

«MIINI MEINIG»

## Läufst glatt?

VON SANNA BÜHRER WINIGER



Wahrscheinlich liegt es an meinem fortgeschrittenen Alter, dass immer mehr Erinnerungen, Erfahrungen und Anekdoten von früher mein Denken bestimmen. So ist mir neulich spontan mal wieder der Plastic Bertrand in den Sinn gekommen. Falls Sie in den 1970ern die Charts konsumiert haben, tauchen vielleicht auch bei Ihnen jetzt Fetzen eines Songs auf, der sich vor allem mit Monotonie hervortat und entsprechend eintönigem Herumgehote in der Diskothek. «Ça plane pour moi» – für mich läufst glatt – hiess sein einer Hit, der sich hie und da mal wieder aus der Vergangenheit in meine Gegenwart stiehlt und mich wohl auch in der Zukunft als Ohrwurm verfolgen wird. «Für mich läufst glatt» und Plastik, das passt für mich zwar nicht zusammen. Die Plastikproblematik weltweit in ihrem unfassbaren Ausmass lasse ich gleich mal beiseite. Doch auch bei mir zu Hause dominiert Plastik in all seinen Formen, Zusammensetzungen und Farben unser Recycling im Sammelsack, Anstrengungen zum Trotz. Nein, es läuft definitiv nicht glatt mit dem Plastik, und weniger wäre auch hier mal wieder mehr. Daran arbeite ich noch. Auch die Migros arbeitet am Plastikproblem und hat gestern in einer Medienmitteilung ein umfassendes Recycling von Plastik angekündigt. Sie führt einen eigenen Sammelsack ein und startet Ende Juni in der Zentralschweiz mit dem Projekt. Sofern die erste Etappe erfolgreich verlaufe und das Angebot auf Anklang stosse, kämen bereits Ende August die Genossenschaften Genf, Neuenburg-Freiburg, Waadt und Wallis hinzu, schreibt die Migros. Voraussichtlich bis zum Frühjahr 2021 würden sämtliche regionalen Migros-Genossenschaften der Schweiz die neuen Plastiksammelstellen anbieten. Das finde ich eine gute Sache – vorausgesetzt, der M-Sammelsack schafft es wirklich über die Startphase hinaus. Es wurde in den Grossverteilern ja auch schon angekündigt, es gäbe künftig Gemüse ausserhalb der Schweizer Luxusnorm (meine Worte) zu kaufen. Gesehen habe ich solches in den Filialen, die ich frequenter, noch nie... Gut, gibt es die App Too Good To Go (siehe rechts). Wenigstens da läufst punkto Nachhaltigkeit glatt.

## DAS SCHWARZE BRETT

- **Newsletter SHBV**  
u.a. Rebbau aktuell, Mitteilung an die Rübenpflanzer, Info BUL.
- **MV/DV SHBV**  
Nicht vergessen: Einsendeschluss für die briefliche Stimmabgabe ist der 18. Juni 2020 (Poststempel).

## Impressum Schaffhauser Bauer

Offiz. Organ des Schaffh. Bauernverbandes.  
Erscheint jeden Do.

Redaktion: Sanna Bühler Winiger (sbw),  
www.schaffhauserbauer.ch.

Anzeigen: Verlag «Schaffhauser Nachrichten»  
Tel.: 052 633 31 11, Mail: anzeigen@shn.ch  
Annahmeschluss: jeweils Dienstag, 9.00 Uhr

## Zu gut, um verloren zu gehen...

Es ist für alle eine echte Win-win-Situation: Für die Konsumentinnen und Konsumenten, die Bauernfamilie und auch das Rüeblli mit drei «Beinen», die zu klein geratene Gurke oder das Bauernbrot vom Tag zuvor. Über die Gratis-App «Too Good To Go» können direktvermarktende Bauernbetriebe solche Produkte zu «Überraschungspäckli» zusammenstellen und zu reduziertem Preis unter die Leute bringen.

