

PRESSEINFORMATION

Silke Hinrichsen

Kiel, den 13.11.2002
Es gilt das gesprochene Wort

„Die Kreditwirtschaft, die Unternehmen und die Werbebranche tragen eine soziale Verantwortung, der sie nicht gerecht werden.“

TOP 26 Schutz junger Menschen vor Verschuldung (Drs. 15/2107)

Man muss keine Wissenschaftlerin und kein Bankfachmann sein, um festzustellen, dass das Verhältnis der Kinder zu Geld sich im letzten Jahrzehnt deutlich geändert hat. Heute besitzen 6jährige ein Handy. 12jährige haben ein Girokonto mit dazugehöriger Geldkarte und werden von den Banken als Kunden umworben. Es gibt sogar Investmentfonds, die sich als Themenfonds auf die Lieblingsmarken der Kids konzentrieren. Kinder und Teenager gelten als eine der attraktivsten Zielgruppen der Werbung. Nach Berechnungen des Münchener Instituts für Jugendforschung verfügt die Gruppe der 6- bis 17-Jährigen über rund 15 Milliarden Mark aus Taschengeld, Geschenken und Sparguthaben.

Es gehört auch nicht viel mehr als etwas Vernunft und Menschenkenntnis um zu wissen, dass die Kleinen damit völlig überfordert sein können. Sie müssen sich als mündige Konsumentinnen und Konsumenten, in der schönen neuen Welt des Konsums bewähren. Deshalb verwundert es nicht, dass die Zahl von Kindern und Jugendlichen wächst, die noch vor der Volljährigkeit in die Schuldenfalle tappen. Dabei machen die Zahlen in dem schon vorliegenden Bericht deutlich, dass es aber auch keinen Grund zur Überdramatisierung der Situation der Kinder und Jugendlichen gibt. Die ersten Schulden wie Handyschulden und Überziehungskredite

bleiben innerhalb der Familie. Sie führen vermutlich nicht zwangsläufig zu den weiteren sozialen Folgeproblemen, die wir am meisten fürchten. Die spannende Frage ist, ob die jungen Menschen es schaffen, auf eigenen Beinen zu stehen, wenn sie vom eigenen Einkommen leben müssen. Vieles deutet darauf hin, dass ein Teil von ihnen Probleme damit hat. Abschließend können wir diese Frage aber heute nicht beantworten.

Man muss keine Wissenschaftlerin und kein Kreditfachmann sein, um die Probleme zu beobachten. Aber dieses reicht für eine Politik gegen die Verschuldung von jungen Menschen nicht aus. Um die richtigen politischen Rezepte zu finden, brauchen wir eine solide Datengrundlage, die uns das Problem detailliert beschreibt. Eine entsprechendes Gutachten des Instituts für Sozialrecht und Sozialpolitik der Uni Kiel ist schon unterwegs. Deshalb haben wir uns im Ausschuss ja auch darauf verständigt, dass wir mit dem Thema weiter arbeiten, wenn diese Studie als Grundlage vorhanden und ausgewertet ist.

Eines möchte ich allerdings jetzt schon anmerken: Es wird auf jeden Fall nicht reichen, nur auf Hilfe und Prävention durch Schuldnerberatungsstellen und Verbraucherberatung zu setzen. Das sind ohne Zweifel sehr wichtige Ansätze. Aber es wäre eine Kapitulation der Politik, wenn man sozusagen nur auf Verhaltensprävention setzt. Es ist unübersehbar, dass eine der Ursachen der Verschuldung in der aggressiven Vermarktung von Produkten liegt, die erst Konsumbedürfnisse schafft. Die Kreditwirtschaft, die Unternehmen und die Werbebranche tragen hier auch eine soziale Verantwortung, der sie nicht gerecht werden. Dass auch dieser Weg etwas bringen kann, zeigt die Diskussion Mitte der 90er Jahre um Kinder und Banken. Auch wenn die Banken bestimmt nicht von den jungen Kunden abgesehen haben, so haben sie sich doch sichtbar gemäßigt. Mir ist klar, dass das nicht ohne Druck der Kreditaufsicht abgelaufen ist. Trotzdem müssen wir auch die Wirtschaft neben allen anderen daran erinnern, dass wir sie nicht aus der Verantwortung entlassen werden.