

# Verschuldungsprävention bei Jugendlichen – ein Schutz vor der Alltäglichkeit sich zu verschulden?

Peer to Peer-Education als lebensweltorientierter und partizipativer Ansatz der Verschuldungsprävention in Basel

Marlies Alder und Christoph Mattes, Fachhochschule Nordwestschweiz, Basel

Wie die von Elmar Lange vorgelegte Studie „Jugend und Geld 2005“ gezeigt hat, ist die Wirksamkeit der gegenwärtigen Praxis von Schuldenprävention gering. Jugendliche wissen häufig, dass Präventionsangebote bestehen oder haben im Rahmen des Schulunterrichts zu einem hohen Prozentsatz auch daran teilgenommen. Die erzielten Verhaltensveränderungen wurden von Lange jedoch als sehr gering eingeschätzt (Lange 2006, 4).

In diesem Aufsatz wird ein derzeit in Basel praktiziertes Präventionskonzept vorgestellt, das seit einigen Jahren innovative und partizipative Ansätze in der Verschuldungsprävention ausprobiert. Im ersten Schritt werden über die relevanten konsumtheoretischen Modelle des Jugendkonsums vorgestellt, im zweiten Schritt wird ein Überblick über die theoretischen Grundlagen der Peer-to-Peer-Education gegeben und im dritten Teil des Aufsatzes wird die Praxis der Verschuldungsprävention von InTeam in Basel dargestellt.

## 1. Zur Problembestimmung der Verschuldungsprävention im Jugendalter

Das Anliegen, Verschuldung zu vermeiden, erscheint aus Sicht der Schuldnerberatung unstrittig, zeigt sich im Lichte der Präventionsarbeit jedoch als höchst strittig und im Hinblick auf die Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene alles andere als eindeutig. Wird berücksichtigt, dass Konsumieren und Schulden machen unter Jugendlichen einen festen jugendkulturellen Bestandteil darstellt, der in vielen Fällen unproblematisch und erst ab einem gewissen Ausmaß zum Problem wird, zeigt sich das Ziel, Jugendverschuldung zu vermeiden in einem höchst widersprüchlichen Bild. Dass Jugendliche sich verschulden, muss nicht immer als negativ bewertet oder im Zusammenhang eines drohenden wirtschaftlichen Niedergangs junger Menschen gesehen werden. So zeigt zwar eine vom Institut Kinder- und Jugendhilfe der Fachhochschule Nordwestschweiz durchgeführte Untersuchung<sup>1</sup>, bei der 500 Schülerinnen und Schüler in Basel befragt wurden, dass 27% der befragten Jugendlichen verschuldet sind. Die mittlere Schuldsomme (Median) liegt

jedoch je nach Geschlecht bei verschuldeten Mädchen bei 100 Franken, bei den verschuldeten männlichen Jugendlichen bei 200 Franken, welche von den Jugendlichen nach eigener Einschätzung überwiegend ohne grössere Einschränkungen ihrer monatlichen Einnahmen und Ausgaben zurück bezahlt werden können. Prekär wird die Verschuldung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen häufig erst in der Kombination mit einer sozial benachteiligten Herkunft. Diese lässt eine mehr oder weniger hohe Schuldsomme zum nicht mehr zu bewältigenden Faktor sozialer Destabilisierung werden. Dagegen stellt es für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aus den übrigen Sozialniveaus meistens kein Problem dar, auch höhere Schuldsommen zu bewältigen. Die Bewältigung von Ver- und Überschuldung hängt somit wesentlich von der sozialen Herkunft der Jugendlichen und jungen Erwachsenen ab. Was bei der einen Gruppe von Jugendlichen und jungen Erwachsenen als problematisch gilt, scheint bei einer anderen Gruppe als nahezu völlig problemlos – Jugendverschuldung zeigt sich im Zusammenhang unterschiedlicher sozialer Herkünfte in ebenso unterschiedlichen Problematiken, woraus sich verschiedene Interventionserfordernisse ableiten.

