

schätzungsvermögen nicht ausnutzen darf. Diese Art der sozialen Rechtsanschauung ist jedoch tendenziell auf dem Rückzug. Es kommt daher immer stärker auf die Eigeninitiative der Betroffenen an.

Finanzielle Allgemeinbildung kann aber hier nicht in der Weise präventiv wirken, dass die hohen Kosten erkannt werden und daraus der Schluss des Umschuldungsverzichts nahe gelegt wird. Die mit der Umschuldung bezweckten Erfolge stehen nämlich den Verbrauchern in diesen Situationen entweder objektiv (der Kredit wird sonst gekündigt) oder subjektiv (sie können auf den Zusatzkredit für die Bezahlung der Kfz-Reparatur nicht verzichten) nicht zur Disposition. Finanzielle Allgemeinbildung muss daher hier Handlungsalternativen aufzeigen, die konstruktiv auch die Erreichung des jeweils bezweckten Zieles beinhalten.

Zusatzkredite statt Umschuldungen sind jeweils billiger. Restschuldversicherungen sind nicht obligatorisch, worauf man die Bank hinweisen kann. Verlangt sie sie gleichwohl und kann man dies beweisen, dann hat man erhebliche Erstattungsansprüche wegen Falschangabe des Effektivzinssatzes.

Einmalige Ausgaben kann man sich evtl. besser privat leihen oder durch Kontoüberziehung verschaffen, wenn man konkrete Rückzahlungsmöglichkeiten in der Zukunft hat.

Eine Kreditkündigung ist häufig besser als eine Umschuldung und kann für vermögenslose Verbraucher mehr Liquidität als vorher verschaffen. Dies lässt sich leicht ausrechnen.

Wesentliche Elemente finanzieller Allgemeinbildung in der Krise ist aber gerade der transparente, offene, selbstbewusste und solidarische Umgang mit dem Kreditgeber, der hier erhebliche Möglichkeiten hat. Sie gerade für Umschuldungsfälle zu mobilisieren ist ebenfalls eine wichtige Aufgabe finanzieller Allgemeinbildung.

E. Die Praxis finanzieller Bildung in Deutschland

I. Fragestellungen, Ziele und Methoden der Erhebung

Die folgende Übersicht will einen Überblick über die Bildungsangebote geben, die sich entweder gezielt oder rein faktisch mit dem Verhältnis von Bürgern zu den Finanzdienstleistungen beschäftigen. Dabei haben wir uns entsprechend der oben wiedergegebenen Bildungspyramide¹³⁸ nicht nur auf die klassischen Bildungsinstitutionen wie Schule und Weiterbildungseinrichtungen konzentriert sondern das in gemeinnützigen (z.B. Verbraucherzentralen und Schuldnerberatungsstellen) Beratungsleistungen sowie im Kundendienst der Anbieter von Finanzdienstleistungen sowie in den auf Information bedachten Stellungnahmen der Medien einbezogen. Diese Untersuchung ist notwendig exemplarisch und selektiv, weil es finanzielle Allgemeinbildung als umfassenden Bildungsansatz in Deutschland noch nicht gibt.

Finanzielle Allgemeinbildung findet jedoch faktisch statt und zwar überall dort, wo sich Menschen das Wissen über den Umgang mit Finanzdienstleistungen aneignen.

138 S.o. S. 22

Angefangen vom Elternhaus, wo der sparsame Umgang mit dem Taschengeld gelehrt wird, bis hin zum Beerdigungsunternehmer, der Hinweise für die Nutzung der Sterbegeldversicherung für die Beerdigungskosten gibt. Da sich die Frage, ob und wo finanzielle Allgemeinbildung stattfindet, nicht aus der Perspektive derjenigen entscheidet, die sie vermitteln wollen, sondern wie bei aller Bildung nur dort stattfindet, wo sie beim Informationsnutzer auch zu Bildungsprozessen führt, werden wir teilweise dort keine finanzielle Allgemeinbildung finden können, wo sie intendiert ist, wie z.B. in der Unzahl von ungelesenen aber regelmäßig mit öffentlichen Geldern produzierten Bildungsbroschüren. Dafür werden wir dagegen finanzielle Bildung auch dort finden, wo sie nicht beabsichtigt war.

Für eine Zukunft bewusster finanzieller Allgemeinbildung kommt es darauf an, die gut gemeinten aber wirkungslos investierten Mittel in Bereiche umzulenken, wo gelernt wird. Ohne ihn neu zu erfinden oder ergänzend einführen zu müssen, soll der Prozess finanzieller Bildung dort bewusst gemacht, unterstützt und effektiviert werden, wo er auf Grund der gemachten Erfahrungen auch tatsächlich stattfinden wird.

Für die Auswahl waren daher folgende Kriterien entscheidend:

- Zielgenauigkeit und Bildungsmethodik
- Geht es um die Nutzung von Finanzdienstleistungen?
- Wird mit dem Bildungsangebot eine potenziell von Armut gefährdete Gruppe oder eine Armut generierende Situation erreicht?
- Knüpft die Bildung am Erfahrungshorizont der Betroffenen an, bezieht sie sich auf deren Alltagssituationen und -probleme und holt sie daher die Lernenden dort ab, wo sie sind?
- Werden sozial prekäre Situationen, Krisensituationen, Fälle des Scheiterns im privaten Bereich thematisiert?
- Ist die Prävention von Armut ein Ziel der Bildung?

Für die nicht standardisierte Auswertung des empirischen Materials wurden die folgenden Forschungsfragen wurden dabei in der nicht standardisierten Auswertung des empirischen Materials berücksichtigt:

- Wissen, Kenntnisse
- Handelt es sich bei dem Bildungsangebot um Inhalte, die auf den Bereich der privaten Finanzen bezogen sind?
- Werden Kenntnisse über Akteure im Bereich der Finanzdienstleistungen wie z.B. über Anbieter, Vermittler, Berater und über deren Interessen sowie über bestehende Produkte und deren Mechanismen vermittelt?
- Methodische Fähigkeiten und Fertigkeiten
- Wird die Fähigkeit gefördert, relevante Informationsquellen zu erschließen?
- Werden Zusammenhänge zwischen der eigenen finanziellen aktuellen und zukünftigen Situation mit der Wirkung bestimmter Produkte hergestellt?
- Wird im Rahmen des Bildungsangebots die Fähigkeit entwickelt, eigene Bedürfnisse zu erkennen und zu hinterfragen (Themenbereich Konsum, Budgetplanung, Lebensplanung etc.)?
- Soziale Kompetenz
- Ist die Wechselwirkung zwischen Angebotsgestaltung und Bildung der Nachfrage Teil des Bildungsprozesses?

- Befähigt der Bildungsprozess zum eigenständigen Handeln?
- Wird Legitimation, Sicherheit und Solidarität in Problemverarbeitung und Problembehandlung insbesondere durch die Thematisierung von Recht und Berechtigung gefördert?

Bei den gemeinnützigen Trägern, den Anbietern von Finanzdienstleistungen sowie auch bei den Medien wurde stichprobenartig Material gesichtet, das dem Projekt zugänglich war. Im schulischen Bereich wurden dagegen mangels direktem Zugang zum Unterricht die Lehr- und Rahmenpläne für den Unterricht sowie die Rahmenrichtlinien untersucht. Mit einzelnen persönlichen Nachfragen wurde versucht abzuschätzen, welchen Verbindlichkeitsgrad und welche Umsetzungsbedeutung sie in der Praxis haben.

Folgende Methoden der Recherche wurden gewählt:

- Telefoninterviews und Anfrage per E-Mail: Informationen über mögliche Aktivitäten, Beschreibung dieser Aktivitäten, Ziele und Einschätzung der Wirksamkeit, Bitte um Zusendung von Lehrplänen, Stundentafeln, Informations-, Bildungsmaterial, Rückfragen zu bestehenden Projekten/Angeboten/Materialien
- Auswertung von gedruckten Materialien: Unterrichtsmaterialien, Informations- und Bildungsmaterial von gemeinnützigen Trägern oder Anbietern
- Internetrecherche und Auswertung von online verfügbarem Material (Lehrpläne, Stundentafeln, Unterrichtsmaterialien, Materialien und Seminarangebote gemeinnütziger Träger und Anbieter von Finanzdienstleistungen, Finanzinformationsdienstleister, Online-Angebote von Print- und Rundfunkmedien)
- Expertengespräche im Rahmen der Schul- und der Medienanalyse: Der telefonischen Befragung von Lehrern und Lehrerinnen allgemeinbildender Schulen in Hamburg lag ein halbstandardisierter Fragebogen zugrunde, die Medienanalyse wurde durch telefonische Interviews ausgewählter Redaktionen zu Zielen, Konzepten und Kommunikationsstrategien bezüglich ihrer Bildungsangeboten im Bereich der privaten Finanzen ergänzt.

II. Schulunterricht in allgemeinbildenden Schulen

1. Erhebungsziele und -methoden

Die Schule ist die wichtigste Bildungsinstitution im Leben der Menschen. Wenn wir ihren Beitrag zur finanziellen Allgemeinbildung nicht nur nach Art einer Suchmaschine auf dem Internet für das Vorkommen dieser Begriffe aufspüren wollen, sondern nach der Praxis selber fragen, so würde dies eine repräsentative teilnehmende Beobachtung in möglichst vielen verschiedenen Unterrichtseinheiten notwendig machen.

Gemäß dem hier gezeigten Ansatz würde dies die Besprechung des Romans „Die Gebrüder Karamasow“ von Dostojewski mit seiner Wucherproblematik im Deutschunterricht ebenso einschließen wie die Beobachtung und Erläuterung von Wachstumsprozessen in der Biologie, die Berechnung der Zerfallszeiten von Atomen in der Kernphysik, die Zinseszinsrechnung in der Mathematik, die Besprechung der Kreditwirtschaft und Inflation in der Gemeinschaftskunde, der Bankenkrise der 20er Jahre in Geschichte, die Besprechung der kanonischen und biblischen Zinsverbote oder der Schulderlasse in Religion, die Besprechung der Novelle zum „anarchistischen Ban-

kier“ im Spanischunterricht, der Frage von Armut im Ethikunterricht oder etwa der Bankenarchitektur im Kunstunterricht oder der Theorien von Simmel in Philosophie. Überall könnte finanzielle Allgemeinbildung stattfinden, insbesondere, wenn die darin enthaltenen allgemeinen Grundprinzipien wie hier vorgeschlagen auch losgelöst von der Geldform in anderen Zusammenhängen vermittelt wird, wie es z.B. beim Wirtschaften unter dem Knappheitstheorem, der (Tausch)Gerechtigkeit, dem Wachstum, oder von Zeit und Wertbegriffen der Fall ist.

Eine solche Untersuchung würde reizvolle und überraschende Einsichten darüber mit sich bringen, wo und in welchem Unterrichtsfach und auf Grund welcher Bedingungen (Lehrerpersönlichkeit, Alter der Schüler, Leistungsanreize, Praxisbezug) Elemente finanzieller Allgemeinbildung am effektivsten vermittelt wurden. Sie musste jedoch den hier nur vorzubereitenden Modellprojekten überlassen bleiben, weil sie die Möglichkeiten dieses Projekts weit überzogen hätte. Die nachfolgenden Überblicke halten sich demgegenüber an die allgemein zugänglichen Faktoren für den Schulunterricht, die die schulische Unterrichtspraxis zumindest bestimmen. Dabei ist zu unterscheiden zwischen den den Lehrern vorgegebenen Lehrplänen der Schulbehörden, den Zielen und Inhalten, die die Lehrer diesen Plänen im Unterricht beimessen sowie den dabei benutzten Lehrbüchern.

Alle drei Faktoren wurden berücksichtigt. Allerdings wurde das Schwergewicht auf die Pläne gelegt, zu denen die übrigen Faktoren nur Evaluationskriterien waren.

In Telefonaten mit den zuständigen Länderministerien wurde das Konzept finanzieller Allgemeinbildung dargestellt und nach dem Vorkommen solcher Bildung¹³⁹ in den Lehrplänen der Sekundarstufen I und II gefragt. Auf diese Weise konnten zunächst die relevanten Fächer identifiziert werden, deren Lehrpläne näher zu untersuchen sind. Übereinstimmend wurden hier für alle Schularten die Fächer genannt, in denen Elemente ökonomischer Bildung im weitesten Sinne integriert sind. Auch in der Mehrheit der Bundesländer, die ökonomische Inhalte fächerübergreifend behandeln, ließ sich jeweils ein Fach identifizieren, welches speziell die Thematik der privaten Finanzen zum Inhalt hat oder haben könnte.

Auf der Grundlage dieser Informationen wurde für ausgewählte Bundesländer (Schleswig-Holstein, Rheinland-Pfalz, Sachsen-Anhalt und Bayern)¹⁴⁰ eine Lehrplananalyse der relevanten Fächer der allgemeinbildenden Schulen der Sekundarstufe I (Haupt-, Realschule und Gymnasien) sowie der Sekundarstufe II (Gymnasien) durchgeführt. Die Auswahl erfolgte nach geographischen Gesichtspunkten und ist auf Grund der Kulturhoheit der Länder nicht unbedingt repräsentativ für die nicht befragten Länder. Gleichwohl lassen sich Tendenzen aufzeigen und Thesen begründen.

Der Zugang zu den aktuellen Lehrplänen der Bundesländer erfolgte via Internet bzw. durch Zusendung aus den Ministerien. Auf die gleiche Weise erfolgte der Zugang zu

139 Die Frage fasste die Definition der finanziellen Allgemeinbildung weiter als die in dieser Studie benutzte Definition. Es wurde nach allem gefragt, was im weitesten Sinne eine Bildung im Bereich der Finanzdienstleistungen (Anlage, Kredit, Zahlungsverkehr, Massenversicherungen) mit Focus auf die Bereiche Kredit bzw. im Bereich der haushaltsökonomischen Bildung (Haushaltsplanung, Konsum, Bedürfnisse...) darstellen könnte. Im weiteren Verlauf wird hier in Abgrenzung zu finanzieller Allgemeinbildung, wie sie in dieser Studie definiert ist (emanzipatorischer Anspruch, Rückwirkung auf das Angebot), von finanzieller Allgemeinbildung gesprochen.

140 Um den Rahmen nicht zu sprengen, beschränkt sich die Studie auf ein nördliches, ein südliches, ein westliches und ein östliches Bundesland.

den aktuellen Stundentafeln als Grundlage für die Quantifizierung der Bedeutung der relevanten Fächer im Gesamtkontext.

Im zweiten Teil der Analyse wurden auf Grundlage eines halbstandardisierten Fragebogens zunächst Expertengespräche mit Lehrern und Lehrerinnen allgemeinbildender Schulen (Haupt- und Realschule, Gesamtschule, Gymnasien) geführt. Hierbei handelte es sich ausschließlich um Lehrer und Lehrerinnen Hamburger Schulen. Exemplarisch am Beispiel Hamburgs soll dargestellt werden, inwieweit in den Lehrplänen vorhandener „Raum“ für finanzielle Allgemeinbildung in der Praxis genutzt wird und ob es sich hierbei um Elemente finanzieller Allgemeinbildung im Sinne dieser Studie handelt. Eine Verallgemeinerung dieser Ergebnisse bzw. eine Übertragung auf andere Bundesländer ist an dieser Stelle unzulässig, allerdings können auch hier wiederum Thesen zum Stellenwert finanzieller Allgemeinbildung in der schulischen Praxis aufgestellt werden, die als Basis für flächendeckendere Untersuchungen dienen könnten.

Um einen detaillierteren Einblick in die im Unterricht behandelten Inhalte und Zielsetzungen zu erhalten, wurden Unterrichtsmaterialien sowohl von Finanzdienstleistungsanbietern (Banken, Sparkassen, Versicherungen etc.) als auch von gemeinnützigen Trägern (Schuldnerberatungsstellen, Verbraucherzentralen, Stiftung Verbraucherinstitut) ausgewertet, auf die nach Aussage der Lehrer und Lehrerinnen aufgrund des Mangels an Unterrichtseinheiten in Lehrbüchern häufig zurückgegriffen wird. Da es sich bei den untersuchten Materialien vorwiegend um bundesweit zugängliche und auch genutzte Materialien handelt¹⁴¹, lassen diese Ergebnisse eine gewisse Verallgemeinerung zu.

Im Internet wurden Projekte und Initiativen ermittelt, die in Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Kooperationspartnern (v.a. mit Unternehmen, Banken, Stiftungen und sonstigen Akteuren aus der ökonomischen Bildung) an Schulen durchgeführt werden und potenziell finanzielle Bildung vermitteln könnten. Dies wurde fallweise durch Expertengespräche mit Vertretern und Vertreterinnen dieser Kooperationspartner ergänzt.

2. Lehrpläne, Rahmenpläne und Rahmenrichtlinien

a. Die Wirtschaftsfächer

In den gesichteten Plänen zur Unterrichtsgestaltung in allgemeinbildenden Schulen hat der Begriff „Finanzdienstleistungen“ bisher noch keinen Eingang gefunden. Auch die privaten Finanzen als solche werden nach Aussage mehrerer zuständiger Stellen der Ministerien nur ausnahmsweise in Fächern berücksichtigt, in denen im weitesten Sinne ökonomische Inhalte vermittelt werden.

In der folgenden tabellarischen Übersicht sind nach den Schulstufen getrennt solche Fächer genannt, deren Bezeichnung etwas über die wirtschaftliche Ausrichtung aussagen.

¹⁴¹ Nach Aussage von Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen des Sparkassen-Schulservice, der Stiftung Verbraucherinstitut, der Verbraucherzentrale NRW als Herausgeber solcher Unterrichtsmaterialien.

Tabelle 15: Unterrichtsfächer mit Bezug zu finanzieller Bildung an den allgemeinbildenden Schulen der Sekundarstufen I und II

Bundesland	Hauptschule	Realschule	Gesamtschule	Gymnasium
Baden-Württemberg ¹⁴²	Wirtschaftslehre/ Informatik	Gemeinschaftskunde, Projekt „Wirtschaften, Verwalten und Recht“ ¹⁴³ , fächerver- bindende ökonomi- sche Themen		Gemeinschaftskunde
Bayern ¹⁴⁴	Arbeitslehre	Wirtschafts- und Rechtslehre		Wirtschafts- und Rechtsleh- re als Pflichtfach; GK, LK möglich
Berlin ¹⁴⁵	Arbeitslehre, Weltkunde	Arbeitslehre/Berufsori- entierung		Geschichte / Sozialkunde, hier: Sozialkunde (ca. 1/3) In Sek. I, Politische Weltkunde (Sek. II), an dafür vorgesehenen Schulen durch Wirtschafts- lehre ersetzbar
Brandenburg ¹⁴⁶	Arbeitslehre	Arbeitslehre	Arbeitslehre, Wirt- schaftswissenschaft	Arbeitslehre (Sek. I), Wirt- schaftswissenschaft, be- rufsorientierender Schwer- punkt Wirtschaft möglich
Hamburg ¹⁴⁷	Geschichte/Politik und Arbeitslehre/Berufsorientierung	Geschichte/Politik und Arbeitslehre/Berufsori- entierung	Politik und Arbeits- lehre/Berufsorientie- rung	Sozialkunde/Berufsorientie- rung (Sek. I), Ge- meinschaftskunde (Sek. II); ein Fach „Wirtschaft“ kann in der gymnasialen Oberstufe eingerichtet wer- den.
Hessen ¹⁴⁸	Sozialkunde (Lernbereich Ge- sellschaftslehre) und Arbeitslehre	Sozialkunde und Ar- beitslehre	Sozialkunde und Ar- beitslehre	Sozialkunde (Sek. I), Ge- meinschaftskunde (Sek. II), Wahlpflicht-fach Wirt- schaftswissenschaften in der gymnasialen Oberstufe

142 Vgl.: <http://www.kultusministerium.baden-wuerttemberg.de/>: Schule und Wirtschaft: Wirtschaft in den Lehrplänen.

143 Vgl.: <http://lbs.bw.schule.de/realschule/rsonline/wvr/wvrboers.htm>.

144 Angaben gem. schriftlicher Auskunft des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 22.01.01.

145 Angaben gem. schriftlicher Auskunft der Senatsverwaltung für Schule, Jugend und Sport, Berlin vom 24.01.01.

146 Vgl. <http://www.brandenburg.de/land/mjbs/infothek/32seki-v.htm> ergänzt durch schriftliche Auskunft des Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport vom 29.01.01.

147 Angaben gem. Auskunft der Behörde für Schule, Jugend und Berufsorientierung, Amt für Schule vom 19.01.01.

148 Schriftliche Angaben des Hessischen Kultusministeriums vom 22.01.01.

149 Vgl. <http://private.addcom.de/awt-online/7rahmen.htm>;
<http://private.addcom.de/awt-online/8rahmen.htm>;
<http://private.addcom.de/awt-online/9rahmen.htm>;
<http://private.addcom.de/awt-online/9rhw.htm>;
<http://private.addcom.de/awt-online/9rwi.htm>;
<http://private.addcom.de/awt-online/awt-gym.htm>;
<http://private.addcom.de/awt-online/wahlpflf.htm>

Bundesland	Hauptschule	Realschule	Gesamtschule	Gymnasium
Mecklenburg-Vorpommern ¹⁴⁹	Arbeit Wirtschaft Technik Wahlpflichtkurs Hauswirtschaft und Wirtschaft möglich	Arbeit Wirtschaft Technik Wahlpflichtkurs Hauswirtschaft und Wirtschaft möglich		Arbeit Wirtschaft Technik, Umsetzung in den Leitfächern Sozialkunde, Geschichte, Geografie; Wahlpflichtkurs Hauswirtschaft und Wirtschaft möglich
Niedersachsen ¹⁵⁰	Politik, Hauswirtschaft, Arbeit/Wirtschaft	Politik, Hauswirtschaft, Arbeit/Wirtschaft		Sozialkunde/Politik (Sek. I), Politik (Sek. II), Möglichkeit der Gymnasien, das Fach Wirtschaftslehre einzuführen.
Nordrhein-Westfalen ¹⁵¹	Arbeitslehre	Arbeitslehre		Politik (Wirtschaft) (Sek. I), Sozialwissenschaften (Sek. II)
Rheinland-Pfalz ¹⁵²	Arbeitslehre	Sozialkunde, Wahlpflichtfach Wirtschafts- und Sozialkunde möglich	Gesellschaftslehre und Arbeitslehre, Wahlfach Sozialwissenschaften	Grundfach Gesellschaftskunde, hier: Sozialkunde, Wahlfach Sozialwissenschaften
Saarland ¹⁵³	Sozialkunde und Arbeitslehre	Sozialkunde und Wahlpflichtunterricht Technik/Wirtschaft, Schulen können Wirtschaftskunde/Sozialkunde anbieten	Arbeitslehre, Wirtschaftslehre als Schwerpunkt in der Oberstufe	Sozialkunde (Sek. I), Politik (Sek. II)
Sachsen	Keine Informationen	Keine Informationen	Keine Informationen	Gemeinschaftskunde / Rechtserziehung / Wirtschaft (GK und LK möglich) ¹⁵⁴
Sachsen-Anhalt ¹⁵⁵	Lernbereich Wirtschaft-Technik, Hauswirtschaft	Lernbereich Wirtschaft-Technik, Hauswirtschaft		Wirtschaft-Technik (Wahlpflicht, 8-9), Wirtschaftslehre als Wahlpflichtfach möglich (10-12)
Schleswig-Holstein ¹⁵⁶	Wirtschaft/Politik und Hauswirtschaft	Wirtschaft/Politik und Hauswirtschaft	Wahlpflicht Wirtschaftslehre, Hauswirtschaft	Wirtschaft/Politik (Sek. II), GK möglich, LK wenn angeboten
Thüringen ¹⁵⁷	Wirtschaft und Technik	Wirtschaft und Technik, Wahlpflichtfach Wirtschaft-Umwelt-Europa	Wirtschaft und Technik, Wahlpflichtfach Wirtschaft-Umwelt-Europa, Wirtschaft und Recht	Wirtschaft und Recht

Teilweise existieren für den Bereich Wirtschaft offizielle Lehrpläne, Rahmenpläne oder Rahmenrichtlinien. In einigen Bundesländern werden die finanziellen Inhalte in eigenständigen Fächern, in anderen fächerübergreifend in Fächern wie Arbeitslehre,

150 Angaben gem. schriftlicher Auskunft des Niedersächsischen Kultusministeriums vom 24.01.01.

151 Angaben gem. schriftlicher Auskunft des Ministeriums für Schule, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen vom 31.10.00.

152 Angaben gem. schriftlicher Auskunft des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Weiterbildung des Landes Rheinland-Pfalz vom 29.01.01.

153 Angaben gem. der schriftlichen Auskunft des Ministeriums für Bildung, Kultur und Wissenschaft des Saarlandes vom 14.02.01.

154 Vgl. Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung, Ludwig-Erhard-Stiftung (Hg.): Wirtschaft in der Schule. Eine umfassende Analyse der Lehrpläne für Gymnasien. Gütersloh 1999, S. 119.

155 Angaben gem. schriftlicher Auskunft des Kultusministeriums des Landes Sachsen-Anhalt vom 25.01.01.

Geschichte, Erdkunde, Sozialkunde, Gemeinschaftskunde und Politik unterrichtet¹⁵⁶. Als unmittelbar thematisch einschlägig wurden in den Aufsichtsbehörden nur die Fächer genannt, die explizit die Wirtschaft als Thema nennen.

Deutlich dominiert in der Hauptschule der Schwerpunkt „Arbeit“, der mit seiner Berufsorientierung auch das Ziel der allgemeinbildenden Schulen in der Berufsvorbereitung sieht. Zwar wird vereinzelt das Thema „Hauswirtschaft“ oder „Wirtschaft“ schlechthin genannt. Der Begriff „Konsum“ fehlt jedoch. Dem kann eine deutliche Orientierung auf die produktive Arbeit, die durch die Einkommenserzielung definiert ist, entnommen werden. Die „unproduktive“ Konsumarbeit, bei der es um die durch die Finanzdienstleistungen vermittelten Prozesse der Verfügbarkeit des Einkommens für die eigentlich wichtigen reproduktiven Zwecke geht, ist insoweit in die Peripherie gedrängt.

Nur an den Hauptschulen Schleswig-Holsteins und Sachsen-Anhalts wird in der Grundschule explizit der Bereich Wirtschaft gelehrt (Wirtschaft/Politik und Wirtschaft-Technik). In Rheinland-Pfalz und Bayern sind ähnliche Inhalte im Fach Arbeitslehre versteckt.

In diesen beiden Ländern taucht dann in der Realschule ein Fach mit explizit wirtschaftsbezogenen Anteilen auf: Wirtschafts- und Sozialkunde in Rheinland-Pfalz sowie Wirtschafts- und Rechtslehre in Bayern. In Schleswig-Holstein und Sachsen-Anhalt gelten für die Realschule die gleichen Fächerbezeichnungen und auch Inhalte wie für die Hauptschule (ergänzt durch ein verbindliches 10. Schuljahr). An den Gesamtschulen gibt es in Schleswig-Holstein das Fach Wirtschaftslehre, in Rheinland-Pfalz könnten relevante Inhalte der finanziellen Allgemeinbildung in das Fach Gesellschaftslehre / Arbeitslehre oder in das Wahlfach Sozialwissenschaften integriert sein.

Auch in den Gymnasien gibt es lediglich Möglichkeiten der Verortung Inhalte finanzieller Allgemeinbildung im Fächerkanon nicht jedoch ihre verbindliche explizite Berücksichtigung.

In Schleswig-Holstein werden ökonomische und damit z.T. auch finanzbezogene Inhalte erst in der gymnasialen Oberstufe im Fach Wirtschaft/Politik einbezogen, in der

156 Angaben gem. schriftlicher Auskunft des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein vom 02.02.01.

157 Angaben gem. schriftlicher Auskunft des Thüringer Kultusministeriums vom 25.01.01.

158 Ein erster Versuch einer umfassenden Analyse von Lehrplänen hinsichtlich ökonomischer Inhalte für den Bereich der Gymnasien wurde in einer im Jahre 1999 von der Bertelsmann Stiftung, der Heinz Nixdorf Stiftung und der Ludwig-Erhard-Stiftung herausgegebenen Untersuchung gemacht (Vgl. Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung, Ludwig-Erhard-Stiftung (Hg.): Wirtschaft in der Schule. Eine umfassende Analyse der Lehrpläne für Gymnasien. Gütersloh 1999). Selbst in diesem eingegrenzten Rahmen hatte dieses Vorhaben mit großen Schwierigkeiten zu kämpfen: „Der auf der Suche nach ökonomischer Bildung über die gesellschaftlichen Fächer der Bundesländer schweifende Blick stellt allein in der Schulform Gymnasium erhebliche Unterschiede in der Bezeichnung und auch der Ausrichtung der Fächer fest, in denen Bestandteile ökonomischer Bildung erwartet werden können. Zwar existieren die Schulfächer Geschichte und Erdkunde bzw. Geografie, in denen sich angesichts der Ausdifferenzierung der jeweiligen Disziplinen auch wirtschaftshistorische und –geografische Elemente vermuten lassen, damit endet aber auch schon die Gemeinsamkeit. Die Bezeichnungen der Fächer, in denen ökonomische Bildung erwartet werden kann, differiert erheblich. Auch Fächer mit ähnlicher oder gleicher Bezeichnung verfolgen durchaus unterschiedliche Ausrichtungen.“

Sekundarstufe I fehlt ein Anknüpfungspunkt.¹⁵⁹ In Rheinland-Pfalz besteht kein eigenständiges Fach für ökonomische und damit evtl. auch finanzbezogene Inhalte. In der Sekundarstufe I und in der Sekundarstufe II können sie allerdings im Schwerpunkt Sozialkunde als Querschnittsfach einfließen. In Sachsen-Anhalt gibt es in den Sekundarstufen I und II das Fach Wirtschaftslehre. Ein ebenso eigenständiges Fach wird in Bayern mit Wirtschafts- und Rechtslehre sowohl in der Sekundarstufe I als auch in der Sekundarstufe II unterrichtet.

Im Ergebnis kann damit festgehalten werden, dass die Wirtschaft im Schulunterricht sich von der Grundschule an vom Beruf her definiert. Arbeit wird mit produktiver Arbeit und mit Einkommenserzielung gleichgesetzt.

Auf dieser Basis wird dann der Horizont je nach Bundesland erweitert hin zum Bereich der Gesellschaft, die in umfassender soziologischer Perspektive erscheint oder zum Bereich „Wirtschaft“ und „Recht“, bei dem eine eingeschränktere Sichtweise vorherrscht, die Wirtschaft bereits als den Prozess der Produktion und Distribution solcher Güter und Dienstleistungen begreift, die auf dem Markt getauscht werden.

Entscheidend für die Bedeutung dieser Fächer als Anknüpfungspunkt finanzieller Allgemeinbildung ist aber auch ihr zeitlicher Umfang. Geht man davon aus, dass Schülerinnen und Schüler zwischen 24 und 30 Stunden pro Woche bzw. etwa 1.000 Stunden Unterricht im Jahr haben, dann wäre die überwiegende Gewichtung von einer Unterrichtsstunde pro Woche etwa 4 % des Unterrichts, ein Block von 8 Stunden im Schuljahr entspräche knapp unter 1 % des Unterrichts. Wie der nachfolgende kursorische Überblick deutlich macht, sind die Bereiche Wirtschaft, Gesellschaft, Recht und Politik danach insgesamt mit max. 10 % im allgemeinbildenden Unterricht vertreten, wobei die Schüler teilweise auch noch durch Abwahlmöglichkeiten diesen Anteil reduzieren können.

In der Hauptschule sind in allen untersuchten Bundesländern die genannten Fächer verbindlich. In Rheinland-Pfalz, Sachsen-Anhalt und Bayern sind sie durchgehend von Klasse sieben bis neun bzw. zehn zu belegen, in Schleswig-Holstein in Klasse acht und neun. Der Umfang variiert von einer Wochenstunde Arbeitslehre in der Klasse sieben in Bayern über zwei Wochenstunden (Klasse 8-10 in Bayern, Klasse 8 und 9 in Schleswig-Holstein, Klasse 10 in Rheinland-Pfalz und Klassen 9 und 10 in Sachsen-Anhalt) bis hin zu drei Wochenstunden (Klasse 7-9 in Rheinland-Pfalz, Klasse 7 und 8 in Sachsen-Anhalt). Zusätzlich kann in Schleswig-Holstein noch das Fach Hauswirtschaft alternativ zu Textiles/Werken mit einem Umfang von 2 Wochenstunden in Klasse 7-9 gewählt werden, wobei sich dahinter weniger allgemeine Wirtschaftsprozesse als die traditionelle Hausarbeit versteckt, bei der wenig Raum für Finanzdienstleistungen besteht.¹⁶⁰

In den Realschulen sind die oben genannten Fächer in Schleswig-Holstein (Klasse 9 und 10), Sachsen-Anhalt (7-10) und Bayern (8-10 oder 9-10) verpflichtend zu belegen. Rheinland-Pfalz bietet mit Wirtschafts- und Sozialkunde ein Wahlpflichtfach an, das in den Klassen 9 und 10 aus insgesamt acht Angeboten gewählt werden kann. Der Umfang des Unterrichts variiert von einer Stunde pro Woche (Schleswig-Holstein Klasse 9, Bayern je nach Wahlpflichtfächergruppe in den Klassen 8-10) über zwei Stunden in Schleswig-Holstein Klasse 10, Sachsen-Anhalt Klasse 9 und 10 sowie Bayern Klasse 8-10 bei entsprechender Wahlpflichtfächergruppe, zu dreistündigen Kursen in Rhein-

¹⁵⁹ Gem. Auskunft des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein vom 21.02.01.

land-Pfalz Klasse 10, Sachsen-Anhalt Klasse 7 und 8 bis hin zu einem vierstündigen Kurs in der Klasse 9 in Rheinland-Pfalz.¹⁶¹

An den Gesamtschulen in Schleswig-Holstein kann Wirtschaftslehre (7-10) alternativ zu einer zweiten Fremdsprache oder zum Fach Technik belegt werden. In Rheinland-Pfalz ist Gesellschaftslehre/Arbeitslehre ein Pflichtfach für die Klassen 7-9, in den Klassen 9 und 10 kann Sozialwissenschaften als Wahlfach belegt werden. Der Umfang der Fächer Wirtschaftslehre und Gesellschaftslehre/Arbeitslehre beträgt von Klasse 7-10 bzw. 7-9 jeweils 4 Wochenstunden, Sozialwissenschaften wird mit 3 Wochenstunden belegt.¹⁶²

An der Sekundarstufe I der Gymnasien existiert in Schleswig-Holstein kein Fach mit explizit ökonomischen oder finanzbezogenen Inhalten, in Rheinland-Pfalz wird Sozialkunde in den Klassen 9 und 10 verpflichtend unterrichtet, in Sachsen-Anhalt besteht das Fach Wirtschaftslehre als Wahlpflichtfach für die Klassen 9 und 10 und in Bayern ist die Teilnahme an Wirtschafts- und Rechtslehre in den Klassen 8-10 verpflichtend. Der Umfang beträgt eine Wochenstunde (Rheinland-Pfalz Klasse 10, Sachsen-Anhalt Klasse 9 und 10, Bayern Klasse 8-10) bzw. zwei Wochenstunden (Rheinland-Pfalz Klasse 9). An den Gymnasien Schleswig-Holsteins ist lediglich in Klasse 11 ein Pflichtunterricht in Wirtschaft/Politik mit zwei Wochenstunden vorgesehen, in Rheinland-Pfalz ist das Fach Sozialkunde ebenfalls in Jahrgangsstufe 11 mit zwei Wochenstunden noch verpflichtend, in Sachsen-Anhalt wird es in der sog. Einführungsphase unterrichtet, in Bayern wird das Fach Wirtschafts- und Rechtslehre an allgemeinbildenden Gymnasien in der Jahrgangsstufe 11 nicht mehr unterrichtet. Im Kurssystem der gymnasialen Oberstufe (12 und 13) kann in allen oben genannten Fächern der beschriebenen Bundes-

160 Vgl. insges.: Kultusministerium Schleswig-Holstein: Studentafel Hauptschule. Runderlass vom 22. Mai 1980. In: NBI.KM.Schl.-H.1980. Kiel 1980. S. 204; Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Weiterbildung Rheinland-Pfalz: Studentafeln für die Klassenstufen 5 bis 9/10 der Hauptschule, der Realschule, des Gymnasiums, der Gesamtschule und der Sonderschule. VV. D. MfBK vom 10.04.1992 (943 A – Tgb.Nr. 1063/91) (Amtsbl. S. 289). S. 1 ff.; Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt: Studentafel für den Sekundarschulbildungsgang, gültig ab 01.08.01. Schriftliche Auskunft des Kultusministeriums des Landes Sachsen-Anhalt vom 24.01.2001; Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus: Wirtschaftliche Bildung/Fach „Wirtschaft“ an bayerischen Schulen. Umfang/Studentafel. Schriftliche Auskunft des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 22.01.2001.

161 Vgl. insges.: Ministerium für Frauen, Bildung, Weiterbildung und Sport: Studentafel für die Realschule. Runderlass vom 27. Februar 1995. In: NBI.MWFK/MFBWS.Schl.-H. 1995. Kiel 1995, S. 74; Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Weiterbildung Rheinland-Pfalz: Studentafeln für die Klassenstufen 5 bis 9/10 der Hauptschule, der Realschule, des Gymnasiums, der Gesamtschule und der Sonderschule. VV. D. MfBK vom 10.04.1992 (943 A – Tgb.Nr. 1063/91) (Amtsbl. S. 289). S. 1 ff.; Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt: Studentafel für den Sekundarschulbildungsgang, gültig ab 01.08.01. Schriftliche Auskunft des Kultusministeriums des Landes Sachsen-Anhalt vom 24.01.2001; Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus: Wirtschaftliche Bildung / Fach „Wirtschaft“ an bayerischen Schulen. Umfang/Studentafel. Schriftliche Auskunft des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 22.01.2001.

162 Vgl. insges.: Kultusministerium Schleswig-Holstein: Studentafel für die Angebotsschulen in Neumünster und Kiel-Friedrichsort. Gesamtschulen. Runderlass vom 20.12.1982. Schriftliche Auskunft des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein vom 02.02.2001; Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Weiterbildung Rheinland-Pfalz: Studentafeln für die Klassenstufen 5 bis 9/10 der Hauptschule, der Realschule, des Gymnasiums, der Gesamtschule und der Sonderschule. VV. D. MfBK vom 10.04.1992 (943 A – Tgb.Nr. 1063/91) (Amtsbl. S. 289). S. 1 ff.

länder wahlweise ein Grund- oder Leistungskurs belegt werden, falls letzteres an den Schulen angeboten wird.¹⁶³

b. Geld innerhalb der Wirtschaftsfächer

Der bereits bescheidene Anteil der Fächer, die finanzielle Bildung aufnehmen könnten, reduziert sich noch einmal auf etwa 1/5 des möglichen Umfangs, wenn man innerhalb der Fächer die Themen- und Unterthemen analysiert, die einen Bezug zum Geld haben. Dabei ist auch wiederum zu unterscheiden, ob das Geld als volkswirtschaftliche Größe oder ob es in Bezug auf seine Nutzung über die Finanzdienstleistungen eine Rolle spielt. Nur wenn dies Gegenstand des Lehrplans ist, kann finanzielle Allgemeinbildung, wie sie hier nutzenorientiert definiert ist, sinnvoller Inhalt dieser Unterrichtseinheiten sein. Wo z.B. der Geld- und Warenkreislauf besprochen wird, geht es um Äquivalententausch und nicht um die Schnittstelle zwischen Arbeitseinkommen, Bedürfnis und Nachfrage.

In der Hauptschule in Schleswig-Holstein ist das Fach Wirtschaft/Politik¹⁶⁴ in Klasse 8 und 9 in insgesamt 6 Themenbereiche untergliedert, die jeweils wieder eine unterschiedliche Anzahl von Unterthemen aufweisen. In einem dieser sechs Themenbereiche ist wiederum als eines von drei Unterthemen unter der Überschrift „Alle wollen nur mein Geld – Geld, Verbraucherschutz und Konsum“ ein Anknüpfungspunkt für finanzielle Allgemeinbildung zu finden. Er macht also allenfalls 5 % dieses Unterrichts aus. Ähnlich ist es im wahlweise zu belegenden Fach Haushaltslehre.¹⁶⁵ Hier ist in einem von vier in den Klassen 7-9 zu behandelnden Themenbereichen als eines von drei Unterthemen die Überschrift „Mit dem Einkommen auskommen: Bedürfnis, Bedarf und Güter, Einkommensstruktur der privaten Haushalte, das Auskommen sichern“ zu finden.

Im Fach Arbeitslehre¹⁶⁶ der Hauptschule in Rheinland-Pfalz wird in Klasse 7 einer von vier Themenbereichen für Inhalte finanzieller Allgemeinbildung relevant, die sich konkret in 4 von 11 Unterthemen dieses Themenbereichs widerspiegeln. In Klasse 8 fehlen Bezüge zu Inhalten finanzieller Allgemeinbildung gänzlich, hier wird der Schwerpunkt auf die Berufsorientierung gelegt. In Klasse 9 sind insgesamt vier The-

163 Vgl. insges.: Kultusministerium Schleswig-Holstein: Studentafeln Gymnasium Klassenstufe VI bis U II. Runderlass vom 22. Mai 1980. In: NBI.KM.Schl.-H. S. 202; Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Weiterbildung Rheinland-Pfalz: Studentafeln für die Klassenstufen 5 bis 9/10 der Hauptschule, der Realschule, des Gymnasiums, der Gesamtschule und der Sonderschule. VV. D. MfBK vom 10.04.1992 (943 A – Tgb.Nr. 1063/91) (Amtsbl. S. 289). S. 1 ff; Kultusministerium des Landes Sachsen Anhalt: SVBl. LSA Nr. 9/1999 vom 23.6.1999. Studentafeln Sekundarstufe I: Gymnasium. S. 278; Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus: Wirtschaftliche Bildung/Fach „Wirtschaft“ an bayerischen Schulen. Umfang/Studentafel. Schriftliche Auskunft des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vom 22.01.2001.

164 Vgl. Lehrplan für die Sekundarstufe I der weiterführenden allgemeinbildenden Schulen Hauptschule und Realschule: Wirtschaft/Politik:
http://www.lernnetz-sh.de/lehrplan/sek_i/faecher/wipo/wipo.doc

165 Vgl. Lehrplan für die Sekundarstufe I der weiterführenden allgemeinbildenden Schulen Hauptschule und Realschule, Gesamtschule: Haushaltslehre:
http://www.lernnetz-sh.de/lehrplan/sek_i/faecher/haushalt/haushalt.doc

166 Vgl. Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Weiterbildung (Hg.): Lehrplan Arbeitslehre (Klassen 7-9/10) Hauptschule. Mainz 2000.

menbereiche vorgesehen, von denen zwei einen Bezug zu Inhalten finanzieller Allgemeinbildung aufweisen: „Leben und Wirtschaften in Haushalt, Betrieb und Staat“ hat seinen Scherpunkt im Bereich der öffentlichen Haushalte und des Verhältnisses Ökologie-Ökonomie. Nur eines von sechs Unterthemen könnte Inhalte finanzieller Allgemeinbildung beherbergen. Im Bereich „Wirtschaften mit Geld – Zahlungsverkehr“ liegt der Schwerpunkt auf volkswirtschaftlichen Themen wie Geldpolitik, Geld- und Wirtschaftskreislauf und Währung. Drei von zehn Unterthemen beschäftigen sich hier mit dem Gegenstand der privaten Finanzen im weitesten Sinne.

In Klasse 10 werden in einem von vier Handlungsfeldern wiederum in zwei von fünf Unterthemen die Begriffe Konsum und Planung der sozialen Absicherung im Sinne von privaten Finanzen erwähnt. Im Handlungsfeld Arbeitslehre/Wirtschaft werden ausschließlich volkswirtschaftliche Inhalte behandelt.

In Sachsen-Anhalt berühren im Fach Wirtschaft-Technik¹⁶⁷ in Klasse 8 zwei von vier Pflichtthemen Elemente finanzieller Allgemeinbildung. Eines im Rahmen zweier von vier Unterthemen, das andere im Rahmen zweier von acht Unterthemen. Darüber hinaus existieren drei Wahlthemen, von denen ein Thema im vierten Unterpunkt finanzielle Allgemeinbildung streift. In den Klassen 9/10 könnte eines von sieben Pflichtthemen unter der Überschrift „Verbraucherin/Verbraucher und Verbraucherrecht“ mit einem Umfang von 8 Unterrichtsstunden in allen fünf Unterthemen Elemente finanzieller Allgemeinbildung umfassen. Das Unterthema „Geld und Kredit“ ist dagegen unmittelbar einschlägig. (drei von vier Unterthemen). Die drei Wahlthemen der Klassen 9/10 bieten keinen Raum für Elemente finanzieller Allgemeinbildung.

In der Klasse 7 der bayerischen Hauptschulen existieren im Fach Arbeitslehre¹⁶⁸ insgesamt vier Lehrplaneinheiten, von denen eine in zwei von vier Themenbereichen Elemente finanzieller Allgemeinbildung aufweist. In Klasse 8 ist in keiner der vier Lehrplaneinheiten ein Berührungspunkt aufzufinden, in Klasse 9 ist dies jedoch in einer kompletten Lehrplaneinheit (Die Bedeutung der Geldinstitute für den Einzelnen) von insgesamt fünf der Fall. In Klasse 10 existieren 6 Lehrplaneinheiten. Hier könnten in zwei dieser Einheiten Elemente finanzieller Allgemeinbildung verortet werden.

Für die Realschulen in Schleswig-Holstein und Sachsen-Anhalt gilt das bereits bei den Hauptschulen Ausgeführte. In Rheinland-Pfalz können im Fach Wirtschafts- und Sozialkunde¹⁶⁹ in Klasse 9 in zwei von fünf Themenbereichen Elemente finanzieller Allgemeinbildung verortet werden. Im Themenbereich „Haushalt“ geschieht dies in drei von sieben Unterthemen, im Themenbereich Geldverkehr im Wirtschaftskreislauf in einem von vier Unterthemen. In Klasse 10 sind insgesamt keine Inhalte finanzieller Allgemeinbildung vorgesehen. Wirtschafts- und Rechtslehre¹⁷⁰ an bayerischen Realschulen beinhaltet in Klasse 8 sechs Lehrplaneinheiten, von denen eine in zwei von drei Themenbereichen eine Verortung finanzieller Allgemeinbildung ermöglichte. In Klasse 9

167 Vgl. Kultusministerium Sachsen-Anhalt: Rahmenrichtlinien Sekundarschule. Schuljahrgänge 7-10. Wirtschaft-Technik. Magdeburg 1999.

168 Vgl. Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus. Lehrplan für die Hauptschule. Fach Arbeitslehre: http://www.isb.bayern.de/bf/isbl/lps/ghs/hs_al.pdf.

169 Vgl. Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Weiterbildung (Hg.): Lehrplan Wahlpflichtfach Wirtschafts- und Sozialkunde (Klassen 9 und 10). Realschule. Mainz 1999.

170 Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus. Rahmenplan Wirtschafts- und Rechtslehre: <http://www.isb.bayern.de/bf/isbl/lps/rs/r4e3.pdf>

kann in einer von acht Lehrplaneinheiten im Rahmen eines von zwei Themenbereichen finanzielle Allgemeinbildung stattfinden. Die Klasse 10 weist insgesamt keine Elemente finanzieller Allgemeinbildung auf.

In den Gesamtschulen Schleswig-Holsteins werden im Fach Wirtschaftslehre¹⁷¹ in dem Zeitraum von Klasse 7-10 vier große Themenbereiche bearbeitet. Die Themenbereiche I und II enthalten jeweils eines von vier bzw. sechs Themen, die einen Bezug zur finanziellen Allgemeinbildung zulassen. Das Thema „Vom Umgang mit Geld“ kann in zwei von vier Unterthemen als Anknüpfungspunkt für finanzielle Allgemeinbildung betrachtet werden, beim Thema „Chancen und Herausforderungen der Konsumgesellschaft“ ist dies in drei von sieben Unterthemen der Fall. Alle weiteren Themenbereiche, Themen und Unterthemen beinhalten keinen Ansatz der Bildung bezüglich privater Finanzen.

An den Gymnasien in Schleswig-Holstein macht der Bereich Wirtschaft im Fach Wirtschaft/Politik¹⁷² in den Jahrgängen 11 bis 13 etwa 30 % des Lehrinhaltes aus. Im Rahmen des Wahlgrundkurses können in einem von drei Themenbereichen Inhalte finanzieller Allgemeinbildung verankert werden. Im Fach Sozialkunde an rheinland-pfälzischen Gymnasien wird in Klasse 9 in einem von sechs Themenbereichen „Wirtschaft und Umwelt“ behandelt. Dort haben wiederum zwei von neun zu bearbeitenden Grundbegriffen im weitesten Sinne einen Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung. In den Themen für die Klasse 10, Jahrgangsstufe 11 und für die Grund- und Leistungskurse der Jahrgangsstufe 12 und 13 sind keine Berührungspunkte zur finanziellen Allgemeinbildung herzustellen.

In Sachsen-Anhalt sind im Fach Wirtschaftslehre¹⁷³ in den Jahrgängen 9 und 10 vier Pflichtthemen vorgesehen, von denen zwei (vorgesehener Umfang insges. 14 Std. bzw. 12 Std.) mit drei von neun Unterthemen bzw. mit einem von fünf Unterthemen einen Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung haben. Bei den drei Wahlthemen ist eines mit Berührungspunkten zu finanzieller Allgemeinbildung aufzufinden. In den drei Themenbereichen des Schuljahrgangs 11 berührt einer im Rahmen von einem von zwei Unterthemen, dort wiederum in einem von neun Unterpunkten die finanzielle Allgemeinbildung. In den Schuljahrgängen 12 und 13 sind vier Themenbereiche vorgesehen, von denen zwei in je einem von vier bzw. fünf Unterthemen Aspekte finanzieller Allgemeinbildung aufweisen.

Das Fach Wirtschafts- und Rechtslehre¹⁷⁴ an bayerischen Gymnasien sieht in Klasse 8 drei Lehrplaneinheiten vor, zwei von ihnen stellen in einem von vier bzw. zwei von sechs Themenbereichen einen Bezugspunkt für finanzielle Allgemeinbildung dar. Die drei Lehrplaneinheiten in Klasse 9 sind gänzlich frei von Elementen finanzieller Allgemeinbildung, wohingegen eine der vier Lehrplaneinheiten der Klasse 10 in zwei von

171 Vgl. Lehrplan für die Sekundarstufe I der weiterführenden allgemeinbildenden Schulen Gesamtschule: Wirtschaftslehre: http://www.lernnetz-sh.de/lehrplan/sek_i/faecher/w_lehre/w_lehre.doc

172 Vgl. Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung, Ludwig-Erhard-Stiftung (Hg.): Wirtschaft in der Schule. Eine umfassende Analyse der Lehrpläne für Gymnasien. Gütersloh 1999, S. 130 ff.

173 Vgl. Kultusministerium Sachsen-Anhalt: Vorläufige Rahmenrichtlinien Wirtschaftslehre Gymnasium. Wahlpflichtkurs: Schuljahrgänge 9-10. Grundkurs: Schuljahrgänge 11-13. Magdeburg 2000.

174 Vgl. Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung, Ludwig-Erhard-Stiftung (Hg.): Wirtschaft in der Schule. Eine umfassende Analyse der Lehrpläne für Gymnasien. Gütersloh 1999, S. 55 ff. sowie <http://www.wr-unterricht.de/>.

vier Themenbereichen einen Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung hat. Der Grundkurs der gymnasialen Oberstufe weist keine Elemente finanzieller Allgemeinbildung auf, wohingegen im Leistungskurs in Jahrgangsstufe 12, die die Hälfte der Unterrichtszeit in Anspruch nehmende Einheit Betriebswirtschaft in einem von sieben Themenbereichen einen Anknüpfungspunkt darstellen könnte. Im Leistungskurs in Jahrgangsstufe 13 widmet $\frac{1}{4}$ eines Halbjahres betriebswirtschaftlichen Fallstudien, wobei drei von vier Wahlthemen Anknüpfungspunkte für finanzielle Allgemeinbildung darstellen könnten.

