

Ein Buch, das man homiletisch durcharbeiten muß, das man aber nicht eine Stunde vor der Beerdigung hastig aufschlagen kann, um schnell noch ein paar Gedanken für die halt fällige Beerdigungspredigt zu finden.
K. Jockwig

MERK, Gerhard: *Zur Begrenzung der Offensivwerbung*. Reihe: Volkswirtschaftliche Schriften, Heft 267. Berlin 1977: Duncker & Humblot. 116 S., kart., DM 36,60.

Die vorliegende Untersuchung fragt im Rahmen der Grundprinzipien der Katholischen Soziallehre nach der sittlichen Beurteilung der Offensivwerbung. Gemeint ist die kostenintensive, expansionsorientierte Werbung für Konsumgüter wie Waschmittel, Kosmetika, Genußmittel, Autos u. ä., die von nur wenigen großen oder mittelgroßen Erzeugerfirmen mit geringer sachlicher Information und stattdessen überwiegender Leitbildmotivierung angepriesen werden. Begriffe, Zusammenhänge und Beweisführung sind äußerst klar und übersichtlich dargestellt, so daß auch der Nichtfachmann sie ohne weiteres verstehen kann. Dazu verhilft zusätzlich eine Fülle anschaulicher Beispiele.

Als allgemein berechtigte Vorwürfe gegen die Offensivwerbung werden von M. aufgewiesen: Unwahrheit bzw. Lüge sowie Manipulation des einzelnen; tiefgreifender negativer Einfluß auf Sprache und Wertvorstellungen des einzelnen und der Gesellschaft; volkswirtschaftliche Verschwendung und Wettbewerbsbeschränkung. Fazit: „Weil nun die Offensivwerbung . . . die Persönlichkeitsrechte der Werbeadressaten andauernd verletzt, sie also in höchstem Grade widerrechtlich ist, muß sie verboten werden. Im Zuge des Verbraucherschutzes ist eine vorrangige Aufgabe, ein solches Verbot sofort und durch Einrichtung einer gesetzlich zu errichtenden Überwachungskommission in die Wege zu leiten. Alle anderen rechtlichen Möglichkeiten zur Abwehr der widerrechtlichen Offensivwerbung sind wenig geeignet, das Problem rasch und radikal zu lösen“ (107 f.). Die Wirksamkeit von Verbraucheraufklärung schätzt M. gering ein; eine effiziente Selbstkontrolle der Werbungswirtschaft erscheint als möglich, jedoch nicht für den Bereich der Offensivwerbung, da sie für die Verkaufsstrategie bei den entsprechenden Produkten und Produzenten typisch und von zentraler Bedeutung ist.
K. H. Ossenbühl

Hinweise

RAHNER, Karl: *Von der Not und dem Segen des Gebetes*. Reihe: Herderbücherei, Bd. 647. Freiburg 1977: Verlag Herder. 128 S., kart., DM 4,90.

In diesem Taschenbuch, das in der Herderbücherei 1958 zum ersten Mal erschien, will der bekannte Münchener Theologe Karl RAHNER keine systematische Theologie des Gebetes anbieten, sondern „kleine Meditationen“ (S. 9), die dem Leser eine Antwort geben wollen auf die Frage, was eigentlich Gebet sei.

Er geht dabei auch auf die Schwierigkeiten ein, die der Mensch mit dem Gebet hat, die Einwände, die sich ihm aufdrängen, die Hemmungen, die vor allem daraus resultieren, daß wir die Fülle der Gebetsmöglichkeiten gar nicht mehr beherrschen. Pflegen wir eigentlich neben dem Bittgebet auch das Dankgebet, das Gebet der Liebe, das Weihegebet, das Gebet der Schuld oder die Gebete der Entscheidung?

BOROS, Ladislaus: *Befreiung zum Leben*. Die Exerzitien des Ignatius als Wegweisung für heute. Freiburg 1977: Verlag Herder. 232 S., kart.-lam., DM 29,50.

In einer Zeit verstärkter geistlicher Suche erweist sich die Spiritualität des Ignatius von Loyola zunehmend als wichtig. Nicht nur das Suchen Gottes in allen Dingen, vor allem die Erfahrungen und Hinweise des Ignatius zum Suchen des je eigenen Weges werden immer bedeutender. Wenn Vf. ein Buch über das Exerzitienbüchlein des Heiligen vorlegt, ist damit Aktualität verbürgt. Auf weite Strecken erscheint dieses Werk des bekanntesten Autors als Beispiel einer gelungenen Umsetzung ignatianischer Impulse. Es will dabei keine Exegese des Ignatius-textes bieten, sondern Weiterführung. Das Vorhaben scheint im wesentlichen gelungen. Besonders ansprechend sind die Kapitel über Leid, Sünde, Herausforderung, Entscheidung, Auferstehung. Hier ist fruchtbarer Boden mit Blüten, Früchten und tiefen Wurzeln. Eher