

Zeitschrift: Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge
Herausgeber: Bioforum Schweiz
Band: 49 (1994)
Heft: 1

Artikel: Freier Markt : des Bauern Chance oder Untergang?
Autor: Scheidegger, Werner
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-892012>

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: 05.05.2025

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

und Selbständigkeit von Menschen eine so starke Verbreitung erfahren, dass immer mehr Menschen sich wehren, am Gängelband von Mächtigen oder von normativen Zwängen geführt zu werden. Überdies sind, drittens, durch die Wende von 1990 wesentliche Voraussetzungen des Brüsseler Modells weggefallen: Deutschland ist nicht mehr geteilt, sondern wirtschaftlich bald wieder mächtiger denn je. Das alles fordert ein grundlegendes Überdenken der europäischen Integration nach ihren Zielen und Mitteln.

An den ökologischen und sozialen Folgen der Ausbreitung des Überreichtums der industrialisierten Länder auf den Rest der Welt kann man nicht mehr vorbeigehen. Programme, welche angeblich das Gefälle zwischen den Regionen ausgleichen, tatsächlich aber eher den Reichtum der Reichen noch vermehren und zugleich die Lebensgrundlagen aller gefährden, müssen geächtet und beendet werden.

Das ist nur denkbar in einem politischen System, in dem möglichst viele kluge Menschen möglichst viel Einfluss beanspruchen und dafür Verantwortung übernehmen wollen und jene Gesichtspunkte durchzusetzen suchen, welche ihre eigene Verantwortlichkeit bestimmen. Funktionäre verantworten ihr normales Handeln nicht; das ist ihnen durch ihren anonymen Auftraggeber abgenommen. Menschen in öffentlichen Rollen, welche längerfristige Orientierung von kurzfristigen und partikulären Zielen zu unterscheiden vermögen. Der Schwerpunkt unserer Zukunft liegt in unseren Werthaltungen, nicht in politischen noch in wirtschaftlichen Programmen.

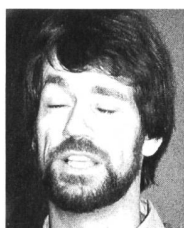
Verantwortliche Einflussnahme von Menschen aufeinander setzt eher kleinräumige Sozialsysteme voraus. Die fürchterliche Macht von «denen da oben», in Bern oder in Brüssel, besteht ja hauptsächlich darin, dass sie so viele so leicht ohnmächtig macht. Genau so sind aber die menschengemachten Katastrophen immer entstanden, mit Hilfe von Männern, welche ausserhalb persönlicher Verantwortlichkeit, im Auftrag eben, handeln konnten. Und solche «Funktionäre» sind wir ja fast alle geworden in unseren durchorganisierten Institutionen der Arbeitswelt und der öffentlichen Sache.

Die Schweiz ist ein wesentlicher Teil von Europa. Von was für einem Europa? Ich denke: von einem Europa, in dem jede und jeder von uns sowohl Bümplizer wie Berner wie Schweizer und Europäer zugleich sein kann, und das alles auf eine Weise, welche ihm oder ihr selbst wie auch den Gruppen seiner Zugehörigkeit verantwortungsvoll gerecht wird. Die gleiche Frage stellt sich für die Menschen aller europäischen Regionen. Jetzt ist die Zeit zum Reden über ein besseres Europa, bevor uns wieder falsche Fragen zur Abstimmung vorgelegt werden.

MARKT

Freier Markt – Des Bauern Chance oder Untergang?

Tauschen wir den Staatsschutz gegen die Abhängigkeit von den Grossverteilern? Dies war die Fragestellung an der traditionellen Tagung vom 26. November 1993 unter dem Thema «Landwirtschaft 2000» im Zentrum Möschberg. Dr. Felix Wehrle von Coop Schweiz, Margrith Nöthiger vom Schweizerischen Reformverband sowie Vertreterinnen und Vertreter bäuerlicher Selbsthilfeorganisationen setzten sich im Gespräch mit den zahlreich erschienenen Bäuerinnen und Bauern mit der Problematik des Agrarmarktes und der Agrarpolitik im Zeichen des Gatt auseinander.



Dr. Felix Wehrle

Der Markt überrollt die Agrarpolitik

Die eingangs gestellten Fragen seien weder mit ja noch nein treffend zu beantworten, stellte Dr. Wehrle zu Beginn seines Referates fest. Tatsache sei jedoch, dass die Agrarpolitik des Bundes zunehmend vom Marktgeschehen überrollt wird. Der Druck von aussen werde mit oder ohne EG oder EWR immer grösser. Zunehmender Einkaufstourismus und knapper werdende Bundesfinanzen verstärkten den Druck der Grossverteiler. Diese aus nationaler Sicht grossen Firmen seien im europäischen Kontext höchstens im Mittelfeld einzuordnen. Würden Coop und Migros sich nicht europäisch ausrichten, käme dies einer Einladung an ausländische Detailhandelsketten gleich, den Schweizer Markt an sich zu reissen.

