



# JAHRESBERICHT 2013





# ÜBERBLICK

## Inhalt



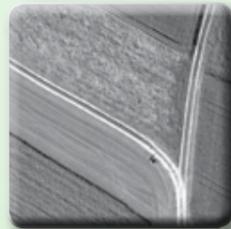
zu den  
LID AgroNews

## «Neue Wege gehen»

Wegweiser zum LID-Jahresbericht 2013



■ **Neue Wege:** Vieles war 2013 im Wechsel, auf der Suche nach neuen Wegen oder auf der Einspurstrecke dazu. Das gilt auch für die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft, ihre Organisationen, ihre Forschung, die Bäuerinnen und Bauern.



■ **Neue Wege gehen** ist ein allgegenwärtiges Thema. Der LID hat 2013 die Bewegungen beobachtet, zum Teil mitgestaltet, hat selbst neue Wege getestet. Dieser Jahresbericht vermittelt einen Eindruck davon, entlang der verschiedenen Tätigkeitsbereiche des LID.



■ **Neue Wege gehen** zieht sich als «grüner Faden» durch diesen Jahresbericht. Locker eingestreute Schlagzeilen aus den LID-AgroNews illustrieren, wie sich 2013 vieles auf neue Wege bewegt hat. Alle Meldungen zu den Schlagzeilen lassen sich auf [www.lid.ch](http://www.lid.ch) unter AgroNews nachlesen.

### ■ LID.CH

Landwirtschaftlicher Informationsdienst  
*Information et Communication agricole*  
*Servizio di Informazione agricola*  
*Agricultural Information Center*

### Die Presse- und Informationsstelle der Schweizer Landwirtschaft

Weststrasse 10, Postfach, CH-3000 Bern 6  
Telefon 031 359 59 77, Telefax 031 359 59 79  
Internet: [www.lid.ch](http://www.lid.ch), E-mail: [info@lid.ch](mailto:info@lid.ch)

### Titelbilder:

Der LID verschafft Medienschaffenden Einblick in die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft (internationales Presseseminar Charmey), begleitet die Entwicklung der Basiskampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» (Kommunikationsplattform Zollikofen), ist im aufmerksamen Gespräch mit Konsumenten und Bauernfamilien (Sichlete auf dem Bundesplatz) und lässt Kinder und Familien den Bauernhof als faszinierende Erlebniswelt entdecken (Barfussweg ErlebnisBauernhof Olma).

### Akzente 2013

- Neue Wege gehen 4
- Sehnsucht wecken 5

### Medienarbeit: WORT | BILD

- Zahlen und Fakten 6
- Landwirtschaft in Szene gesetzt: 7
  - Mit Flickr Bilder verbreitet
  - Medienleuten die Landwirtschaft gezeigt
  - Gute Übernahme von LID-Artikeln erzielt
  - Einblicke in die Pressewelt gegeben
  - Internationale Agrarjournalisten in der Schweiz empfangen
  - Medienkurs mit dem SBLV

### Internet: DIREKT | MOBIL

- Zahlen und Fakten 8
- Breiter vernetzt und benutzerfreundlicher: 9
  - Turbo-Boost für Websites von «Gut, gibt's ...»
  - «Vom Hof» im Aargau bekannter gemacht ...
  - ... mit den Bio-Höfen verbunden ...
  - ... und in agriculture.ch verankert
  - Shirtshop für mobile Geräte neu programmiert
  - Aktualisierungen bei der App

### Pädagogische Arbeit: BODENNAH | ZENTRAL

- Zahlen und Fakten 10
- Alles für gehaltvollen Unterricht: 11
  - SchuB entspricht dem Lehrplan 21
  - SchuB erklärt Kindern den Boden
  - «Lernort Bauernhof» kommt an
  - Internetplattform im Aufbau

### Broschüren und Poster: MINI MIDI MAXI

- Zahlen und Fakten 12
- Lang wirkende Informationsträger in allen Formaten: 13
  - Apfelsalat in Mini ...
  - Kühe, Pferde und Energie in Midi ...
  - Obst, Beeren, Bienen und Energie in Maxi
  - Einblick in Schweizer und Urner Landwirtschaft

### Imagearbeit und PR-Projekte: BEWÄHRT | NEU

- Zahlen und Fakten 14/16
- Bewährtes auf neue Wege geleitet: 15
  - Die 15-jährige Imagekampagne neu aufgegleist
  - Ideen und Erfahrung vermittelt und gesammelt
  - Lockpfosten und Stallvisite weiterentwickelt

### Messen und Events: PISTEN | PAKETE

- Zahlen und Fakten 18
- Kompetenz und Vertrauen öffnen neue Wege: 19
  - ErlebnisBauernhof zum Begegnungsort entwickelt
  - «Erlebnis Nahrung» als neues Format gestaltet
  - Spurensuche im Ballenberg gestartet
  - Servicepaket für internationale Tagung geschnürt

### Werbeartikel und Shirtshop: TREND | TOP

- Zahlen und Fakten 20
- Beliebte Werbeartikel, neuer Shirtshop: 21
  - Edelweiss-Tücher und -Taschen sind begehrt
  - Gefragte Stimmungsmacher
  - Shirtshop jetzt mit Vogelgezwitscher

### Dienstleistungen: MAILS | SERVICE

- Praktisch und schnell: Online-Bestellungen 22
- Zahlen und Fakten 22

### Organe des LID: EFFIZIENZ | ESPRIT

- Zahlen und Fakten 24
- Zeit für Reflexion und Teamkultur: 25
  - Arbeit und Arbeitskultur überprüft
  - Den Teamgeist gestärkt

### Organisation: TRÄGER | TEAM

- Mitgliederorganisationen 26
- Befreundete Organisationen 27
- Vorstand und Rechnungsrevisoren 27
- Geschäftsstelle und Redaktion 26/27

### Anhang: EINBLICK | AUSSENBLICK

- Schweizer Landwirtschaft begeistert Journalisten aus aller Welt 28
- Leistungsangebot des LID 29

# NEUE WEGE GEHEN

## Akzente 2013



Albert Rösti  
Präsident LID

■ **Es gibt viele Gründe, neue Wege zu gehen.** Sie reichen von purem Entdeckergeist und Lust auf Neues über den Wunsch, im sich technisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich verändernden Umfeld nicht abseits zu stehen, sondern aktiv dran

zu bleiben, bis hin zum Zwang, sich aus einer festgefahrenen Situation heraus zu manövrieren oder neuen Gesetzen und Vorschriften Folge zu leisten.

■ **Mit der detaillierten Ausarbeitung und Verabschiedung der Agrarpolitik 2014-17**

wurden 2013 für die Schweizer Landwirtschaft neue Wege vorgezeichnet. Die Architekten der AP 2014-17 sehen diese als sicheren Weg in die Zukunft und als sinnvolle Antwort auf die Veränderungen im Wirtschaftsumfeld der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft. Mit ihr soll die Landwirtschaft den zukünftigen Herausforderungen offensiv und mit einer klaren Strategie begegnen. Die Bauernbetriebe müssen sich so oder so auf diesen neuen Weg der AP 2014-17 begeben, ob sie nun darin ihre Zukunftschance sehen und packen oder den Untergang befürchten, ob sie vom neu definierten Zusammenspiel von Produktivität und Ökologie überzeugt sind oder sich zu Landschaftsgärtnern reduziert und vom rauen Wind des freien Marktes bedroht sehen. Das gehört zu unserem System, wenn einmal die Mehrheit entschieden hat. Nach neuen Wegen mussten 2013 aufgrund der Marktentwicklung auch verschiedene Produzenten- und Sortenorganisationen suchen, oder auch die Agrarforschung, um auf neue Bedrohungen oder Konsumentenbedürfnisse reagieren zu können.

■ **Einen neuen Weg zu gehen ist Chance und Risiko zugleich.** Man weiss nicht, ob man wirklich am richtigen Ort ankommt, es sei denn, jemand sei diesen Weg schon mit Erfolg gegangen, was bei der AP 2014-17 nicht der Fall ist. Erst rückblickend, in einigen Jahren oder Jahrzehnten wird man definitiv sagen können, wie gut er gewählt war. Wer mit dem Auto in unbekannte Gegenden reist und sich damit auf neue, noch unbekannte Wege begibt, kann sich heute bequem vom Navigationsgerät leiten lassen.

Dieses kündigt alle Abzweigungen präzise an. Wer aber nicht mit wachen Sinnen fährt riskiert, trotzdem das Ziel zu verfehlen, in einer Garageneinfahrt oder auf einem Feldweg stecken zu bleiben, in einem Fluss zu landen, oder erst nach Hunderten von Kilometern zu merken, dass er ja den Zielort falsch eingetippt hat. Kritische Beobachtung des Kurses ist angesagt!

■ **Aufmerksam und kritisch beobachten,** wohin die Fahrt der Land- und Ernährungswirtschaft geht und durch welche Gegenden sie sich bewegt, ist die Aufgabe des LID. Er rapportiert, was sich bewegt und was stehen bleibt, wo offene Wege sind und wo Gefahren lauern, was gefragt und beliebt ist und wo Überzeugungsarbeit geleistet werden muss. Damit steht der LID sowohl im Dienst der Akteure innerhalb der Land- und Ernährungswirtschaft wie auch der Gesellschaft, der Medien, Schulen, Konsumenten. Und mit seinen Ein- und Ausblicken in die Land- und Ernährungswirtschaft, die er in vielfältiger Weise gibt – von täglichen Meldungen bis zu tiefgehenden Dossiers, von Schulpostern bis zur Förderung von Bauernhofbesuchen, von Werbearbeiten bis zur Eventorganisation – bleibt er als Dienststelle unbestritten wichtig.

■ **Der vorliegende Jahresbericht 2013** gibt einen spannenden Einblick in die Tätigkeiten des LID. Ich habe diese über mehrere Jahre in meiner Funktion als LID-Präsident begleiten dürfen. Bei der guten Funktionsweise, der Kreativität und der hohen Schaffenskraft des LID-Teams und seines Geschäftsführers war dies eine spannende und unproblematische Aufgabe. Meinem Nachfolger ab Frühjahr 2014 wünsche ich, dass er das ebenso erleben darf. Und dem LID, dass er sich auf dem bewährten Weg erfolgreich weiterentwickelt – und immer offen bleibt für neue Wege.

### AgroNews-Schlagzeilen im Januar 2013:

■ **Alte Technik neu entdeckt: Steinmühle mahlt Getreide**

■ **Zucht gegen Ebergeruch**

■ **Junglandwirte: Wachstum nur bedingt Erfolgsrezept**

■ **Freiwillige schützen Schafe vor Wölfen**

*mehr auf [lid.ch](http://lid.ch), AgroNews*



# SEHNSUCHT WECKEN

## Akzente 2013



Markus Rediger  
Geschäftsführer

■ **Nach einem reich gefüllten Jubiläumsjahr** mit zusätzlichen Projekten für Journalisten, Schüler, Konsumenten und Bauern stieg das LID-Team zu Beginn des neuen Jahres auf den Berner Münsterturm. Da galt es Ausblick zu halten auf die nahe

Stadt und das weite Land, auf das kommende Jahr und neue Aufgaben. Wer neue Wege sehen und gehen will, muss sich bemühen, Wesentliches zu erfassen und die grossen Linien nicht aus den Augen zu verlieren. Wenn der LID Berichte verfasst, Artikel verschickt, Schulen auf die Höfe holt, an Messen präsent ist und mit Ideen die Branche inspiriert, um Stadt und Land miteinander zu verbinden, tut er es mit Weitsicht, mit der «Sehnsucht nach dem weiten Meer», wie es der französische Schriftsteller und Flieger Antoine de Saint-Exupéry ausdrückte: *«Wenn du ein Schiff bauen willst, so trommle nicht Männer zusammen, um Holz zu beschaffen, Werkzeuge vorzubereiten, Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre die Männer die Sehnsucht nach dem weiten endlosen Meer.»*

■ **Wege der Erneuerung.** Vom Verfassen täglicher, bezüglich der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft relevanter Nachrichten bis zu neuen Kommunikations- oder Messekonzepten, Presseseminaren und Broschüren: Wie ein roter Faden zieht sich viel Neues durch das LID-Jahr 2013. In ihrer Kommunikation zwischen Gesellschaft und Landwirtschaft war die LID-Crew auf verschiedenen Ebenen tätig. Zum einen ging es um die Erneuerung der Kommunikationsstrategie für die Öffentlichkeitsarbeit und Basis-Kommunikation «Gut, gibt's die Schweizer Bauern». Weil Umfragen zeigten, dass jüngere Leute in der urbanen Schweiz immer weniger Zugang zur Landwirtschaft haben, sollen sie mit den Projekten der Öffentlichkeitsarbeit vermehrt angesprochen werden (Seite 15). Die Diskussion und Verabschiedung der neuen Agrarpolitik AP 2014-17 und weitere Themen (Seite 6) waren im Fokus der LID-Medienarbeit. Mit über 3'000 Treffern allein in den Printmedien fanden die Meldungen und Artikel täglich und wöchentlich erfreulich guten Eingang in die Medien.

