

## Informationen

### PSYCHOTRAINING

**Stiftung Warentest prüft Psychokurse.** (Letzter Bericht: 1991, S. 25 ff) Die Stiftung Warentest, Berlin, befaßt sich in ihrer Zeitschrift »test« (Jg. 26/Sept. 1991) mit den Angeboten an sog. Psychokursen. Fingierte Briefe gingen an Anbieter wie Coloman und ZIST im Raum München oder Paradise Now in Berlin, und Mitarbeiter der Stiftung nahmen unerkannt an Kursen teil. Erwartungsgemäß stießen die Berliner Tester in der „Psychoszene“ auf die sog. „New Age-Therapien“, eine Mischung aus esoterischen, neureligiösen und psychotherapeutischen Techniken, die von kommerziellen Zentren, Einzelgängern und Sekten angeboten wird. Festgestellt wird zum ersten die große Unübersichtlichkeit der Angebote und das häufige Fehlen fachlicher Qualifikation bei den alternativen und spirituellen Helfern. Festgestellt wird zum zweiten – und dies mit großem Nachdruck, daß es sich bei den alternativen Psychokursen nicht um Psychotherapie handelt und daß eine wesentliche Gefahr darin liegt, daß Menschen mit seelischen Problemen die Angebote als Therapie konsumieren. Auch die große Bedeutung der Anhänger des Bhagwan/Osho als Anbieter wurde von »test« bemerkt und kommentiert. Diese Aspekte des Psychomarktes sind für Fachleute nicht neu. Wichtiger als ihre Bestätigung ist die Klarheit, mit der die Warentester festhalten, daß es bei den Anbietern oft an Qualifika-

tion fehlt, daß zum Teil auf sehr unseriöse Art geworben wird, daß gegen Datenschutzbestimmungen verstoßen wird und daß die Teilnahmebedingungen und Verträge von unzulässigen Klauseln nur so wimmeln. Beanstandet wird z. B. die häufig verlangte Vorkasse bei Anmeldung, der Haftungsausschluß auch für vorsätzlich hervorgerufene oder grob fahrlässig erzeugte Schäden, im Extrem der Ausschluß aller Ansprüche an den Anbieter. In all diesen Fällen, so »test«, treten Bestimmungen des BGB automatisch an die Stelle der unzulässigen Vertragsbedingungen. Auf sie solle der Klient sich berufen, sie seien in der Regel verbraucherfreundlich. Genau hier dürfte aber der Hase im Pfeffer und die Grenze des Verbraucherschutzes im Sinn der Stiftung Warentest liegen: Die Psychoanbieter vermarkten nicht nur Dienstleistungen, sie betreiben Sinnstiftung und Lebensorientierung. Die Abhängigkeit von der Meisterin, die den Klienten den Kontakt zu jenseitigen Welten eröffnet, ist anderer Art als die Abhängigkeit eines Kunden von einem Dienstleistungsbetrieb. Dem Guru gegenüber, der einem den Sinn der eigenen Existenz eröffnet, beruft man sich nicht auf das BGB – und wenn die Vertragsbedingungen noch so ungünstig sein mögen. Daher wird die Aktivität der Stiftung Warentest, so hilfreich sie ist, nur eine begrenzte Wirkung haben können. he