



EHB

EIDGENÖSSISCHES
HOCHSCHULINSTITUT FÜR
BERUFSBILDUNG

Schweizer Exzellenz in Berufsbildung

GROSSGRUPPEN-WORKSHOP 1 AGRIALIFORM

AUSLEGEORDNUNG „LANDWIRTSCHAFT 2030“

Bericht zum Grossgruppen-Workshop vom 14. Mai 2018



Autorinnen

Isabelle Lüthi
Regula Stucki

Auftraggeber

OdA AgriAliForm
Martin Schmutz
Laurstrasse 10
5201 Brugg
+41 56 462 51 11
martin.schmutz@agriprof.ch

Zollikofen, 31. Mai 2018

Isabelle Lüthi
Zentrum für Berufsentwicklung
+41 58 458 22 33, isabelle.luethi@ehb.swiss

Eidgenössisches Hochschulinstitut für Berufsbildung EHB
Kirchlindachstrasse 79, Postfach, CH-3052 Zollikofen
+41 58 458 27 00, info@ehb.swiss, www.ehb.swiss



INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG	3
1.1	Ausgangslage.....	3
1.2	Zielsetzung	3
1.3	Vorgehen/Methode	3
1.4	Aufbau des Berichts.....	3
2	TEILNEHMENDE	4
3	PROGRAMM.....	6
4	AKTUELLE WAHRNEHMUNG DES BERUFSFELDS LANDWIRTSCHAFT (SOZIOMETRIE).....	7
4.1	Ergebnisse der Soziometrie.....	8
5	VORGEHEN ZUKUNFTS-CAFÉ.....	9
5.1	Themen und Fragestellung	9
5.2	Spielregeln.....	10
5.3	Rolle der/des Chef de Café	10
6	ERGEBNISSE ZUKUNFTS-CAFÉ.....	10
6.1	Tisch 1	11
6.2	Tisch 2	12
6.3	Tisch 3	13
6.4	Tisch 4	14
6.5	Tisch 5	15
6.6	Tisch 6	16
6.7	Tisch 7	17
6.8	Tisch 8	18
6.9	Tisch 9	19
6.10	Tisch 10	20
7	VORGEHEN VERTIEFUNGSRUNDE	21
8	ERGEBNISSE VERTIEFUNGSRUNDE	22
9	FAZIT UND WEITERES VORGEHEN.....	28



1 EINLEITUNG

1.1 Ausgangslage

Die OdA AgriAliForm hat dem Eidgenössischen Hochschulinstitut für Berufsbildung EHB den Auftrag erteilt, einen Grossgruppen-Workshop zur Zukunft der Branche Landwirtschaft zu konzipieren und zu moderieren sowie die Ergebnisse in geeigneter Form festzuhalten.

1.2 Zielsetzung

Mit der Durchführung des Grossgruppen-Workshops wurde das Ziel verfolgt, eine aussagekräftige Auslegeordnung der Landwirtschaft 2030 zu machen. Im Zentrum stand folgende Fragestellung:

- Wie sieht die „Landwirtschaft 2030“ ausgehend von der Landwirtschaft heute und unter Berücksichtigung der Entwicklungen im Umfeld / Rahmenbedingungen / Megatrends aus?

1.3 Vorgehen/Methode

Im März 2018 legte eine Spurgruppe der OdA AgriAliForm in Zusammenarbeit mit dem EHB das Grobkonzept für den Workshop fest: Die Auslegeordnung „Landwirtschaft 2030“ sollte in Form eines Grossgruppen-Workshops durchgeführt werden, um mit möglichst vielen Personen mit unterschiedlicher Funktion in kurzer Zeit die wichtigsten Ideen, Entdeckungen und Erkenntnisse zusammenzutragen und zu diskutieren. Als Methode wurde das Zukunfts-Café gewählt, welches sich an das World-Café anlehnt. Diese Methode bringt den grossen Vorteil mit sich, breit abgestützte Resultate zu generieren, denn sie basieren auf den Erfahrungen und Meinungen der teilnehmenden Personen.

Die konkreten Fragen und die Megatrends wurden im Anschluss an die erste Spurgruppensitzung durch das EHB erarbeitet und an einer zweiten Spurgruppensitzung am 24. April 2018 gemeinsam diskutiert, angepasst und verabschiedet.

Das Zukunfts-Café wurde am 14. Mai 2018 am EHB in Zollikofen durchgeführt. Insgesamt nahmen 52 Personen aus der Deutschschweiz und der Romandie teil (siehe Kapitel 2 Teilnehmende). Die Moderation übernahmen zwei Projektverantwortliche des EHB.

1.4 Aufbau des Berichts

Der vorliegende Bericht beschreibt die Vorgehensweise und die Ergebnisse des Grossgruppen-Workshops zur Auslegeordnung „Landwirtschaft 2030“ in Form eines Fotoprotokolls.

In Kapitel eins wird nach einer kurzen Darstellung der Ausgangslage und der Zielsetzung die Wahl der Methode begründet und das Vorgehen geschildert. Anschliessend folgen Angaben zu den Teilnehmenden und zum Programm. Im vierten Kapitel wird dargestellt, wie die Teilnehmenden des Grossgruppen-Workshops das Berufsfeld Landwirtschaft aktuell wahrnehmen. Nach einigen Erläuterungen zum Vorgehen des Zukunfts-Cafés (Kapitel fünf), folgt das eigentliche Herzstück des Berichts: Die Ergebnisse des Zukunfts-Cafés (Kapitel sechs). In den Kapiteln sieben und acht werden das Vorgehen sowie die Ergebnisse der Vertiefungsrunde beschrieben. Abgeschlossen wird der Bericht durch ein Fazit und das weitere Vorgehen (Kapitel neun).

