

VON DER ROLLE

von Anja Schulthess

Us Liebi zur Natur



Slavoj Žižek entlarvt unsere Liebe zu Bio und Ökologie. Bild: pd

Wir alle tun es und fühlen uns danach irgendwie besser. Wir kaufen dieses Zeug, von dem wir glauben, dass es natürlicher, gesünder, irgendwie «läbiger» sei. Und wenn wir dann beim Einkaufen an der Kasse dieses Zeug vor dem Menschen mit dem kümmerlichen Einkaufskorb mit zwei Tüten H-Milch und einem Päckli Salami auftürmen, dann sind wir auf eine merkwürdige Art und Weise, und nicht ohne Unbehagen, stolz wie ein kleines Kind, das den Eltern sein Gekrabbel präsentiert. Wir sind alle «bio». «Bio» ist sexy, jung, gesund und verantwortungsvoll und längst nicht mehr ausschliesslich Sache von ausgemergelten «Chörnlipickern» und veganen Bleichgesichtern. Das haben auch Grossverteiler wie Coop begriffen und eine Werbekampagne für Bioprodukte mit dem Slogan «Für die Liebe zur Natur» lanciert. Das Zielpublikum: der Hipster (dieses neue Phänomen des jungen, urbanen Menschen, der für viel Geld von Mami und Papi maximal verwahrlost rumläuft, um vielleicht ein bisschen wie ein echter Künstler auszusehen). Nebenbei bemerkt zeigt das schön, wie die Grossverteiler für jeden Konsumententypus das Passende haben – «für mich und dich». Sie erinnern sich an die grossangelegte Grillwerbekampagne von letztem Sommer? Zielpublikum: Fleischfresser, beziehungsweise der zum Neandertaler degradierte Mann: «Du Schatz, chame das tsch tsch?» (deutsch: «cha me das grilliere?»). Aber egal. Zurück zur Bio-Werbekampagne, wobei der Werbespot besondere Beachtung verdient: Drei Männer und eine Frau – attraktiv, eben jene Gattung Hipster – tanzen und rappen im Kuhstall und auf dem Misthaufen und mimen die glücklichen Biobauern. Das kauft man ihnen zwar nicht ab – weshalb es vielleicht zwecks Authentizität geschickter gewesen wäre, den ehemaligen Mister Schweiz und echten Bündner Bio-Bauern Renzo Blumenthal und seine Ladina zu fragen – aber um Authentizität geht es dem Werbefilm eigentlich nicht. «Bio» ist cool, und wenn du dabei bist, bist du es auch. Das ist die Botschaft – womit man den Hipster natürlich gleich hat. Zudem vermittelt die Werbung die seltsame Vorstellung, wir würden, indem wir ein Produkt mit der Marke «Bio» konsumieren, etwas Gutes tun. Das ist natürlich ähnlich blöd, wie zu glauben, der Todesschuss zwecks Fleischgenuss täte der «glücklichen» Sau irgendwie weniger weh. Paradox, aber es funktioniert: Mit der Bioknospe kaufen wir uns das gute Gewissen. Darüber hinaus beschwören die aufgehübschten Bilder dieser Werbung den Mythos der Einheit von Mensch und Natur und tragen nicht zuletzt dazu bei, das zu verdrängen, was uns eigentlich klar ist: Nämlich, dass diese schöne Natur gewaltig bedroht ist. So, und da nun unser ganzer Stolz darüber, zu den «Bios» zu gehören, eh hin ist, schauen Sie sich doch auf Youtube das Video «Slavoj Žižek in Examined Life» an. Eine kluge Analyse von Zappel-Žižek, in welcher er die Ökologie als verkappt konservative Ideologie entlarvt, und dies vor einem Müllhaufen. «This is where we should start feeling at home». Aus Liebe zur Natur.

