

Zeitschrift: Der Filmberater
Herausgeber: Schweizerischer katholischer Volksverein
Band: 28 (1968)
Heft: 3

Buchbesprechung: Bibliografie

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 29.03.2025

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

schau seiner chronischen Arbeitsüberlastung wegen unmöglich, in dieser Angelegenheit laufend Initiativen zu ergreifen. Der Anstoss und die Kontaktaufnahme, eventuell schon mit konkreten Vorschlägen für die spätere Zusammenarbeit, sollten am besten von den interessierten Kantonen ausgehen. Der schliessliche Erfolg und die Tiefenwirkung der gewünschten Montagen für den Schulgebrauch hängt ohnehin von den filmpädagogischen Fähigkeiten des bei der Auswahl der Reportagen eingesetzten Sachberaters sowie von der späteren Auswertung der Vorführungen in der Klasse ab.

W. A.

Bibliografie

Ulrich Beer, Konsumerziehung gegen Konsumzwang, Katzmann-Verlag, Tübingen 1967, 80 Seiten, broschiert, Fr. 8.20.

Kann man den Film in der Ästhetik gesondert, «an sich» betrachten, in der Pädagogik sicherlich nicht. Hier drängt sich der Begriff des Massenmediums oder besser des Kommunikationsmittels auf. Im Anhang an Presse, Film, Radio, Fernsehen und Schallplatte hat man bisher ansatzweise auch die Werbung behandelt. Etwas umfassender betrachtet, geht es indes um den Konsum, um Zwang und Freiheit beim Konsumieren. Auch die Konsumerziehung, wie sie der Reutlinger Psychologe Ulrich Beer in seinem neuen Werk «Konsumerziehung gegen Konsumzwang» vorschlägt, kann «exemplarisch» verstanden werden. Das heisst: Wer das in dem kleinen Bändchen Beschriebene und Geforderte wirklich erkennt und zu verwirklichen sucht, der ändert nicht nur alte Konsumgewohnheiten, sondern auch sein Verhalten den anderen Kommunikationsmitteln gegenüber.

Den Stoff und in etwa auch die Form der Darstellung gibt am besten das Inhaltsverzeichnis wieder: 1. Die Gefahr des Konsumzwangs. Wirtschaftsmacht Werbung. Erziehungsmacht Werbung. 2. Die Umwertung der Werte. Totalisierung des Konsums. Sex in der Werbung. Ist alles käuflich? Idole oder Ideale? 3. Das Ideal der Bedürfnislosigkeit. Bedürfnislosigkeit und Mangelgesellschaft. Konsumorientierung. Sammelsparen oder Verbrauchersparen? Konsumexpansion fordert Konsumerziehung. 4. Die Tatsache des jugendlichen Wohlstandes. Geldquellen. Die Konsumgewohnheiten. Langlebige Verbrauchsgüter. Spargewohnheiten. 5. Konsum planen. 6. Mit Werbung leben. Kritische Rationalität – wertbewusste Aufklärung. Analyse. Vergleich. Montage. 7. Die Kenntnis des Marktes. Sammeln. Spannung Familie – Wirtschaft. Wirtschaftspädagogik und Verbraucheraufklärung. 8. Mit Geld umgehen. Wieviel Taschengeld? Prämien für Schulleistungen? Ausgabenplan. 9. Den Wohlstand meistern – das tägliche Abenteuer der Freiheit.

Die Form und die Aussagen des Bändchens wiederzugeben, führte zu weit; denn sozusagen für jede Seite müsste mindestens ein Zitat angeführt werden (auf der 4. Umschlagseite der Februar-Nummer finden sich drei). Ulrich Beer ist es mit diesem neuen Werk in der von ihm betreuten Schriftenreihe erzieherischer Arbeitsschriften «Jugend Bildung Erziehung» – vielleicht noch besser als in «Umgang mit Massenmedien» (Fb 2/65) oder «Geheime Miterzieher der Jugend» – gelungen, einen eminent komplexen Stoff gründlich zu erarbeiten, wodurch die Einseitigkeit von Vance Packards «Die geheimen Verführer» überwunden wird. Und er versteht es, klar und einfach zu formulieren, ohne zu simplifizieren oder in akademischem Wortschwall zu ersticken. Beer betrachtet mit der nötigen Nüchternheit die Erscheinungen der Konsumwelt, mit der nötigen Kritik die Ideen überholter idealistischer Erziehungslehren sowie mit grosser Ein-Sicht die allgemeinen Existenz-Nöte, aber auch Existenz-Chancen des heutigen Menschen.

Das bescheiden anmutende, mit einer wertvollen Bibliografie und anderen Hinweisen versehene Bändchen «Konsumerziehung gegen Konsumzwang» dürfte für jeden, der als Erzieher, Publizist oder ganz allgemein aufgeschlossener Mensch mit Konsum, Erziehung oder Öffentlichkeit zu tun hat, eine praktische Arbeitshilfe und wohl auch Lebenshilfe darstellen. – Ein Büchlein, das all jene kennen müssen, die daran gehen möchten und sollten, das nächste Kapitel der Kunde der Kommunikationsmittel, die Konsumerziehung, zu erarbeiten.

hst