SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Das verfügbare Geld im Jugendalltag von 13- bis 17-jährigen Schülern und Schülerinnen: empirische Ergebnisse

Tully, Claus; Santen, Eric van

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Tully, C., & Santen, E. v. (2012). Das verfügbare Geld im Jugendalltag von 13- bis 17-jährigen Schülern und Schülerinnen: empirische Ergebnisse. *Diskurs Kindheits- und Jugendforschung / Discourse. Journal of Childhood and Adolescence Research*, *7*(2), 197-211. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-389935

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de

Terms of use:
This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more Information see: https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Das verfügbare Geld im Jugendalltag von 13- bis 17-jährigen Schülern und Schülerinnen: Empirische Ergebnisse

Claus Tully, Eric van Santen

Claus Tully

Eric van Santen

Zusammenfassung
Prozesse der Bildung, Ablösung, Differenzierung und Positionierung gehören zur Verselbstständigung und zum Erwachsenwerden. Die Verfügung über Geld spielt dabei eine wichtige Rolle. Geld, als Voraussetzung für Konsum und damit Mittel, um „im Spiel zu bleiben". SchülerInnen verfügen über keine eigenen Einkünfte und sind auf Zuwendungen (Taschengeld und staatliche Transferleistungen wie Schüler-Bafög) oder selbst hinzu verdientes Geld angewiesen. Der Beitrag stellt empirische Ergebnisse zur Höhe des Taschengelds sowie zu dem den 13-17-jährigen SchülerInnen insgesamt zur Verfügung stehenden Budget vor. Die empirische Verteilung der Höhe des Taschengeldes sowie des verfügbaren Budgets weisen eine sehr starke Altersabhängigkeit auf. Neben regionalen Unterschieden spielen weitere Merkmale, die die Ressourcenausstattung mit kulturellem und ökonomischem Kapital beschreiben, eine Rolle. Hier deuten sich unterschiedliche Chancen der sozialen Teilhabe, die mit der Verfügung über Geld einhergehen, an. Die Jugendforschung sollte die Themen Geld – und damit zusammenhängend Konsum – nicht vorrangig der Marktforschung überlassen.

Schlagworte: Jugendforschung, Taschengeld, Konsum, Schüler, Jugend, Geld

Available money in the everyday lives of young people from age 13 to 17: Empirical results

Abstract
The process of education, integration into a peer group, finding an individual identity and becoming independent are all part of growing up. The disposition of money plays an important role in this process. Consumption requires money and enhances social integration. Students generally have no professional income and have to rely on benefits (pocket money and government transfer payments such as student loans) and side jobs. This article presents empirical findings on pocket money and the total available budget for the age group of 13 to 17 year old students. The distribution of the amount of pocket money and the available budget depends mainly on the age of the students. Other relevant factors include regional differences and the cultural and economic capital of the family. The quantity of available money is indicative of the varied opportunities for social participation. The everyday lives of young people is reliant on money and consumption, a fact that youth research must take into account.

Keywords: youth research, consumption, student, youth, spending money

1 Jugend, Geld und Konsum

Wer in *Georg Simmels* Hauptwerk Philosophie des Geldes (zuerst 1900) liest, wird über den Einfluss des Geldes auf die Gesellschaft und das Individuum informiert. Werte sind bei Simmel „Korrelate des Begehrens" (*Simmel* 1989, S. 38) und Geld „Substanz gewordene Relativität" (ebd., S. 134). Geld als grenzenloses symbolisches Objekt wird zum absoluten Mittel mit dem höchst unterschiedliche Zwecke realisierbar werden. Banken würden nach *Simmel* mächtiger als die Kirchen. Heute sind sie es. *Karl Marx* bezeichnet das Geld als das „Schmiermittel" der Gesellschaft. In einer Welt, in der fast alles gekauft werden muss, erscheint Geld im Alltag als quasi-natürliche Notwendigkeit. Gelebt wird eine flüchtige Identität der Moderne, in der Konsumenten davon ausgehen, selbstbestimmt zu handeln, obgleich Bedürfnisse nicht einfach entstehen, sondern erzeugt werden (vgl. *Horkheimer/Adorno* 2006; *Slater* 1997; *Schrage* 2009; *Heidbrink* u.a. 2011; *Hellmann* 2011; *Bauman* 2007, S. 135, 148).

Was das Geld im Jugendalltag bis in die 2000er Jahre betrifft, so wurden bevorzugt jugendkulturelle Muster und gewachsene Verschuldungsrisiken thematisiert (vgl. *Fries* u.a. 2007). Heute geht es darum, den Umgang mit Geld als Erziehung zum kompetenten Konsum zu begreifen und zu nachhaltigem Konsum anzuregen (vgl. *Verbraucherzentrale Bundesverband* 2010). Im Zusammenhang mit Jugend, Geld und Konsum sind zwei Grundmuster auszumachen. Einerseits geht es um (a) Geld im Jugendalltag und im Spiegel der Marktforschung, also um den Umgang mit Geld und um die Präferenzen Heranwachsender und andererseits (b) um die Vermittlung von Konsumkompetenz.

1.1 Geld im Jugendalltag im Spiegel der Marktforschung

Der größte Teil an Studien zu Geld im Jugendalltag verdankt sich dem Motiv der Vermarktung. Im Dienste des Verkaufs gilt es, genauer zu wissen, was bei den ‚Kids' und Jugendlichen ankommt. Dazu werden die Budgets von Kindern und Jugendlichen ermittelt. Wie viel Geld haben sie zur Verfügung? Was kaufen sie, was würden sie kaufen? Kinder und Jugendliche sind als relevante Konsumentengruppe ausgemacht, die ab dem frühen Kindesalter beobachtet wird.[1] ‚Shoppen' ist eine wichtige Freizeitbeschäftigung geworden (vgl. z.B. *Shell Deutschland Holding* 2010, S. 94ff; *JIM-Studie* 2011, *Tully/ Krug* 2011). Geld und Konsum sind in der Jugendforschung ein relativ neuer Forschungsgegenstand.[2] Untersucht wurden in jüngerer Zeit Verschuldungsrisiken (vgl. *Fries* u.a. 2007) und Vorsorge (vgl. *Metallrente Studie* 2010). Seit Jugendliche vermehrt mobil kommunizieren, sind dafür merkliche Aufwendungen zu kalkulieren.[3] Jugendliche konsumieren nicht mehr einfach, sie sind heute, anders als andere Jugendgenerationen, in die Lage versetzt, im Internet Produkt- und Preisvergleiche anzustellen. Die Informationsdichte hat damit deutlich zugenommen. Per Smartphone gelingt es, selbst unmittelbar in den Geschäften Produktinformationen von Dritten zu beschaffen. Inzwischen gibt es gepostete Videos von SchnäppchenjägerInnen im Netz.[4] Die Sammlung von Informationen zu Konsumpräferenzen Heranwachsender gelingt heute sehr umfassend, da die Kommunikation in Social Communities ebenso wie Suchanfragen im Netz von der Wirtschaft zur Verkaufsförderung ausgewertet und in personalisierte Werbung umgesetzt werden.