SCHAUFENSTER

Provokante Konvertiten

1 Muhammad Asad, der nichts mit dem syrischen Assad-Regime zu tun hat, studierte in Wien Philosophie, brach ab, arbeitete in Berlin als Assistent von Filmregisseur Murnau und wurde schliesslich Korrespondent bei der «FAZ». 1948 schrieb er die erste Verfassung für Pakistan (sie wurde abgelehnt) und erhielt als erste Person vom neugegründeten Staat den Pass. Ein viertel Jahrhundert zuvor hatte er noch Leopold Weiss geheissen und war Jude, 1926 konvertierte er zum Islam und war damit für seinen Vater «gestorben».

Im heutigen Religionen-Supermarkt des Westens, wo sich jeder seinen Glauben zusammenstieft, wie es ihm gerade passt, würden man meinen, Konvertiten stiessen auf Verständnis. Tun sie aber nicht. Auch hier sind sie ein Affront. Frauen, die sich zum Islam bekehren, lösen Kopfschütteln aus, und wenn sie dann noch die Sharia befürworten, knotet es die Unverständnisknöpfe noch fester zusammen. Warum Konvertiten nicht gemocht werden? Weil sie mit dem Übertritt laut «Nein» zum einen und «Ja» zum anderen Lebensstil sagen. «**Treten Sie ein! Treten Sie aus!**», die neue Sonderausstellung des Jüdischen Museums in Hohenems, beschäftigt sich mit diesen Konflikten, die rund um Übertritte entstehen, und hakt damit in der Mitte des Titels ein, in dem weiten Feld des Dazwischen, nach dem Aus- und vor dem Eintreten. Die Ausstellung wirft aber auch konfliktfreie Blicke auf die Rituale, die Konversionen begleiten, oder lässt persönlichen Erfahrungen und Biografien Raum; eine davon ist die von Muhammad Asad. (ak)

1 **TRETEN SIE EIN! TRETEN SIE AUS!**
Jüdisches Museum Hohenems.
23. Oktober bis 24. März 2013.
Mehr Infos: www.jm-hohenems.at



Muhammed Asad alias Leopold Weiss. Bild: pd

Ich bin gegen den Krieg!

2 Am 28. Juli erklärt Österreich-Ungarn Serbien den Krieg, am 2. August besetzen deutsche Truppen Luxemburg, am 4. marschieren sie in Belgien ein und am 5. August erklärt Grossbritannien dem deutschen Kaiserreich den Krieg. Halb zwölf Uhr mittags am selben Tag, tritt das Füsilierbataillon 75 in Frauenfeld zum Fahneneid an: 1263 Mann, mit neuen Infanteriegewehren und 120 Patronen Kriegsmunition. Als das Kommando «Achtung steht!» über den Platz hallt, knallt ein einziger seine Militärschuhe nicht zusammen. Der Arboner Max Daetwyler schiebt sein Gewehr dem Nachbarn in die Hand, eilt vom Platz und ruft laut: «Ich bin gegen den Krieg! Ich werde den Eid nicht leisten!» Das gab es noch nie. Max Daetwyler wurde zum «Friedensapostel», der mit weisser Fahne durch die Lande zog und Reden gegen den Krieg hielt. Im Juni letzten Jahres wurde Patrick Kull für seine Bachelor-Arbeit «**Max Daetwyler (1886-1976) – Was wa(h)r**» mit dem Förderpreis der Zürcher Hochschule für Künste ausgezeichnet. Richard Tisserand hat die kleine Ausstellung in Zürich entdeckt und in den Kunstraum nach Kreuzlingen geholt, wo sie zu einem «komplexen Projekt samt Publikation» vergrössert wurde. Eine Ausstellung in der Ausstellung hat der junge Künstler hier umgesetzt. Dokumenten aus Max Daetwylers Leben stellt er eigene Arbeiten gegenüber und lässt Dokumentarisches und Fiktionales verschmelzen. Eine ungewöhnliche Annäherung an eine erstaunliche Persönlichkeit. (ak)

2 «**MAX DAETWYLER (1886-1976) – WAS WA(H)R**» VON PATRICK KULL
Kunstraum Kreuzlingen.
10. November bis 27. Januar 2013.
Vernissage: Freitag, 9. November,
19.30 Uhr.
Mehr Infos: www.kunstraum-kreuzlingen.ch



Die weisse Flagge wurde zum Symbol von Max Daetwyler. Bild: pd