

# JAHRESBERICHT 2022





# IMPRESSUM

# INHALT

## LID.CH

### Landwirtschaftlicher Informationsdienst

Die Presse- und Informationsstelle der Schweizer Landwirtschaft

### Titelseite

**Bild 1:** LID-Präsident Stephan Hagenbuch und LID Geschäftsführer Markus Rediger anlässlich der 70. Delegiertenversammlung an der BEA in Bern. **Bild 2:** Die Schweizer Bauernfamilien haben eine neue Dachmarke: «Schweizer Bäuerinnen & Bauern. Für dich.» heisst die neue Kampagne, die der LID in der Konzeption und Umsetzung mitverantwortet. **Bild 3:** AgrarScouts im Einsatz – sie zeigen den Konsumentinnen und Konsumenten Zusammenhänge auf, beantworten Fragen und erklären ihre Arbeit. **Bild 4:** Nach der Eröffnung der 79. Olma in St. Gallen geniesst Bundespräsident Ignazio Cassis die Aussicht aus dem Mährescher-Cockpit in der Halle «Erlebnis Nahrung» während LID-Vizepräsident Urs Schneider ihm die Bedienung der Erntemaschine erklärt. Die Projektleitung der Halle liegt beim LID.

### Impressum

**Herausgeber** Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID **Erscheinungsweise** 1-mal pro Jahr **Erscheinungsdatum** 04/2023  
**Redaktion** LID **Fotos und Grafiken** LID **Weitere Bildquellen** unsplash (Seite 8) **Gestaltung** Rena Witschi, atelierQuer.ch  
**Druck** Vögeli AG, Langnau **Rückmeldungen** info@lid.ch

Weststrasse 10 | Postfach | 3000 Bern 6 | Telefon 031 359 59 77  
 www.lid.ch | info@lid.ch | Instagram: @lid.ch | Facebook: /landwirtschaft.schweiz | Twitter: @lidnews



### Innovationen und Brückenschläge

Diese Themen gehören beim LID zum täglichen Geschäft. Innovationen sind neue, unverwechselbare und exklusive Angebote und Dienstleistungen, die der LID auch 2022 wieder lanciert hat. So zum Beispiel die AgrarScouts, die an Messen und Events der Bevölkerung Red und Antwort stehen und über die Schweizer Landwirtschaft aufklären. Durch persönliche Begegnung schafft man eine Beziehung und so auch den Brückenschlag zum guten Miteinander und gegenseitigen Verständnis – eine der wichtigsten Aufgaben, die der LID wahrnimmt. Erfahren Sie im vorliegenden Jahresbericht, was der LID alles (mit-)innoviert hat, wie viele Brückenschläge er geschafft und was er alles geleistet hat mit seiner Kommunikation für Stadt und Land.

Akzente	
<b>Mit Innovation zum Brückenschlag</b>	4
<i>Stephan Hagenbuch</i>	
<b>Persönliche Beziehungen als Schlüssel zur Nachhaltigkeit</b>	6
<i>Markus Rediger</i>	
<b>Jahres-Highlights</b>	8   14   20
Medien	
<b>Die neue Medienstrategie hat sich bewährt</b>	10
Schulen	
<b>Kompetenzzentrum für Schule und Landwirtschaft</b>	12
Öffentlichkeitsarbeit für Konsumenten	
<b>Alles im neuen Look</b>	16
Öffentlichkeitsarbeit für Bäuerinnen und Bauern	
<b>Im persönlichen Dialog mit den Konsumentinnen und Konsumenten</b>	18
Geschäftsstelle LID	
<b>Das LID-Team im Wandel</b>	22
Vorstand und DV	
<b>Vorstand und DV entscheiden zukunftsweisend</b>	24
Mitglieder und Organisation	26



# AKZENTE



Der LID hat 2022 als Innovation die Schweizer AgrarScouts an der BEA lanciert. Diese leisten wertvolle Dienste für die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft. Sie geben Einblick in ihre Arbeit und tragen so mit viel Sachverstand dazu bei, ein realistisches Bild der Schweizer Landwirtschaft und des Schweizer Ernährungssektors zu vermitteln.

## MIT INNOVATION ZUM BRÜCKENSCHLAG

Der LID hat sich für 2022 zum Ziel gesetzt, die Umsetzung der beschlossenen strategischen Eckwerte weiter voranzutreiben. Im Fokus der Stossrichtung geht es unverändert darum, den Brückenschlag zwischen der stets urbaneren Schweizer Bevölkerung und der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft gezielt zu pflegen, um so der Entfremdung entgegenzuwirken; denn wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit. Die Tätigkeit des LID findet so auch nahe am bekannten «Stadt-Land-Graben» statt, der uns zum Brückenschlag auffordert; denn es gibt kaum ein anderes Land, das insgesamt so urban geprägt ist wie die Schweiz.

Der Anspruch ist, mit Innovation zum Brückenschlag in der Kommunikation beizutragen. Zusammen mit unseren Mitgliedern wollen wir ein Umfeld schaffen, das den Weg dazu hochhält, indem wir:

- am Ausgangspunkt eine realitätsgerechte LID-Strategie 2022+ ausgearbeitet haben.
- den Freiraum für Kreativität fördern.
- neue Technologien einbeziehen.
- uns ständig weiterentwickeln und präsent sind.
- ein gutes internes Teamwork pflegen.

Der LID hat 2022 als Innovation den «Schweizer AgrarScout» an der BEA lanciert. Zugegeben, wir haben «ihn» nicht vollständig selbst erfunden; doch die AgrarScouts helvetischer Prägung leisten wertvolle Dienste für die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft. Sie sind kompetente, authentische und glaubwürdige Multiplikatoren. Sie geben Einblick in ihre Arbeit und tragen so mit viel Sachverstand dazu bei, ein realistisches Bild der Schweizer Landwirtschaft und des Schweizer Ernährungssektors zu vermitteln. Der LID unterstützt die AgrarScouts mit einer Kurzausbildung zum Start.



**Stephan Hagenbuch**  
Präsident LID

Im 2022 – nach dem Abklingen von Corona - konnte das Team des LID wieder richtig aus dem Vollen schöpfen und all unsere bisherigen Austausch-Plattformen nutzen, wie BEA, OLMA und Themen hochfahren, wie Superfood etc. Vor dem Hintergrund von lebhaften gesellschaftlichen Diskussionen zur Ernährung und zur Agrarpolitik in der Schweiz wurden diese Kontakte auch intensiv genutzt.

Und zum Schluss: Innovationen sind Erneuerungen. Sie werden letztlich von den LID-Mitarbeiterinnen und LID-Mitarbeitern getragen und umgesetzt. Dazu braucht es in den Worten von Thomas Alva Edison: «Ein Prozent Inspiration – neunundneunzig Prozent Transpiration.»

Herzlichen Dank für dieses grosse Engagement!

«Der LID baut Brücken: Zwischen Landwirtschaft und Konsumierenden, zwischen Bauernhöfen und Schulhöfen, zwischen Land und Stadt. Diese Brücken sind für die Zukunft der Land- und Ernährungswirtschaft zentral.»