Regelungen, wie der Taschengeldparagraf des BGB (§ 110), sollen Kinder und Jugendliche vor den Verlockungen des Warenangebots schützen. Der Paragraf soll vor übereilten Ein-

käufen abhalten, denn Personen unter 18 Jahren können Geschäfte nur im Rahmen des „Taschengeldes" rechtswirksam abschließen.[5] Je intensiver Kinder und Jugendliche als Konsumenten umworben werden, desto wichtiger sind diese Regelungen. Wenn Verträge Minderjähriger ohne Zustimmung eines gesetzlichen Vertreters unwirksam bleiben, sobald diese von Minderjährigen mit Geldbeträgen zu zahlen sind, die das übliche Taschengeld übersteigen, können umfassendere Verpflichtungen (z.B. Handyverträge, Kauf eines Smartphones) nicht eingegangen werden. Sie sind also juristisch unwirksam, was eine Verschuldung von Kindern und Jugendlichen (7 bis unter 18) de jure ausschließt. Moderne Jugendkulturen sind auch Konsumkulturen (vgl. *Farin* 2008, S. 57), sie zu leben unterstellt, dass Jugendliche heute, obgleich sie vom Einkommen der Eltern abhängig sind, „autonom"[6] handeln, wenn sie konsumieren. Soziale Inklusion erfolgt (auch) qua Konsum (vgl. *Böhnisch* 1996, S. 239; *Ferchhoff* 2000, S. 32; *Ferchhoff* 2011, S. 371-374). Die Verfügung über Geld spielt bei den Prozessen der Verselbstständigung[7] und der Erlangung von Unabhängigkeit von Kindern und Jugendlichen – also in modernen Gesellschaften – eine wichtige Rolle.

1.2 Vermittlung von Konsumkompetenz

Nach *Unverzagt*/*Hurrelmann* (2001) stecken Kinder und Jugendliche „in der Wohlstandsfalle" (S. 25), die sich so darstellt, dass Kinder und Jugendliche mehr Geld denn je in Händen hätten, es aber trotzdem nicht ausreiche. Unsere Daten zweier verschiedener Erhebungen belegen jedoch, dass die befragten Jugendlichen relativ zufrieden sind mit den verfügbaren finanziellen Mitteln. Offensichtlich ist die große Mehrheit der Kinder und Jugendlichen in der Lage, ihre Bedürfnisse nach der Quantität des ihnen zur Verfügung stehenden Geldes auszurichten. Dies spiegelt sich auch in dem Ergebnis, dass die Zufriedenheit mit dem verfügbaren Geld sich als unabhängig von der Quantität des verfügbaren Geldes erweist. Das heißt, ausschlaggebend ist möglicherweise weniger der absolute Mangel, sondern der angemessene Umgang mit Geld. Das Taschengeld hat in der erzieherischen Praxis der Familien genau diese Funktion: Kinder und Jugendliche sollen allmählich lernen, mit den finanziellen Ressourcen, die sie haben, ihre kurzfristigen und langfristigen Bedürfnisse zu befriedigen. In diesem Sinne wenden sich auch Studien der Frage nach der Vermittlung von Wirtschafts- und Konsumkompetenz Jugendlicher zu. Die Verbraucherzentrale hat dazu 2010 eine Studie „Konsumkompetenz von Jugendlichen" (vgl. *Verbraucherzentrale Bundesverband* 2010) vorgelegt, wobei Konsumkompetenz die Voraussetzung schaffen soll, „um das Produkt- und Dienstleistungsangebot für sich optimal zu nutzen". Dazu sollen „Fähigkeiten, Fertigkeiten, aber auch […] Wissen die zusammenfassend als das Kompetenzprofil des ‚mündigen Verbrauchers' bezeichnet werden können" vermittelt (ebd., S. 3) und Heranwachsende so für einen angemessenen Umgang mit Geld qualifiziert werden (vgl. *Meier-Gräwe/Deeken/Maennchen* 2009, S. 15).

Heute wird vermehrt auch Nachhaltigkeit als Gegenstand der Vermittlung von Konsumkompetenz gesehen. Nachhaltigkeit meint, im Anschluss an den *Brundtland*-Bericht der *Weltkommission für Umwelt und Entwicklung der Vereinten Nationen* (vgl. *Hauff* 1987), dass dem „Schutz des Menschen und der Umwelt" entsprochen werden kann, wenn bei der Güterproduktion und Güternutzung eine dauerhaft zukunftsfähige Entwicklung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension der Gesellschaft gewährleistet ist (vgl. *Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) BLK-Programm „Transfer 21"*[8], *Bildung in nachhaltigem Konsum BINK*[9]).

2 Befunde zum Geld aus der Sicht der Jugendforschung

Prinzipiell gibt es vier Einkommensarten: Erwerbseinkommen, Einkommen ohne eigene Erwerbsarbeit (z.B. aus Gewinnen), Transfereinkommen auf Basis sozialrechtlicher Ansprüche und Transfereinkommen ohne Rechtsanspruch. Wenn vom Taschengeld oder Zuwendungen durch Verwandte die Rede ist, dann handelt es sich um die zuletzt genannte Form des Transfers. Verselbstständigung und eigenständiger Konsum, wie begrenzt dieser auch aussehen mag, gründet auf verfügbarem Geld. Dazu werden im Folgenden zwei Formen der Gelddisposition erörtert: (1.) Taschengeld sowie (2.) das verfügbare Budget, das neben Taschengeld, Einkommen aus dem Nebenjob und ggf. andere Zuwendungen einschließt.

Die Einkünfte von Jugendlichen stammen einerseits aus verschiedenen Quellen, andererseits unterstützen Eltern Schülerinnen und Schüler (zu 96%), Auszubildende (60%) und Studierende (81%) zusätzlich mit Mietzuschüssen etc. (vgl. *Lange* 2004, S. 76, hier bezogen auf die Gruppe der 15- bis 24-Jährigen). Für SchülerInnen unter 15 Jahren geben die Daten der *JIM Studie* 2007 an, dass 12- bis 13-Jährige über 22 Euro und 14- bis 15-Jährige über 34 Euro im Monat verfügen (vgl. *JIM* 2007, S. 68). In den *JIM Studien* von 2009, 2010 und 2011 werden keine Angaben zum Taschengeld gemacht. Die Kids Verbraucher-Analyse 2008 spricht von durchschnittlich 31 Euro im Monat bei den 10- bis 13-Jährigen. Nach dem Alter betrachtet liegt der größte Sprung der Einkünfte bei den 16-Jährigen, was am Übertritt eines Teils der Jugendlichen in die Ausbildung liegt (vgl. *Bravo* 2009; *Lange* 2004, S. 69; *JIM* 2007, S. 68). In dem aktuellem Survey „Jugend 2011 Baden Württemberg“ wurden 12- bis 18-Jährige, also annähernd die Untersuchungsgruppe (13 bis 17), die diesem Beitrag zugrunde liegt, befragt. Von den rund 2000 Jugendlichen hat die Hälfte der Befragten bis zu 25 € und ein Viertel 25 bis 50 € pro Monat zur Verfügung. Die Zufriedenheit mit dem Taschengeld ist hoch. Zwei Drittel sagen, sie seien mit der Höhe des Taschengeldes zufrieden (vgl. *Survey Jugend* 2011, S. 17). Etwas anders sieht es aus, wenn, wie bei der Studie von „Jugend und Finanzen“ *Youngcom*, der Altersrange erweitert wird, denn mit dem Alter steigen die Taschengeldbeträge deutlich und so auch die Durchschnittswerte an. Für die Gruppe der 13- bis 20-Jährigen wird berichtet, dass vier von zehn bis 50 Euro pro Monat hätten, jeder vierte 50 bis 100 Euro, und der Rest 150 Euro und mehr.[10] Nebenjobs eröffnen zusätzliche elternunabhängige Konsumspielräume (vgl. auch *Leven/Quenzel/Hurrelmann* 2010, S. 85), weshalb ab der 9. Jahrgangsstufe die Einkünfte ansteigen; selbst Auszubildende jobben zusätzlich.[11] Bereits ein Drittel der Jugendlichen geht in der 9. Klasse einem Nebenjob nach (vgl. *JIM* 2007) – auch dies ist ein Grund für die Zunahme der Durchschnittseinkünfte ab 16. Nach den Ergebnissen der *Shell Jugendstudie* von 2010 gehen von den 12- bis 14-jährigen 15% und 33% der 15- bis 17-jährigen SchülerInnen neben der Schule einem Job nach und verfügen so über zusätzliche Einkommensquellen (vgl. *Shell Deutschland Holding* 2010; S. 53). Hinzukommen regelmäßige, gelegentliche, situationsabhängige Geldzuwendungen.[12]

