

Themen und Kommunikationskanäle einer zielgruppenorientierten Vermittlung von Verbraucher- und Finanzthemen

Erhebung mittels Jugendpartizipation
im Auftrag des Bundesministeriums für Soziales,
Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz

Inhalt

Einleitung.....	3
Fokusgruppen.....	4
Ablauf und Leitfragen	5
Leitfragen.....	6
Zusammenfassung der Ergebnisse	7
Empfehlungen	10
Anhang 1 – Erarbeitung in den Fokusgruppen mit den Pfadfinder:innen-Gruppen.....	12
Anhang 2 – Ausgewählte Zitate aus den Fokusgruppen	18

Einleitung

Verbraucherbildung gehört zu den Aufgaben der Konsumentenpolitik im Bundesministerium für Sozial, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK). Sie vermittelt Rechte und Pflichten als Verbraucher:in und soll dabei helfen, den eigenen Umgang mit Konsum zu reflektieren und verantwortungsbewusst zu handeln. Ihr Ziel ist, Kompetenzen zu vermitteln, die dabei helfen, am wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Leben teilzunehmen und teilzuhaben.

Je früher solche Fähigkeiten entwickelt werden, desto leichter werden sie im Alltagshandeln verankert. Ein besonderes Augenmerk liegt daher auf Kindern und Jugendlichen. Das BMSGPK stellt in langjähriger Zusammenarbeit mit der Schuldnerhilfe Oberösterreich Unterrichtsmaterialien und Bildungsangebote für die Schule und den Kindergarten zur Verfügung. Zudem wurden in den letzten Jahren kleinere Projekte zur außerschulischen Verbraucher- und Finanzbildung umgesetzt. Um wirksam zu werden, ist zielgruppenorientierte Kommunikation und Aufbereitung essentiell.

Das *Netzwerk Kinderrechte* wurde beauftragt, Themen und Kommunikationskanäle von Verbraucher- und Finanzthemen für Jugendliche im Alter zwischen ca. 14 und 18 Jahren zu erheben. Das BMSGPK möchte in Erfahrung bringen, wie Verbraucher- und Finanzthemen unter Nutzung der für die Jugendlichen üblichen und von ihnen meistgenutzten Kanäle nähergebracht werden kann. Die Erhebung verfolgt einen partizipatorischen Ansatz (Fokusgruppen) und stellt damit das Recht auf Mitbestimmung und das Recht auf Gehör von Kindern und Jugendlichen ins Zentrum.¹

Das *Netzwerk Kinderrechte* ist ein unabhängiges Netzwerk bestehend aus mehr als 50 Organisationen und Institution zur Förderung der Umsetzung der UN-Kinderrechtskonvention in Österreich. Es setzt sich für die Rechte aller Kinder und Jugendlichen ohne jede Diskriminierung ein. Eine große Ressource des Netzwerks sind seine Mitgliedsorganisationen in allen Bundesländern.² Sie sind mit den wesentlichen inhaltlichen Partner:innen in der außerschulischen Jugendarbeit vernetzt sind und verfügen über eine jeweils spezifische Expertise. Die *Fachstelle für Kinder-, Jugend- und BürgerInnenbeteiligung* ist im Leitungsteam des Netzwerks vertreten und maßgeblich in das Projekt eingebunden.

Die vorliegende Erhebung stellt keine wissenschaftliche Studie dar. Sie dient ausschließlich der Erfassung, Darstellung und Analyse der Meinungen Jugendlicher zu den Fragestellungen, ohne einen Anspruch auf allgemeine Gültigkeit zu erheben.

¹ Art. 4 BVG Kinderrechte; Art. 12 UN-Kinderrechtskonvention.

² Siehe die Liste Mitglieder unter www.kinderhabenrechte.at/netzwerk-2/.

Fokusgruppen

Nach ersten Gesprächen zwischen dem *Netzwerk Kinderrechte* und dem *Bundesnetzwerk der österreichischen Jugendinfos* sowie Vertreter:innen einzelner Jugendinfos erhob das Bundesnetzwerk im Juli 2024 unter ihren Mitgliedern das Interesse, Fokusgruppen durchzuführen. Parallel dazu kontaktierte das *Netzwerk Kinderrechte* weitere Fachstellen.

Die teilnehmenden Organisationen wurden gebeten, auf Diversität unter anderem im Hinblick auf Ausbildung, Geschlecht und Milieus bei den Jugendgruppen zu achten. Als Dauer der Workshops wurde eine Rahmenzeit von zwei Stunden festgelegt. Die Gespräche in den Jugendgruppen wurden per Audio aufgezeichnet, transkribiert und dem *Netzwerk Kinderrechte* übermittelt. Während der gesamten Laufzeit erfolgte ein regelmäßiger Austausch mit den teilnehmenden Organisationen.

Insgesamt fanden im September und Oktober 2024 acht Fokusgruppen in sechs Bundesländern mit 89 Jugendlichen statt (Tabelle 1). Die Jugendlichen waren (hauptsächlich) zwischen 13 und 19 Jahre alt.

Tabelle 1 Teilnehmende Fokusgruppen

Bundesland	Fokusgruppen	Anzahl Jugendliche
Kärnten	Don Bosco – NETZ:werk Offene Jugendarbeit Kärnten www.netzwerk-ojakaernten.at	13
Oberösterreich	Verein4yougend – JugendService www.land-oberoesterreich.gv.at , www.jugendservice.at	7
Salzburg	akzente Salzburg – Initiativen für junge Leute! www.akzente.net	14
Steiermark	LOGO jugendmanagement – AusbildungsFit www.logo.at	8
Vorarlberg	Caritas Auslandshilfe Vorarlberg – Jugendbotschafter:innen für UN-Kinderrechte & SDG jugendbotschafter-vorarlberg.at/	15
Wien	Institut für Erlebnispädagogik www.aktivspielplatz.at , www.parkbetreuung-margareten.at	10
	PfadfinderInnen-Gruppen CaEx	10
	RaRo	12

Ablauf und Leitfragen

Die vom Bundesnetzwerk der Jugendinfos herausgegebene Broschüre „Was kostet die Welt?“ diente den durchführenden Fachstellen der Workshopvorbereitung.³ Darüber hinaus stellte das Netzwerk Kinderrechte einen Leitfaden für die konkrete Durchführung zur Verfügung (Tabelle 2).

