

Bericht zuhanden der Regionalkonferenz Südranden

Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf Regionalprodukte und auf touristische Projekte im Querschnittsfeld zur Landwirtschaft

Christian Flury und Theresa Tribaldos

Zürich, 25. Oktober 2014

Zusammenfassung

In der Schweiz läuft zurzeit die Suche nach einem Standort für ein geologisches Tiefenlager für radioaktive Abfälle. Als Teil der laufenden Untersuchungen zu den sozioökonomisch-ökologischen Auswirkungen haben die Regionalkonferenzen der sechs potenziellen Standortregionen regions- und standortspezifische Zusatzfragen eingebracht. Der vorliegende Bericht befasst mit der von der Regionalkonferenz Südranden gestellten Frage nach den Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf Regionalprodukte und auf touristische Projekte im Querschnittsfeld zur Landwirtschaft. Zur Beantwortung der Frage wurden entlang der Wertschöpfungskette eine Reihe von Interviews mit landwirtschaftlichen Produzenten, Direktvermarktern, regionalen Verarbeitern, Vertretern des Detailhandels und des Tourismus in der Standortregion geführt und ausgewertet. Ergänzend wurden Interviews in den Standortregionen der bestehenden Kernkraftwerke sowie Gespräche mit Fachexperten geführt.

Die Landwirtschaft prägt die Standortregion Südranden vor allem mit ihrem Beitrag zur Erhaltung und Pflege der Kulturlandschaft, hat in einzelnen Gemeinden aber nach wie vor eine vergleichsweise hohe Beschäftigungswirkung. Wichtige Betriebszweige sind die Fleisch- und Milchproduktion, der Anbau von Getreide, Ölsaaten und Kartoffeln und der Obst- und Weinbau. Mit Ausnahme des Wein wird jedoch der allergrösste Teil der landwirtschaftlichen Erzeugung als unverarbeitete Rohstoffe vermarktet. Mit dem Ziel, die Wertschöpfung aus der landwirtschaftlichen Produktion zu steigern und die Region wirtschaftlich zu stärken, wurden in den letzten Jahren eine Reihe vermarktungsorientierter Projekte lanciert. Diese Aktivitäten sind in die laufende Errichtung des Naturparks Schaffhausen eingebettet. Dieser soll die Voraussetzung für die Labelproduktion und Vermarktung von Produkten verbessern.

Bezüglich der Wahrnehmung der Qualität und deren Beeinflussung durch ein Tiefenlager ist festzuhalten, dass diese weniger mit dem Produkt an sich in Verbindung steht, sondern vielmehr mit der Haltung zu einem Tiefenlager und den von den Konsumenten wahrgenommenen Risiken. Dabei ist zwischen verschiedenen Personengruppen zu unterscheiden: Alteingesessene werden ihr Konsumverhalten mit einem Tiefenlager höchstwahrscheinlich nicht ändern, da sie keine Alternative zum Leben und Arbeiten in der Region haben bzw. nicht gewillt sind, aus der Region abzuwandern. Zugewanderte Personen könnten eine kritischere Haltung einnehmen, je nachdem wie lange sie schon in der Region leben. Personen, die nicht in der Region leben, dürften generell am kritischsten sein, da sie mit den regionalen Verhältnissen weniger vertraut sind. Dies gilt auch für potenzielle neue Konsumenten von regionalen Produkten. Da diese Personen oft keine genauen Ortskenntnisse haben, ist fraglich, in wieweit sie Produkte aus Berlingen, Wilchingen oder dem Klettgau überhaupt der Region Südranden bzw. dem allfälligen Standort „Brentenhau“ des Tiefenlagers zuordnen können.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass regionale Produkte bei den Konsumenten stark verankert sind. Region heisst im Kontext des Lebensmittelhandels dabei aber meistens „Ostschweiz“ oder allenfalls „Schaffhausen“. Gleichzeitig ist die regionale Herkunft nur eines von verschiedenen Qualitätsmerkmalen, welche die Kaufentscheidung als Bündel beeinflussen. Negative Auswirkungen eines Tiefenlagers sind damit vor allem bei denje-

nigen Produkten zu erwarten, bei denen die Herkunft eine entscheidende Bedeutung hat bzw. bei denen die Herkunft mit weiteren Qualitätsmerkmalen wie Frische, Saisonalität oder Natürlichkeit verbunden ist. Gerade in der Direktvermarktung ist jedoch nicht der Standort oder die Region des Betriebs, sondern vielmehr die Beziehung zwischen Konsument und Produzent ausschlaggebend.

Die Auswirkungen eines Tiefenlagers auf die Absatzchancen von Produkten aus der Region und von landwirtschaftlichen Rohstoffen unterscheiden sich nach den verschiedenen Absatzkanälen deutlich. Im Bereich der Direktvermarktung dürften die Auswirkungen gering sein, weil hier der persönliche Bezug zum Betrieb entscheidend ist. Die Kunden wissen, wie der Betrieb produziert, und schätzen die persönliche Beziehung und die Qualität der Produkte. Dies wird sich durch ein Tiefenlager nicht ändern, allenfalls für Betriebe in unmittelbarer Nähe zur Oberflächenanlage. Potenziell am stärksten dürfte sich ein Tiefenlager auf regional verarbeitete Produkte aus, die im „nationalen“ (Detail-) Handel mit einer klaren Herkunftsbezeichnung abgesetzt werden. Bei solchen Produkten ist die Zuordnung zur Region auch für ausserregionale Konsumenten grundsätzlich am einfachsten, gleichzeitig ist der regionale Bezug aber Teil der Verkaufsstrategie der Verarbeitungsbetriebe. Im Gegensatz dazu ist der Absatz von landwirtschaftlichen Rohstoffen nicht betroffen, solange keine gesundheitsgefährdenden Rückstände nachgewiesen werden können. Für die Standortregion Südranden ist damit davon auszugehen, dass ein sehr grosser Teil der landwirtschaftlichen Erzeugung nicht von einem Tiefenlager tangiert wäre.

Als weiteres Fazit aus der Untersuchung ist festzuhalten, dass ein allfälliges Tiefenlager den Aufbau des naturnahen Tourismus in der Region erschwert und den verschiedenen Initiativen zur Steigerung der Wertschöpfung aus dem Tourismus und aus der Produktvermarktung diametral entgegenläuft. Die Diskussionen um ein Tiefenlager erhöhen die Hürde, sich in einem zunehmend gesättigten Markt für touristische Angebote zu positionieren und erfolgreich zu etablieren. Letzteres ist insofern von Bedeutung, als der Naturpark Schaffhausen auch in Konkurrenz zu anderen Naturparkregionen in der Schweiz steht.

Inhalt

1	Einführung, Fragestellung und Vorgehen	1
1.1	Ausgangslage	1
1.2	Gegenstand und Fragestellung	1
1.3	Methodisches Vorgehen.....	2
1.4	Übersicht über die Interviews.....	2
2	Landwirtschaft und Tourismus in der Standortregion Südranden	5
2.1	Landwirtschaft in den Standortgemeinden	5
2.2	Wirtschaftliche Bedeutung der Betriebszweige.....	7
2.3	Projekte im Querschnittsfeld Tourismus-Landwirtschaft.....	8
3	Hauptergebnisse der Untersuchung	9
3.1	Qualitäts- und Erfolgsmerkmale regionaler Produkte und touristischer Leistungen	9
3.2	Qualitätsmerkmale und Erfolgsfaktoren im naturnahen Tourismus	10
3.3	Hauptergebnisse aus den Interviews	11
3.3.1	Spektrum der Haltungen zu einem Tiefenlager und zu den Auswirkungen auf Regionalprodukte	11
3.3.2	Erfahrungen in den Standortregionen der Kernkraftwerke	12
3.3.3	Sicht der Landwirtschaft.....	13
3.3.4	Sicht der regionalen Verarbeiter	14
3.3.5	Sicht des Lebensmittelhandels.....	15
3.3.6	Sicht überregionaler Fachexperten	15
3.3.7	Sicht des Tourismus	16
4	Einordnung und Fazit der Untersuchung	19
4.1	Einordnung der Interviews und der Ergebnisse	19
4.2	Fazit zur Zusatzfrage	19
4.2.1	Auswirkungen eines Tiefenlagers auf die Wahrnehmung der Qualität der regionalen Produkte mit Herkunftsbezeichnung	19
4.2.2	Auswirkungen auf Absatzchancen von Produkten aus der Region und von landwirtschaftlichen Rohstoffen	20
4.2.3	Auswirkungen auf künftige touristische Projekte	21
4.2.4	Fazit im Kontext der SÖW Studie	21
5	Referenzen.....	23

1 Einführung, Fragestellung und Vorgehen

1.1 Ausgangslage

In der Schweiz läuft zurzeit die Suche nach einem Standort für ein geologisches Tiefenlager zur Entsorgung radioaktiver Abfälle. Für ein Tiefenlager kommen sechs Standortregionen in Frage¹. Im Zentrum der Abklärungen stehen gemäss Sachplan „Geologische Tiefenlager“ die Aspekte der Sicherheit sowie die sozioökonomisch-ökologischen Auswirkungen eines Tiefenlagers. Eingebettet in diese Abklärungen werden spezifische Zusatzfragen untersucht, welche die Regionalkonferenzen der Standortregionen mit Blick auf die regions- und standortspezifischen Gegebenheiten eingebracht haben. Die Beantwortung dieser Zusatzfragen erfolgt zum Teil für eine Region, teilweise über mehrere Regionen koordiniert oder über andere Kanäle. Die Antworten fliessen in den Synthesebericht zu den sozioökonomisch-ökologischen Auswirkungen eines Tiefenlagers ein.

