

## **Jugendliche Konsummuster – Abschied von marktwirtschaftlicher Rationalität?**

Wer heute in Zeitungen und Zeitschriften, im Rundfunk und im Fernsehen Beiträge zum Jugendkonsum liest bzw. hört oder sieht, gewinnt vielfach den Eindruck, dass sich die Jugendlichen, durch die Werbung verführt, mehr und mehr vom rationalen, marktwirtschaftlich orientierten Konsumverhalten verabschieden und immer mehr gerade das kaufen, was gerade „in“ ist: Markenklamotten, besonders Jeans, Schuhe, Hifi-Anlagen und natürlich Handys. Dabei scheint es, als ob die Preise und das eigene Einkommen kaum noch berücksichtigt würden mit der Folge, dass auch die jugendliche Verschuldung zunimmt. Stimmt das eigentlich?

Fragen wir zunächst einmal danach, was denn unter den gegenwärtigen wirtschaftlichen Verhältnissen „rationales“ Konsumverhalten kennzeichnet, um davon dann „abweichende“ Konsumverhaltensweisen, wie kompensatorischen Konsum und Kaufsucht, aber auch demonstrativen Konsum abgrenzen zu können. Als rational bzw. marktkonform lässt sich allgemein ein Konsumverhalten bezeichnen, das diejenigen Güter und Dienstleistungen auswählt, die die eigenen ökonomischen Grundbedürfnisse, insbesondere nach Nahrung, Kleidung und Wohnung sowie die Bedürfnisse nach allen weiteren Gütern des täglichen Lebens, die die Wirtschaft bereitstellt, befriedigt, wobei die eigenen Geldmittel so eingesetzt werden, dass die Kosten, also die zu zahlenden Preise minimiert werden.

Von diesem rationalen Muster weichen wenigstens zwei Konsummuster ab, die derzeit in der Öffentlichkeit Anlass zur Besorgnis geben; hierzu zählen:

➤ der kompensatorische Konsum und die Kaufsucht. Als kompensatorisch wird hier ein Konsumverhalten bezeichnet, das „nicht (vorrangig) den Zwecken dient, denen das gleiche Verhalten normalerweise gewidmet ist, sondern Defizite kompensieren soll, die aus dem Nicht-Lösen ganz anderer Probleme entstanden sind. Kompensatorisches Kaufen kann beispielsweise die Funktion haben, dem Käufer über beruflichen Stress oder private Enttäuschung hinwegzuhelfen. Das Gut wird dann nicht (oder nicht in erster Linie) um seines Gebrauchswertes willen gekauft, sondern um der Befriedigung willen, die der Kaufakt selbst dem Käufer verschafft, und zugleich in der Erwartung, dass diese Befriedigung einen Ausgleich für die Frustration bieten möge, die durch das unbewältigte Problem hervorgerufen wurde“ (Scherhorn, Reisch, Raab 1992, 4). Kompensatorisches Kaufverhalten kann zur Kaufsucht führen. Kaufsucht liegt dann vor, wenn das kompensatorische Konsumverhalten die für ein Suchtverhalten typischen Merkmale zeigt, nämlich die Verengung auf bestimmte Objekte, die Unwiderstehlichkeit und in vielen Fällen auch die Dosissteigerung und das Auftreten von Entzugserscheinungen. Kaufsucht kann zur Kaufsuchtkrankheit führen.

➤ der demonstrative Konsum. Der Kauf von Gütern bzw. die Inanspruchnahme von Dienstleistungen, die außerökonomische Bedürfnisse nach sozialer Anerkennung befriedigen sollen, wird hier als demonstrativer Konsum bezeichnet. Demonstrativer Konsum vor allem von materiellen Gütern soll den eigenen Status im Freundes- und Bekanntenkreis nach dem Motto aufwerten: „Hast Du was, bist du was“. Das Phänomen des demonstrativen Konsums ist an sich nicht neu: Angehörige der gesellschaftlichen Oberschichten haben zu allen Zeiten den Konsum vor allem auch zur Demonstration des eigenen Status und zur individuellen Abgrenzung genutzt. Neu ist jedoch, dass mit der säkularen Ausweitung der über die Befriedigung der Grundbedürfnisse hinausgehenden Einkommensanteile große Teile der Bevölkerung in den

meisten westlichen Industrienationen, einschließlich der Jugendlichen, in die Lage versetzt erscheinen, diesen symbolischen Konsumaspekt in den Vordergrund zu rücken. Damit gilt auch für die Jugendlichen, was Dörge einmal so formuliert hat: „Man kauft schließlich, was man nicht braucht, mit dem Geld, das man nicht hat, um dem zu imponieren, den man nicht mag“ (Dörge 1990, 20).

