

Zeitschrift: Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge
Band: 33 (1978)
Heft: 4: x

Artikel: Exportorientierte Lebensmittelhersteller am Hungertuch
Autor: Arquint, C.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-892439>

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: 07.10.2024

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

Ein neues Arbeitsjahr liegt wieder vor uns. Wir dürfen unseren Weg sicher und vertrauensvoll weitergehen. Ganz sicher werden es immer mehr werden, die zu uns sagen: Wie macht ihr das, wir möchten auch euren Weg gehen . . . M. St.

Exportorientierte Lebensmittelhersteller am Hungertuch

Wir freuen uns, unseren Familien und ganz besonders denen, die in der organisch-biologischen Erzeugung der bäuerlichen Grundstoffe für die vorab exportorientierte Lebensmittelindustrie stehen, die Schilderung deren gegenwärtigen Schwierigkeiten unterbreiten zu dürfen. Wir wissen, daß wir hier am besten helfen können durch die Belieferung unserer Abnehmerfirma mit konkurrenzloser Qualität des durch uns organisch-biologisch angebauten Getreides und Obstes. Im übrigen sind wir unserem Wirtschaftspartner außerordentlich dankbar, daß er die Produktion qualitätsmäßig hochstehender Erzeugnisse als Grundlage der Zusammenarbeit allen Schwierigkeiten zum Trotz durch eine verstehende Preisgestaltung fördern hilft. In diesem Sinne sind die folgenden Ausführungen zu werten.

Die «Herstellung» von Lebensmitteln oder wohl besser die Veredelung landwirtschaftlicher Rohstoffe ist von Natur aus primär auf die Versorgung des heimatischen Marktes ausgelegt. Man kann sich ernsthaft fragen, ob das weltweite Hin und Her teurer Veredelungsprodukte mit dem damit verbundenen Verschleiß an Schiffsraum, Energie und Verkaufskosten überhaupt sinnvoll ist, weil damit ja nicht Hunger gestillt sondern nur der Tisch satter Menschen reicher gedeckt ist. Und doch: Die Arbeitsteilung und der Zwang zu immer billigerer Produktion schufen und schaffen wachsende Kapazitäten, die der kleine Heimmarkt nicht aufzunehmen vermag und die trotz aller Widersinnigkeiten zum Export zwingen. Dieser Druck wird in der Schweiz noch verstärkt durch den wachsenden Marktanteil der Großverwerter und durch die steigenden Importe infolge

des hohen Schweizerfrankens, die den Lebensraum der Lebensmittelhersteller mehr und mehr einengen. Daß dieser Import durch wesentlich billigere Rohstoffpreise im Ausland zusätzlich begünstigt, und der schweizerische Hersteller sowohl im Inland als auch im Export durch die hohen schweizerischen Preise für landwirtschaftliche Produkte trotz «Schoggigesetz» noch immer massiv handicapiert ist, macht die Situation fast aussichtslos. Und doch ging es bisher und wird es mit Kreativität und Durchhaltewillen auch in Zukunft gehen.

Hier die völlig unbedeutende Geschichte einer extrem exportorientierten, bescheidenen und also keineswegs repräsentativen Firma, der Somalon AG, in Sachseln, als Stimmungsbild: Gründung 1954 im Rahmen der Industrialisierungsbemühungen des Kantons Obwalden, 1959 Fabrikationsaufnahme fertiger Birchermüesli und dann zahlreicher verwandter Produkte in regelmäßigen Abständen bis hin zu fixfertigen Backmischungen und sogar Kartoffelflocken. Zwei unerschütterliche Grundsätze beherrschten vom ersten Produkte an alle Planungen und die ganze Firmen-Philosophie: Verwendung von Rohstoffen aus biologischem Landbau, soweit dies irgendwie möglich ist, und Verarbeitung aller Rohstoffe in möglichst naturbelassener Form ohne jede Verarmung und Denaturierung, also ein Optimum an Gesundheit anbieten. Kehrseite dieser Philosophie war und ist noch immer die Begrenztheit des Marktes für solche Produkte und damit der Zwang, gleich von Beginn weg den Sprung in den Export zu wagen. Das Wagnis – das erste von vielen – gelang. In einer Welt, die vor 1959 kaum etwas von Müesli wußte, ist «familia» heute ein Begriff und «Müesli» eine Selbstverständlichkeit geworden wie Pizza oder Hamburger. Das «familia»-Netz erstreckt sich über alle Erdteile, aber eben, in allen Erdteilen bis nach Neuseeland werden heute von zahllosen Firmen viel billigere und gar nicht schlechte «einheimische» Müesli hergestellt, die dank unseres «guten» Frankens mehr und mehr auch ihren Weg in die Schweiz finden.