Die Standortwahl verläuft in drei Etappen. Nachdem in der ersten Etappe die aus geologischer Sicht für ein Tiefenlager geeigneten Gebiete bestimmt wurden, werden in der zweiten und dritten Etappe für diese Gebiete vertiefte sicherheitstechnische Untersuchungen durchgeführt sowie raumplanerische und sozioökonomische Aspekte umfassend untersucht. Die Beantwortung der Zusatzfragen ist Teil der zweiten Etappe.².

1.2 Gegenstand und Fragestellung

Gegenstand des vorliegenden Projekts ist die Beantwortung einer Zusatzfrage der Regionalkonferenz Südranden zu den Effekten eines allfälligen Tiefenlagers auf die Absatzchancen von Regionalprodukten und auf künftige touristische Projekte im Querschnittsfeld zur Landwirtschaft (Agrotourismus, Labelprodukte Weinbau). Vermarktung regionaler Produkte und die Wertschöpfung aus dem natur- und kulturnahen Tourismus im ländlichen Raum sind auch Gegenstand der regionalen Entwicklungsstrategien der Standortregion. Hintergrund der Frage sind in erster Linie die zurzeit laufenden Aktivitäten rund um den Naturpark Schaffhausen und das Label „Blauburgunderland“. Dieser soll die Voraussetzungen für die Labelproduktion in der Region und für die Vermarktung von regionalen Produkten aus einer „intakten Kulturlandschaft“ verbessern. Tourismus und Landwirtschaft setzen auf diese Strategie als Wirtschaftsmotoren für die ländliche Entwicklung, befürchten aber, dass ein allfälliges Tiefenlager diese Bemühungen beeinträchtigen könnte. Entsprechend bezeichnet das BFE regionale landwirtschaftlich Produkte und den Regionaltourismus auch als Kriterien für die Betroffenheit von Gemeinden durch ein allfälliges Tiefenlager.

¹ Als Standortregionen für ein geologisches Tiefenlager für radioaktive Abfälle stehen die Regionen Jura Ost, Jura-Südfuss, Nördlich Lägern, Südranden, Wellenberg und Zürich Nordost zur Diskussion. Die Standortgebiete Zürich Nordost, Nördlich Lägern und Jura Ost sind aus geologischer Sicht für ein Lager für hochradioaktive Abfälle oder für ein Kombilager für alle Abfallkategorien geeignet.

² Nach aktuellem Zeitplan des Bundesamts für Energie wird ein definitiver Standortentscheid ca. im Jahr 2027 getroffen. Entsprechen kann ein Tiefenlager für schwach- und mittlerradioaktive Abfälle frühestens im Jahr 2050 in Betrieb gehen kann. Ein Tiefenlager für hochradioaktive Abfälle wird voraussichtlich 2060 betriebsbereit sein.

1.3 Methodisches Vorgehen

Die Beantwortung der Zusatzfrage erfolgt sowohl methodisch wie auch inhaltlich in enger Verbindung zur Beantwortung einer Zusatzfrage der Standortregion Wellenberg, zu den Auswirkungen eines Tiefenlagers auf die einzelnen Betriebszweige und zur Bedeutung der Herkunft der jeweiligen Produkte im Produktabsatz. Die Beantwortung der beiden Zusatzfragen erfolgt primär über Interviews, die mit landwirtschaftlichen und touristischen Akteuren aus der Standortregionen Südranden und Wellenberg sowie mit ausserregionalen Vertretern der Landwirtschaft in KKW Standortregionen sowie des Lebensmittelhandels geführt wurden. Im Fall der Region Südranden wurden einzelne Interviews bereits im Rahmen der Beantwortung der Zusatzfrage zu den Auswirkungen eines Tiefenlagers auf die die Natur- und Kulturlandschaft als Freizeit- und Naherholungsraum geführt.

Das konkrete Vorgehen gliedert sich in vier Schritte:

- Erstellen einer Übersicht zu den landwirtschaftlichen Strukturen und qualitative Abschätzung der Bedeutung der verschiedenen Betriebszweige sowie zu den laufenden Projekten im Querschnittsfeld Landwirtschaft und Tourismus.
- Erarbeiten einer Auslegeordnung zu relevanten Qualitäts- und Erfolgsmerkmalen regionaler Produkte und zur Produktdifferenzierung im Lebensmittelmarkt.
- Durchführen der Interviews zum Einfluss eines Tiefenlagers auf die Absatzchancen von Regionalprodukten und auf künftige touristische Projekte im Querschnittsfeld zur Landwirtschaft.
- Synthese und Dokumentation.

Der vorliegende Bericht dokumentiert die Ergebnisse der Untersuchung. Im letzten Teil des Berichts werden diese eingeordnet und die gestellten Fragen beantwortet. Wie oben angesprochen, wurde das Projekt in enger Verbindung zur Beantwortung einer Zusatzfrage der Standortregion Wellenberg durchgeführt. Entsprechend sind Teile des vorliegenden Berichts identisch mit dem Bericht „Abschätzung allfälliger Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf die Absatzchancen regionaler Landwirtschaftsprodukte“.

1.4 Übersicht über die Interviews³

In der Region Südranden wurden sieben Interviews mit Vertretern der Landwirtschaft, der regionalen Verarbeitung und des Tourismus geführt. Hinzu kamen sieben Interviews mit Produzenten und Direktvermarktern in den Regionen um die bestehenden Kernkraftwerke Gösgen, Beznau und Leibstadt sowie sechs Interviews mit Vertretern des Lebensmittelhandels und Labelorganisationen sowie mit Fachexperten. Die interviewten Personen wurden so ausgewählt, dass die Wertschöpfungskette von Regionalprodukten aus einer Marktperspektive beleuchtet werden kann. Ziel ist eine möglichst fundierte und differenzierte Einschätzung zu Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf Regionalprodukte und auf touristische Projekte im Querschnittsfeld zur Landwirtschaft.

³ Auf eine namentliche Nennung der interviewten Personen und ihrer Funktion wird verzichtet, da allen Gesprächspartnern bereits bei der Anfrage für ein Interview explizit vollständige Anonymität zugesichert wurde.

Die Interviewpartner in der Region Südranden wurden über die Fachgruppe Sozioökonomisch-ökologische Wirkungsstudie (FG SÖW) und über bereits interviewte Personen rekrutiert. In den Standortregionen der Kernkraftwerke wurden die Interviewpartner über das Landwirtschaftliche Zentrums Liebegg und das Label „Das Beste der Region“ identifiziert. Die Rekrutierung der Vertreter des Lebensmittelhandels und der Lebensorganisationen erfolgte über das bestehende Netzwerk des Auftragnehmers.

2 Landwirtschaft und Tourismus in der Standortregion Südranden

Die Region Südranden wird nach wie vor durch die Landwirtschaft geprägt. Dies gilt insbesondere für die Erhaltung und Pflege der Kulturlandschaft, die als Koppelprodukt eng mit der landwirtschaftlichen Produktion verbunden ist. Die Beschäftigungswirkung der Landwirtschaft ist sehr unterschiedlich: Während in der Gemeinde Wilchingen mehr als 18% der Beschäftigten im Primärsektor arbeiten, sind es in Neunkirch mit 7 Prozent sowie in Beringen und Neuhausen mit 1 Prozent deutlich weniger; gesamtschweizerisch liegt der Beschäftigungsanteil des Primärsektors bei etwas weniger als 3 Prozent.

