

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 40 (1960-1961)
Heft: 9

Artikel: Aktuelle Absatz- und Verwertungsfragen der schweizerischen Landwirtschaft
Autor: Jaggi, Ernst
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-161123>

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: 23.02.2026

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

Aktuelle Absatz- und Verwertungsfragen der schweizerischen Landwirtschaft

ERNST JAGGI

Was der Markt annimmt, lebt, was er ablehnt, geht unter. Immer mehr entscheidet der Markt auch über Umfang und Richtung der landwirtschaftlichen Produktion. Diese Entwicklung zeigt uns, daß nur das am Leben bleiben kann, was durch unaufhörliche Leistung Anerkennung erringt.

Alle, die sich der Erzeugung und dem Absatz von Gebrauchsgütern widmen, tun gut daran, das Neue, vor dem wir in der europäischen Wirtschaft stehen, rechtzeitig und richtig zu deuten und auf die besondern regionalen Verhältnisse anzuwenden.

Der systematischen Berücksichtigung der wissenschaftlichen Forschungsergebnisse in den Dingen des Alltags kommt heute eine andere Bedeutung zu als noch vor wenigen Jahrzehnten. Wir dürfen nicht an einer Tradition festkleben, aber auch nicht das Neue unbesehen hinnehmen. Die Technik bietet den Verbrauchern immer neue Schöpfungen an, die ihren Bedürfnissen entgegenkommen, sowie neue Waren, die bisher gar nicht bekannte Bedürfnisse erst wecken. Das Verständnis und die Aufgeschlossenheit für die Technik sind außerordentlich gestiegen, so daß davon das häusliche und private Leben immer mehr erfaßt wird.

Die große Gegenwartaufgabe der Landwirtschaft, an der wir alle mithelfen müssen, heißt, sich noch viel mehr als bisher nicht nur um eine rationelle, sondern vor allem *marktgerechte und qualitativ hochstehende Erzeugung und Verwertung* bemühen. Es ist eine Gegenwartaufgabe der landwirtschaftlichen Selbsthilfeorganisationen, das Verhalten der landwirtschaftlichen Produzenten zum Markt enger zu gestalten und unsere Einrichtungen absatzmäßig so zu entwickeln, daß sie mit denjenigen vergleichbarer Konkurrenz gleichwertig sind.

Aus sozialen, volkswirtschaftlichen und staatspolitischen Gründen ist es erforderlich, möglichst viele strukturell gesunde landwirtschaftliche Familienbetriebe auch unter erschwerten Wettbewerbsbedingungen zu erhalten. Diesem Ziel haben im Sinne der Selbsthilfe eine große Zahl von leistungsfähigen, den Bauern selbst gehörenden Verwertungs- und Absatzorganisationen zu dienen. Die landwirtschaftlichen Genossenschaften bilden ihrem Wesen nach starke Stützen einer zeitgemäß aufgefaßten und sozial orientierten Marktwirtschaft.

Neue Verbrauchstendenzen bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen

Verschiedene Analysen über die in der europäischen Landwirtschaft steigende Produktionsreserve einerseits und die Tendenzen der Bevölkerungsentwicklung anderseits ergeben, daß sich die nahrungswirtschaftliche Abhängigkeit von den Übersee-Ländern weiter vermindert.

In Westeuropa ist der Verbrauch an landwirtschaftlichen Erzeugnissen nicht statisch, sondern er weist, abgesehen von der Zunahme der Bevölkerung, durchaus verschiedene Steigerungsmöglichkeiten auf. Bei verbesserter Kaufkraft breiter Bevölkerungsschichten ist mit einer stärkeren preis- und qualitätsmäßigen Differenzierung zu rechnen, dem die landwirtschaftliche Produktion sowie besonders auch die verschiedenen Verarbeitungs- und Vertriebsstufen Rechnung tragen müssen. Je länger je mehr werden vorbehandelte, tiefgekühlte und kochfertige Erzeugnisse verlangt.

