

währung hatten, machte sich der Umschwung, daß nach dem politischen Umsturz die Getreidezölle zur Aufhebung gekommen waren, sofort in allerschlimmster Weise für die Landwirtschaft bemerkbar. Die Getreidepreise sanken ins uferlose, auf der anderen Seite hatte sich die deutsche Gesamtwirtschaft durch den jahrelangen Zahlentaumel jeder vernünftigen Berechnung entwöhnt. Die damals durchgeführte Kartellierungspolitik der Industrie hatte außerdem für die meisten Artikel, die die Landwirtschaft für ihren Betrieb erwerben mußte, Kohle, Eisen, Düngemittel usw., Preise angesetzt, die in gar keinem Verhältnis zu den niedrigen Preisen der landwirtschaftlichen Produkte standen. Diese Industriepolitik hat der Landwirtschaft blutende Wunden geschlagen, zwar erkannte man sehr bald, daß der Mangel an Schutzzöllen die Landwirtschaft zum Erliegen bringen würde und versuchte, zunächst durch mäßige Zölle, die später allgemein gesteigert wurden, abzuwenden. Alle diese Umstände brachten es außerdem mit sich, daß die Landwirtschaft seit 1924 nicht mehr rentabel wirtschaften konnte und gezwungen wurde, neue Schulden zu machen. Das Schuldenmachen fiel ihr um so leichter, als ihr Kredite im Uebermaß, allerdings zu Zinsen, wie sie niemals aufgebracht werden konnten, gewissermaßen aufgedrängt wurden. Man glaubte ganz allgemein, daß die Rentabilität der Landwirtschaft gesichert sei, und daß diese die erhaltenen Kredite sehr schnell würde zurückzahlen können. Das hat sich leider als grundlegender Irrtum erwiesen. Die Verschuldung nimmt von Jahr zu Jahr zu und hat dazu geführt, um nicht Zehntausende von Betrieben zum Erliegen kommen zu lassen, zu dem viel umstrittenen Mittel der Sicherung zu greifen.

Der Herausgeber:

Ja und weshalb keine Werbung?

E. Mendelsohn:

Wie Sie ja selbst eingangs richtig erwähnt haben, besitzt die Landwirtschaft auf diesem Gebiet nur sehr geringe Erfahrung. Bestrebungen hierzu sind zwar immer wieder aufgetaucht, insbesondere haben die Reichsbehörden versucht, Milchprodukte, Roggenbrot, Speisekartoffeln usw. zu propagieren. Die Obstzüchtervereinigungen, die Vereinigungen Deutscher Geflügelhaltungen haben ihre veredelten Produkte durch Propaganda zu fördern versucht. Alle diese Dinge sind aber nicht zu einem durchschlagenden Erfolge gekommen, wahrscheinlich infolge der arg geschwächten Kaufkraft der Massen. Das braucht aber kein Vorwurf für die Werbemaßnahmen zu sein, sondern es liegt wohl mehr an dem Fehlen einer konstanten Ware und an den sich dauernd überschlagenden Wirtschaftsänderungen.

Was in dem einen Jahre richtig ist, kann in dem folgenden schon wieder falsch sein. Ich bin der Ueberzeugung, daß die landwirtschaftlichen Organisationen mit dem Augenblick, mit dem eine einigermaßen gesicherte Rente für ihre Arbeit vorhanden wäre, auch ihre Erzeugnisse im großen Stil propagieren würden, um so mehr, als ja in anderen Ländern, besonders in Amerika, dieses System mit ganz außerordentlichem Erfolg durchgeführt worden ist. Hauptaufgabe dieser Propaganda müßte es sein, die Konsumenten davon zu überzeugen, daß der Verbrauch heimischer Produkte in den besten Qualitäten einen allgemein wirtschaftlichen Nutzen in sich schließt, an dem sie selbst als Zugehörige zu diesem Wirtschaftskreis Anteil haben. Es steht ganz außer Zweifel, daß z. B. die dänische Milch sowie der holländische und der Schweizer Käse in derselben Qualität wie im Ursprungslande und zu nicht höherem Preise in Deutschland hergestellt werden können und hergestellt werden. Es geht also darum, die städtischen Käufermassen davon zu überzeugen, daß das deutsche Erzeugnis dem fremden absolut gleichwertig ist, allerdings wirkt dieser Aufklärung die größere organisatorische und propagandistische Erfahrung des Großhandels und der Importeure entgegen.

Der Herausgeber:

Es will mir auch scheinen, daß bezüglich der Standardisierung der einzelnen Produkte das Ausland weiter ist als wir. Der Konsument hat nichts lieber, als wenn er weiß, daß er die Ware, die ihn einmal zufrieden stellte, in der gleichen Art und Qualität zu jeder Zeit wiederbekommen kann.

E. Mendelsohn:

Es sind auch in Deutschland seit längerer Zeit Bestrebungen im Gange, die Standardisierung der landwirtschaftlichen Produkte zu fördern. Es gibt heute schon erstklassige Vorzugsmilch, Markenmilch, Markenbutter, Markenkartoffeln und Markeneier. Daß diese Versuche zu einer gesteigerten Verwendung der deutschen Markenartikel geführt haben, kann man nicht ohne weiteres behaupten. Ganz zweifellos ist der Importeur eher in der Lage, in dieser Richtung propagandistisch leistungsfähiger zu sein als die Landwirtschaft, die in hunderttausend Einzelbetriebe gespalten ist. Es ist bisher nicht möglich gewesen, auch nur einen kleinen Teil dieser Betriebe unter einen Hut zu bringen trotz aller segensreichen Wirkungen des Genossenschaftswesens. Ich möchte der Meinung Ausdruck geben, daß nach dieser Richtung hin, zu wenig propagandistische Schritte getan worden sind. Insbesondere glaube ich, daß in allen landwirtschaftlichen Kleinbetrieben nicht genügend für Aufklärung gesorgt wird. Es