Tabelle 2 Ablauf der Fokusgruppen

Schwerpunkt	Inhalte
Ankommen & Begrüßung	Im Raum zurechtfinden, begrüßen der Teilnehmenden und erstes Kennenlernen, Organisatorisches
Vorstellung & Ablauf	Vorstellung der Moderation, Zweck und Ziele der Fokusgruppe erklären
Einstieg	„Eisbrecher“, langsam ins Gespräch kommen
Nutzung Medien/Plattformen	Welche Medien/Plattformen nutzen Jugendliche regelmäßig?
Verbraucher- und Finanzthemen	Welche Verbraucher- und Finanzthemen interessieren Jugendliche?
Anknüpfungspunkte im Alltag	Wo gibt es Anknüpfungspunkte zu Verbrauchertemen im Alltag der Jugendlichen?
Informationskanäle	Auf welchen Kanälen hätten die Teilnehmenden gerne Infos zu Verbraucherschutzthemen und in welcher Form?
Abschluss	Nächste Schritte, Dank für die Teilnahme an die Jugendlichen

Zu Beginn des Workshops wurden die Jugendlichen über den Hintergrund, die Zielsetzungen und das Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz als Auftraggeber informiert. Die Jugendlichen wurden dahingehend sensibilisiert, dass die Gespräche aufgezeichnet und anonymisiert an das Netzwerk Kinderrechte weitergegeben

³ Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfos (Hg.): Was kostet die Welt? Alles, was du über Geld wissen musst, 2024⁴ (www.jugendportal.at/finanzen).

werden, um die Ergebnisse aller Fokusgruppen in einem Bericht zusammenzuführen. Anschließend wurde der Ablauf geschildert und die Regeln einer Diskussion (respektvoller Umgang, offene Kommunikation, Nachfragen) festgelegt.

Leitfragen

Die Frage „*Wie wichtig ist mir Geld und warum?*“ diente als Aufwärmübung, um ins Thema einzusteigen und die Teilnehmer:innen ins Gespräch zu bringen. Die folgende Diskussion orientierte sich an vier leitenden Fragen:

- *Welche Medien (analog, digital) nutzt ihr und wofür verwendet ihr sie?*

Ziel war, die Mediengewohnheiten der Jugendlichen zu verstehen und die Reflexion der eigenen Mediennutzung anzuregen.

- *Was ist euch wichtig/für euch interessant, wenn es um das Thema Geld und Finanzen geht? Was fällt euch ein, wenn ihr an das Thema Verbraucher:in denkt?*

Die Moderatorin/Der Moderator ermutigte die Jugendlichen, über ihre Erfahrungen und Interessen in Bezug auf Konsum, Geldmanagement und Finanzprodukte zu sprechen. Sie konkretisierten die Fragen mit Beispielen für Finanz- und Verbrauchertemen.

- *Inwiefern betreffen euch die Themen Finanzen und Konsum in eurem Alltag?*

Ziel war, im Alltag der Jugendlichen Anknüpfungspunkte zu den Themen der Finanz- und Verbraucherbildung zu finden und zu diskutieren. Je nach Gesprächsverlauf dienten unter anderem die folgenden Fragen als Anregung: Wie entscheidet ihr euch für ein Produkt/einen Kauf? Orientiert ihr auf Empfehlungen (von wem)? Macht ihr Preisvergleiche? Achtet ihr auf Verträge?

- *Auf welchen Kanälen und in welcher Form hättet ihr gerne Informationen und Bildungsangebote zu den Themen, die ihr gerade erarbeitet habt?*

Ziel war, auszuloten, welche Medien, Kanäle und Plattformen die Jugendlichen für am besten geeignet halten, um Finanz- und Verbrauchertemen aufzugreifen und welche Vermittlungs- und Informationsformen bevorzugt werden. Als Anregung dienten unter anderem die Fragen nach Peers und bestimmten Darstellungsformen wie Checklisten und Tutorials.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Alle Gruppen betonen die Bedeutung von Geld für Grundbedürfnisse und Freiheit. Die Jugendlichen in den Fokusgruppen sehen Geld als essenziell, um grundlegende Bedürfnisse wie Wohnen, Essen und Bildung zu decken. Gleichzeitig wird Geld als ein Mittel wahrgenommen, um Freiheit, Unabhängigkeit und Träume wie Reisen, ein Auto oder eigene Hobbys zu finanzieren. Dabei spielt auch der soziale Status, den Geld innerhalb der Gesellschaft vermittelt, eine Rolle.

Besonders ältere Jugendliche reflektieren die Ungleichverteilung von Geld und dessen Einfluss auf Lebensentscheidungen kritisch. Trotz seiner hohen Bedeutung wird Geld nicht als das zentrale Element für Glück oder Zufriedenheit angesehen – Familie und Freunde werden oft höher priorisiert.

Mediennutzung und Informationsquellen

Bevorzugte Kanäle sind Instagram, TikTok und YouTube. Diese Plattformen werden primär zur Unterhaltung genutzt, sind aber auch Hauptquelle für Informationen. Sie werden selten für Verbraucher- und Finanzthemen genutzt, könnten aber grundsätzlich dafür dienen.

Während YouTube für ausführlichere Erklärungen geschätzt wird, eignen sich Instagram und TikTok für kurze, visuell ansprechende Inhalte. Gleichzeitig spielt Google eine wichtige Rolle als Recherchetool, allerdings weniger für Finanzthemen. Die Jugendlichen thematisieren ihre Skepsis gegenüber der Vertrauenswürdigkeit sozialer Medien. Traditionelle Medien wie Zeitungen und Radio werden selten genutzt und als uninteressant wahrgenommen.

Interesse an und Anknüpfungspunkte zu Verbraucher- und Finanzthemen

Die Jugendlichen beschäftigen sich hauptsächlich mit praktischen finanziellen Fragen, die ihren Alltag oder ihre unmittelbare Zukunft betreffen. Themen wie Sparen, Preisvergleiche und Kosten für Freizeitaktivitäten stehen im Vordergrund. Als besonders interessant wahrgenommen werden Taschengeldverwaltung und Sparen, große Anschaffungen bzw. Investitionen (Führerschein, Reisen und Wohnung) sowie der Umgang mit versteckten Kosten (z.B. bei In-App-Käufen).

Darüber hinaus herrscht Interesse an bestimmten Verbraucher- und Finanzbildungsthemen.

