

# I. Problem- und Fragestellungen

Mit schöner Regelmäßigkeit erscheinen in den Medien Berichte zum Jugendkonsum unter Überschriften wie „Jugend im Kaufrausch“, „Kaufen und Konsumieren als Erlebnis“, „Kaufen zwischen Lust und Frust“. Die Jugendlichen scheinen offenbar nichts anderes zu tun zu haben, als zu kaufen und zu konsumieren, was gerade „in“ ist, ob Kleidung, CD's, Musik-, Video-, DVD- Anlagen, Computer und natürlich Handys. Mit dem Besitz und der Nutzung dieser Güter zeigen sie angeblich, dass sie dazu gehören, dass sie „wer“ sind, alles nach dem Motto: „Hast Du was, bist du was!“. In den Medien entsteht vielfach das Bild, als würden sich die Jugendlichen von jeder Form marktwirtschaftlich rationalen Konsums verabschieden und nur noch hedonistische und irrationale Konsummuster, wie demonstrativen Konsum und kompensatorischen Konsum bis hin zur Kaufsucht praktizieren. Stimmt das eigentlich?

Hinzu kommen neuerdings Berichte in den Medien, vorzugsweise mit Bezug auf Äußerungen von Verbraucher- und Schuldnerberatungsstellen, über eine zunehmende Verschuldung, ja Überschuldung der Jugendlichen. Offensichtlich scheinen sie auch den Bezug zum Geld verloren zu haben, leben auf Pump und Kredit und zeigen sich immer weniger in der Lage, ihre Schulden zurückzahlen zu können. Stimmt auch das?

Glaubt man den Medien, dann scheinen die Eltern und die Schule als Sozialisationsinstanzen an Einfluss verloren zu haben, andererseits die Freundesgruppen und Cliques als normative und vergleichende Bezugsgruppen an Einfluss zu gewinnen. Verantwortlich aber wird letztlich eine übermächtige Werbung der Konsumgüterindustrie gemacht, die die Jugendlichen dazu verführt, „happiness now“ zu verlangen, jetzt zu genießen und erst später zu zahlen, sofern das dann überhaupt noch möglich ist.

Auf der anderen Seite hat es auch immer wieder jugendsoziologische Studien gegeben, die sich kritisch mit diesen medialen Urteilen über das jugendliche Konsumverhalten auseinandergesetzt haben. Statt vieler anderer sei hier zum einen auf die bereits Mitte der 80er Jahre erschienene Studie von Sinus (1985) verwiesen, in der unter dem Titel „Jugend privat. Verwöhnt? Bindungslos? Hedonistisch?“ eine Sekundäranalyse zahlreicher erst zu nehmender wissenschaftlicher Untersuchungen vorgenommen wurde, die ein sehr differenziertes Bild der jugendlichen Konsumgewohnheiten in Deutschland zeigte. Zum anderen seien eigene frühere Untersuchungen erwähnt (u. a. Lange 1997, 2001), in denen dem weitaus größten Teil der Jugendlichen ein marktwirtschaftlich durchaus rationales Konsumverhalten bestätigt wurde, und nur bei einer Minderheit ein dominant demonstratives

oder kompensatorisches Konsumverhalten beobachtet werden konnte. Auch eine Überschuldung konnte in diesen Studien nur bei 5% aller Jugendlichen beobachtet werden. Damit unterschieden sich die Konsummuster und die Überschuldungsverhältnisse der Jugendlichen kaum von denjenigen der Erwachsenen.

Die hier vorliegende Studie verfolgt im Wesentlichen zwei Zielsetzungen:

1. Die Analyse der gegenwärtig bei den Jugendlichen im Alter zwischen 15 und 24 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland zu beobachtenden Konsummuster (Güter- und Dienstleistungskauf- und -verwendungsmuster) auf der Makroebene und ihre Erklärung durch individuelle Konsumententscheidungen auf der Mikroebene unter Berücksichtigung der strukturellen situativen Bedingungen auf der Makroebene, unter denen diese Entscheidungen ablaufen (Bestandsanalyse).
2. Die Analyse der Veränderung der jugendlichen Konsummuster zwischen 1990 und 2002 und ihre Erklärung (Entwicklungsanalyse).

