

Schlüsselfaktoren für eine erfolgreiche Schweizer Apfelproduktion

Mit einer Umfrage bei schweizerischen Obstproduzenten wurden die Erfolgsfaktoren der Apfelproduktion identifiziert. Die wichtigsten Strategien wurden erfasst und ausgewertet. Die Grösse der Anbaufläche, die Vermarktung und Spezialisierung des Betriebs werden in der Studie als entscheidende Faktoren für eine erfolgreiche Produktion bezeichnet.

ESTHER BRAVIN UND ADELIN KILCHENMANN,
FORSCHUNGSANSTALT AGROSCOPE CHANGINS-WÄDENSWIL ACW
esther.bravin@acw.admin.ch

Dieser Beitrag ist ein Auszug aus dem Bericht für die Obstproduzenten «Schlüsselfaktoren und Strategien in der Apfelproduktion» von Daniela Mencarelli Hofmann.

Welche Faktoren sind für den wirtschaftlichen Erfolg der landwirtschaftlichen Betriebe entscheidend? Welche Strategien werden erfolgreich umgesetzt? Wie erklären sich die grossen Unterschiede im wirtschaftlichen Erfolg?

Um diese Fragen zu beantworten, hat die Forschungsanstalt Agroscope Changins-Wädenswil ACW in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Obstverband (SOV) 2008 eine für die Schweiz repräsentative Umfrage organisiert. Sie wurde im Rahmen des EU-Projekts ISAFRUIT durchgeführt (s. Kästchen). 182 Betriebe wurden angeschrieben; 64% haben geantwortet. In einem ersten Teil beurteilten die Landwirte die wirtschaftliche Lage ihrer Apfelproduktion sowie die dafür verantwortlichen Faktoren. Im zweiten Teil wurden Strategien bezeichnet, die sie in den letzten zehn Jahren angewandt haben.

Merkmale der befragten Betriebe

Von den 117 antwortenden Betrieben sind 42% kleinere Apfelproduzenten mit einer Anbaufläche zwischen 1 und 5 ha, 31% sind mittelgrosse Produzenten (5 bis 10 ha), die restlichen 27% bewirtschaften eine Fläche von über 10 ha.

60% der teilnehmenden Betriebe befinden sich in der Deutschschweiz, 40% in der Romandie. Zwei Drittel der Betriebe sind in den Kantonen Thurgau (36%), Wallis (24%) und Waadt (15%) ansässig. Fast die Hälfte der Stichprobe sind Mischbetriebe (Abb. 1), die andere Hälfte (51%) hat sich auf Obstbau spezialisiert, davon der grösste Teil auf Kernobst (45%).

Die Mehrheit der Apfelproduzenten hat eine landwirtschaftliche Ausbildung (86%); 26% haben die Meisterprüfung und 9% eine Fachhochschule oder Hochschule absolviert. Der Altersdurchschnitt liegt bei 48 Jahren. Mehr als 40% sind fünfzig Jahre alt oder älter und nur 4% der Befragten sind jünger als 30 Jahre. Im Durchschnitt verfügen die Betriebsleiter über 24 Jahre Berufserfahrung, nur 15% von ihnen sind weniger als 15 Jahre im Beruf tätig.

Zur Wirtschaftlichkeit der Betriebe konnten die Befragten eine der in Abbildung 2 aufgeführten Einkommensklassen wählen. Die Resultate zeigten, dass fast

ISAFRUIT

Das ISAFRUIT-Projekt wird von der Europäischen Kommission unter der thematischen Priorität 5 – Food Quality und Safety – des 6. RTD-Rahmenprogramms (Vertrag Nr. FP6-FOOD-CT-2006-016279) finanziert. Die in dieser Publikation ausgedrückten Meinungen entsprechen ausschliesslich denjenigen der Verfasserinnen und dürfen auf keinen Fall als offizielle Position der Europäischen Kommission betrachtet werden. Für weitere Informationen über das ISAFRUIT-Projekt siehe www.isafruit.org und Bertschinger L.: Obstbau zwischen heute und morgen, Schweiz. Z. Obst-Weinbau, 142 (6/06), 10–13, 2006.