Beispiele sind Online-Shopping und Investieren: Beim Online-Shopping wird zum Beispiel darauf Wert gelegt, dass die Shops vertrauenswürdig sind und sichere Zahlungsmethoden anbieten. Die Jugendlichen achten besonders bei Elektronik auf Bewertungen und Garantiebedingungen und nutzen Plattformen wie Geizhals oder Idealo, um das beste Angebot zu finden. Die Teilnehmer:innen sind sich der Preissteigerungen und der Notwendigkeit, Preise zu vergleichen, bewusst. Einige Jugendliche äußern sich kritisch über die Auswirkungen von Online-Shopping auf die Umwelt (Retouren, Verpackungsmüll). Versandkosten und versteckte Gebühren führen dazu, dass einige Jugendliche Online-Shopping meiden. Die Jugendlichen interessieren sich für das Thema Investieren, sehen sich jedoch mit Informationslücken konfrontiert. Sie wünschen sich klare, praxisnahe Anleitungen und mehr Aufklärung durch Schule und unabhängige Expert:innen.

Themen wie Verträge, Versicherungen oder allgemein Verbraucherschutz werden von den Jugendlichen als abstrakt wahrgenommen, sind keine unmittelbar präsenten Themen oder werden als kompliziert gesehen. Versicherungen etwa werden grundsätzlich als wichtig wahrgenommen, sind aber nicht im Alltag verankert. Die Jugendlichen geben weiters an, nur wenig Berührungspunkte zum Thema Verträge zu haben, kommen jedoch in Alltagssituationen (indirekt) mit ihnen in Kontakt. Als Beispiele werden vor allem Handyverträge und Streaming-Abos genannt, deren Kosten meist von den Eltern übernommen werden. Die Jugendlichen nehmen die Bedingungen oft als „gegeben“ an.

Die Jugendlichen reagieren besonders gut auf Themen, die sie direkt betreffen bzw. von denen sie glauben, dass sie sie auf die Zukunft vorbereiten. Sie wünschen sich, dass diese Themen durch Schule, Eltern oder Workshops zugänglicher gestaltet werden.

Präferenzen bei der Vermittlung von Verbraucher- und Finanzthemen

Jugendliche wünschen sich leicht verständliche und alltagsnahe Formate, die sich an ihren Interessen und ihrem Mediennutzungsverhalten orientieren.

Sie wünschen sich, dass interaktive, praxisnahe und leicht zugängliche Informationen zu Finanz- und Verbraucherthemen in ihren Alltag integriert werden, z. B. durch digitale Plattformen, Schule oder Jugendzentren.

Social Media wird als geeignetes Medium für kurze, ansprechende Inhalte wahrgenommen. Ergänzend werden interaktive Formate geschätzt. Die Jugendlichen wünschen sich beispielsweise Tools für die Budgetplanung, Vertragsprüfung und Sparanleitungen, bevorzugt als Apps.

Die meisten Jugendlichen nennen die Schule als geeigneten Ort für Finanzbildung, insbesondere im Rahmen von Projekten oder interaktiven Workshops. Sie erwarten sich praxisorientierten Unterricht und Simulationen, die alltagsnahe Szenarien behandeln („Wie verwalte ich mein Monatsbudget?“).

Jugendzentren werden als „lockerer Raum“ gesehen, der sich gut eignet, um über Geld zu reden. Genannt werden Events mit Expert:innen, die Fragen beantworten und konkrete Tipps geben. Auch Spiele und Wettbewerbe zu Finanz- und Verbrauchertemen werden als Möglichkeiten der Vermittlung dargestellt, sofern sie unterhaltsam und praxisnah aufgebaut sind.

Empfehlungen

Alltagsnahe Vermittlung

Die Jugendlichen zeigen eine hohe Bereitschaft, sich mit Finanz- und Verbraucherthemen auseinanderzusetzen, wenn sie verständlich vermittelt werden. Die Jugendlichen wünschen sich Informationen von unabhängigen Expert:innen. Das Ziel sollte sein, die Inhalte jugendgerecht und alltagsnah zu gestalten, um das Interesse und Vertrauen zu fördern. Um dies zu erreichen, ist eine „Rückkoppelung“ mit der Zielgruppe und die Entwicklung geeigneter Formate (z.B. von Jugendlichen für Jugendliche) notwendig.

Mögliche Themenschwerpunkte

- Taschengeld und Sparen: Wie plane ich besser? Was sind sinnvolle Sparziele?
- Kosten und bewusster Konsum: Preisvergleiche
- Verträge und Abos: Was sollte ich wissen, bevor ich einen Vertrag abschlieÙe?
- Wohnung und Eigenständigkeit: erste Schritte in ein selbstständiges Leben
- Verbraucherschutz: Erkennen und Vermeiden von Betrugsfallen, besonders online
- Investieren

Zusammenarbeit mit Jugendorganisationen und Jugendlichen

Alle Einrichtungen und Organisationen, die Fokusgruppen mit Jugendlichen durchgeführt haben, haben die Auseinandersetzung und Diskussion mit den Jugendlichen als wertvoll, impulsgebend und bereichernd für ihre tägliche Arbeit mit den Jugendlichen rückgemeldet. Es habe „viel bei ihnen angestoÙen“, das Interesse an den Ergebnissen und auch an einer Weiterarbeit dazu ist groß.

Es wird empfohlen, die Zusammenarbeit mit Organisationen für Jugendliche bzw. mit Stellen, die tagtäglich mit Kindern und Jugendlichen arbeiten, zu verstärken und sie gezielt in die Planung von Maßnahmen und Projekten einzubinden. Idealerweise geht die Zusammenarbeit über die Beauftragung zur Herstellung von Materialien, Behelfen und Broschüren hinaus.

Peer-to-Peer-Kommunikation, beispielsweise durch Influencer:innen oder engagierte junge Menschen, wird als besonders glaubwürdig und relevant wahrgenommen. Um die Reichweite und Akzeptanz von Verbraucherbildung zu erhöhen, sollten daher verstärkt Konzepte entwickelt werden, die Jugendliche aktiv in die Gestaltung und Verbreitung der Inhalte einbinden.

Ausbau von Weiterbildungsangeboten

Angebote für die Weiterbildung von Pädagog:innen und Multiplikator:innen, die mit Kindern und Jugendlichen arbeiten, sind essentiell. Es wird vorgeschlagen, gezielt „Train the Trainer“-Ausbildungen bzw. Weiterbildungen zu Verbraucher- und Finanzthemen zu etablieren.

Der Großteil der Jugendlichen sieht Eltern als eine wichtige Quelle für Finanzwissen. Workshops und Informationsabende für Eltern könnten hier ein wichtiger Baustein sein.