Wie das ernährungswirtschaftliche Problem der Welt nicht isoliert und nur von der Produktionsseite her betrachtet werden darf, so muß auch in Westeuropa ein noch besserer Ausgleich zwischen Überschuß- und Bedarfsländern bei Nahrungsmitteln, im Sinne einer im Interesse der Bauern und der Verbraucher liegenden Preis- und Absatzstabilisierung, angestrebt werden. Dabei ist sich die Landwirtschaft bewußt, daß speziell bei tierischen Erzeugnissen die Tendenz zur Erhöhung der Mengennachfrage, vor allem aber zur Erhöhung der Qualitätsausgaben, entscheidend von der Kaufkraftentwicklung breiter Verbraucherschichten abhängt.

Handels- und Verarbeitungsspannen

Für die Höhe der Handels- und Verarbeitungsspannen sind die Marktform und die Wettbewerbsverhältnisse bei den einzelnen Nahrungsmitteln entscheidend. Langfristig besteht die Tendenz zur Erhöhung der Vermarktungskosten je Gütereinheit. Dabei fallen in erster Linie die wachsenden Ansprüche der Verbraucher an Qualität, Verarbeitung, Darbietungsform und Dienstleistung sowie die zunehmenden Personalkosten, die nur zum Teil durch Rationalisierung wettgemacht werden können, ins Gewicht. Es wäre erwünscht, nicht nur über das quantitative Ausmaß der Verarbeitungs- und Handelsspannen, sondern auch über die qualitativen Momente noch besser orientiert zu sein.

Allgemein ist eine Verfeinerung des Nahrungsmittelangebotes eingetreten, was für die kaufkräftigeren Verbraucherschichten eine stärkere Differenzierungsmöglichkeit gegenüber früher bedeutet. Die Neigung zur vorbereiteten, tiefgekühlten und konsumfertigen Nahrung nimmt weiterhin zu. Die landwirtschaftlichen Erzeugnisse erhalten durch Kühlen, Gefrieren und durch Verarbeitung bis zu einem gewissen Grad die Vorzüge eines Markenartikels. We-

sensmerkmale eines Markenartikels sind die Verbreitung und Käuflichkeit in einem größeren Absatzraum. Er wird dort produziert, wo die Voraussetzungen am günstigsten sind. Bei Nahrungsmitteln ist es viel schwieriger, uns den zeitlichen Zyklus der Neuheiten zunutze zu machen als zum Beispiel bei Automobilen (Farbe, Form). Es ist auch viel schwieriger, neue Märkte und vermehrte Nachfrage zu schaffen.

Wenn auch die Einkommenselastizitäten der Nachfrage bei Nahrungsmitteln geringer sind als bei den übrigen Konsumgütern, so ist doch nicht zu übersehen, daß durch geschickte Werbung, Verbesserung der Aufmachung und Verpackung, Einführung von speziellen Qualitätszeichen und bei gewissen Produkten durch Standardisierung noch Verbrauchssteigerungen möglich sind. Deshalb muß sich die Landwirtschaft bei der Prüfung der Entwicklungstendenzen des Verbrauches über die Wandlung der Verbrauchsgewohnheiten und Lebensformen der konsumierenden Bevölkerung klar Rechenschaft geben. Wir leben in einer Periode der Tendenz zur Erhöhung der Qualitätsausgaben, des Rückganges des Verbrauches an Kohlehydraten und einer Zunahme des tierischen Eiweißverbrauches.

Der Fleischverbrauch wird steigen

Nach einer kürzlich veröffentlichten Untersuchung des Schweizerischen Bauernsekretariates ergeben sich bei Annahme einer jährlichen Zunahme des Realeinkommens pro Kopf von 2,0% bzw. 3,5% folgende Verbrauchsänderungen für das Jahr 1970 (1957 = 100)¹.