Die Problematik, Konsumentenverschuldung als negative Erscheinung zu begreifen, die es im Rahmen der Verschuldungsprävention zu berücksichtigen gilt, wird auf der Handlungsebene von Jugendlichen unter zwei Gesichtspunkten besonders deutlich. Zum einen in der Frage, kann und soll Konsumverhalten und die Verschuldungsneigung von Jugendlichen im Rahmen von Prävention überhaupt beeinflusst werden? Und zum anderen in der Vorstellung darüber, was als jugendliches Konsumverhalten und als Jugendverschuldung gilt, bzw. welche Vorstellungen und Modelle von Jugend, jugendlichem Konsum und der Jugendverschuldung überhaupt gelten (vgl. Mattes 2007).

Der gut gemeinte Vorsatz der Erwachsenen, mit präventiven Botschaften mehr oder weniger sanft das Verhalten von Jugendlichen zu beeinflussen, scheint in einzelnen Themenbereichen der Präventionsarbeit legitim zu sein. Bei Präventionskampagnen, zum Beispiel im Bereich Gesundheit, sei es Alkohol, Nikotin oder Drogenkonsum, dürfte die Zielgruppe der Prävention mehr Verständnis für normative Botschaften des verantwortungsvollen Gebrauchs oder des Verzichts haben, die vielleicht auch Orientierung bieten können und auf Nachhaltigkeit solcher Maßnahmen hoffen lassen. In der Verschuldungspräventionsarbeit eine eindeutige oder objektive Botschaft zu vermitteln, scheint jedoch nicht zu gelingen. Jugendliche sind damit konfrontiert, sich in einem Gefüge unterschiedlichster Konsumsymbole orientieren zu

<sup>1</sup> Die Studie wurde vom Schweizer Nationalfonds im Rahmen des Förderprogramms für angewandte Forschung an Fachhochschulen (DORE) finanziert und unter dem Titel „Das Geld im Leben junger Frauen und Männer – Möglichkeiten der Verschuldungsprävention“ in Kooperation mit der Schulden- und Budgetberatungsstelle Basel durchgeführt. Die Studie erscheint voraussichtlich im Herbst 2007 unter dem Titel: „Eigenes Geld und fremdes Geld – Jugendliche zwischen finanzieller Abhängigkeit und Mündigkeit“.

müssen, das auf eine Moderne der Konsum- und Finanzdienstleistungen aufbaut. Um konkurrenz- und anschlussfähig zu bleiben, müssen Jugendliche an dieser Normalität des Konsums teilnehmen und sich die stetigen und in rasanter Geschwindigkeit einstellenden Neuerungen aneignen. Nicht mehr die Sparsamkeit ist das Gebot der Stunde, sondern die Konsum- und Verschuldungskompetenz, die es den Jugendlichen ermöglicht, eigenverantwortlich und selbstständig an der arbeitsteiligen Gesellschaft teilzunehmen. Die Bezugsgrößen „Konsum- und Verschuldungskompetenz“ sind, solange Jugendliche nicht durch Konsumverzicht aus ihren sozialen Bezügen ausgegrenzt werden sollen, nicht mehr in Frage zu stellen und müssen auch im Rahmen von Präventionsarbeit als gegeben vorausgesetzt werden.

Dazu kommt, dass zwei sich konkurrierender Vorstellungen der Erziehungswissenschaft und der Marktforschung zur Dauer der Jugendphase existieren. Diese führen zu widersprüchlichen Betrachtungsweisen hinsichtlich Jugendkonsum- und Jugendverschuldung unter den beiden Forschungsdisziplinen. Während die erziehungswissenschaftlichen und soziologischen Vorstellungen darüber, wie lange die Jugendphase andauert, in den vergangenen Jahren von einer immer länger andauernden Jugend ausgehen, erreichen Jugendliche aus der Sicht der Marktforschung immer früher den Erwachsenenstatus. So dauert nach der Vorstellung von Hurrelmann, einem Vertreter der erziehungswissenschaftlichen Jugendforschung, die Jugendphase bis zu einem Lebensalter von bis zu 30 Jahren. Als weiterer Vertreter ist Hitzler zu nennen, der Jugend nicht mehr im Zusammenhang mit einer bestimmten Altersspanne, sondern vielmehr als individuelle Haltung und Einstellung sieht (Hitzler/Pfadenhauer 2004). Die Marktforschung dagegen hat in den vergangenen Jahren den Übergang vom Jugendalter zum Erwachsensein immer weiter herabgesetzt, so dass nach deren Vorstellung junge Menschen bereits ab dem 15. Lebensjahr erwachsen sind und somit vollwertig und mündig am Konsum teilhaben können und sollen (vgl. Melzer-Lena/Helfer 2000, 97).

