

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

Herausgeber: Bioforum Schweiz

Band: 21 (1966)

Heft: 2

Artikel: Qualität erobert den Markt

Autor: Brandenberger, H.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-890278>

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: 28.01.2026

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

Qualität erobert den Markt

Dr. H. Brandenberger, Tägerwilen

Bevor ich die Biotta Gemüsebau AG. übernehmen konnte, war ich während sechzehn Jahren technischer Leiter eines Großbetriebes der Lebensmittelbranche. Bei meinem Eintritt in diesen Betrieb stand dieser gerade in einer schweren Qualitätskrise. Infolge Verwendung eines billigen Rohstoffes waren verschiedene Produkte so schlecht ausgefallen, daß sie praktisch ungenießbar waren. In zwei Monaten ging der Umsatz auf einen Drittelpunkt zurück. Obwohl anschließend die schlechte Ware aus dem Markt gezogen und viel Reklame gemacht wurde, gelang es nicht mehr, den verlorenen Umsatz zurückzugewinnen. Man hatte mit der schlechten Qualität das Vertrauen der Hausfrau in die Marke zerstört, so daß diese aus einem Zeichen des Vertrauens zu einem Zeichen des Mißtrauens wurde. Wir mußten bald erkennen, daß uns auch die beste Reklame nicht mehr helfen konnte, wenn es nicht gelang, durch ganz neue Produkte auf einem neuen Qualitätsniveau das Vertrauen der Hausfrau zurückzugewinnen. Die neuen Produkte, die dann entwickelt wurden, brachten den gewünschten Erfolg. Sie standen qualitativ 50 Prozent über dem auf dem Markt Vorhandenen, waren aber nur 20 Prozent teurer. Es war ganz eindeutig: Die bessere Qualität eroberte uns den Markt zurück. In fünf Jahren wurde der zehnfache Umsatz erreicht.

Ist dies verwunderlich? Was ist denn Qualität anderes als Ausdruck meines Dienen-Wollens. Je stärker mein Bestreben ist, dem Konsumenten wirklich zu dienen, um so mehr Mühe werde ich mir geben, die beste Qualität in meinen Produkten zu erreichen, d. h. mit andern Worten, die Qualität der Produkte hängt direkt zusammen mit der Qualität des Menschen, der dahinter steht. Eine hohe Qualität der Produkte gewinnt das Vertrauen der Konsumenten und damit den Markt, bringt größere Umsätze und damit verbundene Kostensenkung und damit auch den wirtschaftlichen Erfolg.

Viele Wirtschaftsbetriebe haben diese Wahrheit noch nicht erkannt, sehen sie doch im Verdienen das Ziel ihrer Bemühun-

gen und bemessen dann das Maß der Qualität am Profit. Sie verwechseln dabei Ursache und Wirkung, Ziel und Weg. Es war die unheilvolle Lehre der betriebswirtschaftlichen Wissenschaft, daß das Ziel des Unternehmens der Profit sei. Das ist genau so primitiv, wie wenn ich sagen würde, das Ziel des Menschen sei das Essen. Natürlich müssen wir essen, um zu leben, und wir brauchen den Gewinn, um uns zu entwickeln. Aber die Bestimmung des Menschen ist nicht das Essen, die Bestimmung der Wirtschaft nicht der Profit, sondern die Bestimmung des Menschen und der Wirtschaft ist der Dienst am Kunden im Unternehmen und außerhalb auf den Märkten.

Und das Maß dieses Dienstes ist die Qualität unserer Produkte.

Wenn ich mit der besten Qualität zu tragbaren Preisen auf den Markt komme, dann muß ich Erfolg haben. Denn der Konsument will doch das Beste. Auch durch die gerissenste Reklame wird er sich auf die Dauer nicht täuschen lassen. Lügen haben kurze Beine. Zudem wachsen die Ansprüche der Verbraucher an die Qualität mit dem wachsenden Lebensstandard. Der besten Qualität gehört deshalb unweigerlich die Zukunft. Das Bessere ist der Feind des Guten.

Heute finde ich diese Wahrheit als Leiter der Biotta Gemüsebau AG. erneut bestätigt. Was bedeutet Qualität bei Gemüse und Gemüse-Säften, also bei Lebensmitteln im wahrsten Sinne des Wortes? Qualität wird hier nicht nach chemischen, sondern einzig und allein nach biologischen Gesichtspunkten gemessen. Der innere Gehalt bestimmt die Qualität. Die biologische Qualität ist entscheidend, denn die Pflanzen sind Lebewesen, und die Verbraucher sind Lebewesen, und da gelten nicht chemische, sondern biologische Gesetze.

Bio-Gemüsen und Bio-Früchten gehört die Zukunft. Lebensmittel, die aus solchen Urprodukten nach dem Grundsatz, das Natürliche so natürlich wie möglich zu belassen, hergestellt werden, werden die Märkte erobern. Dabei gilt dies nicht nur auf der nationalen, sondern noch mehr auf der internationalen Ebene. Im kommenden europäischen Wirtschafts-Großraum werden die Urproduzenten in der Schweiz bei ihren hohen Gestehungskosten nur bestehen können, wenn sie mit einer überlegenen Qualität auf den Markt kommen, und diese wird möglich durch den biologischen Landbau.

Wenn es richtig ist, daß die Qualität des Menschen die Qualität des Produktes bestimmt, so finden wir dies beim biologischen Landbau bestätigt. Biologischer Landbau ist eindeutig eine Gesinnungs- und Charakterfrage. Menschen, denen das Dienen vor dem Verdienen kommt, und koste es, was es wolle, die nicht bereit sind, mit ihren Produkten Gift mitzuliefern, sind reif dafür. Es ist auch eine Charakterfrage. Schon mancher hat damit begonnen, um dann bei den ersten Schwierigkeiten umzufallen, wieder zu spritzen usw. Es ist eine einmalige Leistung von Herrn Dr. Hans Müller und seiner Freunde, Hunderte von Bauernbetrieben als Elite auf die organisch-biologische Anbauweise umgestaltet zu haben.

Die Betriebe von Herrn Dr. Müller bilden so die Basis für die Biotta-Säfte und die Voraussetzung, um mit Biotta die Märkte zu erobern. Es werden bestimmt Konkurrenten kommen, die eines Tages auch Gemüse-Säfte machen. Aber keiner wird Biotta-Gemüse als Rohmaterial zur Verfügung haben. Darin liegt unsere Stärke zum Nutzen unseres Unternehmens wie auch der Genossenschaftsbewegung «Heimat» von Herrn Dr. Müller. Wir bilden eine echte Lebensgemeinschaft, die uns gegenseitig aber auch verpflichtet, unser Bestes zum Wohle der Verbraucher zu leisten. Damit dienen wir dann auch am besten der Idee des organisch-biologischen Landbaus, weil so Tatsachen geschaffen werden und Tatsachen die stärkste Sprache sind.

Aus der Praxis des organisch-biologischen Land- und Gartenbaues

Kampf dem Unkraut

Den in der obersten Erdschicht vorhandenen Samen zum Keimen zu bringen und zu verderben, ist die einzige auf die Dauer erfolgreiche Methode, um dem Unkraut im Landbau Meister zu werden.

Auf dem organisch-biologisch geführten Betrieb gilt die Gründüngung als Grunddüngung. Sie wird bei jeder sich bie-