

Jahresmedienkonferenz vom 3. Januar 2023

Direktvermarktung & Co. als wichtige Einkommensquellen

*Referat von Anne Challandes, Präsidentin Schweizerischer Bäuerinnen und Landfrauenverband
(es gilt das gesprochene Wort)*

Bauernfamilien produzieren nicht nur Rohstoffe auf ihren Betrieben. Seit jeher haben sie auch einen Teil der Produkte weiterverarbeitet, eingelagert und verkauft. Bei der Lagerung betrifft dies beispielsweise das Raufutter für die Tiere, Kartoffeln, Äpfel oder Lagergemüse für die menschliche Ernährung. Auch die Verarbeitung der eigenen Produkte wie Käsen auf der Alp oder das Keltern von Wein gehört traditionell zur Landwirtschaft.

Heute sind gemäss offizieller Statistik fast ein Viertel aller Landwirtschaftsbetriebe in der Direktvermarktung aktiv. Oft nicht im grossen Ausmass z.B. wenn sie nur Kirschen oder Eier des eigenen Hofes verkaufen oder einen Milchautomaten betreiben. Oder wie die Familie Balsiger – bei der wir heute sind – bei denen man regelmässig Pouletfleisch beziehen kann. Doch es gibt auch Betriebe, die sich auf Direktvermarktung spezialisiert haben und alles, oder zumindest grosse Teile ihrer Erzeugnisse, selbst verkaufen und dazu auch verarbeitete Lebensmittel herstellen. Diese betreiben dann meist auch einen Hofladen. Manche gehen zusätzlich auf den Wochenmarkt oder sie beliefern z.B. Restaurants, Altersheime oder Spitäler mit ihren Produkten. Es gibt keine genauen Zahlen zum Umsatz. Geschätzt wird zirka 7 % des Gesamtertrages der Schweizer Landwirtschaft von knapp 11 Milliarden in der Direktvermarktung erzielt.

Da der Preisdruck im Detailhandel zunimmt, steigt auch die Bedeutung der Direktvermarktung in der Landwirtschaft. Doch das geht nur, wenn auch künftig Bauten wie ein Kartoffel- oder Apfellager oder Hofläden auf Landwirtschaftsbetrieben gebaut werden können. Daneben bietet die Landwirtschaft auch soziale oder touristische Dienstleistungen an, die nur in Zusammenhang mit der Landwirtschaft funktionieren. Typische Beispiele sind Agrotourismus, Betreuungsangebote oder Schule auf dem Bauernhof. Die Nachfrage der Öffentlichkeit nach diesen Angeboten ist gross. Mit dem Strukturwandel und den sinkenden Produkterlösen sind viele Bauernfamilien auf diese alternativen Verkaufswege und Einkommen angewiesen. Diese benötigen spezifische Gebäude und Einrichtungen. Wann immer möglich nutzt man dazu die bestehenden alten Ökonomiebauten. So dass die bebaute Fläche nicht unnötig vergrössert werden muss.

Das Landwirtschaftsgesetz wie auch die Raumplanungsverordnung zählen die Lagerung, die Verarbeitung und den Verkauf hofeigener Produkte zur Landwirtschaft. Entsprechend können dafür Bauten und Anlagen zonenkonform erstellt werden, sofern sie mehrheitlich Produkte vom Standortbetrieb oder von Nachbarbetrieben lagern, verarbeiten oder verkaufen. Das muss weiterhin unkompliziert möglich bleiben. Verbesserungen braucht es bei agrotouristischen Angeboten. Wir wünschen uns, dass diese künftig ebenfalls als zonenkonform gelten.