2 TEILNEHMENDE

Name	Vorname	Unternehmen/Funktion	Sprache	Chefs de Café	Runde 1	Runde 2	Runde 3
Germann	Albin	üK-Leiter Thurgau	d		2	9	1
Grunder	Fred	Berner Bauernverband	d		3	8	4
Rubin	Marcel	Berner Bauernverband	d		4	7	9
Ryf	Urs	Berner Bauernverband	d		5	6	1
Hug	Ueli	Zürcher Bauernverband	d		6	5	7
Matzinger Wiss	Evelin	Zürcher Bauernverband	d		7	4	6
Dönni	Tanja	Zuger Bauernverband	d		9	2	5
Birrer	Daniela	Bauernverband beider Basel	d		10	1	8
Ettlin-Ettlin	Toni	Ob- und Nidwalden	d		1	9	2
Jegge	Stefan	Bauernverband Aargau	d		2	8	7
Caduff	Silvan	Bündler Bauernverband	d		3	7	5
Bernhardsgrütter	Markus	St. Galler Bauernverband	d		4	6	10
Wagner	Bruno	St. Galler Bauernverband	d		5	4	2
Meyer-Muther	Monika	SBLV	d		6	5	10
Cropt	Alexandra	SBLV	f	X	1	1	1
Huber	Reto	VSGP	d		7	3	9
Müller	Niklaus	VSGP	d		8	1	7
Von Ah	Daniel	BioSuisse	d		9	10	3
Mathys	Christian	BioSuisse	d		10	2	5
Fournier	Julien	Winzer-Weintech	f		1	7	4
Montalbano	Fabio	Winzer-Weintech	f		2	6	10
Caimi	Nicola	Winzer-Weintech	f		3	4	6
Ormond	Christophe	Winzer-Weintech	f		4	5	1
Zwimpfer	Melchior	SOV	d		5	3	4
Vetsch	Lukas	SOV	d		6	2	8
Gisi	Jasmin	Aviforum	d		7	1	2
Thomet	Gerhard	Aviforum	d		8	9	3
Hasler	Daniel	Jula	d	X	9	9	9

Rikenmann	Hanna	Jula	d	X	2	2	2
Baumgartner	Mario	Jula	d		10	6	1
Grünig	Kaspar	Spurgruppe	d	X	3	3	3
Stacher	David	Spurgruppe	d	X	4	4	4
Schmutz	Martin	Spurgruppe	d	X	5	5	5
Wiesmann	Geri	Spurgruppe	d	X	6	6	6
Odiet	Pierre-André	Spurgruppe	f	X	7	7	7
Pidoux	Christian	Schulleiterkonferenz	f	X	8	8	8
Huber	Ruedi	Schulleiterkonferenz	d		3	2	7
Burren	Christine	HAFL	d		4	3	2
Montagrin	Maxime	fenaco	f		5	1	3
Gassmannn	Geneviève	fenaco	f		6	10	5
Monin	François	DWBI	d/f	X	10	10	10
Wehrli	Roger	Economisuisse	d		7	9	8
Erni	thomas	Luzerner Bauern	d		8	7	9
Hofstetter	Lukas	Luzerner Bauern	d		9	8	4
Quiquerez	Sylvain	Agrijura	f		10	5	1
Tornay	Etienne	Chambre valaisanne d'agriculture	f		1	4	5
Glauser	Nicolas	Prométerre (VD)	f		2	3	10
Rojard	David	Prométerre (VD)	f		3	2	8
Perrenoud	Cyril	CNAV	f		4	1	3
Bardet	Loïc	Präsident OdA AgriAliForm	f		5	10	6
Rouiller	Philippe	FR	f		7	8	10
Balmer	Luc	CNAV	f		1	5	3
Moderation							
Lüthi	Isabelle	Senior Projektverantwortliche EHB					
Stucki	Regula	Projektverantwortliche EHB					

**3 PROGRAMM**

Zeit	Programm
9.30	Begrüssung AgriAliForm Rückblick: Was hat sich in der Landwirtschaft verändert?
9.40	Begrüssung EHB, Ziele und Tagesprogramm
9.45	Standortbestimmung – Soziometrie
10.05	Input zu Megatrends
10.20	Vorgehen Zukunfts-Café und Spielregeln erläutern
10.35	1. Diskussionsrunde
11.20	2. Diskussionsrunde
12.00	<i>Mittag</i>
13.00	3. Diskussionsrunde
13.20	Auswirkungen sammeln und bewerten
14.15	<i>Kaffee</i>
14.45	Ergebnisse präsentieren und Auswirkungen vertiefen
15.45	Ergebnisse sichten
16.15	<i>Abschluss</i>

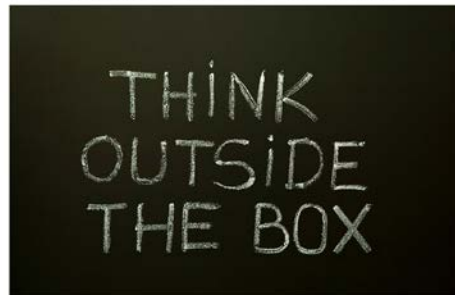
4 AKTUELLE WAHRNEHMUNG DES BERUFSFELDS LANDWIRTSCHAFT (SOZIOMETRIE)

Um in den Grossgruppen-Workshop zu starten, das Eis zu brechen und insbesondere um eine Standortbestimmung durchzuführen, wurde den Teilnehmenden folgende Frage gestellt: „Wie nehmen Sie aktuell das Berufsfeld Landwirtschaft wahr?“ Alle Anwesenden wurden gebeten, sich zu den untenstehenden Bildern zu positionieren.

veraltet / désuet



innovativ / innovante



breit gefächert /
très variée



zweckmässig / adéquate



zukunftsgerichtet / orienté vers
le futur



4.1 Ergebnisse der Soziometrie

Vier Personen haben sich zu „veraltet“ hingestellt, eine Person zu „innovativ“, 39 zu „breit gefächert“, fünf zu „zweckmässig“ und zwei zu „zukunftsgerichtet“. Niemand der Workshop-Teilnehmenden hat sich zum Fragezeichen hingestellt.



5 VORGEHEN ZUKUNFTS-CAFÉ

5.1 Themen und Fragestellung

In drei Diskussionsrunden wurden an insgesamt zehn Tischen die Auswirkungen der folgenden Megatrends auf die Branche Landwirtschaft 2030 diskutiert:

- Demografische Entwicklung
- Technologische Entwicklungen allgemein und in der Branche (ohne Digitalisierung)
- Digitalisierung
- wirtschaftliche und konjunkturelle Entwicklungen im Inland
- wirtschaftliche und konjunkturelle Entwicklungen im Ausland
- Trends in der Gesellschaft und der Öffentlichkeit
- Entwicklungen der Werthaltung in der Ethik und der Ökologie
- Entwicklungen von rechtlichen und politischen Fragen
- Entwicklungen vor- und nachgelagerter Bereiche
- Strukturwandel in der Branche

Die Fragestellung lautete:

- Wie wirkt sich der Megatrend auf die Branche Landwirtschaft 2030 aus?

Für jeden Tisch war ein/e Chef de Café verantwortlich, die/der über alle drei Diskussionsrunden sitzen blieb und die Diskussionen leitete. Alle anderen Workshop-Teilnehmenden wechselten nach jeder Diskussionsrunde den Tisch. Sie konnten sich insgesamt zu drei verschiedenen Megatrends austauschen. Die erste Diskussionsrunde dauerte 40 Minuten, die zweite 30 Minuten und die letzte 20 Minuten. Die Diskussionsergebnisse wurden fortlaufend auf Flipcharts auf den Tischen festgehalten. Im Anschluss wurden die drei wichtigsten Auswirkungen auf Moderationskarten geschrieben.





