# Naturpark Schaffhausen wächst

**Herbstversammlung /** 15 Gemeinden haben dem neuen Vertrag zugestimmt. Der Perimeter wird erweitert.

**OSTERFINGEN** Die Zeit, in der Kritiker des grenzüberschreitenden Schaffhauser Naturparks den Parkperimeter mit löchrigem Schweizer Käse vergleichen, dürfte bald vorbei sein. An der Herbstversammlung beim Naturparkwirt in der Bergtrotte Osterfingen dankte Hansruedi Meier seinem Team für die umfangreichen Vorbereitungsarbeiten für die zweite Betriebsphase von 2028 bis 2037. «Die gesetzlichen Grundanforderungen des Bundes an den Perimeter, wonach in der Schweiz eine zusammenhängende Fläche von mindestens 100 Quadratkilometern sichergestellt sein muss, sind bereits erfüllt», betonte der Präsident des Vereins Regionaler Naturpark Schaffhausen.



Die Tavolata im Hallauer Rebberg war das Naturpark-Highlight des Jahres. *(Bild Thomas Güntert)*

### Entwicklung der Region

Dem neuen Naturparkvertrag haben bisher 15 Gemeinden zugestimmt, wobei der neue Perimeter mit den Schweizer Gemeinden Merishausen, Siblingen und Neuhausen am Rheinfall erweitert wird. Neu kommen auch die deutschen Gemeinden Büsingen und Dettighofen hinzu, die allerdings über die Naturparkförderung des Bundeslandes Baden-Württemberg unterstützt werden.

Der Schaffhauser Regierungsrat Martin Kessler betonte die Bedeutung des Naturparks für den Landschafts- und Kulturerhalt sowie die wirtschaftliche Entwicklung der Region. Geschäftsführer Christoph Müller erwähnte, dass der Bund für die Jahre 2027 und 2028 in einem Sparprogramm beim Bundesamt für Umwelt eine Kürzung der Bundesmittel um drei Prozent vorsieht. «Wir müssen langfristig mit noch restriktiveren Vorgaben rechnen, doch dank des hohen Drittmittelanteils verfügen wir über eine stabile finanzielle Basis», sagte Müller.

### 30 Hektaren Landfläche

Bisher wurden im Regionalen Naturpark Schaffhausen 287 Produkte von 19 Produzenten mit dem nationalen Produktelabel zertifiziert, womit jährlich ein Umsatz von rund vier Millionen Franken erwirtschaftet wird. Zudem wurden acht Naturpark-Hotels und 21 Naturpark-Wirte ausgezeichnet. In diesem Jahr wurden im Parkperimeter rund 30 Hektaren Landfläche und zwei Hektaren Gewässer gepflegt und aufgewertet, vier Obstbaumschnittkurse durchgeführt, Hochstammobstbäume vergünstigt abgegeben, sowie Gelbsenf und regionales Saatgut kostenlos verteilt.

«Ein grosser Erfolg war wieder die Tavolata im Hallauer Rebberg, die an drei Abenden im August mit jeweils 100 Teilnehmenden innerhalb kurzer Zeit ausverkauft war», sagte Pia Sulser, die den Bereich Tourismus leitet.

### «Ziit zum Zuelose»

Weniger positiv entwickeln sich hingegen die national koordinierten Firmeneinsätze, die in den vergangenen Jahren gute Einnahmen generierten. Christoph Müller erwähnte, dass die national koordinierten Einsätze zurückgegangen seien, obwohl das Netzwerk Schweizer Pärke im engen Kontakt mit grossen Schweizer Konzernen und Unternehmen stehe. In diesem Jahr wurden lediglich sieben Firmeneinsätze gebucht, die Teilnehmerzahl sank gegenüber dem Vorjahr deutlich von 186 auf 88 Personen. «Das Problem ist die Konjunktur», sagte Müller und wies auf Sparmassnahmen aufgrund von Stellenkürzungen hin.