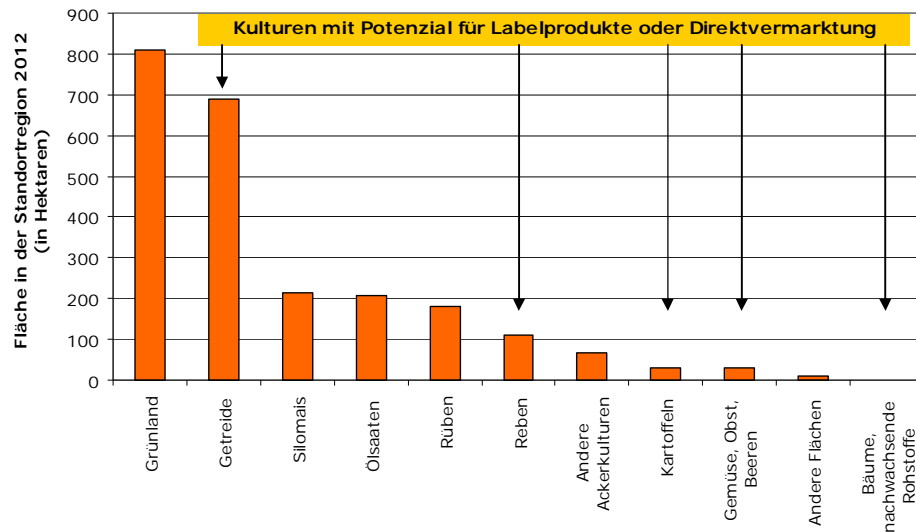
2.1 Landwirtschaft in den Standortgemeinden

Die Darstellung der landwirtschaftlichen Strukturen mit der Zahl der Betriebe und der Beschäftigten, der Flächennutzung und der Tierhaltung in der Region Südranden basiert auf den Angaben aus der landwirtschaftlichen Betriebszählung, die vom Bundesamt für Statistik jährlich durchgeführt wird. In den vier Standortgemeinden Neuhausen am Rheinfall, Beringen, Neunkirch und Wilchingen befanden sich im Jahr 2012 gesamthaft 108 Landwirtschaftsbetriebe mit total 350 Beschäftigten. Damit entfallen 18 Prozent der Landwirtschaftsbetriebe und 20 Prozent der landwirtschaftlichen Beschäftigten des Kantons Schaffhausen auf die vier Standortgemeinden im Südranden. In der ganzen Standortregion Südranden entfallen gemäss SÖW-Studie total 1841 Vollzeitäquivalente (oder 4.4% aller Beschäftigten) auf die Landwirtschaft⁴. Folglich wäre ein erheblicher Anteil der Schaffhauser Landwirtschaftsbetriebe mit ihren Beschäftigten von einem allfälligen Tiefenlager potenziell betroffen.

Gesamthaft werden in den Standortgemeinden im Südranden 2353 Hektaren landwirtschaftliche Nutzfläche bewirtschaftet. Standortbedingt hat der Ackerbau eine grosse Bedeutung; knapp 60 Prozent der Fläche wird ackerbaulich genutzt, ein Drittel der Flächen sind Grünland. Die Rebfläche umfasst 110 Hektaren, hinzu kommen 30 Hektaren Spezialkulturen wie Obst, Beeren und Gemüse. Bezogen auf die Fläche sind die Grünlandnutzung und die raufutterverzehrender Tierhaltung weniger wichtig.

⁴ Die Angabe stammt aus dem internen Entwurf des Zwischenberichts 2 „Sozioökonomisch-ökologische Wirkungsstudie (SÖW) für den Standortvergleich in Etappe 2“ vom 12. September 2014.

Abbildung 1: Flächennutzung im Jahr 2012 in den vier Standortgemeinden Neuhausen am Rheinfall, Beringen, Neunkirch und Wilchingen

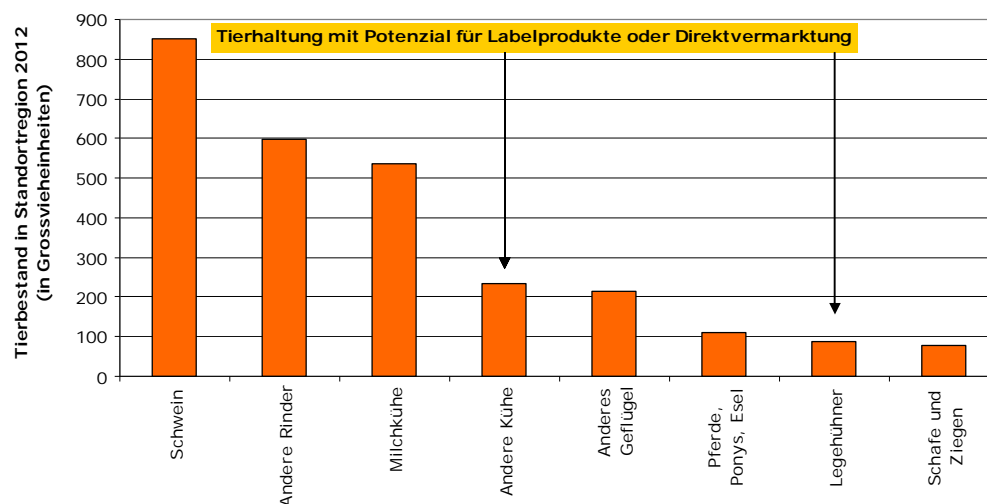


Bem.: Der Kt. Schaffhausen umfasst total 15570 Hektaren landwirtschaftliche Nutzfläche.

Quelle: Landwirtschaftliche Betriebszählung 2012, Bundesamt für Statistik.

Hauptschwerpunkte in der Tierhaltung sind die Schweinehaltung (31% der Grossvieheinheiten⁵), die andere Rindviehhaltung (Mutterkuhhaltung, Aufzucht, Grossviehmast, Kälbermast; 22%), die Milchkuhhaltung (20%) sowie die Geflügel- und Legehennenhaltung (11%). Entsprechend steht in der tierischen Produktion in der Standortregion Süd- randen der Verkauf von Schweine- und Rindfleisch sowie von Milch und Eiern im Vor- dergrund.

Abbildung 2: Tierbestände im Jahr 2012 in den vier Standortgemeinden Neuhausen am Rheinfall, Beringen, Neunkirch und Wilchingen



Quelle: Bundesamt für Statistik, Landwirtschaftliche Betriebszählung 2012

⁵ Die Massgrösse der Grossvieheinheiten GVE dient der Umrechnung der verschiedenen Kategorien der landwirtschaftlichen Nutztiere in eine standardisierte Einheit. Je nach Tierkategorie gelten dabei unterschiedliche Umrechnungsfaktoren (z.B. 1 Milchkuh = 1 GVE, 1 Milchziege = 0.2 GVE).

2.2 Wirtschaftliche Bedeutung der Betriebszweige

Die Abschätzung der wirtschaftlichen Bedeutung der wichtigsten Betriebszweige basiert auf der regionalen landwirtschaftlichen Gesamtrechnung des Bundesamts für Statistik für den Kanton Schaffhausen und den landwirtschaftlichen Strukturdaten 2012 auf Gemeindeebene. Über die Angaben zu den Tierbeständen und zur Flächennutzung bzw. die Anteile der Standortgemeinden an den totalen kantonalen Beständen und Flächen wird die regionale Gesamtrechnung auf die vier Standortgemeinden disaggregiert.

Auf der Basis der Regionalen Landwirtschaftlichen Gesamtrechnung ist davon auszugehen, dass die Landwirtschaftsbetriebe in den vier Standortgemeinden gesamthaft Güter und Dienstleistungen im Wert von ca. 26.5 Mio. Franken erzeugen. Die SÖW-Studie schätzt die Bruttowertschöpfung der Landwirtschaft in der ganzen Standortregion auf 73 Mio. Franken⁶. Die von einem möglichen Tiefenlager potenziell direkt betroffenen Standortgemeinden erwirtschaften somit einen bedeutenden Anteil der landwirtschaftlichen Wertschöpfung der Standortregion Südranden. Wichtigste Betriebszweige der Standortgemeinden sind in der Tierhaltung der Verkauf von Zucht- oder Schlachtvieh mit 6.9 Mio. Franken (26 Prozent der totalen Erzeugung) sowie der Verkauf von Milch mit 2.8 Mio. Franken (11 Prozent). Im Pflanzenbau generieren der Anbau von Getreide, Ölsaaten und Kartoffeln 4.4 Mio. Franken (17 Prozent), im Obst- und Rebbau sind es 5.7 Mio. Franken (22 Prozent). Mit einem Produktionswert von 2.0 Mio. Franken tragen die Erzeugung landwirtschaftlicher Dienstleistungen und die Verarbeitung landwirtschaftlicher Erzeugnisse auf den Landwirtschaftsbetrieben rund 8 Prozent zur totalen landwirtschaftlichen Erzeugung in der Standortregion Südranden bei.

Tabelle 1: Landwirtschaftliche Erzeugung in den vier Standortgemeinden Neuhausen am Rheinfall, Beringen, Neunkirch und Wilchingen (geschätzt, in 1000 Fr.)

	Standortgemeinden
I. Landwirtschaftliche Erzeugung	26540
A) Erzeugung landwirtschaftlicher Güter	26150
I) Pflanzliche Erzeugung	14510
I.1) Getreide	1780
I.2) Ölsaaten, Kartoffeln etc.	2640
I.3) Gemüse und Gartenbau	2310
I.4) Obst, Trauben und Wein	5680
I.5) Futterpflanzen	1990
II) Tierische Erzeugung	9740
II.1) Zucht- und Schlachttiere	6910
II.2) Milch und Eier	2820
B) Erzeugung landw. Dienstleistungen	1900
II. Verarbeitung landw. Erzeugnisse (ohne Kelterung)	110

Quelle: Eigene Schätzung auf der Basis der Landwirtschaftlichen Betriebszählung 2012 und der Regionalen Landwirtschaftlichen Gesamtrechnung (R-LGR), Bundesamt für Statistik.

