

Zeitschrift: Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge
Herausgeber: Bioforum Schweiz
Band: 58 (2003)
Heft: 2

Artikel: Die Geschichte vom gerechten Markt
Autor: Schreiber, Claudia
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-891571>

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: 29.03.2025

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

Die Geschichte vom gerechten Markt

In seinem Grundsatzreferat zum Thema ‚Die Gesetze des Marktes‘ anlässlich des 10. Möschberg-Gesprächs im November hat Hans Bieri eine Vision aufgezeigt, wie Bauern und Bäuerinnen mit Konsumentinnen und Konsumenten besser miteinander ins Gespräch kommen könnten. In den Nummern 3 und 6/02 von ‚Kultur und Politik‘ hat er die Idee eines Servicepools bereits vorgestellt. Im nachfolgenden Beitrag blickt Claudia Schreiber aus der Zukunft zurück auf die Zeit der Umsetzung der Idee Servicepool in die Praxis.

Eines schönen Tages kehrten die Bauern den Spiess um: Zehntausende von Einzelkämpfern auf der einen und zwei Grossverteiler mit ihren Anhängseln in der Verarbeitung auf der anderen Seite? Nein danke, sagten sie sich, wir schliessen uns lieber zusammen. So entstand der Service-Pool. Nicht schon wieder eine neue Organisation! jammernten zwar ein paar Funktionäre (darunter etliche, die um ihr kleines oder grosses Verbandsreich fürchteten), aber die Idee war gut: Der Pool vermarktete alle Landwirtschaftsprodukte der Schweiz und verhandelte im Namen aller Produzenten mit den Abnehmern.

Fertig Bio-Markt

Bio- und konventionelle Produkte gemischt? Was wird aus

unserem Bio-Markt?, lamentierte es zunächst bei der Bio Suisse in Basel, aber leise, denn das Swiss-Dairy-Food-Debakel im Jahr 2002 lag den Biobauern noch schwer auf dem Magen. Die SDF hatte damals kurz vor ihrem Zusammenbruch den Preis für Bio-Milch gesenkt mit der Begründung, dass es in der EU allenthalben Überschüsse gäbe, die Exporte am Sinken, die Milchpulverpreise am Boden und die Käselager voll seien. Ja und? Fragten die Bio-Milch-Produzenten. Was hat das mit uns zu tun? Bio-Milch wird nicht verpulvert, wir haben keine Exportprobleme und EU-Überschüsse gibt es im Bio-Markt nicht. Mitgegangen, mitgefangen, sagte die SDF-Leitung damals sinngemäss: Wenn die konventionellen Preise sinken, dann müssen die Biopreise auch runter. Damit

hatte die Swiss Dairy Food kurz vor ihrem Untergang doch noch etwas erreicht: Sie überzeugte die Biobauern vom Service-Pool.

Preis-Kosten-Schere

Dass der Service-Pool den meisten Bauern recht gut gefiel, hatte damit zu tun, dass er eine Forderung in Erinnerung brachte, die in der Direktzahlungs-Zeit der Jahrhundertwende schon fast vergessen gegangen war: Die Preise müssen mindestens die Produktionskosten decken! Die Preis-Kosten-Schere ging jedoch immer weiter auf und sogar der US-Präsident musste seinen Farmern GATT-widrige Subventionen zuhalten, weil Wachstum und Rationalisierungen die einbrechenden Preise nicht auffangen konnten. So kann es nicht weitergehen, sagten sich die

Schweizer Bauern eines Tages, wenn wir jetzt wieder anfangen billiger zu produzieren, dann jagt ein Lebensmittelskandal den nächsten und wir sind wieder die Tierquäler und Umweltverschmutzer. Denn es leuchtet doch keinem Konsumenten ein, was der Unterschied sein soll zwischen einem Tierquäler in Holland und einem in der Schweiz – also ist es ihm auch egal, ob er Poulets aus der Schweiz oder aus Holland kauft.