Anhang 1 – Erarbeitung in den Fokusgruppen mit den Pfadfinder:innen-Gruppen

Abbildung 1 Sammlung der Rückmeldungen der Jugendlichen zum Themenkomplex „Geld“

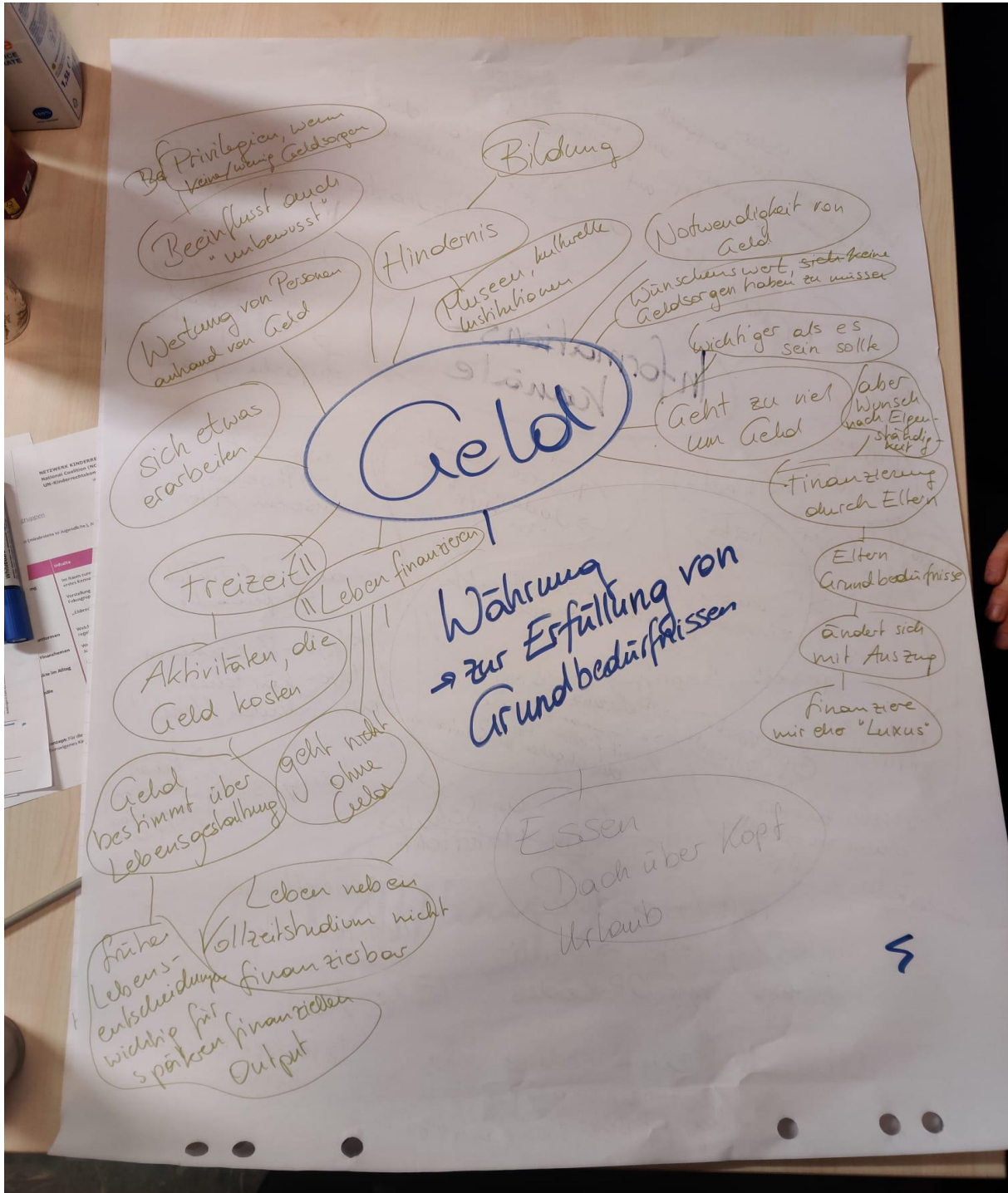


Abbildung 2 Sammlung der Rückmeldungen der Jugendlichen zum Themenkomplex „Geld/Finanzen“ und „Alltag“