Heute entfallen schätzungsweise 30 Prozent der regelmäßigen Aufwendungen auf Ausgaben für Kommunikation und ihre Technik. Infolge dessen verringert sich das verfügbare Budget für andere Aktivitäten (Mobilität, Musik, Ausgehen, Kleidung usw.). Die Handykosten liegen bei durchschnittlich 16,81 Euro im Monat. „Mit 17,40 € geben Mädchen etwas mehr aus als Jungen (16,23 €)“ (*JIM* 2011, S. 57). Vor 2000 spielte diese Art von Kommunikationskosten kaum eine Rolle, telefoniert wurde mit dem Familientelefon.

Beschränkungen der bisherigen Forschung

Ergebnisse vorliegender Studien zu Geld in den Händen von Jugendlichen haben oftmals entscheidende Nachteile. Wenn Gruppen- und Alterseffekte (die Höhe des Taschengelds ist stark altersabhängig) nicht kontrolliert werden, sind Fehler unausweichlich. Was sagen Befunde zum Einkommen der Altersgruppe der 13- bis 20-Jährigen? Die Alterspanne schließt sehr heterogene Lebensweltbezüge ein. Auch gibt es altersabhängig unterschiedliche Berechtigungen und Pflichten, die den Umgang mit Geld regeln. Ab dem 16. Lebensjahr muss zudem der Anteil der Auszubildenden berücksichtigt werden. Die Gruppen der SchülerInnen und Auszubildenden sind oftmals nicht voneinander getrennt, obwohl diese sich im Hinblick auf ihre finanziellen und zeitlichen Rahmenbedingungen deutlich voneinander unterscheiden. Von 100 Personen im Alter zwischen 15 und 19 sind z.B. in Bayern 39 Auszubildende (vgl. *Böhme* 2007, S. 15). Das bedeutet, dass hier weniger das Taschengeld, wohl aber die Ausbildungsvergütung eine Rolle spielt. Geldbeträge werden in den meisten Untersuchungen nur auf bivariate Zusammenhänge hin untersucht. Nur selten werden die Daten multivariat mit einem breiteren Set an Variablen analysiert.

Ein zusätzlicher methodischer Einwand bezieht sich auf die Unterscheidung von Kaufkraft und Einkünften bzw. wirklich zur Verfügung stehendem Geld. Konkret geht es darum, wie Sparguthaben angerechnet werden sollen. Marktstudien arbeiten häufig mit Schätzungen. Gelegentlich werden Geldbestände (statistisch gesehen Bestandsgrößen) zu den Taschengeldern und Nebenjobeinnahmen (statistisch gesehen Flussgrößen) hinzugezählt. Bei der Angabe der Kaufkraft (z.B. bei *Icon Kids*) werden – wie *Feil* moniert – die Sparguthaben der Jugendlichen miterfasst, diese werden aber im Normalfall nicht für den alltäglichen Konsum verwendet (vgl. *Feil* 2003, S. 77ff).[13]

Wegen der fehlenden Differenzierung von Jugend muten Untersuchungsbefunde aus jugendsoziologischer Sicht gelegentlich überraschend an. So haben laut „Jugend und Finanzen“ sechs Prozent der befragten 13- bis 20-Jährigen sich mit Altersversorgung befasst. Möglicherweise haben diese sechs Prozent der Befragten einen Ausbildungsvertrag, was eine Regelung zur Altersvorsorge einschließt. Mit anderen Worten: Bivariate Analysen sowie Analysen, die nicht nach dem Aktivitätsstatus (Schüler/in; in Ausbildung; erwerbstätig) differenzieren oder auf eine Gruppe fokussieren, sind in ihrer Aussage begrenzt. Die im vorliegenden Artikel vorzustellenden Befunde differenzieren bei der Datenanalyse und erläutern die empirischen Befunde zu Taschengeld und dem insgesamt verfügbaren Budget in den Händen von 13-17-jährigen Schüler/innen.

3. Datengrundlage und methodisches Vorgehen

Der Beitrag basiert auf aktuellen Daten (*AID:A* 2009; Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten) und Informationen zu Geld in der Hand von 13- bis 17-jährigen SchülerInnen. Es ist eine Personengruppe, die häufig über Geld verfügt, aber nur eingeschränkt vertragsfähig ist.[14] Vorgestellt und diskutiert werden empirische Ergebnisse (a) zum *Taschengeld* und (b) zum *disponiblen Budget*.

AID:A liegt ein replikatives Querschnittsdesign auf Basis einer je Erhebungswelle wechselnden repräsentativen Personenstichprobe aller Altersgruppen zwischen null und 55 Jahren zugrunde. Die Erhebung bei 25.337 Personen wurde als computerunterstütztes

Telefoninterview realisiert (vgl. *Alt* u.a. 2011). Kinder ab dem Alter von neun Jahren wurden selbst befragt. Haushaltsinformationen (z.B. Einkommensverhältnisse, Bildung der Eltern) wurden bei Minderjährigen durch eine/n geeignete/n BerichterstatterIn, in der Regel die Mutter, erfasst. Die konkreten Fallzahlen werden in den Tabellen ausgewiesen.

Zum Taschengeld wurde zudem auf Daten des Zusatzfragebogens „Jugend" des Sozio-Ökonomischen Panels (SOEP) zurückgegriffen (vgl. *Frick* u.a. 2008), welche seit dem Jahr 2000 bei Personen in den Haushalten der Stichprobe eingesetzt wird, die im Erhebungsjahr das 17. Lebensjahr vollenden. Zudem können Vergleichsdaten herangezogen und interpretiert werden.

Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt nachstehend zuerst deskriptiv anhand soziodemographischer Merkmale der SchülerInnen sowie des Haushalts, aus dem die SchülerInnen stammen. Anschließend werden diese Merkmale in einer multivariaten Analyse statistisch kontrolliert und deren Wirkung überprüft.

4 Ergebnisse: Geldbeträge – Taschengeld und Budget bei 13- bis 17-Jährigen

Die Befunde der eigenen Analysen werden im Folgenden entlang der eingangs genannten zwei Dimensionen monatliches Taschengeld und monatliches Gesamtbudget dargestellt.

Taschengeld

Die Höhe des Taschengeldes[15] ist sehr stark altersabhängig: Sie steigt mit zunehmendem Alter der Jugendlichen an. Insofern sind Angaben von durchschnittlichen Taschengeldbeträgen irreführend. Die Spanne der Höhe des Taschengeldes liegt bei der hier untersuchten Altersgruppe der 13- bis 17-Jährigen zwischen 30 bis 68 Euro pro Monat.

