Fleisch mehr zu essen. Ich zum Beispiel ernähre mich seit Jahren vegan. Und es geht mir hervorragend. Es wäre aber auch schon gut, zumindest weniger Fleisch zu essen." Das Video läuft weiter. Im Abferkelbereich liegt eine Sau auf einem ihrer neugeborenen Ferkel. Sie hat es eben erdrückt. Kein Kommentar vom Moderator. Der virtuelle Rundgang führt weiter in Richtung Maststall. Spaltenböden und ein verletztes Tier in der Ecke.

Das Video wurde innerhalb von fünf Monaten über 340.000 Mal auf YouTube aufgerufen und fast 4.000 Mal kommentiert. Viele schreiben, sie seien schockiert darüber, dass die Schweinehaltung in der Realität so aussehe. Späterer Kommentar unter dem Video: „Wurde das Schwein in der Ecke am Oberschenkel aufgegessen?" Antwort eines anderen Zusehers: „Ja."

Bilder prägen

Am Land bekommt man wenig mit von Infoständen, Homepages und Kampagnen der Tierschutzorganisationen. In der Stadt ist die Neugierde darüber, wie es in österreichischen und deutschen Ställen wirklich zugeht, jedoch groß. Deshalb baut eine bekannte Organisation jeden Freitag und Samstag ihre Infotische im Zentrum von Wien, Linz, Graz und Innsbruck auf. Man trifft sie auch bei Konzerten und vor Messehallen an. Zusätzlich gibt es noch eine Sommertour mit dem Schwerpunkt Schweinehaltung.

Den Konsumenten fehlt es an Information direkt vom Bauern. Sie können sich nichts unter moderner Tierhaltung vorstellen. Dabei wissen nicht nur Städter, sondern auch zunehmend Menschen aus ländlichen Regionen kaum etwas über die Landwirtschaft. Sie wissen nicht, warum Sauen künstlich besamt werden, warum man Eberferkel kastriert und warum man Ferkel nach vier Wochen von ihren Muttertieren trennt. Sie wissen auch nicht, warum Vollspalten besser sein sollen als Stroheinstreu, warum nicht alle Schweine im Freiland gehalten werden, geschweige denn wie viel Euro einem Mäster pro Schlachtschwein bleiben. Woher sollen sie es auch wissen?

Viele Menschen, die sich für die Schweinehaltung interessieren, holen sich ihr Wissen aus dem Internet. Da stößt man gleich auf Einträge von Tierschutzorganisationen. Interessierte beziehen ihr Wissen oftmals aus YouTube-Videos, Facebook-Seiten von NGOs oder kritischen Reportagen im Fernsehen über Skandale in der Landwirtschaft, am Schlachthof und in der Fleischindustrie. Oder sie verwechseln moderne Tierhaltung mit Werbeidylle à la sprechendes Schweinchen. Kaum aber vom Bauern aus dem Nachbardorf. Den Bauern, der selbst erzählt, findet man schwer. Homepages, Videos und Blogs von Landwirten tauchen oft erst weit unten im Suchfenster auf. Dabei versuchen immer mehr Landwirte, gegen den Imageverlust der Schweinebranche anzukämpfen. Projekte dazu stellen wir Ihnen in der LANDWIRT-Ausgabe 18 vor.

Fest steht, dass Tierschutz-Aktionen in Einkaufsstraßen effektvoll sind. Sie bleiben stärker im Gedächtnis als die Erklärungen eines einzelnen Landwirts. Diese Erklärungen kommen oft eher als Jammerei rüber denn als sachliche Information. Den Konsumenten ist es egal, ob der Bauer Geldsorgen hat. Wichtiger ist ihnen das Wohl der Schweine. Sie wollen direkt in den Stall reinschauen. Und: Finden sie dort gesunde und aktive Schweine vor, dann löst das bei ihnen mehr Emotionen aus als Zeitungsartikel oder Fernsehdokumentationen. Das bestätigt Anna Katharina Wittke von der Ringgemeinschaft Bayern (das Interview finden Sie auf Seite 30): „Was die Menschen hier gesehen haben – nämlich, dass es den Tieren gut geht –, kann ihnen kein negativer Medienbericht mehr nehmen." Ein Tag der offenen Stalltür könnte also weit mehr positive Eindrücke bei den Konsumenten hinterlassen als der zigste Bericht über einen Tierschutzskandal.

Auf den folgenden Seiten haben wir Branchenkenner befragt, warum das Image der Tierhalter so schlecht ist und wie die Landwirte darauf reagieren können. ■

„Der Verbraucher muss zwangsläufig von der heutigen Realität geschockt sein“

Ulrich Nöhle beschäftigt sich mit Kommunikation und Medienarbeit in der Lebens- und Futtermittelindustrie. Die Landwirtschaft hat aus seiner Sicht zu lange auf Öffentlichkeitsarbeit verzichtet. Sein Credo: Vorurteilen mit Aufklärung begegnen.

Ein Interview von LANDWIRT Redakteurin Katharina FOHRINGER

LANDWIRT: Warum kritisiert die Gesellschaft die moderne Tierhaltung immer stärker? Geht es uns zu gut?

Ulrich Nöhle: Ja, wir leben in einer medial sich täglich inszenierenden Überflussgesellschaft. Wir sind so reich wie nie und es geht uns so gut wie nie. Die Lebenserwartung hat sich in den letzten 150 Jahren verdoppelt und wir sterben nicht mehr an Unterernährung oder Infektionskrankheiten, sondern dämmern mit 84 Jahren mehr oder minder selig dement hinüber. Wir haben vor allem eines: Zeit, uns aufzuregen. In den 1950er-Jahren betrug die tägliche Arbeitszeit zwölf Stunden, es gab zwei Wochen Urlaub und wir gaben 47 % des verfügbaren Nettoeinkommens für Lebensmittel aus. Der Tante-Emma-Laden führte 200 Artikel. Heute arbeiten wir 7,5 Stunden pro Tag, haben effektiv sechs Wochen Urlaub und geben nur noch 11 % des verfügbaren Nettoeinkommens für Lebensmittel aus. Ein großer Supermarkt führt 32.000 Artikel. Ja, es geht uns unglaublich gut. Da nehme ich mir schon mal die Freiheit, mich über alles aufzuregen, denn es gibt ja genug von allem. Wir haben uns in diesem Überfluss so weit von der Realität entfernt, dass die meisten Verbraucher nicht mehr in der Lage sind oder auch kein Interesse mehr daran haben, sich mit der Realität der Lebensmittelerzeugung auseinanderzusetzen. Wozu denn auch, es ist ja alles da.

In der Werbung läuft ein sprechendes Ferkel herum. Schrecken reale Bilder den Konsumenten ab?

Ja, zweifellos. Unser Wohlstand führt auch zu einer doppelten Moral in der Beurteilung unseres Umfeldes. Fleisch essen: Ja gerne. Tiere schlachten: Oh Gott – das geht doch nicht! In den 1950ern hatten die meisten Verbraucher noch eine Beziehung zum Nutztier. Sie haben es gesehen und wussten, dass es geschlachtet wird, um etwas zu essen zu haben. Heute sind die hochveredelten Teile des Tieres hygienisch fertig verpackt – das dazugehörende Tier? Wo sind denn hier Tiere?

Ist den die Realität in der konventionellen Tierhaltung Konsumenten überhaupt zumutbar?

In der Welt der doppelten Moral: nein. Die Branche hat es 40 Jahre lang verabsäumt, den Verbraucher in die Realität der Lebensmittelerzeugung mitzunehmen. Werbung läuft immer noch mit der Alm-Idylle oder dem Fachwerkbauernhof. Der Verbraucher muss zwangsläufig von der heutigen Realität geschockt sein. Die Automobilindustrie hat es anders gemacht. Jedes Jahr wurde das neueste Modell mit allertollsten technischen Features beworben...und gekauft. Bestes Beispiel ist Audi mit dem Slogan „Vorsprung durch Technik“. Man stelle sich vor, ein Lebensmittelhersteller würde werben mit „Vorsprung durch Technik“.

Wie sollen wir Schweinefleisch bewerben?

Zunächst einmal muss die Lebensmittelwirtschaft ganz einfach einmal den Stand der Technik beschreiben. Bis zu 3.000 Sauen befinden

sich in einem Stall und nicht mehr 20. Die Wurfgröße beträgt 15 und nicht mehr zehn. Die Ferkelverlustrate beträgt 14,5 % und ist deutlich geringer als in den 1950ern, weil wir die Tiere behandeln. Ähnliches gilt für die Geflügelaufzucht und die Milcherzeugung. Wir halten Tiere, um sie zu essen. Und wer Fleisch essen will, muss Tiere töten. Gleichzeitig müssen wir aber dringend an der kontinuierlichen Verbesserung der Haltungssysteme arbeiten, denn die Umstände, unter denen wir Tiere halten, sind sicherlich nicht optimal und vom Verbraucher auch nicht einsehbar. Nur wenn wir den Stand der Technik kommunizieren und gleichzeitig die Rahmenbedingungen deutlich verbessern, werden wir zu einer gesellschaftlich akzeptierten Nutztierhaltung kommen, die dann auch so beworben werden kann.

Was erwartet der Konsument von der Tierhaltung?

Am liebsten, dass alles so ist wie bei Oma: acht Schweine, zwölf Kühe, 22 Hühner und zwei Hähne. Alle leben draußen und man kann sie streicheln.

Interessiert es die schlecht verdienende Gesellschaftsschicht, die im Discounter einkauft, überhaupt, welche Wurst sie isst und wie sie produziert wird?

In der Regel nicht, weil sie auch kaum eine Alternative hat. Aber man darf nicht alle über einen Kamm scheren: auch Besserverdienende kaufen im Discounter ein. Dafür können sie dann sechsmal pro Jahr in Urlaub fahren oder sich den neuesten BMW leisten. Jeder hat eben seine Lebensstrategie.

„Wer nicht kommuniziert, der verdunkelt."

In Städten finden sich zahlreiche Infostände von Tierschutzorganisationen. Wie sollen Landwirte darauf reagieren?

Gar nicht. Es ist das Geschäftsmodell der NGOs, mit ganz bestimmten Bildern Spendengelder einzuwerben. Wie soll ausgerechnet der „Täter", also aus deren Sicht der Landwirt, die NGO davon überzeugen, von ihrem Vorhaben abzulassen? Das wäre vergebene Liebesmüh', genauso als ob ein überzeugter Fahrradfahrer einem Autoverkäufer abgewöhnen wollte, Autos zu verkaufen. Die Landwirte sollten besser ihre Zeit und Energie darin investieren, Verbraucher und Medien von ihrem Handeln auf ihrem landwirtschaftlichen Betrieb zu überzeugen.

Überlassen die Nutztierhalter den NGOs und der Presse mit ihren Skandalbildern und dem Handel mit seinen verkitschten Werbebildern zu einfach das Feld?

So ist es. Die NGOs fordern die Einhaltung ihres Weltbildes und werben für sich mit dem Skandal. Auf der anderen Seite wirbt der Handel mit der Hofidylle. Niemand erklärt den Normalfall. Das ist die Aufgabe der Industrie und eben auch der Nutztierhalter. Schluss mit der Idyllisierung der Tierhaltung.

Interessiert es die Konsumenten denn, wie schlecht es den Landwirten wirtschaftlich geht? Letztendlich zählt bei der Kaufentscheidung im Geschäft nur der Preis.

Der Durchschnittsverbraucher interessiert sich nicht für vorgelagerte Prozessschritte von Produkten, die er kauft – weder für Haushaltsgeräte, Textilien noch Lebensmittel. Alle regen sich über einstürzende Textilfabriken in Bangladesch auf...und kaufen am nächsten Tag eine Jeans für 9,99 Euro. Genauso regen sich alle über Massentierhaltung auf und kaufen Lebensmittel ausschließlich nach Preis und Geschmack. Ein klassischer Fall von doppelter Moral. Gleiches gilt für Bio und Fair Trade. Im Kamerainterview in der Fußgängerzone sagen fast alle Angesprochenen, sie seien für Bio und Fair Trade. Doch in Deutschland stagniert der Bioabsatz seit 20 Jahren bei 6,3 % und der Fair-Trade-Absatz bei 0,5 %.

Warum tun sich die Landwirte so schwer, ihre Anliegen zu kommunizieren? Mangelt es vielleicht auch an Solidarität innerhalb der Branche bzw. an Unterstützung von Seiten der Interessenvertretungen?

Jedes Unternehmen hat eine Marketingabteilung und einen Pressesprecher – nur die Landwirtschaft nicht. Landwirte müssen ihre eigenen Prozesse kommunizieren und die Verbände müssen die Landwirte viel stärker mit Material und mit Handlungsanleitungen dabei unterstützen. Einfachstes Beispiel: Jedes Ein-Mann-Unternehmen hat eine Homepage. Wie viele Landwirte außer den Selbstvermarktern haben eine eigene Homepage bzw. besser noch eine Facebook-Seite?

Was würde Sie persönlich als Konsument ansprechen: Facebook, Twitter, Stallblog... oder doch der gute alte Tag der offenen Hoftür?

An erster Stelle stehen für die Zukunft ganz klar die Kanäle, deren Inhalte man teilen kann. Facebook und Twitter in Verbindung mit YouTube sind momentan die effektivsten Instrumente, um eine Information möglichst zeitnah und weit an seine Freunde zu verbreiten. Tage der offenen Tür am Hof sind auch wichtig – aber dann erreichen Sie nur die Personen, die auf dem Betrieb anwesend sind. Wenn Sie jetzt Ihre einzelnen Prozessschritte der Tierhaltung noch mit Einzel-Videos unterlegen, die mittels QR-Code im Stall von den Besuchern hochgeladen und dann mittels des Stall-W-LANs sofort an ihre 200 Freunde verbreitet werden, dann haben Sie auf Ihrem Hof nicht 80 Besucher, sondern 80 mal 200 gleich 16.000. Wenn von denen 25 % das Stallvideo an ihre jeweiligen 200 Freunde via Facebook versenden, dann haben sie 800.000 Personen erreicht. Total verrückt? Nein, Medienmanagement! ■

Prof.Dr. Ulrich Nöhle ist Lebensmittelchemiker, Interim-Manager und Medientainer für Lebensmittel & Futtermittel und Honorarprofessor für Qualitätsmanagement an der TU Braunschweig.

