



INTERVIEW MIT MARTIN SAUTER

«Wer Beeren selber pflückt, entwickelt einen anderen Bezug zur Landwirtschaft.»

Martin Sauter hat es sich zur Aufgabe gemacht, ein kostenloses digitales Verzeichnis aller Selbstpflücker-Angebote in der Schweiz anzubieten. Damit möchte er nicht nur mehr Schweizer*innen dazu bringen, mehr regionale und saisonale Produkte zu konsumieren, sondern auch die Schweizer Bauern unterstützen.

Interview mit Martin Sauter, Inhaber von Metoki GmbH aus Zürich und Mitgründer von «selberpfluecken.ch»

Erzählen Sie uns etwas über Ihr Projekt «Selber pflücken». Wann und wie ist die Idee entstanden?

«Ehrlich gesagt, ging es uns am Anfang weniger um Beeren als darum, eine Webseite mit einer Landkarte zu programmieren, auf der man Angebote eintragen kann. Ich arbeitete damals (das war wohl im Jahr 2007) in einer Web-Agentur und mich hat interessiert, wie man eine solche Webseite technisch umsetzen kann.

Die Idee mit den Beeren kam mir und meinem Bürokollegen dann spontan beim Mittagessen.»

Wieso finden Sie es wichtig, eine solche Plattform zur Verfügung zu stellen? Warum sollten die Schweizer*innen mehr selber pflücken?

«Ich denke, dass viele Menschen kaum noch einen Bezug zur Landwirtschaft und zur Lebensmittelproduktion haben. Ich finde es wichtig zu wissen, woher das Essen kommt, wie es angebaut und verarbeitet wird. Wer seine Erdbeeren, Äpfel oder Bohnen selbst auf einem Feld erntet, lernt eine ganze Menge über

Lebensmittel. Davon abgesehen ist selber pflücken aber auch einfach ein befriedigendes und schönes Erlebnis, besonders für Kinder.»

Was ist Ihr persönlicher Bezug zu Beeren, Obst und der Schweizer Landwirtschaft?

«Ich bin zwar auf dem Land aufgewachsen, habe aber keinen besonderen Bezug zur Landwirtschaft. In unserem Garten gab es zu meinem Leidwesen nichts Essbares, nur Blumen und Sträucher. Ich habe es aber immer genossen, bei unseren Nachbarn Johannisbeeren und Stachelbeeren zu pflücken. Es ist mir aber ein grosses Anliegen, dass wir eine umweltverträgliche Landwirtschaft pflegen. Dazu gehört, dass man regionale und saisonale Produkte konsumiert – und genau dazu soll unsere Webseite anregen.»

Wie funktioniert das Verzeichnis? Muss man sich anmelden oder suchen Sie auch aktiv nach neuen Bauernhöfen?

«Die Website ist frei zugänglich und kostenlos, sowohl für die Pflücker*innen als auch für die Produzent*innen. Einen Teil der Angebote haben wir selbst recherchiert, ein Teil basiert auf Meldungen von den einzelnen Höfen, die uns immer willkommen sind. Wer selber pflücken möchte, kann die Angebote nach Produkten filtern und sieht dann auf Anhieb, wo es in der Umgebung eine entsprechende Möglichkeit gibt.»

Decken Sie alle Arten von Landwirtschaft bzw. Produktionsmethoden ab?

«Ja, soweit wir das als Nicht-Fachleute überblicken können. Wir sind in erster Linie eine Web-Agentur und haben einfach versucht, eine sinnvolle Kategorisierung zu schaffen, damit Konsument*innen eine gewisse Transparenz haben, insbesondere wenn sie Wert auf nachhaltig produzierte Lebensmittel legen.»



Gibt es Herausforderungen bei der Pflege der Webseite? Wie zeitaufwendig ist das Projekt?

«Einerseits muss eine Webseite alle paar Jahre grundlegend überarbeitet werden und das bedeutet schnell einmal zwei bis drei Wochen Arbeit. Andererseits müssen wir die Daten aktualisieren, wenn sich ein Hof meldet – das ist an sich keine grosse Sache, läppert sich aber zusammen. Besonders im Frühling bekommen wir fast täglich E-Mails in diesem Zusammenhang.»

Haben Sie Zahlen, wie viele Personen sich auf dem Verzeichnis bewegen?

«Das schwankt je nach Jahreszeit: Wenn die Beeren reif werden, haben wir pro Monat zwischen 20'000 und 30'000 Besucher – im Dezember hingegen sind es kaum mehr als 1'000. Den absoluten Spitzenwert erreichten wir im ersten Corona-Jahr: im Juni 2020 konnten wir über 50'000 Besucher verzeichnen.»



Haben Sie weitere, solch innovative Projekte geplant?

«Nicht nur geplant, sondern auch bereits umgesetzt: Auf www.unser-hofladen.ch findet man Einkaufsmöglichkeiten direkt bei den Produzent*innen, also Hofläden, Käsereien, Weingüter, Kleinbrauereien oder auch Imker mit Direktverkauf. Das Prinzip ist ähnlich, die technische Plattform aber wieder eine ganz andere. Wir möchten eben immer wieder etwas Neues ausprobieren!»

Vielen herzlichen Dank an Martin Sauter für das Interview. Wir wünschen weiterhin viel Erfolg!

SELBERPFLUECKEN.CH

Diese Webseite entstand als privates Projekt von Martin Sauter und Thorsten D. Künnemann. In einem Brainstorming während der Mittagspause ging es darum, sinnvolle Anwendungen für Google Maps zu finden. Ausserdem lieben beide Beeren und Früchte – besonders wenn diese lokal und biologisch produziert wurden.

Mehr Informationen unter: www.selberpfluecken.ch