

Baustein 1

Elternabend zum Thema Konsum und Konsumerziehung

Dieser Baustein bringt einige Ideen zur Gestaltung eines Elternabends zum Thema *Konsum und Konsumerziehung*. Es versteht sich, dass es sich bei dem folgenden Vorschlag wirklich nur um einen Vorschlag handelt. Also: Eigene Ideen sind vorzuziehen!

Natürlich kann variiert werden. Elemente können umgestellt und eigene methodische Schritte eingebaut werden. – Sollte mit einer anderen Zielgruppe am Thema gearbeitet werden, wird dies auch notwendig sein. Mit dem angebotenen Material ließe sich beispielsweise auch eine Dienstbesprechung der Erzieherinnen im Kindergarten oder ein Seminarnachmittag zum Thema mit einer interessierten Gruppe gestalten.

Was sollen die Teilnehmer/innen erfahren und lernen? In der begrenzt zur Verfügung stehenden Zeit (ca. 2 Stunden) sollte der „Stoff“ gut ausgewählt werden. Der Elternabend darf thematisch nicht zu überladen sein. Auch hier gilt (wie dies für den Konsum ebenfalls gilt): weniger ist mehr!

1. Die Teilnehmer/innen sollen wissen, was unter kompensatorischem Konsum und Kaufsucht zu verstehen ist.
2. Sie sollen den Zusammenhang von zwanghaften „Frustkäufen“ und persönlicher Befindlichkeit reflektieren – und konkrete Beispiele dazu entwickeln.
3. Schließlich sollen die Teilnehmer/innen eigene konkrete Ideen und Teilaspekte der Konsumerziehung kennen lernen und für sich überprüfen können.

Wenn das beim Elternabend „herauskommt“, dann ist das schon viel. *Genauso wichtig ist es (vielleicht sogar wichtiger), dass die Eltern zu einer Erziehungsfrage miteinander ins Gespräch kommen*, eigene Positionen hinterfragen und das alles als Bereicherung erfahren. Denn wie langweilig, gezwungen und völlig überflüssig werden häufig Elternabende erfahren.

Eigene Ideen sind vorzuziehen

Weniger ist oft mehr

Die Ziele sind

Verlauf des Abends

(2 Stunden)

1. *Begrüßung* (ggf. Lied von Reinhard Mey: Elternabend)
2. *Video*: Fernsehwerbung aus den 50er und 60er Jahren – richtig viel Nostalgie. Wird zur allgemeinen Erheiterung beitragen. (20 Minuten)
Alternativ: Aktuelle Werbung aufnehmen und einspielen (10 Minuten reichen).
3. *Kurze Rückmeldung* der Teilnehmer/innen zu der alten (neuen) Fernsehwerbung.

4. *Kurzreferat* (etwa 15 Minuten) zum Thema
 - a) Soziale Bedingungen des Konsums und
 - b) Was verstehen wir unter kompensatorischem Konsum und Kaufsucht?
5. *Rückfragen* und ggf. Ergänzung durch konkrete Beispiele (maximal 15 Minuten).

6. (Vorstrukturierte) *Gespräche in Kleingruppen* (ca. 30 Minuten).
7. *Gegenseitige Information* – festhalten von Kernsätzen/thesenartigen Erkenntnissen.
8. *Verabschiedung*.

Einstimmung

Mitten ins Thema

Eigene Praxis

Tipps für die Vorbereitung

Neben Absprachen mit dem Veranstalter (z.B. Schule, Kindergarten) sollten von der Fachkraft (vom Referenten, der Referentin) folgendes erledigt werden:

- Für die Einstiegsphase den Videofilm über die Werbung in den 50er und 60er Jahren besorgen.
Ausleihe für eine Woche bei:
Katholische Landesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz NW e.V., Salzstr. 8, 48143 Münster,
Telefon: (0251) 54027, Telefax: (0251) 518609,
E-Mail: thema-jugend@t-online.de.
oder
- Aktuelle Fernsehwerbung aufnehmen. Da reicht vermutlich eine Werbephase bei SAT 1 oder RTL.
und
- Das Lied von Reinhard Mey (ist wirklich klasse!) besorgen. Ebenfalls bei der Katholischen Landesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz NW e.V. (siehe vorstehende Adresse).
- Folien für Overhead-Präsentation vorbereiten (werden als Unterstützung zum Kurzreferat benötigt). Die Folien sind schnell hergestellt. Vorlagen aus dieser Arbeitshilfe kopieren, vergrößern und auf Overheadfolien kopieren. – Wer die Folie nicht selbst mit dem Kopierer herstellen kann, sollte sie bei der Katholischen Landesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz NW e.V. (siehe oben) erwerben (Minikosten!)

