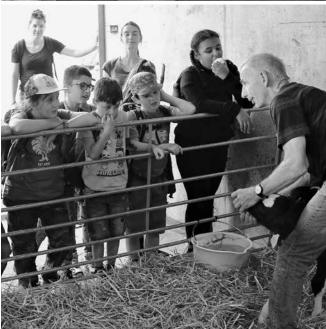
JAHRESBERICHT 2020













IMPRESSUM

INHALT

31

LID.CH ■

Landwirtschaftlicher Informationsdienst Information et communication agricoles Servizio di Informazione agricola Agricultural Information Center

Die Presse- und Informationsstelle der Schweizer Landwirtschaft

Titelseite

Bild 1: LID-Geschäftsführer Markus Rediger – der LID beobachtet das Geschehen im Bereich Land- und Ernährungswirtschaft im In- und Ausland. **Bild 2:** Jonas Ingold am Podiumsgespräch an der LID-DV zur kritischen Haltung von Gesellschaft und Medien gegenüber der Landwirtschaft. **Bilder 3 und 4:** Die Bevölkerung entdeckte pandemiebedingt das Land neu als Erholungsraum und begegnete dort der Landwirtschaft. Der LID lud mit «Erlebnis Bauernhof» zur freundlichen Begegnung ein (Seite 23).

Impressum

Herausgeber Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID Erscheinungsweise 1-mal pro Jahr Erscheinungsdatum 04/2021 Redaktion Jürg Rindlisbacher Fotos und Grafiken LID Weitere Bildquellen Adrian Krebs (Seite 1), Claudia Frick (Seiten 1,12) 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





Kommunizieren auf Augenhöhe

Kommunikation auf Augenhöhe mit Journalisten und Lehrpersonen ist eine Stärke des LID. Das stellten wir bei der Überprüfung der Denkanstösse Print Plus LID-Strategie fest. Diese Art von Kommunikation ist uns auf allen Ebenen wertvoll und wichtig. Das Gegenüber respektieren und von ihm lernen, aber auch als kompetenter Partner auftreten können. In persönlichen Voten auf den «Fakten – Zahlen – Begegnungen»-Seiten sowie in den Kommentaren zu den Arbeitsbereichen sagen wir, wie wir das in unserer Arbeit konkret erleben und umsetzen.

Corona-Jahr 2020.



Nein, Tiere mussten keine Masken tragen, nur dieses Deko-Schaf in einem Tessiner Restaurant. Aber wir Menschen mussten uns daran gewöhnen, ebenso wie an «Social Distancing», «Lockdown» und «Shutdown». Wegen dem Virus Covid19 fielen viele Anlässe aus und Projekte

mussten verändert werden. Dies förderte aber auch die Digitalisierung und die Kreativität, wie Beispiele in diesem Jahresbericht zeigen.

Akzente «Begegnungen auf Augenhöhe» Begegnungen begeistern, beflügeln, bereichern Fakten - Zahlen - Begegnungen 10 | 14 | 18 | 24 Wenn plötzlich alles anders ist Schulen 12 «Uf em Buurehof mues mer schaffe» **Publikationen** 16 20 Krisen und Kritik selbstbewusst begegnen 26 Online-Teamleben mit Live-Sequenzen **DV und Vorstand** 28 Das bewegte DV und Vorstand 2020 Mitglieder









AKZENTE



«BEGEGNUNGEN AUF AUGENHÖHE»

«Corona» ist das dominierende Thema im Jahr 2020 und hat unsere Gesellschaft letztlich insgesamt von A bis Z und fast weltumspannend beherrscht. Vieles, was bislang selbstverständlich war, wurde in Frage gestellt und die Prioritäten haben sich in unserer Gesellschaft zumindest kurzfristig etwas geändert.

Die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft hat als systemrelevante Branche durch ihre Leistungsfähigkeit und durch besondere Anstrengungen dafür gesorgt, dass landwirtschaftliche Güter des täglichen Bedarfs immer verfügbar waren. Die Wertschöpfungsketten in der Land- und Ernährungswirtschaft haben in der Krise funktioniert.

Viele Konsumentinnen und Konsumenten haben sofort gehandelt, teilweise sogar Lager angelegt und Hofläden in der Schweizer Landwirtschaft zeitweise regelrecht «gestürmt». Das zeigt auch, dass ein instinkthaftes Grundvertrauen vorhanden ist. Und damit das mindestens so bleibt und ausgebaut werden kann, müssen wir den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten auf Augenhöhe begegnen.

Auf Augenhöhe zu begegnen ist eine Geisteshaltung, keine Frage der Körpergrösse und hat viel mit Vertrauen zu tun. Zu einer Begegnung auf Augenhöhe gehört auch:

- Ernsthafte Wertschätzung auszusenden ohne andere zu bewerten.
- Persönliches Selbstbewusstsein zu verkörpern ohne Überheblichkeit darzustellen.
- Einen ebenbürtigen Dialog mit beidseitigen Interessen zu führen.



Stephan Hagenbuch

Die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft hat ein sehr grosses und vitales Interesse an vielen und guten Begegnungen auf Augenhöhe innerhalb der Branche, mit der Politik und mit den Konsumentinnen und Konsumenten. Der LID investiert sich tagtäglich an diesen wichtigen Schnittstellen.

Die Corona-Krise bietet für die Land- und Ernährungswirtschaft so auch gute Chancen. Wenn der Stellenwert der Versorgungssicherheit in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik wieder etwas mehr Aufmerksamkeit erhält, ist das grundsätzlich eine positive Botschaft für die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft. Damit die Landwirtschaft aber gestärkt aus dieser Krise hervorgeht, müssen wir alle intensiv weiter an einem Dialog auf Augenhöhe arbeiten. Die Landwirtschaft hat dazu Potenzial, wie das schon Winston Churchill sehr anschaulich festgehalten hat...



«Ich mag Schweine. Hunde schauen zu uns auf, Katzen auf uns herab. Schweine begegnen uns auf Augenhöhe.»

Winston Churchill











AKZENTE





Die Landwirtschaft ist gefeiert und kritisch hinterfragt. Oben: An der Internationalen Grünen Woche Berlin zeigt sich die Schweiz mit traditionellen und innovativen Produkten. Die Messe ist auch eine wichtige Plattform für Vernetzung und Ideenaustausch. Unten: Berner Bauern diskutieren mit Kassensturz-Moderator Ueli Schmezer über den Umgang mit Kritik an der Landwirtschaft.

BEGEGNUNGEN BEGEISTERN, BEFLÜGELN, BEREICHERN

Wenn ich Begegnungen aus dem Geschäftsjahr 2020 Revue passieren lasse, sind es vor allem die Live-Begegnungen, die bei mir positiv aufleuchten. Sie sind wichtige Quellen der Inspiration und des gegenseitigen Verständnisses. Und für die Schweizer Landwirtschaft in ihrer Beziehung zur Öffentlichkeit unentbehrlich.