Am nächsten zur Thematik finanzieller Allgemeinbildung liegt in den Klassen 8-9 der Hauptschule in Schleswig-Holstein unter dem Oberthema „Konsumgesellschaft – Chancen und Herausforderungen“ ein Unterthema: „Alle wollen nur mein Geld – Geld, Verbraucherschutz und Konsum“. Schaut man sich die Erläuterungen an, dann geht es aber auch hier nur volkswirtschaftlich um Markt, Wettbewerb und Wirtschaftspolitik sowie das Verhältnis Ökonomie-Ökologie. Entsprechend bilden dann auch die weiteren inhaltlichen Schwerpunkte des gesamten Faches in diesen Klassenstufen die Bereiche Gesellschaft und Politik, Staat sowie Volks- und Weltwirtschaft. Das Fach Haushaltslehre der Klassen 7 bis 9 weist im Themenbereich „Wirtschaftsabläufe im privaten Haushalt“ das Unterthema „Mit dem Einkommen auskommen“ auf. Hier geht es um die klassische Budgetplanung und nicht um Finanzdienstleistungen. Weitere Unterthemen behandeln hier den privaten Haushalt aus betriebswirtschaftlicher Sicht sowie die unterschiedlichen Märkte. Weiterhin werden die großen Themenbereiche „Arbeit im Haushalt“, „Gesunde Lebensweise“ sowie „Leben in der Gemeinschaft“ behandelt.

Das Fach Arbeitslehre an den Hauptschulen Rheinland-Pfalz sieht in Klasse sieben im Lernbereich Arbeitslehre-Wirtschaft eine Einführung in Wirtschaften und Verwalten vor. Die folgenden vier Ziele machen aber deutlich, dass die Optimierung der Verbraucherentscheidung bei potenter Nachfrage im Mittelpunkt steht, nicht aber die Situation von Marktohnmacht, Ausschlussbedrohung, mangelnder Kreditwürdigkeit, die prozedurale Armutsprozesse bewirken können, wenn es dort heißt:

Die Fähigkeit, für den Kauf eines Gutes oder einer Dienstleistung Informationen zu sammeln, auszuwerten und daraus wirtschaftliche Entscheidungen abzuleiten; die Einsicht in die Wirkung von Werbung; die Kenntnis, dass Sachgüter und Dienstleistungen Bedürfnisse befriedigen und ihren Preis haben sowie die Fähigkeit, das ökonomische Prinzip für das eigene wirtschaftliche Handeln zu nutzen.

Die sieben weiteren Ziele gehen dann um die Themen Arbeit (Arbeitsorganisation), Wirtschaft (Angebot, Nachfrage, Preis) und Verwaltung (Büroorganisation).

Im Lernbereich Arbeitslehre-Wirtschaft der Klasse 9 werden neben den großen Themenbereichen „Vorbereiten des Berufseinstiegs“ und „regionale Wirtschaftspolitik“ die Bereiche „Leben und Wirtschaften in Haushalt, Betrieb und Staat“ behandelt. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt hier auf den öffentlichen Haushalten sowie auf dem Verhältnis Ökonomie und Ökologie. Eines von sechs angegebenen Zielen hat wiederum das Budget zum Ausgangspunkt, wenn es dort heißt: „Bewusstsein, dass privates Einkommen planvoll verwendet werden muss“. Weiterhin stellt der Themenbereich „Wirtschaften mit Geld – Zahlungsverkehr“ einen Anknüpfungspunkt dar, der allerdings wiederum volkswirtschaftlich ausgerichtet ist. In drei von zehn Zielformulierungen geht es dabei einerseits um Verstehen und Einsicht dann aber auch um soziale Kompetenz, Handlungswissen und Fähigkeiten der Nutzung von Geld:

Einsicht, dass der private Haushalt zur Deckung seiner Grund- und Wahlbedürfnisse Geld in Umlauf bringen muss und dabei die Dienstleistungen der Kreditinstitute in Anspruch

nimmt“; der „Fähigkeit, Geldangelegenheiten des täglichen Bedarfs ausführen zu können“ und dem „Einblick in ausgewählte Spar- und Kreditgeschäfte.

Der Schwerpunkt dieses Themenbereichs liegt im Bereich Geldpolitik, Geld- und Wirtschaftskreislauf und Währung. In Klasse 10 lässt sich im Handlungsfeld Arbeitslehre-Technik/Haushalt das Thema „Lebensstil“ im Umfang von 50 % eines Halbjahres als möglicher Ort finanzieller Allgemeinbildung angeben. Hier werden zwei von fünf in Bezug auf die finanzielle Allgemeinbildung relevanten Ziele benannt: der „Einblick in Leitbilder und Modelle, die unsere Wertvorstellungen, Konsumgewohnheiten und die Art des Lebens beeinflussen“ sowie die „Fähigkeit, soziale Absicherung zu planen und Verträge zu schließen“. $\frac{3}{4}$ des Schuljahres sind im Fach Arbeitslehre allerdings durch die Bereiche Arbeitsmarkt, Volkswirtschaft und Informationstechnik (je zu $\frac{1}{4}$) geprägt.

In Klasse 8 der Hauptschule in Sachsen-Anhalt werden unter der Überschrift „Wirtschaften mit dem Einkommen“ die Unterthemen „Sicherung der menschlichen Existenz durch Befriedigung von Bedürfnissen“ sowie „Haushaltsplanung im privaten Haushalt“ behandelt. Arbeit und Einkommen bzw. Einkommensarten bilden hier den zweiten Schwerpunkt. „Markt, Verbraucher und Umwelt“ stellt einen zweiten Themenbereich dar, in dem in zwei Unterthemen ein Bezug zur finanziellen Allgemeinbildung besteht: „Beeinflussung des Verbraucherverhaltens“ sowie „Verbraucherinformation und –schutz“. Schwerpunkt dieses Themas sind allerdings eindeutig mikro- und makro-ökonomische (Angebot, Nachfrage, Märkte, Wettbewerb) sowie ökologische Fragestellungen. Weitere Themenbereiche beinhalten berufsorientierende, betriebswirtschaftliche und wirtschaftspolitische Schwerpunkte.

Im Wahlthema „Entwicklung und Funktion des Geldes“ wird „Bargeldloser Zahlungsverkehr“ (Scheck, Kreditkarte, Homebanking) als ein Unterpunkt eines Unterthemas genannt. Schwerpunkt ist die historische Entwicklung und die Funktion des Geldes innerhalb der Gesellschaft. In den Klassen 9/10 kann das gesamte Pflichtthema „Verbraucherin/Verbraucher und Verbraucherrecht“ (hier v.a. Verbraucherschutzgesetz, Verbraucherinformationen) als Anknüpfungspunkt für finanzielle Allgemeinbildung genannt werden. Das Pflichtthema „Geld und Kredit“ legt seinen Schwerpunkt ebenfalls in das Verständnis der Angebote als solcher: „Funktionen des Geldes“ (Geld als Zahlungsmittel in Form von Bargeld oder Buchgeld: Überweisungen, Scheckverkehr, Jugendkonten), unterschiedliche Vermögensformen: Aktien und Wertpapiere); „Formen von Krediten“ (Überziehungskredite, Barkredite, Teilzahlungskredite, Konsumentenkredite, Geschäftskredite); „Gründe für Kreditzusagen oder –absagen“ (Schufa).

Der Schwerpunkt der Klassen 9 und 10 liegt in wirtschaftlicher Hinsicht auf dem Verständnis für das System der sozialen Marktwirtschaft, der Europäischen Union und der Berufsorientierung.

Die Lehrplaneinheit „Arbeiten und Wirtschaften im privaten Haushalt“ in der Klasse 7 der bayerischen Hauptschulen beinhaltet die Themenbereiche „Auskommen mit dem Haushaltseinkommen“ (u.a. einfache Haushaltsbuchführung) sowie „Geld in Schülerhand“ (u.a. Auskommen mit dem eigenen Geld, Geschäftsfähigkeit, Taschengeldparagraph sowie Fallbeispiele auswerten). Darüber hinaus geht es in dieser Lehrplaneinheit um Arbeit und Technik im Haushalt und Einkaufen für den privaten Bereich (Schwerpunkt Angebot, Nachfrage, Markt...). Schwerpunkt des Schuljahres bilden Themen wie Arbeitswelt, Berufsorientierung und der Erwerb betriebswirtschaftlicher Kenntnisse im Rahmen eines Schülerprojekts. In Klasse 8 werden letztgenannte Schwerpunkte fortgesetzt und erst in Klasse 9 findet sich in der Lehrplaneinheit „Die

Bedeutung der Geldinstitute für den Einzelnen“ in allen vier Themenbereichen ein Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung: „Dienstleistungen“ (Zahlungsverkehr, herkömmlich und über elektronische Bankdienstleistungen), „Geldanlage“ (Sparen, Altersvorsorge, wichtige Sparformen kennen und bewerten), „Kredit“ (Kreditformen und -kosten, Erstellen einfacher Finanzierungspläne) und „Verantwortungsbewusstes Verhalten beim Umgang mit Geld“ (Vermeidung von Überschuldung, Beratung, Fallbeispiele zu Kundenverhalten bei drohender Überschuldung auswerten). Insgesamt liegen auch in dieser Klassenstufe die Schwerpunkte bei Beruf, Arbeit, Betrieb bzw. sozialer Marktwirtschaft. In Klasse 10 könnte in der Lehrplaneinheit „Schüler üben wirtschaftliches Handeln in einem Planspiel“ ein Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung gesehen werden, allerdings ist diese Einheit in der Praxis eher betriebswirtschaftlich ausgerichtet. Die eigenständige Einheit „Die Aktienbörse“ behandelt die Aktie als Geldanlagemöglichkeit und beinhaltet eine Simulation des Börsengeschehens.

An den Realschulen Schleswig-Holsteins und Sachsen-Anhalts gleichen die Inhalte denen der Hauptschule. In Klasse 9 der rheinland-pfälzischen Realschulen wird im Fach Wirtschafts- und Sozialkunde der Themenbereich „Haushalt“ benannt. Drei Untertemen lassen hier einen Anknüpfungspunkt für finanzielle Allgemeinbildung vermuten: „Kenntnis unterschiedlicher Bedürfnisse“, „Verständnis der Notwendigkeit einer geplanten Haushaltsführung“ und „Überblick über die Möglichkeiten des Verbraucherschutzes“. Schwerpunkt sind hier volks- und betriebswirtschaftliche Fragestellungen auf das Beispiel des privaten Haushalts heruntergebrochen: Einkommen (Löhne), ökonomisches Prinzip, Materialkreislaufwirtschaft. Im Themenbereich „Geldverkehr im Wirtschaftskreislauf“ wird mit dem Teilziel „Einsicht in die Aufgaben der Kreditinstitute: Bargeldloser Zahlungsverkehr, Passivgeschäfte (Formen des Sparens), Aktivgeschäfte (Kreditarten)“ ein Element finanzieller Allgemeinbildung berührt. Insgesamt ist dieser Themenbereich allerdings von Grundbegriffen wie Geldarten, Geldfunktionen, einfacher Wirtschaftskreislauf und Güter- bzw. Geldströme geprägt. Weitere Themenbereiche bilden betriebs- und volkswirtschaftliche Inhalte: Unternehmen, Markt und Menschen im Betrieb.

Im Fach Wirtschafts- und Rechtslehre an bayerischen Realschulen sind in Klasse 8 zwei von drei Unterthemen der Lehrplaneinheit „Wirtschaftliches Handeln im privaten Haushalt“ mit finanzieller Allgemeinbildung in Zusammenhang zu bringen: „Verantwortungsbewusstes Verbraucherverhalten“ sowie „Zahlungsverkehr“. Schwerpunkt ist die historische Entwicklung des Wirtschaftens, das Wirtschaften in Unternehmen und das Zusammenwirken von Unternehmen und privaten Haushalten mit eher wirtschaftshistorischen, volks- und betriebswirtschaftlichen Aspekten. Darauf aufbauend werden in der Klasse 9 im Rahmen des „Geld- und Kapitalmarkts“ „verschiedene Geldanlage- und Finanzierungsmöglichkeiten“ erläutert. Arbeit, Erwerbseinkommen, Berufsorientierung und Soziale Marktwirtschaft bilden weitere Themenbereiche dieses Schuljahres.

In der Gesamtschule Schleswig-Holsteins birgt im Fach Wirtschaftslehre der Themenbereich I das Unterthema „Vom Umgang mit Geld“ zwei von vier Unterthemen mit Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung: „Wer leiht mir Geld? Vom Sparen und Verleihen“ sowie „Der Zahlungsverkehr der Banken“. Schwerpunkte in diesem Themenbereich bilden die Themen Betriebe und Markt, öffentliche Haushalte und Privathaushalt, allerdings ohne Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung. Im Themenbereich II werden im Unterthema „Chancen und Herausforderungen der Konsumgesellschaft“ Berührungspunkte zur finanziellen Allgemeinbildung offensichtlich. Drei von sieben Unter-

themen sind hier zu nennen: „Auch Kinder und Jugendliche haben Geld. Wofür geben sie es aus?“, „Werbung braucht Grenzen – wie schütze ich mich als Verbraucher“ sowie „Bedürfnisprägende Einflüsse (Werbung, peer groups etc.)“. Insgesamt liegen die Themenschwerpunkte in der Gesamtschule auf mikro- bzw. makroökonomischen und wirtschaftspolitischen Aspekten.

Die allgemeinbildenden Gymnasien Schleswig-Holsteins behandeln in der Jahrgangsstufe 11 und im Wahlgrundkurs der Jahrgangsstufen 12 und 13 im Fachbereich Wirtschaft die Lehrplaneinheit „Verbraucher in der Marktwirtschaft“ mit den Unterthemen Ziele des Verbrauchers und Konsum-, Spar- und Kreditentscheidungen. Weitere Ansatzpunkte für finanzielle Allgemeinbildung sind hier nicht aufzufinden, 2/3 des Lernbereichs Wirtschaft wird den Lehrplaneinheiten „Unternehmung“ und „Gesamtwirtschaftliche Aufgabengebiete“ gewidmet.

Im Schwerpunkt Sozialkunde der Gymnasien in Rheinland-Pfalz werden unter dem Thema „Wirtschaft und Umwelt“ zwei von neun Grundbegriffen behandelt, die in Zusammenhang mit finanzieller Allgemeinbildung zu bringen wären: „Bedürfnisse“ sowie „Haushalte/Verbraucher“. Konkretere Inhalte sind hier nicht spezifiziert. Weitere Elemente finanzieller Allgemeinbildung kommen weder in Klasse 10 (Schwerpunkt politische Ordnung, europäische Einigung, Friedenssicherung), noch in Jahrgangsstufe 11 und den Grund- bzw. Leistungskursen der Jahrgangsstufen 12 und 13 vor (Soziale Marktwirtschaft, Wirtschaftspolitik, Ökonomie und Ökologie).

An den Gymnasien in Sachsen-Anhalt wird in Klasse 9/10 im Rahmen des Themas „Wirtschaft geht alle an“ die Thematik der Bedürfnisse und des Bedarfs sowie „Wirtschaften mit dem Einkommen im privaten Haushalt“ mit Schwerpunkt auf Arten des Einkommens und einem Unterpunkt zur Haushaltsplanung behandelt. Insgesamt ist der Schwerpunkt dieses Oberthemas makro-/mikroökonomisch und wirtschaftstheoretisch ausgerichtet. Das Oberthema „Geld und Kredit“ hat seinen Schwerpunkt in der Behandlung des Geldes aus historischer Sicht, des Geldkreislaufs und der Funktionen des Geldes. Lediglich ein Unterthema behandelt die „Geldinstitute und ihre Leistungen“ mit Zahlungsverkehr (Girokonto), Geldanlagen und Kreditgewährung. Im Wahlthema „System der sozialen Sicherung“ beschäftigt sich eines von zwei Unterthemen mit Individualversicherungen (u.a. Vorsorgeversicherungen). In Schuljahrgang 11 wird im Themenbereich „Grundlagen des Wirtschaftsrechts“ als Unterpunkt eines Unterthemas „Der Kreditvertrag“ behandelt. Das Thema „Geld und Währung“ in Klasse 12/13 hat seinen Fokus auf den Funktionen des Geldes, der Rolle der EZB sowie dem Thema Währung. Ein weiterer Unterpunkt behandelt den Bereich der Geldanlagen und Finanzierungen, in dessen Rahmen Börsenspiele, Berechnen von Beispielen von Krediten und maximalen Schulden empfohlen werden. Das Thema Markt und Marketing hat seinen Schwerpunkt im volks- und betriebswirtschaftlichen Bereich, eine von fünf Unterthemen behandelt den Markt aus der Sicht des Verbrauchers: Einfluss von Werbung und Verbraucherschutz.

Bayerische Gymnasien behandeln in Klasse 8 im Rahmen der Lehrplaneinheit „Grundzüge des wirtschaftlichen Handelns“ das Thema „Verbraucherschutz und -beratung“. Schwerpunkt dieser Lehrplaneinheit sind Angebot und Nachfrage – Markt, Wirtschaftsbereiche und Umweltschutz. Die Lehrplaneinheit „Geld und Währung“ hat in zwei von sechs Themenbereichen einen Bezug zur finanziellen Allgemeinbildung: „Zahlungsverkehr – Electronic cash“ (z.B. Sparkassen Schul-Service, Giroverkehr, die Rolle des Geldes, Sparen und Geldanlage, Kredite) sowie „Kreditkarten“ (Übersicht,

Vergleich, Verbraucherinfos)¹⁷⁵. Die Schwerpunkte dieser Lehrplaneinheit liegen auf der historischen Entwicklung und dem Wesen bzw. der Funktion des Geldes. In Klasse 9 liegen die Schwerpunkte der ökonomischen Inhalte auf der Berufsorientierung und im Bereich der Betriebswirtschaft, Inhalte finanzieller Allgemeinbildung werden hier nicht erwähnt. Klasse 10 behandelt neben der sozialen Marktwirtschaft und der Europäischen Gemeinschaft noch die Lehrplaneinheit Geld- und Kapitalmarkt in der BRD, der als einen Schwerpunkt Geld- und Währungspolitik wie auch die Rolle der Banken beinhaltet. Ein weiterer Schwerpunkt ist allerdings im Bereich der Börsen/Aktien/Wertpapiere auszumachen, in dessen Rahmen die Teilnahme an einem Planspiel Börse geraten wird. In weitaus kleinerem Rahmen können „Kredite und Kreditsicherungen“ (z.B. Kreditarten, Kreditvergleich, Bau-Darlehen...) behandelt werden.¹⁷⁶ Der Grundkurs der Jahrgangsstufe 12 und 13 hat ausschließlich volkswirtschaftliche, wirtschaftspolitische und rechtliche Inhaltsbereiche, der Leistungskurs könnte in Jahrgangsstufe 12 mit „ausgewählten wirtschaftlichen und rechtlichen Sachverhalten aus dem Privathaushalt bzw. der Betriebswirtschaft“ einen Anknüpfungspunkt für Inhalte finanzieller Allgemeinbildung darstellen. In den betriebswirtschaftlichen Fallstudien des Leistungskurses der Jahrgangsstufe 13 könnten in den Unterthemen „Haushalt“, „Konsum als wirtschaftliche Entscheidung“ und „Geldanlage und Finanzierung“, die nicht näher ausdifferenziert sind, Anknüpfungspunkte für finanzielle Allgemeinbildung gesehen werden.

c. Zusammenfassung

Wirtschaft wird in den Lehrplänen deutscher Schulen relativ untergeordnet angesprochen. Schulen vermitteln kulturelles und technisches jedoch nur in sehr geringem Maße wirtschaftliches Wissen.

Finanzielle Wissen hat seinen Platz allein als Untergruppe in Fächern, die ökonomische Inhalte behandeln. Zumeist handelt es sich hierbei um interdisziplinär angelegte Fächer. Ökonomische und finanzbezogene Inhalte konkurrieren innerhalb der Fächer insbesondere mit Themen wie Berufsorientierung, Technik, Politik, Gesellschaft und Recht. Von den großen klassischen Wissenschaftsbereichen der Volkswirtschaftslehre, der Betriebswirtschaftslehre, der Rechtswissenschaften, Soziologie und Politologie ist an den Schulen zudem noch in relativ geringem Maße allein die Volkswirtschaftslehre und die Politologie vertreten. Sie zielen auf „Verstehen“ und „Verständnis“ von Wirtschaft und Gesellschaft ab und sind nur dort handlungsbezogen, wo sie berufsorientiert sind.

Da nur in den Haupt- und Realschulen diese Fächer überwiegend verbindlich sind, besteht auch noch ein hohes Abwahlpotenzial. Insgesamt macht der Unterricht, in dem Geld explizit eine Rolle spielt, wahrscheinlich kaum mehr als 1 % der Allgemeinbildung in der Schule aus. Innerhalb dieses Bereiches spielt die Thematik finanzieller Allgemeinbildung als Bildung über die bedürfnisorientierte armutspräventive Nutzung von

175 Diese sechs Themenbereiche sind der Internetseite des Karl-Ritter-von-Frisch-Gymnasiums in Moosburg entnommen und können somit nur beispielhaft sein.

Vgl. <http://www.moosburg.org/~gymmoosb/links/wr8.html> In der konkreten Ausgestaltung der Lehrplaneinheiten haben die Gymnasien bzw. die zuständigen Lehrer und Lehrerinnen Freiraum.

176 Diese Themenbereiche der Lehrplaneinheit sind wiederum beispielhaft aus der Internetseite <http://www.moosburg.org/~gymmoosb/links/wr10.html> entnommen.

Finanzdienstleistungen bisher zumindest explizit kaum eine Rolle. Wo es etwa um Kredite und Zahlungsverkehr geht, geht es entweder um den subjektiven Anteil außerhalb des Marktes in der Haushaltsführung der traditionellen Budgetberatung oder um das objektive Verständnis der Mechanismen von Kredit und Zahlung. Der unmittelbare Schnittpunkt beider Bereiche liegt in der Nutzung der Finanzdienstleistungen für private Bedürfnisse zum Einkommenserhalt und zur Einkommenssicherung.

Tabelle 16: Arbeits- und Wirtschaftsansatz im geldbezogenen Unterricht

	Arbeitsansatz	Wirtschaftsansatz
Umfang in Bezug auf die Kreditgesellschaft	begrenzt und teilweise moralisch (sparen, arbeiten)	umfassend
Bezug zum individuellen Handeln	hoch, da an erfahrbaren Sachverhalten anknüpft	niedrig, weil auf Verständnis des Gesamtzusammenhangs abstellend
Wissenschaften	Betriebswirtschaft, Soziologie	Volkswirtschaft, Recht, Politologie
Einkommensbezug	Erzielung	Erzielung und Verausgabung

Dabei stehen sich konzeptionell der traditionelle Ansatz von Arbeit/Beruf und ein wohl modernerer Ansatz von Wirtschaft/Gesellschaft gegenüber. Während der zuerst genannte Ansatz die Einkommenserzielung in den Mittelpunkt stellt, betont der zuletzt genannte Ansatz die Mechanismen, innerhalb derer der einzelne sein Auskommen zu suchen hat. Der Vorteil des traditionellen Ansatzes ist dabei das Anknüpfen an der individuellen Situation und an unmittelbar erfahrbaren Sachverhalten. Gleichzeitig besteht der Nachteil in der Begrenzung auf die Einkommenserzielung unter Ausschaltung des Einkommenserhaltes und der Einkommensverwendung. Der Vorteil des moderneren Wirtschaftsansatzes ist die umfassendere Sichtweise, die Wirtschaft als über Geld vermittelten Kreislauf zwischen Arbeit und Konsum begreift. Allerdings fehlt hier häufig der Transfer in die individuelle Situation und auch die Bedürfnisorientierung, die die Lernmotivation für nützliche Inhalte ausmachen könnte.

Ordnet man die sechs dominierenden Themenbereiche den Inhalten finanzieller Bildung zu, dann wird auch deutlich, dass Bildung über die Nutzung von Finanzdienstleistungen eher nicht dazu gehören.

Allein aus der Lehrplangestaltung lässt sich ableiten, dass finanzielle Allgemeinbildung im Unterricht der allgemeinbildenden Schulen weder vorgeschrieben noch im Bereich des ohnehin spärlichen Angebots an wirtschaftlich relevantem Wissen intendiert ist.

3. Praxis des Unterrichts

Lehrpläne sind, wie anfangs erwähnt, im wesentlichen Leitlinien für den praktischen Unterricht. Sie beschreiben in der Regel Themenbereiche, überlassen aber die pädagogischen Zielsetzungen und die didaktische Umsetzung in der Verantwortung der Lehrer bzw. Schulen. Die Realität des wirtschaftlich orientierten Unterrichts kann daher auch dann, wenn die Leitlinien dies nicht nahe legen, finanzielle Allgemeinbildung in der Praxis verwirklichen. Da eine teilnehmende Beobachtung den Rahmen dieser Vorstudie sprengte, haben wir einige Experteninterviews mit Lehrern und Lehrerinnen an Hamburger Haupt-, Real- und Gesamtschulen sowie Gymnasien durchgeführt, die Fächer mit einem möglichen Anknüpfungspunkt für Inhalte finanzieller Allgemeinbildung unterrichten. Solche Fächer waren an den Haupt- und Realschulen die Fächer Arbeits-

lehre/Berufsorientierung sowie Geschichte/Politik, für die Gesamtschule das Fach Arbeitslehre sowie das Fach Politik (mit Erdkunde, Geschichte und Sozialkunde) und für das Gymnasium das Fach Sozialkunde/Berufsorientierung in der Sekundarstufe I sowie das Fach Gemeinschaftskunde in der gymnasialen Oberstufe. Ergänzt wurde dies durch ein Interview mit einem Mitarbeiter des Amts für Schule in Hamburg.

Tabelle 17: Geldthemen im Unterricht

	Themenbereiche in der Lehrplanung		
Haushaltsökonomie, Sparsamkeit	Auskommen mit dem Einkommen (Haushaltsplanung und Vermeidung von Überschuldung)		
Auswahlverhalten auf dem Markt Wirtschaftssystem	Verbraucherschutz u. -information	Anbieter von Finanzdienstleistungen	
	Konsum, Bedürfnisse, Verbraucherverhalten, wirtschaftliches Handeln	Geldsystem mit den Unterthemen: Zahlungsverkehr/ Kontoführung, Geldanlage und Kredite	Verbraucherrecht, Minderjährigenrecht
finanzielle Allgemeinbildung	???		

Hamburg eignete sich nicht nur wegen der Erreichbarkeit sondern auch wegen des Umstandes, dass praktisch keine Inhalte mit einem Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung ausdrücklich formuliert sind. Weder im Lernbereich Arbeitslehre/Berufsorientierung noch im Lernbereich Arbeitslehre/Haushalt der Hauptschulen¹⁷⁷ sind Inhalte finanzieller Allgemeinbildung erwähnt. Lediglich im Fach Geschichte/Politik ist in Klasse 9 das Thema „Verbraucher in der Marktwirtschaft“ ohne nähere Differenzierung vorgesehen. Gleiches gilt für die Realschulen. Im Fach Geschichte/Politik wird im 10. Schuljahr die Einheit „Soziale Marktwirtschaft“ durchgenommen. Der Lehrplan des Faches Politik in den Gesamtschulen beinhaltet als eines von zehn Themen den Bereich „Kinder als Konsumenten“. Im Fach Sozialkunde/Berufsorientierung in Klasse 10 der Gymnasien wird in einem von fünf verbindlichen Themen das „Verbraucherverhalten“ behandelt. Unterthemen sind hier Konsument, Verbraucher, Verbraucherzentrale, Warentest. In der gymnasialen Oberstufe werden im Fach Gemeinschaftskunde politische Theorien, die Europäische Union und die Dritte Welt, Wirtschaft und Wirtschaftspolitik, Gesellschaft- und Gesellschaftspolitik, demokratische Willensbildung und internationale Politik behandelt. Anknüpfungspunkte für finanzielle Allgemeinbildung werden nicht explizit genannt.

Für die Haupt- und Realschule wurde in den Experteninterviews bestätigt, dass ökonomische und konkret finanzbezogene Inhalte allenfalls ihren Raum in den Fächern Arbeitslehre und Geschichte/Politik finden. Konkrete Beispiele konnten nicht genannt werden. Insgesamt wurde der mögliche Anteil als sehr gering eingeschätzt.

177 Die Lehrpläne des Faches Arbeitslehre/Berufsorientierung für die Hamburger Haupt- und Realschulen werden derzeit überarbeitet. Im Rahmen des Faches fällt zukünftig ca. 30 % auf ökonomische Inhalte, finanzbezogene Bildung spielt bspw. in der Einheit „Auskommen mit dem Einkommen“ eine Rolle. Hierzu ergänzend ist das Thema „Wie gehe ich mit Verschuldung um?“ verpflichtend. Bereits bei den 12-jährigen wird das Thema „Wie gehe ich mit dem Taschengeld um?“ behandelt (gem. Auskunft des Amts für Schule vom 19.01.01.

Auch bei finanzieller Bildung herrscht der Eindruck vor, es müsse sich um volkswirtschaftliche Bildung handeln, deren Vermittlungsmöglichkeiten skeptisch eingeschätzt werden. Ökonomische Theorien überforderten die Schüler und Schülerinnen und würden daher nicht behandelt. Berücksichtigung finden eher volkswirtschaftliche Inhalte, die den Alltag der Schüler und Schülerinnen betreffen, wie z.B. das Thema EURO. Immerhin deuten die Praktikerberichte daraufhin, dass finanzielle Allgemeinbildung aus didaktischen Gründen bessere Chancen zum Einstieg in die Wirtschaftslehre gäben. Die Beschäftigung mit der Funktionsweise des Girokontos in Geschichte/Politik wird als Beispiel genannt, das für zukünftige junge Erwerbstätige von praktischer Bedeutung ist und daher vermittelt werden könne.

Es fehlt zudem aber an eigenem Unterrichtsmaterial. Zwar gäbe es einzelne Einheiten in einigen Schulbüchern. Verwendung fände aber eher das Material der Bundeszentrale für politische Bildung etwa zum EURO und zum Girokonto der Schul-Service der Sparkassen. Inhalte im Anlagebereich und Kreditbereich bzw. konkrete Schulprojekte mit ökonomischen oder finanzbezogenen Inhalten spielen keine Rolle. Dass diese praktischen Fragen der Finanzdienstleistungen eine Rolle spielen, wird auf die Eigeninitiative der Lehrer zurückgeführt. Eine Verpflichtung hierzu durch Lehrpläne gäbe es nicht. Finanzieller Allgemeinbildung sollte in die Schule durch die Einführung eines Wahlpflichtfaches Wirtschaft mit einer Einheit zur finanziellen Allgemeinbildung erfolgen. Allerdings böte auch das Fach Arbeitslehre einen Ort für eine umfassendere Behandlung dieser Thematik. die Möglichkeit, fächerübergreifend¹⁷⁸ sich mit dem Thema zu befassen, wurde mit Zurückhaltung beurteilt.

Für die Gesamtschule wurde bestätigt, dass mögliche Bildungsinhalte zum Bereich der privaten Finanzen in den Fächern Arbeitslehre und Politik ihre Behandlung finden könnten. Entsprechende Aktivitäten im Fach Arbeitslehre würden von den zuständigen Lehrern und Lehrerinnen immer mehr für wichtig befunden und beruhten auch hier nicht auf Vorgaben in Lehrplänen. In Arbeitslehre wird in Klasse 10¹⁷⁹ der Bereich der Staatsfinanzen sowie der Bereich Steuern behandelt. Weiterhin erfolgt eine Zusammenarbeit mit Versicherungsunternehmen, die Vorträge über Sozial- als auch über private Versicherungen anbieten. Ein weiteres Thema sei die Kontoführung, das Thema Kredite und Anlagen werde nicht behandelt¹⁸⁰. Diese Themen seien nur Randbereiche. Insgesamt liege der Schwerpunkt der Arbeitslehre auf der Berufsorientierung und der Vorbereitung auf ein selbstständiges Leben.

Dort, wo durch Eigeninitiative der Lehrer finanzielle Bildung vermittelt werde, müssten die Unterrichtsmaterialien z.B. über Finanzen und Steuern aus Köln und zur Kontoführung anhand der Girokontenmappe von der Hamburger Sparkasse besorgt werden. Schulbücher würden nicht herangezogen. Das Fach Arbeitslehre ab der 9. oder 10. Klasse sei die früheste Möglichkeit, um Schüler/innen einen Bezug zu dieser Thematik zu vermitteln.

178 In Hamburg besteht die Möglichkeit des Unterrichts in Aufgabengebieten, welcher in die Unterrichtsstunden integriert wird, die auf die beteiligten Fächer entfallen (vgl. Freie und Hansestadt Hamburg, Behörde für Schule, Jugend und Berufsbildung: Verordnung über die Stundentafeln für die Sekundarstufe I (STVO-SekI). Vom 20 Oktober 1998). Ein solches Aufgabengebiet könnte Wirtschaft, aber auch finanzielle Allgemeinbildung heißen.

179 In vorherigen Jahrgangsstufen wurden keine derartigen Thematiken bearbeitet.

180 An dieser Stelle erfolgte ein Hinweis, dass Börsenspiele und Existenzgründungssimulationen erst in der gymnasialen Oberstufe durchgeführt werden.

Ein ähnliches Bild ergibt sich für die Gymnasien. Inhalte mit Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung finden sich rudimentär in den Fächern Sozialkunde (ab Klasse 10) und Gemeinschaftskunde (gymnasiale Oberstufe). Vor der 10. Klasse gäbe es eigentlich in keinem Fach einen Raum für diese Inhalte. Im Lehrplan der Gemeinschaftskunde sei im Sinne einer lebenspraktischen finanziellen Bildung nichts zu finden. Zur Zeit der Interviews (Ende 2000) stand allerdings eine Überarbeitung der Rahmenpläne an, die eine verstärkte Betonung der Berufsorientierung (im Bereich Sozialkunde) vorsieht. Wirtschaftsspiele hier eine große Rolle mit dem Ziel, wirtschaftliche Kompetenzen der Schüler/innen zu stärken. Eine Arbeitseinheit zum Umgang mit Taschengeld solle auch von den Gymnasien übernommen werden. Berufsfeldorientierung und volkswirtschaftliches Verständnis dominieren aber auch hier die Perspektiven. (Geldpolitik, Finanzwesen, makro-ökonomische Inhalte).

Andererseits wurden in den letzten Jahren in der gesamten Allgemeinbildung der Schulen starke Tendenzen zu lebenspraktischen Aspekten festgestellt und damit der unmittelbar Nutzwert von Bildung in den Vordergrund gestellt. Dies hat dazu geführt, dass z.B. aktuell die Diskussion um die Rentenversicherung und die private Altersvorsorge im Unterricht behandelt würde. Im 2. Semester des Grundkurses Gemeinschaftskunde wird z.B. das Thema „Soziale Unsicherheit“ behandelt, wo Einkommenssituation, Armutsspirale, eher bezogen auf arme und reiche Länder nicht jedoch die dazu passenden Finanzdienstleistungen (Altersvorsorge, Versicherung) besprochen werden.

Ausgehend von Bankinstituten werden im Gemeinschaftskundeunterricht in freiwilligen Gruppen gelegentlich Börsenspiele durchgeführt. Mit Besuchen bei Geldinstituten wird das Girokonto näher gebracht. Das Projekt „Junior“ (vgl. Schulprojekte und -initiativen) zur Existenzgründung ist an mehreren Gymnasien angelaufen und behandelt auch Finanzfragen. Alle Befragten hielten jedoch die Behandlung von privaten Finanzen (Kredite, Umgang mit Geld...) im Unterricht für unzureichend. Systematische Unterrichtseinheiten zu den o.g. Themen seien in den Schulbüchern nicht vorhanden, so dass man auf Materialien aus der Praxis (Bundes- und Landeszentralen für politische Bildung, Broschüren der Banken für Jugendliche, aufbereitete Materialien aus Zeitungen und Fachzeitschriften (Statistiken)) zurückgreifen müsse. Die Lehrer und Lehrerinnen fühlten sich in dieser Hinsicht nicht ausreichend unterstützt und auch nicht unbedingt ausreichend kompetent.

Das Amt für Schule wies darauf hin, dass das Fach Mathematik hier noch interessant sei. Für den Mathematikunterricht werden zurzeit neue Bildungspläne erstellt, die die zu behandelnden Inhalte an konkreten Lernsituationen fest machen. So könnte die Zinsrechnung beispielsweise am Beispiel der Aufnahme eines Kredites behandelt werden, wobei neu ist, dass die Lernsituation selbst verstärkt thematisiert wird. Während somit in den Gymnasien verstärkt Wert auf wirtschaftspolitische Aspekte gelegt wird, dominiert an den Haupt- und Realschulen eine eher lebenspraktische und finanzbezogene Themenwahl, für die es bisher nur einen sehr engen Zeitrahmen gäbe. In Gymnasien werden finanzbezogene Inhalte eher im Anlagebereich (Börsenspiele) oder bezogen auf Existenzgründungen behandelt, in niedrigeren Schulformen kommen jedoch eher die Bereiche Kontoführung oder Umgang mit Geld vor. Kooperationen mit Finanzdienstleistern bestehen in Hamburg im Zusammenhang der Berufsorientierung. Es sind 70 langfristige Partnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen mit dem Ziel der Verbesserung der Studien- und Berufsorientierung aufgebaut worden (Netzwerk Berufsorientierung). In diesem Rahmen setzen sich Lehrer und Vertreter des Partnerunternehmens

mens zusammen und klären die Frage, was die Schule benötigt und was das Unternehmen dazu beisteuern könnte. So haben z.B. die Deutsche Industriebank und das Wilhelm-Gymnasium ein Projekt zur Kreditfinanzierung erarbeitet, wobei allerdings nicht der Privatkredit im Mittelpunkt stand.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Lehrerinnen und Lehrer selber finanzieller Allgemeinbildung auf Grund des höheren Anwendungsbezugs gerade ab den 8ten Klassen aufgeschlossen gegenüber stünden, es jedoch an dem dazu erforderlichen Zeitbudget und entsprechenden Themenbereichen in der Lehrplanung sowie an geeigneten allgemeinen anbieterunabhängigen Unterrichtsmaterialien fehlt, die die berufsorientierte finanzielle Allgemeinbildung von der finanziellen Allgemeinbildung im Rahmen der Allgemeinbildung abgrenzt.

4. Schulbücher und Unterrichtsmaterialien

Finanzielle Allgemeinbildung ist bisher nicht bewusst in die Schulbücher integriert worden. Dies wird sogar für die auf aktuelle Themen und einen Praxisbezug orientierte ökonomische Bildung, zu der finanzielle Allgemeinbildung gehört, noch insgesamt angenommen. Themen wie Beschäftigung, Kapitalmarkt, Altersvorsorge, Arbeitsplatzsicherheit und Selbstständigkeit würden kaum angesprochen werden. „Die theoretischen Inhalte in Lehrbüchern sind häufig politischer und soziologischer Natur und gehen nicht vom Marktgeschehen aus. Ökonomische Themen tauchen episodenhaft und unverbunden auf“¹⁸¹.

Die Schulbuchverlage rechtfertigen sich damit, dass es keine entsprechenden Rahmenbedingungen und Lehrpläne gäbe, die eine Prognose über die Nachfrage nach solchen Inhalten zulassen würde. Außerdem gäbe es in diesem Feld die „Konkurrenz“ durch die Bundes- und Landeszentralen der politischen Bildung, die Materialien unentgeltlich abgeben würden.¹⁸² Im Bereich der finanziellen Bildung kommt hinzu, dass z.B. große Stiftungen der Anbieterseite wie die Sparkassenstiftung, die Herrhausen-Stiftung oder die Citibank Stiftung unentgeltlich Material bereitstellen. Im Rahmen eines immer wichtiger werdenden Marketing für die Zielgruppe der jungen Menschen bedeutet die Abgabe solcher Materialien ebenso wie die Veranstaltung von Börsenspielen oder die Unterstützung wirtschaftlicher Schülerzeitungen und die Bereitstellung von Referenten eine nicht zu unterschätzende Imagewerbung. Im technischen Know How sowie in der Ausstattung sind diese Angebote durch die Lehrer kaum zu überbieten.

Der Staat fördert zudem noch bei den Verbraucherzentralen die Materialien im Umgang mit Geld und bei der Schuldenprävention, wobei auch Schuldnerberatungsstellen mit schulischen Aktivitäten ihre Daseinsberechtigung demonstrieren können. Insgesamt wird damit in einem Bereich, der in der Kreditgesellschaft von großer Wichtigkeit ist, eine Delegation pädagogischer Kompetenz aus dem Schulsektor auf Dritte vorgenommen, die angesichts des staatlichen Bildungsauftrages und auch der damit verbundenen

181 <http://www.netzworkshop.de/dyn/1059.htm> Ergebnis eines Workshops zum Thema Schulbücher im Rahmen des 2. NetzWorkShops zur Intensivierung der Kommunikation der vielfältigen Initiativen und Schulprojekte im Bereich Schule-Wirtschaft. Der Netzwerkshop wird von der Boston Consulting Group in Zusammenarbeit mit der Gemeinschaftsinitiative Soziale Marktwirtschaft, die von der Bertelsmann Stiftung, der Heinz Nixdorf Stiftung und der Ludwig-Erhard-Stiftung getragen.

182 Vgl. <http://www.netzworkshop.de/dyn/1059.htm>.

Verantwortung für emanzipatorische und interessenunabhängige Bildung nicht unproblematisch ist. Schulbücher werden jeweils durch die Schulbehörden zugelassen. Dies trifft aber nicht für die Materialien aus der Praxis zu. Es übersteigt auch die Kompetenz eines einzelnen Lehrers, solche Materialien insgesamt zu evaluieren und etwa selektiv einzusetzen. Erst recht fehlt die kritische Distanz, wenn etwa Banker ohne entsprechenden Gegenpart im Unterricht Finanzdienstleistungen und Banken darstellen und den Eindruck der Objektivität vermitteln.

(Bürgschaft einer Hypothekenbank) Ein knapp über 20 Jahre alter junger Mann war morgens früh, als er von der Nachtschicht zurückkam und zur Familie seiner Freundin kam, von einem Vertreter einer Großbank angesprochen und zur Abgabe einer Bürgschaftserklärung für den Vater seiner Freundin gedrängt worden, die ihn (ohne Eigeninteresse, die Beziehung ging kurz darauf auseinander) in Schulden von über 200.000 DM stürzte. Nachdem das IFF den Fall begutachtet hatte und die Bank sich weigerte, überhaupt mit dem Bürgen über eine Reduzierung der Schuld zu sprechen, wurde daraus eine Fernsehsendung. Nach Ausstrahlung der Sendung kam ein Schulleiter zum Institut und fragte, wie man als Lehrer mit den Schülern zusammen auf so ein Verhalten angemessen reagieren könnte. Ihm wurde geraten, die Bank zu einer Stellungnahme aufzufordern, wobei die Schüler die Fragen formulieren sollten. Anschließend sollte eine Diskussion in der Bank stattfinden. Die Schüler schickten diesen Brief an die Bank und erhielten eine ausführliche Stellungnahme zurück. Der Rektor war mit dieser Stellungnahme, die die Bedenken nicht beseitigte, nicht zufrieden. Er schlug der Bank vor, dass man mit den Schülern gemeinsam einen Diskussionstermin in der Bank wahrnehmen sollte. Allerdings verlangte er, dass ein Vertreter der Verbraucherzentrale oder des IFF dabei den Gegenpart vertreten könnte. Die Bank lehnte jede Beteiligung Dritter ab. Darauf sagte der Schulleiter auch den Besuch der Klasse bei der Bank ab.

Um einen stichprobenartigen Einblick in mögliche im Unterricht behandelte Inhalte finanzieller Allgemeinbildung und deren Aufbereitung zu bekommen, wird zunächst eine vom Schroedel-Verlag für die Fächer Politik, Wirtschaft, Sozialkunde oder Sozialwissenschaften der Realschulen sowie der Sekundarstufe I der Gesamtschulen und Gymnasien (ab Klasse 9) erstellte Unterrichtseinheit zum Thema „Überschuldung von Jugendlichen“ betrachtet. Aufgrund der Tatsache, dass Mathematikbücher im Rahmen der Zinsrechnung häufig auf Beispiele aus dem Bereich Finanzdienstleistungen zurückgreifen (v.a. Kredite), wird ebenfalls ein Blick in die relevanten Einheiten ausgewählter in Hamburg zugelassener Mathematikbücher geworfen. Darüber hinaus werden Unterrichtsmaterialien der Banken und Sparkassen bzw. von Schuldnerberatungsstellen und Verbraucherzentralen betrachtet. Dies geschieht insgesamt unter der Fragestellung, ob die Aufbereitung der Themen mit Bezug zu finanzieller Allgemeinbildung den in dieser Studie erhobenen Ansprüchen finanzieller Allgemeinbildung entspricht.

a. Schulbuch „Überschuldung von Jugendlichen“

Am Beispiel eines Schulbuches, das im Schroedel-Verlag zum Thema „Überschuldung von Jugendlichen“ erschienen ist¹⁸³, soll einer der wenigen Versuche analysiert werden, das Thema der „finanziellen Allgemeinbildung“ unmittelbar problembezogen in den Unterricht einzuführen.

183 Jöckel, P. Überschuldung von Jugendlichen, vollständig erhältlich über ein Download von <http://www3.schroedel.de/Lehrer/Gymnasium/Marktplatz/images/ganz.pdf>.

Das Buch problematisiert zu Anfang die Überschuldung durch den Faksimileabdruck typischer Kleinanzeigentexte, die von Kreditvermittlern geschaltet werden, um überschuldeten und kreditunwürdigen Personen zu suggerieren, dass sie über diese Vermittlung noch Kredite erhalten. In aller Regel werden von diesen Anbietern nur sehr geringe Kreditsummen vermittelt, die die Not einer aktuellen Liquiditätskrise ausnutzen und zudem exorbitante Kosten verursachen. Insgesamt repräsentieren diese Kredite weniger als 1% der Konsumentenkreditaufnahme und sind in der Praxis keineswegs die Ursachen sondern eher eine Folge der Überschuldung. Erst die mangelnde Kreditwürdigkeit führt dazu, dass solche Angebote absetzbar sind. Die Rechtsprechung hat schon frühzeitig das Problem im Angebot gesehen und festgestellt, dass die Kreditgeber sich dieser für die Kunden an sich unnützer Vermittler nicht bedienen sollten. Immerhin hat Gesetzgebung und Rechtsprechung festgestellt, dass die Zusatzkosten des Vermittlers als Kosten der Bank anzusehen und auszuweisen sind, weil es sich um ausgelagerte Akquisitionsabteilungen der Kreditgeber handele. Solche Kredite grenzen häufig an Wucher und sind weniger durch die Betroffenen als mit Hilfe des Rechtsberatungsgesetzes (sie bieten häufig Umschuldungen an, in denen verbotene Rechtsberatung enthalten ist), dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb über die Verbraucherverbände, die seriösen Anbieter und die Gewerbeaufsicht zu kontrollieren. Ihre Werbung ist daher auch für Kreditgeber keineswegs typisch, sondern reflektiert eine Angebotslücke.

Dieser Hintergrund wird allerdings im Schulbuch nicht thematisiert. Vielmehr wird suggeriert, es handele sich hier um einen repräsentativen Einstieg in die allgemeine Kreditproblematik.

Die Schüler lesen zunächst folgende Werbeslogans:

„Fehlt ihnen was? Nehmen Sie sich ihren Wunschkredit.“ „Vertrauenskredit per Post“, „Spontane Wunscherfüllung (Fehler im Original) – mit Dispo-Kredit“, „Heute noch Bargeld? Anruf genügt“, „Federleichte Wunscherfüllung“, „So schnell gehen ihre Wünsche in Erfüllung“, „Der Sorglos Kredit“, „Ihre Wünsche haben bei uns Kredit“

Darunter sind dann drei Einstiegsfragen vermerkt: „Womit werben diese Slogans?“; „Wofür werben sie?“; „Welcher Eindruck wird von Dispositionskrediten vermittelt?“

Anschließend wird dann unvermittelt das Girokonto dargestellt, wobei für Schüler überhöht das Girokonto aus dem Italienischen Wort „Giro“ = „Kreis“ mit der Geldzirkulation erklärt wird. Es folgt dann der Text:

Es bedeutet im Geldwesen eine Form des bargeldlosen Zahlungsverkehrs, bei dem nicht mit Bargeld, sondern mit Hilfe von Anweisungen Zahlungsaufträge an Banken gegeben werden. Es findet also eine Übertragung von Konto zu Konto statt.

Diese Erklärung dürfte nicht nur für Schüler der 8. Klasse mehr verwirren als erklären. Die Begriffe „Zahlungsaufträge“ und „Anweisungen“, die beide dasselbe bezeichnen, werden hier unterschiedlich und damit falsch gebraucht. Zudem werden sie auch nicht erklärt. Das bei bargeldlosem Zahlungsverkehr „nicht mit Bargeld“ gezahlt wird, ist überflüssig zu betonen. Dass angeblich „von Konto zu Konto“ übertragen wird, ist ebenfalls unverarbeitet. Zudem ist diese Definition nicht nur wegen der Zirkelschlüsse (Anweisung von Zahlungsaufträgen) sondern auch wegen ihrer Begrenzung unzutreffend. Natürlich sind auch Girokonten teil des Bargeldkreislaufs. Schüler haben, da sie mit den Überweisungen erst später zu tun haben werden, vor allem mit der Bargeldfunktion des Girokontos zuerst zu tun. Insofern ist für sie das Girokonto zunächst einmal eine Spardose („Geldaufbewahrungsfunktion“). Erst dann kommt die Transferfunktion und schließlich dann die Kreditfunktion, deretwegen hier so weit ausgeholt

wird. Dass historisch das Girokonto neben dem Sparbuch nur die Transferfunktion hatte (deshalb „Giro“), ändert nichts daran, dass zunächst das Konto und dann erst seine Spezialfälle zu erklären wären.

In dem Buch wird dann auch überraschend erklärt, dass das Girokonto auch zu Bar-einzahlungen und Barauszahlungen benutzt werden kann. Darauf folgende falsche Feststellungen wie „Die wichtigste Form der Einzahlung und von Auszahlungen ist die Überweisung“ machen im übrigen das Gelernte wieder zunichte und schaffen vollends Verwirrung. Auf derselben Seite wird dann aber auch noch der Scheck erklärt und im Faksimile abgedruckt und noch der Vermerk „Nur zur Verrechnung“ erläutert. Auch der Dauerauftrag wird in einem Satz erklärt. Euroscheck, EC-Karte, Kontoauszugsdrucker, die ab Ende 2001 überholte EC-Scheckgarantie folgen auf einer halben Seite.

Dies alles ist eine Informationsüberflutung mit Begriffen, die z.T. nicht korrekt gebraucht werden und zudem auch keinen inneren logischen Aufbau erkennen lassen. Der Erfahrungshorizont der Schüler wird ohne Not verlassen. Das Konto wird „beschrieben“ aber nicht „erklärt“ und der Zusammenhang zum Aufmacher ist vollends im Dunkeln. Der abschließende Satz: „Bei all diesen Möglichkeiten fällt es schwer, den Überblick über das eigene Konto zu behalten.“, hat eher etwas mit einer Darstellung zu tun, die selber den Überblick verloren hat. Problematisch ist aber nicht, das schlecht informiert wird. Problematisch ist, dass ein Bewusstsein vermittelt wird, dass alles so kompliziert sei und dass man keinen Überblick habe. Tatsächlich hat man beim Konto einen besseren Überblick als bei seiner Geldbörse.

Danach erst wird der Kontoauszug im Faksimile abgedruckt, nachdem man schon durch den Scheck verwirrt wurde. Der Kontoauszug soll die Komplexität durchsichtig machen. In Wirklichkeit ist es umgekehrt: das Konto ist einfach weil entweder Geld drauf ist oder Geld fehlt. Der Kontoauszug macht diese einfache Botschaft kompliziert, weil er sie historisch nachvollziehbar gestaltet. Er ist also viel komplizierter als das Konto selber.¹⁸⁴ Die Einführung bleibt abschreckend.

Mit Sätzen wie: „Normalerweise kann ein Girokonto erhalten, wer regelmäßige Zahlungseingänge zu erwarten hat (z.B. Lohn- und Gehaltsempfänger, Rentner u.s.w.)“ wird zudem eine Marktdiskriminierung als „normal“ hingestellt, die etwa in Frankreich aber auch bei den deutschen Sparkassen gesetzlich verboten ist. Jeder hat dort einen Anspruch auf ein Girokonto. Es ist nicht „normal“, dass Banken Girokonten zwangsweise mit Kreditfunktionen versehen und dann wegen Kreditwürdigkeit das ganze Konto verweigern. Warum sie es doch tun, wäre eine gute Diskussion mit Schülern über Armut wert. Immerhin hat auch der ehemalige US-Präsident Clinton die Kontoverweigerung als eine wesentliche Armutsursache in den USA hingestellt. Sie ist also nicht „normal“.

