Viele Möglichkeiten, schwierige Wahl:

DIE MULTIOPTIONS-GESELLSCHAFT FÜR KINDER

Peter Gross, St. Gallen

Kinder und Jugendliche sind mehr als die Erwachsenen, zu deren Wesen es ja gehört, nicht mehr allen Möglichkeiten nachzugeben, möglichkeitsoffen und müssen es auch sein. Die Welt ist vor ihnen, und sie haben diese zu explorieren, um Erfahrungen für die Zukunft zu machen. Deshalb ist die Kultur der Jugendlichen, der Generation X, Y, Z, so schwer auf einen Nenner zu bringen. Und deshalb auch laden Marketingspezialisten Kinder und Jugendliche bald ebenso häufig zu ihren Sitzungen und Seminaren ein wie Marktforscher und Soziologen.

Marketingspezialisten versuchen, von den Kindern zu lernen, wie sie mit einer in allen Farben schillernden und lockenden Multioptionsgesellschaft umgehen. Sie erarbeiten Thesen und Theorien, um eine verborgene Ordnung herauszufinden und in eine Soziologie oder Psychologie der Jugend zu verwandeln, oder Marketingstrategien, um ihre Produkte und Dienstleistungen besser zu verkaufen. Können die Kinder und Jugendlichen auch etwas von den Erwachsenen lernen? Ausser, dass sie von diesen scharf, skeptisch oder mit Hintergedanken beobachtet werden? Und worin besteht eigentlich unsere Bildungs- und Erziehungsaufgabe?

Peter Gross ist Ordinarius für Soziologie an der Universität St. Gallen, Hochschule für Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften.

Zunächst einmal haben Kinder und Jugendliche keinen Grund, das, was ihnen von den Erwachsenen an Konsum und Erlebnismöglichkeiten vorgesetzt wird, prinzipiell kritisch zu betrachten oder gar abzulehnen. Die offene Gesellschaft wird ihnen vorgesetzt und vorgeführt, von den Einkaufszentren bis hin zum Fernsehen, von den Mountain Bikes bis zu Getränken und Drogen. Sie ist darüberhinaus erklärtes Programm aller modernen Parteien und aller zeitgemässen Weltanschauungen. In augenfälligster Weise wird der Jugend und den Kindern von der technischen Hochrüstung mit Computern im Schulzimmer bis zu den neuesten Finessen ihrer Sportgerätschaften unablässig und überall demonstriert, was Modernisierung, Fortschritt und Dienstleistungen heisst: Weltverbesserung als Vervielfältigung, unaufhörliche Verbesserung aller Dinge und aller Produkte, aber auch der Menschen selber. Vielfalt an Wahlmöglichkeiten ist schliesslich, wie auch die Abwesenheit von Gewissheiten und Selbstverständlichkeiten, die vorgeben, was wann und wie zu tun ist, die Bedingung der Möglichkeit eines freien, autonomen, mündigen und verantwortungsvollen Handelns. Fehlen die Wahlmöglichkeiten, ist solches Tun ebensowenig möglich, wie bei traditionsgehorsamem Handeln.

Der Preis der Freiheit

So birgt jeder Katalog, jede Zeitung, jeder Tag ein Towubahowu von Optionen. «Wenn es einen Wirklichkeitssinn gibt, muss es auch einen Möglichkeitssinn geben», schreibt Robert Musil im «Mann ohne Eigenschaften». Dieser wird, insbesondere durch das Geld, mit dem so viele Wünsche verwirklicht werden können, immer neu geweckt. In jedem Fünffränkler warten Möglichkeiten auf ihre Realisierung. Geld lässt die Wünsche erst recht erwachen. Freiheit in dieser Möglichkeitsgesellschaft, wie man sie nennen könnte in einer Situation gesellschaftlicher Deregulierung, in der die überkommenen Gewissheiten und Selbstverständlichkeiten hinterfragt und unterminiert werden, und die Angebote sich ins Unermessliche öffnen, ist deshalb keineswegs eine leichte, sondern eine schwere und mühselig zu erlernende Lebensform. Dabei handelt es sich nicht nur um die Verzweiflung ob der vielen Möglichkeiten, in denen man sich, wie Kierkegaard schon formuliert hat, «häufig genug verzweifelt abstrampelt», sondern auch um das Klarkommen mit den auferlegten zeitlichen und finanziellen Beschränkungen. Es gehört mit zu dem vielbeschworenen Preis der Freiheit, dass man nicht alles haben kann; und jede getroffene Entscheidung, handle es sich nur um den Kauf einer CD, den Besuch eines Films, den Discobesuch, oder handle es sich um andere Wahlmöglichkeiten wie Ferien, Freundschaften, unerbittlich vom nagenden Bewusstsein verfolgt wird, ob die getroffene Entscheidung nun wirklich die richtige war, und ob man nicht etwas anderes hätte tun sollen. Denn was heute eine gute Entscheidung ist, kann morgen schon, angesichts schnell wechselnder Umstände und angesichts neuer Möglichkeiten, eine schlechte gewesen sein. Schliesslich und endlich führt das autonome, selbstverantwortliche, mündige Handeln, sofern es sich als inadäquat, als falsch, ja als unverantwortlich herausstellt, zu Schuldgefühlen, die sich ja nicht einstellen können, wenn man tut, was man immer getan hat, oder gehorsam den Weichenstellungen von Autoritäten oder Befehlshabern folgt.

