

## *Europarat faßt „heißes Eisen“ an — Neue Lebenseinstellung notwendig*

Die Lage des einzelnen Europäers in der Verbrauchergesellschaft hat sich so zugespitzt, daß der Europarat auf Anregung seiner 17 Mitgliedsstaaten ein Programm für Verbrauchererziehung innerhalb des Pflichtschulsystems entwickelt hat. Ein endgültiger Entwurf des Projekts fand im vergangenen Jahr die Zustimmung des Ministerrates.

Der 1949 gegründete Europarat vertritt die Auffassung, daß eines der dringendsten gemeinsamen Probleme, dem sich seine Mitglieder gegenübersehen, die Verbrauchererziehung ist. „Unsere Mitgliedsstaaten sind der Ansicht, daß die Lage des Verbrauchers in hohem Grade unbefriedigend ist“ — so Bernhard von Mutius, der Leiter der Abteilung für Pädagogische Dokumentation und Bildungsforschung des Europarates. „Dies liegt am Mangel an notwendigem Wissen und Informationen sowie an sonstiger Unterstützung angesichts der zunehmenden Vielfalt der einschlägigen technischen, wirtschaftlichen, rechtlichen, sozialen und kulturellen Probleme und des ständig wachsenden Druckes, dem der Verbraucher seitens der Produktion und des Handels — insbesondere über die Werbung — ausgesetzt ist.“

Von Mutius unterscheidet streng zwischen Verbraucheraufklärung und Verbrauchererziehung. Er ist der Meinung, daß erstere, die von privaten und öffentlichen Verbraucherverbänden und Testinstituten ausgeht, nur einen kleinen Teil der Bevölkerung erreicht. Er hält es auch für schwierig, dem erwachsenen Verbraucher geeignete Informationen zu vermitteln, wenn dieser in der Schule nicht ein Minimum an praktischer Verbrauchererziehung erhalten hat. Da der kritische Verstand des Kindes frühzeitig entwickelt werden muß, und weil man einen Weg braucht, um die gesamte Bevölkerung zu erreichen, vertreten er und die übrigen an dem Projekt beteiligten Experten die Ansicht, daß man nur über die Pflichtschulen zum Ziel kommt.

## *Klugheit und Selbstdisziplin*

1969 veröffentlichte der Europarat einen ersten Bericht über diesbezügliche Ansätze in einigen Mitgliedsstaaten. Die skandinavischen Länder und die Niederlande konnten bereits Fortschritte in der frühen Verbrauchererziehung für sich buchen. Dänemark berichtete, daß man sich bemühe, die Kinder dort zu „Klugheit und Selbstdisziplin“ beim Geldausgeben und in der Lebenshaltung, beim Essen und Trinken zu erziehen. Aus dem schwedischen Bericht ging hervor, daß die Schüler an den Grundschulen alle möglichen Spiele spielen, beispielsweise „ein neuer Laden“. Anstatt einfach Spielgeld gegen Ware auszutauschen, werden sie dazu angehalten, sich untereinander und auch dem „Ladeninhaber“ ins einzelne gehende Fragen über ihre Einkäufe zu stellen.

In seinem endgültigen Entwurf empfahl der Europarat, wenn auch ein spezieller Kurs für dieses Gebiet ins Auge gefaßt werden könne, im übrigen die Verbrauchererziehung in bereits bestehende Kurse zu integrieren. Zum Beispiel können Nahrungsmittelhygiene, Deutung von Etiketten, natürliche Umwelt und Arzneimittel in den naturwissenschaftlichen Unterricht aufgenommen werden. In der Chemie würden die Schüler Näheres über Waschmittel, Insektenvertilgungsmittel und Nahrungsmittelzusätze lernen oder im Mathematikunterricht den Umgang mit dem Familienbudget. Die Gemeinschaftskunde könnte die grundlegenden kritischen Haltungen anhand einer Untersuchung der — wesentlichen und unwesentlichen — persönlichen und kollektiven Bedürfnisse vermitteln. Zur Förderung eines derartigen Unterrichtes wird der Europarat Koproduktion

nen audio-visueller Lehrmittel, eine Überarbeitung der Lehrbücher und neue Handbücher für Lehrer anregen.

### *Kritik der Werbeagenturen*

Auf die Frage, ob der Europarat Widerstand von Produzenten und insbesondere von Werbeagenturen erwarte, entgegnete von Mutius, dies sei schwierig zu beantworten. „Natürlich würden sie keinen direkten Angriff wagen, doch wir sind bereits auf erhebliche Kritik gestoßen, beispielsweise Bemerkungen wie ‚Warum müssen Sie die Leute gängeln? Letztlich zwingt sie doch keiner zu kaufen. Sie sind völlig frei in ihrer Wahl‘. Aber genau das ist das Problem“, fuhr er fort. „Wir sind der Meinung, daß der Verbraucher gerade nicht mehr völlig frei in seiner Wahl ist. Um frei zu sein, muß sein kritischer Verstand entwickelt werden. Man muß ihm helfen, Statussymbole aufzugeben und allgemein zu einer rationaleren Haltung gegenüber seinen Bedürfnissen und ihrer Befriedigung im Sinne einer kritischeren Einstellung zu dem, was gute Qualität ist, zu finden.“

„Es steht uns frei, über alle Krisenberichte zu spotten“, schloß Herr von Mutius; „es kann jedoch nicht mehr ernsthaft bezweifelt werden, daß die Weltbevölkerung im Laufe der nächsten zwei Generationen drastisch beschränkt werden muß, wenn das Leben auf der Erde fortbestehen soll. Außerdem ist es absolut sicher, daß wir in der westlichen Welt uns auf eine erhebliche Senkung unseres Lebensstandards gefaßt machen müssen. Das bedeutet jedoch keine Qualitätseinbuße des Lebens. Im Gegenteil. Wir haben uns daran gewöhnt, das Leben von einem quantitativen Standpunkt aus zu würdigen, mit Werten, die sich in Geld ausdrücken. Unter allen Umständen müssen wir zu einer qualitativen Einstellung zurückfinden. Hievon hängt nicht nur das Glück des einzelnen, sondern vielleicht seine Überlebenschance ab.“

Betty Werther — UNESCO

**HUMANIC**  
**paßt immer**

# ZOBODAT - [www.zobodat.at](http://www.zobodat.at)

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Natur und Land \(vormals Blätter für Naturkunde und Naturschutz\)](#)

Jahr/Year: 1972

Band/Volume: [1972\\_5](#)

Autor(en)/Author(s): Werther Heino

Artikel/Article: [Verbrauchen will gelernt sein. 122-123](#)