



Medienmitteilung

Datum 12.09.2013

Mit Kindern über Geld reden ist Gold wert

Als wichtiges Kundensegment sind Kinder und Jugendliche ins Zentrum der Konsumwelt gerückt. Dies relativ unbemerkt, nur Verschuldung kommt periodisch in die Schlagzeilen. Es fehlen jedoch gesicherte Daten sowie ethische und rechtliche Leitplanken. Auch die finanzielle Grundbildung steckt noch in den Kinderschuhen. An ihrer Tagung vom 12./13.09.13 präsentiert die Eidgenössische Kommission für Kinder- und Jugendfragen EKKJ gebündeltes Wissen rund um Kinder und Jugendliche im Umgang mit Geld und Konsum. Auch der Handlungsbedarf soll aufgezeigt werden. Durch den Minifilmwettbewerb « myKonsum » kommen Kinder und Jugendliche direkt zu Wort.

Kinder sind Kunden

Ein Kind, das pro Tag eine Stunde vor dem Fernseher sitzt, sieht im Durchschnitt 6'730 Werbespots pro Jahr¹. Kinder beeinflussen die Kaufentscheide der Familie und ihre eigene Kaufkraft steigt. Im 2006 flossen rund 644 Mio. Franken als Taschengeld oder Geldgeschenke an die 6 bis 17-Jährigen in der Schweiz.² Shopping ist eine heiss geliebte Freizeitbeschäftigung. Der Besitz der richtigen Kleider, Spiele, Handys, ist für die Peer-Group-Zugehörigkeit wichtig. Konsumieren bedeutet mitmachen, integriert sein, und es macht Spass. Sich etwas kaufen zu können, gehört zu den ersten selbständigen Entscheiden eines Kindes.

Die Tagung befasst sich mit der Konsumwelt aus Kindersicht und beleuchtet die Vorgehensweisen der Wirtschaft, mit spezifischen Produkten und gezielten Marketingstrategien junge Konsumenten zu gewinnen.

Konsum und gesunde Entwicklung

Kinder und Jugendliche haben das Recht auf eine gesunde Entwicklung, auf Schutz, Förderung und Mitsprache. Dies auch in Sachen Konsum. Die Konsumwelt ist verführerisch, clever und attraktiv und sie ist geprägt von widersprüchlichen Botschaften. Deshalb ist Konsumentinformation und -bildung wichtig und anspruchsvoll. Eltern, Pädagoginnen und Jugendarbeiter brauchen Wissen und know-how, wie sie Kinder als Teilnehmende der Konsumkultur begleiten können - ohne moralisierenden Zeigefinger. Wie viel Schutz und rechtliche Schranken sind nötig? Wie viel Eigenverantwortung und Freiheit brauchen Kinder und Jugendliche, um den Umgang mit Geld zu lernen?

¹ Quelle: Die im Jahr 2011 durchgeführte KIWI-Studie II: Lebensmittelwerbung für Kinder auf den sechs Schweizer Fernsehkanälen in den drei Sprachregionen Oktober bis November 2011, herausgegeben von der Allianz der Konsumentenschutzorganisationen.

² Quelle: Taschengeld-Studie des Marktforschungsinstituts GfK Schweiz von 2006.

Die Hauptresultate der Studie KIWI II zur Fernsehwerbung im Kinderprogramm werden an der Tagung aufgegriffen und der « Swiss Pledge », eine Branchenvereinbarung zur Reduktion von Werbung für ungesunde Lebensmittel, als Beispiel vorgestellt, inklusive ihre Erweiterungs- und Verbesserungsmöglichkeiten.

Verschuldung ist kein Jugendproblem, doch ist Überschuldung präventiv zu bekämpfen

Junge Haushalte (18-25 J.) verschulden sich nicht öfter als ältere, obwohl ihre finanzielle Situation schlechter ist. Dies zeigen die neuesten Auswertungen der Daten des Hauspanels, die an der Tagung vorgestellt werden. Die im 2011 erstellten Auswertungen der SILC-Befragung 2008³ kommen zu ähnlichen Resultaten. Verschuldung ist kein Jugendproblem und junge Menschen sind im Umgang mit Knappheit meist kompetent.

Gesicherte Daten zur Entwicklung der Verschuldungssituation von Haushalten fehlen noch, doch berichten Schuldenberatungsstellen von steigenden Fallzahlen und komplexeren Situationen. Auch zeigen neuere Studien, dass Kinder, die in verschuldeten Haushalten aufwachsen, in ihrer Entwicklung eingeschränkt sind. Prävention bezüglich des Verschuldungsrisikos ist wichtig, aber welche wirkt? Zu dieser Frage beteiligt sich die EKKJ an einer laufenden Studie zu den zentralen Wirkfaktoren in der Schuldenprävention. Erste Resultate werden an der Tagung vorgestellt.

Vom gekonnten Umgang mit Geld

Die komplexe Konsumgesellschaft verlangt schon von Kindern hohe Kompetenzen im Umgang mit Geld und eine solide finanzielle Grundbildung. Als Jugendliche brauchen sie zwingend alltagspraktisches Wissen zu Steuern, Krankenkassen, Verträgen, Erstellen eines Budgets oder Umgang mit Kreditkarten und Online-Shopping. Sowohl in der Familie als auch in der Schule müssen Kinder für das erfolgreiche Bestehen in der Gesellschaft fit gemacht werden. Auch die Jugendarbeit bietet Lernfelder, in denen alltagsnahe Kompetenzen erlernt und erlebt werden können. Budget- und Jugendberatungsstellen, Konsumentenorganisationen, aber auch die Wirtschaft gehören zu den Akteuren die zur Bildung von Finanz- und Konsumkompetenzen beitragen können. Das Schlusspodium der Tagung soll den Handlungsbedarf konkretisieren.

Und wie sehen das Kinder und Jugendliche?

Mit Kindern und Jugendlichen über Geld reden ist der erste Schritt der Konsumbildung, in der Familie, der Schule, im Jugendtreff, im Alltag. Auch die EKKJ wollte Kinder und Jugendliche anregen, sich kreativ mit Fragen rund ums liebe Geld zu befassen und hat deshalb einen Minifilmwettbewerb zum Thema lanciert. Alle eingegangenen Filme können auf www.mykonsum.ch angeschaut werden. Die von der Jury prämierten Filme werden an der Tagung gezeigt.

Auskünfte:

Pierre Maudet, Präsident der EKKJ, pierre.maudet@etat.ge.ch

Stefan Blülle, Mitglied der EKKJ, Tel. 079 224 60 70

EKKJ Sekretariat, Tel. 031 322 92 26, Mobile: 079 815 25 24

Weitere Informationen: Das Programm der EKKJ-Tagung sowie die Abstracts der Referate stehen auf www.ekkj.ch zur Verfügung.

³ Quelle: BFS (2012): Die Verschuldung bei jungen Erwachsenen. Ergänzende Analysen der Verschuldung bei jungen Erwachsenen.