5.2 Spielregeln

Für die Diskussionsrunden an den Tischen galten folgende Regeln:

- Fokus auf das Wesentliche
- Eigene Ansichten und Sichtweisen einbringen
- Aktiv Zuhören – jede Meinung ist wichtig
- Aufmerksamkeit auf die Entdeckung neuer Erkenntnisse
- Ideen, Entdeckungen und Erkenntnisse auf das Tischpapier schreiben

5.3 Rolle der/des Chef de Café

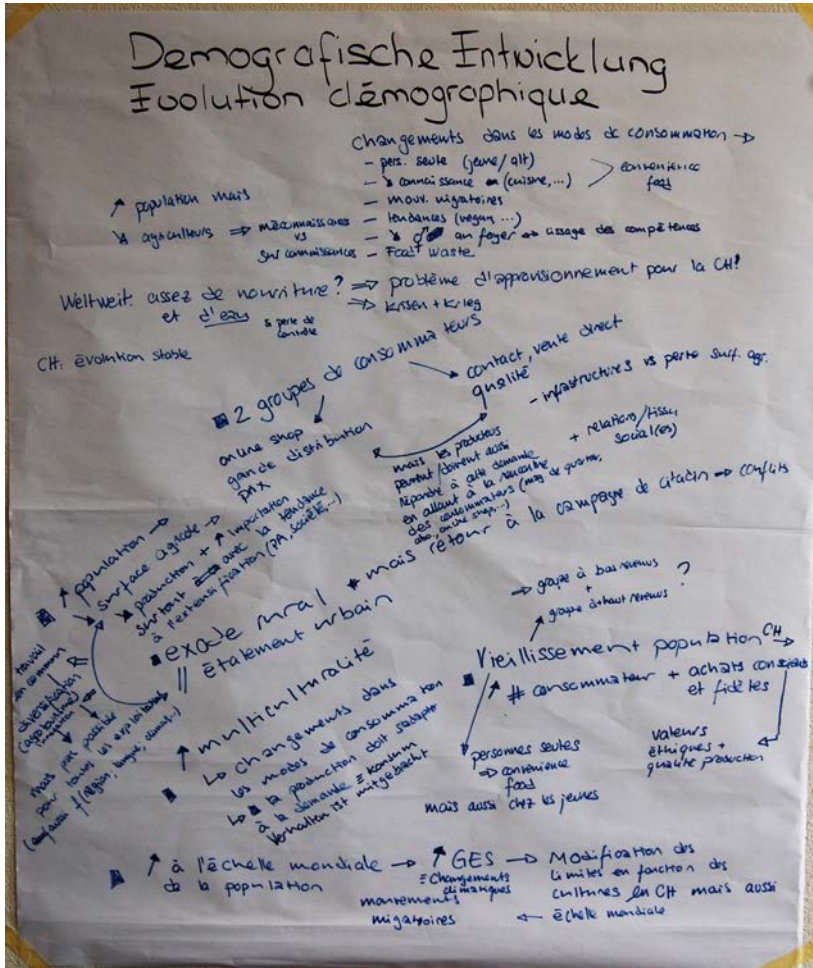
- Bleiben Sie an Ihrem Tisch, wenn Ihre «Gäste» gehen.
- Heissen Sie die neuen Gäste von den anderen Tischen willkommen.
- Teilen Sie den neuen Gästen ganz kurz die wichtigsten Erkenntnisse und Entdeckungen der vorhergehenden Runde mit.
- Erinnern Sie die Gäste an Ihrem Tisch daran, wichtige Ideen, Entdeckungen, und Erkenntnisse auf das Tischpapier zu schreiben.

6 ERGEBNISSE ZUKUNFTS-CAFÉ

Die Ergebnisse aus den einzelnen Diskussionsrunden werden im Folgenden in Form eines Fotoprotokolls dargestellt. Die Fotos der Flipcharts/Tischtücher dienen der Dokumentation der Vorgehensweise und zeigen die kreativen Denkprozesse der Teilnehmenden. Sie müssen deshalb nicht unbedingt lesbar sein. Zentral sind die Endergebnisse, also die Auswirkungen der Megatrends auf die Landwirtschaft 2030, welche auf den Moderationskarten klar lesbar in Deutsch (gelb) und in Französisch (blau) dargestellt sind.

6.1 Tisch 1

Demografische Entwicklung



CH: stable (jusqu'à env. LAT)

Monde: ↑ démographique

CH: stable (RPG) Weltweit: steigend

Changements dans les modes de consommation

Veränderungen des Konsumverhaltens

↑ pression sur les surfaces agricoles

Druck auf landw. Produktionsflächen

6.3 Tisch 3

Digitalisierung

Digitalisierung
Numérisation

<p><u>Pflanzen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hilfsstoffe sparen - Umwelt - Roboter, v.a. Pflanzenschutz (Blumen Techn) - Drohnerinsatz div. Einsatz - Apps: Pflanzenschutz, Pflanzensort... - gezielte Fütterung, Vorwissenanalyse - Metadaten für Kultur verfügbar machen (Genom, Anbau) 	<p><u>Landtechnik</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - präzise Technik - grössere, teurere Technik <li style="padding-left: 20px;">↳ Delegation zum Landwirt. - Kosten/Nutzen? Technik um jeden Preis? - steigende Fremdkosten → Technik Dritter - neue Technik „lehnen“ → Leasing <li style="padding-left: 20px;">→ wie schulen? Schule / Lehrbetrieb 	<p><u>Tiere</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Herdenmanagement - autom. Melksysteme <li style="padding-left: 20px;">→ mehr bei Lda., aber auch Techniker - Risiko: Fütterung, Miden - Anwendungen Apps
--	---	--

Verkauf/Konsument

- Emotionen erhalten!
- Rückverfolgbarkeit → nutzen für Marketing
- näher beim Konsument, Information
- Dispers überbrücken
- besser verkaufen durch Direktkontakt (Tel)

Datenaustausch

- Maschine-ins Büro
- Vollzug
- Schnittstellenproblematik, Normen fehlen
- Wer hilft für Teilzeit?
- Daten schützen?