Zwar ist es mehr als ungewiss, ob die luxurierende Multioptionsgesellschaft über die nächsten Jahre und Jahrzehnte anhält, ob es zu Rationierungen des Konsums oder zu einem Rückgang der verfügbaren Einkommen kommt. Es ist sogar ziemlich sicher, dass die Kluft zwischen Reichen und Armen auch in der Schweiz zunehmen wird und sich der Reichtum in einer sagenhaften Weise in den Händen weniger konzentriert. Marx macht wieder Freude! Aber die Multioptionsgesellschaft besteht ja nicht nur aus materiellem Wohlstand, wie er in den Shopping Centers (das grösste ist so gross wie achtzig Fussballplätze und steht in Minneapolis in den USA), diesen Tempeln des Marktes ausgestellt und in den zeitgemässen Evangelien der Warenhauskataloge gepriesen wird. Zur Freiheit gehört auch die Freiheit des Geistes, des Denkens, und die Freiheit des Sehens und Lesens. Lesen, Surfen im Internet und Zappen am Fernsehen, vieles an Freiheiten, Amusements und Abenteuer lässt sich realisieren ohne Geld, ohne nennenswerte finanzielle Möglichkeiten. Diese, die spirituelle Multioptionsgesellschaft, wie man sie nennen könnte, bleibt, solange wir an der Verwirklichung der offenen Gesellschaft festhalten. Die Befreiung des Geistes ist, man sollte nicht müde werden, das zu betonen, der entscheidende Schritt von der traditionalen zu einer modernen Gesellschaft. Bis auf wenige Ausnahmen ist diese weltweit realisiert, auch wenn, wie etwa in Husseins Irak, die Satellitenschüsseln immer wieder

demontiert werden. Umso notwendiger ist es, Freiheit zu vergewissern und zu erlernen, auch wenn die kommerziellen Schlaraffen- und Disneyländer ihre Pforten schliessen sollten. Freiheit heisst, sich entscheiden zu können und andauernd entscheiden zu müssen, häufig genug auch gegen die Freiheit, zu tun und sich zu nehmen, was man will.

Entscheidungsnotstände

Die Frage, wie Kinder oder Jugendliche in der Möglichkeitsgesellschaft zu autonomen und kritischen Konsumenten erzogen werden können, ist deshalb die Frage nach den Voraussetzungen des Überlebens offener Gesellschaften und ihrer Bürger überhaupt. Denn allerorten und in allen Lebensbereichen nehmen die Möglichkeiten zu und die Gewissheiten ab. Das Individuum gerät deshalb in immer neue Entscheidungsnotstände. Von den Wahllisten über die Fernsehkanäle, vom Zubehör für Mountain Bikes bis zu den Partnerschaften, von den Reisezielen zu den neuerdings von den Schulen angebotenen Optionen: wer vernünftig mit dieser Steigerung und den sie begleitenden Anpreisungen zu Rande kommen will, hat immer wieder die gleiche Prozedur zu durchlaufen. Der Konsum und das Konsumverhalten ist deshalb gleichsam die Lernsphäre für die früher oder später notwendig werdenden existentiellen Entscheidungen: die Berufswahl, die Partnerwahl, die Entscheidung für oder gegen eine Familie und Kinder. «Im Kleinen muss beginnen, was leuchten soll im Vaterland», ein altertümlich formulierter, aber bezüglich des modernen Lebens wahrer Satz!

Entscheiden lernen im Konsum, was könnte das heissen? *Erstens* einsehen, dass man nie alles haben kann. Eines der grossen Probleme vieler Kinder mit Down-Syndrom ist es, dass sie angesichts von Esswaren und Süssigkeiten keine Grenzen kennen – mit entsprechenden Folgen. Wieviele Eltern und Erwachsene führen ihren Kindern nicht im Essen, aber angesichts von Spielsachen, Kleidern, Sportgeräten und Ferien just eine Art Fressucht vor. Nicht an Verzicht gewöhnte Kinder werden es schwer haben, erwachsen zu werden, wenn ihnen ihre Möglichkeiten beschnitten werden oder sie berufliche, partnerschaftliche oder finanzielle Limitierungen und Begrenzungen eingehen und hinnehmen müssen! Wesentlich leichter könnten es Kinder haben, die den Verzicht früh lernen mussten.

