



Berner
Fachhochschule



Zukunftsstrategien für eine dynamische Westschweizer Landwirtschaft

Ergebnisse der Studie, durchgeführt von der BFH-HAFL im Auftrag von AGORA

Partner:



Inhalt

2	Ziel und Gegenstand der Studie	4
	Zukunftsstrategien der Landwirtschaftsbetriebe	6
	Investitionsplanung der Landwirtschaftsbetriebe	10
	Arbeitsaufwand und Lebensqualität der Bauernfamilien	13
	Wachsende Unsicherheiten in der Land- und Ernährungswirtschaft	16
	Markt- und Konsumentenbedürfnisse – Gemeinsame Verkaufsförderung	18
	Dialog innerhalb der Wertschöpfungsketten – Vom Produzenten zum Verteiler	21
	Umsetzung der bundespolitischen Entscheide	23
	Schlussfolgerungen	26

Projektteam

Thomas Blättler, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Gruppe Agrarwirtschaft, BFH-HAFL

Barbara Eiselen, wissenschaftliche Mitarbeiterin, Gruppe Agrarwirtschaft, Projektleiterin, BFH-HAFL

Mario Huber, wissenschaftlicher Mitarbeiter, Gruppe Agrarwirtschaft, BFH-HAFL

Ladina Knapp, Assistentin, Gruppe Agrarwirtschaft, BFH-HAFL

Marguerite Paus, Dozentin für Märkte und Wertschöpfungsketten, BFH-HAFL

Martin Pidoux, Dozent für Agrarpolitik, Projektleiter, BFH-HAFL

GSteuerungsgruppe

Loïc Bardet, Direktor, AGORA

Walter Willener, ehem. Direktor, AGORA

Mitglieder der «Conférence des directeurs des chambres d'agriculture romandes»

Vertreter der «Conférence des chefs de service de l'agriculture des cantons romands et du Tessin» (CCSAR)

Abkürzungsverzeichnis

AGORA	Association des Groupements et Organisations Romands de l'Agriculture
AK	Arbeitskraft
AKh	Arbeitskraftstunde
AP	Agrarpolitik (22+: ab 2022)
BFH	Berner Fachhochschule
BFS	Bundesamt für Statistik
BLW	Bundesamt für Landwirtschaft
DZ	Direktzahlungen
ETH Zürich	Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
Fr.	Schweizer Franken
GVE	Grossvieheinheit
HAFL	Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften
LN	Landwirtschaftliche Nutzfläche

Wichtigste statistische Quellen

- Bundesamt für Statistik (BFS): Struktur der Westschweizer Landwirtschaft und Regionale Landwirtschaftliche Gesamtrechnung
- Bundesamt für Landwirtschaft (BLW): Angaben zu den Direktzahlungen

Impressum

Herausgeber: BFH-HAFL, AGORA

Redaktion: Barbara Eiselen, Martin Pidoux

Gestaltung: BFH-HAFL

Zusammenarbeit: AGIR, Agri

Fotos: Agri, Les Vins du Valais – Michel Villars (Seite 14)

Aus dem französischen übersetzt.

Mit finanzieller Unterstützung der Stiftung für eine nachhaltige Ernährung durch die Schweizer Landwirtschaft.

© 2016, BFH-HAFL / AGORA



Walter Willener
ehem. Direktor, AGORA



Loïc Bardet
Direktor, AGORA

Studie von grossem Nutzen

Siebenundzwanzig Jahre: So lange ist es her, seit die letzte Studie von AGORA zur Westschweizer Landwirtschaft erschienen ist. 1988 wurde die Schweizer Agrarpolitik in Frage gestellt, insbesondere das starke Eingreifen des Bundes in den Milch- und den Brotgetreidesektor. Die stetigen Reformen der Agrarpolitik seit 1993 ebneten 2015 den Weg für die Direktzahlungen, die Liberalisierung der Märkte und die ökologischen Leistungen.

In knapp 30 Jahren erlebte die Westschweizer Landwirtschaft einen tiefgreifenden Strukturwandel: Während 1985 35 395 Betriebe gezählt wurden, waren es 2014 noch 13 189. Umgerechnet auf Arbeitsstellen bedeutet dies, dass in der Westschweiz fast 30 000 Stellen verschwanden, was in der Bevölkerung keine grossen Wellen schlug. Die Marktgesetze, welche sich die Verarbeiter und Verteiler gekonnt zunutze machten, wirkten sich auf die Westschweizer Agrarproduktion aus, die heute noch stärker auf Ackerbau und die Spezialkulturen ausgerichtet ist als früher.

Die vorliegende Studie vermittelt einen statistischen Überblick über den Strukturwandel und die Entwicklungen in der Produktion zwischen 1993 und 2015. Sie analysiert vier wichtige Wertschöpfungsketten: Milch, Brotgetreide, Geflügelmast und Wein. Gestützt auf Daten und Gespräche mit zwanzig Fallbeispiel-Betrieben liefert sie sechs Zukunftsstrategien mit konkreten Vorschlägen zu sieben Handelsachsen. Die Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren der Westschweizer Landwirtschaft werden beleuchtet. Durch die Kombination all dieser Elemente eröffnen sich Zukunftsperspektiven für die Bauernfamilien. Unerlässlich sind dabei neue Strategien, auch wenn diese nicht immer offensichtlich und einfach umzusetzen sind. Doch dies ist erforderlich, will man bis 2022 und darüber hinaus Landwirtin oder Landwirt sein.

Für AGORA zeigt die Studie aber auch, wie wichtig es ist, dass wir Einfluss auf die Agrarpolitik nehmen, die kantonsübergreifende Zusammenarbeit stärken, bei Marktakteuren und Wertschöpfungsketten intervenieren und die Bauernfamilien unterstützen. Mit einem genauen Monitoring und regelmässigen Updates wird AGORA zur Dynamik der Westschweizer Landwirtschaftsorganisationen beitragen.

Walter Willener

Direktor von AGORA 2000–2015

Dynamische Vielfalt

Es ist nicht einfach, die Westschweiz zu definieren. Wo verläuft die Grenze: entlang der Sprachgrenze, den politischen Grenzen oder anderswo? Und wie soll die Westschweizer Landwirtschaft definiert werden, wenn bereits bei den geographischen Grenzen Ungewissheit besteht? Was verbindet einen Getreideproduzenten aus der Ajoie mit einem Milchproduzenten aus dem Pays d'Enhaut? Sind sie mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert? Haben sie gemeinsame Ziele? Können sie sich für dasselbe Ziel engagieren? Der Forschungsgruppe der HAFL ist es gelungen, eine gemeinsame Dynamik auszumachen sowie nützliche Denkanstösse für die Westschweizer Landwirtschaft als Ganzes zu liefern.

Die Gremien von AGORA werden diese Denkanstösse aufnehmen. Sie sollen den Westschweizer Landwirtschaftsorganisationen zu einer proaktiven Haltung in den anstehenden Debatten zur AP 2022+ verhelfen. In einem Land mit so limitierten Raumverhältnissen wie unserem können wir uns nicht mit der Feststellung zufrieden geben, dass jeder Betrieb Jahr um Jahr weniger verdient und die einzige Lösung eine Vergrösserung ist. Insbesondere – und dies ist ein positives Ergebnis der Studie – weil unsere Region über gewisse Trümpfe verfügt. Dies sind unter anderem ein etabliertes Unternehmertum, zahlreiche AOP- und IGP-Produkte und eine hohe Anzahl potenzieller Konsumenten.

Heute lässt sich nicht sagen, ob bis zur nächsten Studie zur Westschweizer Landwirtschaft wieder 30 Jahre ins Land gehen werden. Sicher ist: Die Bauernfamilien und die Agrarproduktion wird es in 30 Jahren noch geben und diese Studie der HAFL trägt ihren Teil dazu bei.

Loïc Bardet

Direktor von AGORA seit 2016

Ziel und Gegenstand der Studie

- 4 **Waldweiden im Jurabogen, Ackerbau im waadtländischen Gros-de-Vaud, Wiesen im Greyerzerland, Terrassenweinbau im Wallis – die Westschweizer Landwirtschaft ist äusserst vielseitig! Dies ist sicherlich ein Vorteil, macht es aber gleichzeitig schwierig, für alle zu sprechen und sämtliche Landwirtinnen und Landwirte hinter einer gemeinsamen Position zu vereinen. Soweit zumindest die Feststellung von AGORA, der Vereinigung, welche die Interessen der Westschweizer Landwirtschaft vertritt.**

Ziele

Ziel der Studie ist es, proaktive und konstruktive Massnahmen vorzuschlagen, welche die Wertschöpfung und die Attraktivität der Westschweizer Landwirtschaft steigern. Die betroffenen Landwirtschaftsorganisationen sollen sich besser positionieren können. Ausserdem soll ihre gestaltende Kraft ausgebaut werden und zwar nicht nur bezüglich der Diskussionen rund um die künftige Agrarpolitik und im Rahmen von Verhandlungen mit anderen Akteuren der Land- und Ernährungswirtschaft, sondern auch in der Kommunikation mit den Landwirten.

Die Broschüre ist nach sieben Kernthemen gegliedert, welche die Studie identifiziert hat und welche die gesamte Westschweizer Landwirtschaft betreffen. Jedes Kapitel schliesst mit Empfehlungen. Diese sind das Ergebnis einer engen Zusammenarbeit mit der Steuerungsgruppe und richten sich in erster Linie an AGORA, aber auch an Beratungsdienste, die kantonalen Landwirtschaftsämter, die Landwirtschaftsschulen und die Kreditgeber.

Die Westschweizer Landwirtschaft – was ist das?

Die Grenzen der Westschweiz sind nicht klar definiert und darüber hinaus sind mehrere Kantone zweisprachig. Diese Studie zählt folgende Gebiete zur Westschweiz: die Kantone Genf, Waadt, Wallis, Neuenburg, Freiburg, Jura und den Verwaltungskreis Berner Jura.

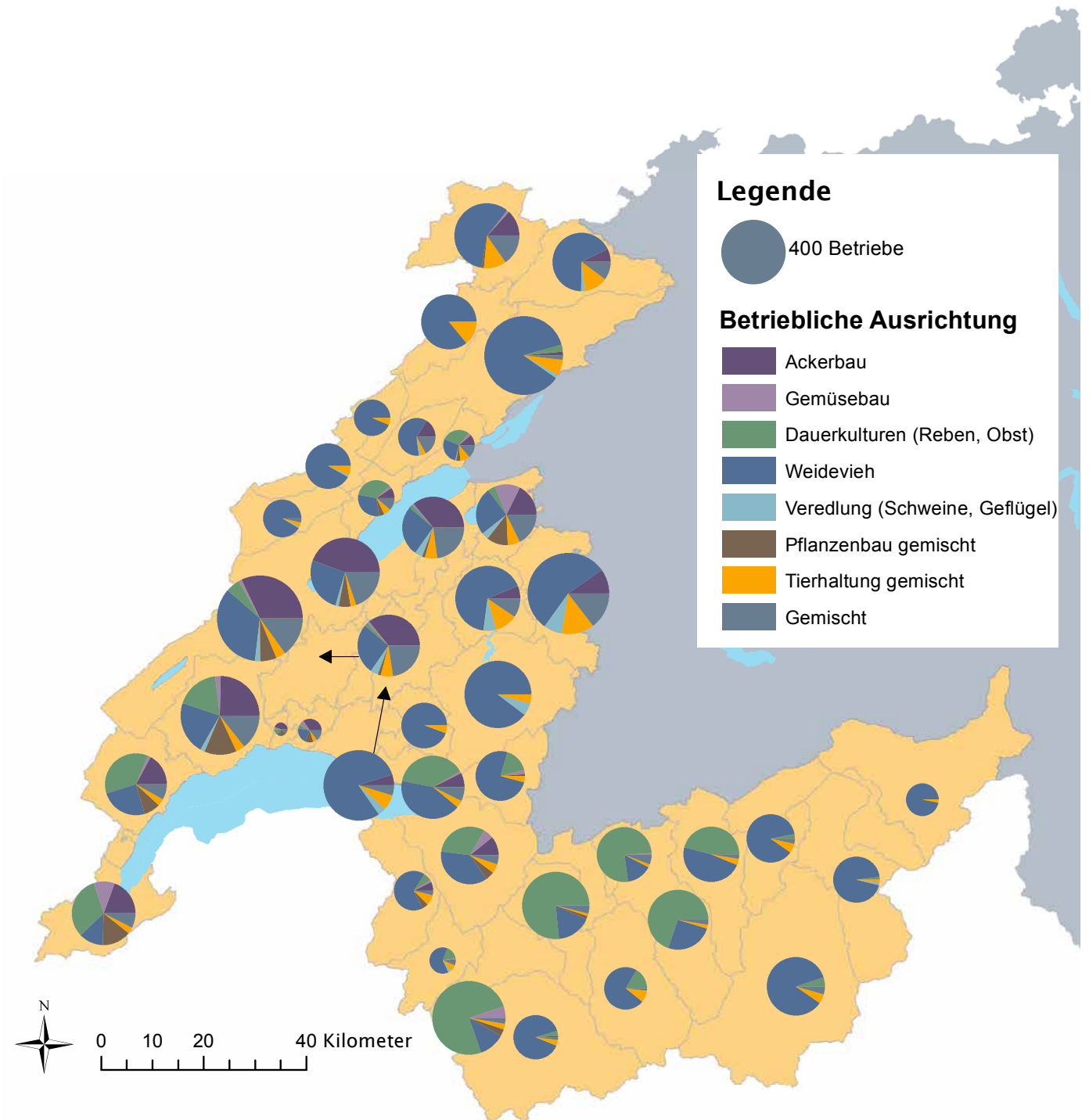
Die Karte illustriert die Besonderheit der Westschweizer Landwirtschaft: ihre Vielfalt. Die Betriebe im Mittelwallis, Chablais und Lavaux sind hauptsächlich auf Dauerkulturen ausgerichtet, mit Fokus auf den Weinbau. Diejenigen im Jurabogen und den Voralp- und Alpregionen haben sich in erster Linie auf die Milchproduktion spezialisiert. Im Mittelland dominiert der Ackerbau, beispielsweise um Orbe, in der Region Gros-de-Vaud und der Broye. Die Betriebe um den Genfer- und Neuenburgersee sind hauptsächlich auf den Pflanzenbau ausgerichtet, zwischen Ackerbau und Dauerkulturen. Wo liegen also die Gemeinsamkeiten zwischen all diesen Betrieben und was verbindet sie?