VON SANNA BÜHRER WINIGER

Was die Retterinnen und Retter von Lebensmitteln von Mal zu Mal genau erwartet, das ist eine Überraschung, die sich aus übrig gebliebenen Produkten im Hofladen des jeweiligen Betriebs zusammensetzt. Das Prozedere ist denkbar einfach: Wer ein solches «Überraschungspäckli» von Too Good To Go erstehen will, loggt sich in der gleichnamigen, kostenlosen App\* ein und sucht einen Betrieb, der zu rettende Lebensmittel anzubieten hat. Man reserviert die Anzahl Portionen, die man retten möchte, und bezahlt sie gleich im Voraus über die App. Abgeholt werden die Lebensmittel beim Betrieb in einem angegebenen Zeitfenster. Um herauszufinden, welche Betriebe in der Umgebung mit Too Good To Go Lebensmittel retten, besteht eine entsprechende Suchfunktion.

## Gemeinsames Engagement

Bauernfamilien können ihr Engagement zudem zusätzlich präsentieren, dies auf der Online-Plattform «Vom Hof» des Schweizer Bauernverbandes (SBV). Der SBV engagiert sich seit dem Frühjahr gemeinsam mit Too Good To Go dafür, dass auch Direktvermarkter über die App Lebensmittel anbieten können, die sie sonst wegwerfen müssten. «Wir freuen uns sehr darüber, dass sich immer mehr Landwirtschaftsbetriebe Too Good To Go anschliessen. So landen die übrig gebliebenen, aber weiterhin geniessbaren Produkte doch noch auf dem Teller», kommentiert Alina Swirski, Country Manager von Too Good To Go Schweiz.

## Nachhaltigkeit rundum

Bereits seit einem Jahr dabei ist Reto Wipf vom Martella-Hof in Martalen. Er und seine Frau Michèle führen einen Ackerbaubetrieb mit Urdinkel und Einkorn, Ölsaaten, Mais und Zuckerrüben. Daneben mästen sie Freilandhühner und seit einem halben Jahr auch Freilandfleischschweine.

Der Hof ist dank Fotovoltaik-Anlage und Speicherbatterien energieautark. Unabhängig sind Wipfs auch beim Verkauf ihrer Produkte: Das Urdinkel-Mehl vermarkten sie zum grössten Teil selbst, das Pouletfleisch ganzheitlich über Wochenmärkte, Metzgereien, Gastronomie, Läden, online und immer freitags ab Hof. Ein Hofladen ist in Planung. Seit dem Lockdown besteht zudem ein Lieferservice. Nur beim Schweinefleisch haben Wipfs zurzeit noch einen Abnehmer, aber auch dort möchte die Bauernfamilie später in die Direktvermarktung einsteigen. Wipfs setzen auf ihrem Betrieb auf Nachhaltigkeit – nicht nur punkto Energie. Die Hühner gehören einer Robustrasse an und werden nicht mit Antibiotika behandelt. Sie haben mindestens doppelt so viel Platz, wie der Tierschutz vorschreibt, und neben Volierenlauf ab dem Alter von 20 Tagen auch regelmässig Weidegang. «Bei der Fleischvermarktung achten wir zu-



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Reto Wipf mit einer Gruppe Masthühner. Wie sonst auf dem Martella-Hof setzt er auch bei der Fleischproduktion auf Nachhaltigkeit. Dazu gehört auch das Mitmachen bei der App «Too Good To Go».

dem darauf, dass es mengenmässig aufgeht», erklärt der Landwirt im Weiteren. «Brüstli haben wir fast nie zu viele. Sonst können wir diese durch Räuchern weiter veredeln. Schenkel und Flügel bleiben eher mal übrig. Doch im Sommer gehen die Flügel dank Anlässen auf unserem Hof und auswärts ebenfalls gut weg.» Die Schenkel kann Reto Wipf an Mittagstische und andere Institutionen liefern. Thai-Restaurants nehmen ihm Hühnerfüsse und -mägen ab, Hundehorte die Häuse.

## Möglichst alles brauchen

Und doch bleibt manchmal Pouletfleisch übrig, das in den Läden nicht vor dem Verkaufsdatum an die Kunden gebracht werden kann. Und genau dieses geht dann tiefgefroren in ein «Überraschungspäckli» von Too Good To Go.