Foto: Nöhle

„Schon die Kommunikation im Kleinen bringt viel."

Anna Katharina Wittke von der Ringgemeinschaft Bayern e.V. unterstützt Landwirte bei Fragen rund um die richtige Kommunikation.

Foto: Wittke

Anna Katharina Wittke: „Zeigen Sie den Konsumenten, wie Tierhaltung wirklich aussieht."

LANDWIRT: Warum wird Öffentlichkeitsarbeit zunehmend wichtiger – ist das Image der Tierhalter so schlecht?

Anna Katharina Wittke: Das Image der konventionellen Tierhaltung hat in den vergangenen Jahren massiven Schaden erlitten. Verbraucher haben sich von der heutigen Landwirtschaft entfernt, können sich nicht mehr mit den hochmodernisierten Abläufen in den Ställen identifizieren. Viele stehen der konventionellen Tierhaltung kritisch gegenüber. Negative Berichte in den Medien stützen diese Haltung mit emotionalen Bildern und Berichten. Es ist an der Zeit, dass wir dem entgegenwirken. Wir müssen klarmachen, dass jeder Landwirt am Wohl seiner Tiere interessiert ist. Und wir müssen erklären, warum Prozesse so sind, wie sie sind: welche Vorteile Spaltenböden haben, warum Ferkel kastriert werden und warum ein Verzicht auf das Schwanzkupieren derzeit nicht möglich ist. Wir brauchen eine ehrliche, authentische und vor allem sachliche Kommunikation nach außen. Nur so können wir das Vertrauen der Verbraucher zurückgewinnen.

An welchen Projekten arbeiten Sie aktuell?

Ich nutze ich die üblichen Instrumente der Unternehmenskommunikation: Ich schreibe Pressetexte für die Fach- und Allgemeinmedien, kümmere mich um Anfragen von Journalisten und betreue unsere Mitglieder – die Fleischerzeugerringe, Erzeugergemeinschaften und Landwirte – bei Fragen rund um die Kommunikation. Langfristig wollen wir auch auf Facebook aktiv werden. So können wir schneller mit unseren Mitgliedern kommunizieren. Besonders am Herzen liegt mir die Beratung und Betreuung der Landwirte. Derzeit unterstütze ich vor allem die HeimatLandwirte, eine Initiative aus Schweinehaltern, die selbst Gelder gesammelt und eine Imagekampagne gestartet haben. Ich helfe ihnen bei Kommunikationsfragen und übernehme die Textarbeit für sie. Aber auch nicht organisierten Landwirten habe ich schon helfen können.

Außerdem hat die Ringgemeinschaft zusammen mit dem Bayerischen Bauernverband eine Imagekampagne ins Leben gerufen. Es wird Plakataktionen, Radiospots und eine Homepage geben. Das ist ein besonders interessantes Projekt, da hier mehrere Verbände branchenübergreifend zusammenarbeiten.

Wie können einzelne Landwirte ihre Kommunikation verbessern?

Seitdem es die Öffentlichkeitsarbeit bei der Ringgemeinschaft gibt, haben wir viele Anfragen von Landwirten erhalten, die Unterstützung in Sachen Kommunikation brauchten. Viele wollen sich aktiv beteiligen und etwa einen Tag des Offenen Hofes organisieren. Das bedeutet natürlich einiges an Arbeit für die Landwirte. Wir unterstützen und erledigen die Pressearbeit für sie. Ich schreibe die nötigen Pressetexte, stelle den Kontakt zu Medienvertretern her, nehme Journalistenanfragen für die Landwirte an und berate sie, worauf sie z.B. bei Interviewanfragen achten sollten.

Wichtig ist auch, dass die Landwirte den Verbrauchern und Kritikern zuhören. Wir müssen wahrnehmen, was diese von der Landwirtschaft erwarten und darauf eingehen. Wir müssen Probleme offen ansprechen und das Signal geben: Wir tun etwas, um die Situation zu verbessern. Es gab vor kurzem einen kritischen Leserbrief zu einer geplanten Mastanlage. Der Brief war sehr emotional gestaltet und zielte darauf ab, dass in dem geplanten Stall Tiere gequält würden, weil sie zu wenig Platz hätten. Unsere Reaktion: ein Interview mit dem Vorsitzenden des zuständigen Fleischerzeugerringes, der fundiert sachliche Informationen gibt.

Welche Kanäle zur Kommunikation empfehlen Sie Landwirten?

Schon die Kommunikation im Kleinen bringt viel. So etwa der direkte Kontakt zu den Menschen, die im Umfeld des Betriebs wohnen. Der Landwirt kann sie zu sich auf den Hof einladen und ihnen zeigen, wie es im Stall aussieht. Was die Menschen hier gesehen haben – nämlich, dass es den Tieren gut geht –, kann ihnen kein negativer Medienbericht mehr nehmen. Außerdem kann man die Anwohner fragen, was sie sich von einem wünschen: Zum Beispiel, dass der Bauer rechtzeitig ankündigt, wann er Gülle ausbringt. Das kann er über eine Whatsapp-Gruppe melden: „Liebe Nachbarn, lasst heut von neun bis elf Uhr die Fenster zu, ich bringe Gülle aus."

Über die neuen Medien kann man viele Menschen erreichen. Man kann die Informationen auch mit Bildern und Videos unterlegen. In Deutschland gibt es schon ein paar sehr erfolgreiche Seiten zum Beispiel „Massentierhaltung aufgedeckt". Dahinter stehen Landwirtschaftsstudenten, die Aufklärungsarbeit leisten und zeigen, wie es in deutschen Ställen wirklich aussieht. Unser Ziel muss es sein, die wirkliche Landwirtschaft darzustellen, nicht eine ideelle. ■

Diese Image-Strategien verfolgen die Erzeugergemeinschaften in Österreich

Die Kommunikation mit den Konsumenten beschäftigt auch die Erzeugergemeinschaften in Österreich. Der LANDWIRT hat beim VLV, der Styriabrid und Gut Streitdorf nachgefragt, wie sie das Image der Schweinebranche verbessern wollen.

Walter Lederhilger, VLV/VÖS

„Die Möglichkeiten des VLV, Öffentlichkeitsarbeit im größeren Stil zu finanzieren, sind begrenzt. Die Schweinebauern zahlen mit ihren Marketingbeiträgen jährlich ca. 3,5 Mio. Euro in die AMA Marketing ein. Wir sehen unsere Aufgabe darin, unser Know-how einzubringen, um Werbelinien mitzubestimmen. Bei der Herbstmesse Wels ist die Branche mit einer Tierausstellung und einem Grillpavillon vertreten. Die Bauern stellen auf ihren Feldern Infotafeln zu unserem Markenprogramm Gustino und zur Kreislaufwirtschaft auf. Im Marketingausschuss des VÖS werden die Aktivitäten der Landesverbände diskutiert. Derzeit wird der Schweinelehrpfad neu gestaltet. Ein zweites bundesweites Projekt befasst sich mit Anpassungen beim AMA Gütesiegel. Wir sind gerade dabei, die Details für die Einbindung der Ferkelstufe ins AMA Gütesiegel umzusetzen. Vor kurzem wurde die Gruppe „Die jungen Veredler im VLV gegründet." Eine ihrer Aufgaben wird es sein, die neuen Medien zu bedienen. Was die Haltungsformen betrifft, müssen wir die strengen Vorgaben im österreichischen Tierschutzgesetz noch besser kommunizieren."

Hans-Peter Bäck, Styriabrid

„In Österreich ist die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit breit aufgestellt. Die AMA finanziert bundesweite Werbekampagnen und stellt Broschüren und Produktbewerbungen zur Verfügung. Einen weiteren Beitrag leisten die Landeslandwirtschaftskammern, die regionale Schwerpunkte setzen.
Die Erzeugergemeinschaften haben nicht das Budget und die personelle Ausstattung um hier in die Breite zu gehen, setzen aber immer wieder Schwerpunkte. Unsere Organisation veranstaltet Produktpräsentationen und Charity-Events für Bedürftige. Hier arbeiten wir eng mit der Initiative „Saugut" zusammen. Wir haben z.B. Produkte vom Schwein zu Ostern und zu Weihnachten an Sozialmärkte in der Steiermark geliefert. Ich bin besonders stolz darauf, dass Landwirte Schweinefleisch für die Sozialmärkte spenden, das von einem Schlachthof gratis zerlegt und verpackt wird.
In der Steiermark gibt es die Initiative Schule am Bauernhof. Besonders bemüht ist hier der Betrieb Trummer in Grabersdorf, der viel Zeit in das Vermitteln der Schweineproduktion steckt."

Johann Nolz, Gut Streitdorf

„Die Landwirte sind oft verunsichert, wenn ihnen Konsumenten Fragen zur Schweinehaltung stellen. Es kommt leider auch immer wieder vor, dass sie von Tierschützern angegriffen werden. Damit sie darauf reagieren können, hat die Erzeugergemeinschaft Gut Streitdorf gemeinsam mit der Landwirtschaftskammer Niederösterreich eine Argumentationsbroschüre für Schweinehalter herausgebracht. Im Herbst wird es bei internen Veranstaltungen eine Schwerpunktaktion geben. Einer dieser zukünftigen Schwerpunkte wird sein, die Konsumenten direkt anzusprechen und ihnen unsere regionalen Produkte wie das Tullnerfelder oder Donauland Schwein schmackhaft zu machen. Wenn ihnen unser Fleisch schmeckt, werden sie es wieder kaufen. Gut Streitdorf hat eine eigene Marketingabteilung, die sich mit der Bewerbung der Regionalprodukte befasst. Breite Öffentlichkeitsarbeit können wir uns nicht leisten, aber wir bieten unseren Bauern Unterlagen an, wie z.B. Kochbücher für Veranstaltungen. In Niederösterreich sind die Hauptansprechpartner für richtige Kommunikation die Landeslandwirtschaftskammer, der Bauernbund und die Bäuerinnen."

NEUER VEREIN WIRBT FÜR BAYERISCHE BAUERN

Monika, ihre Mädels und die Milch

„Meine Mädels und ich geben alles für Ihren Latte Macchiato“ – Monika Mayerhofer aus Vogtareuth (Kreis Rosenheim) wirbt seit gestern auf großen Plakaten in München für die bäuerliche Landwirtschaft. Es ist die erste Aktion des neuen Vereins „Unsere bayerischen Bauern“. Geschäftsführerin Eva-Maria Haas erklärt, was es mit der Kampagne auf sich hat.

Ungewöhnliches Motiv: Ein neugegründeter Verein wirbt seit gestern mit Plakaten in München und Umgebung. Dahinter steht eine Kampagne, die mehr Nähe zwischen Verbrauchern und Erzeugern schaffen will. FOTO: SCHLAF

Was haben die „Mädels“ von Monika Mayerhofer mit meinem Latte Macchiato zu tun?

Auf dem Hof in Vogtareuth wird Milch erzeugt. Latte Macchiato enthält zum Großteil Milch – und so ist es gut möglich, dass Sie die Milch von Monikas Kühen in Ihrem Kaffee haben.

Die Plakate gehören zur ersten Kampagne Ihres Vereins. Um was geht es?

Der Verein ist im Frühling auf Initiative des Bayerischen Bauernverbands gegründet worden. Sein Ziel ist es, wieder mehr Nähe zu schaffen zwischen dem Verbraucher und dem Erzeuger. Zu erklären, wie die Produkte erzeugt werden, die wir täglich genießen und verzehren. Wir wollen Neugierde wecken. Die Menschen sollen sich Gedanken machen, woher die Lebensmittel kommen, die wir täglich essen. Toll wäre, wenn es wieder eine größere Wertschätzung und Anerkennung der bäuerlichen Arbeit gäbe.

Dass die Verbraucher bereit wären, etwas mehr Geld für nachhaltige Lebensmittel aus der Region zu bezahlen?

Das wäre natürlich traumhaft. Aber Wertschätzung heißt zunächst einmal schon Anerkennung der Arbeit und des Engagements. Wir können uns hier in Bayern glücklich schätzen, dass rund die Hälfte der Gesamtfläche land- und forstwirtschaftlich bewirtschaftet wird und wir heimisch erzeugte Produkte kaufen können.

Die Kühe sind eines der Motiv auf den Plakaten – was noch?

Die Kampagne ist langfristig angelegt. Wir wollen alle Bereiche der Land- und Forstwirtschaft sowie der Fischerei nach und nach zeigen. Hierzu gehören auch Gemüse, Hopfen, Obst, Fleisch, Getreide und Geflügel, Wein, Wald und die Energiegewinnung.

Wer gehört Ihrem Verein an?

Mit dabei sind der Bauernverband, die Ringgemeinschaft, der Milchförderfonds, die Geflügelwirtschaft, der Waldbesitzerverband, der Fachverband Biogas. Mitglieder sind unter anderem das Landeskuratorium der Erzeugerringe der tierischen Veredelung, der Grundbesitzerverband, „Urlaub auf dem Bauernhof“, die BayWa und die Vereinigung der bayerischen Wirtschaft. Der Kreis unserer Mitglieder wächst.

Eva-Maria Haas, Geschäftsführerin von „Unsere bayerischen Bauern“

Was kann Ihr Verein besser als die einzelnen Verbände?

Wir bündeln die Energie, damit Interessierte einfach zentral alle wichtigen Informationen rund um die Erzeugung in Bayern finden können. Wichtig ist uns auch die reelle und moderne Landwirtschaft zu zeigen, die jeder sieht, wenn er einen Wochenendausflug aufs Land macht.

Ist die Plakataktion auf München beschränkt?

München bietet sich jetzt an: Wir haben bald viele Besucher durch das Zentral-Landwirtschaftsfest und das Oktoberfest in der Stadt. Die Kampagne wird auch in kleineren Städten und an gut frequentierte Verkehrsknotenpunkten zu sehen sein.

Auf welchen Wegen wollen Sie die Verbraucher sonst erreichen?