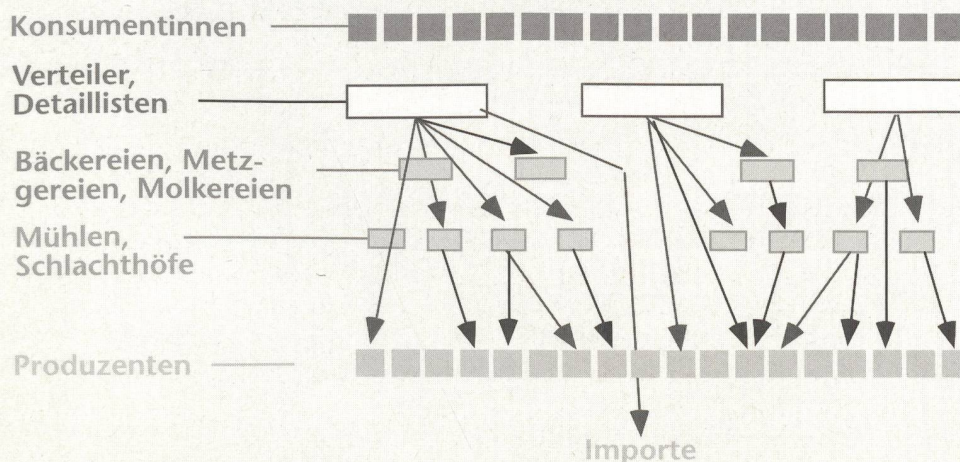
Schulterschluss

In dieser verfahrenen Situation liessen sich ein paar Bauern Service-Pool-Leute etwas Gescheites einfallen. Sie gewannen die Konsumenten als Verbündete. Statt «Gut gibt's die Schweizer Bauern» oder «Bio – Verlass Dich drauf» klärten sie die Konsumenten über die Produktionsbedingungen in der Landwirtschaft auf. Da hiess es zum Beispiel: «Ein Ei ist einen Franken wert. Wenn es weniger kostet, haben die Hühner antibiotische Wurmmittel gefressen, haben sich gegenseitig die Federn ausgerupft, hat der Bauer den Hühnermist vom Appenzell nach Schaffhausen verfrachtet und sich im Lauf seines Lebens eine Staublungel geholt.»

Nackter Preis: Kein Thema

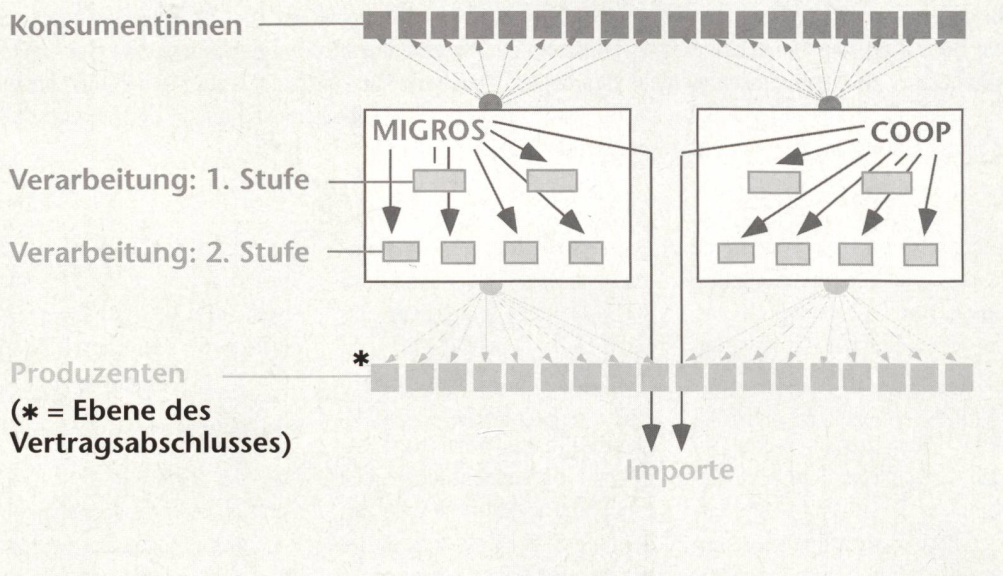
Den Konsumentinnen leuchtete der Zusammenhang zwischen Preis und Qualität ein. Wo früher