■ **Zwischen Kontinuität und Neuem.** Im Schulbereich entwickelt der LID im Auftrag der Agro-Marketing Suisse und der Branchen bis 2015 ein neues Internetportal für alle Schulangebote der Land- und Ernährungswirtschaft. Im Messebereich war er bei der Neukonzeption einer Land- und Ernährungshalle für die Olma aktiv. Im Medienbereich hat er Journalisten aus aller Welt mit einem neuartigen Seminar Einblick in die Schweizer Land- und Milchwirtschaft verschafft und gute Berichterstattungen in über 10 Sprachen ausgelöst (Seite 28). In all diesen Bereichen des LID ging es darum, eine gute Balance zwischen Kontinuität und neuen Wegen zu finden, vorerst aber darum, Überblick zu gewinnen, Visionen zu entwickeln, die grossen Linien zu zeichnen und dann an die Detailarbeit zu gehen. Oft gleichen solche Prozesse einem Aufbruch ohne Ende.

■ **Wohin führt der Weiterweg?** Wer weiss, was wir in Zukunft brauchen werden? Der Einsatz moderner Technologie in der Landwirtschaft nimmt zu. Die Urbanisierung in der Schweiz ebenfalls, die Bevölkerung wächst. In der Schweiz und weltweit werden in Zukunft mehr Nahrungsmittel nachgefragt, weltweit rund 2%, in der Schweiz 1% pro Jahr. Die Nachfrage nach Lebensmitteln steigt gemäss FAO und OECD auch längerfristig. In der Schweiz wird jedoch die Produktion durch Einschränkung der Nutzungsrechte zunehmend erschwert. Je weiter sich die Bevölkerung von der Landwirtschaft entfernt, umso anspruchsvoller wird die Situation für die Bauernfamilien und Lebensmittelverarbeiter in Zukunft.

■ **Als Presse- und Kommunikationsstelle der Schweizer Landwirtschaft** will der LID dranbleiben, damit auch die guten Nachrichten den Weg in die Medien finden und dort Verständnis schaffen, damit Kinder früh eine Beziehung zu Landwirtschaft und Lebensmittel aufbauen können und Lehrer finden, was sie brauchen, und damit sich Konsumenten die Schweizer Bauern auf dem Land oder in der Stadt, virtuell und real begegnen können. Ob wir auf Kontinuität setzen oder Neues anpacken: Der LID will Sehnsucht wecken nach guten Beziehungen zwischen Stadt und Land – und Hand bieten für mehr Verständnis.

# WORT | BILD

## Medienarbeit

### Zahlen und Fakten

#### Top-Themen 2013: Agrarpolitik und Milchmarkt

Themen, die das Jahr für die LID-Redaktion mitprägten:

- Agrarpolitik 2014-2017
- Mangelware Kuhfleisch
- Milchbranche: Öffnung der weissen Linie
- Zu viele Mostbirnen
- Wenig Schweizer Zucker
- Tod auf der Weide
- Internationale Messen IGW und SIA

#### Sechsmal Hintergrund

2013 erschienen sechs Dossiers mit Hintergrundwissen zu folgenden Themen:

- Die Welt im Milchrausch
- Der Kampf um die perfekte Pflanze
- Sehnsüchte vermarkten – ein Job für die Bauern
- Essen ist Luxus
- Mit geteilten Maschinen zu mehr Ökologie und Erfolg
- SBV-Jahresüberblick: Die schweizerische Landwirtschaft 2013

#### Sommerserie: Regionale Klassiker

Der LID stellte in der Sommerserie 2013 traditionelle regionale Spezialitäten vor, die nicht im nationalen Rampenlicht stehen wie Appenzeller Käse, Glarner Schabziger oder Bündnerfleisch, die aber für die lokale Identität wichtig sind.

- Eine Wurst für Flexitarier
- In Rauch gehüllt: Die Emmentaler Bauernbratwurst
- Das Revival des Schlipfechäs
- Gefährdete Traditionen erhalten
- Geschichte zum Anbeissen

#### Aktuell mit Agronews

Die tagesaktuellen News erfreuten sich weiter grosser Beliebtheit

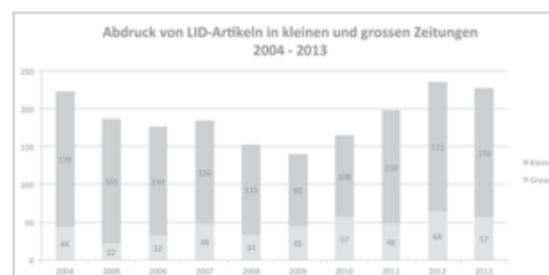
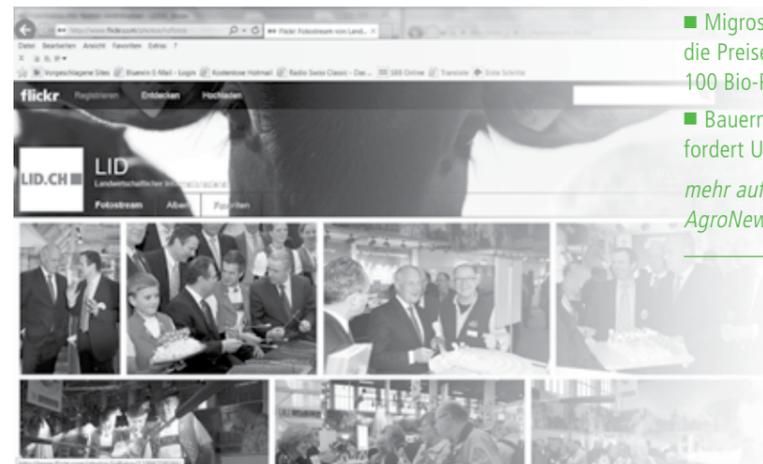
- Die LID-Redaktion verbreitete im vergangenen Jahr 1'905 Agronews
- Die Abonnentenzahl des Newsletters betrug 2'170



zu den  
LID-Bildern auf Flickr

#### AgroNews-Schlagzeilen im Februar 2013:

- Trendumkehr bei Milchproduktion
  - Coop lanciert Markenprodukte in Bio-Qualität
  - Migros senkt die Preise von 100 Bio-Produkten
  - Bauernverband fordert Umdenken
- mehr auf lid.ch, AgroNews*



## Medienarbeit

### Landwirtschaft in Szene gesetzt

Heute wollen die Leute Bilder zu den Geschichten sehen. Diesen Trend nimmt die LID-Redaktion auf, baut die Bilddatenbank zur Landwirtschaft laufend aus, setzt bei den News vermehrt auf Bilder und ist seit 2013 auf Flickr präsent. Dies, ohne die Texte zu vernachlässigen und bei anhaltendem Erfolg bei den Medien.

#### Mit Flickr Bilder verbreitet

Die Medienarbeit hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Unter anderem sind Bilder immer gefragter. Zahlreiche Bildanfragen nach landwirtschaftlichem Fotomaterial erreichen jedes Jahr die LID-Redaktion. Die Redaktion hat sich deshalb entschlossen, neu die Fotoplattform Flickr zu nutzen, um Bilder aus der Schweizer Landwirtschaft in bestmöglicher Qualität rasch und unkompliziert anzubieten. Seit August 2013 wird die Bilddatenbank unter [www.flickr.com/photos/lidfotos/](http://www.flickr.com/photos/lidfotos/) laufend ausgebaut. Die bisherigen Rückmeldungen fielen durchwegs positiv aus. Sobald ein grösserer Stock an Bildern aufgebaut worden ist, soll das Projekt aktiver beworben werden.

#### Medienleuten die Landwirtschaft gezeigt

Der LID hat zusammen mit dem Schweizer Obstverband am 20. September, dem Tag des Apfels, einen Medientag durchgeführt. Journalistinnen und Journalisten wurde ein umfassender Blick hinter die Kulissen des Apfelmärktes ermöglicht. Das thematische Spektrum war breit; es reichte von der Forschung über Sortenzucht, Produktionstechnik, Sensorik, Verarbeitung bis hin zur Rolle der Hochstammbäume. Nebst einer Besichtigung der Apfelkulturen auf dem Obstbetrieb von Fredy Zwimpfer (Oberkirch LU) stand der Besuch der Obsthalle Sursee auf dem Programm, wo Äpfel gelagert und abgepackt werden.

#### Gute Übernahme von LID-Artikeln erzielt

2013 wurde in den drei Stichmonaten mit 57 Treffern der zweithöchste bisherige Wert bei der Übernahme von Artikeln in grossen Medien erreicht. Die Trefferanzahl über die drei Monate zeigte sich deutlich ausgeglichener als im Vorjahr. Bei den kleineren Medien konnte mit 170 Treffern ebenfalls ein sehr gutes Ergebnis erzielt werden. Tiefer als im Vorjahr und auf

dem Niveau der Jahre 2009 bis 2011 fiel mit 555 die Anzahl Treffer in den Fachmedien aus.

#### Einblicke in die Pressewelt gegeben

Im Sommer 2013 konnte Tamara von Allmen aus Zürich auf der LID-Redaktion ein Praktikum absolvieren. Dabei gewann sie nicht nur einen Einblick in die Medienarbeit von Journalisten und Verbänden, sondern auch in die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft. Die LID-Redaktion wird seit 2011 von Jonas Ingold und Michael Wahl in Co-Leitung geführt.

#### Internationale Agrarjournalisten in der Schweiz empfangen

Der LID hat zusammen mit weiteren Partnern Ende Oktober ein dreitägiges Presseseminar in der Region Fribourg organisiert. An der «Dairy Press Tour» nahmen rund 40 Journalisten aus 20 Ländern teil. Im Zentrum stand die Frage, wie die Schweizer Milchbranche die Aufhebung der Kontingentierung gemeistert hat. Nebst Vorträgen von Behördenvertretern und Marktakteuren standen Besuche bei Milchbauern und Besichtigungen der Gruyère-Schaukäserei sowie der Cailler-Schokoladenfabrik auf dem Programm (Seite 28).

#### Medienkurs mit dem SBLV

Der LID hat mit dem Schweizerischen Bäuerinnen- und Landfrauenverband (SBLV) im November 2013 zwei Medienseminare durchgeführt. Die Teilnehmerinnen lernten dabei aktuelle Trends aus den Medien kennen und beschäftigten sich mit der Frage, wie eine Medienmitteilung aussehen muss, damit sie auf Redaktionen Beachtung findet und was es braucht, um eine Medienkonferenz zu organisieren. Referate von Journalistinnen, die aus ihrem beruflichen Alltag berichteten, rundeten das Programm ab.



# DIREKT | MOBIL

## Internet

### Zahlen und Fakten

#### lid.ch

- 110'300 eindeutige Besucher: monatlich 9'190 (-3% gegenüber Vorjahr)
- 168'300 Besuche (-5%)
- 499'700 Seitenaufrufe (-13%)
- Verweilzeit 2:02 min (2:05 min)
- Meistbesuchte Seiten: Mediendienst (20%), gefolgt von den Agronews (17%)

#### Medienarbeit

- Mediendienst und Dossier verzeichneten rund 11% mehr Seitenaufrufe und insgesamt fast 20% der Seitenaufrufe auf lid.ch

#### landwirtschaft.ch

- 451'400 Besucher / monatlich 37'600 (+17% gegenüber Vorjahr)
- 636'300 Besuche (+15%)
- knapp 2,1 Millionen Seitenaufrufe (+6%)
- Beliebteste Seite: Ernährung (rund 32% der Seitenaufrufe), Start- und Detailseiten der AgroNews (10%), Shop (10%)

#### Mobile Websites und App «Vom Hof – Angebote vom Bauernhof»

- 425'000 Besuche und 540'000 Seitenaufrufe
- App «Vom Hof» 2'600-mal für iPhones oder Android-Geräte heruntergeladen
- Beliebteste Seite: Hofverzeichnis (15%), Agronews (14%), Events (8%)

#### Portal login.landwirtschaft.ch

- Rund 1'700 Betriebe sind bei einem der fünf Projekte erfasst

\*) Die Prozentzahlen in den Klammern beziehen sich auf das Vorjahr 2012. Daten aus Google-Analytics und Mopage-Statistik.



