DONNERSTAG, 23. JANUAR 2020, NUMMER 3

SCHAFFHAUSER BAUER

Offizielles Organ des Schaffhauser Bauernverbandes und seiner Fachsektionen

«MIINI MEINIG»

Hello again

VON SANNA BÜHRER WINIGER

Ich war früher trendy, habe mich auf Facebook, Linkedin und Twitter vernetzt. Bei Letzterem beeindruckte mich schwer, dass ich fast per sofort zwei Follower hatte. Sie wurden wohl enttäuscht: Ich habe meinem Dabeisein ohne Aktivitäten kurz darauf wieder ein Ende gesetzt und auch meine anderen Profile «abgeräumt». Der Ton war mir vielfach zu rau. Nun hat mich das Landwirtschaftsbashing aber wieder aus dem digitalen Busch gelockt. Neu ist zudem der Schaffhauser Bauernverband auf Facebook präsent. Da macht das «Posten» Spass, etwa des Fotos der Schaffhauser Landwirte, deren Kühe an der DV von Swissherdbook Ost für eine Lebensleistung von 100 000 Kilo Milch ausgezeichnet wurden. Die am Anlass geehrten Tiere waren situationsgemäss alle «gestandene Semester», die jüngste unter ihnen 11, die älteste, Sofi, 19. Das ist klimabezogen clever, denn junges Milch-Rindvieh pupst und rülpst zunächst ja eine Zeit lang ohne Nutzen für den Menschen. Es macht fürs Klima Sinn, Milchkühe lange im Bestand zu haben. Wie das allerdings gehen soll, wenn die Bauern ihre Direktzahlungen (DZ) verlieren, falls sie betriebsfremdes Futter zukaufen, wie das die Trinkwasser-Initiative (TWI) will, das ist für mich ein Fragezeichen. Futterknappheit haben wir vor nicht allzu langer Zeit erlebt, und im Zeichen des Klimawandels müssen wir damit auch wieder rechnen. Nach den Spielregeln der TWI muss dann bei ausgehenden Futtervorräten den Tierbestand reduzieren, wer seine DZ nicht verlieren will. Dabei werden die Kühe kaum beim Nachbarn landen, bei dem auf dem Heuboden gleichfalls Notstand herrscht, sondern im Schlachthaus. Auch wenn das nächste Jahr futtermässig wieder Entlastung bringen würde. Schade um die Kühe, schade um ihr Leben, schade um den «Ressourcenverschleiss». Schade, dass viele Leute solches wohl gar nicht sehen. Es sei denn, man postet zum Beispiel solche Zusammenhänge in den Social Media. Es gibt noch viel zu tun.

«Wir wollen wissen, wo wir stehen»

Am Weiterbildungsmorgen der Schaffhauser Weinbranche vom 18. Januar haben sich Winzerinnen und Winzer frische Inputs geholt. Unter anderem präsentierte die Branchenorganisation Schaffhauser Blauburgunderland ihre «Strategie 2.0».

VON SANNA BÜHRER WINIGER

BILD MARCUS GYGER

Die Schönheit der hiesigen Reblandschaften soll künftig noch mehr Wein-Begeisterte zur Reise ins Schaffhauser Blauburgunderland motivieren.

Einfach hat es sich das Schaffhauser Blauburgunderland (BBL) nicht gemacht. Die externe Expertise «Strategie 2.0» des Unternehmensberaters Johannes Ermatinger zeigt Gelungenes, aber auch Defizite der Branchenorganisation auf. Verbandspräsident Christian Roth scheut diese kritischen Aspekte nicht. «Wir sind für eine schonungslose Analyse dankbar. Wir wollen wissen, wo wir stehen», erklärt der Präsident des BBL, der selber Winzer ist, gegenüber dem «Schaffhauser Bauer». «Johannes Ermatinger hat uns aufgezeigt, dass wir in verschiedenen Bereichen auf dem rechten Weg sind und vieles bereits sehr gut läuft im Kanton. Doch er spricht auch Schwachstellen an und zeigt Möglichkeiten auf, wie diese angegangen werden können.»

Erfolg und Herausforderungen

Einer kritischen Analyse von Ist und Soll hat sich die Branchenorganisation bereits vor 18 Jahren im Rahmen der «Strategie 1.0» gestellt. Nun hat das BBL mit Ermatinger wiederum einen externen Berater geholt, der neben einer detaillierten Lagebeurteilung auch neue Ziele und Strategien entworfen hat.

Am Weiterbildungsmorgen in Schleitheim stellte der Schaffhauser Unternehmensberater im Rahmen seines Referats gewonnene Erkenntnisse vor. Viel ist seit 2002 erreicht worden, eine deutlich verbesserte Weinqualität beispielsweise und die Etablierung von «Leuchtturm-Events» wie der Gourmetwoche, der «Wiiprob» und dem Traubenblütenfest. «Der Schaffhauser Wein hat sich im Kanton selber sehr gut positioniert, insbesondere auch in der Gastronomie. Doch Schaffhausen ist ein kleiner Markt und das Blauburgunderland ist ausserkantonal noch nicht etabliert», konstatierte Ermatinger am Anlass. Entsprechend besteht Handlungsbedarf, Schaffhauser Wein auch über die Kantonsgrenzen hinaus bekannt zu machen.