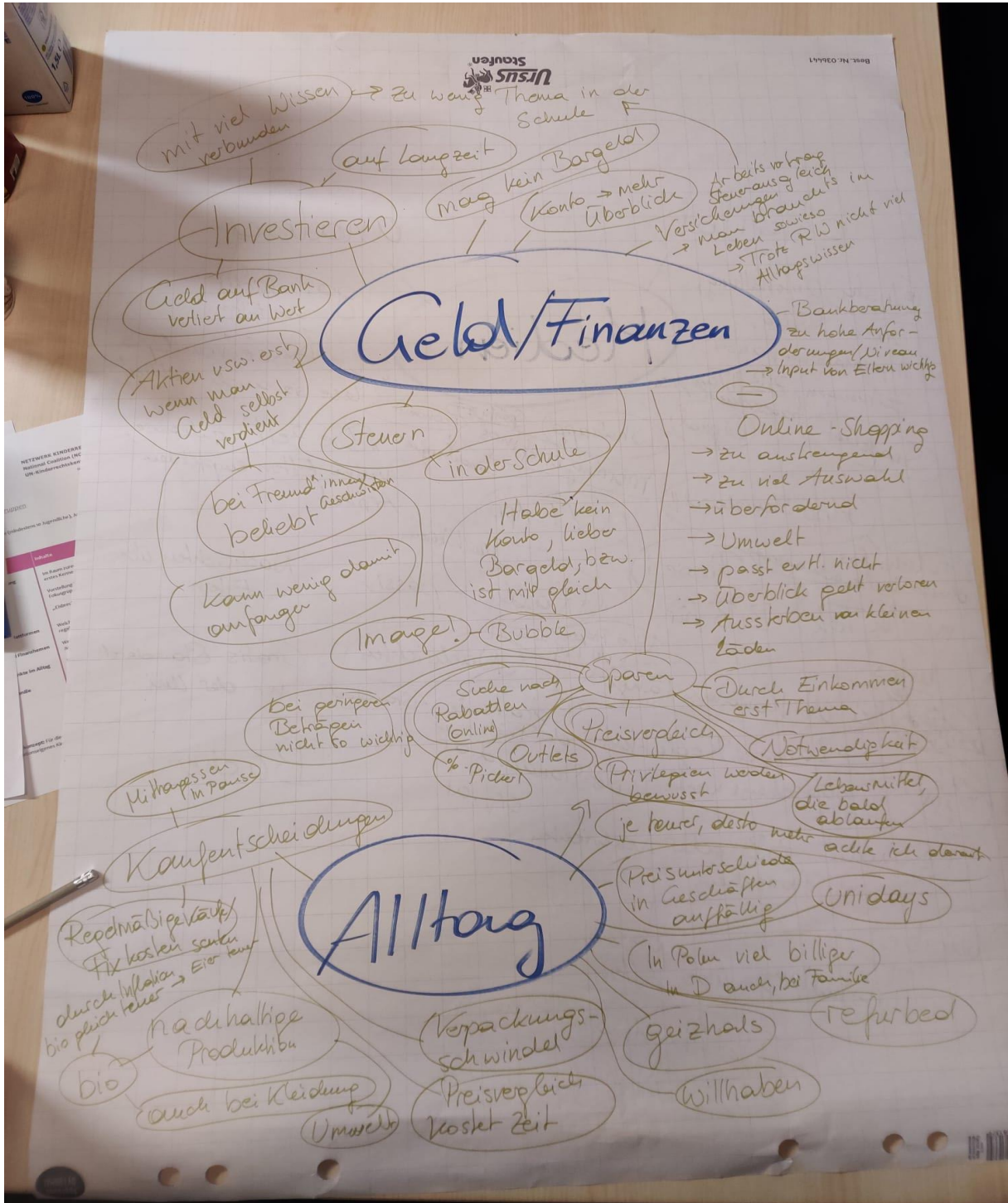


Abbildung 3 Sammlung der Rückmeldungen der Jugendlichen zum Themenkomplex „Medien“

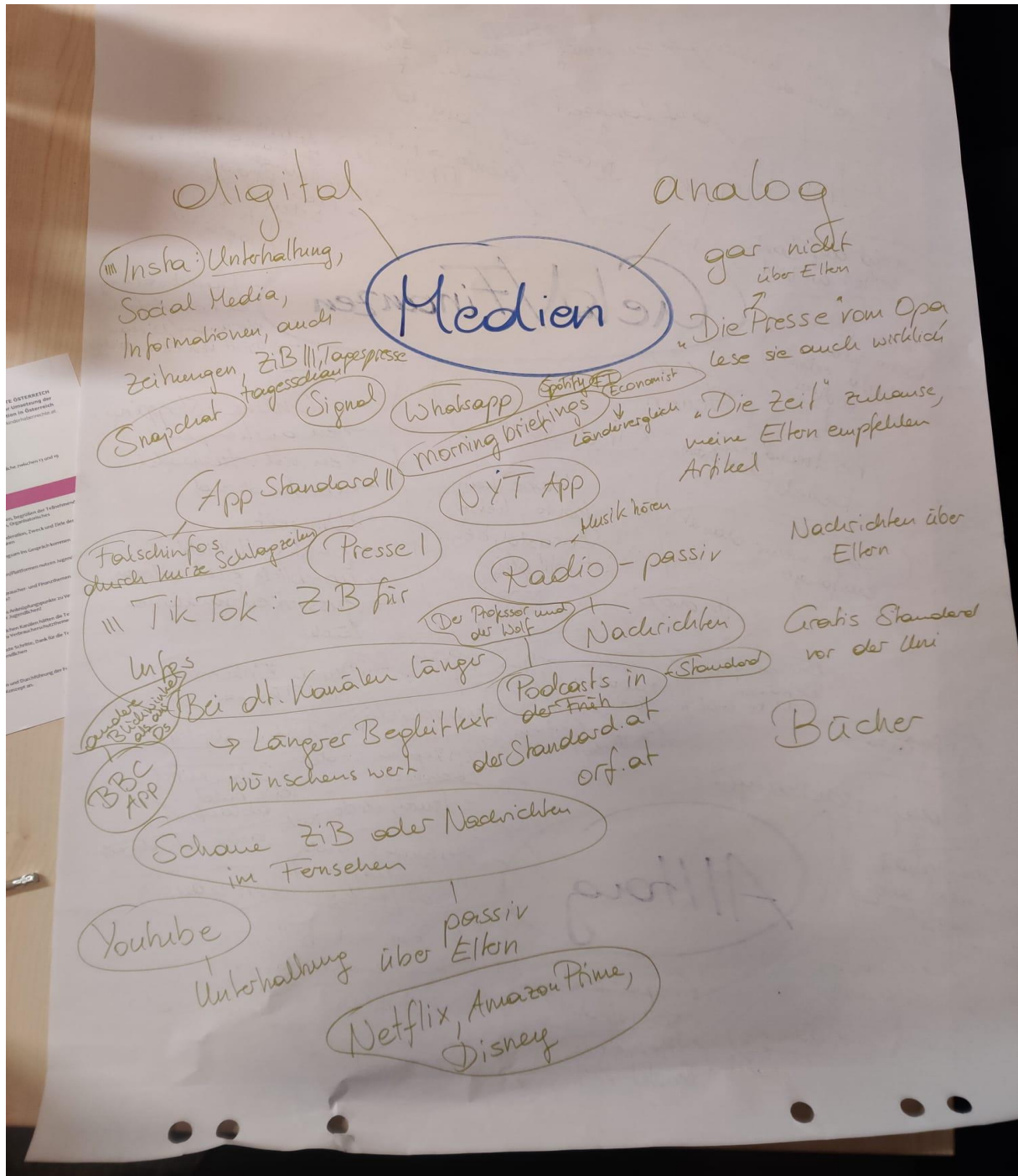


Abbildung 4 Sammlung der Rückmeldungen der Jugendlichen zum Themenkomplex „Verbraucher/Finanzthemen“ – „Alltag/Kaufentscheidung“ – Infokanäle“

