



fotolia 102170033 (rohappy)

Jugendliche als Konsumenten sind zugleich Akteure und Zielgruppe im komplexen Kreislauf des Wirtschaftsgeschehens.

Liebe Leserinnen und Leser,

„Zeig mir, wie du einkaufst, und ich sage dir, wer du bist“ – für viele Menschen und besonders für Jugendliche ist selbst der alltägliche Konsum heute weit mehr als kurzfristige Bedürfnisbefriedigung: Shoppen ist Lifestyle. Die individuelle Kaufentscheidung bringt gleichzeitig Selbstständigkeit, Zugehörigkeit und Abgrenzung zum Ausdruck und wird damit zu einem bedeutenden identitätsstiftenden Faktor.

Allerdings wird diese Entscheidung keineswegs in völliger Freiheit und Unabhängigkeit getroffen. Längst umwerben Wirtschaftsunternehmen Jugendliche als kaufkräftige Konsumentengruppe mit eigenen Bedürfnissen. Bedürfnisse, die nicht nur befriedigt, sondern durch Marketingstrategien auch stimuliert werden sollen. Durch die „digitale Revolution“ hat sich mit Internet und Smartphone auch dafür ein neues weites Feld eröffnet, das gerade von Jugendlichen extensiv beansprucht wird und deshalb besondere Aufmerksamkeit verdient. Im Unterricht gilt es, den Schülerinnen und Schülern einsichtig zu machen, wie ihr persönliches Konsumverhalten unter verschiedenen Aspekten – wirtschaftlichen und ethischen, sozialen und juristischen – in den Strukturen und Abläufen des Wirtschaftsgeschehens zu verorten ist, welche Auswirkungen es hat und wie sie durch bewusste und reflektierte Kaufentscheidungen Einfluss auf diese nehmen können und somit einen eigenen Standpunkt gewinnen.

Redaktion UWP

## Jugendkonsum

Herausgeber dieser Ausgabe: DR. MICHAEL KOCH / INGA HARTZ

### BASISARTIKEL

CLAUDIA VERSTRAETE

#### 2 **Kinder und Jugendliche: Konsumenten im digitalen Zeitalter**

Wie die Generation Smartphone Konsumprozesse beeinflusst und gestaltet

DIRK SCHLAGENTWEITH

#### 9 **Generation Konsum?!**

Zur Bedeutung des Konsumverhaltens in jugendlichen Lebenswelten

### DAS THEMA IM UNTERRICHT

MICHAEL KOCH

#### 12 **Jugendlicher Konsum als Unterrichtsthema**

### UNTERRICHTSPRAXIS

KATINKA BAREN-FRIEDRICH

#### 14 **Alles, was Recht ist?**

Der Rechtsschutz jugendlicher Konsumenten im Online-Zeitalter

CHRISTINA SCHNELL

#### 20 **Reinstürmen, wühlen und vollbepackt wieder raus ...**

Was beeinflusst den Kleidungskauf von Jugendlichen?

MICHAEL KOCH

#### 27 **Jedes Jahr ein neues Smartphone!?**

Konsumentscheidungen Jugendlicher und ihre (in Kauf genommenen) Auswirkungen auf Dritte

VERA KIRCHNER

#### 34 **Klicken – Kucken – Kaufen?**

Werbestrategien auf YouTube unter der Lupe der Zielgruppe

INGA HARTZ

#### 41 **Jugend und Konsum im Blick des Marketings**

Eine projektorientierte Unterrichtseinheit

### MAGAZIN | FACHDIDAKTISCHE ANSÄTZE

WOLFGANG SANDER

#### 48 **Politische Bildung: Denkfach und allgemeine Bildungsaufgabe**

### MAGAZIN | FACHDIDAKTISCHE ANSÄTZE

SIEGFRIED FRECH

#### 52 **Ist der Beutelsbacher Konsens in die Jahre gekommen?**

### MAGAZIN

#### 56 **Impressum | Autorinnen und Autoren | Vorschau**