

# Wirtschaftlichkeit der Paralandwirtschaft am Beispiel der Direktvermarktung

Oktober 2010

## Autoren

Schmid Dierk, ART,  
dierk.schmid@art.admin.ch,  
Peter Lenggenhager, Bischofszell  
Nahrungsmittel AG, CH-9220  
Bischofszell,  
Emil Steingruber, Schweizerische  
Hochschule für Landwirtschaft  
SHL, CH-3052 Zollikofen

## Impressum

Herausgeber:  
Forschungsanstalt Agroscope  
Reckenholz-Tänikon ART  
Tänikon, CH-8356 Ettenhausen,  
Redaktion: Etel Keller, ART

Die ART-Berichte/Rapports ART  
erscheinen in rund 20 Nummern  
pro Jahr. Jahresabonnement  
Fr. 60.–. Bestellung von Abonne-  
ments und Einzelnummern:  
ART, Bibliothek, 8356 Ettenhausen  
T +41 (0)52 368 31 31  
F +41 (0)52 365 11 90  
doku@art.admin.ch  
Downloads: www.agroscope.ch

ISSN 1661-7568



*Der Umsatz des Direktverkaufs hat bei vielen Betrieben eine sehr kleine Bedeutung.  
Foto: Dierk Schmid, ART*

**Die Anzahl der Betriebe mit Direktvermarktung ist unter den Betrieben der Zentralen Auswertung seit den 1990er-Jahren stark angestiegen. Seit dem Jahr 2003 ist die Entwicklung jedoch nicht mehr so dynamisch verlaufen. Direktverkauf wird aufgrund der Nähe zu Agglomerationen oder Tourismus vor allem in der Tal- und Bergregion betrieben. Biobetriebe verkaufen ihre Produkte mehr über die Direktvermarktung denn Nichtbiobetriebe, und bei den Betriebstypen heben sich spezialisierte Betriebe mit Obst und Gemüse sowie**

**Betriebe mit Schwerpunkt Fleischproduktion hervor. Auf Verkehrsmilch oder Mutterkuhhaltung spezialisierte Betriebe mit Direktverkauf erreichen keinen Einkommensvorteil gegenüber ihren Berufskolleginnen oder -kollegen. Betriebe mit Direktvermarktung unterscheiden sich in erster Linie in ihrer Kosten- und Leistungsstruktur von den übrigen Betrieben, und sie erzielen meist eine höhere Rohleistung, wobei sie aber auch höhere Fremdkosten bei höherem Arbeitskostenanteil haben.**



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Eidgenössisches  
Volkswirtschaftsdepartement EVD  
Forschungsanstalt  
Agroscope Reckenholz-Tänikon ART

## Problemstellung

Der Einstieg in Aktivitäten der Paralandwirtschaft erfolgt oft aufgrund von Änderungen der äusseren Rahmenbedingungen eines Landwirtschaftsbetriebs. Die Betriebsleiterfamilien erhoffen sich, dass sich dadurch ihre persönliche und wirtschaftliche Situation verbessert oder zum Beispiel die Unabhängigkeit vom Grosshandel. Die Frage, ob die neue Aktivität wirtschaftlich ist und ins Unternehmen passt, ist stark von der betriebswirtschaftlichen Situation abhängig. Generelle Aussagen zur Paralandwirtschaft und ihrer Wirtschaftlichkeit können dagegen nur aufgrund von Ergebnissen einer grösseren Anzahl Betriebe getroffen werden. Mit den Buchhaltungsdaten der Zentralen Auswertung stehen ausreichend Betriebsinformationen zu Verfügung, um dies zu untersuchen. Aus der Vielzahl von paralandwirtschaftlichen Aktivitäten wird hierbei der Direktverkauf gewählt.

der Anzahl der Betriebszweige in Betracht gezogen werden. Die mit einer Reduktion der Betriebszweige einhergehende Spezialisierung auf wenige Bereiche führt auf der einen Seite zu tieferen Kosten pro Einheit aufgrund von Skaleneffekten und auf der anderen Seite oft zu höherem Risiko. Eine Ausweitung der Betriebszweige bedeutet, auf mehreren Standbeinen zu stehen und so das Risiko zu verteilen. Dies bedingt aber, sich in ein neues Gebiet einzuarbeiten und die neue Verteilung des Arbeitsaufkommens mit zu berücksichtigen. Kann der Betrieb flächenmässig nicht wachsen, so ist die Aufnahme eines paralandwirtschaftlichen Betriebszweigs eine Möglichkeit zusätzliche Wertschöpfung auf dem Betrieb zu erzeugen. Neben den landwirtschaftlichen und landwirtschaftsnahen Betriebszweigen ist der Einstieg in oder die Ausweitung des ausserlandwirtschaftlichen Erwerbs eine weitere Entwicklungsmöglichkeit. Bei allen betrieblichen Veränderungen gilt es zu beachten, dass die persönlichen Neigungen und Vorlieben berücksichtigt werden.

