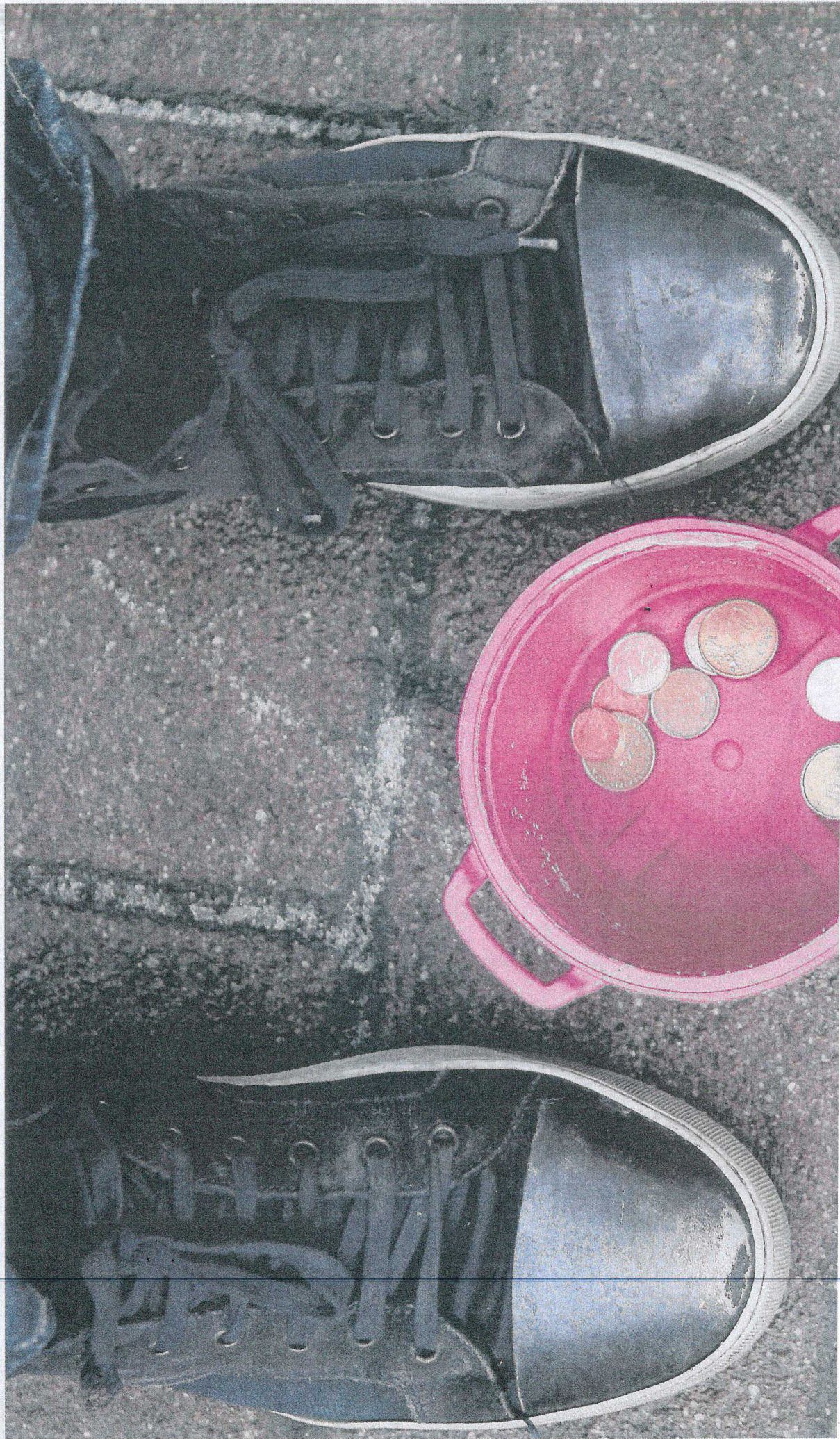


Forum

Samstag/Sonntag,
20./21. April 2013

Seite 20 / Nr. 93
Tageblatt



„Gesellschaft der Gegensätze“ oder ...

„Des einen Freud, des anderen Leid?“ (Teil 2)

Christiane Steffen

In diesem Kontext sei erwähnt, dass in Luxemburg 52.074 Menschen den Mindestlohn empfangen, das entspricht je dem 6. Arbeitnehmer, Tendenz steigen. Darüber hinaus kommt, dass junge Erwachsene im Allgemeinen weniger Erfahrung im Umgang mit Geld haben und bei finanziellen Engpässen oft nicht über Rücklagen verfügen. Das vereinfacht ihre Lage nicht.