Der Verkaufswert einer Portion beträgt im Beispiel etwa 18 Franken, die Kundinnen und Kunden zahlen knapp 6 Franken dafür. Was sie dafür bekommen? Jedes Mal etwas anderes, das gerade übrig bleibt. Mal sind Pouletschenkel und -flügel, mal Geflügelwienli oder Geschnetzeltes dabei.

Wipfs sind längst nicht jede Woche auf Too Good To Go aktiv, sondern nur nach Bedarf. Bei den Produkten achten sie peinlich genau auf Hygiene. «Die Lebensmittel, die wir über Too Good To Go vertreiben, sind einwandfrei», erklärt Reto Wipf. Sonst würde sich das schnell in den Bewertungen der Kundschaft niederschlagen. Doch der Martella-Hof kriegt viele Sterne, was den Landwirt freut: «Das ist ein guter Ausweis für uns.»

Wirtschaftlich sei der Verkauf über Too Good To Go nicht, sagt er. Doch darum geht es auch nicht. «Uns ist wichtig, dass man möglichst wenige Lebensmittel wegwirft», hält der Landwirt fest. «Es ist ohnehin unser Credo, dass man möglichst alles braucht.» Die Teilnahme an der App hat zudem einen gewissen Werbeeffekt und bringt neue Kunden auf den Martella-Hof –

eine andere Klientel als sonst, stellen Wipfs fest.

## Gespräche mit den Kunden

Das ist zusätzlich ein Bonus, denn wer auf den Betrieb kommt, kauft oftmals auch gleich noch andere Produkte ein. «Wichtig ist, dass der Verkauf über Too Good To Go nicht den sonstigen Verkauf konkurrenziert», konstatiert Reto Wipf. Doch das ist auf dem Martella-Hof nicht der Fall. Auch die landwirtschaftliche Aufklärungsarbeit gegenüber der nicht bäuerlichen Bevölkerung profitiert von der Essensrettung. Immer wieder gibt es Gespräche mit Nutzerinnen und Nutzern der App Too Good To Go. «Das sind jedoch vor allem die Leute, die wegen der Lebensmittelrettung kommen», differenziert der Marthaler Bauer. «Wer wegen dem Portemonnaie kommt, den interessiert das weniger.»

Die Zusammenarbeit mit Too Good To Go funktioniert sehr gut, ist er ausserdem zufrieden. Abgerechnet werde alle drei Monate. «Von den sechs Franken, die der Konsument für eine Portion zahlt, geht knapp die Hälfte an Too Good To Go. Ich erhalte noch gut 15 Prozent des ursprünglichen Verkaufspreises. Dies lohnt sich nur, weil wir jeweils am Freitag einen bedienten Hofverkauf haben. Wichtig ist, dass trotz dieser App der eigentliche Wert des Lebensmittels nicht vergessen geht», betont Reto Wipf.

## Der SBV kämpft gegen Food Waste

Seit einem Vierteljahr bewirbt der Schweizer Bauernverband (SBV) Too Good To Go bei den Bauern und motiviert Direktvermarkter zum Mitmachen. «Der SBV engagiert sich seit letztem Jahr mit einer Kampagne gegen Food Waste, gemeinsam mit rund 50 anderen Organisationen», erklärt Andrea Oldani, Leiterin der Online-Plattform «Vom Hof» beim SBV\*. Zu diesen Organisationen gehört auch Too Good To Go. Eine Zusammenarbeit bot sich an: Bei Direktvermarktern bleiben wie bei anderen Lebens-