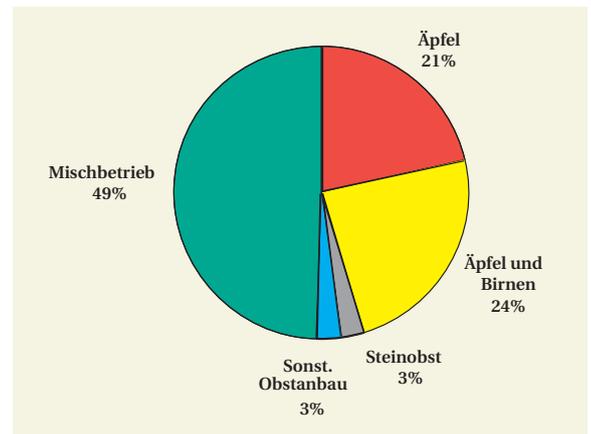


Abb. 1: Produktionsschwerpunkt des Betriebs.

60% der Produzenten weniger als 60 000 Franken verdienen (Landwirtschaftliches Einkommen ohne Direktzahlungen). Wie sehen die Produzenten ihre Zukunft? 74% der Befragten sind sicher, dass sie in den nächsten fünf Jahren weiter Äpfel produzieren werden, 20% sind unsicher und 6% können es nicht beurteilen.

Eine Mehrheit (61%) denkt, dass die totalen Investitionen in Zukunft gleich bleiben werden. Nur 11% der Befragten sind der Meinung, dass ihre zukünftigen Investitionen insgesamt abnehmen werden. Die geplanten Investitionen konzentrieren sich aber mehrheitlich auf die Strukturhaltung. Nur eine Minderheit ist sicher, dass sie auch in die Vergrößerung beziehungsweise Spezialisierung ihres Betriebs investieren möchten.

Die befragten Produzenten vermarkten durchschnittlich 75% der Ware durch den Handel, 11% durch Direktvermarktung, 5% durch kleine Fachgeschäfte und 9% durch andere Kanäle.

Wirtschaftliche Lage der Apfelproduzenten

Über die Hälfte der Befragten (55%) sind mit der wirtschaftlichen Lage ihrer Apfelproduktion zufrieden. Die wichtigsten Gründe dafür sind, nach Angaben der Produzenten, die Vermarktung, das Alter und der Zustand der Kulturen und/oder die Apfelqualität (Abb. 3).

Der kleinere Anteil der Umfrageteilnehmer (44%) ist mit der wirtschaftlichen Lage ihrer Apfelproduktion unzufrieden. Als Gründe dafür werden die Vermarktung, die Produktionskosten, die (schlechte) Apfelqualität, die gesetzlichen Auflagen sowie die Verfügbarkeit und Qualifikation der Arbeitskräfte genannt.

Entscheidende Faktoren für die Wirtschaftlichkeit

Mit Hilfe der Regressionsanalyse wurde die statistische Aussagekraft der wirtschaftlichen Faktoren untersucht. Dazu wurden die Befragten auf Grund ihrer Selbstevaluation der wirtschaftlichen Lage ihrer Apfelproduktion in zwei Gruppen eingeteilt: «erfolgreich» und «weniger erfolgreich».

Diese Analyse zeigt, dass die Direktvermarktung, der Verkauf an den Handel, die Produktionskosten, die Apfelfläche und die Region aus Sicht der Befragten für die Wirtschaftlichkeit der Produktion entscheidend sind. Die Produzenten, die die Vermarktung als positiven Faktor beurteilen und zufrieden sind, verkaufen anteilmässig mehr über die Direktvermarktung als jene, die mit der Vermarktung unzufrieden sind. Die differenzierte Vermarktung bringt Vorteile für die Apfelproduzenten. Deswegen hat die Direktvermarktung einen positiven Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit.