Seit bald 25 Jahren präsentiert sich die Schweiz mit Tradition und Innovation an der Internationalen Grünen Woche (IGW) in Berlin. Am Schweizer Stand treffen sich die deutsche Landwirtschaftsministerin Julia Klöckner und Bundesrat Guy Parmelin zum Girolle-Duell. Auch der Berliner Bürgermeister Michael Müller und der BLW-Chef Christian Hofer drehen Käserosetten. Dann folgt das Dialogforum «Stadt.Land.Du.», beispielhaft auch für die Schweiz. Bereits zum zehnten Mal vor Ort ist auch der frühere BLW-Direktor Manfred Bötsch. Solche Plattformen seien inspirierend, sagt er. Berlin biete



Video IGW 2020

viele wertvolle Netzwerkkontakte. Man spüre Trends und erhalte Inputs, die man dann umsetzen könne, dies müsse noch konsequenter geschehen. Dass sich dies lohnt, zeigt Finnland: Das Land verbuchte in den ersten Monaten nach einer IGW eine Exportsteigerung von rund 40 Prozent.

IFAJ: Das letzte Live-Meeting 2020

Der Verband der Internationalen Agrarjournalisten IFAJ suchte Ende 2019 notfallmässig einen neuen Gastgeber für die Vorstandssitzung vom Frühjahr 2020. IFAJ-Präsident Owen Roberts gelangte mit der Anfrage an mich. Wir sagten zu. In enger Zusammenarbeit mit Syngenta und weiteren Firmen aus dem Agri-Food-Sektor in der Nordwestschweiz stampften wir ein Programm aus dem Boden und stellten die Finanzierung sicher. Neben den Verbands-Meetings schätzten die 30 Vorstandsmitglieder aus über 20 Mitgliedsländern den persönlichen Kontakt und die Einblicke in Forschungseinrichtungen, innovative Projekte, aber auch den Käse, die Schokolade und das Schweizer Bier. Steve Werblow, USA, schrieb: «Thank you for a wonderful and productive Executive meeting last week. The site, the



Markus Rediger
Geschäftsführer LID

tours, the hotel and the hospitality were all just what we needed, and your fast action in putting on the meeting created a great opportunity for us to have some very important discussions.» — Es war das letzte Live-Meeting, bevor sich die Corona-Pandemie in Europa ausbreitete. Meine Bilanz nach einem Jahr digitaler Meetings: Ein Live-Meeting lässt sich durch nichts ersetzen.

Schmezer: Souverän mit Kritik umgehen

Können wir gut mit der Kritik an der Landwirtschaft umgehen und gelassen bleiben? Diese Frage beschäftigt uns täglich. Sie war auch Thema der LID-Delegiertenversammlung 2020 und einer Inforama-Veranstaltung von Bauern mit Kassensturz-Moderator Ueli Schmezer. Zum Umgang mit Kritik riet Schmezer: Cool bleiben. Kritik nicht persönlich nehmen. Nachhaken, ob die Kritik berechtigt sei. Die Kritikthemen inhaltlich ergänzen. Fehler zugeben, Missstände beheben. Bessere Kritikkultur ist gefragt. Das direkte Gespräch auf Augenhöhe ist wichtig, mit Medien und der Öffentlichkeit. Das

wurde auch beim Podiumsgespräch mit fünf Journalisten an der LID-DV deutlich. Information und Wissen an die breite Öffentlichkeit weitergeben sei wichtig. Und dies selbstbewusst, im Glauben an die Zukunft der Schweizer Landwirtschaft. Das nehmen wir uns beim LID zu Herzen, seit über 80 Jahren und weiterhin.



rtikel zum odiumsgespräch











MEDIEN



Medienanlass am Inforama zum Thema Kontrollen, mit Landwirt und Betriebsleiter Hugo Emmenegger. An Medienanlässen kommen wir nicht nur mit Journalisten in Kontakt, sondern stets auch mit Bäuerinnen und Bauern.

WENN PLÖTZLICH ALLES ANDERS IST

Schlagartig veränderte Themenlandschaft, Online-Events und -Kommunikation – damit musste sich die LID-Redaktion im vergangenen Jahr auseinandersetzen. Und sie blieb virtuos am Ball.

Was war an diesem Jahr speziell? Die Frage stellt sich jährlich beim Jahresbericht und ist manchmal schwieriger, manchmal leichter zu beantworten. Für 2020 braucht es nicht mal eine Millisekunde, um das Spezielle zu erkennen. Die Medienarbeit des LID wurde zu einem grossen Teil von der Corona-Pandemie geprägt. Während der Jahresbeginn noch in üblichem Rahmen verlief und unter anderem der milde Winter zu reden gab, ging es dann Schlag auf Schlag. Die Medien kannten nur noch ein Thema: Die Pandemie.

Plötzlich waren neue Themen gefragt

Unsere geplanten Themen waren über Nacht hinfällig, denn sie waren auf einmal für die Medienschaffenden nicht mehr interessant genug, um es in die Zeitung zu schaffen. Wir mussten schnell reagieren und neue, pandemietaugliche Themen finden. Das schafften wir mit Erfolg. Boomende Hofläden, ein durcheinandergewirbelter Kartoffelmarkt, Ausflügler auf den Feldern und im Wald und digitaler Unterricht in den landwirtschaftlichen Schulen lieferten zahlreiche Aspekte, über die wir schreiben konnten. Zudem war die Versorgung mit Lebensmitteln auf einmal wieder ein wichtiges Thema, eines, das zuvor zwar ebenso bedeutend war, aber es kaum auf die grosse Leinwand geschafft hatte. Mit dem Sommer normalisierte sich die Themenlandschaft. Lange hielt es nicht. Ab Herbst waren wir wieder gefordert, in dieser schwierigen Lage die richtigen Themen zu finden

Über Nacht wurde vieles digital

Neben unseren Themen war auch die Arbeitsweise anders. Kaum Medienkonferenzen, keine physischen Tagungen und abgesagte Delegiertenversammlungen wirkten sich ebenso auf die Berichterstattung aus. In Sachen Digitalisierung sind wir auf der Redaktion zwar bereits weit fortgeschritten, neu waren aber die redaktionsinterne Kommunikation via Slack und Zoom sowie zahlreiche Webinare und Online-Veranstaltungen. Und es hat sich gezeigt: Dank den modernen Kommunikationstools kann die Arbeit auch unter solchen, völlig unerwarteten Umständen getan werden.

«Stories statt Themen»

Unsere Arbeit von aussen begutachten zu lassen, ist äusserst wichtig, um «blinde Flecken» zu erkennen und mit Entwicklungen Schritt zu halten. So auch die Dienstkritik mit Stefan Weber von der SRF-Inlandredaktion. Er stellte der Redaktionsarbeit ein gutes Zeugnis aus, sah aber auch Potenzial nach oben – was für uns besonders hilfreich ist. So riet Weber, die Titel und den Lead noch etwas «reisserischer» zu gestalten, damit die Artikel die nötige Aufmerksamkeit erfahren und mehr Journalistinnen und Journalisten «abgeholt werden können». Ebenfalls wünscht er sich eher «Stories statt Themen» – also lieber ein Porträt einer Bauernfamilie zu einem bestimmten Thema, als einen allgemeinen, abstrakten Artikel zu diesem Thema. Für besonders hilfreich hält er die Infografiken, die auf einfache Art Fakten und Zahlen vermitteln. Für Weber ist klar, dass dieser Bereich ausgebaut werden könnte.



