



His Master's Noise

So krass war es noch nie. Wenn du übers Land fährst, dann erdrücken dich die Plakate gegen die «extremen Landwirtschaftsinitiativen». Sie suggerieren dir: Wer diese Initiativen unterstützt, bringt massenweise Bauernhöfe um. Nun war es natürlich nie mein primäres Lebensziel, mit meinem explosiven Stimmzettel akkurate Bauernhäuser abzufackeln. Denn wenn ich am Emmental etwas ganz besonders schätze, und das ist jetzt eine Art Lebensbeichte, dann sind das die Landwirt*innen und die Fürsorge, mit der sie Haus und Hof pflegen. Und unsere Landschaft. Komma.

Stadt und Land, ein Missverständnis

Warum Komma, und nicht Punkt? Weil die Geschichte noch nicht zu Ende erzählt ist. Denn schon jetzt ist absehbar, dass die Medien am nächsten Abstimmungssonntag wieder das Klagelied von der Entfremdung zwischen Stadt und Land singen werden. In Tat und Wahrheit ist es aber der Song vom Graben, der sich zwischen dem bewussten, um nicht zu sagen kritischen Konsumenten und dem Ur-Produzenten aufgetan hat. Um Stadt und Land geht es dabei gar nicht. In der Stadt leben einfach mehr Konsument*innen. Beide Seiten, und das ist das Verrückte an der Geschichte, sind vom selben Gefühl getrieben: der Angst. Die Landwirte fürchten um ihre Existenz, und die verschwundenen Betriebe geben ihnen vordergründig Recht, wobei das Überlebensverständnis sich fatalerweise an herkömmlichen Anbautechniken orientiert und an den zuverlässig fliessenden Subventionen. Noch wichtiger als der Faktor Konsument ist für viele Landwirte nämlich unterdessen der Investor Staat, dessen Beihilfen allerdings an Bedingungen geknüpft sind, die ständig wechseln. Zuverlässigkeit sieht anders aus. In den Botschaften der Bauernverbände zur Abstimmung ist vom Staat und seinen Subventionen aber keine Rede. Angesprochen wird dafür der Konsument. Und das mit gutem Grund. Denn der Kunde kauft zunehmend biologisch, zunehmend regional, also direkt, und am besten auch noch unverpackt. Also soll die (von-wem-auch-immer-aberganz-sicher-nicht-von-Syngenta-gesponserte) Kampagne uns Konsument*innen den altbewährten Schrecken einjagen: «Tante Trudy, du verlierst deinen Hoflieferanten, wenn du ein Ja auf den Stimmzettel kritzelst». – «Himmu-Schtärne, Hausi, so wirsch zum Totegräber vor Landwirtschaft.» Aber genau hier liegt das Missverständnis. Der Konsument hat heute vor viel grundlegenderen Dingen Angst. Vor dem Verlust seines sauberen Wassers. Der sauberen Luft. Seiner Gesundheit. Er ist das Gegenteil von einem Massenmörder. Ich glaube, wir sollten mehr miteinander reden.

Andreas Aebi