Nr. 43 | 12.11.26
Pressemitteilung

Wenn der Feed zum Shopping-Center wird

Fachtagung des Forums Medienpädagogik der BLM beleuchtet Kaufanreize in Sozialen Medien

Der Feed wird zum Einkaufsort: Bereits 48 Prozent der 16- bis 29-jährigen Internetnutzerinnen und -nutzer kaufen laut einer Bitkom-Studie über Soziale Netzwerke ein. Influencerinnen und Influencer präsentieren Produkte in Reels und Stories, die oft kaum von persönlichen Empfehlungen zu unterscheiden sind. Wie wirken sich solche Kaufanreize auf Kinder und Jugendliche aus? Und welche Kompetenzen brauchen sie für einen selbstbestimmten Umgang damit? Das steht im Mittelpunkt der Fachtagung des Forums Medienpädagogik der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), die heute Vormittag in München eröffnet wurde.

BLM-Präsident Dr. Thorsten Schmiege: „Wir wollen jungen Menschen helfen, kommerzielle Interessen zu durchschauen. Deshalb sollten Medienerziehung und Konsumerziehung noch stärker zusammengedacht werden. Gleichzeitig brauchen wir neben der Medienbildung auch klare Regeln, um dagegen vorzugehen, wenn Unternehmen Mechanismen nutzen, um junge Menschen in ihrem Konsumverhalten zu manipulieren."

Welche Mechanismen Online-Plattformen einsetzen, um Kaufanreize zu schaffen, erläutert Sabrina Wagner vom Verbraucherzentrale Bundesverband: „Endloses Scrollen, Autoplay oder ständige Benachrichtigungen können zu längerer Nutzung, impulsiven Käufen und der Preisgabe persönlicher Daten verleiten. Solche manipulativen Gestaltungspraktiken gefährden die Selbstbestimmung und können die mentale Gesundheit gerade von Heranwachsenden belasten. Deshalb müssen die Vorgaben des Digital Services Act konsequent durchgesetzt und mit einem Digital Fairness Act klare Grenzen für suchtfördernde Praktiken geschaffen werden."

Unter dem Motto ‚Zwischen Content, Konsum und Kompetenz – Social Commerce als Herausforderung für junge Menschen' beleuchtet die Fachtagung unterschiedliche Facetten des digitalen Konsums. Dabei geht es unter anderem um Influencer-Marketing, Geldausgaben in Online-Games sowie die Auswirkungen von Social Commerce auf die Identitätsbildung und die Gefahr von Kaufsucht. Mehr Informationen und das Programm der Fachtagung finden Sie hier.

Pressekontakt Stefanie Reger | Tel.: 089 63808-315 | stefanie.reger@blm.de
Bayerische Landeszentrale für neue Medien | Heinrich-Lübke-Straße 27 | 81737 München

Über Uns Staatsfern und unabhängig beaufsichtigt die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) private Radio- und Fernsehprogramme sowie Plattformen und Intermediäre in Bayern. Zu ihren Aufgaben gehören Vielfaltssicherung, Jugendmedienschutz, Medienkompetenz-Vermittlung und Ausbildungsförderung. | blm.de