



**THEMA: Das Berggesetz**

**Das Berggesetz – dem einen hilft's, dem andern (noch) nicht?**

Das Berggesetz ermöglicht vielen Bäuerinnen und Bauern über verschiedene Arbeitsverträge und selbständige Dienstleistungen ein zusätzliches Einkommen zur Landwirtschaft. Doch ist das Gesetz in der jetzigen Form noch zeitgemäß oder bedarf es einer Weiterentwicklung, damit die Landwirte auch in Zukunft (bestehende und neue) Dienstleistungen für die öffentliche Hand erbringen können? Und wie ist es um die soziale Absicherung (Rente und Unfall) bestellt?

**THEMA: Obstbau**

**Die Vielfalt der Fauna im Obstbau**

Nützlinge wie Insekten und Vögel spielen auch im Obstbau eine wichtige Rolle. Aber wie steht es um den Insekten- und Vogelbestand in Südtirols Obstanlagen? Datenerhebungen im Rahmen einer Feldstudie könnten gezielt Aufschluss über die Artenvielfalt geben und somit helfen, diese zu bewahren und zu fördern.

**THEMA: Berglandwirtschaft**

**Raus aus der Milchwirtschaft – und was dann?**

Jährlich geben rund 100 Betriebe die Milchwirtschaft auf. Der Südtiroler Bauernbund hat in Zusammenarbeit mit dem Sennereiverband Südtirol einen Fragebogen ausgearbeitet, welcher an die betroffenen Landwirte übermittelt wurde. Die darin enthaltenen Aussagen gilt es auszuwerten und daraus mögliche Maßnahmen als Orientierungshilfe für die künftige Ausrichtung der Südtiroler Berglandwirtschaft abzuleiten. (*Anm.: Auswertung Fragebögen ab Sommer/Herbst 2021 möglich*)

**Die Milchwirtschaft – gibt es Perspektiven?**

Die Milchwirtschaft ist nach wie vor der wirtschaftlich am rentabelste Betriebszweig in der Berglandwirtschaft. Jährlich nehmen die Anforderungen der Konsumenten als auch die Erwartungen der Gesellschaft zu. Zugleich steigen die Produktionskosten, während die Erlöse stagnieren – dies wird derzeit mittels Intensivierung abgefangen. Gibt es einen Ausweg aus diesem Dilemma bzw. wenn ja, welche wären die notwendigen Rahmenbedingungen (Förderungen, Milchpreis, Viehbesatz usw.)? Wo liegt die wirtschaftliche Schmerzgrenze? Welche Betriebsgröße sollte/muss angestrebt werden?

**Das Großraubwild in Südtirol und seine Auswirkungen auf die Bergland- und Almwirtschaft**

Kaum ein Thema polarisiert die Südtiroler Bevölkerung mehr als das Großraubwild – allem voran der Wolf. In den Medien ist der Wolf insbesondere in den Sommermonaten stark präsent, eine Koexistenz von Wolf und traditioneller Almwirtschaft scheint angesichts der steigenden Risszahlen nicht möglich. Wie drückt

sich die Präsenz des Wolfes auf die Südtiroler Almwirtschaft in Zahlen aus, wie entwickeln sich die Risszahlen, die Anzahl der gealpten Tiere? Sind Höhe und Umfang der Entschädigungen angemessen? Können diese Daten Aufschluss über die mittel- und langfristige Entwicklung der Südtiroler Almwirtschaft geben? Eine eingehende Recherche sowie ein Vergleich mit den Nachbarländern (Entwicklung Wolfspopulationen und Risszahlen, Rechtslage, Herdenschutzmaßnahmen) und Experteninterviews sollen Antworten auf diese Fragen geben.

### **THEMA: Zu- und Nebenerwerb, Direktvermarktung**

#### **Wirtschaftlich oder nicht wirtschaftlich – das ist hier die Frage!**

Welche Möglichkeiten des Zu- und Nebenerwerbs am Betrieb gibt es in Südtirol und was macht den Zuerwerb wirtschaftlich erfolgreich? Die Beantwortung von Fragen rund um nötige Investitionen, angemessene Entlohnung und die mit dem Zuerwerb verbundene Arbeitszeit bietet ein spannendes Arbeitsfeld, um die Entscheidungsfindung vieler Südtiroler Landwirte zu unterstützen.