Zweitens müssen Kinder und Jugendliche nicht nur selbst erfahren, mit Begrenzungen zu leben, sondern auch mit dem nagenden Bewusstsein, dass die getroffene Wahl vielleicht im Nachhinein nicht die beste war, ja dass es eine beste Wahl, je länger man mit einer Entscheidung leben muss, eigentlich nicht gibt. Natürlich wird der Turnschuh in einem halben Jahr von einem anderen Turnschuh, der noch mehr «in» ist, verdrängt werden. Der Fortschritt geht weiter und damit auch die Schwemme von Novitäten aller Art. Einer offenen Gesellschaft, die Freiheit und Autonomie auf ihre Fahnen geschrieben hat, und deren Bedingungen wiederum Wahlmöglichkeiten einerseits, Abwesenheit von Zwang andererseits sind, beinhaltet in zwingender Weise auch die Riskanz und das Bewusstsein, vielleicht nicht optimal entschieden zu haben.

Schliesslich und endlich und *drittens*, auch das ist in einer offenen Gesellschaft der selbstverantwortlichen und mündigen Menschen zu erlernen: eine selbstverantwortete Entscheidung ist, sofern sie sich als falsch oder unpassend herausstellt, auch in ihrem Misslingen zu verantworten. Gesellschaften, in denen der oder die Einzelne wählen kann, und in denen das autonome, mündige Individuum triumphiert, können die Individuen nicht in gleicher Weise von der Verantwortlichkeit ihres Tuns und Lassens befreien wie vormoderne Gesellschaften oder Gesellschaften mit einer imperativen Befehlsstruktur.

Bewusstsein schaffen

All dies können die Kinder und müssen die Kinder und Jugendlichen in der Multioptionsgesellschaft von den Erwachsenen lernen. Selbständig werden heisst, selbständig und überlegt mit dem Optionenkarussel zurechtzukommen. Die Frage ist, ob es getan wird und wie es getan werden könnte, ob überhaupt das Bewusstsein für die Fallstrikke und Tücken einer freiheitlichen Multioptionsgesellschaft vorhanden ist. Einer juvenilen Gesellschaft, der am Sonntag der Supermarkt fehlt, ist nicht allzuviel zuzutrauen. Und eine Erwachsenenwelt, deren infantile Zerstreuungen im elektronischen Schaugewerbe selbst Kinder anwidern, hat es schwer, sich zum Vorbild aufzuschwingen. Insofern führt die Notwendigkeit, den Kindern und Jugendlichen einen vernünftigen Umgang mit den in modernen Gesellschaften gebotenen und angebotenen Möglichkeiten zu vermitteln, auch zu einem Nachdenken der Erwachsenen über die eigenen Praxen, zu einer reflektierten Aneignung der Multioptionsgesellschaft. So bilden und erziehen die Kinder auch wieder die Erwachsenen, indem sich diese immer von neuem überlegen müssen, wie sie Kinder und Jugendliche zu Erwachsenen heranbilden.

Literatur:
Peter Gross: Die Multioptionsgesellschaft. Suhrkamp, Frankfurt am Main 1994 (4. unveränderte Aufl.)

(Anzeige)

Das
*Psychologo*Phon
01-980 47 57

Die Informationsstelle des Berufsverbandes für Angewandte Psychologie

Brauchen Sie die Auskunft von Fachleuten der Psychologie, wissen aber nicht, wo sich hinwenden?
Oder möchten Sie mehr wissen über psychologische Beratung, Psychotherapie und Ausbildung? Dann wenden Sie sich an unser *Psychologo*Phon. Wir helfen Ihnen mit neutraler Information.

SBAP

Das *Psychologo*Phon ist eine Gratis-Dienstleistung des Schweizerischen Berufsverbandes für Angewandte Psychologie SBAP (seit 1952), Winkelweg 3, 8127 Forch.

pro juventute

ZEITSCHRIFT FÜR JUGEND, FAMILIE UND GESELLSCHAFT

4-96

THEMA



Kinder/Jugendliche und Konsum ■ Im Kampf um Anteile am «Milliardenmarkt Kind» wird heute von den Unternehmen fast alles versucht. Wie versuchen die Anbieter, an die begehrte «Zielgruppe» der Kinder und Jugendlichen heranzukommen – und wie reagieren diese auf die «Annäherungsversuche» der Wirtschaft? Was können die Eltern tun, um ihre Kinder zu möglichst kritischen Konsumentinnen und Konsumenten zu

INHALT

«Ich will alles – und das sofort!»
Reinhard Fatke 2

Die Jugend, ein Milliardenmarkt
Christian Urech 9

Taschengeld-Tips für Eltern:
«Alle andern haben mehr»
Therese Anderes 13

Wege zum selbstbestimmten Konsum
Interview mit Angela Schmalz und Gregor Finsterwald 14