Das Herzstück der Kampagne ist die Informations- und Serviceplattform www.unserebauern.de. Dort finden Interessierte alle Informationen über die Erzeugung, die Produktvielfalt, Porträts über die Kampagne-Bauern, kurze Filme, Veranstaltungstipps, Einkaufsmöglichkeiten und Rezepte. Es geht uns darum, die Qualität und die Vorteile unserer heimischen Erzeugung hervorzuheben.

Eine Reaktion auf die vielen Diskussionen, die derzeit über Tierhaltung, Lebensmittelskandale und Arzneimittel-Einsatz geführt werden?

Ich glaube, dass ein besserer und permanenter Dialog notwendig ist. Es wird Zeit für die Landwirtschaft Werbung zu machen und Aufmerksamkeit zu schaffen, wie es jedes andere große Unternehmen, jeder Markenartikelhersteller auch tut. Die Bauern haben das bisher so nicht getan. Und das wollen wir jetzt gebündelt im Verein angehen.

Interview: **Claudia Möllers**

„ Unsere Bayerischen Bauern" startet Imagekampagne mit Plakaten, Info-Portal und vielem mehr

Der im Frühjahr gegründete Verein „Unsere Bayerischen Bauern e. V." setzt sich für die bayerischen Landwirte und ihre Produkte ein - und macht den Verbrauchern deutlich, wie viel Arbeit in hochwertigen Lebensmitteln steckt.

Verbraucher fordern immer mehr Transparenz -vor allem bei Lebensmitteln. Dieses Bedürfnis erfüllt der im April gegründete Verein „Unsere Bayerischen Bauern e.V." jetzt mit einer großangelegten Imagekampagne. Unübersehbar sind die Plakate in München, die dem Großstädter heimische Bauern und ihre Erzeugung vorstellen. Die dort abgebildeten und weitere bayerische Landwirte finden User auch auf der Website unsere-bauern.de wieder - präsentiert in ebenso informativen wie unterhaltsamen Porträts. Auf diese Weise rückt der Verein die Gesichter hinter den Produkten in den Fokus und bringt den Konsumenten die Vielfalt der bayerische Land- und Forstwirtschaft sowie der Fischerei nahe. „Erst wenn klar wird, wie viel Know-how, Engagement und Arbeit in jedem Produkt stecken und welche Menschen dafür tagtäglich ihr Herzblut einbringen, können Verbraucher Lebensmittel aus Bayern so wertschätzen, wie sie es verdienen", erläutert Geschäftsführerin Eva-Maria Haas die Idee hinter der Kampagne. „Jetzt setzen wir die Qualität unserer heimischen Erzeugung ins rechte Licht."

Regionalität und Frische
Die Kampagne, die unter dem Motto „Für alle nah" steht, legt vor allem Wert auf die Regionalität und Frische der Produkte. „Wir möchten beim Verbraucher ein Bewusstsein für die Vorteile der regionalen Erzeugung schaffen", so Haas. Diese Vorteile kann man schmecken: Auf der Website unsere-bauern.de verlost der Verein regelmäßig die Bayernkiste voll bayerischer Produkte vom Mehl über Kartoffeln bis zu Äpfeln, Wein und Öl. Außerdem finden User auf der Homepage neben einem Veranstaltungskalender, Freizeitangeboten auf dem Land und zahlreichen Rezepten auch die nächste Einkaufsmöglichkeit direkt vom Bauern.

„Ode an die Bäuerin" - zum kostenlosen Download
Auch die beliebte Band „Die CubaBoarischen" unterstützt die Kampagne des Vereins. Die Stimmungs-Band, die sich mit ihrer Mischung aus bayerischer Volksmusik und südamerikanischen Klängen und Rhythmen bereits auf der Wiesn und in Havanna in die Herzen vieler Fans gespielt hat, texteten ihren Erfolgssong „Schwiegermutter, tanz amoi!" für "Unsere Bayerischen Bauern" um. Die neue Version „Bäuerin, mei bist du scheel" ist eine Ode an die Landwirtin und beschreibt das Leben und Arbeiten auf dem Bauernhof. Wer jetzt neugierig geworden ist, lädt sich den Song kostenlos auf www.unsere-bauern.de herunter.

Über „Unsere Bayerischen Bauern e. V."

Der Verein „Unsere Bayerischen Bauern e. V." wurde im April 2016 auf Initiative des Bayerischen Bauernverbandes gegründet. Hinter der Initiative steht eine Interessengemeinschaft land- und forstwirtschaftlicher Organisationen aus allen Bereichen der bayerischen Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei. Ihr Ziel ist es, den regionalen Erzeugern zu mehr Wahrnehmung und ihren Produkten zu mehr Ansehen zu verhelfen und damit die vielfältige, stark durch die Landwirtschaft geprägte bayerische Kulturlandschaft zu fördern und zu erhalten.

Zu den Mitgliedern und Förderern des Vereins zählen der Bayerische Bauernverband, die Ringgemeinschaft Bayern e. V., der Bayerischer Milchförderungsfonds, der Landesverband der Bayerischen Geflügelwirtschaft e. V., die BayWa AG, das Kuratorium Bayerischer Maschinen- und Betriebshilfsringe e. V., der Bayerischer Waldbesitzerverband e. V., der Fachverband Biogase. V., der BLV Buchverlag GmbH & Co. KG, das Landeskuratorium der Erzeugerringe für tierische Veredelung in Bayern e. V., die vbw - Vereinigung der Bayerischen Wirtschafte. V., der landwirtschaftliche Buchführungsdienst (LBD GmbH), der Verband der Bayerischen Grundbesitzer e. V., die VVG Nordbayern e. G., der Landesverband Bauernhof und Landurlaub Bayern e. V., die Bayernhof Erzeugergemeinschaften Vertriebs-GmbH, der Bayerische Staatsforsten AöR.

Locally.de, 13. September 2016

http://www.locally.de/nachricht/39095/unsere-bayerischen-bauern-startet-imagekampagne-mit-plakaten-info-portal-und-vielem-

Jeder Einzelne ist gefordert

von Sepp Kellerer

München - Der Verein "Unsere Bayerischen Bauern" will die Wirtschaftsweise und die Produkte der Bauern ganz nah an den Verbraucher herangetragen.

© BLW/Archiv

Ein Kommentar von Sepp Kellerer, Wochenblatt- Chefredakteur, sepp.kellerer@dlv.de

Sicher keine leichte Aufgabe hat sich der Verein „Unsere Bayerischen Bauern“ gestellt. Er möchte die Landwirtschaft wieder in die Mitte der Gesellschaft rücken – wie es vielleicht ein Politiker ausdrücken würde. Man kann das besser formulieren: Die bayerischen Bauern, ihre Wirtschaftsweise und ihre Produkte sollen ganz nah an den Verbraucher herangetragen werden.

Wie gesagt, keine leichte Aufgabe, wo es doch derzeit schick – oder gar ein Geschäftsmodell – ist, die Landwirtschaft an den Pranger zu stellen, sei es in der Politik, sei es bei den Umweltverbänden oder sei es in den Medien. Gerade deshalb aber ist der Schritt umso notwendiger.

Was mich bei dem neuen Ansatz positiv stimmt, ist die breite Basis, auf der der Verein steht. Quer über alle Produktionsrichtungen und -strukturen der Landwirtschaft tragen und unterstützen landwirtschaftliche Organisationen die Kampagne, und zwar nicht nur ideell sondern auch finanziell. Es ist nun einmal so, dass Imagekampagnen ohne Geld nicht machbar sind.

Eines ist aber auch klar: Geld allein macht nicht glücklich, mit anderen Worten: Alleine wird der Verein es nicht schaffen. Er braucht die Unterstützung möglichst aller Bäuerinnen und Bauern in Bayern. Nochmal anders ausgedrückt: Es ist nicht möglich, sich mit ein paar Euro Beitrag von der Öffentlichkeitsarbeit freizukaufen.

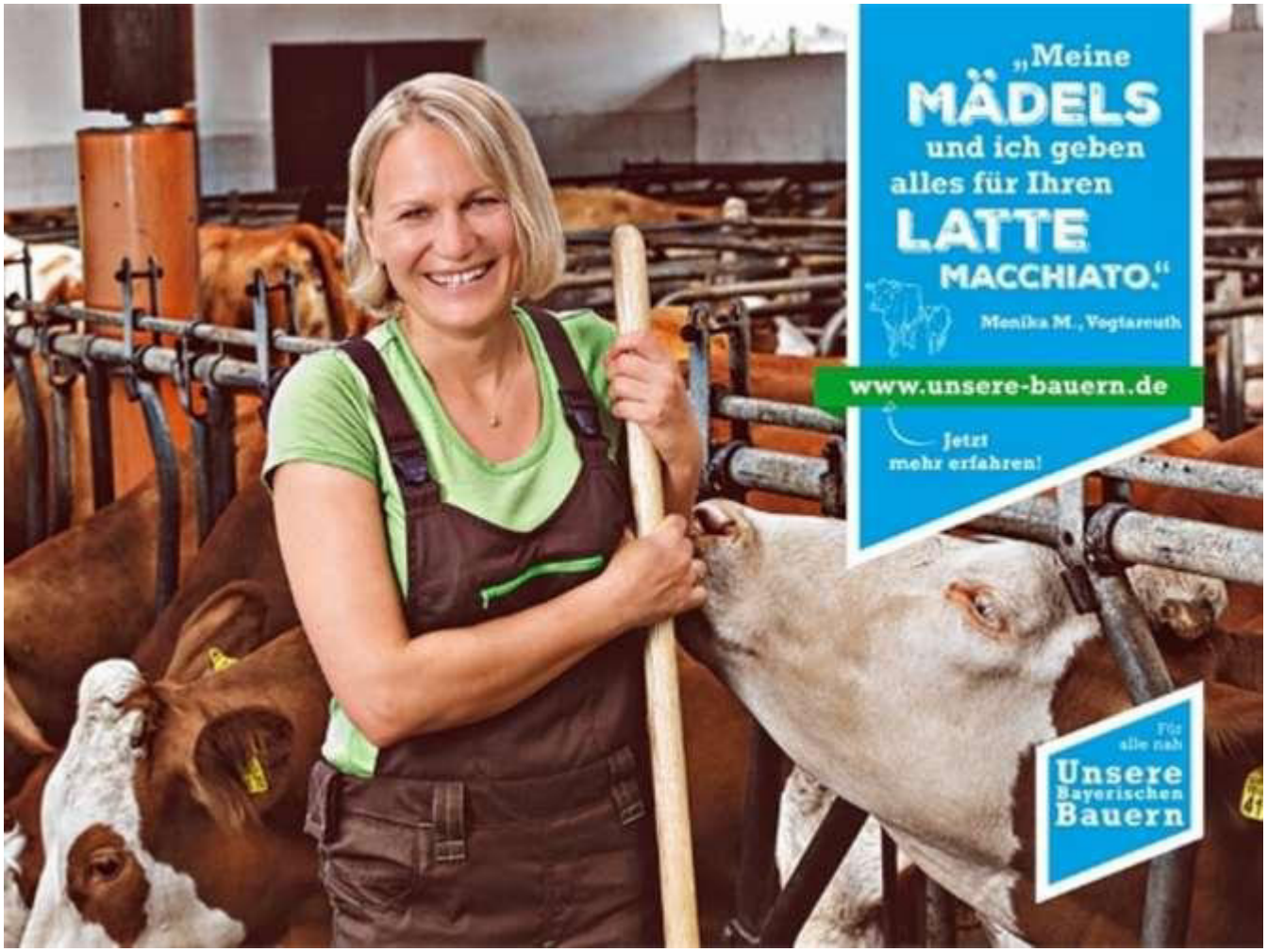
Jeder von Ihnen, liebe Leser, ist aufgerufen, sich an der Imagekampagne zu beteiligen. Jeder von Ihnen kann bei sich zu Hause, im Dorf und in der Gemeinde zu einem positiven Image für die Landwirtschaft beitragen, in seiner täglichen Arbeit und in den Gesprächen mit den Nichtlandwirten im Dorf. Und wenn die Berufskollegen am gleichen Strang ziehen und in die gleiche Richtung, dann wird das greifbare Bild vor Ort die fernen Bilder aus den Medien überstrahlen

Bayerisch Landiwrtschaftliches Wochenblatt, 15. September 2016

http://www.agrarheute.com/wochenblatt/news/einzelne-gefordert

LANDWIRTIN AUS VOGTAREUTH PRÄSENTIERT SICH HEUTE BEIM ZENTRAL-LANDWIRTSCHAFTSFEST IN MÜNCHEN

Plakative Bäuerin aus Leidenschaft



Plakative Bäuerin: Dieses Plakat mit Monika Mayerhofer wirbt für Erzeugnisse regionaler Landwirte. re

© OVB

In ihrem Kuhstall, umgeben von ihrem Milchvieh, fühlt sich Monika Mayerhofer (38) richtig wohl und daheim. Heute darf die Milchbäuerin aus Vogtareuth allerdings nicht ihre Kühe umsorgen, sondern sich bei der Eröffnung des Bayerischen Zentral-Landwirtschaftsfestes (ZLF) in München den Besuchern präsentieren. Denn Mayerhofer ist eines der Gesichter der neuen Kampagne „Für alle nah – Unsere Bayerischen Bauern", die für regionale Erzeugnisse wirbt.

Vogtareuth – Sie sind ein eingespieltes Team: Monika Mayerhofer (38) vom Adl moar-Hof in Vogtareuth und ihr Mann Hans (45). Das Ehepaar führt seinen Milchbetrieb seit 15 Jahren, und das bereits in der dritten Generation. Die Milchbäuerin weiß also, wovon sie spricht, wenn sie heute zur Eröffnung des 126. Bayerischen Zentral-Landwirtschaftsfests (ZLF) auf der Theresienwiese in München stellvertretend für die bayerischen Milchbauern auf der Bühne steht.