Methode

Für die Durchführung der Studie wurde ein partizipatives Vorgehen unter Einbezug der Akteure der Westschweizer Landwirtschaft gewählt. Zwanzig Landwirtschaftsbetriebe und vier Wertschöpfungsketten aus der Land- und Ernährungswirtschaft wurden untersucht. Im Detail wurden folgende Analysen durchgeführt:

- Deskriptive Analyse der verschiedenen statistischen Daten (BFS, BLW) mit dem Ziel einer Bestandsaufnahme zur Westschweizer Landwirtschaft 2014 und ihrer Entwicklung in den vergangenen 20 Jahren.
- Analyse von vier für die Westschweiz wichtigen land- und ernährungswirtschaftlichen Wertschöpfungsketten: Milch und Milchprodukte, Geflügelmast, Brotgetreide und Weinbau. Für jede Wertschöpfungskette wurden eine schematische Darstellung sowie eine Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren (SWOT) erstellt.

- Analyse von zwanzig Fallbeispiel Westschweizer Betrieben mit dem Ziel, ihre Strategie auszumachen und ihre wirtschaftliche Situation heute und 2022 zu beurteilen. Diese Analyse basiert auf drei Buchhaltungsjahren und der Projektion ihrer wirtschaftlichen Situation mithilfe des von der HAFL entwickelten Budgetprogramms (Strataplan).
- Workshop mit rund sechzig verschiedenen Akteuren der Westschweizer Landwirtschaft, um die Leitideen der vier Wertschöpfungsketten zu definieren und die Potenziale und Grenzen der Strategien auf Betriebsebene zu beurteilen.
- Mehrere Workshops mit Mitgliedern der Steuerungsgruppe der Studie, um die Ergebnisse zu bestätigen, Empfehlungen zu formulieren und diese zu priorisieren.



Zukunftsstrategien der Landwirtschaftsbetriebe

- 6 Nichts tun und zusehen, wie die Preise für Agrarprodukte unerbittlich weiter sinken? Dies führt unweigerlich zu einer Reduktion des landwirtschaftlichen Einkommens. Folglich ist es für die Betriebe wichtig, eine auf ihre Situation ausgerichtete Strategie zu finden und umzusetzen.

Strategische Ausrichtung der Landwirtschaftsbetriebe

EProaktives Handeln bedeutet auf einem Landwirtschaftsbetrieb, Veränderungen des Umfeldes zu antizipieren und sich darauf vorzubereiten. Es sind sechs Strategien definiert worden: Optimierung, Vergrößerung, Intensivierung, Spezialisierung, Diversifikation und Auf-/Ausbau von Nebenerwerbstätigkeiten (vgl. → Abbildung). Die Strategien lassen sich nicht immer klar abgrenzen, oftmals wird auf Betriebsebene eine Kombination mehrerer Strategien umgesetzt. Die Zusammenarbeit ist ein Vorteil, schafft sie doch Synergien zwischen mehreren Betrieben.

Strategie oder Status quo?

Gemäss den Annahmen der Studie werden die Preise für Agrarprodukte im Schnitt um 0,9% pro Jahr sinken (je nach Produkt zwischen 0 und -3%) und die Preise der Produktionsfaktoren steigen, massgeblich aufgrund höherer Energiekosten. Diese Preisentwicklungen, welche für die Berechnung der wirtschaftlichen Entwicklung der zwanzig Betriebe zwischen 2014 und 2022 herangezogen wurden, entsprechen den Beobachtungen der vergangenen Jahre. Sie können als realistisch, jedoch eher optimistisch erachtet werden. Eine – auch nur teilweise – Grenzöffnung zur Europäischen Union oder der Abschluss eines WTO-Abkommens hätten zur Folge, dass die Preise der Agrarprodukte in der Schweiz stärker zurückgingen.



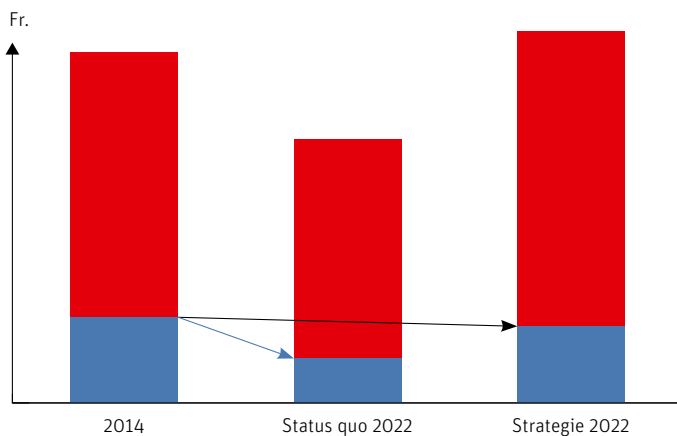
Für jeden Betrieb wurden zwei Szenarien berechnet:

- 1. Status quo:** Keine Änderung geplant. Es werden einzig die Annahmen zu den Preisentwicklungen berücksichtigt.
- 2. Die vom Betriebsleiter definierte Strategie:** Anhand von Interviews auf den Betrieben sind die bis 2022 geplanten strategischen Massnahmen definiert worden (Landkauf, Kauf von Maschinen, Einstellen eines Betriebszweigs usw.).

Ergebnisse

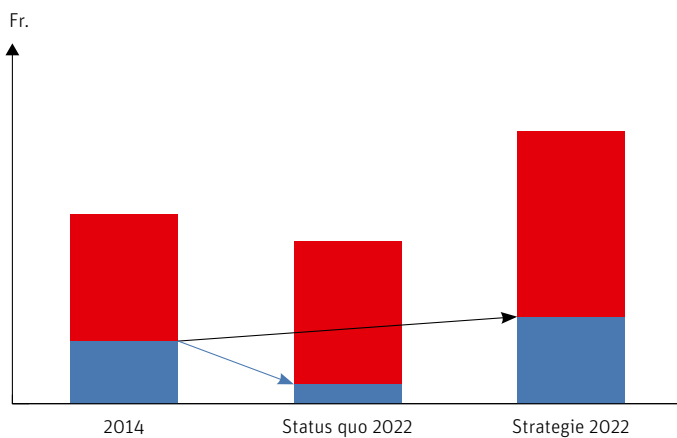
Bei Weiterführung des Status quo würde sich das landwirtschaftliche Einkommen der zwanzig Betriebe bis 2022 reduzieren. Allerdings orientiert sich kein Betrieb an diesem Szenario, alle verfolgen Projekte respektive Strategien. Diese werden jedoch oft eher intuitiv erarbeitet. Die Interviews haben im Allgemeinen dazu beigetragen, bei den Landwirten das Bewusstsein zu stärken, dass eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Strategie notwendig ist.

Die Ergebnisse fallen erwartungsgemäss sehr unterschiedlich aus:



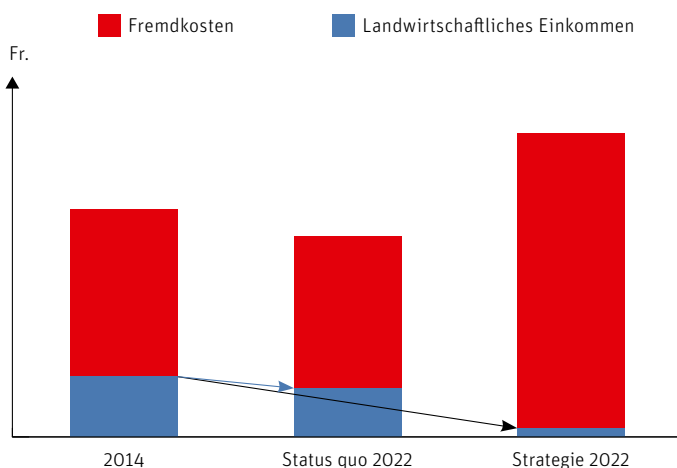
Typ 1

11 Betriebe werden einen Rückgang ihres landwirtschaftlichen Einkommens hinnehmen müssen, mit dem Szenario Status quo wäre dieser jedoch stärker ausgefallen. Der Preisrückgang bei den Agrarprodukten wird – zumindest teilweise – über folgende Methoden kompensiert: eine Erhöhung der Menge oder der Wertschöpfung des Produkts, eine Reduktion der Kosten, über andere Einkommen oder über Beiträge wie Direktzahlungen.



Typ 2

4 Betrieben gelingt es, ihr Einkommen zu steigern, indem sie ihre LN vergrössern (vgl. → nächste Seite).



Typ 3

5 Betriebe müssen bei einer Umsetzung ihrer Strategie eine Einkommenseinbusse hinnehmen, die höher ausfällt als bei der Weiterführung des Status quo. Einige von ihnen investieren Kapital in Produktionsanlagen und Land zu relativ hohen bis sehr hohen Preisen, das bis 2022 zu wenig Ertrag abwirft, jedoch langfristig rentabel sein könnte. Andere reduzieren ihre Tätigkeit bewusst, um eine bessere Lebensqualität zu erreichen, selbst wenn dadurch ihr Einkommen sinkt. Nichtsdestotrotz führen gewisse Strategien zu prekären wirtschaftlichen Situationen, welche die Zukunft der Betriebe gefährden können.