⁶ Die Angabe stammt aus dem internen Entwurf des Zwischenberichts 2 „Sozioökonomisch-ökologische Wirkungsstudie (SÖW) für den Standortvergleich in Etappe 2“ vom 12. September 2014.

2.3 Projekte im Querschnittsfeld Tourismus-Landwirtschaft

In der Standortregion Südranden laufen zurzeit verschiedene Aktivitäten und Projekte im Querschnittsfeld Tourismus-Landwirtschaft, welche auf eine wirtschaftliche Stärkung der Region abzielen. Im Zentrum steht der regionale Naturpark Schaffhausen, der in der Region die Voraussetzungen für die Labelproduktion und die Vermarktung von Produkten mit dem Image der intakten Kulturlandschaft verbessern soll und dadurch zur Steigerung der regionalen Wertschöpfung und Beschäftigung beitragen soll. Tourismus und Landwirtschaft setzen auf diese Strategie als Wirtschaftsmotoren für die ländliche Entwicklung. Der regionale Naturpark wurde 2013 von Bund anerkannt und befindet sich zurzeit in der Einrichtungsphase (2014 bis 2017). Neben dem regionalen Naturpark sind folgende Projekte zu nennen:

- **Blauburgunderland:** Seit 2001 vermarktet die Branchenorganisation Schaffhauser Wein den in der Region produzierten Wein erfolgreich unter der Marke „Blauburgunderland“. Mit einer naturnahen Produktion von Qualitätsweinen soll Problemen im Absatz begegnet und die Wertschöpfung des Blauburgunders gestärkt werden. Die Vermarktung des Blauburgunders wird durch weitergehende Aktivitäten im Bereich Tourismus unterstützt.
- **Natur- und kulturnaher Tourismus im Schaffhauserland:** Im Regionalen Naturpark Schaffhausen wird in enger Zusammenarbeit mit Schaffhauserland Tourismus der natur- und kulturnahe Tourismus mit Schwerpunkten in den Bereichen Langsamverkehr, Wein- und Agrotourismus intensiviert und damit eine neue Zielgruppe angesprochen.
- **Projekt zur regionalen Entwicklung der Region Wilchingen Osterfingen Trasadingen (PREWO):** Unter Einbezug verschiedener Anspruchsgruppen aus Landwirtschaft, Gewerbe, Kultur, Gemeinde, Kanton, Wirtschaftsförderung und Bevölkerung wurde ein Regionalprojekt entwickelt, welches für mehr Wertschöpfung in den Gemeinden Wilchingen, Osterfingen und Trasadingen sorgen soll. Die Produkte werden unter dem Begriff „Genussregion Wilchingen Osterfingen Trasadingen“ vermarktet.
- **Getreideanbau und -vermarktung:** Neben dem traditionellen Anbau von Emmer und Einkorn und der regionalen Vermarktung der Produkte soll über das Projekt Granum Region Schaffhausen die Produktion und Vermarktung von Getreide und Ölsaaten entlang der Wertschöpfungskette gestärkt werden
- **Marketing Schaffhauser Regionalprodukte:** Ziel ist die gemeinsame Vermarktung von Regionalprodukten und Spezialitäten.
- Neben diesen Projekten bestehen in der Region eine ganze Reihe von Aktivitäten der Landwirtschaftsbetriebe zur Vermarktung ihrer Produkte wie z.B. Wochen- und Puu-remärkte oder Hofläden.

Gemeinsam ist allen Projekten, dass sie über die Förderung von regionalen Wertschöpfungsketten auf eine Erhöhung der Produktion, eine Stärkung der regionalen Produkte und Märkte und dadurch auf eine Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit sowie die Erhaltung und Schaffung von Arbeitsplätzen abzielen.

3 Hauptergebnisse der Untersuchung

3.1 Qualitäts- und Erfolgsmerkmale regionaler Produkte und touristischer Leistungen

In der Lebensmittelverarbeitung und im Lebensmittelhandel bestehen verschiedene Möglichkeiten, Produkte zu differenzieren und von anderen Produkten abzugrenzen. Nach Bösch und Lips (2013) unterscheiden sich Produkte von „höherer“ Qualität gegenüber einem Basisprodukt durch mindestens ein zusätzliches Qualitätsmerkmal.

Die Differenzierung erfolgt entweder über die Produktqualität im engeren Sinn, die Prozessqualität, die Verfügbarkeit oder den Preis. Für inländische Produzenten und Verarbeiter ist es auf Grund der höheren Produktionskosten grundsätzlich schwer, sich über den Preis hervorzuheben. Nach Crole-Rees et al. (2013) ist entsprechend davon auszugehen, dass eine erfolgreiche Strategie für den Absatz einheimischer Produkte über die Qualität laufen muss. Diese lässt sich in eine objektive und subjektive Qualität unterscheiden (Lancaster 1975). Kriterien der objektiven Qualität sind klar messbar, während subjektive Qualität von der Wahrnehmung der Konsumenten abhängt und je nach Konsument individuell anders beurteilt wird. Bösch und Lips (2013) führen weiter die Prozessqualität auf, welche sich auf den Herstellungsprozess des Produktes bezieht. Hier stehen als zusätzliche Merkmale vor allem soziale und Umweltkriterien sowie die Herkunft im Vordergrund. Insbesondere bei tierischen Produkten spielt der Prozess für viele Konsumenten eine wichtige Rolle. Ein weiteres Verkaufsargument ist die Verfügbarkeit von Produkten. Kann diese räumlich und zeitlich ausgedehnt werden, darf auch mit einer grösseren Absatzmenge gerechnet werden.

Abbildung 3: Qualitätsmerkmale in der Produktdifferenzierung



Quelle: Crole-Rees et al. 2013, S. 403.

Kombiniert mit den Erkenntnissen aus den Interviews lassen sich die relevanten Qualitätsmerkmale für verschiedene Absatzkanäle ableiten. So stehen in der Direktvermarktung oder in der Vermarktung von regionalen Produkten über lokale Geschäfte oder über Hofläden die Qualität und die Produktionsweise im Vordergrund. Entscheidend ist dabei vor allem auch das Vertrauen in die Produktion und in die Verarbeitung. Daneben sind Frische, Geschmack, gesunde Inhaltsstoffen und Einzigartigkeit wichtige Kaufargumente. Aber auch Prozesseigenschaften wie kurze Transportwege, eine tierfreundliche

und naturnahe Produktion oder der soziale Kontakt zum Produzenten spielen eine grosse Rolle. Dies dürfte insbesondere auch in der Vermarktung des Weins aus der Region entscheidend. Unter die übertragenen Eigenschaften fallen bei Direktvermarktern eher das persönliche Netzwerk und das lokale bzw. regionale Zusammengehörigkeitsgefühl.

Für regional verarbeitete Produkte, die über den Handel abgesetzt werden, gelten vergleichbare Produkt- und Prozesseigenschaften. Hinzu kommt das Vertrauen in die bekannten regionalen Produzenten, dass geltende Richtlinien auch eingehalten werden. Ein wichtigstes Argument für den Kauf von regionalen Produkten ist auch die Unterstützung der regionalen (Land-)Wirtschaft oder Erhalt der Kulturlandschaften und Traditionen in der Region.

Im Gegensatz dazu stehen in der Vermarktung von unverarbeiteten landwirtschaftlichen Rohstoffen über den Grosshandel vor allem Merkmale wie die Produktqualität im engeren Sinne, die Eignung zur Verarbeitung, die Verfügbarkeit und der Preis im Vordergrund. Das Merkmal Herkunft dient in diesem Fall nicht primär einer spezifischen Kennzeichnung der Herkunftsregion sondern vielmehr als Abgrenzung zum Ausland oder zum Rest der Schweiz.

Tabelle 2: Relevante Qualitätsmerkmale nach Absatzkanal

Absatzkanal	Relevante Qualitätsmerkmale
Vermarktung von unverarbeiteten landwirtschaftlichen Rohstoffen über Grosshandel	<ul style="list-style-type: none"> - Produktqualität im engeren Sinn wie Inhaltsstoffe, Sicherheit - Eignung zur Verarbeitung und Kaliber - Verfügbarkeit und Preis - Herkunft („Grossregion“ vs. Schweiz vs. Ausland)
Vermarktung von regional gekennzeichneten Produkten über (Detail-) Handel	<ul style="list-style-type: none"> - Geschmack und Aussehen, Produktionsweise, Sicherheit - Verfügbarkeit und Preis - Herkunft bzw. regionale Produktion und Verarbeitung im Sinne von „Grossregion“, Authentizität
Vermarktung von regional gekennzeichneten Produkten über lokale Geschäfte, Direktvermarktung, Hofladen oder Wochenmarkt	<ul style="list-style-type: none"> - Frische, Geschmack und Aussehen, Produktionsweise und Rückverfolgbarkeit - Lokale Herkunft, kurze Transportwege, Authentizität - Soziale Aspekte, persönlicher Kontakt zum Produzenten bzw. Verarbeitungsbetrieb, Vertrauen

3.2 Qualitätsmerkmale und Erfolgsfaktoren im naturnahen Tourismus

Der natur- und kulturnahe Tourismus hat in den letzten Jahren in der Schweiz ebenso wie der landwirtschaftsnahe Tourismus an Bedeutung gewonnen. Ein wichtiger Treiber dieser Entwicklung sind einerseits die neuen Naturpärke, die seit 2008 entstanden sind. Heute gibt es in der Schweiz 16 Pärke mit dem Label „Park von nationaler Bedeutung“, vier weitere Pärke – darunter der Naturpark Schaffhausen – befinden sich in der Einrichtungsphase. Andererseits haben die Landwirtschaftsbetriebe zur Einkommenssicherung ihre Aktivitäten diversifiziert, unter anderem in den Bereichen Verarbeitung, Fremdenverkehr und Beherbergung oder Gastronomie.