#### AgroNews-Schlagzeilen im März 2013:

- Emmentaler will strengeres Pflichtenheft
  - Landwirtschaftsmuseum öffnet seine Tore
  - Swissness: Nationalrat will 80-Prozent-Kriterium
- mehr auf lid.ch, AgroNews*



zur App  
«Vom Hof»



## Internet

### Breiter vernetzt und benutzerfreundlicher

Die Kommunikation über elektronische Medien entwickelt sich dauernd und rasch. Websites und Apps müssen darauf eingestellt sein, auch die der Landwirtschaft und ihrer Direktvermarkter. Tempo, rasche Orientierung und spielerische Gefälligkeit sind gefragt. Daran arbeitete der LID 2013.

#### Turbo-Boost für Websites von «Gut, gibt's ...»

Für die Websites der Basiskampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» – brunch.ch, lockpfosten.ch, schub.ch, stallvisite.ch, login.landwirtschaft.ch – wurden im Auftrag des Schweizer Bauernverbandes diverse Optimierungen geplant, konzeptioniert und mit der Web-Agentur Snowflake umgesetzt. Einerseits sind verschiedene Funktionen für die Massnahmenleitenden eingeführt worden, andererseits wurde die Benutzerfreundlichkeit der Websites und im Speziellen die der Hofsuche verbessert: Durch die Zwischenschaltung eines zweiten speziellen Servers laufen die Websites um ein Vielfaches schneller, und die Suche läuft innert Bruchteilen von Sekunden ab. Diese Technologie ermöglichte auch, dass die Brunch-Website den hohen Zugriffen um den 1. August problemlos standhielt.

#### «Vom Hof» im Aargau bekannter gemacht ...

Derselbe Turbo-Boost diente der Einbindung der Aargauer Vom Hof-Angebote auf der Website der Aargauer Landwirtschaftsausstellung ALA13. Die Daten aus dem Portal von login.landwirtschaft.ch werden mittels Javascript oder iFrame blitzschnell auf der Drittseite ausgegeben. Das Pilotprojekt hat der LID zusammen mit dem Kanton Aargau, dem Bauernverband Aargau und dem Landwirtschaftlichen Zentrum Liebegg erarbeitet und mit Snowflake umgesetzt. Diese Einbindung soll in Zukunft leicht angepasst auch anderen Organisationen zur Verfügung stehen.

#### ... mit den Bio-Höfen verbunden ...

Das Portal login.landwirtschaft.ch wurde mit der Datenbank von knospelhof.ch durch einen zweiseitigen Datenabgleich verbunden. Damit können Bio-Höfe ihre Direktvermarktungs-Angebote auf einem der beiden Portale erfassen und die Angaben werden auf beiden Websites und den angegliederten Apps ausgegeben. Diese Lösung wurde unter Federführung des LID in Zusammenarbeit mit Bio Suisse, Agrimpuls und den beiden Web-Agenturen geplant und umgesetzt.

#### ... und in agriculture.ch verankert

Ebenfalls sind seit 2013 die Direktvermarktungs-Angebote der Romandie in das Portal login.landwirtschaft.ch integriert. Diese Angebote waren bislang auf der französischsprachigen App «AGRI Info» vorhanden, jedoch nicht automatisch auf agriculture.ch. Nun können die Höfe ihre Angebote auf dem Portal bearbeiten und die Angaben werden auf beiden Websites aktualisiert.

#### Shirtshop für mobile Geräte neu programmiert

Der Shirtshop auf shirtshop.landwirtschaft.ch wurde überarbeitet und durch die bisherige Web-Agentur theseed neu gestaltet und programmiert. Die Anwendung ist auch für mobile Geräte optimiert und intuitiv zu bedienen. Der Shop kann mit dem Administrationstool durch den LID verwaltet werden.

#### Aktualisierungen bei der App

Die App «Vom Hof – Angebote vom Bauernhof» wurde durch die Web-Agentur Anthrazit für das iOS7 und das iPhone5 angepasst. Neben Leistungsverbesserungen ist die Navigation in der Kopfzeile nun als Slider gestaltet und die Push-Funktion wurde verbessert.



# BODENNAH | ZENTRAL

## Pädagogische Arbeit

### Zahlen und Fakten

#### Schule auf dem Bauernhof – SchuB

- **SchuB-Geschäftsstelle Deutschschweiz:** Führung der Stelle mit Umsetzung des Kommunikationskonzepts für die Jahre 2012–2015 sowie des Jahresprogramms 2013, Verfassung des Jahresberichts und Betreuung der Internetseite [www.schub.ch](http://www.schub.ch)
- **Publikationen:** Herausgabe Unterrichtsmodul «Weg des Bodens», deutsch, Erarbeitung des Unterrichtsmoduls «Weg des Bauernhofgartens», Herausgabe des Leitfadens «gesund Essen», Planung und Herausgabe von SchuB-Samensäckli
- **Aktivitäten:** Mitarbeit Neulancierung SchuB im Wallis, Organisation und Durchführung SchuB-Projektleitertreffen in Biel, Mitarbeit bei Aus- und Weiterbildungsanlässen für SchuB-Anbieter, Referate an regionalen SchuB-Erfahrungsaustauschen, Leitung Workshop Lehrertag Inforama Rütli, Organisation und Mitarbeit bei Aktionstagen mit Pädagogischen Hochschulen
- **Beratung:** Mitarbeit und Beratung Arbeitsgruppe «Neugestaltung Unterrichtsunterlagen» Agro-Image

#### Internetplattform Schule und Landwirtschaft

- Erstellen des Inhaltskonzepts für die 3-sprachige Plattform
- Konzeptpräsentation und Vernehmlassung bei der AG AMS-Schule
- Erstellen des Briefings für den Pitch und Auswahl des Technikpartners
- Projektstart

#### Lehrmittelpräsentation «Lernort Bauernhof»

- **Publikationen:** Überarbeitung, Neugestaltung und Herausgabe des Lehrmittelverzeichnis, Direktversand an 46'000 Lehrerinnen und Lehrer; Überarbeitung des Online-Lehrmittelverzeichnis; Neuauflage und Streuung des Flyers «Landwirtschaftliches für Schulen»
- **Auftritte:** Magistra 13 Winterthur (3'000 Besucher); Didacta Schweiz, Lausanne, Organisation mit AGIR; Ausstellungen an Pädagogischen Hochschulen, in Medienzentren und bei Lehrerfortbildungstagen

#### Arbeitsgruppe AMS-Schule

- Leitung Arbeitsgruppe AMS-Schularbeit
- Koordination mit der Schularbeit der Branchen und Organisationen
- Start Massnahmen-Umsetzung der Strategie «L&E – Schule 12-22»



#### Aufbau einer Blume



#### AgroNews-Schlagzeilen im April 2013:

- Gemüseproduzenten starten [gemüseTV.ch](http://gemüseTV.ch)
  - Käseroute – mit der App durchs Emmental
  - SchuB neu im Wallis
  - Weniger Leute essen auswärts
  - Drohnen retten Rehkitze
- mehr auf [lid.ch](http://lid.ch), AgroNews*

### Alles für geliebten Unterricht

Mit Schule auf dem Bauernhof (SchuB), dem breiten Lehrmittelangebot und den Präsentationen im Rahmen von «Lernort Bauernhof» ist die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft gut ausgerüstet, um den Kindern Boden unter die Füsse und den Lehrerinnen und Lehrern Zugang zum wertvollen Schulstoff zu geben!

#### SchuB entspricht dem Lehrplan 21

«Kinder und Jugendliche sollen ausgehend von ihrem eigenen Lebensraum verschiedene Räume kennenlernen, Merkmale feststellen und verschiedene Funktionen dieser Räume erkennen. Sie erkennen Zusammenhänge und Gesetzmässigkeiten in der Natur und in der Wechselwirkung dieser mit den Menschen.» Das hält der neue Lehrplan 21 fest. Anders gesagt: Kinder brauchen Boden. Und die Schweizer Bäuerinnen und Bauern bieten diesen – im Unterricht auf dem Bauernhof und auch in der Schulstube. Es ist wichtig, die landwirtschaftlichen Unterrichtsangebote und Themen für die Schule den Lehrkräften bekannt und zugänglich zu machen.

#### SchuB erklärt Kindern den Boden

Die Mitarbeit bei Schule auf dem Bauernhof (SchuB) konzentrierte sich 2013 auf die Erstellung neuer Unterrichtshilfen und Leitfadens für den Unterricht auf dem Hof. Zentral war dabei die Herausgabe des neuen Unterrichtsmoduls «Wir entdecken den Weg des Bodens». Dieser gibt praktische Tipps und Anleitungen für den SchuB-Unterricht, erklärt die elementare Bedeutung des Bodens für alle auf und zeigt, wie die Schweizer Bauern zu dem kostbaren Gut Sorge tragen. Anlässlich der LID-DV 2013 konnten sich auch die LID-Delegierten vom Wert von SchuB überzeugen, unter anderem mit einem Einblick in die SchuB-Praxis vor Ort. Der LID führt die SchuB-Geschäftsstelle im Rahmen der Basiskampagne des Schweizer Bauernverbandes. 2014 steht die Planung der Jubiläumsanlässe «30 Jahre SchuB» im Jahr 2015 im Vordergrund.

#### «Lernort Bauernhof» kommt an

«Ich habe in Winterthur einen Kurs und dann auch die Magistra besucht. Ihr Stand ist wie jedes Jahr mit Abstand der schönste und beste! Der Aufwand ist sicher enorm und ich möchte Ihnen ganz herzlich danken! Ich schätze die vielen Informationen, Broschüren, das originelle Gewinnspiel und die tollen Geschenke sehr.» Diese Rückmeldung einer Lehrerin zeigt, dass sich die Bekanntmachung der verschiedenen Unterrichtsmaterialien, Lehrmittel und Schulprogramme lohnt. Besonders wertvoll ist der direkte Kontakt mit Lehrerinnen und Lehrern bei Präsentationen von «Lernort Bauernhof» an Messen und Veranstaltungen, weil Interesse und Bedürfnisse, aber auch Feedbacks wie das oben erwähnte direkt überkommen. Aber auch die breite Streuung des gedruckten Lehrmittelverzeichnis und das noch umfassendere Verzeichnis auf [www.lid.ch](http://www.lid.ch) lohnen sich, wie die regen Bestelleingänge zeigen.

#### Internetplattform im Aufbau

Noch besseren Zugang zu den vielfältigen Schulangeboten der Land- und Ernährungswirtschaft soll ab 2014 die Unterrichtsplattform im Internet geben. Von dieser Adresse aus sollen die Angebote aller Organisationen einfach angesteuert werden können. Mit der Auswahl und Beauftragung der Internetfirma IGNAZ und unter der Projektleitung des LID konnte der Aufbau dieses umfassenden und dreisprachigen Projekts gestartet werden. Die Internetplattform ist ein zentrales Anliegen der 2012 definierten «Strategie Land- und Ernährungswirtschaft – Schulen 2012-22».

## Pädagogische Arbeit

# MINI MIDI MAXI

## Broschüren und Poster

### Zahlen und Fakten

#### LID-Informationsbroschüren 2013

- Erarbeitung von «Kühe und Kälber», «Pferde» und «Landwirt – Energiewirt»
- Überarbeitung und Neuauflage von «Land-, Landschaft, Landwirtschaft»
- Neuauflage weiterer Titel der Infobroschürensreihe mit inhaltlichen Anpassungen

#### Neue Schulposter der Serie «Willkommen auf dem Bauernhof»

- «Obstland Schweiz»
- «Beerenland Schweiz»
- «Energie vom Bauernhof»
- «Bienenland Schweiz»

#### LID-Kantonalbroschüren

- Herausgabe von «Urner Landwirtschaft – in den Bergen daheim»
- Erarbeiten des Konzepts für «Walliser Landwirtschaft – gemeinsam stark»
- Streuung aller 14 bisherigen Titel der Serie
- Neuauflage und inhaltliche Korrekturen verschiedener Titel

#### Zusammenarbeit mit AGIR

- Einsatz der gezeichneten AGIR-Poster in der LID-Schularbeit
- Herausgabe der LID-Schulposter «Energie vom Bauernhof», «Obstland Schweiz» in Deutsch sowie «Bienenland Schweiz», «Käseland Schweiz» und «Kartoffelland Schweiz» in Französisch, Übersetzung und Adaptation durch AGIR
- Herausgabe verschiedener LID-Informationsbroschüren in Französisch, Übersetzung und Adaptation durch AGIR

#### LID-Minibroschürensreihe und weitere Printmaterialien

- Herausgabe Minibroschüre «Salat»
- Herausgabe Minibroschüre «Apfel»
- Konzeption Minibroschüren «Konfitüre» und «Einmachen, Konservieren und Dörren»
- Überarbeitung und Neuauflage verschiedener Titel der LID-Minibroschürensreihe



## Broschüren und Poster

### Lang wirkende Informationsträger in allen Formaten

Minibroschüren mit feinen Bäuerinnen-Rezepten am Messestand, die Broschüre mit Facts zur Schweizer Landwirtschaft in der Pressemappe für eine landwirtschaftliche Veranstaltung oder die Schulposter als Wandschmuck im Klassenzimmer: All dies sind nach wie vor beliebte und wichtige Informationsträger des LID. 2013 hat er 10 Titel im Mini-, Midi- oder Maxiformat neu herausgegeben, dazu mehrere erneuert oder für die Herausgabe im nächsten Jahr vorbereitet.