Dabei stösst die Branchenorganisation aber auf verschiedene Hürden. Die Pionierhaltung der Anfangsjahre sei verflogen, analysierte Ermatinger. Das Blauburgunderland müsse mit knappen Ressourcen viel erreichen; die Erwartungen der Mitglieder seien hoch und heterogen. Die Dominanz einiger Grossabnehmer stellte er mangelnder Einheit unter den Produzenten gegenüber, dies bei einem grossen Marktdruck aus dem übrigen In- sowie dem Ausland und einem rückläufigen Weinkonsum. Überproduktionen in den Schaffhauser Reben ziehen eine Deklassierung von AOC-Trauben mit sich. Die entsprechend geringere Abgeltung für die betroffenen Traubenkontingente führt zu einer teilweise defizitären Produktion. Herausforderungen entstehen zudem einerseits durch die geforderte Ökologisierung seitens Gesellschaft und Politik sowie andererseits durch das Auftreten neuer Schadorganismen, die es in den Griff zu bekommen gilt.

In einer internen Analyse hatte Ermatinger das Qualitäts- und Preisgefüge beim Traubenhandel im Kanton Schaffhausen durchleuchtet. Dabei zeigte sich, dass nur gerade drei Prozent der Ernte in ein AOC-Premiumsegement geliefert und überdurchschnittlich bezahlt werden.

91 Prozent werden zwar zu AOC-Bedingungen produziert. Sie erreichen im Verkauf den für eine kostendeckende Produktion nötigen Preis teilweise aber deutlich nicht. Auch die sechs Prozent Landwein-Trauben können oft nicht zu einem wirtschaftlichen Preis gehandelt werden.

Erlebniskanton hoch drei

Aufgrund der branchenintern erhobenen Zahlen geht Ermatinger von einer Überproduktionsfläche von 80 bis 100 Hektaren aus, rund einem Fünftel des aktuellen Rebgebiets im Kanton. Entsprechend besteht Handlungsbedarf. Die Studie zeigt dabei verschiedene Möglichkeiten auf, vom Ausreissen überalterter Reben mit einer möglichen Rodungsprämie über eine zusätzliche Mengenregulierung oder die Einführung neuer Sorten bis zu einer anders ausgerichteten Segmentierung des Marktes, wie sie in der neuen Markenarchitektur der Strategie 2.0 angedacht ist. Eine weitere Option sei, nichts zu tun, fügte der Referent an. Dies führe zu einer automatischen Bereinigung der Situation. «Es ist zugleich aber die schlechteste Option, da es nur Verlierer gibt», warnte er. Entsprechend setzt die Strategie 2.0 auf situationsangepasstes Erkennen und Handeln. In ihrer Vision sieht sie Schaffhausen als Erlebniskanton hoch 3 – Wein, Menschen und Emotionen sollen über die Region hinausstrahlen und Weinaffine motivieren, das Blauburgunderland zu erleben. Die Rebberge bieten viele Möglichkeiten, Biodiversität noch mehr zu fördern – ein zusätzlicher Parameter, der künftig Schaffhauser Wein auszeichnen soll.

Neue Markenarchitektur entwickelt

Um weiterzukommen, will das BBL die eigenen organisatorischen Strukturen straffen und vermehrt wieder auf Pioniergeist sowie insbesondere auf innovative Köpfe setzen. Qualität, Absatz und Image der Schaffhauser Weine wird eine gezielte werberische Kommunikation voranbringen, mit dem Ziel, ein breites Angebot entlang einer neuen Marketingarchitektur zu pflegen.

Letztere definiert eine klar gegliederte Klassenhierarchie, mit dem Hochpreissegment «Grand Cru» an der Spitze, gefolgt von AOC Schaffhausen, AOC «Ortsname» sowie dem kostengünstigen Landwein. Jedes Segment unterliegt festgelegten Anforderungen, was etwa die Mengenregulation am Stock, den Ausbau in der Kellerei, den Verkaufspreis des Weins sowie die Verkaufsstrategie betrifft.

Das gehört zum «grünen Rebbau»

Dabei soll sich insbesondere der Landwein durch vermehrte Biodiversitätsförderung auszeichnen, auch dies nach definierten Vorgaben, welche sich zentral an Konsumentenbedürfnissen orientieren.

Zum «grünen Rebbau» gehören neben der Förderung der Artenvielfalt in den Weinbergen unter anderem auch der Schutz der Verbraucher-, Produzenten- und Mitarbeitergesundheit, der richtige Umgang mit Abfällen und Abwässern sowie der Einsatz von natürlichen Regulierungsmechanismen bei Schädlingen.