Ein weiterer Aspekt, der das Verhältnis zwischen Jugendlichen und deren konsumorientierten Umwelt prägt, kommt durch die Ergebnisse der bereits genannten Studie des Instituts Kinder- und Jugendhilfe der Fachhochschule Nordwestschweiz hinzu: Jugendliche leben im Bewusstsein, dass ihre gegenwärtigen Verdienstmöglichkeiten, ihre absehbaren Berufsperspektiven und ihre ersten Arbeitsweltkontakte den Wert widerspiegeln, den sie in der Gesellschaft heute haben. Dieser empfundene Wert der eigenen Person ist jedoch im Hinblick auf die gravierende Lehrstellenknappheit, die hohe Jugendarbeitslosigkeit und nicht mehr planbarer Erwerbsbiographien sehr beeinträchtigt.

So stellt sich die Frage, ob die Konsumerziehung und Verschuldungsprävention bei Jugendlichen nicht zuletzt deshalb an Einfluss verliert, weil die Konsumwirtschaft das Bedürfnis Jugendlicher nach der Mündigkeit viel besser bedienen kann. Die Konsumwirtschaft vermittelt Jugendlichen wertvoll, wichtig und erwachsen zu sein - eine Botschaft, die in der Schuldenprävention erst noch kreativ und glaubhaft zu integrieren ist.

Sollte nicht die Präventionsarbeit vielmehr das Bedürfnis von Jugendlichen nach Mündigkeit und Verantwortung in ihrer Methodik berücksichtigen? Gibt es eine Möglichkeit, Risiken des Konsums und der Verschuldung mit Jugendlichen zu thematisieren, verbunden mit der Möglichkeit, eine von Erwachsenenheit und Mündigkeit geprägte Rolle auszuprobieren? Das Präventionskonzept von InTeam, einem außerschulischen Bildungsträger in Basel, setzt dieses Anliegen seit drei Jahren im Rahmen seines Präventionskonzeptes um. Jugendliche ohne Lehrstelle werden zu Akteuren der Verschuldungsprävention und vermitteln anderen Jugendlichen den Umgang mit Konsum, Geld und Schulden.

## 2. Die Grundlage der Peer-to-Peer-Education

Der Begriff Peer-to-Peer-Education steht für einen seit geraumer Zeit im deutschsprachigen Raum zunehmend bekannter werdenden Präventionsansatz, bei dem Jugendliche in die Expertenrolle wechseln und Lernprozesse bei Gleichaltrigen anleiten. Dabei werden Jugendliche in einem bestimmten Themenbereich ausgebildet und befähigt, das angeeignete Wissen anderen jungen Menschen weiter zu vermitteln. Diese schätzen besonders, dass in einer Präventionsveranstaltung keine erwachsenen Fachpersonen dabei sind und sie persönliche Themen unter sich diskutieren können.

In der Peer-Education beschäftigen sich die Multiplikatoren und Personen der Zielgruppe mit den gleichen biographischen Anliegen, sprechen die gleiche Sprache und begegnen sich offener mit ihren altersspezifischen Themen. Neben der Wissensvermittlung soll Peer-Education Einstellungen, Werte und soziale Normen reflektieren (vgl. Backes/Schönbach 2001, 7). Die Jugendlichen sind somit nicht nur Teil des Problems, sondern werden mit ihrem Engagement auch Teil der Lösung, die sie anderen Jugendlichen anbieten.