Damit hier nicht nur der Eindruck Kritik um ihrer selbst willen erweckt wird, wollen wir uns mit dem folgenden alternativen Text selber der Kritik stellen. Der Text versucht logisch aufzubauen, am Erfahrungshorizont der Schüler der 8. Klasse zu bleiben, das Thema Schulden einzuleiten (wobei wir allerdings den Ratenkredit vorgezogen hätten) und auch noch Diskussionsstoff zu liefern.

Ein Girokonto ist wie eine Spardose mit meinem Geld, die ich bei einer Bank aufbewahre. Man kann das Geld dafür an der Kasse einzahlen und erhält dann ein Papier, auf dem steht,

184 Juristisch ist das das Saldo, was interessiert. Bei Kontokorrentkonten, wie es die Girokonten sind, zählt nach der Saldofeststellung nur dieser Betrag. Alle anderen sind nachrichtlich.

wie viel Geld in dieser „Spardose“ bei der Bank ist. Das Geld auf dem Konto (in der „Spardose“) ist das „Guthaben“ und das Papier nennt man den „Kontoauszug“. (Bild eines Kontoauszuges mit Guthaben fett gedruckt). Oben oder unten im Auszug steht das aktuelle Guthaben. Sein Guthaben kann man sich jederzeit in bar wieder auszahlen lassen und zwar nicht nur dort, wo man es eingezahlt hat, sondern überall, wo die Bank Filialen hat oder einen Bargeldautomaten. Das ist praktisch, wenn man z.B. Angst davor hat, dass es auf der Urlaubsfahrt gestohlen wird. Man braucht dann kein Geld mitzunehmen.

Das Geld wandert mit dir. Statt sein Geld selber abzuheben, kann man der Bank auch sagen, dass sie es an die Telekom bezahlen soll, weil du deine monatlichen Telefonkosten für das Handy dort bezahlen muss. Du brauchst dann nicht selber zur Telekom gehen und es dort einzahlen. Du bittest die Bank, es aus deinem Guthaben an die Telekom direkt aus-zuzahlen. Man nennt diese Zahlung deines Geldes durch deine Bank an die Telekom eine „Überweisung“, wenn das Geld direkt auf dem Bankkonto der Telekom landet. Konten, die man hauptsächlich für solche Überweisungen benutzt, nennt man Girokonten (vom Italienischen girare = zirkulieren (Ein Zettel zirkuliert in der Klasse, Geld zirkuliert zwischen Menschen)). Konten, die man hauptsächlich nur zur Geldaufbewahrung nutzt, nennt man Sparkonten.

Wer über 18 Jahre alt ist, kann auch bei der Bank die Möglichkeit bekommen, Geld ausgezahlt zu erhalten, bevor man es eingezahlt hat. Das nennt man einen Kredit. Und weil man mehr abhebt, als man eingezahlt hat, nennt man es auch einen „Überziehungskredit“. Das kann praktisch sein, wenn man schon heute sein Handy bezahlen muss, aber erst nächste Woche Taschengeld bekommt. Die Bank nimmt für so etwas Zinsen und zwar um so mehr, je länger es dauert, bis du das Geld dann zurückgezahlt hast. Außerdem will sie das Geld dann aber auch zurück bekommen und zwar dann, wenn sie will. Dass kann zu einem Zeitpunkt sein, in dem man gerade kein Geld hat. Dann ist man „pleite“ und es wird u.U. das Handy weggenommen und verkauft, um die Schulden zu bezahlen. Wer also so einen Überziehungskredit aufnimmt, der hat einen Vorteil und zwei Probleme: sie kriegt Geld früher als erwartet, sie muss das Geld dann aber zurückbezahlen (Schulden tilgen) und dazu noch die Zinsen dafür bezahlen, dass die Bank es vorgestreckt hat.

Schafft man es nicht, seine Schulden zurückzubezahlen („das Konto auszugleichen“), dann streckt einem die Bank kein Geld mehr vor. Sie verweigert die Abhebung, wenn kein Guthaben auf dem Konto ist. Manche Banken kündigen dann gleich das ganze Konto und melden dies an eine Zentrale („Schufa“), bei der dann alle Banken vor Kontoeröffnung fragen, ob der Kunde nicht schon mal seine Schulden nicht bezahlt hat. Es kann dann sein, dass man bei keiner Bank mehr ein Konto bekommt. Dies finden z.B. die Verbraucherverbände ungerecht, weil man doch auch ein Konto ohne Kredit bekommen könnte und die, die kein Konto mehr haben, alles praktisch zu Fuß machen müssen, wenn sie Geld bezahlen oder erhalten wollen. Manche Arbeitgeber verlangen sogar, dass man ein Konto hat, wenn man eine Arbeit haben will.

Deshalb haben nun die Banken versprochen, auch Konten an solche Leute zu geben, die keinen Überziehungskredit bekommen sollen. Ob sie das Versprechen auch halten, ist umstritten. Deshalb meinen manche, man solle sie wie in Frankreich es schon der Fall ist, gesetzlich dazu zwingen, solchen ärmeren Personen ein Konto einzuräumen. Was meinst du dazu?

Warum überhaupt auf die Einleitung mit den Werbeanzeigen das Girokonto vorgestellt wird, das damit ja nach der Technik der Finanzdienstleistungen nichts zu tun hat, (es lädt ja nur in einem Fall zum Überziehungskredit, sonst nur zu Ratenkrediten ohne Girokonto ein), wird dann in dem anschließenden Beispielsfall deutlich.

Hier fängt eine Auszubildende „Isabel“ an wie wild zu kaufen und zwar unter Gebrauch der EC-Karte. Sie kauft Kleidung, Schal und Modeschmuck. Anschließend gibt sie noch 15,- DM im Cafe aus. Sie unterschreibt ferner in dem Cafe noch ein Zeitschriftenabonnement für eine Modezeitschrift über ihre Freundin Britta und lässt sich dabei

von einem Gewinnspiel locken. Am Ende zückt sie dann noch einmal überredet von der Freundin die EC-Karte und kauft für 259,- DM Schuhe.

Die Schüler sollen dann erst einmal ausrechnen, wie viel Isabel insgesamt ausgegeben hat, was überschlägig 800,- DM sein dürfte. (Damit wird suggeriert, Isabel habe den Überblick verloren.) Auf dem abgedruckten Kontoauszug sind allerdings nur 453,- DM Guthaben vermerkt. Sie sollen dann ausrechnen, wie hoch das Minus ist. Dabei wird sogar noch ein unnötig verkomplizierender Unterschied zwischen dem Kontostand am Geldautomaten (dies ist schon sachlich falsch, weil man in Deutschland keine Auskunft über den Kontostand am Geldautomaten erhält) und dem Kontostand nach der EC-Kartennutzung über den Kontoauszugsdrucker gemacht. (Bei der Online-Nutzung der EC-Karte sind die Kontostände immer identisch)

Anschließend geht nun Isabel in die Bank und erfährt, dass sie einen negativen Kontostand hat, aber noch keinen Dispositionskredit. Dieser wird ihr aber trotz nur 450,- DM Ausbildungsvergütung sofort problemlos über 1.000,- DM Höhe eingeräumt, weshalb sie jetzt noch mal 700,-DM abheben „kann“. Freunde meinen jetzt, sie solle den „Papierkram“ lesen. Erst dann soll sie gemerkt haben, dass sie „verschuldet“ ist.

Hier ist dann wirklich kaum noch etwas richtig. Ohne Überziehungsrahmen erhält nämlich Isabel von der Bank keine EC-Karte mit Garantiefunktion. So etwas wäre höchst fahrlässig. Viel wichtiger aber wäre es zu wissen, wie alt Isabel ist. Der Text suggeriert eine Gleichaltrige, also ein Mädchen unter 18 Jahren. Die kann aber nach dem Gesetz keine Schulden machen. Auch die Eltern können darin (allenfalls mit vormundschaftlicher Genehmigung) nicht wirksam einwilligen. Tatsächlich trägt die Bank das volle Risiko, dass Isabel das Geld zurückbezahlt. Eine Bank, die wie hier gleichwohl einen Überziehungsrahmen und dann noch ohne vorherige Prüfung und ohne Schufa-Anfrage sofort und dann gleich auf 1.000,- DM bei so geringem Einkommen einen Kredit einräumt, sollte durch den Totalverlust des Geldes bestraft werden, weil sie in die gesetzliche Erziehungsfunktion des Elternhauses eingreift.

Hier sollen nicht die Schüler lernen, keine Schulden zu machen, sondern die Banken sind vom Gesetz her verpflichtet, dies gar nicht erst zu ermöglichen. Dass der Verfasser diesen Minderjährigenschutz nicht kennt, ergibt sich dann auch später, wo behauptet wird: „Kreditinstitute bieten oft auch schon Jugendlichen Girokonten und Dispositionskredite an. Erkundigt euch ...“ Da die Schüler und zudem in der Du-Form angesprochen werden, sind hier offensichtlich unter 18-Jährige gemeint.

Sollte Isabel aber über 18 sein, so ist dieser Fall eher satirisch und wird dem Ernst der Überschuldungsproblematik von fast 2 Mio. Haushalten in Deutschland in keiner Weise gerecht. Der Fall könnte wegen des lächerlichen Verhaltens der Isabel für Schüler eher noch eine andere Message der besonderen Cleverness enthalten: Stell dich dumm und kaufe ein. Schulden zu haben ist ja zumindest nach diesem Text noch kein Problem an sich, weil die eigentlichen Probleme der Verschuldung überhaupt nicht aufgezeigt wurden. Dann bekommen die Banken eben ihr Geld nicht zurück (übrigens eine Logik, die ja der Gesetzgeber in der Tat so für Jugendliche gewollt hat).

Nach diesen Einstiegsfällen werden Dispositionskredit und Ratenkredite ebenso abstrakt mit Begrifflichkeiten dargestellt, bei denen nicht erkennbar ist, warum die Schüler das lernen sollen. Der Ratenkredit wird dann auch wieder mit dem Satz eingeleitet:

„Gleich kaufen, später zahlen – nach diesem Motto bieten viele Banken, ...“ Diese Behauptung ist nicht nur falsch, aus der Kritik der 50ziger Jahre entnommen und daher irreführend. Sie suggeriert auch entgegen allen empirischen Erhebungen, dass Über-

schuldung vornehmlich auf Überkonsum und individuellem Fehlverhalten beruht. Deshalb auch der Umweg über das Girokonto und die Karten statt mit dem einfachen Ratenkredit für das Auto der Eltern anzufangen oder vielleicht sogar erst einmal die Wohnungsmiete als ein Kreditverhältnis zu erklären. (Die in der Presse zu lesende Behauptung, Familien seien überschuldet, weil die Eltern schon als Jugendliche mit Schulden überhäuft in ihre neue Familie gekommen sind, ist eine interessierte Behauptung, die das Problem der Überschuldung in den subjektiven Bereich verlagert.)

Beim Ratenkredit wird dann behauptet, dass das Kreditformular nach dem Verbraucherkreditgesetz die wichtigsten Angaben enthalte, wobei vor allem auf die Angabe des effektiven Jahreszins verwiesen wird. Die wichtigste Angabe zur Vermeidung von Überschuldung ist aber wie gezeigt die Lebensdauer des finanzierten Produktes und das, was man in Anbetracht der zu erwartenden Raten an Einkommen monatlich erübrigen kann. (Liquidität) Der Effektivzins schützt nicht vor Fehlentscheidungen zur Überschuldung. Deshalb ist es falsch, dass der Effektivzins sagt, „wie teuer ein Kredit letztlich ist“. Der einfache Kreditnehmer erkennt dies nur über die Raten und den Bruttokredit im Verhältnis zum Nettokredit. Dies muss zur Überschuldungsprävention gelernt werden. Der Effektivzins dient nur dazu, bei Auswahl das billigere Produkt wählen zu können, wobei selbst dies angesichts des Ausblendens von Nebenkosten in Deutschland nicht gewährleistet ist.

Der Text stellt nun auch das wieder falsch dar. Danach sollen die Restschuldversicherungskosten (siehe dazu oben unseren Beispielsfall) nicht einzurechnen seien. Das Gesetz, das auf der entsprechenden EU-Richtlinie basiert, schreibt die Einbeziehung vor, wenn der Abschluss einer solchen Versicherung verpflichtend war. Dies ist in der Praxis häufig der Fall, weil ohne die Versicherung kein Kredit gewährt wird. Gleichwohl wird sie nirgendwo einbezogen, weil die Verbraucher es nicht wissen und die Pflicht häufig deshalb nicht beweisbar ist. Es wäre daher wichtig, dass die Schüler dieses Problem kennen lernen, zumal wiederum das Erkennen wucherischer Kredite davon abhängt.

Der eigentliche Sinn der Effektivzinsberechnung liegt nämlich für untere Einkommensschichten, die nur die teuren Kredite angeboten bekommen, darin, den Wucher zu ahnen. Durch die überschlägige Berechnung des Effektivzinssatzes kann eine Fachfrau wucherische Kredite erkennen, die man dann zinsfrei erhält.

Ohne darauf einzugehen, wird nun recht ausführlich und umständlich auf den Effektivzinssatz eingegangen, der zu kompliziert zu berechnen sei, weshalb die Verbraucherzentralen die „Uniformmethode“, die dann auch rechnerisch vorgeführt wird, benutzen würden. Auch dies ist falsch, weil diese seit über 10 Jahren von der Rechtsprechung und vom Gesetzgeber für unanwendbar erklärte Formel dort schon lange nicht mehr benutzt wird. Diese Formel kommt für langfristige Kredite zulasten der Kreditnehmer zu unannehmbaren Ergebnissen.

Niemand braucht aber den Effektivzins selber zu berechnen. Wichtiger wäre es zu erklären, was seine wirkliche Funktion ist und wo man ihn berechnet erhält (z.B. bei allen Verbraucherzentralen) und wie man die Indikatoren einfach findet, die deutlich machen, dass die Bank oder der Abzahlungsverkäufer falsch berechnet hat. (Verspätete Auszahlung, aufgezwungene Restschuldversicherung, Vermittlerprovision außerhalb der Bank u.s.w.)

Stattdessen wird den Schülern dann sogar das seit der Steuerreform überholte „Dammum oder Disagio“ im Hypothekenkredit erklärt. Der Bezug zum Thema der Überschuldung im Konsumkredit geht damit vollends verloren.

Überschuldung ist nicht mehr der Grund der Bildung sondern nur noch ein zudem wohl eher fehlgeleiteter Einstieg in eine unkritische Produktkunde. Diese ist z.T. auch noch unrichtig und unverstanden und vermittelt zudem noch den Schülern die Vorstellung, dass diese Materie auch zu komplex zum Verstehen ist. Das von Popitz u.a.¹⁸⁵ in den 50ern analysierte „dichotomische Bewusstsein“ der Arbeiter, wonach sie sich zu klein fühlen, um mit den Arbeitgebern vernünftig sprechen zu können, wird hier im Verhältnis Verbraucher und Banken durch Bildung transportiert.

Allerdings nimmt das Lehrbuch dann eine überraschende Wende im Teil 3 zur „Problematisierung“. Nachdem vorher durch einen Budgetplaner für die traditionelle Haushaltsberatung noch die These untermauert wird, dass Überschuldung durch vernünftige Haushaltsführung allein vermieden werden kann, werden nunmehr die globalen Verschuldungszahlen in % des Bruttoinlandsproduktes verschiedener Länder wiedergegeben. Da es sich offensichtlich nicht um Konsumentenkredite sondern um das Kreditvolumen in Deutschland insgesamt handelt, ist der Zusammenhang dieser nicht erläuterten Zahlen (unsinnigerweise wird hier das „Bruttoinlandsprodukt“ erklärt) zum Thema vollkommen unklar und auch offensichtlich falsch.

Im folgenden wird dann ein Kündigungsfall beschrieben, der so aussieht, als ob er tatsächlich so erzählt wurde. Er beginnt schon damit, dass der Überschuldete mit der 6. Klasse „keine Lust“ mehr hatte. Wenn dann folgt, dass der Schüler mit 14 „raus aus der Schule“ war, lässt dies allerdings wiederum Zweifel an der Wahrheit des Falles aufkommen, da es in Deutschland eine darüber hinausgehende Schulpflicht gibt. Nach Heirat, Kinder, Arbeitslosigkeit „kriegten wir einen Kredit nach dem anderen, immer haben die uns geschrieben“. Überschuldung als Kreditüberhäufung durch die Anbieter, auf die man sorglos hereingefallen ist. Die Brücke zur Haupteingangsthese wird wieder hergestellt. Auch hier also dieselbe Suggestion subjektiven Verschuldens als wesentlicher Ursache der Überschuldung.

Aus dem „Neuen Bank und Börsen ABC“ wird dann wörtlich eine Definition als scheinbar wissenschaftlicher Beleg abgedruckt, die damit beginnt: „Sich zu Verschulden, das wird immer weniger als Problem angesehen. Leicht hat man einmal sein Girokonto überzogen. Kreditkarten sind ein einfacher Weg zum Bezahlen. Auch dann lebt es sich noch gut weiter.“ Anschließend wird in diesem Zitat dann aber falsch der Begriff der Unternehmensüberschuldung unmittelbar auf den privaten Haushalt übertragen. Der darin benutzte bilanzielle Vermögensbegriff passt nicht auf Privathaushalte, deren einziges Vermögen die Arbeitskraft ist. Deshalb hat die Insolvenzordnung gerade die gesonderte Verbraucherinsolvenz mit ihrem Rehabilitationsgedanken eingefügt. Das Zitat ist daher irreführend.

Warum dann im Anhang eine Statistik der Verbraucherzentrale NRW abgedruckt wird, woraus hervorgeht, dass Arbeitslosigkeit der Hauptgrund der Überschuldung ist, kann angesichts der Subjektivierung der Überschuldung in der gesamten Unterrichtseinheit nur vom Unterrichtenden erraten werden. Die Tabelle wird auch nicht verarbeitet.

Im Ergebnis treffen durch dieses Schulbuch alle Befürchtungen für finanzielle Allgemeinbildung in der Schule ein: Kredite werden unrichtig dargestellt, die Rechtslage ist falsch, die Realität ist verzerrt wiedergegeben, viel unnötiges als „Fachwissen“ verkleidetes Wissen wird kompliziert und abschreckend dargestellt, die Überschuldeten werden als leichtsinnig und bis zur Lächerlichkeit entstellt als sorglose Ausgeber diffamiert, die dabei in Anspruch genommenen Kredite werden auf den hier relativ unbedeutenden Überziehungskredit konzentriert und nebenbei werden eine Vielzahl von Praktiken und Produkten als normal dargestellt, die kritisch zu hinterfragen wären oder deren Darstellung es nicht bedurft hätte.

Im Lichte der hier vertretenen Konzeption finanzieller Allgemeinbildung ist dieses Material unzureichend.

b. Mathematik-Lehrbücher

(1) Allgemeines

Es wurden eine Reihe von Mathematikbüchern aus der Schulbibliothek ausgeliehen, aus der auch Schüler ihre Bücher erhalten. Diese Bücher enthielten implizit in erheblichem Maße Informationen über den Gebrauch von Finanzdienstleistungen, was so nicht erwartet war. Dabei fiel aber auf, dass auch über zehn Jahre alte Mathematikbücher ausgegeben wurden. Eine Nachfrage bei den Lehrern ergab, dass diese aber immer noch im Unterricht verwendet würden. Es sei nicht genügend Geld da, um Schüler jeweils mit dem neueren Stand der Schulbuchliteratur vertraut zu machen. Daher würden auch die alten Bücher Verwendung finden. Die Fortschritte, die in den neueren Mathematikbüchern zu verzeichnen waren, die teilweise wohltuend sich von der kreditfeindlichen Ideologie unterschieden, kommen dabei den Schülern noch nicht zugute. Wir haben im folgenden beispielhaft das Buch „Mathematik Real“ Allgemeine Ausgabe 8, hrsg. von Reinhard Kullien, Cornelsen Verlag, 10/1992 ausgewählt und nach seinen sachlichen Inhalten sowie der damit vermittelten Botschaften für finanzielle Allgemeinbildung hinterfragt.

Das Lehrbuch ist ein Schulbuch für die 8. Klasse der Hauptschule. Es hat 16 Seiten für finanzmathematische Vorgänge reserviert und enthält viele Abbildungen insbesondere eines Sparkassenbuches, einer Sparkasse, einer Folie der Bundesschatzbriefe sowie ein Faksimile der Finanzierungsschätze des Bundes, eine Kleinkreditanzeige, eine Werbeanzeige über Wertzuwachssparen, die Abbildung eines Schecks sowie Erläuterung, was ein IQ ist. Außerdem findet sich dort eine Anzeige „Bausparen, ein kluger Schritt auf dem Weg in die Zukunft“, der als unkommentiertes Werbematerial angesehen werden kann.

(2) Lebensfremde Beispiele

Die Beispiele sind teilweise sehr lebensfremd und nutzen unnötig komplizierte Sachverhalte, die nicht einmal aufgeklärt werden. So heißt es auf Seite 124 "Herr Wagner will im nächsten Jahr ein Auto kaufen. Daher zahlt er DM 12.000, die er aus einer Lebensversicherung erhalten hat, für ein Jahr auf ein Sparkonto ein. Die Bank zahlt ihm nach einem Jahr 5 % von DM 12.000 Zinsen."

Es handelt sich offensichtlich um eine Kapitallebensversicherung und nicht um eine Risikolebensversicherung. Da beide Formen in der Praxis mit verheerender Bedeutung

für die Liquidität unterer Einkommensschichten verwechselt werden, ist es schon erstaunlich, dass auch ein Lehrbuch diese Frage offen lässt.

Dann werden auch noch 5 % Sparzinsen für ein Jahr genannt. Dies ist außergewöhnlich viel und praxisfremd. In der Praxis spart man kein Auto über eine Kapitallebensversicherung an. Gerade die untere Hälfte der Bevölkerung finanziert ihre Autos voll.

Der Fall wird aber noch unrealistischer: "Nach einem Jahr kauft Herr Wagner den Wagen. Ihm fehlen zum Kauf noch DM 12.000. Er leiht sich diesen Betrag bei der Sparkasse. Sie berechnet für ein Jahr 9 % von DM 12.000 Zinsen." Solche Kredite gibt es in der Praxis kaum. Tatsächlich würde Herr Wagner bei der Sparkasse einen Ratenkredit beantragen. Dann aber sind 9 % Zinsen in einem Jahr, in dem 5 % Sparzinsen gezahlt werden, unrealistisch niedrig.

In der Realität hätte Herr Wagner entweder sein Konto überzogen, um den Betrag danach zu erhalten oder aber einen entsprechenden Ratenkredit in Anspruch genommen, bei dem der effektive Jahreszins entscheidend gewesen wäre. Die Kinder lernen hier über den Mechanismus der Autofinanzierung nichts und werden zudem mit einem falschen Gebrauch von Kapitallebensversicherungen konfrontiert, die der privaten Altersvorsorge dienen.

Auch beim Girokonto werden Informationen unterstellt, die so nicht korrekt sind. Auf Seite 135 wird darauf verwiesen, dass bei Banken Schüler und Studenten für Girokonten keine Gebühren zahlen müssen. Anschließend wird über einen Dispositionskredit berichtet für den Zinsen errechnet werden sollen. Dabei wird verschwiegen, dass Kinder unter 18 Jahren keinen Dispositionskredit wirksam abschließen können und daher auch nicht zur Rückzahlung dieser Beträge verpflichtet sind. Den Schülern wird hier ein normales Kreditverhältnis suggeriert, obwohl nicht einmal die Eltern ihnen hierzu die Zustimmung wirksam erteilen können.

(3) Problematische Zinsrechnung

Die Mathematik hat Zinsen als Wachstum für den Investor darzustellen. Solches Wachstum kommt in der Natur ebenso vor. Die Finanzpraxis vereinfacht dies bei Geldgeschäften häufig dadurch, dass sie Zinsen aus der Perspektive der Kapitalnutzer als Kosten darstellt. Statt bei der Zinsberechnung mit einem Baum und seinem Wachstum anzufangen, wird diese falsche Vorstellung aus der Praxis der Geldgeschäfte zur Grundlage gemacht, um sie dann in einer höheren Klasse wieder zu revidieren. Das aus Vereinfachungsgründen in der Wirtschaft Ideologien benutzt werden, sollte den Kindern auch in der 8. Klasse nicht vorenthalten werden. Dies ist wichtig, damit sie erkennen, dass z.B. der p.M. Gebührensatz eine besonders irreführende Ideologie ist und 1 % pro Monat Zinsen dort sich im Ratenkredit auf ca. 24 % p.a. hochrechnen lassen. Im Computerzeitalter sind solche Ideologien durchaus nicht mehr sinnvoll.

Zinsen werden zudem als "Leihgebühr" bezeichnet. Die Beispiele beziehen sich dann auf Bundesschatzbriefe. Die in der Werbung im Faksimile bezeichneten Ratenkredite werden praktisch nicht korrekt behandelt. Beide beziehen sich offensichtlich auf Pro-Monats-Sätze im Ratenkredite, während daneben aber Festkredite berechnet werden. Damit unterstützt das Schulbuch praktisch die falsche Suggestion billiger Kredite im p.M. Satz.

Irreführend ist auch die Erläuterung "Die Zinsrechnung ist eine Anwendung der Prozentrechnung. Dabei werden nur andere Begriffe verwendet." Das wichtige am Zins für die Nutzer von Finanzdienstleistungen ist nicht das % Zeichen sondern das p.a. Zei-

chen. Geldbeträge werden für die Inanspruchnahme von Kapital in der Zeit gezahlt. Die Verwechslung zwischen Bearbeitungsgebühr und Zinsen, zwischen Disagio und anderen in Prozentsätzen angegebenen Anteilen vom Nettokapital, von Zinscaps und Vorfälligkeits“gebühren“ ist damit bereits im Schulbuch vorprogrammiert. Geld ist Zeit muss auch in der Mathematik die Grundlage sein.

Die Zinsrechnung ist eine Anwendung der Prozentrechnung: Dabei werden nur andere Begriffe verwendet.

Dem Prozentwert entsprechen die Zinsen für ein Jahr.	Prozentsatz - Zinsen
Der Prozentsatz heißt im Geldgeschäft Zinssatz.	Prozentsatz - Zinssatz
Der Grundwert wird Kapital genannt.	Grundwert - Kapital

Abbildung 8: Schulbuchauszug Mathematik zur Zinsrechnung

Bei der Berechnung von Zinsen wird eine Kapitalanlage als Beispiel genommen. Das verzinsliche Girokonto oder das Sparkonto wären die lebensnahen Beispiele. Hier werden Bundesschatzbriefe im Faksimile dargestellt und auch mit ihrer eigenen Werbung angepriesen. Dabei wird auch noch zwischen den Typen A und B verbal unterschieden. Es wird aber nicht gesagt, was diesen Unterschied ausmacht. Unnötige Verkomplizierungen schrecken ab.

Tatsächlich erfolgt die Berechnung für einen Bundesschatzbrief mit jährlicher Zinsauszahlung. Der Schüler soll zudem außer acht lassen, dass die Zinsen zu verschiedenen Zeitabschnitten anfallen. Die Schüler sollen sechs Jahre Zinsen ausrechnen, obwohl diese Zinsen niemals in einer Summe bei ihnen anfallen werden bzw. teilweise so frühzeitig sind, dass sie wieder angelegt werden können.

In allen Aufgaben wird nicht unterschieden zwischen einem Nominalzinssatz und einem effektiven Jahreszinssatz. Der Begriff Effektivzins kommt nicht vor.

Bei den Monatszinsen wird den Schülern nicht der Unterschied zwischen einem Nominalzinssatz und einem Pro-Monatsgebührensatz erklärt. Letzterer ist kein Zinssatz, sondern ein mathematisch unsinniger Gebührenparameter, der von Banken aus Vereinfachungsgründen benutzt wird, jedoch den Verbraucher keine Vergleichschance etwa mit Sparzinsen lässt. Hier wird sogar suggeriert, dass der Pro-Monatszinssätze $\frac{1}{12}$ eines Jahreszinssatzes sei. Tatsächlich stellen solche im Ratenkredit immer noch üblichen Parameter annähernd nur $\frac{1}{24}$ des entsprechenden Jahreszinssatzes dar.

Auf Seite 137 wird ein Bargeld-Sofort-Inserat analysiert und daneben ein Nominalzinssatz ausgerechnet. Diese Berechnung widerspricht der Preisangabenverordnung und vermittelt einen falschen Eindruck, weil der Ratenkredit wie ein Festkredit gerechnet wird.

Dass Personen solche Sofortkredite über Kleininserate aufnehmen, wird immerhin teilweise zutreffend damit begründet, dass solche Personen bei den Banken keine Kredite mehr bekämen. Ratschläge oder Hinweise, wie man mit dieser Situation umzugehen hat, fehlen. Vielmehr wird unterschwellig suggeriert, dass dieser Personenkreis überhaupt keine Kredite bekommen solle und dürfe. Dies ist aber eine fatalistische Einstellung für Menschen in Liquiditätskrisen.

Bei der Kapitalanlage in Bundesschatze sollen die Schüler mit der einfachen Nominalzinsformel rechnen. Dabei wird verschwiegen, dass diese Formel keine Zinseszins-

effekte berücksichtigt. Diese werden erst in einer höheren Stufe in Mathematik gelernt. Es prägen sich aber bei den Jüngeren bereits falsche Zinsberechnungen ein.

Am Beispiel eines Sparratenplanes wird (S. 132) dann an anderer Stelle doch der Zinseszins eingeführt. Allerdings wird im Unterschied zur Praxis, wo monatliche Einzahlungen erfolgen, von jährlichen Zahlungen ausgegangen.

Zinseszinsprobleme ließen sich an einem einfachen Beispiel durchaus demonstrieren, wenn man z.B. zwei Schüler denselben Betrag mit Zinsentnahme und ohne Zinsentnahme auf ein Sparguthaben einzahlen lässt oder aber die Reihe A und B der Bundesschatzbriefe aus der Werbung gegenüberstellt und die Schüler fragt, warum auch bei gleichen Renditen die Auszahlungsbeträge unterschiedlich sein müssen. Hier geht es um Verstehen und nicht um Rechnen.

Mathematiklehrer müssten zudem erklären, warum nicht auch in der 8. Klasse mit einem Tabellenkalkulationsprogramm am Computer vorgerechnet werden kann. Rechnen der Zukunft sollte zumindest, wenn finanzielle Allgemeinbildung einbezogen werden soll, eher das Verständnis der Berechnungen durch die Computer als deren Simulation im Kopf bedeuten.

(4) Liquidität von Anlagen

Immer wieder wird der Eindruck vermittelt, Sparen und Liquidität seien ein Gegensatz.

So ist z.B. der Hinweis falsch, dass man der Bundesbank beim Kauf von Bundesschatzbriefen für sechs Jahre Geld leiht. Damit wird der Eindruck erweckt, man sei bei Bundesschatzbriefen an die Kapitalhingabe gebunden. Tatsächlich ist deren Vorteil die Liquidität, wie es auch im Faksimile der Werbung kleingedruckt erkennbar ist. Die wichtige Botschaft, dass Bundesschatzbriefe eine sichere, relativ hoch verzinsliche, gefahrlose und für Liquiditätsengpässe leicht auflösbare Anlage darstellt, die gerade für untere Einkommensschichten geeignet ist, wird den Schülern nicht vermittelt.

In einem Kasten sind dann sogar die aktuellen Rechtsverhältnisse für Sparkonten falsch dargestellt. Die Aussagen waren 1992 bei Abfassung des Buches noch korrekt. Da die Schulbücher aber weiter verwandt werden, lernen die Kinder hier etwas falsches, wenn es heißt, dass bei Sparkonten der Kunde festgelegte Kündigungsfristen einhalten muss. "Die gesetzliche Kündigungsfrist ist für Beträge über DM 2.000 zur Zeit drei Monate." Die Schüler bekommen den falschen Eindruck, dass man an Sparguthaben nicht herankommt. Dies schreckt vom Sparen unnötig ab, weil nach Untersuchungen gerade Unterschichten immer eine jederzeit verfügbare Liquiditätsreserve behalten. Das Sparbuch ist hier eine durchaus geeignete Form.

Tatsächlich war es schon immer gängige Praxis der Banken, gegen Abzinsung die Verfügung auch über größere Summen zu ermöglichen. Dieses Wissen ist auch deshalb wichtig, weil es unsinnig wäre, bei bestehenden Sparguthaben deshalb Kredite aufzunehmen, weil man an das Sparguthaben scheinbar nicht herankommt. Ein wesentliches Problem der Überschuldung besteht häufig darin, dass überredet durch Vertreter oder aufgrund eigener Fehlvorstellungen Guthaben in Kapitallebensversicherungen und Bausparverträgen unangetastet bleiben und sogar weiter aufgebaut werden, während man mit Krediten versucht, seine Liquiditätskrise zu meistern.

Ähnlich falsch ist auch der Hinweis, dass man an Festgeldkonten nicht vorzeitig herankommt. Die Bank kann mir dies immer erlauben. Sie tut es auch. Man verliert dann in der Praxis nur den Zinsanspruch für diesen Monat.

(5) Kredit und Sicherheit vermischt

Bei den Übungen findet sich das bei einer Hausfinanzierung. Darin heißt es "Sie belasten dann Ihr Haus mit einer Hypothek. Dadurch erhält die Bank das Recht, das Haus zu verkaufen, wenn der Käufer seinen Zahlungsverpflichtungen nachkommt." Dieser Hinweis ist zunächst nicht korrekt. Es werden keine Hypotheken, sondern Grundschulden eingetragen. Diese begriffliche Unterscheidung der Sicherheiten ist wichtig, weil Bauherren und Baufrauen z.B. bei der Vorfälligkeitsentschädigung, die man nicht zahlen kann oder will, wissen müssen, dass in Deutschland die Belastung des Grundstücks auch noch besteht, wenn man die Schuld abbezahlt hat und man daher in einer Zwangslage steht. (Grundschuldenmodell gegenüber dem ausländischen Hypothekenmodell) Im vorliegenden Fall geht es aber gar nicht um Sicherheiten, sondern um den Kredit. Deshalb ist es hier auch unnötig, zusätzlich noch die falsche Behauptung aufzustellen, die Bank habe das Recht, ein Haus zu verkaufen. Sie kann nur die Zwangsversteigerung einleiten.

Stattdessen sollte man den Kredit in den Mittelpunkt stellen. Stattdessen heißt es umgangssprachlich: „Herr Grüner musste sein Haus mit drei Hypotheken beim Kauf belasten. Die angegebenen Zinssätze hatte er mit seiner Bank vereinbart.“

Es werden zwei Zinssätze miteinander verwechselt. Die Grundschulden haben einen eigenen Zinssatz, der mit dem Kreditzinssatz in der Regel nichts zu tun hat. Richtig hätte es heißen müssen, dass er Hypothekenkredite aufgenommen hat. Diese Hypothekenkredite belasten dann allerdings nicht sein Haus, sondern sein privates Einkommen. Daraus müssen sie auch zurückbezahlt werden.

(6) Tilgungen werden außer Acht gelassen

Wie in allen Beispielen wird bei den Kreditbeispielen die Tilgung bei der Berechnung außer Acht gelassen. Deshalb müssen sie entweder große Beträge bei der Rückzahlung erben oder eine Lebensversicherung wird fällig. Die Berechnung mit kontinuierlicher Tilgung erscheint wohl als zu kompliziert.

Dadurch wird aber ein ganz falsches Bild vermittelt. Die Tilgung ist das wesentliche Element zum Verstehen von Konsumkrediten, die monatliches Einkommen vorzeitig verfügbar machen. So wäre es wesentlich, dass die Schüler lernen, dass die Kreditaufnahme in einem Äquivalent für den Verbrauch ihrer Güter steht und damit die Verbrauchszeit und die Tilgungszeit ihres Kredites aufeinander abgestimmt werden muss. Solche Ratenkredite oder Annuitätendarlehen in der Baufinanzierung kann man auch mit 14-jährigen berechnen. Hierfür beschränkt man sich auf die Berechnung der ersten beiden Monate, die jeder für sich gerechnet werden. Man muss dann lediglich statt des Zinssatzes mit dem Zinssatz die Zinsen ausrechnen. Der Lehrer kann dann die restlichen Berechnungen über den Computer ausdrucken, so dass die Schüler dies verstehen. Sie sollten das System der Berechnung lernen und nicht zu kleinen Bankern ausgebildet werden, die selber Zinssätze im Kopf errechnen, was heute niemand mehr in der Praxis tut. Nur dann würden sie auch etwas über die Realität lernen. So heißt es auf Seite 124 "Die Banken achten darauf, dass sie mehr Zinsen einnehmen, als die ihren Kunden zahlen".

(7) Komplexität und Vereinfachung

Unsinnige Verkomplizierungen enthalten Informationen über die Versteuerung der Zinsen. Hier kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, als ob hier Schüler auf ihre

zukünftige Steuerpflicht vorbereitet werden sollen, was mit der Zinsberechnung nichts zu tun hat. Außerdem enthält der Text noch den Zustand vor Einführung der Zinsabschlagsteuer und suggeriert eine allgemeine Steuerpflicht, die vor allem für Unterschichten faktisch nicht besteht.

Die Berechnung von Finanzierungsschätzen des Bundes benutzt ein Beispiel, das für den Normalbürger nur eine sehr geringe Rolle spielt, weil sie in zu geringer Stückelung angeboten werden.

(8) Werbung

Es ist problematisch konkrete Produkte bestimmter Anbieter über deren eigene Werbung und Darstellung in den Mittelpunkt zu stellen, ohne dabei auch die Kritik mit einzubeziehen. Im Mathematikunterricht könnte der Staat leicht vorführen, wie man Werbung als objektiv richtig zu akzeptieren hätte. Dass gerade die problematischsten Produkte für irreführende Werbung, die Kapitallebensversicherung und das Bausparen, die beide mit hoher Provisionsbelastung im Haustürgeschäft abgesetzt werden, quasi als Normalfall unkritisch im Mathematikunterricht auftauchen, lässt wenig kritische Distanz erkennen.

So wird auf Seite 138 direkte Werbung für Bausparen reproduziert. „Ein kluger Schritt auf dem Weg in die Zukunft.“

Dabei wird eine Abart der Bausparfinanzierung in den Vordergrund gestellt, nämlich die Bauspar-Sofortfinanzierung. Diese äußerst ungünstige Finanzierungsform, bei der Personen ihr Bausparguthaben über einen Kredit finanzieren, wird als normal hingestellt. So heißt es "Darlehen, die eine Bausparkasse gewährt, bevor man das Geld aus einem Bausparvertrag erhält, nennt man Zwischenkredit. Familie Schmidt musste bei der Bausparkasse einen Zwischenkredit über DM 36.000 für neun Monate aufnehmen. Erst nach dieser Zeit erhält sie das Geld aus einem Bausparvertrag zu günstigeren Bedingungen." Diese Information ist zunächst falsch, weil Familie Schmidt das Geld nicht aus dem Bausparvertrag erhält, sondern aus dem Bauspardarlehen. Auch ist es äußerst unratsam zu behaupten, die Familie Schmidt hätte einen Zwischenkredit „gebraucht“.

Die Zinssatzberechnung des Zwischenkredites ist deswegen inkorrekt, weil die Kreditsumme dadurch überhöht ist, dass der Kunde zur gleichen Zeit ein Guthaben in einem Bausparvertrag hat, das sich mit nur 2 % p.A. verzinst, während er genau für dieses Guthaben Kreditzinsen zahlen muss, die in diesem Beispiel bei dem vierfachen mit 8 % liegen dürften. Auch das zweite und dritte Beispiel handelt von Zwischenkrediten. Ein normales Bauspardarlehen wird überhaupt nicht erwähnt geschweige denn erläutert.

Da bei der Bausparsofortfinanzierung kein Ansparvorgang vorliegt, sondern das Bausparen nur als Form missbraucht wird, um trotz anders lautendem gesetzlichem Auftrag im Bausparkassengesetz Sofortfinanzierungen anzubieten, befördert der Mathematikunterricht ein gefährliches Produkt. Da die Konstruktion zunächst alle Tilgungen aussetzt, verschiebt sie die gefährlichen Belastungen in die Zukunft. Dies sollte den Kindern nicht verschwiegen werden, wenn man überhaupt ein so unsinniges Produkt berechnen will. Dass die Berechnung dann auch zu einem wirtschaftlich falschen Ergebnis führen muss, ist dann schon eher nebensächlich.

(9) Zusammenfassende Beurteilung

Die Mathematiklehrbücher bemühen sich zunehmend ihre Beispiele in der Zinsrechnung aus der Finanzdienstleistungspraxis zu nehmen. Es drängt sich jedoch der Eindruck auf, als ob es dabei darum geht, die bestehende Praxis möglichst als solche so nachvollziehbar zu gestalten, dass sie als richtig erkannt werden kann.

5 Darlehen, die eine Bausparkasse gewährt bevor man das Geld aus einem Bausparvertrag erhält, nennt man Zwischenkredit. Familie Schmitt mußte bei einer Bausparkasse einen Zwischenkredit über 36000 DM für 9 Monate aufnehmen. Erst nach dieser Zeit erhält sie das Geld aus einem Bausparvertrag zu günstigeren Bedingungen. Die Bausparkasse berechnet für diesen Zeitraum 2712 DM Zinsen. Berechne den Zinssatz p.a. der Bausparkasse für den Zwischenkredit.

BAUSPAREN

ein kluger Schritt
auf dem Weg in die Zukunft



Abbildung 9: Bauspardarlehen im Schulbuch

die Mathematik sich als angewandte Wissenschaft auch der Praxis zuwendet, um die vor allem in Deutschland bei Schülern festgestellten mathematischen Defizite durch höhere Motivation und höheren Nutzwert zu überwinden, so wichtig ist es aber auch, dass dies nicht ohne Verständnis der Mathematiker für die wirtschaftlichen Abläufe, auf die sie ihre Formeln anwenden möchten, geschieht. Hier ist ebenso wissenschaftlicher Input aus Ökonomie, Rechtswissenschaft und Soziologie erforderlich wie es die eigentlichen Techniken der Mathematik selber erfordern.

Deshalb wundert es nicht, dass die Produktbeschreibungen selbst für äußerst problematische Produkte wie die Bauspar-sofortfinanzierung sogar die Anbieterwerbung wörtlich übernimmt. Bei allen Berechnungen dominiert eine Anbieterperspektive, die die Probleme der Liquidität und der Funktionalität von Finanzdienstleistungen außer Acht lassen.

Dies geht dann sogar so weit, dass die Beispiele den Zusammenhang zwischen Einkommen und Kredit vollständig auch entgegen der Realität der Produkte außer Acht lassen und Tilgungskredite ausschalten. Rechtsverhältnisse um Anlageprodukte werden falsch dargestellt. Komplizierte Produkte werden so vereinfacht, dass die wesentlichen Probleme unkenntlich werden.

Dort wo die Mathematik kritisches Potenzial hätte, wie es etwa seit Jahren in den teilweise schon polemischen Publikationen von Seckelmann¹⁸⁶ der Finanzwelt entgegengehalten wird, werden p.M. Gebührensätze, Nominalzinssätze nicht nur unkritisch hingenommen, sondern auch noch nachvollzogen.

Selbst der Zusammenhang von Zins und Zeit erscheint nicht zentral sondern unter der Prozentrechnung versteckt. Dafür werden unkritisch Verschuldungsideologien transportiert. So wünschenswert es ist, dass

186 Vgl. Seckelmann, Zinsrecht.

Mathematiklehrbücher in Schulen sind somit ein wesentliches und wichtiges Instrument der finanziellen Allgemeinbildung. In ihrer jetzigen Form zeigte das besprochene ebenso wie die anderen gesichteten Bücher jedoch noch nicht die hierzu notwendige Eignung.

c. Anbietermaterialien

Verschiedene Anbieter von Finanzdienstleistungen entwickeln für die unterschiedlichen auf allgemein ökonomische oder auch auf die privaten Finanzen bezogene Fragestellungen Unterrichtsmaterialien. Beispielhaft ist hier der Bundesverband deutscher Banken zu nennen, der das Programm SCHUL/BANK aufgelegt hat. Dieses liefert in Printform grundlegende wie auch aktuelle Informationen zu wirtschaftlichen Sachverhalten unter den übergeordneten Themenbereichen Banken, Geld und Volkswirtschaft¹⁸⁷. Hierbei gibt es getrennte Ansatzpunkte für Schüler (Fragebögen zu den einzelnen behandelten Themengebiete als Wissensüberprüfung und –festigung) und Lehrer (Musterantworten, didaktische Schrittfolgenvorschläge für den Geldunterricht). Die Unterrichtsmaterialien haben nach Auskunft des Bundesverbandes eine große Resonanz.¹⁸⁸

Der Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft bietet Unterrichtsmappen für die Sekundarstufe an. Unter dem Thema „Gesicherte Zukunft planen“ informieren diese über staatliche und private Versicherungen sowie über Altersvorsorge. Diese Informationsprospekte geben eine erste Orientierung über das Versicherungsspektrum, die Hintergründe und Eigenschaften der einzelnen Versicherungs- oder Vorsorgearten sowie Abgrenzungen untereinander in Leistung und Zielaufgabe. Das erworbene Wissen können Schüler und Lehrer in kurzen, zusammenfassenden Tests überprüfen. Eine pädagogische Handreichung bietet den Lehrenden eine Zielübersicht für die einzelnen Unterrichtsstoffabschnitte sowie methodische und didaktische Anregungen.

Der Sparkassen Schul Service wurde bereits im Rahmen der Interviews von den befragten Lehrern und Lehrerinnen als am meisten genutzte Quelle für Unterrichtsmaterialien erwähnt. In Zusammenarbeit mit dem Sparkassenverlag werden Unterrichtsmaterialien zur finanziellen Allgemeinbildung von Schülern („Geld“ und „Wirtschaft“) bereitstellt. Hierzu gehören ca. 150 Materialien wie Übungsmappen, Folien, Wissenstests, Lehrfilme etc. (vgl. hierzu auch das Angebot des DSGVO). Mehrere Sparkassen¹⁸⁹ bieten ihren Schulservice auch online an, wobei den Lehrern zunehmend Downloads von Unterrichtsmaterialien (Folien, Fragebögen...) und bald auch komplette Unterrichtseinheiten zur kostenlosen Verfügung gestellt werden. Das für diese Untersuchung relevante Thema „Geld“ ist in vier Abschnitte unterteilt: Giroverkehr, Sparen/Geldanlage, Kredit und die Rolle des Geldes.

187 Eine zuständige Mitarbeiterin des BdB äußerte, dass speziell zu den Themen Kredit und Kontoführung bezogen auf die private Lebensführung/Überschuldung nichts in den von ihnen erstellten Broschüren vorkommt. Schwerpunkt sind allgemeine Informationen zu den Themen Euro, Geld, Bankwesen, Wirtschaft allgemein und Übergang von Schule in Berufsleben.

188 Die Gesamtauflage der Wirtschaftsmappen „Materialien für den Unterricht“ beträgt ca. 25.000 Stück, in den Verteiler für das monatliche Newsletter sind ca. 65.000 Lehrer und Lehrerinnen eingetragen.

189 Beispielsweise die Stadtsparkasse München unter <http://www.sparkassen-schulservice.de/SPK/SSKMuenchen/SSERVICE/>.

Es würde zu weit führen, diese Fülle an Material adäquat darzustellen. Grundsätzlich handelt es sich um Materialien der Anbieterseite, deren wesentliche Botschaft interessengeleitet darauf hinweist, dass die bestehenden Angebote so sind und auch so richtig sind. Man kann, auch wenn es sich um unabhängige Stiftungen handelt, wohl kaum erwarten, dass der hier verfolgte interaktive Ansatz einer Bildung beider Seiten, der Angebots- wie der Nachfrageseite, zu einem besser die Armut verhindernden System, von der Angebotsseite selber bewältigt werden kann.

Am Beispiel der Materialien der Sparkasse München wird aber auch deutlich, dass die Anbieterseite hier eine wichtige und vor allem entideologisierende Bedeutung haben kann.

Wohltuend setzen sich die sachlichen Beschreibung unter dem Stichwort „Kredit“ von den moralisierenden Stellungnahmen zur Überschuldung ab. Dabei wird das System der Finanzdienstleistungen als technisches System dargestellt, das aus den Bedürfnissen der Wirtschaft entstanden ist. Allerdings werden dabei die Bedürfnisse der Verbraucher nur in ihrer Nachfragefunktion, nicht jedoch in ihrer Funktion als Sicherung der Sozialexistenz soziologisch hinterfragt und auf das Arbeitseinkommen bezogen, wenn es heißt:

Ein Kredit bringt Vorteile für beide: Der Kreditgeber bekommt Zinsen, und der Kreditnehmer kann z. B. mit Kredit seinen Betrieb rationalisieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Typisch für einen Kredit ist es, dass der Kreditgeber eine Leistung in der Gegenwart erbringt und damit zum Gläubiger wird, während der Kreditnehmer als Schuldner sich verpflichtet, die Gegenleistung erst in der Zukunft zu erfüllen. Von der Möglichkeit, fremde Mittel in Anspruch zu nehmen, um einen zeitlichen Vorsprung zu nutzen, machen sowohl Privatpersonen als auch Unternehmer und öffentliche Stellen Gebrauch.

Wo es um die Marktfunktionen der Nachfrage und des Angebots geht, sind die Ausführungen klar, präzise und auch korrekt, wie man es von einer Bank auch nicht anders erwarten sollte:

Überlegt ein Haushalt, ob es sinnvoll und wirtschaftlich ist, einen Kredit aufzunehmen, so muss er sich auch über die Kreditkosten informieren und Vergleiche anstellen. Der Vergleich wird durch unterschiedliche Zinsbelastungen wie Monatszins, Jahreszins, Auszahlungszu- und -abschläge sowie Bearbeitungsgebühren erschwert. Die Kreditgeber sind verpflichtet, in diesen Fällen jeweils den Effektivzinssatz, d.h. die effektive, jährliche Verzinsung des Kredites, anzugeben. Dieser Effektivzins ermöglicht auch bei unterschiedlichen Kreditkonditionen der einzelnen Kreditgeber problemlos den Zinsvergleich. Die wesentlichsten Informationsquellen sind: Berater, Prospekte, Schriftverkehr, Gebührenaushang, Antragsvordrucke.

Anschließend werden dann Kreditarten wie sonstige Produkte dargestellt und unter den Rubriken „1. Kreditarten und Verträge; 2. Dispositionskredit; 3. Einteilung von Krediten; 4. Allzweckdarlehen mit Laufzeitzinssatz; 5. Grundschuld/Hypothek; 6. Der richtige Umgang mit Krediten“ korrekt beschrieben.

Dies trifft etwa auch für die Zinsangaben zu, wo der Ratenkredit korrekt erklärt wird:

Bei einem Zinssatz pro Monat von 0,5 % und einer Laufzeit von 36 Monaten beträgt er nicht 6 % im Jahr ($0,5 \times 12$). Man muss berücksichtigen, dass die Bearbeitungsgebühr hinzukommt (2 %) und die Zinsen über die gesamte Laufzeit für die ursprüngliche Kreditsumme bezahlt werden müssen. Der effektive Jahreszins beträgt hier 13,06 %.

Nachdenklich muss aber hier stimmen, dass die bei Teilen der Banken und eben auch im Sparkassensektor noch übliche Nutzung des p.M.-Gebührensatzes hier als „Zinssatz“ bezeichnet wird. In der oben wiedergegebenen Definition können die Schüler nicht ver-

stehen, dass dieser „Zinssatz“ falsch ist und nicht mit 12 multipliziert den richtigen Zinssatz ergibt. Es müsste ihnen deutlich gesagt werden, dass dieser Satz bewusst falsch gewählt wird, um angeblich die Berechnung der Kreditkosten zu vereinfachen. Damit wäre aber auch Selbstkritik verbunden.

Die Problematik wird noch dadurch verschärft, dass die Sparkasse auch noch die Aufgabenstellung für die Schüler mitgibt, mit solchen merkwürdigen Parametern zu rechnen, ohne zu verstehen, warum es sie eigentlich gibt..