Betriebsführung

- grössere Abhängigkeit von Dritten
- alles ablaufbar digital (Bank, Konsum, ...)
- viele Daten → interpretieren, nutzen (Aufgabe Betriebsleit.)
- Apps/Programme: - Datenbanken (z.B. Virentekunden)
- Rückverfolgbarkeit sichern
- stark steigende Anforderungen an Betriebsleiter/Angehörige
- Kundenbetreuung: Kontakt einfacher, pflegen! Abholen durch Direktkontakt persönlich
- Digitalisierung vs. Emotion
- Risiko: Datenhandel, Missbrauch, Überwachung
- Vorteil: überblicken von Anlagen
- ältere Generation kann überfordert sein
- Wissen, Versähen darf nicht verloren gehen
- Energie „steuern“ auf den Betrieb

3

Interprétation des données

3

Daten interpretieren/nutzen

3

Protection des données
Trasabilité

3

Daten schützen/Rückverfolgbarkeit

3

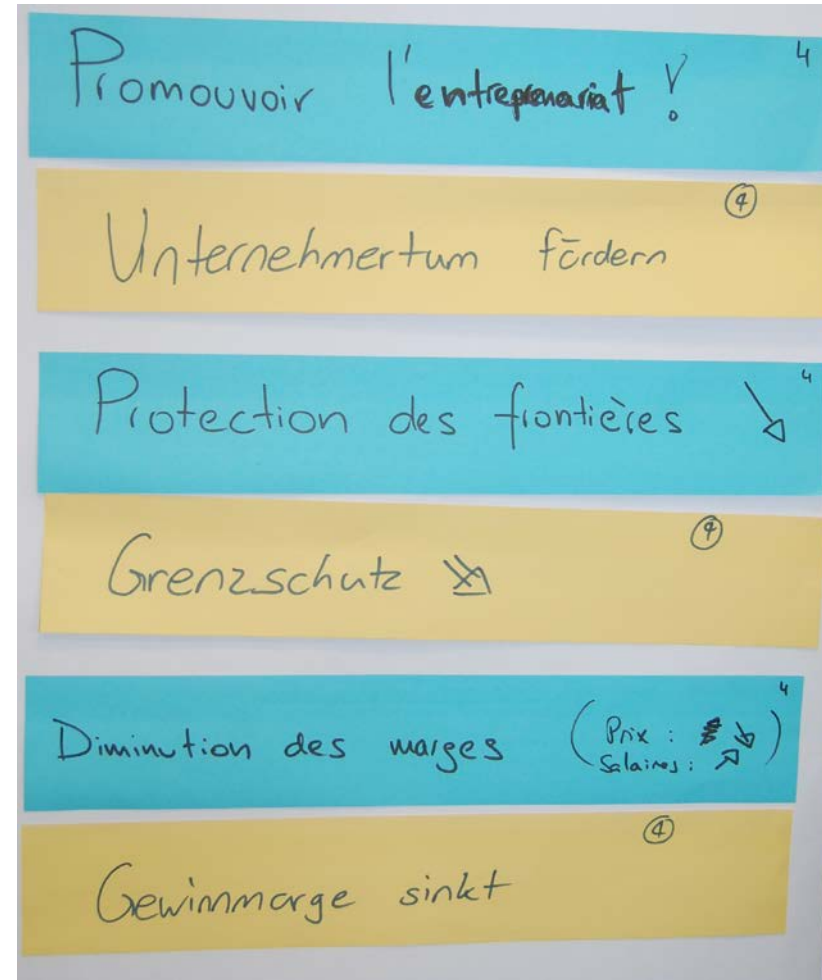
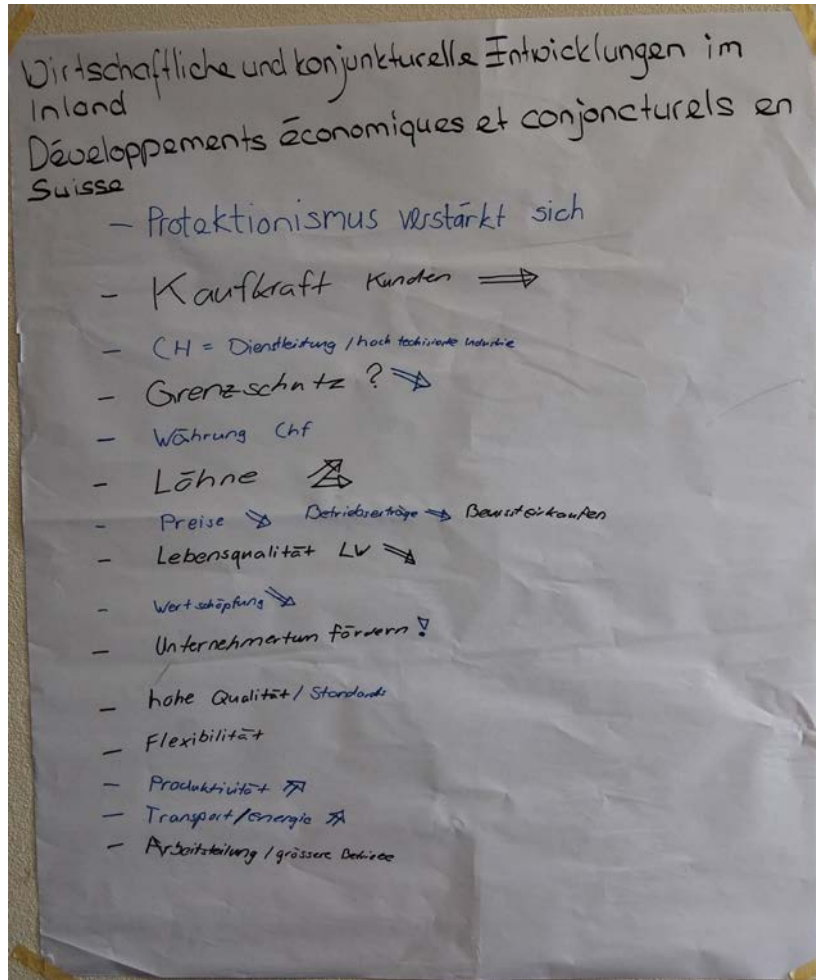
Grande dépendance à des tiers