Ein aktuelles Projekt ist der Audiorundgang «Ziit zum Zuelose», der auf dem Projekt «Baukultur im Naturpark» aufbaut. Für jede Gemeinde wurde eine Chronik zum kulturellen Erbe erstellt, ergänzt mit einem Audiorundgang. Dazu werden Informationstafeln installiert, auf denen via QR-Codes Erzählungen von Zeitzeugen in Originalton abgerufen werden können. *Thomas Güntert*

## ARENA

# «Wertschöpfung» ist das neue Modewort

In der Schweizer Agrarpolitik hat ein Begriff Hochkonjunktur: Wertschöpfung. Kaum ein parlamentarischer Vorstoss kommt heute ohne ihn aus. Mehr Wertschöpfung in der Milchproduktion, mehr Wertschöpfung entlang der gesamten Lebensmittelkette, mehr Wertschöpfung durch Preis- und Marktbeobachtung. Das klingt gut. Doch was ist damit eigentlich gemeint?

Höhere Zulagen, mehr Absatzförderung und zusätzliche staatliche Eingriffe – etwa in Form einer Preismeldepflicht an den Bund – sollen die Wertschöpfung verbessern. Doch höhere staatliche Beiträge sind zunächst einmal höhere staatliche Beiträge. Sie können Einkommen sichern, Produktionsstrukturen erhalten und gesellschaftlich erwünschte Leistungen abgelten. Aber sie schaffen nicht automatisch zusätzlichen wirtschaftlichen Nutzen.

Wertschöpfung entsteht dort, wo es gelingt, aus vorhandenen Ressourcen mehr zu machen: durch Innovation, bessere Produkte, effizientere Prozesse – also Kosteneinsparungen und eine stärkere Position gegenüber den Abnehmern. Das ist eine unternehmerische Aufgabe. Der Staat kann dafür gute Rahmenbedingungen schaffen. Er kann die Wertschöpfungsaufgabe aber nicht stellvertretend übernehmen.

Die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft braucht deshalb nicht einfach mehr staatliche Unterstützung, sondern eine Agrarpolitik, die dem bereits heute vorhanden Innovationswillen der Schweizer Bäuerinnen und Bauern etwas mehr Auslauf gewährt. Denn eine Branche, deren wirtschaftliche Perspektiven von zusätzlichen staatlichen Beiträgen abhängen, hat nicht zwangsläufig mehr Wertschöpfung geschaffen. Sie hat möglicherweise einfach ihre Abhängigkeit vergrössert.

Ein Beispiel ist die Absatzförderung: Mehr Werbung mit Bundesgeld kann den Absatz steigern. Ob daraus jedoch tatsächlich zusätzliche Wertschöpfung entsteht, hängt davon ab, ob neue Märkte erschlossen, Konsumtrends entsprochen wird oder höhere Preise erzielt werden.

ZUR PERSON



Christof Dietler

Christof Dietler lebt im bündnerischen Haldenstein und ist Mitinhaber der Agentur Pluswert.

Interessant ist die Motion «Zielvereinbarungen für mehr Wertschöpfung und Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft»: Sie verlangt, dass der Bund die gesetzlichen Grundlagen schafft, um mit dem Detailhandel Zielvereinbarungen abzuschliessen. Der kritische Punkt hierbei ist, dass es nicht mehr nur um die Förderung einzelner Produktionsbereiche geht, sondern um eine stärkere staatliche Einflussnahme auf die Wertschöpfungskette. Die Frage ist, ob solche Vereinbarungen die Nachfrage nach nachhaltig hergestellten Produkten tatsächlich stärken – oder ob sie dazu dienen, bestimmte Produktions- und Absatzbedingungen politisch festzuschreiben. Auch hier gilt: Ein politisch vereinbarter Absatz- oder Produktionsstandard ist noch keine zusätzliche Wertschöpfung. Ich befürchte, dass weitere Vorstösse den Markt in die Wandelhalle statt in die Markthalle ziehen. «Verpolitisierung des Marktes» nennt man das.

Wertschöpfung entsteht aus der Gesamtleistung abzüglich der Vorleistungen. Darin liegt eine echte Herausforderung für die Landwirtschaft. Hohe Wertschöpfung resultiert häufig durch Verarbeitung, Differenzierung oder starke Marken. Wenn die Landwirtschaft daran teilhaben will, ist das anspruchsvoll, auch wegen der Macht des Handels. Hier sind Strategien gefragt – am besten gemeinsam mit passenden Unternehmen in der Wertschöpfungskette. Ich sehe an vielen Orten, dass das funktioniert. Und das ohne mehr Politik. Mehr staatliche Unterstützung führt nicht automatisch zu mehr Wertschöpfung.