Die voraussichtliche Entwicklung des Gesamtverbrauches von Nahrungsmitteln in der Schweiz läßt in erster Linie eine wesentliche Zunahme des Verbrauches von Fleisch erwarten. Für das Jahr 1970 wird die erwartete Steigerung des Verbrauchs von Schweinefleisch bei der pessimistischen Variante mit 25% und bei der wahrscheinlicheren mit 37% gegenüber dem Basisjahr 1957 geschätzt. Ähnlich ist die Zunahme des Verbrauches von Rindfleisch in der Höhe von 25% und 33%. Die Vermehrung des Kalbfleischverbrauches ist etwas geringer und dürfte 19% bzw. 27% erreichen. Größere Steigerungsmöglichkeiten bieten sich auf dem Gebiet des Geflügelfleischverbrauches, der eine Zunahme von 93% bzw. 157% erwarten läßt. Diese Zunahme geschieht teilweise auf Kosten des Kalbfleischkonsums. Auch der Konsum von Fischen kann beträchtlich zunehmen (um 32% bzw. 43%).

Sehr gute Aussichten bestehen hinsichtlich der Ausdehnung des Verbrauches von pflanzlichen Fetten und Ölen (42%) und Butter (37%). In der

¹ Voraussichtliche langfristige Entwicklungstendenzen des Verbrauches und der Produktion von Nahrungsmitteln in der Schweiz von Dr. J. Petricevic, erschienen im Landw. Jahrbuch der Schweiz, Heft 3, 1960, S. 207, herausg. vom EVD Bern.

Milchwirtschaft sind hingegen die Möglichkeiten der Konsumausweitung beschränkt. Der Gesamtverbrauch kann im Jahre 1970 nur um 12% höher geschätzt werden. Die Erhöhung wird in erster Linie durch die Bevölkerungsvermehrung sowie dank einer beträchtlichen Ausweitung des Butterverbrauches bedingt, während der gesamte Trinkmilchverbrauch weiterhin zurückgehen dürfte. Neben dem Butterverbrauch mildert auch die Zunahme des Rahm-, Joghurt- und Käseverbrauches die negative Auswirkung des Trinkmilchverbrauches.

Beim Eierverbrauch ist die Zunahme langsamer als bei Fleisch, und es kann eine Verbrauchsausweitung von 17% bzw. 12% Anno 1970 gegenüber 1957 erwartet werden.

Unter den pflanzlichen Produkten ist die Situation beim Speisekartoffelverbrauch ungünstig. Der für das Jahr 1970 vorausberechnete gesamte Konsum bewegt sich ungefähr auf dem gleichen Niveau wie im Jahre 1957.

Ein leichter Anstieg des Brotgetreideverbrauches wird ausschließlich durch die Bevölkerungszunahme bedingt. Etwas höher ist die Verbrauchserwartung beim Gemüse, doch bleibt sie eher bescheiden. Der Weinverbrauch kann um 13% bzw. um 16% zunehmen, während die Ausweitung des Zuckerkonsums etwas größer ist und 19% bzw. 26% beträgt. Relativ stark wird die Steigerung des Konsums von Obst und Süßfrüchten sein.

Im Vordergrund der gesamten Nachfrageentwicklung steht die Tendenz einer sehr beschränkten Zunahme des gesamten Verbrauches von Milch und Milcherzeugnissen gegenüber einer beträchtlichen Steigerung des Fleischkonsums, welche namentlich hinsichtlich des Rind- und Schweinefleisches, aber auch des Kalbfleisches günstige Perspektiven für die inländische Landwirtschaft eröffnet. Das führt insbesondere mit Rücksicht auf die Absatzschwierigkeiten bei der Milch zur Schlußfolgerung, daß in der Rindviehhaltung eine allmähliche Umstellung von der gegenwärtig zu stark betonten Kuhhaltung auf die Fleischproduktion notwendig ist.

Aufgaben der Vermarktung

Man vergesse bei der Prüfung von Absatzfragen für landwirtschaftliche Produkte nie, daß über 80 Prozent der gesamten Verbrauchsausgaben durch die Hausfrauen getätigten werden. Am Beispiel der Fleischpreisgestaltung kann man übrigens klar verfolgen, daß die Hausfrauen in der Regel weniger den Zusammenhang Erzeugerpreise — Konsumentenpreise als die Beziehung Haushaltsausgaben — Konsumentenpreise sehen.