#### **Wer kauft bäuerliche Produkte?**

Wer in die Direktvermarktung einsteigt, gestaltet sein Vermarktungskonzept oft nach Bauchgefühl. Es fehlen Studien, die die Kernklientel klar skizzieren. Es gilt die Käuferstruktur genau zu analysieren und sie nach Bedarf zu segmentieren.

#### **Der goldene Weg im Absatz bäuerlicher Produkte**

Für die Direktvermarkter erschließt sich zwischen Hofladen, Bauernmarkt, Handel und Gastronomie sowie weiteren Formen wie Hauszustellung, Online-Shop, Lieferung an öffentliche Vergabestellen etc. eine Vielzahl an Möglichkeiten, ihren Absatz zu organisieren. Doch welcher Absatzkanal ist wirklich interessant? In welchen Fällen? Und falls möglich, welche Kombination aus den verschiedenen Absatzmöglichkeiten ist die Beste?

#### **Gästebefragung für Urlaub auf dem Bauernhof in Südtirol**

2012 hat die Abteilung Marketing gemeinsam mit dem renommierten Institut für Demoskopie Allensbach eine Gästebefragung auf dem Internetportal [www.roterhahn.it](http://www.roterhahn.it) durchgeführt. Dabei ging es unter anderem darum, die Wünsche und Erwartungen der potentiellen Gäste an das UaB-Angebot zu erörtern. Nach fast 10 Jahren ist es an der Zeit, erneut eine Standortbestimmung vorzunehmen und eine eventuelle Veränderung bei den Präferenzen der Gäste zu finden. Die Abteilung Marketing würde für die Erhebung das Portal [www.roterhahn.it](http://www.roterhahn.it) zur Verfügung stellen. Inhalt der Arbeit wäre die theoretische Aufarbeitung der Thematik und die detaillierte Auswertung sowie Interpretation der Ergebnisse.

### **THEMA: Flächensicherung / Enteignungen im öffentlichen Interesse**

#### **Im Spannungsfeld der Enteignung**

Was wir wissen ist, dass es passiert. Was wir nicht genau wissen ist, wieviel, warum, wo, wann und wie Enteignung allgemein und insbesondere von Landwirten stattfindet. Eine Arbeit, die durch Recherche und Befragung aller Akteure die Entwicklung der Enteignungstätigkeiten z.B. im Hinblick auf Flächenbedarf, Verwendungszweck und Enteignungsentschädigung in Südtirol im Zeitraum 1990 bis heute aufdeckt, wäre eine wichtige Grundlage für Maßnahmen und Handlungsoptionen in diesem Bereich.

## THEMA: Landwirtschaftliche Produktion und Vermarktung

### **Integrierte Produktion als Mehrwert und Chance in der Vermarktung**

Die „integrierte Produktion“ (IP) steht im Obstbau für eine naturnahe und nachhaltige Anbauweise. Der Einsatz chemisch-synthetischer Mittel wird auf ein Minimum reduziert, die Düngung rationalisiert und natürliche Pflegemaßnahmen werden bevorzugt. Die Standards in der Produktion sind somit deutlich höher als im „normalen“ Intensivobstbau.

Dennoch scheinen die höheren Standards in der Vermarktung kaum beachtet. Woran liegt dies? Wird die Integrierte Produktion am Markt zu wenig erklärt? Und wie können die Vorteile der IP besser kommuniziert werden, um in der Vermarktung einen Mehrwert zu erzielen?

### **Vermarktung und Qualitätssicherung von regionalem Speisefisch**

Welche Möglichkeiten zur Vermarktung und Qualitätssicherung von regional produziertem Fisch gibt es? Wie sieht das Angebot und die Nachfrage in Südtirol aus (Erhebung)? Welche Vor- und Nachteile gibt es bei den unterschiedlichen Vermarktungskanälen? Erhebung und Bewertung von Qualitätsprogrammen für Fisch.

### **Präferenzanalyse für Südtiroler landwirtschaftliche Produkte und insbesondere für Roter Hahn-Produkte am Beispiel der Südtiroler Gastronomie**

In der Südtiroler Gastronomie und Hotellerie steckt bekanntlich ein großes Potential für den Absatz landwirtschaftlicher Produkte aus Südtirol. Inwiefern ziehen Gäste landwirtschaftliche Produkte aus Südtirol und insbesondere Produkte der Marke „Roter Hahn“ vor, und wie stark beeinflusst die Anführung des entsprechenden Logos in der Speisekarte die Zahlungsbereitschaft für ein bestimmtes Gericht? Eine Gästebefragung mit Hilfe einer Conjoint- bzw. Discrete-Choice-Analyse könnte hierzu Aufschluss geben.