Es ist wichtig, verständlich und ohne viel Fachgerede zu schreiben

«An Medienanlässen kann ich mit Journalistinnen und Journalisten ins Gespräch kommen. Das ist für mich wichtig. Da erfahre ich, welche Themen für sie interessant sind. Es ergeben sich interessante Gespräche und ein spannender Austausch. Das war auch an zwei Medienkonferenzen im Spätsommer der Fall. Ich erfuhr von Journalistinnen und Journalisten, was ihre Leserinnen und Leser wissen wollen. Und auch, wie der Kenntnisstand der Schreibenden selbst ist. Diese schreiben nicht mehr über ein ausschliessliches Gebiet wie Landwirtschaft. Innert kürzester Zeit müssen sie sich mit unterschiedlichsten Themen befassen. Das muss ich mir beim Schreiben meiner Artikel immer bewusst sein. Ich muss für Journalistinnen und Journalisten verständlich und ohne zu viel Fachgerede schreiben. Nur so erreichen die Themen schliesslich die Leserinnen und Leser.»

Jonas Ingold, Redaktionsleiter, Projektleiter Online

So viel publizierte die LID-Redaktion 2020

- **1822** Agronews
- **200** Mediendienst-Artikel
- **50** Infografiken

Diese Mediendienst-Themen bewegten 2020

- Der Kartoffelmarkt wird durchgewirbelt
- Pflanzenkrankheit bedroht Rüben
- Ausflügler auf den Feldern
- Hofladen-Boom



Mit diesen LID-Dossiers lieferten wir 2020 Hintergründe

- Agriviva
- Selbstversorgung
- Swiss Agro Forum
- Jahresüberblick 2020
- Klimawande



Über 500 Artikel

haben die weissen Print- und Online-Medien 2020 direkt übernommen oder als Input für eigene Artikel genutzt.



Rückmeldungen wie jene dieser Lehrerin motivieren mich

«Was meine Arbeit bewirkt, ist oft nur indirekt fassbar. In der Corona-Zeit waren direkte Begegnungen rar. Besonders wertvoll war für mich deshalb die Rückmeldung einer Unterstufenlehrerin aus dem Aargau: Schule auf dem Bauernhof sei ein ausserordentlich wertvolles pädagogisches Angebot, sagt sie. Es tue vielen Kindern, die den unmittelbaren Kontakt zur Landwirtschaft nicht mehr haben, sehr gut. SchuB sei für Schule und Bauern eine Win-Win Situation. Die Lehrerin geht zwei bis drei Mal pro Jahr auf den gleichen Hof, die Kinder erleben die Arbeiten in den verschiedenen Jahreszeiten. «Die Kinder lieben ihren Bauernhofbesuch und lernen immer wieder Neues», sagt sie. Mitzuhelfen, diese Begegnungen der Kinder mit der Landwirtschaft zu ermöglichen und mit den Lehrpersonen so im Austausch zu sein, motiviert mich immer wieder, dran zu bleiben.»

Andreas Reichmuth, Projektleiter Schulbereich

Printmaterial verschickt statt verteilt

Insgesamt über **468'000 Poster, Themenbroschüren** sowie **Werbeprospekte** haben wir 2020
gestreut, dies ausschliesslich auf
dem Postweg, weil die Verteilung auf
Messen wegfiel.

26'000 Kinder machten SchuB

Es sind deutlich weniger als in den Vorjahren, aber erfreulich viele in Anbetracht der Pandemie mit temporärer Veranstaltungsbeschränkung und Schulschliessungen in der Hauptsaison im Frühling.



83 Prozent finden SchuB unverzichtbar

50 von 80 Lehrpersonen, die 2020 zu ihren «Schule auf dem Bauernhof»-Erfahrungen befragt wurden, gaben dem Angebot **volle 10 Punkte.** 28 weitere (15%) taxierten SchuB mit 8–9 Punkten.

150'000 Schul-Flyer gestreut

Damit machten wir 2020 auf die Schulangebote der Land- und Ernährungswirtschaft aufmerksam. Direktbegegnungen an Lehrmittelausstellungen gab es coronabedingt keine. Dafür stiegen die Zugriffe auf agriscuola.ch um 50% gegenüber dem Vorjahr.









SCHULEN



Praktisch arbeiten auf dem Bauernhof und dabei von der Bäuerin oder dem Bauern erfahren, wie Most entsteht, ist faszinierend. Schule auf dem Bauernhof ist eindrücklicher Unterricht.

«UF EM BUUREHOF MUES MER SCHAFFE»

Ohne Schulklassen läuft bei Schule auf dem Bauernhof (SchuB) natürlich nichts. Trotz Corona ist SchuB im Jahr 2020 nicht ganz eingeschlafen. Nach dem Lockdown war das ausserschulische Lernangebot wieder gefragt. Dass auch die Lernwelt während des Lockdowns digitaler geworden ist, zeigte sich am regen Verkehr auf der Schulangebote-Plattform agriscuola.ch.

Im Frühling, mitten in unserer SchuB-Hauptsaison, machten die Schulen coronabedingt dicht. Für die 369 SchuB-Betriebe, die Schulkindern auf ihren Betrieben die Schweizer Landwirtschaft näherbringen, stand damit vorerst mal alles still. Spätestens nach den Sommerferien erlaubten die meisten Kantone ihren Schulklassen, wieder rauszugehen für Exkursionen und Ausflüge. Es zeigte sich Nachholbedarf für Aktivitäten ausserhalb des Schulzimmers. Und da passte SchuB qut: Die Anreise ist teils ohne ÖV möglich, der Unterricht findet weitgehend im Freien statt und die praktischen Aktivitäten können kaum im Schulzimmer vermittelt werden. So fanden trotz allem einige Schulklassen den Weg auf einen Hof und begegneten dort der Landwirtschaft beim Mosten und im Kontakt mit den Tieren direkt und nachhaltig.

Coole Erfahrungen und weise Erkenntnisse

Der handfeste Kontakt und die erlebnishafte Begegnung mit einer aus ihrem Alltag weitgehend verschwundenen Welt begeisterte die Kinder. «Ich liebe die Kühe – sie sind so gross!» sagte ein Kind des 1. Schulzyklus (Kindergarten und 1./2. Klasse) nach einem SchuB-Tag. Ein anderes: «Ich hatte so kalte Hände beim Äpfel auflesen!» – positiv gemeint im Sinn von: «Das habe ich noch nie erlebt!». «C'est trägen erleichtern. Das Konzept für die Bewerbung des Fonds und cool, parce qu'on a pu toucher les cochons laineux» und: «Hier würde ich am liebsten nie mehr weg!» fanden zwei andere. Und dann ist da auch diese Erkenntnis eines Erstklässlers: «Uf em Buurehof mues mer scho immer schaffe!»

