

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

Herausgeber: Bioforum Schweiz

Band: 66 (2011)

Heft: 3

Artikel: Ungelöste Gestaltungsfragen

Autor: Wiesmann, Matthias

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-891336>

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>

Ungelöste Gestaltungsfragen

Neue Produktions- und Vermarktungsinitiativen als Reaktion auf die Macht des Handels.

Matthias Wiesmann. Als KonsumentIn bin ich umworben – und habe trotzdem kaum den Eindruck, etwas beeinflussen zu können. Den Landwirten geht es ähnlich. Sie (oder ihre Vorfahren) haben zwar Genossenschaften und Verbände gegründet, fühlen sich meist aber nicht mehr als Teil des Ganzen, sondern oft als Objekt. Das war nicht immer so. Die Bioläden der 1980er Jahre wollten sich möglichst nicht zwischen Produktion und Konsum stellen, sondern eine transparent vermittelnde Funktion ausüben. Weshalb sind bis heute überall Abhängigkeiten entstanden? Kann man etwas dagegen tun?

Handelsmacht löste Bauernmacht ab

Bis über die Mitte des letzten Jahrhunderts hinaus war teils von den Herstellern, teils vom Staat festgelegt, was Lebensmittel kosteten. Es herrschte die sogenannte Preisbindung der zweiten Hand. Dann kamen Revolutionäre wie Gottlieb Duttweiler, der Begründer der Migros-Genossenschaft, und zerbrachen mit Eigenmarken das Preiskartell. Nach und nach wurden alle Spiesse umgedreht. Heute beherrscht der Handel die Wertschöpfungskette von Produktion bis Konsum.

Bioläden wollten mehr

Die Bioproduzenten standen ausserhalb dieses Machtkampfes, wer oben, wer unten steht. Es ging ihnen nicht allein um «alternative» Produkte, sondern auch um alternative Strukturen. Gerade im Fairtradebereich hatte man «die Grossen» (hier v.a. Migros) als Verhinderer erfahren (dagegen mobilisierten die Bananenfrauen von Frauenfeld). Die Zukunft konnten sich viele Bioladenpio-

niere nur ohne Zwischenhandel vorstellen. Der Name des Hallerladens in Bern – um ein Beispiel zu nennen – lautet denn auch nicht zufällig «Produzenten-Konsumenten-Genossenschaft Bern» (PKGB). Produzenten und Konsumenten sollten kurzgeschlossen werden. Es gehörte zu den Grundüberzeugungen, dass man den Grosshandel loswerden wollte. Man wollte direkt einkaufen. Ich möchte das hier «Direktkultur» nennen. Dieses Zurück in kleinere, überschaubarere (oft nur vermeintlich), ökologischere Zusammenhänge drückte sich immer stärker auch in Postulaten wie Saisonalität und Regionalität aus. Als der Werbegrafiker in der Gründungszeit der Biomilk in Münsingen eine Banane auf den Flyer zeichnete, protestierte eine Bäuerin: Was uns einfalle, exotische Früchte zu propagieren; es gebe bei uns Äpfel und viele andere Früchte. (Gleichzeitig waren Fairtrade-Bananen ein grosses Thema in den Bioläden.)

Inzwischen hat sich der Biohandel stark entwickelt. Weil die in den 1980er Jahren neu gegründeten Bioläden die Warenbeschaffung nicht jeder für sich bewältigen konnten, hat sich ein Grosshandel entwickelt – oft aus Bioläden heraus. Er hat sich «professionalisiert». Doch sind es längst die alten Grossen, die Grossverteiler, welche heute auch im Biomarkt den Ton angeben. Vor diesem Hintergrund erscheinen die neu entstehenden Formen der Vertragslandwirtschaft, CSA (consumer supported agriculture) usw. wie eine Art Wiederholung des alten Anliegens, die Qualität des Bioproducts mit einer anderen Qualität im Sozialen zu verbinden. Es ist nur zu begrüssen, dass sich KonsumentInnen um



Was nützen ihm Supermarkt und Vertragslandwirtschaft?