SIND DIESE KREDITWÜNSCHE ZU VERWIKRLICHEN? JA NEIN

Familie Müller möchte für eine Wohnzimmereinrichtung einen Kredit in Höhe von 10.000 DM aufnehmen. Der Zinssatz beträgt 0,47 % pro Monat. Der Kredit ist nach zwei Jahren vollständig zurückzuzahlen. Die Bearbeitungsgebühr beträgt 2 %. Familie Müller kann monatlich max. 550 DM zurücklegen.

Errechne die Zinsen nach folgender Formel: $\text{Zinssatz} \times \text{Laufzeit (Monate)} \times \text{Kreditbetrag} / 100$.

In dem Beispielsfall ergeben sich bei 10.000.- DM Kreditbetrag auf 36 Monate für 0,5 % p.M. zzgl. 2 % Bearbeitungsgebühr $10.000 \times 36 \times 0,5 \% + 2 \% \times 10.000 = 2.000$ DM Kosten. Eine ähnliche Abschätzung ließe sich aber auch dadurch vornehmen, dass man den auch schon in der Werbung vorgeschriebenen korrekten Effektivzinssatz benutzt, was angeblich für Verbraucher zu schwierig sein soll.

Mit dem Effektivzinssatz von 13,6 % p.a. könnte man bei einem Ratenkredit die Hälfte der Kosten eines gleich lang dauernden Festkredits berechnen. Die Formel wäre dann $\text{Kreditbetrag} \times \text{Effektivzinssatz} \times \text{Laufzeit} / 24$. Mit dem Taschenrechner wären dann $10.000 \times 13,6 \% \times 36 / 24 = 2.040$ DM Kosten zu errechnen. Das wäre nur ein Näherungsergebnis aber kein Kunde wird jemals der Bank die Kreditkosten ausrechnen müssen. Würden solche Berechnungen mit den Schülern durchgeführt, dann würden sie zugleich etwas über Zeit, Tilgung und Effektivzinssatz erfahren statt sich an unsinnige und mathematisch falsche Parameter zu gewöhnen.

Natürlich müssen die Schüler auch die Praxis der Sparkassen nachvollziehen können, auch wenn sie längst überholte Parameter benutzt, die schon viele Verbraucher getäuscht haben und sogar 1978 einmal beim Oberlandesgericht Köln zu einer peinlichen Gerichtsentscheidung mit falscher Zinsrechnung geführt haben. Allein ohne die kritische Hinterfragungsmöglichkeit kann dies nicht als eine mit emanzipatorischem Anspruch auftretende finanzielle Allgemeinbildung angesehen werden.

Ein weiteres Defizit neben der fehlenden Produktkritik¹⁹⁰ ist die unzureichende Problemorientierung in der Anbieterdarstellung. Anbieter tendieren in ihrer Bildung immer zur Werbung. In der Werbung funktioniert alles im wesentlichen problemlos. Insbesondere können sie keine Verantwortung für Probleme übernehmen, weil sie diese Verantwortung für das Scheitern in ihren Bedingungen gerade den Schuldnern zuweisen.

Anbieterbildungsmaterialien sind daher dort, wo sie objektiv sind, nicht problemorientiert und dort, wo sie problemorientiert sind, nicht objektiv.

Soweit Probleme behandelt werden, entstehen sie in diesen Darstellungen immer durch nicht sachgemäßen Umgang mit den Produkten und Dienstleistungen und nicht

190 Interessanterweise kritisieren die Sparkassen durchaus zutreffend die Kreditvermittler. Von daher wäre es denkbar, dass die verschiedenen Anbieter sich auch gegenseitig in den Materialien kritisieren würden und die Schulen dann die Auswahl hätten. Eine solche Kritik wird aber in Deutschland weitgehend durch das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb behindert.

durch nicht sachgemäße Produkte und Dienstleistungen. Der Verbraucher enthält in wohlthuender Sachlichkeit gute und wohl gemeinte Ratschläge, wie er die Nutzung verbessern kann. Dies blendet jedoch gerade im Bereich prozeduraler Armut alle diejenigen Situationen aus, wo die Verbraucher kaum noch Handlungsspielräume haben, wo es darum geht, sich gegenüber der Anbieterseite durchzusetzen und wo Rechte in Anspruch genommen werden müssen, um sich der in der Marktwirtschaft angelegten Diskriminierungstendenzen zu erwehren.

Der richtige Umgang mit Krediten. Der sorgfältige Umgang mit dem Instrument Kredit will gelernt sein. Die Kaufangebote unserer Marktwirtschaft sind verlockend groß. Die wirtschaftlichen Möglichkeiten des Einzelnen aber sind unterschiedlich und oft sehr begrenzt. Das bedeutet, dass insbesondere Kinder und Jugendliche lernen müssen, sich in der Fülle der Angebote zurechtzufinden und ihre eigenen Geldmittel realistisch einzuteilen. Die Kreditmentalität in Deutschland hat sich grundlegend geändert und hat einen starken Einfluss. Zwar gibt es nach wie vor eine Menge Menschen, für die das Aufnehmen von Krediten etwas Beängstigendes ist, für andere jedoch gehören Sparen und Kreditaufnahmen zusammen wie Jacke und Hose zu einem Anzug. Damit die Wunschträume jedoch nicht zu Albträumen werden, muss in jedem Fall bevor ein Wunsch erfüllt wird überlegt werden, wie die Finanzierung darzustellen ist. Einer Kreditaufnahme sollte stets eine sorgfältige Budgetplanung vorausgehen. Nur so kann man überblicken, ob der Kredit überhaupt finanzierbar und ohne Schwierigkeiten abzahlbar ist. Dazu sind die Einnahmen sämtlichen Ausgaben gegenüberzustellen. Dies sollte als längerfristige Übersicht erfolgen, damit auch unregelmäßige Einnahmen und unregelmäßige Ausgaben erfasst werden. Hierfür gibt es brauchbare Hilfsmittel wie eine Einnahmen-/Ausgabenrechnung oder eine Haushaltsplanung, das beim Geld und Haushalt Beratungsdienst der Sparkassen Postfach 25 80 53004 Bonn angefordert werden kann.

Problematisch wird es auch, wenn solche Texte dann als Lückentexte zum ausfüllen angeboten werden, die dann zudem unvollständig sind:

Um zu verhindern, dass Ratenkäufer wegen _____ Zahlungsschwierigkeiten in eine fast ausweglose Situation geraten, schreibt das Gesetz vor, dass der Kreditgeber den Ratenkredit erst _____ darf, wenn sich der Kreditnehmer mit mindestens zwei aufeinander folgenden _____ um mindestens 10 % des Kreditbetrags im _____ befindet.

Hier fehlt die gesetzliche Verpflichtung des Kreditgebers, mit dem Kreditnehmer in einem Gespräch Lösungsmöglichkeiten zu erörtern.

Im Ergebnis kann man behaupten, dass die Beiträge der Anbieterseite dann eine wertvolle Unterlage für den Schulunterricht sind, wenn sie auf entsprechende Unterlagen aus der Verbraucherperspektive stoßen und die Schule in der Lage wäre, beide Seiten angemessen in einen moderierenden problemorientierten Unterricht einzubringen. Dies scheint allerdings bisher nicht gewährleistet zu sein, da wie die Schulbuchverlage zur Verteidigung ihrer Inaktivität vortragen, Lehrer individuell sich entweder für die eine oder andere Seite entscheiden, ihnen die Kompetenz zur Integration fehlt und zudem noch alle Materialien nicht auf Diskussion mit der Gegenseite, sondern mit dem Anspruch der abschließenden Information unentgeltlich angeboten werden.

d. Schuldnerberatungsstellen und Verbraucherzentralen¹⁹¹

Während die Anbieter vom Produkt her informieren und dessen vernünftigen Gebrauch vermitteln, nehmen vor allem sozial orientierte gemeinnützige Beratungseinrichtungen aktiv an der schulischen Bildung teil, die vom Problem des Nutzers der Finanzdienstleistungen ausgehen. Dies erscheint für die Verbraucherverbände, denen von jeher die kritische Verbraucherbildung als Aufgabe zugeordnet wurde, selbstverständlich. Tatsächlich ist aber nicht gelungen, finanzielle Allgemeinbildung als Gruppenberatung bei den Verbraucherzentralen zu etablieren. Selbst präventive Finanzberatung wird von den Verbrauchern nicht angenommen. Es gilt dort wie in der gesamten Bildungsarbeit der Grundsatz, dass dort, wo kein Zwang zur Bildung wie etwa in der Schule vorhanden ist, der Ansatz am Eigeninteresse immer spezifisch, konkret und das glaubhafte Versprechen eines erheblichen unmittelbaren Nutzens vorhanden sein muss. Gruppenberatungen und Weiterbildungsangebote der Verbraucherverbände haben daher nur in solchen Bereichen Erfolg bekommen, wo wie in der beabsichtigten Baufinanzierung oder bei der privaten Altersvorsorge vor allem die obere Mittelschicht die Bedeutung dieser Investitionen erkennt und die persönlichen Kosten der Teilnahme als tragbar ansieht sowie sich von der Bildung Hilfe bei der Auswahl des günstigsten Produktes erwartet. Probleme der Alltagsnutzung insbesondere Zielsparen, Konsumentenkredite, Kontofragen und Fragen der Risikoversicherungen reichen hierfür nicht aus.

Die von Armut bedrohten Schichten werden auf diese Weise in aller Regel nicht erreicht, zumal auch diese Angebote kostenpflichtig sind. Diese Verbraucher wollen eine individuelle Beratung und Hilfe, wenn sie ein konkretes für sie unlösbares Problem haben. Die Transaktionskosten für die Problemvermeidung sind ihnen jedoch zu hoch. Das schließt im Einzelfall nicht aus, dass eine solche Beratung auch einmal kollektiv als Gruppenberatung erfolgen kann wie in den 80er Jahren bei den sittenwidrigen Ratenkrediten oder jüngst bei den massenhaft mit Steuersparmodellen geköderten gescheiterten Immobilienanlegern. Immer aber muss es sich um hohe Gewinnmöglichkeiten aus dieser Beratung handeln.

Dieselbe Erfahrung machen auch Schuldnerberatungsstellen, die mit eigenen Angeboten die von Insolvenz Bedrohten nicht erreichen können. Die Verbraucherinnen kommen erst zu ihnen, wenn die Zahlungsunfähigkeit begonnen hat. Andererseits sehen es die hierfür geschaffenen und weitgehend mit öffentlichen Geldern unterstützten Einrichtungen als ihre Aufgabe an, die bei ihnen behandelten Probleme nicht nur zu verwalten, sondern auch zu ihrer Prävention etwas beizutragen. Da sie für diese Aufgaben auch besondere staatliche Mittel erwarten können, besteht eine entsprechend fortdauernde Interesse daran, das sich mangels eigenen Zugangs in der Weiterbildung auf die Schulen ausrichtet. Sie gelten als Problemspezialisten und als nicht Interesse geleitet, so dass auch hier ein erleichterter Zugang besteht.

Schuldnerberatungsstellen, Verbraucherzentralen und die jetzt in dem Verbraucherzentralen Bundesverband aufgegangene Stiftung Verbraucherinstitut bieten Unterrichtsmaterialien sowie auch Unterrichtseinheiten in Projektform zu den Oberthemen

191 Hinzuweisen ist noch auf die von dem Fachbereich Haushalts- und Ernährungswissenschaften der Carl v. Ossietzky Universität in Oldenburg entwickelte Unterrichtseinheit zum Thema „Schulden: Wo ist das Problem?“, die einen persönlichen Schuldencheck für Schüler zur Vermeidung von Schulden enthält.

„Umgang mit Geld“ bzw. „Schuldenprävention“ an. Teilweise werden von ihnen auch Lehrerfortbildungen in diesem Bereich durchgeführt.

So bietet der Verein Schuldnerhilfe e.V. Essen den „Schuldenkoffer“¹⁹² an, der sich an interessierte Fachkräfte in Schule und Sozialarbeit wendet und Unterrichtsmaterialien enthält. Es werden Projekte zur Durchführung praxisnaher und erlebnisorientierter Aktionen, Overheadfolien zur grafischen Veranschaulichung des Themas, Materialien zur Hintergrundinformation über Verschuldungssituation und –ursachen, Ergänzungen anderer Institutionen zur Erweiterung des Angebotsspektrums, ein Schuldenlernspiel KOHLOPOLY, ein Würfelspiel zum Thema Spaß und Geld sowie Videofilme, ein Hörspiel, ein Taschenbuch und unterschiedliche Faltblätter bereit gestellt. Ziel ist vor allem die Enttabuisierung der Themen Ver- und Überschuldung in der Öffentlichkeit und in den Köpfen von jungen Menschen, die Aufklärung Jugendlicher und junger Erwachsener über die Risiken von Konsumentenkrediten, Fördern der Eigenverantwortlichkeit, wirtschaftlicher Selbstständigkeit, kritischen Umgang mit eigenen Konsumwünschen und die Stärkung der Handlungskompetenz junger Menschen in Bezug auf Geld und Konsum. In den Texten heißt es dann:

IN-sein ist das (ZWEIT)Größte; Ohne Moos nix los; Ohne den Kram bist Du ein armes Würstchen; 'Ich mach doch kene Schulden';...uuun tschüss; oder mal was anderes

Junge Menschen sollen angeregt werden, eine selbstbestimmte vorausschauende Lebensplanung anzustrengen, damit sie in der Lage sind, aktuelle Konsumwünsche ihren wirtschaftlichen Möglichkeiten anzupassen. Jugendliche und Erwachsene sollen ferner auch über ihre rechtlichen Möglichkeiten informiert werden.¹⁹³

Nach fast zwei Jahren Laufzeit dieses Projekts wird deutlich, dass Prävention zum Thema Schulden noch in den Kinderschuhen steckt. Die Probleme Ver- und Überschuldung sind tabubesezt. Eine zielgerichtete Erziehung in den Bereichen Geld, Konsum und Kredite findet häufig weder im Elternhaus noch in der Schule statt. Die verantwortungsbewusste und kritische Erziehung der jungen Verbraucher kommt zu kurz, statt dessen greifen aggressive Marketingstrategien der Wirtschaft!¹⁹⁴

Die Schuldnerhilfe Köln e.V. hat „Didaktische Unterrichtsmaterialien zur präventiven Schuldnerberatung“¹⁹⁵ herausgegeben, welche sowohl zur Verwendung in Bildungsmaßnahmen für Jugendliche (schulischer Bereich) als auch für Erwachsene entwickelt worden sind. Zu sechs Themenbereichen aus dem finanziellen Alltag (z.B. Bankgeschäfte, Versicherung, Autokauf) werden sehr kurze inhaltliche Einführungen gegeben und verschiedene Arbeitsmaterialien vorgestellt. Es wird dabei Budgetplanung und ein sensibler Umgang mit Konsumwünschen angeregt, sowie konkrete Anleitungen

192 Verein Schuldnerhilfe e.V. Essen: Der Schuldenkoffer. Hinweise. Essen: 200.

193 Verein Schuldnerhilfe e.V. Essen (VSE): Überschuldungsprävention mit dem Schuldenkoffer. In: Bundesarbeitsgemeinschaft Schuldnerberatung (BAG-SB) e.V. (Hg.): BAG-SB INFORMATIONEN. Heft. 4/2000. Fachzeitschrift für Schuldnerberatung. 15. Jahrgang. Kassel: Dezember 2000, S. 54.

194 Verein Schuldnerhilfe e.V. Essen (VSE): Überschuldungsprävention mit dem Schuldenkoffer. In: Bundesarbeitsgemeinschaft Schuldnerberatung (BAG-SB) e.V. (Hg.): BAG-SB INFORMATIONEN. Heft. 4/2000. Fachzeitschrift für Schuldnerberatung. 15. Jahrgang. Kassel: Dezember 2000, S. 55.

195 Christen, I.; Matschke, F.: Didaktische Unterrichtsmaterialien zur präventiven Schuldnerberatung. Schuldnerhilfe Köln e.V. (Hg.) Köln: 1998.

zu Preis- und Leistungsvergleichen im FDL-Bereich gegeben. Die Vorlagen sind auf einen handlungsorientierten Unterricht ausgerichtet. Neben der Vermittlung kritischer Informationen über Finanzdienstleistungen sowie Sozial- und Rechtsansprüche, sollen die Handlungskompetenz und Eigenverantwortlichkeit erweitert werden.

Die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen hat mit „Let’s talk about debts!“¹⁹⁶, „Schuldenprävention mit Jugendlichen“¹⁹⁷ und „Der jugendliche Verbraucher in der Marktwirtschaft“¹⁹⁸ Materialien für die Arbeit mit Jugendlichen erstellt. Ein Themenbereich umfasst den Umgang Jugendlicher mit Geld, Konsumverhalten und Möglichkeiten der Schuldenprävention für Schulklassen von der Grundschule bis zur Sekundarstufe II. In neun unterschiedlichen Materialsammlungen werden Hintergrundinformationen, Projektideen und -materialien dargestellt, sowie auf weitere Informationsquellen verwiesen. Die Konzepte sind dabei stets handlungsorientiert und erfordern eine aktive Beteiligung der Schüler. Neben der Vermittlung von Grundwissen soll eine Reflexion im Umgang mit Geld und dem eigenen Konsumverhalten erfolgen, so dass Konsumententscheidungen kritisch getroffen und in ihren Folgen überblickt werden können. In höheren Schulstufen wird zudem die Bedeutung jugendlicher Konsumenten in der Marktwirtschaft thematisiert.

Die Stiftung Verbraucherinstitut liefert mit „Schuldenprävention – Eine Zukunftswerkstatt“¹⁹⁹ eine Materialsammlung für den handlungsorientierten Unterricht. Die Methode der Zukunftswerkstatt wird erklärt und neben den Übungsvorschlägen Informationen zur Schuldenproblematik vermittelt. Neben der Vermittlung von Wissen über die Gefahren von Verschuldung und mögliche Ursachen, sollen den Schülern Denk- und Handlungsansätze zu einem selbstbestimmten Umgang mit Geld vermittelt werden. „Wo und wie lernen Jugendliche heute mit Geld umzugehen? Wie können sie durch Steuerung ihres Budgets angeleitet werden, eine eventuelle Ver- bzw. Überschuldung zu meistern? Reflexion der Einstellung zur Warenwelt und zum Status innerhalb einer Gruppe sollen Statuskonsum und Mitläufereffekte rational machen. Die Methode der Zukunftswerkstatt mit ihren drei Phasen (Problematisierung, Phantasie, Umsetzung) soll dabei den Schülern helfen, Verschuldung als Problem zu erkennen. Insbesondere das Beispiel der Handynutzung greift auf den unmittelbaren Lebensalltag der Jugendlichen zurück.“²⁰⁰ Die Methode der Zukunftswerkstatt in der Präventionsarbeit mit Jugendlichen wird u.a. auch in den angebotenen Lehrerfortbildungen vermittelt.

196 Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen e.V. (Hg.): Let’s talk about debts! Vom Schuldenmachen, -haben und -loswerden. Düsseldorf: o.J.

197 Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen e.V. (Hg.): Schuldenprävention mit Jugendlichen. 2. Auflage. Düsseldorf: 1995.

198 Verbraucher-Zentrale Nordrhein-Westfalen e.V. (Hg.) / Stiftung Verbraucherinstitut (Hg.): Der jugendliche Verbraucher in der Marktwirtschaft. Wirtschaftliche Bedeutung Konsumverhalten – Wertorientierungen. 2. Auflage. Düsseldorf: 1995.

199 Stiftung Verbraucherinstitut (Hg.): Schuldenprävention. Eine Zukunftswerkstatt. Materialien für den handlungsorientierten Unterricht. Berlin: 1997.

200 Stiftung Verbraucherinstitut: Materialien und Medien für die Verbraucherbildung (Bestellfaltblatt). Schuldenprävention. Berlin: 2000.

Die Nachfrage nach dem vorhandenen Unterrichtsmaterial wird von der Verbraucherzentrale NRW und der Stiftung Verbraucherinstitut selbst als hoch bezeichnet²⁰¹. Die Materialien sind bereits in zweiter Auflage erschienen, wobei die Auflage zwischen 1.000 und 2.000 Stück beträgt. In Relation zu der Auflage der Materialien der Anbieter (25.000) ist dies jedoch relativ wenig.

Die Materialien liefern insgesamt Hintergrundinformationen, Projektideen und Arbeitshilfen für die Thematisierung vom Umgang mit Geld und Verschuldung im Schulunterricht und vereinzelt auch in der Erwachsenenbildung.

Die Thematik stellt den Nutzer von Finanzdienstleistungen und sein Verhalten in den Vordergrund. Insgesamt gehören diese Bemühungen eher in den engeren Bereich der Verbrauchererziehung denn in den allgemeinen Bereich interaktiver Bildung im System. Dazu gehört dann die meist kritische Auseinandersetzung mit der Rolle Jugendlicher als Konsumenten. Auch das Anbieterverhalten wird kritisch gesehen allerdings nicht bei der Produktbereitstellung und –abwicklung sondern in deren Akquisitions- und Marketingverhalten. Anbieter sind eher Verführer denn Dienstleister. Eine Übermaßnutzung von Finanzdienstleistungen und ihr Fehlgebrauch unterliegt den zumeist nicht von Ökonomen oder Juristen sondern von sozial beratenden Berufen verfertigten Materialien. Über Einnahmen-Ausgaben-Rechnungen werden die Realisierungsmöglichkeiten für Konsum sowie Verschuldungsrisiken dargestellt. Die angebotenen Finanzdienstleistungen werden in der Regel weder überhaupt noch in ihrer Abwicklung hinterfragt. Mit grundlegende Informationen zum Vergleich und zur Beurteilung wird das Paradigma der Auswahlfreiheit letztlich auch hier zugrunde gelegt und damit häufig prozedurale Armut als subjektiv vermeidbare Situation unterstellt.

Methodisch kommen diese Ansätze den hier favorisierten Formen von allen Anbietern am nächsten. Die Verknüpfung der Bildungsinhalte an die bisherigen Erfahrungen oder tatsächlichen Lebensumstände der Teilnehmer, die in vielen Projektideen aufgegriffen wird, erleichtert die persönliche Beteiligung und ist Grundlage für die Ausbildung von Handlungskompetenz. Sie ist allerdings in erster Linie auf die Vermeidung der Verschuldung und auf den richtigen Umgang mit Geld durch Überprüfung des eigenen Verhaltens konzentriert.

5. Schulprojekte und Initiativen

Mit dem Ziel, ökonomische Themen im Rahmen des Unterrichts oder auch in eigenständiger Projektform in die Schulen zu tragen, engagieren sich eine Vielzahl von Institutionen, Initiativen und Unternehmen im gesamten Bundesgebiet. Der Schwerpunkt liegt allerdings hier eher auf dem Anlagebereich und gehört in die von Anbieterseite und Staat gemachten Bemühungen, auch in Deutschland ähnlich wie in den USA flexibleres Anlageverhalten zu fördern.

Das konkrete Anliegen einer Integration ökonomischer Bildung in den Schulunterricht (vornehmlich mit der Forderung nach einem eigenständigen Fach) verfolgt bei-

201 Hierzu muss gesagt werden, dass in einem telefonischen Gespräch die Einschätzung vertreten wurde, dass die Behandlung von Schuldenprävention im Unterricht die Ausnahme ist und diese auch nicht verpflichtend ist. Auch der Zulauf zu den Lehrerfortbildungen (in Kooperation mit Lehrerfortbildungsstätten unterschiedlicher Bundesländer), wird als nicht sehr groß dargestellt und müssen zeitweise mangels Anmeldungen sogar ausfallen.

spielsweise das Deutsche Aktieninstitut (DAI)²⁰². Ökonomische Allgemeinbildung soll sowohl die Grundlagen der Marktwirtschaft und des Handelns der Wirtschaftssubjekte vermitteln, als auch lebenspraktische Aspekte mit Fokus auf den Anlagebereich (einschließlich Altersvorsorge) beleuchten. Kredit und Zahlungsverkehr werden vom DAI zwar im Rahmen der Forderung nach ökonomischer Allgemeinbildung für wichtig erachtet, von diesem jedoch in seiner praktischen Arbeit ausgespart. Das DAI entwickelt bspw. Unterrichtseinheiten in Zusammenarbeit mit der Bertelsmann Stiftung zu den Themen „Unternehmensfinanzierung und Kapital“ sowie „Geldanlage und Vermögensbildung des privaten Haushalts“. Die Initiative „Wirtschaft in die Schule!“²⁰³ der Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung und Ludwig-Erhardt-Stiftung in Kooperation mit dem Ministerium für Schule und Weiterbildung, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen, durchgeführt vom Institut für Ökonomische Bildung der Carl von Ossietzky-Universität Oldenburg, hat die Entwicklung und Erprobung eines ökonomisch geprägten Curriculums im Fach Sozialwissenschaften in der Oberstufe der nordrhein-westfälischen Gymnasien zum Ziel. Trotz des Fortschritts eines eigenständigen und aufeinander aufbauenden Curriculums (welches in den Lehrplänen bisher so nicht anzutreffen ist), lassen sich Anknüpfungspunkte für finanzielle Allgemeinbildung vor allem im methodischen nicht aber im inhaltlichen Bereich feststellen.²⁰⁴

Ein weiterer Bereich der finanziellen Bildung ist im Gefolge der Thematisierung der Existenzgründungen als wichtigem Lösungsansatz aus den Problemen des aktuellen Arbeitsmarktes entstanden. Hier gibt es eine Reihe von Schulprojekten in den Bereichen Existenzgründung/Berufsorientierung/Austausch Schulen und Unternehmen. Das Projekt B.O.S.S (Berufliche Orientierung: Schüler als Selbstständige)²⁰⁵ will wirtschaft-

202 Vgl. hierzu: Deutsches Aktieninstitut: Memorandum zur ökonomischen Bildung. Ein Ansatz zu Einführung eines Schulfaches Ökonomie an den allgemeinbildenden Schulen (vom Beirat für ökonomische Bildung des Deutschen Aktieninstituts e.V.). 2. Auflage. Frankfurt am Main, Oktober 1999.

Eine Reihe weiterer Initiativen hat in Form von Memoranden die Integration ökonomischer Bildung in die schulische Bildung gefordert. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die konkret geforderten Inhalte in erster Linie volks- und betriebswirtschaftlich bzw. wirtschaftspolitisch orientiert sind, Anknüpfungspunkte für finanzielle Allgemeinbildung im Sinne dieser Studie bestehen - ähnlich wie in den analysierten Lehrplänen - nur als Unterpunkte einzelner geforderter Themenbereiche und sind nicht näher differenziert bzw. ausgearbeitet (vgl. BDA, DGB, Deutscher Elternverein, Verband Deutscher Realschullehrer, Deutsche Gesellschaft für ökonomische Bildung: Wirtschaft – notwendig für schulische Allgemeinbildung. Gemeinsam Initiative von Eltern, Lehrern, Wissenschaft, Arbeitgebern und Gewerkschaften. Berlin 2000; Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (Hg.): Mehr ökonomische Bildung in der Schule. Memorandum der unternehmerischen Wirtschaft zur ökonomischen Bildung im allgemeinbildenden Schulwesen. Köln 1998; Deutscher Lehrerverband (DL): Memorandum „Ökonomische Allgemeinbildung ist Teil der Allgemeinbildung“. Bonn, Mai 2000).

203 <http://www.ioeb.uni-oldenburg.de/de/projekte/wis/>.

204 Themenbereiche dieses Curriculums sind „Der private Haushalt“, „Der Betrieb/Das Unternehmen“, „Die Wirtschaftsordnung“, „Der Staat“ und „Das Ausland“. Anknüpfungspunkte für finanzielle Allgemeinbildung sind hier wiederum nur in Unterthemen zu finden, die nicht näher spezifiziert sind: „Recht und Konsumalltag“, „Geldanlage und Vermögensformen des privaten Haushalts“ oder „Verbraucherpolitik“ (vgl. Bertelsmann Stiftung: Wirtschaft in die Schule! Ein Pilotprojekt stellt sich vor. Gütersloh 1998).

205 <http://www.mwv1w.rlp.de/inhalt/themen/wirtschaft/boss.asp>.

liche Zusammenhänge vermitteln und Schüler/innen für eine spätere unternehmerische Selbstständigkeit interessieren. Ebenso führt der Bundesverband Junger Unternehmer²⁰⁶ die Projekte „Schüler im Chefsessel“ und „Unternehmer im Klassenzimmer“ für die gymnasiale Oberstufe durch. Business@school²⁰⁷ der Boston Consulting Group soll Schüler/innen der Jahrgangsstufen 11-13 unternehmerische Realität nahe bringen und die Entwicklung einer Geschäftsidee samt Businessplan fördern. Auch die „Perspektive Selbstständigkeit“²⁰⁸ der IHK Lübeck will berufliche Selbstständigkeit bei Schüler/innen als Zukunftsperspektive wecken. „Go to school!“²⁰⁹, die Gründungsinitiative NRW „GO!“ wird in Kooperation mit dem Wirtschaftsministerium und dem Bildungsministerium NRW durchgeführt. Das Institut der deutschen Wirtschaft unterstützt darin die Förderung des unternehmerischen Geistes der jungen Menschen. Mit dieser Initiative kooperiert das Projekt „Junior“²¹⁰ des Instituts der deutschen Wirtschaft. Hier gründen Schüler/innen ab Klasse 9 Kleinunternehmen an der Schule. Die StartUp-Gründungswerkstatt²¹¹ bietet ein Internet-Planspiel in Form eines Wettbewerbs an, in dessen Rahmen eine Geschäftsidee entwickelt und ein fiktives Unternehmen gegründet wird. Ziel ist das Erlernen eigenverantwortlichen Handelns, des Knüpfens von Kontakten und die Entdeckung neuer Arbeitswelten. Im Rahmen der Förderung des Austauschs von Schulen und Unternehmen konzentriert sich die Bundesarbeitsgemeinschaft Schule-Wirtschaft²¹², die Landesarbeitsgemeinschaften sowie die über 460 regionalen Studien- und Arbeitskreise Schule-Wirtschaft auf die Zielgruppe der Lehrer/innen und Unternehmensvertreter/innen in der Absicht, den gegenseitigen Austausch von Informationen und Erfahrungen zwischen Schule und Wirtschaft zu fördern. Die Handelskammer Hamburg führt das Projekt „Innenansichten“²¹³ durch, in dem Hospitanzmöglichkeiten für Lehrkräfte in Hamburger Unternehmen (Lehrerpraktika) geschaffen werden und dauerhafte Kontakte zwischen Schulen und Unternehmen hergestellt werden. Das Kooperationsnetz Industrie-Schule (KIS)²¹⁴ in Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg vermittelt unterschiedliche Formen der Zusammenarbeit von Schule und Unternehmen mit dem Ziel, Vorurteile bei Schülern und Lehrern gegenüber der Industrie und ihren Produkten abzubauen. All diese Projekte finden unter Mitwirkung von Unternehmen der freien Wirtschaft statt und haben sowohl eine bessere Vorbereitung der Schüler/innen auf die spätere Arbeitswelt als auch die Förderung von Existenzgründungen zum Ziel. Darüber hinaus werden in erster Linie betriebswirt-

206 <http://www.zukunft-unternehmen.de>.

207 <http://www.business-at-school.de>.

208 <http://www.ihk-luebeck.de/gemeinschaftsinitiative-existenzgruendung/schulpro.html>.

209 www.gotoschool.de.

210 <http://www.iw-junior.de>.

211 <http://www.startup-initiative.de/gruendungswerkstatt>.

212 Auch in einem Telefongespräch mit einer Vertreterin der Bundesarbeitsgemeinschaft Schule-Wirtschaft wurde bestätigt, dass die Thematik der Finanzdienstleistungen und der privaten Finanzen in ihrer Arbeit nicht schwerpunktmäßig vorkommt. Auch der These, dass v.a. der Kreditbereich und der Bereich des Zahlungsverkehrs auf dem Hintergrund der Armutsprävention bisher in der Diskussion um Wirtschaft in der schulischen Bildung vernachlässigt wird, wurde nicht widersprochen.

213 http://www.hamburger-wirtschaft.de/specific/html/auw/auw_fr.html.

214 <http://www.nrw2000.de/KIS>.

schaftliche, z.T. ergänzt durch volkswirtschaftliche, Kenntnisse vermittelt. Finanzdienstleistungen sind hier lediglich im Zusammenhang mit Unternehmensfinanzierung ein Unterthema, private Finanzen finden dagegen keine Berücksichtigung.

Da auch das Thema „Jugend und Schulden“ oder „Schuldenprävention an Schulen“ nur wenig mit einer Bildung über Finanzdienstleistungen selber hergibt²¹⁵, klappt im Bereich der Kreditnutzung sowie des Kontogebrauchs oder der Massenversicherungen, wie sie hier im Zentrum der finanziellen Allgemeinbildung zur Armutsbekämpfung gesehen werden, insgesamt eine Lücke. Initiativen von Banken und Sparkassen, die z.T. Fachvorträge zum Bereich der Bankgeschäfte in den Klasse anbieten, legen häufig den Schwerpunkt auf den Anlagebereich und auf das Verständnis größerer theoretischer wirtschaftlicher Zusammenhänge²¹⁶. Eine Ausnahme bildet aber z.B. die Volksbank Wetzlar-Weilburg, die einen Workshop speziell zum Thema Schuldenprävention²¹⁷ anbietet. Die Resonanz hierauf ist jedoch gering, von allen im Umkreis angeschriebenen Schulen hat nur eine Gesamtschule das Angebot angenommen. Aber auch hier wird inhaltlich der Schwerpunkt auf die Funktion des Geldes und auf haushaltsökonomische Aspekte (z.B. Haushaltsbuch) gelegt.

6. Zusammenfassung

Finanzielle Bildung für Jugendliche in den allgemeinbildenden Schulen ist ganz offensichtlich ein wichtiges Thema und ein umworbenes Feld in der Gesellschaft. Die anbietende Wirtschaft, Stiftungen, Schuldnerberatungsstellen und Verbraucherverbände übertreffen sich gegenseitig in dem Bemühen, die Schule in dieser Aufgabenstellung zu unterstützen. Die Ziele sind dabei nicht einheitlich. Während die anbietende Wirtschaft einen sinnvollen Umgang mit ihren Produkten zugleich mit dem Verständnis für ihre Dienstleistungen und auch eine entsprechende Aufmerksamkeit für ihre Möglichkeiten verbindet, versuchen die sozialen Verbände mit meist finanzieller Unterstützung besorgter staatlicher Stellen das Problem der Überschuldung und tendenziell wohl auch des Ausschlusses von Finanzdienstleistungen über entsprechende Verhaltensschulungen potentiell Betroffener zu mildern. Produktorientierter und problemorientierter Ansatz stehen sich gegenüber.

Beide Ansätze orientieren sich aber häufig gemeinsam an der Verbraucher“erziehung“ und nicht an einem umfassenderen emanzipatorischen Bildungsbegriff.

215 Vgl. http://www.weilburger-tageblatt.de/00/1100/231100/231100_wnz1.htm.

216 Beispiel hierfür ist das Projekt „Partnerschaft HypoVereinsbank & Schule“ bzw. „bank at school“, das kostenlose Fachvorträge zu unterschiedlichen Finanzthemen durch Bankmitarbeiter und Fachreferenten in den örtlichen Schulen anbietet. Ebenso werden den Schulklassen Bankbesichtigungen und Fachkenntnis bei Beantwortung von Schülerfragen rund um das Geld angeboten. Zudem können hier die Schüler bei so genannten „Börsentrainings“ mit virtuellem Kapital erste Erfahrungen an der Börse sammeln und lernen, wirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und in Kapitalmarktreaktionen wiederzufinden. Dieses Projekt zwischen Schule und HypoVereinsbank ist jedoch noch regional begrenzt.

217 Themen sind der kleine und große Kreislauf des Geldes: Geld als Tausch- und Zahlungsmittel, Wertmesse (für Arbeit), Wertübertragungsmittel (Gutscheine) und Wertspeicher (Sparbuch), Unterschiede zwischen langfristigem Kredit und kurzfristiger Kontoüberziehung, Führen eines persönlichen Haushaltsbuchs und der Euro (vgl. http://www.weilburger-tageblatt.de/00/1100/231100/231100_wnz1.htm).

Während die Schule und Lehrerschaft so von allen Seiten umworben wird, scheint sie bisher jedoch praktisch kaum Anstalten zu machen, sich eigenständig dem Thema zuzuwenden. Die Lehrpläne übergehen diesen Bereich oder räumen praktisch keine Zeit für diese Themen ein. Die Schulbuchverlage meiden ihn und die Einbeziehung dieser Themen in andere Unterrichtsbereiche erfolgt auf dem Niveau etwa der Vorstellungen eines Mathematikers über Finanzdienstleistungen und Verbraucher. Eine wissenschaftliche geschweige denn pädagogische Durchdringung ist daher nicht ersichtlich. Dies bedeutet auch auf der praktischen Ebene, dass die Bildung nach Ziel, Inhalt und Qualität weitgehend Güte, Einstellung und Willen einzelner Lehrerinnen und Lehrer überlassen ist. Anders als in modernen Themenbereichen wie etwa der EDV, wo der Anforderungsdruck zu entsprechenden Angeboten auf der Schule lastete, können die Lehrerinnen und Lehrer diesen Druck durch Übernahme externer Materialien, personeller Angebote und ganzer Workshops von sich ableiten.

Ohne dass diese Untersuchung den Beweis führen kann, soll aber gleichwohl das Risiko aufgezeigt werden, dass aktuell

- in den allgemeinbildenden Schulen entweder mit den internen Ressourcen nach den Kriterien der Betriebswirtschaft und des Rechts ebenso wie der Forschungsergebnisse der Konsumsoziologie Falsches und Unvollständiges gelehrt wird,
- im Durcheinander der verschiedenen Interessen und Ansätze, die sich meist eher zufällig dort Eintritt verschaffen, die Schüler eher den Eindruck der Undurchdringlichkeit oder des Glaubenmüssens erhalten als mit den Anforderungen emanzipatorischer Bildung konfrontiert zu sein,
- eine unkritische und zumeist wenig Verständnis für soziale Funktionen und Auswirkungen hervorbringende Produktbeschreibung vorherrscht oder aber
- eine Subjektivierung der Probleme des Finanzdienstleistungssektors über die Paradigmen der falschen Produktauswahlentscheidung oder der mangelnden Haushaltsführung erzielt wird.

Die Untersuchung hat zudem den Eindruck vermittelt, dass ein allgemeines Fach, das sich speziell finanzieller Allgemeinbildung widmet oder dieser Thematik im Rahmen einer allgemeinen Wirtschaftskunde zumindest wesentlich widmen würde, angesichts der fehlenden personellen Ressourcen, andersartiger Ausbildungsstrukturen der Lehrer und auch einer eher kulturellen Ausrichtung des allgemeinbildenden Teils der Schule nicht wahrscheinlich ist. Die im Vordringen befindliche Berufsorientierung der Schule dürfte für die Probleme der finanziellen Allgemeinbildung im Reproduktionsbereich weniger beitragen können.

Insofern wird man auch in Zukunft die Thematik fächerübergreifend verfolgen müssen und vor allem im Mathematikunterricht aber auch in der Arbeitslehre und Sozialkunde sowie in den bisher noch vereinzelt angebotenen Wirtschaftskunde entsprechende Bildungsziele verankern vermitteln muss.

Der fächerübergreifende Ansatz macht aber nicht nur von der Schule selber autorisierte und verantwortete Lehr- und Unterrichtsmaterialien notwendig, die gemäß dem verfassungsrechtlichen Auftrag zur staatlichen Verantwortung für Bildung und Pädagogik das Wohl der Schüler in den Mittelpunkt stellt. Sie erfordert auch, dass die für diesen Themenbereich notwendigen Kompetenzen verfügbar gemacht werden, wobei Produktkenntnis ebenso wie soziale Kenntnis über seine Wirkungen sowie Rechtskenntnisse erforderlich sind.

Die finanzielle Allgemeinbildung wird dabei nie auf einen gesicherten unumstrittenen Bildungskanon verweisen können, da das System der Finanzdienstleistungen sich im Widerstreit der wirtschaftlichen und sozialen Interessen entwickelt und damit selber veränderbar ist. Der historische Ansatz in der Arbeitslehre erscheint dabei dem Bereich der finanziellen Bildung insoweit am nächsten, als er ähnliche Merkmale im Interessendreieck aufweist, wie sie die finanzielle Allgemeinbildung zwischen Anbieter- und Verbraucherinteresse sowie staatlichen Sozialinteressen aufweist. Wird der Bereich der Einkommenserzielung durch Arbeit um den Bereich der durch zeitliche und örtliche Verlagerung erfolgenden Einkommenssicherung erweitert, wird die produktive Arbeit um den Aspekt der unentgeltlichen aber gesellschaftlich wichtigen Arbeit ergänzt, dann kann auch die Schule ihren eigenen Ansatz hier ebenso finden, wie sie dies in den Kulturfächern von jeher vermochte.

III. Weiterbildung durch soziale Organisationen

1. Verbraucherzentralen

Die Verbraucherzentralen sind ab dem Jahr 2000 in dem Bundesverband Verbraucherzentralen (vzbv) koordiniert. Sie haben eine gemeinsam geführte Infothek, ein Ordnersystem mit Informationen zu allen Konsumbereichen, dessen Informationen aus der Presse entnommen werden. Daneben geben sie dezentral Broschüren heraus, die in der Verlagsgruppe einiger großer Verbraucherzentralen gemeinsam vertrieben werden. Individuell bieten sie Gruppenberatungen in der Baufinanzierung und bei der privaten Altersvorsorge an. Mit ihrer Pressearbeit versuchen sie, für die Anliegen der Verbraucher problembezogen Aufmerksamkeit zu erreichen. Die Verbraucherzentralen werden von den Ländern finanziert, während der Bund den Bundesverband unterhält, in den neuerdings alle ehemaligen zentralen Organisationen wie Verbraucherschutzverein (Unterlassungsklagen), Stiftung Verbraucherinstitut (Bildung) und AgV (Dachverband) integriert sind. Der Gesamtetat aller Verbraucherzentralen einschließlich des Dachverbandes beträgt etwa 50 Mio. Euro. Allein die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen hat einen Etat von ca. 15 Mio. Euro. Damit sind die deutschen Verbraucherzentralen eine relativ einmalige Einrichtung in Europa, die lediglich in den halbstaatlichen Verbraucherräten Skandinaviens sowie in den zentralen Einrichtungen Frankreichs²¹⁸ noch Entsprechungen findet.

Allerdings stagnieren die staatlichen Zuschüsse bzw. nehmen kontinuierlich ab. Der Druck zu einem höheren Eigenfinanzierungsanteil, der zwischen 5 % und 30 % liegt, hat gerade bei den Finanzdienstleistungen dazu geführt, dass das Thema Armutsprävention, das in der Konsumentenkreditberatung der 80er Jahre eine sehr große und wichtige Rolle spielte, zugunsten von Problembereichen der Mittelschicht (Altersvorsorge, Immobilienfonds, Baufinanzierung, EC-Kartenmissbrauch, Datensicherheit im Online-Banking, ethisches Investment) an Bedeutung verloren hat.

218 Frankreich hat eine Verbraucherzentrale im Elsass und eine in Lille. Ansonsten ist das Institut National de la Consommation in Paris als Unterstützung der privaten Verbrauchervereine zuständig, die wie in den anderen romanischen Ländern teilweise den Gewerkschaften nahe stehen.

Die Kernkompetenz der Verbraucherzentralen liegt in der individuellen Beratung, die vor allem problemorientiert mit deutlich rechtlichem Einschlag, am häufigsten in der Telefonberatung und im übrigen entsprechend den Kapazitäten in den persönlichen Sprechstunden erteilt wird. Der Bereich der Finanzdienstleistungen nimmt inzwischen einen Anteil von über 30 % an den mehreren hunderttausend Beratungsersuchen pro Jahr ein. Damit sind die Verbraucherzentralen mit ihren problemorientierten Beratungen die wohl neben Verwandten und Bekannten und nach den Anbietern wichtigste Informationsquelle für den Bereich der Finanzdienstleistungen.

Im Bereich Versicherungen, Altersvorsorge und Baufinanzierung werden für die Beratungen speziell geschulte Fachkräfte eingesetzt, die ausschließlich in diesem Bereich tätig sind. Zu diesen Themen werden von den Experten zum Teil auch Vorträge und Seminare angeboten. Hier findet vereinzelt eine Zusammenarbeit mit örtlichen Volkshochschulen statt. Für interessierte Gruppen und Schulklassen gibt es darüber hinaus überwiegend das Angebot, Vorträge gegen Kostenerstattung vor Ort durchzuführen, bzw. hierfür in die Verbraucherzentrale zu kommen. Die Verbraucherzentralen Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz bieten zu verschiedenen Themen Unterrichtsmaterial an.

Der Bundesverband Verbraucherzentralen in Berlin bietet mit seiner Abteilung Verbraucherbildung neben Multiplikatorenschulungen für Beratungskräfte auch in Zusammenarbeit mit den entsprechenden Bildungsträgern Fortbildungen für Pädagogen an. Im Internet werden in unterschiedlichem Umfang Informationstexte zu verschiedenen Verbraucherthemen angeboten, sowie das umfangreiche Informationsmaterial in Form von Ratgebern und Broschüren vorgestellt. Zwei Beratungsstellen bieten einen Online-Service zur privaten Altersvorsorge und Krankenversicherung.

Die Verbraucherberatung zielt mit ihrem Angebot darauf ab, den Ratsuchenden Informationen zu vermitteln, die sie in der Entscheidungsfindung unterstützen, vor Fehlern bewahren und Geld sparen helfen.

Reine Bildungsveranstaltungen in den Verbraucherzentralen nehmen nur einen sehr geringen Teil der Arbeit ein. Sie konzentrieren sich auf Spezialthemen sowie auf solche Bereiche, in denen eigene Mittel erwirtschaftet werden können.

Gleichwohl sind die Verbraucherzentralen die wohl wichtigste Bildungseinrichtung für Verbraucherfragen. In den 80er Jahren haben sie ihr Beratungssystem weitgehend von einer auswahlorientierten Hausfrauenberatung hin zu einer problem- und konsumorientierten Verbraucherberatung fortentwickelt.²¹⁹ Da die den Verbraucherzentralen gestattete Rechtsberatung Konsumprobleme anzieht, da sie den Verbrauchern unmittelbaren Nutzen und Machtunterstützung auch nach Vertragsabschluss verspricht, haben die Verbraucherzentralen dieses Monopol im Problemzugang dazu genutzt, die Beratungsersuchen kollektiv auszuwerten und die dabei gewonnenen Einsichten über verschiedene Kanäle öffentlicher Bildung zu Zwecken der Prävention, aber auch zur Bildung von Gegenmacht, auf dem Markt einzusetzen. In einem zwar wenig abgestimmten aber gleichwohl arbeitsteiligen Vorgehen decken sie die meisten Problembe-
reiche der Finanzdienstleistungen ab. Bildung erfolgt dann einmal in der Beratung selber, wenn Musterfälle bearbeitet werden, oder durch Mitgabe von Handzetteln und

219 Die neue Ausrichtung ist in einem Aktionsforschungsprojekt, das von 1983 bis 1985 lief, gerade für den Bereich des Kredites ausführlich beschrieben worden. Dazu Reifner, U./Volkmer, M. Neue Formen der Verbraucherrechtsberatung a.a.O.

Broschüren, zum anderen in spezialisierten Gruppenberatungen, durch Broschüren, durch Pressearbeit und durch den bereits beschriebenen Schulservice.²²⁰

Bei den jungen Verbrauchern soll mit Präventionsveranstaltungen zum Umgang mit Geld ein Problembewusstsein geschaffen werden. Sie sollen in ihrem Verhalten z.B. für die Gefahren des Zahlungsverkehrs sensibilisiert werden. Über die Veranstaltungen wird zudem ein erster Kontakt zu den Beratungsstellen hergestellt, so dass diese für spätere Fragestellungen als Anlaufstelle bekannt sind.

In den persönlichen Beratungen wird die Situation des Ratsuchenden analysiert. Vorliegende Angebote (Baufinanzierung) oder Verträge (Versicherungen) werden geprüft und Hinweise auf passende Angebote gegeben. Fachliche Erklärungen unterstützen den Verbraucher in seinen Verhandlungen mit den Anbietern und in der Entscheidungsfindung vor allem im Bereich der Reklamation (voice). Für die persönliche Beratung im Finanzdienstleistungsbereich und zur Baufinanzierung werden von den Verbraucherzentralen Gebühren in Höhe von 50 Euro bis 125 Euro erhoben.

Häufig besteht generell die Möglichkeit und Bereitschaft Veranstaltungen durchzuführen, wenn eine entsprechende kostendeckende Anfrage vorliegt. Der angebotene Themenbereich beschränkt sich dann zumeist auf Baufinanzierung und Geldanlage bzw. Altersvorsorge, teilweise wird das Thema „Richtig versichert, viel Geld gespart“ angeboten. Einzelne Beratungsstellen (Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern) bieten ein umfangreiches Vortragsangebot auf Anfrage vor Ort an. Dabei werden z.B. auch Themen wie „Schulden, der schnelle Weg ins (Un-)Glück“, „Leben auf Pump“, „Nep- per, Schlepper, Bauernfängerei“ angeboten. Die Verbraucherzentrale Hamburg bietet regelmäßig Vorträge zum Thema „Überschuldet, was tun?“ an. Die VZ-Bayern führt in Kooperation mit der Volkshochschule ein Versicherungsseminar durch.

Exemplarische Seminarangebote der VZ-NRW werden nachfolgend beschrieben:

(Baufinanzierungsseminar) Die Seminare dauern etwa 3 ½ Stunden und werden abends oder Samstags von Fachkräften in verschiedenen Beratungsstellen flächendeckend angeboten. Sie finden regelmäßig statt, wobei sich die Zeitabstände nach dem Bedarf in der jeweiligen Region richten. Der Kostenbeitrag beträgt 40 Euro pro Person. Ziel der Veranstaltung ist das Vermitteln von Grundwissen sowie das Verständnis der Fachausdrücke. Die Teilnehmer sollen die Bedeutung der zu treffenden Entscheidungen und ihren eigenen Bedarf realisieren, um schließlich ihre Interessen gegenüber den Kreditinstituten vertreten zu können. Einleitend werden hierzu umfangreiche Erklärungen zur Baufinanzierung gegeben und es wird ein Erläuterungsheft mit Begriffserklärungen ausgehändigt. Die Teilnehmer werden zur Budgetplanung aufgefordert (Haushaltsbuch) und es werden Hinweise auf Kontaktstellen und Fördermöglichkeiten gegeben. Schließlich werden verschiedene Finanzierungsmodelle in ihrer Funktion und ihren Vor- und Nachteilen dargestellt. Die Veranstaltungen finden in Form von Vorträgen mit der Möglichkeit zur Fragestellung statt. Die Teilnehmer erhalten neben dem bereits erwähnten Erläuterungsheft einen aktuellen Hypothekenzinsvergleich sowie Kopien der eingesetzten Folien. Positive Rückmeldungen zeigen, dass die Verbraucher sich anschließend für die anstehenden Entscheidungen „gerüstet“ fühlen.

(Altersvorsorge) Seminare zur Altersvorsorge werden in zwei bis drei Beratungsstellen regelmäßig angeboten. Die Veranstaltungen mit einer Dauer von 3-3,5 Stunden finden abends statt und kosten 30 Euro. Ziel ist es, einen Einblick in die Systematik der Altersvorsorge und der entsprechenden Produkte zu geben, sowie Hilfe zum Aufbau einer persönlichen Strategie. Es werden dazu allgemeine Informationen und gesetzliche Grundlagen vermittelt. Von den verschiedenen Anlageformen werden die Vor- und Nachteile aufgezeigt.

Hinweise, was bei der persönlichen Vorsorge zu berücksichtigen ist, sollen die Teilnehmer in ihrer Entscheidungsfindung unterstützen.

Die Vorträge richten sich an alle Interessierten ohne Vorkenntnisse oder Alterseinschränkung. Wie bei den Baufinanzierungsveranstaltungen handelt es sich um Vorträge mit der Möglichkeit zur Rückfrage. Die verwendeten Folien, sowie eine Adressenliste von Anbietern werden den Teilnehmern ausgehändigt. Die bisherigen Erfahrungen haben gezeigt, dass der Zuspruch zu den Veranstaltungen stark von der vorangegangenen Ankündigung in der Lokalpresse abhängig ist. Von den Teilnehmern werden verstärkt Einzelberatungen nachgefragt.