## THEMA: Innovation

### **Welche Lebensmitteltrends können sich in Südtirol durchsetzen?**

Trends geben Impulse für mögliche neue Wege und Entwicklungen. Die lokale und regionale Lebensmittelproduktion im Bereich der Direktvermarktung liegt im Trend. Im Bereich der bäuerlichen Produktinnovation ist die Analyse aktueller, globaler Lebensmitteltrends und deren Auswirkungen auf Südtirol von Bedeutung. In der Arbeit sollte aufgeführt werden, welche Trends für die bäuerliche Verarbeitung relevant sind und wie diese umgesetzt werden können bzw. bereits Eingang in die Direktvermarktung gefunden haben.

### **Verpackung von bäuerlichen Produkten**

Die Verpackung wird ein immer wichtigeres Thema in der Lebensmittelproduktion. Dabei haben kleinstrukturierte Betriebe oft erhebliche Schwierigkeiten die Verpackung zu finden, die an ihre Bedingungen angepasst ist. Alle Anforderungen an die Verpackung (z. B. Logistik, Handhabung in der Produktion und im Handel, Umweltfreundlichkeit, Lebensmittelsicherheit, Konsumentenverhalten) sollten erhoben werden, so dass die landwirtschaftlichen Betriebe ihre Verpackung verbessern und an die lokalen Recyclingstrukturen in Südtirol anpassen können.

## THEMA: Regionale Kreisläufe

### **Gemeinschaftsverpflegung: Wie viel „Südtirol“ steckt in den heimischen Mensen?**

Immer wieder fordern Politik und Gesellschaft, möglichst viele Südtiroler Produkte in den heimischen Mensen zu verwenden. Doch wie sieht die Realität aus, wie viel „Südtirol“ kommt in der Gemeinschaftsverpflegung wirklich auf den Tisch? Welche Produkte werden bereits verwendet, in welchen Bereichen hingegen gibt es noch Potential? Welche Rohstoffe und Lebensmittel, die in den Mensen benötigt werden, könnten und sollten von den Südtiroler Bäuerinnen und Bauern produziert werden? Eine Marktforschung soll Aufschluss geben.

### **Regionale Vergabe stärken**

Im Bereich Gemeinschaftsverpflegung: Wie können regionale Produkte im Rahmen der Gemeinschaftsverpflegung (verstärkt) berücksichtigt werden? Welche Vorgaben können zusätzlich zur geltenden europäischen und nationalen Gesetzeslage verpflichtend eingebracht werden, um regionale Anbieter stärker ins Spiel zu bringen? Im Bereich regionale Dienstleistungen und Produkte (Lebensmittel und Nicht-Lebensmittel): Wie können regionale Unternehmen bei Ausschreibungen der öffentlichen Hand stärker berücksichtigt werden? Welche Vorgaben können zusätzlich zur geltenden europäischen und nationalen Gesetzeslage verpflichtend eingebracht werden, um regionale Anbieter stärker ins Spiel zu bringen?

### **Regionale Wertschöpfungsketten**

Welche Anreize und welchen verpflichtenden Rahmen kann die öffentliche Hand bieten, um private (landwirtschaftliche) Unternehmen zu einer stärkeren Zusammenarbeit in den regionalen Wertschöpfungsketten zu bringen? Welches sind die Erfolgsfaktoren aus Unternehmenssicht, um sich hier stärker einzubringen und Kooperationen in den regionalen Wertschöpfungsketten einzugehen?