Allgemein nimmt der natur- und kulturnahe Tourismus als Tourismusform auf die natürlichen, landschaftlichen und kulturellen Werte in der Region Rücksicht und setzt diese unter Einbezug der regionalen Bevölkerung und der lokalen Wirtschaft in Wert. Regionale Naturparks streben dabei eine Integration von Natur- und Landschaftsschutz im Rahmen einer nachhaltigen Regionalentwicklung an. Der Erfolg der Naturparks ist dabei direkt mit dem Markt für den naturnahen Tourismus und der in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsenen Nachfrage verknüpft. Die Besucher von Regionalen Naturparks erwarten ein attraktives und qualitativ hochstehendes Angebot, welches in einem direkten Zusammenhang zur Naturlandschaft steht. Naheliegend sind Angebote im Bereich Naturerlebnisse, Kultur, Erholung oder Sport in der Natur, welche eine hohe Erlebnisqualität wie eine attraktive Landschaft, Authentizität und Vielfalt oder Ganzheitlichkeit bieten. Die natur- und kulturnahen Angebote sollen dabei die Erwartungen der Gäste, dass die natürlichen Ressourcen geschont werden, die lokale Kultur gefördert und die regionale Wirtschaft unterstützt wird, aufgreifen. Diese Erwartungen manifestieren sich in Reisemotiven wie authentisches Erleben der Natur- und Kulturlandschaft und der Landwirtschaft, Abstand zum Alltag gewinnen, Entspannung, Kräfte sammeln und auf tanken bis hin zu einem ökologischen Lerneffekt. Wichtige Aktivitäten der Gäste sind Ausflüge in der Region bzw. in der Umgebung der Landwirtschaftsbetriebe, Genuss von regionalen Spezialitäten, lesen und ausruhen, Besuch von Naturattraktionen, Wanderungen und in geringerem Masse Sport und Abenteuer.

3.3 Hauptergebnisse aus den Interviews

3.3.1 Spektrum der Haltungen zu einem Tiefenlager und zu den Auswirkungen auf Regionalprodukte

Die im Rahmen der Untersuchung geführten Interviews in der Region Südranden und ausserhalb der Region zeigen, dass sich die Grundhaltungen zu einem Tiefenlager an sich und zu den Auswirkungen auf Regionalprodukte und touristische Projekte in einem breiten Spektrum bewegen. Am einen Ende des Spektrums befinden sich die „Pragmatiker“, die den ausführenden Behörden und Spezialisten, aber auch der Technik vertrauen. Entsprechend gehen diese Personen von keinem oder einem verkraftbaren (kurzfristigen) Rückgang im Produktabsatz aus. Am anderen Ende des Spektrums finden sich die „Skeptiker oder Pessimisten“, welche Sicherheitsversprechungen gegenüber misstrauisch sind und besorgt sind, dass sich das Tiefenlager negativ auf ihre Gesundheit und die Region auswirken könnte und allenfalls zu einem existenzgefährdenden Einbruch im Absatz von Regionalprodukten führt. Dazwischen stehen Personen, welche die Sicherheit eines Tiefenlagers nicht anzweifeln, aber trotzdem negative Auswirkungen mit verschieden starker Ausprägung befürchten.

Grundsätzlich ist es aber nicht möglich, landwirtschaftliche Produzenten oder Verarbeiter eindeutig diesen Gruppen zuzuordnen. Tendenziell sind Direktvermarkter bzgl. der Auswirkungen auf ihren Produktabsatz wenig pessimistisch. Der Absatz ihrer Produkte läuft überwiegend über persönliche Kontakte. Faktoren, welche die Kaufentscheide ihrer Kunden steuern, liegen vor allem im Bereich Tierwohl, Vertrauen in die Produktionsweise und Verarbeitung sowie in der Beziehung zum Produzenten. Diese Faktoren dürften aufgrund einer längeren Beziehung und Gewohnheit stärker sein als diffuse Ängste oder eine gewisse Skepsis gegenüber den mit der Nuklearaufsicht beauftragten Behörden. Im

Gegensatz dazu sind regionale Verarbeitungsbetriebe, die Produkte mit einer klaren Herkunftsbezeichnung über den lokalen oder nationalen Lebensmittelhandel absetzen, pessimistischer. Verarbeitungsbetriebe, deren Produkte nicht klar mit ihrer Herkunft in Verbindung gebracht werden, sind tendenziell weniger besorgt. Sie können sich nicht vorstellen, dass sich ein Tiefenlager sehr negativ auf ihren Absatz auswirkt.

3.3.2 Erfahrungen in den Standortregionen der Kernkraftwerke

Da es bis jetzt in der Schweiz kein Tiefenlager für radioaktive Abfälle gibt, ist es schwierig, die potenziellen Auswirkungen auf die Absatzchancen landwirtschaftlicher Produkte – wie alle weiteren Effekte – abzuschätzen. Um mögliche Effekte bzgl. der Wahrnehmung von Produkten und deren Absatzchancen dennoch abschätzen zu können, wurden neben den Gesprächen in den Standortregionen Südranden und Wellenberg mehrere Interviews mit landwirtschaftlichen Produzenten und Verarbeitern in den Standortregionen bestehender Kernkraftwerke geführt. Hintergrund ist die Überlegung, dass die Standortregion eines Kernkraftwerks bezüglich der Thematik vergleichbar mit der Standortregion eines zukünftigen Tiefenlagers ist.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass in den Standortregionen der KKW keine negativen Auswirkungen auf die Wahrnehmung und den Absatz regionaler Produkte feststellbar sind. Landwirtschaftsbetriebe, die nicht in unmittelbarem Sichtkontakt zu einem KKW liegen, erleben keine negativen Auswirkungen auf den Absatz ihrer landwirtschaftlichen Produkte. Dasselbe gilt z.B. für den Weinbau in Würenlingen, der Standortgemeinde des Zwischenlagers für radioaktive Abfälle. Einerseits sind Kunden aus der Region mit der Thematik vertraut, da sie dort leben und sich mit diesen Fragen bereits auseinander setzen mussten. Diese Kunden konsumieren Produkte aus der Region. Andererseits machen die Kunden keinen direkten Bezug zwischen den gekauften Produkten und den KKW. Dies kann verschiedene Gründe haben. Entweder vertrauen Kunden der Technik resp. sie hegen keine Befürchtungen vor der im Rahmen der gesetzlichen Grenzwerte zulässigen radioaktiven Strahlung oder ihre mangelnden geografischen Kenntnisse über die genauen Standorte der KKW stehen einer Sensibilisierung zu allfälligen Risiken regionaler Produkte im Weg. Nach Einschätzung der interviewten Landwirtschaftsbetriebe kann es sehr lokal jedoch negative Auswirkungen geben. Betriebe, die in unmittelbarer Nähe zu einem KKW liegen, haben schon die Erfahrung gemacht, dass ihre Produkte aus diesem Grund nicht gekauft werden. Konsumenten, die eine solche Meinung äussern, sind allerdings eine kleine Minderheit.

Bei der Vergabe von Labels spielen die regionale Herkunft und damit die Nähe der Produktion zu einem KKW oder einem Tiefenlager keine Rolle. Labelorganisationen wie auch der Lebensmittelhandel wenden andere Kriterien in Bezug auf den Produktionsprozess, Preis und Qualität der Produkte an. Entscheidend sind messbare Kriterien im Bereich der Lebensmittelsicherheit. Solange in den Produkten keine Rückstände nachgewiesen werden können, sehen die Labelorganisationen und der Lebensmittelhandel keinen Grund, Produkte auszuschliessen bzw. nicht mehr in ihrem Sortiment zu führen.

Die Interviewpartner aus den Standortregionen der KKW wurden ergänzend auf die Tiefenlagerthematik angesprochen. Interessanterweise äusserte ein Teil der Befragten die Ansicht, dass ein Tiefenlager allenfalls negative Auswirkungen auf den Absatz von regionalen Produkten haben könnte. Die Begründung hierfür lag nicht in einer objekti-

ven Beeinträchtigung der Produkte sondern in der Befürchtung, die Medien könnten bei den Konsumenten eine Verunsicherung bzgl. der Qualität der Produkte auslösen.