Die Verbraucherzentralen führen auf Anforderung von Schulen Informationsveranstaltungen durch, in denen die Arbeit und das Material der Verbraucherzentralen vorgestellt wird. Gelegentlich werden in Absprache mit den Lehrkräften aktuelle Problemlagen diskutiert, wie z.B. Finanzierung des Handys. Nur vereinzelt sind die Verbraucherzentralen aktiv um Bildungsangebote in den Schulen bemüht. Hierzu fehlt in der Regel die Mittelausstattung und auch das Interesse der in den Wirtschaftsministerien angesiedelten Geldgeber. Durch Projektfinanzierungen, etwa durch die Europäische Union²²¹ werden jedoch immer wieder punktuell Bildungsmaßnahmen angeboten.

Die Verbraucherzentrale Fulda veranstaltete im Jahr 2000 eine Zukunftswerkstatt zum Thema „Schuldenprävention“. Mit einer 10ten Hauptschulklasse wurde an zwei Vormittagen jeweils vier Stunden mit den Schülern gearbeitet, nachmittags fanden Multiplikatorenschulungen für die Lehrer statt. Ziel der Veranstaltung war es, die Schüler im Umgang mit Geld zu sensibilisieren und Grundwissen über bestimmte Gefahren (z.B. Bürgschaft) zu vermitteln. Die Arbeitsweise orientierte sich an den Vorschlägen des gleichnamigen Ratgebers der Stiftung Verbraucherinstitut. Ermöglicht wurde das Projekt durch die finanzielle Unterstützung von Sparkasse und Land. Die Schüler haben positiv auf das Angebot reagiert und es ist eine Weiterführung geplant.

Von der Verbraucherzentrale Darmstadt wurde 1998 in einem viermonatigen Projekt mit einer 11ten Schulklasse im Wahlfach Informatik ein Internetprojekt zum Thema „Jugend und Geld“ durchgeführt. Die Schüler waren dabei sowohl an der Themenauswahl als auch an der inhaltlichen und technischen Gestaltung der Internetseiten beteiligt. Unter dem Titel „moXBox“ (www.sozialnetz-hessen.de/moxbox/) wurden die Seiten im Sozialnetz-Hessen veröffentlicht und können zur Informationsbeschaffung oder als Anregung für weitere Schulprojekte genutzt werden.

Quelle: www.sozialnetz-hessen.de/moxbox/txausg02.html

Auf den Seiten werden Informationen zur Geldeinnahme, -ausgabe und zum Sparen gegeben. An einer illustrierten Kurzgeschichte wird der Einstieg Jugendlicher in die Verschuldung dargestellt. Es werden Sachinformationen vermittelt und konkrete Tipps zum Umgang mit Geld gegeben. Die Internetseiten dienen auch als Grundlage für Multiplikatorenveranstaltungen mit Lehrern (und Eltern), die die Verbraucherzentrale durchführt. Die Inhalte zeigen Interessen, Problemlagen und Lösungsmöglichkeiten der Jugendlichen zum Thema Geld, die im Unterricht aufgegriffen werden können. Darüber hinaus können einzelne Teile direkt im Unterricht verwendet werden. So werden z.B. Hausaufgaben formuliert, in denen Schüler Informationen zu bestimmten Fragestellungen von Banken einholen sollen. Das gesamte Projekt wurde vom hessischen Sozialministerium gefördert.

221 So z.B. die Schuldenprojekte in Hamburg und Halle.

Ebenfalls mit den Materialien der moXBox werden Veranstaltungen für Schulklassen in der Verbraucherzentrale Darmstadt durchgeführt. Die Klassen kommen aus Eigeninitiative in die Beratungsstelle, von den Schülern muss ein Kostenbeitrag in Höhe von 1,50 Euro gezahlt werden. Seit das Angebot nicht mehr kostenlos ist, ist die Nutzung auf ca. 200 Schüler pro Jahr zurückgegangen, früher kamen ca. 1.000 Schüler pro Jahr. In den Veranstaltungen werden die Zielgruppen der 14- bis 17-jährigen und der 18- bis Anfang 20-jährigen unterschieden. Während in der ersten Gruppe Themen wie Umgang mit Geld, Sparen und Zahlungsverkehr behandelt werden, richten sich die Themen der älteren Gruppe bereits in den Bereich Versicherung, eigene Wohnung, Geldanlage. Konkret werden die Themen dabei nach den aktuellen Interessen der Jugendlichen ausgewählt. Die Arbeitsform ist sehr praktisch und handlungsorientiert ausgerichtet. Über Geschichten und Beispielfälle werden die Schüler zu eigenen Aktivitäten motiviert.

Die von den Beratungsstellen im Internet veröffentlichten Informationstexte beschäftigen sich mit dem gesamten Themengebiet der Verbraucherberatung. Nach Sachgebieten geordnet werden Informationen in unterschiedlichem Umfang angeboten. Das Angebot reicht von Kurzinformationen, was beim Abschluss einer Versicherung zu berücksichtigen ist, bis zum mehrseitigen Informationstext. Teilweise wird eine Onlineberatung in der Form angeboten, dass ein Fragebogen zur persönlichen und finanziellen Situation vom Verbraucher im Internet ausgefüllt wird. Gegen Rechnung erhält der Verbraucher dann schriftlich eine Empfehlung für ein passendes Angebot im Bereich der Altersvorsorge oder Krankenversicherung.

Neben den bereits erwähnten Internetseiten „moXBox“ gibt es noch einige weitere Internetangebote, die speziell Jugendliche ansprechen bzw. das Thema Schulden behandeln. Die Verbraucherzentrale Hessen hat einen „Wegweiser Schulden“ (<http://www.sozialnetz-hessen.de/schulden/>) erarbeitet, in dem Sachverhalte erläutert, Informationen und Hilfestellungen gegeben, sowie auf Kontaktstellen hingewiesen wird. Eine spezielle Jugendseite der Verbraucherzentrale Sachsen gibt monatlich wechselnde Informationen zu Verbraucherthemen, die Jugendliche betreffen, z.B. Gebühren bei Handytelefonaten sparen.

Die Verbraucherzentrale Hamburg bietet allein zu dem Thema „Geld, Kredit, Versicherung“ 27 Ratgeber und Informationsmaterialien zu Preisen zwischen 1 Euro und 20 Euro an. Ziel der Ratgeber ist es, den Verbrauchern Grundlagen- und Produktinformationen zu geben, die es ihnen erleichtern soll, eine fundierte und sinnvolle Entscheidung zu treffen.

An 400 Stellen in Deutschland steht die „Infothek“ der Verbraucherzentralen den Verbrauchern zur Nutzung zur Verfügung. Je nach Verbreitung der Beratungsstellen ist das Angebot teilweise auch in öffentlichen Bibliotheken angesiedelt. Das Selbstinformationsangebot besteht aus 61 thematisch sortierten Ordnern. Unter dem Themenbereich „Finanzdienstleistungen“ sind u.a. Informationen zu verschiedenen Versicherungen, Geldanlage, Kredit und Zahlungsverkehr zu finden. Neben Basis-Informationen werden dabei konkrete Empfehlungen und Produkt- und Anbieterinformationen dargestellt. Das Angebot wird von Fachkräften des vzbv ständig aktualisiert. Die Gebühr beträgt 1,50 Euro bis 2,50 Euro.

Das Angebot der Verbraucherzentralen an reinen Bildungsveranstaltungen richtet sich grundsätzlich an alle interessierten Verbraucher und soll für jeden - auch ohne Vorkenntnisse - verständlich sein. Die Angebote im Finanzdienstleistungsbereich richten

sich vornehmlich an Personen, die sich aktuell in einer entsprechenden Problemsituation befinden und werden entsprechend teilweise für die Teilnehmer eingeschränkt, z.B. Baufinanzierungsseminare für Personen mit einem Bauvorhaben oder Immobilienerwerber. Die Angebote für Veranstaltungen mit Schülern sind zumeist auf die oberen Klassen ab ca. 16 Jahren ausgelegt.

Nach einzelnen Berichten sind die Erfahrungen mit Seminarangeboten zu Finanzdienstleistungsthemen in den neuen und alten Bundesländern unterschiedlich. Während das Angebot in den alten Bundesländern in der Regel gut angenommen wird, gab es in den neuen Bundesländern mehr Schwierigkeiten. Die Lebenssituationen der Bevölkerung verlagert die Interessen stärker in die Einkommenserzielung als in die Verwendung. Zudem fehlt vielfach die Bereitschaft, für das Angebot der Beratungsstellen einen Kostenbeitrag zu zahlen. Schließlich konzentrieren sich die Angebote im Westen eher im gehobenen Segment, während im Osten unmittelbare Armutsprävention, für die reine Bildungsveranstaltungen auf die beschriebenen Schwierigkeiten stoßen, im Vordergrund steht.

Bei den dargestellten Seminaren im Westen sind dagegen die Kurse ausgelastet und kostendeckend. Angebote werden durch die Teilnehmer positiv bewertet.

Das von der Stiftung Verbraucherinstitut und der Verbraucherzentrale NRW erstellte Unterrichtsmaterial wird in zweiter Auflage bei einer Auflagenstärke zwischen 1.000 und 2.000 gut nachgefragt. Über den Einsatz ist jedoch nichts bekannt.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Verbraucherzentralen ihre Bildungsarbeit im wesentlichen in der individuellen Beratung, über die Presse und mittels Broschüren durchführen. Direkte Weiterbildung ist eher die Ausnahme, konzentriert sich auf eine einkommensstärkere Schichtung und dient der Ausgabenoptimierung und weniger der Einkommenssicherung. Armutspräventive Bildung dürfte aber in den Bereichen Überschuldung und Konsumkredit, private Altersvorsorge und Versicherung eine große Rolle in der Beratung spielen. Die Printmaterialien beruhen weitgehend auf den Erfahrungen aus der Beratung und haben erhebliche Auflagen. Allein die Broschüre zur Baufinanzierung ist über ½ Million mal verkauft worden.

Damit dürften die Verbraucherzentralen der wichtigste problemorientierte Bildungsträger sein, der die Elemente einer konkreten, Verbrauchermacht und Selbstbewusstsein generierenden emanzipativen finanziellen Allgemeinbildung integrieren kann. Leider haben sie gerade im Bereich der Armutsprävention von dieser Funktion im sozialen Verbraucherschutz in den 90er Jahren erheblich eingebüßt. Die persönlichen Beratungen in armutsrelevanten Bereichen sind durch die Erhebung von Deckungsbeiträgen und die Umschichtung von Personal in einkommensgenerierende Bereiche wie Anlage und Vorkaufsberatung in der Baufinanzierung eher zurückgedrängt worden. Die Übernahme der Schuldnerberatung hat dies nicht kompensiert, weil sie nicht Problem sondern prozessbezogen auf den Entschuldungsprozess vorbereitet und damit den vorher in der Kreditberatung dominierenden Aspekt der Bewältigung von Bank-Kunden-Problemen ersetzt.

Durch das Fehlen von Mitteln zur Auswertung und Evaluation der Probleme aus den Beratungsversuchen haben auch die Medienauftritte ebenso wie die einfachen Faltblätter sich in ihren Themenschwerpunkten verändert. Eine kurzsichtige staatliche Politik, die den Abbau der Subventionen auch dort vorantreibt, wo die von den Verbraucherzentralen angebotenen Produkte der Armutsprävention marktkompensatorisch wirken und daher keine geldwerte Nachfrage auf dem Markt finden können, hat inzwischen auch das

Selbstverständnis der Zentralen erreicht. Es ist zu befürchten, dass ähnlich wie in den USA und Großbritannien, bei einer allmählichen Privatisierung des Verbraucherschutzes die dann verbleibenden Initiativen sich im wesentlichen um die Konsumprobleme der Oberschicht kümmern werden, während die Armutsprobleme aus der Wirtschaft ausgeklammert an die spezialisierten Sozialverwaltungseinrichtungen und Community Groups fallen, die Armut als Problem des Staates und nicht mehr als Problem der Wirtschaft und des Marktes definieren.

2. Schuldnerberatungsstellen

Dieser Hintergrund könnte auch eine Erklärung für den Einrichtungsboom von Schuldnerberatungsstellen in den 80er Jahren sein. Während allerdings in den USA und Großbritannien Schuldnerberatungsstellen häufig von der Anbieterseite unterstützt²²², hat die weitgehende staatliche Finanzierung in Deutschland bei den Schuldnerberatern den Willen gestärkt, nicht nur die Schulden der Klienten zur besseren Tilgung zu ordnen und zu verwalten sondern auch präventiv auf die subjektiven wie objektiven Strukturen der Überschuldung einzuwirken. Durch die Integration dieser Stellen in staatliche Justizstrukturen im Rahmen der Insolvenzordnung und ihrer Anerkennung als „geeignete Stellen“ (§ 305 InsO) besteht allerdings neuerdings die Gefahr, dass sie zwar nicht zu Sozialinkassostellen werden, aber die Rolle von Insolvenzverwaltern übernehmen könnten. Bisher zeigt aber ihre Verweigerung gegenüber der Treuhandsfunktion bei der Schuldenbeitreibung, das Engagement ihrer zentralen Einrichtungen in der Insolvenzreform sowie ihre teilweise enge Beziehung zu den Verbraucherverbänden²²³, dass die deutschen (ebenso wie die skandinavischen, holländischen, belgischen und große Teile der staatlich finanzierten französischen²²⁴) Schuldnerberatungsstellen sich ihren Bildungsauftrag aus dem Blickwinkel einer emanzipativen Sozialarbeit zu erhalten suchen.

Somit ist Prävention Teil der Arbeit von Schuldnerberatungsstellen. Die Struktur dieser Stellen macht die Finanzierung solcher Arbeit aber mindestens ebenso schwierig wie bei den Verbraucherberatungsstellen. Da Schuldnerberatungsstellen in der Regel sehr viel partikularisierter unterhalten werden, ihre Qualifikation häufig durch die Sozialarbeit bestimmt ist und daher die Finanzdienstleistungen vernachlässigt werden, stehen dem Willen zu finanzieller Allgemeinbildung im Sinne einer Strukturbildung erhebliche Barrieren gegenüber, die nur bei sehr großen Stellen in Großstädten oder über

222 So z.B. die über 350 credit counselling offices in den USA sowie inzwischen auch die größte Schuldnerberatungsstelle, die BUCCS in New York mit über 10 Außenstellen und mehreren Hundert Mitarbeitern. Während die credit counselling offices direkt von den Anbietern finanziert werden erhält BUCCS (ebenso wie einige englische Schuldnerberatungsstellen im Einvernehmen mit den Gläubigern 15 % von den Zahlungen, die sie an diese weiterleiten. Dies ist praktisch die Hälfte einer Inkassogebrühr und macht die Tendenz zum Sozialinkasso in der Schuldnerberatung deutlich.

223 In Hamburg ist der Verbraucherzentrale eine entsprechende Koordinationsfunktion zugeordnet worden, in Hessen wurde die Kooperation formalisiert und auf dem Internet deutlich gemacht. In Sachsen und Sachsen-Anhalt sind die Verbraucherzentralen über eigene Stellen und Projekte eng in die Schuldnerberatung integriert.

224 Frankreich unterhält hier von vornherein staatliche Beratungskommissionen bei der Zentralbank und hat den Schwerpunkt politisch weiterhin bei den Verbrauchereinrichtungen im INC sowie in dem nationalen Kreditrat.

Projektfinanzierungen überwunden werden können. Immerhin führt der Zwang der Beratungsstellen, gegenüber den staatlichen und gemeinnützigen Trägern ihre Daseinsberechtigung auch aus generalpräventiven Wirkungen abzuleiten dazu, dass sie mit kollektiven Auswertungen und vor allem Jahresberichten, Veranstaltungen und Pressekontakten auf die Probleme der Überschuldeten aufmerksam machen und damit effektiv Bildung betreiben.

Die nachfolgenden Darstellungen beziehen sich überwiegend auf Beratungsstellen, die im Präventionsbereich besonders aktiv sind. Die Auswahl erfolgte über Hinweise von verschiedenen Stellen. Die in den Verbraucherzentralen angesiedelten Schuldnerberatungsstellen werden hier nicht berücksichtigt.

Die Bundesarbeitsgemeinschaft Schuldnerberatung e.V., in der zwar eine Vielzahl von Schuldnerberatungsstellen organisiert ist, verfügt über keine eigenen Mittel, um direkt Bildungsarbeit durchzuführen. Sie versteht sich als verbandspolitische Repräsentanz der Schuldnerberatungsstellen und als Informationsagentur über Angebote. Sie verweist etwa bei Schulanfragen auch an den Informationsdienst der Sparkassen. Den Beratungsstellen wird über Projektfinanzierung erstelltes Material in Form eines Foliensatzes „Prävention und Öffentlichkeitsarbeit“ angeboten.

Die Haupttätigkeit der Schuldnerberatungsstellen liegt in persönlichen Beratungsgesprächen. Informationsveranstaltungen für Gruppen finden allerdings im Rahmen der Verbraucherinsolvenzberatung zunehmend statt. Präventionsveranstaltungen richten sich zumeist an Schulklassen oder Auszubildende. Vereinzelt werden Multiplikatorenschulungen zur Präventionsarbeit mit Lehrern angeboten. Die meisten Weiterbildungsangebote richten sich jedoch an Sozialarbeiter und andere interessierte Berufsgruppen mit der Zielrichtung Schuldnerberatung und informieren über die Verfahren der Entschuldung. Die Prozesse der Verschuldung und Überschuldung, ihre wirtschaftlichen Hintergründe sowie die rechtlichen Möglichkeiten und Bewertungen überfordern etliche Schuldnerberatungsstellen. Sie werden meist nach der Anzahl der Beratungen bezahlt, die sie kurz und verfahrensorientiert halten müssen. Sie haben daher noch weit weniger als die Verbraucherzentralen eigene Auswertungsressourcen und nutzen daher Problemschilderungen in der Öffentlichkeit vor allem, um auf Not aufmerksam zu machen und die Wichtigkeit ihrer eigenen Arbeit als wirtschaftliche Sozialarbeit hervorzuheben.

Die zunehmenden Fälle der Überschuldung haben aber bei Politik und Wirtschaft wiederum den Ruf nach mehr Prävention laut werden lassen, wobei dem zum großen Teil die Vorstellung zu Grunde liegt, dies könne vor allem durch eine Verhaltensänderung der von Überschuldung Bedrohten in der Führung ihres persönlichen Budgets erreicht werden. Daher werden hierfür auch Mittel, Materialien und Kooperationsmöglichkeiten bereitgestellt, die für die meist unterbezahlten Schuldnerberatungsstellen eine erhebliche Versuchung darstellen, sich nur in der „finanziellen Erziehung“ statt in der „finanziellen Allgemeinbildung“ zu engagieren. Ersteres trifft auf ungeteilte Zustimmung, letzteres birgt erhebliche Konflikte mit potenziellen Geldgebern.

Einige Schuldnerberatungsstellen haben sich, wie schon oben erwähnt,²²⁵ inzwischen im Bereich der schulischen Bildung sowie in der Weiterbildung engagiert.

Die Schuldnerberatung Aachen hat Anfang des Jahres 2000 das Modellprojekt „Kids und Knete“ gestartet. Das Angebot ist für Kinder zwischen 6 und 12 Jahren sowie für

225 Oben S.172

die Eltern ausgerichtet. Es soll zu einen verantwortungsvollen Umgang mit Konsumwünschen und Geld sensibilisiert werden. Hierzu werden gemeinsam mit den Kindern Konzepte und Materialien entwickelt, die im Anschluss für weitere Projekte verbreitet werden sollen. Die Arbeit findet zusammen mit Schulen, Jugendfreizeitstätten und Kindertagesstätten statt und wird von verschiedenen Sponsoren finanziell unterstützt.

In Zusammenarbeit mit Ausbildungsträgern veranstaltet die Schuldnerhilfe Köln e.V. Wirtschafts- und Sozialberatung für Aussiedler. Im Rahmen der regelmäßig stattfindenden 6-monatigen Sprachkurse wird diese Arbeit in den Aufgabenbereich „soziale Betreuung“ eingebunden. Eine Fachkraft der Schuldnerberatung mit entsprechenden Sprachkenntnissen informiert über das hiesige Wirtschafts- und Finanzdienstleistungssystem und führt Einzelfallberatungen durch. Die Informationen orientieren sich dabei vornehmlich an konkreten Beispielen aus dem Alltag der Teilnehmer. Die Kooperation besteht bereits seit mehreren Jahren. Insbesondere die persönliche Beratung wird stark in Anspruch genommen und kann in vielen Fällen zur Problemlösung beitragen. Die Beratungsstellen in Aachen und Köln bieten in Zusammenarbeit mit größeren Betrieben Fortbildungen für Auszubildende an. Es werden dabei Einzelveranstaltungen in den Betrieben durchgeführt. Die Themen zu dem Oberbegriff „Umgang mit Geld“ orientieren sich an der Lebenssituation der Auszubildenden. Es wird z.B. über Kredite, Handyverträge und den Umgang mit Schulden informiert. Mit einigen Firmen konnten dauerhafte Verträge über die Fortbildung abgeschlossen werden. Über Weiterbildungsangebote an Berufsschullehrer und Ausbilder soll zudem das Bildungsangebot für Auszubildende zur Schuldenprävention verbessert werden.

Die Kontakte der Beratungsstellen zu Schulen und Lehrern werden nur vereinzelt aktiv gefördert. Die Beratungsstelle DILAB e.V. in Berlin veranstaltet regelmäßig Fortbildungen für Lehrer. Insbesondere sollen die Lehrer dabei einen Einblick in die Problemlagen überschuldeter Personen bekommen und die Notwendigkeit zur Thematisierung im Unterricht erkennen. Es werden Anregungen und zahlreiche Materialien zum Einsatz im regulären Unterricht gegeben. Es finden ebenfalls regelmäßig Informationsveranstaltungen mit Schulklassen ab dem 9. Jahrgang statt. Die Schüler sollen dabei die Beratungsstelle und deren Arbeit kennen lernen, um in späteren Problemsituationen darauf zurückzugreifen. Mit einem Videofilm werden sie auf die Gefahren im Umgang mit Geld (z.B. Bürgschaft) aufmerksam gemacht. Darauf aufbauend werden im Gespräch weitere Hinweise gegeben, sowie aktuelle Probleme der Jugendlichen besprochen. Das Angebot wird sowohl von den Lehrern als auch den Schülern positiv aufgenommen und auch aus anderen Bundesländern nachgefragt.

Weitere Projekte etwa des Sozialdienstes München für ein Theaterprojekt mit Jugendlichen sowie zu einem nach Art der Börsenspiele aufgebauten „Mit-mach-Money-Spiel“ in Köln sind noch in Planungsphase.

Auf die umfangreiche Materialsammlung zur Präventionsarbeit durch den Verein Schuldnerhilfe e.V. Essen (VSE) gemeinsam mit der Schuldnerberatung Oberösterreich in Form eines „Schuldenkoffers“²²⁶ wurde schon hingewiesen. Er resultiert aus den Erfahrungen der beiden Beratungsstellen und macht Projektvorschläge, stellt Overheadfolien, inhaltliche Hintergrundinformationen, ein Würfelspiel, Videofilme und ein Hörspiel, Faltblätter, Disketten mit Arbeitsmaterial zur weiteren Bearbeitung, sowie Hinweise auf Ergänzungsmaterialien anderer Institutionen zur Verfügung.

226 Oben bei Fn 164.

20 dieser Koffer wurden von dem Verein Schuldnerhilfe e.V. Essen im gesamten Bundesgebiet an interessierte Stellen für vier bis sechs Wochen verliehen. In dieser Zeit konnte das Material gesichtet, getestet und vervielfältigt werden. In den meisten Fällen fand für die Multiplikatoren eine umfangreiche Einweisung in die Materialien sowie eine Einführung in die Problematik der Verschuldung durch eine Fachkraft aus der Schuldnerberatung statt. Über zahlreiche Medienkontakte wurden Schulen und Einrichtungen der Sozialarbeit angesprochen, die mit Jugendlichen zwischen 14 und 27 Jahren arbeiten. Ziel war es, dass Thema Ver- und Überschuldung in der Öffentlichkeit bekannt zu machen und die Jugendlichen über die Risiken im Umgang mit Geld aufzuklären. Die Form der angebotenen Projekte war in der Methodik erzieherisch darauf ausgerichtet, die Handlungskompetenz der jungen Menschen zu stärken. Das Projekt wurde von der Europäische Kommission zur Verbesserung des Verbraucherschutzes gefördert. Teile des Schuldenkoffers sind über die Internetseiten des Vereins Schuldnerhilfe e.V. Essen zugänglich.

Umfangreiches Unterrichtsmaterial hat auch die Schuldnerhilfe Köln e.V. in einem Präventionsband zusammengestellt. Für die Arbeit mit Schülern, Auszubildenden, Arbeitslosen und Aussiedlern werden zu sechs verschiedenen Themenbereichen (z.B. Versicherungen, Zahlungsverzug, Das erste eigene Auto) im Umgang mit Geld Informationen und Materialien bereitgestellt. Die Vorlagen sind dabei auf einen handlungsorientierten Unterricht ausgerichtet. Neben der Vermittlung kritischer Informationen über Finanzdienstleistungen sowie Sozial- und Rechtsansprüchen, sollen die Handlungskompetenz und Eigenverantwortlichkeit erweitert werden.

Mit der Einführung der neuen Insolvenzordnung im Jahr 1999 wurden teilweise Informationsveranstaltungen über das recht komplexe Insolvenzverfahren für Betroffene angeboten. Einzelne Beratungsstellen sind zu verschiedenen Konzepten der Gruppenberatung übergegangen. Schuldner, die um eine Insolvenzberatung nachfragen, werden als erstes zu einer Informationsveranstaltung eingeladen. Hier werden der Ablauf und die wesentlichen Inhalte des Insolvenzverfahrens erklärt. Entweder folgt anschließend eine Einzelberatung oder die Betroffenen leiten selber die ersten Schritte des Verfahrens ein. Im letzteren Fall finden dann weiter Gruppenveranstaltungen statt, in denen jeweils die nächsten Verfahrensschritte erklärt werden. Es werden auch Mustertexte, Rechenbeispiele und Leitfäden zur Abwicklung herausgegeben und besprochen. Die Gruppenveranstaltungen ermöglichen es den Betroffenen in Anbetracht der bestehenden Wartezeiten für Einzelberatungen ein Insolvenzverfahren eigenständig einzuleiten und entlasten damit die Beratungskräfte. Zudem ist die aktive Beteiligung für einen erfolgreichen Abschluss des Verfahrens notwendig. Als finanzielle Allgemeinbildung kann man diese Bemühungen jedoch kaum einordnen, da sie nicht auf die Nutzung der Finanzdienstleistungen sondern auf die Nutzung staatlicher Verfahren zur Entschuldung ausgerichtet sind.

Die Schuldnerberatungsstellen greifen bei ihren Bemühungen ebenso wie die Schulen teilweise auf die Produkte der Verbraucherzentralen, der Bundesregierung und der Sparkassen zurück. Der Verein Schuldnerhilfe e.V. Essen hat eine Faltblatserie zum Thema „Geld und Jugend“ herausgegeben. In sieben unterschiedlichen Faltblättern werden auf einer Seite wesentliche Informationen zu Themen wie Taschengeldempfehlungen, Girokonto für Kids und Geschäftsfähigkeit und ihre Folgen gegeben. Auf der Rückseite stellt sich die Schuldnerberatungsstelle mit ihrem Angebot kurz vor.

Von verschiedenen Organisationen wurden Videos zum Thema „Jugend und Geld“ erstellt. Das von der Caritas erstellte Video „Cash for Kids“ beschäftigt sich z.B. mit den Risiken einer Bürgschaft: Am Beispiel einer Partnerschaft, in der die Freundin für den Kredit ihres Freundes bürgt, wird anschaulich und in der Sprache der Jugendlichen klar gemacht, was passiert wenn die Beziehung längst zerbrochen ist, und die Forderungen aus der Bürgschaft beglichen werden müssen.

Mit der „Einkommens- und Budgetberatung für Familien“ (eibe) in Rostock, wurde von 1995 bis 1998 ein Bundesmodellprojekt für Präventionsarbeit durchgeführt. Nach Ablauf der Modellprojektphase wurde die Beratungsstelle weiter betrieben. Die momentane Arbeit der eibe ist wie die von anderen Beratungsstellen, durch die finanziellen Möglichkeiten stark eingeschränkt.

Eibe bietet neben der Einzelberatung, Seminare, Gruppenschulungen, Jugendprojekte und Multiplikatorenschulungen im Umgang mit Geld an. In den Räumlichkeiten des „eibe-Treff“ wird Informationsmaterial verfügbar gemacht. Zu verschiedenen Themen wurden Informationsbroschüren und Multiplikatorenmappen erstellt.

Die Einzelberatungen umfassen die Bereiche Einkommensverwendung und -erzielung, Transfereinkommen, Kredit, Erwerb von Wohneigentum, Vermögensbildung und integrierte Schuldnerberatung. Auf der Grundlage eines Haushaltsbuches findet eine umfassende Budgetanalyse statt. Bei der Betrachtung der Ausgaben können auch Fragen zur Vermögensbildung und Versicherung besprochen werden. Unter Berücksichtigung der familiären Situation werden die Möglichkeiten zur Einkommenserzielung erläutert und ggf. Hilfestellung bei der Arbeitssuche gegeben. Hier wird auch auf den Bereich der Existenzgründung im Haupt- und Nebenerwerb eingegangen. Weiter wird über die Ansprüche auf Transferleistungen informiert und bei Bedarf eine individuelle Anspruchsklärung durchgeführt. Die Beratung im Kreditbereich umfasst grundsätzliche Informationen über Voraussetzungen und Alternativen sowie die Prüfung bereits vorliegender Angebote. Ebenso wird in der Planungsphase der Erwerb von Wohneigentum unterstützt mit Kostenkalkulation und Informationen über Fördermöglichkeiten. Bei der Vermögensbildung zielt die Information über Anlageformen und die Klärung der familiären Gesamtsituation auf eine möglichst hohe Realisierungswahrscheinlichkeit ab. Die integrierte Schuldnerberatung umfasst eine Haushalts- und Budgetanalyse, um weitere Verschuldung zu vermeiden.

Die Jugendprojekte finden in Zusammenarbeit mit verschiedenen Einrichtungen wie Schulen (Finanzierungsproblem!) und Weiterbildungsstätten statt. In erlebnis- und handlungsorientierten Projekten werden Themen wie „Die erste eigene Bude“, „Macht Werbung blöd und pleite“ behandelt. Es wird dabei zum Teil auf die beschriebenen Materialien der Schuldnerberatungsstellen und Verbraucherzentralen zurückgegriffen, z.B. Videos.

Weiter werden Fortbildungen für Multiplikatoren im Bereich der Sozialarbeit angeboten. Von Experten aus verschiedenen Fachbereichen werden darin unterschiedliche Themen behandelt, wie z.B. Fragen zu Trennung, Scheidung und Unterhalt oder zur Einkommensteuererklärung.²²⁷

227 Vgl. <http://www.rostock.de/stadtverwaltung/vhs/fb64.asp>.

„Ziel ist es, mittels Beratung, Aufklärung und Bildung im Bereich der primären Prävention die wirtschaftliche Selbstbewältigungskompetenz von Familien zu fördern, um einer möglichen Überschuldung entgegenzuwirken.“²²⁸

Damit lässt sich Eibe in den Bereich der Budgetberatung einordnen, die sich allerdings über die Schuldnerberatung und die Baufinanzierungsberatung sowie rechtlichen Beistand der Finanzdienstleistungsberatung öffnet.

3. Zusammenfassung

Verbraucherzentralen und Schuldnerberatungsstellen haben ihren Schwerpunkt in der problemorientierten Finanzberatung. Sie sind dadurch täglich mit den Strukturen des Finanzdienstleistungsbereichs vertraut und verfügen damit über das notwendige Wissen, um Bildung im umfassenden Sinne der finanziellen Allgemeinbildung anbieten zu können. Vor allem die Verbraucherverbände nutzen diese Möglichkeiten durch die Erstellung von Broschüren, Materialien und Büchern, durch Gruppenberatung und Unterstützung des Schulunterrichts sowie der Weiterbildung. Allerdings führt die Tendenz zur Eigenfinanzierung dazu, dass die armutsrelevanten Probleme im Finanzdienstleistungssektor gegenüber den Problemen der Mittelschicht mit Banken und Versicherungen tendenziell benachteiligt werden. War das Thema „Überschuldung“ in den 80er Jahren noch eine Kernkompetenz der rechtlich orientierten Finanzberatung der Verbraucherzentralen, so hat sich der Gravitationspunkt ihrer Beratung auf den Anlage- und Baufinanzierungsbereich und damit auch auf eine andere Klientel verschoben. Der Bereich der Überschuldung ist in besondere Beratungseinrichtungen verlagert worden. Dort wird er im Sinne der effektiven Organisation der Entschuldungsprozesse von der Problemanalyse und der präventiven Einwirkung auf die die Überschuldung bewirkenden Strukturen hin zur Schuldenverwaltung gelenkt. Damit gehen Elemente der finanziellen Allgemeinbildung, die öffentlichkeitswirksam analysiert und vermittelt wurden, allmählich wieder verloren, wenn die öffentlichen Finanzierer nicht in dieser Aufgabe eine besonders förderungswürdige Arbeit sehen. Selbstfinanzierende Verbraucherarbeit ist nämlich in diesem Bereich bereits logisch ausgeschlossen, weil Armutsprävention kein absatzfähiges Beratungsprodukt auf privaten Märkten ist.

Bei den Verbraucherzentralen müssten daher die Möglichkeiten der unentgeltlichen Konfliktberatung im Finanzdienstleistungssektor vor allem im Konsumkreditbereich aber auch bei der Existenzgründungsfinanzierung sowie in prekären Situationen der Baufinanzierung, bei der privaten Altersvorsorge sowie bei der Abwicklung von Massenversicherungen und dem Zugang zum Girokonto gestärkt, wissenschaftliches Auswertungspotenzial geschaffen und die Verarbeitung dieser Informationen für die finanzielle Allgemeinbildung etwa in Medien, Schule und Weiterbildung gestärkt werden.

Ein Teil der armutsrelevanten Arbeit bei Finanzdienstleistungen haben die Schuldnerberatungsstellen übernommen, die mit über 1.000 Stellen in Deutschland ein beachtliches unentgeltliches, von der öffentlichen Hand unterhaltenes, Beratungsnetzwerk aufgebaut haben.

228 Sobkowiak, Bettina: Neue Modelle – Einkommens- und Budgetberatung für Familien. In: Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände e.V., Deutsches Rotes Kreuz (Hg.), Baden-Baden 1998, S. 107.

Ihre Fokussierung auf Fälle der Verbraucherinsolvenz und das Abschneiden der präventiven Arbeit der Kreditberatung durch ein Entgeltsystem, das sich an den Insolvenzfällen orientiert (Bezahlung über die Fallbehandlung nach dem Bundessozialhilfegesetz bzw. nach der Insolvenzordnung) reduzieren die Möglichkeiten finanzieller Allgemeinbildung in diesem Bereich. Dazu gehören auch mangelnde Qualifizierung für die Beratung zu Finanzdienstleistungen und Verbraucherschutzrecht. Gleichwohl wird über Projektmittel und den Anspruch der Träger nach Prävention, Druck auf die Schuldnerberatungsstellen ausgeübt, sich in der finanziellen Bildung zu engagieren. Dabei gehen die Erwartungen eher einseitig auf Budgetberatung und damit finanzielle Erziehung. Die hier vorgeschlagene intensive Finanzdienstleistungsbildung als finanzielle Allgemeinbildung hat es unter diesen Umständen schwer.

Tatsächlich findet sie jedoch gleichwohl statt, weil die Schuldnerberater aus ihrer eigenen Praxis heraus und auf Grund der Unabhängigkeit gegenüber der Anbieterseite sich nicht auf eine einseitige Schuldzuweisung an ihre Klienten festlegen lassen, sondern nach Wegen suchen, auch die Anbieterseite in den wechselseitigen Bildungsprozess miteinzubeziehen.

Eine Lösung der Problematik für die Zukunft könnte in einem engen Verbund zwischen Verbraucherverbänden und Schuldnerberatung liegen, wie er in einigen Bundesländern bereits im Ansatz entwickelt ist. Während die Schuldnerberatungsstellen einen auch vor der Insolvenz angesiedelten umfassenderen Kontakt zu den von Armut bedrohten Schichten und Situationen halten, könnten die Verbraucherverbände ihre Möglichkeiten der Rechtsberatung und des Verbraucherschutzes für diese Beratungen anbieten sowie Evaluation und Bildungsarbeit kooperativ übernehmen.

Die organisatorische Trennung in den Ministerien (Schuldnerberatung in den Sozial- und Familienministerien sowie bei den Kommunen, Verbrauchförderung bei den Wirtschaftsministerien, Verbraucherschutz und Insolvenzordnung bei den Justizministerien) stellt eine solche integrierte Entwicklung an der Basis jedoch in Frage.

IV. Bildungsinformation der anbietenden Wirtschaft

Die anbietende Finanzwirtschaft, die im Bereich der Verbraucher heute einen wesentlichen und großen Absatzmarkt für Finanzdienstleistungen hat, ist nicht nur über die Werbung bei der Information und faktischen Bildung vertreten. Vielmehr bemühen sich praktisch alle Anbieter, neben der Produktkunde auch allgemeines Wissen über die Nut-

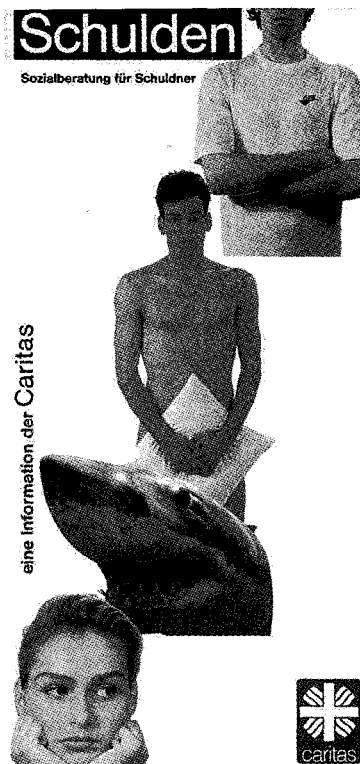


Abbildung 10: Caritas Sozialberatung für Schuldner

zung von Finanzdienstleistungen zu vermitteln. Genauso wie die Computer- und Softwareindustrie, die Computer Literacy entdeckt hat und zusammen mit dem Staat die Fähigkeiten zur Nutzung der EDV sowie des Internets bei den Menschen selber als wichtige Voraussetzung zum Absatz ihrer Güter erkannt hat, sehen auch die Finanzdienstleister, dass ihre Produkt- und Dienstleistungsentwicklungen ins Leere gehen, wenn die Fähigkeiten der Bürger, sie auch intelligent zu nutzen, mit dieser Entwicklung nicht Schritt halten können.

In Bezug auf finanzielle Allgemeinbildung ergeben sich jedoch bei der anbietenden Wirtschaft die grundlegende Restriktion, dass diese Informationen und Bildungsanstrengungen grundsätzlich dem ökonomischen Prinzip unterworfen sind: sie müssen sich also lohnen. Dies ist überall dort kein grundsätzliches Problem, wo beide Seiten, Nachfrager und Anbieter aus der Verbesserung des Bildungsstandes in gleicher Weise Nutzen ziehen, also Win-Win-Situationen existieren.

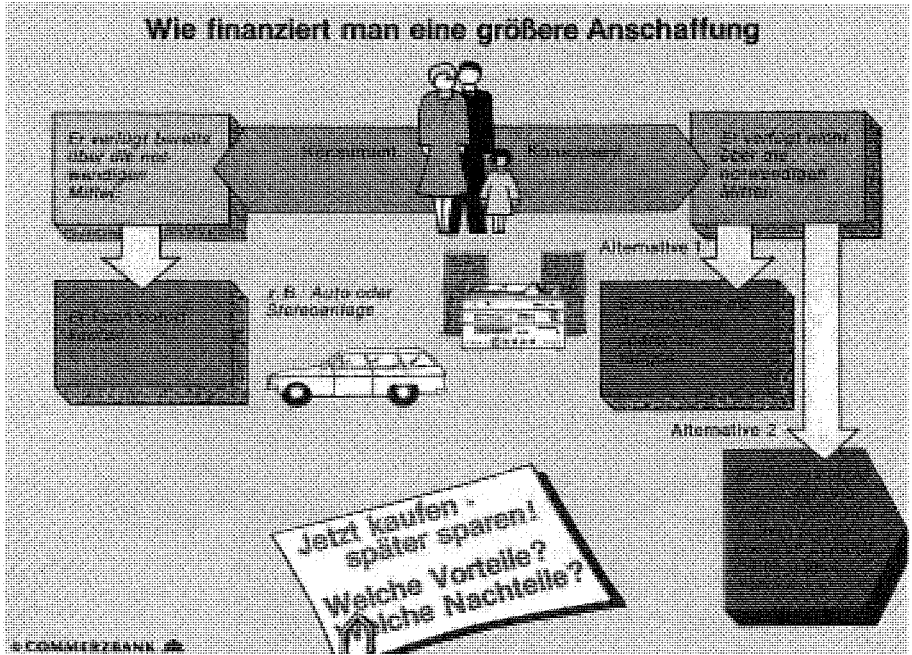


Abbildung 11: Information Commerzbank

Für eine finanzielle Allgemeinbildung, die sich als Armutsprävention versteht, kann dies jedoch nicht ohne weiteres immer angenommen werden. Zwar kann man grundsätzlich davon ausgehen, dass auf lange Sicht die Hebung des finanziellen Bildungsniveaus in der Bevölkerung gleichgültig an welchem Ort auch der anbietenden Wirtschaft insgesamt zugute kommt, eine solche Gesamt- und Langfristspektive, die gemeinhin in dem Postulat nach „Nachhaltigkeit“ („Sustainability“) zum Ausdruck kommt, wird aber in der konkreten Wirtschaft häufig durch Interessen verdrängt, die miteinander im Wettbewerb stehenden Anbieter dazu zwingen, kurzfristig Gewinne zu erwirtschaften

und sich auf die Sektoren zu konzentrieren, die allein ihrem Unternehmen dies versprechen.

In diesem Sinne könnte man daraus die Hypothesen ableiten, dass die finanzielle Bildung der Anbieterseite sich tendenziell auf die großen Volumina bei Finanzdienstleistungen, auf die vermögende Kundschaft („private banking“), auf den Anlagebereich sowie auf die Baufinanzierung der Eigenkapital bildenden Schichten beschränken müsste. Für den Bereich der unteren und von Armut gefährdeten Schichten ginge es dann nur darum, in den Bildungsanstrengungen zu erreichen, dass die Kreditausfälle durch bessere Budgetplanung geringer werden, dass die Nutzer der Unterschichten Finanzdienstleistungen in einer immer standardisierteren und automatisierteren Form zu nutzen in der Lage sind (Automaten, Internet, Standardprodukte) und dass diejenigen von einer Nutzung abgehalten werden, die nach Risiko und Kostenstruktur keine Zielklientel darstellen.

Bei einer auch nur oberflächlichen Durchsicht der Anbieterwerbung dürften sich diese Thesen relativ leicht bestätigen lassen.

Für den Bereich der Bildungsanstrengungen der Anbieter trifft dies allerdings nicht ohne weiteres zu. Hier lassen sich Gegenthesen entwickeln. Imagewerbung, Corporate Identity, Mitarbeitermotivation über den Sinn der Arbeit statt des reinen Gewinns hinaus, der Zusammenschluss von Anbietern zur Ausschaltung allzu kurzfristiger Perspektiven, staatliche Eingriffe auf Anbieterseite wie bei der Sparkassenorganisation oder über die Form der Organisation wie bei den Genossenschaftsbanken, staatliche Förderungen im Stiftungswesen, die als Gegenleistung Gemeinwohlorientierung abverlangen, sowie die Erwartungshaltung immer größerer Kundengruppen, nicht nur ein effektives Unternehmen für die eigenen Bedürfnisse sondern auch ein sinnvolles Unternehmen für die gesamte Gesellschaft („stakeholder Ansatz, Corporate Responsibility“) alles dies sind durchaus Anreize für die Anbieterseite, bei der finanziellen Bildung die engen Grenzen des Eigeninteresses zu verlassen und Elemente der finanziellen Allgemeinbildung miteinzubeziehen.

Es wurden daher aus den verschiedenen Anbietergruppierungen einzelne Institute, Verbände und Stiftungen ausgewählt²²⁹, deren allgemeines nicht auf unmittelbaren Produktabsatz abzielendes Angebot an Informationen dem Leitmotiv der finanziellen Bildung zugeordnet werden kann. Dieses Angebot wurde daraufhin untersucht, ob ein Informationsangebot zum Thema Finanzen vorhanden war, welche Vermittlungsformen und -kanäle benutzt wurden, was der Inhalt der Informationen war.

229 Großbanken: Deutsche Bank, Dresdner Bank, Commerzbank, HypoVereinsbank / Vereins- und Westbank; Sparkassen: Hamburger Sparkasse, Nassauische Sparkasse, Frankfurter Sparkasse von 1822, Stadtparkasse München, Stadtparkasse Köln; Genossenschaftsbanken und Geno-Spitzenverband: D. Genossenschafts- u. Hypothekbank (DG Hyp), Bundesverband dt. Volks- u. Raiffeisenbanken (BVR)); Versicherungen: Hamburg-Mannheimer Versicherung, Allianz; Dachverbände: Bundesverband dt. Banken (BdB), Gesamtverband der dt. Versicherungswirtschaft (GdV), Deutscher Sparkassen- u. Giroverband (DSGV); Stiftungen: Alfred-Herrhausen-Stiftung, Sparkassenstiftung f. internationale Kooperation; Anbieter-Interessensverband: Deutsches Aktieninstitut.

1. Geschäftsbanken

Das Informationsangebot erfolgt über die Internetseiten der Anbieter über Informations-Broschüren z.T. in Kooperation mit dem Deutschen Aktieninstitut (DAI), eigene Publikationen sowie durch eine wöchentliche Verbrauchersendung „GeldActiv“ auf n-tv. Im Internetangebot befindet sich ein Geldlexikon mit einfachen Erklärungen von Fachbegriffen, die wiederum verlinkt sind zu weitergehenden Informationen im Themengebiet. Ein Baufinanzierungs-Lexikon mit Querverweisen sowie ein Börsenlexikon der Hypo-Vereinsbank erklären ausgewählte Begriffe allgemein verständlich.

Die generellen und standardisierten Verhaltensvorschläge für die Geldanlage an der Börse sind sehr knapp und kaum ausreichend, da sie keine individuellen Vorschläge für die einzelnen Anlegertypen und -situationen bieten.

„Interaktive Berater“ sind die Teile des Angebots, indem man seine Bedarfssituation über Zahlen einbringen kann. Teilweise wird eine unverbindliche Privatkreditberechnung (Kreditsumme, Zins, Laufzeit, Ratenhöhe) zur besseren Einschätzung der eigenen finanziellen Möglichkeiten geboten. Über ein E-Mail-Kontaktcenter können darüber hinaus konkrete Fragen zu den angebotenen Produkten gestellt werden.

Die dabei angebotenen Sparten umfassen Geld & Service, Versichern & Vorsorgen, Planen & Anlegen, Bauen & Wohnen und haben eine deutliche Dominanz im Anlagebereich. Zu einzelnen Anlageformen wie Lebensversicherung und Aktienfonds werden kurze allgemein gehaltene Informationen gegeben.

Ein weiterer Schwerpunkt sind Informationen zum Euro. Die Europäische Wirtschaftsunion und deren Konsequenzen wird mit Infotexten zu Inhalt, Zeitplan, Bedeutung der EWU sowie zu der Bedeutung für die Verbraucher beschrieben.

Die Broschüren und Prospekte nehmen zwar teilweise auf globale Einschätzungen Bezug, konzentrieren sich jedoch entweder auf die Beschreibung der hauseigenen Produkte oder Markt- und Zinsentwicklungen oder berichten fachspezifisch, indem sie Informationsservice für offensichtlich finanziell gebildete Kundschaft über Konjunkturanalysen und Branchenbewertungen bieten.

Dies ist auch der Schwerpunkt der Kundenmagazine. Die HypoVereinsbank bietet mit MoneyMedia, Immobilien, EuroMagazin, Bauspar und Anleger gleich vier zielgruppenorientierte Publikationen für eine finanziell gebildete Schicht an. Hintergrundinformationen zu Steuergesetzen, Fördermöglichkeiten und Lösungsansätze werden erläutert. Fragestellungen der finanziellen Allgemeinbildung spielen hier in aller Regel keine Rolle. Ihr Wissen wird vorausgesetzt.

Die Aktien- und Wertpapierinformationshefte, die in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Aktieninstitut herausgegeben werden, bieten dagegen umfangreiche und allgemein verständliche Erläuterungen zur Aktie und zur Börse. Die Informationsschriften zur Altersvorsorge umfassen auch die Hintergründe der neueren Entwicklung, beschreiben Formen und Unterschiede von Vorsorgemaßnahmen wie Rentenversicherung und Lebensversicherung. Mit Fakten zur demographischen Entwicklung wird die Privatisierung hier als Notwendigkeit dargestellt und damit auch eine Grundstimmung für den Absatz der entsprechenden Produkte erzeugt, kritische Informationen hierzu finden sich dagegen nicht.

Die „Basisinformationen zur Vermögensanlage in Wertpapieren“ des Bankverlags konzentrieren sich ebenso wie die anderen Informationen auf aktuelle Themen der Kapitalanlage.

Wo Vorträge angeboten werden, beschränken sie sich häufig auf einige wenige Fachgebiete vor allem im Bereich der Anlagen und Wertpapiere. Eine Ausnahme bildet das Projekt „Partnerschaft HypoVereinsbank & Schule“ bzw. „bank at school“, das kostenlose Fachvorträge zu unterschiedlichen Finanzthemen durch Bankmitarbeiter und Fachreferenten in den örtliche Schulen anbietet. Schulklassen werden zudem zu Bankbesichtigungen eingeladen und fachliche Hilfe bei der Beantwortung von Schülerfragen rund ums Geld angeboten. Schüler können bei so genannten „Börsentrainings“ mit virtuellem Kapital Erfahrungen für die Börse sammeln und lernen, am Kapitalmarkt zu agieren.

Die Vereins- und Westbank hat mit „Frauen und Finanzen“ und „Campus Talk“ zwei spezielle Veranstaltungsreihen gestartet, die zielgruppenspezifische Informationsmöglichkeiten zur Altersvorsorge, Immobilien, Aktiengeschäfte, Börse und weiteren Wirtschaftsthemen bieten will. Während „Frauen und Finanzen“ Elemente der Allgemeinbildung enthält und keine deutliche Produktsteuerung erkennen lässt, wendet sich Campus Talk an zukünftig gehobene Kundschaft.

Die allgemeinbildenden Informationsquellen wie Lexika, Euroinformation und Prospekte des Deutschen Aktieninstituts sind allgemein bildend und nicht unmittelbar vertriebsorientiert. Die weiteren Broschüren lenken das allgemeine Verbraucherinteresse jedoch größtenteils in eigene Produktkanäle oder suggerieren Bedarfe, wenn es z.B. heißt „Es besteht dringender Handlungs-/ Vorsorgebedarf ...“).

Seminare und Vortragsangebote sind kaum zu finden.

Die Bildungsanstrengungen der anbieternahen Stiftungen, wie der Stiftung der Deutschen Bank, decken den produkt- und absatzunabhängigen Bereich der finanziellen Bildung aus Sicht der Anbieter ab. Statt technischem Wissen wird hier Verständnis gefördert.

Die Alfred-Herrhausen-Stiftung finanziert das Projekt „Jugend-Schule-Wirtschaft“, an dem 2.000 Schüler und 18 Tageszeitungen beteiligt sind. Selbst gestecktes Ziel dieses Projekts ist es, die wirtschaftliche Bildung verstärkt in Schulen zu tragen, die wirtschaftlichen Kenntnisse der Jugendlichen zu verbessern und sie zu unterstützen in der Entwicklung zu mündigen Wirtschaftsbürgern. Hier werden die Schüler über Freibonbonnements mit dem Wirtschaftsteil von Tageszeitungen vertraut gemacht, um eigenständig wirtschaftsspezifische Recherchen zu tätigen, Sachverhalte und Zusammenhänge zu verstehen und eigene Zeitungsartikel oder eine Facharbeit zu erstellen, die dann veröffentlicht oder prämiert werden kann. Zielgruppe bei „Jugend-Schule-Wirtschaft“ der Herrhausen-Stiftung sind Schüler von (Wirtschafts-) Gymnasien und Berufsbildenden Schulen sowie ihre Lehrer. Hier geht es vor allem auch um den berufsbildenden Teil und weniger um Finanzdienstleistungen.