8 Vergrößerung der Nutzfläche: eine Erfolgsgarantie?

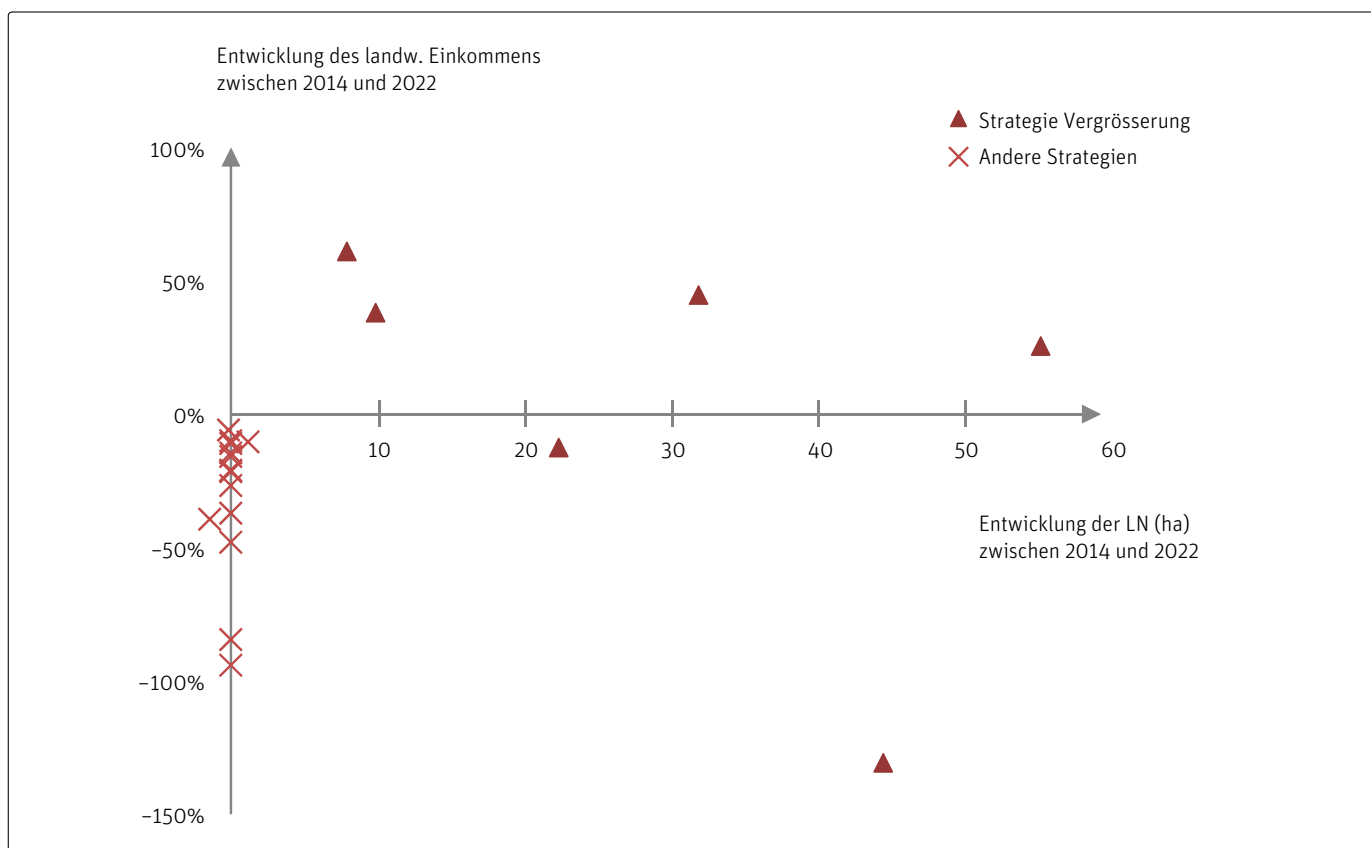
Die Jagd nach Land ist eröffnet! Die vier Betriebe, denen bis 2022 eine Einkommenssteigerung gelingt, haben alle die Möglichkeit, die landwirtschaftliche Nutzfläche zu vergrössern, um +8 bis +56 ha (vgl. → Abbildung unten). Diese Betriebe nutzen das zusätzliche Land entweder zur Spezialisierung oder Diversifikation. Doch obschon die Strategie der Vergrößerung vielversprechend ist, birgt sie auch grosse Herausforderungen. Mit der Vergrößerung steigen die Produktionskosten überproportional zum Einkommen. So nimmt der Anteil des landwirtschaftlichen Einkommens dieser vier Betriebe am Umsatz ab oder stagniert. Ausserdem gilt es, den zusätzlichen Arbeitsaufwand zu bewältigen, ohne die Lebensqualität der Bewirtschafter zu beeinträchtigen.

Vergrößerung alleine ist keine Erfolgsgarantie. Daher sinkt das Einkommen zweier Betriebe, die zu einem hohen Preis Land zugekauft haben und beachtliche Investitionen in Maschinen und einer Remise planen. Die Strategie wirkt sich negativ auf ihre Ergebnisse aus, da sich die Erträge aus den Investitionen als ungenügend erweisen. Anders ausgedrückt: Die Chancen einer Vergrößerung der Nutzfläche sind zu nutzen, aber nicht zu jedem Preis. Zudem ist besondere Vorsicht geboten bei Entscheidungen, die andere Investitionen betreffen.

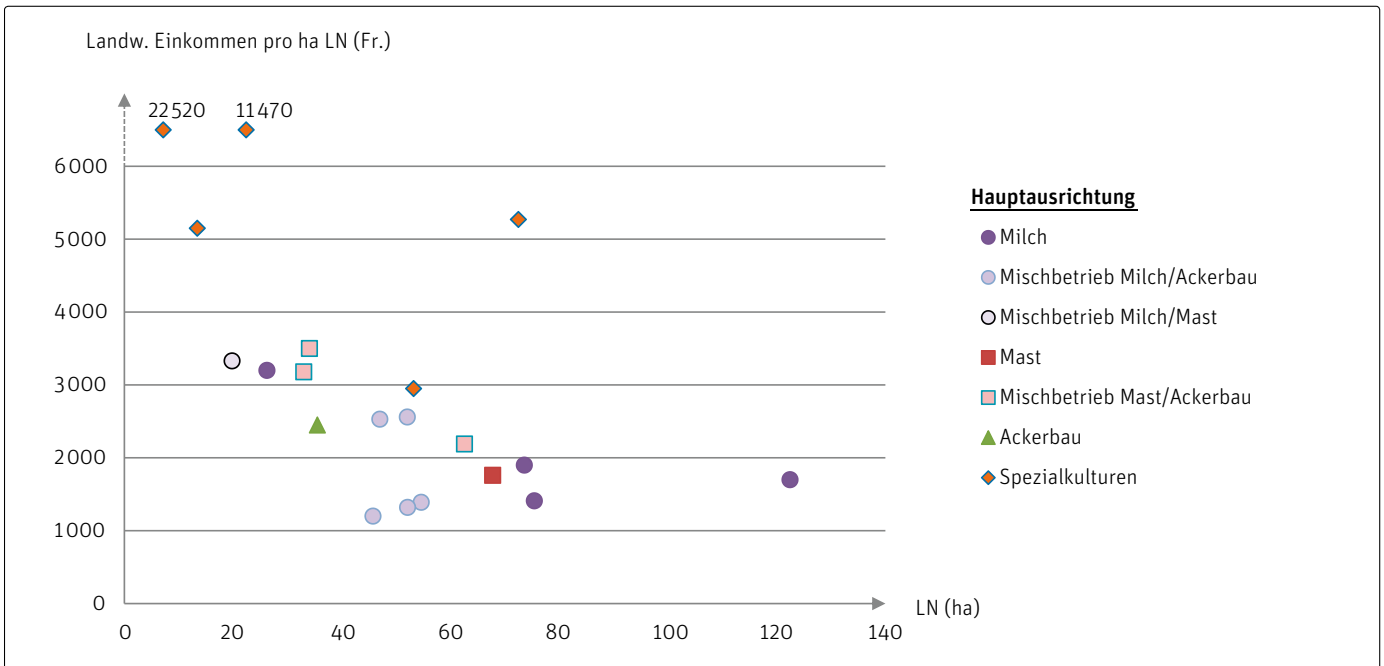
Letzteres ist eine allgemeingültige Regel, denn (zu) hohe Investitionen in die Erneuerung oder Modernisierung von Infrastrukturen führen ebenfalls zu einer Reduktion des Einkommens. Dieser Fall trifft auf die beiden Betriebe zu, die ohne zu expandieren den stärksten Einkommensrückgang bis 2022 verzeichnen.

Je kleiner die Nutzfläche eines Betriebs ist, desto intensiver produziert er. Diesen Eindruck vermittelt zumindest die gegenüberliegende Abbildung. Die kleinen Betriebe erzielen ein landwirtschaftliches Einkommen von bis zu Fr. 3 500/ha. Bei den Spezialkulturen (Obstbau, Weinbau, Gemüsebau, Beeren usw.) erreicht das landwirtschaftliche Einkommen bis zu Fr. 22 520/ha, wobei nicht ausser Acht gelassen werden darf, dass der Arbeitsaufwand entsprechend höher ist.

Eine Steigerung des Einkommens pro Hektare ist auch möglich, wenn dies über den Aufbau von wertschöpfungsreichen Aktivitäten geschieht, sei dies über eine vertikale Integration (Direktverkauf, Verarbeitung auf dem Hof usw.) oder über die Ausrichtung auf neue Wertschöpfungsketten in Zusammenarbeit mit anderen Akteuren. So hat sich einer der untersuchten Weinbaubetriebe entschieden, seinen Produktionswert über eine Diversifikation des Sortiments zu erhöhen. Die anderen untersuchten Betriebe haben sich im Allgemeinen nicht für eine solche Strategie entschieden. Folglich können die Feststellungen aus der nachfolgenden Abbildung nicht verallgemeinert werden. Sie unterstreichen allerdings, dass eine Vergrößerung nicht die einzige Lösung ist.



Entwicklung des landwirtschaftlichen Einkommens zwischen 2014 und 2022 anhand der Entwicklung der LN



Landwirtschaftliches Einkommen pro Hektare (LN) der untersuchten Betriebe – 2014

Empfehlungen für eine proaktive Betriebsstrategie

Für Landwirtschaftsbetriebe ist die Ausarbeitung einer proaktiven und wirtschaftlich fundierten Strategie unerlässlich. Anschließend gilt es, die Strategie konsequent umzusetzen und stets ein

wachsaues Auge darauf zu haben. Aus der Studie geht jedoch hervor, dass dieses Vorgehen nicht immer konsequent genug und rechtzeitig erfolgt.

Ziele	Massnahmen
Landwirte dazu ermutigen, frühzeitig – nicht erst im Notfall – eine Strategie zu entwickeln	Begleitprogramm für die Landwirte entwickeln, um ihnen eine effiziente Arbeit an ihrer Strategie zu ermöglichen: Beratung, Begleitgruppen oder Kurse (Zusammenarbeit zwischen den Kantonen empfohlen).
	Landwirte dafür sensibilisieren, regelmässig an ihrer Strategie zu arbeiten (z. B. mittels Publikationen in der landwirtschaftlichen Presse – Agri).
	Landwirte dazu ermutigen, Alternativen zu einer Vergrösserung zu prüfen, welche im Allgemeinen wegen des Skaleneffekts und den Direktzahlungen bevorzugt wird.
Berufsbildung stärken	In der Grundbildung, im Rahmen der EFZ-Ausbildung, mehr Gewicht auf die Funktionsweise der Märkte und die Unternehmensführung legen.
	Höhere Berufsbildung fördern (Betriebsleiterschule, Höhere Fachschule, HAFL, ETH Zürich).
	Berufsschulen der Westschweiz profilieren, indem Kompetenzzentren geschaffen werden.
	Weiterbildungen weiterhin grosse Bedeutung beimessen (z. B. im Bereich Unternehmensführung).

Investitionsplanung der Landwirtschaftsbetriebe

10 Investitionen sind riskant, denn sie verringern den Handlungsspielraum und die Liquidität. Doch wie bleiben Produktionsanlagen ohne Investitionen langfristig rentabel?

Ersatzinvestitionen dienen der Erhaltung der Produktionsanlagen, während strategische Investitionen zum Ziel haben, neue Betriebszweige (Geflügelmast, Spezialkulturen usw.) zu erschliessen oder einen bestehenden Betriebszweig zu intensivieren (z. B. neuer Stall für Milchkühe). In beiden Fällen wirken sich die Investitionen über mehrere Jahre signifikant auf das wirtschaftliche Ergebnis der Landwirtschaftsbetriebe aus. Durch die Investitionen:

- steigen die Fixkosten für Unterhalt, Versicherung, Zinsen, Abschreibungen und Darlehensrückzahlungen,
- steigt das Anlagevermögen,
- sinkt die Liquidität (kurz-, mittel- und langfristig).