In den paradiesischen Zeiten vor 1971 mit einem Dollarkurs von Franken 4.30 war der stürmisch wachsende Erfolg auch von einem erfreulichen Ertrag begleitet und konnte in USA und England eine führende Marktposition aufgebaut werden, die innert 2 Jahren der damals schon beginnenden Währungskrise

und dem Aufkommen billigerer Konkurrenzprodukte viel mächtigerer Firmen zum Opfer fiel. Inert dieser zweier Jahre schrumpfte der gesamte Mengenumsatz auf zwei Drittel des Standes von 1971 und konnte, was noch viel schlimmer war, nur dank Übernahme des gesamten Währungsrisikos auf unsere schwachen Schultern mit Müh und Not auf diesem tiefen Stand stabilisiert werden. Neben rigorosen Sparmaßnahmen auf allen denkbaren Stufen mußten zur Überwindung dieser enormen Schwierigkeiten alle Reserven in die Schlacht geworfen, durch wagemutige Investitionen die Stückkosten gesenkt und durch eine Reihe von Innovationen neue Märkte aufgebaut werden.

Alle diese Maßnahmen zusammen führten 1976 endlich wieder zu erfreulichem Terraingewinn und zu erträglichen Zahlen, wozu natürlich zu bemerken ist, daß sich eine so bescheidene Firma in so harten Zeiten mit äußerst bescheidenen Erträgen zufrieden gibt und die männiglich geforderten Cash-flow-Prozente nur aus den Jahresrechnungen größerer Mitbewerber kennt. Unser Stolz in all diesen Jahren war, daß wir selbst in Verlustjahren – stets die Teuerung voll ausglich, meist – vor allem den weiblichen Mitarbeitern – eine angemessene Realloohnerhöhung zustanden und immer den 13. Monatslohn ausbezahlten. 1977 konnte dank der Beruhigung des Devisenmarktes und dank harter Anstrengungen wieder annähernd der Mengenumsatz des Spitzenjahres 1971 erreicht werden, und 1978 schien endlich wieder ein gutes, ruhiges und auch ertragsmäßig befriedigendes Jahr anzubrechen und den Verantwortlichen nach langen und aufreibenden Sorgen eine Verschnaufpause zu gönnen.

Statt dessen machte sich schon zu Beginn des Jahres ein neues Grollen des Frankens bemerkbar und zwang zu ersten, zwar noch verhältnismäßig harmlosen Preiskonzessionen, die aber das vorsichtig erarbeitete Budget bereits aus dem Gleichgewicht brachten.

Die weitere Entwicklung, die mit der fatalen Rundschau-Sendung vom 28. Juli 1978 zum Orkan ausartete, ist bekannt. In wenigen Tagen und Wochen kam alles ins Wanken, von allen Seiten wurde ultimativ ein Ausgleich der neuen Frankenaufwertung gefordert und andernfalls mit der Einstellung weiterer Orders und aller Verkaufsanstrengungen gedroht. USA mit einem Anteil von 25 Prozent des Gesamtausstoßes verlangte die mög-

lichst rasche Verlagerung der Fabrikation in die Vereinigten Staaten oder ein anderes Billigland, was wir wegen unserer Mitarbeiter, unserer Bio-Bauern und auch deshalb keinesfalls tun wollten, da nach unserer Meinung wegen kurzfristiger Schwierigkeiten keine überstürzten langfristigen Maßnahmen getroffen werden sollten. Um das fast erdrückende Gewicht dieser Probleme ermessen zu können, muß noch beigefügt werden, daß 1977 volle 80 Prozent unserer Produktion exportiert wurde!