Auch wenn der Trend hin zu schnellen, digitalen Informationen via Computer, TV, Tablets und Smartphones in unserem Leben immer mehr Raum einnimmt, sind und bleiben die Drucksachen wichtige und wertvolle Ergänzungen dazu. Dies auch aus der Überzeugung, dass Worte auf Papier längere Wirkung zeigen, als vorbeiflimmernde Bildschirmanzeigen.

#### Apfelsalat in Mini ...

Die Minibroschüren im Format A7 sind seit einigen Jahren die beliebtesten und wichtigsten Printpublikationen des LID. Sie eignen sich gut zu Abgeben an Messen und Events. Der Wert der Minis liegt in der Kompaktheit ihrer Informationen. Ausserdem enthalten die kleinen Broschüren immer auch einen Zusatznutzen, etwa in Form von leckeren Rezepten oder praktischen Haushalts- und Einkaufstipps. Die neuen Titel «Salate» und «Apfel» hat der LID in Zusammenarbeit mit den Gemüseproduzenten (VSGP), den Obstproduzenten (SOV) und Bäuerinnenorganisationen herausgegeben. Neben den eigentlichen Sach- und Sorteninformationen enthalten sie leckere Rezepte von Bäuerinnen und Kochprofis. Bereits sind neue Minibroschüren fürs Jahr 2014 geplant.

#### Kühe, Pferde und Energie in Midi ...

Seit 2013 erscheinen die beliebten A5 Informationsbroschüren mit neuem Layout. Dieses wurde in Zusammenarbeit mit der Grafikerin Rena Witschi erarbeitet. Die neuen, im Jahr 2013 beim LID erarbeiteten Broschüren «Kühe und Kälber», «Pferde» und «Energie vom Bauernhof» bieten einen vertieften Einblick in die Realität unserer Landwirtschaftsbetriebe mit Sachinformationen, Betriebsportraits und Hintergründen.

#### AgroNews-Schlagzeilen im Mai 2013:

- Agrotourismus Graubünden startet Werbekampagne
- Weiterforschen und an die Zukunft glauben (Alltec-Symposium)
- Hans Peter Kern ist neuer Präsident der Schweizer Milchproduzenten

mehr auf [lid.ch](http://lid.ch),  
[AgroNews](http://AgroNews)



Für Schülerinnen und Schüler sind die Hefte eine hilfreiche Quelle beim Erarbeiten von Sachthemen.

#### Obst, Beeren, Bienen und Energie in Maxi ...

Zusammen mit dem Burgdorfer Cartoonisten und Zeichner der «Grabers» Jürg Kühni sind 2013 vier weitere Titel zur Schulposterlinie «Willkommen auf dem Bauernhof» hinzu gekommen. Die Verbindung von Schulwandbild im Cartoonstil, Infoquelle und Arbeitsblättern machen die Poster zum beliebten Hilfsmittel im Schulunterricht. Fürs Jahr 2014 sind weitere Ausgaben und Nachproduktionen in der Serie geplant.

#### Einblick in Schweizer und Urner Landwirtschaft

Die Landwirtschaft im Kanton Uri ist geprägt von steilen Bergen und von Alpwirtschaft. Die harten Bedingungen prägen die Bäuerinnen und Bauern im kleinen Bergkanton. In Zusammenarbeit mit dem Urner Landwirtschaftsamt und dem Urner Bauernverband ist beim LID 2013 die Kantonsbroschüre «Urner Landwirtschaft – in den Bergen daheim» entstanden. 2014 wird die LID-Kantonalbroschürensreihe weiter ausgebaut und bestehende Titel werden inhaltlich überarbeitet und angepasst. Die grossformatige Broschüre «Land, Landschaft, Landwirtschaft» gibt einen Gesamtüberblick über die Schweizer Landwirtschaft. Sie wurde 2013 beim LID vollständig neu überarbeitet und herausgegeben.

# BEWÄHRT | NEU

## Imagearbeit und PR-Projekte

### Zahlen und Fakten I

#### Die Mitarbeit bei der Basiskampagne (BaKa) «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» des Schweizer Bauernverbandes umfasste 2013 ...

- Geschäftsführung und Sekretariat der Arbeitsgruppe Kommunikation / BaKa
- die Mitarbeit in der Arbeitsgruppe Strategie
- die Bereinigung und Verabschiedung der neuen Strategie und Organisation
- die Planung, Moderation und Auswertung der Kommunikationsplattform vom 27. November im Inforama Rütti Zollikofen, mit Austausch, Information und Inputs, Workshops und rund 60 Teilnehmenden aus allen Regionen und Branchen
- Gespräche mit dem Bundesamt für Landwirtschaft zur Beurteilung und zum Controlling der BaKa-Projekte und -Massnahmen
- die Führung des BaKa-Teilprojektbereiches «Leitmedien»
- Gespräche zur Weiterführung der Kampagne mit der Werbeagentur
- die Organisation der TV-Spot-Ausstrahlung
- diverse Massnahmen im Bereich Internet (Seite 8)
- die Führung des BaKa-Teilprojektbereiches «Schulen» (Seite 10)
- die Planung und Durchführung des Programmes «Stallvisite», inklusive nationale Projektleitung, Treffen mit regionalen Verantwortlichen, Kontakt mit Medien und Bauernfamilien, Suche und Verhandlungen mit Sponsoren (Seite 15)
- die Planung und Durchführung der Ausstellung Ballenberg und der Sonderschau ErlebnisBauernhof/Olma (Seite 18)
- die Führung des Bereiches Werbemittel und Shirtshop (Seite 20)
- den Verkauf von 60 Hoftafeln im Edelweisslook
- die Weiterentwicklung der weissen Lock-, Spezial- und Hofpfosten; es wurden 87 Lockpfostenwege mit 380 Themensets gestellt sowie 15 Hofpfosten und Spezialpfosten produziert und verkauft

Fortsetzung S. 16



## Imagearbeit und PR-Projekte

### Bewährtes auf neue Wege geleitet

Die Strategie- und Organisationsumstellung der Basiskommunikationskampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» mit der Organisation der ersten Kommunikationsplattform prägten 2013 den PR-Bereich ebenso wie eine bunte Reihe von Auftragsprojekten von A wie Ausmalheft bis Z wie Zimmerdekoration.

#### Die 15-jährige Imagekampagne neu aufgeleitet

Die Kampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» ist 15 Jahre alt – und seit 2013 doch irgendwie neu. Die Strategieerneuerung mit der stärkeren Ausrichtung auf 20- bis 40-jährige Urbane und auch die Umstellung der Organisation bringen neue Dynamik in das Projekt. Gleichzeitig verlangt sie von allen Beteiligten ein sich Einüben in veränderte Positionen und Partnerschaften und neue Verantwortungen. Und sie fordert neue Sichtweisen und Ideen, wie und wo die Kernbotschaften der Kampagne formuliert, verpackt und transportiert werden. Der LID hat 2013 diese Umbruchphase tatkräftig unterstützt und begleitet.

#### Ideen und Erfahrung vermittelt und gesammelt

«Der LID hat doch Erfahrung und Ideen» ist oftmals das Argument, dass LID-Mitgliederorganisationen an das Team gelangen mit der Anfrage und dem Auftrag, sie mit Ideen, Konzepten, Projektbegleitung oder Projektumsetzung zu unterstützen. Nebst einer ganzen Reihe von kleineren Projekten (Seite 16) war ein Glanzpunkt die Planung und Produktion von sechs interaktiven Stationen als Element des Milch- und Käseweges Willisau im Auftrag der Zentralschweizer Milchproduzenten. Hier nutzte der LID seine Erfahrungen aus Schulprojekten und dem ErlebnisBauernhof der Olma. Ein zweiter Glanzpunkt war der Entwurf samt Umsetzung des Wettbewerbs für Schulklassen zu 60 Jahre Pausenapfel für den Schweizer Obstverband. Mehr als 10'000 Kinder aus der ganzen Schweiz suchten im September entlang einer vom LID entwickelten und im Internet publizierten Abenteuergeschichte nach dem «Goldenen Pausenapfel», um einen Beitrag in die Schulreisekasse zu gewinnen. In dieses neuartige

Projekt investierte der LID didaktische Kenntnisse, Sachkenntnis und Kreativität, gleichzeitig erweiterte sich sein Erfahrungsschatz.

#### Lockpfosten und Stallvisite weiterentwickelt

Im Rahmen der Kampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» führte der LID die Projekte «Lockpfosten» und «Stallvisite». Immer öfters lassen sich die Bauernfamilien von Berufskollegen oder vom benachbarten Hof dazu inspirieren, sich für einen Lockpfostenweg anzumelden. Die Nachfrage überstieg 2013 das Angebot der verfügbaren Sets, 22 Interessenten kamen auf die Warteliste für 2014. Aufgrund der guten Zusammenarbeit mit der IG Dinkel – diese hatte ihre Mitglieder im Namen der Lockpfosten-Projektleitung angeschrieben – konnten zusätzliche 15 Bauernfamilien mit guten Standorten für Lockpfosten erreicht werden. – Über 290 Bauernhöfe in der Deutschschweiz und der Romandie öffnen ihre Türen für die Stallvisite 2013/14. Der LID hat die Jahresbroschüre und neue Willkommenstafeln im Edelweisslook für Milchkuhbetriebe produziert, die Medien über die Lancierung des neuen Stallvisitejahres informiert und die Planung eines «Tages der Offenen Stalltüre» in Angriff genommen.

#### AgroNews-Schlagzeilen im Juni 2013:

- Milch-Gold-Gemisch ersetzt Blattgold
- Agronomen sind gefragt
- Mehr Geld für behorrte Kühe

[mehr auf lid.ch](#),  
[AgroNews](#)





## Imagearbeit und PR-Projekte

### Zahlen und Fakten II

**Der LID hat sich 2013 im Auftrag von verschiedenen Partnern in folgenden Projekten engagiert:**

- **Milch- und Käseweg Willisau**, Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP (Seite 15)
- **60 Jahre Pausenapfel**, Schweizer Obstverband (Seite 15)
- **Roadshow des Schwingfest-Sponsors Mobiliar**, Organisieren von Bauernhoftieren zum Streicheln an den 6 Auftrittsorten
- **Raumdeko Belpstrasse 21, Bern**, Ausstattung der Korridore und Räume des Schweizer Bauernverbandes und anderer Landwirtschafts- und Branchenorganisationen mit Bildern aus dem Fundus «Faszination Landwirtschaft» im Auftrag der Agrimmo Brugg
- **Tafeln gegen Littering**, Mitarbeit in der Arbeitsgruppe sowie Organisation, Produktion und Vertrieb der Tafeln «Abfall macht mich krank»
- **«Bauernhoftiere auf Schnuppertour»**, Branding des Auftritts von Bauernhoftieren von erlebnishof.ch an Messen und in Städten mit dem Edelweisslook, als Botschafter der Basiskampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern»
- **Ausmalheft «z'Bsuch uf em Burehof»**, Konzept und Projektleitung im Auftrag und in Zusammenarbeit mit der LOBAG
- **Food Waste**, Entwurf und Produktion eines Broschürendisplays im Auftrag des BLW
- **PR-Schulung und Präsentationen Imagearbeit** an verschiedenen Betriebsleiterschulen

### AgroNews-Schlagzeilen im Juli 2013:

- Neuer Baselbieter Käse
- Die Ernährung der Zukunft
- Bundesrat will gegen Antibiotika-Resistenzen vorgehen
- Neue Plattform informiert über Trockenheit

*mehr auf lid.ch, AgroNews*

### Kundenfeedbacks

#### Broschüre

*Herzlichen Dank für die kostenlose Zustellung der wunderschönen Broschüren über Bienen. Ich werde sie gerne entsprechend verbreiten.*

**Agnes Schumacher**

#### Olma-Wettbewerb

*Wir haben am letzten Wochenende den Preis eingelöst, welchen wir im Herbst 2011 an der Olma gewonnen hatten. Bei Familie Schuler in Morschach verbrachten wir eine lustige Nacht im Stroh und genossen am Sonntagmorgen ein reichhaltiges Frühstück. Wir möchten uns nochmals ganz herzlich bedanken.*

