



Universität Zürich
Lehrstuhl Marketing

Ausgabeverhalten von Jugendlichen

Ergebnisse einer Befragung von Jugendlichen
im Kanton Zürich

Kurzbericht zur Studie

Januar 2005

Thomas Bamert und Petra Oggenfuss

Lehrstuhl Marketing
Universität Zürich
Plattenstrasse 14, CH-8032 Zürich

Tel. +41 (0)1 634 2849
E-Mail: thomas.bamert@isu.unizh.ch

Einleitung

Unternehmen buhlen um die Gunst der Jugendlichen.

Kindern und Jugendlichen steht immer mehr Geld zur Verfügung. Dieser Zuwachs der Kaufkraft macht die Jugendlichen zu einer sehr interessanteren Zielgruppe für die Anbieter auf dem Markt. Unternehmen buhlen darum besonders um die Gunst der Jugendlichen und machen attraktive Angebote für potentielle junge Kunden. Der Kampf um junge Neukunden ist hart und er zahlt sich aus, denn wer einmal Kunde ist, wechselt nicht so schnell zur Konkurrenz. Auf Probleme der Jugendlichen mit Geld umzugehen wird dabei wenig Rücksicht genommen.¹

Für viele Jugendliche ist der Umgang mit Geld schwierig.

Ein Hinweis darauf, dass den Jugendlichen nicht nur mehr Geld zur Verfügung steht, sondern dass ein adäquater Umgang mit Geld nicht selbstverständlich ist, geben die unzähligen Medienberichte wieder über den zunehmenden Trend zur Verschuldung und die zunehmende Verbreitung von Kaufsucht auch bei Jugendlichen.²

Im Hinblick auf den diffizilen Umgang mit Geld erscheint es daher von Interesse, zu untersuchen, wie die finanzielle Realität von Jugendlichen im Kanton Zürich aussieht und wie die Jugendlichen mit Geld umgehen. Im Vordergrund stehen Fragen nach der Höhe, der Herkunft und der Verwendung der Einkommen von Jugendlichen. Im Weiteren soll der Trend zur Verschuldung bei Jugendlichen untersucht werden.

Untersuchte Fragestellung

Die vorliegende Studie hat zum Ziel, unterschiedliche Aspekte und Einflussfaktoren rund um das Ausgabeverhalten der Jugendlichen zu beleuchten. Dazu wurden Jugendliche aus dem Kanton Zürich im Alter zwischen 15 und 22 Jahren zu unterschiedlichen Fragestellungen befragt:

- Wie viel Geld steht den Jugendlichen monatlich zur Verfügung?
- Welches sind die wichtigsten Einnahmequellen?
- Wofür geben Jugendliche Geld aus und wie viel?
- Sparen Jugendliche?
- Haben Jugendliche Schulden?

Stichprobe

Die Grundgesamtheit der befragten Personen setzt sich aus Berufsschülern und Gymnasiasten des Kantons Zürich sowie Studierenden im ersten Semester der Universität Zürich zusammen. Durch zufällige Auswahl wurden Gymnasien und Berufsschulen des Kantons Zürich in der Stichprobe berücksichtigt. Die Schulen hatten die Möglichkeit den Fragebogen entweder nach der Papier-Bleistift-Methode oder Online auszufüllen. Jugendliche dieser Altersgruppe, welche sich zur Zeit der Befragung nicht in Ausbildung befanden, konnten nicht mitberücksichtigt werden.

Derselbe Fragebogen im Online-Format wurde über den Rechtsdienst der Universität per E-Mail an Studierende im ersten Studienjahr versandt. Für die technische Realisierung der Online-Befragung wurde die Software ‚Rogator‘³ verwendet.

Zeitpunkt der Befragung

Der Versand der Fragebögen an die Schulen erfolgte in den Monaten Mai und Juni. Für die Online-Befragung an der Universität Zürich erfolgte der Versand am 14. Juli 2004.

