

Weihnachten mit Kindern

Umgang mit Konsum und Wünschen der Kinder zur Vorweihnachtszeit

ORF Ratgebersendung Erziehung Heute am 16. 12. 2008

Jahreskreisfeste wie Nikolaus, Weihnachten, Silvester, Ostern usw. sind für uns Menschen wichtig und haben vielfältige Bedeutung.

Der Alltag wird unterbrochen und manche Tage und Zeiten des Jahres bekommen eine besondere Bedeutung. Feste helfen uns somit auch bei der Gestaltung unseres Familienlebens. Wir können die Verbundenheit und die Gemeinsamkeit in der Familie auf eine besondere Art und Weise erleben.

Das Sitzen um den Adventkranz, das Vorlesen einer Geschichte, gemeinsames Singen oder ein Spiel spielen oder das bewusste Denken an Menschen, denen es gerade nicht gut geht, schaffen eine familiäre Atmosphäre der Zusammengehörigkeit, der Geborgenheit, aber auch der Verbundenheit mit anderen Menschen über die Familie hinaus.

Einige Tipps für Eltern zum Umgang mit Konsum und Geschenke kaufen

Vor allem in der Vorweihnachtszeit nimmt der Druck auf die Kinder und damit auf die Eltern zu. Auf dem Wunschzettel stehen häufig die Spielsachen, Kassetten oder Kuscheltiere, die in der Werbung vor und nach den Kindersendungen angepriesen werden. Das ist der Erwartungsdruck, den alle an Weihnachten haben und dieser Druck auf die Konsumbereitschaft der Eltern wird auch von den Medien und der Werbung verstärkt. Das ist leider so.

Auch von Seiten der Schule wird der Druck auf die Kinder groß. Da wird verglichen, wer die meisten und teuersten Geschenke bekommt. Und viele Kinder denken, da muss man doch mithalten, wenn man kein Aussenseiter sein will.

Aber wie können Eltern ihren Kindern erklären, dass es nicht alles geben kann, was Sie sich zu Weihnachten wünschen; z.B. die teure Markenjeans?

Ich denke, beziehungsfähige Menschen sind keine Aussenseiter! Darum erziehen wir sie zu sozialfähigen Menschen und nicht zu Konsumgeiern. Der Druck von aussen macht es Eltern schon oft schwer. Ich meine natürlich, dass die Kinder ihre Eltern oft nicht verstehen. Im Moment verstehen die Kinder nicht, warum es nicht immer die Markenjeans sein können.

Sie können sich darauf verlassen, das Endergebnis einer Erziehung zu Bescheidenheit und Beziehungsfähigkeit gibt Ihnen zuletzt recht. Den Eltern ist schon lange klar, dass reines Konsumdenken und Vergleichen in eine Sackgasse führt.

David und Lena Wieviel soll es sein?

Der sechsjährige David aus Bregenz ist nicht einmal ein krasser Fall. Sein Fuhrpark an Roller, Laufrad, Fahrrad etc. belegt eine halbe Doppelgarage. Wie für David gilt auch für viele Einzelkinder in Österreich das Vier-zwei-eins Schema: Vier Großmütter und -väter, dazu zwei Eltern, konzentrieren ihre Aufmerksamkeit auf ein Einzelkind. Die sechsjährige Lena hat sogar fünf Großmütter, weil eine Urgroßmutter noch lebt, ihre Großväter geschieden sind und beide wieder geheiratet haben. Um sie nicht zu überfordern, sind ihre Eltern dazu übergegangen, die Weihnachtsgeschenke abzufangen. Mehr als drei bekommt sie nicht.

Kinder werden schon früh als Konsumenten umworben und wachsen fast automatisch in die Konsumentenrolle hinein. Kinder haben viele Wünsche und bestimmen mit, was Eltern kaufen. Sie wollen alles was "in" ist und sie wollen alles am liebsten sofort. Die Konsumwünsche steigen stetig und täglich gibt es neue Anlässe mit den Kindern über deren Konsumwünsche zu verhandeln. Wie umgehen mit den Konsumwünschen der Kinder und den Argumenten, dass alle Freunde bereits das Gewünschte haben?