So stellen wir fest, dass seit ein bis zwei Jahren die Zahl der Wohnungseigentümer, mitunter auch junge Erwachsene, die bei unserer Schuldnerberatung um Hilfe bitten, wächst.

Die Warteliste der Antragsteller für eine soziale Wohnung ist lang und die Mietpreise auf dem regulären Wohnungsmarkt sind nahezu unerschwinglich.

Aus der Not heraus entscheiden sich manche junge Verbraucher für den Erwerb einer eige-

nen Wohnung über eine Immobilienfinanzierung. Dass dieser Weg oft zu einer Verschlechterung ihrer finanziellen Lage führen kann, erkennen die Betroffenen meistens zu spät. Die Kredit- und Nebenkosten werden allzu oft unterschätzt und die eigene Finanzkraft überschätzt. Angesichts der inzwischen bis zu 30 Jahren dauernden Laufzeit eines Hypothekarkredits und der allgemeinen instabilen und prekären Arbeitswelt, ist es schwierig, seine finanzielle Lage längerfristig zu überblicken.

Und noch ist der aktuelle Zinsstand auf einem Rekordtief. Ein Anheben der Zinsen schlägt sich unweigerlich verheerend auf die prekären Finanzlagen nieder.

„**Consommer responsable**“, ein **Präventionsprojekt für Kinder und Jugendliche**

Wie können die Verbraucher, insbesondere die jüngeren, den Verführungen der Konsumgesellschaft, wo sich der Status des Einzelnen oft über materiellen Besitz definiert, standhalten? Glück im Leben, Erfolg im Be-

ruf, fit im Alltag, gesund im Alter, die Werbung verspricht uns den Himmel auf Erden und liefert uns die Rezepte durch Botschaften, die uns immer und überall erreichen.

Wir sind,
was wir haben!

Kinder und Jugendliche gehören in unserer Gesellschaft zu einer der wichtigsten Marketingzielgruppen, in der Branche mit dem Kürzel „SKIPPIes“ bezeichnet (School Kids with Income and Purchasing Power).

Der Kids-Verbraucheranalyse 2012 zufolge, verfügten 6- bis 13-jährige Kinder in Deutschland über ein Milliardenbudget (Taschengeld, kleine Verdienste, Ersparnisse) von über 6 Milliarden Euro. Laut der „Youngcom“-Jugendstudie 2011 geben Jugendliche jährlich insgesamt etwa 14 bis 15 Milliarden Euro für Partys, Ausgehen, Kino, Essen und Trinken, Kleidung aus. Gut die Hälfte

legt Wert auf Marken, wenn es um Kleidung, Handys oder Sportschuhe geht.

Das Interesse der Marketingbranche an dieser Gruppe ist nicht nur aufgrund deren hohen Kaufpotenzials erheblich, sondern auch aufgrund der Tatsache, dass Kinder und Jugendliche – direkte Konsumenten sind (primärer Markt), – die Kaufentscheidungen ihrer Eltern bezüglich der Ernährung, der Freizeit, dem Urlaub beeinflussen (Einflussmarkt), und – die erwachsenen Verbraucher von morgen sind (Zukunftsmarkt).

In vielen Familien wird jedoch nicht ausreichend mit den Kindern über den Umgang mit Geld gesprochen. Ebenso wenig in den Schulen. Aus unserer Sicht gibt es hier einen akuten Handlungsbedarf. Auf diesem Grund hat unsere Schuldnerberatungsstelle, Ende 2012, eine Präventionskampagne „Consommer responsable“ (verantwortungsvoll konsumieren) für Kinder im Alter von 9 bis 12 Jahre gestartet. Im

rahmen dieses Projektes setzen sich die Kinder, auf spielerische Weise, mit folgenden Themen auseinander:

- Unterschied zwischen Wünschen und Bedürfnissen,
- Geld und Konsum
- Unvorhersehbare Ereignisse, die meistens einen negativen Niederschlag auf die private finanzielle Lage haben,
- Ersparnisse.

Einerseits das rege Interesse der „Maisons relais“ quer durchs Land und kürzlich auch einiger Grundschulen sowie die Begeisterung der Kinder andererseits bezeugen, dass hier ein hoher Nachholbedarf besteht.

- Was heißt kompetenter Umgang mit Geld?
- Wo gibt es eine grundlegende finanzielle Bildung?
- Wie kann man Finanz- und Konsumentscheidungen kritisch treffen?

Wäre es vielleicht nicht an der Zeit, ein Lehrfach wie „Finanzkompetenz“ in den Schulen (Oberschulen, Berufsschulen) einzuführen?