## Weiterentwicklung eines landwirtschaftlichen Unternehmens

Ändern sich die äusseren Rahmenbedingungen für ein landwirtschaftliches Unternehmen, dann muss die Betriebsleiterfamilie entscheiden, mit welcher Strategie sie darauf reagieren will. Änderungen der landwirtschaftlichen Rahmenbedingungen mit einschneidendem Einfluss auf die Produktpreise wären beispielsweise das Freihandelsabkommen mit der EU oder der Abschluss der Verhandlungen der Welthandelsorganisation (WTO). Andere Rahmenbedingungen betreffen nicht alle Betriebe und spielen sich eher im engeren Betriebsumfeld ab, wie zum Beispiel die Hofübergabe oder die Verlagerung von Verarbeitungsbetrieben. Die Betriebe können diesen Entwicklungen mit unterschiedlichen Strategien begegnen. Neben der strategischen Entwicklungsachse in Richtung Betriebswachstum kann als weitere Stossrichtung die Anpassung

## Paralandwirtschaft – was ist das?

Der Begriff Paralandwirtschaft ist in keinem Gesetz und keiner Verordnung, wie zum Beispiel der Landwirtschaftlichen Begriffsverordnung, aufgeführt. Die hinter diesem Begriff stehenden Betriebszweige werden meist mit landwirtschaftsnahen Aktivitäten umschrieben. Da ständig neue paralandwirtschaftliche Formen entstehen, bleibt es bei der Nennung von Beispielen (z. B. Agrartourismus, Besenwirtschaften, Schlafen im Stroh); auf eine abschliessende Aufzählung wird verzichtet. Die Erstellung eines einheitlichen Buchhaltungsabschlusses für die Zentrale Auswertung von Buchhaltungsdaten erfordert eine klare Definition der Betriebszweige und der Erfassungsbereiche des landwirtschaftlichen Unternehmens (Hausheer Schnider 2008). Dabei umfasst die Paralandwirtschaft landwirtschaftliche Aktivitäten, die nicht unmittelbar mit der landwirtschaftli-

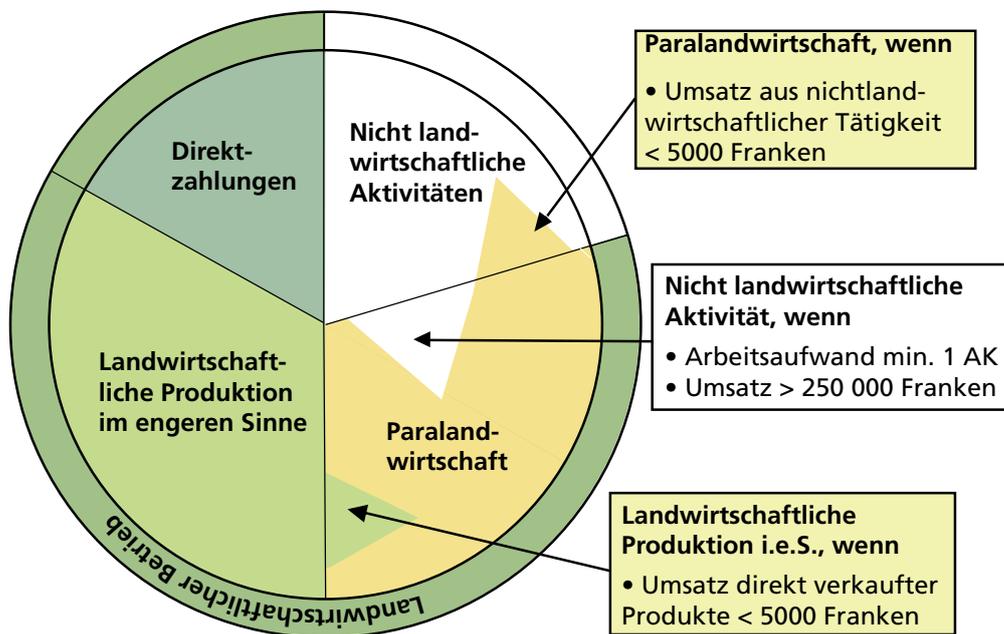


Abb. 1: Abgrenzung Landwirtschaftliche Produktion im engeren Sinne, Paralandwirtschaft und nichtlandwirtschaftliche Aktivitäten (Quelle: Hausheer Schnider 2008).

chen Produktion – dem Pflanzenbau oder der Tierhaltung – oder ökologischen Leistungen zusammenhängen. Auf der anderen Seite hängen die paralandwirtschaftlichen Aktivitäten aber vom Vorhandensein eines landwirtschaftlichen Betriebs ab, wie zum Beispiel Direktverkauf, bei Ferien auf dem Bauernhof oder Schlafen im Stroh.

Bei der Interpretation der Ergebnisse gilt es zudem Folgendes zu beachten: Die Leistungen des landwirtschaftlichen Unternehmens können aus den vier Bereichen landwirtschaftliche Produktion im engeren Sinne, Direktzahlungen, Paralandwirtschaft und nicht landwirtschaftliche Aktivitäten stammen. Bei der buchhalterischen Zuordnung der Aktivitäten zu diesen Bereichen kann es in Abhängigkeit der Höhe der Leistungen zu Grenzfällen kommen. Zum Beispiel zählen paralandwirtschaftliche Aktivitäten zur landwirtschaftlichen Produktion, wenn diese in einem kleinem (<5000 Franken Umsatz), oder zu nicht landwirtschaftlichen Aktivitäten, wenn diese in grossem Umfang (>250 000 Franken Umsatz) betrieben werden (siehe Abb. 1).

