

## Konsumrausch global gesehen!

Das Thema „Jugend und Konsum“ stößt in Zeiten von Hartz IV und „neuer Armut“ auf besonderes Interesse, vor allem, wenn man Medienberichten folgt, die sich dem Thema „Kauf- und Konsumrausch bei Kindern und Jugendlichen“ widmen. Nimmt man diese Berichte ernst, dann „geben sie Geld aus, dass sie nicht haben, für Dinge, die sie nicht brauchen, um denjenigen zu imponieren, die sie nicht mögen, und alles frei nach dem Motto: Hast du was, dann bist du was“ (S. 15). Verantwortlich sind hierfür Eltern und Erzieher und insbesondere eine aggressive Werbeindustrie.

Ob all diese (Vor-)Urteile zutreffen, war Gegenstand der vorliegenden interkulturellen Studie. Insgesamt wurden 2.300 Jugendliche im Alter zwischen 15 und 25 Jahren aus Deutschland, Südkorea und Polen in einer standardisierten Querschnittserhebung mündlich befragt. Dabei ging es nicht nur um Einnahmen und Ausgaben, die Art und den Umfang des Kaufs und Konsums von Gütern und Dienstleistungen oder den Besitz von Konsumgütern selbst sowie um Verschuldung bzw. Überschuldung der Jugendlichen. Vielmehr war es Ziel der Untersuchung, auf der Grundlage von Konsummuster Unterschieden, aber auch Gemeinsamkeiten Jugendlicher aus verschiedenen kapitalistischen Ländern in ihrem Kauf- und Konsumverhalten aufzuzeigen. Die Autorinnen und Autoren spezifizierten hierzu in ihrer Analyse die Rational-Choice-Theorie nach James S. Coleman und Hartmut Esser, sie unterschieden in ihrem interkulturellen

Ansatz drei Arten von Konsummustern: den marktwirtschaftlich rationalen und die davon abweichenden demonstrativen und kompensatorischen Konsummuster. Als Einflussfaktoren wurden in diesem Zusammenhang individuelle und kontextbezogene Bedingungen genannt wie z. B. die besondere Rolle der Selbstwertschwäche zur Erklärung des kompensatorischen Konsums einschließlich einer daraus resultierenden Kaufsucht. Die verwandten bzw. entwickelten Definitionen und Theorien dazu sind äußerst interessant, wird hier doch der Erziehung eine entscheidende Einflussnahme zugeschrieben. Ein demokratischer Erziehungsstil, aber erstaunlicherweise auch ein überbehüteter Stil fördern in allen drei Ländern ein rationales Konsumverhalten. Erfreulicherweise weisen alle Jugendlichen ein insgesamt hohes Maß an Rationalität beim Kauf von Konsumgütern auf. Werbekritik und eine entsprechende Vorbildfunktion der Eltern tragen dazu bei, dass das Konsumverhalten dieser Gruppe weniger durch Werbung beeinflusst wird.

Bei den koreanischen Jugendlichen tritt das kompensatorische Konsumverhalten am häufigsten auf. In diesen Familien dominiert eine autoritäre, teils überbehütete Erziehung, die den Jugendlichen keinen Raum zur Selbstständigkeit lässt. Misserfolge im familiären Bereich, Freundeskreis und in der Schule werden dementsprechend als entscheidende Faktoren für kompensatorisches Konsumverhalten gedeutet. Darüber hinaus werden diese Jugendlichen von ihren Eltern mangelhaft auf ihre Rolle als kritische Verbraucher vorbereitet. Werbung gilt hier als wesentliche Informationsquelle.

All diese Faktoren treffen ebenso auf das demonstrative Konsumverhalten zu. Im Unterschied zum kompensatorischen Konsum tendieren diese Jugendlichen allerdings am stärksten zum Kauf von Markenartikeln. Im internationalen Vergleich stehen hier die polnischen Jugendlichen an erster Stelle. Warum deutsche Jugendliche in relativ geringerem Umfang zu demonstrativem und kompensatorischem Konsum tendieren, führen die Forscher u. a. auf die in Deutschland erheblich längere Tradition der Marktwirtschaft zurück.

Bei der vorliegenden Studie handelt es sich um eine wissenschaftlich fundierte Untersuchung, deren Stärken sich aus ihrem interkulturellen Ansatz ergeben. Dem Leser offenbart sich ein differenziertes Bild, das über herkömmliche Klischees im Hinblick auf jugendliches Kauf- und Konsumverhalten weit hinausgeht. Interessant und unerwartet zeigen sich demzufolge auch die Ergebnisse: Allen Globalisierungs- und Homogenisierungstendenzen zum Trotz herrschen in den drei Ländern unterschiedliche Konsummuster vor, die sich aus regionalen, lokalen, ökonomischen, sozialen und kulturellen Besonderheiten ergeben.

Die Arbeit wartet darüber hinaus mit einer Anzahl von Tabellen und Grafiken auf, die dem Leser einen schnellen Überblick ermöglichen und zum allgemeinen Verständnis beitragen. Abgerundet wird der Band mit einem Ausblick, wie sich die Konsummuster der einzelnen Länder zukünftig weiterentwickeln werden.

Eine methodisch solide und äußerst interessante Studie, nicht nur für Sozialwissenschaftler und Pädagogen.



**Elmar Lange/Sunjong Choi/Dojin Yoo/Grzegorz Adamczyk:**

*Jugendkonsum im internationalen Vergleich. Eine Untersuchung der Einkommens-, Konsum- und Verschuldungsmuster der Jugendlichen in Deutschland, Korea und Polen.* Wiesbaden 2005: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 168 Seiten mit 32 Tab., 19,90 Euro