Erfolgsjahr für agriscuola.ch

Freude macht, dass diese direkten, nachhaltigen Begegnungen dank dem grossen Engagement der beteiligten Bäuerinnen und Bauern und trotz aller Schwierigkeiten auch im Corona-Jahr stattfinden konnten. Wir unterstützen dieses Engagement, indem wir die verschiedenen Schulprojekte der Schweizer Landwirtschaft bei den Lehrpersonen bekannt machten. 2020 konnten wir mit der Plattform agriscuola.ch einen Teil der Ernte des im Vorjahr neu gestalteten Internetauftritts einfahren und die Zugriffe markant steigern. So konnten wir mit dem weiteren Ausbau der Inhalte auf agriscuola.ch mehr Lehrpersonen auf die Schulangebote aus der Land- und Ernährungswirtschaft aufmerksam machen: auf Lehr- und Informationsmaterial, Projekte, Exkursionsmöglichkeiten, Filme. Die Pandemie

und der verordnete Fernunterricht haben da natürlich mitgeholfen. Den direkten Kontakt mit den Lehrpersonen kann das aber nur bedingt ersetzen. So freuen wir uns bereits jetzt auf die im Sommer 2021 geplante «Popup-Lehrmittelausstellung» an der Magistra in Schaffhausen.



Mehr Schub für SchuB

Mit dem Aktionsplan «Mehr Schub für SchuB» setzen wir uns dafür ein, dass in Zukunft mehr Schulklassen möglichst kostenfreien Zugang zu Schule auf dem Bauernhof haben. Ziel ist, mehr Erziehungsdirektionen und Landwirtschaftsdirektionen als Finanzierungspartner zu gewinnen. Zudem soll in Zukunft ein «Trägerverein Schule auf dem Bauernhof» den Schulklassen den Zugang zu SchuB mit Gönnerbeidie Verteilung der Gelder steht.



In den heimeligen Bauernstuben erlebe ich den Austausch auf Augenhöhe

«Als Redaktorin bin ich auf landwirtschaftlichen Betrieben in der ganzen Schweiz zu Gast. Stets werde ich in den heimeligen Bauernstuben herzlich willkommen geheissen. Diese Besuche bieten eine wunderbare Gelegenheit für einen persönlichen Austausch auf Augenhöhe. Was bewegt die Schweizer Bauern und Bäuerinnen? Was motiviert oder bremst sie? Auf diese Fragen bekomme ich bei all den Gesprächen Antworten. Und so fliessen ihre Themen direkt in die Redaktionsplanung mit ein. Wir können auf Themen eingehen, die aktuell und die in den Köpfen sind – in den Köpfen der Landwirte und Bäuerinnen, aber auch in denen der breiten Bevölkerung. So wird ein fruchtbarer Dialog zwischen Landwirtschaft und breiter Öffentlichkeit erst möglich. An dieser Stelle ein grosses Dankeschön an die Schweizer Bauernfamilien, die stets gerne ihre Türen und Tore öffnen und damit zu diesem wertvollen Dialog beitragen!»

Ann Schärer, Redaktorin

100 Punkte für PR-Projekte

Das Bundesamt für Landwirtschaft hat die LID- und die Basiskommunikationsprojekte 2021 gut benotet. Das sichert die volle finanzielle Unterstützung der Projekte im Rahmen der Absatzförderung.

1'425-fältig gelockt

2020 waren auf **79 Betrieben** in **13 Kantonen** insgesamt **1'425 Lockpfosten** aufgestellt. Das haben wir zusammen mit **6 Lockpfostenstellern** geschafft.



5 weitere Tierquiz-Sets produziert

Unser Tierquiz-Modul hatte seinen Ersteinsatz im Ballenberg. Inzwischen ist es in sechsfacher Auflage bei Bauernverbänden (AG, SG, LU, SBV) und bei AGIR einsatzbereit. Die Light-Variante (nur Printmaterial) bieten wir Bauernbetrieben und Schulen über shop.landwirtschaft.ch an.



Die Bako aktiv mitgestaltet

Wir führen die Geschäftsstelle der Basiskommunikation (Bako) und haben uns 2020 stark in der Projektentwicklung engagiert, die Bereiche Leitmedien (Plakatkampagne, Broschüren, Werbemittel) und Schulprojekte (SchuB) geführt sowie die Projekte Lockpfosten, Stallvisite und Tag der offenen Hoftüren geleitet.



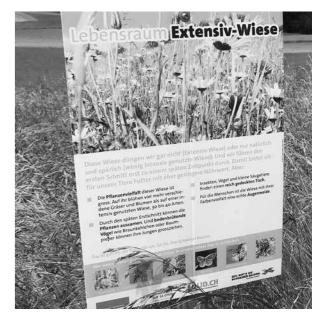
Reale Begegnungen und Stories bereichern das Leben

«Im LID-Mediendienst hatten wir bereits eine Story zur Pop-Up-Käserei von Sarah Gross auf der Alp Nünenen im Gantrischgebiet BE publiziert. Doch erst als ich die Sennerin auf der Alp aufsuchte und ihr auf Augenhöhe begegnete, wurde die Story für mich richtig lebendig. Sie käst schon seit über 25 Jahren, im Sommer 2020 erstmals am Fuss von Nünenen und Gantrisch. Sie freut sich, dass dank dem mobilen Container das Käsen dort nach Jahren wieder möglich ist. Dadurch verbesserten sich auch die Beziehungen unter den Bauern. Im Gespräch stellte sich heraus, dass sie in Münchenstein am Rande des Ruchfelds aufgewachsen ist, dort, wo ich in meiner Jugendzeit selber pflügte und Getreide erntete. Reale Begegnungen bereichern das Leben und beflügeln. Umso wichtiger ist die Forderung von TV-Journalist Stephan Weber von der SRF-Inlandredaktion bei einer LID-Dienstkritik in Zürich: «Bringt lieber Stories als Themen-Beiträge!>>>

Markus Rediger, Geschäftsführer LID

7'298 neue Tafeln im Feld

Wir haben 2020 rund **4'209 Thementafeln** und **3'089 Ökotafeln** ausgeliefert. Neu herausgegeben haben wir die Thementafeln Schaf, Christbaum und Mastpoulet.



Taschen Made in Biel/Bienne

Die Edelweiss-Tragtaschen für die Schweizer Bauernbetriebe kommen nicht aus China, sondern werden bei Biennaplast in Biel produziert. So konnten wir während der Produktion direkt Einblick nehmen und das Gut zum Druck vor Ort erteilen.







PUBLIKATIONEN



Zoom hilft Oberstufenschülern, Landwirtschaft zu verstehen und sich kritisch mit ihr auseinanderzusetzen – auch selbstkritisch.

DENKANSTÖSSE PRINT PLUS

Wie bringen wir die Inhalte aus der Landwirtschaft gut Wir machen unsere Broschüren lebendiger verständlich an ein breites Publikum, an Schulkinder, Jugendliche, Konsumentinnen und Konsumenten, als Begegnung auf Augenhöhe, als Anregung zum Lernen und zum Denken? Wir versuchen es unter anderem mit Lehrmitteln und mit Broschüren, die wir neu mit Grafiken und Videos ergänzen.

Was hat Landwirtschaft mit mir zu tun?