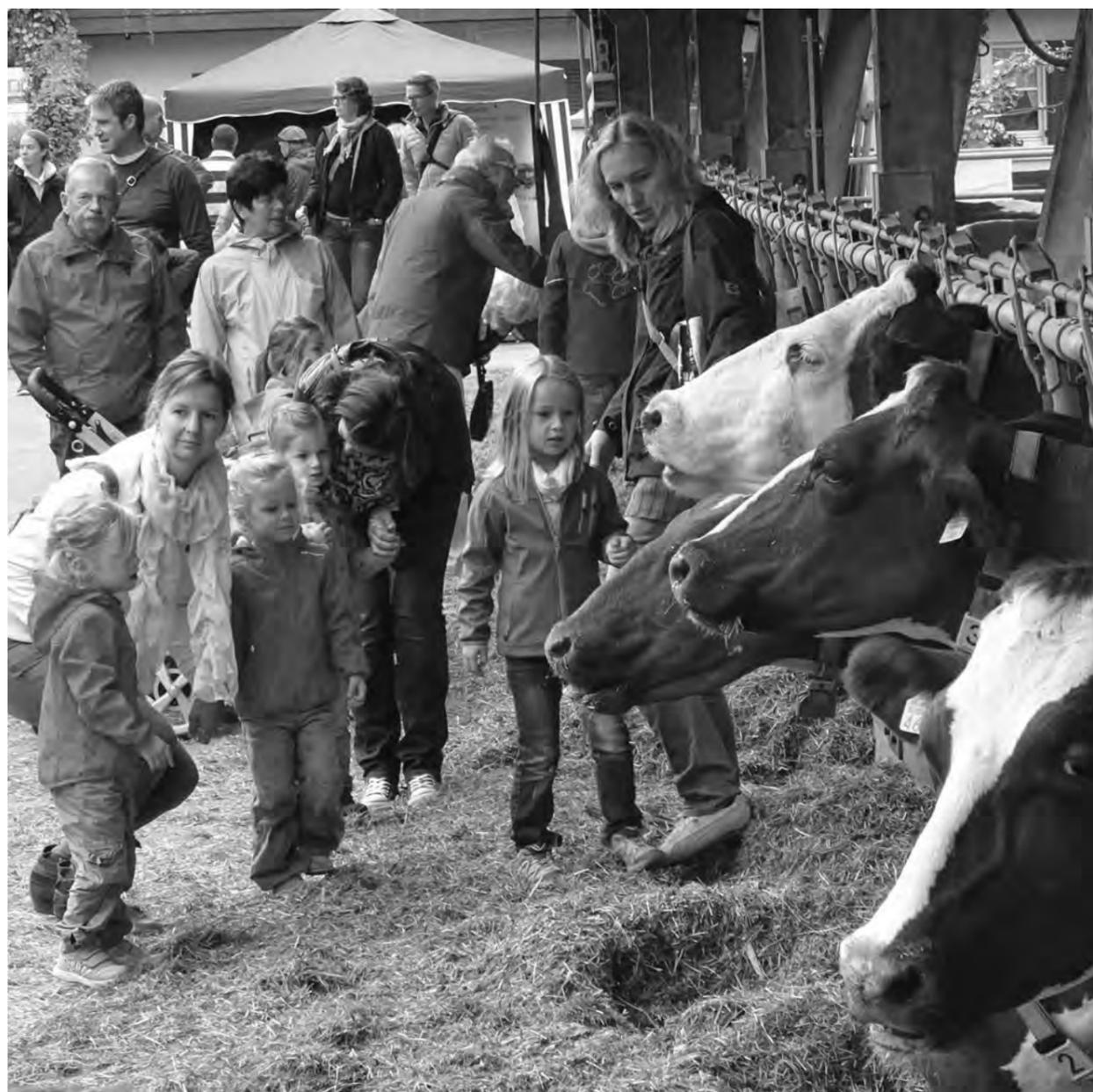
**Patrik Aebi,**  
Leiter Qualitäts- und Absatzförderung,  
Bundesamt für Landwirtschaft (BLW), Bern.



**Die Kuh hat weniger Zitzen, als ich unter Käseentzug dachte**  
 Als Reaktion auf seinen Veganuary wurde BT-Redaktor Jérôme Leclot von Bauern im tiefen Berner Jura auf ein Glas Milch eingeladen. Ein Scallgang mit philosophischer und anatomischer Pointe.



# AKZENTE



Konsumentinnen und Konsumenten von morgen sollen früh selbst erste Erlebnisse mit der Landwirtschaft machen können, das schafft gute Grundlagen fürs ganze Leben. Die Bauernfamilien halten die Schlüssel dafür in der Hand. Der LID und seine Partner unterstützen sie aktiv dabei mit zahlreichen Angeboten.

## PERSÖNLICHE BEZIEHUNGEN ALS SCHLÜSSEL ZUR NACHHALTIGKEIT

Drei Viertel der Schweizer Bevölkerung wohnt im urbanen Raum. Dort bin auch ich aufgewachsen, auf einem Bauernhof zwischen der Stadt Basel und dem Dorf Münchenstein im Spannungsfeld zwischen Stadt und Land. Da galt es immer wieder Wege zu finden zu einem guten Miteinander.

### Schlagzeile führt zu Begegnung

Das gute Miteinander und Verständnis fördern auf beiden Seiten ist eine Hauptaufgabe des LID. Angesichts der wachsenden Bevölkerung insgesamt und besonders in den Städten wird diese Aufgabe immer wichtiger. Dass dieses Miteinander sich vor allem durch Begegnung und Beziehung verbessern lässt und nicht durch Belehrung, wurde mir schon früh vor Augen geführt. Als eine Basler Tageszeitung in den 1970-Jahren ein Bild der über 20-jährigen Simmentaler Hornkuh Farin mit einem grossen Euter auf der Weide publizierte mit einem Hinweis in der Legende, dass die heutige Landwirtschaft zu sehr auf überzüchtete Milchleistung schaue, war es Zeit, den direkten Kontakt zu suchen, nicht nur mit dem Schreiber, sondern auch mit Konsumentinnen, Spaziergängern und Schulkindern, die immer zahlreich auf unserem Hof und an den Weidezäunen anzutreffen waren. Denn, nachdem unsere damals schon betagte Kuh ein weiteres Kalb zur Welt brachte und das Eutergewebe etwas weniger straff war, musste das offenbar erklärt werden. Als dann Kinder und Passanten die Kuh und das Kalb im Stall streicheln konnten und das Gespräch gesucht wurde, entstand aus einer fehlgeleiteten Behauptung eine gegenseitige Beziehung. Das Bieler Tagblatt vom 11. 02. 2023 berichtet von einer ähnlichen Begebenheit: Als BT-Redaktor Jérôme Leclot im «Journal du Jura» schrieb, dass eine Kuh sechs Zitzen und es in der Kuhmilch oft Eiter habe, wurde er von Bauernfamilie Liechi im Berner Jura eingeladen, eine Kuh aus der Nähe zu betrachten, ihre Zitzen zu zählen und von der frischen Milch zu probieren. Darauf korrigierte er seinen Fauxpas in einem freundlichen Artikel.