3

grosse Abhängigkeit von Dritten

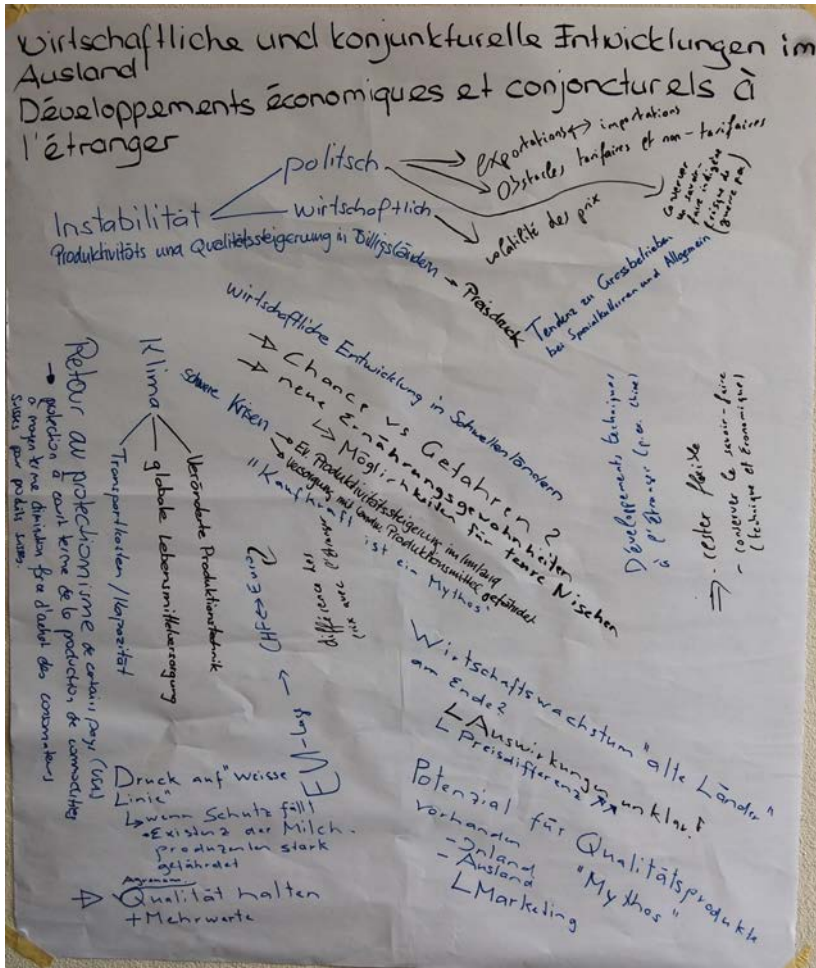
6.4 Tisch 4

Wirtschaftliche und konjunkturelle Entwicklungen im Inland



6.5 Tisch 5

Wirtschaftliche und konjunkturelle Entwicklungen im Ausland



Instabilität (politique, économique, climatique...)
 → productivité, marchés d'importation et d'exportation

Instabilität (politisch, wirtschaftlich, Umwelt)
 → Produktivität, Import, Export

Protectionnisme vs. libre marché
 Influence sur le comportement d'achat du consommateur final.

Protectionnismus vs. Freihandel
 → Einfluss auf Kaufkraft

Les autres produisent aussi de la qualité
 → garder la longueur d'avance, la flexibilité

"Die Anderen machen es auch gut!"
 → Die Nasenlänge voraus sein → Flexibilität

6.6 Tisch 6

Trends in der Gesellschaft und der Öffentlichkeit

Trends in der Gesellschaft und der Öffentlichkeit
Tendances dans la société

- Anpassungsfähigkeit ^{Zeitfaktor}
- Greiz ist Greil
- Preisdruck
 - mehr Nebenwerb. ^{Fakten}
 - über das Netz → + / -
 - Emotionen
- viel Einkauf für wenig Geld
 - glutenfrei/vegan/ohne Süßholz
 - immer das Neueste
 - → Superfood Mode
 - → Geschmack von Neun./Spez./Exot./Feier
- Sensibilisierung → Tier/Haltung
- alles sofort, jetzt, das ganze Jahr
- der/die Andere soll → ich kann anders
- YAKA / FOKOU (il n'a qu'un / il faut qu'un)
 - niedriger Energiebe- ^(Kcal.) darf der Konsumenten
 - gesunde Nahrungsmittel / Slow Food
- Transparenz
 - "Man" isst auswärts
 - Fleisch > 60% auswärts
 - weniger Wissen über Nahrungs- mittel
 - Fertigprodukte
 - Bezug zur Landwirtschaft verschwindet
 - 3.7 Mio Haushalte
 - 1/3 sind Einzelpersonen
 - 50% in der Stadt
 - Flexetarier
 - Mittagessen → take away
 - Nische: Masse
- Ökologie (Bio)-Regio
- Sicherheit, Stabilität
- keine Überraschung
- beste fachliche Ausbildung
- "synthetisches Fleisch"
- Dienstleistung: → Erlebnis ^{Emotion}

Bezug zur Landwirtschaft verschwindet ⁶
→ mehr Stadtbevölkerung

Disparition du lien à l'agriculture ⁶
→ urbanisation

Preisdruck → Greiz ist Greil ⁶

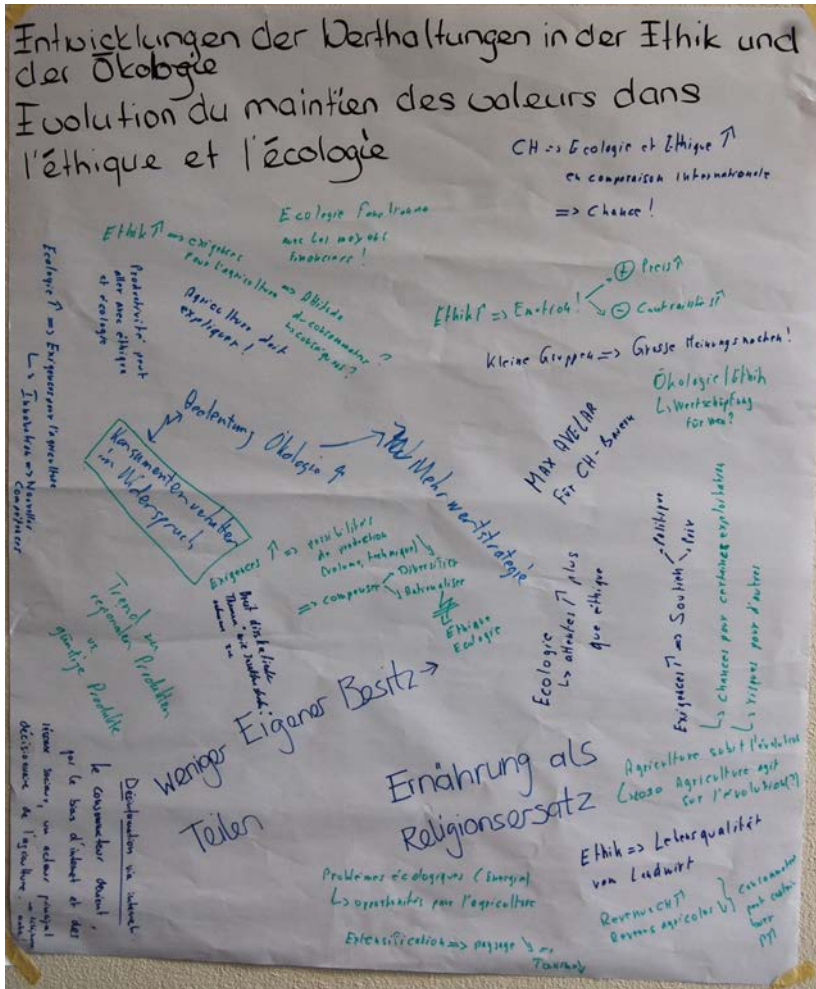
Pression sur les prix ⁶
→ chasseurs d'actions