Die Methode der Peer-Education existiert in der Geschichte schon lange. Sie wurde aus unterschiedlichen Motiven angewendet, zum Beispiel bei Lehrpersonenknappheit oder während gesellschaftlicher Umbruchzeiten als ein Ausdruck gegen die etablierten Politik- und Bildungssysteme. Peer-Education erfuhr in den 70er- und 80er-Jahren mit dem Aufkommen der Sexualaufklärung und dem Thema „HIV“, vor allem in den USA und wenig später auch in den nordeuropäischen Ländern, einen neuen Aufschwung. Im deutschsprachigen Raum gibt es zwischenzeitlich erste Erfahrungen mit Peer-Education in den verschiedensten Themenbereichen wie Sucht, HIV, Sexualität, Gewalt, Ökologie und Schulden.

Peer-Education eignet sich als Methode vor allem dann, wenn es um den Austausch von Themen geht, die Jugendliche lieber unter sich diskutieren, wie zum Beispiel sexuelle Erfahrungen oder Schwierigkeiten im Umgang mit Geld. Sie besprechen untereinander Problemlösungsstrategien und Denkmuster und finden damit zu ihrer eigenen Identität.

### 3. Praxis der Verschuldungsprävention bei „InTeam“: Arbeitslose Jugendliche leisten Präventionsarbeit

„InTeam“ in Basel ist seit 1996 ein Programm des Arbeitsamtes. Es ist vergleichbar mit einem Berufsvorbereitungsjahr in Deutschland. 15 Jugendliche im Alter von 16- bis 22 Jahren können maximal für ein Jahr daran teilnehmen. Es sind Jugendliche, die nach dem Schulabschluss keine Lehrstelle gefunden oder eine Lehre abgebrochen haben, häufig mit Migrationshintergrund, ungenügenden Schulnoten und Problemen im persönlichen Bereich; in der Regel sind es keine „peer-leaders“, sondern Arbeitsmarkt-„Looser“.

Bei InTeam werden sie in ihrer Berufsorientierung und Lehrstellensuche begleitet und parallel zum Peer-Educator für die HIV- und Schuldenprävention ausgebildet. Die HIV-Prävention mittels Peer-Education hat sich als Angebot im Raum Basel etabliert und wird jährlich von rund 50 Schulklassen besucht. Schuldenprävention ist seit 2004 ein zusätzliches Angebot und stösst bei den Lehrkräften ebenfalls auf grosse Nachfrage. Die Verbindung von Jugendarbeitslosigkeit und Präventionsarbeit hat sich bewährt. Die Jugendlichen gewinnen Kompetenzen, die ihnen bei der Lehrstellensuche von Vorteil sein können. Voraussetzung ist eine professionelle Begleitung durch Fachpersonen, die den dynamischen Prozess der Peer-Education anleiten und begleiten (vgl. Alder 2005).

Wie in Deutschland ist auch in der Schweiz die Verschuldung von Jugendlichen ein aktuelles Thema, weshalb im Jahr 2004 die Basler Schulden- und Budgetberatungsstelle „Plusminus“ die nationale Kampagne „MAX.MONEY“<sup>2</sup> initiierte. Das Ziel der Kampagne war und ist, dass Jugendliche auf spielerische Art über den Umgang mit Geld informiert werden und sich mit ihrem eigenen Konsumverhalten auseinandersetzen können. Als Teil von MAX.MONEY entwickelte InTeam ein neues Präventionsangebot für Schulklassen und Jugendgruppen. Es existierten damals eine Reihe von Präventionskonzepten, die fast alle von erwachsenen Fachpersonen für Jugendliche entwickelt wurden, aber keine Projekte, welche mittels Peer-Education das Schuldenproblem von Jugendlichen für Jugendliche thematisieren. Zu Beginn waren Fragen offen:

- Sehen Jugendliche das Thema für sich als genügend wichtig an?
- Finden Jugendliche das Thema spannend?
- Eignet sich die Peer-Education-Methode?
- Sind Lehrpersonen an dem Thema interessiert?
- Welche Botschaft soll angesichts einer gesellschaftlichen Umwelt, in der Kredite, Ratenkäufe und Schulden an der Tagesordnung sind, vermittelt werden?