Inhalte des Kurzreferates

(Schritt 4)

Im Folgenden einige Infos für ein mögliches Kurzreferat. Zur Vorbereitung sei die Lektüre des Artikels von Prof. Dr. Elmar Lange im Anhang dieser Arbeitshilfe empfohlen. Die Inhalte sollten dem Vortragenden bzw. der Vortragenden bekannt sein.

Einstieg ins Kurzreferat

(Teil A)

Folie 1: <i>Zeitungscollage</i>

Dazu können folgende Ausführungen gemacht werden:

- *Ein gemachtes Thema?*
Kaufrausch, Konsumabhängigkeit von Kindern und Jugendlichen wird in regelmäßigen Abständen durch die Medien hochstilisiert. Was ist daran?
- *Unsere Gesellschaft ist eine Konsumgesellschaft!*
Das erfahren auch Kinder und Jugendliche. Es ist ein großer Wert, etwas zu besitzen. Wie ist der Spagat zu schaffen: Auf der einen Seite „Konsum ja“, auf der anderen Seite „aber bitte richtig“?
- *Welche Rolle übernehmen Erwachsene?*
Sind Erwachsene die Sparsamen, die verzichten gelernt haben, oder doch die heimlichen Konsumenten? Wie lernen Kinder und Jugendliche das Konsumieren und von wem lernen sie es?
- *Wie ist die moralische Seite des Themas zu bewerten?*
Stichwort: Kinderarmut in unserem Land, ungerechte Verteilung der Güter – weltweit, Einschränkung zu Gunsten der Umwelt. (Stichwort: Wert des Teilens und der gerechten Verteilung lernen.)
- *Die Macht der Werbung.*
Und wie sollen Kinder und Jugendliche ihre Bedürfnisse erkennen und Wünsche erfüllen lernen angesichts einer Überflutung von Werbung, verdeckter Werbung, vielfältiger Manipulation und Beeinflussung?

Fragen, die sich stellen ...

Inhalte des Kurzreferates (Teil B)

- Ständig und überall sind wir mit Werbung konfrontiert. Die Botschaften sind deutlich: Du willst dazugehören, also hast du dies oder jenes zu besitzen.
- Ein wichtiger Wert unserer Gesellschaft ist: Hast du was, dann bist du was! Je mehr, umso besser.
Beispiel: Das Auto ist für manchen Erwachsenen das Prestigeobjekt Nr. 1.
- Hier geht es um das Vorbild der Erwachsenen. Wie ist das Vormachen der Erwachsenen zu bewerten? Wir sprechen vom Lernen am Modell. Haben Kinder es mit Erwachsenen zu tun, die souveräne Konsument/innen sind?
- Welche Vorbildfunktion hat die „große Politik“ mit ihren Verschuldungstendenzen und überzogenen Haushalten in Milliardenhöhe? Bei solchen immensen Summen ist das Überziehen des Taschengeldes doch kaum der Rede wert, so zumindest könnten Kinder und Jugendliche denken.
- Kinder und Jugendliche verhalten sich genauso, wie es die vom Konsum durch und durch geprägte Gesellschaft „ihren“ jungen Mitgliedern vorgibt. Sie verhalten sich konsumkonform.
- Kinder und Jugendliche mit ihrer Kaufkraft sind zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor geworden. Viele haben regelmäßig größere Geldbeträge zur Verfügung. Neuere Studien sprechen davon, dass sie oft monatlich 50,- € und mehr ausgeben können. Das Geld der Kids wird von der Wirtschaft gebraucht – ob es uns passt oder nicht.

Inhalte des Kurzreferates (Teil C)

Folie 2: *Kompensatorischer Konsum und Kaufsucht*
- was ist das?

Infos zum Thema sind zu finden in der Arbeitshilfe IN & OUT, Anregungen zur Konsumerziehung in der Kinder- und Jugendarbeit (siehe Materialien und Literatur).

Soziale Bedingungen des Konsums

Kompensatorischer Konsum und Kaufsucht: Was ist das?

