



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

STUDIE ZEIGT: JUNGE MENSCHEN UNTERSCHÄTZEN DEN EINFLUSS VON SOCIAL MEDIA AUF IHR AUSGABEVERHALTEN

Veröffentlicht am 14.04.2025 um 17:11 von Redaktion LeineBlitz

„Ich lasse mich nicht beeinflussen“ – diesen Satz hören viele Eltern von ihren jugendlichen Kindern, wenn es um Mode, Technik oder Konsumtrends geht. Doch eine aktuelle Studie der Initiative Invest4Kids (I4K) zeigt, dass zwischen Wahrnehmung und Realität oft eine große Lücke besteht. Vor allem dann, wenn plötzlich größere Geldsummen zur Verfügung stehen.

Was Jugendliche denken – und was sie tun

Die [Studie von I4K](#) untersuchte das Konsumverhalten junger Menschen, die unerwartet Geld erhalten – sei es durch eine Depotfreigabe zum 18. Geburtstag, durch Erbschaften oder großzügige Geldgeschenke. Viele der Befragten gaben an, finanziell bewusst zu handeln und sich bei Ausgaben nicht von außen beeinflussen zu lassen.



© Unsplash

Gleichzeitig zeigt die Auswertung: Ein erheblicher Teil des Geldes wird in kurzer Zeit für Konsumgüter verwendet, vor allem für Unterhaltungselektronik, Bekleidung und Freizeitangebote. Das legt nahe: Selbst wenn das Gefühl von Eigenständigkeit da ist, spielen externe Einflüsse eine größere Rolle als vermutet.

Eltern beobachten eine andere Realität

Befragt wurden nicht nur Jugendliche, sondern auch Eltern und Lehrkräfte – also Menschen, die junge Erwachsene in ihrem Alltag begleiten. Viele Eltern beschreiben eine wachsende Unsicherheit, wenn es um den Umgang mit Geld geht. Besonders dann, wenn sich Kaufentscheidungen an Trends aus sozialen Netzwerken orientieren oder sich rasch vollziehen, ohne längere Überlegung.

Lehrkräfte berichten zudem von einem geringen Vorwissen über Budgetplanung, Kreditverträge oder Zahlungsmodelle. Impulse zum Nachdenken fehlen oft, wenn das Geld einmal da ist.

Medien, Trends und Ratenmodelle: Ein Mix mit Folgen

Die Studie zeigt: Soziale Medien setzen heute Standards, wie man sich kleidet, was man besitzt oder wohin man reisen sollte. Plattformen wie TikTok oder Instagram sind nicht nur Unterhaltung – sie transportieren Lebensstile, die mit konkreten Kaufangeboten verbunden sind. Influencer sprechen Empfehlungen aus, Produktplatzierungen erfolgen subtil und emotional – und sind damit besonders wirksam.

Hinzu kommt der Einfluss moderner Zahlungsmethoden: „Buy now, pay later“-Angebote senken die Hemmschwelle für größere Ausgaben. Wer nicht sofort zahlen muss, trifft Entscheidungen schneller. Doch wenn mehrere solcher Käufe gleichzeitig laufen, wird es unübersichtlich – besonders für junge Menschen ohne feste Einkommensbasis.

Zahlen, die zum Nachdenken anregen

Die Invest4Kids-Studie befragte Jugendliche, Eltern und Pädagogen bundesweit. Das Ergebnis: Rund 20 Prozent der unerwartet erhaltenen Geldbeträge werden innerhalb kurzer Zeit für Konsum verwendet. Während viele Jugendliche davon ausgehen, bewusst zu handeln, beobachten Erwachsene oft ein anderes Muster: Spontankäufe statt Planung, Wunschbefriedigung statt Weitblick.

Das bedeutet nicht, dass alle jungen Menschen sorglos mit Geld umgehen. Doch die Studie zeigt deutlich: Der Einfluss digitaler Medien, sozialer Gruppen und Verkaufsstrategien ist hoch – auch dann, wenn er nicht erkannt wird.

Keine einfachen Lösungen – aber sinnvolle Ansätze

Die Studienautor:innen geben keine strikten Vorgaben, sondern schlagen Orientierungshilfen vor: Geldbeträge können schrittweise freigegeben werden, etwa in Etappen oder an bestimmte Bedingungen geknüpft. So bleibt Raum für Reflexion und Beratung. Diese Schutzmechanismen sollten bei einem Depot im besten Fall vertraglich gesichert werden, um spätere Auseinandersetzungen zu umgehen.

Auch Gespräche über Konsum, Werbung und persönliche Ziele können helfen. Viele Jugendliche wünschen sich laut Studie mehr finanzielle Aufklärung, wissen aber nicht, wo sie beginnen sollen.

Familien und Schulen gefragt

Gerade in der schulischen Bildung sehen viele Eltern und Lehrkräfte Nachholbedarf. Der Großteil der Jugendlichen fühlt sich durch den Unterricht nicht ausreichend oder gar nicht auf den Umgang mit Geld vorbereitet. Die Finanzkompetenz wird weiterhin im Elternhaus vermittelt – oder entsteht im Selbstversuch.

Die I4K-Studie betont: Es geht nicht darum, Konsum zu verbieten, sondern darum, Entscheidungen bewusst zu treffen – und zu verstehen, wie äußere Einflüsse wirken. Wer diese Mechanismen kennt, trifft seltener übereilte Entscheidungen. Gestaffelte Freigaben von großen Geldbeträgen helfen hier, überlegt zu handeln.