"Für mich ist diese für manche Leute simple Tatsache..."

Autor(en): **Grass, Günther**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Profil : sozialdemokratische Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur**

Band (Jahr): **51 (1972)**

Heft 11

PDF erstellt am: **28.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-338567

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Wunsch. Der Konsument greift wieder einmal auf seine Faustregeln zurück, die häufig eher den Konsumgewohnheiten der Steinzeit als den einer hochindustrialisierten Gesellschaft angemessen sind.

Konsumentenpolitische Schlussfolgerungen

Die Konsumenten verlangen eine radikale Marktwirtschaft mit sozialer Komponente auf der Basis eines permanenten Wettbewerbs. Dafür ist die Transparenz des Angebots, der Preis- und Güterbewegungen auf den Märkten unentbehrliche Voraussetzung. Der Wettbewerb muss durch institutionelle und legislative Vorkehren gesichert und gestützt werden.

Ein Verfassungsartikel über die Konsumfreiheit sollte den Konsumentenorganisationen die institutionellen, legislativen und materiellen Mittel zur Verfügung stellen, um die Schiedsrichterrolle des Konsumenten allseitig wahrnehmen zu können.

Insbesondere gehören dazu:

1. Konsumenteninformation über alle dazu geeigneten Medien; tagtäglich sollten die wichtigen Daten der Gütermärkte in einer nationalen Datenbank gespeichert werden, von wo sie jeder Konsument zu jedem beliebigen Zeitpunkt mittels Telefon, Fernsehgerät oder Fernschreiber abrufen kann;
2. die Errichtung eines nationalen Instituts für Warenkennzeichnung und vergleichende Warenprüfung;
3. Schaffung eines Universitätsinstituts für Bedürfnis- und Konsumforschung;
4. die Einführung der Konsumenteninformation und -erziehung in die Lehrpläne unserer Bildungsanstalten.

Die wichtigste von staatlicher Förderung unabhängige Aufgabe der Konsumentenorganisationen ist die Mitwirkung bei der wirtschaftspolitischen Willensbildung. Konsumenten sind keine Vertreter von Produzenteninteressen, sondern die Anwälte einer volkswirtschaftlich ausgerichteten Wettbewerbs- und Konjunkturpolitik. Auf dem wirtschaftspolitischen Felde zeigt sich, dass Konsumenteninformation schliesslich nicht nur zur Optimierung privater Einkäufe, sondern zur Bildung eines marktwirtschaftlichen Bewusstseins beiträgt.

Für mich ist diese für manche Leute simple Tatsache, dass die SPD ihre Fortschritte ohne Liquidieren des Andersdenkenden erreicht hat, ausschlaggebend, weil ich Wert darauf lege, anderer Meinung zu sein zu können, ohne Furcht haben zu müssen. *Günther Grass*