Damit Investitionen wirtschaftlich interessant sind, sollten sie Folgendes generieren:

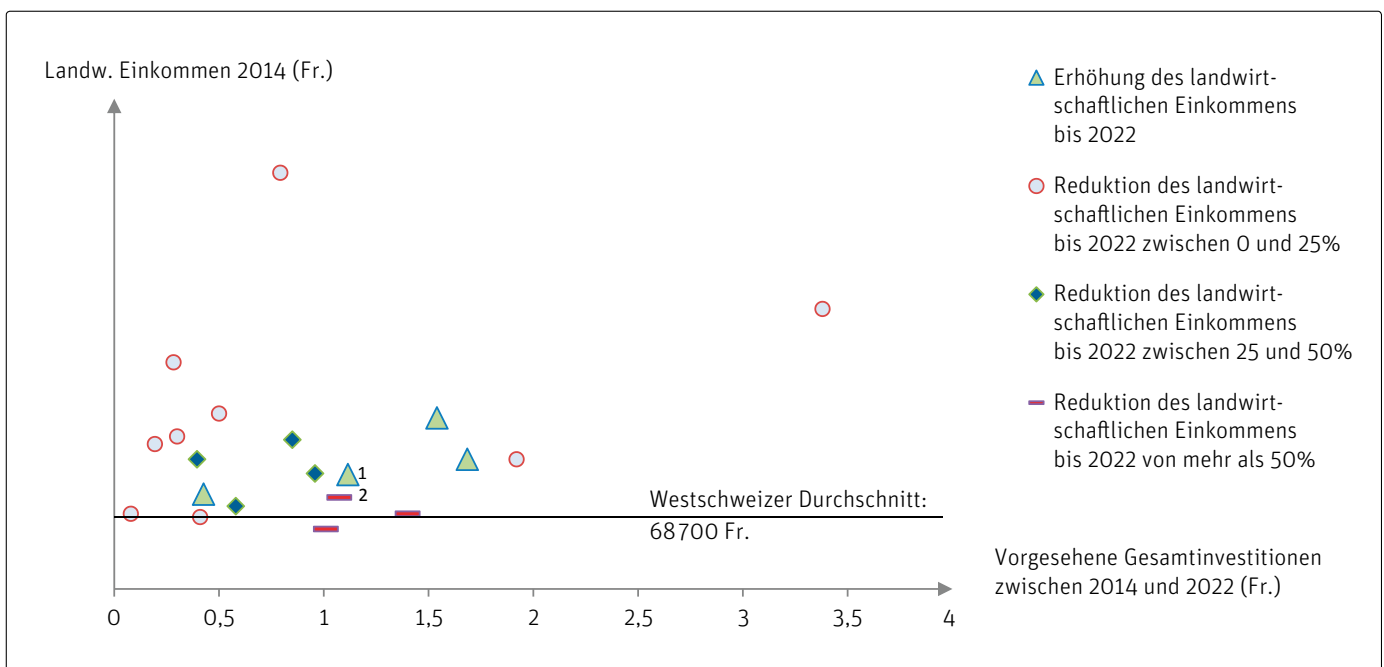
- eine Steigerung der Leistungen oder der Wertschöpfung auf dem Betrieb,
- eine Reduktion der Produktionskosten pro Einheit.

Investitionen in die Milchproduktion sind problematisch

Die zwanzig untersuchten Betriebe haben von 2014 bis 2022 im Schnitt Fr. 94 000 pro Jahr investiert, was über dem Schweizer Durchschnitt von Fr. 61 448 liegt (Agrarbericht 2015 des BLW).

Auffallend ist (vgl. → untenstehende Abbildung):

- Die vier Betriebe, deren landwirtschaftliches Einkommen bis 2022 steigt, sind aus der Milchproduktion zurückgezogen. Sie investieren in die Produktionsanlagen, indem sie Ställe für Legehennen oder die Pouletmast bauen oder indem sie Land kaufen.
- Von den drei Betrieben, bei denen das landwirtschaftliche Einkommen bis 2022 um mehr als 50% sinkt, investieren zwei massiv in die Milchproduktion (Bau eines neuen Stalls). Der dritte Betrieb plant, Maschinen zu kaufen und eine Remise zu bauen.



Auswirkung der geplanten Investitionen auf die untersuchten Betriebe

Einfluss auf die wirtschaftliche und soziale Nachhaltigkeit

Die Betriebe 1 und 2 sind als Beispiel gewählt worden, um den Einfluss ihrer Strategie auf die wirtschaftliche und soziale Nachhaltigkeit zu illustrieren. Sie sind sich in zwei Punkten sehr ähnlich: beim landwirtschaftlichen Einkommen und bei der Summe der geplanten Investitionen. Betrieb 1 plant den Bau eines Stalls für die Pouletmast und Betrieb 2 möchte in die Vergrößerung seines Stalls für Milchkühe investieren.

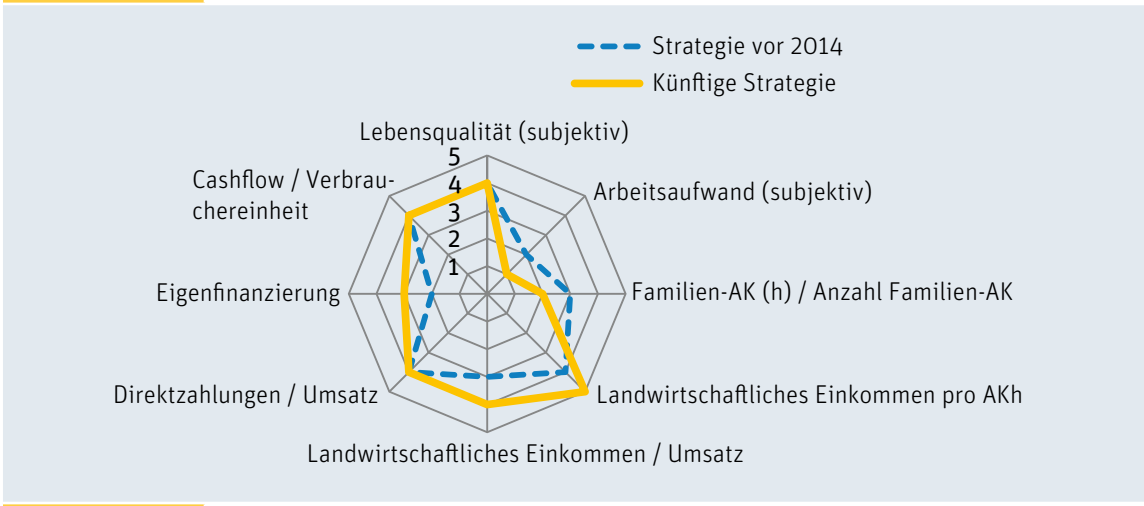
Auffallend ist:

- Die objektiven wirtschaftlichen und sozialen Perspektiven der Betriebe 1 und 2 widersprechen sich diametral.
- Die subjektive Einschätzung der Lebensqualität (bei den Bewirtschaftern erfragt) steht im Widerspruch zu den wirtschaftlichen Indikatoren. Bewirtschafter 2 erwartet, dass sich seine Lebens-

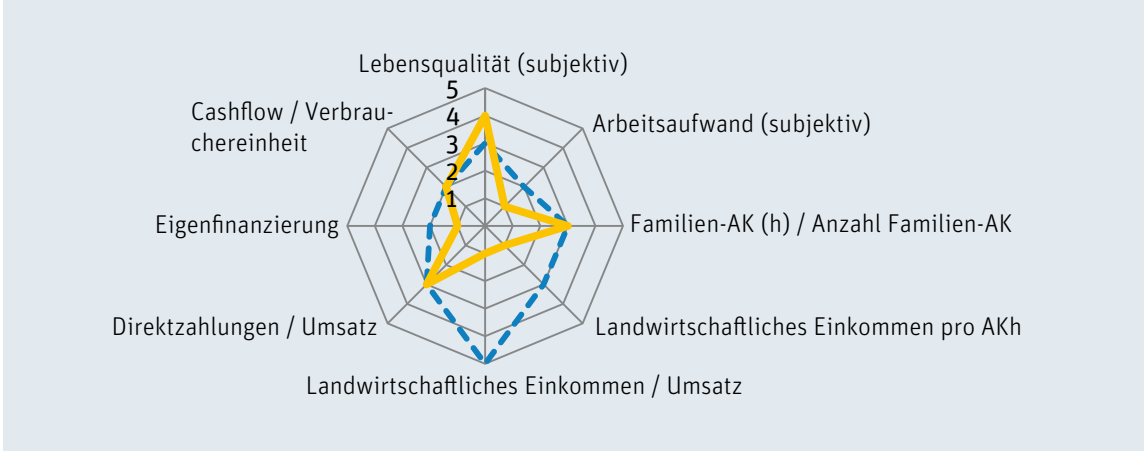
qualität durch die Umsetzung seines Projekts verbessert. Allerdings muss er damit rechnen, dass sein Eigenkapital und sein landwirtschaftliches Einkommen sinken werden. Bewirtschafter 1 schätzt seine künftige Lebensqualität zurückhaltender ein, hat aber mehr objektive Gründe, um zufrieden zu sein.

Die Investitionen haben einen langfristigen Einfluss auf die Landwirtschaftsbetriebe. Solange die Entscheide hauptsächlich auf dem subjektiven Gefühl gründen, dass sich dadurch die Lebenssituation auf dem Betrieb verbessern könnte, ist das Risiko einer Enttäuschung gross. Wenn hingegen die persönlichen Beweggründe durch eine Beurteilung objektiver wirtschaftlicher Kriterien ergänzt und Alternativen ins Auge gefasst werden, reduziert sich das Risiko negativer Folgen.

Betrieb 1



Betrieb 2



Die Lebensqualität und der Arbeitsaufwand sind subjektive Einschätzungen der Bewirtschafter. Die anderen Indikatoren ergeben sich aus objektiven Analysen, deren Kriterien im Anhang 4 des Berichts definiert sind.



Investitionen überdenken – gute Voraussetzungen für die Zukunft schaffen

Empfehlungen für angemessene Investitionen

Der Bund und die Kantone verfügen über Instrumente, um Investitionen auf Landwirtschaftsbetrieben, welche der Strukturverbesserung dienen, zu stützen. Im Zusammenhang mit den Strukturverbesserungsmassnahmen stellen sich viele Fragen: Welche Projekte sind zu unterstützen? Bis zu welchem Punkt soll sich der Bund in die

strategische Planung der Landwirtschaftsbetriebe einmischen? Welche Marktpreise sind für die Gewährung von Strukturverbesserungsmassnahmen zu berücksichtigen? Diese Fragen werden im Rahmen der vorliegenden Studie nicht abschliessend beantwortet. Doch sie verdienen es, genauer untersucht zu werden. Denn die Investitionen entscheiden über die Zukunft der Landwirtschaft als Ganzes.

Ziele	Massnahmen
Bezugskriterien und Ziele der Strukturverbesserungsmassnahmen präzisieren	Tragbarkeit einer Investition unter Berücksichtigung der ungewissen Preisentwicklung der Agrarprodukte definieren (Überlegungen im Hinblick auf die AP 22+).
	Kontakt aufnehmen mit der «Conférence latine des améliorations structurelles», um eine Harmonisierung der Bezugskriterien für Strukturverbesserungsmassnahmen zu erreichen.
Unternehmerisch investieren	Bei Investitionen systematisch Möglichkeiten zur Zusammenarbeiten evaluieren.
	Rückzahlungsbedingungen für Investitionskredite analysieren.

Arbeitsaufwand und Lebensqualität der Bauernfamilien

Landwirt ist ein schöner Beruf. Doch ist er das auch noch, wenn der Arbeitsaufwand die Gesundheit oder die Familie belastet?

13

Der Arbeitsaufwand ist in der Landwirtschaft allgemein hoch, auf Milchbetrieben sogar sehr hoch (vgl. → Abbildung auf der Seite 15). Die Bewirtschafter sind bereit, zu oftmals tiefen Stundenlöhnen zu arbeiten und mit wenig Freizeit auszukommen. Die Einschätzung dieser Belastung durch die Bewirtschafter und ihre Familien ist subjektiv und häufig kennen die Bewirtschafter den Stundenlohn nicht, da sie ihn nie berechnet haben.

Stundenlohn

In der Landwirtschaft zählt man seine Stunden nicht. Da es sich um eine unternehmerische Tätigkeit handelt, spricht man nicht von Lohn sondern von landwirtschaftlichem Einkommen. Dieses dient dazu, die Familienarbeitskräfte und das in den Betrieb investierte Eigenkapital zu entschädigen. Man unterscheidet zwischen der Anzahl Stunden, die vom Bewirtschafter und seiner Familie geleistet werden, und jenen der Angestellten.

Im Rahmen dieser Studie wurden zwei Stundenlöhne berechnet:

- der durchschnittliche Stundenlohn des Betriebs (Angestellte und Familienarbeitskräfte zusammen)
- der Stundenlohn der Familienarbeitskräfte

Die durchschnittlichen Stundenlöhne der zwanzig untersuchten Betriebe liegen zwischen Fr. 8.50 und Fr. 40.30. Für die Familienarbeitskräften driften die Einkommen stärker auseinander: Sie betragen zwischen Fr. 11.30 und Fr. 63.00/Std. Es ist interessant zu sehen, dass der Betrieb mit dem höchsten Stundenlohn dieses Ergebnis über eine Optimierung der Arbeit auf dem Betrieb erzielt. Diese Familie

investiert 2 350 Arbeitsstunden pro Jahr, während der Durchschnitt der zwanzig untersuchten Betriebe bei 4 240 Stunden liegt. So wird auf diesem Betrieb Zeit frei für das Familienleben und Hobbys oder für eine nichtlandwirtschaftliche Nebentätigkeit.