Eine der typischen Erscheinungen in der Führung der Familienhaushalte ist das Hinschwinden der Vorratshaltung. Einkauf in kleinen und abgepackten Mengen ist die Tendenz, was für den Handel die Notwendigkeit eines stärkeren mengenmäßigen Ausgleichs und damit höherer Kosten bedeutet als früher.

Aber auch der qualitätsmäßige Ausgleich, das heißt alles was der Konsument in bezug auf Sortierung, Aussehen, Aufmachung, Auswahl, Darbietung, Prüfbarkeit usw. wünscht, kurz der gesamte «Service», erhöht die Anforderungen an die Verteilung und führt zwangsläufig zu höheren Kosten. Die Leiter der Propagandazentralen für einzelne Produkte könnten uns vielleicht die Irrationalität einzelner Verbraucher erklären, Appetit auf eine Ware gerade dann zu haben, wenn sie die Natur nicht spendet. Mit Lagerhaltung und Konservierung kann heute jedes zeitliche Auseinanderklaffen überbrückt werden, aber kaum ohne zusätzliche Kosten.

Mit der Änderung der Lebensgewohnheiten, der Freizeitgestaltung usw. ändert sich auch die Ernährungsweise. Die eigentliche Schwerarbeit geht zurück, und die «sitzenden Berufe» sind im Zunehmen begriffen. Gewöhnliche Frischmilch wird in steigendem Maße durch Milchspezialitäten, pasteurisierte Milch, Sterilmilch- und Sterilkakao-Getränke ersetzt. Die «verlorene Packung» wird durch die modernen Lebens- und Konsumgewohnheiten stets weitere Kreise ziehen. Die Ansprüche an Qualität, Verarbeitung, Aufmachung und Dienstleistung steigen.

Die Aufgabe der Vermarktung dringt einerseits immer näher zur Erzeugerstätte vor und anderseits dringt sie immer weiter in die Konsumation, das heißt bis zur letzten Stätte vor dem Verzehr ein. Dem landwirtschaftlichen Produzenten werden dadurch Risiken und Arbeitskosten, der Hausfrau Zeit und Arbeit erspart. Die Vermarktungskosten aber werden unweigerlich größer.

Es liegt auf der Hand, daß Landwirtschaft und Konsument bei den Handels- und Verarbeitungsspannen ein spezielles Interesse an der Rationalisierung und Kostensenkung auch in der Verteilungsstufe haben. Wir können feststellen, daß gerade in hoch entwickelten Industrieländern die Preise für Nahrungsmittel relativ hoch liegen, weil die Ansprüche der Konsumenten insbesondere für jede Art von Dienstleistungen sehr stark gestiegen sind. In diesen Volkswirtschaften besteht die Tendenz, daß die Nachfrage nach Dienstleistungen immer weiter zunimmt, ja daß sie in vielen Fällen überhaupt nicht mehr befriedigt werden kann. Dabei machen die tertiären Wirtschaftszweige in diesen Industrieländern bereits 50 Prozent der gesamten Erwerbstätigkeit aus. Da aber der technische Fortschritt im tertiären Bereich, zu dem ein großer Teil des Verteilungsapparates gehört, am wenigsten wirksam ist, viel weniger als im primären und sekundären Sektor der Volkswirtschaft, muß diese stärkere Nachfrage nach gering mechanisierbarer Handarbeit den Verteilungsweg unserer Waren notwendigerweise verteuern. Der ökonomisch orientierte Einsatz der Technik ist hier nur in beschränkterem Maße möglich als in der Industrie.

