

# Das Wort hat Weiss : der Konsument

Autor(en): **Weiss, Jakob**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **62 (2007)**

Heft 6

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-891462>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

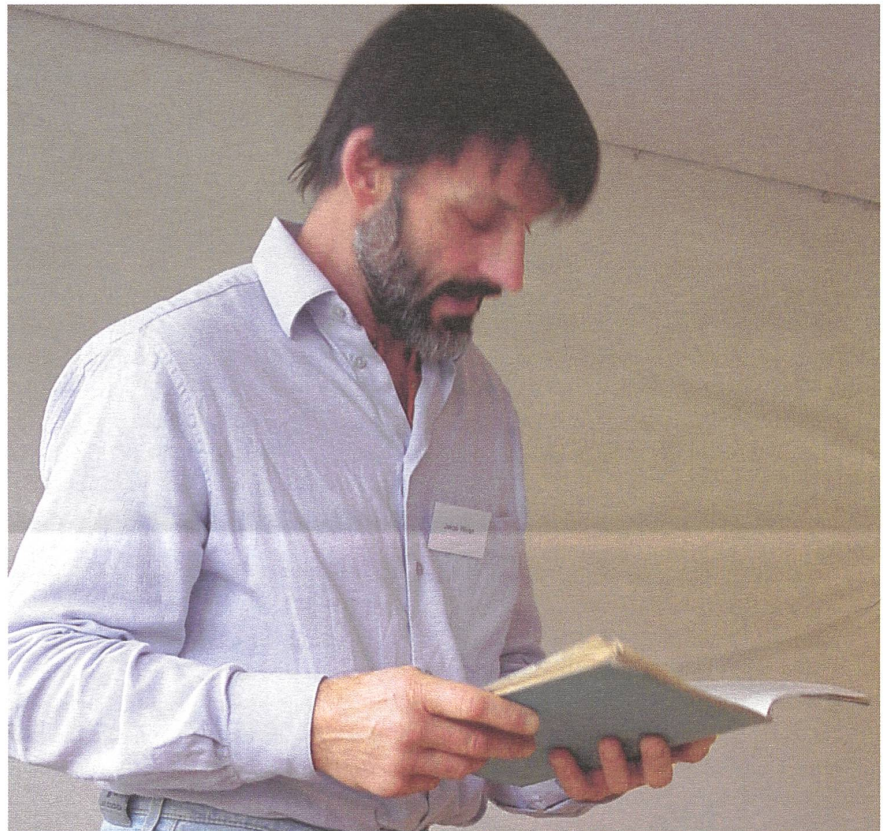
# Das Wort hat Weiss: der Konsument

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.

## 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 Abzockergehülften 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



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

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 preislich-ständig-Hintergangenwerdens epidemisch zu verbreiten. Unter diesem Aspekt gewinnen dann auch gewisse Länder ausserhalb der Schweiz an Wertschätzung.

## Die Konsum-Demokrat

Wirklich neu ist dies alles nicht, aber vielleicht darf ich es hier einmal so sagen: Wir leben in einer Konsum-Demokrat. 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.**