## THEMA: Entwicklung der Erwerbstätigkeit in der Landwirtschaft

### **Angebot und Nachfrage von Arbeitskräften in der Landwirtschaft in Südtirol**

Im Jahr 2018 gab es laut Arbeitsmarktbericht der Provinz Bozen einen Zuwachs an Arbeitnehmern in der Landwirtschaft. Obwohl die Anzahl der Arbeitnehmer in den Jahren schwankt (zum Teil auch stark), ist ein positiver Trend zu erkennen. Das heißt die Südtiroler Landwirtschaft hat einen immer höheren Bedarf an Fremdarbeitskräften, welche auf dem lokalen Arbeitsmarkt nicht zu finden sind. Dieser Bedarf ist vor allem während der Ernte nur durch Arbeitskräfte aus den osteuropäischen EU-Ländern abzudecken. Kommen diese Arbeiter auch in Zukunft noch nach Südtirol zum Arbeiten? Werden sich die Ströme dieser Arbeitskräfte durch die zunehmende Konkurrenz durch andere europäische Regionen verändern? Aus welchen Staaten könnten neue Arbeitskräfte nach Südtirol kommen? Was wäre nötig, damit diese in der Südtiroler Landwirtschaft arbeiten dürfen? In diesem Zusammenhang sollte die Südtiroler Landwirtschaft als Ganzes betrachtet werden und nicht der einzelne Betrieb.

## THEMA: Betriebswirtschaft

### **Optimieren? Ja – aber wie?**

Ab wann lohnt sich die Anschaffung eines neuen Frontmähers für meinen Betrieb? Profitiere ich von der Anschaffung eines Holzkrans? Für viele Landwirte sind Entscheidungen rund um die Mechanisierung schwer zu treffen.

Wirtschaftlichkeitsberechnungen unter Berücksichtigung der Arbeitszeiterparnis, der Fixkostenbelastung und der möglichen Förderungen können dazu beitragen, die ökonomisch sinnvolle Mechanisierung in der Berglandwirtschaft zu ermöglichen.

### **Ökonomische Auswirkungen des Windwurfs VAIA**

Der Windwurf VAIA im Herbst 2018 brachte für viele Waldbesitzer große Einbußen mit sich – sei es durch das Schadholz selbst als auch die fehlenden Ressourcen in den kommenden Jahren und Jahrzehnten. Die Preise am Rundholzmarkt als auch im Bereich der Biomasse waren einem starken Verfall ausgesetzt. Wie sehen die kurzfristigen Auswirkungen in Zahlen aus (Holzpreis, Schlägerungs- und -bringungskosten, Hackschnitzel)? Wo liegt Südtirol im Vergleich mit dem weiteren Umfeld (Österreich, Deutschland, Italien). Welche mittelfristigen Auswirkungen sind zu erwarten? In welcher Zeit kann ein funktionaler Holzmarkt erwartet werden? Wie kann/sollen Nachfrage/Angebot gesteuert werden? Welche Vorkehrungsmaßnahmen bzw. Krisenmaßnahmen könnten getroffen werden, um einen solchen Preisverfall vorzubeugen?

### **Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Südtiroler Landwirtschaft**

Die Corona-Pandemie 2020 brachte für viele landwirtschaftliche Betriebe und Genossenschaften Einbußen mit sich, insbesondere was den Handel und Absatz der landwirtschaftlichen Produkte betrifft. Auch die Einschränkungen in der Reise- und Bewegungsfreiheit, gerade in der Erntezeit, stellte viele landwirtschaftliche Betriebe vor große Herausforderungen. Wie sehen die kurzfristigen Auswirkungen in Zahlen aus (Produktionsmengen, Absatz, Erlöse aus Verkauf)? Wo liegt Südtirol im Vergleich mit dem benachbarten Umfeld (Österreich, Deutschland, Italien)? Welche mittelfristigen Auswirkungen sind zu erwarten? Welche Vorkehrungs- und Krisenmaßnahmen können getroffen werden, um im Falle einer weiteren Pandemie gerüstet zu sein? Und bergen Einschränkungen des öffentlichen Lebens, z.B. während des Lockdowns, auch Chancen für neue Tätigkeits- und Vermarktungsfelder für die Südtiroler Landwirte?

## THEMA: Kulturlandschaft

### **Was ist uns Landschaft wert?**

Die Südtiroler Bäuerinnen und Bauern erbringen Tag für Tag mit ihrer Arbeit einen wichtigen Beitrag am Erhalt der Südtiroler Kulturlandschaft. Zudem werden auch zahlreiche Zusatznutzen durch die Bewirtschaftung geschaffen, z.B. Erosionsschutz, Erhaltung spezifischer Lebensräume, Erhaltung des ländlichen Raums, Bereitstellung von hochwertigen Lebensmitteln, Erhaltung von Kulturbrauchtum, Bereitstellung von Flächen für die Freizeitgestaltung, und vieles mehr. Die einmalige Kulturlandschaft wird intensiv und vielfältig genutzt. Nicht zuletzt ist die intakte Kulturlandschaft Basis für die touristische Vermarktung. Die Südtiroler Landwirtschaft erbringt damit einen wichtigen Beitrag zur Bereitstellung von öffentlichen Gütern wie Landschaft und zahlreiche Umweltleistungen. Diese sind momentan durch diverse Förderungen abgegolten. Doch sind diese Entschädigungen ausreichend? Wie kann man die