Fragebogengestaltung

Im ersten Teil dieses Fragebogens wurden 37 Items mit Aussagen rund um die Themen Geld, Jugend und Ausgabeverhalten formuliert. Die Teilnehmenden konnten ihre Meinung zu den Aussagen auf einer Skala von 1 = ‚keine Zustimmung‘ bis 5 = ‚volle Zustimmung‘ kundtun. Im zweiten Teil des Fragebogens wurden Fragen zu den Einnahmen sowie zu den Ausgaben gestellt. Die Jugendlichen wurden nach der Höhe der monatlichen Einnahmen, den entsprechenden Einnahmequellen, den Produkten für welche sie Geld ausgeben und zu

¹ vgl. Streek, N. (2004): Schnäppchenjagd leicht gemacht, Weltwoche Nr. 13.04, S. 38

² vgl. Maag, V. (2004): Wie verbreitet ist Kaufsucht in der Schweiz?, in: www.gfz-zh/?pid=65, 15.10.2004, o.S.; Sanwald, C. (2004): Mit 15 verschuldet wie die Grossen, in: Cracks for Kids, Nr. 2, 11. Januar 2004, S. 20; Suter, M. (2004): Verkaufte Generation. Nichts als Schulden: Konsumwut und fehlendes Geldverständnis treiben immer mehr Jugendliche in den Ruin, in: Sonntagszeitung, 11. Januar 2004, S. 65.

³ Rogator Software AG, Forchwaldstrasse 25, CH-6318 Walchwil

Schulden befragt. Im dritten und letzten Teil folgten persönliche Fragen zu Freizeitaktivitäten, Ausbildungsniveau der Eltern, Wohnregion, Wohnsituation, Geschwister, Geschlecht und Alter.

Ergebnisse

Stichprobenmerkmale

Geschlechterverteilung

Insgesamt beantworteten 1192 Personen den Fragebogen, davon wurden 1057 für die Auswertung berücksichtigt. 58 Prozent sind weiblich und 42 Prozent männlich. Die Mehrheit der Teilnehmerinnen ist auf den hohen Anteil der Frauen in den Gymnasien sowie an der Universität Zürich zurückzuführen. In den Berufsschulen hingegen ist der Anteil der Schülerinnen etwas tiefer als derjenige der Schüler.

Art der Ausbildung

Alle befragten Jugendlichen befinden sich zur Zeit in einer Ausbildung, wobei der grösste Teil eine Lehre absolviert und darum die Berufsschule besucht (44 Prozent). Ungefähr ein Drittel der befragten Jugendlichen studieren an der Universität Zürich (31 Prozent) und rund ein Viertel ist im Gymnasium (25 Prozent). Anzumerken ist, dass der grosse Teil der Berufsschüler und Gymnasiasten im Kanton Zürich wohnhaft ist. Bei den Studierenden ist dies nicht unbedingt der Fall, denn das Einzugsgebiet der Universität Zürich beschränkt sich nicht nur auf den Kanton Zürich.

Alter

Das Alter der Befragten bewegt sich zwischen 15 und 22 Jahren. Das durchschnittliche Alter beträgt 18.3 Jahre.⁴

Wohnsituation

Rund 91 Prozent der befragten Jugendlichen leben noch im Haushalt der Eltern. Ein deutlich geringerer Anteil der Jugendlichen (5 Prozent) lebt in einer Wohngemeinschaft zusammen mit Freunden oder anderen Studierenden. Alleine oder zusammen mit dem Partner wohnen nur wenige (3 Prozent).

Einnahmen

Einnahmen

Durchschnittlich stehen den Jugendlichen im Monat insgesamt 676 CHF zur Verfügung (vgl. Tabelle 1). Das monatliche Einkommen der Jugendlichen bewegt sich dabei zwischen 35 und 3500 CHF. Bei rund 80 Prozent der Jugendlichen liegt das monatlich zur Verfügung stehende Geld zwischen 35 und 1000 CHF. Von den 1057 befragten Jugendlichen machten drei Prozent keine Angabe zu ihrem monatlich verfügbaren Geld.

Der durchschnittliche Betrag, welcher den Jugendlichen monatlich zur Verfügung steht, variiert je nach Schultyp. Den Gymnasiasten steht mit durchschnittlich 300 CHF am wenigsten Geld zur Verfügung. Die befragten Berufsschüler verdienen im Durchschnitt monatlich rund 765 CHF. Über die höchsten Einnahmen verfügen die Studierenden mit monatlich 855 CHF.

Schultyp	Monatliches Einkommen
Gymnasium	300 CHF
Lehre/Berufsschule	764 CHF
Universität	855 CHF
Gesamtdurchschnitt	676 CHF

Tabelle 1: Durchschnittliches Einkommen nach Schultyp

Einnahmequellen

Im Durchschnitt stammen 53 Prozent des Einkommens der Jugendlichen aus der eigenen beruflichen Tätigkeit. An zweiter Stelle steht mit durchschnittlich fast 40 Prozent die

⁴ Das Durchschnittsalter der Teilnehmerinnen beträgt 18.33 Jahre und dasjenige der Teilnehmer 18.37 Jahre.