Was tun? Wie die meisten anderen kleineren Firmen, die im Gegensatz zu den glücklicheren größeren Mitbewerbern die Produktion nicht einfach in eigene ausländische Produktionsstätten verlagern oder mit dem hohen Schweizerfranken billige ausländische Betriebe erwerben konnten, standen wir erneut vor fast unlösbaren Sorgen. Ein langes Zögern hätte zur Katastrophe geführt. Es mußte deshalb rasch gehandelt werden.

Wir entschieden uns für die Flucht nach vorne, nämlich zur Erhaltung der hart erkämpften Exportmärkte um jeden noch einigermaßen verantwortbaren Preis. Als Grundlage für unsere Entscheidungen wurde das Restbudget 1978 nochmals mit eisernem Kamm durchgekämmt und für 1979 ein Notbudget mit Berücksichtigung aller durch die Frankenaufwertung zu erwartenden Einsparungen – pro 1979 total rund 2,5 Prozent – aufgestellt. Gleichzeitig wurden alle Lieferanten von Rohstoffen, Hilfsgütern und Dienstleistungen unter Berufung auf unsere jahrzehntelange Treue – auch dies gehört zu unseren Grundsätzen, die sich in dieser Notlage bewährt haben – orientiert und um äußerste Rabatte gebeten, weil die neue Frankenkrise unmöglich mehr durch die Exportindustrie allein bewältigt werden kann, sondern ein gesamtschweizerisches Problem ist und früher oder später alle treffen wird. Das Echo war erfreulich. Zugleich entschlossen wir uns gegen jede Vernunft, die Gesamtkapazität durch vorsichtige aber wirkungsvolle neue Investitionen erheblich zu vergrößern. Alle diese Maßnahmen zusammen erlaubten es uns – wenn auch mit großem unternehmerischem Risiko – unsern ausländischen Kunden auf dem Höhepunkt der Frankenkrise einen erneuten Währungsrabatt zwischen 7,5 und 10 Prozent einzuräumen. Wo dies nötig war, gingen wir – wie schon vor Jahren einmal – zudem noch auf Fakturierung in

Fremdwährung über, um erneute Preiserhöhungen in den Exportländern mit Sicherheit auszuschließen. Den Exportkunden machten wir gleichzeitig die Auflage, mindestens den bisherigen Umsatz zu halten oder womöglich zu erhöhen. Und selbstverständlich behielten wir uns eine Reduktion dieser Rabatte und Preissenkungen für den sehnlich erwarteten Augenblick vor, an dem unser Franken aus spekulativen Höhen endlich wieder auf seinen hölzernen Boden zurückkehrt.

Daß wir daneben neue Produkte planen und unsere Anstrengungen um neue Märkte noch verstärken werden, gehört zum Gesamtbild. Trotz allem schreiten wir also zuversichtlich und mutig in die Zukunft.

Dr. C. Arquint

Große Aufregung im Großen Moos . . .

«Was sollen wir da sagen?» Mit diesen Worten empfangen mich unsere Frauen, die in unserer Genossenschaft in Galmiz das Gemüse für unseren Paketversand rüsten und verpacken. Bei uns holen ja tagein und tagaus Frauen und Männer Gemüse für ihre Familien. Nachdem, was der Kassensturz am Fernsehen über das im Boden des Großen Mooses gewachsene Gemüse zu berichten wußte, werden wir mit der Frage bestürmt, so sagten es mir die Frauen: «Ja, euer Gemüse wächst ja auch im Boden des Großen Mooses» . . . In dem Boden, aus dem so viel Gift ins Grundwasser geht, daß es Familien gibt, die sich das Trinkwasser von auswärts besorgen. «Und euer Gemüse, das ja auch aus diesem Boden stammt?» «Ja, was sagt ihr dann, wenn sie euch so fragen.» «Eben wissen wir nicht so recht, was da zu sagen wäre» . . .

Nun begann mitten in strengster Arbeit eine kurze Lernstunde. Das mag alles stimmen, was der Kassensturz über den Boden im Großen Moos gesagt hat, wenn dieser nach der konventionellen Methode, mit Kunstdünger und Spritzmitteln bebaut wird. Ganz selbstverständlich nehmen dann die auf ihm gewachsenen Pflanzen die Dinge auf, von denen der Kassensturz erzählt hat. –