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

Herausgeber: Bioforum Schweiz

Band: 62 (2007)

Heft: 6

Artikel: Das Wort hat Weiss : der Konsument

Autor: Weiss, Jakob

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-891462

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

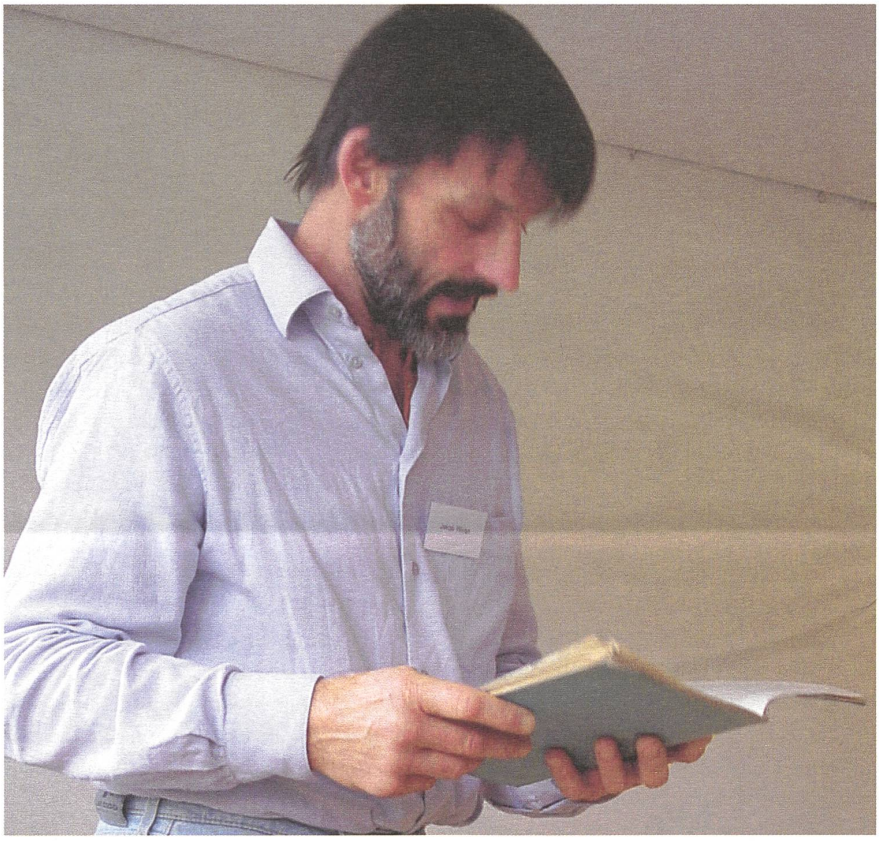
Download PDF: 13.07.2025

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

Das Wort hat Weiss: der Konsument

Nicht der Bürger, schon gar nicht der Citoyen und nicht die Einwohner eines Landes oder Mitglieder einer Nation sind heute wegweisend für die Gestaltung einer Gesellschaft. Die massgebende Kraft heisst bei uns «im Westen» schon länger: der Konsument – weiss Jakob Weiss.

Sind Sie gerne Konsument oder im weiblichen Fall Konsumentin? Es gibt natürlich noch andere Menschenkategorien, denen man sich angehörig fühlen kann. Vielleicht sind Sie ja ein Fan und womöglich gar gewerkschaftlich in einem Fan-Club organisiert, für deren Mitglieder man eine Fan-Meile bei wichtigen Fussballspielen einrichtet oder gewisse TV-Serien sendet. Sie sind vielleicht auch Flugmeilensammlerin. Oder zwei oder drei Dinge zusammen. Hier nicht vergessen möchte ich die Asylanten. Das ist ebenfalls eine neue Menschengattung, deren Mitglieder scharf umrissen sind durch den Status ihrer Unerwünschtheit. Doch die Mutter aller Gattungen ist eindeutig jene der KonsumentInnen. Niemand gehört ihr nicht an. Solidarität wird in ihr zwangsläufig und grenzenlos. Keine äusseren Feinde sind in Sicht: oberstes Glied der Nahrungskette, Krone der Schöpfung.



Wird uns hoffentlich weiterhin gekonnt die Leviten lesen: k+p-Wortklauber Köbi Weiss.

Bresche der Billigkeit

Konsumenten und Konsumentinnen bestimmen, was sich verkaufen lässt (Hat es womöglich vor Jahrzehnten mit dem Wunsch nach weissem Kalbfleisch begonnen?), welches Shampoo und welche Schmerztablette sie unterstützen wollen, was unter den Christbaum kommt oder wer in die Politik gewählt wird, ob es beim Telefonieren Empfangslücken geben darf, welches Wellness-Hotel das richtige Preis-/Leistungsverhältnis hat und was die Schulen für einen Unterricht anbieten. Und ob die Kirchen noch jeden Sonntag einen Gottesdienst anbieten können. Die KonsumentInnen werden unterstützt von auflagestarken Zeitschriften, die so tun, als wäre diese Spezies vom Aussterben bedroht und sich deshalb – wie weiland der vordemokratische Winkelried – für ihre Klientel in gegnerische Lanzen werfen, um eine Bresche der Billigkeit in die Phalanx der Abzockergehülfen zu schlagen. (Bei diesem Vergleich mit einem alten Eidgenossen fühlt sich womöglich Don Quichote mit seinen Windmühlen ausgebootet, doch ich fühle mich meinerseits dem Prinzip Terroir und AOC verpflichtet.) Der Idealtyp des Konsumenten ärgert sich über jeden Preis und sucht nach einem billigeren Produkt. Leidenschaftlich spürt er der Ungerechtigkeit nach, die ihm täglich durch das Bezahlen von Dingen widerfährt. Er weiss, dass er seinen Kampf unermüdlich führen muss und dass es wichtig ist, darüber zu sprechen; wichtig auch ist, Verbündete zu gewinnen und das Gefühl des preislichständig-Hintergangenwerdens epidemisch zu verbreiten. Unter diesem Aspekt gewinnen dann auch gewisse Länder ausserhalb der Schweiz an Wertschätzung.

Die Konsum-Demokratur

Wirklich neu ist dies alles nicht, aber vielleicht darf ich es hier einmal so sagen: Wir leben in einer Konsum-Demokratur. Nicht der grosse B ist der künftige Diktator in einer noch gar nicht so alten Demokratie, es ist die Unzahl von emsigen Ks, die zunehmend an die Macht strebt: Konsument und Konsumentin sind der Massstab fast aller Dinge geworden. Das Wort ist ein Diamant – es zertrümmert Argumente und blendet Wörter weg, die ihm nahe treten möchten. So unangefochten hat schon lange kein Wort mehr regiert. Ich aber wollte eigentlich nur die Frage stellen: Will die Landwirtschaft, will die sogenannte Bio-Landwirtschaft, sich mit KonsumentInnen verbünden und von ihnen abhängig sein? *Jakob Weiss*

Bisher sind von Jakob Weiss folgende Wörter des Monats hinterfragt worden: Strukturwandel (k+p 1-07), Konkurrenzfähig (k+p 2-07), Wettbewerb (k+p 3-07), Einwegflasche (k+p 4-07) und Bio (k+p 5-07). Jakob Weiss jongliert übrigens auch am 15. Möschberg-Gespräch vom 14./15. Januar mit Wörtern. Mehr dazu in diesem k+p auf Seite 27.