## Wie viel Direktverkauf wird betrieben?

### Nach Region und Umsatz

Der Umsatzanteil der Güter, die direkt vom Produzenten an den Konsumenten verkauft werden, ist mit 5 % relativ gering (SBV 2007). Die Zusatzerhebung zur Betriebszählung 2005 zu nicht- und ausserbetrieblichen Tätigkeiten zeigt dagegen auf, dass im Jahr 2005 rund 21 % der schweizerischen Landwirtschaftsbetriebe Direktverkauf betreiben (BFS 2007). Daraus folgt, dass der Umsatz des Direktverkaufs bei vielen Betrieben sehr gering ist.

Unter den Betrieben der Zentralen Auswertung ist die Zahl jener Betriebe, die Direktvermarktung betreiben, seit den 1990er-Jahren stark angestiegen. Seit dem Jahr 2003 verlief die Entwicklung jedoch nicht mehr so dynamisch. Der Anteil Betriebe, die Direktverkauf betreiben, ist im Mittel der Jahre 2005 bis 2008 mit rund 11% niedriger als in der Studie des Bundesamtes für Statistik BFS. Dies hat unter anderem mit der unterschiedlichen Abgrenzung der Stich-

**Anteil Betriebe mit Direktverkauf 05/08**

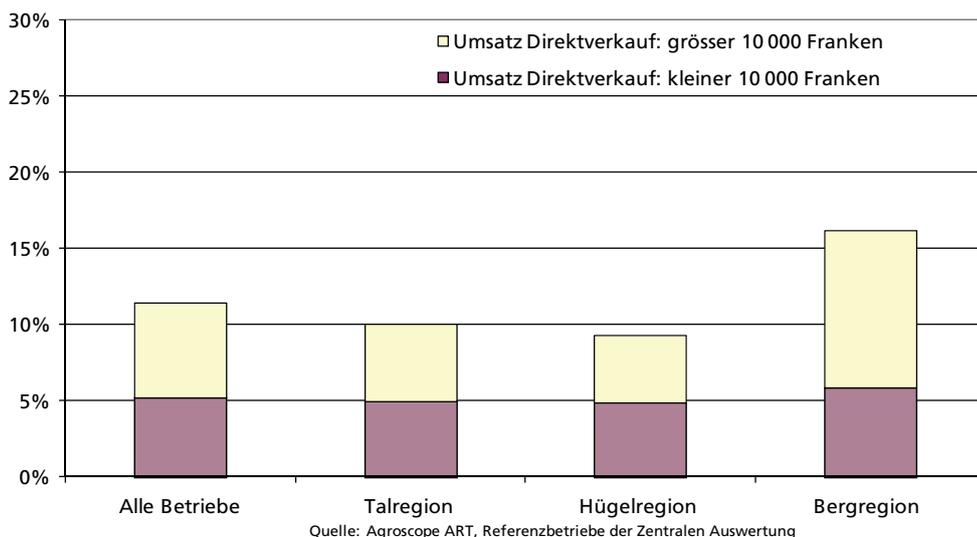


Abb. 2: Anteil Betriebe mit Direktverkauf 2005 bis 2008 Alle Betriebe und gruppiert nach Region.

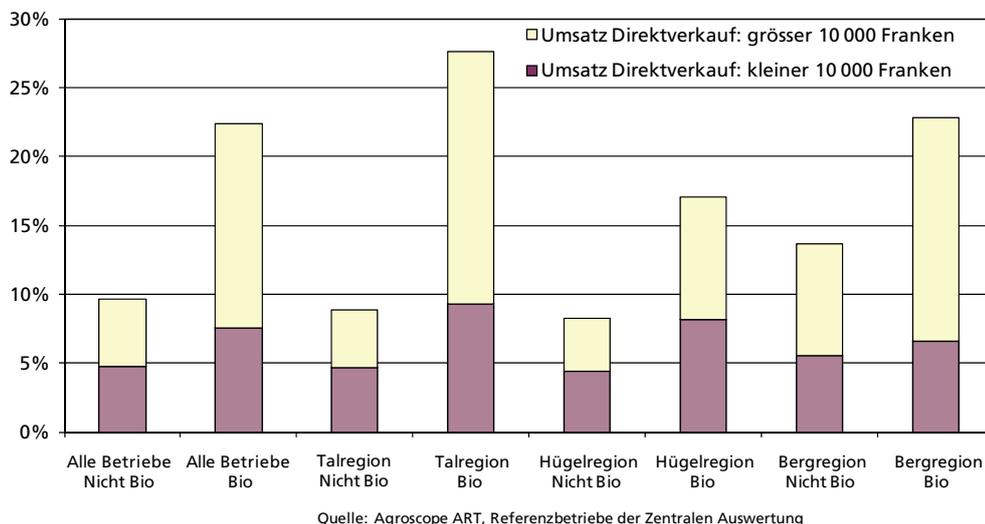


Abb. 3: Anteil Betriebe mit Direktverkauf 2005 bis 2008 gruppiert nach Landbauform und Region.