Mit dem Lehrmittel «Zoom – Landwirtschaft verstehen» haben wir 2020 ein neues LID-Lernangebot geschaffen. Damit schliesst sich eine Lücke im Bereich Unterrichtshilfen für die Oberstufe. Zoom beleuchtet die Zusammenhänge der Landwirtschaft aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Am Beispiel von drei Betrieben zeigt es auf, was es für die Produktion von Nahrungsmitteln alles braucht, wie Einflüsse von Wetter bis Tierschutz dabei zusammenspielen und welche wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Überlegungen die Landwirtinnen und Landwirte bei ihrer Arbeit leiten. Woher kommt unser Essen? Wie sieht ein Bauernhof heute aus? Wie hängen Landwirtschaft und Umwelt zusammen? Diesen Fragen geht Zoom nach. Und macht deutlich: Landwirtschaft begegnet uns in unterschiedlichen Bereichen des Lebens und spielt in vielerlei Hinsicht eine wichtige Rolle, für die Produktion unserer Lebensmittel, für das Erscheinungsbild unserer Landschaft, für die Wirtschaft, unsere Umwelt und das Klima. Zoom leitet mit anregenden Lernaufgaben die Schülerinnen und Schüler an, sich mit diesen Themen auseinanderzusetzen. Und auch mit der Frage: Was hat das alles mit mir und meinen Konsumentscheidungen zu tun?

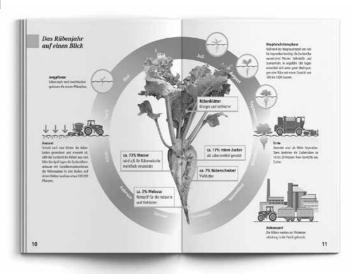
Wir aktualisieren oder überarbeiten unsere Themenbroschüren in regelmässigen Abständen. Dabei gehen wir auf Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer und auf neue Trends in der Kommunikation ein. So zeigt die rundum erneuerte Themenbroschüre «Von der Rübe zum Zucker» in der Heftmitte eine Übersichtsgrafik zum Rübenjahr, einfach zum Herauslösen. Wir sind damit auf ein Bedürfnis von

Lehrpersonen eingegangen, das sich in der Evaluation unserer Broschüren-Reihe Ende 2019 zeigte. Was auch gefragt ist, sind Filmsequenzen zur Erweiterung der Broschüren-Informationen. Dem haben wir bei der komplett erneuerten Getreidebroschüre entsprochen. Der im Heft porträtierte Getreidebauer Hans Marti erklärt in zwei Filmsequenzen einfach verständlich, wie er das Saatbett vorbereitet, wie die Fruchtfolge funktioniert oder wie er den Erntezeitpunkt bestimmt. Das Medium Film unterstützt uns dabei, die teilweise komplexen Informationen zu vermitteln. Wir sind damit näher bei den Nutzern.





Getreide-Video Ernte



Blühstreifentafeln geschaffen

In Zusammenarbeit mit dem landwirtschaftlichen Beratungszentrum Liebegg und im Rahmen der Förderung von Blühstreifen haben wir Anfang 2020 die Ökotafelserie um 3 Tafeln zum Thema «Lebensraum Blühstreifen» erweitert.

Webshop neu aufgebaut

Der LID als Betreiber und der SBV als Webmaster haben den Bako-Webshop auf landwirtschaft.ch bedienerfreundlicher aufgestellt und neu gestaltet. Die Werbeartikel der Basiskommunikation sind jetzt leichter zu finden und die Bestellungen einfacher zu bearbeiten.



Lockpfosten waren auch Begegnungs- und Gesprächspfosten

«Das jährliche Treffen mit den Lockpfosten-Stellern und die Rückmeldungen der Lockpfosten-Betriebe lassen mich am Leben auf den Höfen teilhaben. Während im vergangenen Jahr wegen Corona keine Messen und Events stattfanden, konnten die Lockpfosten problemlos auf dem Land aufgestellt werden. Sie haben dort zu interessanten Begegnungen und Gesprächen zwischen Landbesuchern und Bauern/Bäuerinnen geführt.»

Therese Schenker, Projektleiterin PR / Assistentin Schulbereich



Die Bako-Plattform war für mich ein Top-Beispiel für Kommunikation auf Augenhöhe

«Als Projektleiterin PR/Kommunikation fasziniert es mich, gemeinsam mit anderen etwas zu bewegen. Dabei bedeutet « gemeinsam » für mich zuhören, verstehen, handeln. Je grösser das Team, umso komplexer wird es, die Ansprüche, Wünsche und Erwartungen unter einen Hut zu bringen. Das ist gerade auch in der Landwirtschaft der Fall, wo so viele unterschiedliche Player auf ein gleiches Ziel hin arbeiten: die Konsumenten zu informieren und zum Handeln zu bewegen, Wirtschaftlichkeit und Natur in Einklang zu bringen. Hier spielt für mich die Kommunikation auf Augenhöhe eine wichtige Rolle. Diese durfte ich vor allem an der Bako-Plattform im September erleben, wo 70 Fach-, Kommunikations- und Marketingexpertinnen und -experten an einem Tag über die Zukunft der Landwirtschaft diskutierten, und dies mit einer enormen Offenheit, im Blick auf das gemeinsame Ziel, Synergien zu finden.»

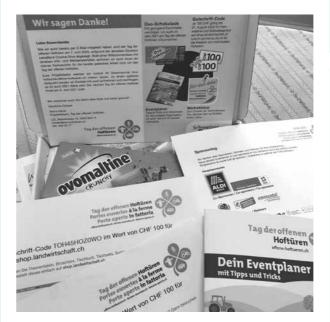
Mäggy Stark, Projektleiterin Kommunikation

Markenarchitektur überprüft

Wir haben 2020 in zahlreichen Sitzungen und Besprechungen an der Strategieoptimierung der Basiskommunikation der Schweizer Bauern und an der Erneuerung der LID-Strategie gearbeitet (mehr dazu Seite 21).

Hoftüren waren fast offen

Der Tag der offenen Hoftüren 2020 war von uns bestens vorbereitet, musste aber wegen der Pandemie in der Schublade bleiben. 2021 übernimmt der Schweizer Bauernverband die Projektleitung.



Plattform organisiert und moderiert

Die Bako-Plattform am 2. September zum Thema «Starke Marke» bot einen Mix aus Informationen, Markenwissen, Tipps von Influencern und Bloggern und einem Austausch in Gruppen. Die 70 Teilnehmenden haben die Inputs und den Austausch geschätzt.



Starterkit wird Dankesbox

Für die Tag-der-offenen-Hoftüren-Betriebe haben wir ein Starterkit mit Eventplaner, Shop. Landwirtschaft-Gutscheinen, Klebern und Schoggi zusammengestellt. Weil der Anlass nicht stattfand, verschickten wir es als Dankesbox fürs Mitmachen-Wollen.



Die vielen Kontakte haben dem Projekt geholfen und mich bereichert

«Als Projektleiterin ‹Tag der offenen Hoftüren› war ich Anfang Jahr voll motiviert, die zweite Ausgabe des Events zu einem richtigen Erfolg zu machen. Ich telefonierte täglich mit potentiell teilnehmenden Landwirtinnen und Landwirten, ich erfuhr direkt, welche Unterstützung die Betriebe, aber auch die kantonalen Verbände für den Tag brauchten und versuchte, sie zu beraten und nötige Materialien zur Verfügung zu stellen. Oft sind dieselben Fragen aufgetaucht, sei das zu Versicherungen, vorhandenem Werbematerial und, und, und... Diese Kontakte brachten nicht nur das Projekt weiter, sondern auch mich in meiner täglichen Arbeit als Projektleiterin. Auch wenn der Tag schliesslich Corona zu Opfer gefallen ist: Die wertschätzenden Feedbacks aus der Arbeitsgruppe oder direkt von den Bauern bleiben und geben Energie, auch in Zukunft mit viel Elan an Projekten für die Landwirtschaft zu arbeiten.»

