

Anlagen zu Thema 1:

(1) Der neue Konsument (aus *Die Furche*, 12. Dezember 2008)

Von Thomas Meickl

Auf der einen Seite strömt billig produzierte Massenware auf die Märkte, auf der anderen Seite wollen immer mehr Menschen mit ihrem Konsum eine Art Gewissens-Wellness mit einkaufen.

„Es findet eine Moralisierung der Märkte statt“, sagt der deutsche Kulturwissenschaftler Nico Stehr. Ludgar Heidbrink, Leiter der Forschungsgruppe „Kultur der Verantwortung“ am Kulturwissenschaftlichen Institut Essen, gibt seinem Kollegen Recht.

Es sei schon seit Längerem zu beobachten, dass die Moral beim Einkaufen immer mehr an Bedeutung gewinnt. Das heiÙe aber nicht, dass die Konsumenten moralischer geworden seien, sondern dass die Produkte moralisch aufgeladen werden. Moral ist nicht mehr fad, sondern sie ist cool und trendy geworden. „Im Grunde geht es um eine Art Wellness-Moral, um Gewissens-Wellness“, sagt Heidbrink. Durch den Kauf von biologisch erzeugten Lebensmitteln oder fair gehandelten Produkten kaufe man sich sozusagen ein gutes Gewissen mit ein.

Bio, öko, fair, nachhaltig...

Doch wie sieht dieser neue Typus von Konsument aus, der nicht nur auf den Preis sieht? In den USA schon seit dem Jahr 2000 bekannt, nennt man diese Konsumenten LOHAS (Lifestyle of health and sustainability). Diese Menschen kaufen gezielt Produkte, die die Gesundheit und die Nachhaltigkeit fördern. Im deutschsprachigen Raum wurde diese Käuferschicht 2007 vor allem durch eine Studie des Zukunftsinstituts von Matthias Horx bekannt. Heidbrink geht davon aus, dass sich dieser Trend über die Finanzkrise hinaus halten wird. Es werde einen Einbruch geben, aber dann soll diese neue Öko-Welle wieder voll durchstarten. Denn Menschen wollen sich abgrenzen, und das passiert am besten durch den Konsum bestimmter Waren. Beim Tragen modischer Bekleidung seit jeher gang und gebe, sind es derzeit Waren, die den Anschein vermitteln, man würde durch den Konsum mithelfen, die Welt zu retten. Waren es früher Sandalen-Träger, die ihr selbstgemachtes Müsli aÙen und Jute statt Plastik lebten, so findet sich heute der Neue Konsument in der Management-Etage genauso wieder wie in der unteren Mittelschicht, ist Florian Müller, Assistenzprofessor an der Universität Klagenfurt, überzeugt.

Quelle: *Furche*, 12. Dezember 2008

(2) König Kunde

Joachim Schwedhelm

König Kunde betrat ein Warenhaus und frohlockte angesichts all der günstigen Angebote. Er tat dies in seinen Korb und tat das in seinen Korb, nahm schließlich auch jenes. Am Ende musste er seine Krone an der Kasse abgeben.

Manchmal drohte *König Kunde* auf seinem Thron einzuschlummern. Aber immer rechtzeitig fuhren sie Verkaufskanonen auf und gaben einige Warnschüsse ab. Dann trat König Kunde die Flucht nach vorne an. Vorn hatten sie übrigens gerade einen neuen Supermarkt eröffnet.

König Kunde gönnte sich einen neuen Purpurmantel. Dann schnallte er den Gürtel enger. Und so kreierte er eine neue Mode.

König Kunde sah die Preise steigen. Da zog er seine Bergstiefel an und kletterte hinterher.

König Kunde hielt sich mehrere Hofnarren, die ihn durch den Kakao zogen. Die Kakaofabrik gab Mengenrabatt.

(3)



Anlage zu Thema 2:

Der Miau-Hund

Von Gina Ruck-Pauquet

Einen anständigen Namen hat der Hund nie bekommen. Das lag an den besonderen Umständen.

Als die Familie den Hund kaufte, hatten sie verschiedene Wünsche.

„Er soll lustig sein“, sagte das Kind, während es den Hund am Schwanz zog.

Der Hund verzog keine Miene. Er würde es dem Knaben später heimzahlen.

„Er soll wachsam sein“, sagte der Mann.

Der Verkäufer wies auf die großen Ohren des Tieres hin. Dieser Hund höre ganz besonders gut.

„Er soll ruhig sein“, sagte die Frau.

„Das ist er“, erwiderte der Hundehändler und grinste. „Er kläfft überhaupt nicht.“

Da kaufte die Familie den Hund und nahm ihn mit nach Hause. Zuerst geschah nichts Besonderes.

Der Hund benahm sich unauffällig. Abends biss er dann das Kind. Das tat er aber nur, weil das Kind ihm einen Finger ins Ohr gesteckt hatte, um zu fühlen, wie tief es da hineinging.