Aufgrund der starken Altersabhängigkeit der Taschengeldhöhe sind in Tabelle 1 die Taschengeldbeträge differenziert nach den einzelnen Altersjahren aufgeführt. Zusätzlich differenziert wird nach Merkmalen der SchülerInnen und des Herkunftshaushalts sowie der Region, in der sie leben.

Tab. 1: Höhe des Taschengelds von SchülerInnen pro Monat, die keine weiteren Einkünfte haben (Angaben in Euro)

	Region		Geschlecht		Schule		Migrations-hintergrund		Haushalts-einkommen		
Alter	Ost	West	Männ-lich	Weib-lich	Haupt- o. Real-schule	Gym-nasium	ohne	mit	unter Me-dian	über Me-dian	Insge-samt
13 (n=386)	27	30	32	27	24	34	28	39	26	30	30
14 (n=399)	31	36	37	33	36	36	34	44	34	41	35
15 (n=321)	42	42	39	45	39	46	41	48	40	44	42
16 (n=237)	35	51	49	49	54	48	48	54	45	59	49
17 (n=200)	70	67	68	68	50	69	68	65	58	76	68

Quelle: AID:A 2009; eigene Berechnungen (Westdeutschland (inkl. Berlin) N = 1342; Ostdeutschland N = 201).

Im Einzelnen zeigt sich, dass die Taschengeldhöhe in Westdeutschland nahezu durchgängig etwas höher ist als in Ostdeutschland. Andere regionale Indikatoren, wie etwa der Grad der Urbanität[16], erweisen sich ebenfalls als relevant für die Höhe des Taschengeldes. SchülerInnen aus urbaneren Regionen empfangen ein im Durschnitt um ca. fünf Euro höheres Taschengeld. Von den persönlichen Merkmalen der SchülerInnen hat das Geschlecht offenkundig keinen Einfluss auf die Höhe des Taschengeldes und auch die Differenzierung nach besuchtem Schultyp[17] zeigt keine durchgängig einheitlichen Unterschiede. Dagegen unterscheidet sich die Höhe des Taschengeldes deutlich zwischen SchülerInnen mit und ohne Migrationshintergrund[18]. SchülerInnen mit Migrationshintergrund bekommen mehr Taschengeld als diejenigen ohne Migrationshintergrund. Bezogen auf die soziale Herkunft der SchülerInnen erweist sich der höchste Bildungsabschluss im Haushalt[19] als irrelevant für die Höhe des Taschengeldes, wohingegen SchülerInnen aus einem Haushalt, in dem das Haushaltseinkommen oberhalb des Medians des bundesdeutschen Äquivalenzeinkommens[20] liegt, mehr Taschengeld bekommen als SchülerInnen aus Haushalten unterhalb des Medians. Dies bedeutet, dass Kindern und Jugendlichen aus finanziell schlechter gestellten Haushalten über das ihnen zur Verfügung gestellte Taschengeld erste finanzielle Deprivationserfahrungen vermittelt werden. Das Taschengeld oder die Einkünfte, die mit einem Nebenjob erreicht werden, beeinflussen also die Handlungsspielräume, über die Kinder und Jugendliche in Bezug auf soziale Teilhabe verfügen können. Die Kontrolle der unterschiedlichen unabhängigen Variablen in einer multivariaten linearen Regression (OLS) mit der Höhe des Taschengeldes als abhängiger Variable ergibt, dass die bivariat beobachteten Zusammenhänge weitgehend erhalten bleiben.[21] Lediglich die Regionseffekte der Unterscheidung nach Ost- und Westdeutschland, sowie die nach der Urbanität des Wohnortes sind in der multivariaten Analyse nicht mehr signifikant. Der mit Abstand stärkste Effekt zeigt sich erwartungsgemäß beim Alter, d.h. mit zunehmendem Alter steigt die Taschengeldhöhe deutlich an. SchülerInnen aus Haushalten mit einem höheren Äquivalenzeinkommen bekommen mehr Taschengeld, während sich auch multivariat ein höheres Taschengeld für SchülerInnen mit Migrationshintergrund nachweisen lässt. Das heißt, der Migrationshintergrund hat unabhängig von der oft damit einhergehenden Einkommensdeprivation einen eigenständigen Effekt auf die Taschengeldhöhe.

Budget und seine Verwendung

Das Budget fällt mit dem Taschengeld zusammen, ist also betragsgleich, wenn keine weiteren Zuflüsse vorhanden sind. Es ist wichtig, sich zu vergegenwärtigen, dass hier nicht immer nur Nebenjobs eine Rolle spielen. Häufig werden bestimmte Tätigkeiten im Haushalt oder auch gute Schulnoten zusätzlich „entlohnt“ (vgl. z.B. *LBS-Initiative Junge Familie* 2009, S.157).

Tab. 2: Anteil der Jugendlichen ohne Ausgaben sowie durchschnittliche Ausgaben in Euro nach Ausgabenbereichen (monatlich); 13-14-Jährige vs. 16-17-Jährige

	Auto, Roller, Bus, Bahn, U-Bahn, Zug etc.	Telefon, Handy, Internet	Essen und Trinken	Musik, Filme (CDs, DVDs, Down-loads)	Klei-dung	Kino, Disco, Bars, Clubs, Feiern allgemein	Körper-pflege und Kos-metik-artikel	Hobby (Lesen, Sport etc.)
				Anteil ohne Ausgaben				
13-14-Jährige	39%	39%	19%	28%	31%	30%	35%	29%
16-17-Jährige	29%	10%	5%	30%	11%	6%	16%	20%
				Durchschnittiche Ausgaben in Euro				
13-14-Jährige	7	6	6	6	13	7	4	9
16-17-Jährige	12	20	15	7	36	41	14	13

Quelle: Bink-Erhebung 2011, N=491; eigene Berechnungen.

In der Tabelle 2 sind die monatlichen Ausgaben der 13- bis 14-Jährigen sowie der 16- bis 17-Jährigen, die im Rahmen der BINK-Untersuchung[22] erhoben wurden, nach verschiedenen Ausgabenbereichen einander gegenübergestellt. Ebenso ist der Anteil der beiden Altersgruppen, die für die Ausgabenbereiche (noch) keine Ausgaben tätigen, dargestellt (monatliche Ausgaben in Euro gleich null), obwohl davon ausgegangen werden kann, dass hierfür Aufwendungen anfallen. Offensichtlich übernehmen Eltern oftmals Kosten bzw. Kostenanteile, die im Jugendalltag anfallen und erwarten nicht, dass diese aus dem Taschengeld bestritten werden. Dies erklärt wahrscheinlich auch die zu Anfang dieses Beitrages erwähnte relative Zufriedenheit der Jugendlichen mit dem ihnen zur Verfügung stehenden Budget. Die Daten der Studie zeigen zudem, dass mit zunehmendem Alter der Kinder und Jugendlichen von den Eltern offenbar höhere Eigenleistungen verlangt werden: Der Anteil der 13- bis 14-Jährigen ohne Ausgaben für die einzelnen Ausgabenbereiche ist mit Ausnahme der Aufwendungen für Musik, Filme etc. deutlich höher als bei den 16- bis 17-Jährigen. Hier bildet sich eine erzieherische Absicht für den Umgang mit Geld ab. Kinder und Jugendliche werden allmählich in die Verantwortung genommen, ihre Ausgaben für den Alltag selbstverwaltet zu organisieren.