Unterstützung durch die Eltern. Geschenke und Unterstützung durch den Staat nehmen als Einnahmequellen nur eine marginale Rolle ein.

Einnahmequellen und Schultyp

Die Einnahmequellen unterscheiden sich im Schultyp (vgl. Abbildung 1). Bei Berufsschülern stellt die eigene berufliche Tätigkeit die Haupteinnahmequelle dar, während bei Gymnasias-ten und Studierenden die Unterstützung durch die Eltern die wichtigste Einnahmequelle bildet.

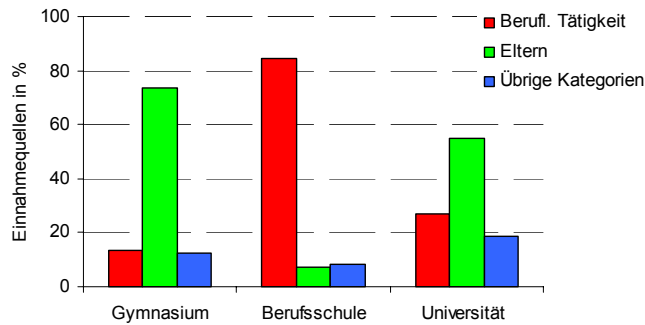


Abbildung 1: Einnahmequellen nach Schultyp

Ausgaben

Ausgaben

Die Jugendlichen schätzen ihre monatlichen Ausgaben für Ausgang, die Verpflegung sowie für Kleider und Schuhe am höchsten ein. Dabei erreichten diese Kategorien die höchsten Werte auf einer Skala von 1 = ‚fast nichts‘ bis 4 = ‚sehr viel‘. Bei allen anderen Kategorien werden die Ausgaben als tiefer empfunden. Am geringsten sind die durchschnittlichen Ausgaben für Computerspiele und Einrichtungsgegenstände.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage nach dem effektiven Geldbetrag. In Tabelle 2 ist ersichtlich, dass die Befragten für Ausgang und Verpflegung sowie für Kleider und Schuhe rund 100 CHF ausgeben. Körperpflegeprodukte und Kosmetik sowie Reisen und Ausflüge stehen in der Rangliste noch vor dem Handy, welches mit rund 50 CHF eher tiefe monatliche Ausgaben verzeichnet.

Produktesparte	Durchschnittliche Ausgaben/Monat
Ausgang: Bar, Club, Pub, Restaurant, Kino	116 CHF
Verpflegung unterwegs tagsüber	105 CHF
Kleider und Schuhe	96 CHF
Körperpflegeprodukte, Kosmetik	70 CHF
Reisen, Ferien, Kurztrips, Tagesausflüge	56 CHF
Mobile, Telefon	49 CHF
Hobbies	38 CHF
Bike, Roller, Töffli, Motorrad, Auto	33 CHF
Sport (Ausrüstung, Veranstaltung etc.)	29 CHF
Geschenke, Spenden	25 CHF
Zigaretten	19 CHF
Zeitschriften und Zeitungen, Bücher	19 CHF
CD/DVD	18 CHF
Einrichtungsgegenstände	11 CHF
Computer- und Videospiele	8 CHF
Total	692 CHF

Tabelle 2: Ausgaben für die einzelnen Produktesparten in CHF

Tendenziell wird mehr ausgegeben als eingenommen.

Die Summe der monatlichen Ausgaben pro Person ergibt einen Betrag von 692 CHF (vgl. Tabelle 2). Die durchschnittlichen Einnahmen pro Monat belaufen sich auf 676 CHF (vgl. Tabelle 1). Bei einem ‚durchschnittlichen Jugendlichen‘ halten sich demnach Einnahmen und

Ausgaben etwa die Waage, obwohl eine leichte Tendenz besteht, mehr auszugeben als einzunehmen, dadurch kann auch weniger gespart werden.

Sparen

Monatlicher Sparbetrag

Die Jugendlichen sparen monatlich durchschnittlich 158 CHF, wobei der Sparbetrag zwischen 0 CHF und 1100 CHF variiert. Für einen Fünftel der befragten Jugendlichen (22 Prozent) ist es nicht möglich, regelmässig Geld auf die Seite zu legen.