Auffallend ist:

- Die Milchbetriebe liegen im Allgemeinen im unteren Bereich der Skala. Sie erzielen im Schnitt (inkl. Angestellte) einen Stundenlohn von Fr. 22.80 (zwischen Fr. 8.50 und 29.90 pro Stunde), was die aktuell schwierige Lage mit tiefen Milchpreisen widerspiegelt. Die Situation spitzt sich zu, wenn die Fixkosten hoch sind, insbesondere bei einer hohen, kürzlich getätigten Investition – beispielsweise in den Bau eines neuen Gebäudes.
- Die Arbeit der Familien auf den Milchbetrieben wird im Schnitt mit Fr. 22.60 pro Stunde entschädigt. Die Einkommensspanne bewegt sich zwischen Fr. 11.30 bis 36.00 pro Stunde. Dieses Einkommen wird beeinflusst durch den Milchpreis (Käserei- oder Industriemilch) und die Ausrichtung des Betriebs, aber insbesondere durch die Arbeitszeit, die je nach Betrieb zwischen 50 und 282 Stunden pro GVE Milch und pro Jahr beträgt. Der grosse Unterschied ergibt sich aus der Herdengrösse, den Produktionsanlagen, der Arbeitsorganisation und der Anzahl auf dem Betrieb tätigen Personen.
- Generell lässt sich sagen, dass die Bauernfamilien, aber insbesondere die Milchproduzenten, zu einem tiefen Stundenlohn arbeiten. Bei den untersuchten Betrieben kommt man im Schnitt auf 7 000 Arbeitsstunden pro Jahr, wovon 1 900 sprich 27% von Angestellten geleistet werden.

¹ Die Entschädigung des Eigenkapitals wurde in dieser Studie nicht berücksichtigt, da der Referenzzinssatz 2014 bei etwa 0% lag.

14 Mehr arbeiten, um mehr zu verdienen?

Die Fläche vergrössern, die Produktion intensivieren oder diversifizieren – in all diesen Fällen besteht das Risiko, dass der Arbeitsaufwand zunimmt. Entweder verfügen die Bewirtschafter und ihre Familien über die nötigen Kapazitäten, ansonsten muss Personal angestellt werden, was nur ab einem gewissen Umsatz möglich ist.

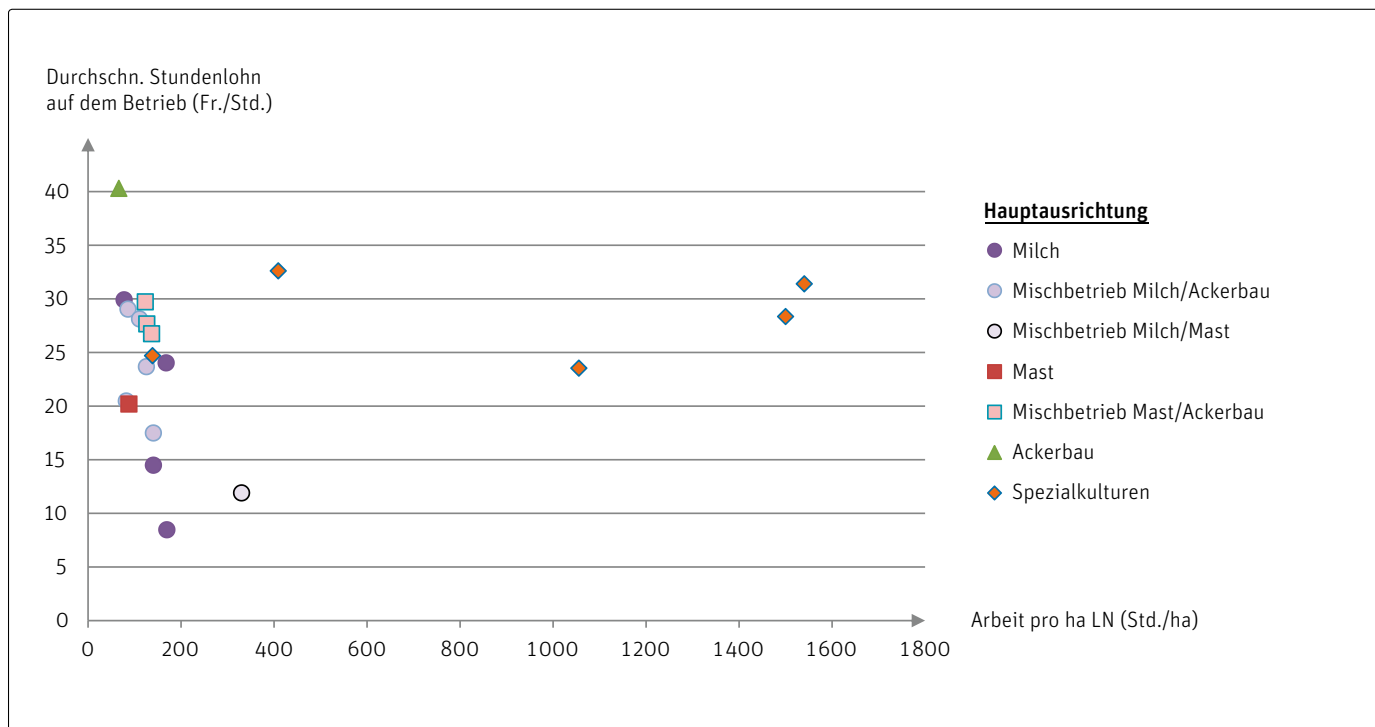
Die Spezialkulturen (Weinbau, Obstbau und Gemüsebau) sind arbeitsintensiv und erfordern einen Einsatz von mehr als 1 000 Stunden pro Hektare und Jahr – oftmals mit saisonalen Höhepunkten. Bei den anderen Ausrichtungen bedarf es im Allgemeinen weniger als 200 Arbeitsstunden pro Hektare.

Die Arbeitsorganisation umfasst zwei wichtige Aspekte, die insbesondere bei der Strategieplanung zu berücksichtigen sind:

- die Anzahl Arbeitsstunden pro Tag und die Anzahl Arbeitstage pro Jahr, die eine angemessene Menge Freizeit ermöglichen
- der Stundenlohn im Vergleich zu den Opportunitätskosten, das heisst das ausserhalb des Landwirtschaftsbetriebs erzielbare Einkommen.

Proaktives Handeln setzt eine gewisse geistige Unabhängigkeit und die nötige Distanz voraus, um den eigenen Betrieb kritisch zu betrachten. Damit dies gelingt, ist genügend Freizeit erforderlich.





Wachsende Unsicherheiten in der Land- und Ernährungswirtschaft

16 Die Preise für Agrarprodukte stehen unter Druck, die Preisschwankungen nehmen zu. Bei einer Grenzöffnung besteht das Risiko, dass sich diese Trends zuspitzen.

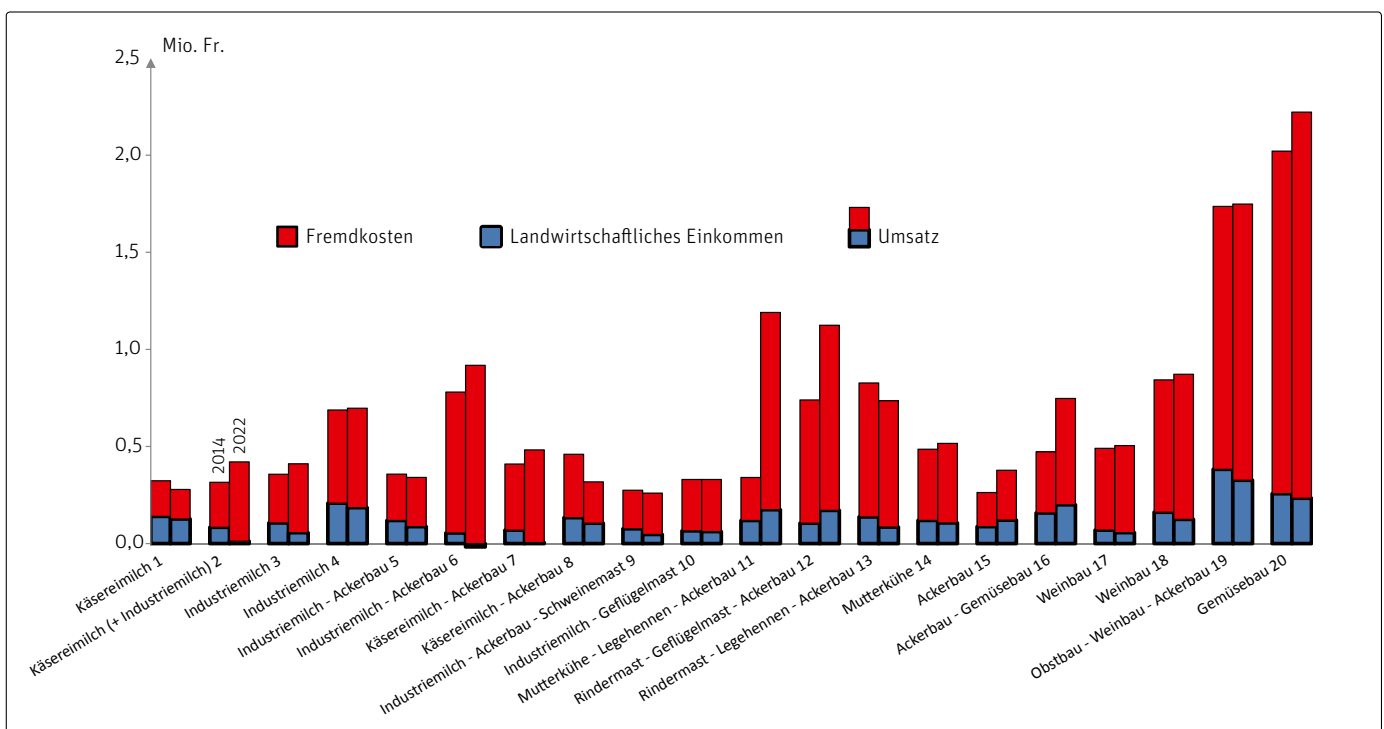
In der Schweiz und weltweit wächst die Unsicherheit bezüglich der Preise für Agrarprodukte und die Inlandpreise unterliegen immer mehr den Preisschwankungen auf dem Weltmarkt. Diese Entwicklung, die eine Gefahr darstellt, ist eindeutig die Hauptsorge der Akteure der Land- und Ernährungswirtschaft. Auf der Ebene der Landwirtschaftsbetriebe ist festzustellen, dass eine Spezialisierung das landwirtschaftliche Einkommen anfälliger für Preisschwankungen auf dem Markt macht.

Ausrichtung der Betriebe

Spezialisiert sich ein Landwirtschaftsbetrieb, so bedeutet dies, dass er sich professionalisiert und Kosten optimiert. Parallel dazu macht ihn die Abhängigkeit von einer reduzierten Zahl Betriebszweige anfälliger und das finanzielle Risiko für den Betrieb steigt. In diesem Fall ist das Verhältnis zwischen Umsatz und Einkommen des Betriebs entscheidend. Es ist ein relativ zuverlässiger Indikator dafür, wie gut die Betriebe Preisschwankungen auffangen können. Konkret wird damit ihre Fähigkeit verstanden, sich anzupassen und mit Veränderungen umzugehen. Je höher der Indikator ist, desto besser kann eine Preisreduktion auf den Märkten aufgefangen werden.

Von den zwanzig untersuchten Betrieben werden drei Betriebe ihre Widerstandsfähigkeit gegenüber Preisschwankungen bis 2022 ausbauen können (Nr. 1, 8 und 12 in der Abbildung). Zwei davon reduzieren ihre Tätigkeit und erhöhen den Anteil der Direktzahlungen am Umsatz. Der Dritte spezialisiert sich auf die Pouletmast, ein momentan vielversprechender Betriebszweig.

Anders ausgedrückt: Die Mehrzahl der Betriebe wird 2022 anfälliger für Preisschwankungen sein. Diesbezüglich ist erwähnenswert, dass die Direktzahlungen in der Schweiz – obschon sie von der Produktion entkoppelt sind – wie eine Art Sicherheitspuffer für das landwirtschaftliche Einkommen wirken: Selbst wenn die Preise für Agrarprodukte tief sind, bleiben die Direktzahlungen auf demselben Niveau. Eine unerwünschte Folge könnte sein, dass die Betriebe die zu riskante Lebensmittelproduktion aufgeben, um die weniger volatilen und somit sichereren Direktzahlungen zu optimieren. Die untenstehende Abbildung zeigt, dass die Mehrheit der zwanzig untersuchten Betriebe nicht dieser Hypothese folgt, sondern in die Produktion investiert.



Entwicklung zwischen 2014 und 2022 des landwirtschaftlichen Einkommens, der Fremdkosten und des Umsatzes mit der Strategie der untersuchten Betriebe (Hauptausrichtung im Jahr 2014)

Verträge

Die Landwirtschaftsbetriebe sind direkt von Preisrückgängen und -schwankungen betroffen, doch dies gilt auch für die gesamte Branche – von den Verarbeitern bis zu den Verteilern. Es gibt mehrere Möglichkeiten, diesen Unsicherheiten zu begegnen. Eine davon ist

die vertragliche Bindung zwischen Produzenten und Abnehmern, zum Beispiel in Form von Termin- oder Forward-Geschäften. Eine andere ist die regionale Vertragslandwirtschaft. Dabei wird ein Vertrag zwischen Produzenten und Konsumenten geschlossen, wodurch eine gewisse Stabilität garantiert ist.