### 25 Jahre Aufbruch

Diese direkte Begegnung zwischen Bauern und Konsumentinnen konnten wir vom LID, dem Schweizer Bauernverband und zahlreichen Partnern in allen Regionen und Branchen in den letzten 25 Jahren stark ausbauen. Massgeblich dazu beigetragen haben auch Mittel der Absatzförderung des Bundes, die ab 1999 national zum

Einsatz gekommen sind. Während in den Anfängen die direkte Begegnung zwischen Stadt und Land auf den Höfen und an Messen oder Anlässen in den Dörfern und Städten im Vordergrund stand, kamen in den letzten Jahren zahlreiche digitale Angebote dazu.



**Markus Rediger**  
Geschäftsführer LID

### Eigene Beziehung als Schlüssel

Viele Menschen haben Sehnsucht nach dem Land und nach Naturbegegnung. Während Wissen zu Ernährung, Nachhaltigkeit und Landwirtschaft auf vielerlei Weise vermittelt wird, stossen alle Erklärungen rasch an Grenzen, wenn sie nicht mit einer Erfahrung und Begegnung verbunden werden können. Und genau hier liegt die grosse Chance der Bäuerinnen und Bauern, die wir vor allem im Angebot «Schule auf dem Bauernhof SchuB» betonen: «Lerne ganzheitlich mit allen Sinnen: Tasten, Riechen, Schmecken und Handeln». Nicht nur SchuB eröffnet den «Zugang zur Natur und zum Selbstverständnis des Menschen», sondern auch alle anderen Begegnungsangebote auf den Bauernhöfen fördern dies. Jenseits aller Belehrung geht es darum, Türen zu öffnen und Brücken zu schlagen. Jung und Alt sollen eigene Erfahrungen machen und eigene Beziehungen knüpfen können. Die Bauernfamilien halten die Schlüssel dafür in der Hand. Herausforderungen wie Foodwaste, Littering, gesunde Ernährung und die ganze Förderung der Nachhaltigkeit des Ernährungssystems bleiben im Kopf stecken, wenn keine persönliche und direkte Begegnung zu Boden, Natur, Pflanze oder Tier stattfindet.

### Als LID mit Innovation in die Zukunft

Die LID-Strategie 22+ formuliert, dass die Schweizer Bevölkerung die Land- und Ernährungswirtschaft als wichtige Lebensgrundlage für alle wahrnimmt und eine reflektierte, eigen- und mitverantwortliche, (ich ergänze: lebendige) Beziehung zu ihr findet. Daran werden wir als LID auch im Jahr 2023 mit vollem Engagement und neuen Projekten weiterarbeiten. Dazu wünsche ich dem LID auch in Zukunft eine glückliche Hand, gute Partner und einen Aufbruch ohne Ende.



Schülergruppe lernt Landwirtschaft: Eier sortieren auf dem Biohof Trimstein BE.

## SchuB bricht Rekord

SchuB ist nach Corona definitiv zurück: Nach der Halbierung auf etwas über 26'000 Kinder im 1. Coronajahr 2020 empfangen wir 2021 mit dem wertvollen pädagogischen Programm Schule auf dem Bauernhof (SchuB) wieder knapp 51'000 Kinder. Im Berichtsjahr 2022 wird sogar erstmals die 60'000er-Marke geknackt. So viele Kinder lernten 2022 die Landwirtschaft 1:1 dank SchuB aus erster Hand kennen.



Mariupol war bis Anfang 2022 eine florierende Hafenstadt.

## Der Ukrainekrieg beeinflusst auch den Mediendienst

Die Ukraine als Kornkammer Europas ist kein unbekanntes Land bei der Berichterstattung des LID – meist schrieben wir in der Vergangenheit denn auch über dessen Rekorde im Getreideexport. Mit dem Angriff Russlands auf die Ukraine im Februar standen fortan aber Negativrekorde und traurige Schicksale im Fokus: Die Folgen für die ukrainische sowie ferner für die Schweizer Landwirtschaft begleiteten uns im Mediendienst das ganze Jahr über. Wir berichteten aber auch über leisen Optimismus beim ukrainischen Agrarministerium oder über die unsichere Zukunft eines ukrainischen Geschwisterpaares, das auf einem Hof hier in der Schweiz ein temporäres Zuhause gefunden hat.

Daniela Carrera im Einsatz an der Zürcher Mittelstufenkonferenz.



## Mehr SchuB für den Schulbereich

Daniela Carrera bereichert seit März das LID-Team und ist für den Bereich Entwicklung, Bekanntmachung und Netzwerke zuständig. Andreas Reichmuth betreut Schule auf dem Bauernhof und die Unterrichtsmaterialien. Die Zielgruppe Lehrpersonen ist als Multiplikator sehr wichtig. So kommen Schulkinder früh in Kontakt mit der Land- und Ernährungswirtschaft – und den Grundlagen fürs Leben.

AgrarScouts sind an landwirtschaftlichen Messen und Events anzutreffen, stets im Gespräch mit Konsumentinnen und Konsumenten.