Die Strukturen der Vergangenheit



die Preisdiskussionen die Agrarpolitik dominiert hatten, war jetzt die Qualität der Produkte das heisse Thema. Denn das merkte man im Pool bald einmal: Wenn die Abnehmer alleine die Qualität bestimmen, dann hat es die Landwirtschaft schwer. Darum drehten die Bauern auch hier den Spiess um: Im Pool zeigten sie, wie zum Beispiel ein Sellerie oder ein Apfel aussehen muss, der in der Schweiz ökologisch und sozial produziert wird. Die Bauern kümmerten sich auch darum, dass der Wert ihrer Produkte bekannt wurde – und sie legten die Wertmassstäbe fest. So war es nicht mehr ein Grossverteiler, der Marktanteile gewinnen wollte und sich zu diesem Zweck ein Bio-Sortiment anschaffte. Oder ein Grossverteiler, der Vertrauen zurückgewinnen wollte und dafür eine lückenlose Rückverfolgbarkeit und strengste Kontrollen versprach. Nein, in der Pool-Zeit nahmen die Bauern eine wichtige Aufgabe wieder selbst in die Hand: Zu sagen, was einen Liter Milch, einen Apfel oder eine Kartoffel aus ihrer Sicht wertvoll macht.

Der Trend heute



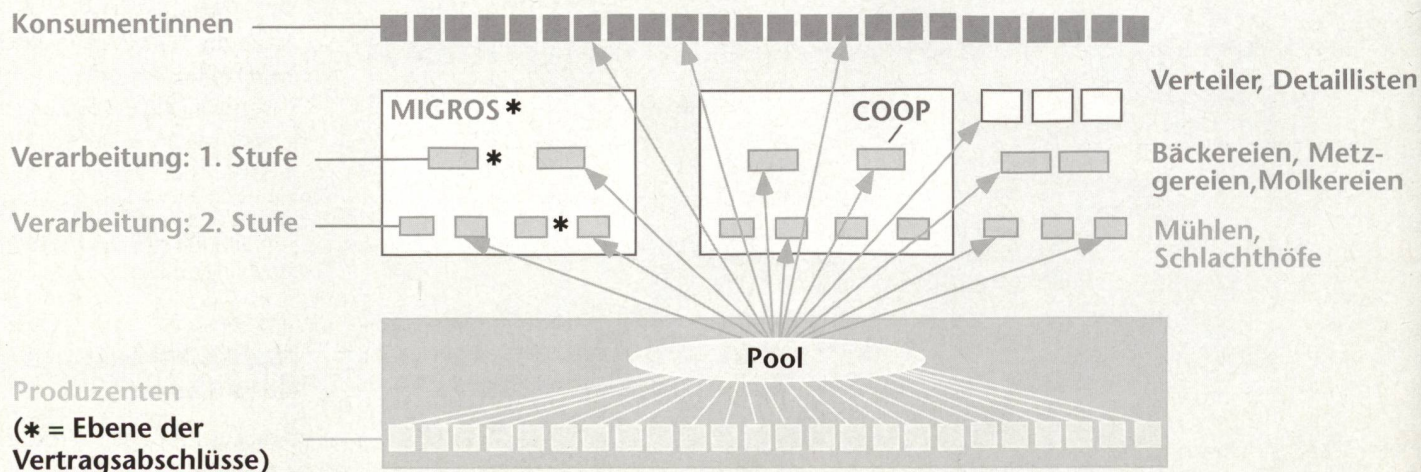
Ver-Eierung

Diesen Wandel nannte man die «Vereinerung der Landwirtschaft». Der Ausdruck kam daher, dass man bei den Eiern schon früher gemerkt hatte, dass es sich nicht um ein Naturgesetz handelt, dass die Konsumenten die billigsten Produkte kaufen wollen. Bei den Eiern war der Anteil der Import-Konsumeier zwischen 1985 und 2000 von 40 auf 25 Prozent gesunken und

man hatte feststellen können, dass der Preis bei den Konsumenten nicht mehr das bestimmende Kriterium war, sondern die Produktionstechnik und die Tierhaltungsform. An diesem Beispiel orientierte sich der Pool: Allerdings sensibilisierte man die Konsumenten nicht mit Skandalen, sondern mit Information. In der Pool-Zeit erledigte sich so auch die Import-Frage beinahe von selbst – und erst noch

GATT-konform: Der Schweizer Bauer war nicht mehr länger einer von weltweit vielen Rohstofflieferanten, er war nicht mehr austauschbar. Die Ver-Eierung griff über auf das Fleisch, auf das Gemüse, das Getreide, und voilà: Wo keine Nachfrage, da auch kein Angebot. Glücklicherweise ging die Ver-Eierung langsam vonstatten: Die Verteiler hatten genügend Zeit, Alternativen zu ihrer Querfinanzierungs-Strategie (hohe

Der Service-Pool



«Die Welt ist in einem Zustand des Terrors gefangen, während der Terror selbst sich dauernd versteckt: An einem Tag ist es Saddam Hussein, am nächsten Tag ist es Osama Bin Laden, das professionelle Schreckgespenst.

