



*Referat von Jacques Bourgeois, Direktor des Schweizerischen Bauernverbandes, gehalten an der Medienkonferenz vom 4. Januar 2005 in Kestenholz SO*

## **Eigenanstrengungen der Landwirtschaft kommen zuerst**

Ich gehe in meinem Referat auf das Konzept des SBV und die vier Handlungsachsen ein. Dabei will ich aufzuzeigen, dass die in der Landwirtschaft tätigen Menschen und ihre Organisationen nach dem Grundsatz «Eigenanstrengungen zuerst!» eine grosse Bereitschaft mitbringen, in einer schwierigen und unsicheren Ausgangslage das Heft in die Hand zu nehmen und ihre Marktposition sowie die Rahmenbedingungen aktiv zu verbessern. Dabei gehen sie strategisch fokussiert und mit Konzepten vor.

### *1. Stärkung der Marktpräsenz*

Seit 1998 betreibt der SBV eine breit angelegte Imagekampagne für die Schweizer Landwirtschaft. Sie zielt primär auf den Markterfolg dank einem guten Image, indirekt auch auf die Akzeptanz der Agrarpolitik, indem sie die Leistungen der Bäuerinnen und Bauern aufzeigt. Sie kennen die TV-Spots der Serie «Gut, gibt's die Schweizer Bauern – Wir bringen leben in die Stadt.» Wir stehen aktuell vor einer Neupositionierung der Kampagne. Das Umfeld hat sich verändert und wir wollen Synergien mit dem neuen Herkunftszeichen SUISSE GARANTIE schaffen.

SUISSE GARANTIE hat für die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft strategische Bedeutung. Mit SUISSE GARANTIE steht ein einheitliches Zeichen zur Verfügung, welches die Schweizer Herkunft von Lebensmitteln sichtbar macht. SUISSE GARANTIE wurde von AMS (Agro-Marketing Suisse) im September 2004 lanciert. Der SBV begleitete und förderte die Lancierung nach Kräften. Die Einführung mit Obst und Gemüse war erfolgreich. Sie finden unterdessen bei den Grossverteilern zahlreiche mit der SUISSE GARANTIE bezeichnete Produkte. Achten Sie beim nächsten Einkauf darauf. SUISSE GARANTIE wird von den Konsumentinnen und Konsumenten offensichtlich begrüsst und befürwortet. Es gilt nun, die Produktpalette kontinuierlich zu erweitern. Ab Ende Januar 2005 sind Frischfleischprodukte und Milch mit der SUISSE GARANTIE erhältlich. Im Laufe des Jahres 2005 wird SUISSE GARANTIE zudem bei folgenden landwirtschaftlichen Produkten eingeführt: Eier, Milchprodukte, Zucker, Speisekartoffeln, Brotgetreide, Rapsöl und Speisepilze.

Von ebenso strategischer Bedeutung sind die mit einer «Geschützten Ursprungsbezeichnung» (Appellation d'Origine Contrôlée AOC) oder mit einer «Geschützten Geographischen Angabe» (Indication Géographique Protégée IGP) bezeichneten Produkte. Gerade im Käseexport sind eine AOC oder IGP entscheidende Ansatzpunkte für ein erfolgreiches Marketing. Solche Produkte bieten, was anspruchsvolle Konsumentinnen und Konsumenten heute suchen, nämlich Charakter, Authentizität und Spitzenqualität. Der SBV setzt sich im Rahmen der WTO-Verhandlungen mit Nachdruck dafür ein, dass geschützte Herkunftsbezeichnungen einen strengen weltweiten Schutz erlangen.

## *2. Senkung der Kosten und Erhöhung des unternehmerischen Handlungsspielraums*

Der SBV stellte Ende Oktober 2004 einen ausführlichen Katalog mit kostensenkenden Massnahmen vor. Auch der Situationsbericht 2004 «Die Landwirtschaft in der Kostenfalle» widmet sich der Kostenfrage und liefert genügend Belege dafür, dass die im internationalen Vergleich hohen Produktionskosten tatsächlich ein Handicap für die Schweizer Landwirtschaft darstellen. Auch Preisüberwacher Rudolf Strahm ist aufmerksam geworden und teilt die Analyse des SBV bezüglich der hohen Preise für landwirtschaftliche Produktionsmittel.