probe und der unterschiedlichen Definition, was zur Paralandwirtschaft zählt, zu tun. Sehr kleine und sehr grosse Umsätze des Direktverkaufs werden entweder als landwirtschaftliche oder als ausserlandwirtschaftliche Aktivität erfasst. Etwas mehr als die Hälfte der Betriebe mit Direktverkauf hat dabei mehr als 10000 Franken Umsatz (Abb. 2) erzielt. Der Umsatz (Rohleistung) all jener Betriebe, die Direktverkauf betreiben, liegt im Mittel bei 38000 Franken. In allen drei Regionen (Tal-, Hügel- und Bergregion) zeigt sich, dass der Anteil der Betriebe mit bis zu 10000 Franken Umsatz mit rund 5% ungefähr gleich ist. Der Anteil Betriebe mit höherem Umsatz ist in der Bergregion mit rund 10% am stärksten vertreten gegenüber der Hügelregion mit rund 4%.

### Nach Landbauform und Umsatz

Unterscheidet man die Betriebe nach Landbauform (Abb. 3), wird deutlich, dass Biobetriebe mit einem Anteil von mehr als 20% häufiger Direktvermarktung betreiben als Nichtbiobetriebe. Dies stimmt mit der Tatsache überein, dass Biobetriebe historisch gesehen eher die Direktvermarktung als Absatzkanal benützten und die Vermarktung über den Grosshandel sich erst später ergab. Der Anteil der Betriebe mit einem höheren Umsatz ist bei den Biobetrieben anteilmässig dreimal so gross, wobei hier sicher auch die höheren Preisen für Bioprodukte eine gewisse Rolle spielen.

Betrachtet man die Verteilung der Betriebe nach Landbauformen in den Regionen (Abb. 3) so zeigt sich, dass die Biobetriebe in der Talregion anteilmässig am meisten Direktvermarktung betreiben, was sich mit der Nähe zum Verbraucher erklären lässt (siehe auch BFS 2007). Bei den Bergbetrieben sieht die Verteilung ähnlich aus, jedoch ist der Anteil der Nichtbiobetriebe ebenfalls höher als in der Talregion.

### Nach Alter Betriebsleitung

Der Anteil Betriebe mit Direktverkauf geht mit zunehmendem Alter der Betriebsleiterin respektive des Betriebslei-

ters nur leicht zurück. Eine mögliche Begründung dafür ist, dass eine einmal aufgebaute Direktvermarktung kaum mehr aufgegeben wird

### Nach Betriebstypen

Bei den Betriebstypen (Abb. 4) heben sich die spezialisierten Betriebe mit Obst und Gemüse sowie die Betriebe mit Schwerpunkt Fleischproduktion hervor. Absolut gesehen, kommen jedoch die meisten Betriebe mit Direktvermarktung unter den Verkehrsmilchbetrieben vor, da dieser Betriebstyp in der Schweiz am weitesten verbreitet ist.

## Ist der Direktverkauf lohnend?

Für diese Untersuchung werden die Buchhaltungsbetriebe in Gruppen mit und ohne Direktverkauf aufgeteilt und dann deren Buchhaltungsergebnisse miteinander verglichen. Da die Daten der Zentralen Auswertung von Buchhaltungsdaten der Forschungsanstalt Agroscope Reckenholz-Tänikon ART ausschliesslich monetäre Angaben zu paralandwirtschaftlichen Aktivitäten enthalten, erfolgt die Aufteilung der Betriebe nach dem Umsatz des Direktverkaufs. Erst wenn dieser über 10000 Franken liegt, wird der Betrieb der Gruppe «Direktverkauf» zugeordnet, die übrigen Betriebe stellen die Vergleichsgruppe dar. Um Ursachen auszuschliessen, die in der betrieblichen Ausrichtung oder den natürlichen Voraussetzungen begründet sind, wird die Analyse gesondert nach den Betriebstypen Verkehrsmilchbetriebe beziehungsweise Mutterkuhbetriebe durchgeführt, wobei die Ersteren zudem nach Hügel- und Bergregion aufgeteilt sind. Es werden nur die Gruppen mit ausreichender Anzahl Betriebe analysiert. Nach der deskriptiven Beschreibung der Gruppen werden die Unterschiede mit dem nicht-parametrischen Kruskal-Wallis-Test untersucht.