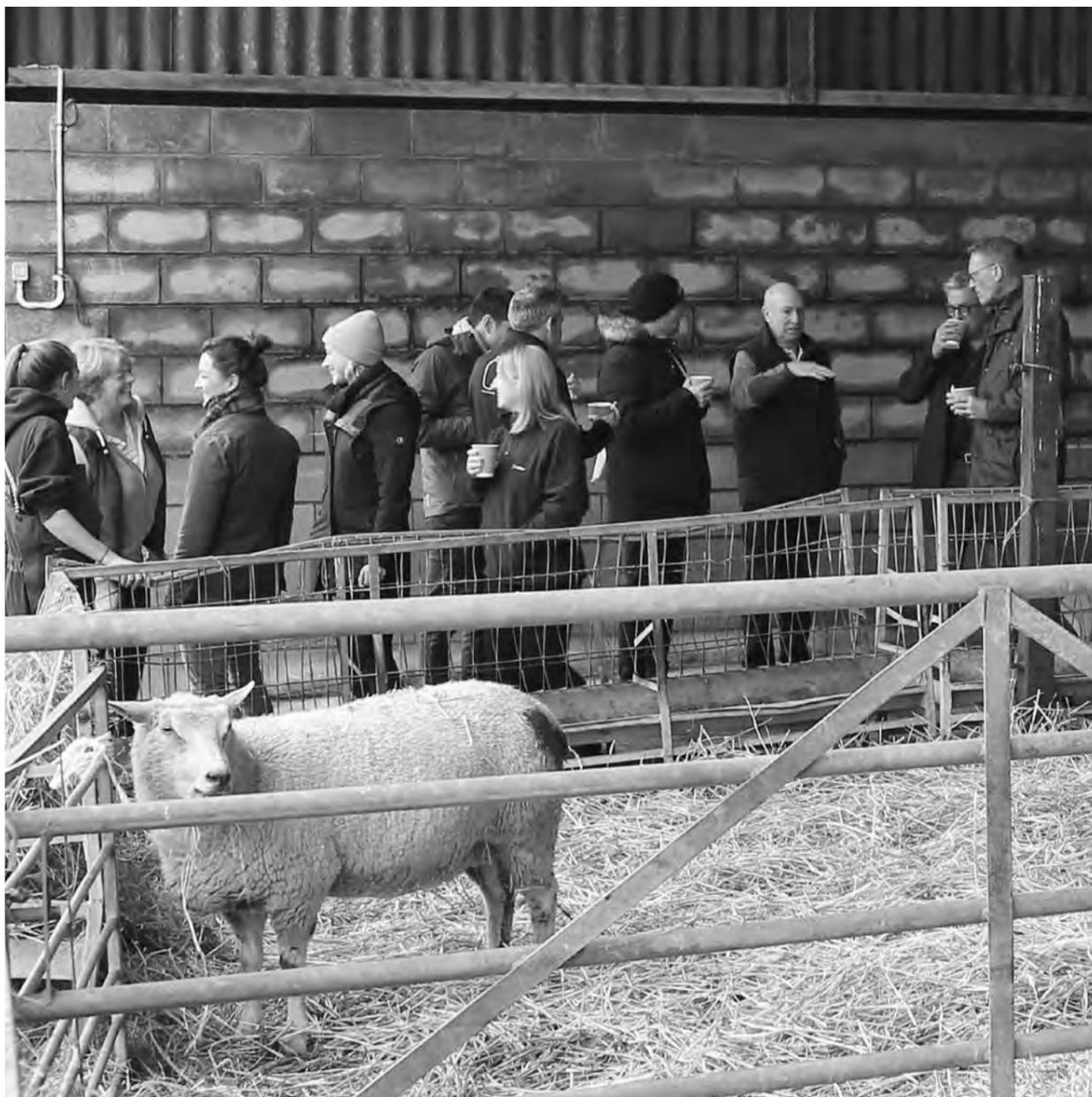


## Startschuss AgrarScouts in der Schweiz

Im Frühling 2022 konnte Stefanie Mancini vom LID-Team langersehnt die ersten AgrarScouts der Schweiz ausbilden. Der Startschuss zum Projekt fiel an der BEA in Bern und ist definitiv geglückt. Aktuell gibt es 32 AgrarScouts und es sollen immer mehr werden. Laufend werden neue AgrarScouts und auch Unterstützer für das Projekt gesucht.



# MEDIEN



Die LID-Redaktion war vor Ort, als eine britische Landwirtschaftsdelegation die Schweiz besuchte und ebenso als die Schweizer Delegation in UK vor Ort war. Hier zu Besuch auf der Sandlands Farm in Leicestershire.

## DIE NEUE MEDIENSTRATEGIE HAT SICH BEWÄHRT

Die Strategie 2022+ gab es vor, die Redaktion setzte es um: Den klaren Fokus auf die Zielgruppe. Und das sind im LID-Bereich Medien in erster Linie die «weissen Medien», die Publikumsmedien. Und weil dieser noch stärkere Fokus auf die Zielgruppe mehr Ressourcen für Hintergrund benötigt, galt es von einem Produkt Abschied zu nehmen, das sein Publikum hauptsächlich in den Reihen der Landwirtschaft gefunden hatte: Dem AgroNewsletter. Er erschien letztmals im Dezember 2021 und ab Januar 2022 hiess es: Alle Kapazitäten auf den Mediendienst. Statt zwei bis drei Artikel finden die Leserinnen und Leser seither mindestens vier bis fünf Artikel und zusätzlich wie gewohnt einen Saison-Artikel, eine Infografik und den Cartoon – und diesen in Farbe.

### Wie reagiert man auf Veränderung?

Und wie bei jeder Änderung stellte sich die Frage, wie die Leserinnen und Leser reagieren. Grundsätzlich positiv, konnte die Redaktion erleichtert erfahren. Der neue, umfassendere Mediendienst stiess nicht nur bei den Journalistinnen und Journalisten auf ein positives Feedback und zahlreiche Übernahmen von LID-Themen, sondern auch bei einer breiten Leserschaft. Aus landwirtschaftsinternen Kreisen gab es einiges Bedauern zum Ende des AgroNewsletters, vor dem Hintergrund der Aufgabe des LID als Brückenbauer zwischen Stadt und Land war das Verständnis aber auch bei jenen gross, welche die täglichen Kurznews sehr geschätzt hatten.

### Website bringt neue Möglichkeiten

Der Fokus auf mehr Hintergrund soll 2023 noch konsequenter verfolgt werden. Mit der neuen LID-Website und den dort enthaltenen Themen-Dossiers erhält der LID-Medienbereich dafür die optimale Plattform – auch um Synergien mit den anderen LID-Bereichen zu nutzen.

«Der LID-Mediendienst ist ein gelungenes Angebot. Er ist gut aufgebaut und enthält zahlreiche interessante Geschichten aus einem breiten Spektrum der Landwirtschaft. Die Konkurrenz ist gross, deshalb ist wichtig, dass die Artikel schon beim Titel herausragen.»

**Adrian Durtschi,**  
**Chefredaktor Radio Berner Oberland BeO**

### Medienarbeit in Zahlen:

- 50 Mediendienste mit 50 Infografiken, 50 Saisonartikeln, 50 Cartoons und über 200 Artikeln publiziert.
- Rund 850-Mal wurden LID-Artikel von Publikumsmedien aufgegriffen.



# SCHULEN



Vorsichtig neugieriges gegenseitiges Beschnuppern: Der emotionale Aspekt im Kontakt mit grossen Tieren hinterlässt bei Schülerinnen und Schülern einen bleibenden Eindruck.

## KOMPETENZZENTRUM FÜR SCHULE UND LANDWIRTSCHAFT

Die LID-Schularbeit hat Drehscheibenfunktion zwischen Landwirtschaft und Schulen. Ziel ist es, den Schulkindern die Landwirtschaft näher zu bringen, den Lehrpersonen qualitativ hochwertiges Unterrichtsmaterial anzubieten und die erste Anlaufstelle für unsere Partner aus Schule und Landwirtschaft zu sein.

Die Lehrpersonen sind so verschieden wie die Fächer, die sie unterrichten, sie haben wenig Zeit für die Vorbereitung und werden von vielen Lehrmittelanbietern umworben. Da gilt es mit Angeboten für die unterschiedlichen Bedürfnisse präsent zu sein, die Lehrpersonen auf allen Kanälen zu erreichen, um so das Thema Bauernhof, Landwirtschaft und Ernährung in den Unterricht zu bringen.

### Vom Klassenzimmer aufs Feld

Sage und schreibe über 60'000 Schulkinder haben im Rahmen von Schule auf dem Bauernhof (SchuB) einen Bauernhof besucht. Dies ist neuer Teilnahmerecord! Sie haben dort tatkräftig angepackt, zum Beispiel beim Mosten oder Tiere streicheln. Auf dem Hof ist Anfassen erlaubt, sogar erwünscht. Durch das Lernen mit allen fünf Sinnen bleibt das Wissen nachhaltig verankert. Rund 400 Höfe in der ganzen Schweiz bieten SchuB an. Auf der aufgefrischten Website ist für Lehrpersonen die Suche nach einem geeigneten Hof noch einfacher.

### Vom Feld ins Klassenzimmer

Nicht immer ist ein Hofbesuch möglich. Mit Medienkisten, Postern, Broschüren und digitalen Angeboten findet der Weg der Milch, des Rüeblis oder des Apfels trotzdem Einzug ins Klassenzimmer. Dank dem Programm Agro-Image erfahren Oberstufenschülerinnen und -schüler aus erster Hand, was den Beruf des Landwirtes oder der Landwirtin so spannend macht. Auf der Website agriscuola.ch ist es mit vielfältigen anderen Angeboten für Lehrpersonen wie Lernfilmen, Arbeitsblättern und interaktiven Unterrichtsmaterialien aufgeschaltet.