3.3.3 Sicht der Landwirtschaft

Aus Sicht der Landwirtschaft spielen in den verschiedenen Absatzkanälen unterschiedliche Kriterien und Qualitätsmerkmale eine Rolle, die vom Bau eines Tiefenlagers unterschiedlich tangiert werden. Wie in der Übersicht zu den Qualitätsmerkmalen bereits ausgeführt, spielen in der Direktvermarktung die persönlichen Kontakte beim Kauf eine entscheidende Rolle. Diese garantieren eine hohe Qualität der Produkte, einen gesicherten „Nachweis“ über eine naturnahe Produktion oder eine sehr schonende und natürliche Kelterung der Trauben. Die Produkte werden weniger gekauft, weil sie aus einer bestimmten Region stammen, sondern vielmehr weil der Konsument den Produzenten kennt und dessen Arbeitsweise vertraut. Diese Kaufargumente würden sich durch ein Tiefenlager nicht ändern, insbesondere nicht für Personen, die gegenüber einem Tiefenlager unkritisch eingestellt sind, in der Region leben oder langjährige Kunden des direkt vermarktenden Betriebs sind. Allenfalls könnte der Kaufentscheid bei einem kleinen Teil der Bevölkerung beeinträchtigt werden, der technischen Argumenten und Versicherungen der Behörden gegenüber skeptisch ist oder mögliche gesundheitliche Beeinträchtigungen nicht ausschliesst.

Beim Verkauf an regionale Läden oder an Gastrobetriebe spielt das persönliche Beziehungsnetzwerk eine wichtige Rolle. Konsumenten schätzen regionale Produkte, weil sie wissen, wie in der Region produziert wird und wie die Rohstoffe verarbeitet werden. In regionalen Läden werden Produkte hauptsächlich von der lokalen Bevölkerung gekauft. Diese würden ihre Kaufgewohnheiten durch ein Tiefenlager kaum ändern, da sie bei Bedenken bzgl. der Sicherheit konsequenterweise aus der Region wegziehen müssten. Etwas anders gelagert ist die Diskussion in der Gastronomie, die sich über die regionale Herkunft der verwendeten Lebensmittel positioniert. Einerseits könnten Gastrobetriebe von einem Tiefenlager beeinträchtigt werden, wenn Gäste und Touristen die ganze Region meiden. Andererseits würden einzelne Betriebe allenfalls weniger oder gar keine Produkte mehr von lokalen landwirtschaftlichen Betrieben oder Verarbeitern kaufen, wenn diese bei den Gästen nicht mehr gefragt sind oder regelmässig zu Diskussionen Anlass geben. Umgekehrt ist festzuhalten, dass einzelne Gastrobetriebe mit einer bewusst lokalen Strategie erfolgreich sind und diese kaum anpassen werden.

Der Verkauf von landwirtschaftlichen Rohstoffen wie Industriemilch oder Getreide dürfte nach Ansicht der interviewten Vertreter der Landwirtschaft und des Handels ebenfalls kaum beeinträchtigt sein. Solange keine Radioaktivität in der Region lagert (nach bestehender Planung bis 2050) resp. keine erhöhte radioaktive Belastung in Böden, Wasser oder den Rohstoffen nachweisbar sind, gibt es für die industriellen Verarbeitungsbetriebe keinen Grund, Rohstoffe aus der Standortregion nicht mehr zu kaufen. Ein Hauptargument für diese Einschätzung ist, dass die Herkunft der Rohstoffe in industriell verarbeiteten Produkten nicht mehr ausgewiesen wird resp. für den Konsumenten nicht mehr ersichtlich ist. Wenn überhaupt, spielt die Herkunft der Rohstoffe aus dem Kanton oder aus der Schweiz noch eine Rolle, dies als Abgrenzung zu Importen.

3.3.4 Sicht der regionalen Verarbeiter

Die regionale Verarbeitung konzentriert sich in der Standortregion Südranden auf vergleichsweise wenige Betriebe. Einerseits sind es Landwirtschaftsbetriebe, welche ihre Rohstoffe selber verarbeiten, primär im Reb- und Weinbau. Ausserhalb der Landwirtschaft bestehen in der Region weitere Verarbeitungsbetriebe in den Bereichen Schlachten und Fleischverarbeitung sowie in der Herstellung von Traubenwein und Grosshandelsbetriebe für pflanzliche Produkte.

Tabelle 2: Arbeitsstätten und Beschäftigte in der Landwirtschaft und in der landwirtschaftsnahen Verarbeitung in den vier Standortgemeinden Neuhausen am Rheinfall, Beringen, Neunkirch und Wilchingen im Jahr 2012

Tätigkeitsbereiche	Anzahl Arbeitsstätten	Beschäftigte (in VZÄ)
Anbau von Getreide, Hülsenfrüchten und Ölsaaten	16	21.9
Anbau von Gemüse, Melonen, Wurzeln und Knollen	6	16.2
Anbau von sonstigen einjährigen Pflanzen	1	0.8
Anbau von Wein- und Tafeltrauben	32	55.3
Anbau von Kern- und Steinobst	3	5.8
Haltung von Milchkühen und Rindern	8	21.6
Haltung von Pferden, Schafen und Ziegen	3	6.5
Haltung von Schweinen und Geflügel	4	10.8
Gemischte Landwirtschaft *	22	45.6
Schlachten und Fleischverarbeitung	3	10.2
Herstellung von Traubenwein	1	3.0
Grosshandel mit Getreide, Saatgut und Futtermitteln	3	6.3
Grosshandel mit Blumen und Pflanzen, Obst, Gemüse und Kartoffeln, Wein und Spirituosen	3	3.1

Bem.: * Die Branche „Gemischte Landwirtschaft“ umfasst Betriebe, bei denen ein Gleichgewicht zwischen pflanzlicher und tierischer Erzeugung besteht. Entsprechend können diese nicht eindeutig der pflanzlichen oder tierischen Erzeugung zugeordnet werden.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Statistik der Unternehmensstruktur 2012 (prov. Daten)

In der Verarbeitung und Vermarktung von regionalen Produkten muss zwischen verschiedenen Produkten unterschieden werden. Grundlegend ist dabei die Frage, welche Bedeutung die Herkunft des Rohstoffs hat und ob die Produkte mit einem klaren Herkunftsbezug vermarktet werden. Gerade Wein oder Gemüse wird oft mit einem regionalen Bezug oder sogar mit einem expliziten Herkunftsnachweis vermarktet (z.B. Beringer Blauburgunder). Dagegen werden Getreide, Kartoffeln oder Fleisch in der Regel nicht mit einem regionalen Herkunftsnachweis, sondern meist mit Herkunft Schweiz verkauft.

Grundsätzlich befürchten die regionalen Verarbeiter keine Qualitätsminderung ihrer Produkte, sondern vielmehr einen Absatzrückgang über eine Beeinträchtigung des Images der Region. Dies betrifft nicht die Kunden aus der lokalen Bevölkerung, welche bewusst regionale Produkte kaufen. Nach Einschätzung der regionalen Verarbeiter würden Konsumenten aus der Region ihr Einkaufsverhalten mit grosser Wahrscheinlichkeit nicht ändern. Dagegen könnte bei den ausserregionalen Konsumenten oder bei Touris-

ten das Vertrauen in die Region und in die regionalen Produkte durch Medienkampagnen beeinträchtigt werden, auch wenn keine objektiven Sicherheitsrisiken bestehen. Dieses Misstrauen könnte zu einem Einbruch im Absatz der regionalen Produkte führen. Das Risiko eines solchen Einbruchs darf aus Sicht der kleinen, gewerblichen Verarbeitungsbetriebe nicht unterschätzt werden, da bereits ein kurzzeitiger Absatzrückgang existenzgefährdend sein kann. Aufgrund der niedrigen Margen im Lebensmittelbereich können kleine Verarbeitungsbetriebe schnell an ihre finanziellen Grenzen stossen. Weiter besteht das Risiko einer Auslistung aus dem Sortiment eines Detailhändlers, wenn der Verkaufsumsatz einzelner Produkte infolge eines Vertrauensverlusts der Konsumenten zu stark einbricht.

3.3.5 Sicht des Lebensmittelhandels

Der Lebensmittelhandel hat sich in der Vergangenheit stark über die Herkunft der Produkte positioniert und entsprechende Labels aufgebaut. Als konkrete Beispiele sind die Labels „Aus der Region. Für die Region.“ oder „Miini Region“ zu nennen. Der Lebensmittelhandel greift damit die Nachfrage der Konsumenten auf, indem regionale Produkte bei Konsumenten stark verankert sind und einen wichtigen Stellenwert haben. Obwohl Konsumenten speziell Produkte aus ihrer eigenen Region bevorzugen, bezieht sich der Begriff „Region“ in den Labelprogrammen des Detailhandels meist auf eine grössere Region wie die Ostschweiz- oder Zentralschweiz, allenfalls noch auf „Schaffhausen“; dies wiederum als Abgrenzung zu Produkten aus der übrigen Schweiz zu Importen.