### Verkehrsmilchbetriebe der Bergregion

Wie bereits weiter oben erwähnt, gibt es in der Bergre-

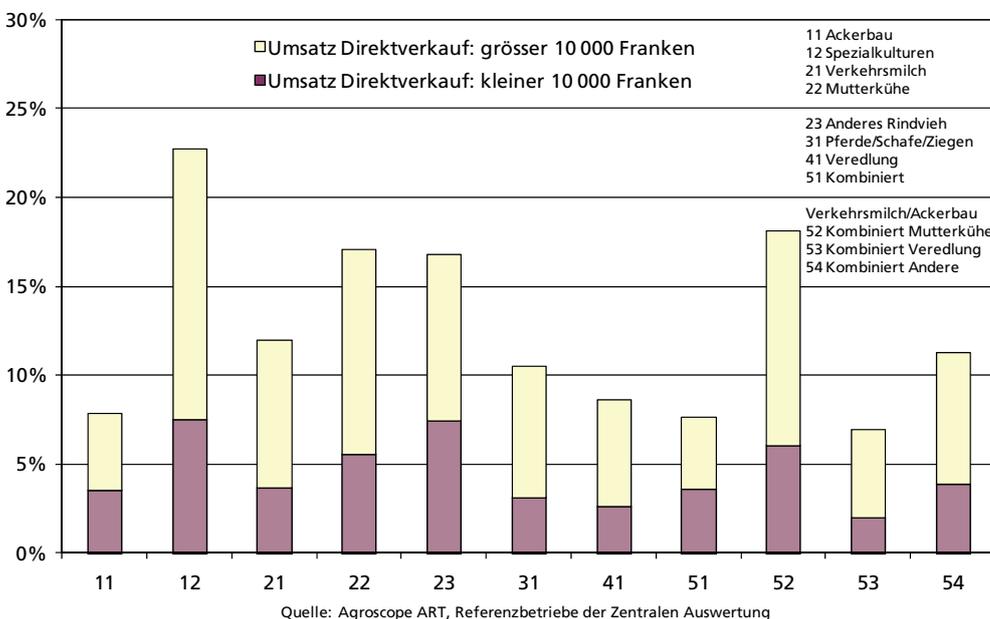


Abb. 4: Anteil Betriebe mit Direktverkauf 2005 bis 2008 gruppiert nach Betriebstypen.

gion in den Jahren 2007 und 2008 mit je 61 Betrieben die meisten Verkehrsmilchbetriebe mit Direktverkauf (Tab. 1). Bei der Betrachtung der Betriebsstrukturen zeigt sich Folgendes: Die Betriebe mit Direktverkauf bewirtschafteten im Jahr 2008 durchschnittlich 17,5 Hektaren landwirtschaftliche Nutzfläche. Der gesamte Viehbestand beträgt 21,8 GVE 15,3 GVE, davon sind Milchkühe. Diese Betriebe sind bezüglich Fläche und Tierbestand etwas kleiner als die Betriebe ohne Direktverkauf (22,7 ha und 23,6 GVE), wobei sich diese Unterschiede nur im Jahr 2008 bei der Fläche als statistisch signifikant erweisen. Während beide Gruppen im Durchschnitt mit der gleichen Anzahl familieneigener Arbeitskräfte (1,4 bzw. 1,3 Jahresarbeitseinheiten) bewirtschaftet werden, setzen die Betriebe mit Direktverkauf für die Erledigung der Arbeiten 0,5 Fremdarbeitskräfte ein. Im Jahr 2007 ist der Unterschied von 0,2 Arbeitskräften statistisch signifikant, 2008 fehlt die Signifikanz.

Bei der Betrachtung der wirtschaftlichen Seite zeigt sich Folgendes: Betriebe mit Direktverkauf erzielen mit 216 000

Franken eine um rund 28 000 Franken höhere Rohleistung. Die Ursache begründet sich hauptsächlich in der höheren Rohleistung, die aus dem Direktverkauf erwirtschaftet wird. Gemessen am Umsatz verkaufen die Betriebe nur ein Drittel der landwirtschaftlichen Produktion über die Direktvermarktung. Die restlichen zwei Drittel werden über den Handel verkauft.

Die Fremdkosten fallen mit 166 000 Franken bei den Betrieben mit Direktverkauf um rund 33 000 Franken höher aus. Dies aufgrund von höheren Sach- und Strukturkosten. Der vermehrte Einsatz von Angestellten bei den Betrieben mit Direktverkauf zeigt sich auch bei deren Personalkosten. Diese sind mit 13 000 Franken fast doppelt so hoch. Aus Rohleistung und Fremdkosten resultiert das landwirtschaftliche Einkommen. Dies ist bei den Betrieben mit Direktverkauf im Durchschnitt zwar leicht kleiner als bei den Betrieben ohne direkte Vermarktung, statistisch gesehen ist der Unterschied jedoch nicht signifikant.

Tab. 1: Verkehrsmilchbetriebe in der Bergregion gruppiert nach ohnel/mit Direktverkauf.

