



## Agrarfamilie des Jahres

### **Familie Augst möchte den Titel holen**

#### **Helmenzen.** Familie Augst möchte den Titel holen

Im Rahmen des Wettbewerbs „Agrar-Familie 2019“ hat das Netzwerk Agrarmedien in diesem Jahr wieder deutschlandweit Bauernfamilien gesucht, die generationenübergreifend innovative Betriebskonzepte umsetzen, indem sie den Betrieb für die Zukunft fit machen, das Leben im Dorf bereichern, ihre Heimat oder das Bild der Landwirtschaft in der Gesellschaft verbessern. Aus dem Verbreitungsgebiet der Rheinischen Bauernzeitung nimmt in diesem Jahr Familie Augst aus Helmenzen im Westerwald als Finalist an der Endrunde teil. Nachfolgend stellt Familie Augst sich vor.

Wir sind die Familie Augst: Helmut (78 Jahre, Landwirtschaftsmeister), Matthias (39 Jahre, Landwirtschaftsmeister), Silke (41 Jahre, in der Ausbildung zur Bauernhofpädagogin), Malte (11 Jahre) und Jendrik (5 Jahre). Wir bewirtschaften in Helmenzen im Kreis Altenkirchen im Westerwald einen konventionellen Familienbetrieb in der siebten Generation und leben dort zusammen auf unserem Hof. Die drei wesentlichen Standbeine unseres Betriebs sind der Ackerbau (120 ha), die Milchviehhaltung (50 melkende Kühe im automatischen Melksystem plus eigene Nachzucht) und die Legehennenhaltung (im Mobilstall) mit Direktvermarktung. Die Bewirtschaftung des Grünlands (95 ha) dient der Futtergewinnung für unsere Tiere.

#### **Arbeiten in geschlossenen Kreisläufen**

Die nachhaltige Bewirtschaftung der verschiedenen Teilbereiche wird von Generation zu Generation weitergegeben. Wir sind stets darauf bedacht, auf unserem Hof in geschlossenen Kreisläufen zu arbeiten. Hier treffen Tradition und

Innovation aufeinander. Alle Ressourcen sollen möglichst gut genutzt werden und zur Nachhaltigkeit beitragen. So heizen wir z. B. mit der Abwärme der Milch unser Haus, haben eine hofeigene Pflanzenkläranlage und betreiben eine Fotovoltaikanlage. Eine weite Fruchtfolge auf dem Acker ist unumgänglich. Deshalb bauen wir Raps, Wintergerste, Roggen, Weizen, Triticale und Hafer an. Mais und Luzerne dienen ebenfalls als Futter für unsere Kühe. Seit diesem Jahr bauen wir auch Kartoffeln für die Direktvermarktung an. Um den Boden möglichst zu schonen, arbeiten wir schon seit 2002 pfluglos. Der Humusaufbau erfolgt zu einem großen Teil durch die Produktion und Ausbringung unseres Festmists, da das komplette Jungvieh, die tragenden Rinder und die trockenstehenden Kühe auf Stroh stehen. Seit mehreren Jahrzehnten haben wir keine Kühe zugekauft. Dadurch können wir uns von sämtlichen Krankheiten im Stall, wie z. B. Mortellaro, freisprechen. Die Besamung der Tiere erfolgt durch einen Besamungstechniker. Dabei ist es uns wichtig, möglichst langlebige und gesunde Tiere zu erzeugen. Die Milchleistung ist dabei erst einmal zweitrangig. Die durchschnittliche Verweildauer der Kühe auf unserem Hof beträgt 7,5 Jahre, Tendenz steigend. Somit ergibt sich eine Remontierungsrate von 16 - 17 %. Da wir dadurch keine so große eigene Nachzucht benötigen, können wir es uns erlauben, ausgewählte Tiere mit einer Fleischrasse zu besamen. Diese Kälber behalten wir dann zu einem Drittel zur eigenen Mast und können dieses Fleisch unseren Kunden in der Direktvermarktung anbieten. Daraus ergibt sich der weitere Vorteil, dass die komplette Biestmilch aller Kühe durch die Masttiere verwertet werden kann.

### **Milchkrise machte ein Umdenken erforderlich**

Die Idee, in die Direktvermarktung einzusteigen, entstand nach den Jahren 2016 und 2017. Die Milchkrise, eine verregnete Ernte und der nicht anziehende Milchpreis unserer Molkerei im Folgejahr erforderten ein Umdenken. Den ersten Schritt machten wir mit der Kündigung der damaligen Molkerei und dem Beitritt zur Milcherzeugergemeinschaft Rheinland-Pfalz/Saarland. Leider hielt das gute Gefühl, etwas zum Positiven verändern zu können, nur wenige Wochen an und

wir mussten uns mit der Insolvenz der Berliner Milcheinfuhr-Gesellschaft Anfang 2018 auseinandersetzen. Durch den unermüdlichen Einsatz unserer MEG konnte das Schlimmste verhindert werden und wir fanden einen neuen Abnehmer für unsere Milch. Der Auszahlungspreis war jedoch wieder nicht akzeptabel. Dies erforderte ein schnelles Handeln und wir investierten aus eigener Kraft in unser erstes Hühnermobil. Die Vermarktung der Eier lief von Anfang an problemlos. Schnell wurde klar, dass dies ein neues Standbein für unseren Betrieb werden könnte. Wir verkauften mehr Milch ab Tank, ließen aus unseren Eiern Nudeln herstellen, nahmen das Mehl der ortsansässigen Mühle, die wir seit Jahrzehnten beliefern, in unser Sortiment mit auf genauso wie den Honig eines Imkers, der seine Bienenstöcke an unseren Feldern und Wiesen aufstellt. Um möglichst wenig zusätzliche Arbeitszeit investieren zu müssen, findet der Verkauf unserer Produkte immer täglich zwischen 17 und 18 Uhr zu unserer Stallzeit statt.

