



Wien hat wieder offen.

Endlich!

#wiederingschäft

Eine Initiative der Wirtschaftskammer Wien.

Ein Klick und seine Konsequenzen

Das Projekt „MeinKlick“ zeigt Jugendlichen, welche Folgen das Einkaufen im Internet hat. So soll die nächste Generation für bewusstes Kaufen per Klick sensibilisiert werden.

26.01.2021, 15:57



© NATALI EKIM/SHUTTERSTOCK

Das neueste Smartphone, ein trendiges Outfit oder smarte Technik-Gadgets: Einkaufen im Internet boomt, und das besonders bei der Jugend. Laut aktuellen Umfragen kaufen sieben von zehn der unter 30-Jährigen via Smartphone ein - und das oft, ohne über die Auswirkungen ihres Einkaufsverhaltens nachzudenken. Denn gut zwei Drittel aller Online-Käufe finden bei nichtösterreichischen Händlern statt. Fragen wie „Wo geht mein Geld hin, welche Firmen-, Arbeits- und Produktionsbedingungen unterstütze ich damit, und welche Folgen hat das auf Wirtschaft und Gesellschaft, unseren Arbeitsmarkt, unsere unmittelbare Lebensumwelt?“ werden beim Shoppen im Internet allerdings nur selten gestellt. Dazu kommt, dass die Corona-Pandemie den Trend zum Online-Konsum weiter beschleunigt hat. Mit Blick auf die Zukunft ist es daher wichtig, künftige Generationen für bewusstes Online-Shopping zu sensibilisieren.

„Ziel ist, dass die Jugend bewusster einkauft.“

Einkaufsverhalten kritisch betrachten

Hier setzt „MeinKlick“ an. Das Projekt informiert Jugendliche über die - oft problematischen - Auswirkungen des steigenden Online- Konsums auf alle Lebensbereiche und soll sie zu einem bewussteren Konsumverhalten anleiten - nicht nur online, sondern ganz generell. „MeinKlick“ fokussiert in erster Linie auf Schulen. Dort sind seit letztem Jahr junge Erwachsene als Shopping-Coaches unterwegs, die die Schüler in Workshops motivieren, sich kritisch mit ihrem eigenen Einkaufsverhalten auseinanderzusetzen, um künftig genau zu überlegen, was, wie und wo sie kaufen und wen sie damit unterstützen. Forciert wird bei „MeinKlick“ auch das „peer2peer“-Prinzip: Schüler, die sich besonders für das Thema interessieren, werden zu Junior Coaches ausgebildet und geben ihr Wissen an der eigenen Schule an andere weiter. Zusätzlich gibt es viele Info-Materialien für Lehrer, die ihnen helfen, das Thema in den Unterricht einzubinden. Im Corona-Jahr wurden neue Online-Tools entwickelt, zum Beispiel ein Online-Kurs, der auch für Distance Learning geeignet ist, sowie ein Online-Quiz fürs Smartphone. Und natürlich ist „MeinKlick“ auch auf den Social Media-Kanälen präsent.

Die Sparte Handel unterstützt das Projekt

Initiiert wurde „MeinKlick“ 2017 von einer Gruppe Jugendlicher gemeinsam mit dem Planungs- und Kommunikationsunternehmen PlanSinn. Die Umsetzung gelang mit Unterstützung der Wiener Umweltschutzabteilung MA 22 sowie der Wirtschaftskammer Wien und der Arbeiterkammer Wien. In der WK Wien steht besonders die Sparte Handel hinter „MeinKlick“. „Wir unterstützen das Projekt, weil es dazu beiträgt, Jugendliche zu bewussterem Konsumverhalten zu erziehen“, sagt Spartenobfrau Margarethe Gumprecht. „Jugendliche sind unsere Zukunft und sie bestimmen durch ihr Einkaufsverhalten, wie unsere Welt künftig aussieht. Umso wichtiger ist es, ihnen so früh wie möglich vor Augen zu führen, welche Konsequenzen jeder Klick im Internet, jeder Online-Kauf hat.“

Das könnte Sie auch interessieren



Millionenförderung für Wiener Werbewirtschaft

Fachgruppen-Obmann Jürgen Bauer erfreut über kräftige Steigerung der Umsätze im Bereich Digitalisierung sowie umfangreiche EPU-Förderungen [➤ mehr](#)



In der Krise viel gelernt, das uns für die Zeit danach stärkt

Die Hotellerie ist seit dem Corona-Ausbruch vor einem Jahr im Krisenmodus. Wie Wiener Hotelliers mit der Situation umgehen und was die Pandemie in ihren Unternehmen verändert hat. [➤ mehr](#)