Im Rahmen der Bestandsanalyse ist zum einen die monetäre Ebene des Konsums zu berücksichtigen, also der Umgang der Jugendlichen mit Geld; in diesem Zusammenhang stellen sich u. a. die folgenden Fragen:

- a) Wie hoch sind die Einkünfte der Jugendlichen, aus welchen Quellen stammen sie?
- b) Wie hoch sind die Ausgaben der Jugendlichen?
- c) In welchem Umfang und in welchen Formen sparen die Jugendlichen; wo liegen ihre dominanten Sparmotive?

Im Rahmen der Bestandsanalyse ist zum zweiten die materielle Ebene des Konsums, also der Kauf und die Nutzung von Gütern und Dienstleistungen zu beleuchten; dabei geht es u. a. um die folgenden Fragen:

- d) Für welche konkreten Güter und Dienstleistungen geben die Jugendlichen hier und heute ihr Geld aus und wie nutzen sie sie? Hierzu gehören etwa Ausgaben für den Alltagskonsum und für den gehobenen Konsum (Nahrung, Kleidung, Wohnung), Ausgaben für Musik, Fernsehen, Video, Computer usw., Ausgaben für Wochenendveranstaltungen, Urlaub, Mobilität, besondere events/ performances, Ausgaben für Gesundheit, Bildung und Kultur (aktive und passive Tätigkeiten) sowie für legale und illegale Drogen.
- e) Welche Güter besitzen die Jugendlichen derzeit, worin sind also ihre vergangenen Konsumausgaben geronnen?
- f) Welche abstrakteren Konsummuster lassen sich bei den Jugendlichen beobachten? Hierzu gehören das marktwirtschaftlich rationale Konsumverhalten sowie hiervon im üblichen Verständnis abweichende Konsummuster wie kompensatorischer Konsum und Kaufsucht, demonstrativer Konsum u. a..

- g) In welchem Umfang und bei wem haben die Jugendlichen Schulden? Wo liegen die Ursachen für die Verschuldung? Im Rahmen einer Zusatzbefragung der Überschuldeten werden wir dann weiter fragen: Wie hoch ist der Anteil der überschuldeten Jugendlichen, wo sehen die Jugendlichen selbst die Ursachen für ihre Überschuldung, welche Probleme entstehen mit der Überschuldung und wie schaffen sie es, sich zu entschulden?

Die Erklärung dieser Konsummuster erfolgt auf der Basis einer „aufgeklärten“ Version der Rational Choice-Theorie zum einen aus der konsumspezifisch zu formulierenden Werterwartungstheorie unter Berücksichtigung der individuellen konsumbezogenen Werthaltungen (Motive, Bedürfnisse), der Erwartungen über die Eintrittswahrscheinlichkeiten der mit dem Kauf und der Nutzung verbundenen werthaltigen Konsequenzen sowie der konsumbezogenen Einstellungen, einschließlich der Handlungscores und -programme auf der Mikroebene sowie zum anderen aus den strukturellen situationsspezifischen Bedingungen auf der Makroebene, unter denen sich die Konsumententscheidungen vollziehen. Zu den situationsspezifischen Bedingungen, die über Brückenhypothesen mit den individuellen Werthaltungen und Erwartungen sowie Einstellungen zu verknüpfen sind, gehören:

- a) soziale Bedingungen, wie z. B. die soziale Herkunftsschicht- und Milieuzugehörigkeit, die familiären Erziehungsmuster, speziell die Konsumerziehungsmuster, die Einbindung in Peergruppen und der eigene soziale Status sowie nicht zuletzt regionale, ethnische, konfessionelle sowie alters- und geschlechtsspezifische Verhältnisse bzw. Normen und Rollen.
- b) kulturelle Bedingungen, wie z.B. konsumrelevante kulturelle Werte und soziale Normen.
- c) ökonomische Bedingungen, wie z.B. Einkunftsquellen und Vermögensverhältnisse.
- d) Gelegenheitsstrukturen, wie z.B. Einkaufs- und Kreditmöglichkeiten.