Monika Mayerhofer ist Teil einer bayernweiten Imagekampagne, die der Verein „Unsere Bayerischen Bauern e.V." vorstellt. Unter dem Motto „Für alle nah – Unsere Bayerischen

Bauern e.V.“ wird dabei für die Frische und Qualität der regionalen Produkte und landwirtschaftlichen Erzeugnisse geworben. Das Gesicht der „Bäuerin aus Leidenschaft“, wie sich Monika Mayerhofer selbst bezeichnet, wird in den kommenden Monaten Passanten in bayerischen Großstädten von großen Plakaten entgegenlächeln.

„Das ist schon ein komisches Gefühl, auf den Plakaten aufzutauchen“, sagt die 38-Jährige auf Anfrage unserer Zeitung. Sie selbst habe zwar noch kein Plakat gesehen, aber schon ein Foto, auf dem mehrere Passanten das Plakatmotiv betrachten. „Da sieht man dann erst, wie groß die Motive sind.“ Der Job als Kampagnengesicht hat ihr Spaß gemacht. Allerdings fühlt sich die 38-Jährige, die „keine Modellkarriere geplant hatte“, in ihrem Kuhstall mindestens genauso wohl, wie die dreifache Mutter betont: „Ich bin nicht so der Mensch, der gerne in der Öffentlichkeit steht.“

Und trotzdem muss sie heute bei der Eröffnung des Zentral-Landwirtschaftsfestes vor den Besuchern sprechen. „Alle Gesichter der Kampagne, die nach verschiedenen Landwirtschaftszweigen aufgeteilt sind, müssen eine Frage beantworten“, erklärt Mayerhofer, deren Aufregung in den vergangenen Tagen merklich zugenommen hat. Zudem musste das Ehepaar für heute den Arbeitsablauf auf dem eigenen Hof umgestalten, um die Tiere auch ordentlich versorgen zu können. „Da hat dann sogar der Freund der Tochter mitgeholfen, weil die Mannsbilder ja letztlich schneller für die Abfahrt nach München angezogen sind“, so Mayerhofer, die bereits um 8.30 Uhr in München sein muss.

Milch wird in der Region verarbeitet

Doch wie ist die Bäuerin vom Adlmoar-Hof eigentlich zu der Ehre gekommen? „Mein Mann ist Obmann beim Bayerischen Bauernverband in Rosenheim und von den Verantwortlichen des Vereins angesprochen worden.“ Bei einer Besichtigung des Hofs hatte sich Eva-Maria Haas, Geschäftsführerin des Vereins „Unsere Bayerische Bauern“, dann schnell von der Qualifikation des Betriebs überzeugt. Selbstverständlich hat sich das Ehepaar Mayerhofer auch dem Thema Regionalität verschrieben, wie die Bäuerin erklärt: „Wir vermarkten zwar nicht selbst, liefern unsere Milch aber an einen Molkereibetrieb in der Nachbarschaft.“ Und noch ein Attribut, das die 38-Jährige mit einem Satz auf den Punkt bringt, hat sie für den Job qualifiziert: „Ich bin einfach sehr gerne Bäuerin.“ mw/re

OVB online, 17. September 2016

http://www.ovb-online.de/rosenheim/rosenheim-land/plakative-baeuerin-leidenschaft-6756304.html

Damit der Verbraucher wieder Vertrauen fasst

Der neue Verein „Unsere Bayerischen Bauern“ will die Wertschätzung für die Landwirtschaft erhöhen.

Geschäftsführerin Eva Maria Haas (Zweite von links) stellte auf der Herbstversammlung der Dillinger Ortsobmänner den Verein „Unsere Bayerischen Bauern“ vor. Das Konzept überzeugte auch Kreisbäuerin Hannelore Schmid, die Kreisobmänner Klaus Beyrer und Albert Sporer, deren Stellvertreter Jürgen Meitinger und BBV-Kreisgeschäftsführer Eugen Bayer (von rechts). Foto: BBV

In Gottmannshofen trafen sich die Dillinger Ortsobmänner des Bayerischen Bauernverbands (BBV) zu ihrer letzten gemeinsamen Tagung in der laufenden Wahlperiode. Die Kreisobmänner Klaus Beyrer und Albert Sporer stellten auf der Herbstversammlung die Bedeutung eines starken Berufsverbands heraus, der von der Fleisch- über die Milch- und Energieproduktion bis hin zum Ackerbau, gleich ob ökologisch oder konventionell, die Interessen und Bedürfnisse aller Landwirte vertritt. Als einen Schritt in die richtige Richtung bezeichnete Sporer die Intensivierung der Werbung für die heimische Landwirtschaft durch den Verein „Unsere Bayerischen Bauern“. Geschäftsführerin Eva Maria Haas stellte den Obmännern die Aktivitäten des neuen Vereins vor.

Die Liste der Problemfelder, mit denen sich der BBV in den vergangenen fünf Jahren beschäftigte, ist lang. Beyrer führte hier insbesondere den Hochwasserschutz an, der die Arbeit des Berufsverbands im Kreis Dillingen dominiert habe. Beim Thema „Flutpolder“ zeichne sich derzeit noch kein Sinneswandel ab. Der BBV werde nicht akzeptieren, dass der bäuerliche Grund und Boden weniger wert sein soll als andere Dinge, auf die es den Hochwasserschützern ankommt.

Nicht weniger beschäftigten den Bauernverband der Verfall der Agrarpreise, die ständige Verschärfung der Produktionsauflagen und die Ansprüche an das Tierwohl. „Unter solchen Bedingungen ist es für die deutschen Landwirte schwierig, sich auf den globalisierten Märkten zu behaupten“, sagte Beyrer. Immerhin habe der BBV erfolgreich für Erleichterungen in der aktuellen Agrarkrise gekämpft. Bereits vom Tisch seien beispielsweise der geplante Sachkundenachweis für bäuerliche Tierhalter und das Verbot der Anbindehaltung. Um das für 2019 geplante Verbot der betäubungslosen Ferkelkastration doch noch abzuwenden, wurde aufgrund einer Initiative der Bauernverbände in Bayern und Baden-

Württemberg eine Studie in Auftrag gegeben. „Was wäre, wenn es keinen BBV gäbe?“, fragte Kreisobmann Albert Sporer und gab die Antwort gleich selbst: „Dann dürften wir beispielsweise schon ab August keine Gülle mehr ausbringen.“ Ohne Einsatz des Berufsverbands ließe die Politik auch die Milchviehhalter im Regen stehen. Selbst das Angebot von 14 Cent pro Liter nicht produzierter Milch sei nur eine politische Augenwischerei, aber führe auf dem Markt nicht zu einer Entlastung. Nötig sei vielmehr eine intensive Werbung für Agrarprodukte, wie sie früher die CMA geleistet hat, betonte Sporer. „Die Bevölkerung muss erkennen, welche Leistungen die Landwirte für sie erbringen, und dann wieder stolz auf ihre Bauern sein.“ Genau darauf zielt der neu gegründete Verein „Unsere Bayerischen Bauern“ ab, den Geschäftsführerin Eva Maria Haas vorstellte.

Zu den Gründungsmitgliedern gehören neben dem BBV und der Ringgemeinschaft Bayern weitere bäuerliche Organisationen und Unternehmen aus dem Agrarsektor. Vorsitzender ist BBV-Präsident Walter Heidl, sein Stellvertreter Stephan Neher, Vorsitzender der Ringgemeinschaft.

Der Verein will die Wahrnehmung, die Wertschätzung und das Image der bayerischen Land- und Forstwirtschaft und damit langfristig deren Wertschöpfung verbessern, erklärte Haas. Um dieses Ziel zu erreichen, leiste der Verein eine Basiskommunikation mit den Verbrauchern, die sich vielfach von der Landwirtschaft entfremdet hätten und sich in ihren Ansichten vom Sensationsjournalismus leiten ließen. (pm)

Augsburger Allgemeine, 18. September 2016

http://www.augsburger-allgemeine.de/dillingen/Damit-der-Verbraucher-wieder-Vertrauen-fasst-id39108572.html

Mirjam Hofstetter, Verantwortliche Basiskommunikation, vor einem Plakat der neuen Imagekampagne in der Münchner U-Bahn. (Bildquelle: zVg)

Eine neue Imagekampagne in Bayern stellt die Menschen hinter den landwirtschaftlichen Produkten vor: Bäuerinnen und Bauern. Als Vorbild diente die Basiskommunikation des Schweizer Bauernverbands.

Das Oktoberfest in München gilt als das grösste Volksfest der Welt. Alle vier Jahr findet während den ersten acht Tagen parallel dazu das Bayerische Zentral-Landwirtschaftsfest (ZLF) statt. Im Rahmen der Eröffnungsfeier des ZLF stellte der Bayerische Bauernverband (BBV) die neue Imagekampagne „Für alle nah – Unsere Bayerischen Bauern" vor. Gestartet wird mit einer Plakatkampagne und einem Online-Portal. Bäuerinnen und Bauern verschiedenster Produktionszweige treten als authentische Botschafterinnen und Botschafter für bayerische Produkte auf. Wie aktuell in der Schweiz wird auch in Bayern mit originellen und frechen Sprüchen die einheimische Landwirtschaft beworben.

Ziel der Kampagne ist, den Konsumentinnen und Konsumenten die Vielfalt der bayerischen Land- und Forstwirtschaft näherzubringen und die Wertschätzung für regionale Lebensmittel zu stärken. Sie wurde nach dem Vorbild der Basiskommunikation „Gut, gibt's die Schweizer Bauern" lanciert, teilt der Schweizer Bauernverband (SBV) mit. Im Vorfeld der Lancierung fanden intensive Kontakte zwischen dem SBV und dem BBV statt. Zur Eröffnung des ZLF und der Präsentation der Imagekampagne wurde eine Delegation des SBV eingeladen. Der SBV zeigt sich erfreut darüber, dass seine Arbeit auch über die Landesgrenzen hinaus auf Interesse stösst und wird die Arbeit des BBV mit grossem Interesse verfolgen.

Schweizer Bauer, 20. September 2016

https://www.schweizerbauer.ch/politik--wirtschaft/agrarwirtschaft/imagekampagne-nach-schweizer-vorbild-30969.html

Wie kann man moderne Landwirtschaft vermitteln?

© Elisabeth Jahrstorfer

Die Diskussionstreilnehmer: (v. l.) Leonhard Ost, Eva-Maria Haas, Simon Michel-Berger, Jörg Migende, Beate Strobel.

von Elisabeth Jahrstorfer

München - Am ersten Stammtisch des Wochenblattes auf dem ZLF haben Vertreter verschiedener Sparten das Thema diskutiert: „Fortschritt und Tradition: Wie soll sich die Landwirtschaft präsentieren? Die Moderation hatte der stellvertretende Chefredakteur Simon Michel-Berger.

Viele Menschen haben heute keinen Bezug mehr zur Landwirtschaft und wissen nicht, wie ihre Nahrungsmittel produziert werden. Dazu kommt, dass moderne Landwirtschaft oft ein schlechtes Image hat.

Um das Image der Landwirtschaft zu verbessern, wurde im September der Verein „Unsere Bayerischen Bauern e.V.“ gegründet. Dafür haben sich Vereinigungen aus vielen Bereichen der Landwirtschaft zusammengetan. Geschäftsführerin Eva-Maria Haas erklärte das Ziel der Aktionen: „Mit der Kampagne „Für alle nah – Unsere Bayerischen Bauern“ wollen wir die reale Landwirtschaft in ihrer ganzen Vielfalt darstellen und mehr Nähe und Verständnis zwischen Verbraucher und Erzeuger schaffen.“

Die Landwirte stellen ihre Arbeit auf Plakaten selbst vor. Im Internet finden sich dann Filme, die die Produktion genauer zeigen. „Es gibt keine besseren Kommunikatoren als die Landwirte selbst“, sagte Eva-Maria Haas. Sie ermunterte die Landwirte, auch mit den Medien zusammenzuarbeiten und nach vorne treten. „Wir unterstützen sie dabei“, sagte sie.

Die Chefredakteurin der Zeitschrift „echt Bayern“ Beate Strobel glaubt, dass das Interesse daran wie Lebensmittel produziert werden noch nie so groß war, wie jetzt. Gleichzeitig habe eine gewisse Romantisierung ihre Berechtigung, da sich die Menschen an einer heilen Bilderwelt erfreuen. Auch wenn sie wissen, dass das nicht echt ist. Die Journalistin und Psychologin ist überzeugt, dass sich auch High-Tech Landwirtschaft mit schönen Wörtern gut verkaufen lasse. Nach dem Motto: Medizin muss auch schmecken. Im Konflikt zwischen Landwirtschaft und Verbraucherinteresse müsse der Journalist beide Seiten darstellen und Verständnis für jede wecken. Er dürfe nicht Partei ergreifen. „Unsere Leserschaft möchte das Authentische.“

Auf der letztjährigen Agritechnica präsentierten sich die Maschinenringe mit einem Film, der die Bedeutung der Landwirtschaft für die Gesellschaft aufzeigte. „Wir erhalten die Kulturlandschaft und produzieren einwandfreie Lebensmittel. Darauf können wir Landwirte stolz sein“, sagte MR-Präsident Leonhard Ost. Landwirte seien immer in der Verteidigungsrolle, das interessiere niemanden. Die Menschen wollten Emotionen. „Wir müssen noch viel besser werden, uns darzustellen“, sagte er. Dabei ist ihm bewusst, dass die Landwirte teils an ihrem schlechten Image mitschuld sind. Um hier gegenzuwirken haben die Maschinenringe den Fahrer-Knigge für Biomassetransporte entwickelt. Mit dem Vortrag „Vom Bauerndorf zum Dorfbauern“, versuche der MR, den Landwirten ihre veränderte Rolle näher zu bringen. Landwirte müssten bei ihrer Arbeit auf die Nachbarn Rücksicht nehmen.