Heute, ein Jahr später, gibt es ein zweites Hühnermobil, um unseren Kunden konstant Eier anbieten zu können, und ein Verkaufshäuschen für die Eier, die dort auf Vertrauensbasis angeboten werden. Dies wird sehr gut und dankend angenommen. Seit wir denken können, setzt sich unsere Familie dafür ein, die nachhaltige konventionelle Landwirtschaft in der Öffentlichkeit zu präsentieren. Schon Mitte der 80er Jahre luden Helmut und Denise Augst Kindergarten- und Schulkinder ein, den Betrieb zu besuchen, um ihnen die Herkunft der Lebensmittel nahezubringen. Dies schien nach der Aussiedlung im Jahr 1995 noch wichtiger zu werden. Matthias übernahm diesen Part. Seitdem kamen auch Abiturjahrgänge auf den Hof, um mehr über die Landwirtschaft zu erfahren. Erst im Jahr 2017 entschlossen wir uns dazu, den Betrieb als offiziellen „Lernort Bauernhof“ zertifizieren zu lassen. Dieser Teil der Öffentlichkeitsarbeit nahm immer mehr Zeit im täglichen Arbeitsablauf in Anspruch und wir wollten dadurch die Qualität der Besuche erhöhen und den Besuchern einen Anreiz geben, unsere Arbeitszeit durch eine kleine Aufwandsentschädigung mehr wertzuschätzen. Dafür setzte sich Silke ein und besucht die geforderten Fortbildungsveranstaltungen. Alleine in diesem Jahr haben uns bis jetzt schon über 20 Gruppen besucht. Generell ist es uns ein großes Anliegen, für die

Menschen, die sich für Landwirtschaft interessieren, ein Ansprechpartner für Fragen und Informationen aus erster Hand zu sein. Gerade in der heutigen Zeit, in der landwirtschaftliche Skandale fast täglich die Medien bestimmen, möchten wir ein reales Bild vermitteln.

### **Landwirtschaft ist Leidenschaft**

Landwirtschaft ist Leidenschaft. Viele Familien wie wir engagieren sich mit Herzblut, um für unsere Mitmenschen qualitativ hochwertige Lebensmittel zu erzeugen. Wir finden, es ist auch die Aufgabe der Landwirte, den Kunden dies zu vermitteln. Aus dieser Überzeugung haben sich für uns weitere Projekte im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit ergeben und entwickelt. Seit 2016 sind wir auf Facebook mit unserer Hofseite „Augst Farming“ unterwegs. Über 1.000 Follower verfolgen regelmäßig, was sich bei uns auf dem Hof tut. Seit letztem Jahr sind wir bei der Initiative [www.denkanstoß-agrar.de](http://www.denkanstoß-agrar.de) vertreten. Auf der Internetseite stellen wir unseren Betrieb und unsere Arbeit vor, aber auch bei Aktionen wie Messe- und Wochenmarktbesuchen waren wir dabei, um vor Ort Rede und Antwort zu stehen. Gerne laden wir auch die Lokalpresse ein, um über unsere Arbeit zu berichten. Die schönsten Anlässe gab es dazu 2008 und 2014, als Matthias zum besten Ackerbauern Deutschlands gekürt bzw. in der Kategorie Ackerbauer für den Ceres Award nominiert wurde. Natürlich unterstützen solche Auszeichnungen positiv, vor allem, wenn man dabei authentisch bleibt. Mit unseren regelmäßigen kostenlosen Hofführungen und der „Tour de Flur“, die in diesem Jahr gestartet ist, gelingt es uns, Anwohner, an der Landwirtschaft Interessierte aus umliegenden Regionen sowie Kollegen über unsere tägliche Arbeit zu informieren. Dabei ist es uns wichtig, dass unsere Familie als Einheit auftritt. Dies zeigt den Teilnehmern, dass solch ein Betrieb nur existieren kann, wenn alle dahinterstehen und mit anpacken. Und nicht zuletzt trägt auch der tägliche Verkauf unserer Produkte ab Hof dazu bei, die Kunden wieder für unsere heimische Landwirtschaft zu begeistern, sich damit auseinanderzusetzen, wo die Lebensmittel herkommen, und vielleicht auch zu hinterfragen, ob das, was man in den großen Medien alles so sieht und wie es dargestellt wird, immer seine Richtigkeit hat. Für die kommenden

Jahre haben wir uns vorgenommen, das dritte Standbein, die Direktvermarktung, weiter auszubauen, um die Wertschöpfung wieder mehr im Betrieb zu halten und somit eine Grundlage zu schaffen, falls die achte Generation irgendwann einmal übernehmen möchte. Wenn Ihnen unser Konzept gefällt und wir sie mit unserer Arbeit überzeugen können, würden wir uns über Ihre Stimme beim bald beginnenden Voting sehr freuen. Jede Stimme zählt.