### Vernetzt – mit allen fünf Sinnen auf allen Kanälen – in allen Sprachregionen

Die Qualität unseres Schulangebots wird von den Lehrpersonen geschätzt. Leider wissen noch viele nichts davon. Um die Bekanntheit zu erhöhen, sind wir an Veranstaltungen für Lehrpersonen wie der Magistra in Luzern, la Journée des enseignants in Tramelan oder la Giornata all'Educazione allo Sviluppo Sostenibile in Locarno präsent, organisieren Weiterbildungen für Lehrpersonen, schalten Inserate in Fachzeitschriften und Banner auf Portalen für Lehrpersonen. 2022 haben wir zum ersten Mal bezahlte Werbung auf Social Media platziert und die Nutzung der Seite agriscuola.ch um 64 Prozent gesteigert. Weiter hegen und pflegen wir unser breit aufgestelltes Netzwerk aus landwirtschaftlichen und pädagogischen Akteuren, wie PHs. Diesen eingeschlagenen Weg wollen wir 2023 mit dem Aufbau einer pädagogischen Begleitgruppe weiterverfolgen.

«Liebes Team

Herzlichen Dank für die tollen Unterlagen, die Kinder haben grosse Freude daran!!! und ich als Lehrerin natürlich auch. Die Poster finde ich wunderschön und lehrreich ...»

**Barbara Flückiger Jakob,**  
Lehrerin in Burgdorf

### Schularbeit 2022 in Zahlen

- 60'000 Schulkinder besuchen einen Bauernhof
- 170'000 bestellte Schulposter, Themenbroschüren & Lehrmittel d/f/i
- 197'000 verteilte Flyer «Landwirtschaftliches für die Schulen» (d/f)
- 49'000 Klicks aus der Schweiz auf agriscuola.ch
- Alle Medienkisten für Zyklus 1: Von März bis November permanent ausgeliehen



Mr. Messe & Events  
Jürg Rindlisbacher geht  
nach 24 Jahren beim LID  
Ende Mai in Pension.

## LID-DV an der BEA in Bern

Die DV des LID fand an der BEA in Bern statt. Im Fokus stand die neue LID-Strategie 22+, die vom Team laufend in den Bereichen Medien, Schulen und PR umgesetzt wird. Die traktandierten Geschäfte wurden alle einstimmig genehmigt. Weiter wurde Jürg Rindlisbacher, der den LID im PR-, Event- und Messebereich jahrelang geprägt hat, verabschiedet.



Magistra: Die Messe für  
Lehrmittel, didaktische  
Materialien und weitere  
Utensilien rund um den  
Schulalltag.

## Unterrichtsmaterial geht on Tour

Am 12. Juli startete die Magistra in Luzern. Endlich war der direkte Austausch mit Lehrpersonen wieder möglich. Diese Fachveranstaltungen ermöglichen es, den Puls der Zielgruppe zu fühlen und sich auszutauschen. Das landwirtschaftliche Schulangebot war 2022 nebst Luzern in Zürich, Tramelan und Locarno präsent. Insgesamt erreichten wir im direkten Kontakt 1260 Lehrpersonen.



Die neue Marke präsentiert  
sich stark, verantwortungsvoll  
und innovativ.

## Start neue Kampagne «Schweizer Bäuerinnen & Bauern. Für dich.»

Am 13. Juni haben wir gemeinsam mit dem SBV den Neuauftritt der Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern. Für dich.» lanciert. Im Fokus der Kampagne stehen die täglichen Leistungen der Schweizer Bäuerinnen und Bauern sowie schöne Momente auf Land und Hof. In den Look der neuen Marke konnten wir alle Teilprojekte wie Stallvisite, Brunch, etc. integrieren. Zudem treten nun die Bäuerinnen explizit im neuen Logo in Erscheinung.



Sonnenblumenkerne reich  
an Vitaminen, Mineralstoffen  
und ungesättigten Fettsäuren  
werden neu auch in der  
Schweiz geerntet.

## LID-Sommerserie präsentiert Schweizer Superfood

Superfood oder pflanzliche Proteine sind bei Konsumentinnen immer begehrt. Bis anhin wurde bei Superfood vor allem an exotische Nahrungsmittel gedacht, die oft aus Süd- oder Mittelamerika sowie aus Asien stammen. Aber auch die Schweiz kann Superfood.

In unserer Sommerserie haben wir gezeigt, wie innovative Schweizer Landwirtinnen und Landwirte sich der günstigeren Konkurrenz aus dem Ausland entgegenstellen und auf ihren Betrieben Superfood und pflanzliche Proteine anbauen – wenn auch noch meist als Nischenkulturen.



# PR-PROJEKTE



Die Landwirtschaft, und mit ihr die Bauernfamilien, befinden sich in einem herausfordernden Umfeld. In diesem Kontext ist es entscheidend, dass ihr Markenauftritt einprägsam ist, eine eindeutige DNA aufweist und verständliche Botschaften kommuniziert.

## ALLES IM NEUEN LOOK

Lange hat es gedauert, jetzt ist es endlich so weit: Der neue Auftritt der Schweizer Bäuerinnen und Bauern ist da. Während 20 Jahren haben die Schweizer Bauernfamilien mit der Kampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern.» und «Schweizer Bauern. Von hier, von Herzen.» die Gesellschaft über die Leistungen der Land- und Ernährungswirtschaft aufgeklärt. Ab sofort wird mit der neuen Marke «Schweizer Bäuerinnen und Bauern. Für dich.» kommuniziert.

Wir haben gemeinsam mit dem Schweizer Bauernverband den Markenauftritt entwickelt und im Juni 2022 eingeführt. Der Auftritt kommt frischer daher, sämtliche Hofprojekte wie Stallvisite, Lockpfosten oder 1. August-Brunch wurden in die Marke integriert und die Bäuerinnen werden neu explizit im Markennamen erwähnt. Die meisten Mini-Broschüren und Werbeartikel wurden ins neue Design migriert. Wir setzen auf Nachhaltigkeit. Alle Broschüren und Artikel mit bisherigen Logos werden zuerst verteilt, bevor neue erstellt werden. Künftig wollen wir bei den Hofprojekten vermehrt Synergien im Bereich Koordination und Kommunikation nutzen, um die Projekte noch bekannter zu machen.

### Unsere innovativen Schweizer Bäuerinnen und Bauern

Die Schweizer Bauernfamilien legen viel Wert auf Traditionen, sie können aber auch sehr innovativ sein. Dies haben wir im Jahr 2022 mit diversen Projekten und Berichten aufgezeigt. Die LID-Redaktion hat im Sommer 2022 eine Serie zu unterschiedlichen Betrieben, die mit Nischenpflanzen und Superfood erfolgreich ihren Weg gehen publiziert. Superfood, das sind Lebensmittel, die als besonders gesund gelten, weil sie überdurchschnittlich viele Vitamine, Mineralstoffe oder andere besondere Inhaltsstoffe enthalten. In den Artikeln beleuchtet der LID, wie sich die Bauernfamilien zwischen ausländischer Konkurrenz, dem Sammeln von Erfahrungen sowie klimatischen Herausforderungen bewegen.

