

Der Blick über den Tellerrand

US-amerikanische Landwirtschaft kennenlernen



Bullenherde auf der Audubon Ranch in Florida.

Fotos: Anne Byrenheid

Anne Byrenheid

Unendliche Weiten, riesige Betriebe mit endlosen Feldern und Feedlots. So stellt man sich die Landwirtschaft in den USA vor. Dass diese jedoch mindestens genauso vielfältig ist wie die Strukturen in Deutschland, durften sechs Teilnehmer aus ganz Deutschland bei einer knapp zweiwöchigen Reise in den Osten der USA erleben. Das Programm der 2019 McCloy Leadership Mission on Agriculture, Food, Security and Resource Scarcity – durch das American Council on Germany organisiert – war vollgepackt mit Besuchen von 26 Betrieben in vier Staaten, einem Besuch der Deutschen Botschaft und beim USDA, dem US-amerikanischen Landwirtschaftsministerium.

Direktvermarktung nutzt Stadtnähe

Ausgangspunkt unserer Reise war Washington D.C. Rund um die Hauptstadt der USA in den Staaten Maryland und Virginia haben die Betriebe auf eindrucksvolle Art und Weise gelernt, von der kaufkräftigen Bevölkerung zu profitieren. Die beiden Staaten liegen in der Liste des BIP auf den Plätzen 13 und 15, also im oberen Drittel. Wir haben hier Familienbetriebe gesehen, die zum Teil in vierter Generation geführt wurden und sich voll und ganz auf die Direktvermarktung spezialisiert haben.

„Heile Welt“ vermarkten

Grundsätzlich geht es darum, den Verbrauchern, die zum größten Teil aus den Städten kommen, ein einzigartiges Erlebnis rund um die Produkte des Betriebes zu bieten. Das Repertoire reichte von einer zur Hochzeits-Location umgebauten Scheune, bei der ausschließlich Wein angeboten wurde, der auf der eigenen Farm hergestellt wurde, bis hin zu Plantagen mit Apfel- und Pfirsichbäumen, Kürbisfeldern und Gewächshäusern mit Himbeeren, die ausschließlich als „pick your own“ – also zum Selberpflücken – angebaut wurden. Abgerundet wird das Angebot dann durch Traktorfahren, Strohhüpfburgen, Streichelzoos oder

Kürbis-Kanonen. Essenziell ist bei diesen Konzepten auch der Auftritt in sozialen Medien. Insgesamt geht es darum, ein „heile Welt“ zu schaffen, in die man aus dem hektischen Alltag der Großstadt entfliehen kann. Regionalität spielt dabei eine große Rolle, Produktionsstandards oder ökologisch angebaute Produkte haben hier oftmals eine weniger wichtige Rolle gespielt. Dafür waren die Verbraucher auch bereit, mehr Geld zu bezahlen. Voraussetzung: Das Gesamtkonzept passt.

Erfolgsmodell Agritainment

Besonders beeindruckend war dabei beispielsweise die Farm Butlers Orchard mit einer Fläche von rund 18 Hektar, die voll arrondiert um die Betriebsstätte liegt. In der Saison besuchen diesen Betrieb jedes Wochenende bis zu 10.000 Menschen, die einfach ein paar schöne Stunden auf dem Bauernhof verbringen wollen, ihr eigenes Obst und Gemüse pflücken und ihre Kürbisse für die nächste Halloween-Party kaufen. All das lässt sich unter einem äußerst passenden Begriff zusammenfassen: Agritainment – eine Mischung aus Landwirtschaft und Entertainment.

Versicherungen statt Direktzahlungen

In Virginia hatten wir die Gelegenheit, mit Jay Yankey von der Price William Soil & Water Conservation Services, ei-



Kälberställe auf der Farm der Crave Brother's in Wisconsin.



Gruppenbild auf der Treinen Farm in Wisconsin (v.l.n.r.): Mandy Masters, Wisconsin Farm Bureau, Jonas Kaufmann, stellvertretender Landesvorsitzender des Bundes Badischer Landjugend und Vorstandsmitglied des BLHV, Lisa Hansen-Flüh, Referentin, Bauernverband Schleswig-Holstein, David Spies, Vorsitzender Landjugend Rheinhessen Pfalz, Anne Byrenheid, Referentin Thüringer Bauernverband, Sven Deter, Vizepräsident Landesbauernverband Brandenburg und Markus Müller, Bezirksgeschäftsführer Schwaben, Bayerischer Bauernverband

nem Verband, der sich für die Verbesserung der Wasser- und Bodenqualität einsetzt, zu sprechen. Dieser bietet beispielsweise eine Düngeplanung für die Betriebe an. Aus den Gesprächen mit Jay und anderen Farmern erfuhren wir, dass in den USA ein anderer Ansatz der Agrarpolitik gelebt wird. Die Landwirte erhalten keine Direktzahlungen oder Subventionen. Vielmehr arbeiten sie mit Programmen zur Risikominimierung. Dabei gilt: Es gibt nichts, was man nicht versichern kann. Es gibt also viele verschiedene Programme, um seinen Betrieb gegen Markt- und Wetterrisiken abzusichern. Dabei ist jeder Farmer völlig frei in seiner betrieblichen Entscheidung. Zudem gibt es freiwillige Umweltprogramme.