Empfehlungen für einen besseren Umgang mit Unsicherheiten

Ziele	Massnahmen
Preisentwicklung von Agrarprodukten besser antizipieren (Überlegungen im Hinblick auf die AP 22+)	Möglichkeiten zur Schaffung einer Steuerrückstellung prüfen entsprechend den Einkommenschwankungen, um in schwierigen Jahren die Steuerlast für die Bauernfamilien zu reduzieren. Schwierig vor dem Hintergrund der allgemeinen Preisreduktion.
	Die vertragliche Bindung zwischen Produzenten und Abnehmern stärken. (Allgemeinverbindlichkeit, Art. 37 LwG)
	Möglichkeit prüfen, auf privater Basis mit einer Teilfinanzierung aus öffentlicher Hand eine Versicherung auf die Bruttomarge, den Preis oder das landwirtschaftliche Einkommen abzuschliessen.

Markt- und Konsumentenbedürfnisse – Gemeinsame Verkaufsförderung

18 Welches sind die Bedürfnisse der Konsumenten? Was will der Markt? Wer sind die Konkurrenten? Die Produzenten erkennen die Marktsignale manchmal nicht oder benötigen eine gewisse Reaktionszeit. Wie können sie sich besser und gezielter auf den Markt ausrichten?

Manche Produzenten sind nicht optimal auf die Markt- und Konsumentenbedürfnisse ausgerichtet. Dies liegt zum einen daran, dass sie die Marktsignale nicht immer erkennen, und zum anderen daran, dass die Direktzahlungen diese Signale abschwächen können. Die Analyse der Wertschöpfungsketten hat Konsumtrends aufgezeigt, speziell für regionale Produkte und für besonders umwelt- und tierfreundliche Produktionsmethoden. Gesamthaft betrachtet, führen das Bevölkerungswachstum und die Verstädterung dazu, dass die Zahl der Konsumenten wächst und sich das Konsumverhalten verändert.

Konsumtrends

Die Nachfrage nach regionalen Produkten steigt und mehrere Grossverteiler machen sich diese Gegebenheit zunutze indem sie entsprechende Labels einführen. Bio ist ebenfalls gefragt, doch das Angebot deckt die Nachfrage nicht, selbst wenn die Karte nebenan eine Zunahme in der gesamten Westschweiz zeigt. Daneben gibt es zahl-

reiche andere Marktnischen, welche noch nicht voll ausgeschöpft werden. Nischen, die beispielsweise Antwort liefern könnten auf die Frage: Welche importierten Produkte könnten in der Schweiz hergestellt werden?

Vertrauen aufbauen und stärken

Die Verstädterung führt zu einer zunehmenden Entfremdung der Gesellschaft von der Landwirtschaft. Daher ist es wichtig, die Beziehungen zwischen Stadt und Land zu pflegen. Dies gelingt über eine klare und transparente Kommunikation rund um die Schweizer Landwirtschaft, die Qualität ihrer Produkte und die anderen Leistungen, die sie erbringt. Das Vertrauen der Konsumenten hängt davon ab. Doch dieses Vertrauen ist zerbrechlich und Skandale, welche die Qualität in Frage stellen, können es schnell erschüttern.

Die urbane Landwirtschaft ist ein sehr wichtiger Kommunikationsträger, der nicht zu vernachlässigen ist. Selbst wenn diese Produktionsweise weit entfernt von der «professionellen» Landwirtschaft scheint, erreicht sie direkt die Konsumenten in den Siedlungsgebieten. Dasselbe gilt für die regionale Vertragslandwirtschaft, die zwar relativ geringe Mengen vermarktet, aber ein grosses vertrauensbildendes Potenzial besitzt.

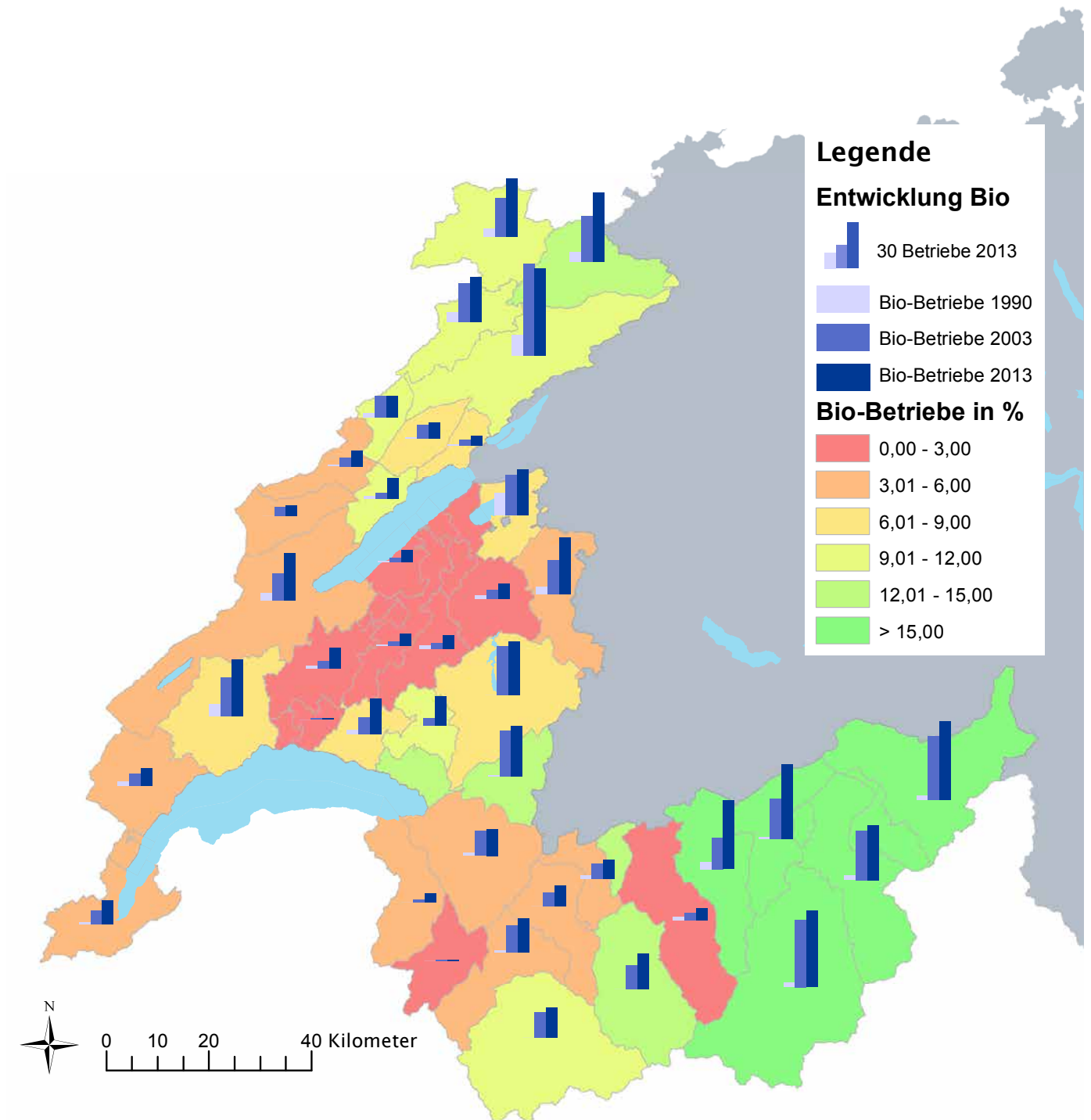
Gemeinsame Verkaufsförderung

Produkte aus den Kantonen Wallis, Waadt, Freiburg oder Genf: Welches sind die besten? Die Westschweizer Kantone stehen, beispielsweise im Bereich Wein im Wettbewerb miteinander. Doch betrachtet man den Marktanteil der Schweizer Weine im Vergleich mit demjenigen der ausländischen Weine, wird schnell klar, dass nicht der Nachbarkanton der Hauptkonkurrent ist. Es besteht ein Potenzial für die gemeinsame Förderung von Produkten aus der Westschweizer Landwirtschaft, ohne dass der Bekanntheitsgrad der kantonalen Marken beeinträchtigt wird. Auf diese Weise wird stärker auf die Bedürfnisse der Konsumenten in der Schweiz aber auch im Ausland eingegangen.

Die Schweiz genießt wegen der hohen Qualität ihrer Produkte weltweit einen hervorragenden Ruf. Die gepflegten Landschaften unterstützen das Image, welches die Schweiz vermittelt. Dies sollte es erlauben, Schweizer Agrarprodukte im Ausland besser zu vermarkten. Doch der Export von Schweizer Produkten ist mit einem beachtlichen Aufwand und mit administrativen Hürden verbunden. Es bedarf grosser Mengen, um sich auf ausländischen Märkten zu etablieren. Hinzu kommt, dass Schweizer Agrarprodukte – ausser vielleicht Käse und einige Spezialitäten – grösstenteils nicht bekannt sind. Die hohen Produktionskosten und der starke Schweizer Franken erschweren es den Schweizer Produkten zusätzlich, sich auf neuen Märkten zu etablieren.



Die Zusammenarbeit innerhalb der Wertschöpfungsketten ist notwendig, insbesondere bei der Industriemilch.



Anteil biologischer Betriebe in der Westschweiz (Quelle: Abbildung BFH-HAFL, basierend auf Daten des Bundesamtes für Landestopografie swisstopo und des BFS).

20 Empfehlungen für eine marktnahe Landwirtschaft

Ziele	Massnahmen
Marktbedürfnisse besser berücksichtigen	Austauschplattform einrichten, um das Angebot für die Gemeinschaftsgastronomie in Zusammenarbeit mit Fachleuten aus dem Gastronomiebereich, der Verarbeitung, der Logistik und Vertretern der Produzenten zu bündeln.
	Landwirte für die Markttrends sensibilisieren.
Vertrauen der Konsumenten erhalten und stärken	Diskussionsforen mit Konsumenten einrichten und die Beziehungen zu den Konsumenten in der Westschweiz und der Region pflegen.
	Kontakte mit Akteuren von Bewegungen wie der urbanen Landwirtschaft suchen und pflegen.
	Westschweizer Landwirtschaft an Messen trotz ihrer Vielfalt als Einheit präsentieren.
Gemeinsame Kommunikationsmassnahmen stärken	Marktgerechte Vermarktungsstrategie für Produkte aus der Westschweiz auf überregionaler Ebene entwickeln (über die Sprachgrenzen hinaus/«Kannibalismus» unter regionalen Produkten vermeiden).
	Regelmässige Treffen zwischen den Akteuren verschiedener Sektoren organisieren, um von deren Aussensicht zu profitieren (in Form von Workshops, Kongressen usw.)
Zusammenarbeit und Kommunikation zwischen den Westschweizer Kantonen stärken	Häufigkeit des Austauschs zwischen den Westschweizer Kantonen im Rahmen der «Conférence des directeurs de chambres» erhöhen (4x pro Jahr).
Unterstützung des Exports	Plattform einrichten, welche die Administration im Zusammenhang mit dem Export von Agrarprodukten übernimmt.