**Alexandra Bürgi**

#### Memory

*Das Memory «Kuhmotive» ist super: Design Schachtel, alles auf Papier/Karton, Fotos! Ich schlage vor, dasselbe Spiel mit Ziegen zu machen, dann kaufe ich direkt zwei bis drei.*

**Alexandra Cropt**

#### Lockpfosten

*So, die Pfosten sind gepflanzt. Es sieht tip top aus. Sie leuchten von weitem. Auch mein Sohn findet sie toll. Jetzt freue ich mich auf Reaktionen der Touristen!*

**Maya Schmidt**

#### ErlebnisBauernhof Olma

*Ich möchte mich herzlich für die vielen schönen Jahre bedanken, an denen ich am SchuB-Tisch stehen durfte und mit so vielen Kindern etwas herstellen, Gespräche führen, sensibilisieren, was die Landwirtschaft angeht. Äs isch spannend gsi!! Jedes Jahr haben wir uns gefragt: Was könnt ihr euch noch besseres für das nächste Jahr ausdenken, besser geht kaum mehr! Und doch habt ihr es jedes Mal wieder geschafft uns ein super Projekt vorzusetzen. Ganz herzlichen Dank!*

**Marianne Ottiger**

#### Stadt und Land, Hand in Hand

*Vielen lieben Dank für Ihr proaktives Handeln. Das sind doch sehr inspirierende Broschüren für beide Seiten. Besten Dank und herzliche Grüsse vom Walensee.*

**Thomas Exposito**  
Geschäftsführer Amden & Weesen Tourismus



# PISTEN | PAKETE

## Messen und Events

### Zahlen und Fakten

**Der LID hat sich 2013 in folgenden Messe-, Ausstellungs- und Eventprojekten engagiert:**

- **Ballenberg I:** Konzept, Planung und Betreuung der 11. Auflage der Sonderausstellung «Spielerlebnis Landwirtschaft» (BaKa), mit dem Thema «Landwirtschaft – Handwerk mit hundert Händen» in Anlehnung an das Ballenberg-Jahresthema «Handwerkerleben – Handwerk erleben»
- **Ballenberg II:** Gespräche mit der Museumsleitung bezüglich Landwirtschaftspräsenz im neuen Masterplan des Museums
- **Olma I:** Konzept, Planung und Umsetzung der 11. und letzten Auflage des Erlebnisbauernhofs, Thema «NaturErlebnisBauernhof»
- **Olma II:** Weiterentwicklung des Projektes Themenhalle zu Landwirtschaft und Ernährung mit den Projektpartnern Olma Messen, Genossenschaft Migros Ostschweiz und SBV, inklusive Leitung von 3 Workshops
- **Messestand Basiskampagne:** Mitentwicklung des ersten Segmentes (Kuh) eines Tiermoduls im Rahmen der Mitarbeit in der BaKa-Projektgruppe Messen
- **Sichle auf dem Bundesplatz:** Auftritt mit der «Gut, gibt's»-Boutique und Aktivitäten zum Thema Obst: Mostobst auflesen (Spiel), Zwetschgenkonfitüre kochen mit Kindern
- **Internationale Grüne Woche Berlin:** Konzept- und Planungsarbeiten für eine kleine Sonderschau der AMS zum Thema «Ressourceneffizienz»
- **Ab ufs Land:** Logistische Unterstützung des Aktionstages des Bauernverbandes beider Basel
- **IFAJ Austauschtagung Milchwirtschaft:** Konzept, Planung und Leitung des internationalen Anlasses für Food- und Agrarjournalisten in Charmey (siehe Seite 28)



## Messen und Events

### Kompetenz und Vertrauen öffnen neue Wege

*Dank Erfahrung, Kompetenz und Vernetzung in der Land- und Ernährungswirtschaft ist der LID geschätzter Partner für Messeprojekte und Events. Dies führte 2013 auf Pisten und zu Aufträgen mit neuen Dimensionen und Möglichkeiten. Daneben blieb der LID auch bei kleineren und traditionellen Projekten sorgfältig dran.*

#### Den ErlebnisBauernhof zum Begegnungsort entwickelt

Der ErlebnisBauernhof an der Olma zum Thema «NaturErlebnisBauernhof» zog mit Naturentdeckerparcours, Barfussweg, Wildbienenhäusern und Holzscheiterstapeln viele Kinder und Erwachsene in seinen Bann. Die elfte und letzte Auflage machte den hohen Wert bewusst, zu dem hin der LID das Projekt über die Jahre entwickelt hat. Erstens bot der ErlebnisBauernhof dem Agrotourismus, Agriviva und SchuB eine Plattform, auf der diese ihre Erlebnisangebote gemeinsam und auf lebendige Art vorstellen konnten. Zweitens war er interaktive und emotional ansprechende Imagewerbung für die Schweizer Bäuerinnen und Bauern. Und drittens war er ein Ort der direkten Begegnung und des Gesprächs zwischen Bäuerinnen und Bauern und den Messebesuchern. «Eine hervorragende Plattform mit sehr grossem Wirkungsgrad für die aktive Landwirtschaft», wie eine Standbetreuerin rückblickend sagte.

dies insgesamt eine neue Projektdimension. Die bisher gesammelten Erfahrungen und Kompetenzen in den Bereichen Messen und Pädagogik und das daraus erwachsenen Vertrauen seitens von Partnerorganisationen führen zu neuartigen Erfahrungen.

#### Spurensuche im Ballenberg gestartet

Gleiches Interesse wurde dem LID 2013 auch von der Museumsleitung des Ballenberg entgegengebracht. Im Rahmen eines neuen Masterplans, der für das Museum ausgearbeitet wird, lud sie den LID als Kompetenzpartner ein, sich über einen zukünftigen breiteren Einbezug der Landwirtschaft ins Museumskonzept auszutauschen. Das Vertrauensverhältnis beruht nicht zuletzt auf der aktiven und sorgfältigen Ausstellungsbewirtschaftung in den letzten Jahren und darauf, dass sich der LID mit der Ausstellung rasch und proaktiv auf die neu eingeführten Jahresthemen des Museums eingestellt hatte.

#### Servicepaket für internationale Tagung geschnürt

Gute Noten von den Teilnehmenden und auch vom BLW erhielt der LID auch für die Durchführung der internationalen Austauschtagung «Milchwirtschaft» für Agrarjournalisten in Charmey FR vom 27.–29. Oktober. Das Servicepaket des LID war umfassend, inklusive Programmgestaltung, Referentenanfragen, Exkursionsorganisation, Werbung und Internetpräsenz, Sponsoringanfragen, Gästebetreuung und Administration. Dabei stützte er sich auf Erfahrungen aus früheren Anlässen, nutzte den teaminternen Kompetenzmix brachte seine gute Vernetzung mit der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft wie auch international mit Journalistenverbänden ins Spiel.

#### «Erlebnis Nahrung» als neues Format gestaltet

Auf die Olma-Sonderschau ErlebnisBauernhof folgt 2014 die Themenhalle «Erlebnis Nahrung». Sie wird den Messebesuchern die Wertschöpfungskette vom Boden bis zum Teller ins Bewusstsein bringen. 2012 hatte die Olma den LID beauftragt, dafür ein Konzept auszuarbeiten. 2013 konnte sie die Genossenschaft Migros Ostschweiz und den Schweizer Bauernverband für die Mitträgerschaft gewinnen. Den LID zog sie zur Weiterentwicklung des Konzepts mit Kreativworkshops weiter mit ein. Ende 2013 folgte die Gründung des Trägervereins – dem auch der LID angehört – und die Kickoff-Sitzung mit allen Partnern, die einen Bereich der neuen Themenhalle gestalten. Der LID setzt die Bereiche Messekindergarten und Erlebnisweg um und ist mit der Projektleitung beauftragt. Für den LID ist



#### AgroNews-Schlagzeilen im August 2013:

- Alte Getreidesorte feiert Comeback
  - Haushaltpraktikum auf Bauernhof kommt
  - Mit dem Velo durch Mostindien
  - 132 neue Meisterlandwirte
- mehr auf lid.ch, AgroNews*



# TREND | TOP

## Werbeartikel und Shirtshop

### Zahlen und Fakten

#### Der LID hat 2013

- an der BEA die Boutique mit den Edelweissprodukten organisiert und betreut sowie einen Rekordumsatz erzielt
- zum Martinstag und zu Weihnachten die Doppelkarten «Biene im Flug» und «Esel mit Schlitten» sowie im November ein Glückwunschkartenset mit 4 Tierporträts herausgegeben
- ein Memoryspiel mit 40 verschiedenen Kuhmotiven in sein Sortiment aufgenommen
- die Organisation der Dankeschön-Geschenke für die 1. August-Brunch-Betriebe unterstützt
- beim Shirtshop rund 730 individuelle Bestellungen entgegengenommen, mit einer Zunahme von 23% gegenüber dem Vorjahr
- während dem ganzen Jahr rund 70 Delegiertenversammlungen mit Plakaten, Broschüren und Edelweissartikeln bedient
- rund 160-mal Sponsoren-Anfragen für kleinere Anlässe wie Tombolas, Unterhaltungsabende, Bauernhofolympiaden und weitere Events beantwortet und mit Edelweissartikeln oder Minibroschüren landwirtschaftliche Organisationen unterstützt

Absatz Werbeartikel		2013	2012
Textilien	Foulard	350	350
	Badetuch	1'600	1'300
	Bistroschürze kurzes Modell	1'500	60
	Babybody	410	470
Für Hof und Verkauf	Tischtuch aus Kunststoff Rolle à 100m	1'000	920
	Papier-Servietten à 100 Stk.	1'300	1'450
	Wegweiser Edelweisslook	1'750	55
	Geschenkbund	520	550
Giveaways	Shoppingtasche	22'700	3'600
	Kugelschreiber	10'300	10'900
	Jasskarten	2'700	2'840
	Notizblöckli	6'500	8'000
	Sackmesser (2010 neu)	1'100	1'517
	Tiermagnete Holz, Sets	1'400	875
	Bleistift mit Radiergummi à 10 Ex.	1'600	2'330
	Kartenset Tierportraits	630	---



## Werbeartikel und Shirtshop

### Beliebte Werbeartikel, neuer Shirtshop

Die Werbeartikel im Edelweisslook der Basiskampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» sind gefragt, auch ausserhalb der Landwirtschaft. Neuen Schwung hat der Edelweisslook 2013 auch durch das Eidgenössische Schwingfest in Burgdorf erhalten. Die kundenfreundlichere und mobiltaugliche Shirtshop-Site führte zu höherem Bestelleingang.

#### Edelweisstücher und -taschen sind begehrt

Aus dem breiten Angebot an Werbeartikeln im Edelweisslook seien hier drei besonders erwähnt: Das Badetuch wurde im Sommer in einem Ranking auf bluewin.ch zu einem der 10 schönsten Badetücher gewählt, unter anderem auch, weil es so «kuschelig und weich» sei. Die Shoppingtasche wurde während dem ganzen Jahr als Mitmachpreis für Wettbewerbe am Messestand der Basiskampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» abgegeben und damit zum wahren Renner. Manche Messebesucherinnen suchten gezielt nach dem Stand mit diesen Edelweisstaschen. Auch die Präsenz der Bistroschürze am Schwingfest hatte Werbewirkung, die Nachfrage stieg während einiger Zeit deutlich an.

#### Gefragte Stimmungsmacher

Die Artikel im Edelweisslook wirken ohne Worte. Die meisten Kunden verbinden das Edelweissmotiv mit positiven bäuerlichen Werten wie Bodenständigkeit, Tradition, Ehrlichkeit, Naturverbundenheit. Rückmeldungen von Kunden zeigen, dass sie den dezent angebrachten Absender und die gute Qualität der Artikel schätzen. Die Produkte sind so auch ausserhalb landwirtschaftlicher Kreise vielseitig einsetzbar. Unter anderem tauchten sie werbewirksam im Umzug und an Bars des Schwingfestes in Burgdorf auf und in den neuen TV-Staffeln «Bauer, ledig, sucht» und «Landfrauenküche». Verschiedene Artikel wurden vom Souvenirladen «Chuchichäschtl» in Berlin als 1. August-Stimmungsmacher, Krawatten vom Hotel Helvetia-Intergolf in Crans-Montana VS zur Ausstattung des Reception-Personals oder Badetücher von einer international tätigen Generalunternehmung als Geburtstagsgeschenke für ihre Mitarbeiter bestellt.