Agrarpolitische Leitlinien aus der Sicht eines Grossverteilers

Dr. Wehrle umriss die coop-internen Leitlinien für die nächsten zehn Jahre wie folgt:

- Ersatz der kostendeckenden Preise durch ein europäisches Preisniveau
- Abschaffung aller mengenmässigen Importbeschränkungen
- Beitritt zur EG und Integration der nationalen Agrarpolitik in jene der EG
- die vor- und nachgelagerten Stufen vom Agrarschutz ausnehmen

- den Strukturwandel nicht behindern und EG-fähige Vollerwerbsbetriebe schaffen
- im Berggebiet die gemeinwirtschaftlichen Leistungen aufwerten und entsprechend abgelden
- Direktzahlungen nur noch für ökologische Leistungen nach Art. 31b LwG ausrichten
- den biologischen Landbau, die kontrollierte Freilandhaltung und eine strenge IP staatlich anerkennen.

Eindringlich beschwor Wehrle die Bauern, sich nicht auf den Staat zu verlassen, sondern sich vielmehr um den Absatz ihrer Produkte selbst zu kümmern. Insbesondere dem biologischen Landbau räumt er eine echte Chance auch in der EG ein. Alles andere werde sich am EG-Markt orientieren müssen.

Längerfristig würde sich die Deregulierung auch auf der Kostenseite bemerkbar machen, indem zum Beispiel die Produktion verteuernenden Schweizer Normen bei Maschinen oder landwirtschaftlichen Bauten wegfallen werden. Nur müsse die Landwirtschaft sich auf eine längere Durststrecke einstellen, da der Preiszerfall kurzfristig, die Kosteneinsparungen hingegen erst langfristig wirksam würden.

Es braucht immer noch Pioniere

Margrith Nöthiger vom Reformverband sieht für die Wegbereiter einer ökologischen Landwirtschaft und einer gesundheitsbewussten Ernährung nach wie vor eine Aufgabe. Der unabhängige Reform-Detailhandel habe deshalb eine Chance, weil er Dienstleistungen erbringt, die dem Grossverteiler nicht möglich sind. Fachkompetenz und individuelle Kundenberatung seien Stärken, die nur er erbringen kann und die auch den Bauern zugut kommen. Im persönlichen Kundengespräch können auch die Probleme des

Partners, in diesem Fall der Biobauern, am besten vermittelt werden. Im übrigen habe sich das Reformhaus längst vom Chörnli-picker-Image weg zum topmodernen Delikatessengeschäft gewandelt. Der Reformverband macht denn auch grosse Anstrengungen, um sich mit seinen Mitgliedern mit Spitzenprodukten und einem wegweisenden Qualitätssicherungskonzept am Markt zu behaupten.

Interessante Ergebnisse einer Konsumentenbefragung

Eine coop-interne Befragung von Konsumenten hat Ergebnisse gezeitigt, die für den Biomarkt äusserst interessant und aufschlussreich sind.

500 Personen wurden gefragt, welche Bezeichnungen für Lebensmittel aus umweltgerechter Produktion ihnen bekannt seien. Wenn keine möglichen Antworten vorgegeben wurden, konnten 50 % der Befragten keine solche Bezeichnung nennen, 19 % nannten M-sano, 17 % Bio, 11 % Agri Natura, 9 % Gourmet mit Herz, 2 % IP.

Wurden mögliche Antworten vorgegeben, sah die Verteilung wie folgt aus: 48 % M-sano, 41 % Bio, 26 % Gourmet mit Herz, 25 % NaturaPlan, 8 % IP, 6 % KAG.

Das gute Abschneiden von M-sano erstaunt nicht, wenn wir den seit Jahren betriebenen grossen Werbeaufwand der Migros in den Medien berücksichtigen. Obschon die VSBLO überhaupt keine Werbung betreiben kann, ist erfreulich, dass Bio in beiden Fällen an zweiter Stelle steht. Dies ist sicher die Folge einer wohlwollenden Aufnahme unserer Anliegen durch die Medien und die Öffentlichkeitsarbeit der VSBLO-Lizenznehmer.

Eine weitere Frage bestätigt die Ergebnisse früherer Untersuchungen (vgl. K+P 6/93, S. 14), wonach die Motivation zum Kauf von Bioprodukten vor allem vom eigenen Bauch her kommt. 43 % kaufen Bioprodukte, weil sie sie für gesünder halten, 23 % geben bessere Qualität an, nur 27 % kaufen aus ethischen Gründen, das heisst der Umwelt zuliebe. Das ist sehr ernüchternd, wenn andererseits bekannt ist, dass sich 80 % der Schweizer als «umweltbewusst» einstufen.