«Mit unseren bestehenden Hauptsorten ist biologischer Rebbau äusserst schwierig», erklärt Christian Roth. «Doch es gibt die Möglichkeit des grünen Rebbaus. Dieser werden wir in den kommenden Jahren nachgehen und so einen Beitrag zur Biodiversität und Nachhaltigkeit leisten.»

ANZEIGE

Agrikultura.ch

Kitzbüheler Alpen
4 Tage Do–So, 21.–24. Mai Fr. 740.–

KWF Messe Hessen
3 Tage Mi–Fr, 1.–3. Juli ab Fr. 410.–

Paris mit Kornkammer Europas
4 Tage So–Mi, 23.–26. Aug. ab Fr. 555.–

Tessin mit Kastanienfest
3 Tage Fr–So, 9.–11. Oktober ab Fr. 450.–

Badische Spargelstrasse
Mittwoch, 27. Mai Fr. 79. –

Weitere Reiseangebote unter
www.agrikultura.ch

Diverse Einsteigeorte – auch in Ihrer Nähe!
Haben Sie noch Fragen? Rufen Sie uns an:

Tel. 052 633 00 00 A1491724
Rattin AG, Zollstrasse 95, 8212 Neuhausen

WEITERBILDUNG

5. GVS Pflanzen- und Ackerbautag brachte viel Neues

«Gesund vom Acker bis zur Mühle»: Unter diesem Motto vermittelte der 5. GVS Pflanzen- und Ackerbautag in Schaffhausen ein breites Spektrum an Informationen rund um Pflanzengesundheit an einem Anlass unter einem Dach. Am Nachmittag lag der Fokus auf Social Media.

Über 150 Landwirte bildeten sich am Anlass vom 9. Januar weiter, der Pflanzengesundheit sowie Erntequalität in den Mittelpunkt stellte.

So informierte Elmar Caldart (GVS) über die Pilzkrankheiten Fusarien sowie Steinbrand im Getreide und zeigte mögliche Massnahmen dagegen auf. Rückstände beider Pilze sind gesundheitsgefährdend und bedeuten für die Getreide-Sammelstellen eine grosse Herausforderung bei der Reinigung des Ernteguts. Patrik Eicher (GVS) analysierte alternative Möglichkeiten der Krankheitsbekämpfung im Gerstenanbau nach dem Verbot von Chlorothalonil.

Dass Humus mit seiner Mikrofauna einen wichtigen Beitrag zur Pflanzengesundheit leistet, dazu informierte Mel Zürcher (Fenaco, s. auch Interview im Schaffhauser Bauer vom 16. Januar).

Daniel Item (GVS) porträtierte verschiedene Futtermischungen sowie aktuelle Körner- und Silomaissorten. Und neben den Inputs weiterer Referenten rund um Pflanzenschutz bestand zudem die Möglichkeit des direkten Austausches mit Fachleuten.

Tagungsorganisator Reto Joos hatte damit auch heuer ein attraktives und aktuelles Programm zusammengestellt.

Weltweit vernetzt

Social Media standen im Mittelpunkt des Nachmittagsprogramms, das traditionellerweise vom Schaffhauser Bauernverband bestritten wurde.

Eingeladen hatte der SHBV den landwirtschaftserfahrenen Social-Media-Fachmann Florian Poprat der Fair-Factory GmbH mit Sitz in Fanas und Zürich.

Dieser nahm die Anwesenden mit auf eine Tour d'Horizon durch ein Universum, das im digitalen Alltag omnipräsent ist, das jedoch ungeahnte Winkel und Weiten aufweist – so etwa die Tatsache, dass Facebook nicht nur die Daten der eigenen User im Detail sammelt, sondern auch Daten der Besucher aller Websites, welche mit einem Facebook-Account verbunden sind.

Oder die Popularität, welche die sozialen Netzwerke weltweit geniessen. So waren 2018 2,26 Milliarden Leute global mit einem Profil auf Facebook präsent, 3,84 Mio. davon in der Schweiz. Instagramm zählte im selben Jahr immerhin 1 Milliarde Accounts, davon 2,5 Mio. in der Schweiz. Und die 6,5 Mio. Whatsapp-Nutzer in der Eidgenossenschaft belegen: Sozusagen jeder Smartphone-User hierzulande ist an diese Plattform angeschlossen.

Gleichfalls interessant: Sowohl Instagram sowie Whatsapp gehören Facebook.

Facebook & Co. sinnvoll einsetzen

Facebook selber habe in der Schweiz punkto Wachstum seinen Zenit bereits überschritten, erklärte Poprat. Die Plattform ist aktuell vor allem für Nutzer über 30 attraktiv. Er zeigte jedoch verschiedene Vorteile auf, warum Facebook sich für das Anbieten von Dienstleistungen und Produkten nach wie vor sehr lohnt. Poprat demonstrierte, wie für wenig finanziellen

Fortsetzung auf Seite 2