Anregungen:

Nein sagen: Wenn Kinder und Jugendliche immer alles bekommen, dann entwickeln sie keine Frustrationstoleranz und werden später nicht wissen, wie man Enttäuschungen verarbeitet

Grenzen setzen: Erklären sie ihrem Kind, warum sie ihm nicht alle seine Wünsche erfüllen können. Setzen sie klare Grenzen, was möglich ist und was nicht

Kompromisse aushandeln: Manche Produkte sind für den Status in der Schule oder unter Freunden für Jugendliche sehr wichtig. Reden sie mit ihrem Kind was es wirklich haben will und auf was es freiwillig verzichtet

Ziele setzen: Setzen sie gemeinsam Ziele, wann etwas gekauft wird, dann kann sich das Kind, der Jugendliche darauf freuen.

Fragen sie ihr Kind nach den Produkten, deren Werbejingles es auswendig singt; Und was die Texte bedeuten, neben der offensichtlich ansprechenden Melodie.

Letztendlich liegt die Entscheidung bei Ihnen, was gekauft wird und was nicht. Diese Rolle sollten Sie auch ernst nehmen und in mancher Situation auch zu dem Nein stehen, weil Konsequenz in der Erziehung ein wichtiger Faktor ist und sich in manchen Situationen die Dinge eben nicht aushandeln lassen.

Werbung: unser stiller Miterzieher

Folgenden Rat kann ich Ihnen mitgeben: »Man sollte einen natürlichen Umgang mit Werbung anstreben, denn Werbung begegnet einem überall. Letztlich werde ich es nicht vermeiden können, dass auch meine und Ihre Kinder Werbung sehen. Sie sollten aber wissen, dass es nicht alles geben kann, was man sieht. Werbung ist da, aber man geht nicht gleich los und kauft ein. Da wird nach Kriterien gesucht, ob man es braucht oder nicht.«

Literaturtipps:

Kinder können kaufen lernen

Kinder und Konsum - ein leidiges Thema für alle Eltern.

Der Jugendforscher Axel Dammler erklärt, wie Kinder auf Konsumangebote reagieren und hilft den Eltern, mit den Wünschen ihrer Kleinen richtig umzugehen. "Mama, ich will aber den mit dem Bär drauf!" Völlig sinnlos ist es, wenn Sie jetzt das Kind zu überzeugen versuchen, daß das Logo völlig egal ist. Wir alle wissen, wie anfällig Kinder für die allgegenwärtigen Konsumangebote sind. Was wir nicht wissen, ist, wie man damit sinnvoll umgeht. Axel Dammler ist seit Jahren als Jugendforscher tätig und ermittelt für die Industrie, was Kinder wirklich wollen. Für dieses Buch wechselt er die Seiten und zeigt hier, warum Kinder auf manche Produkte so positiv reagieren, warum sie hingegen "pädagogisch Wertvolles" oft nur langweilig finden. Dammler bleibt aber dabei nicht stehen. Anhand vieler Beispiele - ob Spielzeug, Kleidung oder Ernährung - schildert er die Konsumwelt und hilft den Eltern, zu unterscheiden, ob ein Spielzeug nur gegen die Überzeugung der Eltern oder aber wirklich für die Entwicklung des Kindes schädlich ist. Dieses Buch eines Insiders zeigt, wie Sie besser mit den Kinderwünschen umgehen können.

Von: Axel Dammler | Gebundene Ausgabe - 256 Seiten - Piper | Erscheinungsdatum: September 2002
ISBN: 3492044581

Konsum-Kinder

Das Buch ist mit Augenzwinkern, viel Witz und trotz Kritik versöhnlich geschrieben: Werbung und Konsum, das sind nun mal Teile unseres Lebens, unserer Gesellschaft.

Von: Gerlinde Unverzagt, Klaus Hurrelbaum | Gebundene Ausgabe - 192 Seiten - Herder, Freiburg |
Erscheinungsdatum: September 2001
ISBN: 3451275813