Demonstrativer Konsum unterscheidet sich vom kompensatorischen Konsum dadurch, dass die gekauften Güter auch gezeigt werden, wie es beim Tragen von Kleidung und Schuhwerk, von Uhren und Handys, bei Stereoanlagen, Fahrrädern u.ä. der Fall ist. Wer kompensatorisch kauft, schämt sich dagegen, entwickelt häufig Reue und verstreckt die gekauften Güter, die er im Prinzip überhaupt nicht braucht. Beiden Verhaltensmuster gemeinsam ist jedoch ein ausgesprochen starkes Bedürfnis nach sozialer Anerkennung, nach Wertschätzung durch Dritte, und sei es nur im Kaufakt, da die eigene Wertschätzung erheblich gestört ist.

Fragen wir nun nach dem Ausmaß, in dem Jugendliche noch rational, kompensatorisch oder aber überwiegend zu demonstrativen Zwecken kaufen, dann ist aufgrund unserer eigenen empirischen Untersuchungen (vgl. Lange 1997, 1999) grob von folgenden Verhältnissen auszugehen:

- Als überwiegend rational im Sinne der o.g. Definition konsumierend lassen sich inzwischen 75 und 80% der Jugendlichen kennzeichnen.
- Als Kompensationskäufer können in Deutschland zwischen 15% (Ost) und 18% (West) der Jugendlichen bezeichnet werden.
- Der Anteil der Jugendlichen, bei denen die demonstrativen Aspekte im Konsumverhalten im Vordergrund stehen, dürfte gegenwärtig bei etwa 15% liegen, wobei sich Demonstrations- und Kompensationskäufer bzw. –konsumenten partiell überschneiden.

Ob das Ausmaß der „abweichenden“ Konsummuster als besorgniserregend einzustufen ist oder nicht, ist eine Frage des Bewertungsmaßstabs. Zum Vergleich sei darauf verwiesen, dass sich die Jugendlichen in diesen Konsummustern kaum von den Erwachsenen unterscheiden (vgl. Scherhorn, Reisch, Raab 1992). Andererseits bedeutet ein Anteil von 6% kaufsüchtiger Jugendlicher in absoluten Größen, dass z.B. in der Altersgruppe der 15 - 20-jährigen in der Bundesrepublik etwa 250.000 Personen betroffen sind. Bevor wir allerdings Aussagen über die zukünftige Entwicklung machen können, sind zunächst einmal die Ursachenkomplexe kurz vorzustellen.

Unterscheiden wir grob psychische Ursachen auf der Ebene der Personen und soziale Ursachen im Bereich der Familie, der Schule, der Freundesgruppen sowie in der Werbung, dann lässt sich für den kompensatorischen Konsum und die Kaufsucht folgendes sagen:

- Auf der psychischen Ebene finden wir eine ausgesprochen starke Selbstwertschwäche, die sich in der Unfähigkeit zeigt, die eigenen Gefühle zu zeigen und auszuleben, die eigenen Fähigkeiten angemessen einzuschätzen und selbständig zu entscheiden. Selbstwertschwäche geht mit einer niedrigen Leistungsmotivation, mit einer geringen Bereitschaft, jetzt Anstrengungen und Mühen für eine erst später zu erwartende Belohnung zu erbringen; und einer Kausalorientierung einher, die die eigenen Erfolge und/oder Misserfolge eher auf andere Personen, die Umstände oder

aber auf Glück und Zufall zurückführt als auf eigene Leistung: Darüber hinaus sind das Streben nach sozialer Anerkennung und ein hedonistischer Lebensstil, in dem Abenteuer und Abwechslung besonders betont werden, verstärkt ausgeprägt.