Region	Ohne / Mit Direktverkauf <sup>1</sup>	Bergregion			Bergregion		
		Ohne 2007	Mit 2007	p	Ohne 2008	Mit 2008	p
Referenzbetriebe	Anz.	448	61		462	61	
Vertretene Betriebe	Anz.	5799	813		5752	803	
<b>Betriebsstruktur</b>							
Familienarbeitskräfte	FJAE	1.4	1.3	0.495	1.4	1.3	0.205
Angestellte	JAE	0.3	0.5	0.006*	0.3	0.5	0.069
Alter Betriebsleiter	Jahre	46.0	46.0	0.994	46.0	46.0	0.679
Landwirtschaftliche Nutzfläche	ha	22.4	19.1	0.384	22.7	17.5	0.027*
davon Spezialkulturen	ha	0.0	0.0	0.833	0.0		0.334
<i>Mittlere Tierbestände im Eigentum</i>							
Kühe	Stück	15.5	14.9	0.802	16.3	15.3	0.548
Tierbestand total	GVE	23.2	21.4	0.969	23.6	21.8	0.592
<b>Rohleistung</b>							
Rohleistung total	Fr.	180072	211330	0.001*	187233	215559	0.011*
Rohleistung Rindviehhaltung	Fr.	86768	70436	0.025*	92995	74053	0.008*
davon Milch	Fr.	57325	38461	0.000*	66797	45650	0.000*
Direktzahlungen	Fr.	61415	66328	0.037*	61093	63661	0.136
Paralandwirtschaft, versch. Rohleistungen	Fr.	21499	66327	0.000*	23333	66905	0.000*
davon Direktverkauf, Kelterei	Fr.	293	35836	0.000*	271	35971	0.000*
<b>Fremdkosten</b>							
Fremdkosten total	Fr.	128673	161937	0.000*	133174	165908	0.000*
Sachkosten	Fr.	110983	137351	0.000*	114835	143066	0.000*
davon Futtermittel	Fr.	18577	14869	0.299	19839	15817	0.077
davon Sachstrukturkosten	Fr.	72601	88236	0.000*	73905	92576	0.000*
davon Arbeit durch Dritte, Maschinenmiete	Fr.	3700	4184	0.949	3634	4835	0.395
Strukturkosten 2	Fr.	17690	24586	0.001*	18338	22842	0.033*
davon: Personalkosten	Fr.	7294	14560	0.000*	7711	12798	0.000*
<b>Ergebnisse Betrieb</b>							
Landwirtschaftliches Einkommen	Fr.	51398	49392	0.459	54060	49651	0.315
Arbeitsverdienst je FJAE	Fr./FJAE	30061	26944	0.112	31095	27570	0.195

<sup>1</sup> Betriebe ohnel/mit Direktverkauf: Rohleistung Direktverkauf kleiner/grösser 10000 Franken.

**Verkehrsmilchbetriebe der Hugelregion**

Die Anzahl Verkehrsmilchbetriebe mit Direktverkauf der Zentralen Auswertung ist in der Hugelregion (Tab. 2) mit rund 30 Betrieben kleiner als in der Bergregion. Diese Betriebe sind flächenmässig signifikant kleiner als die Betriebe ohne Direktvermarktung, was sich auch in einem höheren Tierbesatz und höheren Futterkosten pro Tier zeigt. Auch in der Hugelregion beschäftigen die Direktvermarktungsbetriebe mehr Angestellte. Die Rohleistungen und Fremdkosten sind im Mittel zwar höher, erweisen sich aber als nicht signifikant unterschiedlich. Hier könnte die Betriebsgrösse (kleinere Betriebe mit niedrigerer Rohleistung bzw. Fremdkosten) dem Effekt des Direktverkaufs (Direktverkauf mit höherer Rohleistung bzw. Fremdkosten) entgegenwirken. Die höheren Personalkosten unterscheiden sich im Jahr 2007 signifikant, das landwirtschaftliche Einkommen sowie der Arbeitsverdienst pro Familienjahresarbeitseinheit jedoch nicht.

**Mutterkuhbetriebe**

Unter den Mutterkuhbetrieben (Tab. 3) befinden sich relativ wenige Betriebe, die Direktvermarktung betreiben. Aus diesem Grund wurde keine Unterteilung nach Regionen vorgenommen. Bei der Analyse der Betriebe zeigte sich, dass einige Betriebe einen höheren Anteil Spezialkulturfache bewirtschaften, was sich für die Interpretation der Ergebnisse als erschwerend erwies. Deshalb wurden diese Betriebe von der Analyse ausgeschlossen.

Bezüglich Betriebsstruktur zeigt sich Folgendes: Bei den Betrieben mit Direktverkauf werden sowohl mehr Familienarbeitskräfte als auch Angestellte eingesetzt (signifikant nur im Jahr 2008). Die Grösse der Betriebe ist mit rund 20 ha Landwirtschaftlicher Nutzfläche und rund 20 GVE Tierbestand total vergleichbar mit den Betrieben ohne Direktvermarktung, was auch für die Rohleistung gilt. Jener Anteil der landwirtschaftlichen Produktion (gemessen am Umsatz), die dem Direktverkauf zugeführt wird, ist

Tab. 2: Verkehrsmilchbetriebe in der Hugelregion gruppiert nach ohnel/mit Direktverkauf.