Maria Känel, Projektleiterin PR



PR-PROJEKTE



Was macht eine starke Marke aus? Diese Frage war uns auch 2020 im Rahmen der Strategieerneuerung der Basiskommunikation wichtig. Sie war auch Thema der Bako-Plattform im September. Sylvia Gysin, Bio Suisse, präsentiert Ergebnisse aus der Gruppenarbeit.

KRISEN UND KRITIK SELBSTBEWUSST BEGEGENEN

Begegnung auf Augenhöhe ist nicht nur bei Arbeitspartnern und Dialoggruppen gefragt. Auch gegenüber neuen Entwicklungen, Situationen und Anforderungen ist bewusstes und kompetentes Auftreten wichtig. Die Optimierung der Basiskommunikations-Strategie, neue Akzente in der Plakatkampagne oder Erlebnis Bauernhof sind Beispiele dafür.

Im Kontext landwirtschaftskritischer Initiativen und Medienberichterstattung und einer bunten und lauten Werbewelt braucht die Schweizer Landwirtschaft griffige Kommunikationsstrategien und -instrumente. Nur so kann sie sich in der Gesellschaft positives Gehör verschaffen. Gemeinsam mit dem Schweizer Bauernverband und zusammen mit einer Agentur für Branding und Design arbeiteten wir deshalb in einer Projektgruppe an der Optimierung der Basiskommunikations-Strategie. Nach einer gründlichen Situationsanalyse zu Markenpositionierung, Zielen, Zielgruppen und Botschaften haben wir uns 2020 intensiv mit der Marke auseinandergesetzt. Wie können wir die Marke «Schweizer Bauern» stärken? Zum Beispiel, indem wir die bisher im Auftritt eigenständigen Bako-Projekte konsequent unter der Dachmarke zusammenfassen.





Bako-Plattform für starke Marken und gutes Zusammenspiel

«Die Kraft der Marke» war auch das Thema der von uns durchgeführten Bako-Plattform im September. Gemeinsam mit 70 Vertreterinnen und Vertretern aus land- und ernährungswirtschaftlichen Organisationen gingen wir den Fragen nach: Was macht eine starke Marke aus? Warum braucht eine Marke eine DNA? Wie kommuniziert eine starke Marke? Der Tag bot einen Mix aus Informationen, Markenwissen, Tipps von Influencern und Bloggern und einem Austausch in Gruppen. Nicht nur die Bako-interne Stärkung der Marke, sondern auch ein gutes Zusammenspiel unter den Partnern der Land- und Ernährungswirtschaft und ihrer Marken innerhalb der Kommunikationspyramide ist wichtig.

Plakative Antwort auf die Corona-Krise

Im Rahmen der Basiskommunikation führen wir die Bako-Plakatkampagne. Zum Jahresbeginn organisierten wir den Plakataushang inklusive e-Panels und e-Boards in 37 Bahnhöfen. Sujet: Bäuerinnen und Bauern mit persönlichen Aussagen zu ihren Leistungen. Auf landwirtschaft.ch zeigten wir dazu Videos über das Betriebsleben der Protagonisten. Mit der Corona-Krise stieg das Interesse an Hofläden und regionalen Produkten. Verteiler-Organisationen aus dem Lebensmittelsektor schlugen deshalb dem Schweizer Bauernverband (SBV) eine kombinierte Werbekampagne vor, die die Themen Selbstversorgung und Konsumverhalten einschliesst. So entwickelten wir unsere Plakate weiter, stellten die Produkte in den Vordergrund und bezogen nebst Bäuerinnen und Bauern auch Botschafterinnen und Botschafter der Verarbeiter-Seite mit ein. Die Plakat- und Display-Kampagne erreichte mit 7 Millionen Impressionen hervorragende Werte. 75'000 Clicks führten auf die für die Kampagne erstellte Landingpage. Damit war dieses Joint-Venture eine starke Antwort auf die Krisensituation.









PR-PROJEKTE



Aline Gerber (vorne rechts), Projektleiterin Stallvisite, hat im März die Stallvisite-Anbieterinnen und -Anbieter zum Erfahrungsaustausch nach Magglingen, respektive auf den Vierwaldstättersee (Bild) eingeladen. Die Treffen waren auch ein Dankeschön an die Anbieterbetriebe.

«Erlebnis Bauernhof» – jetzt erst recht!

Corona: Keine Ferien im Ausland, beschränkter Zugang zu Freizeiteinrichtungen, Messen und Festen. Was lag da näher, als Freizeit und Ferien in der Nähe zu verbringen, auf dem Land? Wer in der Natur unterwegs ist, begegnet den Bauernhöfen und der gepflegten Landschaft, den Öko-Leistungen und tierfreundlichen Ausläufen unserer Bauern. Diese Chance gilt es zu nutzen, überlegten wir, und starteten «Erlebnis Bauernhof». Wir luden Bauernfamilien und Partner ein, Konsumenten, Familien und Ausflügler auf ihre Höfe zu locken, den Bauernhof und ihr Kulturland zum Erlebnis zu gestalten und Wissen zu vermitteln. So können die Besucher die Leistungen der Landwirtschaft bewusster wahrnehmen. Wir motivierten zum Beispiel, mit unseren Themen- und Ökotafeln Entdeckerwege zu gestalten oder auf dem Hof das Stallvisite-Quiz «Mach Clara den Hof» einzurichten. Um die Landbesucher vor Gefahren zu bewahren und die Bauern vor Ärger, lancierten wir eine neue, freundliche Zaundurchgangstafel und schalteten auf landwirtschaft.ch 10 Tipps zum Thema «Gemeinsam unterwegs» auf. Zusätzlich führten wir während des Sommers den Fotowettbewerb #HalloLandschaft durch und begleiteten die Aktion auf den Social-Media-Kanälen.

Stallvisite und Lockpfosten sprechen an

Die Pandemie-Zeit gab einzelnen Bako-Projekten Auftrieb. So schätzte die Bevölkerung das Stallvisite-Angebot vermehrt. Die meisten der 350 Stallvisitebetriebe behielten ihre Tore offen. Die vielen Landschaftseroberer liessen sich auch von den Lockpfosten gut ansprechen. «Wir stellten die Pfosten kurz vor dem Lockdown und hatten danach sehr viele Spaziergänger. Sehr oft wurde mit uns das Gespräch gesucht, nachgefragt, gestaunt und mit eigenen Erfahrungen ergänzt. Eine schöne Art, mit (un-)bekannten Personen in Austausch zu treten», sagen Stefan und Beatrice Peter aus Schötz LU. Und Irene Zurbrügg aus Fahrni BE beobachtete: «Die Leute hatten während dem Lockdown im Frühling Zeit, die Pfostentexte zu lesen und es hatte viele Eltern, die es den Kindern erklärten.» Leider nicht zustande kam trotz fortgeschrittener Vorbereitung der Tag der offenen Hoftüren im Juni. 138 Betriebe in allen Landesteilen hatten sich dafür gemeldet.