➤ Im Bereich der Familie finden wir erhebliche Selbstwertschwächen und Autonomiestörungen unter Verhältnissen, in denen die Kinder und Jugendlichen zuwenig Aufmerksamkeit und Anerkennung sowie zuwenig Wärme; Liebe und Zuwendung erfahren haben. Wir finden sie in Verhältnissen, in denen die kindliche und jugendliche Sehnsucht nach Liebe, Anerkennung und Geborgenheit abgeblockt wird, in denen sie auch ihre Enttäuschung, ihr Verletztsein, ihre Angst und möglicherweise auch ihre Aggressionen als Reaktionen auf diese Frustrationen nicht zeigen dürfen. Wir finden sie weiterhin unter Verhältnissen, die man als überbehütet und/oder als autoritär bezeichnen kann, nicht dagegen bei einem demokratischen Erziehungsstil. Es ist insbesondere der überbehütete Erziehungsstil, der zu Inkompetenzerlebnissen und langfristig zur Inkompetenz führt. Überbehütung resultiert aus Unsicherheit und Angst der Eltern, selbst etwas falsch machen zu können. Sie bedeutet, den Kindern Anstrengungen und Aufgaben zu verbieten, weil sie ihnen nicht zutrauen, diese Anstrengungen und Aufgaben unbeschadet zu überstehen: Überbehütung bedeutet weiterhin, den Kindern eigene Entscheidungen abzunehmen und sie zu bevormunden, eine Bevormundung, die bis hin zur Auswahl der Freunde und Bekannten, zur Auswahl des Berufs und zur Auswahl des Ehepartners geht. Damit werden Kinder und Jugendliche systematisch zur Inkompetenz erzogen. Hier werden die Eltern mit ihren eigenen Problemen nicht fertig und geben sie an die Kinder weiter. Kompensatorischer Konsum und Kaufsucht als Folge veränderter Autonomie bzw. als Folge von Selbstwertschwäche treten weiterhin unter Familienverhältnissen auf, in denen die Kinder zwar Anerkennung und Aufmerksamkeit erfahren, allerdings nicht durch persönliche Zuwendung, sondern durch materielle Zuwendungen, z.B. in Form von Spielsachen oder aufwändiger Kleidung. Wir finden sie also dort, wo Eltern glauben, dass ihre Anerkennung und ihr sozialer Status besonders auf ihrem materiellen Besitz und weniger auf ihrer individuellen Leistung beruht. Diese Einstellung wird dann auch den Kindern weitergegeben.

➤ Im Bereich der Schule sind insbesondere diejenigen von Selbstwertschwäche und dann auch von kompensatorischem Konsum und Kaufsucht betroffen, die am unteren Ende der schulischen Leistungshierarchie stehen und durchweg mehr Misserfolgs- als Erfolgserlebnisse erfahren.

➤ Ähnliches gilt auch für die Freundesgruppen: Wer eher am Rand als im Zentrum steht, bemüht sich eher durch den Besitz und die Demonstration von prestigeträchtigen Konsumgütern, seinen sozialen Status aufzuwerten, als durch gruppenbezogene Leistungen, ein letztlich erfolgloses Unterfangen.

➤ Was den Einfluss der Werbung angeht, finden wir keine eigenständigen, aber doch Verstärkungseffekte bezüglich des kompensatorischen und demonstrativen Konsumverhaltens: Jugendliche mit den o.g. psychischen Dispositionen nehmen Werbesendungen häufiger wahr und halten sie häufiger zugleich für informativ und anregend als selbstständige und selbstbewusste jugendliche.

➤ Bleibt weiterhin darauf hinzuweisen, dass wir kompensatorisches Konsumverhalten und Kaufsucht häufiger bei Mädchen als bei Jungen finden. Hier zeigt sich ein deutlicher Effekt geschlechtsspezifischer Sozialisation: Mädchen werden offensicht-

lich nach wie vor stärker auf ihre zukünftige Rolle als Hausfrau und damit auch als Konsumentin hin erzogen als Jungen. Die Kompensation von Defiziten durch Kauf und Konsum liegt bei ihnen daher näher und wird auch weniger auffällig als bei Jungen. Hinzu dürfte kommen, dass Jungen und junge Männer zur Kompensation von Defiziten weniger mit Rückzugsverhaltensweisen als eher mit aggressiven Verhaltensweisen, u.a. mit demonstrativem Konsum reagieren. Hinsichtlich der Selbstwertchwäche unterscheiden sich die Geschlechter nicht.