Die Produktionskosten werden von der Mehrheit der unzufriedenen Produzenten als negativer Faktor bezeichnet. Es sind mehrheitlich die Mischbetriebe und weniger die Betriebe mit Apfelanbau als Schwerpunkt, die mit der Problematik der hohen Produktionskosten konfrontiert sind. Die Spezialisierung im Apfelanbau bringt Vorteile.

Betriebe mit kleinen und mittleren Apfelflächen haben weniger Chancen, in der Produktion erfolgreich zu sein. Dieses Resultat wird vom Faktor «Region» bestätigt: Die grossen Apfelproduzenten befinden sich mehr-

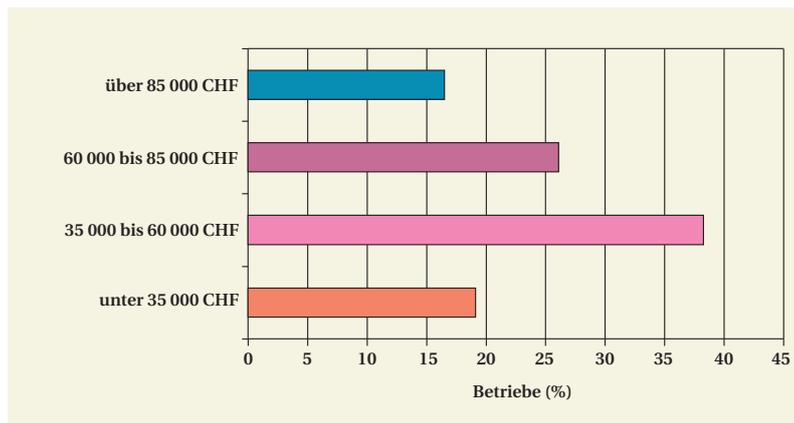


Abb. 2: Landwirtschaftliches Einkommen.

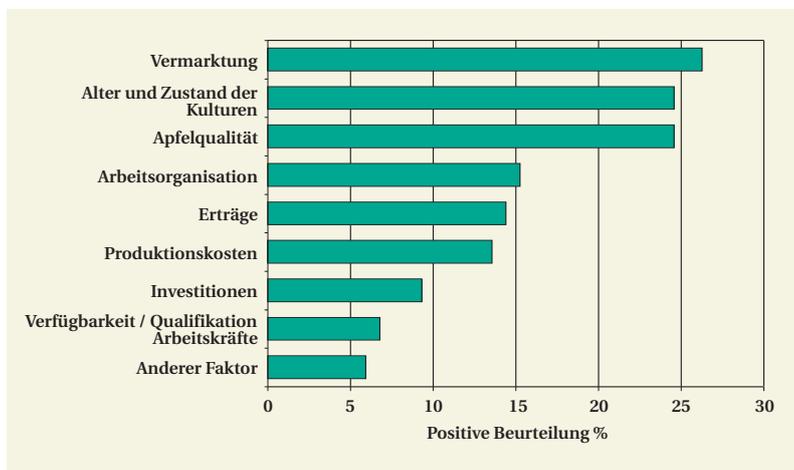


Abb. 3: Wichtigste Faktoren für die Zufriedenheit der Tafelapfelproduzenten.

heitlich (60%) in der Romandie. Ein statistischer Vergleich zwischen der Deutschschweiz und der Romandie zeigt, dass die Produzenten in der Romandie im Durchschnitt eine grössere landwirtschaftliche Fläche und Apfelfläche haben und zudem mehr von der gemeinsamen Vermarktung profitierten.