Im amerikanischen Milchland

Die nächste Station führte uns in den Norden der USA, nach Wisconsin. In Wisconsin ist die Landwirtschaft der Haupterwerbszweig. Vor allem die Milchproduktion spielt eine große Rolle, so dass der Staat auch den Namen „America's Dairyland“ trägt. Auch hier standen die Landwirte in den letzten Jahren unter enormem Kostendruck. Allein in 2018 hätten rund 700 Milchviehhalter aufgegeben. Aus Gesprächen haben wir erfahren, dass sich auch der Wegfall der Milchquote auf den Milchmarkt in den USA ausgewirkt hat. Ein Farmer berichtete uns beispiels-

weise vom Zusammenbruch des Milchpulvermarktes. Der niedrigste Milchpreis der vergangenen Jahre lag bei 21 ct/kg. Derzeit erhalten die Farmer im Schnitt 41 ct/kg Milch. Auch in Wisconsin war ein deutlicher Strukturwandel der landwirtschaftlichen Betriebe zu beobachten. Spezialisierung spielte ebenfalls eine große Rolle.

Vom Norden in den Süden

Vom kalten Norden ging es anschließend weiter ins warme Florida. Besonders beeindruckend war hier die Besichtigung eines Grünlandbetriebes. Auf voll arrondierten 4.800 Hektar wurden Angus, Charolais und Brahman gezüchtet. Nach saisonaler Abkalbung werden die Kälber rund 150 Tage aufgezogen und gemästet, bevor sie verkauft und in Feedlots weiter gemästet werden. Jeder Bulle bekommt dabei etwa 20 bis 25 Kühe zugeteilt. Eine Tierkennzeichnung mit Ohrmarken erfolgt nicht. Jedoch werden alle Tiere geimpft und mit einem Hormondepot versehen, was sich positiv auf das Wachstum und die Fleischqualität auswirken soll.

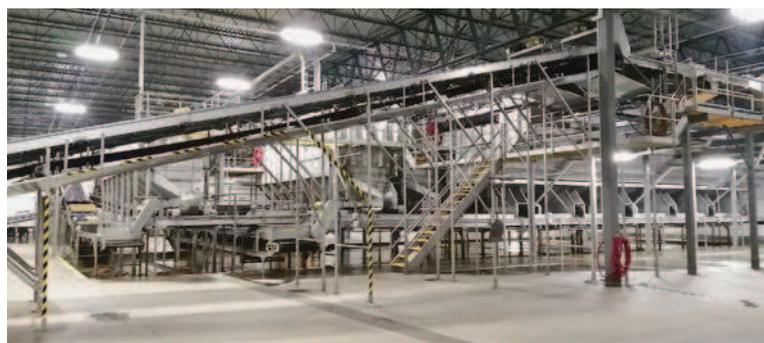
Mitglieder profitieren von Versicherungen

Im Gespräch mit den Mitarbeitern der verschiedenen Bauernverbände in den Staaten war interessant zu erfahren, welche Rolle sie für die Politik, aber auch für die Landwirte selbst spielen. Grundsätzlich bezahlen die Mitglieder in den USA einen festen Mitgliedsbeitrag pro Jahr, unabhängig von der Betriebsfläche. Das Farm Bureau in Wisconsin hat beispielsweise 47.000 Mitglieder, wovon jedoch nur die Hälfte Landwirte sind. Neben den Farmern sind viele Menschen der ländlichen Bevölkerung Mitglieder im Verband. Grund dafür sind die Leistungen – vor allem Versicherungen –, von denen die Mitglieder profitieren können.

Handelspolitik von Präsident Trump bereitet Sorgen

Die Reise hat verdeutlicht, dass die Farmer in vielen Bereichen mit ähnlichen Problemen konfrontiert sind. Jedoch werden die Diskussionen oft von einem anderen Ausgangspunkt geführt, als es bei uns der Fall ist. Zunehmend zu schaffen macht den Farmern die Handelspolitik von Präsident Trump, so dass dessen Politik auch sehr differenziert bewertet wird. Von Zustimmung bis zu totaler Ablehnung haben wir alle Meinungen erlebt. Aber auch die Einwanderungspolitik bereitet vielen Farmern Sorge.

Anne Byrenheid ist Referentin für Nutztierhaltung und Tierschutz beim Thüringer Bauernverband in Erfurt.



Kartoffelsortieranlage auf der Heartland Farm in Wisconsin.