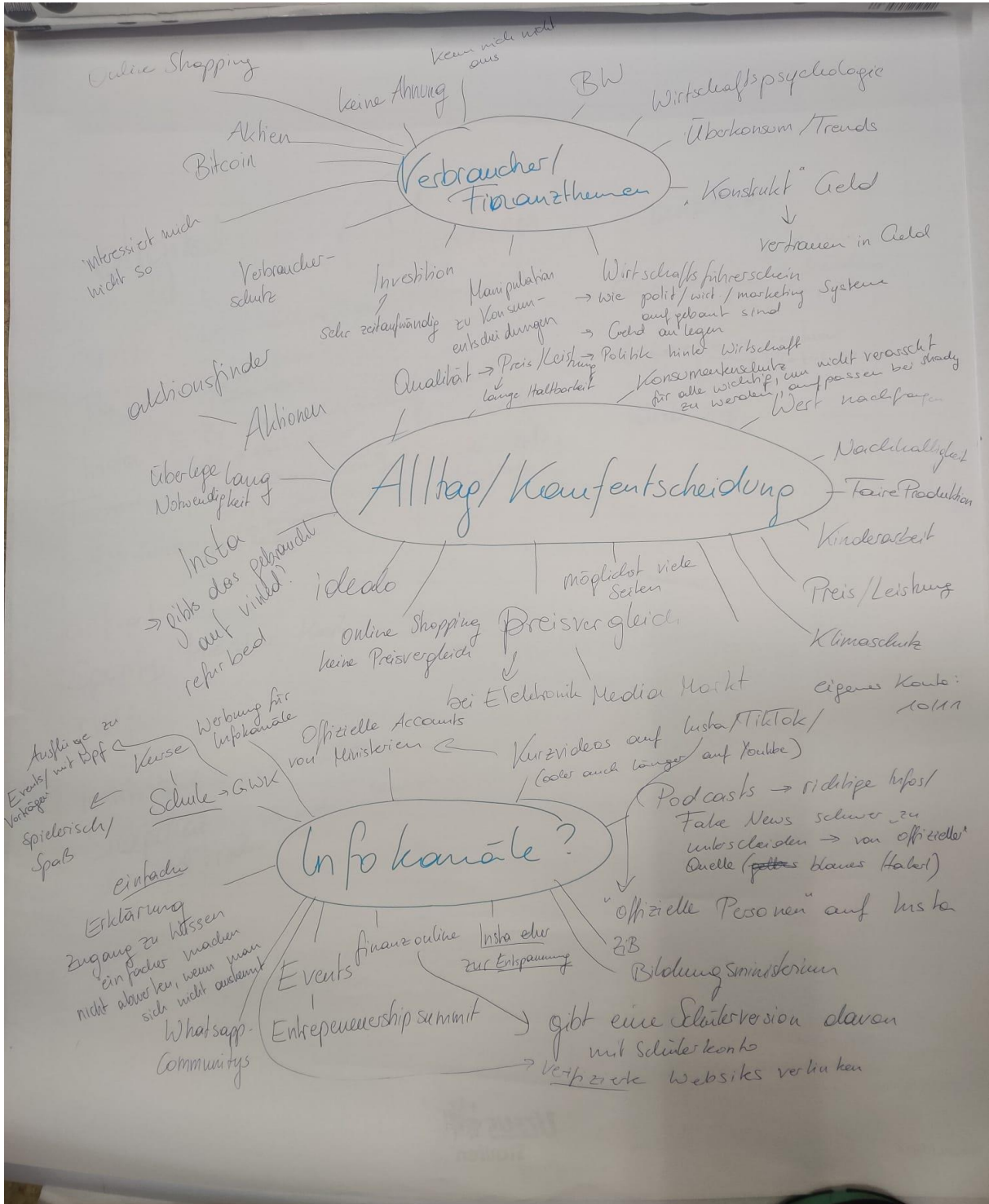


Abbildung 5 Sammlung der Rückmeldungen der Jugendlichen zum Themenkomplex „Medien“