Die Ergebnisse zu den durchschnittlichen monatlichen Ausgaben bestätigen die Befunde anderer Studien, dass für die mobile Kommunikation merkliche Aufwendungen getätigt werden müssen. Noch größere Beträge werden jedoch, insbesondere bei der älteren Altersgruppe, für Kleidung und Ausgehen (Kino, Disco, etc.) ausgegeben.

Taschengeld, Zuwendungen, eigener Zuverdienst und sonstige Einkommensquellen bestimmen zusammengenommen das Budget, über das Jugendliche frei verfügen können. Eine entsprechende Frage nach der Relevanz der genannten Quellen des frei verfügbaren Geldes ergibt folgendes Bild: Im Durchschnitt geben die 13- bis 17-jährigen Jugendlichen 1,8 Geldquellen an. Am häufigsten (91%) werden die Eltern als Geldquelle genannt. Weit abgeschlagen folgen die Großeltern und andere Verwandte (42%), das selbstverdiente Geld (40%) sowie sonstige Einkommensquellen (6%). Hierbei ist anzunehmen und zu bedenken, dass einem Teil der Jugendlichen über das fest und frei zur Verfügung stehende Budget hinaus situativ zusätzliches Geld zur Verfügung gestellt wird, wenn z.B. die Handy-Rechnung höher ausfällt als geahnt, Ausflüge finanziert werden müssen oder größere Anschaffungen gewünscht sind.

Tab. 3: Höhe des verfügbaren Budgets von SchülerInnen pro Monat (Angaben in Euro)

	Region		Geschlecht		Schule		Migrations-hintergrund		Haushalts-einkommen		
Alter	Ost	West	Männ-lich	Weib-lich	Haupt- o. Realschule	Gymna-sium	ohne	mit	unter Median	über Median	Insge-samt
13 (n=552)	60	39	43	39	28	54	42	36	37	37	41
14 (n=602)	38	46	45	45	47	45	45	46	44	50	45
15 (n=564)	57	56	60	52	49	58	57	49	53	54	56
16 (n=512)	80	105	104	102	66	95	105	92	87	105	103
17 (n=533)	164	145	151	143	81	91	150	134	146	157	147

Quelle: AID:A 2009, eigene Berechnungen (Westdeutschland (inkl. Berlin) N=2444; Ostdeutschland N=319).

Die Tabelle 3 enthält aufgrund der starken Altersabhängigkeit wieder eine Unterteilung nach einzelnen Altersjahrgängen. Je höher das Alter, desto größer das ermittelte Budget. Ab 16 steigt das verfügbare Budget sehr deutlich an. Dies dürfte den Zeitpunkt markieren, zu dem Jugendlichen eigene geldpflichtige Aktivitäten (z.B. „Ausgehen“) wichtig werden. Auch schlägt sich hier nieder, dass nun nach Aufnahme von Nebenjobs mit 16 bzw. 17 das verfügbare Budget merklich zunimmt. Vorher sind es wohl eher kleine Nebenverdienste, die das verfügbare Budget nicht wirklich erhöhen. Es scheint so zu sein, dass erst Nebenjobs[23] den Jugendlichen neue Handlungsspielräume für ihren individuellen Konsum eröffnen.

Die Differenzierung nach Ost- und Westdeutschland liefert keine Hinweise, dass bei den SchülerInnen dieser Regionen unterschiedlich viel verfügbares Geld vorhanden ist – und dies trotz unterschiedlicher Verbreitung von Nebenjobs in Ost- und Westdeutschland. Von den Merkmalen der befragten Personen hat das Geschlecht der SchülerInnen keinen Einfluss auf die Höhe des verfügbaren Budgets, während sich beim Migrationshintergrund geringe Unterschiede in der Höhe zeigen. SchülerInnen ohne Migrationshintergrund haben ein höheres Budget zur Verfügung als SchülerInnen mit Migrationshintergrund. Diese Unterschiede unterschreiten jedoch im T-Test nicht die Signifikanzgrenze (Alpha: 0.05). Ähnliches zeigt sich bei der Unterscheidung nach besuchten Schultypen. Auch zeigen sich fast durchgängig höhere Werte bei den Gymnasiasten als bei den Haupt- und Realschülern, aber auch diese Differenzen sind nicht statistisch signifikant.

Die soziale Herkunft, sowohl gemessen am höchsten Bildungsabschluss im Haushalt als auch am verfügbaren Haushaltseinkommen, hat keinen Einfluss auf die Höhe des verfügbaren Budgets der SchülerInnen. Dennoch könnte es sein, dass in finanziell besser gestellten Haushalten eher „anlassbezogen“ (z.B. Konzertkarte bezahlen; Urlaub bezahlen u.ä.) zusätzliches Geld zur Verfügung gestellt wird, während SchülerInnen aus finanziell schlechter gestellten Haushalten alles mit dem ihnen zur Verfügung gestellten Budget bestreiten müssen und es wohl selten etwas „Extra“ gibt.

Eine multivariate lineare Regression (OLS) zur Analyse der Einflussfaktoren auf die Höhe des Budgets unter Einbezug der Variable zur Kennzeichnung des Vorhandenseins eines Nebenjobs bestätigt erneut die meisten bivariat beobachteten Zusammenhänge. Das Alter ist die mit Abstand wichtigste Einflussgröße. Höhere Schulbildung im Haushalt korrespondiert mit niedrigeren Budgets der Jugendlichen ($p=0.055$). Auch haben Kinder und Jugendliche aus Haushalten mit geringerem Haushaltseinkommen kleinere Budgets zur Verfügung ($p=0.053$). Alle anderen Einflussgrößen erweisen sich als statistisch nicht

bedeutsam. Auffällig ist also, dass Kinder und Jugendliche aus Haushalten mit geringerem Haushaltseinkommen offensichtlich ihre Budgets auch durch Nebenjobs nicht so weit anheben können, dass sich diese den Budgets von Jugendlichen aus Familien der oberen Haushaltseinkommen angleichen.

Die Analyse mittels einer linearen Regression auf die Höhe des verfügbaren Budgets bei der kleinen Gruppe der SchülerInnen (n=159), die kein Taschengeld beziehen und deren Budgets sich also allein aus dem eigenen Verdienst speisen, zeigt: Jugendliche aus finanziell besser gestellten Haushalten erzielen mit ihrem Nebenjob einen höheren Verdienst als Jugendliche aus finanziell schlechter gestellten Haushalten. Vermutlich verschafft die bessere ökonomische Stellung der Eltern auch den Kindern und Jugendlichen eine gute Startposition und damit Zugang zum „Markt" von Nebenjobs. Dies legt den Schluss nahe, dass es sich um einen speziellen, nicht regulierten „Teil-Arbeitsmarkt" handelt, wobei der Zugang zu Jobs vorwiegend informell geregelt ist.