Die Basiskommunikation (Bako)



Die Basiskommunikation der Schweizer Bauern ist die Grundlage für die Werbung der Branchen und Marken. Die Massnahmen und Aktivitäten greifen dabei ineinander. Dieser gemeinsame Auftritt der Landwirtschaft ermöglicht die optimale Nutzung der Ressourcen. Die Bako umfasst die Projektbereiche Leitmedien, Digitalmedien, Messen, Events, Schulprojekte und Ergänzende Projekte.





Wir motivieren uns gegenseitig

«Bei meiner Arbeit als Projektleiterin (Stallvisite) versuche ich, die Bauernfamilien bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit optimal zu unterstützen und zu motivieren. Der Austausch auf Augenhöhe gelingt mir, weil ich mit meiner Praxiserfahrung auf meinem Betrieb rasch ihre betriebliche Situation einschätzen und daraus umsetzbare Ideen vorschlagen kann. Die engagierten Bauernfamilien merken sofort, dass ich mich für sie einsetze und ihre Anliegen ernst nehme. So schaffen wir gegenseitige Motivation für unsere Arbeiten und den Dialog mit den Konsumenten – egal, ob auf dem Hof oder im Büro.»

Aline Gerber, Projektleiterin Stallvisite

Schlauer Hund gibt Tipps

An den Genussweg-Stationen zwischen Wilchingen und Osterfingen SH gibt seit dem Sommer 2020 der «Schlaue Hund» Genusstipps ab. Die Anregung dazu kommt aus der Ideenküche des LID. Der «Schlaue Hund» steht als Holzskulptur von Peter Leisinger in der Bergtrotte Osterfingen.

Sti(e)Ivoll Essen kommt 2021

Die im Frühjahr 2020 vorskizzierte Sonderschau «Erlebnis Nahrung» 2020 unter dem Titel «Essen mit Sti(e)l» (Obst und Beeren) wartet auf die Umsetzung an der Olma 2021 – im hoffentlich wieder pandemiefreien Oktober.



AgrarScouts war startklar

Der Plan, im Rahmen der BEA Bern und der Olma in St. Gallen Bauern und Bäuerinnen in Rhetorik zu trainieren und in den Einsatz zu schicken, scheiterte an Corona. Jetzt passen wir auf neue Startmöglichkeiten.



Darum ist «Erlebnis Nahrung» mein Lieblingsprojekt

«Begegnung auf Augenhöhe bedeutet für mich: Zusammenarbeit, die vom gegenseitigen Respekt und Vertrauen geprägt ist, bei der alle ihre Stärken, Ideen und Sichtweisen einbringen, diese gegeneinander abwägen und gemeinsam optimale Lösungen finden können. Alle sind dabei Gewinner und lernen voneinander. Am stärksten habe ich das im Rahmen des Olma-Projekts (Erlebnis Nahrung) erlebt, mit den Partnern von Olma, Migros Ostschweiz, SBV und den Umsetzungspartnern. Das ist das Geheimnis der hohen Projekt-Qualität von (Erlebnis Nahrung). Und darum ist es mein Lieblingsprojekt.»

Jürg Rindlisbacher, Projektleiter PR



50 Weihnachtsbäume verschenkt

Im Rahmen der Bako-Plakatkampagne «Hier angebaut» haben wir im Web auch die IG-Suisse-Christbäume mit einem Wettbewerb aktiv beworben. 50 der 850 Teilnehmenden gewannen einen Baum.



PR-Wissen vermittelt

2020 haben wir PR an der Betriebsleiterschule des Inforama und des HF-Kurses an der HAFL unterrichtet, für den SBLV online einen Rhetorik- und Argumentationskurs angeboten und das PR-Modul der Agrokaufleute-Ausbildung der Feusi bestritten.

24-teiliges Dankeschön

Als Dankesgeschenk für die Stallvisite- und Lockpfostenbetriebe (Bako) haben wir einen Adventskalender mit einem Winterbild von Markus Rediger entwickelt. So konnten diese den Advent mit Schokolade von Camille Bloch geniessen.



Mehr Respekt zwischen Stadt und Land!

Im Frühling während dem Lockdown zog es die Menschen nach draussen zum Spazieren, Wandern, Biken, Velofahren, Campen, Bräteln und frische Luft Schnappen. Viele zertrampelten die Nutzflächen und liessen den Abfall auf den Weiden liegen. Fatal für die Tiere, die dann in den Genuss von Blechdosen statt Grashalmen kommen. Der Hilferuf der Betriebe an den LID kam umgehend. Wir schickten ihnen kostenlos die Tafel «Stadt und Land Hand in Hand!». Viele Bauernfamilien profitierten davon und stellten sie an Weiden und Feldwegen auf. Sie erhielten damit die Möglichkeit, der Bevölkerung zu erklären, warum es so wichtig ist, die Tiere und ihr Umfeld zu respektieren. Kommunikation auf Augenhöhe ist wichtig – auch zwischen Bauernbetrieben und Kulturlandbenutzern! Mit unserem Service haben wir einen Beitrag dazu geleistet.

Mariann Wüthrich, Assistentin GL / Sekretariat

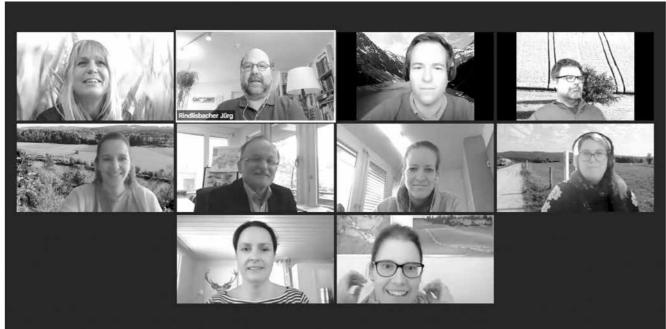








GESCHÄFTSSTELLE LID





Das LID-Team traf sich im Frühjahr und ab Herbst virtuell per Zoom zu den Teamsitzungen. Für den Weihnachts-Event bei LebensArt in Bärau wagte es eine coronakonforme Live-Begegnung.

ONLINE-TEAMLEBEN MIT LIVE-SEQUENZEN

Das Teamleben hat sich 2020 grundlegend verändert, wegen personellen Wechseln und natürlich auch den Corona-Massnahmen.

Online-Besprechungen wurden 2020 fester Bestandteil des Teamlebens, die Begriffe «Home Office» oder «work@home» erschienen wöchentlich in der LID-Agenda. Der Projektentwicklung und Aufgabenbewältigung hat das keinen Abbruch getan. Aber Teamkultur und Arbeitsbefinden sind nicht gleich, wenn jede und jeder bei sich zu Hause arbeitet und man sich vierzehntäglich nur noch online, via Grund zum Feiern Bildschirm sieht, stellten mehrere vom Team fest. Die wenigen Gelegenheiten zu Live-Begegnungen hat das Team umso mehr geschätzt.