Neben den Stiftungen, die jede größere Bank hat, ist auch der Zusammenschluss der privaten Banken, der Bundesverband deutscher Banken (BdB) mit Informationsangeboten aktiv.

Das Informationsangebot erfolgt auch hier über Internet, Publikationen, Fachbücher und Broschüren. Besonderes Aufsehen hat eine Telefonaktionen in Kooperation mit Tageszeitungen gemacht. Für die Schulen wird das Informationsprogramm für Schüler „Schul/Bank“ angeboten.

Im Internetangebot befindet sich ein virtuelles Lexikon, das Begriffe der Finanzwelt verständlich erklärt, wobei jedoch die Inhaltsqualität und –quantität je nach Suchbegriff variieren. Außerdem werden generelle Verbraucherinformationen zum Thema Geld (z.B. Gerichtsurteile und deren finanzpolitische Auswirkungen für die Haushalte, fi-

nanzielle Trends der Bevölkerung) gegeben; ebenso Wirtschaftsinformationen wie Konjunktur-, Verbraucherdaten und Trends für Lehrer im Rahmen des Projekts „Schul/Bank“ (s.u.).

Bei den zahlreichen Telefonaktionen (seit 1979) mit anschließender Berichterstattung in den jeweils beteiligten Medien können die Verbraucher Fragen aus unterschiedlichen Finanzbereichen anonym an Experten des BdB stellen, deren Antworten in den teilnehmenden Zeitungen teilweise abgedruckt wurden.

Mein Leben habe ich voll im Griff.
Und meine Finanzen für später auch –
mit 7 PLUS.

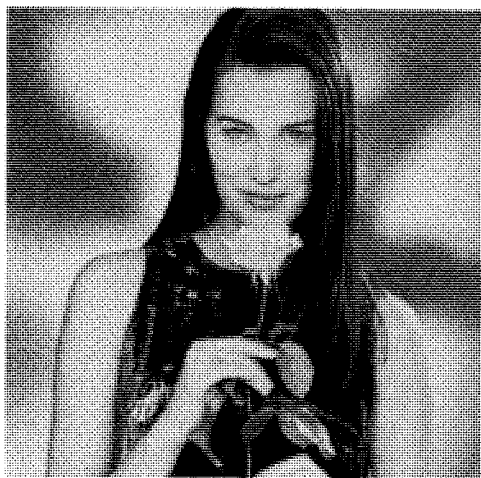


Abbildung 12: 7 Plus

Die Informationsschriften beziehen sich auf die Themen: Euro, Haushaltskredit, Baufinanzierung, Geldanlage und Börse, Geld allgemein und volkswirtschaftliche Sachverhalte. Die Broschüre „Kreislauf der Wirtschaft“ will Grundbegriffe, wirtschaftlichen Funktionsweisen, Hintergründe und Zusammenhänge mit Text, Tabellen, Schaubildern und aktuellen Beispielen erläutern. Die Schrift „Zahlungsverkehr“ hat neben den Erläuterungen eine Übersicht von Mustervordrucken der gängigsten Formulare (Schecks, Überweisungen, Einzahlungen etc.).

Das Programm „Schul/Bank“ liefert in Printform Allgemeinwissen zur Wirtschaft sowie insbesondere zu den Themen Banken, Geld und Volkswirtschaft. Das Material ist wie überall beim Schulmaterial in Lehrer- und Schülermaterial getrennt.

„Basisinformationen für die Vermögensanlage in Wertpapieren“ lie-

fert eine Erläuterung der Grundzüge und Zusammenhänge des Wertpapierbereiches einschließlich der Risiken bei Wertpapiergeschäften. Es ist zugleich das Muster für Kundeninformationsprospekte aller dem BdB angeschlossenen Banken.

Die Gesamtauflage der Wirtschaftsmappen „Materialien für den Unterricht“ beträgt ca. 25.000 Stück. An Broschüren und Fachbüchern sind insgesamt etwa 300.000 Stück vertrieben worden.²³⁰ Für die Zukunft plant der BdB ein Bildungsprojekt „Jugend und Wirtschaft“ in Kooperation mit der Zeitung FAZ.

In dem groß angelegten Kooperationsspiel mit Schulen²³¹ wird allerdings keine finanzielle Allgemeinbildung sondern eine Qualifikation für berufliche Bildung vermittelt. Da das Wissen auf Großorganisationen abgestellt ist, kann man diese Bildung auch nicht in die Existenzgründerbildung einordnen, die eine Zwitterstellung hat. Fraglich ist hierbei im übrigen, ob durch solche mit Geldpreisen ausgerüstete Wettbewerbe

230 Quelle: mündliche Auskunft BdB, Februar 2000.

231 <http://www.schulbanker.de>.

die Schule nicht bereits als Rekrutierungsfeld für Personalauswahl missbraucht wird, da es nahe liegt, dass die privaten Banken auf diese Weise an die Adressen von hervorragenden Schülern gelangen, denen sie damit nach dem Abitur auch eine Lehre oder ein Betriebsstudium vorschlagen können. Finanzielle Allgemeinbildung sollte von unmittelbaren Verwendungszusammenhängen freigestellt bleiben.

Bei SCHUL/BANKER erleben Sie hautnah wie Marktwirtschaft und Wettbewerb funktionieren: Sie nehmen im Chefsessel einer virtuellen Bank Platz und übernehmen als Team die Aufgaben des Vorstands Ihrer Bank. Sie entwickeln eine Strategie für Ihre Bank, die Sie im Spiel konsequent verfolgen.

Ihr Ziel ist, Ihre Bank gegenüber Ihren Mitstreitern, den anderen Planspielbanken, möglichst erfolgreich zu führen. Dazu beobachten Sie die Marktentwicklung, die Konjunkturlage und das Verhalten Ihrer Konkurrenz. Natürlich müssen Sie auch die gesetzlichen Rahmenbedingungen und die Vorschriften der Europäischen Zentralbank im Blick haben. Zu Ihren geschäftspolitischen Entscheidungen gehören: Zinsentscheidungen (Kredite und Einlagen); Aufbau eines Filialnetzes; Personalentscheidungen; Qualifizierung Ihrer Mitarbeiter; Öffentlichkeitsarbeit und Werbung; Marktforschung und Konkurrenzbeobachtung. SCHUL/BANKER simuliert den Markt. Mit Ihren Entscheidungen beeinflussen Sie die Marktentwicklung und Sie erfahren, wie sich die Konjunkturlage und die Entscheidungen Ihrer Konkurrenten auf Ihren Geschäftserfolg auswirken. ... Zu den Berichten gehören: Bilanz; Gewinn- und Verlustrechnung (GuV); Zinsspannenrechnung.

Sie lernen:

- die Rolle der Banken im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang und den Einfluss der Europäischen Zentralbank auf das Bankensystem kennen
- die Funktionsweise einer Bank verstehen
- sich selbstständig Informationen zu beschaffen und sich ein fremdes Fachgebiet zu erschließen
- eigenverantwortlich Entscheidungen zu treffen und sich im Team zu organisieren

Und Sie erleben mit viel Spaß am Spiel, wie Marktwirtschaft und Wettbewerb funktionieren.

Bereits mehrfach wurde das Deutsches Aktieninstitut (DAI) erwähnt, das als kollektive Anstrengung deutscher Banken und Wertpapierhäuser versucht, den Besitz von Wertpapieren zu popularisieren und damit die großen Differenzen etwa im Aktienbesitz breiter Bevölkerungskreise zu anderen Staaten (Frankreich, USA) zu verringern.

Das Informationsangebot erfolgt über die Internetseite, über Kooperationen mit Zeitungen, Schulen und einzelnen Lehrern oder über den Versand von Informationsbroschüren.

Im Internet wird ein Glossar angeboten, das Begriffe rund um Börse und Kapitalmarkt erläutert. Die Informationsbroschüre „Alles über Aktien“ bietet eine Grundinformation über die Wesensart und die Funktionsweise von Aktien allgemein für den Börsenneuling. Ein Aktien-ABC mit kurzen Erklärungen von Grundbegriffen; steuerlichen Fragen, Funktionsabläufen bei einer AG, Orderabläufen und Grundregeln zum Aktienhandel, sowie Hinweise zum Lesen von Kurszetteln.

Die Nachfolgebroschüre „Aktien richtig einschätzen“ erläutert kursbestimmende Faktoren und Einflussgrößen, technische Analysemöglichkeiten und verschiedene Anlagestrategien für fortgeschrittene Anleger.

Das DAI hat auch Unterrichtsmaterialien für das Projekt „Wirtschaft in die Schule“ erarbeitet. „Geldanlage und Vermögensbildung des privaten Haushalts“ und „Unter-

nehmensfinanzierung und Kapitalmarkt“ sind die Leitthemen der aufeinander aufbauenden Unterrichtsmaterialien sowie des didaktischen Leitfadens und der Lehrerinformationen, die unmittelbar umsetzbar für den Schulunterricht angeboten werden.

Ab Sommer 2000 werden Lehrerseminare zur Vorbereitung auf den neu eingeführten Wirtschaftsunterricht in einigen hessischen Schulen angeboten, die das DAI konzipiert. Hier soll die für die Lehrer notwendige Grundlagenbildung für den folgenden Ökonomieunterricht stattfinden.

Das DAI verleiht jährlich Preise für Schülerzeitungsartikel und Recherchen zum Thema Wirtschaft, Aktien und Börse. Außerdem vergibt das DAI jährlich für Diplomarbeiten zum Thema Aktie und Kapitalmarkt den „Hochschulpreis zur Förderung der Aktie“. Die vom DAI konzipierten Unterrichtseinheiten zur wirtschaftlichen Bildung in Schulen sind zur Zeit noch auf das Bundesland NRW beschränkt, sollen jedoch später auf alle Bundesländer ausgeweitet werden..

2. Genossenschaftsbanken

Das Informationsangebot erfolgt über die Internetseiten der Anbieter sowie Informations- und Ratgeber.

Im Internetangebot befindet sich ein umfangreicher Ratgeber zum Thema Eigenheimfinanzierung (Baufinanzierung, Bausparen, Kreditaufnahme, Förderung etc.). In 22 Kapiteln werden Darstellungen der Zusammenhänge gegeben, die auch ohne finanzielle Vorbildung verständlich sind. Dem Verbraucher werden Planungshilfen, Fördertipps, Voraussetzungen und Folgen einer Kreditaufnahme und weitere Grundsatzinformationen gegeben. In einem Glossar werden Schlagwörter der Baufinanzierung erklärt. Das Angebot richtet sich offensichtlich auch an Bauwillige, die über knappe Liquidität verfügen.

Im „Pfandbrief 1x1“ werden Kurzerläuterungen zu Kapitalmarkt Begriffen rund um die Vermögensanlage gegeben. Ein Bezug zu Grundzusammenhängen fehlt.

Auch die Informationsbroschüren sind punktuell und ohne logische Entwicklung von Finanzdienstleistungen aufgebaut. Hier ist es auch wieder die Informationsbroschüre „Aktie, Börse, Dividende“, die Grundlagenwissen über Börse, Eigenschaften verschiedener Wertpapierarten und Veränderungen durch die EURO-Einführung vermittelt und damit deutlich macht, dass man in diesem Marktsegment auch im Allgemeinwissen der Bürger ein Absatzhemmnis sieht.

3. Sparkassen

Das Informationsangebot der Sparkassen ist sehr umfassend und erfolgt über das Internet, Informationsbroschüren, CD-Roms, Folien und Arbeitsmappen.

Im Internetangebot befinden sich Stichwortverzeichnisse und Glossarien mit einer begrenzten Begriffsauswahl. Hier finden sich auch wieder die EURO-Informationsangebote über Entstehung, Bedeutung und Folgen der EWU, wobei der Eindruck einer allzu distanzlosen Risiken aussparenden Aufklärung überwiegt. Die Börsenlexika setzen bereits finanzielle Vorbildung voraus. Die Frankfurter Sparkasse v. 1822, die ihren Internetauftritt selbstständig erstellt und die Stadtparkasse Köln treten mit eigenen Angeboten auf und geben umfangreichere Online-Informationen zum Euro mit zeitlichen Eckdaten, Veränderungen für Privatkunden bei Anlage, Kredit und Zahlungsver-

kehr. Das Euro-Glossar mit ausführlichen Beispielfragen und -antworten, EZB-Hintergrundinformationen und die Euro-Hotline sind in dem Bemühen einer Verbraucherorientierung aufgebaut und werden ständig ergänzt. Die Stadtparkasse München bietet Kunden per Internet Grundsatzinformationen zu Themen wie Vermögensanlage, Altersvorsorge und Baufinanzierung. Ein Finanzmarkt-Onlinemagazin versucht aktuelle Informationen zu verarbeiten und damit die Servicebedürfnisse gehobener Anlageklientel zu befriedigen.

Bei einigen Sparkassen können Verbraucher online ihre voraussichtliche „Versorgungslücke“ im Rentenalter berechnen lassen oder sich Beispielrechnungen für eine Altersvorsorge erstellen lassen. Die „Versorgungslücke“, ein insgesamt in der finanziellen Anbieterinformation aktueller Begriff, stellt dabei eine problematische Reduktion des Altersproblems auf solche Bedürfnisse dar, die durch die Anbieter selber befriedigt werden können. An diesen Beispielen zeigt sich, dass die Besetzung des „Überalterungsthemas“ der westeuropäischen Gesellschaften durch Anbieter von Produkten der privaten Altersvorsorge bildungspolitisch keineswegs mehr neutral ist. Dass Probleme der Kinderfreundlichkeit, Offenheit für Ausländer, der Wohnraumversorgung für kinderreiche Familien, der Pflege und Gesundheit, der gegenseitigen Akzeptanz von alten und jungen Menschen auf die Optimierung individueller Sparvorgänge reduziert wird, macht finanzielle Allgemeinbildung geradezu als korrektiv dieser Informationen notwendig.

Im Broschürenangebot wird regelmäßig auf die Publikationen des DSGV und seines Sparkassenverlages zurückgegriffen. Mit „Money talks“ versucht dagegen die Naspä, Kunden ein eigenständige Finanzmanagement zu erleichtern. Zu jeweils wechselnden Hauptthemen wie Zahlungsmittel, Fonds, staatliche Förderung, Vorsorge etc. werden Grundlagen erläutert und Interesse an diesen Finanzthemen geweckt. Ferner setzt die Naspä als „Förderschwerpunkt Jugendarbeit“ 170 Jugendbetreuer als Ansprechpartner rund ums Geld speziell für junge Leute ein, um in diesem im Wettbewerb begehrten Segment der Zukunftssicherung präsent zu sein.

Diese Zielgruppe hat auch das „puncto!“-Wirtschaftsmagazin. Hier werden Finanztipps, Hinweise zum richtigen Geldumgang und Geldsparen sowie Erklärungen rund um das Thema Geld für Schüler gegeben. Es fehlen jedoch problemorientierte Ansätze oder die kritische Hinterfragung des Finanzdienstleistungsangebots. In Sonderausgaben werden vor dem Hintergrund von Spezialthemen (z.B. „Planspiel Börse“) Grundlageninformationen zur Börse, Wertpapiereigenschaften und Fachausdrücken gegeben. Auch hier dominiert der Anlagekunde den Kreditkunden.

Der bereits erwähnte „Schulservice“ der Sparkassen bietet Unterrichtsmaterialien zur finanziellen Allgemeinbildung von Schülern („Geld“ und „Wirtschaft“) an. Hierzu gehören ca. 150 Materialien wie Übungsmappen, Folien, Wissenstests, Lehrfilme etc. Im Gegensatz zu den anderen Banken bieten die Sparkassen wohl auf Grund ihrer Nähe zu den Kommunen erfolgreich Vorträge mit Informationsmaterialien zur Förderung des Geld- und Wirtschaftsunterrichts im Schulunterricht an.

Auch zum Thema der Gelderziehung bei Kindern gibt es Informationsschriften vor allem für Erziehende, die sich auf die Budget- und Geldverwendungserziehung konzentrieren und damit dem gesetzlichen Auftrag der Sparkassen zur „Förderung des Spargedankens in der Bevölkerung“ nachzukommen versuchen.

Mehrere Sparkassen (z.B. Naspä, Frankfurter Sparkasse) unterstützen finanziell und organisatorisch die Zusammenarbeit von Schulen mit regionalen Zeitungen (z.B. Pro-

jekt „Zeitung i.d. Schule“). Schüler recherchieren u.a. zu Wirtschafts- und Finanzthemen und schreiben zu aktuellen Wirtschaftsfragen. Die Zeitungen veröffentlichen dann ausgewählte Schülerartikel. Dabei unterstützen die Sparkassen diese Aktionen finanziell und ideell. Außerdem werden unterstützende Schulbesuche von Bankmitarbeitern mit themenbezogenem Fachwissen angeboten.

Sparkassen dürften als besonders jugendorientiert in ihren Bildungsanstrengungen gelten. Allerdings wird dabei die Zielgruppe der Jugendlichen häufig nicht direkt sondern über Erzieher, Eltern und Lehrer angesprochen, so dass dieser Bildungsansatz sich sehr dezidiert zum Leitbild der finanziellen Erziehung bekennt, die mit Anforderungen an finanzielle Allgemeinbildung kollidieren kann.

Der Deutsche Sparkassen- u. Giroverband (DSGV) bietet für alle Sparkassen über seine Internetseite sowie über Informationsbroschüren, Vorträge, Folien/PC-Programme und Arbeitsmappen finanzielles Bildungsmaterial an.

Im Internetangebot werden ein Glossar sowie Informationen zum EURO angeboten. Ferner gibt es ein Fragespiel, das in einem Selbstlernprozess den eigenen finanziellen Wissensstand sichtbar machen soll.

Großer Wert wird auf die Budgetplanung und kritische Bedürfnisanalyse und ihre Umrechnung in Ausgaben gelegt:

„Was kann ich mir leisten/Wie kann ich es finanzieren?“ soll anhand von Budgetplanungshilfen und Checklisten zur privaten Budgetplanung ermittelt werden. Dazu gibt es einen interaktiven Beratungsdienst, der das Haushaltsbudget individuell analysiert. Auf Wunsch kann auch persönliche Beratung erfolgen. Das „interaktive Haushaltsbuch“ transportiert die traditionelle Form finanzieller Bildung für den privaten Haushalt in das Internetzeitalter.

Der Vortragsservice des Sparkassenverbands bietet größtenteils kostenlose Vorträge zu ca. 20 verbraucherbildenden Themen wie z.B. der Verbesserung der privaten Finanzplanung der Verbraucher an.

Der „Beratungsdienst Geld und Haushalt“ umfasst Materialien zur Einführung des EURO, Fachbegriffserklärungen durch ein „Geldwirtschafts-Lexikon“, Taschengeldplanungshilfen, Gelderziehungshilfen, Publikationen und Ratgeber zu Steuern, Eigenheimgründung, Kredite und ähnlichen Themen.

In Kooperation mit dem „Sparkassenverlag“ werden ca. 150 verschiedene Informationsmaterialien zur finanziellen Bildung in sämtlichen Schulformen angeboten. Dabei gibt es eine Schüler-Arbeitsmappe zum Thema Kontoeröffnung und Girokonto. Hier werden Bedeutungen erklärt und Benutzungshinweise für die einzelnen Produkte (Schecks, EC-Karten, Überweisungen, Lastschriften etc.) gegeben. Frage- und Antwort-Informationsblätter sind als Testmöglichkeiten angehängt.

Das Informationsbuch „Unsere Kinder und das Geld“ ist für die Zielgruppe der Eltern und Erziehenden entstanden und besitzt eine didaktisch hilfreiche Unterteilung in vier Hauptkapitel und diverse einzelne Themenabschnitte. In den Zusammenfassungen der jeweiligen Themenbereiche werden die häufigsten Probleme zusammengefasst und Lösungsansätze und Tipps für Konfliktbewältigung rund um die Gelderziehung gegeben.

4. Versicherungen

Im Internetangebot der Versicherungen befindet sich ein Glossar, das einige Schlagwörter zu den Themenbereichen Betriebliche Altersvorsorge und Baufinanzierung ohne Darstellung des allgemeinen Zusammenhangs erklärt.

Ein weiteres Informationsangebot stellt das Lexikon rund um das Thema Bausparen dar. Insbesondere das Thema Altersvorsorge lässt trotz einer anschaulichen und allgemein verständlichen Erklärung durch Texte und Grafiken und der Möglichkeit zur Erhebung des persönlichen Finanzstatus seine Verknüpfung zu hauseigenen Produkten deutlich erkennen. Hier sind die Versicherer mit ihren Angeboten näher an der Werbung als die Kreditinstitute.

Der Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft (GdV) unterhält das „Informationszentrum der deutschen Versicherungen“, das Broschüren, Informationsmappen und –übersichten bereitstellt.

Im Internetangebot befindet sich ein Versicherungslexikon „A-Z“ mit teilweise vereinfachenden Erklärungen. Die Broschüren des Informationszentrums können z. T. auch online gelesen oder gespeichert werden. Weiterhin werden „Partnerlinks“ gegeben, die zu verschiedenen Informationsquellen für Versicherungsfragen führen. Hier finden sich teilweise auch Angebote, die nicht direkt auf Anbieter weisen wie z.B. das „ABC der Lebensversicherung/Krankenversicherung“.

Der „Klipp-und-klar“-Informationsservice liefert Adressen und Literaturhinweise zu verschiedenen Versicherungsthemen. Konkrete Fragen können auch hier Versicherungsexperten online zur Beantwortung gestellt werden. Die Broschüren des Informationszentrums sind Produkterläuterungen und machen die Notwendigkeit der Versicherungsarten an Hand des „Lebensphasenkonzept“ deutlich.

Die Übersicht „Versicherungen, staatlich und privat“ enthält Erläuterungen über Leistungen, Zielgruppen und Sinn der einzelnen Versicherungen. Die Sekundarstufen-Unterrichtsmappe „Gesicherte Zukunft planen“ informiert über staatliche und private Versicherungen sowie Altersvorsorge allerdings auch eingengt auf den finanziellen Vorsorgeaspekt und ohne Problemansatz. Eine „pädagogische Handreichung“ bietet den Lehrenden eine Zielübersicht für die einzelnen Unterrichtsstoffabschnitte sowie methodische und didaktische Anregungen.

Die Broschüre „Versicherungen im Klipp & Klar-Text“ erläutert ebenfalls einzelne Versicherungsarten, ihr Leistungsspektrum und Anwendungsgebiete.

5. Zusammenfassung

Die anbietende Wirtschaft dürfte das umfassendste Informationsangebot im Bereich der Finanzdienstleistungen stellen. Es unterteilt sich in die folgenden Bereiche:

- Die „Warenkunde“, in der einzelne Arten von Finanzdienstleistungen dargestellt und in Lexika die Begrifflichkeit erläutert wird. Broschüren zu einzelnen Finanzdienstleistungsarten, Lernhilfen für die Schule und Evaluationsmaterial sollen das Expertenwissen der Anbieter zum Verbraucher transportieren. Im Mittelpunkt dieser Warenkunde stehen vor allem diejenigen Waren, deren Absatz man in besonderer Weise befördern möchte. Dazu gehören vor allem die Kapitalanlage in Wertpapieren, die Baufinanzierung, und die private Altersvorsorge.

- Die allgemein wirtschaftliche Bildung, bei der es einerseits um das Erklären wirtschaftlicher Zusammenhänge sowie von technischen Abläufen („Euro“) geht, zum anderen aber auch eine bestimmte Sichtweise oder gar Notwendigkeit der Finanzdienstleistungen unterstellt wird. (z.B. private Altersvorsorge) Kritische Themen wie Filialabbau, Kontollosigkeit, Überschuldung, Automatisierung und Missbrauch werden in aller Regel ausgespart. Die Finanzdienstleistungen werden als Kernelement einer funktionierenden Wirtschaft dargestellt. Es ist hier eher das Fehlen von anderen Themen wie der historischen Rolle der Banken in Deutschland, ihrem Wirken in der Dritten Welt oder das Thema „Macht der Banken“, das vom Anspruch der kritischen Allgemeinbildung her problematisch ist.
- Die Budgeterziehung, bei der vor allem im Kreditbereich eine kritische Eigenreflektion von Bedürfnissen und Bedarfen zumeist interaktiv vermittelt und auf die Selbststeuerungsmöglichkeiten der Kunden zur Problemvermeidung verwiesen wird.
- Die Finanzdienstleistungseinübung, bei der über Schüler- und Kooperationsprojekte, über Zeitungspartnerschaften und Preise, über interaktive Programme der Bedarfsschätzung sowie im Frage- und Antwortspiel Fertigkeiten vermittelt werden sollen, um die Finanzdienstleistungen richtig zu nutzen.

Es kann nicht verwundern, dass kritisch emanzipative Inhalte mit Fragen nach dem Sinn des Geldes, Tauschwirtschaft und Solidarität, Verteilung und Akkumulation, Krise und Wachstum, sozial verantwortliches Verhalten, Wirtschaftsmacht und Politik, Benachteiligung der Armen sowie insgesamt der Bereich der Prozeduralen Armut in diesen Materialien nicht nur nicht vorkommt, sondern auf Grund ihrer abgeschlossenen Darstellung auch als nichtexistent suggeriert wird.

Die Bildungsangebote der Anbieter haben vor allem die folgenden Defizite:

- Themenbereiche und Produkte prozeduraler Armut, wie wir sie oben²³² beschrieben haben, sind entweder ganz ausgespart oder werden nur in der Form der Budgeterziehung angesprochen.
- Durchgängig wird nicht am Problemhorizont der Nutzer angesetzt.
- Probleme der Unterversorgung und Diskriminierung werden ausgespart.
- Es werden keine didaktischen Versuche erkennbar, sich dem von Armut gefährdeten Personenkreis in ihrer spezifischen Nutzung von Finanzdienstleistungen zu nähern.
- Bereits die Beschäftigung mit den Rechten der Verbraucher auch im Krisenfall stellt die absolute Ausnahme dar.

In einer pluralistischen Gesellschaft kann solche Information in einem Meinungsspektrum konstruktiv genutzt und entsprechende Ergänzungen hervorrufen. Insoweit hätten Bildungsanbieter allen Grund, sich über das große wenn auch unvollständige Angebot zu freuen. Das Problem liegt aber darin, dass bei Finanzdienstleistungen der Bildungsbereich selber über kein auch nur annähernd so umfassendes Angebot verfügt und die kritische Gegeninformation auch nur sehr rudimentär und unaufbereitet versteckt erreichbar ist. Das massierte und kostenlose Angebot, die Finanzierungsmöglichkeiten über eigene Stiftungen und Zuwendungen, die mundgerechte bis ins Detail aufbereitete und damit arbeitssparende Präsentation des Materials für Lehrer und

232 oben D II.

Öffentlichkeit geben direkte Einflussmöglichkeiten, die beobachtet werden müssen. Die Entwicklung in den USA, wo financial literacy zu einer kollektiven Belehrung der Armen über ihr Fehlverhalten im Finanzdienstleistungssektor zu degenerieren droht, und die das Armutsproblem immer schwerer als ökonomisches Problem vermittelbar macht, sollte Grund genug dafür sein, wirtschaftliche Bildung weiterhin als öffentliche Aufgabe und nicht als Darstellungsweise der anbietenden Wirtschaft zu verstehen.

- Wirtschaft, die sich entwickelt, besteht aus Kapital und Arbeit, aus Investition und Konsum, aus Angebot und Nachfrage. Beide sollten daher im Prozess vor allem der Bildung der heranwachsenden Generationen präsent bleiben.
- Eine Gesellschaft, die darauf Wert legt, dass ihre Bildung dem verfassungsmäßigen Gebot der Öffentlichkeit und Objektivität folgt, wird auf Dauer nicht umhinkommen, die Flut der Angebote zu ordnen, zu klassifizieren und in einen kritisch emanzipatorischen Dialog aller am Prozess Beteiligter einzubinden.
- Soweit die Bildungsarbeit direkt an die Öffentlichkeit gerichtet ist, gibt es das Korrektiv der Presse und Medien. Soweit sie sich an Bildungsträger richtet, muss eine kritische Verarbeitung durch die Träger selber gewährleistet sein.
- Insgesamt fehlt es den Anbietern nicht am Willen zur Zusammenarbeit, weil kritische problemorientierte finanzielle Allgemeinbildung auch didaktisch den Bildungseffekt erhöht und informierte und selbstbewusste Kunden dem Finanzdienstleistungssystem im internationalen Wettbewerb insgesamt nützen.

V. Aufklärung durch die Medien

In den 90er Jahren sind Geldthemen in den Medien als Ausfluss und Trendverstärker eines im Durchschnitt größeren Bewusstseins für Finanzthemen in der Bevölkerung stärker berücksichtigt worden. Im Rahmen der folgenden Auswertung wird untersucht, inwieweit Medien einen Bildungsanspruch erheben bzw. einen allgemeinbildenden Ansatz verfolgen, der die Verbraucher zu eigenverantwortlichem und selbstbewusstem Handeln befähigt.

Der nachfolgende Überblick will wie schon in den vorhergehenden Kapiteln exemplarische Tendenzen aufzeigen.

Untersucht wurden stellvertretend 75 Medienformate, von denen 65 für die Thematik auswertbar waren.²³³ Als Hauptkriterium für die Auswahl galt der aus Selbstdarstellung oder Fremdverweisen erkennbare inhaltliche Bezug zum Studiengegenstand. Titel wie „Finanzratgeber“, „Verbrauchermagazin“ entsprechende Werbeanzeigen oder Trailer,

233 Folgende Medien wurden untersucht: Printmedien: Stern, Die Welt, BIZZ, Focus Money, DM/DM-online, Finanzen/Finanzen-online, Capital, Hamburger Abendblatt; Hörfunk: NDR1 (Fofteihn, Hamburg am Mittag, Hamburg nach 7), NDR2 (NDR2 am Vormittag, Mittagskurier, NDR2 am Nachmittag), DLF (Verbrauchertipp, Wirtschaft am Mittag, Wirtschaft & Gesellschaft), SR (Bunte Funkminuten, Forum), SWR (Thema Heute, Das Ding – Jugendsender), ORB (Finanzratgeber), Alsterradio (Themenschwerpunkt Finanzen); Fernsehen: ARD (Plusminus, Sabine Christiansen), ZDF (Heute Mittag, WISO), N3 (N3ab4, Markt im Dritten), WDR3 (Service Zeit Geld, Markt, Tele (Sommer-) Kolleg), BR3 (Familienzeit), MDR3 (Ab 12, Umschau, Ein Fall für Escher), 3Sat (3Sat-Börse); folgende Zeitschriften wurden als thematisch nicht einschlägig angesehen: Impulse, Mainvestor, Süddeutsche Zeitung, Börsen-Zeitung, Das Wertpapier, Der Aktionär, Focus, Brigitte, Petra, Hörzu, Funkuhr, Der Spiegel.

Spartenzugehörigkeiten wie z.B. „Finanzfachzeitschriften“ waren der Anknüpfungspunkt.

1. Themenschwerpunkte

In den Printmedien herrscht eine relative Homogenität bei den Finanzthemen. Aktualität und ein breiteres Spektrum an Hintergrundwissen (z.B. Grundlagen zu Aktienanlage, Versicherung und Vorsorge, Kredit etc.) werden auf dem Internet als Ergänzung zum Printmedium angesehen.

Das Thema Börse/Aktien sowie der Investmentfonds dominieren die Berichterstattung über Finanzdienstleistungen.²³⁴ Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Themen Versicherungen (insbesondere Krankenkassenwechsel, Versicherungsschäden, neue Produkte), Immobilien, Steuern und Recht (insbesondere Steuerreform). Darin reflektiert sich die Zielgruppenausrichtung dieser Medien, die überwiegend als Bevölkerungsschicht mit gehobenem Einkommen/Bildungsstand definiert wird.

Das Angebot der überregionalen Tageszeitungen beschränkt sich meist auf die reine Information und aktuelle Nachrichten. Von den Publikumszeitschriften werden Finanzthemen eher selten aufgegriffen. Mit Ausnahme des „Stern“, der die Thematik auf seiner Website in Form von Börsenkursen, Aktiendepot, Kauf Tipps, Versicherungen, Zinsen, Fonds aufbereitet. In den diesjährigen Ausgaben des Printmagazins wurde das Thema in Beiträgen über Altersvorsorge, Schulden (Insolvenzrecht), Autokauf, Finanzgeschäfte online, Börsen-Serie (z.B. Fondauswahl, Gebühren, Risiken) aufgegriffen. Fallbeispiele dienen der Veranschaulichung.

In der Frage der Angebotsvielfalt muss bei den Hörfunkangeboten zwischen den privaten Sendern und den öffentlich-rechtlichen Anstalten unterschieden werden. Während Wirtschaftsthemen bei den öffentlich-rechtlichen noch relativ fester Bestandteil des Programms sind, räumt von den befragten privaten Hörfunkstationen nur ein einziger kleine wöchentliche Blöcke den hier interessierenden Themen ein.

Ein generelles Problem, das fast alle im Hamburger Sendegebiet unverkabelt empfangbaren Formate betraf, war ihre regelmäßige Gestaltung als Flow-Beiträge, d.h. als Beiträge, die ohne feste Sendezeit in das Programm genommen werden. So werden beispielsweise relevante Beiträge bei NDR2 wahlweise in den Sendeblocks „NDR2 am Vormittag“, „Mittagskurier“ und „NDR2 am Nachmittag“ ausgestrahlt. Ein ähnlicher Umgang mit relevanten Beiträgen ist bei NDR1 anzutreffen. Die Sendeblocks selbst umfassen zum Teil mehrere Stunden. Es war aus diesem Grund – mit zwei Ausnahmen (DLF und Alsterradio) – nicht möglich, die einzelnen Beiträge so zu lokalisieren, dass sie als entsprechende Audioaufnahmen in die Untersuchungsergebnisse einfließen konnten. Angaben über Themenhäufigkeiten können hier daher ausschließlich auf Basis der Interviews mit den verantwortlichen Redaktionen.

Von insgesamt 27 von den Redaktionen gemachten Nennungen entfielen 19 auf das Thema „Börse“, davon 7mal in Verbindung mit „Altersvorsorge“ und 12mal unter dem Stichwort „Börse allgemein“ (Aktienkurse, Anlageformen etc.). Dreimal genannt wurden wirtschafts- oder finanzrechtliche Themen wie Versicherung, Ökosteuer und Steu-

234 Z.B. als Titelthema in „DM“, Heft 10/2000. Hier konnten auch Hinweise für Sparer gefunden werden, wie auch kleinere Beträge sinnvoll angelegt werden können.

erreform. Zweimal genannt wurde das Thema Sozialpolitik (allgemein und Kindergeld), und jeweils einmal wurden die Themen Handy und Immobilien erwähnt.

Die beim Hörfunk erwähnte Unterscheidung zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Anstalten lässt sich auch bei den Fernsehsendern antreffen. Abgesehen von den beiden auf Wirtschaft spezialisierten Kanälen n-tv und N24 konnten bei lediglich drei privaten Programmen (Pro7, RTL und HH1) relevante Sendungen vorgefunden werden²³⁵, wohingegen ausnahmslos alle öffentlich-rechtlichen Sender mindestens zwei Formate anboten.

Themen der Fernsehsendungen

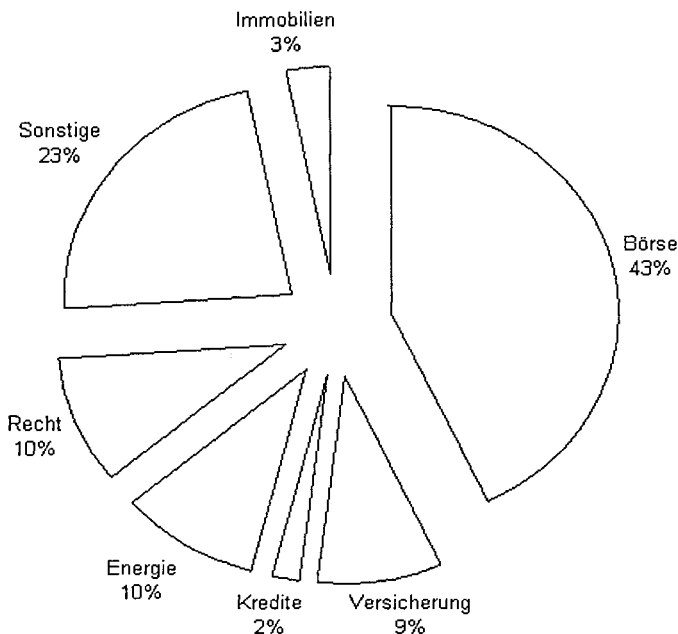


Abbildung 13: Themen von Fernsehsendungen

Innerhalb der beiden Anbietergruppen ergaben sich teilweise große qualitative Unterschiede. Das Themenangebot der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender ist vergleichsweise vielfältig und klar strukturiert. In der Stichprobe thematisiert wurden alle Bereiche der Finanzdienstleistungen, wobei Börsen- und Versicherungsbeiträge häufiger anzutreffen waren als Berichterstattungen über Kredite oder Zahlungsverkehr. Andere bevorzugt behandelte Themen sind Mietrecht, Steuerrecht und Energiepreise.

²³⁵ Der Verbrauchernutzwert ist bei den privaten Anbietern zumindest zuweilen fraglich. So porträtierte beispielsweise die Sendung HH1 – „Hamburg-gut beraten“ am 29.09.00 ein 100%iges Tochterunternehmen ihres Sponsors.

Eine Sonderrolle bei den privaten Anbietern spielen die Sparten-Sender n-tv, bloomberg-tv und N24. Die zielgruppenspezifische Ausgestaltung führt dazu, dass die Berichterstattung in weiten Teilen beträchtliches Vorwissen bei den Rezipienten voraussetzt und zur Vermittlung von Grundlagenwissen nicht automatisch geeignet erscheint. In allen vorliegenden Aufzeichnungen wird zudem ausschließlich das Geschehen rund um die Börse thematisiert. Allerdings versucht v.a. n-tv, seine Zielgruppe durch erklärende Beiträge, Kaufvideos „Das 1x1 der Aktie“ o.ä. zu vergrößern.

Diejenigen privaten Anbieter, die überhaupt Finanzthemen abdecken, unterscheiden sich hinsichtlich der Häufigkeit dieser Themen nicht grundlegend von den öffentlich-rechtlichen Sendern. In den uns vorliegenden Aufzeichnungen von insgesamt 22 verschiedenen Sendungen wurden insgesamt 86 relevante Inhalte festgestellt:

36 betrafen das Thema Börse (in der Mehrheit Börsenanalysen) oder waren verbunden mit Rentenversicherung bzw. Altersvorsorge. Einmal wurde ein „Kleiner Aktienkursus für Einsteiger“ angeboten²³⁶ neunmal wurde das Thema Energie (Öl-, Benzinpreise, Heizkosten) behandelt, weitere neunmal rechtliche Fragen, wie z.B. Selbstständigkeit, Steuer-, Erbrecht und unfallrechtliche Fragen. Achtmal wurde das Thema Versicherung aufgegriffen, in der Mehrheit Krankenkassenvergleiche, aber auch Haftpflicht und Pflege- bzw. Berufsunfähigkeitsversicherung. Das Thema Immobilien wurde dreimal vorgefunden. Das Thema Kredite trat zweimal in Erscheinung. Die restlichen 19 untersuchten Inhalte betrafen keine für die Fragestellung eindeutig relevanten Themengebiete (z.B. Internet, Gewinnaktionen, Handy-Tarife).

Finanzdienstleistungsthemen stehen damit für knapp die Hälfte der Wirtschaftsthemen. Darin spielen aber Börsenthemen die absolut dominierende Rolle.

Alle genannten Medien bieten auf ihren Internet-Seiten die Möglichkeit, die behandelten Beiträge in einem Archiv einzusehen. Darüber hinaus sind Musterdepots, Rententarifrechner, Lexika und Börsengrafiken anzutreffen.

Der überwiegende Teil der Online-Dienste behandelt Finanzthemen allein im Anlagebereich. Die Angebote der Finanzinformationsdienstleister ähneln sich, wobei je nach Zielgruppenorientierung der Schwerpunkt auf die schnelle Börseninformation oder aber auf die Vermittlung von Grundlagen- oder Hintergrundwissen zur Geldanlage gelegt wird. Das Geschehen rund um die Börse wird in Form von News, Kursen & Charts, Analysen, Marktberichten, Neuemissionen behandelt. Darüber hinaus werden häufig Anlage-Empfehlungen gegeben, Unternehmen porträtiert und Hintergrundberichte angeboten.

Das Thema Investmentfonds wird i.d.R. gesondert aufgegriffen. Dazu kommen Lexika, Musterdepots und Börsenspiele sowie Einsteiger-Menüs für Börseninteressierte, die sich mit Fragen beschäftigen, wie z.B.:

- Was bringt welche Anlageform?
- Welcher Anlegertyp sind Sie?
- Was sind die wichtigsten Wertpapierarten?
- Was sind die häufigsten Fehler bei der Aktienanlage?

Einen anderen Schwerpunkt bei den Internetangeboten bildet das Thema Versicherungen, allerdings häufig unter dem Aspekt der Altersvorsorge und Geldanlage (Kapital bildende Lebensversicherungen). Hier findet die Rentendiskussion Berücksichtigung.

236 In der Sendung BR – „Familienzeit“ vom 11.09.00.

sichtigung und es werden die Möglichkeiten der privaten Altersvorsorge erläutert. Neben Erklärungen und Vergleichen von Versicherungs- und Finanzierungsarten werden Sparpläne (z.B. Fondssparen), Rentenrechner und persönliche Finanz- und Steuer-optimierer angeboten. Weiterhin thematisiert werden Zahlungsformen, Kredite, Immobilien und Bausparen.

Zusammenfassend lässt sich aussagen, dass im Untersuchungszeitraum Ende 2000 der Schwerpunkt fast aller Medienformen auf der Geldanlage lag und hier wiederum speziell auf dem Modethema Börse. Versicherungen wurden häufiger thematisiert, sehr wenig jedoch die Bereiche Zahlungsverkehr und Kredit mit geringer Ausnahme bei der Baufinanzierung. Konsumentenkredite und Verschuldung fanden keine Berücksichtigung. Auffällig ist, dass die Medien das Thema „private Finanzen“ häufig als Unterpunkt zur allgemeinen ökonomischen Berichterstattung behandeln. Die Themenwahl ist überwiegend produktorientiert, was sich auch in der Themenstruktur widerspiegelt: Ausgangspunkt ist nicht ein Bedarf (z.B. „Wie baut man eine Altersvorsorge auf?“) sondern ein Produkt (z.B.: „Die beste Lebensversicherung“).

2. Präsentationsform

Die Medien sind unmittelbar von den Verbrauchern abhängig. Das Diktat der Einschaltquote, der Anzahl der Leser und Leserbriefe, die Zustimmung in den Leserumfragen ist für die Redakteure im öffentlichen Bereich entscheidend, während im privaten Bereich noch die Wirtschaft als Inserent hinzukommt. Diese Kundenabhängigkeit führt auch dazu, dass die didaktischen Prinzipien von praktischer Bildung, d.h. Problemorientierung und individuelle Servicequalität sowie Konkretheit und Beispielhaftigkeit der Situationen die Präsentationsform bestimmen.

Eine Präsentation finanzieller Inhalte erfolgt in erster Linie als Informationsvermittlung, d.h. Finanzthemen werden vordergründig, informierend und serviceorientiert auf konkrete Marktauswahl bezogen aufgegriffen. Sie stellen dann eine häufig zeitlich und thematisch eng begrenzte Art der Wissensvermittlung dar. Eine Vermittlung von Inhalten mit bildendem oder allgemeinbildendem Ansatz spielt keine herausragende Rolle - abgesehen von wenigen im Abschnitt „Trends“ beschriebenen Ausnahmen.

Redaktionelle Inhalte mit unmittelbar erkennbarem Bildungsscharakter sind selten. Auf ihre Funktion als Vermittlung von Basiswissen wird explizit hingewiesen, z.B. als „Aktienkurs für Neueinsteiger“. Basis-Bereiche werden in Form von Erklärstücken zu Anlage und Börse, Steuern, Versicherungsarten und Rente, Börsenlexika und Börsen 1x1 aufbereitet. Diese Bereiche weisen zu einem erheblichen Teil wiederum Zielgruppenbezogenheit auf. Gerade Informationen zu Anlage und Börse sind häufig für Einsteiger ohne Vorkenntnisse ungeeignet, zudem oft knapp gehalten und nicht ausreichend verständlich erklärt.

Wenngleich die vorgefundenen Inhalte schwerpunktmäßig Wissen vermitteln, werden für die Veranschaulichung und Konkretisierung eine auf Anwendung und Praxisnähe ausgerichtete Darstellungsform benutzt. Konkretisierung hat aufklärenden Charakter, hier werden z.B. Fallbeispiele und halbdokumentarische Berichte herangezogen, wobei gerade problembezogenen Negativbeispiele als häufiges Mittel zu vorsorgenden und verbraucher-schützenden Informationen eingesetzt werden, oft in Verbindung mit Interviews, Ratgebern und Tipps. Diese Art und Weise des Themenaufgriffs ist in einem besonderen Maße bei den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten anzutreffen –

besonders genannt seien hier die ARD-Sendung „Plusminus“ und generell die Formate der dritten Programme (NDR, WDR etc.). Aufgrund des leichten Zugangs, der Anschaulichkeit und des möglichen Wiedererkennungseffekts kann diese Darstellungsform durchaus zur Schaffung eines Problembewusstseins auf Verbraucherseite beitragen. Gleichzeitig wird mit der Einbettung von finanziellen Themen in lebensnahe Situationen versucht, die Hemmschwelle für die Beschäftigung mit der Sendung herabzusetzen. Die Wahrscheinlichkeit, auf diese Weise ein breites Publikum zu erreichen, ist eher hoch.

Rechenmodule, Musterdepots, Börsenspiele u.ä. vermitteln zum einen Grundlagen spielerisch und veranschaulichen zum anderen das Geschehen rund um die Geldanlage. Diese Angebote befinden sich fast nur auf den Websites der Print- und Rundfunk-Formate und der Finanzinformationsdienstleister.

Finanzielle Bildung erfolgt in den meisten Fällen themenbezogen und wird bis auf wenige Ausnahmen nicht ad-hoc vermittelt. Oft ist eine gezielte Suche nach weiterführenden Inhalten notwendig, was wiederum Problembewusstsein und Motivation beim Rezipienten voraussetzt. Häufig erfolgt eine indirekte Informationsvermittlung durch Verweis auf andere Informationsquellen. Der Konsument wird themenbezogen auf leistungsstarke und kompetente Anbieter bzw. Angebotsformen verwiesen. Findet eine tatsächliche Inhaltsvermittlung über den bloßen Verweis hinaus nicht statt, dann handelt es sich um eine Leerinformation wie etwa in dem Beitrag der Sendung „Gut beraten“ von HH1 vom 07.09.2000, der ein Programm zur Selbstständigkeit vorstellte, ohne es inhaltlich zu behandeln. In der Sendung „Themenschwerpunkt Finanzen“ von Alsterradio wurden z.B. Themengebiete wie Immobilienkauf und Die Auswirkung der Steuersenkungsgesetze für Arbeitnehmer jeweils in Beiträgen von nicht mehr als zwei Minuten Dauer behandelt. Für ausführlichere Informationen wurde auf die aktuelle Ausgabe der Zeitschrift Finanztest verwiesen. Hörfunk und TV trauen sich daher nur begrenzten Tiefgang zu und verweisen im übrigen auf die Printmedien.

Alle Medienformate haben im Verlauf der letzten zwei Jahre zumindest einmal das Thema Börse im Sinne von Grundlagenwissen thematisiert, bis hin zu aufeinander aufbauenden Serien und Seminaren. Diese weiter führenden Inhalte werden in der Regel dauerhaft auf den Websites der Medienformate dargestellt, so dass das Internet gegenwärtig die leistungsfähigste Plattform zur Vermittlung von Grundlagenwissen im Börsenbereich darstellt, obwohl sie nur eingeschränkte Zielgruppen erreicht.

3. Zielgruppen

Die Zielgruppenausrichtung ist von zwei Komponenten abhängig. Die erste Komponente betrifft die konzeptionelle Zielgruppenausrichtung des Medientyps. Finanzzeitschriften, die Mehrheit der Finanzinformationsdienstleister im Internet und auch überregionale Tageszeitungen wenden sich in hohem Maße an eine in Bezug auf Einkommensverhältnisse und Bildungsstand gehobene Zielgruppe. Dies ist Ausfluss der Tatsache, dass es insgesamt nur wenige Medien gibt, die explizit untere Einkommens- oder Bildungsschichten bedienen, da diese im Allgemeinen nicht zu den für die Werbekunden interessanten Bevölkerungsteilen zählen und solche Medien auch nicht kaufen. Ein expliziter Bezug zu ihnen findet sich jedoch bei Boulevardzeitungen, -zeitschriften und -sendungen. Dort wiederum spielt die Information über Finanzdienstleistungen eine nur untergeordnete Rolle. Hier geht es zumeist um den Sensationseffekt oder die unmittelbare Entscheidungshilfe.

Bei der Sensation geht es um Identifikation und Empörung, um das vertraute Gefühl, nicht betroffen zu sein oder es besser gemacht zu haben. Das Problem der Sensationspresse, die sich gelegentlich gescheiterter Baufinanzierer, überschuldeter Verbraucher, ruinierten Existenzgründer oder geprellter Anleger für die Altersvorsorge annehmen besteht darin, dass Sensationen immer personell sein müssen. Spiegelbildlich zur Erziehungsbildung in der Budgetbildung überschuldeter Verbraucher, denen die Schuld an ihrer Misere zugeordnet wird, stürzt sich die Sensationspresse auf die Personen, denen auf der Anbieterseite ein persönliches Fehlverhalten vorgeworfen werden muss. Sendungen und Artikelserien, die für die Verbraucher „kämpfen“, sind in den Unterschichten beliebt, brauchen aber wie bei jedem Kampf einen personalisierbaren Gegner. Dass ein Kunde in den Mechanismus prozeduraler Armut gelangt ist, bei ihr oder ihm sich die Strukturen der Benachteiligung überkreuzt haben, ist keine Sensation sondern Schicksal. Wenn aber ein Immobilienvertreter mit einer Bank im Rücken Gelder veruntreut hat, dann ist dies eine Sensation. Verbrauchervertreter kommen somit häufig in die missliche Lage, die strukturellen Defizite in Sendungen als Experten darstellen zu müssen, in denen es eigentlich um Personen geht und in denen die Presse im Prinzip nur die Empörung der Verbraucherexperten braucht.

Bei der Entscheidungshilfe geht es ebenfalls nicht um strukturelle Bildung sondern um unmittelbare Entscheidungsabnahme. Der Kauf eines bestimmten Wertpapiers jetzt, die Kündigung einer Kapitallebensversicherung zu einem bestimmten Datum und die Benennung einer konkreten Beratungsstelle, dies sind typische Serviceleistungen, die das Massenpublikum erwartet und mit Einschaltquoten belohnt.

Die zweite Komponente betrifft die Zielgruppenausrichtung in Abhängigkeit vom behandelten Themenkomplex. So lässt sich – mit wenigen Einschränkungen – feststellen, dass Themen aus dem Bereich der Volkswirtschaft, wie z.B. Energiepreise (Öl, Benzin, Strom etc.), breitere Zielgruppen ansprechen und entsprechend prominenter aufbereitet anzutreffen sind als Themen aus dem Finanzdienstleistungsbereich. Eine Ausnahme stellen spezielle Geldthemen dar, die aufgrund ihrer Aktualität oder eines gesellschaftlichen Trends im öffentlichen Interesse stehen. Die Berichterstattung zu Geldanlage oder zum Börsengeschehen hatte dabei etwas mit dem Aufstieg und Fall des Neuen Marktes zu tun. Krankenkassenvergleiche/-wechsel oder die Diskussion um die Rentenreform (Altersvorsorge) sind politisch vorgegeben, bleiben bei der Aktualität

und verebben schnell, auch wenn die Umsetzung dieser Informationen in der Praxis erst viel später erfolgt.