Hohe Ansprüche an Produkte ⁶
(Ökologie, Tierwohl, Regio)

Attentes importantes vis-à-vis des produits ⁶
(écologie, bien-être animal, régionalité)

6.7 Tisch 7

Entwicklungen der Werthaltung in der Ethik und der Ökologie



Sujet émotionnel < Chances 7
 Discussion ist emotional ⇒ Chance/Gefahr 7
 Consommateur pas conséquent 7
 Konsumentenverhalten im Widerspruch 7
 Agriculture doit expliquer 7
 Landwirtschaft muss erklären 7

6.8 Tisch 8

Entwicklungen von rechtlichen und politischen Fragen

Entwicklung von rechtlichen und politischen Fragen
 Développement de questions juridiques et politiques - Evolution ONC, EU. → augmentation ouverture des marchés

- Contraintes construction Evolution structurelle, Réhabilitation bâtiments
- Représentation politique des paysans mais des représentants peu progressistes → représentativité des paysans difficile objet de leur parti; → Lobby agricole efficace
- Politiciens qui défendent les acquis des paiements directs → court terme à long terme moins
- Plaintes des exploitants temps perdue
- Le niveau des exigences juridiques augmentent → Politiciens agricoles opposés aux conse.
- Contraintes juridiques limitent l'immigration
- Conflit au sein du monde paysan, a mène une meilleure cohérence des associations
 - Développement des paysans vers les vertes.
 - Augmentation des exigences politique et écologique.
 - Initiatives fournissant échantillons en dessous du standard CE. Diminution de la part CA dans la subv. → appropriation.
 - Taux d'auto approvisionnement.
 - Les PDS atteignent des politiques or qu'ils donnent la cadre juridique et une agriculture dynamique et spécialisée sur les aspects de valeur ajoutée.
 - Le droit et la politique
- Danger des initiatives des extrémistes
 - Politique s'occupent de problèmes sociaux qui n'en sont pas.
 - Risque de report de responsabilité sur les paysans.
 - Durcissement des règles de détermination des animaux de production des règles de productions phyto, fumure.
 - Nécessité de communiquer sur le territoire par la politique.
 - Renforcement des contrôles sur la ferme → une plus grande sanction et d'analyse.
- Réaction de réticence
 - Exigence de formation pour trouver plus d'êtres.

Spécialisation en 2010 pour favoriser l'innovation.

Aug. des exigences du citoyen-consommateur &

Steigende Erwartungen der Bürger / Konsumenten

Augmentation réglementation &

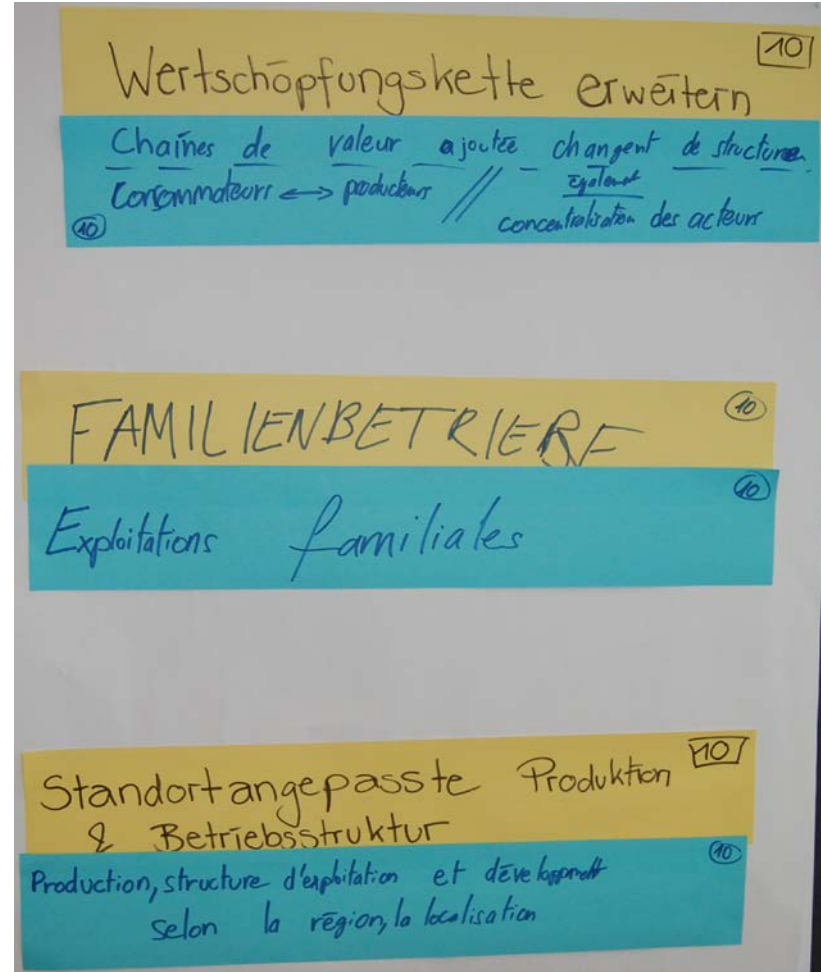
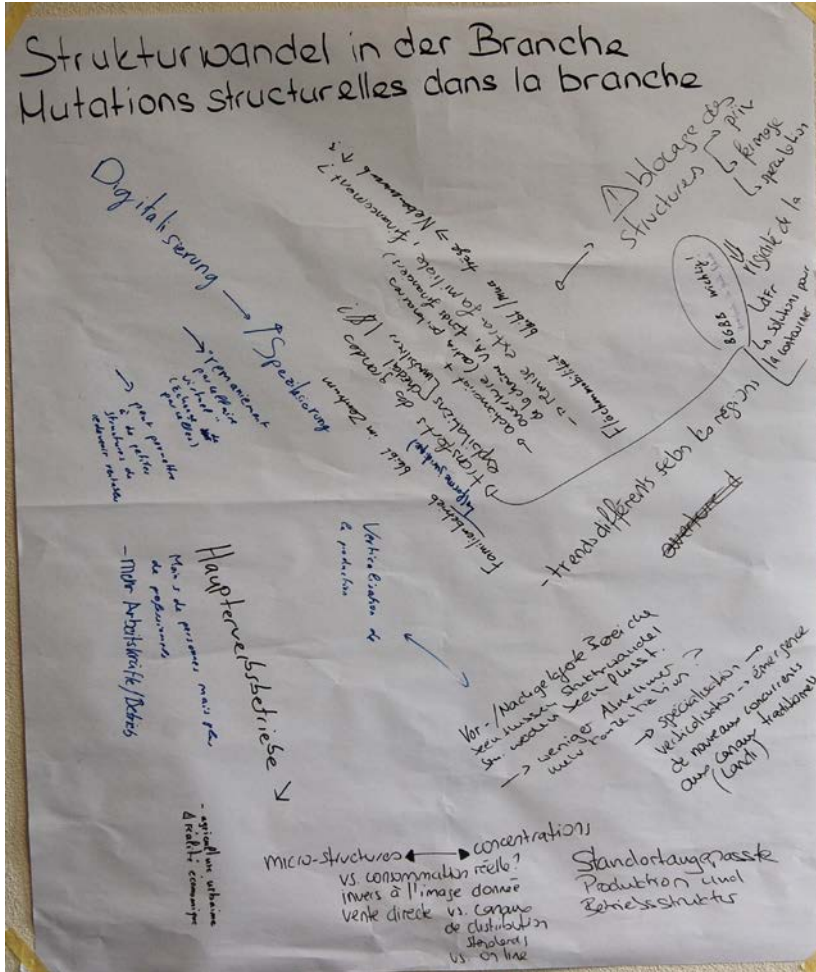
Zunahme der Vorschriften

