

Jugendliche als Verbraucher im Social Web

von **Stefanie Reger** am **30. Juni 2014**

Facebook, You Tube, Skype – Jugendliche telefonieren heute kaum mehr, sie kommunizieren im Social Web. Wie Jugendliche als Verbraucher im Social Web agieren, untersucht eine neue Studie, die zum Safer Internet Day 2014 in der BLM vorgestellt wurde.

Für die Werbetreibenden ist das ein neuer Markt mit viel Potenzial: Denn hier finden sie ihre junge, attraktive Zielgruppe. Die meisten der Kommunikationsplattformen sind kommerziell, sie finanzieren sich durch Werbung und die Auswertung privater Daten. Davon haben die Jugendlichen allerdings meist wenig Ahnung. Gerade im Umgang mit Onlinewerbung fühlen sie sich oft hilflos. Das ist das Ergebnis einer neuen Studie des Bayerischen Verbraucherschutzministeriums und des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis zum Thema Jugendliche als Verbraucher im Social Web.

Die Studienergebnisse wurden zum Safer Internet Day in einer gemeinsamen Veranstaltung mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) präsentiert. Dadurch entstand eine Brücke von der Verbraucherbildung zur Medienkompetenz, die ein zentrales Aufgabengebiet der BLM ist. Schließlich können junge Konsumenten ihre Interessen und Rechte als Verbraucher im Social Web nur durchsetzen, wenn sie medienpädagogische Kompetenzen und Kenntnisse haben.

Diese Verzahnung zwischen Verbraucherbildung und Medienkompetenz ist das Plus dieser lesenswerten Studie, zu der auch kostenlose Materialien für Lehrer entwickelt wurden, die auf dem Verbraucherbildungsportal Bayern zu finden sind. Das betonten auch BLM-Präsident Siegfried Schneider und der Bayerische Verbraucherschutzminister Dr. Marcel Huber in ihrer Begrüßung.

Bildnachweis: BLM