Region	Ohne / Mit Direktverkauf <sup>1</sup>	Hugelregion			Hugelregion		
		Ohne 2007	Mit 2007	p	Ohne 2008	Mit 2008	p
Referenzbetriebe	Anz.	473	33		496	33	
Vertretene Betriebe	Anz.	5709	505		5682	448	
<b>Betriebsstruktur</b>							
Familienarbeitskräfte	FJAE	1.3	1.3	0.515	1.3	1.3	0.112
Angestellte	JAE	0.3	0.6	0.000*	0.3	0.5	0.001*
Alter Betriebsleiter	Jahre	47.0	47.0	0.231	47.0	44.0	0.065
Landwirtschaftliche Nutzfläche	ha	19.6	13.0	0.001*	20.0	13.8	0.002*
davon Spezialkulturen	ha	0.0	0.0	0.275	0.0	0.0	0.719
<i>Mittlere Tierbestände im Eigentum</i>							
Kühe	Stück	19.3	17.3	0.257	20.3	19.2	0.848
Tierbestand total	GVE	26.6	24.3	0.233	27.8	25.4	0.361
<b>Rohleistung</b>							
Rohleistung total	Fr.	201507	222906	0.066	214699	235028	0.064
Rohleistung Rindviehhaltung	Fr.	111055	95625	0.085	122559	108322	0.267
davon Milch	Fr.	76890	62161	0.771	92822	78063	0.230
Direktzahlungen	Fr.	49275	42119	0.250	48650	42903	0.308
Paralandwirtschaft, versch. Rohleistungen	Fr.	27011	66430	0.000*	28179	69083	0.000*
davon Direktverkauf, Kelterei	Fr.	185	34699	0.000*	297	39590	0.000*
<b>Fremdkosten</b>							
Fremdkosten total	Fr.	143606	175870	0.004*	155358	174641	0.095
Sachkosten	Fr.	121908	143109	0.055	131827	147683	0.098
davon Futtermittel	Fr.	20842	22320	0.868	24416	22036	0.358
davon Sachstrukturkosten	Fr.	76614	79839	0.602	80700	79919	0.873
davon Arbeit durch Dritte, Maschinenmiete	Fr.	5908	7234	0.012*	6808	7955	0.134
Strukturkosten 2	Fr.	21698	32761	0.002*	23531	26958	0.228
davon: Personalkosten	Fr.	8675	20991	0.000*	9576	13895	0.085
<b>Ergebnisse Betrieb</b>							
Landwirtschaftliches Einkommen	Fr.	57901	47036	0.193	59341	60387	0.552
Arbeitsverdienst je FJAE	Fr./FJAE	36609	27095	0.043*	37812	36774	0.822

<sup>1</sup> Betriebe ohnel/mit Direktverkauf: Rohleistung Direktverkauf kleiner/grösser 10000 Franken.

hingegen mit über der Hälfte grösser als bei den Milchviehbetrieben. Bei den Fremdkosten gibt es sowohl im Total als auch bei den Details keine signifikanten Unterschiede.

Das landwirtschaftliche Einkommen und der Arbeitsverdienst pro Familienjahresarbeitseinheit sind bei den Betrieben mit Direktverkauf im Mittel zwar höher, aber nicht signifikant unterschiedlich.

zeigte sich, dass diese Aktivitäten in den meisten Fällen von der Betriebsleiterin betreut werden. Die Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen der Paralandwirtschaft mit Vollkostenrechnungen ergaben, dass die Arbeitsverdienste sehr weit auseinandergehen. Ein Betrieb konnte mehr als 20 Franken pro Stunde erreichen, zwei Betriebe lagen zwischen 10 bis 20 Franken pro Stunde und zwei Betriebe lagen unter 10 Franken pro Stunde. Auf der Ertragsseite wird der paralandwirtschaftliche Erfolg der Betriebe durch die Preisgestaltung beeinflusst. Die Betriebe, die sich in der Paralandwirtschaft an Richtpreisen orientierten, waren erfolgreicher als diejenigen, die aufgrund mangelnder Verkaufsargumente tiefere Preise verlangten. Auf der Aufwandseite hing der Erfolg der Paralandwirtschaft von speziell dafür getätigten Investitionen ab. Betriebe, die vorhandene Einrichtungen nutzen konnten, standen besser da als Betriebe, die in grossem Masse investiert hatten. Ein Zusammenhang zwischen dem Erfolg in der Landwirtschaft insgesamt und dem Erfolg der Paralandwirtschaft konnte hier nicht festgestellt werden. Alle Fallstudienbe-

## Fallstudien

Im Rahmen einer Bachelorarbeit der Schweizerische Hochschule für Landwirtschaft (SHL; Lenggenhager 2009) wurden Fallstudien für fünf Betriebe mit paralandwirtschaftlichen Aktivitäten erstellt. Die Ausrichtung der Direktvermarktung auf den Betrieben war sehr unterschiedlich (Rindfleisch, Wein, Obst, Eier; Milchprodukte, Brot; Bed & Breakfast; Schlafen im Stroh; Besenbeiz). Es

Tab. 3: Mutterkuhbetriebe ohne Betriebe mit Spezialkulturen gruppiert nach ohne/mit Direktverkauf.