Wichtigste Sparziele

Ferien und Reisen sind die wichtigsten Sparziele von Jugendlichen, an zweiter Stelle folgen der Führerschein bzw. ein Fahrzeug. Viele Jugendliche sparen auch für ‚Unvorhergesehenes‘ in der Zukunft, was als Hinweis gedeutet werden kann, dass der Sicherheitsgedanke das Sparverhalten zu beeinflussen scheint. Viele Befragte sparen für eine eigene Wohnung oder wünschen sich später mal ein eigenes Haus und sparen schon heute für die Verwirklichung dieses Traumes.

Schulden

Schulden

Auf die konkrete Frage nach Schulden geben rund 16 Prozent der befragten Jugendlichen an, verschuldet zu sein. 83 Prozent der Jugendlichen haben nach eigenen Angaben keine Schulden.

Schulden und Schultyp

Ob ein Jugendlicher verschuldet ist oder nicht hängt in der vorliegenden Untersuchung stark mit dem besuchten Schultyp zusammen, wie in Abbildung 2 erkennbar ist.⁵ In Berufsschulen ist der Anteil von Schülern, die angeben Schulden zu haben, am höchsten. Auch Gymnasien haben einen relativ hohen Anteil an Schülern mit Schulden während an der Universität der Anteil an Studierenden mit Schulden sehr gering ist.

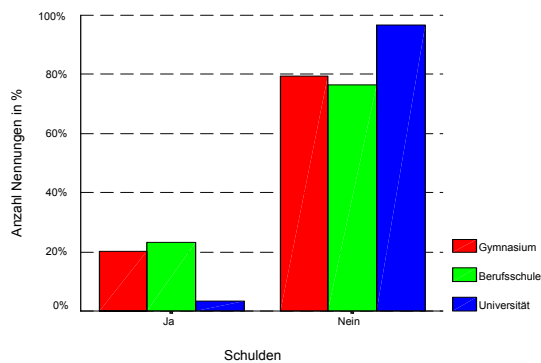


Abbildung 2: Verschuldung nach Schultyp

Wo machen Jugendliche Schulden?

Geld borgen sich die verschuldeten Jugendlichen vor allem von Familienmitgliedern und Freunden. Viele Jugendliche überziehen auch das Bankkonto, wenn ihnen das Geld ausgeht. Andere Arten von Schulden wie Leasing oder Kreditkarte werden nur selten genannt. Unter den verschuldeten Jugendlichen hat nach eigenen Angaben noch niemand einen Kleinkredit aufgenommen.

Wofür verschulden sich Jugendliche?

Es zeigte sich, dass sich die meisten Jugendlichen für Ferien und Ausgang Geld ausgeliehen haben. Viele Jugendliche geben auch das Handy als Grund für ihre Verschuldung an oder haben Schulden gemacht, weil sie Probleme im Umgang mit Geld haben.

⁵ Schulden zu haben bzw. nicht zu haben und der Schultyp zeigen einen signifikanten Zusammenhang (Chi-Quadrat-Test nach Pearson), $p < .001$ ($X^2 = 59.462$; $df = 2$)

Einflussfaktoren auf das Ausgabeverhalten

Kommerzieller Einfluss

Von kommerzieller Seite her lassen sich die Jugendlichen beim Kauf am ehesten von der Musikszene beeinflussen. Werbung und Filme nehmen im Vergleich eine eher marginale Rolle ein: Den Aussagen „Die meisten Dinge, die ich besitze, kenne ich aus der Werbung“ und „Manchmal kaufe ich Dinge, die ich in Filmen gesehen habe“ stimmen nur wenige Jugendliche zu. Sie erreichen auf einer Skala von 1 = ‚keine Zustimmung‘ bis 5 = ‚volle Zustimmung‘ eher tiefe Mittelwerte. Im Gegensatz dazu stimmen der Aussage „Mein bevorzugter Musikstil beeinflusst meinen Kleidungsstil“ die meisten Jugendlichen zu. Der Musikstil scheint im Vergleich zu Film und Werbung am meisten Einfluss auf die Jugendlichen zu haben.

