



Erfolgsnachweis

(Gestützt auf die landwirtschaftliche Absatzförderungsverordnung vom 9. Juni 2006; LAfV)

1. Angaben zum Gesamtprojekt

1.1 Koordinaten Gesamtprojekt

Projekt: Projekt ID:	SBV
Projekt ID:	194.1999.
Finanzhilfesuch für das Jahr:	2025
Referenzdokumente Strategie:	Beilage 1: Strategie 2017-27 zur nationalen Basiskommunikation der Schweizer
Gesuchsteller (Organisation):	Schweizer Bauernverband SBV
Sektor:	Öffentlichkeitsarbeit
Projektleitung (Name):Adresse:	Oliver Wehrli
PLZ, Ort:	Laurstrasse 10
Telefon:	056 462 52 14
E-Mail-Adresse:	oliver.wehrli@sbv-usp.ch

Angaben zu Finanztransaktionen an den Gesuchsteller

Name der Institution:	SBV	Clearing-Nr.:	4835
Zugunsten von:	Schweizer Bauernverband		
Konto-Nr.:	CH59 0483 5048 0292 8100 4		
IBAN:	CH59 0483 5048 0292 8100 4		

Angabe der externen Revisionsstelle

Name:	BDO AG
Ort:	5000 Aarau

Nationale Teilprojekte:Kosten	Fr. 4'411'920	Max. Finanzhilfe:	Fr. 2'205'960
TotalInternationale Teilprojekte: Kosten Total	Fr. 0	Max. Finanzhilfe:	Fr. 0
Projekte nach Art. 8 (LAfV): Kosten Total	Fr. 0	Max. Finanzhilfe:	Fr. 0

Gesamtprojekt: Kosten Total	Fr. 4'411'920	Max. Finanzhilfe Total:	Fr. 2'205'960
------------------------------------	----------------------	--------------------------------	----------------------

Antrag:	Fr. 2'205'960.00
Total Eigenmittel Fr.	Fr. 2'260'000.00

Hiermit bestätigt der Unterzeichnende als Verantwortlicher des oben genannten Teilprojekts, dass die nötigen finanziellen Mittel zur Realisierung des Projektes zur Verfügung stehen.

Ort und Datum:

Unterschrift des Gesamtprojektleiters:





A Übersicht (2024)	2
B Massnahmentabellen (Brutto / Netto)	3
B 1 Teilprojekt 1 – Leitmedien	3
C K-Ziel-Reporting	3
C 1 Matrix Soll / Ist 2024	3
C 2 Jahresvergleich 2023 ↔ 2024	4
C 3 Messmethodik 2024	4
D Lessons Learned & Ausblick 2025	4
E Partner-Eigenleistungen 2024	5
F Revisionsbestätigung	5



A Übersicht (2024)

- **Gesamtnettokosten 2024:** {{buget}}
- **Kosteneffizienz (IST / Budget):** 92 %
- **K-Ziele:** alle fünf erreicht bzw. übertroffen

B Massnahmentabellen (Brutto / Netto)

Beträge netto inkl. MwSt. Aufwandsminderung = Budget brutto – Kosten netto.
Bei Effizienz < 90 % oder > 110 % folgt unter der Tabelle ein 1-Zeilen-Kommentar.

B 1 Teilprojekt 1 – Leitmedien

Nr.	Massnahme	Kanal	Budget brutto	IST brutto	Aufw.-minderung	Kosten netto	Bemerkung
1	Medienkampagne	OOH / DOOH / Social Ads	821 600	821 600	0	821 600	Zielgruppenschärfung
2	Werbeartikel	Diverse	468 000	468 627	627	468 627	Austausch veralteter Artikel
3	Sachinfo Print & Digital	Broschüren	114 400	113 763	-637	113 763	Rebranding-Content
4	Jahresaktion	—	0	0	0	0	nicht durchgeführt
5	Projektentwicklung	n. z.	156 000	187 596	31 596	187 596	Marktforschung
Σ TP 1			1 560 000	1 591 586	31 586	1 591 586	

Abweichungs-Kommentar: +2 % wegen höherer Standmieten an der OLMA; Differenz wird 2025 durch Sponsorengelder gedeckt.

(TP 2 – TP 6 werden mit vollständigen Zahlen einsetzen.)



C K-Ziel-Reporting

C 1 Matrix Soll / Ist 2024

K-Ziel	Indikator	Ziel 2024	Ist 2024	Status	Beitragende TP
Wissen	Recall landw. Leistungen	55 %	{{}}	✓	2, 5, 6
Sympathie	Positiver Gesamteindruck	86 %	86 %	✓	1, 3, 4
Präferenz	Kaufbereitschaft CH-Produkte	84 %	84 %	✓	1, 2
Nachhaltigkeit	Wahrnehmung Biodiversität	46 %	47 %	✓	2, 3, 5
Zusammenarbeit	Aktive Partnerprojekte	20	22	✓	6

C 2 Jahresvergleich 2023 ↔ 2024

Kennzahl / K-Ziel	2023 Ist	2024 Ist	Δ Effektiv	Δ %
Markenbekanntheit	24 %	{{zahl1}}	+6 pp	+25 %
Positives Image	47 %	50 %	+3 pp	+6 %
Recall „Leistungen Landwirtschaft“	50 %	56 %	+6 pp	+12 %
Social-Impressions	10,4 M	12,1 M	+1,7 M	+16 %
Direktkontakte Events	82 k	102 k	+20 k	+24 %

C 3 Messmethodik 2024

Quelle / Tool	Methode & Stichprobe	Erhebungszeitraum
LINK-Befragung	Online-Panel, n = 1 000, CH-repräsentativ	05.–15. 12. 2024
GA4 Roll-up	Web-Events + Conversions	01. 01.–31. 12. 2024
Meta Analytics	Ad-Impressions & Reach	01. 01.–31. 12. 2024
Besucherzählungen	Drehkreuze / Scanner (Messen & Events)	laufend
Website-Quiz	4-Fragen-Quiz, n = 12 857	01. 04.–30. 11. 2024



D Lessons Learned & Ausblick 2025

- Storytelling verfeinern – Micro-Stories für urbane Zielgruppen
 - Live-KPI-Dashboard (GA4 / Looker) aufsetzen
 - Partnerschaften vertiefen – Fokus Bildung & Urban Farming
 - POS-Visibilität stärken – mehr lokale Aktionen in Stadtzentren
-

E Partner-Eigenleistungen 2024

Teilprojekt	Sach- / Zeitleistungen	Stk / h	CHF-Äquivalent
TP 3 Messen	Freiwilliges Standpersonal	1 120 h	41 800
TP 4 Events	Gratis Standort Luzern	3 Tage	12 000
TP 5 SchuB	Unterricht Lehrkräfte	640 h	28 800
Total			82 600

(Ansatz: 37,30 CHF / h bzw. Marktmiete.)

F Revisionsbestätigung

Hiermit bestätigen wir, dass sämtliche Angaben dieses Reporting-Dossiers den geprüften Buchhaltungsdaten des Schweizer Bauernverbands entsprechen.

Externe Revisionsstelle: BDO AG, Aarau – Prüfbericht vom 22. April 2025

Stand: 24. April 2025 – Version 1.0