So innovativ wie die Schweizer Bäuerinnen und Bauern waren auch wir. Wir haben nämlich zum Thema einheimischem Superfood eine neue Minibroschüre lanciert. Vollgepackt mit vielen Hintergrundinformationen und passenden Rezepten.

«In Superfood-Rezepten sind meistens exotische Nahrungsmittel wie Avocados, Chiasamen oder Açaï und Gojibeeren enthalten, welche ich nicht einkaufe. Mit der neuen Minibroschüre Superfood kann auch ich endlich Superfood-Rezepte nachkochen und das alles aus einheimischen Produkten.»

**Linda Grimm,  
Konsumentin, Barga**



### Zahlen und Fakten

- Mittlerweile gibt es **380** Stallvisite-Betriebe.
- Ein Rekordjahr konnten wir bei den Lockpfosten verzeichnen. So viel Pfosten wie noch nie: Über **140** Lockpfosten-Betriebe mit **2034** Pfosten in der ganzen Schweiz.
- **130'000** Besucherinnen und Besucher haben die Halle «Erlebnis Nahrung» an der OLMA besucht.
- Eine grosse Menge Werbematerial wurde verteilt zum Beispiel **4'720** Kugelschreiber und **6'183** Shopping Bags.
- Und: **140'225** Mini-Broschüren wurden abgegeben.
- Über **5'383** Bestellungen konnten an Schulen, Konsumentinnen, Firmen und Bauernfamilien ausgeliefert werden.



# PR-PROJEKTE



AgrarScouts im Einsatz: Im Gespräch mit Besucherinnen und Besuchern klären AgrarScouts an landwirtschaftlichen Messen wie der BEA oder der OLMA über die Realität in der Landwirtschaft auf.

## IM PERSÖNLICHEN DIALOG MIT DEN KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN

Nach coronabedingter Verschiebung konnten wir im Frühling an der BEA endlich mit dem Projekt AgrarScouts starten. Es wurden zwei Ausbildungskurse durchgeführt und der Start mit 23 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ist definitiv geglückt. An der OLMA im Herbst ging es bereits in die zweite Runde und weitere Scouts wurden ausgebildet. Aktuell hat die Schweiz 32 motivierte und engagierte AgrarScouts. Sie waren an rund zehn landwirtschaftlichen Events wie zum Beispiel an der Zuger Messe oder der Sichtelet in Bern im Einsatz. In den nächsten Jahren ist es das Ziel, dass immer mehr Scouts und Events dazu kommen. Neue Scouts werden jeweils zwei Mal im Jahr an der BEA und OLMA geschult, bei Bedarf auch bei weiteren Gelegenheiten.

### Neu gibt es Entschädigung

Nach dem ersten Projektjahr hat sich in der Branche und auch bei den Teilnehmenden gezeigt, dass das Modell AgrarScouts leicht angepasst werden muss. Die rein ehrenamtliche Arbeit erwies sich als nicht zielführend. Dadurch erhält nun das Projekt mehr Anerkennung und Wertschätzung. Die Scouts werden für ihren Einsatz ausgebildet und geben ihr ganzes Wissen und ihre Erfahrung zugunsten der ganzen Branche weiter. Das sollte auch einen Preis haben. Deshalb haben wir beschlossen, dass die Scouts per 2023 pro Einsatztag entschädigt werden. Für diese Finanzierung werden nun Unterstützer gesucht.

### Die AgrarScouts 2022 in Zahlen

- 32 AgrarScouts
- Aus 9 Kantonen
- 720 Einsatzstunden
- 9 Events
- Jahrgänge der Scouts 1947 bis 2002

### Die richtigen Akzente setzen

Wir fördern und unterstützen Bäuerinnen und Bauern mit Kursen und informativen Unterlagen rund ums Thema Marketing und Kommunikation auf unserer Website. Die Kurse sind praxisorientiert und aufs Wesentliche fokussiert. In diesem Jahr konnten wir erfolgreich verschiedene erste Kurse durchführen. Einige fanden vor Ort und andere online statt. Die Themen reichen von «Die ersten Schritte zur eigenen Hof-Website» über «Deinen Hof auf Social Media sichtbar machen» und «Starke Bilder von meinem Betrieb» zu «Bessere Bilder für deinen Webshop oder Hofladen».

### Ausblick

Wir haben uns auf die Fahne geschrieben, noch mehr Kurse anzubieten und zu entwickeln. Die weiteren Kurse werden nach den Bedürfnissen der Bäuerinnen und Bauern geplant und durchgeführt.

Erstmals haben auch einige Mitarbeitende der LID-Geschäftsstelle im neuen Unterrichtsmodul «Marketing und Kommunikation» des 3. Semesters an der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL diverse Module unterrichtet. Aufgrund der positiven Bilanz wird dies im Jahr 2023 fortgesetzt.

«Meist sah man die Fragen in den Augen der OLMA-Besucher. Wie gelernt, suchte ich Möglichkeiten, mit den Besuchern ins Gespräch zu kommen. Meist ganz überrascht, dann aber begeistert stellten sie ihre Fragen und erhofften sich eine plausible Antwort. Mit Geschichten aus dem Alltag und der Realität leistete ich Aufklärung.»

**Samuel Rasi, AgrarScout**

# JAHRES-HIGHLIGHTS



Marketing- und Kommunikationsprofis aus der Land- und Ernährungswirtschaft treffen sich zum alljährlichen Austausch.

## Erlebniswelten treffen auf Schweizer Bäuerinnen und Bauern

Die diesjährige Plattform Basiskommunikation haben wir dem Thema «Erlebniswelten» gewidmet. Viele neue Trends wie «Augmented Reality» im Messebereich oder Beispiele von Erlebniswelten wie sie Unternehmen wie Ramseier oder Volg inszenieren, wurden präsentiert. Mit über 60 Teilnehmenden aus allen Branchen und Regionen war der Event ein voller Erfolg.



Bundespräsident Ignazio Cassis auf dem Rundgang in der Halle «Erlebnis Nahrung».

## OLMA

Für Kinder, aber auch Erwachsene konnten wir an der OLMA mit «Erlebnis Nahrung» viel Interaktives und einzigartige Erlebnisse getreu dem Motto «vom Boden bis zum Teller» bieten. Die Sonderschau zum Thema «Getreide und Hülsenfrüchte» hat auch Bundespräsident Ignazio Cassis begeistert, den wir am Eröffnungstag begrüssen durften.

LID-SUPPE! – feiner Stehlunch mit Networking und Weitsicht über Bern.



## Endlich wieder LID-SUPPE für alle!

Nach zwei Jahren Pause fand am 30. November der LID-Suppentag an der Weststrasse wieder statt. Die Suppen wurden erfolgreich von den internen Suppenköchen Stefanie, Daniela und Andreas gekocht und anschliessend von über 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ausgelöffelt.

## OKTOBER

Der Wettbewerb soll die Bevölkerung zum Kauf von Weihnachtsbäumen aus der Schweiz motivieren.



## Weihnachtsbäume verlost

Der LID und der SBV verlost gemeinsam im Rahmen der Kampagne «Schweizer Bäuerinnen und Bauern. Für dich.» 50 Weihnachtsbäume. Die Gewinnerinnen und Gewinner des Wettbewerbs haben sich sehr gefreut und uns ein Bild des geschmückten Baumes als Dank zukommen lassen.