In der Summe kann festgehalten werden, dass sich der Großteil der Informationsangebote an eine gehobene Zielgruppe wendet, die hauptsächlich durch ein zumindest mittleres Einkommen charakterisiert werden kann – bei den überregionalen Tageszeitungen, Fachzeitschriften und der großen Mehrheit der Finanzdienstleister im Internet oft verbunden mit einem gehobenen Bildungsstand, was sich durch ein hohes inhaltliches und sprachliches Niveau ausdrückt.

Selbst bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, deren Berichterstattung sich am ausgeprägtesten an eine „breite Öffentlichkeit“ wendet, sind praktische Tipps und Ratschläge, z.B. in Bezug auf Anlageformen wie Aktientipps etc., meist mit finanziellen Verhältnissen und Möglichkeiten auf Konsumentenseite verbunden, die nicht allen Bevölkerungsschichten zugrunde gelegt werden können. Als Negativbeispiel möchten wir hier auf eine Sendung vom DLF, „Wirtschaft am Mittag“ am 05.09.2000, verweisen (). Obwohl dieser Beitrag über die Entwicklung der Telekommunikationswerte nicht explizit auf Einkommensverhältnisse der Verbraucher eingeht, wendet er sich durch den ausschließlichen Gebrauch von Fachtermini in einer Weise an einen vorwissenden Rezipienten, die einem in Finanzfragen unwissenden Rezipienten das Verständnis des Beitrages unmöglich macht.

Selbst im Falle einer Berichterstattung oder Themenbehandlung, die tatsächlich kein oder nur geringes Vorwissen voraussetzt, genügt dieser Umstand, um Teile der Gesellschaft, die bestimmte Einkommensverhältnisse unterschreiten, nicht zu erreichen. Es kann angenommen werden, dass zumindest im Bereich der Privatfinanzen für diese Teile der Bevölkerung keine spezielle Medienplattform existiert, die deren Interessen in einer für sie angemessenen Weise berücksichtigt. Dieses Verhältnis zwischen Zielgruppe und Medium ist hingegen überproportional repräsentiert in Bezug auf Bevölkerungsschichten mit mittlerem oder höherem Einkommen.

Eine ähnliche Relation lässt sich im Hinblick auf den Altersdurchschnitt der angesprochenen Zielgruppen beobachten. Nach Aussagen der Redaktionen ist der Anteil der Zielgruppen ab 30 Jahre²³⁷ aufwärts gegenüber den jüngeren Zielgruppen in der Regel überproportional hoch. Dieses Verhältnis wird jedoch dort unterbrochen, wo auch jüngere Bevölkerungsgruppen über ein höheres Einkommen verfügen oder ein eingangs erwähnter gesellschaftlicher Trend auch jüngere Zielgruppen erfasst²³⁸ (wie derzeit z.B. Aktien- oder Fondsanlagen, Mobilfunk etc.). Man kann also sagen, dass der Status des Einkommens den des Alters dominiert.

Gestützt wird diese Aussage durch die Tatsache, dass die Zielgruppe der unter 18jährigen in der Regel am wenigsten berücksichtigt wird. Die einzige Ausnahme stellen hier Berichterstattungen über Handy-Tarife und -Modelle dar. Die Annahme der Ungeeignetheit von Wirtschafts- und Finanzthemen für Jugendliche gehört weithin zum redaktionellen – und gesellschaftlichen - Allgemeinverständnis²³⁹. Einige der befragten

237 Die meisten Hörfunkanstalten legen bei ihrer Berichterstattung einen noch höheren Altersdurchschnitt ihrer Zuhörerschaft zugrunde.

238 So richtet sich z.B. die Sendung „BIZZ – Das Verbrauchermagazin“ (Pro7) in erster Linie an ein jüngeres und modernes, d.h. trendbewusstes Publikum. Vgl. auch Sendung vom 12.09.00.

239 In diesem Zusammenhang verweisen wir auf das Interview vom 12.09.00 mit Andreas Sorgenfrey vom NDR2/Hörfunk, der spezielle Sendeinhalte für Jugendliche unter 18 Jahren unter dem Gesichtspunkt „ihrer noch nicht erreichten Vertragsberechtigung“ für nicht sinnvoll hielt.

Redakteure vertraten die Meinung, dass Finanzthematik für Jugendliche unter 18 noch nicht sinnvoll sei, da sie auch noch nicht berechtigt seien Verträge abzuschließen²⁴⁰. Als weitere Gründe wurden die z.T. späte Sendezeiten genannt, oder die - aus den Mediadaten ersichtliche - Dominanz eines eher älteren Durchschnittsalters der Rezipienten. Ein einziges Mal wurde ein Beitrag genannt, der sich mit dem Umgang mit Taschengeld beschäftigte und sich primär an Jugendliche wendete.

Nach Auswertung von Mediadaten der untersuchten Medienformate ergab sich eine zum Teil beträchtliche Diskrepanz zwischen der von der Redaktion aus angestrebten und der tatsächlich erreichten Zielgruppe. Sendungen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten – obgleich konzeptionell an eine „breite Öffentlichkeit“ gerichtet – erreichen selten bundesanteilige Zuschauerzahlen über drei Prozent.²⁴¹

4. Bildungsanspruch der Redaktionen

Es wurden insgesamt die Redaktionen von neun öffentlich-rechtlichen Hörfunksendern, fünf Sendungen öffentlich-rechtlicher TV-Programme, sechs Internetanbietern und einer Finanzfachzeitschrift nach ihren Zielen und Konzepten befragt.

Beim Bildungsbegriff gibt es keine - stillschweigende oder explizite - Übereinkunft zwischen den verschiedenen Redaktionen. Vielmehr wurde der Begriff Bildung bzw. Bildungsanspruch meist im Zusammenhang mit einem gegensätzlich definierten journalistischen Auftrag gleichgesetzt. Danach geht es entweder um die reine Information oder um pädagogische oder aufklärende Ziele.

Journalisten machten entweder „keinen Unterschied zwischen Bildung und Information“²⁴² – andere grenzten das „journalistische“ vom „pädagogischen“ Auftrag ab.²⁴³ Sie sahen den Bildungsaspekt „zumindest nicht im Vordergrund der redaktionellen Arbeit“²⁴⁴. Wieder andere legten den Schwerpunkt auf Elemente mit eindeutig pädagogischem Anteil, wie z.B. „eine Sensibilität“ in der Berichterstattung, damit der Zuschauer „seine Scheu verliert“ und „sich aktiv mit der [...] Situation auseinander setzt“²⁴⁵.

Die am meisten zur Erklärung des Bildungskonzeptes verwendeten Begriffe waren „Aufklärung“, „Verbraucherschutz“ und „Service-Journalismus/Nutzwertjournalismus“. Ein pädagogisch motiviertes, umfassendes und systematisches Bildungskonzept, das die Vermittlung von finanziellem Grundlagenwissen insgesamt angeht, wurde außer bei dem gerade mit einem Frauenbildungsanspruch auftretenden Internetanbieter Motley Fool, Frauenfinanzseite und Finanzen nicht vorgefunden.

240 In diesem Sinne äußerte sich Andreas Sorgenfrey, Wortredaktion NDR2, am 12.09.00.

241 Die Sendung „3Sat Börse“ beispielsweise hatte im ersten Halbjahr 2000 einen durchschnittlichen Marktanteil von 0,6 %.

242 So Gerd Waßmund, Wortredaktion von NDR1 – „Hamburg-Welle“, am 14.09.00.

243 Mitunter wurde die Frage nach pädagogischen Elementen auch auf einen – in einem negativen Sinne moralisierenden – „warnenden Zeigefinger“ bezogen. (Wilhelm Bartnik, Wirtschaftsredaktion von Radio Bremen, am 27.09.00).

244 Harald Müller, Wirtschaftsredaktion des MDR, am 26.09.00.

245 So Gerd Niedermayer, Redaktion Familienzeit (BR), am 28.09.00. In dem gleichen Sinne äußerten sich auch die Redakteur(innen) der Finanzinformationsdienstleister im Internet, Cornelia Sternke von Motley Fool und Michael Obst von Finanzen.

Für die große Mehrheit der befragten Redaktionen waren „Aktualität“ und die Ansprache von „Zielgruppenbedürfnissen“ bestimmend für die Themenauswahl.²⁴⁶

Es gibt Hinweise darauf, dass die Redaktionen, die Information mit Bildung gleichsetzen, vom Rezipientenbild eines „reifen“ und damit implizit mündigen Bürgers ausgehen, der sich „selbst erkennen“ kann und vermittelte Informationen entsprechend kompetent benutzen kann. Demgegenüber wenden sich jene Redaktionen mit betonter sozialer oder pädagogischer Komponente eher an den Konsumenten, der „sich schon einmal die Finger verbrannt hat“²⁴⁷, bzw. der „geschützt“ und „geerdet“²⁴⁸ werden muss. Es ist also zumindest möglich, dass das Rezipientenbild des „mündigen Bürgers“ dem in Finanzfragen oft nicht ausreichend informierten Rezipienten an dieser Stelle durchaus zum Nachteil gereichen kann und sich damit ein auch in der Anbieterbildung problematisches Gegensatzpaar von mündigem Bürger und Armutsprävention herausbildet.

Obwohl die Frage, ob sich die Themengestaltung am in der Finanzberatung verbreiteten Konzept der Lebensphasen ausrichtet, von allen befragten Redaktionen verneint wurde, gab es auch hinsichtlich der Akzeptanz eines solchen Modells Differenzen. Mehrheitlich wurde auf den Gebrauch einzelner Stereotypen verwiesen, mit deren Hilfe man versuche „sich in Lebensweisen zu versetzen“²⁴⁹. Andererseits wurden auch Ansichten vertreten, nach denen man bewusst versuche „sich nicht nach Klischees zu richten“²⁵⁰.

Der weitaus größte Teil aller untersuchten Medien orientiert sich in ihrer Beitragsgestaltung an klassischen journalistischen Elementen und Formen. Generell steht den Aussagen der Redaktionen zu Folge eine „einfache Sprache“ und eine „einfache Darstellungsweise“ im Vordergrund der Themenaufbereitung. Ein Unterhaltungswert wird gelegentlich nicht ausgeschlossen, besonders wenn es um Beiträge für jüngere Zielgruppen geht. Er wird aber nur selten systematisch eingesetzt, etwa in Form von Zeichentrickelementen oder ironischen oder satirischen Darstellungsformen²⁵¹. Insgesamt sind Unterhaltungselemente im TV- und Internetbereich prozentual stärker vertreten als in den Print- oder Hörfunkmedien.

5. Trends

Aufgrund der spezifischen Struktur des Internet weisen die dortigen Angebote einen hohen Effizienz- und Massenbezug auf, der bei Ableger-Angeboten meist sogar höher ist als beim zugehörigen Stamm-Medium. In diesen Fällen besteht dann grundsätzlich eine Übereinstimmung in den Themen, jedoch wird online eine größere Palette an Wissen und Information vorgehalten, so dass tendenziell wesentlich breitere Zielgruppen angesprochen werden. Bei den Print-Medien, insbesondere den Fachzeitschriften, werden im Netz zu allen Themengebieten kontinuierlich ergänzende Tabellen, Checklisten, Tipps,

246 Von den 17 befragten Redaktionen nannten acht das Alter der Zielgruppe, sechs die Aktualität und nur fünf andere Gründe (mit Mehrfachnennungen).

247 Cornelia Sternke von Motley Fool.

248 Andreas Sorgenfrey, Wortredaktion des NDR2, am 12.09.00.

249 Harald Müller, Wirtschaftsredaktion des MDR, am 26.09.00.

250 Klaus Müller-Münter, Redakteur der Sendung „Markt“ des WDR, am 28.09.00.

251 Wie etwa bei „Plusminus“ (ARD), vgl. Interview mit Dirk Bergmann, Wirtschaftsredaktion von NDR3. Oder auch die z.T. humoristische Beitragsgestaltung bei Motley Fool.

Einsteiger-Tools, Erklärungen angeboten. Im TV-Bereich ist diese Feststellung noch markanter zu treffen, da TV-Formate nur über eine begrenzte Sendezeit verfügen und ihre Zuschauer für weiterführende Inhalte auf die entsprechenden Websites leiten müssen. Da finanzielle Bildung in den mit knappem Zeit- oder Platzbudget ausgestatteten Medien wie Rundfunk und Fernsehen sowie den Printmedien nur schwer den für Bildung notwendigen Raum erhält, kann in Zukunft das Internet als Hintergrundmedium die Anreizfunktion aktueller Kurzinformationen für finanzielle Bildung aufnehmen. Der Vorteil des Internets, dass es unbegrenzten und billigen logisch strukturierbaren Raum bietet, der mehr Sinnesorganen (Bilder, Ton und Text) Platz lässt, kann durch die Zusammenarbeit mit den Medien des ersten Einblicks den Nachteil des Internets, nämlich seinen Informationsüberfluss und seine Zugangsbarrieren, tendenziell überwinden.

Dabei kann als Mittel zur Konsumentenaktivierung und –beteiligung auf interaktive Kommunikationsformen gesetzt werden. Dies geschieht im Rundfunk-Bereich z.B. durch Telefon-Live-Schaltungen, im Internet durch Foren, Diskussions-Boards, Feedback-Tools etc. Die interaktive Wissensvermittlung bietet generell den Vorteil einer konkreteren Berücksichtigung von Verbraucherbedürfnissen, auch wenn der allgemeine Nutzwert stark teilnehmerabhängig ist.

Während im Laufe der letzten Jahre in der Berichterstattung der Medien eine „Börsen-/Anlagelastigkeit“ aufgrund eines allgemeinen Trends festzustellen war, kann – mit gewisser Vorsicht – vorausschauend erkannt werden, dass der Bereich Privatfinanzen im Internet zunehmend breiter aufbereitet wird.

Ein weiterer erkennbarer Trend sind die bei einigen Anbietern in Planung befindlichen Online-Seminare zu Finanzthemen. Was in den USA und Großbritannien bereits als interaktive Weiterbildungsmöglichkeit existiert, soll künftig auch von den deutschsprachigen Internet-Diensten angeboten werden.²⁵²

Insbesondere bei den Finanzinformationsdienstleistern im Internet, die in der Mehrzahl sehr spezialisierte Dienste darstellen, kann davon ausgegangen werden, dass Nutzer ohne entsprechend umfangreiches Vorwissen diese Dienste nicht richtig nutzen können.

Medienformate, die hinsichtlich des in dieser Studie verwendeten Bildungsbegriffes richtungsweisend sind, konnten in der Stichprobe nicht nachgewiesen werden. Auftritte, die zwar nicht nach Ziel und Inhalt aber der Form nach geeignete Beispiele für finanzielle Allgemeinbildung abgeben können, sollen im folgenden kurz dargestellt werden.

(www.frauenfinanzseite.de) Der unabhängige Finanzinformationsdienstleister, der zur Berliner Gatrixx AG gehört, richtet sich an Börsenneulinge und Privatanleger aller Einkommensklassen. Der Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung von Grundlagenwissen zur Aktienanlage und Altersvorsorge. Besucher der Website werden dabei quasi an die Hand genommen. Der Hemmschwelle bei der Beschäftigung mit Finanzthemen wird durch sprachliche wie inhaltliche und gestalterische Mittel entgegen gewirkt.

Via Einstieger-Menü wird zunächst das Thema Börse allgemeinverständlich und ausführlich erklärt (Anlageformen, Gebühren, Fundamentalanalyse, Chartanalyse, Derivate). In der Vorsorge-Rubrik werden die Themen Aktienanlage, private Altersvorsorge sowie Sparpläne in Ratgeber-Art kritisch und anbieterunabhängig unter die Lupe genommen: z.B. Alternative für Studenten: der Fonds-Sparplan, Anlagestreuung, Vor- und Nachteile der Di-

252 Siehe Interviews Finanzinformationsdienstleister im Internet / Motley Fool und www.finanzen.de. Hier sind Online-Seminare in der Planung, die auf unterschiedlichen Niveaus ansetzen sollen.

rektversicherung durch den Arbeitgeber, Versorgungslücke („Das Spiel mit der Angst gehört zum Handwerkszeug fast aller Finanzberater“).

Per Musteraktion können die User lernen, die Zusammenhänge zwischen Zeitungsmeldungen und Kursreaktionen anhand einer Beispielaktie zu erkennen. Mittels Versicherungs- und Finanzvergleichen werden z.B. die preisgünstigsten Anbieter von Girokonten anhand persönlicher Vorgaben ermittelt.

Darüber hinaus gibt es eine Frage-Antwort-Rubrik, in der alle Fragen rund um das Thema Finanzen ausführlich beantwortet und ins Netz gestellt werden, sowie ein umfassendes Börsen-Lexikon, Seminarhinweise, Literaturtipps, eine Historie zum Börsengeschehen. Kurse, News, Firmenprofile, Analysen, aber auch Hintergrundberichte und Porträts namhafter Wirtschaftsgrößen sowie ein ausführlich erklärtes Musterdepot runden den Webauftritt ab, für den die Redaktion im Jahr 2000 den Helmut-Schmidt-Journalistenpreis für besonders ambitionierte und verbraucherfreundliche Berichterstattung erhielt.

(www.fool.de²⁵³) Die Website des Motley Fool (1993 in den USA gegründet), was soviel bedeutet wie „bunter Narr“, veröffentlicht im redaktionellen Teil Artikel über alle Bereiche der Geldanlage. Der Schwerpunkt liegt auf dem Börsengeschehen vor dem Hintergrund der Wichtigkeit der Aktienanlage für die private Altersvorsorge. Ziel ist laut Selbstauskunft, den Lesern dabei zu helfen, ihre finanzielle Zukunft selbst in die Hand zu nehmen sowie Transparenz in allen Bereichen der Finanzwelt zu fördern. Um dieses Ziel zu erreichen, wird in einem ausgesprochen allgemein verständlichen Deutsch erklärt. In den Diskussionsforen, wo auch die Mitarbeiter des unabhängigen Finanzinformationsdienstleisters kontrovers diskutieren, sollen die Nutzer gemeinsam lernen, wie man sich über finanzielle Fragen informiert und eigenständig Anlageentscheidungen trifft. Es werden zwar Unternehmen und deren Dienstleistungen bewertet, jedoch keine Anlageempfehlungen gegeben. Die Eigenverantwortlichkeit des Einzelnen für sich selbst wird betont und ein bestehendes Bewusstsein und Interesse auch vorausgesetzt.

In der so genannten „Narrenschule“ können die Besucher der Website einen Grundkurs zur Aktienanlage absolvieren. Die „Elf Schritte zur Geldanlage“ bieten eine weitere Hilfestellung zum Kauf von Wertpapieren. Tipps zum preiswerten Aktienhandel und Specials, z.B. zur privaten Altersvorsorge, Themen der Woche (z.B. Geschichte des B2B) gehören weiterhin zum Angebot, das sich an Privatanleger und Einsteiger richtet und deren Interessen gegenüber den Eigeninteressen der Anbieter von Finanzdienstleistungen insbesondere berücksichtigen will. Darüber hinaus beschäftigt sich ein Finanz-Bereich mit Geldthemen außerhalb der Aktienanlage. Neue Wortschöpfungen aus der Wirtschafts- und Finanzwelt werden ausführlich erklärt.

(www.geldmachtspass.de) Einen ähnlichen Anspruch wie Motley Fool vertritt dieser Finanzinformationsdienstleister. Hier wird sehr gut verständlich und ausführlich erklärt, insbesondere für Neueinsteiger. Zehn Einsteigerteile vermitteln Basiswissen zur Aktienanlage, z.B.: Warum steigen und fallen Aktien?, Die zwei wichtigsten Aktienarten, Warum Geld in Aktien anlegen? Anlagemöglichkeiten, Informationsbeschaffung, Die zehn Gebote.

Für weitergehende Fragen wird ein Mailservice angeboten. Zum Inhalt zählen auch Watch-Listen, Marktberichte, Trends, News, Neuemissionen, Diskussionsboards sowie Unternehmensporträts mit Informationen über fast 400 Unternehmen. Ein Internet-Programmguide, der alle 14 Tage aktualisiert wird, ermöglicht eine qualitative Auswahl von Anbietern verschiedener Dienstleistungen.

(Familienzeit (Bayerischer Rundfunk 3, Ratgeber – Familienzeit) Die TV-Sendung behandelt Inhalte von sozialem oder gesellschaftlichen Interesse. Unter diesem Aspekt greift sie in unterschiedlichem Maße auch Finanzthemen auf.

253 Die deutsche Ausgabe des Motley Fool wurde kurz nach Fertigstellung der vorliegenden Arbeit eingestellt.

Im Mittelpunkt der redaktionellen Konzeption steht eine „große Sensibilität in der Berichterstattung“. ²⁵⁴ So werden didaktische Strategien entwickelt, um einer Hemmschwelle bei der Beschäftigung mit finanzbezogenen Inhalten entgegenzuwirken. Auf formaler Seite drückt sich dies in der Vermeidung von nicht ausdrücklich eingeführten Fachausdrücken aus. Sowohl sprachlich als auch die Darstellungsform betreffend werden einfache und übersichtliche Gestaltungsmittel – von Tabellen und Grafiken bis zu halbdokumentarischen Fallbeispielen und Experten-Interviews – eingesetzt.

Die thematische Behandlung ist übersichtlich strukturiert und an der Einbeziehung unterschiedlicher Perspektiven orientiert. Es kommen meist Betroffene und (unabhängige) Experten zu Wort. So wurde beispielsweise eine Sendung über die Börse („Keine Angst vor Aktien! Infos für Einsteiger“, 11.09.00) aus mehreren unterschiedlichen Beiträgen zusammengesetzt, die sich jeweils mit den wichtigsten Anlageformen beschäftigen. Die Beiträge reichten von einem Aktien 1x1, der Beurteilung von Anlageformen im Hinblick auf verschiedene Anlageziele und Anlagestrategien (Aktien-, Indexfonds oder Zertifikate) bis zu Beiträgen wie „Der langfristige Aufbau eines kleinen Vermögens“ u.a.

Im Anschluss an jede Sendung steht für eine Stunde ein Beratungstelefon mit unabhängigen Experten zur Verfügung, darüber hinaus können Informationsbroschüren angefordert werden oder die Beiträge aller Sendungen im Archiv der Website eingesehen werden.

6. Ergebnis

In den Medien spiegelt sich das allgemeine Bewusstsein in der Bevölkerung zu Fragen der Finanzdienstleistungen. Soweit sie viele Personen erreichen, müssen sie eingängige, aktuelle und schnell verwertbare oder sensationelle Informationen präsentieren. Soweit sie ein Spezialpublikum mit Bildungsanspruch erreichen, treffen sie nicht auf die hier für finanzielle Allgemeinbildung gedachte Zielgruppe. Printmedien haben allein deshalb eine höhere Bildungswahrscheinlichkeit, weil der Leser den Prozess der Informationsaufnahme an die individuelle Konzentrations- und Verständnisfähigkeit anpassen, sich fremder Hilfe bedienen kann und die Informationen für ihre aktuelle Nutzung aufbewahren kann. Sie haben den Nachteil, dass sie selber hohe Zugangsbarrieren aufstellen, die durch die allgemeine Bildung bedingt sind.

So gesehen erscheinen die Medien im Abseits gefangen zwischen den Alternativen von Anspruch und Nutzungshäufigkeit, von Sensation und Service, von Darstellung und Verständnis.

Eine solch pessimistische Sicht der Medien übersieht jedoch, dass sie mit den Forderungen nach emanzipatorischer Bildung auch dort noch wesentliche Gemeinsamkeiten hat, wo sie die inhaltlichen Ziele nicht erreicht. Bildung über die Medien ist immer problembezogen, identifikationsstiftend und nach Engagement verlangend. Es macht den Leser, Zuhörer und Zuschauer zum Akteur, akzeptiert ihn oder sie als selbständige Subjekte und unterwirft sich seinem Diktat des Exit.

Es lohnt sich daher in diesen Zusammenhang vorsichtig zu investieren, ohne zum Schulfernsehen und zu pädagogischen Jugendzeitungen zurückkehren zu wollen. Diese Investition wird einen Zusammenhang zwischen den Informationen in den Medien mit dem Internet, mit Beratung und schulischer Bildung herstellen müssen, bei dem arbeitsteilig die jeweils fehlenden Elemente aufeinander bezogen an anderer Stelle vermittelt sich zu einem ganzen zusammensetzen, das dann als finanzielle Allgemeinbildung bezeichnet werden kann.

254 Gerd Niedermayer, verantwortlicher Redakteur, am 28.09.00

VI. Finanzielle Allgemeinbildung in den USA

1. Die Kampagne zur „Finanziellen Alphabetisierung“

a. Überschuldung und Verarmung

Christmas without Credit

“I never thought it would happen to me,” said Mr. K. “There I was at the shopping mall two days before Christmas and someone stole my wallet. Everything gone — all my credit cards, gas card, debit card and even my department store charge cards! It took me over three months to straighten out all those cards.”

TIP: Separate your cards. Carry with you only those cards you intend to use. Also check your cards periodically and put aside those cards you use infrequently.

Mr. Phone E

“He actually crawled behind rows in the movie theaters and reached for pocket-books,” said the prosecutor to the judge. “Then he waited and telephoned the women whose purses contained debit cards identifying himself as a bank security agent. He then asked for their PIN number. If they were reluctant he would ask the women to phone his supervisor, giving out

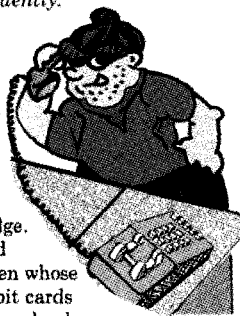


Abbildung 14: Kreditinformation in den USA

Mit der Entwicklung der Finanzdienstleistungen zum beherrschenden Instrument im Konsumsektor sowie der Explosion der Konsumentenkredite auf weit über eine Billionen Dollar²⁵⁵, dem Ansteigen der Verbraucherkonkurse auf anderthalb Millionen pro Jahr sowie einer neuen Armut, die durch den Ausschluss vom Zugang zu Finanzdienstleistungen charakterisiert ist, hat sich auch die finanzielle Allgemeinbildung, „Financial Literacy“, in den USA zu einem wichtigen Element in der öffentlichen Bildungsdiskussion entwickelt.

Insbesondere die alarmierende Zunahme der Verschuldung Jugendlicher hat dabei die Forderung nach Financial-Literacy-Programmen sowohl für Familien als auch für die Jugend so populär gemacht²⁵⁶, dass sie nunmehr in den Gesetzentwürfen beider Häuser zum Verbraucherkonkurs verpflichtende Voraussetzung für die Restschuldbefreiung werden soll.

Treibende Kraft dieser Überschuldung sind dabei die Kreditkarten. In der Untersuchung der amerikanischen Zentralbank zur den Finanzen der privaten Haushalte²⁵⁷ war die Anzahl derjenigen Haushalte, die mehr als ein Jahreseinkommen Schulden

aus Kreditkartenkrediten hatten, von 3,6% im Jahre 1983 auf 15,8% gestiegen.²⁵⁸

Auch die Sparquote ist bei der unteren Hälfte der Bevölkerung negativ. Das Leben auf Kredit bestimmt immer stärker die US-amerikanische Gesellschaft, die zugleich

255 Verschuldung USA.

256 Jacob, K.; Hudson, Sh.; Bush, M.: Tools for Survival. An Analysis of Financial Literacy Programs For Lower-Income Families. Dearborn/Chicago: 2000. S.25.

257 Federal Reserve Survey of Consumer Finances in: Bulletin of the Federal Reserve Board 1995.

258 Bird, E.J., Hagstrom, P.A., Wild, R.: Credit Card Debts of the Poor: High and Rising“ Journal of Policy Analysis Management, Vol. 19, 1999, S. 130 in: Jacob, K.; Hudson, Sh.; Bush, M.: Tools for Survival. An Analysis of Financial Literacy Programs For Lower-Income Families. Dearborn/Chicago: 2000. S. 8.

dramatische Tendenzen der Verarmung erfährt, die inzwischen die Sicherheitspolitik, die Gesundheits- und die Schulpolitik beeinträchtigen.

Gleichzeitig sinkt aber auch der Anteil der Bevölkerung, der überhaupt noch einen Zugang zu den Finanzdienstleistungen des allgemeinen Wirtschaftssektors hat .

1995 hatten 92% der Weißen oder „non-Hispanic“ eine Bankverbindung, jedoch lediglich 69% der nicht Weißen oder „Hispanic“. Oder anders dargestellt, von den Haushalten ohne Bankkonto waren 1999 5% Weiße, 31% Schwarze und 42% Latino. Der Anteil der „Bankenlosen“ steigt mit sinkendem Einkommen. So verfügen 100% der Familien mit einem Einkommen von über \$100.000 über eine Bankverbindung, jedoch nur 61% der Familien, deren Einkommen unter \$10.000 liegt.²⁵⁹

b. Was ist „Financial Literacy“?

Mit dem Begriff der „finanziellen Alphabetisierung“ knüpft die amerikanische Diskussion, in der der Kredit von jeher als ein anerkanntes Mittel der Existenzbewältigung insbesondere für die Einwanderer war, nun an die Alphabetisierungskampagnen in der Erwachsenenbildung an, die die USA als klassisches Einwanderungsland von jeher beschäftigt haben. Schreiben und Lesen ist danach unbestritten eine Grundvoraussetzung für die Teilnahme am wirtschaftlichen und kulturellen Leben eines Landes. Finanzielle Allgemeinbildung ist damit bereits begrifflich subjektiviert: Es ist der Mangel an Wissen über Kredite und Anlagen sowie die Unfähigkeit, mit ihnen umzugehen, die als Ursache der Überschuldung diagnostiziert und der Bildung zugrunde gelegt werden, die dann entsprechend auch stark von der Finanzdienstleistungswirtschaft geprägt wird.

In den Definitionen, auch der, der Bürgerbewegung nahe stehenden Institutionen, wird daher auch financial literacy als einseitiger Lernprozess der Verbraucher interpretiert. Danach soll das Erlernen von Begriffen und Verhaltensweisen zur Ermöglichung täglicher Wahlentscheidungen mit und zum Geld die Teilnahme am Marktgeschehen gewährleisten.

Financial literacy is a category of money knowledge and skills. Financial Literacy involves the ability to understand financial terms and concepts and to translate that knowledge skillfully into behaviour (...) Financial Literacy embodies the minimum knowledge necessary to participate gainfully in the economy; it is the essential set of tools that will define how daily money choices are made (...) Without it, there will be no money to invest or comparison shop.²⁶⁰

Jahreseinkommen	1983	1995
unter Armutsgrenze	4,6%	23,2%
150% - 200%	4,6%	19,2%
> 200%	3,0%	14,8%
Durchschnitt	3,6%	15,8%

Tabelle 18: Kreditkartenschulden und Jahreseinkommen

Noch stärker auf die „Verhaltensänderung der Individuen oder Familien“ stellt eine anbieternahe Definition ab, die zugleich das „Verständnis für Bankgeschäfte, Sparen

259 Jacob, K.; Hudson, Sh.; Bush, M.: Tools for Survival. An Analysis of Financial Literacy Programs For Lower-Income Families. Dearborn/Chicago: 2000. S. 3 f.

260 „What is Financial Literacy?“ Jacob, K.; Hudson, Sh.; Bush, M.: Tools for Survival. An Analysis of Financial Literacy Programs For Lower-Income Families. Dearborn/Chicago: 2000. S. 8 f.

und guten Kredit bezeichnet, der niedrig verdienenden Haushalten Zugang zum eigenen Haus oder zur Selbstständigkeit eröffnet“:

Financial Literacy is a process through which an individual, or a family, can be changed by a shift in basic habits (...) It is a basic understanding of banking, savings and the importance of good credit that allow a low- or moderate income individual or family to actually buy a home or start a small business.²⁶¹

Wir haben diesen Begriff der „finanziellen Alphabetisierung“ bewusst nicht in den deutschen Kontext übernommen, weil die Analogie zur fehlenden Beherrschung der Schriftsprache gleich mehrfach irreführt:

- Finanzielle Allgemeinbildung ist begrenzter als Alphabetisierung. Sie gibt Zugang zu einem Teil der Kommunikation in der Gesellschaft. Nur dort, wo Geld das wesentliche Kommunikationsmittel ist, gewährt sie Teilhabe. Da dies weder in der Wirtschaft, die auch unbezahlte und unproduktive Bereiche umfasst, noch in der Kultur allgemein der Fall ist, hat der Begriff der financial literacy die Suggestion, dass der Umgang mit Geld ebenso wichtig ist wie der Umgang mit Sprache.
- Financial literacy suggeriert, dass es einen feststehenden Bestand an Kommunikationsregeln ähnlich der Sprache gibt, die lediglich zu erlernen sind. Tatsächlich handelt es sich bei der finanziellen Allgemeinbildung zu weiten Teilen um eine Produktkunde, deren Inhalte durch die Gestalt der angebotenen Produkte bestimmt ist. Die „Sprache des Geldes“ ist daher kein Kultur- sondern ein Wirtschaftsgut. Sie ist daher nicht öffentlich sondern privat organisiert.
- Financial literacy ist keine Sprache, die voraussetzungslos erlernt werden kann. Wenn das wesentliche Moment zur Erlernung der Schriftsprache darin besteht, dass die Menschen gleichen Zugang zu ihren Mitteln und Inhalten haben und sie daher im Alltag nutzen und einüben können, ist der Zugang zum Geld ungleich verteilt. Umso begrenzter der Zugang zum Geld aber ist, desto unsinniger muss das Erlernen seiner Sprache erscheinen. Financial literacy für Arme als Sparlehre hat daher teilweise Entsagungs- und damit religiösen Charakter. Man muss an den Nutzen glauben, um die dafür nötigen Zugangsmittel zu erlernen.

c. Ziele und Methoden der Financial Literacy

Financial literacy soll der Armut tendenziell entgegenwirken. „Financial knowledge has become not just a convenience but an essential survival tool“.²⁶²

Armut ist dabei in den USA dabei anders als in Kontinentaleuropa mit seinen Sozialstaatsmodellen nicht grundsätzlich als öffentliches Problem anerkannt. Vielmehr geht die historisch gewachsene Vorstellung vom „Tellerwäscher zum Millionär“ und vom „Selfmade Man“ davon aus, dass Armut nur prozedural besteht und durch eigene Anstrengungen überwunden werden kann, die des Anreizes der Entbehnung durch Armut bedürfen.²⁶³ Gleichwohl ist Armut in den USA zu einem beherrschenden Thema geworden, weil sie das traditionelle Verständnis von Rassen-, Geschlechter- und Altersgleichheit dadurch infragestellte, dass sie eindeutig ungleich verteilt war. „Die Haut-

261 www.ncrc.org.

262 Woodstock Institute a.a.O.

farbe des Geldes“ ist daher auch ein wesentlicher Slogan bei der Kritik am Bankverhalten gegenüber Finanzdienstleistungskunden geworden.

In vielen Gesetzen und in der Politik wird immer wieder der Grundsatz der Chancengleichheit beschworen, wenn im Equal Credit Opportunity Act etwa die Diskriminierungsverbote bei der Kreditvergabe wiederholt und der Home Mortgage Disclosure Act sowie der Community Reinvestment Act von den Banken darüber öffentliche Rechenschaft verlangen.

Financial Literacy ist dabei auch eine gewisse Gegenbewegung zur Community Reinvestment Kampagne. Erfolge bei der Beseitigung solcher Armutsschranken durch financial literacy Bemühungen werden dabei durch Zahlen untermauert, wonach Erwachsene, die ihre Schulzeit in Staaten, die Wirtschaftskunde in der Schule vorschreiben, im Durchschnitt höhere Sparquoten haben als solche aus Bundesstaaten ohne Wirtschaftsbildung.²⁶⁴

Zielgruppe der Bemühungen um Financial Literacy sind daher vornehmlich schwarze und hispanische Jugendliche der Unterschichten. Die anbietende Wirtschaft setzt dabei vor allem auf Unterricht, die durch die Erstellung von Unterrichts- und Bildungsmaterialien unterstützt werden soll. Ein großer Teil der Einzelstaaten hat inzwischen Ökonomie zum Schulfach erklärt, wobei einige Staaten wie z.B. New York unmittelbar „finanzielles Wissen“ im Unterricht vorschreiben. Trotz Zweifeln an der Effizienz werden mit recht populistischen Umfragen zu Finanzdienstleistungsdetails immer wieder scheinbar alarmierende Defizite der Unterschichten aufgedeckt, die suggerieren sollen, dass Armut und Überschuldung im wesentlichen Bildungsprobleme darstellen.

Neben der Schule werden inzwischen auch Schuldnerberatungseinrichtungen für präventive Beratung aktiviert. Kreditberatungsagenturen (Credit Counseling Offices) konkurrieren dabei mit eher kommerziellen Schuldnerberatern. Bildungsmaterialien für Überschuldete stellen Kreditinstitute oder die Federal Reserve Bank bereit.

Die meisten Bildungsanstrengungen gehen dabei davon aus, dass die unteren Schichten der Bevölkerung zu sorglos vom Kredit Gebrauch machen und daher das Sparen nicht gelernt haben. Insoweit wird der Bildung von Jugendlichen insbesondere in den überproportional von Armut bedrohten Schichten der Afro- und Latino-Amerikaner besondere Bedeutung beigemessen. Die Verschuldung ist darin nicht Ausdruck von Statusarmut sondern von mangelnder Sparfähigkeit. Diese Annahme ist angesichts der Disproportionen bei den Einkommen und Arbeitsplätzen und den fehlenden Mindeststandards in diesem Bereich²⁶⁵ durchaus fragwürdig. Dass sich die Bildungsanstrengungen bisher auch weder in der Spar- noch in der Verschuldungs- oder Überschuldungsquote niedergeschlagen hat – der Trend zur Überschuldung ist ungebrochen – lässt die in den

263 Besonders krass wurden diese Vorstellungen durch den republikanischen Kongress umgesetzt, als er ledigen Müttern unter 18 die Sozialhilfe strich und insgesamt die Sozialhilfe in den USA auf sieben Jahre des Lebens begrenzte. Die Drohung der absoluten Mittellosigkeit führt damit zu einem Anreizsystem, das in Europa Ende des 19. Jahrhunderts als unmenschlich und unsinnig qualifiziert zur Entwicklung der Sozialversicherungssysteme und des Sozialstaates führte.

264 Bernheim, D.; Garrett, D.: Education and Saving: The Long-Term Effects of High School Curriculum Mandates. National Bureau of Economic Research, Working Paper 6085, 1997 in: Jacob, K.; Hudson, Sh.; Bush, M.: Tools for Survival. An Analysis of Financial Literacy Programs For Lower-Income Families. Dearborn/Chicago: 2000. S. 17 f. (Sparquoten dürften weit eher mit der Sparfähigkeit wie mit dem Sparwillen korrelieren. U.R.)

USA kaum diskutierte Frage wichtig werden, welche Funktion eigentlich die außerordentliche Werbung für finanzielle Bildung hat. In dem folgenden Beispiel wird dann auch deutlich, dass es eigentlich eher um die Aufforderung der Erzielung zusätzlicher Arbeitseinkommen geht, wobei die darin enthaltene Lösung der Kinderarbeit sich mit kontinentaleuropäischen Vorstellungen zum solidarischen Generationenvertrag sowie überhaupt zur Verteilung individueller Lasten der Statusarmut nur schwer verträgt.

In einem Malbuch²⁶⁶ wird Kindern verdeutlicht, dass sie ihre Wünsche durch Sparen erfüllen können. In einer einfachen Bildergeschichte eröffnen drei Kinder ein Jugendkonto und erzählen wie sie sparen und wofür sie das Geld verwenden wollen. So bringen sie das Geld, was sie geschenkt bekommen zur Bank, verzichten auf Kartoffelchips und Süßigkeiten und übernehmen kleine bezahlte Arbeiten um Geld zu verdienen. Von dem Gesparten wollen sie sich später ein Fahrrad oder einen Computer kaufen.

Bei der Zielgruppe der Jugendlichen, mit denen vor allem die Schule in den Mittelpunkt des Interesses rückt, wird darauf verwiesen, dass Lernmotivationen von „Zuckerbrot und Peitsche“ (carrott and stick) übertragen auf financial literacy bedeuten würde, dass die Verbraucher lernbegierig sind, weil sie ein Bankprodukt brauchen und deshalb das hierfür gerade notwendige Wissen haben müssen. In der Situation der Bedrohung durch Überschuldung und Zwangsvollstreckung lernt die Person, um der Gefahr zu entkommen.

Beides kann aber nicht Jugendliche motivieren. Da die übergeordneten Bildungsziele des Übergangs von der Sozialhilfe zur Beschäftigung, des Sparens und des Aufbaus eines Haushaltsvermögens keine unmittelbar erfahrbaren Ziele der Jugendlichen in der Schule sind, andererseits aber selbsttragende lebenslange Wissensvermittlungsprozesse initiiert werden sollen, steht die Simulation des Sparens im Vordergrund der financial literacy Bemühungen.

Dazu wurde das Sparkonto wiederentdeckt, das durch die Freigabe der Girokontozinsen Anfang der 70er Jahre durch die mit hohen Guthabenzinsen offerierten Girokonten (NOW und Super NOW Accounts) seine allgemeine Bedeutung eingebüßt hat.

The Cooperative Extension System“ (CES) hat 1996 an mehreren Orten das Programm Money2000 gestartet. Die Teilnehmer setzten sich dabei bis zum Jahr 2000 das Ziel, auf eine bestimmte Anschaffung anzusparsen oder Schulden zu reduzieren. Dazu erhielten sie kostenlos in einem lokalen CES-Büro Informationen zum Sparen und Haushalten. Ferner wurden begleitend persönliche Beratungen und Kurse durchgeführt.²⁶⁷

In Zusammenarbeit mit dem „Illinois State Treasurer's Office“ können Schüler ein Sparkonto eröffnen. Von den Bankangestellten erhalten sie dabei Informationen über die Abwicklung von Bankgeschäften²⁶⁸

Das Individual Development Account (IDA) ist nunmehr ein speziell für das financial literacy Programm entwickeltes System, das von Banken und Staat gleichermaßen

265 Der Mindestlohn liegt bei \$5,25 pro Stunde und wird häufig unterschritten. Bei einer tatsächlichen Kaufkraft etwa in New York von \$1 entsprechend 0,7 Euro bedeutet dies, dass ohne relevante öffentliche Leistungen der einzelne bei voller Berufstätigkeit mit einem Bruttogehalt von ca. 500 Euro im Monat auskommen müsste.

266 Students of St. Monica School and J. Johnson: Your're never too young to Save at the Youth Credit Union Program; Coloring Book (ohne Jahresangabe).

267 <http://www.money2000.org/>.

268 Jacob, K.; Hudson, Sh.; Bush, M.: Tools for Survival. An Analysis of Financial Literacy Programs For Lower-Income Families. Dearborn/Chicago: 2000. S. 19 f.

propagiert wird und dem in Deutschland bekannten vermögenswirksamen Sparen ähnelt.

Auf dieses Sparkonto können \$2000 angespart werden. Dieser Betrag wird dann am Ende einer zweijährigen Sparperiode durch Zuwendungen von einer Bank oder des Staates verdoppelt, so dass hier eine Rendite von annähernd 100% p.A. erreicht wird. Allerdings gibt es auf die Teilnahme keinen Anspruch sondern man muss individuell zugelassen werden. Dabei werden teilweise Bildungsanforderungen an die Teilnehmer gestellt. Das Programm ist modellhaft und seine empirische Ausdehnung entspricht bei weitem nicht der Bedeutung, die es in der öffentlichen Propagierung des Spargedankens einnimmt. Die Banken beteiligen sich vor allem durch Subventionierung solcher Modelle im überschaubaren Rahmen des Einzelfalls.

IDAs werden daher in erster Linie von den Alternativorganisationen, den Community Development Financial Institutions (CDFI), angeboten, die als spezialisierte „Armutsbanken“ den Rückzug der Finanzinstitutionen von den strukturschwachen Stadtteilen mildern sollen.²⁶⁹

2. Financial Literacy Programme

a. Financial Literacy im Gymnasium

Bereits in den 60er Jahren wurde in einigen US-Bundesstaaten damit begonnen, die Behandlung von Verbraucher- und Wirtschaftsfragen explizit in die Lehrpläne der Schulen aufzunehmen. Nach einer Zusammenstellung von 1997²⁷⁰ hatten 37 Staaten Verbraucherbildung als Element der Schulpolitik. Davon hatten 14 Staaten die Finanzen der Privathaushalte ausdrücklich zum Gegenstand des Unterrichts gemacht, in dessen Rahmen Themen wie Haushaltsbuchführung oder Kreditmanagement behandelt werden sollen. 28 Staaten verlangten Verbrauchererziehung, bei denen den Schülern ein Verständnis für ihre Rolle als Verbraucher am Markt vermitteln werden sollte. Allerdings sind diese Programme nur in einigen Bundesstaaten Pflichtveranstaltungen. Florida hat 1996 dieses Fach wieder zu einem freiwilligen Angebot zurückgestuft.

Parallel werden den Lehrern besondere Weiterbildungskurse zu Methoden angeboten, finanzielle Bildung für Schüler z.B. durch Computerspiele und Internetprogramme lebendig und interessant zu machen. Das „Illinois Council on Economic Education“ unterhält neun Einrichtungen, in denen jährlich 2.500 bis 3.000 Lehrer weitergebildet werden, um Wirtschaftsthemen an Schüler aller Altersstufen zu unterrichten. In Illinois, dessen Hauptstadt Chicago ist, gibt es außerdem eine Gesellschaft, die für diese Lehrer Weiterbildungen und Konferenzen veranstaltet und regelmäßige Informationen veröffentlicht.

In Florida werden jährlich 20.000 bis 22.000 der 120.000 Lehrer von öffentlichen Schulen in speziellen Programmen zur Verbraucherbildung weitergebildet. Ihnen werden Materialien zur Verfügung gestellt, mit denen sie die Finanzen des Privathaushaltes

²⁶⁹ Vgl. dazu unten VI.3.1.

²⁷⁰ Bernheim, D.; Garrett, D.: Education and Saving: The Long-Term Effects of High School Curriculum Mandates. National Bureau of Economic Research, Working Paper 6085, 1997 in: Jacob, K.; Hudson, Sh.; Bush, M.: Tools for Survival. An Analysis of Financial Literacy Programs For Lower-Income Families. Dearborn/Chicago: 2000. S. 15 f.

in den Lehrplan ihrer jeweiligen Fachgebiete wie z.B. Mathematik oder Geschichte integrieren können.

Nach der Schulstufe werden vor allem die über 14jährigen Schüler im Gymnasium weitergebildet. Kinder dieser Altersstufe geben im Durchschnitt bereits 3.000 US\$ im Jahr aus, 11% besitzen eine eigene Kreditkarte, und 44% benutzen die Kreditkarte ihrer Eltern.²⁷¹ „Problemschüler“ werden hier allerdings häufig nicht mehr erreicht, weil sie die Schule bereits vorher verlassen. Aus diesen Gründen wird gefordert, altersgerechtes Basiswissen bereits in der Grundschule zu vermitteln.

Material zur finanziellen Bildung, für den Einsatz im Unterricht, wird in den USA vor allem von privaten Institutionen bereitgestellt, die im wesentlichen durch die Wirtschaft gesponsort werden.

Die Jump\$tart Coalition²⁷² ist eine gemeinnützige Organisation, die 1995 von US-Unternehmen und Verbänden mit dem Ziel gegründet wurde, Schulen und Weiterbildungseinrichtungen mit Ideen und Materialien zur finanziellen Bildung zu versorgen und die bestehenden Materialien allgemein zugänglich zu machen. Angesprochen werden alle Altersstufen, von der Kinderbetreuung bis zur 12. Schulklasse sowie auch die Erwachsenenbildung. Über eine umfangreiche Datenbank können diese Materialien im Internet gesichtet und bestellt werden. In dieser Datenbank sind auch zahlreiche Materialien von anderen Organisationen aufgeführt. Angeboten werden u.a.: Broschüren, Bücher, Zeitschriften, Software, Videos, Unterrichtsmaterial. Die finanzielle Bildung umfasst dabei die folgenden Bereiche²⁷³:

- Umgang mit Geld: (Budgetplanung, Zahlungsverkehr)
- Sparen und Anlage (Anlagemöglichkeiten und wirtschaftliche Zusammenhänge)
- Einkommenserzielung (Ausbildung und Art der Einkommenserzielung)
- Kredite (Kosten, Rechte, Möglichkeiten).

Der Großteil des Angebotes richtet sich an Erwachsene oder Schüler der High School. Der Schwerpunkt liegt hier im Bereich der Ausgaben und des Umgangs mit Geld und Krediten. Das Thema Sparen wird vor allem für Grundschüler angeboten. Regelmäßig wird auch eine Befragung über den Bildungsstand der Schüler in finanziellen Dingen durchgeführt.

Die Nationale Stiftung für finanzielle Bildung (National Endowment for Financial Education (NEFE))²⁷⁴ ist ebenfalls eine gemeinnützige Organisation, die die Haushaltsplanung mit Finanzdienstleistungen („Financial Planning“), einer in den USA verbreiteten Form der freiberuflichen Finanzberatung für Besserverdienende fördern möchte. Mit dem NEFE High School Financial Literacy Awards Programm²⁷⁵ schreibt die Organisation einen jährlichen Wettbewerb für Schüler aus. Es wird ein Thema wie z.B. „The Time Horizon: Investing for Your Future“ vorgegeben, zu dem Arbeiten von Schülern in vier Bereichen eingereicht werden können: Aufsätze, Web-Seiten, Medien und Kunstwerke.

271 Jacob a.a.O. S. 18; Federal Reserve Board 1999.

272 <http://www.jumpstartcoalition.com/>.

273 <http://www.jumpstartcoalition.com/guide.html>.

274 <http://www.nefe.org>.

275 <http://www.nefe.org/hsfla/index.html>.

Die Finanzierung dieser Organisationen erfolgt zum Großteil über Spenden von Unternehmen. Die Spenden können dabei an Veranstaltungen geknüpft sein, wie etwa das Seminar im Juli 1999 der TD-Waterhouse Group²⁷⁶ für Anleger, bei dem das Unternehmen pro Teilnehmer eine Spende an die JumpStart Coalition zahlte.

Das Verlagshaus C.W. Publications²⁷⁷ propagiert das didaktische Konzept der praktischen Erfahrung statt der Vorlesung („An Activity is better than a lecture“) und bietet interaktives Lernmaterial zu finanzbezogenen Themen an. Neben Hintergrundinformationen für die Lehrenden werden Aktivitäten PC-Spiele und Simulationen für Schüler angeboten. Geldverwalten, Anschaffungen tätigen, Versicherungen abschließen sind die praktischen Aufgaben. Fehlinvestitionen werden dabei simuliert und aufgedeckt. Bankgeschäfte, Haushaltsplanung, Auto- und Hauskauf sowie Selbstständigkeit sind die Themenbereiche.

In einer neuen Serie von Simulationen, die 2000 erschienen ist, können Schüler in einer von drei Städten eine virtuelle Existenz aufbauen. Sie müssen dazu eine Arbeit und eine Wohnung finden, ein Konto einrichten, Versicherungen abschließen etc. Das Spiel wird über einen virtuellen Zeitraum von mehreren Jahren gespielt, wobei die Entscheidungen Auswirkungen auf die Zukunft haben. Die Aktivitäten werden protokolliert und können anschließend oder parallel im Unterricht thematisiert werden.

Weitere Organisationen der Wirtschaft sind das Consumer Information Center (CIC) und das Programm „Financial Literacy 2001“, das als Gemeinschaftsprojekt von verschiedenen Instituten für Verbraucherschutz, der Wertpapierhändlervereinigung und anderen mehr betrieben wird. Dieses Programm will den Lehrstoff der Financial Literacy in den öffentlichen Gymnasien (High Schools) etablieren.

b. Bankaufsicht

Anders als in Deutschland, wo die Bankenaufsicht zwischen Kreditaufsichtsamt und Bundesbank geteilt explizit keine Verbraucherbelange vertritt, sind in den USA die verschiedenen einander überschneidende Bankaufsichtssysteme, die federal oder einzelstaatlich (banking authorities) agieren ebenso wie die Spartenaufsicht für Wertpapiere (SEC) und Versicherungen und die staatlichen Einlagensicherungs- (FDIC) oder Refinanzierungssysteme im Wohnungsfinanzierungsbereich (Fannie Mae, Freddy Mac) alle in Kampagnen oder Initiativen zur ökonomischen und finanziellen Bildung engagiert.