Landwirtschaft und Versorgung kümmern wollen. Das fördert gegenseitiges Verständnis. Einerseits. Aber erneut entwickelt sich ein unvollständiges Leitbild der Versorgung, das nur Leitbild sein kann, weil es nicht die ganze Realität ins Auge fasst: Kein Konsument, keine Konsumentin kann nur mit dem in Direktvermarktung oder Direktbeschaffung verfügbaren Warenkorb auskommen. Es braucht «den Laden» weiterhin – im Bewusstsein und im Leitbild bleibt er aber verdrängt.

Globalisierung oder «Lokalisierung»

Ob in den frühen Formen der «Direktkultur» oder in den neueren Formen der Vertragslandwirtschaft: Die Widersprüchlichkeit oder das Auseinanderklaffen charakterisiert unser Handeln. Gibt es noch einen Kleiderschrank bzw. Haushalt ohne Produkte aus China? Gibt es eine Küche, die nur inländische Produkte verwendet? Kaffee gehört zu unserem Alltag – und ist ein «Kolonialprodukt», Kartoffeln und Mais kamen aus Amerika. Unzählige Rezepte verwenden Zitronen. Selbst wenn man die lokale Produktion ins

Auge fasst: Wie viele Biohühner und wie viele Biokühe verzichten völlig auf weit her importiertes Futter? Trotzdem gibt sich das Ei oder der auf dem Hof produzierte Frischkäse nicht weitgereist, sondern bodenständig. Man mag noch so sehr bestrebt sein, lokal zu konsumieren oder zu produzieren – die Verflochtenheit mit europa- oder weltweiten Produktions- und Wirtschaftszusammenhängen bleibt.

Es braucht aber nicht nur «Intermediäre», um die typischen «Kolonialprodukte», Zitronen und andere «Südfrüchte» herbeizuschaffen. Es ist auch ganz normal, dass «Intermediäre» zur Stelle sind, wenn das Bodenseegebiet auszuhelfen hat, wenn der Salat im Seeland dem Wetter zum Opfer gefallen ist – und umgekehrt; dass die Äpfel aus dem Tirol kommen, wenn hier die Lager leer sind usw. Dazu braucht es den Grosshandel.

Die kleinen Unehrlichkeiten

Doch statt dass die neuen Biodetailhändler, aus deren Mitte heraus der Grosshandel meist entstanden war, aktiv gestaltend mit diesem umgegangen wären, nahm man ihn und seine Dienstleistun-

Foto: BODAN



Ein Lager im Biogrosshandel.

gen als notwendiges Übel in Kauf. Der Gross- oder Zwischenhandel passte nicht in die Welt, die man herbeigesehnt hatte. Der Bio-grosshandel blieb im Bewusstsein verdrängt, für die Versorgung aber existenziell.

Während das Reformhaus schon vor 30 Jahren mit dem Slogan «Direkt ab Hof» für den Quark warb, den er vom regionalen Bio-verteiler bezog, dokumentiert das Biohotel heute ausführlich die Bezugsquellen seiner Produkte. Fleisch, Milchprodukte, Gemüse – alles aus der Region, direkt von den Produzenten! Der Biogrossist, der anteilmässig wichtigste Lieferant, blieb damals und bleibt heute unerwähnt. Er hat im vorgezeigten Bild keinen Platz. Das Bild, das uns zusagt, will, dass alles regional erzeugt und direkt beschafft ist. Alles andere verschwindet in einem Bewusstseinsloch. Auf diese kleine Unehrllichkeit treten auch Menschen gerne ein, die sonst die Unehrllichkeit der Werbung verabscheuen. Eine solche kleine Unehrllichkeit kultiert auch, wer Vertragslandwirtschaft und ähnliche Modelle idealisiert oder gar zum Versorgungsmodell der Zukunft erhebt. Eine Folge davon ist: In einem Bewusstseinsloch wird man nicht aktiv. Es gibt viele Ansätze der Gestaltung von Beziehungen zwischen KonsumentIn und Laden, zwischen Laden und Verteiler, zwischen Verteiler und Produzent, zwischen Verteiler und Grosshandel. Aber es ist nicht chic (nicht cool, nicht sexy – wie auch immer man will), Zusammenarbeitsformen zwischen Grossist, Laden und Produzent öffentlich zu thematisieren. Wen interessieren schon Zusammenarbeitsformen? So entwickeln sich die Formen der «Vermittlung» von Lebensmitteln halt urwüchsig, traditionell oder getrieben von Rationalisierungsbedürfnissen und Renditeerwartungen – wie es scheint aber immer so, dass ein Zustand der Entfremdung eintritt und im

llichkeit laborierenden Bioläden spürbar sein.