Im Rahmen der Entwicklungsanalyse geht es um die Veränderungen der Konsummuster der Jugendlichen zwischen 1990 und 2002. Diese Analyse vergleicht die Ergebnisse der jüngsten Erhebung mit den Ergebnissen der früheren eigenen Untersuchungen zum Konsum- und Freizeitverhalten der Jugendlichen, die 1990, 1995 und 1997-99 gelaufen sind (vgl. Lange 1991, 1997, 1999, 2001). Dieser Vergleich kann sich allerdings nur auf die Gruppe der 15-20jährigen Jugendlichen erstrecken, da nur diese Gruppe in den früheren Studien untersucht worden war. Veränderungen sind analysierbar im Hinblick auf das monetäre Verhalten, die oben angesprochenen materiellen konkreten und abstrakten Konsummuster als auch im Hinblick auf deren situationsspezifische strukturelle Determinanten. Vor dem Hintergrund der vor allen in den öffentlichen Medien immer wieder entwickelten Schre-

ckensszenarien über die jugendlichen Konsummuster und ihre Entwicklung stellen sich hier u. a. die folgenden Fragen:

- a) Steigt der Anteil der Jugendlichen, die nur noch das tragen, was gerade „in“ und modisch ist? Greifen Jugendliche zunehmend auf neue Kommunikationsmedien wie Handys oder das Internet zurück? Steigt generell der Konsum der sog. Neuen Medien zulasten traditioneller Medien oder kommt es hier zu neuartigen Kombinationen der Nutzung verschiedener Medien?
- b) Verabschieden sich die Jugendlichen zunehmend vom marktwirtschaftlich rationalen Konsummuster, das eigene Bedürfnisse und eigenes Einkommen in Beziehung setzt zu den angebotenen Gütern/Dienstleistungen und deren Preise? Oder steigt auf der anderen Seite der kritische, mündige Verbrauch an?
- c) Steigen die „abweichenden“ Verhaltensmuster wie demonstrativer Konsum, kompensatorischer Konsum und Kaufsucht an? Nimmt der vielfach postulierte Hedonismus eines schnellen Konsums „hier und jetzt“ zu?
- d) Sinkt die Sparrate und steigt die Verschuldungs- und insbesondere auch die Überschuldungsrate der Jugendlichen wirklich an, wie vielfach, auch mit Bezug auf die Verschuldungsratenentwicklung der Erwachsenen, behauptet wird?

All diese möglichen Veränderungen der Konsummuster sind erneut u. a. aus den Veränderungen der strukturellen situationsspezifischen Bedingungen zu erklären, unter denen die Jugendlichen ihre Handlungsmöglichkeiten, aber auch Restriktionen erfahren; hierzu zählen u. a. die Bedingungen, die oben bereits formuliert wurden:

- a) die möglichen Veränderungen in den kulturellen Werten, weg von materialistischen hin zu postmaterialistischen Werten, weg von Pflicht- und Akzeptanzwerten hin zu Selbstentfaltungswerten; Abnahme eines puritanischen Arbeitsethos und Entwicklung einer Genussmentalität; hier stellt sich allerdings zunächst die Frage, inwieweit diese vielfach unterstellten Entwicklungen in den letzten zehn Jahren bei den Jugendlichen real zu beobachten sind bzw. von ihnen wahrgenommen werden.
- b) die möglichen Veränderungen in den sozialen, speziell den familiären Verhältnissen, die einen Einfluss auf das Konsumverhalten der Jugendlichen besitzen, wie z.B. der Rückgang „normaler“ familiärer Lebensformen und die Zunahme von Sukzessionsfamilien, Patchworkfamilien, unvollständigen Familien, die Zunahme der Berufstätigkeit beider Elternteile, die Zunahme der Scheidungen sowie der dahinter stehenden innerfamiliären Konflikte, die Reduktion der Geschwisterzahlen, der Wandel der elterlichen Erziehungsmuster weg von rein autoritären hin zu demokratischen, auf Aushandlung hin

angelegten Erziehungsmustern, möglicherweise aber auch ein mit der Reduktion der Kinderzahlen und der Zunahme von Einclternfamilien verbundener Anstieg von überbehüteter Erziehung und materialistischer Erziehung.

- c) die möglichen ökonomischen Veränderungen, wie z.B. der Anstieg des verfügbaren Einkommens, der Anstieg und die Diversifizierung des Güter- und Dienstleistungsangebots, die vielfach aggressiver und zugleich subtiler werdende Werbung.
- d) Im Bereich der Gelegenheitsstrukturen ist u. a. auf die möglicherweise erleichterten Kreditmöglichkeiten durch Dispositions- und Ratenkredite, die Bereitstellung von Kunden- und Kreditkarten sowie auf die neuen Kauf- und Konsummöglichkeiten durch e-commerce, Tele-shopping u. a. hinzuweisen. Empirisch zu beantworten ist allerdings auch hier zunächst, inwieweit diese neuen Gelegenheiten auch von den Jugendlichen genutzt werden.