Infos zum Thema

Die folgende Zusammenfassung kann hilfreich sein:

Demonstrativ, kompensatorisch, süchtig.

Die Fachliteratur unterscheidet drei Arten von problematischem Konsum:

- *Demonstrativer Konsum* „versucht soziale Anerkennung statt durch Leistung durch den Besitz und die Darstellung materieller Güter zu gewinnen und den eigenen Status gegenüber anderen aufzuwerten“ – so der Konsumforscher Elmar Lange.
- *Kompensatorischer Konsum* „soll Defizite kompensieren, die aus dem Nicht-Lösen ganz anderer Konflikte entstanden sind. Er kann beispielsweise die Funktion haben, dem Käufer über beruflichen Stress oder private Enttäuschung hinweg zu helfen“ – so Langes Hohenheimer Kollege Gerhard Scherhorn.
- *Kaufsucht* kann sich aus kompensatorischem Kaufverhalten entwickeln. Ihre typischen Merkmale sieht Lange in der „Verengung auf bestimmte Objekte“, „Unwiderstehlichkeit“, „Dosissteigerung“ sowie „Entzugserscheinungen“.

Die Übergänge zwischen demonstrativem, kompensatorischem und süchtigem Konsum sind fließend. Zudem warnt Lange davor, das Kind mit dem Bad auszuschütten. „Jeder konsumiert im Lauf seines Lebens mehr oder weniger häufig auch kompensatorisch und gönnt sich etwas, um den Frustrationen des Alltags zu begegnen.“

(aus: neue gespräche 4/2002)

Folie 3: *Kompensatorischer Konsum:
Persönlichkeitsprofile und Bedingungen*

Inhalte der Folie 3 vorstellen, jeden Punkt kommentieren, ggf. mit einem kleinen praktischen Beispiel versehen.

Ebenfalls die Inhalte der Folie 4 kurz kommentieren/mit kleinen Beispielen vorstellen.

Folie 4: *Kompensatorischer Konsum: Ursachen*

Fragen zum Inhalt?

Rückfragen? Rufen Sie beim Verfasser dieses Bausteins an: Telefon: (0251) 54027 in Münster – aber bitte nicht auf den letzten Drücker!

Tischgruppen

(Schritt 6)

- *Vorher sind bereits 3 oder 4 Tischgruppen vorbereitet worden.*

Nun werden auf diesen Tischen Plakate/große Papierbögen mit den Themen der geplanten Kleingruppengespräche ausgelegt: *Handy, Markenkleidung, Verschuldung.*

Weitere Themen sind möglich. Die Kleingruppen sollten wenigstens 4, höchstens 8 Teilnehmer/innen haben. Die Eltern ordnen sich den Themen (Tischen) zu.

- Jede kleine Tischgruppe hat eine *Moderation*, die das Gespräch ankurbelt, wichtige Ergebnisse schriftlich festhält und auch später in der Gesamtgruppe kurz berichten wird.

Tipp: Moderation rechtzeitig vorher klären. Das können (auch) Eltern sein, die einige Tage vorher angesprochen wurden. Themen mit dem jeweiligen Moderator/der Moderatorin festlegen und den Verlauf durchsprechen. (Das kann möglicherweise durch die Schule, den Kindergarten bzw. durch die einladende Institution erfolgen.)

Austausch

(Schritt 7)

- In der Gesamtgruppe werden kurz die Gruppenergebnisse (bitte nur wenige Merkmale/Ideen) vorgetragen, kommentiert und möglicherweise auch nachgefragt.

Die Gesamtgesprächsleitung kann, wenn es sich anbietet, die Ratschläge für Erziehende mit einbringen (sie befinden sich auch im Faltblatt, siehe unten).

- *Besonders wichtig ist es, die Selbstständigkeit von Kindern und Jugendlichen zu fördern!*

Für selbstständige junge Leute steht der Besitz von Dingen nicht an erster Stelle.

- *Auf das Vorbild der Eltern und anderer Erziehender kommt es an!*

Fragen wir uns, wie wir selbst mit Geld umgehen.

- *Geld ist kein Erziehungsmittel!*

Bitte vermeiden: „Wenn du nicht..., dann bekommst du nicht.“ Das Ergebnis könnte sein: Moral gegen Geld.

- *Taschengeld fällt nicht vom Himmel!*

Kinder sollen ruhig durch kleine Arbeiten etwas dazu verdienen.