➤ Bemerkenswert ist, dass bei den Jugendlichen, ähnlich wie bei den Erwachsenen, keine Zusammenhänge zur Herkunftsschicht, zum eigenen formalen Bildungsniveau, zur Höhe des eigenen Einkommens oder zum Alter existieren. Kompensatorischer Konsum und Kaufsucht finden sich in allen sozialen Schichten, bei Personen unterschiedlich hoher formaler Bildung und unterschiedlichen Einkommens gleichermaßen; auch das Alter schützt vor Torheit nicht.

➤ Etwas anders sieht es bezüglich des demonstrativen Konsums aus: Im Unterschied zum kompensatorischen Konsum ergeben sich deutliche schichtspezifische, geschlechtsspezifische und altersbezogene Unterschiede: Was die soziale Herkunft angeht, finden wir ihn verstärkt in unteren und mittleren sozialen Schichten. Demonstrativer Konsum erscheint bei jungen stärker ausgeprägt als bei Mädchen; er nimmt mit steigendem Alter jedoch deutlich ab (vgl. hierzu auch Wiedmann 1987, 212).

➤ Mit der Zunahme des demonstrativen und des kompensatorischen Konsums steigt die Verschuldung der Jugendlichen bis hin zur Überschuldung an.

Kennt man die strukturellen Zusammenhänge zwischen den genannten Bedingungskomplexen und den abweichenden Konsummustern und hat man empirisch begründete Vorstellungen, wie sich die strukturellen Bedingungen im Bereich der Familien, der Schule, der Freundschaftsgruppen und im Bereich der Wirtschaft entwickeln werden, kann man auch Aussagen darüber formulieren, wie sich das Konsumverhalten der Jugendlichen zukünftig unter den o.g. Aspekten entwickeln dürfte (vgl. hierzu ausführlich Lange 2001). Vor diesem Hintergrund lässt sich die Ausgangsfrage, ob wir in Zukunft eine Zunahme irrationaler Konsummuster der Jugendlichen zu erwarten haben, allerdings verneinen. Die Befürchtungen, dass sich die Jugendlichen durchweg vom Muster rationalen Konsums verabschieden, dass sie sich verstärkt zu Materialisten und Hedonisten entwickeln; ist heute genauso wenig begründet wie in früheren Jahren auch, in denen dieses Thema immer wieder durch die Presse geisterte. Schon in früheren Jahren hatten seriöse Untersuchungen (z.B. Stern 1986/87; Sinus-Institut 1985) diese Behauptungen immer wieder widerlegt.

Wer allerdings der Meinung ist, dass ein Anteil von jeweils etwa 15% kompensatorisch und auch demonstrativ kaufender Jugendlicher (und Erwachsenen) zu hoch ist, der muss vor allem die Verhältnisse ändern, unter denen diese Konsummuster auftreten; hierzu gehört insbesondere die Stärkung des Selbstwertgefühls der Jugendlichen. Dass das äußerst schwierig ist, weiß jeder. Dass es aber nicht unmöglich ist, konnten wir gerade in einer jüngeren Studie im Rahmen der verbandlichen und offenen Jugendarbeit sowie in der Heimerziehung nachweisen (vgl. Lange 1999).

### *Literaturverzeichnis*

Dörge, F.-W. (1990): Verbraucherverhalten in der Sozialen Marktwirtschaft. In: Informationen zur politischen Bildung, Nr. 173, Bonn, 7-23.

Lange, E. (1997): Jugendkonsum im Wandel. Konsummuster, Freizeitverhalten, soziale Milieus und Kaufsucht 1990 und 1996. Opladen: Leske + Budrich.

Lange, E (1999) Kompensatorischer Konsum und Kaufsucht bei Jugendlichen – Theoretische Grundlagen und empirische Ergebnisse. In: Katholische Landesarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz Nordrhein-Westfalen e.V. (Hrsg.): In & Out. Anregungen zur Konsumerziehung in der Kinder- und Jugendarbeit. Münster, 11-35.

Lange, E. (2001): Jugendkonsum: Zunahme irrationaler Konsummuster? In: Jürgen Mansel, Wolfgang Schweins, Matthias Ulbrich-Hermann (Hrsg.), Zukunftsperspektiven Jugendlicher, Weinheim und München: Juventa, S. 181-199