Sortiment und Apfelfläche

In der Umfrage konnten die Produzenten angeben, welche Produktionsstrategien sie in den letzten zehn Jahren umgesetzt haben und wie sie damit zufrieden waren (Abb. 4). 70% der Befragten versuchten das Sortiment auf die Nachfrage auszurichten und 85% von ihnen war mit dieser Strategie zufrieden. Von über 80% der Befragten wurden neue Sorten angebaut, was 75% von ihnen als zufriedenstellend einstufen. Die Daten über die Produktionsstrategien zeigen, dass die Apfelproduzenten sich bei der Ausrichtung des Sortiments an der Nachfrage orientieren, neue Sorten anbauen und mit einer gezielten Sortenwahl versuchen, Arbeitsspitzen zu verteilen und Ertragsschwankungen zu vermindern.

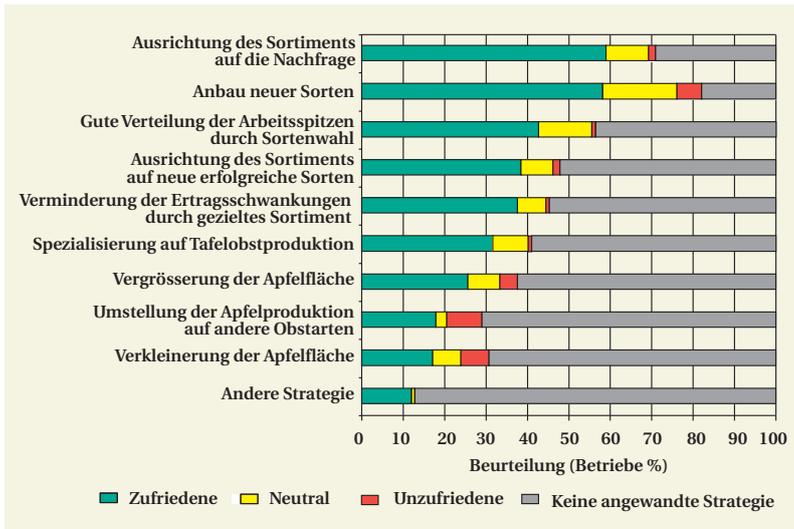


Abb. 4: Beurteilung der Produktionsstrategien.

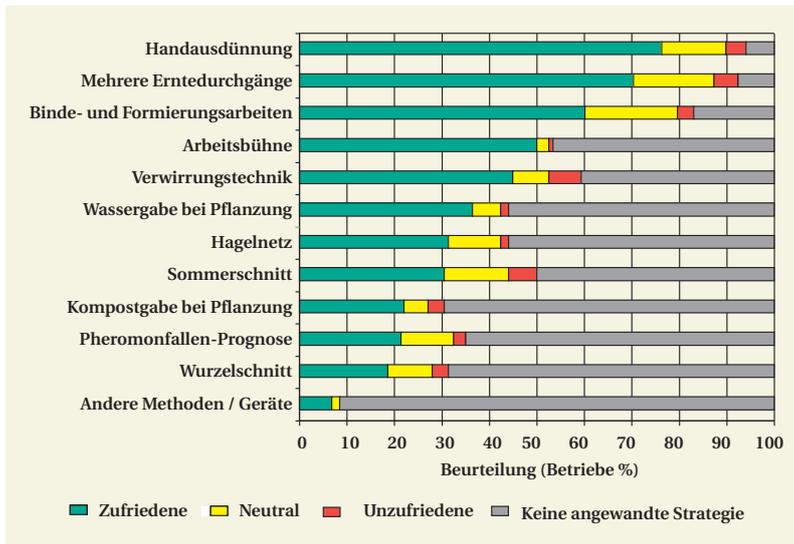


Abb. 5: Beurteilung der Arbeitstechnik.



Abb. 6: Kooperationsformen.