Ohne / Mit Direktverkauf <sup>1</sup>		Ohne 2007	Mit 2007	p	Ohne 2008	Mit 2008	p
Referenzbetriebe	Anz.	145	15		171	19	
Vertretene Betriebe	Anz.	2372	256		2532	274	
<b>Betriebsstruktur</b>							
Familienarbeitskräfte	FJAE	1.11	1.26	0.224	1.08	1.28	0.022*
Angestellte	JAE	0.15	0.26	0.138	0.19	0.33	0.012*
Alter Betriebsleiter	Jahre	45	47	0.171	45	47	0.390
Landwirtschaftliche Nutzfläche	ha	20.12	19.94	0.902	20.23	19.57	0.993
davon Spezialkulturen	ha	0.00	0.00		0.00	0.00	
<i>Mittlere Tierbestände im Eigentum</i>							
Kühe	Stück	16.6	16.9	0.870	17.9	15.3	0.084
Tierbestand total	GVE	19.3	20.4	0.470	19.8	20.2	0.394
<b>Rohleistung</b>							
Rohleistung total	Fr.	162056	171230	0.688	162863	176335	0.675
davon Rindviehhaltung	Fr.	49512	35607	0.024*	48217	23578	0.000*
davon Milch	Fr.	395	175	0.739	61	42	0.596
Direktzahlungen	Fr.	64964	70006	0.388	63851	73617	0.286
Paralandwirtschaft, versch. Rotherträge	Fr.	30914	56564	0.000*	35173	68818	0.000*
davon Direktverkauf, Kelterei	Fr.	360	31219	0.000*	228	44581	0.000*
<b>Fremdkosten</b>							
Fremdkosten total	Fr.	115128	115830	0.877	121081	123834	0.939
Sachkosten	Fr.	98966	102391	0.808	103705	107350	0.928
davon Futtermittel	Fr.	7523	4607	0.234	7666	7402	0.893
davon Sachstrukturkosten	Fr.	68524	67201	0.993	72806	70229	0.794
davon Arbeit durch Dritte, Maschinenmiete	Fr.	5933	6769	0.343	6349	6726	0.165
Strukturkosten 2	Fr.	16162	13439	0.250	17376	16485	0.618
davon: Personalkosten	Fr.	5334	5838	0.174	5980	8623	0.059
<b>Ergebnisse Betrieb</b>							
Landwirtschaftliches Einkommen	Fr.	46927	55400	0.177	41782	52501	0.110
Arbeitsverdienst je FJAE	Fr./FJAE	32791	33577	0.826	28455	30541	0.446

<sup>1</sup> Betriebe ohne/mit Direktverkauf: Rohleistung Direktverkauf kleiner/grösser 10000 Franken.

etriebe erzielten ein überdurchschnittliches landwirtschaftliches Einkommen.

Der unterschiedliche Umfang der Paralandwirtschaft bei den Fallstudienbetrieben hat auch einen unterschiedlichen Arbeitsaufwand in diesem Bereich zur Folge. Ein grosses Arbeitspensum ergab sich auf Betrieben mit einer langsam gewachsenen und breiten Angebotspalette, bei dessen Bewältigung die Betriebsleiterfamilien an ihre Grenzen stossen.

---

## Schlussfolgerungen

Die Anzahl der Betriebe, die sich entschieden haben, Direktverkauf in grösserem Stil (mehr als 10000 Franken Umsatz) zu betreiben, ist trotz Zunahme im Laufe der Jahre mit rund 5 % gering. Auch im Vergleich zu anderweitig verkauften landwirtschaftlichen Produkten hat der Direktverkauf eine eher kleine Bedeutung. Bezüglich des Erfolgs zeigt sich, dass die Verkehrsmilch- und Mutterkuhbetriebe mit Direktverkauf keinen Einkommensvorteil gegenüber ihren Kolleginnen und Kollegen erreichen können. Die Verkehrsmilchbetriebe erzielen im Mittel zwar eine höhere Rohleistung, sie haben auf der anderen Seite aber auch höhere Fremdkosten. Dies ist mit einem grösseren Einsatz an Angestellten und weiteren Inputs erklärbar. Bei den Mutterkuhbetrieben ergibt sich bei der Zusammensetzung der Leistungs- und Kostenstruktur (bis auf den Direktverkauf) kein Unterschied.

Aus der Untersuchung folgt, dass eine generelle Empfehlung für oder gegen den Direktverkauf nicht ausgesprochen werden kann. Sind jedoch die Voraussetzungen für den Einstieg in den Direktverkauf gegeben (Kundennähe, Fähigkeit und Neigung der Betriebsleiterfamilie, unternehmerisches Denken und Handeln), so ist dieser Betriebszweig durchaus eine gute Möglichkeit, den Betrieb weiterzuentwickeln.

## Literatur

- BFS Aktuell, 2007. Nebentätigkeiten von bäuerlichen Familien in der Schweiz 2005, Bundesamt für Statistik, Neuchâtel.
- Hausheer Schnider J. (Red.), 2008. Wegleitung zum Merkmalskatalog der Zentralen Auswertung von Buchhaltungsdaten. Version WL3.7d. Forschungsanstalt Agroscope Reckenholz-Tänikon ART, Ettenhausen (Online verfügbar; [www.agroscope.admin.ch/zentrale-auswertung](http://www.agroscope.admin.ch/zentrale-auswertung) unter Publikationen)
- Lenggenhager P., 2009. Wirtschaftlichkeit der Paralandwirtschaft am Beispiel des Direktverkaufs und der Gastwirtschaft. Unveröffentlicht. Bachelor-Thesis, Schweizerische Hochschule für Landwirtschaft SHL, Zollikofen
- SBV, 2007. Vor- und Nachgelagerte Betriebe im Agro-Food Sektor, SBV, Brugg