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

Herausgeber: Bioforum Schweiz

Band: 58 (2003)

Heft: 1

Artikel: "Wer hilft, wo fördern reicht, schadet"

Autor: Bangerter, Urs

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-891567

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

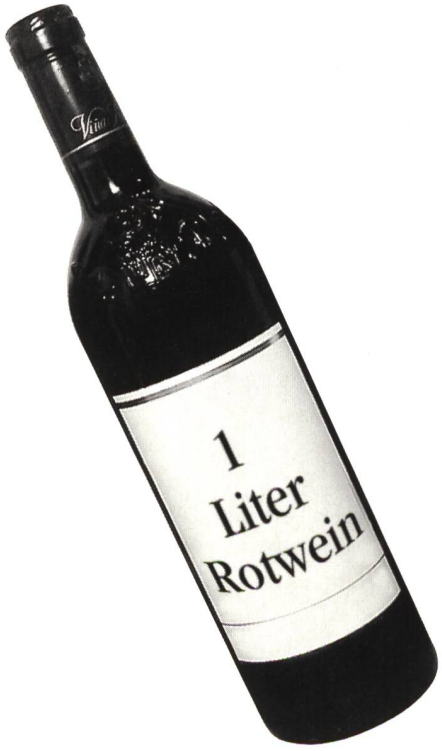
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Der nachfolgende Beitrag ist auf seine Weise ebenfalls ein Beitrag zu einer Stärkung der Produzenten im Marktgeschehen und so eine logische Ergänzung des 10. Möschberg-Gespräches über faire Preise. Red.

«Wer hilft, wo fördern reicht, schadet.»

Unter dem Titel: «Regionalwirtschaft und Wirtschaftsförderung im ländlichen Raum wohin?» organisierte der Schweizerische Bauernverband 1996 in Biel eine Tagung. Als Gründungspräsident des Vereins Ökomarkt Graubünden und als Direktor des Ökohotels des Jahres wurde ich eingeladen, meine Sicht der Dinge darzulegen. Als vor einigen Monaten der Untergang von Swiss Dairy Food bekannt wurde, las ich meine damaligen Gedanken, befand sie als immer noch aktuell und sandte sie Bundesrat Pascal Couchpin. Dieser leitete sie freundlicherweise an Manfred Bötsch weiter – der mir mitteilte, dass die Weiterarbeit an einer solchen Idee nicht Aufgabe des Bundesamtes für Landwirtschaft sein könne... Werner Scheidegger bat mich dann, den Text für Kultur und Politik «aufzuarbeiten», das heisst, aus einer Rede eine Schreibe zu machen:

«Wer hilft, wo fördern reicht, schadet.» Das ist die kürzeste Zusammenfassung meines Beitrages und meint: Die Hilfe mit Milliardensubventionen muss abgelöst werden durch die Förderung von Qualität und die Förderung eines entsprechenden Marketings. Subventionen nützen wenig, weil der Preiskampf längst verloren ist. Nahrungsmittel werden durch die Industrie und im Ausland auf jeden Fall billiger produziert. Diesen Produkten muss die schweizerische Landwirtschaft ein regionales Qualitätsangebot gegenüber stellen – da ist sie konkurrenzlos!



Hinter dem Titel der Tagung in Biel stand ein Fragezeichen. Und mit einigen Fragen möchte ich zu meinen Überlegungen hinführen: Was sind wir bereit, für Wein zu bezahlen, der ausgezeichnet ist: «1 Liter Rotwein»? Was wären wir bereit, für Kaviar zu bezahlen (sofern wir kaufen wollten!), wenn auf der Büchse ein Zettel klebt: «100 Gramm Kaviar»? Was denken wir, welchen Preis wir lösen für Zigarren, auf deren Schachtel vermerkt ist: «10 Zigarren»?

Solche Auszeichnungen sind unvorstellbar. Aber unsere landwirtschaftlichen Produkte werden weitgehend so verkauft! Auch Wein ist ein landwirtschaftliches Produkt. Wir können ihn auch im Tetrapack einkaufen, für den gleichen Preis wie Milch. Es kann daraus geschlossen werden, dass Wein nicht mehr wert ist: «1 Liter Rotwein 2 Franken». Weshalb sind wir bereit dafür mehr zu bezahlen? Weshalb scheint es nicht möglich zu sein, für Milch einen höheren Preis zu bekommen?