mittelverkäufern immer wieder Esswaren «liegen», weil sie nicht gekauft werden. Oder im landwirtschaftlichen Sektor, weil sie nicht der gängigen Norm entsprechen. «Too Good To Go bietet die unkomplizierte Möglichkeit, sich anzumelden, etwas Gutes zu tun und erst noch einen kleinen Batzen zu verdienen», erklärt Andrea Oldani. Die Teilnahme an der App, das Handling der Einträge sowie die Abrechnung laufen direkt zwischen dem Betrieb und Too Good To Go. Der SBV unterstützt den bäuerlichen Auftritt kommunikativer. Die Landwirtschaftsbetriebe sollen keine finanziellen Mittel für die Werbung bereitstellen müssen. Zudem kann die Teilnahme am Anti-Food-Waste-Projekt auch auf vomhof.ch, der grössten Hofsuche der Schweiz, eingetragen werden, auf der sich Landwirtschaftsbetriebe mit ihren Angeboten der Öffentlichkeit präsentieren. «Für die Bauernfamilie ist dies zudem eine zusätzliche Möglichkeit, eine neue Klientel auf den Betrieb zu bringen – Leute, die sich zum Beispiel ökologisch engagieren und darum Nahrungsmittel retten wollen, holen diese ja auf dem Hof ab.» Andrea Oldani ist zufrieden, wie das Projekt angelaufen ist. Doch das Potenzial sei noch sehr viel grösser, ist sie überzeugt. Damit sich das Mitmachen lohnt, sollte die Direktvermarktung des Betriebs aber einen gewissen Umfang haben. «Doch jeder Bauer kann selber bestimmen, was er in das Überraschungspäckli von Too Good To Go gibt», hält Andrea Oldani fest und ergänzt: «Der Aufwand ist zudem nicht riesig. Pro Verteilung fallen etwa drei bis vier Portionen an, die so vertrieben werden.» Der SBV wird sich weiter dafür einsetzen, zusätzliche Höfe für Too Good To Go zu gewinnen, um dann auch diesen Teil der Food-Waste-Kampagne in die Öffentlichkeit zu tragen.

\* Weitere Infos: [www.toogoodto.go.ch/bauern](http://www.toogoodto.go.ch/bauern);  
Andrea Oldani, SBV, [www.vomhof.ch](http://www.vomhof.ch), Telefon  
056 462 52 03, [andrea.oldani@sbv-usp.ch](mailto:andrea.oldani@sbv-usp.ch)

## LANDFRAUEN KRÄUTER

### Sag Tschüss zu Warzen und Hallo zur Limo

Es ist wüchsiges Wetter: Die Flora in Feld und Wald läuft zu Hochform auf. Die Kräuterpädagogin Marlis Liechti ist nun viel draussen unterwegs. Für die Landfrauenecke stellt sie zwei Pflanzen vor, die typischerweise im Juni blühen.

Der Sommer kommt, die Thaynger Kräuterfachfrau Marlis Liechti ist in ihrem Element beim Kräutersammeln. Besonders schätzt sie zurzeit den Giersch oder «Baumtropfe». Aus ihm lässt sich unter anderem eine prickelnd frische Limonade zubereiten. Das Rezept sei gleich verraten, doch zuvor müssen Sammlerinnen und Sammler noch einiges dazu wissen.

Denn aus der Familie der Doldenblütler ist ausser dem Giersch nur gerade der Wiesenkerbel für die Küche verwendbar. Andere Vertreter der Doldenblütler sind giftig, etwa der Riesenbärenklau oder der Schierling.

Letzterer ist bekannt dafür, dass er im antiken Athen als Gebräu im «Schierlingsbecher» bei Hinrichtungen eingesetzt wurde, so zum Beispiel beim Philosophen Sokrates.

#### Man muss ihn wirklich kennen

«Den Giersch muss man daher hundertprozentig kennen\* oder eine Fachperson zu Rate ziehen», betont Marlis Liechti. Der Doldenblütler wächst meist an schattigen Orten. Seine weisse Blütendolde ist an einem Punkt «aufgespannt» und erinnert an einen Schirm.

Die Blattstiele sind markant dreikantig geformt, jene der Blütendolde rund. Dies macht den Giersch einzigartig. Wie bei allen Doldenblütlern bleibt beim Ausreissen der Pflanze zudem ein Stück Rizom hängen. Dieses Wurzelstück erinnert an einen Ziegenfuss. «Geissfuss» ist darum ein weiterer Name des Giersch. «Gärtner hasen den Giersch», erklärt Marlis Liechti weiter. «Er hat ein dichtes



BILD ZVG

Kräuterpädagogin Marlis Liechti liebt ihren Kräutergarten.