Das bedeute zum Beispiel: mit den riesigen Fahrzeugen maximal mit 30 km/h durch den Ort fahren, um 22 Uhr mit dem Arbeiten aufhören und nicht am Freitag nachmittag neben der Siedlung Gülle fahren. „Wir müssen die veränderten Bedingungen akzeptieren“, sagt er und rät, die Nachbarn zu informieren, wenn man Mais siliert. Und sie einfach mal einzuladen und ihnen die Biogasanlage zu zeigen. „Wir haben produzieren gelernt, aber nicht, uns zu verkaufen.“

Jörg Migende leitet den Bereich digital Farming bei der BayWa. Er erinnerte daran, dass der technische Fortschritt in der Landwirtschaft zu einer enormen Arbeitserleichterung geführt hat. Die digitale Landwirtschaft sei nur die konsequente Weiterentwicklung. Sie werde beitragen die Arbeitsbelastung weiter zu senken, die Kosten zu reduzieren und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Familienbetriebe stärken. Dabei habe alles Vor- und Nachteile. Man müsse diese sehen, die Chancen und Risiken diskutieren und abwägen. Und man müsse nicht alles machen, was technisch möglich sei.

Einig war sich das Podium, dass niemand Landwirtschaft dem Verbraucher besser näher bringen kann als die Bäuerinnen und Bauern selbst und dass es hier noch Defizite gibt. Wichtig sei in die Schulen zu gehen und die Kinder auf den Hof zu holen. „Ich möchte, dass die Landwirtschaft so gesehen wird, wie sie ist. Wir müssen uns nicht verstecken.“, betonte Eva-Maria Haas und Leonhard Ost ergänzte, dass die ganze Gesellschaft den technischen Fortschritt nutze. Entsprechend habe auch die Landwirtschaft ein Recht darauf. Schade nur, dass der Verbraucher die Vorteile nicht kenne.

Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt, 20. September 2016
http://www.agrarheute.com/wochenblatt/news/man-moderne-landwirtschaft-vermitteln

Authentisch kommt am besten an

Wochenblatt-Stammtisch: Wie kann man moderne Landwirtschaft vermitteln?

Viele Menschen haben heute keinen Bezug mehr zur Landwirtschaft und wissen nicht, wie ihre Nahrungsmittel produziert werden. Dazu kommt, dass moderne Landwirtschaft oft ein schlechtes Image hat. Am ersten Stammtisch des *Wochenblattes* auf dem ZLF haben Vertreter verschiedener Sparten deshalb das Thema diskutiert: „Fortschritt und Tradition: Wie soll sich die Landwirtschaft präsentieren?" Die Moderation hatte der stellvertretende *Wochenblatt*-Chefredakteur Simon Michel-Berger.

Um das Image der Landwirtschaft zu verbessern, wurde im September der Verein „Unsere Bayerischen Bauern e.V." gegründet. Dafür haben sich Vereinigungen aus vielen Bereichen der Landwirtschaft zusammengetan. Geschäftsführerin Eva-Maria Haas erklärte das Ziel: „Mit der Kampagne „Für alle nah – Unsere Bayerischen Bauern" wollen wir die reale Landwirtschaft darstellen und mehr Nähe und Verständnis zwischen Verbraucher und Erzeuger schaffen." Die Landwirte stellen ihre Arbeit auf Plakaten selbst vor. Im Internet finden sich dann Filme, die die Produktion genauer zeigen. „Es gibt keine besseren Kommunikatoren als die Landwirte selbst", sagte Eva-Maria Haas.

FOTO: ELISABETH JAHRSTORFER

Auf dem Podium (v. l.): Leonhard Ost, Präsident des Bundesverbandes der MR, Eva-Maria Haas, Geschäftsführerin Unsere Bayerischen Bauern e. V., Moderator Simon Michel-Berger, Jörg Migende, Leiter Digital Farming bei der BayWa, Beate Strobel, Chefredakteurin Echt Bayern.

Die Chefredakteurin der Zeitschrift „Echt Bayern" Beate Strobel glaubt, dass das Interesse daran, wie Lebensmittel produziert werden, noch nie so groß war wie jetzt. Gleichzeitig habe eine gewisse Romantisierung ihre Berechtigung, da sich die Menschen an einer heilen Bilderwelt erfreuen. Auch wenn sie wissen, dass das nicht echt ist. Die Journalistin ist überzeugt, dass sich auch High-Tech Landwirtschaft mit schönen Wörtern gut verkaufen lasse. Nach dem Motto: Medizin muss auch schmecken. Im Konflikt zwischen Landwirtschaft und Verbraucherinteresse müsse der Journalist Verständnis für beide Seiten wecken. „Unsere Leser möchten das Authentische."

Auf der Agritechnica präsentierten sich die Maschinenringe im vergangenen Jahr mit einem Film, der die Bedeutung der Landwirtschaft für die Gesellschaft zeigte. „Wir erhalten die Kulturlandschaft und produzieren einwandfreie Lebensmittel. Darauf können wir Landwirte stolz sein", sagte Leonhard Ost, Präsident des Bundesbandes der Maschinenringe. Landwirte seien immer in der Verteidigungsrolle, das interessiere niemanden. Die Menschen wollten Emotionen. „Wir müssen noch viel besser werden, uns darzustellen", sagte er. Dabei ist ihm bewusst, dass die Landwirte teils an ihrem schlechten Image mitschuld sind. Um hier gegenzuwirken, haben die Maschinenringe den Fahrer-Knigge für Biomassetransporte entwickelt. Mit dem Vortrag „Vom Bauerndorf zum Dorfbauern", versuche der MR, den Landwirten ihre veränderte Rolle näherzubringen. Landwirte müssten bei ihrer Arbeit auf die Nachbarn Rücksicht nehmen. Das bedeute zum Beispiel: mit den riesigen Fahrzeugen maximal mit 30 km/h durch den Ort fahren, um 22 Uhr mit dem Arbeiten aufhören und nicht am Freitagnachmittag neben der Siedlung Gülle fahren.

Jörg Migende leitet den Bereich Digital Farming bei der BayWa AG. Er erinnerte daran, dass der tech-

Bewusstsein schaffen!

Wie gefährlich sind resistente Keime? Ist die Landwirtschaft schuld an der Zunahme von Resistenzen? Kann man sich mit Fleisch die „bösen" Keime in die Küche holen?

Es ist ein Alptraum: Jemand ist schwer krank und kein Antibiotikum hilft, weil die Krankheitserreger dagegen resistent sind. Wie Resistenzen entstehen und wie wir uns dagegen schützen können, beantworteten Prof. Ulrike Machold von der Hochschule Triesdorf, Ernährungsfachfrau Jutta Löbert und Dr. Andreas Randt vom TGD Bayern auf dem zweiten *BLW*-Stammtisch. Simon Michel-Berger vom *Wochenblatt* moderierte die Veranstaltung.

Die gute Botschaft gleich vorweg: Für gesunde Erwachsene stellen resistente Keime keine Gefahr dar. Zum Problem können sie aber für immungeschwächte Menschen werden, zum Beispiel für alte Menschen, Kleinkinder oder Schwangere. Dass man sich aber als Verbraucher gut vor dieser Gefahr schützen kann, erklärte Jutta Löbert. Das beginne bereits beim Einkauf einwandfreier Ware und dem Einhalten der Kühlkette beim Transport nach Hause sowie sorgfältige Lagerung. Bei der Verarbeitung gehe es dann darum, Keimvermehrung zu verhindern durch Sauberkeit beim Arbeiten, ausreichendem Erhitzen von Fleisch sowie regelmäßiges Händewaschen und Wechseln der Lappen und Geschirrtücher.

FOTO: ANNA KNON

Interessante Diskussion mit (v. l.): Dr. Andreas Randt vom TGD Bayern, Ernährungsfachfrau Jutta Löbert, Moderator Simon Michel-Berger, Prof. Ulrike Machold von der Hochschule Triesdorf.

Beim Thema Fleisch hakte Dr. Andreas Randt ein: „Das Fleisch an sich ist nicht das Problem, es enthält wenig Keime; diese kommen erst beim Zerlege- und Verpackungsvorgang beziehungsweise dann in der Verarbeitung dazu. Das Problem ist also der Faktor Mensch!" Randt erklärte aber auch, was Landwirte und Tiermediziner tun, um das Auftreten resistenter Keime zu verhindern: mehr Tierkomfort, um den Krankheitsdruck zu verringern sowie ganz gezielter Einsatz von Antibiotika. Randt: „In der Vergangenheit war der Antibiotika-Einsatz in der Landwirtschaft viel höher, er wurde in den letzten Jahren um rund 40 Prozent heruntergefahren." Allerdings verwies er auf die Humanmedizin, wo seiner Meinung nach (zu) schnell Antibiotika verschrieben bzw. vom Patienten gefordert werden. Speziell die sogenannten Reserve-Antibiotika mit einem breiten Wirkungsspektrum können zur Bildung von Resistenzen beitragen, vor allem, wenn sie nicht vorschriftsgemäß eingenommen werden.

Das bestätigte auch Prof. Ulrike Machold, die beim Antibiotika-Einsatz in der Humanmedizin noch viel Aufklärungsbedarf sieht. Sie zeigte andererseits auf, wie streng die Kontrollen in der Veterinärmedizin sind und entkräftete damit den Vorwurf, Tierärzte würden am Antibiotika-Verkauf möglichst viel verdienen wollen.

Anna Knon

nische Fortschritt in der Landwirtschaft zu einer enormen Arbeitserleichterung geführt hat. Die digitale Landwirtschaft sei nur die konsequente Weiterentwicklung. Sie werde beitragen, die Arbeitsbelastung weiter zu senken, die Kosten zu reduzieren und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Familienbetriebe stärken. Dabei habe alles Vor- und Nachteile. Man müsse diese sehen, die Chancen und Risiken diskutieren und abwägen. Und man müsse nicht alles machen, was technisch möglich sei.

Einig war sich das Podium, dass niemand Landwirtschaft dem Verbraucher besser näherbringen kann als die Bäuerinnen und Bauern selbst. „Ich möchte, dass die Landwirtschaft so gesehen wird, wie sie ist", betonte Eva-Maria Haas und Leonhard Ost ergänzte, dass die ganze Gesellschaft den technischen Fortschritt nutze. Entsprechend habe auch die Landwirtschaft ein Recht darauf.

Elisabeth Jahrstorfer

Berichtigung

In BLW, Heft 37/2016 auf Seite 27 waren die ZLF-Inserenten aufgeführt. Dabei ist eine falsche Adresse angegeben worden. Die Lely Deutschland GmbH hat ihren Sitz in 89367 Waldstetten und nicht wie irrtümlich gemeldet in Wolfenbüttel. Wir bitten, das Versehen zu entschuldigen.

Milch im Mittelpunkt beim Bauernmarkt

Am 8. und 9. Oktober findet der Markt wie jedes Jahr wieder in den Hallen des Tierzuchtszentrums Schwandorf statt.
von Nina Brolich

Die Mitwirkenden freuen sich wieder sehr auf den Herbstbauernmarkt. Foto: sni

Schwandorf. „Milch und Milchprodukte aus der Region“ lautet das Thema der Ausstellung beim diesjährigen Herbstbauernmarkt. Am 8. und 9. Oktober, pünktlich zu Erntedank, informieren verschiedene Organisationen und Einrichtungen über die Milchproduktion in der Region. Außerdem bieten wieder 40 Direktvermarkter ihre Produkte an.

In der Versteigerungshalle des Tierzuchtszentrum liegt erneut ein vielfältiges Angebot an Produkten vor. Es gibt Fleisch, Fisch, Beilagen – von Kartoffeln bis zum fertigen Suppengemüse – Kuchen, Honigsorten, Schnaps und Liköre.

Außerdem verkaufen die Direktvermarkter Dekorationsgegenstände, Gestecke, Töpferprodukte, Socken, Mützen und sogar Lammfelle. Zum Thema „Milch und Milchprodukte aus der Region“ hat der Veranstalter, die Interessengemeinschaft Landwirtschaft im Landkreis Schwandorf, die Bio-Käserei Wohlfahrt aus Edelsfeld eingeladen, die auf dem Herbstmarkt ihre Produkte anbieten wird. In der Versteigerungshalle kann man auch zu Mittag essen.

Die zusätzliche Ausstellung, das sogenannte „Schaufenster“, unterscheidet den Herbstbauernmarkt von den anderen Bauernmärkten in Schwandorf. Informationen „vom Gras bis zum Käse“ gibt es auf fünf Stationen verteilt. Das Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Schwandorf bietet Führungen durch die Ausstellung an.

Bei der ersten Station stellt es mit dem LKV Bayern, dem Landeskuratorium der Erzeugerringe für tierische Veredelung, den „Speiseplan einer Kuh“ vor. An der zweiten Station kann man einen Laufstall besichtigen. „Wie kommt die Milch in den Tank?“ lautet die Frage bei Station 3. Außerdem gewährt der Milchprüfring Bayern dort Einblicke in seine Tätigkeit. Die Privatmolkerei Bechtel, Bayernland und die Milcherzeugergemeinschaft Schwarzenfeld/Waldmünchen stellen bei Station 4 zum Thema „Vermarktung und Verarbeitung“ aus. Die letzte Station steht unter dem Motto „Mach‘s mit – Leckeres mit Milch und Milchprodukten“. Dort gibt es Probierhäppchen und Rezepte. Der Bauernverband stellt darüber hinaus die Kampagne „Unsere Bayerischen Bauern“ vor.

Josef Wittmann, Geschäftsführer des Bauernverbandes in Schwandorf, dankte den Organisatoren und Mitwirkenden des Herbstbauernmarktes für ihr Engagement. Er freue sich über eine Veranstaltung, bei der „Land auf Stadt trifft“ und es zu einem Dialog zwischen Verbrauchern und Herstellern kommen soll.

Mittelbayerische. de, 28. September 2016
http://www.mittelbayerische.de/region/schwandorf/gemeinden/schwandorf/milch-im-mittelpunkt-beim-bauernmarkt-22800-art1435200.html

Tierrechtler contra Tierhalter

Das ARD Politikmagazin Panorama wirft Bauernvertretern Verstöße gegen das Tierschutzgesetz vor – mittels illegal von einer Tierrechtsorganisation erstellter Videoaufnahmen. Was sind die Vorwürfe und wie reagieren die Betroffenen?