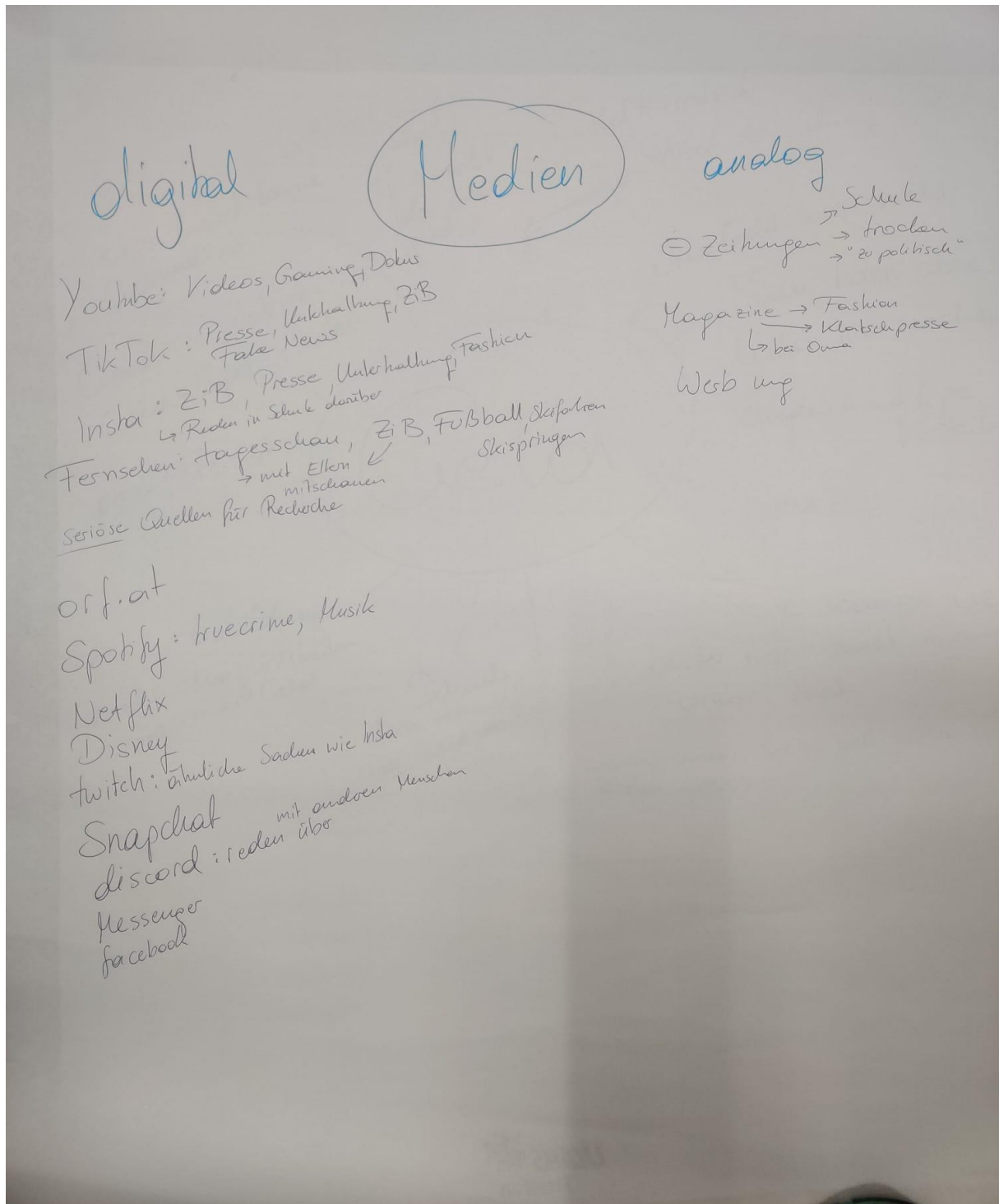
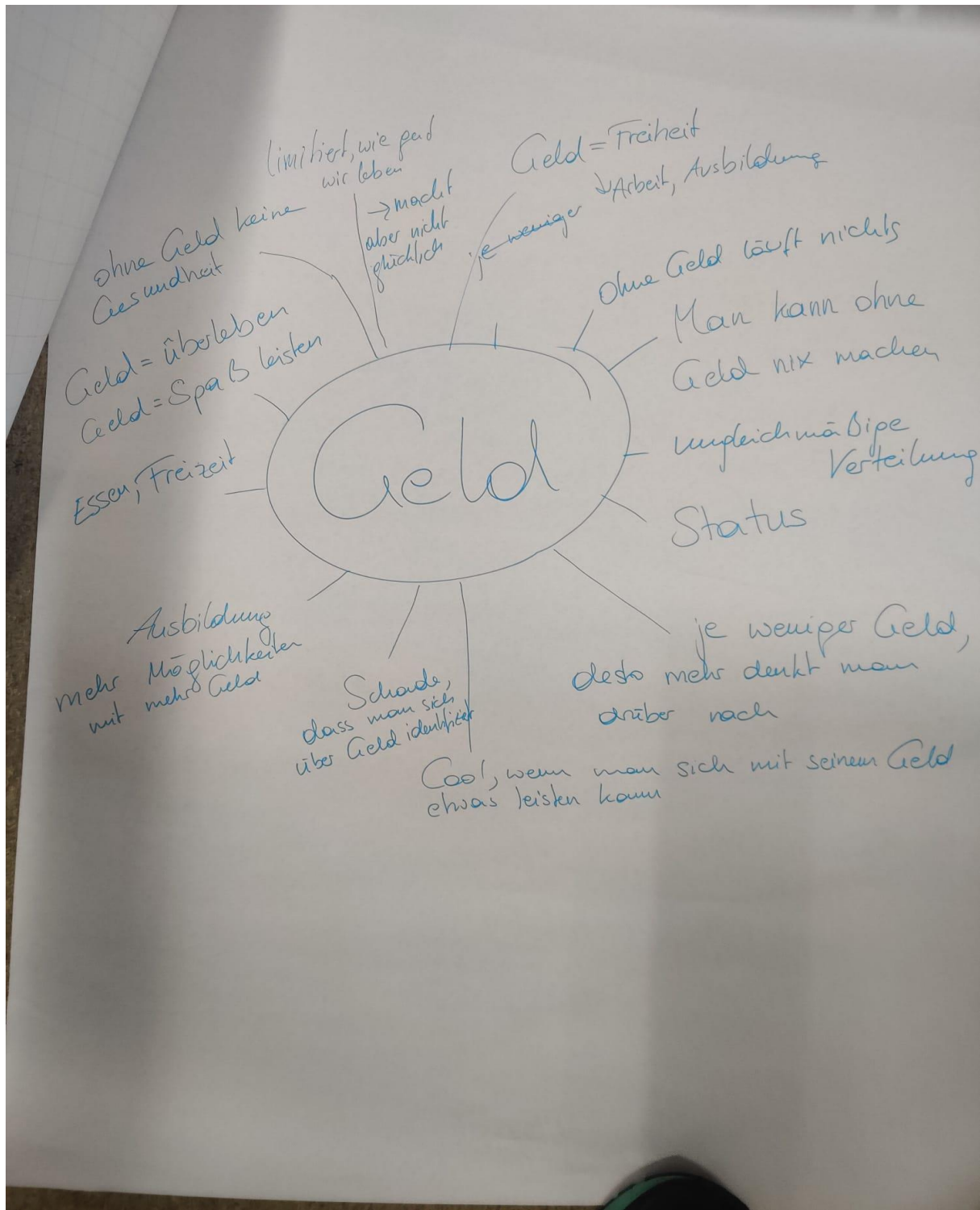


Abbildung 6 Sammlung der Rückmeldungen der Jugendlichen zum Themenkomplex „Geld“



Anhang 2 – Ausgewählte Zitate aus den Fokusgruppen

Einstiegsfrage „Wie wichtig ist mir Geld und warum?“

„Geld gibt ein Gefühl von Verantwortung und Freiheit.“

„Geld gibt Freiheit, aber es sollte nicht das Wichtigste sein.“

„Es ist ein Privileg, sich keine Sorgen um Geld machen zu müssen.“

„Reisen und Bildung sind meine Ziele, aber dafür brauche ich finanzielle Mittel.“

„Es ist schade, dass Geld so eine große Rolle in der Gesellschaft spielt.“

„Geld ist ausschlaggebend dafür, wie ich mein Leben gestalten kann.“

„Ich möchte nicht reich sein, aber genug Geld, um meine Grundbedürfnisse zu erfüllen, ist essenziell.“

„Ohne Geld kann man nicht leben.“

„Geld ist auch eine Art Statussymbol.“

„Geld bedeutet für mich die Möglichkeit auf hochwertige Bildung.“

„Es ist wichtig, dass man sich keine Sorgen machen muss.“

„Geld steht bei mir auf Platz drei nach Familie und Freunden.“

„Ohne Geld bekommt man nichts, aber es ist nicht das Wichtigste.“

„Geld ist wichtig, aber Familie und Freunde sind wichtiger.“

„Man braucht nicht reich zu sein, um glücklich zu sein.“

„Wenn man Geld hat, dann hat man keine Sorgen. Man sorgt sich nicht um die Zukunft und wie man die nächste Miete bezahlen soll.“

„Geld ist wichtig, aber es soll nicht meine ganze Zukunft bestimmen.“

Leitfrage „Welche Medien (analog, digital) nutzt ihr und wofür verwendet ihr sie?“

„Insta ist super, um zu sehen, was Freunde machen, aber für Geldthemen ist es nicht das Richtige.“

„Ich sehe manchmal Posts zu Sparen oder Investieren, aber die wirken oft wie Werbung.“

„Wenn ich etwas lernen will, schaue ich auf YouTube. Aber Geld ist da nicht mein Thema.“