Wurzelgeflecht, und man wird ihn darum fast nicht los. Wer ihn also im Garten hat, sollte ihn nutzen.»

#### Giersch-Limonade

Ganz junge Blätter lassen sich wie Spinat zubereiten. Sein Aroma erinnert an junge Rüebli, sagt die Thayngerin. Die Giersch-Limo, welche sie hier vorstellt, kann man auch aus älteren Blättern zubereiten.

**Zutaten für 4 Personen:** 20 Stängel Giersch, 1 Stängel Gundermann\*\*, 1 Stängel Minze, 1 Liter Apfelsaft, ½ Liter Mineralwasser, Saft einer Zitrone. **Zubereitung:** Die 22 Stiele mit einer Schnur zu einem Sträusschen zusammenbinden. Dieses in den Apfelsaft hängen und mindestens 4 Stunden ziehen lassen. Das Sträusschen entfernen und Mineralwasser sowie Zitronensaft hinzufügen.

«Im Sommer ist das ein unvergleichlicher Durstlöcher», schwärmt Marlis Liechti und betont nochmals: «Aber eben, sammeln Sie nur, wenn Sie den Giersch sicher kennen.\*\* Oder fragen Sie sonst einen Experten.»

#### Unscheinbar, aber wirksam

Zur Familie der Mohngewächse gehört das Schöllkraut. Es mag den Schatten, ist mehrjährig und wird zwischen 30 und 70 Zentimeter hoch. Von April bis Oktober blüht es gelb, wobei die Blüten eher unscheinbar sind. Sie erinnern etwas an die Butterblume.

Doch anders als diese weist die Blüte des Schöllkrauts nur vier Blütenblätter auf, nicht fünf. Auffällig am Schöllkraut sind die Samenkapseln, die bis zu 4 Zentimeter lang werden. Blüten und Schoten können gleichzeitig an einer Pflanze auftreten.

#### Weg mit den Warzen

Viele Leute kennen das Schöllkraut als «Warzenkraut». Gegen Warzen setzt es auch Marlis Liechti ein. «Wenn man die Pflanze abreisst, tritt ein orange-gelblicher Saft aus. Eine solche Farbe bedeutet in der Natur «Achtung!». Das Schöllkraut darf von Laien nur äusserlich angewendet werden. Tupft man den Saft mehrmals täglich auf die Warze, bringt man diese oft zum Verschwinden. Es ist ein Versuch wert, bevor man in die Apotheke geht», meint die Thaynger Kräuterpädagogin und ergänzt: «Der Saft darf nur auf die Warze gegeben werden, er kann sonst Hautirritationen hervorrufen.» sbw

\* Wer mehr zum Giersch und anderen Kräutern wissen will, kann am kommenden Freitagnachmittag bei einer dreistündigen Führung mit Workshop dabei sein. Gebucht werden kann unter Telefon 079 566 39 55 oder per E-Mail marlis@kreativ-flower-power.ch.

\*\* **Porträt Gundermann:** siehe «Schaffhauser Bauer» vom 30. April 2020, Download auf [www.schaffhauserbauer.ch](http://www.schaffhauserbauer.ch).



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Das Schöllkraut: unauffällige Blüte, auffälliger Milchsaft.



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Giersch - nur wer ihn sicher kennt, sollte ihn sammeln.

*Gut, gibt's die  
Schaffhauser Landfrauen!*

## WOCHENMARKT SCHAFFHAUSEN

### «Wochenmarkt ist nicht wegzudenken»

Seit Dienstag findet der Schaffhauser Wochenmarkt wieder an seinem angestammten Ort in der Vorgasse statt. Was haben Umzug und Covid-19-Krise für die Marktfahrerinnen und Marktfahrer bedeutet? Josef Würms, Präsident des Schaffhauser Wochenmarkts, berichtet im Interview.