Die wirkliche Überraschung vollzog sich am nächsten Tag: Der Hund tat die Schnauze auf und sagte was. Nun sagte er aber nicht etwa „wau“ oder so – o nein. Der Hund sagte: „miau“.-

Zuerst glaubte die Familie, sich verhört zu haben. Doch der Hund sagte wieder und wieder miau. Er konnte überhaupt nicht anders sprechen.

„Dieser Hund fällt mir auf die Nerven“, sagte der Mann. „Da hätten wir uns schließlich eine Katze kaufen können!“

Die Frau nahm den Miau-Hund und brachte ihn zu Hundedoktor.

„Tja“, sagte der Hundedoktor und horchte in den Miau-Hund hinein. „Krank ist der nicht. Dieses Tier“, sagte er, „ist falsch geprägt. Er muss bellen lernen.“

Von da ab brachte die Frau den Hund täglich fünfundvierzig Minuten zum Hundedoktor. Der Hundedoktor ließ sich auf Hände und Füße nieder und bellte dem Hund was vor.

„Wau!“, sagte er. „Wu! Wa-o!“

Und dabei schaute er dem Tier tief in die Augen.

Das wäre dem Hund ja alles noch ziemlich gleichgültig gewesen, wenn nicht gleichzeitig der Ärger mit den anderen Hunden angefangen hätte.

„Hau ab!“ sagten die anderen Hunde. „Du bist überhaupt kein Hund“, behaupteten sie, und schließlich vergaßen sie sich so weit, dass sie ihn bissen.

„Mi-au!“, schrie der Hund. „Was soll ich denn sein, wenn ich kein Hund bin?“

„Wie man spricht, so ist man auch!“, sagte ein alter Bernhardiner. „Du bist eine Katze!“

„Ihr seid ja blöd“, sagte der Hund.

Da fielen sie über ihn her.

An diesem Tag machte ihm der Doktor einen Verband, statt ihm vorzubellen.

„Es hat sowieso keinen Sinn“, sagte er zu der Frau. „Vielleicht sollten Sie versuchen, den Hund zu lieben, wie er ist. Liebe“, so sagte er, „vollbringt manchmal wahre Wunder.“

Da kaufte die Familie dem Hund ein Gummibällchen, einen Knochen aus Büffelhart und ein grünes Halsband.

Aber das hatte überhaupt nichts mit Liebe zu tun. Liebe ist viel mehr innen. Und der Hund merkte das auch.

Er ging fort, setzte sich in eine stille Gasse und miaute, so laut er nur konnte. Da kamen die Katzen.

„Wer mauzt denn da?“, fragten sie:

„Miau“, sagte der Miau-Hund. Das heißt „Ich“.

Die Katzen schauten ihn mit ihren grünen und gelben Augen an, und langsam sträubte sich ihnen das Fell.

„Du bist ein Betrüger“, sagte ein alter Tigerkater. „Du sprichst mit fremden Zungen.“

„Ich bin eine Katze“, sagte der Hund. „Ihr hört es doch!“ Er hätte in diesem Moment seine Schwanzspitze dafür gegeben, wenn die Katzen ihn bei sich aufgenommen hätten. „Wie man aussieht, so ist man auch“, sagte der Tigerkater. „Du bist ein Hund, du Gangster!“

Und dann fauchten sie und spuckten, der Miau-Hund konnte ihnen eben noch entkommen.

In der Nacht nach diesem traurigen Tag traf der Miau-Hund einen herumstreunenden Dackel. Und weil der Miau-Hund so niedergeschlagen war und außerdem eine Hündin, ging er unter dem Mond eine überstürzte Heirat ein.

Aus der Einsamkeit heraus hat ja schon so manch einer Mist gemacht.

Zwei Stunden war die Ehe glücklich, dann entglitt dem Miau-Hund ein kleines „Miau“, und es war aus. Der Dackel nahm an, er habe auf Grund seiner Kurzsichtigkeit eine Katze geheiratet, und er vollzog die Scheidung und war weg.

Der Miau-Hund fühlte sich elender als je zuvor. Er hatte nichts und niemanden auf der Welt. Er machte sich auf die Pfoten und lief. Ohne Ziel und Hoffnung lief er immer weiter. Und als er endlich ans Meer kam, ging der arme Miau-Hund ins Wasser.

Aber die Geschichte ist noch nicht zu Ende. Weil der Miau-Hund nämlich schwimmen konnte, ertrank er nicht. Als er an eine Insel kam, ging er wieder aus dem Wasser hinaus.

Zuerst war der Miau-Hund, das heißt, die Miau-Hundefrau, allein auf der Insel. Dann bekam sie acht junge Hunde. Und es dauerte nicht lange, da kriegten die jungen Hunde wieder junge Hunde.

Natürlich sagten sie alle nur „miau“. Sie ahnten nicht einmal, dass es Hunde gibt, die bellen. und der Miau-Hund hatte es auch fast vergessen.