Folgerungen

Es geht hier nicht darum, neue Initiativen zu kritisieren, die ein bewundernswertes Engagement vieler Menschen zu mobilisieren vermögen. Ein Anliegen ist vielmehr, dass sich das Bewusstsein der an der Nahrungs-Wertschöpfungskette Beteiligten auf die gesamte Spanne der real existierenden und notwendigen Funktionen von der Produktion bis zum Konsum erstrecken möge. Das beschränkte Bewusstsein, das eine kleine Welt der Direktversorgung als ideal überhöht, bei gleichzeitiger tendenzieller Ablehnung der Versorgungsfunktionen eines Handels, den man gleichzeitig doch benötigt, verzichtet vorschnell darauf, gestaltend auf Produktions- und Handelsbeziehungen Einfluss zu nehmen. Dieses Bewusstsein ist wie das Wochenendhäuschen in unberührter Natur, in das man flüchtet, weil man den Alltag schlecht erträgt und in diesen schon gar nicht verändernd eingreifen mag. Man kann Flucht-haltungen verstehen. Man sollte sie aber nicht als Zukunftsvisionen aufs Podest heben. ●

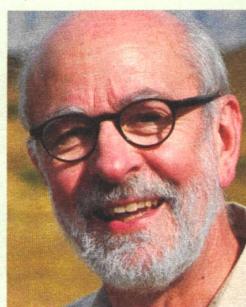
Abstand von 20 bis 30 Jahren Initiativen entstehen, die ein Zurück zu den Ursprüngen, zur Natur, zur Landwirtschaft realisieren wollen.

Kollateralschäden

Die Verdrängung von unabdingbaren Handelsstrukturen aus dem Bewusstsein, die kleinen Unehrlichkeiten, mag man als unschön beklagen. In dieser Bewusstseinslücke können sich aber auch ganz handfeste wirtschaftliche Niedergänge abspielen. Bio Suisse wies für 2010 Wachstum sowohl bei den Grossverteilern wie beim Ab-Hof-Verkauf aus. Nur der Biofachhandel scheint Rückgänge in Kauf nehmen zu müssen. Aufsehenerregend war die Schliessung des umsatzstärksten Bioladens der Schweiz im vergangenen Frühjahr, des Biosupermarkts Vatter, der in zwei Jahren über 15% Umsatz verloren hatte. Solche Entwicklungen haben selbstverständlich unterschiedlichste Ursachen. Allerdings ist es nicht abwegig anzunehmen, dass just diejenigen KonsumentInnen am offensten für neue Projekte mit «Direktkultur»-Charakter sind, die bisher dem Biodeetailhandel/Bioläden am nächsten gestanden

haben. Es ist wohl eher nicht der klassische Coop- oder Migros-Kunde mit Bioanteil, der plötzlich dem Unkraut des Bioproduzenten zu Leibe rücken will.

Sollten vertragslandwirtschaftliche Projekte erfolgreich und attraktiv sein (was primär auf agglomerationsnahe Projekte beschränkt bleiben dürfte), dann kann das für die da und dort bereits am Rand der Existenzmög-



Matthias Wiesmann gründete den Bioverteiler Horai AG in Bern und war Mitgründer der Via Verde AG. Als Mitgründer und Stiftungsrat der CoOpera Sammelstiftung PUK (Pensionskasse) und Verwaltungsrat der CoOpera Beteiligungen AG begleitet er viele Bio-Engagements dieser beiden Finanzierungsinstitutionen. Als Verwaltungsrat

der Vatterland AG erlebte er Höhe- und Tiefpunkte von Biodeetailhandel und -gastronomie, und als Mitgründer und Geschäftsführer / Redaktor von bionetz.ch (www.bionetz.ch) setzt er sich mit den verschiedenen Problemstellungen der Biobewegung auseinander.

mwiesmann@bionetz.ch/www.bionetz.ch

mwiesmann@coopera.ch/www.coopera.ch

Oberkirchstrasse 15, 8500 Frauenfeld