„Es gibt gute Videos zu Spar-Tipps, aber man muss danach suchen.“

„Social Media beeinflusst unbewusst viele Kaufentscheidungen.“

„TikTok ist cool für Unterhaltung, aber Finanzen? Das passt da nicht rein.“

„Manchmal sehe ich Videos zu Spar-Tipps, aber das ist mehr lustig als ernst gemeint.“

„Snapchat ist einfach nur für den Spaß mit Freunden da.“

„Hier geht es um Fotos und Spaß, nicht um Infos.“

„Für die Schule nutze ich Google, aber sonst brauche ich es nicht oft.“

„Ich suche dort, wenn ich wirklich etwas wissen will, aber meistens nicht über Geld.“

„Auf TikTok gibt es auch die ZiB, und die Videos sind wirklich toll erklärt.“

„Zeit im Bild ist gut für Schlagzeilen, aber für mehr Infos lese ich dann woanders nach.“

„Ich höre Podcasts in der Früh, aber es kommt drauf an, wie motiviert ich bin, weil sie manchmal echt schwer wirken.“

„True Crime Podcasts höre ich gerne, aber Finanzthemen? Dafür nehme ich mir keine Zeit.“

„Ich höre Spotify meistens für Musik, aber auch für True Crime Podcasts.“

„Manchmal nutze ich Podcasts auf Spotify, um etwas Neues zu lernen, zum Beispiel über Politik oder Fußball.“

„Spotify ist super für Podcasts, aber ich höre auch einfach Musik.“

„Ich höre Radio, wenn es läuft, aber ich achte nicht wirklich darauf.“

„Zeitungen lese ich nur für die Schule, sonst gar nicht.“

Leitfrage „Was ist euch wichtig/für euch interessant, wenn es um das Thema Geld und Finanzen geht? Was fällt euch ein, wenn ihr an das Thema Verbraucher:in denkt?“ und „Inwiefern betreffen euch die Themen Finanzen und Konsum in eurem Alltag?“

„Ich spare mein Taschengeld für große Sachen, wie ein neues Handy oder eine Reise.“

„Ohne Geld kann man fast nichts machen, und alles kostet heute extrem viel.“

„Ich möchte später reisen und brauche dafür Geld – vor allem für Fernreisen.“

„Ein Führerschein und ein eigenes Auto – das ist mein erstes großes Ziel.“

„Mein Handyvertrag läuft über meine Eltern, aber ich zahle einen Teil selbst.“

„Ich weiß nicht genau, wie unser Netflix-Abo funktioniert, aber ich nutze es täglich.“

„Versicherungen sind wichtig, aber ich weiß nicht, welche wir haben.“

„Meine Eltern haben alles geregelt, ich muss mich nicht darum kümmern.“

„Manchmal sehe ich Fake-Angebote, aber ich kaufe das eh nicht.“

„Es gibt viele versteckte Kosten bei Online-Dingen, das sollte man besser erklären.“

„Ich möchte wissen, wie man Preise vergleicht, besonders bei Technik.“

„Ich brauche keine Versicherungen, aber später werde ich das sicher müssen.“

„Streaming-Abos sind praktisch, aber ich weiß nicht, wie sie wirklich funktionieren.“

„Ich kaufe viel Elektronik online, weil es meistens günstiger ist.“

„Ich bestelle Kleidung online, wenn die Marke nicht lokal verfügbar ist.“

„Ich kaufe Kleidung lieber im Geschäft, weil ich sie anprobieren kann. Zurückschicken ist so nervig.“

„Retouren und Versand sind nicht gut für die Umwelt, deshalb überlege ich genau, bevor ich online bestelle.“

„Ich vergleiche Preise immer auf Plattformen wie Geizhals, bevor ich etwas kaufe.“

„Ich schaue, ob eine Website vertrauenswürdig ist, und bezahle lieber auf Rechnung.“

„Wenn ich etwas auf Insta sehe, denke ich oft: Das könnte ich kaufen.“

„Ich frage meine Eltern oder Freunde, ob ein Kauf sinnvoll ist.“

„Mir wurde oft gesagt, dass Geld auf der Bank nur an Wert verliert, deswegen sollte man investieren. Aber ich weiß nicht genau, wie das geht.“

„Ich habe einmal in Bitcoin investiert, aber gemerkt, dass man sich besser informieren muss, bevor man solche Entscheidungen trifft.“

„Mein Vater ist meine Hauptquelle für Informationen, aber ich würde gerne mehr von unabhängigen Experten lernen.“

„Ich habe 1.300 Euro in Bitcoin investiert und daraus gelernt, dass man Fehler macht, aus denen man lernen kann.“

„Es ist schwer, bei der Menge an Informationen den Überblick zu behalten, vor allem wenn man nicht genau weiß, wo man anfangen soll.“

„Auf TikTok sehe ich oft Videos über schnelles Geld durch Investitionen, aber ich bin da sehr vorsichtig.“

„Ich vertraue solchen Videos nicht, weil man nie weiß, ob das nicht ein Betrug ist.“

Leitfrage „Auf welchen Kanälen und in welcher Form hättet ihr gerne Informationen und Bildungsangebote zu den Themen, die ihr gerade erarbeitet habt?“

„Auf Insta könnte man kurze Infos posten, die cool aussehen und direkt verständlich sind.“

„TikTok-Videos könnten helfen, aber sie müssten seriöser sein als das, was ich sonst sehe.“

„YouTube ist super, wenn man lernen will, wie man etwas macht – zum Beispiel Verträge oder Sparen.“

„Eine App, die mir zeigt, wie ich sparen kann, wäre echt hilfreich.“

„Webseiten sind oft zu schwer zu verstehen. Eine App wäre einfacher.“

„In der Schule könnte man besser lernen, wie man mit Geld umgeht. Aber es sollte spannend sein!“

„Workshops in der Schule, wo man etwas ausprobieren kann, wären cool.“

„In Jugendzentren könnte man locker über solche Themen reden.“

„Workshops oder Spiele über Geld wären in Jugendzentren besser als in der Schule.“

„Meine Eltern erklären mir Sachen, aber oft verstehe ich es nicht.“

„Es wäre gut, wenn Eltern uns mehr beibringen würden, wie sie mit Geld umgehen.“

„Insta und YouTube sind cool, aber bitte macht die Inhalte kurz und einfach.“

„In der Schule wäre ein Workshop besser als trockener Unterricht.“

„Ich würde mir eine App wünschen, die alles einfach erklärt.“

„Verbraucherthemen sollten in Bezug auf die Lebensrealität vermittelt werden, auch in Kombination mit Medienkompetenz.“

„Ein Format von Jugendlichen für Jugendliche wäre cool.“