Der in der Vollbeschäftigung gegebenen Tendenz steigender Löhne und Gehälter vermögen sich diejenigen Wirtschaftszweige weitgehend zu entziehen, die relativ leicht Arbeit durch Kapital zu ersetzen vermögen. Innerhalb der Landwirtschaft und des Handels, aber auch innerhalb der Verwaltung, der

öffentlichen wie der privatwirtschaftlichen, sind in dieser Richtung sehr enge Grenzen gesetzt. Die Folge bildet die tendenzielle Kostenerhöhung.

Im Vordergrund steht die Selbsthilfe

Die optimale Aufgabenteilung zwischen Staat, Selbstverwaltung und Einzelbetrieb ist in der modernen Wirtschaft der Schweiz ein täglich zu bewältigendes Problem. Der Staat soll nur solche Funktionen übernehmen, die von Selbsthilfeorganisationen und Wirtschaftsverbänden sowie von einzelnen Betrieben überhaupt nicht oder nicht in gleich guter Qualität oder nicht so billig durchgeführt werden können wie durch ihn.

Die alte Wahrheit, daß man seine Stellung in der Gemeinschaft nur durch das behaupten kann, was man für sie leistet, wird in der Schweiz mit wenig Ausnahmen von den maßgeblichen Berufs- und Wirtschaftsverbänden erkannt. Sie sind sich ihrer Verantwortung bewußt, die mit dem Eintritt in den öffentlichen Bereich unausweichlich verbunden ist.

Noch darf sich unser Land dank einer gesunden Mischung von Industrie, Landwirtschaft, Gewerbe und Handel zu den wirtschaftlich gesunden Landschaften der Erde zählen. Ebenso wichtig ist in allen Wirtschaftsgruppen eine gesunde Mischung von Groß-, Mittel- und Kleinbetrieben. Schon Ende des letzten Jahrhunderts sind sich in weiten Gebieten unsere Bauern bewußt geworden, daß sie die strukturelle Marktunterlegenheit des landwirtschaftlichen Anbieters nur durch genossenschaftlichen Zusammenschluß auszugleichen vermögen. Die Abhängigkeit der Erzeuger von Boden und Klima lassen Vor- ausplanung und Abstimmung der Erzeugung auf das Marktgeschehen nur in beschränktem Rahmen zu. Der einzelne Landwirt kann das Angebot seiner Erzeugnisse nur sehr kurze Zeit zurückhalten, da er selbst in der Regel nicht lagern und vor allem nicht konservieren kann. Bei Absatzrückgang ist die Umstellung oder Einschränkung der Produktion, wie das bei andern Produktionsarten in solchen Fällen geschieht, schwer oder gar nicht möglich. Die Marktschwäche des einzelnen Landwirtes kann nur durch Zusammenschluß ausgeglichen werden, der die Wirtschaftskraft summiert, den Einzelnen aber selbständig bleiben läßt.

Die Absatzfragen sind noch keineswegs bei allen Produkten voll befriedigend gelöst, und der Einfluß der landwirtschaftlichen Selbsthilfeorganisationen als Marktregulator innerhalb der freien Wirtschaft ist vielfach noch ungenügend. Diese Selbsthilfeorganisationen wollen kein Monopol — es darf nie ihr Bestreben sein, den Wettbewerb zu beseitigen —, vielmehr gilt es, die Landbevölkerung erst wettbewerbsfähig zu machen. Es geht heute nicht darum, den privaten Handel zu bekämpfen, sondern die Marktlage der Landwirtschaft zu verbessern und neue Zusammenarbeitsformen mit den Verbrauchern und dem Handel zu finden.