Schaffhauser Bauer: Josef Würms, der Herrenacker ist gross und hell - bedauern Sie, nun wieder in der Vorgasse zu verkaufen?

Josef Würms, Präsident Schaffhauser Wochenmarkt, Ramsen: Wir Marktfahrenden waren sehr dankbar, dass wir trotz Corona-bedingten Einschränkungen den Markt überhaupt wieder öffnen konnten. Es war für uns schwierig nachzuziehen, warum der Bund die Wochenmärkte schloss, im Detailhandel den Offenverkauf von Gemüse aber zulässig. Doch man ging beim Bund davon aus, dass auf einem Wochenmarkt die Anzahl Besucher nicht gemäss BAG-Vorschriften kontrolliert werden könnte.

Die Atmosphäre war auf dem Herrenacker gut. Doch sind die Stände weniger vor Wärme und Sonneneinstrahlung geschützt, als in der Vorgasse und das Frischgemüse hat gelitten. Doch macht genau die Frische unserer Produkte die Qualität auf dem Wochenmarkt aus. Darum begrüssen wir die Rückkehr in die Vorgasse.

Wie war der Umsatz auf dem Herrenacker?

Er lag etwa bei 60 bis 70 Prozent des normalen Umsatzes. Die Kundinnen und Kunden freuten sich sehr, dass sie sich nach dem Lockdown auf dem Wochenmarkt wieder mit tagesfrischem Gemüse und Obst eindecken konnten. Doch «Zufallskundschaft» blieb dort aus.

Inzwischen haben sich die Zeiten geändert und an der Vorgasse kommen auch wieder Touristen vorbei - vor allem aus der Schweiz -, die aufs Schiff wollen. Auch die hiesigen Leute verlassen vermehrt ihre Häuser und gehen an die frische Luft. Sie wollen in die Normalität zurück, und der Wochenmarkt gehört für sie zur Normalität dazu. Gerade Senioren besuchen den Markt jetzt wieder, aber mit viel Vorsicht bezüglich Covid-19.

Der Wochenmarkt ist damit weit mehr als nur eine «Folklore-Attraktion»?

Auf jeden Fall. Der Wochenmarkt ist für die Versorgung der Stadt mit Frischgemüse und frischem Obst nicht



BILD SANNA BÜHRER WINIGER

Heidi und Josef Würms sind froh, dass der Schaffhauser Wochenmarkt an die Vorgasse zurückkehren konnte.

wegzudenken. Zudem ist der Wochenmarkt ein wichtiger Arbeitgeber in der Region - wenn auch ein stiller. Ich schätze, dass rund 50 Leute während der Woche für den Markt arbeiten. Dienstags und samstags an den zwei Markttagen sind rund 80 Arbeitskräfte im Einsatz. Zudem ist der Markt auch ein wichtige Begegnungsstätte zwischen der Bevölkerung und den Bäuerinnen und Bauern.

Worum drehen sich die Gespräche?

Die Kundinnen und Kunden sind an der Produktion interessiert. Doch sie sind manchmal auch dankbar für Tipps, wenn das Gemüse im Garten nicht richtig wächst oder sie nicht wissen, wie sie etwas zubereiten sollen. Ein Kunde, der mir den Zweig eines Obstbaums mit Blattläusen zeigt und von mir einen guten Rat erhält, wird gerne immer wieder einkaufen kommen. Auch das ist eine Dienstleistung des Wochenmarkts. Und wir können diese nur erbringen, weil wir unsere eigenen Produkte verkaufen.

Der Bauer und die Bäuerin sind das Label des Stands. Für die Kunden ist es wichtig, uns persönlich zu begegnen. Das entscheidet beim Einkauf mit. Ich als Produzent wiederum muss meine Kundschaft direkt erleben können. Nur so kann ich heraus spüren, welche Bedürfnisse sie haben, was ich für sie produzieren soll.

Sie und Ihre Frau Heidi verkaufen schon seit über vier Jahrzehnten Obst auf dem Schaffhauser Wochenmarkt. Hat sich der Markt in den letzten Jahren verändert?

