

Gapski, Harald/Gräßer, Lars (Hrsg.) (2010). Verbraucherschutz und Medienkompetenz. Junge Konsumenten im Web. Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen. München: kopaed. 145 S., 14,80 €

Beitrag aus Heft »2010/05: Partizipation und Medien«

Das Web 2.0 ist bei Jugendlichen angesagter denn je, besonders Online-Spiele und Social Communitys sind Teil des alltäglichen Medienhandelns Jugendlicher geworden. Ungewollt werden bei der Inanspruchnahme verschiedener Spielangebote und Registrierungen in sozialen Netzwerken unsichtbare Datenspuren im virtuellen Raum des Web 2.0 hinterlassen. Diese sind ein gefundenes Fressen für die Werbewirtschaft, welche sich die gewonnenen Daten zu Nutze macht und versucht, durch gezielte Werbung neue Kundschaft zu gewinnen und möglichst viel ökonomischen Gewinn daraus zu ziehen. Zudem eröffnet der mitunter leichtfertige und naive Umgang vieler Jugendlicher mit ihren Daten Missbrauchspotenziale, welche mit einigen unangenehmen Nachwirkungen verbunden sein können.

Der 10. Band der Schriftenreihe Medienkompetenz des Landes Nordrhein-Westfalen mit dem Titel Verbraucherschutz und Medienkompetenz beschäftigt sich mit genau dieser Thematik und nimmt dabei Bezug auf den verbraucherpolitischen Kongress Mausclick mit Durchblick Verbraucherschutz und Medienkompetenz junger Menschen im Web 2.0. Die verschiedenen Beiträge von Autorinnen und Autoren, welche vorwiegend aus der Wissenschaft kommen, befassen sich mit der Frage nach der Gewährleistung eines seriösen Umgangs mit Datenschutz und Persönlichkeitsrechten seitens der Anbieter im Netz und klären über mögliche Gefahren auf, welche sich für Jugendliche, aber gegebenenfalls auch für Erwachsene, hinter meist nicht oder nur teilweise transparenten Geschäftsbedingungen von Internetangeboten verbergen können. Dies ist insofern von großer Bedeutung, da das Marketing Jugendliche als Zielgruppe als besonders attraktiv empfunden und dementsprechend die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen den veränderten Kommunikationsformen der jungen Verbraucherinnen und Verbraucher angepasst wurden, welche sich zunehmend im Web 2.0 abspielen.

Die Autoren und Autorinnen gehen im Besonderen auf den Bedarf an Reflexion und Bewertung von kommerziellen Internetangeboten seitens der Verbraucher selbst ein und stellen die Forderung nach Eindämmung von unzulässigen Praktiken der Gewinnerzielung im Web durch Kontrolle und Überwachung der Durchsetzung der notwendigen Regeln im Netz seitens der Verbraucherinnen und Verbraucher und Datenschützerinnen und Datenschützer. Der Schlussteil des Buches birgt zudem eine Auflistung von Projekten, Aktivitäten, Studien und Publikationen sowie Unterrichtsmaterialien zum Thema Verbraucherschutz. Empfehlenswert ist dieses Buch für Medienpädagoginnen und -pädagogen sowie für Studierende der Fachrichtung und Lehrkräfte, aber in Hinblick auf die verwendete, leicht verständliche Sprache auch für Eltern und Jugendliche selbst, welche sich über Konsequenzen der Datenpreisgabe und Gefahren von Internetangeboten informieren möchten.