Verkauf ab Hof bleibt die Ausnahme

Die Biobäuerin Natalie Pfäffli aus Asp schilderte am Beispiel der hofeigenen Milchverarbeitung die Möglichkeiten und Grenzen dieser Verkaufsform. Auch hier brauche es Professionalität, wenn nicht die Familie auf der Strecke bleiben soll. Da die Mehrarbeit dieser Vermarktungsform häufig vor allem auf der Bäuerin laste, sei sorgfältiges Abwägen im voraus sehr wichtig.

Die grossen Warenströme werden aber weiterhin den Weg über den Handel nehmen. Damit haben auch bäuerliche Selbsthilfeor-

ganisationen eine Chance, indem sie ihren Mitgliedern einen einheitlichen Marktauftritt ermöglichen. Es stellt sich jedoch die Frage, wie weit eine Selbsthilfeorganisation in der Zukunft noch Gratisdienstleistungen erbringen kann, wenn sie mit dem privaten Handel in Konkurrenz treten muss.

Fazit der Tagung: Nur ökologisch produzierte Spitzenprodukte werden sich langfristig in einem vom Marktgeschehen zunehmend dominierten Umfeld behaupten können. Gut beraten ist, wer sich an diesem Marktgeschehen orientiert und sich nicht auf Staatskrücken verlässt.

Werner Scheidegger

Haben die Pioniere ausgedient? – Brauchen wir das Reformhaus noch?

(Vortrag anlässlich der Tagung vom 26. November 1993 auf dem Möschberg)

Ich versuche, Ihnen diese Frage aus der Sicht der Reformhausbesitzerin und Präsidentin des Verbandes Schweizer Reform- und Diätfachgeschäfte VSRD (kurz biona-Verband) zu beantworten.

In den vergangenen zehn Jahren hat sich einiges verändert. Einerseits hat ein erfreuliches Umdenken auch bei jungen Familien stattgefunden. Andererseits führte aber gerade diese positive Entwicklung zu einer Verschärfung des Wettbewerbs. Es ist bekannt, dass Pioniere zuerst belächelt, dann bekämpft und schliesslich kopiert werden!

Im Markt tauchen mehr und mehr Reformwaren- und Pseudo-Reformwaren-Lieferanten auf. Alle wollen sie sich ein Stück vom «Gesundheitskuchen» abschneiden. Natürlich müssen wir alle Geld verdienen. Nun besteht jedoch die grosse Gefahr, dass die wirtschaftlichen Aspekte überwiegen und Quantität vor Qualität kommt. Uns «Reförmlern» wirft man gerne vor, wir würden uns zuwenig für neue Trends öffnen, von Vegetariern und «Chörnlipickern» könnte man heute nicht mehr leben. Im Vergleich zu den dreissiger Jahren, in denen unser Reformverband gegründet wurde, haben wir uns zu topmodernen Delikatessengeschäften entwickelt. Meiner Meinung nach verlieren wir die Glaubwürdigkeit bei unserer von den Pionieren und von uns mühsam aufgebauten Kundschaft, sollten wir uns jetzt auch noch im

Freilandfleisch- und Biowein-Bereich zu profilieren versuchen. Wozu gibt es denn die Metzgereifachgeschäfte? Anzustreben wäre doch, dass es eines Tages nur noch Metzgereien gäbe, die Freilandfleisch verkaufen würden! Handeln wir doch getreu nach dem Motto: «Schuster bleib bei Deinen Leisten»! Dann müssen wir uns nämlich auch nicht mehr über die «Flöckligestelle» ärgern, die bald in jeder Metzgerei zu finden sind. Vielleicht würden die Metzger dann auch «bei ihren Leisten» bleiben. Unsere Stärken liegen doch eindeutig in der kompetenten Beratung im Frischsortiment und im Getreideproduktebereich. Ich will kein Warenhaus sein, obwohl diese sicher auch ihre Berechtigung auf einen Platz im Markt haben. Für mich ist wichtig, die Übersicht über Qualität und Herkunft meines Sortimentes zu behalten. Aus eigener Erfahrung kann ich sagen, dass der persönliche Kontakt zur Kundschaft nach wie vor sehr wichtig ist. Diese kommt vor allem wegen der guten Beratung ins Reformhaus.

Was mir auch am Herzen liegt, ist der Direktverkauf ab Hof, den einige Bauern betreiben. In Gegenden, wo keine andere Möglichkeit der Vermarktung der hofeigenen Produkte besteht, kann ich diese Verkäufe verstehen. Aber was haben Zitrusfrüchte und andere für die Vermarktung zugekauften Reformlebensmittel auf einem Bauernhof zu suchen? Wird da nicht nur bei einem momentan aktuellen Trend mitgemacht? Ich glaube nicht, dass damit das Verständnis der