Kaviar, Bohnen, Randen ohne Etiketten und weitere Hinweise, können wir kaufen – bei «Otto's Schadenposten AG»! Aber damit hat doch zum Beispiel Butter nichts zu tun! Die ernährungsphysiologisch hochqualifizierte Butter ist doch kein Schadenposten! Graue Schachteln mit Zigarren gibt es, sie heissen Stumpen, machen Freude und stinken. Damit möchten wir doch unsern Käse nicht vergleichen. Aber schauen Sie bei «DD» in den Laden – genau so wird er verkauft, der Emmentaler, Greyerzer und so weiter. So macht Käse (im Gegensatz zum Stumpen) nicht einmal Freude – und stinken tut er leider auch nicht mehr. Bei diesen willkürlich ausgewählten Beispielen erweist sich der fehlende Hinweis auf die Herkunft als grösster Mangel. Es gilt die Rechnung: **«Qualität + Regionalität = Exklusivität»**!

Bis Hayek für die Swatch Werbung macht mit dem Satz «Die Uhr im Papiersack» können Sie lange warten ... Trend hin oder Trend her!

Dieses Ziel kann mit der regionalen Kreislaufwirtschaft erreicht werden: In der Region produzieren, verarbeiten, verkaufen, konsumieren und entsorgen. Damit könnten wir die Anforderung an landwirtschaftliche Produkte erfüllen, die jeder Marketingfachmann weiss:

«Wir müssen Produkte mit einer Geschichte verkaufen, wenn wir Erfolg haben wollen!»

Bei dem von mir und einigen Freunden entwickelten Ecolabel wird diese Erkenntnis in der Praxis angewandt:

Produktezertifizierung nach ökologischen Werten ©

© Urs Bangerter Horgen Schweiz

- Alle bestehenden Produktelabels sind unvollständig und machen lediglich sektorielle Aussagen, meistens über Produktion und/oder Tierhaltung.
- Die bestehenden Labels sind für neue Produzenten nicht motivierend, da sie alle nach einem schwarz/weiss-, beziehungsweise entweder/oder-Konzept funktionieren und den sektoriellen Einstieg oder die laufenden Verbesserungen nicht berücksichtigen.
- Es soll kein weiteres (Teil-)Label auf den Markt gebracht werden damit die Verunsicherung der Konsumentinnen nicht noch vergrössert wird.

In der Diskussion sind wir zu folgendem, lediglich der Idee nach beschriebenem Modell gekommen (zusätzliche Grundlagen vorhanden), das weiterverfolgt werden müsste:
Es wird ein Label geschaffen, welches aus vier einzelnen Kästchen für die verschiedenen Leistungen besteht und das auf einen Blick erfasst werden kann. In jedem Kästchen (Bereich oder Verarbeitungsschritt) können maximal 10 Punkte erreicht werden – abgestuft von rot bis grün. Die Punkte für die einzelnen Kästchen werden nach einem ähnlichen Prinzip wie bei der von uns entwickelten Betriebszertifizierung aufgerechnet und basieren im wesentlichen auf den verschiedenen, bestehenden Labels und Zertifizierungen (Subsidiaritätsprinzip).

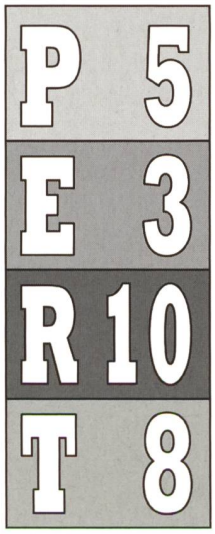
Die wichtigsten Vorteile dieses Systems lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Das Label ermöglicht dem «Nicht-Fundi-Produzenten» **einen einfachen Einstieg ins System.** Ist er einmal dabei, kann er einfacher für weitere Bereiche motiviert werden.
- Dem **Konsumenten wird die Wahl gelassen,** wie viel Ökologie und auf welchen Bereichen er diese betreiben/unterstützen will. Er kann selber entscheiden, ob ihm zum Beispiel Regionalität oder ökologische Produktion wichtiger ist und so weiter.
- Das Label **konkurrenziert keine anderen Labels,** sondern ergänzt diese und bildet eine ganzheitliche Integration derselben.
- Aufwendungen für Zertifizierungen **können bei allen Produkten verwendet werden** und fallen somit weniger ins Gewicht.
- Die Darstellung des Labels muss noch im Detail abgeklärt werden.