Ideen für das anschließende Gespräch in Kleingruppen

Ratschläge für Erziehende

- *Sparen und planen lernen – das hilft Wünsche erfüllen!*
Wichtig ist es, Kinder so zu unterstützen, dass sie es lernen, die Erfüllung ihrer Wünsche aufschieben zu können. Sie brauchen Hilfe bei der Festlegung von Prioritäten.
- *Kinder sollten über ihr eigenes Geld selbst verfügen können!*

Es gilt: Freiheit im Umgang mit dem eigenen Geld. Da müssen sich Eltern und andere Erziehende oft zurücknehmen. Ihren Rat können sie allerdings anbieten und ihre Meinung sollten sie sagen dürfen.

- *Kinder frühzeitig an Haushaltsfragen beteiligen!*
Hier lernen Kinder planen. Wie sieht es mit den Kosten für den Urlaub aus, wie mit der neuen Anschaffung, wie viel Geld brauchen wir monatlich für den Haushalt? Kinder erfahren: Es gibt auch Grenzen.
- *Über den Einfluss der Werbung und die Wichtigkeit von Markenartikeln sprechen!*
Welchen Einfluss haben Freundinnen und Freunde? Welche Kaufzwänge gibt es?
- *Sich kritisch mit Schuldentrends auseinandersetzen!*
Mit Kindern darüber sprechen: Was steht dahinter, wenn es hoffähig ist, Schulden zu machen?

Manche Teilnehmer/innen werden dankbar sein, wenn einige gezielte Empfehlungen zum Nachlesen oder Weiterlesen gegeben werden. Daher unsere Anregung:
Broschüre Elternwissen KONSUM
an die Eltern ausgeben.

**Tipps zur weiteren
Vertiefung des Themas**

Literaturempfehlung für Eltern:
Gerlinde Unverzagt/Klaus Hurrelmann
Konsum-Kinder.
Was fehlt, wenn es an gar nichts fehlt.
Herder Verlag, Freiburg 2001.

Das Veranstaltungspaket!

Unser Angebot für Vorbereiter, Veranstalter und Referenten:

- 30 Expl. Elternwissen Nr. 1 zum Thema KONSUM Münster 2008 (2. Aufl.).
- Ein Heft: IN & OUT – Anregungen zur Konsumerziehung in der Kinder- und Jugendarbeit. Münster 1999.
- Ein Heft: Selbstwert für 49,80 DM (THEMA JUGEND 2/2000).
- Ein Heft: Kaufen ist (k)ein Kinderspiel. Hamm 1998.
- 4 Folien für das Kurzreferat.

Sonderangebot!

Das alles zusammen zum Sonderpreis von 15,- Euro.

Bestellung an:
Katholische Landesarbeitsgemeinschaft
Kinder- und Jugendschutz NW e.V.
Salzstraße 8, 48143 Münster
Telefon: (0251) 54027, Telefax: (0251) 5186 9
E-Mail: thema-jugend@t-online.de

Wir empfehlen den folgenden Artikel „Haste was, dann biste was!“ für die persönliche Vorbereitung.

Impressum:

Autor dieses Bausteins ist Georg Bienemann,
Geschäftsführer der Katholischen Landesarbeitsgemeinschaft
Kinder- und Jugendschutz NW e.V.
Salzstraße. 8, 48143 Münster
Telefon: (0251) 54027
Telefax: (0251) 518609
E-Mail: thema-jugend@t-online.de
Internet: www.thema-jugend.de

Dem Kaufrausch verfallen

Wissenschaftler: Über 500 000 Kranke in Deutschland

Dabei fahren Männer vor- junges, auffällig hoch sei der Anteil der Singles, Kaufkränke weisen nach Geberts Beobachtungen alle Verhaltensweisen auf. Ein Beispiel sei die Kaufsucht einer Ärztin, die fast täglich kaufte und

Kaufsucht greift weiter um sich

Münster (Inw) in- als arme Leute. Denn mehr Menschen Wohlbefindende können in Deutschland leiden ohne jemals Sucht zu bemerken. Ein Beispiel sei die Kaufsucht einer Ärztin, die fast täglich kaufte und

Münster (Inw): in Deutschland sind nach Schätzung des Wirtschaftspsychologen (AL) 500 000 Menschen krankhaft kaufsuchtig. Vier Millionen lebten im Vorstadium zum Kaufrausch, Tendenz steigend, sagte der Wissenschaftler von der Fachhochschule des Bundes in Münster am Wochenende. Gerade Sonderangeboten könnten sie nicht widerstehen,