Über den Zusatzfragebogen „Jugend" des SOEP können Informationen zur Sparneigung von 17-Jährigen gewonnen werden. Hierbei zeigt sich ein sehr starker Zusammenhang mit dem besuchten Schultyp. Während bei den Gymnasiasten 79% der 17-Jährigen gelegentlich oder regelmäßig sparen, sind es bei den Realschülern 61% und bei den Hauptschülern 45%. Diejenigen, die sparen, sparen bis zu zwei Drittel ihres Budgets. Die Sparneigung ist insofern schultypunabhängig, als Jugendliche, die überhaupt sparen, etwa gleich viel sparen. Mit der Bildung geht offensichtlich ein strategischerer Umgang mit Geld einher. Ganz offensichtlich wird nebenbei gelernt, dass Geld nicht zwingend direkt für Konsum verwendet wird. Sparen bedeutet Aufschiebung von Konsum, Ermöglichung aufwändigerer Anschaffungen. Dieser beiläufig erlernte Umgang mit Geld hängt sicher vom Bildungsumfeld, wie auch von den verfügbaren Mitteln und geplanten Aufwendungen ab. Empirisch zeigt sich, dass die Sparquote vom zur Verfügung stehenden Budget abhängt: wer mehr hat, spart auch mehr.

5 Abschließende Einordnung der Befunde

Wie die vorliegenden Befunde zeigen, disponieren Kinder und Jugendliche in jungem Alter bereits selbstbestimmt über Geld. Das Budget setzt sich aus Zuwendungen der Familie, wie Taschengeld, Geschenke, Anerkennungen für schulische Leistungen, Mitarbeit in der Familie u.a.m. zusammen. Wichtigster Faktor zur Erklärung der Höhe des Budgets von SchülerInnen ist das Alter. Auch die soziale Herkunft und das Bildungsniveau der Eltern sind für die Erklärung der Höhe der disponiblen Mittel wichtig.[24] Die Verfügung über Geld bestimmt mögliche Handlungsspielräume Jugendlicher. Geld wird früher oder später einem konsumtiven Zweck zugeführt. Die Empirie zeigt in diesem Zusammenhang, dass die Sparneigung mit dem Bildungsniveau zunimmt. Dieser Befund steht für einen sachgerechten Umgang mit dem eigenen knappen Budget. Denn manche Konsumwünsche übersteigen das monatlich zur Verfügung stehende Budget. Sparen bedeutet in diesem Sinne, den Konsum von morgen zu ermöglichen. Dies schließt nicht nur das momentan verfügbare Geld, sondern die Planung von Konsumwünschen und deren Realisierung ein. Der Umgang mit Geld im Jugendalltag ist etwas Normales geworden, etwas Selbstverständliches. Kinder und Jugendliche lernen, mit einem Widerspruch umzugehen, der darin besteht, einerseits vom Haushaltseinkommen der Eltern abhängig zu sein und

gleichzeitig sich grenzenlosen Konsumofferten gegenüberzusehen. Die Autonomie der jugendlichen Subjekte drückt sich unter anderem im souveränen Umgang mit den eigenen Konsumwünschen aus. Der eigene Gelderwerb (zum Beispiel in Form von Nebenjobs) nimmt biographisch das gesellschaftliche Verhältnis des Tausches von (Frei-)Zeit gegen Geld vorweg.

Aufwachsen bedeutet eine alimentierte Existenz zu leben, eigenständig in der Wahrnehmung von Konsumangeboten, Moden, Stilen, Lebensplanung u.v.a.m, bei gleichzeitiger Abhängigkeit von Zuwendungen. Im Vergleich zu den Jugendgenerationen der Nachkriegsphase dauert die ökonomische Abhängigkeit von (privaten und sozialstaatlichen) Zuwendungen und Unterstützung länger an. Die Notwendigkeit über Geld zu verfügen hat zugenommen, denn viele Aktivitäten setzen Geld voraus. Geld steht symbolisch für Integration und Ausschluss, auch im Jugendalter. Empirisch werden in diesem Kontext Risiken für soziale Teilhabe und Ausschluss sichtbar. Insofern jugendkulturelle Teilhabe kommerzialisiert ist und damit die Verfügung über Geld voraussetzt, wird der Jugendalltag zu einer komplizierten Balance aus Selbständigkeit und Abhängigkeit vom familialen Budget. Die Verfügbarkeit von Geld wird für Jugendliche wichtiger, wenn in wachsendem Maße Formen gesellschaftlicher Teilhabe kostenpflichtig werden. Auch wenn Konsum beiläufig abläuft und ‚natürlich' erscheint, so ist er doch ein soziales Konstrukt, mit dem sich Jugendliche wie auch die Jugendforschung, auseinandersetzen müssen.

Die regelmäßige und umfassende Analyse des Budgets und der Konsumwünsche Heranwachsender durch die Marktforschung zeigt, dass die Wirtschaft Kinder und Jugendliche als Konsumenten entdeckt hat. Sie will, dass die finanziellen Mittel Heranwachsender für den Kauf ihrer Güter genutzt werden. In ihrer Werbung instrumentalisiert sie den Wunsch Jugendlicher nach Zugehörigkeit, Orientierung und Eigenständigkeit. Es ist erforderlich, dass die Jugendforschung dem erreichten Maß an Kommerzialisierung des Jugendalltags gemäß das Themenfeld Geld und Konsum in den Blick nimmt und es nicht der Marktforschung überlässt, den Jugendalltag zu sichten und für ökonomische Zwecke zu funktionalisieren. Mit der wachsenden Personalisierung und Individualisierung von Werbung und Vertrieb wird die fortgesetzte Kommerzialisierung des Jugendalltags sichtbar. Dies muss die Jugendforschung aufgreifen.

Die Verfügung über Geld steht heute mit wachsender Deutlichkeit für Integration und Ausschluss im Jugendalter. Mithin gilt es, den Mechanismus der Reproduktion von Ungleichheit zur Kenntnis zu nehmen. Die anhaltende Abhängigkeit vom Herkunftsmilieu, die mit der Verlängerung der Jugendphase einhergeht, erweist sich als ein widersprüchlicher Sachverhalt, der durch die wachsende Unsicherheit auf Seiten der Familien und deren schrumpfenden finanziellen Spielräumen wohl zum Alltag der kommenden Jugendgeneration gehören wird.

Anhang: Regressionsmodelle

Lineare Regression, abhängige Variable: Höhe des Taschengelds

	B	p
Konstante	-88.992	0,000
Ostdeutschland (Westdeutschland)	-3,349	0,405
Wohnort > 20.000 Einwohner (Wohnort < 20.000 Einwohner)	0,806	0,774
Alter	8,609	0,000
Weiblich (Männlich)	0,512	0,841
Migrationshintergrund (kein Migrationshintergrund)	6,964	0,048
Gymnasium (Haupt- und Realschule)	2,548	0,408
Höchster Bildungsabschluss im Haushalt	-0,564	0,458
Haushalt oberhalb Medianeinkommen (unterhalb Medianeinkommen)	9,296	0,002

Quelle: AID:A 2009; eigene Berechnungen
In Klammern: Referenzkategorie

Lineare Regression, abhängige Variable: Höhe des verfügbaren Budgets

	B	p
Konstante	-112,596	0,000
Höchster Bildungsabschluß im Haushalt	-2,252	0,055
Haushalt oberhalb Medianeinkommen (unterhalb Medianeinkommen)	8,630	0,053
Alter	9,647	0,000
Ostdeutschland (Westdeutschland)	4,361	0,499
Weiblich (Männlich)	0,591	0,880
Migrationshintergrund (kein Migrationshintergrund)	3,888	0,464
Wohnort > 20.000 Einwohner (Wohnort < 20.000 Einwohner)	7,587	0,110
Gymnasium (Haupt- und Realschule)	5,646	0,178
Nebenjob (kein Nebenjob)	23,937	0,000

Quelle: AID:A 2009; eigene Berechnungen
In Klammern: Referenzkategorie

Anmerkungen

1 Werden deutsche Kinder immer reicher? Im Jahr 2010 konnten 6- bis 13-Jährige laut *Icon-Kids&Youth* 18,7 Mrd. ausgeben, für 2009 wird eine Zahl von 20,47 Mrd. berichtet.