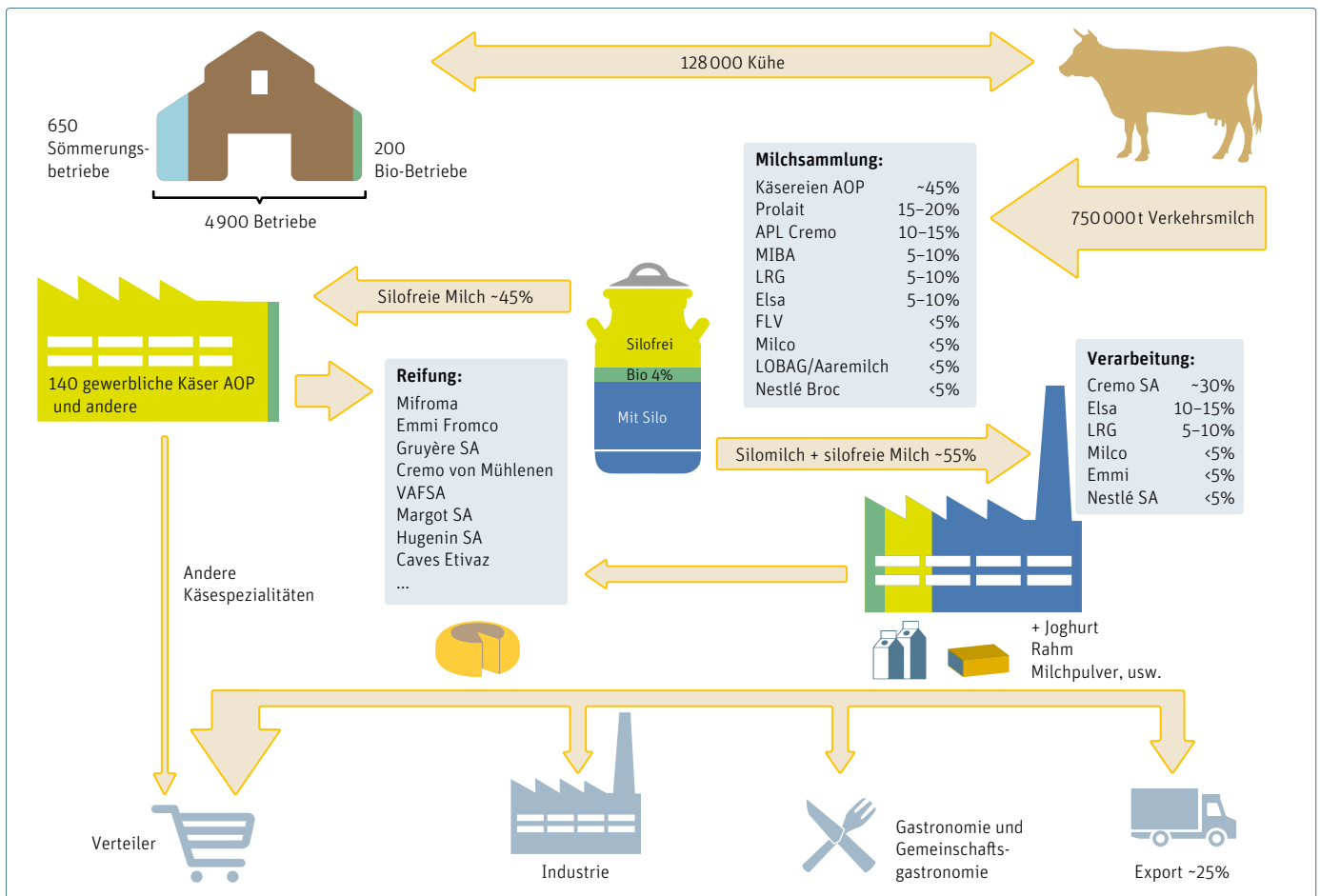
Dialog innerhalb der Wertschöpfungsketten – Vom Produzenten zum Verteiler

Die Struktur der Landwirtschaft mit vielen kleinen Anbietern und die starke Konzentration der Verarbeiter und Verteiler führen zu einem ungleichen Machtverhältnis innerhalb der Wertschöpfungsketten. Dennoch sind die Produzenten auf die Verarbeiter und Verteiler angewiesen und umgekehrt. Welche Zusammenarbeit würde zu mehr Transparenz und einer höheren Wertschöpfung innerhalb der Wertschöpfungsketten führen?

Organisation der Wertschöpfungsketten

Innerhalb der Wertschöpfungsketten sorgen die Produzentenpreise und die Margen der Verarbeiter und Verteiler seit jeher für Konfliktpotenzial. Die Konflikte sind umso grösser, wenn es sich um wenig differenzierte Produkte handelt und wenn es zwischen den verschiedenen Akteuren an Transparenz mangelt. Dies ist insbesondere der Fall bei der Industriemilch, wo die Produzentenpreise konstant

unter Druck stehen. Die Zucker-Wertschöpfungskette befindet sich in einer vergleichbaren Situation. Die Unter-Wertschöpfungsketten der Käseemilch sind im Allgemeinen besser organisiert und verfügen über ein geregelteres Mengen- und Qualitätsmanagement und eine transparentere Preisbildung. Eine höhere Wertschöpfung durch den Markt und die Preistransparenz generieren einträglichere Produzentenpreise.



Beispiel: Darstellung der Westschweizer Milch-Wertschöpfungskette (2013)

In der Geflügelmast-Wertschöpfungskette erzielen die stark integrierten Produzenten einen einträglichen Preis. Doch sie hängen vollumfänglich von den strategischen Entscheidungen der Verarbeiter ab. Daher funktioniert die vertikale Integration perfekt, solange der Markt

expandiert, was für die nächsten Jahre der Fall zu sein scheint. Doch wie werden sich die Akteure dieser Branche in einer Krisensituation miteinander verständigen?

22 Für ein gutes Funktionieren der land- und ernährungswirtschaftlichen Wertschöpfungsketten sorgt eine funktionelle Branchenorganisation. Die Branchenorganisationen Gruyère AOP und der Getreideproduzenten «swissgranum» liefern den Beweis. Eine gut funktionierende Branchenorganisation entsteht nicht von heute auf morgen. Vielmehr entsteht sie über den progressiven Vertrauensaufbau zwischen den verschiedenen Akteuren und die Definition von Regeln, mit denen alle einverstanden sind. Solche Voraussetzungen sind in Krisensituationen selten gegeben.

Kurze Vertriebswege, wie die Direktvermarktung oder die regionale Vertragslandwirtschaft, tragen ebenfalls zu guten Beziehungen zwischen Produzenten und Konsumenten bei. Sie erfordern grossen Einsatz seitens der Produzenten, erreichen nur einen begrenzten Konsumentenkreis und verfügen über ein beschränktes Potenzial. Allerdings ermöglichen diese Methoden, neue Arten von Handelsbeziehungen zwischen den Akteuren einer Wertschöpfungskette auszuloten, was eine dynamische Wirkung hat.



Die Direktvermarktung stärkt den Dialog mit den Konsumenten

Empfehlungen für eine gemeinsame Vision innerhalb der Wertschöpfungsketten

Ziele	Massnahmen
Milchproduktion steuern, damit die Produktion der Nachfrage entspricht und um den Milchpreis besser zu regulieren	Ein rechtlich anerkanntes Instrument erarbeiten, das die branchenübergreifende Mengensteuerung ermöglicht, ohne in den Markt einzugreifen (Überlegungen im Hinblick auf die AP 22+). Die vertragliche Bindung zwischen Produzenten und Abnehmern verstärken (vgl. → Seite 17).
Dialog innerhalb der Wertschöpfungskette stärken	Eine Diskussionsplattform für die Vertreter der Produzenten, Verarbeiter und Grossverteiler gründen, und zwar für die Westschweiz oder für ein festgelegtes Gebiet (geographische Nähe). Die Plattform soll nicht an die Stelle der Branchenorganisationen treten.

Umsetzung der bundespolitischen Entscheide

Die von der Landwirtschaft erbrachten Leistungen werden von der Bevölkerung geschätzt und von der Agrarpolitik anerkannt. Paradoxe Weise identifizieren sich die Landwirte wenig mit dieser Politik und ihrer neuen Ausrichtung. Sie haben teils das Gefühl, dass ihr Beruf seinen Sinn verliert. Dennoch bietet die Agrarpolitik 2014–2017 eine Palette an Instrumenten, die noch nicht voll ausgeschöpft werden.

Die Direktzahlungen sollen die Landwirte für die Leistungen entschädigen, die sie zugunsten der Gesellschaft erbringen und die nicht direkt vom Markt entlohnt werden. Ihre Einführung im Rahmen der Agrarreform hat wesentlich dazu beigetragen, das Image der Landwirtschaft zu verbessern. Dennoch betrachten die Landwirte die Direktzahlungen mehrheitlich kritisch und erinnern sich nostalgisch an die Zeit, als die Landwirtschaft noch staatlich kontrolliert war, mit fixen Preisen und Übernahmegarantien. Paradoxe Weise leben viele Landwirte in der Illusion, dass sie damals weniger abhängig vom Staat waren als heute. Sicherlich, die Agrarreform hat das Image der Landwirtschaft in der Gesellschaft gestärkt – allerdings nicht das Image, das die Landwirte von sich selbst haben. Die Agrarpolitik er-

öffnet den Landwirten dennoch gute Perspektiven, unter anderem jenen, die produzieren wollen und innovativ sind.

Direktzahlungen

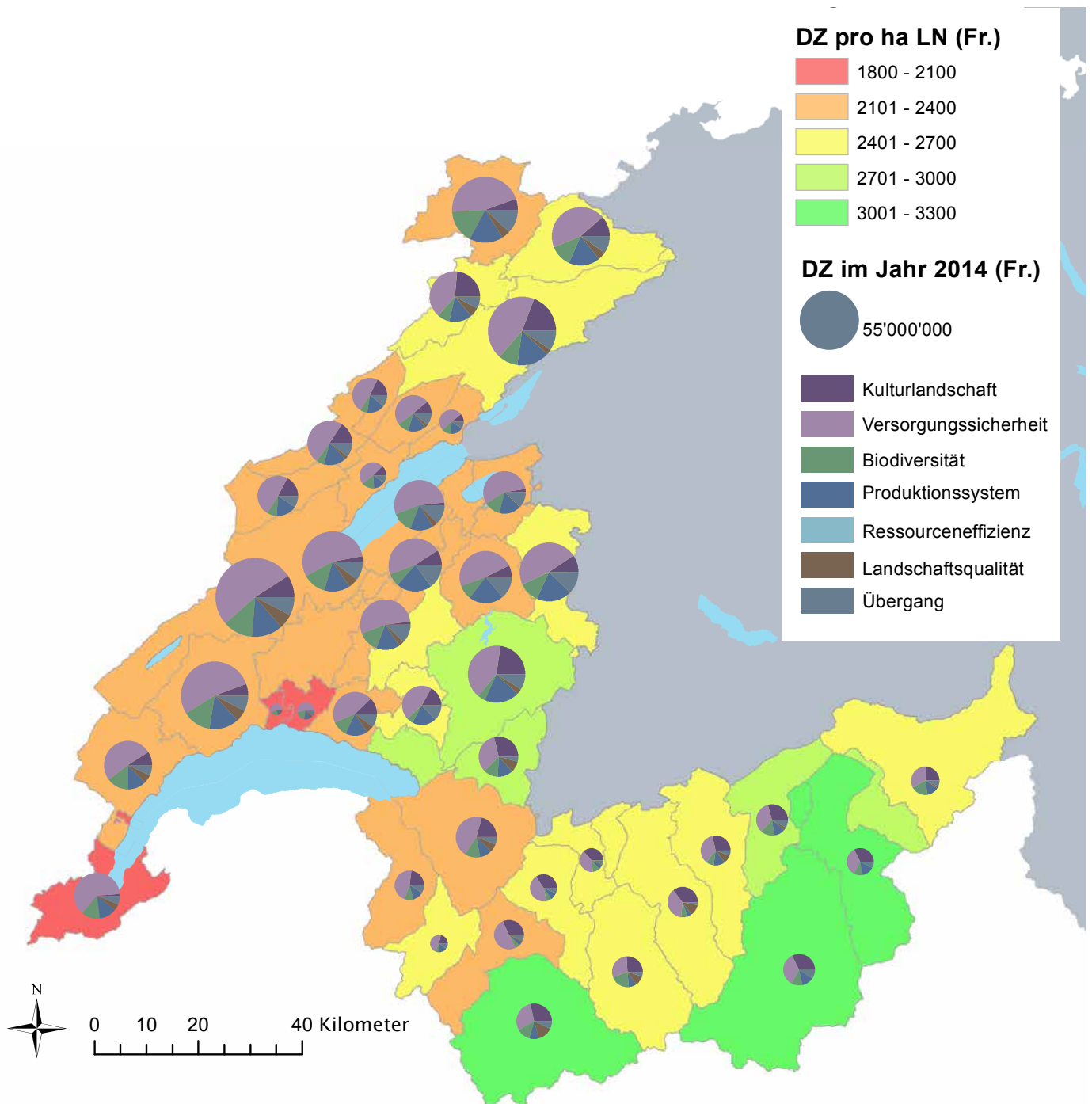
Von 2012 bis 2014 sind im Jahr durchschnittlich rund 790 Millionen Franken vom Bund an die Westschweizer Landwirtschaft geflossen (ohne Berücksichtigung der Beiträge an die Sömmerungsgebiete), wobei dies 26% des Produktionswerts entspricht. Im Schnitt beläuft sich der Betrag pro Hektare auf Fr. 2 370. Doch es herrscht ein starkes Ungleichgewicht zwischen den Westschweizer Kantonen. Die Kantone Genf, Waadt und Wallis verzeichnen die tiefsten Subventionsanteile am landwirtschaftlichen Produktionswert.