Trends im Konsumverhalten
Christoph-H. Scobel 18

Kinder im Werbenetz
Sven Kommer 23

Umworbene Jugend
Judith Niederberger 27

Musik als Schmieröl für Jugendmärkte
David Bosshart 29

«Egotaktiker» und Trendexperten
Luzia Kurmann 34

Cyberspace im Funworld
Urs Fitze 35

Die Multioptionsgesellschaft für Kinder
Peter Gross 38

Für Sie gelesen 40

«Mir wäre es egal, wenn ich weniger Geld hätte...»
Porträts von Kindern und Jugendlichen
Interviews und Bilder: Martin Lehmann, kinag
S. 5, 7, 15, 17, 22, 32, 33, 37



ZU DIESEM HEFT

Liebe Leserin, lieber Leser

«Ich will alles – und zwar sofort!»

Immer wieder geht mir beim Schreiben dieses Editorials dieser Satz aus der Jugendszene durch den Kopf, den der Sozialpädagoge Reinhard Fatke als Titel für seinen Beitrag zu diesem Heft gewählt hat.

«Ich will alles – und zwar sofort!»

Bringt dieser Satz das Thema «Kind und Konsum» auf den Punkt? Wollen unsere Kinder und Jugendlichen ganz einfach alles und das erst noch sofort? Alles konsumieren, sich alles – mit Sackgeld – erkaufen: Konsum als Freizeitvergnügen, Konsum als Kompensationsverhalten, Konsum als Ausdruck und Ersatz für soziale Zugehörigkeit, Konsum als Lebenshaltung also?

«Ich will alles – und zwar sofort!»

So lautet die Botschaft einer gerissen manipulierenden Werbe- und Kulturgüterindustrie, die unentwegt neue Strategien und Trends entwickelt, um sich auf dem Kinder- und Jugendmarkt ihren Teil abzuholen. Auf einem Markt notabene, der sich lohnt: Verfügen doch allein in der Schweiz die Kinder und Jugendlichen zwischen neun und achtzehn Jahren über eine Taschengeldsumme von insgesamt 500 Millionen Franken!

«Ich will alles – und zwar sofort!»

Vielleicht ist dies bereits die adäquate Losung in einer Gesellschaft, in der nichts mehr als sicher gilt, die uns täglich suggeriert, dass es heute noch zu konsumieren gilt, weil morgen schon alles verloren sein wird?

«Ich will alles – und zwar sofort!»

Was bedeutet alles, in einer «Multioptionsgesellschaft», in der die Güter in rauhen Mengen verfügbar sind, in der die Freiheit zur Unfreiheit wird, weil es bei jedem Konsumentscheid eine Wahl zu treffen gilt, die den Verzicht miteinschliesst: Von allen möglichen Möglichkeiten kann nur eine gewählt werden! Der Verzicht ist unendlich grösser, und die Unsicherheit bleibt, «ob die getroffene Entscheidung nun wirklich die richtige war», wie der Soziologe Peter Gross es formuliert.

«Ich will alles – und zwar sofort!»

Wie gehen Kinder und Jugendliche um mit diesen Verlockungen und Verführungen der Werbe- und Kulturgüterindustrie? Wie lernen sie diesen Glücksversprechungen zu widerstehen, ihre Konsumentscheidungen kritisch, sorgfältig und verantwortlich sich selbst und der Mitwelt gegenüber zu fällen? Mit Selbstbewusstsein sagen können: Nein, das will ich nicht kaufen!

Entscheiden lernen im Konsum, was könnte das heissen? Peter Gross sagt dazu: «Erstens einsehen, dass man nie alles haben kann.» – Zweitens, «dass es eine beste Wahl eigentlich nicht gibt», und schliesslich drittens, dass es gilt, «eine selbstverantwortete Entscheidung... auch in ihrem Misslingen zu verantworten».

Sind nicht wir hier gefordert, als Mütter, als Väter, als Bezugspersonen und Vorbilder unserer Kinder und Jugendlichen? In einer gesellschaftlichen Situation, in der um Arbeitsplätze, um materielle und soziale Sicherheit gerungen wird, in einer Zeit, in der das Haben nicht mehr unsere Zukunft garantiert, wird es für unsere heranwachsende Generation entscheidend sein, ob es uns Grossen gelingt, uns auf die Frage nach dem Sein einzulassen, zusammen mit unseren Kindern nach gültigen Antworten zu suchen, nach Antworten, die zu tragen vermögen.

Die vielfältigen Beiträge in diesem Heft liefern Hintergründe und Informationen zum Thema «Kind und Konsum», und sie wollen Anregung und Denkanstoss sein zur kritischen Auseinandersetzung mit der Frage nach dem «Ich will alles – und das sofort!»

Katrin Buchmann