Ouverture partielle des marchés agricoles &

Teilweise Öffnung des Agrarmarkts

6.10 Tisch 10

Strukturwandel in der Branche



7 VORGEHEN VERTIEFUNGSRUNDE

Nachdem im Zukunfts-Café die wichtigsten Auswirkungen der Megatrends auf die Branche Landwirtschaft 2030 definiert wurden, konnten die Workshop-Teilnehmenden die insgesamt 30 Auswirkungen priorisieren. Jede/r Workshop-Teilnehmende erhielt dazu fünf Klebepunkte und konnte diese diejenigen Auswirkungen zuordnen, die für sie/ihn am wichtigsten sind.



Mit dem Vergeben der Punkte konnten die folgenden zehn Auswirkungen der Megatrends auf die Branche Landwirtschaft 2030 als die Wichtigsten eruiert werden:

- 1a) Unternehmertum fördern, (26 Nennungen)
- 1b) Hohe Ansprüche an Produkte (Ökologie, Tierwohl, Regio), (26 Nennungen)
- 3) Standortangepasste Produktion & Betriebsstruktur, (24 Nennungen)
- 4) Anforderungen an das Personal steigen, (21 Nennungen)
- 5) Bezug zur Landwirtschaft verschwindet → mehr Stadtbevölkerung, (17 Nennungen)
- 6) Konsumentenverhalten im Widerspruch, (14 Nennungen)
- 7) Wertschöpfungskette erweitern, (12 Nennungen)
- 8a) Veränderungen des Konsumverhaltens, (11 Nennungen)
- 8b) Druck auf landwirtschaftliche Produktionsflächen steigt, (11 Nennungen)
- 8c) Vertrauen wird zentral, (11 Nennungen)



In einer Vertiefungsrunde von 60 Minuten diskutierten die Workshop-Teilnehmenden diese wichtigsten zehn Auswirkungen. Im Zentrum stand folgende Fragestellung:

Wie beeinflussen die Auswirkungen das Berufsfeld Landwirtschaft im Jahr 2030, in Bezug auf:

- die Betriebe?
- den Markt?
- die Konsumentinnen/Konsumenten?

8 ERGEBNISSE VERTIEFUNGSRUNDE

Die Ergebnisse aus der Vertiefungsrunde werden im Folgenden in Form eines Fotoprotokolls dargestellt.

Promouvoir l'entreprenariat! ⁴ 26
 ④ 1. a)

Unternehmertum fördern

Betriebe:

- unternehmerisch ausgerichtet / strat. überlegt
- bessere Zukunftschancen
- offenere / flexiblere Betriebsleiter
- am Markt ausgerichtet / flexibel
- gezieltes Marketing
- Betriebswirt. Zahlen interpret. + Schlüsse ziehen
- sind gut ausgebildet

Markt:

- besseres Verhandlungsgeschick
- höhere Wertschöpfung

Konsumenten:

- nahe beim Konsumenten
- Vertrauen aufbauen
- Events
- Konsumenten beeinflussen / überzeugen

Q-CONNECT

Hohe Ansprüche an Produkte ⁶ 26
 (Ökologie, Tierwohl, Regio) 1. b)
 Attraktives Importiertes vis-à-vis des Produkts ⁶
 (Écologie, bien-être animal, régionalité)

↳ Zielkonflikte in allen Bereichen!

Betrieb

- Spezialisierung nötig, inkl. Investitionen in diversen Bereichen (z.B. Geld, Personal, Ressourcen)
- Know-how (Aus- & Weiterbildung), Branchenvereinigungen
- Imagepflege / Öffentlichkeitsarbeit ist nötig
- Mehrwert für Produkte muss erzielt werden
- Höhere Ansprüche = höherer Aufwand für Personal und Kapital

Markt

- Angebot abgestimmt auf Nachfrage
- Absatzkanal finden
- Marketing & Absatzförderung ist wichtig!
- Markttransparenz
- Produktsegmentierung / Label

Konsument

- Akzeptanz und Transparenz von beiden Seiten
 ↳ auch bereit, einen Mehrwert zu bezahlen
- Die Landwirtschaft aktiv zeigen
- Sensibilität nimmt zu
- Hohe Qualität ist nicht ~~aussergewöhnliches~~ mehr

Standortangepasste Produktion & Betriebsstruktur ¹⁰⁷ **3.**

Production, structure d'exploitation et développement selon la région, la localisation ²⁴

↳ en fonction de la politique agricole

La bonne production au bon endroit

2 types d'exploitations (PER, Bio)

- production de masse
- production de niches

- Communautés PER (spécialisations)
- Collaboration (machines, main d'œuvre, etc) tous les niveaux
- Selon la proximité du consommateur et du marché
- Partie de la formation orientée sur les débouchés (formation mo du laitiers) 4 ans

Q-CONNECT

Anforderungen an Personal steigen ² **4.**

augmentation de l'exigence au personnel ² 21

- grosses Fachwissen gefordert
- Le manager et le travailleur manuel est le même
 - ↳ Compétence technico-économique
 - ↳ Manageriales
 - ↳ Stratégiques
- digitalisierte Abläufe verstehen
- LW- Grundausbildung + Spezialisierung
- quelles compétences dans la formation de base ?
- quelles compétences dans la spécialisation ?
- Esprit d'entrepreneur
- Capacité à innover
- Esprit de service.
- Zusammenarbeit fördern

Bezug zur Landwirtschaft verschwindet ⁶
 → mehr Stadtbevölkerung
 Disparition du lien à l'agriculture
 → urbanisation 17

5.