# GESCHÄFTSSTELLE LID



Das LID-Team bereitet sich auf den Gästeempfang an der Delegiertenversammlung 2022 vor. Ein gut eingespieltes Team, auch bereichsübergreifend in den zahlreichen Medien-, Schul- und PR-Projekten.

## DAS LID-TEAM IM WANDEL

Das LID-Team setzt sich in den Bereichen Medien, Schulen und PR jeden Tag für den Brückenschlag zwischen Stadt und Land ein. Den Bereich Medien verantwortet Jonas Ingold mit Unterstützung von Redaktorin Renate Hodel. Seit März 2022 wird der Bereich Schulen im Co geleitet vom bisherigen Stelleninhaber Andreas Reichmuth und neu Daniela Carrera. Mäggy Stark leitete den Bereich PR bis im Sommer 2022. Nach dem Relaunch der neuen Marke «Schweizer Bäuerinnen und Bauern. Für Dich.» hat sie sich entschieden, weiterzuziehen, um beim Schweizer Obstverband neue Projekte umzusetzen. Im 2023 wird Selina Zeller ihre Arbeit in den Projekten weiterführen. Der Bereich PR wird unterstützt von der langjährigen Mitarbeiterin Maria Känel sowie Stefanie Mancini, die ihre Stelle per Anfang März 2022 antrat. Sie ist die Nachfolgerin von Jürg Rindlisbacher, der den LID nach 24 Jahren in Richtung Pension verlassen hat. Lilian Reber stiess per Januar 2022 zum LID-Team, sie ersetzte Mariann Ryser-Wüthrich, die Mitte März in den Mutterschaftsurlaub gegangen ist. Unterstützt wurde Lilian Reber von Corina Burn.

Zweiwöchentliche Teamsitzungen dienen dem Austausch, der Information und Diskussion von gemeinsamen Anliegen und Projekten und auch fachlichen Inputs von Mitarbeitenden. Für die Umsetzung der Content Factory, als Bestandteil der LID-Strategie 22+ wurde beschlossen mit einer Content Conference erste Erfahrungen zu sammeln in der bereichsübergreifenden Kreation von Inhalten.

An einer gemeinsamen Exkursion ins untere Rhonetal lernte das LID-Team die Landwirtschaft im Wallis kennen. Gemeinsam mit AGIR und dem Bako-Team des SBV wurde unter der Leitung von Fabienne Bruttin, AGIR der Agrotourismus und die Weinproduktion unter die Lupe genommen. Zudem konnte die gemeinsame Vision für eine professionelle PR-Arbeit der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft gestärkt werden.

### Hitparade verteilte Publikationen «Bienen schlagen Milch»:



#### Top 3 Schulposter d:

- Bienen (1644)
- Milch (1369)
- Grasland Schweiz (963)

#### Top 3 Lehrmittel d:

- Malheft z' Bsuech uf em Buurehof (23'889)
- Mike Meki auf dem Bauernhof (6473)
- Zoom – Landwirtschaft entdecken (838)

#### Top 3 Themenbroschüren d:

- Bienen (23'356)
- Alles über Schweizer Milch (18'109)
- Tiere auf dem Bauernhof (5'164)



# VORSTAND UND DV



LID-Präsident Stephan Hagenbuch und LID-Geschäftsführer Markus Rediger begrüßten die Mitglieder an der LID-Delegiertenversammlung im Kongresszentrum BernExpo an der BEA 2022.

## VORSTAND UND DV ENTSCHEIDEN ZUKUNFTSWEISEND

### Vorstandssitzung vom 21. März 2022

Der Vorstand tagt zum ersten mal im neuen Jahr – wie gewohnt an der Weststrasse in Bern beim LID. Die Vorstandsmitglieder genehmigen das Protokoll der letzten Sitzung, den Jahresbericht sowie die Jahresrechnung 2021. Der Vorstand erhält einen Überblick, was die Geschäftsstelle aktuell beschäftigt.

- Prüfung neuer Geschäftsstandort LID ab Sommer 2023
- Konzept und Umsetzung neue LID-Website
- Vorbereitung Relaunch Kampagne Schweizer Bäuerinnen und Bauern
- Vorbereitung Delegiertenversammlung

### 70. Delegiertenversammlung, 4. Mai 2022

26 stimmberechtigte Mitglieder und zahlreiche Gäste versammelten sich am Nachmittag im Kongresszentrum BernExpo. Schwerpunkt der Delegiertenversammlung war die Umsetzung der neuen Strategie. **Der Dialog zwischen Stadt und Land soll weiter ausgebaut werden, daher auch die Ausbildung der AgrarScouts.** Sie sollen helfen, durch aktive und verständliche Kommunikation ein realistisches Bild der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft zu vermitteln.

Weiter begrüßt Präsident Stephan Hagenbuch ein neues Mitglied in den Reihen des LID. **Herzlich willkommen Edition LMZ AG/SVIAL.** Die versammelten Mitglieder genehmigen die vorgängig zugestellte Traktandenliste, das Protokoll der letzten Delegiertenversammlung sowie den Jahresbericht, den Geschäftsführer Markus Rediger detailliert vorstellt. Weiter genehmigt die Versammlung die Jahresrechnung mit einem Gewinn von CHF 12 785.25 und nimmt das Tätigkeitsprogramm sowie das Budget 2022 zur Kenntnis.

Der langjährige Mitarbeiter **Jürg Rindlisbacher geht nach 24 Jahren LID-Engagement in Pension.** Er wird von Markus Rediger und dem ganzen LID-Team mit einer Bildershow aus den vergangenen Jahren verabschiedet.

Im Anschluss an die Delegiertenversammlung werden den Anwesenden die AgrarScouts vorgestellt. Zum Abschluss der DV sind alle Delegierten zu einem Apéro ins Bistro von Switzerland Cheese Marketing an der BEA eingeladen.

### Vorstandssitzung vom 9. November 2022

Die Vorstandsmitglieder treffen sich zu ihrer zweiten Sitzung. Sie genehmigen das Protokoll der letzten Vorstandssitzung und werden über die personellen Entwicklungen beim LID informiert.

Der Vorstand berät weiter über die Gestaltung der künftigen Mitgliederbeiträge und plant weitere Gespräche. Ebenfalls werden die Vorstandsmitglieder über den Stand der Umsetzung LID-Strategie 2022+ informiert.

Als Nachfolger für die Geschäftsführung beim LID wählte der Vorstand Michael Flückiger, Brittnau. Flückiger ist Kommunikations- und Medienprofi mit gut 20 Jahren Erfahrung in verschiedenen Funktionen, sei es als Lokal-Redaktor (Zuger Presse), Projektleiter (Schweizer Post), PR-Berater bei einer Agentur, Chefredaktor (Zofinger Tagblatt) und als Leiter Kommunikation. Er wird seine Arbeit beim LID am 1. Mai 2023 aufnehmen. Gleichzeitig wurde Jonas Ingold zum stv. Geschäftsführer ernannt. Markus Rediger wird seine Tätigkeit als Geschäftsführer nach 25 Jahren per 30. Juni 2023 aufgeben und den LID dann in Richtung Pensionierung verlassen.