Arbeitstechnik

Die am häufigsten angewendete Arbeitstechnik ist die Handausdünnung (94%); fast 80% der Befragten sind damit zufrieden (Abb. 5). Ein ähnliches Resultat stellt man bei «mehreren Erntedurchgängen» fest, während bei «Binde- und Formierungsarbeiten» die Anwendungsrate auf rund 80% sinkt. Damit zufrieden sind rund 75% der Anwender. Über die Hälfte der Befragten hat die «Arbeitsbühne» und die «Verwirrungstechnik» eingesetzt und ist meist damit zufrieden. Bei allen anderen Arbeitstechniken – ausser «jährlicher Sommerschnitt» – liegt der Anteil der Produzenten, die sie angewendet haben, unter 50%. Regionale Unterschiede könnten diese niedrigeren Prozentsätze teilweise erklären.

Kooperationsformen

Insgesamt sind über 50% der Apfelproduzenten in einer oder mehreren Kooperationsformen organisiert. Wobei Zusammenarbeitstypen wie gemeinsame Vermarktung, gemeinsame Nutzung von Gebäuden und Betriebsgemeinschaften von weniger als 20% genutzt werden (Abb. 6).

Wie zufrieden sind die Produzenten, die in einer oder mehreren Kooperationen involviert sind? Ein hoher Prozentsatz ist mit der gewählten Form der Zusammenarbeit zufrieden: 92% mit den Maschinengenossenschaften beziehungsweise Maschinenringen, 88% mit der gemeinsamen Nutzung von Gebäuden und Anlagen sowie 78% mit dem gemeinsamen Einkauf von Betriebsmitteln (Abb. 7).

Beim Austausch von Arbeitskräften, bei gemeinsamer Vermarktung oder Erzeugung sowie bei Bewirtschaftungsverträgen liegt der Zufriedenheitsgrad bei 65 bis 70%. Nur bei Betriebsgemeinschaften (Fusionen) ist der Prozentsatz der Zufriedenen niedriger, nämlich 50%.

Die Zufriedenen ...

Über die Hälfte der Produzenten sind mit der wirtschaftlichen Lage ihrer Tafelapfelproduktion zufrieden. Die gute Vermarktung wird am häufigsten als Grund für diese Einstufung erwähnt. Diese Betriebe verkaufen anteilmässig mehr durch die Direktvermarktung als jene, die unzufrieden sind. Aufgrund der Umfrage wird geschätzt, dass 75% der Äpfel durch Handelsbetriebe vermarktet werden. Handelsbetriebe bleiben also nach wie vor sehr wichtig. Die Direktvermarktung hat natürlich auch nicht in allen Regionen gleich gute Chancen.

... und die Unzufriedenen

Etwas weniger als die Hälfte der Betriebe ist mit der wirtschaftlichen Lage ihrer Apfelproduktion unzufrieden, vor allem wegen der schlechten Vermarktung und der hohen Produktionskosten. Es sind vor allem die Mischbetriebe, die aufgrund der hohen Kosten unzufrieden sind. Dies zeigt, dass sich die Spezialisierung vorteilhaft auf die Optimierung der Produktionskosten auf dem Betrieb auswirkt.

Zukünftige Investitionen

Die Mehrheit der befragten Apfelproduzenten wird in Zukunft mehrheitlich für die Erhaltung der Strukturen investieren. Die Gründe dafür dürften vor allem in der