#### Shirtshop jetzt mit Vogelgezwitscher

Mit der neu aufgestellten Internetseite shirtshop.landwirtschaft.ch ist die Bestellabwicklung einfacher geworden. Mit einem an die jeweilige Jahreszeit angepassten Landschaftsbild im Hintergrund und mit Vogelgezwitscher und Ziegengemecker werden die Kunden auf den Einkauf eingestimmt. Die individuell bedruckbaren T-Shirts, Polarfleecejacken, Kapuzensweater und anderen Textilien finden vor allem als Geschenkidee grossen Anklang. Auch als Mitarbeiterbekleidung für landwirtschaftliche Events sind die kreativen Angebote gefragt.



zum  
Shirtshop

#### AgroNews-Schlagzeilen im September 2013:

- Schweizer Käse: Neues Logo, neue Werbekampagne
  - Eröffnung Milch- und Käseweg Willisau
  - Initiative gegen Nahrungsmittelspekulation
- [mehr auf lid.ch, AgroNews](#)

#### Hier wurden 2013 Werbeartikel der Imagekampagne eingesetzt oder angeboten:

- **an Messen**, z.B. Agrimesse, WEGA, MUBA, LUGA, BEA, Olma, IGW Berlin
- **bei Events**, z.B. Junglandwirtekongress, ALA13, KEGA13, Sichlete, Viehschauen, Gewerbeausstellung Adelboden, Hoftheater, Tage der offenen Tür
- **an Festen**, z.B. Erdbeerenfeste, Kürbis-, Chabis-, Reben- und Apfelfeste, Alpfeite und Alpabfahrten, Schwing- und Jodelfeste, Trachtenfeste, ESAF
- **bei Aufritten**, z.B. Ab ufs Land BL, Landfrauen in den Regionen, Tourismus Obersimmental mit BR Schneider-Ammann, Reformtage Schweiz, Agrarreisen
- **bei Versammlungen**, z.B. DV der Verbände und Organisationen, Kol, LaKa, Regionalversammlungen, Agropreis, DV SBV
- **in Foyers** von Firmen und Organisationen, z.B. BLW, Fenaco, LOBAG, SMP
- **in Shops**, z.B. «die Innenarchitektin» Shop Zürich, Säntisschwebbahnen Säntisgipfel Kiosk, Flippishop Stans, Schynige Platte Kiosk, Heimatwerk (Verkauf Boutiqueartikel), Landiläden



# MAILS | SERVICE

## Dienstleistungen

### Praktisch und schnell: Online-Bestellungen

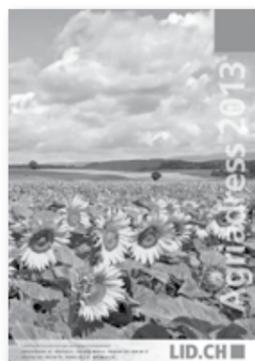
Der LID erweist sich als stark gefragter Ansprechpartner für die vielseitigen Fragen und Wünsche aller Kommunikationspartner aus den Bereichen Landwirtschaft, Schulen, Medien und Konsum.

Der Kundenkontaktrekord von 2013 zeigt wie begehrt die vielseitigen und kompetenten Dienstleistungen und Produkte des LID sind. Aufgrund zunehmender Bekanntheit wenden sich immer mehr Landwirte, Lehrpersonen, Konsumenten, Medienschaffende und Interessierte auf unterschiedlichsten Wegen an den LID. Täglich treffen Fragen, Wünsche, Anliegen und Bestellungen via E-Mail, Post oder Telefon ein. Immer häufiger werden Produkt-Bestellungen online bestellt, über [www.lid.ch/shop](http://www.lid.ch/shop) oder [www.landwirtschaft.ch](http://www.landwirtschaft.ch). Seit Frühling 2013 kann der LID auf die Unterstützung des Contact Center der Schweizer Milchproduzenten (SMP) zählen, wo hauptsächlich B-Post Bestellungen verarbeitet werden. Somit ist ein zuverlässiger Kundenservice trotz Bestellungsunahme garantiert.

### Zahlen und Fakten

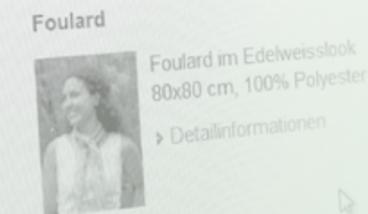
■ **Vorjahresrekord gebrochen.** Im Jahr 2013 verzeichnete der LID über 16'000 Kundenkontakte via Telefon, Post/Fax und E-Mail. Deutlich erkennbar ist, dass die Onlinebestellungen zugenommen haben. Im Frühlingsmonat April war die Kontaktrate am höchsten, im Dezember aufgrund der Feiertage am tiefsten. Per Mail bearbeitete der LID 6'000 Bestellungen, per Telefonanfragen 1'051 und per Post/Fax 815.

■ **AgriAddress.** Das aktualisierte Adressverzeichnis der Schweizer Landwirtschaft erschien 2013 in einer Auflage von 700 deutschen und 100 französischen Exemplaren. Die Onlineversion wurde 70'000 Mal abgerufen.



- Schulposter
- Pick up
- Input
- Ausleihmaterial

- Service
- LID-Shop
  - Weihnachtsangebote
  - Allgemeine Broschüren
  - Themenbroschüren
  - Minibroschüren
  - Elektronische Medien
  - Schulen



### AgroNews-Schlagzeilen im Oktober 2013:

- Schlussstagung AlpFUTUR
  - Freihandelsabkommen mit China
  - Strengere Regeln bei Rückverfolgbarkeit
  - Agrarpolitik 2014-17 ist unter Dach und Fach
- mehr auf [lid.ch](http://lid.ch), AgroNews*



### Kundenfeedbacks

#### LID-Suppe

*Bonjour l'équipe du LID, un grand merci pour le bon repas dont nous nous sommes régalés et bravo à toute l'équipe pour ce bel engagement.*

**Manon Sarzynski, Secrétariat Trait d' Union**

#### Grundlagenmaterial

*Herzlichen Dank, dass Ihr mir mit euren Präsentationen und Publikationen dabei geholfen habt, meinen Vortrag zur Schweizer Landwirtschaft an der Jahrestagung des «Northern Ireland Institute of Agricultural Science» vorzubereiten. Die Broschüre «Swiss Agriculture – A Win-Win for Everyone» ging weg wie frische Weggli.*

**Michel Roux, Direktor SVIAL und Verlag ,edition-Imz'**

#### Vereinssponsoring

*Es ist einfach grossartig, dass wir auch dieses Jahr wieder ein prallgefülltes Paket von Ihnen in Empfang nehmen durften! Im Namen der Jugendmusik Rehetobel bedanke ich mich herzlich für Ihre grosszügige Unterstützung. Wir werden unzählige Päckli füllen können mit Ihren Gaben und es wird für alle etwas dabei haben: Karten oder ein praktisches Handy-Etui oder ein schönes Malbüchlein etc.! Fürs Einpacken verwenden wir jeweils alte, farbenfrohe Kalenderblätter, da macht das Päcklifischen von Anfang an schon Spass. Danke, dass Sie mit Ihrem tollen Sponsoring wieder mithelfen, dass die Kinder den diesjährigen Christkindlimarkt vom 30. November in guter Erinnerung behalten dürfen.*

**Barbara Nef**

#### Eventsponsoring

*Vielen Dank für Ihre Unterstützung mit den zugesandten Plakaten, damit wir unser Festzelt am Dorffest dekorieren können.*

**Bruno Killer, Feuerwehr Schwerzenbach**

#### Eventsponsoring

*Am vergangenen Sonntag, den 20. Januar 2013 konnte der Rothenthurmer Volksskilauf bei idealen äusseren Bedingungen durchgeführt werden. Aus der Werbekampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» wurden uns Plastiksäcke gesponsert, welche wir den 511 Läufern (429 Erwachsenen und 82 Kinder und Jugendliche), gefüllt mit dem Erinnerungspreis, abgaben.*

**Franz Philipp, OK Rothenthurmer Volksskilauf**

#### Give-aways

*Wir möchten uns für das LID-Material bedanken, welches ihr uns für die Delegiertenversammlung zur Verfügung gestellt habt. Die Delegierten hatten grosse Freude.*

**Fabian Süess, AgrarMarketing  
Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverband (LBV)**

#### Betriebssponsoring

*Wir feiern dieses Jahr 15 Jahre Ferien auf dem Bauernhof. Aus diesem Grund haben Sie uns im Frühling verschiedene Werbeatikel gesandt, die wir unseren Gästen in einer Geschenktasche mitgeben können. Seither haben wir schon viele Taschen verschenkt und die Reaktionen waren immer gross. Wir freuen uns, dass wir die Gäste so zum Abschluss noch überraschen und ihnen eine positive Erinnerung von ihren Ferien mitgeben können. Nochmals herzlichen Dank für Ihre grosszügige Unterstützung.*

**Werner und Erika Horber**

# EFFIZIENZ | ESPRIT

## Organe des LID

### Zahlen und Fakten

#### 61. Delegiertenversammlung vom 29. April 2013

- Ort: Landorf-Köniz, Bern. Leitung: Präsident Albert Rösti
- Traktanden: Jahresbericht 2012 – Jahresrechnung 2012 – Bericht Kontrollstelle – Demissionen und Wahlen – Tätigkeitsprogramm 2013 – Budget 2013 – Statutenänderung – Informationen der Geschäftsstelle – Verschiedenes
- Die Delegierten genehmigen das Protokoll der 60. DV, den Jahresbericht sowie die Jahresrechnung und die Bilanz 2012. Die Rechnung wies einen Gewinn von CHF 6'833.11 aus. Der Erlös der Dienstleistungen konnte gesteigert werden, hingegen ist der Erlös der Produkte/Abonnemente leicht zurück gegangen.
- Das Vorstandsmitglied Hermann Schmid tritt nach 12 Jahren Amtszeit aus dem Vorstand aus. Nachfolger ist Hans Peter Kurzen von der fenaco.
- Rahmenprogramm zum Thema «Schule auf dem Bauernhof – ein pädagogisches Juwel für Schule und Landwirtschaft» mit SchuB-Stationen auf dem Betrieb und einem abschliessenden Apéro.

#### Vorstandssitzung vom 25. März 2013

- Der Vorstand unter Leitung des Präsidenten Albert Rösti genehmigt den Jahresbericht sowie die Erfolgsrechnung und die Bilanz 2012.
- Im Rechnungsjahr 2012 konnten für die Jubiläumspakete CHF 90'875.00 zusätzliche Sponsoringeinnahmen generiert werden.
- Die Arbeitgeberreserve der Pensionskasse konnte aufgestockt werden.
- Der Revisionsbericht wird einstimmig genehmigt.
- Der Vorstand freut sich über die Aufnahme des neuen Mitglieds Agrotourismus Schweiz.
- Die Sitzung schliesst mit Informationen zu den einzelnen Arbeitsbereichen des LID und der Genehmigung der Traktandenliste für die DV ab.

#### Vorstandssitzung vom 11. November 2013

- Der Präsident Albert Rösti leitet die Sitzung. Der Vorstand erhält Informationen über Teamveränderungen, Publikationen und Produkte, die Auftritte und weitere Aktivitäten.
- Markus Rediger informiert über das 3-tägige IFAJ-Presseseminar in Charmey mit über 40 Journalisten aus 20 Ländern.
- Die LID-Redaktion präsentiert die provisorische Erfolgskontrolle und informiert über die LID-Mediendienst-Dienstkritik.
- Die PR-/Internet-/Schulprojektverantwortlichen informieren über ihre aktuellen Arbeiten.
- Der Vorstand genehmigt das Tätigkeitsprogramm 2014 sowie das Budget 2014.
- Zum Schluss trifft sich der Vorstand mit den Teammitgliedern zu einem gemeinsamen Martinstags-Apéro in der Kantine.

#### Beständigkeit und Bewegung im LID-Team

- Im Juli konnte Res Aeschbacher sein 10-jähriges LID-Jubiläum feiern.
- Von Juni bis August unterstützte Fabienne Duppeler den LID bei einem SchuB-Projekt und von Juli bis September wurde die Redaktion durch die Praktikantin Tamara von Allmen ergänzt.
- Prisca Burgener (Sekretariat) verliess den LID Ende April, sie wurde von Barbara Berner abgelöst.



zur Bildstrecke  
LID-DV 2013

#### AgroNews-Schlagzeilen im November 2013:

- Tigermücke erstmals nördlich der Schweizer Alpen
- Christine Bühler neue SBV-Vizepräsidentin
- Kulturlandinitiative BE / Lobag
- McDonalds: neuer Burger mit Biokäse
- 20'000 Unterschriften gegen Schliessung Oeschberg

*mehr auf lid.ch,  
AgroNews*

## Organe des LID

### Zeit für Reflexion und Teamkultur

Nach dem Jubiläumsjahr 2012 mit seiner regen Tätigkeit investierte das LID-Team 2013 vermehrt Zeit in die Reflexion seiner Arbeit. Und nahm sich Zeit für gesellige und sinnliche Momente.