P steht bei uns für Produktion: Wir achten darauf, dass die Qualität der Produkte stimmt und beweisen damit, dass zum Beispiel richtig produziertes Rindfleisch aus der Schweiz in jeder Beziehung besser ist als solches aus Brasilien.
Lassen Sie die Produzenten des so genannten Bündnerfleischs die Geschichte ihres Produkts erzählen! Warum es Bündnerfleisch heisst, wenn das Fleisch aus Südamerika kommt, in der Schweiz von ausländischen Arbeitskräften verarbeitet und aufgehängt wird, damit das Wasser im Kanton Graubünden verdunsten kann? Weinbauern, die hier algerische Trauben keltern und als Schweizer Wein verkaufen, würden streng bestraft und wir alle hätten das Gefühl, dass ihnen recht geschieht! Wir aber lassen es auch zu, dass Margarine mit dem Zusatz «Schmeckt wie Butter» verkauft wird. Lassen Sie sich die Geschichte der Margarineproduktion erzählen! Sie werden nie mehr Margarine essen! Wer Margarine mit Butter vergleicht ist dem gleichzusetzen, der einen Rotwein mit Coca Cola vergleicht, nur weil beides rot ist.

Lassen Sie sich die Geschichte der Margarineproduktion erzählen! Sie werden nie mehr Margarine essen!

V steht bei uns für Verarbeitung: Auch im Blick auf Veredelung und Verpackung gelten ökologische Regeln. Zudem ist es wichtig, dass die Verarbeitung nahe bei der Produktion passiert, weil die Wertschöpfung dann grösser ist und Arbeitsplätze und Kultur in der Region erhält. Der Hang zu Grösse und Hygiene und die Vorschriften aus Brüssel (in vorauseilendem Gehorsam vom Bundesrat für Molkereien und Metzgereien in Kraft ge-



P steht für Produktion. Was zum Beispiel mit der Knospe (BioSuisse) zertifiziert ist, erreicht hier die 10, IP eventuell eine 8. Gemessen wird die Art der Produktion (Einsatz von Fremdstoffen, Genmanipulation, Energieverbrauch, Landschaftsschutz und so weiter.)

E steht für Engeneering, Technik, Verarbeitung. Hier werden die Werte der Veredelungsprozesse, Energieaufwand, Verpackungsanteil und so weiter gemessen und beurteilt.

R steht für Recycling und beurteilt die Probleme mit der Entsorgung.

T steht für Transporte. Damit wird festgehalten, welche Distanzen das fertige Produkt bis zum Verkaufspunkt zurückgelegt hat. Dabei gelten für Milch zum Beispiel andere Massstäbe als für Weisswein oder Kaffee!

F könnte wahlweise für **Fairness** hinzugefügt werden.

«PERT» bedeutet auf Deutsch soviel wie «keck» oder «kess» ... Wenn das F dazu kommt, könnte ansatzweise das Wort «PERFECT» gebildet werden. Diese Abkürzungen und das daraus entstehende Kurzwort bedarf noch der Überarbeitung.