Marketing Öffentlichkeitsarbeit
 Kommunikation / Information → Bevölkerung
 Betriebe stehen mehr unter Beobachtung → "Gemischten der Bevölkerung"
 der Markt, arbeitet mit der Union-Landwirtschaft - Sollenberg
 ↳ Gefahr
 der Konsument bestimmt WAS er kauft
 Ansprüche steigen → Konsument
 Benutzmarketing sehr wichtig
 Kommunikation → verschiedene Kanäle / Möglichkeiten Medien

Consommateur pas confiant ⁹
 Konsumentenverhalten im Widerspruch ⁷
 (14)

6.

- Marketing
- Communication → Modes de production (Bio, PI, etc.)
- Explications (Éduquer le consommateur)
- Formation continue → vulgarisation
- Renforcer les liens (agriculture, vente directe...)
- Simplifier le salade de labels
- Ecole obligatoire :
 - Ecole à la ferme *
 - Économie familiale **

* Voir mais aussi faire
 ** pyramide alimentaire mais aussi budget p ex.

Wertschöpfungskette erweitern 10

Chânes de valeur ajoutées // changent de structures. 12

Consommateurs ↔ producteurs // système // concentration des acteurs

7.

z.B. gemeinsamer Online-Verkauf
von regionalen Produkten (Gemüse, usw.)

Auswirkungen: Mehr Know How im Bereich
Logistik + Vermarktung

Mehr Arbeit

Geringere Abhängigkeit von Politik
und Zwischenhandel

Für BL steht Unternehmertum
Vor reinen Produktions-Fragen

Produzent + Konsument / Kunde
kommen sich wieder näher

Beziehungspflege sehr wichtig ✓

Changements dans les modes
de consommation 8

Modifications des Konsumverhaltens 11

8.
a)

- E - maîtrise des compétences sociales
- E - être capable de flexibilité, de réagir rapidement
- E - des installations rapidement amorties
- E/L Umgang mit Unsicherheit
 - nécessité des outils de régulation (Etat, privé?)
- E - possibilité de faire des réserves pour lisser courbes revenus → assurer les
- E - rester près du marché: les comprendre, assurer la veille nécessaire
Attention
- E/L Vision développer, Business Model adapter, décider.
- E - Aktiv und richtig kommunizieren → la réalité, partenariat avec consomm.
- E/L être capable de vendre dans des circuits courts et longs
en fonction des productions
- n - Volatile Märkte vs. Naturtempo
- E/L Erlebnisse "produzieren", Storytelling für Produkte
- L - le consommateur a le pouvoir du nombre → doit prendre
sa responsabilité.
- E/L Créer et assurer la confiance (gegenseitig)

pression sur les surfaces agricoles ③
 Druck auf landw. Produktionsflächen ①

8. b)

Betriebe

- wenige Betriebe
- grössere Betriebsstrukturen
↳ nach Region
- höhere Landpreise

Markt

- + Höhere Produktpreise
- + Weniger Produkte

Konsument*innen

- Weniger einheimische Produkte
- Weniger wetterlicher Nahholungsraum
- Teures Wohneigentum

- Zersiedelung

- Grenzschmissionen etc

- Weniger Fläche für Ökologie

- Mehr Ökologie auf LN

- Bodenrecht wird zentral

- Investoren aus der Nicht-Landwirtschaft

- Weniger Lehrlingsstellen benötigt?

- Anpassung DZ-System?

neuland

Vertrauen wird zentral ③
 Confiance est centrale ③

8. c)

→ alles was wir für Kontrolle haben zeigen

Betriebe

- frei, zugänglich, offen → Visite, Infos an Konsumenten
- Lehrling ist breit ausgebildet (Marketing, Kommunikation, Landwirtschaft, Unternehmertum...)
- Digitalisation → (Chancen) Potentiale, aber auch Risiken (alle wissen, wie ich Bauer sein soll!)
↳ Bsp: BM-Einsätze

Markt

- Rückverfolgbarkeit
- Retribution "suisse" par le marché pour standards de production suisse → standards peuvent être maintenus → ↑ confiance

Konsumenten

- sich informieren, Stall besuchen
- Faktenbasierte Informationen (FAKTE NEWS, Fakten) + Erklärungen

Q-CONNECT



9 FAZIT UND WEITERES VORGEHEN

Im Rahmen des Grossgruppen-Workshops 1 zur Auslegeordnung „Landwirtschaft 2030“ wurden in berufs-, verbands-, kantons-, interessens- und sprachregionsübergreifenden Gruppen angeregte, visionäre und konstruktive Diskussionen geführt. Aus Sicht des EHB war die Stimmung im Workshop überaus positiv – die Teilnehmenden *wollten* sich gemeinsam über die Zukunft der Branche Landwirtschaft austauschen. Dies führte dazu, dass am Ende des Tages eine grosse Sammlung an Ideen, Erkenntnissen und Visionen auf den Tischen, Flipcharts und Pinnwänden lag. Das Ziel, ausgehend von Megatrends eine aussagekräftige Auslegeordnung der „Landwirtschaft 2030“ zu machen, wurde unserer Meinung nach klar erreicht.

Die Ergebnisse wurden im vorliegenden Bericht ungefiltert festgehalten, damit diese in den verschiedenen Gremien der OdA AgriAliForm diskutiert werden können. Mittelfristig ist aufbauend auf der Auslegeordnung „Landwirtschaft 2030“ ein zweiter Grossgruppen-Workshop geplant, in dem die Berufsbilder im Berufsfeld Landwirtschaft diskutiert und die dafür gefragten Handlungskompetenzen abgeleitet werden sollen.

Diese beiden Grossgruppen-Workshops sind der regulären 5-Jahres-Überprüfung vorgeschaltet, damit die für 2022/23 geplanten Totalrevisionen der beruflichen Grundbildungen im Berufsfeld Landwirtschaft optimal vorbereitet sind und angegangen werden können.