2 Das Wechselverhältnis von Jugendkultur und Jugendkonsum wird in dem Heft „Schüler 2008“ mit dem Titel „Geld – Aufwachsen in der Konsumgesellschaft“ zum pädagogischen Thema gemacht.

3 Mit dem Alter steigen die Handykosten an: Während die 12- bis 13-Jährigen 10,55 € benötigen, sind es bei den 14- bis 15-Jährigen 15,77 € und bei den 16- bis 17- Jährigen 16,49 €. Deutlich mehr geben die volljährigen Jugendlichen aus, sie haben durchschnittliche Kosten in Höhe von 23,76 €. In dieser Altersgruppe haben immerhin elf Prozent eine monatliche Handyrechnung von über 50 €. Unter den volljährigen Jugendlichen tragen drei Viertel ihre Kosten selbst, bei den Jüngsten mit 12 und 13 Jahren kommt nur jeder Dritte für seine Kosten alleine auf (14-15 Jahre: 53%, 16-17 Jahre: 69%) (vgl. *JIM* 2011, S. 57f.).

4 Möglicherweise werden diese als Teil umgreifender Werbestrategien auch von Herstellern finanziert.

5 Ansonsten sind (Kauf-)Verträge von Minderjährigen, die das siebente Lebensjahr vollendet haben, auch ohne Zustimmung des gesetzlichen Vertreters gültig.

6 *Tully/Wahler* sprechen von einer *alimentierten Existenz* (1983, S. 388), da Jugendlichen in ihrer Existenz von Unterstützungsleistungen der Familie abhängen, die als Selbstverständlichkeit gilt.

7 Die jugendkulturelle Differenzierung wird im Gebrauch von Symbolen und Objekten kenntlich (vgl. dazu *Zinnecker* 1981, S. 153; *Baacke* 1972, S. 154).

8 Vgl. http://www.agenda21-treffpunkt.de/info/bildung-nachhaltig.htm.
9 Vgl. http://www.konsumkultur.de.
10 Die Frage lautete: „Wie viel Geld hast du monatlich frei zum Ausgeben für Konsum?“, Quelle: „Jugend und Finanzen“ *Youngcom* 2010.
11 27% der Auszubildenden gehen im zweiten Ausbildungsjahr einem Nebenjob nach (vgl. *Beicht/ Krewert* 2010).
12 Der Anteil solcher Zuwendungen wird für die 10- bis 17-Jährigen mit 16% der jährlichen Gesamteinkünfte angegeben (vgl. *Fries* u.a. 2007, S. 58). Allerdings ist auch diese Größenordnung fraglich, da solche unregelmäßigen Einkünfte in einer Befragung für die Jugendlichen schwer als Jahreswert anzugeben sind. Auch bleibt fraglich, wie Konsumzuschüsse von den Eltern – die oftmals in Form von „Deals“ stattfinden (z.B. wird für eine Designerjeans mit den Eltern verhandelt, welchen Anteil der Kosten sie übernehmen; vgl. *Palan/Wilkes* 1997, S. 161f.) – einzuordnen sind: Sind sie Teil des familialen Konsums oder eigenes Geld, das sie für ihren Einkauf zusätzlich erhalten? Entsprechend differieren die Einkommenserhebungen bei Jugendlichen meist deutlich (vgl. auch *Tully* 2004b, S. 74f.).
13 Hinzu kommen noch Verrechnungsprobleme bei den Sparguthaben und den Einnahmen. Da die Jugendlichen auch aktuelle Einnahmen zum Teil sparen, kann es hier zu Doppelberechnungen kommen: Alte Ersparnisse erhöhen die aktuelle Kaufkraft, ohne dass sie als solche umgesetzt werden (vgl. *Feil* 2003, S. 79f.).
14 Mit dem Erreichen des Erwachsenenalters (mit 18) ändert sich die Situation für Jugendliche grundlegend, da sie nun als voll vertragsfähig angesehen werden. Ergebnisse von Minderjährigen sind mit denen junger Erwachsener (also 18 und älter) nur eingeschränkt vergleichbar.
15 Als Taschengeld werden hier sowohl Zuwendungen von Eltern als auch von Verwandten bezeichnet. Einschränkend muss festgehalten werden, dass die Höhe des Taschengeldes nur bei den SchülerInnen genau bestimmt werden konnte, die außer Zuwendungen von den Eltern oder anderen Verwandten keine weiteren Quellen für das zur Verfügung stehende Budget angegeben haben. Dies betrifft 57% der Gesamtzahl von Schüler/innen, die Angaben zur Höhe des zur Verfügung stehenden Budgets gemacht haben.
16 Der Indikator „Urbanität“ wurde anhand zweier verschiedener Merkmale operationalisiert. Erstens nach der Differenzierung zwischen kreisfreien Städten und Landkreisen und zweitens ebenfalls dichotom nach der Gemeindegröße. Dabei wurde unterschieden nach Wohnorten mit mehr und weniger als 20.000 Einwohnern. Beide Operationalisierungen führten zum gleichen signifikanten Ergebnis.
17 SchülerInnen der Gesamtschule wurden hier nicht berücksichtigt.
18 Migrationshintergrund wurde operationalisiert mit den Variablen Geburtsland der Zielperson und Geburtsland der Eltern(teile). Aufgrund der in den einzelnen Altersjahren geringen Fallzahlen wurde der Migrationshintergrund nur dichotom in den Analysen berücksichtigt.
19 Der höchste Bildungsabschluss im Haushalt wurde anhand der Bildungsabschlüsse der Personen im Haushalt mit Elternfunktion bestimmt. Unterschieden wurde nach Haushalten in denen Personen leben, die höchstens einen Realschulabschluss mit Berufsausbildung haben und Haushalten mit Personen, die mehr als einen Realschulabschluss mit Berufsausbildung haben. Diese Zweiteilung ist eine weitere Gruppierung der achtstufigen Casmin-Klassifikation (Comparative Analysis of Social Mobility in Industrial Nations).
20 Das Äquivalenzeinkommen berücksichtigt zur besseren Vergleichbarkeit zum einen alle Einkommen eines Haushalts und zum anderen Anzahl und Alter der Haushaltsmitglieder. Die hier verwendete neue OECD-Skala gewichtet die einzelnen Haushaltsmitglieder wie folgt: Die älteste Person des Haushalts erhält das Gewicht 1,0; weitere Personen des Haushalts, die 14 Jahre oder älter sind, erhalten den Gewichtungsfaktor 0,5; und Kinder unter 14 Jahren den Faktor 0,3.
21 Die Regressionsmodelle mit den Ergebnissen zu Taschengeld und verfügbarem Budget sind im Anhang dargestellt.
22 Das Projekt „BINK – Bildungsinstitutionen und nachhaltiger Konsum“ wurde gemeinsam von der *Universität Lüneburg*, dem *Deutschen Jugendinstitut* (DJI), der *Humboldt Universität Berlin* und der *FH Fresenius* realisiert (vgl. www.konsumkultur.de).
23 Zum Nebenjob gibt es am *DJI* seit längerer Zeit einschlägige Untersuchungen, vgl. dazu *Tully* 2008; 2004b, S. 408, 426; zum Nebenjob als informelles Lernfeld *Tully* 2004a, S. 413.
24 Hier wird angenommen, dass der besuchte Schultyp eng mit dem Bildungsstatus der Eltern zusammenhängt. Eine Tatsache, die in den internationalen Schultests (PISA) für Deutschland immer wieder aufs Neue festgestellt wird.