Kommen und Gehen

Im März hat auf der Redaktion Ann Schärer die Arbeit aufgenommen, sie löste Melina Griffin-Gerhard ab, die sich wegen Ausbildungsplänen nach einem Jahr vom LID verabschiedete. Während den Sommermonaten verstärkte die Praktikantin Jeanine Ly die Redaktion. Im PR-Bereich ist Christine Burren-Nussbaumer Ende Januar ausgestiegen, im Mai ist Mäggy Stark zum Team gestossen. Von Juni bis Dezember war Maria Känel im Mutterschaftsurlaub.

Jonas Ingold arbeitet seit 2010 auf der LID-Redaktion. Wir feierten das Jubiläum mit Gästen aus dem Arbeitsumfeld von Jonas im Sommer mit einer Party auf der Dachterrasse an der Weststrasse. Das Feiern liessen wir uns auch an Weihnachten nicht nehmen. In coronakonformer Formation genossen wir eine Betriebsbesichtigung und ein Nachtessen bei der Stiftung Lebensart in Bärau.

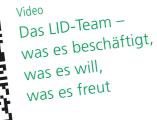
























DV UND VORSTAND



Anders als viele andere Organisationen und Unternehmen führten wir unsere Delegiertenversammlung trotz Corona live durch, einfach erst in einem günstigen Zeitfenster Ende August und mit der nötigen Distanz zueinander. Spannend war das Podiumsgespräch mit Medienvertreterinnen und -vertretern zur Polarisierung bei landwirtschaftlichen Themen in der Gesellschaft und den Medien.

DAS BEWEGTE DV UND VORSTAND 2020

Vorstandssitzung vom 26. August 2020

- Die erste Vorstandssitzung im Jahr 2020 eröffnet Stephan Hagenbuch aufgrund der Pandemie erst Ende August 2020 statt wie gewohnt im Frühjahr dafür aber live.
- Der Jahresbericht 2019 sowie Erfolgsrechnung und Bilanz 2019 inklusive Revisionsbericht werden genehmigt.
- Die Vorstandsmitglieder nehmen die Informationen aus den verschiedenen Bereichen der Geschäftsstelle entgegen und legen die kommenden Termine fest.
- Die letzten Details für die Delegiertenversammlung werden besprochen und der Ablauf festgelegt.

68. Delegiertenversammlung, 27. August 2020

- Ort: Inforama Rütti, Zollikofen / Leitung: Präsident Stephan Hagenbuch.
- Traktanden: Begrüssung / Protokoll 67. DV / Jahresbericht und Jahresrechnung 2019 / Bericht Revisionsstelle / Verabschiedung und Wahl Vorstandsmitglied / Tätigkeitsprogramm und Budget 2020 / Informationen der Geschäftsstelle / Verschiedenes
- Die Live-Begrüssung der Delegierten durch Stephan Hagenbuch ist besonders emotional, musste wegen Corona die ursprünglich an der BEA geplante, dann auf die Olma verschobene DV schliesslich messeunabhängig in coronakonformem Rahmen geplant werden. Ein Treffen dieser Art im Jahr 2020 war nicht selbstverständlich.
- Die Delegierten genehmigen das Protokoll der 67. DV, den Jahresbericht sowie die Jahresrechnung 2019 inklusive Revisionsbericht.
- Christine Gerber scheidet nach ihrem Rücktritt aus dem Vorstand des Berner Bauern Verbands auch aus dem LID-Vorstand aus. Ihre langjährige Mitwirkung wurde verdankt. Die Nachfolgerin heisst Barbara Lüthi und wird mit grossem Applaus willkommen geheissen.
- Die Delegierten schreiten weiter zur Annahme des Tätigkeitsprogramms sowie des Budgets 2020 und nehmen die Informationen aus der Geschäftsstelle zur Kenntnis. Die DV wird nach diversen Danksagungen abgeschlossen.

Im Anschluss folgt eine kontroverse Podiumsdiskussion zum Thema «Landwirtschaft, Medien und Gesellschaft: Pflanzenschutz, Tierhaltung und mehr – Wohin führt diese Polarisierung?». Es diskutieren Medienschaffende von WOZ, NZZ, SDA, Schweizer Bauer und LID, moderiert vom Chefredaktor der BauernZeitung, Adrian Krebs.

Vorstandssitzung vom 17. November 2020

- Die Vorstandsmitglieder nehmen die Zwischenbilanz des Corona-Jahres zur Kenntnis.
- Das Gremium berät die LID Strategie 2022+ und nimmt die Updates aus der Geschäftsstelle entgegen.
- Weiter wird das Budget 2021 beschlossen und die Planung der Delegiertenversammlung 2021 in Angriff genommen.









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

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, Rothenthurm

Schweizerischer Schafzuchtverband, Herzogenbuchsee

Schweizerischer Verband der Zuckerrübenpflanzer, 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

swisssem, 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



LID Vorstand 2020

Stephan Hagenbuch, Präsident, Direktor SMP, Bern (4)

Urs Schneider, Vizepräsident, stv. Direktor SBV, Brugg (1)

Carol Aschwanden, Leiterin Kommunikation, Zentralschweizer Milchproduzenten, Luzern (7)

Markus Berner, Geschäftsführer Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost, Gossau (3)

Kathrin Bieri, Geschäftsführerin SBLV, Brugg (2)

Peter Brügger, Geschäftsführer, Solothurner Bauernverband, Solothurn (6)

René Bucher, Teamleiter Marketing, Swissgenetics, Zollikofen (9)

Christine Gerber, Vizepräsidentin Berner Bauern Verband, Bern (bis DV 2020)

Barbara Lüthi-Kohler, Vizepräsidentin Berner Bauern Verband, Ostermundigen (seit DV 2020) (8)

Christian Streun, Sekretär, Leiter Politik und Wirtschaft, fenaco Genossenschaft, Bern (5)

Rechnungsrevisoren

Rolf Isch, Sachbearbeiter Treuhand, Mandatsleiter TSM, Bern **Brigitte Frick**, St.Galler Bauernverband, Flawil

LID Geschäftsstelle 2020

Markus Rediger, Geschäftsführer

Mariann Wüthrich, Geschäftsleitungsassistentin / Sekretariat

Jonas Ingold, Leiter Redaktion / Online-Medien

Melina Griffin-Gerhard, Redaktorin (bis März 2020)

Ann Schärer, Redaktorin (ab März 2020)

Jeanine Ly, Praktikantin Redaktion (Juli – September)

Andreas Reichmuth, Leiter Schulprojekte

Therese Schenker, Assistentin Schulprojekte / Projektleiterin Lockpfosten

Mäggy Stark, Projektleiterin Kommunikation (ab Mai 2020)

Christine Burren-Nussbaumer, Projektleiterin PR (bis Januar 2020)

Aline Gerber, Projektleiterin Stallvisite

Maria Känel, Projektleiterin Tag der offenen Hoftüren

Jürg Rindlisbacher, Projektleiter PR / Messen / Events

«Wir können uns nur vollständig richtig sehen, wenn wir uns auf Augenhöhe begegnen.»

Patanchali