Direktzahlungen nach Beitragsart	In Schweizer Franken	In % (ohne Sömmerungsgebiet)
Versorgungssicherheit	347 Millionen	46%
Produktionssystem	118 Millionen	15%
Kulturlandschaft	105 Millionen	14%
Biodiversität	89 Millionen	12%
Übergang	74 Millionen	10%
An Sömmerungsgebiete (Sömmerungsbeitrag, Landschaftsqualität)	61 Millionen	
Landschaftsqualität	25 Millionen	3%
Ressourceneffizienz	2 Millionen	0,3%

Direktzahlungen des Bundes zugunsten der Westschweizer Landwirtschaft 2014 – angemeldete Beträge, ohne Berücksichtigung der Kürzungen (Quelle: BLW)

Die Direktzahlungen haben zwischen 2013 und 2014 um 3% zugenommen; die Westschweiz als Ganzes ist somit eher eine Gewinnerin der Agrarpolitik 2014–2017. Die Situation ist jedoch von Region zu Region und von Betrieb zu Betrieb unterschiedlich. Die Berggebiete und die eher extensiven Landwirtschaftsformen schneiden am besten ab. Regionen mit intensivem Futterbau und hoher Rindviehzahl haben hingegen Direktzahlungen eingebüsst.

Die Karte auf der nächsten Seite zeigt die Verteilung der Direktzahlungen nach Bezirken und Beitragsart. Die Übergangsbeiträge machen 9% der gesamten Direktzahlungen aus (2014). Dieser Beitrag wird allerdings wegfallen. Folglich stellt sich die Frage, welche Möglichkeiten bestehen, um diese Beiträge auf andere Weise zu kompensieren.



Direktzahlungen in der Westschweiz im Jahr 2014 (Quelle: Abbildung BFH-HAFL, basierend auf Daten des Bundesamtes für Landestopografie swisstopo und des BLW).

Die Instrumente der Agrarpolitik besser nutzen (auf Bundes- und Kantonsebene)

Die Agrarpolitik hat sich aus dem Markt zurückgezogen und gewährt eine Stützung, die hauptsächlich auf den Direktzahlungen gründet. Die Agrarpolitik umfasst Instrumente, welche Innovationen fördern sollen und die bisher noch nicht voll ausgeschöpft werden:

- Verordnung über die Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit in der Land- und Ernährungswirtschaft (QuNaV)
- Ressourceneffizienzbeiträge
- Stützung von Zusammenarbeitsprojekten zwischen Betrieben
- Andere kantonale Projekte

Günstige Voraussetzungen für Innovationen

Die Westschweiz bietet günstige Bedingungen für Innovationen, denn sie verfügt über vielfältige Produktionen, Ressourcen und Landschaften, eine Tradition für Produkte mit hoher Wertschöpfung, weltweit anerkannte Verarbeitungsindustrien aus der Ernährungswirtschaft, ein positiv besetztes Image bei den Konsumenten sowie agronomische und lebensmittelwissenschaftliche Forschung.

Swissness

Die Swissness-Gesetzgebung wird am 1. Januar 2017 in Kraft treten. Sie hat zum Ziel, den Schutz der Bezeichnung «Schweiz» und des Schweizerkreuzes zu verbessern und deren Missbrauch zu verhindern. Auf diese Weise soll der Wettbewerbsvorteil der Marke «Schweiz» langfristig erhalten bleiben. Sie garantiert, dass Produk-

te mit deklarierter Schweizer Herkunft Schweizer Rohstoffe enthalten. Die zunehmende Produktion von Nahrungsmitteln nach Schweizer Normen im Ausland (Projekt von Migros) unterstreicht den Nutzen der Swissness-Gesetzgebung. Dank dieser kann ein Schweizer Produkt von einem ausländischen unterschieden werden.



Die Landwirtschaft wird für ihre Leistungen zugunsten der Gesellschaft entschädigt

Empfehlungen, um von der Agrarpolitik des Bundes profitieren zu können

Ziele	Massnahmen
Potenzial der Swissness-Gesetzgebung nutzen	Eine Stelle zur Verfolgung von Missbräuchen einrichten (gilt ebenso für die anderen Qualitätslabels: AOP, IGP, Bio usw.)
	Missbräuche feststellen und öffentlich, z. B. in den Medien, anprangern.
	Label schaffen für Milchprodukte, die auf lokalem Gras und Futter basieren (geeignete Rassen und lokales Futter).
	GMF-Programm dahingehend anpassen, dass Schweizer Futter erforderlich ist (Lobbying betreiben, um das Programm auf Bundesebene anzupassen).
Verordnung über die Qualität und Nachhaltigkeit (QuNaV) besser nutzen	Förderung von Projekten zur regionalen Entwicklung bei den Akteuren der Westschweizer Land- und Ernährungswirtschaft.
	Austauschplattform in der Westschweiz einrichten, um neue QuNaV-Projekte zu entwickeln (z.B. Fischzucht, Trüffel usw.)

Schlussfolgerungen

- 26 Die Westschweizer Landwirtschaft ist vielfältig, die Wertschöpfungsketten der Land- und Ernährungswirtschaft haben sich gut entwickelt und die Gesellschaft steht hinter der Landwirtschaft. Damit verfügt die Westschweiz über die nötigen Voraussetzungen für eine proaktive Landwirtschaft.

Das Potenzial der Westschweizer Landwirtschaft und der land- und ernährungswirtschaftlichen Wertschöpfungsketten lässt sich beurteilen, indem man ihre Stärken und Schwächen berücksichtigt. Was

das Umfeld betrifft, so haben die Akteure der Westschweizer Landwirtschaft keinen Einfluss darauf. Daher wird es in den Kategorien Chancen und Gefahren angesiedelt.

Interne Faktoren

Wichtigste Stärken

- Grössere Strukturen als in der Deutschschweiz
- AOP/IGP-Produkte sowie andere regionale Marken und Labels sind in der Westschweiz gut etabliert
- Hohe Dynamik und viel Know-how auf allen Stufen der Wertschöpfungsketten der Land- und Ernährungswirtschaft
- Die Westschweiz verfügt über eine gut ausgestattete Milchverarbeitungsindustrie
- Guter Zusammenhalt zwischen den Akteuren gewisser Wertschöpfungsketten (Geflügelmast, AOP/IGP-Produkte usw.), Transparenz bei den Produzentenpreisen
- Lateinische Mentalität (schnellere Anpassung an Veränderungen, einfachere Zusammenarbeit)

Wichtigste Schwächen

- Die Verständigung unter einer grossen Anzahl Produzenten ist immer schwierig, wenn auf der anderen Seite die Anzahl Verarbeiter und Verteiler beschränkt ist
- Tiefer landwirtschaftlicher Stundenlohn, hoher Arbeitsaufwand, eingeschränkte Lebensqualität, manche Bewirtschafter verlieren die Motivation
- Der Preis für Landwirtschaftsland ist generell hoch und der Druck nimmt zu
- Manchmal mangelt es den Landwirtschaftsbetrieben an strategischer Antizipation
- Es gibt relativ wenig Viehwirtschaft, insbesondere Schweine- und Geflügelmast

Externe Faktoren

Wichtigste Chancen

- Die Konsumenten interessieren sich zunehmend für die Regionalität und Qualität der Produkte und für Produkte aus der biologischen Landwirtschaft
- Einzugsgebiete in der Deutschschweiz (Bern, Zürich, St. Gallen) und Fortsetzung der Verstädterung (Lausanne, Genf, Freiburg, Neuenburg)
- Entwicklung des Tourismus in der Westschweiz
- Marktnischen und Märkte, deren Potenzial noch nicht voll ausgeschöpft wird (Ziegen-/Schafmilch; Geflügelprodukte, nach dem Vorbild von Frankreich; koschere und Halal-Produkte; erneuerbare Energien; Gemeinschaftsgastronomie)
- Die Westschweiz eignet sich aus agronomischer Sicht für Acker- und Spezialkulturen (Boden, Klima)

Wichtigste Gefahren

- Starker Franken: Schweizer Produkte sind im Ausland kaum wettbewerbsfähig, Einkaufstourismus
- Schwächung der Stadt-Land-Beziehung
- Zahl der Landwirte nimmt ab, zunehmende gesellschaftliche Isolation der Landwirte. Alternativen auf dem Arbeitsmarkt
- Direktzahlungen schwächen die Marktsignale und schaffen Anreize für Optimierung und Extensivierung
- Raumplanungsprobleme (Bau von Hühner- oder Schweineställen, Gewächshäusern, Agrotourismus, Nebenerwerbstätigkeiten usw.)
- Extreme Wetterverhältnisse (Trockenheit, Überschwemmungen, Erosion) nehmen aufgrund des Klimawandels zu

Empfohlene Massnahmen

Die in diesem Bericht präsentierten konkreten Massnahmen sind vom Vorstand von AGORA vorgeschlagen und geprüft worden und sollen:

- die Überlegungen im Hinblick auf die AP 22+ anstossen, damit Massnahmen entwickelt werden, mit welchen sich beispielsweise die Preisentwicklung für Agrarprodukte antizipieren lässt.
- die Akteure vernetzen, mit dem Ziel, innovative Projekte zu entwickeln: zum Beispiel die Einrichtung einer Austauschplattform, um das Angebot für die Gemeinschaftsgastronomie in Zusammenarbeit mit Fachleuten aus dem Gastronomiebereich, der Verarbeitung, der Logistik und Vertretern der Produzenten zu bündeln.
- die Entwicklung von Instrumenten anstossen, die der Beratung und den Landwirten bei der Kostenkontrolle dienen, zum Beispiel durch die Bereitstellung von bedienungsfreundlichen Instrumenten zur Berechnung der Vollkosten.
- die Sammlung von Informationen, zum Beispiel über die Marktentwicklung, und deren interne Kommunikation fördern.
- ein Vertrauensverhältnis mit den Konsumenten pflegen, indem beispielsweise Diskussionsforen organisiert werden.

Die Aussensicht, das heisst die Wahrnehmung der Landwirtschaft durch Personen aus anderen Sektoren, kann in jedem Fall wichtige Informationen liefern.

Nutzen der Studie für die Zukunft

Die Studie hat wichtige Themen der Westschweizer Landwirtschaft für 2015–2016 aufgezeigt. Die Überlegungen aus dem letzten Teil des Berichts können von den Westschweizer Landwirtschaftsorganisationen – namentlich von AGORA – regelmässig wieder aufgenommen werden. Im Rahmen eines Workshops identifizieren die Experten die Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren der Westschweizer Landwirtschaft auf verschiedenen Ebenen. Bei der Auswertung dieser Informationen können die wichtigsten Themen identifiziert und konkrete Massnahmen formuliert werden. Wichtig ist an dieser Stelle der Hinweis, dass der Schlussbericht im Vergleich zur vorliegenden Broschüre eine Fülle an weiterführenden und zusätzlichen Informationen enthält.

Dank

Wir danken allen, welche im engeren oder weiteren Sinne zu dieser Studie beigetragen haben. Unser Dank geht insbesondere an die mitwirkenden Landwirtschaftsbetriebe, die bereit waren, wertvolle Informationen zur aktuellen und künftigen Situation ihres Betriebs zu liefern. Ausserdem danken wir auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL), die unter der Leitung von Martin Pidoux und Barbara Eiselen, Projektleiter, die Erwartungen von AGORA dank ihrem Wissen und ihrer Arbeit zur vollen Zufriedenheit erfüllt haben.

AGORA

Berner Fachhochschule

Hochschule für Agrar-, Forst-
und Lebensmittelwissenschaften HAFL
Länggasse 85
CH-3052 Zollikofen

Tel. +41 31 910 21 11

Fax +41 31 910 22 99

www.hafl.bfh.ch

office.hafl@bfh.ch

AGORA

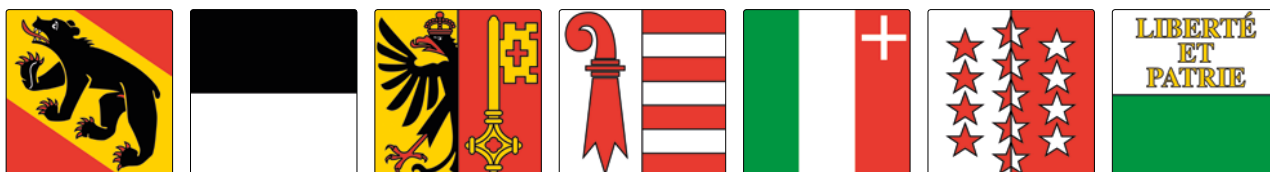
Avenue des Jordils 5
Case postale 1080
CH-1001 Lausanne

Tel. +41 21 614 04 77

Fax +41 21 614 04 78

www.agora-romandie.ch

info@agora-romandie.ch



Mit Unterstützung der Stiftung für eine nachhaltige
Ernährung durch die Schweizer Landwirtschaft und

AGIR

Agri

HEBDOMADAIRE PROFESSIONNEL
AGRICOLE DE LA SUISSE ROMANDE