Für den Lebensmittelhandel stellt ein Tiefenlager in Bezug auf die Abnahme von regionalen Produkten kein grundsätzliches Problem dar. Solange keine gesundheitsbeeinträchtigenden Rückstände gemessen werden können, gelten die Produkte als sicher und bleiben im Sortiment. Nach den mit Vertretern des Detailhandels geführten Interviews besteht insbesondere kein Grund, Produkte vorsorglich aus dem Sortiment zu nehmen, um allfällige Risiken zu minimieren. Dies erklärt sich auch damit, dass Produkte bei Bedarf innert weniger Stunden aus dem Sortiment genommen werden können. Aus Sicht des Detailhandels entscheidender ist die Nachfrage nach den gelisteten Produkten bzw. deren Umsatzentwicklung. Führen Medienberichte und Diskussionen um ein Tiefenlager zu Verkaufsrückgängen, so stellt sich im Rahmen der regelmässigen Überprüfung des Sortiments die Frage, ob die entsprechenden Produkte allenfalls ausgelistet und durch vergleichbare Produkte aus anderen Regionen ersetzt werden.

3.3.6 Sicht überregionaler Fachexperten

Nach Einschätzung der überregionalen Fachexperten sind die potenziellen Auswirkungen eines Tiefenlagers auf den Absatz landwirtschaftlicher Produkte stark zu relativieren. Hauptargument ist die Überlegung, dass die Kaufentscheidungen neben der Herkunft eines Produkts durch eine ganze Reihe weiterer Faktoren wie Qualität, Preis, Beziehung zum Produzenten oder die Produktionsweise beeinflusst werden. Die Faktoren Qualität, Verfügbarkeit und Sicherheit von Lebensmitteln sind heutzutage in der Schweiz Standard und nicht mehr ausreichend für die erfolgreiche Positionierung eines Produkts. Um sich von der Menge der Produkte abzuheben, kommen weitergehende Labels für Nachhaltigkeit, Fair Trade, Regionalität oder Bio hinzu.

Ein Problem bei der Regionalität besteht nach Ansicht der Fachexperten darin, dass es kein klar umrissenes Konzept ist und im Vergleich zu Fair Trade oder Bio keine klaren Richtlinien für die Produktion beinhaltet. Daher hat Regionalität beim Kaufentscheid auch einen schwächeren Stand als andere Faktoren. Generell wird das Label lokal oder regional mit traditionellen Produkten in Verbindung gebracht, die sich durch Frische, Saisonalität und Natürlichkeit auszeichnen. Überregionale Produkte assoziiert man dagegen eher mit verarbeiteten und lagerfähigen Produkten.

In Bezug auf die Tiefenlagerthematik dürften für Kaufentscheide vor allem die effektiven und die vom Konsumenten wahrgenommenen Risiken von Bedeutung sein. Daneben können Imageeffekte nicht ausgeschlossen werden. Ein grundlegendes Problem bzgl. der Risiken besteht darin, dass hinsichtlich Strahlung und Radioaktivität je nach Position durch Indizien belegte oder erhebliche Wissenslücken bestehen. Aus heutiger Sicht unklar ist, welche dieser Wissenslücken bis zu einer allfälligen Inbetriebnahme eines Tiefenlagers durch neue Erkenntnisse geschlossen werden und welchen Einfluss diese Erkenntnisse auf das Kaufverhalten des einzelnen Konsumenten und der Bevölkerung insgesamt haben.

Insgesamt gehen die überregionalen Fachexperten davon aus, dass die Auswirkungen auf Kaufentscheide beim Konsumenten gering sein dürften. Kurzfristige Auswirkungen dürften sich nach einer Eingewöhnungsphase vergleichsweise rasch wieder legen. Diese Einschätzung basiert auf den Erfahrung mit Lebensmittelskandalen, indem sich der Konsum selbst nach sehr starken Absatzrückgängen jeweils wieder relativ rasch auf dem Ausgangsniveau eingependelt hat.

3.3.7 Sicht des Tourismus

Die Region Südranden positioniert sich primär über einen naturnahen Tourismus, der vor allem über Naturpark Schaffhausen ausgebaut werden soll. Der regionale Naturpark bewirtschaftet in Zusammenarbeit mit Schaffhauserland Tourismus zwei Entwicklungsachsen des Tourismus: Einerseits die Region „Blauburgunderland“ im Klettgau und andererseits den Rheinkorridor vom Rheinfall in Richtung Süden bis in die Thurauen resp. bis nach Rüdlingen. Nach Ansicht der interviewten Personen läuft das Tiefenlager einer touristischen Entwicklung im Bereich des naturnahen Tourismus diametral entgegen und tangiert die Aufbauarbeiten rund um den Naturpark. Ein mögliches Tiefenlager steht im Widerspruch zur Wahrnehmung der Region bzw. des Kantons als „Ein kleines Paradies“ und zur Erwartung der Gäste, dass die natur- und kulturnahe Tourismusangebote in einem direkten Zusammenhang zur Natur- und Kulturlandschaft stehen und auf die natürlichen, landschaftlichen und kulturellen Werte in der Region Rücksicht nehmen. Die technische sehr anspruchsvolle Zuführung und Einlagerung radioaktiver Abfälle kontrastiert dabei mit Reisemotiven wie authentisches Erleben der Natur- und Kulturlandschaft und der Landwirtschaft, Abstand zum Alltag gewinnen und entspannen oder der Erwartung eines ökologischen Lerneffekts.

Entscheidend für den Tourismus ist, ob und wie stark das Image der Region durch ein Tiefenlager belastet wird. Ein negativer Imageeffekt ist kaum oder nur sehr langsam umkehrbar. Nachdem die Zahl der Naturpärke in der Schweiz in den letzten Jahren stark gestiegen ist, konkurrenzieren sich die Pärke zunehmend untereinander. In einem gesättigten Markt mit vielen vergleichbaren Angeboten schlägt sich ein negativer Ima-

Hauptergebnisse der Untersuchung

geeffekt unmittelbar auf die Nachfrage aus, gerade weil der Tourismus in der Ansprache von (neuen) Gästen mit Emotionen und im Fall der Naturpärke mit der Wahrnehmung einer intakten Natur- und Kulturlandschaft spielt.

Bei vergleichbaren Angeboten in nicht-tangierten Gebieten könnte sich ein Tiefenlager negativ auf die Besuchernachfrage auswirken. Ein solcher Imageschaden wäre nach Einschätzung der Interviewten nur sehr langsam zu korrigieren. Unklar bleibt aber, ob weitere Attribute wie die Schönheit der Landschaft, das Leistungsangebot im naturnahen Tourismus in der Region, welche sich wesentlich auf die Gästefrequenzen auswirken, einen potentiellen Imageschaden nicht überwiegen.

4 Einordnung und Fazit der Untersuchung

4.1 Einordnung der Interviews und der Ergebnisse

Die Abschätzung der Effekte eines Tiefenlagers auf die Absatzchancen regionaler Landwirtschaftsprodukte in der Region Südranden anhand von Interviews ermöglicht es, entlang der Wertschöpfungskette Argumente und Meinungen zur Thematik einzuholen. Mit dem Einbezug von Vertretern der Landwirtschaft, der regionalen Verarbeitung, von Labelorganisationen, des Detailhandels und von Fachexperten aus dem Bereich Ernährung und Konsum decken die Interviews die wichtigen Interessengruppen im Kontext der Fragestellung ab, haben aber nicht den Anspruch einer flächendeckenden Erhebung oder einer repräsentativen Umfrage. Vielmehr geht es darum, die Wahrnehmung und Einschätzungen der Akteure entlang der Wertschöpfungskette aus einer Marktperspektive zu dokumentieren und zu reflektieren. Insgesamt liefern die Interviews eine fundierte und nach den relevanten Absatzkanälen differenzierte Einschätzung zu den Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf Regionalprodukte und auf touristische Projekte im Querschnittsfeld zur Landwirtschaft.

Die Gespräche mit den interviewten Personen zeigen, dass die Diskussion um den Standortentscheid und den Bau eines Tiefenlagers ein schwieriges Thema ist. Dies manifestiert sich nicht nur in den geführten Gesprächen, sondern auch in der sehr unterschiedlichen Gesprächsbereitschaft der angefragten Personen; einzelne Personen lehnten ein Interview strikt ab, während andere nur einwilligten, nachdem ihnen vollständige Anonymität zugesichert wurde. Die Zurückhaltung ist unter anderem in der Angst begründet, sich in einer Region, in der sich viele kennen, zum Thema des Tiefenlagers zu exponieren. Daneben hält ein Teil der interviewten Personen auch klar fest, dass sie ihre persönliche Haltung einbringen und explizit nicht für andere Betriebe, für ihren Arbeitgeber oder für regionale Organisationen sprechen können.