<sup>2</sup> MAX.MONEY – Jugend und Geld: Als nationale fünfjährige Kampagne startete Max.Money im November 2004 mit Informationen und Aufklärung für 16- bis 26jährige Jugendliche und deren Umfeld. Eine wertvolle Sammlung mit Buch, Magazin und CD-ROM enthält die Box ‚MAX.MONEY – Jugend und Geld‘, herausgegeben von Plusminus, der Budget- und Schuldenberatung, Basel. Mehr Infos unter [www.schulden.ch](http://www.schulden.ch) oder [www.maxmoney.ch](http://www.maxmoney.ch)

### 4. Die Jugendlichen sind die Expertinnen und Experten

Die InTeam-Leitung orientierte sich für die Ausbildung der Peers zusammen mit der Beratungsstelle „Plusminus“ an den bestehenden Themen der Jugendlichen, die unter anderem aus grundlegenden Fragen zu Geld, dem Erstellen eines Haushaltsplanes, Zwangsvollstreckung und Folgeproblemen einer Überschuldung bestanden. Die Jugendlichen empfanden die Themen anfänglich als zu schwer, zu weit von ihrer Lebenswelt weg und sie befürchteten, sich mit solchen Inhalten vor Schulklassen zu blamieren. Es entstand ein Spannungsfeld zwischen dem Widerstand der Jugendlichen und dem Willen der Leitung, doch ein Pilotprojekt zu wagen. Der Leitung wurde klar, dass Peer-Education nur funktionieren kann, wenn die Jugendlichen motiviert sind und hinter ihrem Produkt stehen können. So entstand die Anforderung, das Konzept grundlegend zu überarbeiten und vollständig an den Fragestellungen der Jugendlichen auszurichten. In einem gemeinsamen Suchprozess entdeckte die Projektleitung zusammen mit den Jugendlichen Themen wie Werbestrategien, Markenartikel, Handy, In-/Outsein, Konsum, Schuluniform oder wie komme ich zu Geld – Themen der Jugendlichen, die sie für sich als wichtig erachteten und daher methodisch aufbereitet anderen Jugendlichen vermitteln wollten. In einer lebendigen Auseinandersetzung mit ihrem eigenen Konsumverhalten entwickelten die Jugendlichen eigene Unterrichtsmodule und schliesslich integrierten sie auch Themen wie Haushaltsplan, bargeldloser Zahlungsverkehr, Schuldenfallen, Folgen einer Zwangsvollstreckung und Tipps im Umgang mit Geld. Es wurde ihr Produkt und sie beurteilten Peer-Education als eine geeignete Methode für den Themenbereich Geld und Konsum. Entsprechend positiv fielen die Feedbacks der ersten Schulklassen aus. Besonders angesprochen haben sie Module, in denen sie aktiv mitwirken konnten, wie zum Beispiel In-/Outsein und Spiele. Über 70% der Schülerinnen und Schüler fanden, dass Veranstaltungen zu Geld und Konsum wichtig seien. Die Peer-Educators konnten sich mit den Veranstaltungen immer besser identifizieren und waren auch stolz darauf, dass sie Pionierarbeit geleistet hatten. Dennoch blieb für sie die HIV-Prävention das attraktivere Thema. Im Gegensatz zur HIV-Prävention kristallisiert sich beim Schulden Thema keine klare Botschaft wie „Sex nur mit Gummi“ heraus. Der Themenbereich Konsum und Verschuldung ist zu komplex bzw. eindeutige und allgemeingültige Aussagen nahezu unmöglich. Statt einer eindeutigen Botschaft ist der zentrale Aspekt die Auseinandersetzung mit dem eigenen Umgang mit Konsum, Ver- und Überschuldung, verbunden mit dem Angebot an die Peers wie auch an die Schülerinnen und Schüler, im geschützten Rahmen der Präventionsveranstaltungen eigene Positionen zu Konsumdruck, Konsumlust sowie den Chancen und Risiken der Jugendverschuldung zu entwickeln.