Seit drei, vier Jahren sehe ich vermehrt junge Mütter mit Kinderwagen auf dem Wochenmarkt. Die Ernährungsberatung wird umgesetzt, dass man Frisches zubereiten soll. Die junge Generation rückt nach.

Die Grenzen sind seit Montag wieder für den Einkaufstourismus offen. Ein Verlust an Kunden für den Wochenmarkt?

Der Verkauf von regionalen Frischprodukten hat mit der Corona-Krise zugenommen. Die Leute sind sich tendenziell bewusst, was sie an Frischprodukten haben.

Ob das so bleiben wird, kann ich zurzeit noch nicht beantworten. Leute, die nach Deutschland einkaufen gehen, sind in der Regel keine Wochenmarktkunden. Zu uns kommt jener Teil der Gesellschaft, der die Qualität, und die Frische regionaler Lebensmittel schätzt und etwas für die Region tun will.

Und für diese Kundinnen und Kunden wollen wir uns einsetzen. Es macht keinen Sinn, den Einkaufstouristen nachzustudieren. Wir setzen unsere Kraft dort ein, wo etwas zurückkommt. Interview: sbw

## SBLV

### «Ihr werdet es nicht bereuen!»

Die Thurgauerin Liselotte Peter hat während 11 Jahren im Vorstand des Schweizerischen Bäuerinnen- und Landfrauenverbandes (SBLV) mitgearbeitet. Per DV 2020 ist sie zurückgetreten. Eine Nachfolgerin wird derzeit in der Ostschweiz gesucht - für die Landfrauenverbände eine Chance, erneut im Vorstand vertreten zu sein.

Schaffhauser Bauer: Liselotte Peter, wer eignet sich als Vorstandsfrau des SBLV?



Liselotte Peter, ehemaliges Vorstandsmitglied SBLV, Kefikon: Das Wichtigste ist ein grundlegendes Interesse an allen Lebensbereichen der Landfrauen und der Bäuerinnen und der Wille, sich für «unsere» Frauen einzusetzen. Es muss zudem Freude machen, in Gremien mitzuarbeiten und sich einzubringen. Französischkenntnisse und Erfahrung in der Gremienarbeit sind sehr hilfreich. Belohnt wird frau mit vielen

spannenden Erlebnissen, sie lernt interessante Menschen aus verschiedenen Regionen der Schweiz kennen, erhält Einblick in die Zusammenhänge von Politik und Gesellschaft in der Schweiz und vieles mehr.

Gibt die Vorstandsarbeit viel zu tun?

Der Arbeitsaufwand ist recht unterschiedlich, je nachdem, welche Aufgaben übernommen werden. Der Vorstand tagt etwa achtmal pro Jahr, meist in Brugg AG, die Präsidentinnenkonferenz viermal in Bern. Dazu kommt die Mitarbeit in oder die Leitung von Arbeitsgruppen und Kommissionen und die eine oder andere Repräsentationsverpflichtung. Dazu sollte täglich etwas Zeit für die Mailbeantwortung und für spezifische Arbeiten im Zusammenhang mit Bereichsaufgaben eingerechnet werden. Es muss also mit einem Minimum von etwa 20 Tagen Arbeit ausser Haus gerechnet werden.

Vielleicht gibt es Ostschweizer Landfrauen, die sich gerne melden würden, sich aber nicht trauen. Ihr Appell?

## INFO

### Chance packen

Mitglieder des Verbands Schaffhauser Landfrauen (VSL), die Interesse an diesem Amt hätten und weitere Informationen möchten, melden sich bitte bei den Co-Präsidentinnen des VSL:

► **Unni Stamm-Andersen**, Telefon 052 649 36 41, oder  
► **Vrony de Quervain**, Telefon 079 599 47 16, 052 681 47 55, oder  
► **per Mail** an [praesidentin@landfrauen-sh.ch](mailto:praesidentin@landfrauen-sh.ch)  
Für die Ostschweiz ist es eine Chance, wieder im Vorstand des Dachverbands vertreten zu sein. Nutzen wir sie. sbw