Fannie Mae, die über die Hälfte aller Hypothekenkredite aufkaufen und verbriefen und damit die Wohnungsfinanzierung im Lande vor allem auch zur Versorgung der Unterschichten mit Wohneigentum steuern, hat in diesem Bereich mit ihrer Fannie Mae Foundation²⁷⁸ eine Vielzahl von Bildungsanstrengungen entwickelt. Mit Fernsehspots werden Menschen angesprochen, die Probleme mit der Finanzierung ihres Hauses haben. Interessierte Personen erhalten auf Anfrage Informationen, die ihnen neben Grundlagenwissen über Kredite und Hypotheken auch Hilfestellungen geben, wie sie ihr Haus nach der Anschaffung nicht wieder verlieren.

276 <http://www.jumpstartcoalition.com/upload/news.cfm?recordid=67>.

277 CW Publication: Catalog 2000 (www.cwpub.com).

278 <http://www.fanniemacfoundation.org/>.

Fannie Mae beteiligt sich auch an der Sparkontenkampagne und sieht in der Förderung des Raten sparens mit IDA-Konten eine Einübung in die stetige Rückzahlung der Wohnungskredite.

Die amerikanische Bundesbank (Federal Reserve Bank (FED)) will mit ihren Bildungsangeboten „ökonomische und finanzielle Bildung (...) mit erzieherischen und bildenden Materialien für aktives Lernen fördern“. Zielgruppe sind Schüler, Studenten und Multiplikatoren (Lehrer, Professoren, Eltern).

Comics zu den Oberthemen Geld, Zahlungsverkehr und Konsumentenkredit sind vor allem problembezogen aufgebaut. Kreditmissbrauch und Überschuldung werden auch im Hinblick auf problematische Anbieter kritisch gestaltet.²⁷⁹ Die Comic-Helden, verkörpern verschiedene Einstellungen zu Geld und Ausgaben.

Die Federal Reserve Bank vertreibt in ihren 12 regionalen Zentralen Bildungsmaterialien (Video, Lehrhefte, Broschüren) über eine Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit für Lehrer und eine Abteilung für Verbraucherangelegenheiten für Privatpersonen und private Vereinigungen. „Kredit“ und „Schulden“ sind hier Hauptthemen. Das Heft „Two Faces of Debt“²⁸⁰ zeigt die Folgen der Verschuldung. Die Überschuldung steht dabei auf der einen Seite der Möglichkeit zur Erhöhung des Lebensstandards, der Produktivität und zur Überbrückung von finanziellen Engpässen gegenüber. Insofern ist die Information nicht moralisch sondern sachlich und kreditneutral. Die Materialien werden kostenlos als Broschüren, Vorträge oder auch als Internet-Quellen angeboten. Preisvergleiche („shopping for the best“), Risikoaufklärung und Budgetrechnung sind neben der Erläuterung von Konsumentenkrediten und Autoleasing die wichtigsten Themen.

Die Wertpapieraufsicht (U.S. Securities and Exchange Commission (SEC)) ist ausdrücklich auch Verbraucherschutzbehörde. Sie hat eine eigene Abteilung für „Consumer Education“ und gibt kostenloses Bildungs- und Informationsmaterial heraus. Selektives, kritisches Verhalten bei der Investition in Wertpapiere sowie Checklisten zum Erkennen von betrügerischen Finanzberatungsleistungen sind Lernziele in einem Gebiet, das angesichts der weitgehend privaten Altersvorsorge in den USA weit mehr für alle Schichten relevant ist, als in Deutschland.

Im SEC-Informationsprospekt „A roadmap to start you on a journey to financial security through saving and investing“ (1998)²⁸¹ wird versucht, verschiedene Bildungsinhalte auf dem Gebiet des Sparens und Anlegens zu vermitteln. Einerseits soll ein Bewusstsein für die eigene finanzielle Situation gefördert werden, z.B. durch Anregungen zur Erstellung eines haushaltsindividuellen Finanzplans mit Gegenüberstellung der täglichen Einnahmen/Ausgaben. Des weiteren werden die wesentlichen Unterschiede und Implikationen von Sparanlagen und Investitionen sowie in einem Falblatt²⁸² die Eigenschaften von Investmentfonds erläutert. Stichpunkt- und Checklisten mit Vorschlägen für kritische Fragen gegenüber Finanzdienstleister und -berater sollen die Kritikfähigkeit der Verbraucher stärken.

279 Federal Reserve Bank of New York, The Story of Consumer Credit. Public Information Department. New York: 2000.

280 Federal Reserve Bank of Chicago, Two Faces of Debt. Public Information Center. Chicago: 1997.

281 U.S. Securities and Exchange Commission: A Roadmap to start you on a journey to financial security through saving and investing. Washington, DC: 1998.

282 U.S. Securities and Exchange Commission: Invest wisely. An Introduction to Mutual Funds. Washington, D.C.: 1996.

Weitere Bildungsangebote liefert die SEC im Rahmen ihres Programmes „Facts on Savings and Investment“, anhand von multiple choice Tests zu alltagsbezogenen Finanzfragen mit Lösungen auch über das Internet²⁸³. Die Hilfen für Finanzaktionen („Financial Facts Tool Kit“) leisten online finanzielle Aufklärungsarbeit für Erwachsene. Faltblätter, wie sie in Deutschland die Verbraucherzentralen herausgeben, vermitteln Handlungsanweisungen für Situationen der Fehlberatung, und des Betrugs.

c. Geschäftsbanken

Bank One (<http://www.bankone.com/about/cdc>), eine der amerikanischen Großbanken, hat in Chicago eine CRA-Vereinbarung abgeschlossen, bei der nicht nur 4 Mrd. \$ Investment sondern ein Pilot-Kontoprogramm in drei Stadtteilen für „Unbankable“ verabredet wurde. Danach sind die inzwischen 550 Modellkonten ohne Kreditwürdigkeitsprüfung mit niedrigem Anfangsguthaben, ohne monatliche Gebühren, unbegrenzten Scheckmöglichkeiten, freier Bargeldautomatennutzung und Bildungs- und Beratungsmaßnahmen verknüpft worden. Außerdem bietet Bank One Workshops an, die am erfolgreichsten sind, wo die Zuhörer durch eine kooperierende Organisation wie Arbeitgeber, einen Englischkurs oder ähnliche „captive“ Situationen gebunden sind.

Von der Anbieterseite wird auch Material zum Einsatz im Schulunterricht herausgegeben. Das „Fiscal Fitness“-Erziehungsprogramm²⁸⁴ der Phoenix Home Life Mutual Insurance Company (Versicherungs- und Investmentprodukte), ist hauptsächlich für Schüler der High School (grades 9-12) konzipiert bzw. für deren Lehrer zwecks Materialeinsatz im Unterricht. Methodisch wird das Lernprogramm in vier Abschnitte unterteilt. Zu Beginn erfolgt eine Sensibilisierung für eigene Finanzangelegenheiten. Es folgt eine persönliche Finanzplanung und die Erörterung von Instrumenten zur Zielerreichung. Anschließend wird auf zu erwartende Liquiditäts- und Vorsorgeprobleme eingegangen. Schließlich werden den Schülern die eigenen Einnahmen und Ausgaben sowie die Notwendigkeit von finanzieller Planung und „finanzieller Fitness“ verdeutlicht. Abschließend werden einige Finanztermini mit einfachen Worten kurz erklärt.

Von der Master Card International Inc. ist ein Lernpaket unter dem Titel „Master Your Future“ erschienen (MasterCard International Inc. And Careers & Colleges Publishing (1999)). Die Lehrplanhilfe enthält Hintergrundinfos, Materialien und Erläuterungen zum Budgeting, Banking (Spareinlagen, Girokonto, Konto-Karten) und zu Krediten. Es werden Vorschläge zur Vermeidung von Überschuldung und zu einem verantwortungsvollen Kreditgebrauch unterbreitet. In einem Video wird die finanzielle Eigenverantwortung von Jugendlichen thematisiert.

Von Master Card International²⁸⁵ und von Phoenix Home Life Mutual Insurance Company werden spezielle Informationsmaterialien für Eltern herausgegeben, um sie in der Gelderziehung der Kinder zu unterstützen. Die Eltern werden aufgefordert, finanzielle Themen auch über die Taschengelddiskussion hinaus mit ihren Kindern zu erörtern. Die Kinder sollen so unter anderem für die Bedeutung von Ausgaben und Sparen

283 www.investoreducation.org.

284 Lifetime Learning Systems: 1998-99 Fiscal Fitness Educational Program, 1998.

285 MasterCard International; U.S. Office of Consumer Affairs and the Consumer Information Center: kids, cash, plastic and YOU. o.J. [1996 oder später].

sensibilisiert werden, aber auch den Umgang mit Zahlungsmitteln und Zahlungsverkehr kennen lernen.

Die meisten Anstrengungen der Geschäftsbanken und großen Finanzdienstleistern sind jedoch indirekter Art. Sie unterstützen die Community Development Financial Institutions sowie die zentralen Einrichtungen zur Vermittlung von Financial Literacy. Beispiele für die Chase Manhattan Bank sowie Merryll Lynch sind daher in diesem Abschnitt beschrieben.

d. Schuldnerberatung (Credit Counseling Services)

Die Consumer Credit Counseling Agencies (CCA) haben sich auf die Beratung von Familien und Individuen, die (hoch) verschuldet sind, spezialisiert. Die Beratung konzentriert sich auf Budgetberatung, Ausarbeitung von Kredittilgungsplänen und Baufinanzierungskredite.

Die Kreditberatungsstellen unterteilen sich in non-profit-agencies, die zusammengeschlossen sind in der National Foundation for Consumer Credit (NFCC). Diese Organisation bietet Bildungsmaterialien zum Geldmanagement, Kredit, Schuldenberatung, Schuldentilgungspläne kostenlos oder gegen geringe Gebühren an.

Dem gegenüber stehen zahlreiche Unternehmen, die anders als in Deutschland, wo das Rechtsberatungsgesetz solche Schuldnerberatung verbietet, meist gegen hohe Gebühren z.T. dubiose Beratungsdienste anbieten. Durch ihre öffentliche Werbung sind sie jedoch oft bekannter als die unabhängigen und gemeinnützigen Anbieter. Die Schuldentilgungspläne der CCA's sehen eine schnelle Kreditrückzahlung zu sehr geringen Zinsen vor, die die Agenturen mit den Kreditoren auf Basis ihrer langjährigen Geschäftsbeziehungen aushandeln. Teile der Rückzahlungen (i.d.Regel 15%) werden dann den CCA's gewissermaßen als "Inkassoprämie" belassen. Beide Vertragsseiten sehen diese Beratungsstellen als effizienten Weg zur einvernehmlichen Schuldentrückzahlungen, mit der gleichzeitig die Möglichkeit der "Resozialisierung" der Schuldner erfolgen könne. Allerdings wird seit 2000 die Marge der Kreditgeber für diese Beratungsstellen ständig reduziert, so dass die gemeinnützigen Stellen erhebliche Überlebensprobleme bekommen. Letztlich dominiert bei den Kreditgebern doch das Inkassointeresse vor dem Interesse der finanziellen Bildung, dem sich diese Stellen verbunden fühlen.²⁸⁶

Die Ärmsten werden allerdings durch diese Stellen kaum erreicht. Haben sie kein Vermögen zur Rückzahlung mehr, entfällt auch der Anteil für die Kreditberatungsstellen, so dass sie als Kunden kein Einkommen ermöglichen. Auch die gemeinnützigen Schuldnerberatungsstellen wie BUCCS in New York tendieren daher zu den wohlhabenderen Schuldnern.

Seit dem Jahre 2000 versucht die gemeinnützige Koalition für die Ausbildung von Schuldner im Verbraucherkonkurs²⁸⁷, die von Finanzdienstleistern und der New York Law School getragen wird und ein aus Staat, Wirtschaft und Verbänden zusammengesetztes Aufsichtsgremium hat, vor dem Verbraucherkonkurs stehende Verbraucher im Vorgriff auf die gesetzlichen Verpflichtungen in der Handhabung ihrer privaten Fi-

286 Jacob, K.; Hudson, Sh.; Bush, M.: Tools for Survival. An Analysis of Financial Literacy Programs For Lower-Income Families. Dearborn/Chicago: 2000. S. 25 ff.

287 COALITION FOR CONSUMER BANKRUPTCY DEBTOR EDUCATION; Direktorin ist Prof. Karen Gross von der New York Law Scholl.

nanzen zu bilden. Die Institution möchte überschuldete Verbraucher nicht nur ausbilden sondern sie auch als Lehrer für andere Bezugsgruppen einsetzen. Hierzu werden Tests und Curricula entwickelt, Evaluationskriterien für Unterricht in financial literacy erarbeitet, Dozenten herangebildet und andere Programme zur finanziellen Bildung unterstützt.

Die Koalition entwickelt nach ihren eigenen Worten:

- tests, studies, refines, and sets standards for curricula on financial management for use in consumer bankruptcy debtor education. This effort may involve defining the content of the curriculum, adapting pre-existing and developing new course material, and consulting with trustees, judges, lawyers, counselors, educators and other professionals. It calls for organizing and implementing a pilot program, including recruiting and training of trainers, administering the program and evaluating the results.
- Assures that meaningful debtor education is offered nationwide to consumer debtors in a high quality, effective and low cost manner. This is accomplished by setting standards for the content of the curriculum and its delivery, training those who will be teaching the curriculum, offering the imprimatur of the Coalition to those who have undergone the training and maintain the standards of the Coalition in their teaching, and by seeking to ensure that debtors will be charged a fair price by such trainers for the education.
- Reviews available curricula on a regular basis and recommends revisions to reflect the changing needs of the debtor community and new characteristics of the financial environment. Inherent in this review and updating function is the need to develop standards by which curriculum, its delivery and results are to be measured, to study the financial literacy and behavior of consumer debtors who have participated in the program, and to assess the ongoing financial management needs of consumer debtors.
- Acts as an advocacy group for financial literacy and competence. This can be accomplished through information programs and the development and dissemination of informational materials.

Es handelt sich bei diesem Ansatz wohl um die professionellste Form, in der in den USA das Programm des Financial Literacy angegangen wird. Da die Koalition vor allem auch kostengünstige Wege sucht, bereitet sie nicht nur das Bildungssystem sondern auch die Anbieter auf die zukünftigen gesetzlichen Aufgaben zur finanziellen Bildung vor. Die Pilotprojekte zur Schuldnerberatung, wie sie mit dieser Studie vorbereitet und im Anschluss durchgeführt werden sollen, werden mit dieser Stelle in New York zusammenarbeiten und gegenseitig Ergebnisse, Fragebögen und Curricula austauschen.

3. Finanzdienstleistungen durch Alternativorganisationen

Nach der Erhebung des unabhängigen Woodstock Instituts misstrauen gerade viele gering verdienende Menschen den Finanzdienstleistungen der Banken. Um hier Vertrauen aufzubauen werden Kooperationsprogramme zwischen Bank und Schule vorgeschlagen, wie das „Banker in der Schule“- Programm in ("bank-at-school") mit Seminaren und Workshops zu Kredit, Geldmanagement und Eigenheimerwerb.

Tatsächlich dürfte sich das Engagement der großen Banken jedoch darauf beschränken, Materialien bereitzustellen, Führungen zuzulassen und vor allem über Stiftungen und Subventionen anderer Bildungsträger des financial literacy zu unterstützen. Da es in den USA keine den öffentlichen Sparkassen oder Genossenschaftsbanken vergleichbare Basisbanken gibt, andererseits aber etwa im Kredit und Zahlungsverkehr auch kein

Bankenmonopol besteht, sind die Kontakte zwischen der Finanzdienstleistungswelt und den ärmeren Bürgern häufig auf Finance Companies oder Scheckeinlösungsstellen beschränkt.

Erst seit den 70er Jahren versucht der Staat sowie die Bürgerbewegung durch die Förderung spezieller bürgernaher alternativer Finanzinstitutionen sich den von der Finanzwelt immer weniger bedienten Schichten zuzuwenden.

Mit dem Community Development Financial Institutions Gesetz hat der amerikanische Kongress solche alternativen Finanzinstitute besonders bevorzugt und stellt Fördermittel hierfür zur Verfügung.

a. Die Organisation der gemeinnützigen Finanzentwicklungsinstitute (CDFIs)

Die als Community Development Financial Institutions (CDFIs) bezeichneten Finanzinstitutionen betreiben Bankgeschäfte in gemeinnütziger Form für Minderheiten und Arme, und erhalten dazu staatliche Unterstützung. Sie ermöglichen diesen Personen einen Zugang zu Finanzdienstleistungen, entwickeln darüber hinaus neue Produkte und führen Bildungsaktivitäten in verschiedenen Bereichen durch

Mit dem 1994 verabschiedeten Gesetz zur Unterstützung von Finanzinstituten, die sich speziell die Quartiersentwicklung zur Aufgabe gemacht haben, hat die Regierung mit dem CDFI-Fonds²⁸⁸ ein Instrument zur Verfügung gestellt, mit dem alle diejenigen Sozialorganisationen, Stadtteilbanken, Kreditgenossenschaften und ähnliche Einrichtungen, die außerhalb des Banksektors Kredite und Sparleistungen in gemeinnütziger Form für Minderheiten und Arme anbieten, in den Genuss staatlicher Hilfe bringen. Der CDFI-Fund hat 1999 \$68 Mio an CDFIs verteilt, wobei \$45 Mio. als Kapitalhilfe für CDFIs, \$14 Mio als Kapitalbeteiligung, \$8 Mio. für Kredithilfe und \$1,4 Mio. als technische Hilfe für den Aufbau der Organisationen bereitgestellt wurden. Dabei waren 26 Kreditvergabefonds im Wohnungsbereich und 15 im Bereich der Kleinbetriebsfinanzierung die Begünstigten. In 6 Fällen wurden Einrichtungen, die wie in Delaware und Montana von den örtlichen Banken i.S. des CRA gemeinsam für Marketing und Akquisition bei der Quartiersentwicklung gegründet wurden, unterstützt.

Der andere Teil der Fondsgelder in Höhe von \$31 Mio. fließt im Bank Enterprise Award (BEA) Programm vor allem an kleinere Banken, die dafür versprechen, CDFIs durch Einlagen, technische Hilfe, Beteiligungen oder Rückbürgschaften zu unterstützen. Der Fonds gibt an, dass auf diese Weise \$437 Mio. an Unterstützung für CDFIs generiert werden konnten.

Im Unterschied zu deutschen Systemen staatlicher Ansprüche auf Unterstützung sind die Fonds in den USA nach dem Stiftungsprinzip organisiert. Es gibt keine Ansprüche auf Unterstützung dafür aber ein Gutachter- und Expertensystem, bei dem darauf geachtet wird, dass nur erfolgversprechende Projekte gefördert werden.

Unter den CDFIs gibt es im wesentlichen drei große Gruppen: Die erste Gruppe bilden die 150 Kreditgenossenschaften, die sich (im Gegensatz zu den dominierenden zumeist arbeitgebergebundenen großen Kreditgenossenschaften) auf untere Einkommensschichten beschränken und in der National Federation of Community Development Credit Unions zusammengeschlossen sind (www.natfed.org), die immerhin an der Wallstreet ihren Sitz hat. Die zweite Gruppe stellen die ca. 50 Community Banks dar, von

288 www.treas.gov/cdfi.

denen die führende, mit über \$740 Mio. Einlagen größte und in allen Fragen wegweisende South Shore Bank, Chicago (www.ssb.com, sowie <http://www.cdfi.org/shorebk.html>) mit Zweiggründungen in fünf anderen Staaten (<http://www.sbk.com/affiliates.htm>) sowie in drei Entwicklungsländern die bekannteste ist. Andere wie die Community Capital Bank, New York liegen eher bei \$40 Mio Bilanzsumme. Die dritte Gruppe bilden Kreditvergabefonds, die in der Regel als Community Development Fonds, selten als Venture Capital (www.cdvcas.org) und auch als Microenterprise Loan Funds wie Working Capital (www.workingcapital.org), Accion (www.accion-ny.org) oder Womens Self Help of Chicago arbeiten. Entwicklungsgesellschaften wie Coastal Enterprise, Maine (www.ceimaine.org), die sich um die durch die Fangquoten arbeitslos gewordenen Fischer kümmern, sind eher die Ausnahme. Viele dieser Organisationen sind dadurch stabil, dass sie Kommunen oder Banken im Rücken haben, wobei gerade letztere den häufigen Personalwechsel, das Ringen um das Überleben und die Unstetigkeit der Ressourcen ihrer Partner beklagen. Daneben gibt es einige spezialisierte Beratungsgesellschaften und Trainingsgesellschaften wie das Woodstock Institute in Chicago (<http://www.woodstockinst.org>), der South Shore Bank Advisory Service, das Community Development Institute, die Neighbourhood Reinvestment Corporation (www.nw.org) die z.T. auch Außendarstellung und Organisation der Coalitions der CDFIs (www.cdfi.org) mittragen. Daneben gibt es die Koalition der Quartiersentwicklungsgesellschaften (www.ncrc.org), die teilweise die Finanzierungsinstitute mit umfassen.

Eine Kreditgenossenschaft ist in den USA im Gegensatz zu einer Bank leicht zu bilden, da zwar Professionalität, Mitgliederstamm, Eintragung etc. nicht aber Mindestkapital und Bankdirektoren erforderlich sind. Sie unterstehen einer speziellen federalen Kreditgenossenschaftsbehörde. Die Einlagen bei den Kreditgenossenschaft werden zudem noch bis \$100.000 von der Bundesregierung in Washington garantiert. Nachdem lange Jahre eine restriktive Zulassungspolitik betrieben wurde, werden solche Initiativen inzwischen gefördert. Drohen sie in Konkurs zu gehen, so kann es, wie in Brooklyn, passieren, dass sie 3 Jahre lang von der Aufsicht geführt werden, bevor sie nach Sanierung selbstständig weiterbetrieben werden können.

Keiner der im Wegweiser zu den CDFI²⁸⁹ aufgeführten 469 Institutionen machen Bankgeschäfte, bei denen herkömmliche Banken gerne tätig wären. Vielmehr arbeiten diese kleinen, zumeist gemeinnützigen, Organisationen in den Sektoren, aus denen sich die großen Banken zurückgezogen haben. Die großen Banken, auf die durch das spezielle Sozialrating Druck von der Bankenaufsicht ausgeübt wird, unterstützen die CDFIs durch Einlagen, Beratung, gemeinsame Projekte und das Sponsoring von Konferenzen und Bildungsmaßnahmen, wodurch sie sich wiederum Punkte im CRA-Rating verdienen können. Damit kann man u.U. ein ansonsten sozial diskriminierendes Portfolio ausgleichen.

Welche volkswirtschaftliche Bedeutung die CDFIs und der Fond haben, darüber herrscht jedoch keine Einigkeit. Die Nader-Organisation²⁹⁰ sieht in ihnen ein Feigenblatt für Großbanken und den fehlenden Mut des Staates, direkte Verpflichtungen für die Geschäftswelt zu normieren. Andere sehen in ihnen vor allem Volksbildungseinrich-

289 Dieser Wegweiser ist über die Homepage der Koalition zu bestellen www.cdfi.org.

290 Verbraucher- und Bürgerorganisationen, die nach dem Gründer, dem Anwalt Ralph Nader benannt werden. (siehe www.essentialinformation.org)

tungen, die die finanzielle Alphabetisierung betreiben, wieder andere sehen deren wichtigste Funktion darin, dass sie neue Produkte entwerfen, ausprobieren und soziales Wissen in den Finanzsektor einbringen, der sich nicht mehr mit Unmöglichkeit und Nichtwissen verteidigen kann. Ihre volkswirtschaftliche Bedeutung bei der Armutsbekämpfung ist eher gering. Ihre politische Beachtung in den USA dagegen sehr groß.

Die CDFIs messen ihre Wirkungen in output, outcome und impact. Neben dem Gewinn der Reichweite (output) und dem Gewinn (outcome) ist der impact, d.h. die Bedeutung für das Wohlergehen benachteiligter Quartiere das eigentlich neue Element im Bankgeschäft. Ihre günstige Kostenstruktur erzielen sie v.a. durch niedrigere Gehälter, Kooperation und dezentrale Lage. Die psychologischen Wirkungen ihrer Arbeit in den Armutsquartieren, wo sie den Menschen in den Stadtteilen wieder Hoffnung, Selbstbewusstsein und Handlungsfähigkeit vermitteln, wenn die vom Banksystem ausgeschlossenen dort wieder ein Girokonto, einen Kredit, ein Sparbuch oder ein Scheckbuch besitzen, sind enorm.

Die Qualität der Finanzdienstleistungen der CDFIs ist angesichts ihrer geringen Überwachung durch die Bankaufsicht, die mangelnde Professionalität der Angestellten sowie die Beschränkung auf kleinere Einheiten ohne Backoffice und Zugang zu Finanznetzwerken wohl eher schlecht. Aus der Sicht einer adäquaten Versorgung der Bevölkerung mit Finanzdienstleistungen würden sie wohl in Deutschland keine Berechtigung haben. Sie sind aber wichtige Bildungsinstitutionen im Bereich financial literacy, weil sie an Stelle der Trockenübungen in Schulen und in der Schuldnerberatung sowie des überbordenden Angebots an Broschüren und Aufklärungsmaterial den potenziell Betroffenen wieder Handlungs- und damit Lernmöglichkeiten mit den Finanzdienstleistungen selber einräumen. Insofern kann man die CDFIs als den wohl wichtigsten amerikanischen Beitrag zur Debatte um Financial Literacy ansehen. Ihre Volksbildungswirkung sowie ihr Innovationspotenzial gerade im Bankgeschäft mit ärmeren Schichten sollte auch in der Bankgesetzgebung überdacht werden.²⁹¹

Vor allem die Kooperation der CDFIs mit anderen Sozialorganisationen ist dabei ein wichtiges Potenzial dieser Organisationen.

So arbeitet die noch zu beschreibende PNFCU in Rochester mit den örtlichen Banken zusammen und nutzt deren Rat und Refinanzierung. Bei größeren Krediten mit höherem Risiko teilen sie sich den Kredit im Konsortium mit einer größeren Kreditgenossenschaft, die kein CDFI ist. In allen Entwicklungsprojekten werden Beratungs- und technische Hilfen von Stadtentwicklungsgesellschaften (Community Development Corporations) genutzt. Der Nationale Wohnungsdienst unterstützt die Hypothekenkreditvergabe durch flankierende Beratung. Auch die Stadt Rochester hat Geld bei ihr angelegt. Der örtliche Werberat hat das Marketing für sie unterstützt.

b. Financial Literacy durch einzelne CDFIs

(1) Bürgerorganisationen

Vor allem die großen Finanzdienstleister bevorzugen eine mittelbare Aktivität zur finanziellen Alphabetisierung, wenn sie die durch Spenden und staatliche Hilfen geförderten CDFIs unterstützen.

291 Dazu ausführlich Reifner, U. Credit by Non-Banks – The Regulation of Microcredit in the EU, Nomos: Baden-Baden 2002.

Chase Manhattan und der Microlender Accion, der aus Südamerika kommend für Latinos nicht nur in Brooklyn, New York arbeitet, haben eine Partnerschaft gebildet. Chase hat die Kreditsachbearbeiter von Accion geschult, und refinanziert die Kredite. Außerdem hat Chase ein Zweigstellenverzeichnis mit den Kundenadressen von Accion kartographiert. Die Chase Foundation unterstützt Accion ferner mit direkten Subventionen. Da ein großer Teil der Micro Kredite von Accion in Bargeld gegeben und zurückgezahlt werden, hat Chase ein Konto für die Rückzahlungen zur Verfügung gestellt, auf das alle Kreditnehmer von Accion einzahlen können, was in den USA keine Selbstverständlichkeit ist. Accion kann per Internet täglich abfragen, wer von den 400 Kreditnehmern in einer der Chase Filialen bezahlt hat. Während Chase das Back Office wahrnimmt, macht Accion das Marketing, den Abschluss der Verträge und die Schuldbeitreibung. Chase lernt dabei auch von Accion. Sie haben neben ihren Zweigstellen von der Zentrale aus arbeitende „Streetbanker“, eingesetzt, die die Leute vor Ort aufsuchen. Die generierten Kredite werden an die Community Development Abteilung verwiesen. Das gleiche gilt für die Verweisungen aus den Filialen, wo es besondere Bonuspunkte für die Generierung solcher Kredite gibt.

Das Community Development Technologies Center (CDTC) wendet sich mit einem Worker Income Security Program (WISP)²⁹² an Fabrikarbeiter mit niedrigen Gehältern und Angestellte von kleinen und mittleren Unternehmen in Gebieten mit niedrigem Einkommen. Sie können an einer Weiterbildung, die mit einem Sparprogramm gekoppelt ist, teilnehmen. Die Hälfte der Schulungszeit kann auf Kosten der Arbeitszeit genommen werden, die andere Hälfte fällt in die Freizeit. Die Arbeitgeber unterstützen das Programm, weil sie auch in der Arbeitsleistung ihrer Mitarbeiterinnen die positiven Wirkungen der Schulung erkennen. In dem Schulungsprogramm werden neben Themen Englisch als Fremdsprache oder Mathematik Workshops zu Financial literacy und – planning gehalten. Es sollen darin finanzielle Ziele erarbeitet und Möglichkeiten zum Sparen und Finanzieren gezeigt werden. Das Programm ist mit einem Individual Development Account (IDA) für die Teilnehmer verbunden. Das Projekt wird finanziell unterstützt von der California Stiftung, dem Los Angeles Handwerker Netzwerk, dem PUENTE Lernzentrum sowie dem Wertpapierhaus Merrill Lynch sowie anderen Finanzdienstleistern.

Das CDTC ist ferner mit einem College (Handelsschule) in einem Projektverbund. Ziel ist es, den Schülern in diesem Ghetto von LA eine Perspektive zu geben und über die Lehrer die Schüler und über die Schüler die Familien zu erreichen. Die Ford Foundation finanziert das finanzielle Bildungsprogramm.

Mit dem Wertpapierhaus Merrill Lynch wird ein IDA-Programm durchgeführt. Um in das Programm zu gelangen, muss man an einem Bildungsprogramm teilnehmen. Dies „Working Income Security Program“ wird über Arbeitgeber angeboten. Zur Zeit machen 5 Betriebe mit. Zwei mal die Woche wird im Betrieb eine Sitzung über 90 Minuten zur finanziellen Bildung angeboten. 45 Minuten davon steuert der Arbeitgeber bei, 45 Minuten sind aus der Freizeit der Arbeitnehmer. Die IDAs sind steuerbegünstigt. Die wesentliche Funktion wird darin gesehen: Hausbesitz anzusteuern, Selbstwertgefühl zu steigern, Bildung zu vermitteln, Investment zu fördern. Das „cash and carry folks“, also die Barzahler sollen mit Finanzdienstleistungen vertraut gemacht werden. Zielgruppen des IDA sind Familien mit Kindern, Frauen, (nicht aber junge Männer). Grenze für das IDA Programm \$12.000; pro Familie: \$28.000. Clinton will die Grenze bei \$50.000 ansetzen.

Ein weiteres Programm ist das achtwöchige „Budgeting und Credit Repair“ Programm, dass über Arbeitgeber angeboten wird. Die Bildungsveranstaltungen zum financial literacy werden beim Arbeitgeber durchgeführt, weil viele Arbeitnehmer an ihren privaten Finanzen scheitern und dies auch die Arbeit belastet. Besondere Probleme bereiten dabei die illegalen Einwanderer. Ihnen versperren die fehlenden Papiere den Weg zu den besseren Finanzdienstleistern (doppelte Identitätsprüfung), so dass sie für Kreditaufnahmen in die Schattenwirtschaft abgedrängt werden.

292 Community Development Technologies Center: Worker Income Security Program (WISP); 2433 South Grand Avenue, Los Angeles, CA 90007; Informationsfaltpropekt.

Im Mortgage Banker Programme werden zusammen mit Fannie Mae arbeitslose Jugendliche als Banker ausgebildet. Es ist ein gutes Berufsfeld für Minderheiten, da man im Rahmen des CRA Programms zunehmend Schwarze braucht. Außerdem kann man damit unterrichten und den unausgebildeten schlimmen Vermittlern entgegentreten. Allerdings gibt es auch Interessenunterschiede zu dem Refinanzierungshaus Fannie Mae will Banker andere möchten Community Developer.

Das National Community Reinvestment Coalition (NCRC)²⁹³ ist eine Dachorganisation von 700 lokalen Organisationen, die sich für einen Zugang zu Finanzdienstleistungen für unterversorgte Gruppen einsetzen. In diesem Zusammenhang bieten sie auch verschiedene Bildungsaktivitäten. So werden Multiplikatoren der Mitgliedsorganisationen aus- und weitergebildet, die regional Angebote zur Financial Literacy durchführen. Ferner werden Materialien bereitgestellt. Die Auswahl der richtigen Bank für die eigenen Bedürfnisse, Umgang mit Kreditkarten und elektronischem Zahlungsverkehr sind die Themen. Im Bereich des Kredit- und Schuldenmanagements werden sowohl grundlegende Fragen des Umgangs mit einem Budget als auch rechtliche Grundlagen erarbeitet. Rechtliche Aspekte, öffentliche Fördermöglichkeiten und Verhandlungsgeschick werden in den Materialien zur Vorbereitung auf den Eigenheimerwerb und die Selbständigkeit behandelt.

(2) Kreditgenossenschaften

Die Form der Kreditgenossenschaft hat besondere Bedeutung für das financial literacy erlangt. Während die Credit Unions insgesamt eher nach dem Muster der Pensionsfonds kreditwürdige Klienten eines Arbeitgebers zusammenfassen, sind einige kleinere Kreditgenossenschaften entstanden, die sich speziell der Hilfe für ärmere Bevölkerungskreise widmen. Sie gehören zu der Gruppe der Community Development Credit Unions (CDCUs)²⁹⁴, die sich aktiv um die Entwicklung benachteiligter Stadtteile kümmern und den über 1000 amerikanischen Bürgergruppen nahe stehen. Ihre Bemühungen im ethnischen Bereich zeichnen sich durch einen großen Ideenreichtum aus, wenngleich die praktischen Wirkungen wohl nicht zu hoch eingeschätzt werden sollten.

In Brooklyn wurde mit farbigen Jugendlichen eine Kreditgenossenschaft nur für Jugendliche unter 18 Jahren geschaffen. Die Genossenschaft wurde angemeldet und genehmigt. Die Jugendlichen brauchten lange, um zu begreifen, dass es wirklich „ihre“ Genossenschaft war. Das jüngste Mitglied der Genossenschaft ist drei Jahre alt. Die Genossenschaft sammelt die Spargroschen ein und wird dabei von der Kreditgenossenschaft der Erwachsenen überwacht und unterstützt. Ausleihen können die Jugendlichen einander nur das, was sie auch eingenommen haben. Sie lernen auf diese Weise zugleich, was Zinsen sind, wie sie ausgewiesen werden und worauf man beim Kredit achten muss. Spar- ebenso wie Kreditzwecke sind dabei der Kauf von Geschenken ebenso wie Fahrrad oder Kofferradio. Ein kleiner „Kreditsachbearbeiter“, erklärte seine Kreditvergabepolitik mit dem folgenden Satz: „Wenn meine Mitschüler Kredite für Geschenke aufnehmen, dann aber nur für Geschenke an die Mutter, nicht an die Freundin, weil diese Beziehung für die Rückzahlung nicht lange genug halten wird.“, Damit ist bereits das im Konsumentenkredit so wichtige Prinzip laufzeitkongruenter Finanzierung erkannt, bei dem es etwa beim PKW-Kredit darauf ankommt, dass das Auto nicht vor der Kredittilgung „verschwindet“.

Die Progressive Neighborhood Federal Credit Union in Rochester, New York, mit 1500 zu 80% farbigen Mitgliedern hat 400 Mitglieder unter 18 Jahren. Sie sieht in den Funktionen Sparen, Kredit und Mitgliedersparen einen Funktionskreis, der sich gegenseitig bedingt. Deshalb wird auch die volle Palette an Bankdienstleistungen angeboten. Sparkonten, Club-

293 <http://www.ncrc.org/finLit/finlitindex.html>.

294 Lewis, M., Cocciarelli, S., Melcher, J.: „Combating Poverty with Assisted Self-Help: Building Assets for Independence with America's Poor“ Final Report to the Michigan Family Independence Agency and the Michigan Legislature; Michigan: 1999.

Konten, Festgeld, Scheckeinzug, Überweisungsaufträge, Sparbriefe. Ihre Personalkredite nennt die Kreditgenossenschaft „Individuelle Entwicklungskredite“, um auf ihre produktive Funktion hinzuweisen. Als Zwecke sind dabei Wohnungseinrichtung, Auto, Schuldenbereinigung, Zahnarzt, Beerdigung, Reise zugelassen. Zum Aufbau einer Kreditgeschichte kann man auch wie anderswo hier aber zum halben Zinssatz sein „eigenes Geld leihen“. Die Zinssätze beim PKW-Kredit sind nach dem Alter des Autos gestaffelt. Bei \$1,5 Mio Kredit war die Ausfallrate zunächst 15%, wurde dann mit einer Ablehnungsquote von 60% auf 2% gesenkt und liegt auf Grund einer Abwägung zwischen sozial wünschenswerter Vergabe und tragbaren Kosten bei 50% und 3%.

Die Kreditgenossenschaft hat mit einem Lehrer eine Gruppe in einer Schule gebildet, wo die Kinder in einem gesonderten Klassenraum mit drei Computern und der entsprechenden Software ihre eigenen Konten verwalten. Dabei gibt es je nach Zustimmung der Eltern Einzelkonten, Mitzeichnungskonten und Gruppenkonten, die vor allem die Abwicklung der schulischen Ereignisse (Feste, Ausflüge etc) betreffen.

Die Kinder haben mit dem Lehrer eine eigene Werbebroschüre erarbeitet und werben unter den Mitschülerinnen, da sie erkannt haben, dass die Möglichkeiten mit einer größeren Mitgliederzahl steigen. 125 Schüler verfügen inzwischen über 8600 \$.

Die Kreditgenossenschaft hält zu den üblichen Fragen regelmäßige Workshops ab, wobei es darum geht, den Effektivzins, seinen eigenen Kreditwürdigkeitsstatus, der in den USA ein Mal pro Jahr automatisch zugänglich gemacht wird, zu verstehen. Lernziel ist es auch zu wissen, was bei Zahlungsschwierigkeiten zu machen ist.

Klare Aussagen ergeben sich auch aus der Zweckbindung der Kredite. Durch Kooperation mit der Katholischen Kirche als Bürgen gibt es einen günstigen Risikokredit für Personen, die nur ihre Arbeitsperspektive als Sicherheit anbieten können. Hier muss nachgewiesen werden, dass der Kredit einen unmittelbaren Bezug zur Arbeitskraft hat wie z.B. Kinderbetreuung oder PKW-Kredit, wenn dies für den Arbeitsweg notwendig ist.

Die PNCF bietet ferner das „Progressive Youth Credit Union Programm“²⁹⁵ an, ein Ausbildungsprogramm für Schüler, von der Vorschule bis zum Gymnasium. Die Schüler können an einer „Finanzakademie“ teilnehmen, nach deren Abschluss sie in einer Bankfiliale in der Schule mitarbeiten können. Diese Filiale wird von örtlichen Kreditgenossenschaften unterstützt, die die Schüler ebenfalls in Teilbereichen ausbilden. Die Lehrer beteiligen sich mit Unterrichtsteilen zum Bankwesen.

Viele der CDCUs bieten IDA-Programme an. Voraussetzung des Zugangs zum Sparen ist dabei die Teilnahme an Kursen zur Financial-Literacy. Dies schreckt auch einen großen Teil der Interessenten ab. Insoweit kommen nur diejenigen in den Genuss der Zuwendungen, die sich zu financial literacy Programmen verpflichten.²⁹⁶

In einer Studie zur Bewertung von IDA-Programmen wurden die Programme von 23 CDCU's in 16 Staaten untersucht. Nach diesen Programmen sollen die zur Teilnahme an Bildungsveranstaltungen verpflichteten Verbraucher

- zu langfristigem Denken und finanziellem Planen angehalten werden,
- Zugang zu Finanzinstituten bekommen und Erfahrungen und Vertrauen gewinnen sowie
- zum Sparen motiviert werden.

295 Adler, D.: Kids Learn Financial ABC's at High School CU. In: Connection, Fall 1999, S. 12-13

296 „Combating Poverty with Assisted Self-Help: Building Assets for Independence with America's Poor“ Final Report to the Michigan Family Independence Agency and the Michigan Legislature by Maryellen Lewis, Susan Cocciarelli, John Melcher; Michigan 1999

In einem Programm waren 168 Teilnehmer zur Einführungsveranstaltung gekommen. 74 nahmen dann vor allem wegen der Anzahl der zu besuchenden Pflichtkurse am Programm nicht teil, so dass 94 Teilnehmer übrig blieben. 73 davon antworteten nach Abschluss des Kurses in einer Befragung durch das Women's Opportunities Resource Center.

- 46 nannten den Erwerb oder die Reparatur eines Hauses als häufigstes Sparziel
- 41% der Befragten gaben den Kursen die beste Note und 45% die zweitbeste Benotung. Die durchgeführten Schulungen wurden in den Kategorien Qualität der Information, Gruppenzusammensetzung, Materialien, Präsentation, Austausch und Diskussion durchweg sehr positiv bewertet.
- Auf die Frage, was an dem Programm am besten gefallen hat, wurden die erhaltenen Informationen höher bewertet, als die finanziellen Zuschüsse.
- Für 35 (von 73) Personen waren die vermittelten Informationen neu.

(3) Community Development Banks

Auf Grund der niedrigen Zulassungsschwellen für Banken und Finanzinstitute in den USA haben sich auch eine Reihe von Banken gegründet, die sich speziell der Armutsbekämpfung verschrieben haben. Die Community Banks (Stadtteilkassen) haben in den USA eine lange Tradition und machen einen großen Teil der ca. 11.000 selbstständigen Banken dort aus.²⁹⁷ Die meisten von ihnen sind aber dem Mittelstand verpflichtet und daher im financial literacy nicht aktiv. Daher sind diese Banken, die mit dem Community Banker eine eigene Zeitschrift herausgeben, auch nicht der eigentliche Namensgeber für die Community Development Banks. Vielmehr schließen sie sich an die Community Development Bewegung an, die ihren Sitz in Chicago mit der National Coalition for Community Development hat und in einem eigenen federalen Gesetz die Förderung ihrer Organisationen und Projekte durchgesetzt hat.

Die weltweit bekannteste Community Development Bank ist wohl die South Shore Bank in Chicago, die inzwischen in einer Vielzahl anderer Einzelstaaten der USA ebenso wie auch in Polen aktiv ist. Ihr einzigartiges Entwicklungskonzept ist bereits häufig beschrieben worden,²⁹⁸ deren Erfolg vor allem auf der Kooperation einer Bank mit sozialen Organisationen beruht, wodurch die Geschäftsfelder von Erziehung, Bildung, Stadtentwicklung und Banking nicht verwischt und jedes einzelne Prinzip seine eigene Qualifikation erweisen muss. Dadurch wird vermieden, dass eine schlechte Bank auf ihre guten Erfolge in financial literacy verweist und ein schlechter Bildungsträger sich damit brüsten kann, dass er ja auch noch das banking betreibt. Nachdenklich sollte allerdings stimmen, dass die South Shore Bank sich insgesamt in der financial literacy Kampagne in den USA sehr zurückhält und sich im wesentlichen darauf beschränkt, steuerbegünstigte IDAs anzubieten und dieses Angebot mit einer kostenlosen Hilfe bei

297 Vgl. im einzelnen. Reifner, U. Community Banking und Regionalprinzip – Ein deutsch-amerikanischer Vergleich, in Bundesverband deutscher Stiftungen e.V. (Hrsg.) Sparkassenstiftungen, Bd. 5 Berlin 2001, S.45 – 52; Reifner, Udo/Evers, Jan /Siebert, Diana, Community Reinvestment – Eine amerikanische Besonderheit für den deutschen Banken- und Sparkassenmarkt? Schriften des Institut Für Finanzdienstleistungen e.V. Bd. 1 Nomos: Baden-Baden 1998 (108 S.).

298 Dazu Shapiro, J. in: Reifner, U./Ford, J. (eds), Banking for People, Vol. 1 Social Banking and New Poverty, Vol.2 Unemployment and Consumer Debts, de Gruyter: Berlin New York 1992.

der Steuererklärung zu verbinden. Werbung für das Konto und Beratung sind dadurch integriert.

Die Community Capital Bank in Brooklyn sieht in ihrer Geschäftspolitik eine finanzielle Bildung. Sie legt Wert darauf, dass ihre Kunden verstehen, dass man Kredit pünktlich zurückzahlen muss und dass sie von Anfang an z.B. den Unterschied zwischen der Sicherheit und dem Kredit begreifen. Kreditfähigkeit ist das Ziel der Bank. Man muss eine klare Kreditvergabepolitik nach außen dokumentieren, der Prozess muss einfach, klar und durchsichtig sein, der Prozess der Schuldenbeitreibung sollte bestimmt aber persönlich und nicht formalisiert sein.

Auch bei den Existenzgründerfonds dominiert der Lernbeitrag. 70% des Budgets des Northeast Entrepreneur Fund, Inc. (www.entrepreneur-mn.org) wird dafür verwendet, dass der Gründer intellektuell gut vorbereitet ist, 30% dienen der Kreditvergabe. Selbstbestimmung in finanziellen Entscheidungen ist das wichtigste Ziel.

4. Zusammenfassung

In den USA hat sich die finanzielle Alphabetisierung (financial literacy) als Mittel zur Bekämpfung von Armut und Überschuldung von der allgemeinen ökonomischen und finanziellen Bildung abgespalten zu einem eigenständigen und den Bereich der ökonomischen Allgemeinbildung bereits dominierenden Sektor entwickelt.

Ausgehend von den alarmierenden Zahlen der Überschuldung und des Verbraucherbankrotts, dem zunehmenden Ausschluss ärmerer Bevölkerungsschichten aus dem Finanzdienstleistungssystem und der damit verbundenen Armutsspirale einer prozeduralen Armut wird der Bildung gerade der Afro- und Latinoamerikaner ein wichtiger Stellenwert eingeräumt.

So soll in Zukunft eine begrenzte finanzielle Bildung für Personen, die die Schuldbefreiung über das Verbraucherinsolvenzverfahren in Anspruch nehmen wollen, zur Voraussetzung gemacht werden.

Ideologisch geht es dabei im wesentlichen um die Förderung des Gedankens der Sparsamkeit und des Spargedankens, wie er mit den Individual Development Accounts, einer Art vermögenswirksamen Sparens, propagiert wird. Allerdings steht auch hier der Kredit im Vordergrund, da im Ratensparen ein Mittel zur Einübung der kontinuierlichen Kreditrückzahlung gesehen wird. Vor allem die Anbieterseite unterstützt diese Sichtweise mit entsprechendem Bildungsmaterial für Schulen und gemeinnützigen Einrichtungen. Demgegenüber beziehen staatlich beeinflusste Institutionen der Finanzdienstleistungsaufsicht und -steuerung auch eine kritische Evaluation bestehender Finanzdienstleistungsangebote mit ein und informieren über die Verbraucherrechte.

Einen besonderen Stellenwert nehmen die Community Development Financial Institutions ein, die als speziell für die Kreditvergabe in prekären Stadtteilen entwickelte Einrichtungen wie Community Development Banken oder Kreditgenossenschaften oder Vereine das learning by doing praktizieren. Hier werden Bankprodukte wieder zugänglich gemacht, wobei der eigentliche Wert dieser Versuche darin besteht, dass dieser neue Zugang mit erheblichen Bildungsanstrengungen und persönlicher Betreuung verbunden ist. Sie stellen eine Art „Fahrschule des Finanzdienstleistungssystems“ dar.

Der Umfang der Bemühungen von Staat, Banken und Bürgerbewegung sollte jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Grundprobleme der Verarmung, inadäquates Einkommen, keine soziale Absicherung und mangelnder Zugang zu primären Finanz-

dienstleistungen zu diskriminierungsfreien Konditionen dabei nicht nur nicht thematisiert sondern in gewisser Weise auch erträglicher gestaltet und in der öffentlichen Diskussion überdeckt wird. Da die Erfolge der vielfältigen Bemühungen zur Integration der unteren Einkommensschichten ins Finanzdienstleistungssystem gegenüber der Zunahme des Ausschlusses und relativer Verarmung relativ gering sind, kann eine Nachahmung dieser Politik innerhalb europäischer Verhältnisse nur mit großer Vorsicht und sehr selektiv erfolgen.

Dabei sollten aber die vielen auf Grund relativ offener gesetzlicher Strukturen möglichen Modelle sorgfältig ausgewertet werden, da auch im financial literacy der Satz gilt, dass die amerikanische Gesellschaft ein „laboratory of democracy“ ist.

F. Modelle zur Finanziellen Bildung

Das vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend geförderte Projekt „Finanzielle Allgemeinbildung“ im Rahmen der „Entwicklung eines Maßnahmenkonzepts zur Armutsprophylaxe (1999-2001)“ hat in seiner ersten Forschungs- und Entwicklungsphase, in der in- und ausländische Erfahrungen der finanziellen Allgemeinbildung („financial literacy“) ausgewertet wurden, ein Konzept entwickelt, um die finanzielle Allgemeinbildung gerade der von Armut bedrohten Schichten zu erhöhen. In der zweiten Phase soll mit ausgewählten Partnern dieser Ansatz in die Praxis übertragen werden.²⁹⁹

Der Tendenz, Verarmung allein durch Verstehen und Beherrschen des eigenen Budgets durch die Betroffenen zu begegnen und dabei die Finanzdienstleistungen in ihren Anforderungen und Auswirkungen als gegeben vorzusetzen wurde ein kritischerer Bildungsansatz entgegengestellt, der die Erfahrungen des IFF aus 15jähriger Begutachtung von Finanzdienstleistungsproblemen von Verbrauchern, Baufinanzierern und Existenzgründern berücksichtigt. Ein Bildungsprogramm darf nicht einseitig, unabhängig von Problemsituationen und konkretem Nutzen der Informationen nach Anpassung streben, sondern muss zugleich auch Veränderungspotenzial für die Angebote selber bereitstellen.

Daher wurde ein Lernkonzept entwickelt, das finanzielle Allgemeinbildung als die Summe aus Wissen über Geld, Verständnis von Finanzdienstleistungen und sozialer Kompetenz zum Verhalten gegenüber Banken und Versicherungen begreift, kritische Distanz zu den Angeboten bewahrt und das Potenzial an Rückwirkung auf das System („voice“) fördert und erhält.

Für die im Ausgangsprojekt bereits geplante zweiten Phase zur praktischen Umsetzung der Erkenntnisse wurden daher Lernorte definiert, aufgesucht und zur Kooperation bewegt, in denen Wissen über das eigene Budget, seine Beziehung zu Finanzdienstleistungen sowie über deren Produkte selber bereits Gegenstand der Wissensnachfrage und Wissensvermittlung gerade in dieser Schicht sind. Neben den klassischen Bildungsanbietern wie der Schule spielen dabei vor allem Beratungseinrichtungen als Informationsagenturen mit konkretem Nutzwert eine wichtige Rolle. Ihr häufig fallbezogener

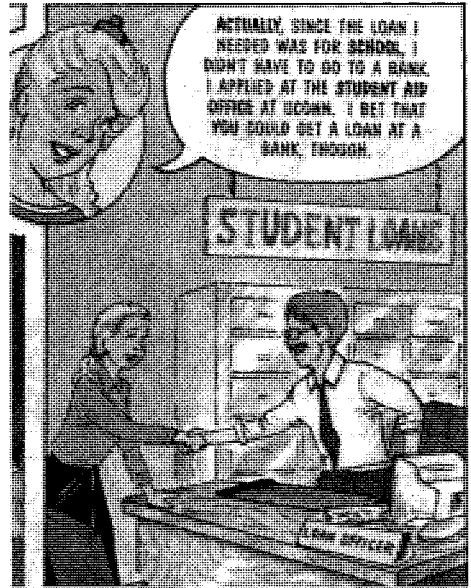


Abbildung 15: Ausbildungsdarlehen in den USA

²⁹⁹ Diese Pilotphase, die auf 18 Monate Dauer angelegt ist, hat im Mai 2002 begonnen.