#### Arbeit und Arbeitskultur überprüft

In einem ganztägigen Teamworkshop im Juni auf dem Möschiberg fragte die externe Moderatorin Verena von Aesch (denkweise GmbH) nach brillanten Momenten, Highlights und Rückschlägen in der Arbeit, zu erwartenden Veränderungen und Trends im Umfeld und sie gab Anregungen zum besseren Umgang mit Stress. Aus diesem Teamtag ergab sich eine Liste von Themen zur weiteren Bearbeitung. Diese nahm das Team dann in zwei dreistündigen Workshops unter interner Leitung im Oktober und November wieder auf. Geprüft wurden Verbesserungsmöglichkeiten in den Bereichen Medien, LID-eigene PR-Projekte, Internet und Zusammenarbeit mit externen Arbeitspartnern und teamintern. Die erarbeiteten Optimierungspunkte sind zum Teil schon umgesetzt oder sollen nun regelmässig auf ihre Umsetzung hin überprüft werden. Das Team schätzte die abwechslungsreichen und zum Teil neuen Arbeitsformen anlässlich der Workshops, sie sollen weiterhin in die Arbeitskultur des LID einbezogen werden.

#### Den Teamgeist gestärkt

Teamevents sind wichtige Elemente der LID-Teamkultur. Der gemeinsame Blick ins Neue Jahr vom Berner Münsterberg aus, das gemeinsame Zäuerlen mit Fredy Stricker auf seinem Hof in Stein anlässlich des Ausflugs ins Appenzel (von Urs Schneider und der SBV-Kommunikation organisiert), die humoristischen Beiträge und die eindrückliche Sommerabendstimmung am Grillabend zum Mitarbeiterjubiläum auf der Weststrasse-Dachterrasse, der gemeinsame Blick in den Planetariums- und den Winternachtshimmel mit der Geschichte des Sterns von Bethlehem in Sigriswil zum Jahreschluss – sie sind Glanzpunkte im Arbeitsjahr, machen den LID zu mehr als nur einer Arbeitsstelle und stärken den Teamgeist. Ein gutes Stück von diesem Esprit floss auch in den Suppenevent am 5. Dezember. Die Formel aus dem Jubiläumsjahr, selbst vier Bäuerinnen-suppen aus verschiedenen Kantonen zu kochen und Arbeitspartner und Freunde zum Stehlunch einzuladen, kam bei den Eingeladenen sehr gut an, wegen der Idee an sich, den feinen Suppen und der Gelegenheit zum Networking. Das ist ganz im Sinne des LID.

# TRÄGER | TEAM

## Organisation



## Organisation

### ■ Mitgliederorganisationen

AGRAR REISEN, Aarau  
 Agriviva, Winterthur  
 Agrotourismus Schweiz, Bern  
 Appenzeller Käse GmbH, Appenzell  
 Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Futterbaues AGFF, Zürich  
 Bauernverband Aargau, Brugg  
 Bauernverband Appenzell Ausserrhodens, Waldstatt  
 Bauernverband Appenzell AI, Appenzell  
 Bauernverband beider Basel, Zwingen  
 Bauernverband Nidwalden, Buochs  
 Bauernverband Obwalden, Wilen  
 Bauernverband Uri, Buochs  
 Bauernvereinigung des Kantons Schwyz, Rothenthurm  
 BESOFrisCH – BESOFraiChe, Koppigen  
 Bio Suisse, Basel  
 BO BUTTER, Bern  
 Braunvieh Schweiz, Zug  
 Bündner Bauernverband, Chur  
 emmental versicherung, Konolfingen  
 fenaco Genossenschaft, Bern  
 Ferien auf dem Bauernhof, Altnau  
 GalloSuisse – Vereinigung der Schweizer Eierproduzenten  
 Genossenschaft für leistungsorientiertes Bauen, Langnau  
 Genossenschaft Prosus, Weinfelden  
 Genossenschaft Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost, Gossau  
 Genossenschaft Zentralschweizer Milchproduzenten, Luzern  
 Glarner Bauernverband, Glarus  
 IP-Suisse, Zollikofen  
 Kleintiere Schweiz, Zofingen  
 Landwirtschaftlicher Genossenschaftsverband Schaffhausen GVS, Schaffhausen  
 LOBAG, Ostermündigen  
 Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverband, Sursee  
 LV-St. Gallen, St. Gallen  
 MBR Thurgau AG, Wängi  
 Milchproduzenten Mittelland MPM, Suhr  
 MIBA Milchverband der Nordwestschweiz, Aesch BL  
 Mutterkuh Schweiz, Brugg

Oberwalliser Landwirtschaftskammer, Visp  
 Olma Messen, St. Gallen  
 Raclette Suisse, Bern  
 Raiffeisen Schweiz, St. Gallen  
 Schaffhauser Bauernverband, Schaffhausen  
 Schweizer Bauernverband, Brugg  
 Schweizer Milchproduzenten SMP, Bern  
 Schweizerische Vereinigung der AOP-IGP, Bern  
 Schweizerischer Bäuerinnen- und Landfrauenverband, Brugg  
 Schweizerischer Getreideproduzentenverband, Bern  
 Schweizerischer Holsteinzuchtverband, Posieux  
 Schweizerischer Milchwirtschaftlicher Verein, Bern  
 Schweizerischer Pächterverband, Rothenthurm  
 Schweizerischer Schafzuchtverband, Herzogenbuchsee  
 Schweizerischer Verband der Zuckerrübenpflanzer, Bern  
 Schweizerischer Verband für Landtechnik, Riniken  
 Schweizerischer Weinbauernverband, Bern  
 Schweizerisches Freilichtmuseum Ballenberg, Hofstetten bei Brienz  
 Solothurnischer Bauernverband, Solothurn  
 St. Galler Bauernverband, Flawil  
 Suisseporcs, Sempach  
 Swissgenetics Genossenschaft, Zollikofen  
 Swissherdbook, Zollikofen  
 swisspatat, Bern  
 swisssem, Delley  
 Switzerland Cheese Marketing AG, Bern  
 Thurgauer Milchproduzenten, Weinfelden  
 Tilsiter Switzerland, Weinfelden  
 TSM Treuhand GmbH, Bern  
 Verband Schweizer Gemüseproduzenten, Bern  
 Verband Schweizer Pilzproduzenten, Jegenstorf  
 Verband Thurgauer Landwirtschaft, Weinfelden  
 Verein deutschschweizerischer und rätoromanischer Bienenfreunde, Appenzell  
 Vereinigung Schweizerischer Kartoffelproduzenten, Detligen  
 Volkswirtschaftsdirektion – Amt für Landwirtschaft ALA, Altdorf  
 Waldwirtschaft Schweiz, Solothurn  
 Zuger Bauernverband, Cham  
 Zürcher Bauernverband, Zürich



zu den  
LID Mitglieder-  
organisationen  
(Links)

### ■ AgroNews-Schlagzeilen im Dezember 2013:

■ Strukturwandel in der EU geht weiter

■ Neue Bachelors der Lebensmitteltechnologie

■ Foodle mit neuem Nahrungsmitteltest

■ Neuorganisation bei Agroscope

■ EU-Agrarjournalisten eröffnen Netzwerk

*mehr auf [lid.ch](http://lid.ch),  
AgroNews*

### ■ Befreundete Organisationen

Management Ernst Sutter AG, Gossau  
 Proviande, Bern  
 Schweizer Obstverband, Zug  
 Schweizerische Fachstelle für Zuckerrübenbau, Aarberg  
 Schweizerische Hagel-Versicherungs-Gesellschaft, Zürich  
 Schweizerische Schweineverwertung AG, Sursee  
 Swisscofel, Bern  
 Trocknungsgenossenschaft AG, Arnegg  
 Zuckerfabriken Aarberg + Frauenfeld AG, Aarberg

### ■ Rechnungsrevisoren

**Urs Rätz**, fenaco LANDI Treuhand, Bern  
**Brigitte Frick**, St. Galler Bauernverband, Flawil

### ■ Vorstand 2013

**Albert Röstli**, Präsident, Direktor SMP / Büro Dr. Röstli GmbH, Bern  
**Urs Schneider**, Vizepräsident, stv. Direktor SBV, Brugg  
**Andreas Ritter**, Geschäftsführer Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost, Gossau  
**Carol Aschwanden**, Leiterin Kommunikation, Zentralschweizer Milchproduzenten, Luzern  
**Ueli Augstburger**, Präsident Fachkommission Bildung und Beratung LOBAG, Bern  
**Peter Brügger**, Geschäftsführer, Solothurnischer Bauernverband, Solothurn  
**René Bucher**, Teamleiter Marketing, Swissgenetics, Zollikofen  
**Hermann Schmid**, Sekretär der fenaco Unternehmensgruppe, Bern (bis DV 2013)  
**Hans Peter Kurzen**, Leiter Kommunikation der fenaco Unternehmensgruppe, Winterthur (ab DV 2013)  
**Regula Schwager**, stv. Geschäftsführerin, Schweiz. Bäuerinnen und Landfrauenverband SBLV, Brugg (bis Juni 2013)  
**Yvonne Koller**, Co-Geschäftsführerin SBLV, Brugg (ab Juni 2013 a.i.)

### ■ Geschäftsstelle und Redaktion 2013

**Markus Rediger**, Geschäftsführer  
**Claudia Welte**, Sekretariat und Finanzen  
**Prisca Burgener**, Sekretariat und Sachbearbeiterin CRM/Vertrieb (bis April 2013)  
**Barbara Berner**, Sekretariat und Sachbearbeiterin Sekretariat, CRM, PR (seit April 2013)  
**Michael Wahl**, Co-Leiter Redaktion  
**Jonas Ingold**, Co-Leiter Redaktion  
**Andreas Aeschbacher**, Projektleiter Schulen  
**David Joller**, Webmaster  
**Jürg Rindlisbacher**, PR- und Öffentlichkeitsarbeit  
**Ingrid Flückiger**, Assistenz und Mitarbeiterin Öffentlichkeitsarbeit  
**Fabienne Deppeler**, Praktikantin SchuB (Juni bis August 2013)  
**Tamara von Allmen**, Praktikantin (Juli bis September 2013)



**LID-Vorstand:** (v.l.) René Bucher, Hans Peter Kurzen, Urs Schneider, Markus Rediger, Yvonne Koller, Peter Brügger, Carol Aschwanden, Andreas Ritter, Ueli Augstburger, Albert Röstli



**LID-Team:** (v.l.) Markus Rediger, Claudia Welte, Res Aeschbacher, Jürg Rindlisbacher, Barbara Berner, David Joller, Jonas Ingold, Ingrid Flückiger, Michael Wahl

# EINBLICK | AUSSENBLICK

Anhang

## Schweizer Landwirtschaft begeistert Journalisten aus aller Welt

Vierzig Journalisten aus zwanzig Ländern besuchten während einer dreitägigen «Dairy Press Tour» die Landwirtschaft in der Region Fribourg. Die Medienleute zeigten sich vom Zusammenspiel sowohl zwischen Politik und Landwirtschaft als auch innerhalb der Wertschöpfungskette beeindruckt.

Sie kamen aus aller Welt, von Buenos Aires bis Brisbane und von Belgrad bis Brüssel: 40 Medienleute aus 20 Ländern nahmen vom 27. bis 29. Oktober 2013 im Raum Gruyère an einem von den internationalen und schweizerischen Agrarjournalisten gemeinsam organisierten Presseseminar teil. Nebst dem Mitverfolgen von Debatten konnten sie auch die reale Landwirtschaft kennen lernen und zeigten sich beeindruckt, wie gepflegt die Landschaft ist, aber auch wie kleinstrukturiert die Betriebe sind. Mit grossem Interesse und einem oft nicht abbrechenden Strom an Fragen überhäufte sie die Schweizer Agrarpolitiker, Bauern, Käser und Schokoladefabrikanten: Wie tickt die Schweizer Milch- und Ernährungswirtschaft? Wie haben die Schweizer die Aufhebung der Milchkontingentierung gemeistert, die der EU erst noch bevorsteht? Diese und andere Fragen gingen wie ein roter Faden durch das Seminar. Eindrücke und Reflexionen von Seminarteilnehmern sind auf dieser Doppelseite nachzulesen, eine Presseschau mit den Artikeln zum Seminar kann beim LID angefordert werden. Zahlreiche Sponsoren unterstützten die Veranstaltung.

