

Thomas Retzmann  
(Hrsg.)

# Finanzielle Bildung in der Schule

**Mündige Verbraucher durch ökonomische Bildung**



**WOCHEN  
SCHAU**  
WISSENSCHAFT

**degöb**

Thomas Retzmann (Hrsg.)

# Finanzielle Bildung in der Schule

Mündige Verbraucher durch Konsumentenbildung

Herausgegeben im Auftrag der  
Deutschen Gesellschaft für ökonomische Bildung



**WOCHEN  
SCHAU  
WISSENSCHAFT**

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Die Veröffentlichung wurde finanziell gefördert durch die  
Wissenschaftsförderung der Sparkassen-Finanzgruppe e. V.

© by WOCHENSCHAU Verlag  
Schwalbach/Ts. 2011

**[www.wochenschau-verlag.de](http://www.wochenschau-verlag.de)**

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieses Buches darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie oder in einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet werden.

Umschlaggestaltung: Ohi-Design  
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier  
Gesamtherstellung: Wochenschau Verlag  
ISBN 978-3-8974657-0

# Inhalt

*Retzmann, Thomas*

Einführung in die Thematik: Finanzielle Allgemeinbildung im Defizit –  
Eine Herausforderung für die ökonomische Bildung! ..... 5

*Reifner, Udo*

Finanzielle Allgemeinbildung und ökonomische Bildung ..... 9

*Piorkowsky, Michael-Burkhard*

Gute Praxis – schlechte Praxis in finanzieller Allgemeinbildung ..... 31

*Remmele, Bernd*

Wie soll man Geld und Renditeerwartungen unterrichten?  
Die Finanzkrise als Herausforderung für die finanzielle Bildung ..... 47

*Hippe, Thorsten*

Lernen in der Grauzone zwischen Bildung und Werbung?  
Zur Notwendigkeit einer kritischen Finanzbildung ..... 61

*Loerwald, Dirk/Retzmann, Thomas*

Falschberatung durch Banken als Gegenstand des Ökonomieunterrichts?  
Eine wirtschaftsdidaktische Analyse in Anbetracht der Finanzkrise ..... 77

*Liening, Andreas/Mittelstädt, Ewald*

Börsen-Planspiele – Leuchttürme oder Irrlichter der  
Finanziellen Allgemeinbildung? ..... 99

*Heine, Bettina*

Vom Haushaltsplan zum Unternehmer in eigener Sache ..... 115

*Wiepcke, Claudia*

Kontroversen einer geschlechtersensiblen Finanziellen Allgemeinbildung ..... 127

*Macha, Klaas/Schubert, Michael*

Financial Literacy von angehenden Lehrerinnen und Lehrern ..... 143

*Steffens, Heiko*

Trends, Praxis und Politik zur Förderung der Verbraucherbildung  
aus Sicht der OECD ..... 159

*Birke, Franziska/Seeber, Günther*

Kompetenzerwartungen an den Konsumenten in der Marktwirtschaft ..... 171

*Hedtke, Reinhold*

Wer hat Angst vor der BWL? Was die Konsumentenbildung von der  
Betriebswirtschaftslehre lernen kann..... 185

*Geise, Wolfgang*

Kaufentscheidungsstile von Konsumenten..... 203

*Adam, Thomas/Ohl-Loff, Astrid*

Super-, Floh- und andere Märkte – Kinder als Verbraucher  
in der Marktwirtschaft..... 219

Autorinnen und Autoren ..... 241

## Einführung in die Thematik: Finanzielle Allgemeinbildung im Defizit – Eine Herausforderung für die ökonomische Bildung!

Um die finanzielle Allgemeinbildung ist es in der deutschen Bevölkerung schlecht bestellt – zu diesem Resultat kommen *alle* empirischen Studien nahezu einmütig. Zuletzt wurde die Finanzkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener im Auftrag von MetallRente – das Versorgungswerk der Metall- und Elektroindustrie – präzise vermessen. Man befragte dazu bundesweit 2.500 Menschen im Alter von 17 bis 27 Jahren. Auf eine kurze Formel gebracht lautet die Diagnose: Überforderung bei der Altersvorsorge, Verunsicherung durch die Finanzkrise und Selbstüberschätzung bezüglich der eigenen Finanzkompetenz. Der Jugendforscher Klaus Hurrelmann, der die Studie leitete, kommentiert die Ergebnisse als „sehr ernüchternd und beunruhigend“ für Gesellschaft und Politik. Es mangle *nicht* an der Bereitschaft, sondern an der Fähigkeit der Jugend zur privaten Altersvorsorge. Die meisten durchschauten die komplizierten Regeln des Systems der privaten Altersvorsorge nicht. Bemerkenswert sei auch die Diskrepanz zwischen vermeintlichem und faktischem Wissen: Viele Jugendliche glauben, gute bis sehr gute Kenntnisse in Finanzfragen zu haben. Die Tests bestätigten diese Selbsteinschätzung nicht – eine gefährliche Selbstüberschätzung, die hohe finanzielle Risiken birgt.