## INNOVATIONSFORUM ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT 2026

# Drohnen als «Gamechanger»?

Ob beim Smart Farming, beim effizienten Monitoring grossflächiger Kulturen oder in der Logistik der Zukunft: Drohnen verändern die Land- und Ernährungswirtschaft. Welche Rolle sie dabei spielen, ist Thema des Innovationsforum Ernährungswirtschaft. Die Tagung findet am 24. November auf dem Gelände der Swiss Future Farm in Tänikon statt. Es berichten sowohl Forschende als auch Praktikerinnen und Praktiker. Ein Beispiel dafür ist die Firma «Pflanzefinder», welche mittels Drohne Blacken präzise lokalisieren kann. Kosten: 84 Fr. Anmeldung unter www.ost.ch. *stü*



Mehr als nur Spielerei: Drohnen sind echte Gamechanger für die gesamte Lebensmittelwertschöpfung. *(Bild Alexandra Stückelberger)*


## IMPRESSUM

115. Jahrgang des «Zentralblatts Land- und Milchwirtschaft», 49. Jahrgang der «Brugg-Informationen», ISSN 1422–5271. Erscheinungsweise: wöchentlich am Freitag.
**Auflage:** 25 025 Exemplare verbreitete Auflage, beglaubigt WEMF 2026, Grossauflage 9-mal jährlich 42 865 Exemplare, 172 000 Leserinnen und Leser, MACH Basic 2018-1.
**Auflage Nordwestschweiz, Bern und Freiburg:** 8727 Exemplare, Grossauflage 15 355 Exemplare.
**Auflage Ostschweiz und Zürich:** 6266 Exemplare, Grossauflage 12 919 Exemplare.
**Auflage Zentralschweiz und Aargau:** 10 032 Exemplare, Grossauflage 14 591 Exemplare.
**Herausgeberin:** Schweizer Agrarmedien AG, Talstrasse 3, 3053 Münchenbuchsee
**Geschäftsführung:** Peter Neumann. **Chefredaktorin:** Simone Barth (sb). **Online:** Eric Morgenthaler (emg).
**Regionalteil Nordwestschweiz, Bern und Freiburg in Münchenbuchsee:** redaktion.be@bauernzeitung.ch, Tel. 031 958 33 17, Leitung: Peter Fankhauser (pf).
**Regionalteil Ostschweiz und Zürich in Lindau:** redaktion.ost@bauernzeitung.ch, Tel. 052 222 77 28, Leitung: Lisa McKenna (lmc).
**Regionalteil Zentralschweiz und Aargau in Sursee:** redaktion.sursee@bauernzeitung.ch, Tel. 041 925 80 29, Leitung: Josef Scherer (js).
**Redaktion:** Isabel Althaus (isa), Reto Betschart (reb), Armin Emmenegger (aem), Jeanne Göllner (jgl), Anita Märki (am), Claudia Moser (cm), Samuel Otti (sot), Jil Schuller (jsc), Alexandra Stückelberger (stü), Geraldine Wälchli (gw), Muriel Willi (mw), Andrea Wyss (aw). **Praktikantin:** Alissa Scheuermeier (as).
**Abschlussproduktion:** Silvia Caduff, Livio Janett (lja).
**Redaktionsadresse:** Talstrasse 3, 3053 Münchenbuchsee, Tel. 031 958 33 22, E-Mail: redaktion@bauernzeitung.ch, Internet: www.bauernzeitung.ch
**Druck:** CH Media Print AG, Im Feld 6, 9015 St. Gallen
**Anzeigenmarketing:** Schweizer Agrarmedien AG, Talstrasse 3, 3053 Münchenbuchsee, Tel. 031 958 33 33, E-Mail: verlag@bauernzeitung.ch
**Inserateschluss:** Montag, 12.00 Uhr
**Anzeigenpreise:** www.bauernzeitung.ch/mediadaten
**Abonnementsverwaltung:** BauernZeitung, Talstrasse 3, 3053 Münchenbuchsee, Tel. 031 958 33 37
**Abonnementspreis:** Fr. 175.– inkl. MwSt.