Einfluss der ‚Peer-Group‘

Weibliche Jugendliche lassen sich bezüglich ihres Kaufverhaltens eher von der ‚Peer-Group‘⁶ beeinflussen als männliche. Frauen fühlen sich eher unter Druck, das Neueste zu besitzen, um in der Gruppe akzeptiert und ‚dabei‘ zu sein. Frauen im Jugendalter kaufen demnach eher gewisse Produkte, um ‚in‘ zu sein, bei den Freundinnen mithalten zu können und um in der ‚Peer-Group‘ integriert zu sein.

Einfluss von Trends

Es ist durchaus denkbar, dass immer neu auftauchende Trends, beispielsweise bei elektronischen Geräten oder auch in der Mode, Jugendliche dazu verleiten, Käufe zu tätigen und Geld auszugeben. Aus diesem Grund wurde als weiterer Einflussfaktor untersucht, wie ausgeprägt die Orientierung an Trends ist und wie gut Jugendliche über Trends informiert sind. Es zeigte sich, dass vor allem bei den männlichen Jugendlichen und bei den Gymnasiasten die Trends einen hohen Stellenwert einnehmen. Dies bedeutet, dass die entsprechenden Jugendlichen vorzugsweise in trendigen Läden einkaufen, bestens darüber Bescheid wissen, was gerade ‚in‘ ist und dass sie sich und andere über Trends informieren.

Bewusstsein für Marken

Das Bewusstsein für Marken wurde als weiterer Einflussfaktor untersucht. Die Ergebnisse dieser Analyse wurden im Rahmen der Publikation ‚Der Einfluss von Marken auf Jugendliche‘ veröffentlicht (<http://www.isu.unizh.ch/marketing/research/jugendliche/marken.pdf>). Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Marke und Prestige für weibliche Jugendliche und für Gymnasiasten einen höheren Stellenwert haben als für die übrigen befragten Jugendlichen.

Fazit

Jugendliche als Zielgruppe

Die Analyse des Ausgabeverhaltens von Jugendlichen zeigt, dass grosse Unterschiede zwischen den Schultypen und Geschlechtern existieren, d.h. Jugendliche bilden eine sehr heterogene Gruppe. Jugendliche können somit nicht als homogene Zielgruppe für Unternehmen gesehen werden, denn es lassen sich keine pauschalen Aussagen machen. Das Ausgabeverhalten ist zudem ein sehr komplexer und teilweise intuitiver Vorgang, dessen Abläufe nicht komplett erfasst werden können.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass die durchschnittlichen Ausgaben von den Einnahmen gedeckt werden, somit bleibt sehr wenig Geld für das Sparkonto übrig. Trotzdem ist sparen bei den Jugendlichen ein Thema: Gespart wird vor allem für eine sichere und unabhängige Zukunft.

Betrachtet man die Schulden der Jugendlichen, stellt man fest, dass Berufsschüler und Gymnasiasten zu rund 20 Prozent verschuldet sind. Dieser Befund ist ein Hinweis darauf, dass Schulden bei Jugendlichen kein Tabuthema sind und viele Jugendliche mehr Geld ausgeben als ihnen zur Verfügung steht.

⁶ Unter dem Begriff der ‚Peer-Group‘ wird die Gruppe von ‚Gleichen‘, bzw. die Gleichaltrigengruppe von Kindern und Jugendlichen verstanden (vgl. Hillmann, K.H. (1994): Wörterbuch der Soziologie, Stuttgart 1994, S. 659)

Autoren

Thomas Bamert studierte an der Universität Zürich Wirtschaftswissenschaften und Psychologie, zudem promovierte er an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich. In seiner Dissertation beschäftigt er sich eingehend mit dem Einfluss des Marketing auf den Markenwert.

Seine Forschungsschwerpunkte sind das strategische Marketing (Pricing, Branding, CRM) und das Konsumentenverhalten.

Petra Oggenfuss studiert Soziologie (Hauptfach) und Betriebswirtschaftslehre (Nebenfach) an der Universität Zürich. Im Rahmen ihrer Semesterarbeit hat sie das Ausgabeverhalten von Jugendlichen untersucht.

Kontakt

Der ausführliche Bericht kann in gedruckter Form gegen eine Gebühr von 150 CHF angefordert werden bei:

Thomas Bamert
Lehrstuhl Marketing, Universität Zürich
Plattenstrasse 14
CH-8032 Zürich

Tel. +41 (0)1 634 2849
E-Mail thomas.bamert@isu.unizh.ch