Die Begleitmoderation der Videos lässt keinen Zweifel an deren Einordnung: „Die Aufnahmen sind schwer erträglich. Sie zeigen teils schwer verletzte Schweine die sich gegenseitig anfressen; Tiere husten, Augen sind gerötet oder vereitert." Damit beginnt ein Beitrag, der vergangene Woche vom ARD-Magazin Panorama ausgestrahlt wurde. Darin gezeigt werden Aufnahmen von den Betrieben von Johannes Röring, Bundestagsabgeordneter der CDU und Präsident des Westfälich-Lippischen Landwirtschaftsverbandes, Paul Hegemann, Vorsitzender des Zentralverbandes der Deutschen Schweineproduktion (ZDS), Thomas Storck, Vorsitzender des Verbandes Deutscher Putenerzeuger, und Helmut Gumpert, Präsident des Thüringischen Bauernverbandes. Zu sehen sind neben verletzten Tieren Tierkadaver, die von Schweinen angefressen werden, Ferkel die totgeschlagen werden und Puten mit tiefen Wunden.

Feindbild Tierhaltung

Angefertigt hat die Bilder die Organisation Animal Rights Watch. Die selbsternannte Tierrechtsorganisation stellt die Nutztierhaltung an sich infrage und wirbt für eine konsequent vegane Ernährung. Den Tierschutz durch Verbesserungen zu reformieren, sieht die Organisation als wenig erfolgsversprechend.

Veterinäre bezeichneten die Zustände im Beitrag als stark tierschutzwidrig. Die Betroffenen selbst räumten, wie Hegemann, tiergesundheitliche Probleme ein. Diese seien aber durch Tierärzte vor Ort abgestellt worden. Röring ging in die Gegenoffensive und lud umgehend die Presse auf seinen Familienbetrieb ein. Gleiches kündigten auch Storck und Gumpert an. Röring versicherte, dass alle kranken Tiere separiert und fachgerecht versorgt worden seien, was durch eine eidesstattliche Erklärung des Hoftierarztes bestätigt werde.

FOTO: VGK/LANDPIXEL.DE

Einen Hofhund haben die meisten Betriebe. Doch was tun, wenn sich Aktivisten davon nicht abhalten lassen?

Inszenierte Kampagne?

Der Deutsche Bauernverband (DBV) teilte mit, die Vorwürfe ernst nehmen zu wollen und forderte Aufklärung. Er kritisierte aber zugleich die Verwendung von Filmmaterial aus Stalleinbrüchen in den Medien. DBV-Generalsekretär Krüsken sagte: „Wir sehen eine sorgfältig inszenierte Kampagne, die auf persönliche Diffamierungen zielt. Dies darf nicht das Mittel der politischen Auseinandersetzung sein." Es gebe überhaupt kein Verständnis dafür, 1,5 Jahre über solches Bildmaterial zu verfügen und nichts zum Abstellen der Missstände zu unternehmen.

Bedauern über die Bilder, die „es in einer tierwohlgerechten Schweinehaltung zu vermeiden gilt", äußerte der ZDS. Eine akute Infektion sei

sache für den vorrübergehend
hten Zustand der Tiere bei He-
n gewesen. Im März des ver-
nen Jahres habe es ein starkes
m mit Schwanzbeißen und
echende Verletzungen gege-
ie tierärztlich behandelt wor-
ien. Zudem sei es zu Augen-
dungen durch Infektionen mit
orcine Reproductive and Res-
y Syndrome und Haemophi-
asui gekommen. Auch hier sei
handlung durch den Veterinär
, erklärte der ZDS.

er für Kritiker

reter der Grünen sehen sich
r Kritik an der Tierhaltung in
hland bestätigt. Für den Frak-
rsitzenden im Bundestag, An-
ofreiter, zeigen „die grausa-
nthüllungen einmal mehr die
enden Missstände in der in-
llen Massentierhaltung". Der
n-Agrarsprecher im Bundes-
edrich Ostendorff, forderte ei-
mbau der Tierhaltung und die
wende.

Tierschutzbeauftragte der
Bundestagsfraktion, Christi-
tz-Herrmann, befürchtet, dass
urch solche Bilder „die gesell-
liche Akzeptanz noch weiter
lechtern" wird. Die Tierärz-
d Bundestagsabgeordnete der
Fraktion, Dr. Karin Thissen,
Agrarpolitikern der CDU/CSU
nzlosigkeit zu führenden Land-
chafts- und Ernährungsverbän-
or. Das verhindere wiederum
chritte im Tierschutz.

AgE/SMB

Erzeugergemeinschaften

Erzeugergemeinschaften haben die Aufgabe, das zersplitterte Angebot aus der Landwirtschaft zusammenzufassen. Sie sind nach dem Agrarmarktstrukturgesetz anerkannt. In Zusammenarbeit mit den Erzeugerringen produzieren die Landwirte nach Erzeugungs- und Qualitätsregeln, um den vom Handel und den Verbrauchern geforderten Qualitätsansprüchen immer gerecht zu werden.

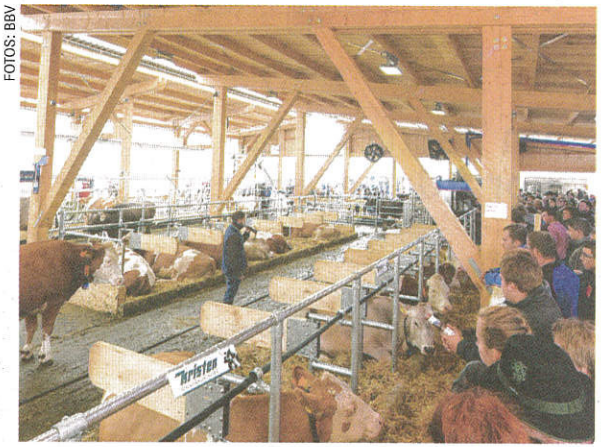
Stellvertretend für ihre Mitglieder führt die Erzeugergemeinschaft Preisverhandlungen mit den Handelspartnern und schließt Verträge ab. Die Vorteile liegen in größeren, einheitlicheren Partien, einer besseren Dispositionsmöglichkeit und einer Verbesserung der Marktposition der bäuerlichen Landwirtschaft.

Die Erzeugergemeinschaften stellen heute einen beachtlichen Marktpartner für Handel und Genossenschaft dar.

In der Ringgemeinschaft Bayern sind die bayerischen Erzeugergemeinschaften für Ferkel und Schlachtvieh, die Fleisch-Erzeugerringe und Besamungsstationen in einer Dachorganisation zusammengeschlossen.

Als anerkannter Berufsverband ist die Ringgemeinschaft Ansprechpartner und Interessenvertreter der Mitgliedsorganisationen in der Vieh- und Fleischwirtschaft und zwar für Ämter und Behörden, innerhalb wie außerhalb Bayerns.

BLW Nr. 36, 9. Sept. 2016



FOTOS: BBV

Auf dem Landwirtschaftsfest gibt es bayerische Tradition, neueste Technik und moderne Tierhaltung zu erleben. Viele Besucher nutzten bereits die Gelegenheit, um sich über neue Maschinen, Trends und Entwicklungen zu informieren – und im „Festzelt Tradition" gemeinsam zu feiern.

Der Treffpunkt in München

Tausende Besucher sorgen für gute Stimmung auf Zentral-Landwirtschaftsfest

Noch bis zum Sonntag findet in München das 126. Bayerische Zentral-Landwirtschaftsfest (ZLF) statt. Trotz des Regenwetters an den ersten drei Tagen informierten sich Tausende Besucher aus dem In- und Ausland direkt neben dem Oktoberfest über neueste Maschinen, Trends und Entwicklungen und sorgten für tolle Stimmung auf der Theresienwiese. Diese einmalige Gelegenheit ließen sich auch viele Verbraucher – gerade Stadtbewohner und Familien mit Kindern – nicht entgehen, um sich einen Einblick in die Arbeit der Bäuerinnen und Bauern zu verschaffen. Im Tierzelt, im Milchviehstall, am Schweinemobil und auf dem gesamten Gelände erleben sie die Land- und Forstwirtschaft hautnah. Die neueste Technik und Trends für die Arbeit auf den Feldern, im Stall und im Wald gibt es auf dem ZLF-Freigelände und in den Ausstellungshallen zu sehen.

Das ZLF ist nicht nur eine herausragende Möglichkeit, bei der sich die gesamte Branche präsentieren kann, sondern auch Fachmesse und wichtiger Treffpunkt. Diese Gelegenheit haben Bauernpräsident Walter Heidl, BBV-Vertreter und Landwirtschaftsminister Helmut Brunner für Gespräche mit nationalen und internationalen Entscheidungsträgern genutzt. Sie trafen zum Beispiel führende Agrarpolitiker, zum Beispiel Landesräte aus Österreich und Südtirol. Brunner und Milchpräsident Günther Felßner haben sich zudem mit dem führenden italienischen Importeur bayerischer Milchprodukte, Onofrio de Carne, und einer Delegation aus Japan getroffen. Am Freitag trifft Brunner auf dem ZLF eine Handelsdelegation aus dem Iran, um den Export bayerischer Spezialitäten anzukurbeln. Außerdem war der bulgarische Vize-Agrarminister Vassil Groudev zu Gast. In den Gesprächen mit Ministerialdirektor Hubert Bittlmayer sowie BBV-Generalsekretär Müller war der Schwerpunkt die EU-Agrarpolitik nach 2020.

Außerdem präsentieren sich die bayerischen Tierhalter auf dem ZLF. Im Tierzelt, im modernen Milchviehstall mit Melkroboter, automatischer Fütterung und Entmistung sowie am Schweinemobil kann man Tierhaltung hautnah erleben. Im Großen Ring locken spektakuläre Vorführungen. Zudem werden hier die schönsten Zuchttiere präsentiert und prämiert. Die stellvertretende Ministerpräsidentin Ilse Aigner wird am Samstag die erfolgreichsten Züchter Bayerns persönlich auszeichnen.

Gemeinsam feiern kann man in diesem Jahr zum ersten Mal im „Festzelt Tradition". Das Augustiner Wiesnbier wird dort noch aus dem Holzfass gezapft und in ZLF-Steinkrügen serviert. Hier tanzt man nicht auf den Tischen und Bänken, sondern auf einem traditionellen Tanzboden in der Mitte des Zelts. Ein Höhepunkt ist der große ZLF-Ball mit den Tanzgeigern, der Kapelle Josef Menzl und BR-Moderatorin Traudi Siferlinger am Samstag, 24. September.

Während das ZLF am Sonntag mit dem zentralen Erntedankfest und der Tiersegnung endet, können Wiesnbesucher die einzigartige Atmosphäre im „Festzelt Tradition" und auf dem ZLF-Dorfplatz bis zum Ende des Oktoberfests am 3. Oktober genießen. Weitere Infos und ZLF-Tickets bei den BBV-Geschäftsstellen und unter www.zlf.de ■

Verantwortlich für die BBV-Seite: Brigitte Scholz, BBV-Generalsekretariat, 80333 München, Max-Joseph-Straße 9, Telefon 0 89 – 55 87 30, Internet: www.BayerischerBauernVerband.de

Bayerns Beste

Züchter aus dem gesamten Freistaat präsentieren ihre Hoffnungsträger auf der ZLF-Landestierschau.

Rinder: Von extensiv bis intensiv

Der Anteil von Milch und Rindfleisch an den Verkaufserlösen der bayerischen Landwirtschaft betrug im Jahr 2013 54,3 %. Davon entfielen auf Milch 40,2 % und auf Rind- und Kalbfleisch 14,1 %. Laut Rinderbestandserhebung zum 3. November 2015 stehen mit 3,2 Mio. Rindern ein Viertel aller Rinder der Bundesrepublik und mit 1,2 Mio. Milchkühen rund 30 % aller deutschen Milchkühe in Bayern. Zum 30. September 2015 waren den bayerischen Rinderzuchtverbänden 17 710 Betriebe mit 830 901 Herdbuchkühen angeschlossen. Der durchschnittliche Kuhbestand pro Herdbuchbetrieb beträgt damit 47 Kühe.

Im Umfang der ausgestellten Rinderkollektionen macht sich auch die Bedeutung der Rinderzucht und -haltung sichtbar. Die bayerischen Rinderzüchter stellen rund 150 hochwertige Zuchtrinder vom Kalb bis zum

Kälber/Fresser: Die bayerischen Zuchtverbände stellen frohwüchsige, gut entwickelte Kälber aus kontrollierten Betrieben für die Bullen- und Kälbermast vor. Welche Bedeutung das Kalb für die bayerischen Zuchtverbände hat, spiegelt sich in den Verkaufszahlen wider. 2015 wurden 227 185 Nutzkälber und 14 516 Zuchtkälber über die Auktionen vermarktet.

Hornloszucht: Das Interesse an genetisch hornlosem Fleckvieh ist ungebrochen. Ausgehend von den Anfängen der züchterischen Bearbeitung in den 70er-Jahren in der staatlichen Mutterkuhherde in Acheleschwaig (HLG Schwaiganger) hat sich inzwischen ein bewährtes Prüfprogramm entwickelt. Seit 1987 werden hornlose Bullen über einen begrenzten KB-Einsatz bezüglich Hornlosigkeit, Kalbeverhalten, Fleischleistung und Milchleistung geprüft. Um zuneh-

FOTO: ARIANE HAUBNER

Die Fleckvieh Landessiegerin auf dem ZLF 2012 hieß Nixe (V: Wal) und kam aus dem Stall von Franz Vordermayer, ZV Miesbach.

werden gefördert und für die Zukunft als Genreserve gesichert. Damit wird verhindert, dass die einstige Vielfalt bei den Nutztieren, die zusammen mit der Geschichte und der Kultur gewachsen ist, noch weiter eingeschränkt wird. Als gefährdet gelten die Murnau Werdenfelser und die im Chiemgau einst weit verbreiteten Pinzgauer. Ab 1992 wurden auch das Braunvieh alter Zuchtrichtung, ab 1995 das Ansbach-Triesdorfer Rind sowie ab 2008 Deutsches Gelbvieh und Rotes Höhenvieh in die Förderungsmaßnahmen einbezogen. Diese umfassen neben der finanziellen Unterstützung und der staatlichen Beratung auch die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen. Durch all diese Maßnahmen konnten die Populationen stabilisiert und zum Teil sogar leicht vergrößert werden. Einem weiteren Verlust der genetischen Vielfalt wird damit entgegengesteuert.