Unsere landwirtschaftlichen Genossenschaften wünschen auch nicht, daß der Verbraucher einfach zum Objekt der Kommerzialisierung werde, sondern sie wollen ihn beraten und ein Vertrauensverhältnis zu ihm und seinen Organisationen aufbauen. Dabei ist es nicht das Ziel, alle Methoden der Tiefenpsychologie anzuwenden, um einen Kaufanreiz auszulösen, wie das zum Beispiel in den USA und von gewissen Firmen auch bei uns geschieht, etwa nach dem Slogan: «Man muß die Frauen unglücklich machen über das, was sie bereits besitzen, damit sie sich wieder etwas Neues kaufen.» Der bis zur Sinnlosigkeit forcierte Moderhythmus mag vom Standpunkt moderner Absatzstrategie richtig sein, aber dem langfristigen Interesse des Verbrauchers bzw. der Verbraucherin ist damit wenig gedient. Trotzdem gilt es aber auch für unsere Genossenschaften, die Verkaufs- und Werbemethoden den Bedürfnissen der Gegenwart anzupassen und die Verbraucher zur Qualität und zu vernunftmäßigem Verhalten zu erziehen. Die Parole heißt: «Nicht überlisten und übervorteilen, sondern dienen, aufklären und beraten.» In unseren Verhältnissen werden sich auf die Dauer diese seriösen Verkaufsmethoden auch umsatzmäßig besser bezahlt machen als die raffinierte Beeinflussung des Unbewußten, bei dem der Käufer schließlich gar nicht mehr weiß, warum er sich zum Kauf entschlossen hat.

Unsere gegenwärtigen und nächsten Aufgaben liegen darin, in den Verteil- und Verkaufsfunktionen eine möglichst weitgehende Rationalisierung zu erreichen. Das ist ein Zug der Zeit, dem sich auch die landwirtschaftlichen Verwertungs- und Marktorganisationen nicht entziehen können. Leider sind diese Aufgaben vielfach nur bei noch stärkerer Konzentration in den Produktionsprogrammen und den damit verbundenen Investitionen zu lösen. Wir müssen es von verschiedenen Standpunkten aus bedauern, aber die sich stellenden Rationalisierungsaufgaben und die Automation verlangen auch bei den zentralen landwirtschaftlichen Verwertungs-Organisationen zunehmend größere Mittel. Unser Bemühen geht dahin, die strukturellen Kapitalschwächen vieler kleiner Ortsgenossenschaften durch regionale Gemeinschaftseinrichtungen zu überwinden.

Förderung der Marktforschung und Qualitätsspezialisierung

Für die Landwirtschaft und ihre Genossenschaften gilt es, aus den angetönten Strukturänderungen des Verbrauchs die Schlußfolgerungen zu ziehen, daß der *Qualitätsfrage, der Erzeugung von qualitativ hochstehenden Spezialerzeugnissen, noch vermehrte Beachtung geschenkt werden muß*. Die Qualitätsspezialisierung wird sich in Zukunft auch preislich noch stärker durchsetzen. Qualitätsprodukte sowie Spezialqualitäten werden zunehmend mehr Käufer finden, die auch bereit sind, einen entsprechenden Preis zu bezahlen.

Diese Produkte müssen aber auch in einer vom Markt geforderten Beschaffenheit, Aufmachung, Sortierung und Verpackung zum Absatz gelangen. Hier stehen unsere Genossenschaften und die regionalen Absatzorganisationen noch vor großen Aufgaben. Auf die dringende Notwendigkeit des *Ausbau der Lehre und Forschung* auf dem Gebiete der Marktwirtschaft an der Abteilung für Landwirtschaft der ETH in Form der Errichtung eines speziellen Lehrstuhles und Institutes sei hier nachdrücklich hingewiesen.

Der sich anbahnende wirtschaftliche Zusammenschluß stellt sowohl die Landwirtschaft wie ihre Verwertungs und Marktorganisationen vor neue Aufgaben. Die Verwirklichung der weitgesteckten Ziele hängt in wesentlichem Maße von den getroffenen Organisationsformen, den technischen Einrichtungen, aber auch der Einsicht und der Solidarität der Produzenten ab. Daneben ist der Zusammenarbeit mit den übrigen Wirtschaftsgruppen besondere Beachtung zu schenken. Wir hoffen, in Zukunft noch zu besseren Zusammenarbeitsformen zu kommen, damit die Produktivität auf den verschiedenen Erzeugungs-, Verwertungs- und Handelsstufen im allgemeinen Interesse weiter gefördert werden kann.