Wo es lukrative Nischen und Marktpositionen zu verteidigen gilt, regt sich zwangsläufig Widerstand. Der SBV hat in Folge seiner Vorschläge zahlreiche Reaktionen erhalten. Kalkulationsbeispiele werden in Zweifel gezogen, die Preispolitik in vorgelagerten Branchen rechtfertigt. Es läuft in unserem Land immer dasselbe Spiel. Alle beklagen sich über das hohe Kostenumfeld und niemand will daran Schuld sein. Selbstverständlich auch nicht die Landwirtschaftsvertreter. Wir haben aber diesbezüglich völlig zurecht ein reines Gewissen. Der Index der landwirtschaftlichen Produzentenpreise lag 2003 noch bei 75.6 Punkten, während der Landesindex der Konsumentenpreise (Untergruppe Nahrungsmittel und Getränke) auf 110.6 Punkte zu liegen kommt (1990/92 = Basis 100 Punkte für beide Indizes) (Quelle: Agrarbericht 2004 Bundesamt für Landwirtschaft).

## *3. Strukturentwicklung, Sozialmassnahmen und Stärkung der ländlichen Räume*

Für die Rahmenbedingungen der Landwirtschaft ist nicht nur die Agrarpolitik allein zuständig. Verschiedene andere Politikbereiche haben einen unmittelbaren Einfluss, z.B. die Regionalpolitik oder die Raumplanung. Uns geht es um eine gezielte Stärkung der ländlichen Räume, um die Schaffung starker und innovativer regionaler Netzwerke, um neue branchenübergreifende Zusammenarbeitsformen. Der SBV äusserte sich auch in seiner Stellungnahme zur neuen Regionalpolitik entsprechend.

Für den SBV ist es ein Kernanliegen, dass der Strukturwandel – so weit das überhaupt möglich ist – geordnet und sozialverträglich abläuft und dass der Landwirtschaftsartikel in der Bundesverfassung respektiert wird. Das BLW macht es sich etwas einfach, wenn es in seinem Agrarbericht 2004 bzw. in den Begleitkommentaren zum Schluss kommt, der Strukturwandel laufe sozialverträglich ab. Gleichzeitig müssen wir eingestehen, dass einer aktiven und zielgerichteten Steuerung des Strukturwandels enge Grenzen gesetzt sind. Letztlich ist der Strukturwandel die Summe zahlreicher einzelbetrieblicher Entscheidungen über die Art und Weise der Betriebsweiterführung oder in gewissen Fällen der Betriebsaufgabe. Zudem wissen wir sehr wohl, dass reine Wachstumsstrategien nicht das Alleinseligmachende sind. In vielen Fällen sind sie gar nicht zu realisieren, weil oft der Produktionsfaktor Boden nicht verfügbar oder die mit Wachstum verbundenen Sprungkosten nicht finanzierbar sind.

#### *4. Stärkung der Verankerung der Agrarpolitik in Gesellschaft, Politik und Wirtschaft*

Angesichts der zunehmenden Kritik an der Agrarpolitik müssen wir immer und immer wieder aufzeigen, welche Leistungen die Schweizer Landwirtschaft erbringt und welche ökonomische, soziale und kulturelle Bedeutung sie hat. Die Bedeutung der ganzen Wertschöpfungskette der «filière agroalimentaire» geht weit über den Anteil der Landwirtschaft am Bruttoinlandprodukt hinaus. Sie generierte im Jahr 2001 eine Bruttowertschöpfung von 32.3 Milliarden Franken mit insgesamt rund 470'000 Beschäftigten. Die für die Landwirtschaft relevanten wirtschafts- und finanzpolitischen Diskussionen sind unter Einbezug der volkswirtschaftlichen Bedeutung der «filière agroalimentaire» zu führen. Künftige Reformen müssen auch auf die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen der vor- und nachgelagerten Stufen der Landwirtschaft zielen. Die Bilanz nach einem Jahrzehnt mit einem grundlegenden Umbau der Agrarpolitik zeigt, dass auch bei den der Landwirtschaft vor- und nachgelagerten Stufen Handlungsbedarf besteht.

*Es gilt sowohl das geschriebene wie auch das gesprochene Wort.*