

Zeitschrift: Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge

Herausgeber: Bioforum Schweiz

Band: 29 (1974)

Heft: 1

Artikel: Das Gesetz des Marktes aus der Sicht des Absatzes der Erzeugnisse des Gemüse- und Ackerbaues

Autor: Brandenberger, H.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-892839>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 14.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Dr. H. Brandenberger

Das Gesetz des Marktes aus der Sicht des Absatzes der Erzeugnisse des Gemüse- und Ackerbaues

Der Markt ist der Ort, wo sich Produktion und Verbrauch, bzw. Angebot und Nachfrage treffen und den Preis bestimmen. Ist der Markt ein Ort des Geldverdienens oder des Dienens? Diese Frage entscheidet meines Erachtens über die Zukunft der freien Marktwirtschaft. Sie entscheidet auch, ob ich Christ bin oder nicht.

Noch heute wird leider an den Wirtschaftshochschulen zum Teil gelehrt, daß das oberste Ziel der Wirtschaft des Unternehmens der Profit sei. Kaum eine andere Theorie hat unheilvollere Auswirkungen gehabt als diese. Natürlich braucht der Betrieb den Gewinn, um sich weiter zu entwickeln, genauso wie der Mensch essen muß, um nicht zu verhungern. Genau so wenig wie nun aber das Essen Ziel des Menschen ist, genauso wenig ist der Profit das Ziel des Betriebes, des Unternehmens. Ziel des Menschen ist doch das Dienen, der Dienst, und Ziel der Wirtschaft ist genau so das Dienen, der Dienst.

Wenn wir dies einmal erkannt haben, dann hört die unselige Schizophrenie zwischen Religion und Wirtschaftsalltag auf. Dann kann ich mit gutem Gewissen Christ in der Wirtschaft sein.

Da wird mir nun aber sofort entgegengehalten, daß der moderne, harte Markt ein christliches Verhalten nicht zulasse, daß Dienen nicht kaufmännisch sei.

Zweimal in meinem Leben durfte ich erfahren, daß Dienen weitaus die klügste Geschäftspolitik ist. Ich war 16 Jahre technischer Leiter bei Knorr, und dort haben wir erfahren dürfen, daß man mit Dienen eine Welt erobern kann. Dienen in der Wirtschaftssprache bedeutet doch höchste Qualität zu bescheidenen Preisen. Dieselbe Erfahrung durfte ich dann nochmals bei Biotta in Tägerwilen machen. Es ist dies auch nicht verwunderlich, mit dem Dienen gewinne ich das Vertrauen der Konsumenten, daraus folgt der Umsatz, daraus Kostensenkung, und dann kommt der Gewinn von selbst. Gewinn ist also nicht

das Ziel, sondern höchstens der Maßstab meiner Dienstleistung auf dem Markt.

Auch die Landwirtschaft unterliegt, ob sie dies will oder nicht, diesem Gesetz des Marktes. Früher hat ein Industrieller etwas erzeugt und mußte dann sehen, wie er dieses Erzeugnis an den Mann brachte. Heute erkennt man mit dem neuen, sogenannten Marketing-Denken immer mehr, daß das hergestellt werden muß, was der Markt braucht und will. Leider will die offizielle Landwirtschaft dieses Grundgesetz immer noch nicht akzeptieren. Sie will entscheiden, was produziert werden soll, und der Staat hat dann für den Absatz zu sorgen. Man will primär nicht dienen, sondern verdienen. Es ist genau dasselbe falsche Denken, wie es auch noch in vielen Industrien gepflegt wird. Leider ist dieses falsche Denken auch als Grundsatz in das Landwirtschaftsgesetz aufgenommen worden, indem der Staat für die Verwertung der Landwirtschaftsprodukte verantwortlich ist. *Es ist nicht abzusehen, wie die schweizerische Landwirtschaft einmal in einem europäischen Wirtschaftsraum ihr Auskommen finden kann. Mit Subventionen läßt sich das Marktgesetz nicht umgehen.*

Wenn eine Ueberproduktion da ist, d. h. wenn von einem Produkt mehr erzeugt wird, als Bedarf vorhanden ist, dann gibt es auf lange Sicht nur eines, nämlich etwas Besseres machen als die anderen. Das Bessere ist der Feind des Guten. Und welche Chance hätte da unsere Landwirtschaft mit dem biologischen Landbau! Dr. Müller hat den Weg gewiesen und hat die Schweiz zum Pionierland für biologischen Landbau gemacht, weist doch kein anderes Land eine so große kontrollierte Produzentengruppe für Bio-Erzeugnisse auf wie die Schweiz. Wir werden deswegen auf der ganzen Welt beneidet.

Der Konsument erwacht. Er ist nicht mehr bereit, Gift in der Nahrung zu tolerieren. Die ganze Umweltschutz-Diskussion hat eine Lawine in Bewegung gebracht, und es war ja auch höchste Zeit. Wenn wir nur an unsere Muttermilch denken, die vierzigmal zuviel Spritzmittel, darüber hinaus Blei, Cadmium, Antibiotika, Quecksilber usw. enthält und mit der wir unsere nächste Generation unvorstellbar belasten. Mit der Aufklärung der Konsumenten wächst der Bedarf nach biologischen Produkten.

Die Pionierleistung von Dr. Müller war die Voraussetzung für den Erfolg von Biotta in der Schweiz und in den meisten europäischen Ländern bis nach Amerika und Kanada. *Biotta ist ja gleichsam Bio-Gemüse in flüssiger Form, in einer modernen Verpackung haltbar gemacht.*

Es war eine wunderbare Fügung, daß die Bio-Gemüse-Genossenschaft von Dr. Müller mit Biotta zusammenging, so daß zur höchsten Qualität der Rohstoff eine moderne Lebensmitteltechnologie und ein modernes Marketingdenken hinzukamen. Wir sind ja gleichsam die Verwertungsgesellschaft der Bio-Gemüse-Genossenschaft. Diese Kooperation gibt uns beiden eine einmalige Stärke, weshalb wir uns auch um die Zukunft keine Sorgen zu machen brauchen. Es ist der Gedanke des Dienens, wie er sich in dieser Kooperation niedergeschlagen hat.

Dr. C. Arquint

Familia Bio Brot *Die Geschichte einer Idee*

Besser noch als die überfüllten Regale der größten Supermärkte zeigt die alle zwei Jahre stattfindende internationale Lebensmittelausstellung ANUGA in Köln, in welcher hoffnungsloser Lage sich ein kleiner Lebensmittelbetrieb befindet, der im Kampf um seine Existenz nach einem neuen Produkt oder nach einer sogenannten Marktlücke sucht. Das Angebot an Lebensmitteln aller Art aus aller Herren Länder ist so unvorstellbar groß, daß zwei bis drei Tage erforderlich sind, um sich einigermaßen durch die Ausstellung zu kämpfen und einen oberflächlichen Ueberblick zu erhalten. Für das Heraus-picken von wirklichen Neuheiten braucht es eine umfassende Marktkenntnis, unermüdliches Suchen und die Augen eines Sperbers. Fast unmöglich ist es, in dieser Fülle eine Lücke zu suchen und zu finden, die nicht schon von hundert anderen vorher entdeckt worden wäre: noch einigermaßen realisierbar für Mammutfirmen mit eigenen Marktforschungsspezialisten und Entwicklungsabteilungen, aber ein schier aussichtsloses Unterfangen für kleine Betriebe. Und doch gibt es