*Ich bewundere, wie die Schweiz jeden Quadratmeter pflegt. Die Landschaft so schön ist, auch mit den Kühen, die da überall auf den Herbstweiden sind, das sieht fantastisch aus.*

Karol Bujoczek

**Gordon Collie, Brisbane, Australien:**  
**Farmer downunder sind auf sich selber gestellt.** «Ich bin beeindruckt von der Unterstützung, welche die Milchbauern in der Schweiz erhalten. Unsere Milchproduzenten bekommen nichts vom Staat. Sie befinden sich heute in einer schwierigen Situation, obwohl unsere Betriebe etwa 300 bis 500 Kühe im Stall haben. – Die Gruyère-Story ist faszinierend, die möchte ich meinen Lesern näher bringen. Wir haben auch Gruyère in Australien, aber nicht den echten. Das hat den Gruyère-Leuten in Pringy nicht gefallen.»

Gordon Collie schreibt als Freelancer für Dairy Magazine Australia and New Zealand

**James Campbell, Belfast, Nordirland:**  
**Marketinglektion imponiert.** «Am meisten imponiert hat mir die Marketinglektion, die Philippe Bardet von der Interprofession Gruyère erteilt hat. Beim Gruyère-Käse beginnt alles mit Milch aus dieser gepflegten Region, die Bauern bekommen einen guten Milchpreis, die Käser einen guten Käsepreis und die Konsumenten eine Spezialität. Es beeindruckt mich, wie die Bauern hier auch in der Bergregion noch Milch produzieren und dabei überleben können, dank eines Produktes wie dem Gruyère Alpage und dem Einsatz aller Akteure entlang der Wertschöpfungskette. Gruyère baut auf Traditionen, dem einmaligen Rezept und dem strikten Mengenmanagement auf. Diesen Käse kann man nicht anderswo produzieren, sonst ist er nicht mehr derselbe, das ist wie bei den traditionellen französischen Weinen. Selbst wenn er in andern Regionen der Welt kopiert wird – der Authentische reift nur hier.

James Campbell ist Chefredaktor des Irish Farmers Journal, Northern Ireland



zur  
Presseschau



**Steve Werblow, Oregon USA:**

**Das AOC-System überzeugt.** «Beim Gruyère sahen wir, wie alle Beteiligten von einem professionell gemanagten AOC profitieren. Vom Feld bis auf den Teller machen hier alle einen guten Job. Das AOC-System überzeugt mich, das bietet Authentizität und Sicherheit für alle. Auch die Konsumenten schätzen das Produkt und bezahlen den Preis dafür. – Der grösste Unterschied zwischen den USA und der Schweiz liegt ganz klar in der Grösse der Kuhherden. Bei uns hält ein Milchfarmer einige tausend Kühe, mit 50 Kühen könnte bei uns keiner überleben. Ich werde auch darüber schreiben, wie die Bevölkerung hinter der Landwirtschaft steht und wie das System finanziert ist. Die Landschaftspflege und die Frage der Selbstversorgung sind spannende Aspekte. Wie wird die Schweiz in der Zukunft damit umgehen?»

Steve Werblow ist Redaktor bei The Furrow Magazine

**Elida Tiery, Buenos Aires, Argentinien:**

**Landschaftspflege und Tourismus sind gut kombiniert.** «Wie die Schweiz die landwirtschaftliche Produktion mit der Landschaftspflege und der Vermarktung von Tourismus und Produkten kombiniert, ist gut gemacht. Das System mit den Verträgen für die Milchproduktion überzeugt mich, es ist für den Abnehmer und den Produzenten klar, was gilt. Bei uns wird viel produziert, aber alles ist viel weniger geregelt. Bei der Ablieferung weiss der Produzent nicht, wie viel er für die Milch bekommt. In der Schweiz gibt es gute Regeln, um alles zu managen, das fehlt bei uns. Zudem vernachlässigt unsere die Politik die Landwirtschaft, obwohl wir ein grosses Land sind und viel Produktionskapazität haben. Hier in der Schweiz arbeiten Politik und Landwirtschaft offenbar gut zusammen.»

Elida Tiery ist Redaktorin bei Diario la Opinion

**Karol Bujoczek, Warschau, Polen:**

**Milchproduktion bald im Ausland?** «Bei uns wird die Aufhebung der EU-Milchkontingentierung die Betriebe mit 5 bis 15 Kühen vor grosse Herausforderungen stellen. Die meisten davon werden wohl verschwinden und es werden dann viel grössere Betriebe entstehen. Die Produktionsorganisation hier in Gruyère überzeugt mich sehr. Einen Käse wie den Gruyère als Traditionsmarke haben wir nicht. Aber wir haben günstige Produktionsbedingungen. Bei uns variieren die Milchpreise sehr stark, grosse Molkereien zahlen 30 bis 40 Prozent mehr als kleine. Im europäischen Kontext wird es sich nach der Aufhebung der Kontingentierung weisen müssen, ob die Milchproduktion der kleinen Betriebe, die aufgegeben werden, in Polen bleibt und von grösseren übernommen wird oder ob sie ins Ausland abwandert.»

Karol Bujoczek ist Chefredaktor von Top Agrar Polska

**Riitta Mustonen, Helsinki, Finnland:**

**Schweizer brachten Know-how nach Finnland.** «Der Geschmack der verschiedenen Alpen-Gruyères aus den Bergkäsereien hat mich überzeugt. In Finnland haben wir auch guten Käse und Schokolade. Diese Produkte haben ihre Wurzeln in der Schweiz. Es waren Schweizer, die zu uns kamen und Emmentaler- und Schokoladerezepte, Wissen und Know-how mitgebracht haben. Es ist schön zu sehen, wie die Schweiz noch heute auf hohe Qualität achtet und damit Erfolg hat.

Riitta Mustonen ist Redaktorin bei Maaseudun Tulevaisuus

*Wir haben in drei Tagen alle Jahreszeiten erlebt: Regen, Sonne und Schnee. Es ist fantastisch, wie wir die Kühe auf den sonnigen Herbstweiden sehen konnten und am nächsten Tag schon Schnee auf den umliegenden Berggipfeln lag.*

James Campbell

## Anhang

### Leistungsangebot des LID

Der LID kann grundsätzlich und wahlweise die folgenden Leistungen anbieten:

#### Projektarbeiten PR

- Erstellen von Konzepten für Messen, Events, Aktionen, Sonderjahre
- Projektleitung bei Messen, Events, Aktionen, Sonderjahren
- Moderation von Events, Diskussionen und Arbeitsprozessen
- Projektleitung bei der Produktion von
  - Printmaterialien
  - Filmen
  - Werbearbeiten
  - Ausstellungsobjekten
- Erarbeiten von Inhalten für Printmaterialien, Filme, Ausstellungsobjekte, Präsentationen

#### Webbereich

- Projektleitung bei der Produktion von Websites
- Erstellen von Konzepten
- Erarbeiten von Inhalten für Websites
- Betreuung von Websites

#### Didaktische Arbeit

- Erstellen von Lehrmitteln zu vorgegebenen Themen
- Entwickeln und durchführen von Unterrichtseinheiten auf Bauernhöfen in Zusammenarbeit mit den Betriebsleitern
- Bekanntmachung von Lehrmitteln bei den einschlägigen Stellen

#### Vernetzung von Projekten

- im Rahmen der land- und ernährungswirtschaftlichen Organisationen national, kantonal, international durch regelmässige Zusammenarbeit und über die LID-Mitgliedsorganisationen
- mit der Basiskampagne «Gut, gibt's die Schweizer Bauern», als Geschäftsstelle der Kampagne
- im Schulbereich (durch aktive Mitarbeit bei Schule auf dem Bauernhof (SchuB), in der Arbeitsgruppe Lehrmittel der AMS), im Bereich «Bekanntmachung Lehrmittel» und Kontakte zu Pädagogischen Hochschulen und Lehrmittelverlagen
- im Webbereich durch die Betreuung verschiedener Websites im Umfeld von landwirtschaft.ch
- im Medienbereich

Leistungsabteilung nach Vereinbarung. Für Auskünfte und Kontaktgespräche stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung.

Kontakt: **Markus Rediger**, Geschäftsführer  
Tel. 031 359 59 80, markus.rediger@lid.ch



# Bestellblatt für LID Artikel 2014

Fax: 031 359 59 79

_____ Ex. Nr. 20141	<b>Adressverzeichnis AgriAdress 2014</b> Broschüre A5, 84 Seiten   d	Fr. 12.00
_____ Ex. Nr. 20230	<b>LID Porträt</b> Broschüre A5, 16 Seiten   d	kostenlos
_____ Ex. Nr. 20109	<b>Schweizer Landwirtschaft in Zahlen</b> Broschüre A6, 36 Seiten   <input type="checkbox"/> d <input type="checkbox"/> f <input type="checkbox"/> i <input type="checkbox"/> e	kostenlos
_____ Ex. Nr. 10297	<b>Die Schweizer Landwirtschaft – Ein Gewinn für alle</b> Broschüre A5, 16 Seiten   <input type="checkbox"/> d <input type="checkbox"/> f <input type="checkbox"/> i <input type="checkbox"/> e	kostenlos
_____ Ex. Nr. 10314	<b>Glückwunschkartenset «Tierportraits»</b> 4 Postkarten ohne Kuverts, A6/5   d, f, i, e komb.	Fr. 4.00
_____ Ex. Nr. 10951	<b>Robuste Shoppingtache «Edelweisslook»</b> 44 x 35 cm   d, f komb.	Fr. 5.00
_____ Ex. Nr. 10597	<b>Edles Geschenkband aus Stoff «Edelweisslook»</b> Rolle à 25 m inkl. 50 Etiketten   <input type="checkbox"/> d <input type="checkbox"/> f <input type="checkbox"/> i	Fr. 25.00
_____ Ex. Nr. 10977	<b>Krawatte «Edelweisslook»</b> gewoben   <input type="checkbox"/> d <input type="checkbox"/> f <input type="checkbox"/> i	Fr. 35.00
_____ Ex. Nr. 10986	<b>Foulard «Edelweisslook»</b> 80 x 80 cm, Polyester   <input type="checkbox"/> d <input type="checkbox"/> f <input type="checkbox"/> i	Fr. 35.00
_____ Ex. Nr. 11011	<b>Bistroschürze «Edelweisslook» kurz</b> Unisex, dunkelblau, Baumwolle gemischt, 78 x 50 cm, bügelfrei   d, f komb.	Fr. 26.00
_____ Ex. Nr. 10551	<b>Sackmesser «Edelweisslook»</b> Victorinox, 12 Funktionen, d, f, i, e komb.	Fr. 18.00
_____ Ex. Nr. 20312	<b>Memory-Spiel</b> «Kuhmotive», 40 Sujets	Fr. 25.00
_____ Ex. Nr. 20344	<b>Malbüchli «Ds Bsuech ufem Burehof»</b> 16 Seiten, A5	kostenlos
_____ Ex. Nr. 10353	<b>Minibroschüre «Apfel»</b> A7, 4-farbig, 52 Seiten   d	kostenlos
_____ Ex. Nr. 10339	<b>Minibroschüre «Salat»</b> A7, 4-farbig, 36 Seiten   <input type="checkbox"/> d <input type="checkbox"/> f	kostenlos
_____ Ex. Nr. 20390	<b>Schulposter «Bienen»</b> Mit Unterrichtsmaterial Material, gefaltet, A4   d	kostenlos
_____ Ex. Nr. 20395	<b>Schulposter «Obstland Schweiz»</b> Mit Unterrichtsmaterial Material, gefaltet, A4   d	kostenlos
_____ Ex. Nr. 130428	<b>Katalog «Lernort Bauernhof»</b> Lernangebote für die Schulen, A4, 44 Seiten   <input type="checkbox"/> d <input type="checkbox"/> f	kostenlos

B-Post Sfr. 3.– bzw. 8.–  A-Post Zuschlag Sfr.10.–  Express Zuschlag Sfr.25.–  
Diese und weitere Angebote finden Sie im Internet unter [www.lid.ch](http://www.lid.ch) oder [www.landwirtschaft.ch](http://www.landwirtschaft.ch).

Firma, Organisation \_\_\_\_\_

Herr  Frau

Name/Vorname \_\_\_\_\_

Strasse \_\_\_\_\_

PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Telefon, E-Mail \_\_\_\_\_

#### LID.CH Landwirtschaftlicher Informationsdienst

Weststrasse 10, Postfach, CH-3000 Bern 6, Telefon 031 359 59 77, Telefax 031 359 59 79  
[www.lid.ch](http://www.lid.ch), [info@lid.ch](mailto:info@lid.ch)

**LID.CH LANDWIRTSCHAFTLICHER INFORMATIONSDIENST**

WESTSTRASSE 10 . POSTFACH . CH-3000 BERN 6 . TELEFON 031 359 59 77

TELEFAX 031 359 59 79 . WWW.LID.CH . INFO@LID.CH