Im Tierzelt ist die „Gesellschaft zur Erhaltung alter und gefährdeter Haustierrassen" (GEH) mit einem Informationsstand vertreten.

ausgewachsenen Bullen aus, wobei folgende Rassen zu sehen sind:

Zweinutzungsrassen: Deutsches Fleckvieh, Deutsches Braunvieh, Deutsches Gelbvieh, Murnau Werdenfelser und Deutsches Braunvieh alter Zuchtrichtung;

Milchrassen: Deutsche Holsteins;

Fleischrinderrassen: Deutsch Angus, Charolais, genetisch hornloses Fleckvieh, Deutsches Gelbvieh, Limousin, Galloway, Highland, Pinzgauer, Hereford, Pustertaler, Rotes Höhenvieh und Wagyu.

Mit dieser breiten Palette an Rinderrassen für die unterschiedlichsten Nutzungsrichtungen – ob Milch oder Fleisch oder beides zusammen – soll der hohe Leistungsstand der Rinderzucht und die Arbeit der Zuchtverbände und der staatlichen Beratung dargestellt werden. Für gezielte Paarungen werden die besten Bullen, Jungrinder, Jungkühe und Kühe ausgewählt und daraus die nächste Bullengeneration nachgezogen. Wenngleich die moderne Rinderzucht von biotechnischen und gendiagnostischen Verfahren geprägt ist, haben Tierschauen und ganz speziell eine Landestierschau mit Zuchttierwettbewerb, nach wie vor eine besondere Bedeutung. Die Tiere stehen im Mittelpunkt und anhand von Hochleistungstieren sollen bei den einzelnen Rassen der erreichte Leistungsstand sowie die künftigen, dem Markt entsprechenden Zuchtziele dargestellt werden. Die Tiere können entweder in der Halle 14 oder bei den täglichen Vorführungen im Großen Ring beim Schaubild der bayerischen Rinderzucht besichtigt werden.

mend auf die Enthornung der Kälber verzichten zu können, wird beim Fleckvieh der genetischen (= natürlichen) Hornlosigkeit in den Zuchtprogrammen eine immer größere Bedeutung eingeräumt. Seit März 2012 ermöglicht ein direkter Gentest Aussagen zum Hornstatus unabhängig von der Rasse- und Abstammungsinformation. Die Kenntnisse über den genetischen Status hornloser Tiere beschleunigen erheblich den Zuchtfortschritt. So können genetisch reinerbig hornlose Bullen auch ohne Nachkommenprüfung ausgewählt werden und für die Zucht auf dieses dominante Merkmal eingesetzt werden.

Mutterkuhhaltung: Nach den Ergebnissen der Rinderbestandserhebung zum 3. November 2015 wurden in Bayern 71 226 Mutterkühe in 7858 Betrieben gehalten. Dem Fleischrinderverband Bayern waren am 30. September 2014 4105 Herdbuchbetriebe mit 5200 Herdbuchtieren angeschlossen.

Die **Fleischrinderrassen** werden zum Teil in der Halle 14, zum Teil im Freigelände vor dem Tierzelt (nördlicher Ausgang) mit Bullen und mit Mutterkühen, welche ihre Kälber bei Fuß führen, demonstriert. Angefangen von den Intensivrassen (z. B. Charolais) bis hin zu den Extensivrassen (z. B. Highland) werden insgesamt zwölf Rassen gezeigt.

Gefährdete Rinderrassen: Bayern hat als erstes Bundesland bereits 1975 Maßnahmen ergriffen, um vom Aussterben bedrohte, heimische Nutztierrassen zu erhalten und züchterisch zu betreuen. Sie

Schweine: Die besten Gene

Die Schweinezucht und -haltung spielt in Bayern eine bedeutende Rolle. 5500 Betriebe halten etwa 247 000 Zuchtsauen und 1,5 Mio. Mastschweine über 50 kg. Ziel der bayerischen Schweinehaltung ist die tier- und umweltgerechte Erzeugung von qualitativ hochwertigem Schweinefleisch.

Die Erzeugergemeinschaft und Züchtervereinigung für Zucht- und Hybridzuchtschweine in Bayern (EGZH) präsentiert im Tierzelt neben Reinzuchttieren der Rassen Piétrain, Deutsches Edelschwein und der Deutschen Landrasse auch Jungsauen aus dem Hybridzuchtprogramm (Bayernhybriden). Stressstabile Rassen sowie Kreuzungen aus diesen garantieren beste Fleischqualität unter Beibehaltung hervorragender Mast- und Schlachtleistungsergebnisse. Weiterhin wird speziell für Familien mit Kindern eine Sau mit kleinen Ferkeln gezeigt. Veranstaltungen im Forum des Tierzeltes geben weitere Infos über die bayerische Schweinezucht und -haltung. ■

FOTO: MAX RIESBERG

Die Schweine werden auch im Großen Ring gezeigt.

Heuer neu: Das Schweine-Mobil

Außerhalb des Tierzelts am Rande des großen Rings ist heuer erstmals das sogenannte „Schweine-Mobil" zu sehen. Es dient zur „mobilen" Information über die moderne Schweineproduktion. Dabei handelt es sich um einen speziell konstruierten 3,5-t-Anhänger mit einer integrierten Mastläuferbucht inkl. funktionsfähiger Stalltechnik. Der Hänger hat als technische Ausstattung eine Schweinebucht sowie eine funktionsfähige Fütterungs- und Lüftungstechnik. Durch ein großformatiges Foto an der Rückwand wird über die Mastbucht hinaus „Einblick" in einen modernen Mastläuferstall gewährt.

Fachpersonal aus den Fachzentren für Schweinezucht und -haltung an den Ämtern für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten stehen für Auskünfte zur Schweinehaltung zur Verfügung.

nie Kraus aus Deubach vom Jungzüchterclub Wertingen. Die strahlende Siegerin stammt aus einem großen Fleckviehzuchtbetrieb und ist, wie die ganze Familie, vom Züchtervirus infiziert.

Ihre hervorragende Leistung trug schließlich dazu bei, dass die Mannschaft des Wertinger Jungzüchterclubs den ersten Platz im Teamwettbewerb belegte.

Es folgten auf dem zweiten Platz überglückliche Jungzüchter aus Unterfranken mit Michael Nagler, Elias Breitenbach (2. und 3. im Einzelwettbewerb) sowie Simon Heß. Auf den dritten Platz kam das Team vom Jungzüchterclub Weilheim mit Anton Brunner, Julia Geiger und Dominikus Tafertshofer.

Bei der Rasse Braunvieh starteten 21 Jungzüchter. Im Einzelwettbewerb ist jetzt Matthias Kugler aus Görisried der beste Tierbeurteiler. Im Mannschaftswettbewerb siegte das Team AHG 5 vom Jungzüchterclub Füssen vor dem Team AHG 6, der Mannschaft die vom JZC Kaufbeuren ins Rennen geschickt wurde mit Valentin Steuer, Christoph Hofer und Johannes Linder.

Wie beim Fleckvieh, ging auch bei den Deutschen Holsteins der erste Preis in weibliche Hände, nämlich an Maria Gumpold aus Ainring. Bei den Fleischrindern setzte sich

Sieger bei den Ponys und Kleinpferden sowie im Mannschaftswettbewerb Pferd (v. l.): Stefanie Abel aus Teisendorf (1.), Stephanie Zweckl aus Eching (2.) und Silvia Gumbold aus Neu-Ulm (3.).

Sieger bei den Haflingern und Edelbluthaflingern wurden (v. l.): Regina Bernöcker aus Hausham (1.), Lisa Lässer aus Obermaiselstein (2.) und Lucia Bienzle aus Teisendorf (3.).

Die Sieger beim Deutsches Sportpferd (v. l.): Lorenz Reischl aus Pellheim (1.), Veronika Aigner aus Straubing (2.) und Susanna Aigner aus Straubing (3.).

Die Sieger bei den Kaltblütern (v. l.): Sophia Thurner, Bad Bayersoien (1.), Lisa Schauer, Rottenbuch (2.) und Alexander Kneißl, Fuchstal-Leeder (3.).

Simon Loibl an die Spitze.

Mit den Rinderleuten standen am Nachmittag auch die Jungzüchter von Schwein, Schaf und Ziege im großen Ring. Im Einzelwettbewerb Schwein siegte Christian Reff aus Geisenhausen vor Thomas Beck aus Tiefenbach. Auf den dritten Platz kamen gleich drei Jungzüchter mit Punktegleichstand.

Im Wettbewerb der Schafzüchter siegte Alexander Belzner aus Wittelshofen vor dem Unterfranken Johannes Stark aus Kleinrheinfeld.

Bereits am Vormittag hatten die Jungzüchter aus dem Bereich Pferd ihren Einsatz. Auch hier spielt das Exterieur der Tiere eine große Rolle, wenn es um Leistungsfähigkeit und um ein gesundes, langes Leben geht.

Bei den mächtigen Kaltblütern setzte sich Sophia Thurner aus Bad Bayersoien an der Spitze durch. Bei den hübschen Blonden, den Haflingern, belegte Regina Bernöcker aus Hausham den ersten Platz.

Einen männlichen Gewinner gab es beim Deutschen Sportpferd, nämlich Lorenz Reischl aus Pellheim. Riesiger Jubel schließlich bei den Pony- und Kleinpferde-Züchtern: Mit Stefanie Abel verteidigte die Siegerin von 2012 auch in diesem Jahr ihren Titel. Ihren Erfolg krönte die Teisendorferin noch mit dem Sieg im Mannschaftswettbewerb Pferd. Gemeinsam mit Stephanie Zweckl und Silvia Gumbold waren die Pony-Mädels nicht zu schlagen. **AH**

Ran an den Speck: Der Tierbeurteilungswettbewerb bei den Schweinen am Nachmittag.

Ganz genau hinausschauen musste, wer auf den vorderen Plätzen landen wollte. Die Rinderkonkurrenz war beim Fleckvieh mit 33 Teilnehmern zahlenmäßig am stärksten besetzt.

Nichts zu meckern gab es bei den Leistungen der jungen Ziegenzüchter. Unterschiedlichste Rassen waren zu bewerten.

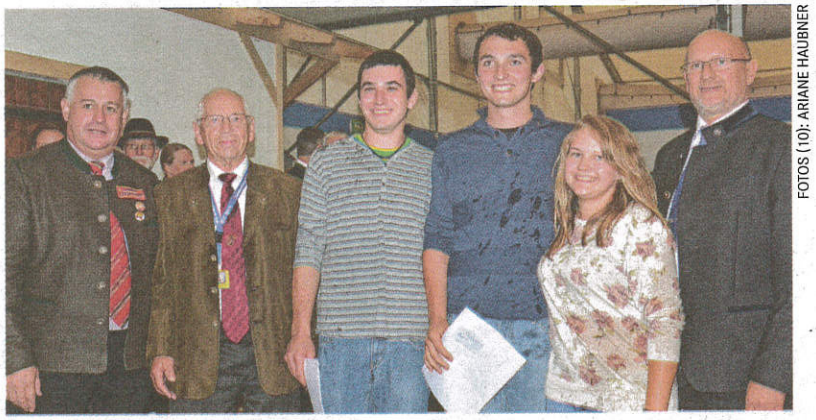
Testgriff: Was versteckt sich unter der dicken Schafswolle?

Wetterfeste Jungzüchter

Auch Bayerns Jungzüchter waren bei ihren Wettbewerben vom schlechten Wetter betroffen. Dennoch zeigten die jungen Rinder-, Pferde-, Schaf-, Ziegen- und Schweinezüchter eindrucksvoll ihr Können.

Da flogen die Sektkorken als die Mannschaft des Jungzüchterclubs Wertingen als Sieger aus dem Tierbeurteilungswettbewerb am Zentralen Landwirtschaftsfest (ZLF) hervorging und am Sonntagabend im Forum im Tierzelt die Urkunden und Preise überreicht wurden. Doch die Sektdusche war nicht die einzige Dusche, welche die Jungzüchter an diesem Tag über sich ergehen lassen mussten.

Die Wettbewerbe waren, wie viele Veranstaltungen unter freiem Himmel an den ersten Tagen des ZLF, vom anhaltenden Regenwetter und somit auch von Zuschauermangel überschattet. Doch die rund 150 Teilnehmer der Tierbeurteilungswettbewerbe ließen sich davon ihre gute Stimmung nicht vermiesen und bewerteten und rangierten bis die Beurteilungsbögen im Regen aufzuweichen drohten.



FOTOS (10): ARIANE HAUBNER

Die Sieger im Mannschaftswettbewerb Fleckvieh vom JZC Wertingen (v. l.): Robert Lindemeyr, Bastian Hermanns und Stefanie Kraus. Es gratulieren (v. l.): Bauernverbandspräsident Walter Heidl, Siegfried Schütz, Präsident des Hauptverbandes zur Förderung der tierischen Veredelungswirtschaft in Bayern und Ministerialdirigent Friedrich Mayer.

„Unsere Jungzüchter sind zum Glück wetterfest", erklärte Ministerialdirigent Friedrich Mayer am Abend bei der Preisverleihung und zeichnete gemeinsam mit Bauernverbandspräsident Walter Heidl, Siegfried Schütz, Präsident des Hauptverbandes zur Förderung der tierischen Veredelungswirtschaft in Bayern, und Georg Hollfelder, dem Vorsitzenden des Landesverbandes Bayerischer Rinderzüchter, die Besten des Tages aus.

Die Besten der Besten

Nur derjenige, der den Bewertungen am nächsten kam, die beispielsweise beim Fleckvieh und Braunvieh von den Profi-Nachzuchtbewertern der LfL vorgegeben wurden, konnte ganz oben auf dem Treppchen landen.