setzt) dienen doch nur dazu, dass die «Lebensmittelverachtende-Industrie» zum Zuge kommt! Und weil die Firma aus Vevey ein «Joghurt-ähnliches-Produkt» auf den Markt brachte, zog der Sennenbub brav mit und schickt den folgenden Werbebrief:
«Informationstext. Symbalance von Toni. Functional Food – ein neuer Trend.»! Die Deklaration zeigt die Zutaten auf: «Sauermilch, Zucker, Schokolade, Nahrungsfasern (Inulin), Aromen, Kultur (Acidophilus, Bifidus, Casein, Reuteri)»!
Noch einmal: Wer so Getränke fabriziert und als Wein verkauft kommt mit dem Strafgesetz in Konflikt. Aber es kommt glücklicherweise auch niemandem in den Sinn, in der Schweiz die «Vroni Kellerei» aufzubauen für den Schweizer Einheitswein. Im Gegenteil: Wo die Molkereien sich nach «Normen ISO Neuntausendundbrüssel» ausrichten, beginnen die Weinbauern die Stahltanks leer zu lassen und den Wein in alten Eichenfässern in dunklen, feuchten Kellern auszubauen – und wir alle erschauern vor Ehrfurcht und rühmen uns, einen echten «Barrique» zu geniessen.
Hier liegt die Zukunft der Käseproduktion. Die Alpkäsereien, die jeden Herbst ausverkauft sind, zeigen diesen Trend schon heute. Aber wenn (immer noch!) mit «Der Joghurt im Glas» Werbung gemacht wird, dann ist das im Blick auf den Trend Recycling zwar wunderbar, für das landwirtschaftliche Produkt Milch aber eine Katastrophe! Ich kaufe nicht Joghurt wegen der Verpackung, sondern wegen dem Inhalt. Bis Hayek für die Swatch Werbung macht mit dem Satz «Die Uhr im Papiersack» können Sie lange warten ... Trend hin oder Trend her!
T steht bei uns für Transport: Es ist Unsinn, Bündner Biomilch in Genf oder in Basel zu verkaufen – die kann dort auch produziert werden. Durch diese Transporte leiden das Produkt, die Landschaft und wir Menschen. Ein Beispiel: Jeden Tag fahren Tanklastwagen die Milch aus Graubünden nach Zürich. Die Tanklastwagen fahren leer zurück. Leer fahren Lastwagen nach Zürich und bringen die Milch in Schachteln in den Kanton! Zugleich wurden Arbeitsplätze von hundert Dorfmolkereien nach Zürich verlagert – was dazu führt, dass die Bündner Montags nach Zürich fahren und Freitags zurück rasen. Und gleich geht es den Zürchern, denen es in ihrer Fabrikstadt auch nicht mehr gefällt: «Auf und Davos!» heisst da der wöchentliche Slogan.

Das Leitbild der Menschen scheint zunehmend die Mattscheibe zu sein ...

Es wird Verkehr produziert (auch international und alpenquerend), der nicht nötig und falsch ist. Das geschieht, weil uns erklärt worden ist, dass Produktion und Verkauf von Milch nur dank Rationalisierung überleben kann. Heute wissen wir von Defiziten und nehmen Entlassungen zur Kenntnis (das stand so schon 1996 in meinem Vortrag!).
Gleiches ist zu NEAT-Projekten zu sagen. Es müsste nicht nach dem *wie*, sondern nach dem *warum* und *für was* der Transporte gefragt werden – die Industrien werden diese Fragen zu verhindern wissen. Es wäre (als Beispiel) durchaus möglich, in Graubünden das Bündnerfleisch aus Fleisch herzustellen, das im Kanton produziert wurde. Das dazu gebrauchte Fleisch ist jenes Fleisch, das für die Metzger nicht interessant ist. Es gäbe also eine Ergänzung und durch die Umlagerung auf Fleischproduktion würde der Butterberg und der Milchsee kleiner. (Herr Villiger liesse danken!) Wer kann da nur und aus welchen Gründen dagegen sein?
Es wäre dann Bündner-Bündnerfleisch anzubieten, das eine viel höhere sensorische Qualität aufweist und von dem eine Geschichte erzählbar wäre – wie von der Weinflasche, auf der die magischen Buchstaben DOC stehen. Noch einmal würde Verkehr (sogar Flugverkehr!) vermindert und wir könnten uns etwas darauf einbilden, gegen die Abholzung der Regenwälder in Südamerika einen Beitrag geleistet zu haben.
R steht bei uns für Recycling: Damit schliesst der Kreislauf und bedeutet zum Beispiel, dass in der Landschaft Davos zu den «Schinkenproduzenten» Sorge getragen wird, damit das Schweinefutter nicht auch noch in die Innerschweiz transportiert werden muss. Klar ist, dass jeder Buchstabe für sich noch keine Ökologie bedeutet. Bio ist nicht Öko! – das habe ich bei Milch und Fleisch gezeigt. Bis wir unseren KonsumentInnen wirklich Öko-Produkte anbieten können, müssen die anderen Bereiche auch verändert werden. Für ausländische Produkte kommt zu den Buchstaben P, V, R und E noch der Buchstabe F für «Fair». Fünf Buchstaben gemäss fünf Fingern an unserer Hand. Drei Finger sind zu wenig, sechs oder sieben Finger wären zuviel. Fünf Finger genügen, sie können auf einen Blick erfasst werden.

Urs Bangerter, Horgen

(Fortsetzung folgt)

Es wird Verkehr produziert der nicht nötig und falsch ist.