Umwelt- und Landschaftsleistungen der Südtiroler Landwirtschaft quantifizieren und monetär darstellen? Gibt es andere, direktere Vertragslösungen zur Bereitstellung dieser öffentlichen Güter? Könnte der Vertragsnaturschutz wie er bereits in anderen Ländern erfolgt eine mittelfristige Lösung bringen?

### **THEMA: Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit**

#### **Die Südtiroler Landwirtschaft in den Medien: eine quantitative und qualitative Analyse**

Fast täglich wird in Südtiroler Medien über die heimische Landwirtschaft berichtet. Die Themen sind dabei sehr vielfältig und reichen von Pflanzenschutz und Gülle bis zum Urlaub auf dem Bauernhof, die bäuerlichen Schankbetriebe oder die Direktvermarktung.

Doch wie berichten die Südtiroler Medien über die heimische Landwirtschaft wirklich? Welche Themen bevorzugen welche Medien? Wie wird über die Themen berichtet: wohlwollend oder kritisch? Wie nehmen die Nutzerinnen und Nutzer die Berichterstattung wahr? Und wie viele Berichte gibt es wirklich in den einzelnen Medien. In einer Arbeit soll die Medienpräsenz und die Medienresonanz der wichtigsten Print-, TV-, Radio- und Online-Medien quantitativ und qualitativ erhoben und ausgewertet sowie Handlungsempfehlungen für das zukünftige Themensetting gegeben werden.

### **THEMA: Soziales**

#### **Bäuerin: Ein Beruf? Eine Lebensweise? Beides?**

Es ist nicht einfach, den Begriff Bäuerin zu definieren. Gibt es eine eindeutige Abgrenzung? Was ist eine Bäuerin oder was macht sie aus?

Eine Bäuerin ist nicht die Frau des Bauern, aber was ist sie dann? Bäuerin sein ist so vielfältig und beschränkt sich auch nicht auf die reine körperliche Arbeit oder auf den Besitz eines Grundstückes, sondern ist weit mehr. Viele Frauen leben auf dem Hof und bezeichnen sich nicht als Bäuerin, weil sie ihr Einkommen außerhalb verdienen. Sind sie trotzdem Bäuerinnen? Fühlen sie sich als Bäuerinnen? Warum ist es für die eine oder andere, vor allem für die jüngeren Frauen auf den Höfen schwierig, sich als Bäuerin zu bezeichnen? Wie sehen die jungen Frauen auf den Höfen diesen Begriff? Wie sehen sich die älteren Bäuerinnen? Und zum anderen, wie wird die Bäuerin in den Medien und in der Gesellschaft wahrgenommen?

Eine Studie, die auf einer qualitativen Befragung einerseits von jungen und älteren Frauen auf Höfen, andererseits von Personen, die nichts mit der Landwirtschaft zu tun haben, fußt, kann die Tragweite des Begriffes und sicherlich auch die miteinhergehenden Problematiken, die sich für die jungen Frauen auf den Höfen in Bezug auf der Identifikation mit dem Begriff Bäuerin in der heutigen Zeit ergeben, erklären.

Die Südtiroler Bäuerinnenorganisation plant für das Jahr 2022 eine Bäuerinnumfrage, in der einige Fragen gezielt eingebaut werden können. Die Auswertung der Umfrage könnte Teil der Studie sein.

### **Die bäuerliche Familie im Fokus – reicht die soziale Absicherung?**

Zur Unterstützung der Familie sind diverse regionale und nationale Leistungen vorgesehen. Doch sind diese zeitgemäß und ausreichend, um die bäuerliche Familie in ihrem Dasein abzusichern? Wie hat sich die soziale Absicherung und die bäuerliche Familie im Laufe der Jahre gewandelt?

### **Für Rückfragen und Informationen**

Stabstelle Verbandsmanagement im SBB

Tel. 0471 999 354; E-Mail: [verbandmanagement@sbb.it](mailto:verbandmanagement@sbb.it)

Stand: März 2021