Die Ergebnisse dieser Studie können nicht wirklich überraschen. Wer mit der Materie der *finanziellen* Allgemeinbildung und der *ökonomischen* Verbraucherbildung vertraut ist, weiß seit langem um die nun erneut mit wissenschaftlicher Akribie und Objektivität vermessenen Defizite im deklarativen und prozeduralen Wissen. Eine Ursache dafür ist, dass die ökonomische Bildung im bundesdeutschen Schulwesen viel zu lange eine randständige Existenz fristete. So sehen es auch die Autoren und Leiter der Studie. Sie beklagen, dass Schule bis dato überwiegend ein „wirtschaftsfreier Raum“ sei, und fordern, dass die Themen „Wirtschaft und Finanzen“ in der Schule eine bedeutendere Rolle spielen sollten. Dafür setzt sich die *Deutsche Gesellschaft für ökonomische Bildung* seit ihrer Gründung nachhaltig und mit aller Kraft ein. Erfreulicherweise fordert der emeritierte Bielefelder Soziologe Klaus Hurrelmann wiederholt „Ökonomie als reguläres Schulfach“ einzuführen.

Ökonomische und finanzielle Bildung sind für die Urheber und Autoren der Studie lediglich die konsequente Schlussfolgerung aus den erzielten Ergebnissen, nicht dagegen der Mittelpunkt. Das ist vielmehr die Besonderheit des vorliegenden Bandes.

Die *Deutsche Gesellschaft für ökonomische Bildung* veranstaltete ihre Jahrestagung im März 2010 unter dem Rahmenthema „Finanzkompetenz und ökonomische Verbraucherbildung“. Mitglieder wie auch Gastreferenten skizzierten und problematisierten die ökonomische Verbraucherbildung im Allgemeinen und die Entwicklung von Finanzkompetenz im Speziellen – beides Kernbereiche ökonomischer Bildung. Viele Beiträge entstanden – den aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen Rechnung tragend – unter dem Eindruck der gegenwärtigen Finanz- und Wirtschaftskrise. Welche Schlussfolgerungen sind daraus für die ökonomische Bildung zu ziehen? Muss ökonomische Bildung neu gedacht werden?

Der vorliegende Band wird eröffnet mit dem Beitrag von *Udo Reifner*, der fordert, dass die finanzielle Bildung des Geldanlegers und Kreditnehmers nicht aus einer defensiven Position heraus betrieben werden sollte und auch nicht die alleinige Antwort auf die Anforderungen des Finanzmarktes sein sollte, dass es vielmehr darüber hinaus eines wirksamen Anlegerschutzes bedürfe. *Michael-Burkhard Piorkowsky* evaluiert vorhandene Angebote zur finanziellen Bildung. Seine ernüchternde Bilanz belegt, wie notwendig die fachdidaktische Fundierung von Bildungsangeboten ist, die von den folgenden Beiträgen geleistet wird. Mal geschieht dies prinzipiell und grundlagenkritisch, wie in den Beiträgen von *Bernd Remmele* und *Thorsten Hippe*, die sich mit den Zielen der finanziellen Allgemeinbildung in Anbetracht der Finanzkrise auseinandersetzen. Mal geschieht dies exemplarisch und konkret wie bei *Dirk Loerwald* und *Thomas Retzmann* sowie bei *Andreas Liening* und *Ewald Mittelstädt*, die die Falschberatung in Banken bzw. das Planspiel Börse unter die fachdidaktische Lupe legen. Anschließend skizziert *Bettina Heine* ein gut fundiertes Beispiel aus der Bildungspraxis. Für eine geschlechtersensible finanzielle Allgemeinbildung argumentiert *Claudia Wiepcke*, die Fachkompetenz der Lehrenden fokussiert der – im Ergebnis hoffnungsvoll stimmende – empirische Beitrag von *Klaas Macha* und *Michael Schuhen*.

Ähnlich verhält es sich mit den Beiträgen zur ökonomischen Verbraucherbildung. Nachdem *Heiko Steffens* aufzeigt, dass die ökonomische Verbraucherbildung national und international zu wenig machtvolle Fürsprecher hat, ermitteln *Franziska Birke* und *Günther Seeber* die Kompetenzerwartungen, die sich mündigen Verbrauchern in der Marktwirtschaft stellen und spiegeln diese an einem elaborierten Kompetenzmodell für die ökonomische Bildung. Während *Reinhold Hedtke* noch die Relevanz der Betriebswirtschaftslehre für

die Konsumentenbildung reklamiert, gibt *Wolfgang Geise* bereits ein Beispiel, wie die empirischen Ergebnisse der Marketingforschung im Einzelhandel für die verbraucherorientierte ökonomische Bildung genutzt werden können. Der Reigen der Beiträge zur ökonomischen Verbraucherbildung schließt mit einem unterrichtspraktischen Beispiel von *Thomas Adam* und *Astrid Ohl-Loff* für den Sachunterricht.

In Summe zeigen die in diesem Band versammelten Beiträge auf, dass *ökonomische Bildung* einen unverzichtbaren Beitrag zur Verbraucherbildung im Allgemeinen und zur finanziellen Bildung im Besonderen leistet, wenn sie dabei der Leitidee des *mündigen Verbrauchers* und des *mündigen Wirtschaftsbürgers* folgt, um Schülerinnen und Schüler zu einer reflektierten, selbstbestimmten und verantwortungsvollen Teilnahme am Marktgeschehen zu befähigen. Möge dieser Band zu der allseits für notwendig befundenen Stärkung der ökonomischen Bildung beitragen, indem er aufs Neue zeigt, welche Bildungspotenziale diese Domäne beinhaltet.

Mein Dank gilt Frau Sigrid Janetzki und Frau Petra Sabath, die die eingereichten Manuskripte bis zur Druckreife weiterverarbeitet haben.  
Essen, im Juli 2010

*Thomas Retzmann*