# MITGLIEDER

# ORGANISATION

## Mitgliederorganisationen

Agrar Reisen, Luzern  
 Agridea, Lindau  
 Agriviva, Winterthur  
 Agrotourismus Schweiz, Bern  
 Appenzeller Käse GmbH, Appenzell  
 Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Futterbaues AGFF, Zürich  
 Ballenberg Freilichtmuseum der Schweiz, Hofstetten bei Brienz  
 Bauernverband Aargau, Brugg  
 Bauernverband Appenzell AI, Appenzell  
 Bauernverband Appenzell Ausserrhoden, Waldstatt  
 Bauernverband beider Basel, Sissach  
 Bauernverband Nidwalden, Buochs  
 Bauernverband Obwalden, Buochs  
 Bauernverband Uri, Buochs  
 Bauernvereinigung des Kantons Schwyz, Rothenthurm  
 Bauernvereinigung Oberwallis, Visp  
 Berner Bauern Verband, Ostermundigen  
 Bienen Schweiz, Appenzell  
 Bio Suisse, Basel  
 BO Butter, Bern  
 Braunvieh Schweiz, Zug  
 Bündner Bauernverband, Chur  
 Das Beste der Region, Ostermundigen  
 Edition LMZ AG/SVIAL, Zollikofen  
 emmental versicherung, Konolfingen  
 Ernst Sutter AG, Freienbach  
 fenaco Genossenschaft, Bern  
 Ferien auf dem Bauernhof, Altnau  
 GalloSuisse – Vereinigung der Schweizer Eierproduzenten, Zollikofen  
 Genossenschaft Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost, Gossau  
 Genossenschaft Zentralschweizer Milchproduzenten, Luzern  
 Glarner Bauernverband, Glarus  
 Holstein Switzerland, Posieux  
 IP-Suisse, Zollikofen  
 Landwirtschaftlicher Genossenschaftsverband Schaffhausen  
 GVS, Schaffhausen  
 LAVEBA, St.Gallen  
 Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverband, Sursee  
 Maschinenring Ostschweiz AG, Wängi  
 MIBA Genossenschaft, Aesch BL  
 Milchproduzenten Mittelland MPM, Suhr  
 Mutterkuh Schweiz, Brugg

Ökonomische Gemeinnützige Gesellschaft Bern OGG, Bern  
 OLMA Messen, St.Gallen  
 Profera AG, Weinfelden  
 Proviande, Bern  
 Raclette Suisse, Bern  
 Raiffeisen Schweiz, St.Gallen  
 Schaffhauser Bauernverband, Schaffhausen  
 Schweizer Bauernverband, Brugg  
 Schweizer Milchproduzenten SMP, Bern  
 Schweizer Obstverband SOV, Zug  
 Schweizer Zucker AG, Aarberg  
 Schweizerische Hagel-Versicherungs-Gesellschaft SHVG, Zürich  
 Schweizerische Vereinigung der AOP-IGP, Bern  
 Schweizerische Vereinigung der Hirschhalter SVH, Lindau  
 Schweizerischer Bäuerinnen- und Landfrauenverband, Brugg  
 Schweizerischer Getreideproduzentenverband, Bern  
 Schweizerischer Milchwirtschaftlicher Verein, Bern  
 Schweizerischer Pächterverband, Riehen  
 Schweizerischer Schafzuchtverband, Herzogenbuchsee  
 Schweizerischer Verband der Zuckerrübenpflanzler, Bern  
 Schweizerischer Verband für Landtechnik, Riniken  
 Schweizerischer Weinbauernverband, Bern  
 Schweizerischer Ziegenzuchtverband, Zollikofen  
 Solothurner Bauernverband, Solothurn  
 St. Galler Bauernverband, Flawil  
 Suisseporcs, Sempach  
 Swisscofel, Bern  
 Swissgenetics Genossenschaft, Zollikofen  
 Swissherdbook, Zollikofen  
 swisspatat, Bern  
 swissem, Delley  
 Switzerland Cheese Marketing AG, Bern  
 Thurgauer Milchproduzenten, Weinfelden  
 Tilsiter Switzerland, Weinfelden  
 Trocknungsanlage Arnegg AG, Arnegg  
 TSM Treuhand GmbH, Bern  
 Unione Contadini Ticinesi, S. Antonino  
 Verband Schweizer Gemüseproduzenten, Bern  
 Verband Schweizer Pilzproduzenten, Jegenstorf  
 Verband Thurgauer Landwirtschaft, Weinfelden  
 Vereinigung Schweizerischer Kartoffelproduzenten, Detligen  
 Volkswirtschaftsdirektion – Amt für Landwirtschaft ALA, Altdorf  
 WaldSchweiz, Solothurn  
 Zuger Bauernverband, Cham  
 Zürcher Bauernverband, Zürich



Vorstand Frühjahr 2022

## LID Vorstand 2022

**Stephan Hagenbuch**, Präsident, Direktor SMP, Bern  
**Urs Schneider**, Vizepräsident, stv. Direktor SBV, Brugg  
**Carol Aschwanden**, Leiterin Kommunikation, Zentralschweizer Milchproduzenten, Luzern  
**Markus Berner**, Geschäftsführer Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost, Gossau  
**Kathrin Bieri**, Geschäftsführerin SBLV, Brugg  
**Ralf Bucher**, Geschäftsführer Aargauer Bauernverband, Muri  
**René Bucher**, Teamleiter Marketing, Swissgenetics, Zollikofen  
**Barbara Lüthi-Kohler**, Vizepräsidentin Berner Bauern Verband, Ostermundigen  
**Christian Streun**, Leiter GL- & VR-Sekretariat, fenaco Genossenschaft, Bern

## Rechnungsrevisoren

**Rolf Isch**, Sachbearbeiter Treuhand, Mandatsleiter TSM, Bern  
**Thomas Mettler**, Leiter Finanzabteilung, Verband Thurgauer Landwirtschaft, Weinfelden

## LID Geschäftsstelle 2022

**Markus Rediger**, Geschäftsführer  
**Mariann Ryser-Wüthrich**, Leiterin Administration (bis März 2022)  
**Lilian Reber**, Leiterin Administration (bis Oktober 2022)  
**Corina Burn**, Sachbearbeiterin Administration (bis November 2022)  
**Nina Schnyder**, Sachbearbeiterin Administration (ab November 2022)  
**Jonas Ingold**, Redaktionsleiter und Projektleiter Online  
**Renate Hodel**, Redaktorin  
**Andreas Reichmuth**, Co-Bereichsleiter Schulprojekte  
**Daniela Carrera**, Co-Bereichsleiterin Schulprojekte (ab März 2022)  
**Mäggy Stark**, Bereichsleiterin PR (bis September 2022)  
**Marcel Marti**, Bereichsleiter PR (ab September 2022)  
**Maria Känel**, Projektleiterin Kommunikation  
**Stefanie Mancini**, Projektleiterin Kommunikation (ab März 2022)  
**Jürg Rindlisbacher**, Projektleiter PR / Messen / Events (bis Mai 2022)  
**Sabrina Flückiger**, Praktikantin Medien

«Sage es mir, und ich vergesse es. Zeige es mir, und ich  
erinnere mich. Lass es mich tun, und ich behalte es.»

Konfuzius (551–479 v. Chr. Chinesischer Lehrer, Politiker und Philosoph)