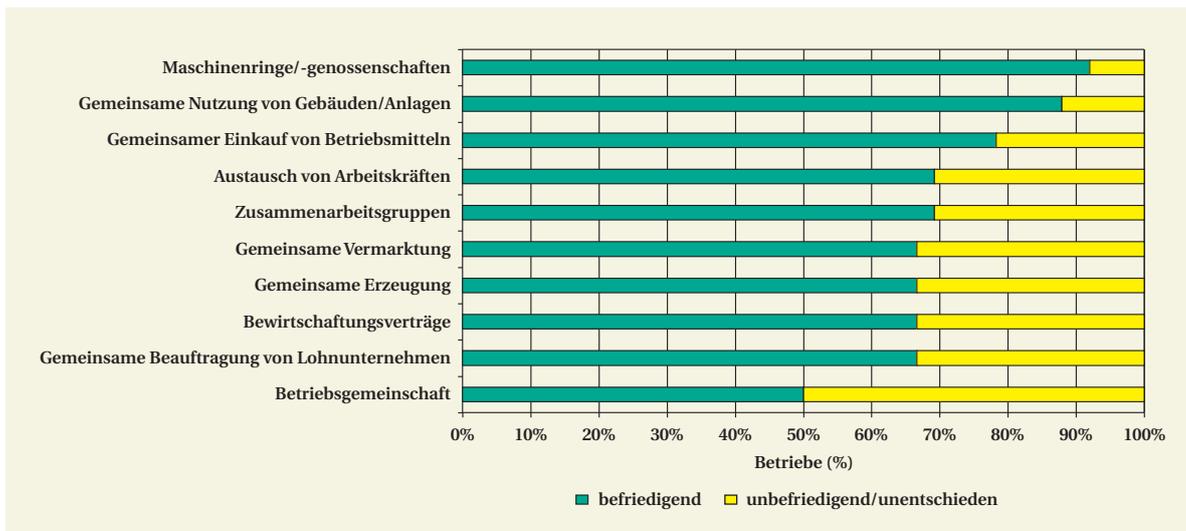


Abb. 7: Beurteilung der Kooperationsformen.

schon heute hohen Verschuldung der Betriebe gesucht werden sowie in der Schwierigkeit, Land pachten oder kaufen zu können. Die Vergrößerung oder Spezialisierung des Betriebs benötigt mehr Arbeitskräfte. Die hohen Arbeitskosten sowie die Schwierigkeit, qualifiziertes Personal zu finden, sind ebenfalls ein Problem für die Obstproduzenten.

«Grosse» sind erfolgreicher

Die Studie besagt, dass kleinere Betriebe und Betriebe mit geringerer Obstfläche, das heisst auch gemischte Betriebe weniger Chancen haben, erfolgreich Äpfel zu produzieren.

Bessere Erträge und Sortenwahl sind wichtig

Spezialisierte Betriebe haben im Schnitt deutlich bessere Erträge als Betriebe mit einer kleinen Apfelanbaufläche. Hohe Erträge sind für die erfolgreiche Produktion sehr wichtig. Die Mehrheit der Produzenten richtet das Sortiment auf die Nachfrage aus und baut neue Sorten an. Wichtig für die Produzenten ist auch die Optimierung der Sortenwahl, um Arbeitsspitzen zu verteilen oder Ertragschwankungen zu mindern.

Checkliste für eine erfolgreiche Apfelproduktion

- Spezialisierung auf Äpfel
- Grosse Apfelfläche
- Hohe Erträge
- Gute Sortenwahl
- Direktvermarktung
- Gute Strukturen für die gemeinsame Vermarktung

Wenige, aber erfolgreiche Kooperationen

Die Kooperation auf den Obstbaubetrieben ist wichtig und über 50% sind mindestens in einer Kooperationsform beteiligt. Die meisten Betriebe wählen aber nur wenig verbindliche Kooperationsformen. Nur ein kleiner Anteil ist in verbindlicheren Formen wie zum Beispiel «Gemeinsame Erzeugung» oder «Betriebsgemeinschaft» beteiligt. Generell sind die Produzenten, die zusammenarbeiten, zufrieden. Das Potenzial der Kooperation könnte zum Beispiel mit gemeinsamer Vermarktung auch bei der Direktvermarktung besser ausgeschöpft werden. ■

Facteurs-clés d'une production de pommes rentable en Suisse

R É S U M É

Un sondage auprès des arboriculteurs en Suisse a permis d'identifier les facteurs à succès de la production de pommes. Les stratégies les plus importantes mises en oeuvre par les producteurs ont été recensées et analysées. Les superficies cultivées, la commercialisa-

tion ainsi que la spécialisation de l'entreprise ont été définies par les participants au sondage comme étant les facteurs déterminants d'une production de pommes rentable.