4.2 Fazit zur Zusatzfrage

4.2.1 Auswirkungen eines Tiefenlagers auf die Wahrnehmung der Qualität der regionalen Produkte mit Herkunftsbezeichnung

Generell muss bei der Wahrnehmung zwischen verschiedenen Personengruppen unterschieden werden. In der Region verankerte Personen („alteingesessene Bevölkerung“) oder langjährige Kunden werden ihr Verhalten mit einem allfälligen Tiefenlager höchstwahrscheinlich nicht ändern würden, da sie keine Alternative zum Leben und Arbeiten in der Region haben bzw. nicht gewillt sind, aus der Region abzuwandern. Sie sind zudem davon überzeugt, dass die regionalen Produkte gut sind. Zugewanderte Personen könnten eine kritischere Haltung einnehmen, je nachdem wie lange sie schon in der Region leben. Personen, die nicht in der Region leben, dürften am kritischsten sein, da sie mit den regionalen Verhältnissen weniger vertraut sind. Dies gilt auch für potenzielle neue Konsumenten von regionalen Produkten. Da diese Personen oft keine genauen Ortskenntnisse haben, ist fraglich, in wieweit sie Produkte aus Beringen, Wilchingen oder dem Klettgau überhaupt der Region Südranden bzw. einem allfälligen Tiefenlager zuordnen können.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass regionale Produkte bei den Konsumenten stark verankert sind. Region heisst im Kontext des Lebensmittelhandels dabei aber meistens „Ostschweiz“ oder allenfalls „Schaffhausen“. Zudem ist Regionalität kein klar umrissenes Konzept, das auf verschiedenen Skalen angewendet wird. Gleichzeitig ist die regionale Herkunft nur eines von verschiedenen Qualitätsmerkmalen, welche die Kaufentscheidung der Kunden als Gesamtbündel beeinflussen. Negative Auswirkungen eines Tiefenlagers sind damit vor allem bei denjenigen Produkten zu erwarten, bei denen die Herkunft eine entscheidende Bedeutung hat bzw. bei denen die Herkunft mit weiteren Qualitätsmerkmalen wie Frische, Saisonalität oder Natürlichkeit verbunden wird. Gerade in der Direktvermarktung ist jedoch nicht der Standort oder die Region, sondern vielmehr die Beziehung zwischen Konsument und Produzent ausschlaggebend.

Für die Wahrnehmung der Qualität ist abschliessend festzuhalten, dass diese weniger mit dem Produkt an sich in Verbindung steht, sondern vielmehr mit der Haltung zu einem Tiefenlager und den von den Konsumenten wahrgenommenen Risiken. Unter der Annahme, dass bei den Kunden keine Zweifel an der Sicherheit des Tiefenlagers bestehen und die Konsumenten nicht durch Medienberichte verunsichert werden, dürfte sich die Wahrnehmung der Qualität der Produkte kaum verändern. Umgekehrt können die Konsumenten durch wiederholte (wenn oft auch spekulative) Medienberichte über mögliche Risiken bzgl. der Sicherheit des Tiefenlagers und damit Auswirkungen auf die Qualität der Produkte verunsichert werden. Dadurch kann das Image der Region und der regionalen Produkte geschädigt werden, unabhängig davon, ob in der Umgebung des Tiefenlagers tatsächlich freigesetzte Radioaktivität nachgewiesen werden kann oder ob relevante Gesundheitsrisiken bestehen könnten. Störfälle mit Freisetzung von Radioaktivität oder Betriebszwischenfälle sind für das Image der Region der „worst case“. (Ausserregionale) Konsumenten dürften in einem solchen „worst case“ Produkte meiden, die eindeutig der Region zugeordnet werden können. Erfahrungen mit Lebensmittelskandalen, die zum Teil drastische Konsumeinbrüche zur Folge hatten, zeigen jedoch, dass die mittel- und langfristigen Auswirkungen minimal oder zumindest begrenzt sind und sich der Konsum nach einer gewissen Zeit der Gewöhnung wieder auf dem ursprünglichen Niveau einpendelt. Für das Tiefenlager kann zudem vermutet werden, dass sich ein solcher Gewöhnungseffekt bereits während der Bauphase einstellt. Voraussetzung ist, dass andere Tiefen-Lager, die in Europa in bereits fortgeschrittenerer Phase stehen, bis 2050 keine Negativschlagzeilen machen, welche die Wahrnehmung resp. das Sicherheitsempfinden moderner Lager negativ belasten könnten.

4.2.2 Auswirkungen auf Absatzchancen von Produkten aus der Region und von landwirtschaftlichen Rohstoffen

Die Auswirkungen eines Tiefenlagers auf die Absatzchancen von Produkten aus der Region und von landwirtschaftlichen Rohstoffen unterscheiden sich nach den verschiedenen Absatzkanälen deutlich. Im Bereich der Direktvermarktung dürften die Auswirkungen gering sein, weil hier der persönliche Bezug zum Betrieb entscheidend ist. Die Kunden wissen, wie der Betrieb produziert. Die Kundschaft schätzt die persönliche Beziehung und die Qualität der Produkte. Diese persönliche Beziehung wird sich durch ein Tiefenlager kaum ändern, allenfalls für Betriebe in unmittelbarer Nähe zur Oberflächenanlage.

Potenziell am stärksten dürfte sich ein Tiefenlager auf Produkte mit einer regionalen Verarbeitung auswirken, die im „nationalen“ (Detail-) Handel mit einer klaren Herkunftsbezeichnung abgesetzt werden und die beliebig durch vergleichbare Produkte aus anderen Regionen substituiert werden können. Bei solchen Produkten ist eine Zuordnung zur Region auch für ausserregionale Konsumenten realistisch, gleichzeitig ist die Bezeichnung der regionalen Herkunft Teil der Verkaufsstrategie der Verarbeitungsbetriebe. Fällt die Region als Verkaufsargument weg bzw. ist es durch das Tiefenlagers tangiert, dürfte sich dies negativ auf den Absatz auswirken. Kritisch ist dabei vor allem, dass ein durch einen Vertrauensverlust bei den Konsumenten ausgelöster Konsumrückgang zu einer Auslistung aus dem Sortiment führen kann, was die Existenz gewerblicher Verarbeitungsbetriebe potenziell gefährdet. Für die Einordnung dieser Auswirkungen auf die Landwirtschaft in der Region Südranden ist aber einerseits zu berücksichtigen, dass der regionale Bezug nicht bei allen Produkten, die über den Handel vermarktet werden, gleich stark ist. In der Region Südranden ist dies in erster Linie beim Wein der Fall. Andererseits ist zu beachten, dass es aus Sicht des Detailhandels keinen Grund gibt, Produkte vorsorglich auszulisten.

Im Gegensatz dazu ist der Absatz von landwirtschaftlichen Rohstoffen nicht betroffen, solange keine gesundheitsgefährdenden Rückstände nachgewiesen werden können. Für die Standortregion Südranden ist damit davon auszugehen, dass ein sehr grosser Teil der landwirtschaftlichen Erzeugung nicht von einem Tiefenlager tangiert wäre.

4.2.3 Auswirkungen auf künftige touristische Projekte

Als Fazit aus der Untersuchung ist festzuhalten, dass ein allfälliges Tiefenlager den Aufbau des naturnahen Tourismus in der Region erschwert und den verschiedenen Initiativen zur Steigerung der Wertschöpfung aus dem Tourismus und aus der Produktvermarktung diametral entgegenläuft. Die Diskussionen um ein Tiefenlager erhöhen die Hürde, sich in einem zunehmend gesättigten Markt für touristische Angebote zu positionieren und erfolgreich zu etablieren. Letzteres ist insofern von Bedeutung, als der Naturpark Schaffhausen in Konkurrenz steht zu anderen Naturparkregionen, die sich bereits erfolgreich im Tourismusmarkt etabliert haben oder die sich ebenfalls im Aufbau befinden. Offen ist dabei natürlich, wie sich die Tourismusnachfrage in den nächsten Jahren entwickelt wird und wie gross die Konkurrenz im Markt für den naturnahen Tourismus mittel- und langfristig sein wird.

4.2.4 Fazit im Kontext der SÖW Studie

Aufbauend auf der vorliegenden Untersuchung sowie der Untersuchung zur Zusatzfrage „Abschätzung allfälliger Auswirkungen eines geologischen Tiefenlagers auf die Absatzchancen regionaler Landwirtschaftsprodukte“ der Regionalkonferenz Wellenberg lässt sich folgern, dass die SÖW Studie mit ihrem Fokus auf der Direktvermarktung die spezifischen Auswirkungen eines Tiefenlagers auf den Absatz von Regionalprodukten nicht differenziert genug betrachtet. Für eine robuste Einschätzung der Auswirkungen auf die Landwirtschaft – direkt und indirekt über die regionalen Verarbeitungsbetriebe – wäre eine nach Betriebszweigen und vor allem nach allen Verarbeitungs- und Absatzkanal differenzierte Betrachtung der Auswirkungen notwendig.

5 Referenzen

Crole-Rees A., Spörri M., Rösti J., Brugger C. 2013. Produkte-Differenzierung für noch mehr Konsumentenvertrauen in Schweizer Produkte. Agrarforschung Schweiz 4 (9), 402-405.

Lancaster K.J. 1975. Socially optimal product differentiation. The American Economic Review 65 (4), 567-585.

Bösch I., Lips M. 2013. Mit Systematik zu mehr Marktpotenzial. Alimenta 19, 16-18.

Projektteam SÖW-Studie 2014. Sozioökonomisch-ökologische Wirkungsstudie (SÖW) für den Standortvergleich in Etappe 2. Interner Entwurf des Zwischenberichts 2 vom 12. September 2014.