Am liebsten mit Internet-Anschluß

Jungskonsumenten bevorzugen Computer und Handys

Jugendliche in Deutschland können 1999 kräftig Geld ausgeben: Ihre Taschengelder, Sparschnecken und Sparguthaben summieren sich im Schnitt auf 1810 DM pro Kopf im Jahr. Auf der Wunschliste für neue Anschaffungen stehen

Jugendliche bekommen 1810 DM jährlich

bei den zehn- bis 17-jährigen Jugendlichen vor allem Computer, Videorecorder, Fernseher und Handys. Die Sechsbis- bis 17-jährigen geben ihr Geld am liebsten für Süßigkeiten aus. Alle Jugendlichen seien sehr markenbewußt. Als „coole Konsumenten“ bezeichnet die Marktforschung die 14- bis 17-jährigen. Sie seien gut informiert, dürften unabhängig entscheiden,

würden. Wie Spieler hätten sie sich immer wieder Geld beschaffen müssen. Meist erlitten diese Menschen nach etwa zwei Jahren derart extreme Depressionen, daß sie klinisch behandelt werden mußten. In der Statistik

Jugend gibt Geld für Computer und Handys aus Konsum ist cool

Hamburg (dpa). Jugendliche in Deutschland können 1999 kräftig Geld ausgeben: Ihre Taschengelder, Geldgeschenke und Sparguthaben summieren sich im Schnitt auf 1810 Mark pro Kopf im Jahr. Damit verfallen über ein Gesamtvermögen von 17,9 Milliarden Mark.

Kids im Kaufrausch

Jugendliche sparen immer weniger - Neue Verbraucher-Analyse

Lustvoll, aber kontrolliert

Immer früher geraten junge Menschen in die Schuldenfalle. Experten machen dafür eine ausufernde Konsum-Mentalität in den Familien verantwortlich. In den Schulen sollen die Nachwuchspleitiers jetzt lernen, wie man mit Geld umgeht.

KAUFRAUSCH

Kompensatorischer Konsum und Kaufsucht:

Ausmaß

Kaufsucht:	6%(west)	6%(ost)
Kompensatorisch:	12%(west)	8%(ost)

Untersuchungen bei Jugendlichen im Alter von 15 bis 20 Jahren(1996)*
Prof. Dr. Elmar Lange, Uni Bielefeld. Mehr dazu: IN & OUT, S.13-16.

***Neuere Untersuchungen haben diesen Trend bestätigt!**

Kompensatorischer Konsum:

Persönlichkeitsprofile und Bedingungen

- **Inkompetenzerlebnisse und Minderwertigkeitsgefühle:
Es besteht Angst davor, Aufgaben zu übernehmen.**
- **Nicht entscheiden können:
Andere sollen entscheiden.**
- **Selbstkontrollschwäche:
Vergnügungsorientierung/hedonistische Orientierung
und Streben nach sozialer Anerkennung**
- **Direkte(!) Bedürfnisbefriedigung:
Aufschub der Bedürfnisbefriedigung.
Jetzt sich anstrengen – später kommt die Belohnung!**
- **Niedrige Leistungsmotivation:
Häufig Furcht vor Misserfolg.**
- **Externale Kausalorientierung(im Gegensatz zur
internalen Kausalorientierung)
Erfolg und Misserfolg werden äußeren Ursachen
zugeordnet – und nicht dem eigenen Handeln.**
- **Streben nach Extravaganz /Anerkennung
Je stärker die Konsumabhängigkeit,
umso stärker das Streben nach Anerkennung.**

Kompensatorischer Konsum:

Ursachen

- **Autoritäre Erziehung.**
- **Überbehütete Erziehung.**
- **Sozialer Stautus durch Erziehende wird betont.**
- **Leistung wird überbetont (in Familie und Schule).**
- **Notengebung: gute Noten → mehr Selbstvertrauen
→ geringere Tendenz zum problm. Kaufverhalten.**
- **Gruppe der Gleichaltrigen (Peer-Gruppen):
Statusgewinn → Jugendliche am Rabde der Gruppe
suchen Anerkennung durch Konsum.**
- **Werbung verstärkt problematisches Kaufverhalten.**