Die Panik wird aber vom so genannten ‚Markt‘ verursacht. Diese Kreatur hat aber nichts gemein mit jenem Platz, an dem Sie gewöhnlich Früchte und Gemüse einkaufen. Er ist ein gesichtsloser und allmächtiger Terrorist, der überall auf der Lauer liegt – eine Art von Gott. Und wie Gott glaubt er, unsterblich zu sein. Seine zahlreichen Vertreter machen regelmässige Aussendungen und geben Warnungen an die Öffentlichkeit: ‚Er reagiert nervös‘ oder ‚Nur nicht reizen‘!

Furcht erregend ist die lange Anklageliste gegen ihn, denn er hat sein Leben damit verbracht, Nahrung zu stehlen, Arbeitsplätze zu vernichten, Länder zu entführen und Kriege anzuzetteln. Um Krieg zu stiften sät der Markt Ängste aus. Und die Angst schafft das richtige Klima. Das Fernsehen sorgt dafür, dass die Zwillingstürme in New York jeden Tag immer wieder zusammenbrechen»...

«Jedes Mal, wenn der Markt es befiehlt, leuchtet die rote Warnleuchte des Terrormeters auf – des Apparats, der jeden Verdacht in Gewissheit verwandelt. Präventivkriege töten im Zweifel – nicht auf Grund von Beweisen. Denn die Toten werden schon verstehen, dass der Irak die zweitgrössten Erdölreserven auf der Welt besitzt – genau das, was der Markt braucht, um genug Treibstoff für die irrsinnige Verschwendungssucht der Konsumgesellschaft bereitzustellen.»

Eduardo Galeano
Schriftsteller und Journalist
Uruguay



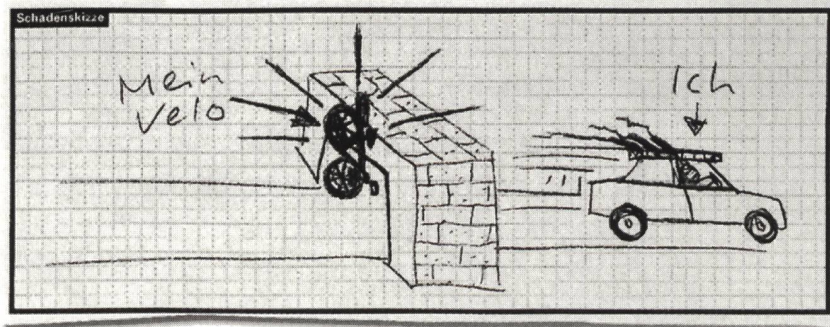
Der Käuferin im Hofladen leuchtet der Zusammenhang von Preis und Qualität ein.

Importmargen finanzieren Inlandeinkäufe) zu entwickeln.

Gegensteuer

Natürlich gab es auch in der Pool-Zeit Probleme zu lösen: Da und dort haperte es mit der Disziplin: Der Pool war darauf angewiesen, dass die Bauern den jeweiligen Regio-Pools meldeten, wie viel Karotten, Kartoffeln, Fleisch, Eier oder Obst zu erwarten waren – das war für viele gewöhnungsbedürftig. Umgekehrt, die Bauern waren auch misstrauisch: Verhandelten die Pool-Leute hart genug? Oder machten sie gemeinsame Sache mit den Abnehmern? Kontrolle war angesagt und auch hier kehrten die Bauern den Spiess buchstäblich um: Jetzt schauten die Bauern den Pool-Leuten genau auf die Finger – Transparenz und Rückverfolgbarkeit bei den Margen. Und wer an die alten Zeiten zurückdachte, der schüttelte nur noch den Kopf.

Claudia Schreiber



Was immer Ihnen auch passiert, wir helfen Ihnen schnell und unbürokratisch aus der Patsche.

Die Mobilgar
Versicherungen & Vorsorge

Generalagentur Belp
Christoph Schmutz
Bahnhofplatz, 3123 Belp
Tel. 031 818 44 44
Fax 031 818 44 66

Ihr Versicherungsberater:
Ernst Burri Tel. 031 818 44 78