



<https://biz.li/54ig>

# PLÖTZLICH GELD AUF DEM KONTO – UND WEG IST ES: STUDIE ZEIGT KONSUMVERHALTEN JUNGER MENSCHEN

Veröffentlicht am 14.04.2025 um 17:09 von Redaktion Burgwedel-Aktuell

Wenn junge Menschen plötzlich über größere Geldbeträge verfügen, ist die Versuchung groß: neue Technik, modische Kleidung oder Konzerttickets sind nur wenige Klicks entfernt. Eine aktuelle Studie der Initiative Invest4Kids zeigt, dass genau in diesen Situationen das Risiko für spontane und unüberlegte Ausgaben besonders hoch ist und zeigt, wie Schutzmechanismen helfen können.

## Geld allein ist nicht das Problem

Die Studie konzentriert sich auf Situationen, in denen junge Menschen unerwartet über größere Summen verfügen – zum Beispiel durch die Freigabe eines Depots oder ein Geschenk zur Volljährigkeit. Der reine Zugang zum Geld wird dabei nicht als grundsätzliches Risiko gesehen. Entscheidend ist, welche Rolle das Umfeld und digitale Medien spielen, wenn es um Konsumententscheidungen geht.



© Unsplash

Laut I4K geben viele junge Erwachsene an, ihre Ausgaben wohlüberlegt zu tätigen und nicht stark von außen beeinflusst zu werden. Gleichzeitig zeigen die Zahlen: Rund ein Fünftel der Gelder wird sehr kurzfristig für Konsum verwendet, besonders in den Bereichen Technik, Freizeit und Mode.

Laut I4K geben viele junge Erwachsene an, ihre Ausgaben wohlüberlegt zu tätigen und nicht stark von außen beeinflusst zu werden. Gleichzeitig zeigen die Zahlen: Rund ein Fünftel der Gelder wird sehr kurzfristig für Konsum verwendet, besonders in den Bereichen Technik, Freizeit und Mode.

## Zwischen Eigenverantwortung und Gruppendruck

Das Besondere an der Studie ist: Sie beleuchtet nicht nur das Verhalten der Jugendlichen, sondern vergleicht auch ihre Sichtweise mit der von Eltern und Lehrkräften und gleicht diese Antworten mit aktuellen Zahlen zum Ausgabeverhalten von jungen Menschen in Deutschland ab. Während viele Jugendliche sich selbst als „unabhängig von äußeren Einflüssen“ wahrnehmen, berichten Erwachsene von einem deutlich spürbaren Konsumdruck – vor allem dann, wenn Trends über soziale Netzwerke verbreitet werden.

Eltern und Lehrer sehen dabei einen Widerspruch zwischen Anspruch und Realität: Die Jugendlichen wollen selbstbestimmt entscheiden, stehen aber gleichzeitig in einem digitalen Umfeld, das auf schnelle Entscheidungen und sofortige Befriedigung ausgerichtet ist.

## Kaufimpulse entstehen in Sekunden

Die Studie benennt konkrete Mechanismen: Kurze Videoinhalte, in denen Produkte beworben werden, erzielen besonders bei TikTok eine hohe Reichweite. In Kombination mit sofortigen Bestellmöglichkeiten, Rabatten oder Ratenzahlungen sinkt die Hemmschwelle für spontane Anschaffungen deutlich.

Ein weiterer Faktor: soziale Vergleiche. Wer nicht mit bestimmten Marken oder Erlebnissen mithalten kann, fühlt sich schnell ausgeschlossen. Die Sorge, etwas zu verpassen, lässt Käufe nicht nur attraktiv, sondern teilweise notwendig erscheinen – zumindest im persönlichen Umfeld der Jugendlichen.

## **Zwischen Vertrauen und Kontrolle: Was die Studie anstößt**

Die Studienautor:innen sprechen keine pauschalen Verbote aus, sondern regen eine sachliche Debatte an: Wie kann man junge Menschen in ihrer Eigenständigkeit bestärken – ohne sie mit zu großer finanzieller Verantwortung allein zu lassen?

Statt konkreter Vorschriften schlägt die Studie Rahmenmodelle zur Reflexion vor: zum Beispiel, größere Summen nicht auf einen Schlag auszuzahlen, sondern in sinnvollen Schritten bereitzustellen, die in dem Depotvertrag festgehalten werden. Auch Gespräche über Wünsche, Notwendigkeiten und Planung sollen helfen, impulsive Entscheidungen einzuordnen und eine faire Lösung für alle Beteiligten zu finden.

Finanzwissen spielt dabei eine zentrale Rolle – allerdings, so die Studie, nicht als trockener Schulstoff, sondern als Thema mit Alltagsrelevanz.

## **Gespräche fördern, Strukturen stärken**

Gerade im familiären Umfeld und in Schulen können diese Themen aufgegriffen werden. Die Studie sieht Eltern, aber auch Kommunen und Bildungseinrichtungen in der Verantwortung, junge Menschen frühzeitig für Konsumverhalten zu sensibilisieren – und ihnen Werkzeuge an die Hand zu geben, mit Geld verantwortungsvoll umzugehen.

Denn klar ist auch: Nicht jede spontane Ausgabe ist problematisch. Doch wenn mediale Kaufanreize und fehlende Erfahrung zusammentreffen, entstehen schnell Situationen, die langfristige Folgen haben können.

Die I4K-Studie zeigt, dass es keinen einheitlichen Weg gibt – aber viele gute Anlässe, ins Gespräch zu kommen und Schutznetze für die jungen Menschen zu bauen.

Quelle: [Invest4Kids Studie](#) "Kontrolle oder Freiheit? Eine Untersuchung zur finanziellen Sicherheit von Kindern und den Einfluss elterlicher Entscheidungen"