

**Zeitschrift:** Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge  
**Herausgeber:** Bioforum Schweiz  
**Band:** 31 (1976)  
**Heft:** 2

**Artikel:** Die erfolgreiche Werbung für eine zeittragende Idee  
**Autor:** Ganitzer, Martin  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-892902>

### **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:** 02.04.2026

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

Tage frische Impulse gegeben hatten. Vierzig Menschen mehr, die auf dem Wege sind, eine organisch-biologische Wirtschaftsweise gestalten zu helfen. S. M.

## **Die erfolgreiche Werbung für eine zeittragende Idee**

Vertreter der Gesundheits-, Lebens- oder Umweltschutzvereine und auch Kameraden in den eigenen Reihen sind der Meinung, wir machten für den organisch-biologischen Land- und Gartenbau viel zu wenig Propaganda. Die Sache müßte mit viel größerem Schwung in den Zeitungen, im Rundfunk und Fernsehen betrieben werden. Der biologische Landbau breite sich viel zu langsam aus.

Warum macht Herr Doktor Müller in der Schweiz nicht mehr durch öffentliche Medien aufmerksam und warum geht es dort nicht schneller weiter? Es sind im Verhältnis zum Gesamtbauernstand doch nur eine geringe Anzahl, die der Anbau- und Verwertungsgenossenschaft Heimat angeschlossen sind.

Hat nicht auch Liebig schon vor über 100 Jahren seine Forschungsergebnisse bekanntgemacht und wann wurden seine Arbeiten erst richtig in der Landwirtschaft verbreitet? Er selber hat noch zu Lebzeiten erkannt, daß nicht alles richtig war, was er zunächst für richtig glaubte, und was wurde von seinen Erkenntnissen übernommen? Vor etwa 15 Jahren hat Herr Doktor Müller bei einem unserer ersten Vorträge in Oesterreich gesagt: «Das was ich Ihnen hier vortrage, wird man vielleicht in 20 oder 30 Jahren auf der Hochschule lehren – wenn man darf. Redet nicht viel darüber, sondern schafft Beispiele, sonst wird man die Sache kaputt machen, bevor Ihr überhaupt begonnen habt.»

Wir haben seinerzeit seine Worte nicht ganz begriffen, aber uns dennoch danach gehalten. Soweit wir das heute beurteilen können, war es auch richtig. Wir haben Beispiele geschaffen und zwar in fast allen Bundesländern. Wir haben damit zweierlei erreicht.

*Einmal konnten wir beweisen, daß es ohne Kunstdünger geht, daß die Felder und Wiesen wieder einen anderen Pflanzenbestand bekamen und die Tierkrankheiten im Stall soweit zurückgingen, daß sie heute kaum noch ins Gewicht fallen. Zum anderen konnten wir den Beweis erbringen, daß die Anbauweise auf jedem Boden, Klima und auch in Berggegenden anwendbar ist.*

Damit wurden schließlich auch einzelne Vertreter von offiziellen Stellen aufmerksam und unterzogen unsere Beispielbetriebe einer eingehenden Besichtigung. Sie mußten anerkennen, daß unsere Arbeit ohne öffentliche oder offizielle Hilfe eine Pionierleistung ist, die es wert ist, sich damit zu beschäftigen. Das heißt aber noch lange nicht, daß es von den öffentlichen Stellen auch gleich kundgemacht und verbreitet wird. Wir gehen lieber den Weg des organischen Wachstums. *Die Wahrheit braucht immer etwas länger, aber sie setzt sich letzten Endes doch durch.*

Aufbauarbeit ist eine langwierige, zähe Geduldsarbeit und der organisch-biologische Bauer und Gärtner muß viel mehr lernen und beobachten, will er mit seinem Betriebe vorwärtskommen. *Er muß also gescheiter und zugleich auch besser werden. Sein Beruf muß ihn erfüllen in aller seiner Arbeit. In jedem Beruf werden große Leistungen nur dann vollbracht, wenn er in Freude ausgeführt wird.*

Herr Doktor Müller hat einmal gesagt: «Das Gescheiterwerden ist nur solange eine gute Sache, wenn es im Gleichschritt mit dem Besserwerden vermittelt wird.»

Die monatlichen Gruppenarbeiten im eigenen Kreise auf dem Bauernhof, das sind die Mittel, den organisch-biologischen Landbau auf weite Sicht auszubauen, zu festigen und weiter zu verbreiten. Große Leistungen wurden immer nur in gemeinschaftlicher und kameradschaftlicher Zusammenarbeit erzielt.

Organisch-biologischer Land- und Gartenbau heißt in erster Linie Dienen an der Sache und dem Menschen.

Biologischer Land- und Gartenbau heißt nicht «hinter mir die Sintflut», sondern das anvertraute Gut hegen und pflegen, damit unsere Nachfolger auch noch ein menschenwürdiges Dasein führen können. Worte können begeistern, aber Beispiele ziehen an. Wer Gutes für den Nächsten tun will, der setze zuerst selber ein Beispiel.

Martin Ganitzer