Beim zahlenmäßig stark besetzten Fleckviehwettbewerb war dies Stefa-

FOTOS (7): JOSEF BERCHTOLD

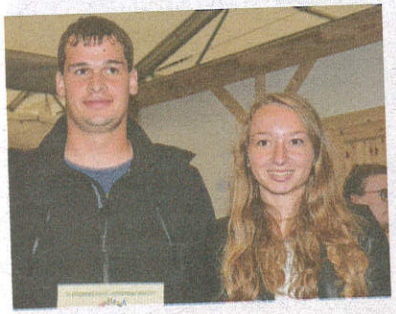
Einzelsieger Fleckvieh (v. l.): Stefanie Kraus, Deubach (1.), Michael Nagler, Martinsheim (2.) und Elias Breitenbach, Karlstadt. Es gratuliert Georg Hollfelder vom Landesverband der Bayerischen Rinderzüchter.

Auch im Einzelwettbewerb der Rasse Deutsche Holsteins gab es strahlende Sieger (v. l.): Maria Gumpold aus Ainring (1.), Josef Schöpfer aus Bruckmühl (2.) und Barbara Gräul aus Ottobeuren (3.).

Die Sieger im Wettbewerb der Fleischrinderrassen (v. l.): Simon Loibl aus Eichendorf (1.), Matthias Schneider aus Waldmünchen (2.) und Björn Schuck aus Aschaffenburg (3.).

Die Sieger im Einzelwettbewerb der Rasse Braunvieh (v. l.): Matthias Kugler aus Görisried (1.), Valentin Steuer, Kaufbeuren (2.) und Fabian Geiger aus Füssen (3.).

Die Sieger im Mannschaftswettbewerb Braunvieh (v. l.): Johannes Ohmayer, Fabian Geiger und Tobias Guggemos vom JZC Füssen.



Sieger im Wettbewerb bei den Ziegen (v. l.): Florian Hiltner aus Heilsbronn (2.) und Fiona Krauter aus Fuchstal (1.).

Im Wettbewerb Schaf siegten (v. l.): Alexander Belzner aus Wittelshofen (1.), Johannes Stark aus Kleinrheinfeld (2.) und David Papp aus Bergtheim (3.).

Die Sieger im Wettbewerb Schwein (v. l.): Christian Reff, Geisenhausen (1.), Thomas Beck, Tiefenbach (2.) und Nicolai Vockinger, Geisenhausen, Stefanie Röger, Dillingen, sowie Laura Gump, Höchstädt, jeweils auf Platz 3.

se, der Eber Pele von Georg Kügel, komplettierte das Bild von Bayerns Zuchtebern auf dem ZLF. Und so erhielt Kügel zusätzlich zur Staatsmedaille in Gold auch die Silbermedaille für seinen Duroc-Eber.

Schweinezucht ist ein laufender Prozess

Schweinezucht ist nicht statisch. Sie ist ein laufender Prozess, der vor allem bestimmt wird von den sich immer neu ändernden Anforderungen des Marktes. Standen bisher Leistung und Fleischqualität im Focus, so bedrängen immer massiver emotional begründete Forderungen die Schweinezucht.

Der Tierschutz hat die gesamte Nutztierhaltung als Feld entdeckt, auf dem er sich profilieren kann. Die Änderung der Haltungsverordnung für Sauen ist ein Ausfluss dessen. Nicht alle Sauen sind zur Gruppenhaltung tauglich. Das Kriterium „Gruppentauglichkeit" wird daher in Zukunft auch züchterisch intensiv bearbeitet werden müssen.

Das gilt in jedem Fall auch dann, sollte die Ebermast statt die von Kastraten Standard werden. Dass „geringe Geruchsabweichungen im Fleisch männlicher Schlachtschweine" zukünftig in die Formulierung des Zuchtziels in der Schweineproduktion aufgenommen wird, erscheint nicht so abwegig.

Man darf gespannt sein, welche Eber- und Sauentypen in vier Jahren beim nächsten Zentral-Landwirtschaftsfest in den Ring gehen werden.

Den bayerischen Zuchtleitern Günther Dahinten (Mutterrassen) und Dr. Rudolf Eisenreich (Pietrain) steht jedenfalls genug Arbeit ins Haus, wenn sie die Schweinezüchter anleiten, Top-Qualitäten herauszubringen.

Andrea Tölle

Die weißen Rassen, wie dieser Edelschwein-Eber, waren bei den Ebern nicht in der Bewertung.

Duroc ist vor allem für den ökologischen Landbau interessant. Den Eber Pele ließ der Trubel kalt.

Die Muttersau mit ihren Ferkeln war auf jeden Fall ein Besuchermagnet. Noch lustiger war es für die Besucher, wenn die Ferkel herumsausten und spielten. Das LVFZ Schwarzenau erhielt für diese Attraktion eine Staatsmedaille in Bronze.

Moreno macht's

Schweinezucht ist dauernd im Fluss. Die Zuchtziele müssen sich den laufend ändernden Anforderungen des Marktes anpassen. Die Eber und Sauen beim ZLF waren da tatsächlich „Erste Sahne".

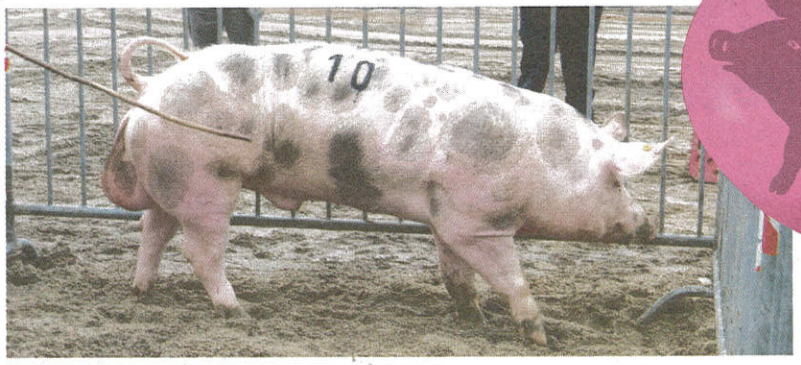
FOTOS: ANDREA TÖLLE

Bayernsieger ist der Pietraineber Moreno von Michael Will, Mellrichstadt. Er erfüllt die Qualitätslevel Goliath, Turbo und Pietralon.

Alle vier Jahre bietet sich beim ZLF bayerischen Bauern und auch der Bevölkerung, die an der Nutztierhaltung interessiert ist, die Möglichkeit, beste Zuchtschweine live und aus der Nähe zu betrachten. Die Schweinehalter informieren sich zusätzlich erfahrungsgemäß auf den regelmäßigen Märkten und da besonders auf der einmal im Jahr abgehaltenen Landesabsatzveranstaltung (LAV) über das Zuchtgeschehen. Ansonsten spielt sich die moderne Schweinehaltung weitgehend hinter verschlossenen Türen ab – aus gutem Grund: Die Hochleistungstiere setzt man nicht grundlos der Gefahr aus, sich mit Krankheiten zu infizieren. Gleichgültig, ob Mastschweine oder Zuchtsauen mit einem Potenzial von oder gar die Zuchteber als Vererber hoher Leistungsbereitschaft – alle sind das Betriebskapital ihrer Halter. Das gilt es, gewissenhaft zusammenzuhalten. Wenn sich immer wieder Schweinezüchter finden, die dieses Risiko nicht scheuen und ihre

halb war man sehr gespannt auf das Urteil. Die Jury machte es sich nicht leicht und wollte die drei Favoriten zum besseren Vergleich vor der Urteilsverkündung noch einmal nebeneinander im Ring sehen.

Die Richter setzten schließlich **Moreno** von Michael Will aus Mellrichstadt an die Spitze. Er ist der **Bayernsieger 2016**. Der am 30. November 2015 geborene Pi-Eber überzeugte neben seinem Erscheinungsbild durch seine Vererbungsleistung. Moreno ist ein sehr ausgeglichener Vererber sowohl in Merkmalen der Mast- wie auch der Schlachtleistung. Ausschlaggebend war, dass der in Franken beheimatete Eber alle drei Qualitätslevel – Goliath, Turbo und Pietralon – erfüllt. Das können nur zehn bayerische Besamungseber von sich behaupten.



Reservesieger wurde Magnat von Georg Kügel aus Pförring. Er

Reservesieger wurde Magnat von Georg Kügel aus Pförring. Dieser Eber überzeugte insbesondere durch seinen gewaltigen Rahmen und die hervorragende Ausbildung der wertvollen Teilstücke Schulter, Kotelett und Schinkenpartie.

Max kam auf Rang drei. Aussteller Bernd Eckardt aus Sonnefeld präsentierte hier den klassischen fleischbetonten Ebertyp mit hervorragender Bemuskelung. Zudem verfügt Max über eine hervorragende Vererbungsleis-

Eber und Sauen dem Publikum präsentieren, so ist das bewundernswert.

Hier gibt es den direkten Vergleich

Dennoch haben solche Schauen ihren Reiz: Die Tiere stehen in direktem Vergleich. Zwar lassen sich Zucht-, Mast- und Schlachtleistungen, die beispielsweise die Eber vererben, deren Papieren entnehmen. Doch das Exterieur lässt sich in erster Linie bei der Inaugenscheinnahme und im Vergleich mit anderen Ebern beurteilen.

Gerade beim diesjährigen ZLF war es da spannend, wie die Richterkommission bestehend aus den Vorstandsmitgliedern der beiden bayerischen Besamungsstationen Josef Häfel und Eduard Mack sowie Ministerialrat Dr. Georg Beck, Manfred Wieser, Dr. Rudolf Eisenreich und Günther Dahinten entschieden. Ihnen wurden sechs Pietrain(Pi)-Eber vorgestellt, die jeweils die Zucht in den bayerischen Regierungsbezirken repräsentieren. Es waren allesamt Spitzenvererber, die sich dem Wettbewerb stellten.

Natürlich sind es nur Nuancen, in denen sie sich unterschieden. Um diese auszumachen, bedarf es schon ausgewiesener Fachleute, denen Abweichungen auffallen. Ausschließlich solche saßen natürlich in der Bewertungskommission. Und auch die Beobachter am Vorführring waren großteils Schweinespezialisten. Des-

Reservesieger wurde Magnat von Georg Kugel aus Pfarring. Er überzeugte insbesondere durch seinen gewaltigen Rahmen.

Dritter wurde Max von Bernd Eckart aus Sonnefeld. Der Pietraineber verkörpert den klassischen fleischbetonten Ebertyp.

Die Siegersau des LVFZ Schwarzenau verfügt über einen hervorragenden Rahmen und ein exzellentes Zitzenbild.

tung insbesondere in den Merkmalen der Schlachtkörperqualität.

Alle drei Züchter werden bei der Siegerehrung am Sonntag von Wirtschaftsministerin Ilse Aigner mit einer Goldmedaille ausgezeichnet. Die Besitzer der Eber, welche die Plätze vier bis sechs belegten, erhielten noch am Mittwochabend die Staatsmedaille in Silber.

Exzellentes Zitzenbild, stabiles Fundament

Genauso wie das Lehr-, Versuchs- und Fachzentrum Schwarzenau für die ebenfalls am Mittwoch prämierte Jungsau der Deutschen Landrasse. Hier wurde vor allem das äußere Erscheinungsbild bewertet. Die Siegersau verfügt über einen hervorragenden Rahmen mit optimaler Bemuskelung bei einem äußerst korrekten und stabilen Fundament und einem exzellenten Zitzenbild. Die 8/8 Zitzen sind in einem hervorragendem Abstand.

Auch für die Erzeuger von ökologisch erzeugten Mastschweinen hat die bayerische Schweineproduktion etwas zu bieten: Hier zeichnet sich der rahmige und widerstandsfähige Duroc-Eber aus. Er vererbt zwar eine Fleischfülle, die zwar die süddeutschen Anforderungen nicht ganz erfüllen kann, er eignet sich aber aufgrund seiner hohen täglichen Zunahmen und seiner Fleischqualität sehr gut für die Schweinefleischerzeugung im Ökolandbau. Ein bemerkenswertes Exemplar dieser Ras-

kreis Dingolfing-Landau. Bereits mit 13 Jahren, beim ZLF 2008 war er ZLF-Sieger, 2012 wurde er Zweiter und heuer, mit 21 Jahren, nahm er zum dritten Mal am ZLF-Jungzüchterwettbewerb teil und gewann erneut bei den Fleischrindern.

Die Gesamt- und Bayernsieger wurden mit der goldenen Züchtermedaille des bayerischen Staatsministeriums ausgezeichnet (alle Preisträger siehe Seite 30/31). Der Schweinezüchter Michael Will aus Mellrichstadt wurde für seinen Pietraineber Moreno geehrt, er erfüllt als einer der wenigen Eber alle drei Qualitätslabel seiner Rasse. Georg Kügel aus Pförring züchtet mit Pietrain, Duroc und der Deutschen Landrasse gleich drei Schweinerassen erfolgreich, am ZLF wurde er für den Pietraineber Magnat geehrt. Auch Bernd Eckard aus Gestungshausen ist ein erfolgreicher Pietrainzüchter und exportiert sogar nach Spanien.

Acht Ziegenrassen waren am ZLF ausgestellt, gewonnen haben Monika und Jürgen Mareth aus Ziertheim mit ihrer Thüringer-Wald-Ziege.

Der Vorsitzende des Maisacher „Schäferstammtisch" im Landkreis FFB, Stephan Graf aus Windach, wurde für seine Siegersammlung bei den Coburger Fuchsschafen geehrt. Christian Schleich aus Brunnthal war elf Jahre Vorsitzender der bayerischen Schafzüchter, er stellt zwei Klassensieger und die Siegersammlung bei Merino. Ludwig Prinz aus Weiler bei Lindau ist einer von vielen Züchtern, die Schafe im Neben-

Diese erfolgreichen bayerischen Jungzüchter erhielten aus den Händen von Wirtschaftsministerin Ilse Aigner, als stellvertretende Landesmutter, den begehrten Siegerpokal des ZLF.

Diese bayerischen Rinderzüchter bekamen für ihre Zuchterfolge ebenfalls eine goldene Staatsmedaille.

FOTO: CHRISTINE ENDRES

Gruppenbild der bayerischen Pferdezüchter, die eine Züchtermedaille in Gold in Empfang nehmen durften.