Literatur

Alt, C./Bien, W./Gille, M./Prein, G. (2011): Alltagswelten erforschen: AID:A. Forschungsziele, Methodik und Umsetzung der DJI-Surveyforschung. Impulse, 92/93, S. 31-35.

Baacke, D. (1972): Jugend und Subkultur. – München.

Bauman, Z. (2007): Vida de Consumo (Original: Consuming Life), fondo de cultura economica. – Buenos Aires.

Beicht, U./Krewerth, A. (2010): Geld spielt eine Rolle! Sind Auszubildende mit ihrer Vergütung zufrieden? Bibb Report 14/10.

Böhme, S. (2007): Ausbildungsmarkt und Ausbildungsmobilität in Bayern. IABregional, 1, Bundesagentur für Arbeit.

Böhnisch, L. (1996): Die soziale und pädagogische Bedeutung des Konsums. In: *Böhnisch, L.*: Pädagogische Soziologie. Eine Einführung. – Weinheim/München, S. 239-243.

Bravo (2009): Bravo Faktor Märkte. Mode & Beauty. Herausgegeben von der Bauer Media KG.

Farin, K. (2008): Gegen den Mainstream und doch Trends setzen. Jugendszenen als Konsumgemeinschaften. In: Schüler 2008. Geld. Aufwachsen in der Konsumgesellschaft. – Seelze, S. 56-59.

Feil, C. (2003): Kinder, Geld und Konsum. Die Kommerzialisierung der Kindheit. – Weinheim/München.

Ferchhoff, W. (2000): Die Jugend der Pädagogik. In: *Sander, U./Vollbrecht, R.* (Hrsg.): Jugend im 20. Jahrhundert. – Neuwied/Berlin, S. 32-74.

Ferchhoff, W. (2011): Jugend und Jugendkulturen im 21. Jahrhundert. – Wiesbaden.

Frick, J. R./Groh-Samberg, O./Schupp, J./Spieß C. K. (Hrsg.) (2008): 25 Wellen Sozio-oekonomisches Panel. Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung, Heft 3.

Fries, K. R./Göbel, P. H./Lange, E. (2007): Teure Jugend. Wie Teenager kompetent mit Geld umgehen. – Opladen/Farmington Hills.

Hauff, V. (Hrsg.) (1987): Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung. – Greven.

Heidbrink, L./Schmidt, I./Ahaus, B. (Hrsg.) (2011): Die Verantwortung des Konsumenten. Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum. – Frankfurt a. M.

Hellmann, K. U. (2011): Fetische des Konsums. Studien zur Soziologie der Marke. – Wiesbaden.

Horkheimer, M./Adorno, T. W. (2006): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. 16. Auflage. – Frankfurt a.M.

ICON Kids (Hrsg.) (2008): Kids-Kaufentscheider 2008 – Real Life Studie. und Trend Tracking Kids 2008. Online verfügbar unter: http://www.iconkids.com/deutsch/04publikationen/04_1/bis2009/2008.html#uebersicht, Stand 02.02.2012.

ICON Kids (Hrsg.) (2011): Tracking Kids 2011. Online verfügbar unter: http://iconkids.com/deutsch/download/news/2011/07_04/2011_Info_TTK.pdf, Stand: 02.02.2012.

JIM (2007): JIM-Studie 2007. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Herausgegeben vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest. – Stuttgart.

JIM (2010): JIM-Studie 2010. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Herausgegeben vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest. – Stuttgart.

JIM (2011): JIM-Studie 2011. Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Herausgegeben vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest. – Stuttgart.

Lange, E. (2004): Jugendkonsum im 21. Jahrhundert. – Wiesbaden.

LBS-Initiative junge Familie (Hrsg.) (2009): LBS-Kinderbarometer Deutschland 2009. – Bochum.

Leven, I./Quenzel, G./Hurrelmann, K. (2010): Familie, Schule, Freizeit: Kontinuitäten im Wandel. In: *Shell Holding Deutschland* (Hrsg.): Jugend 2010. 16. Shell Jugendstudie. – Frankfurt a. M., S. 53-128.

Meier-Gräwe, U./Deeken, I./Maennchen, M. (2009): Kinder und ihr Umgang mit Geld und Konsum. In: Landesstiftung Baden-Württemberg gGmbH, Schriftenreihe der Landesstiftung Baden-Württemberg, Nr. 44.

Metallrente Studie 2010 (2010): Jugend, Vorsorge, Finanzen. Hrsg. von Hurrelmann, K. und Krach, H. – Frankfurt a.M.

Palan, K. M./Wilkers, R. E. (1997): Adolescent-Parent Interaction in Family Decision Making. Journal of Consumer Research, 24, pp. 159-169.
Schrage, D. (2009): Die Verfügbarkeit der Dinge. – Frankfurt a.M.
Schüler 2008: Geld – Aufwachsen in der Konsumgesellschaft (Themenheft). – Seelze.
Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2006): Jugend 2006. 15. Shell Jugendstudie. – Frankfurt a.M.
Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2010): Jugend 2010. 16. Shell Jugendstudie. – Frankfurt a.M.
Simmel, G. (1986): Philosophie des Geldes. – Frankfurt a.M.
Slater, D. (1997): Consumer Culture and Modernity. – Cambridge.
Survey Jugend 2011 Baden-Württemberg (2011). Hrsg. vom Landesschülerbeirat Baden-Württemberg, Jugendstiftung Baden-Württemberg. Online verfügbar unter: http://www.jugendstiftung.de/fileadmin/Dateien/Jugendsurvey%202011.pdf, Stand: 02.92.2012.
Tully, C. (2004a): Schule und Job. Vom Nacheinander zum Nebeneinander. DISKURS, 14, 1, S. 54-63.
Tully, C. (2004b): Arbeitsweltkontakte von SchülerInnen und Schülern an allgemeinbildenden Schulen. Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, 24, 4, S. 408-430.
Tully, C. (2008): Der Nebenjob – Alltagslernen jenseits der Schule. In: *Tully, C. J./Wahler, P./Preiß, C.* (Hrsg.): Jugendliche in neuen Lernwelten, 2. erweiterte Auflage. – Wiesbaden, S. 83-121.
Tully, C. /Krug, W. (2011): Konsum im Jugendalter. Umweltfaktoren, Nachhaltigkeit, Kommerzialisierung. – Schwalbach/Ts.
Tully, C. /Wahler, P. (1983): Ausbildung als Lebenslage. Soziale Welt, 44, 3, S. 372-397.
Unverzagt, G./Hurrelmann, K. (2001): Konsum-Kinder. Was fehlt, wenn es an gar nichts fehlt? – Freiburg.
Verbraucherzentrale Bundesverband (2010): Konsumkompetenzen von Jugendlichen. Ms. Vzb Berlin.
Zinnecker, J. (1981): Jugend 1981. Portrait einer Generation. In: *Jugendwerk der Deutschen Shell* (Hrsg.): Jugend `81. Lebensentwürfe, Alltagskulturen, Zukunftsbilder. Bd. 1 und 2. – Hamburg, S. 80-123.