

Kurzfassung

# **Forschungswerkstatt Ökonomische Grundbildung**

Los 1: Zielgruppenanalyse

Auftraggeber:  
Bundesministerium für  
Bildung und Forschung

Ansprechpartner:  
Dr. Iris Pfeiffer  
Andreas Heimer

Mitarbeiterinnen:  
Claudia Münch  
Melanie Henkel  
Katrin Schulze

Berlin, 30.11.2011

## **Das Unternehmen im Überblick**

### **Geschäftsführer**

Christian Böllhoff

### **Präsident des Verwaltungsrates**

Gunter Blickle

Berlin HRB 87447 B

### **Rechtsform**

Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht

### **Gründungsjahr**

1959

### **Tätigkeit**

Prognos berät europaweit Entscheidungsträger in Wirtschaft und Politik. Auf Basis neutraler Analysen und fundierter Prognosen werden praxisnahe Entscheidungsgrundlagen und Zukunftsstrategien für Unternehmen, öffentliche Auftraggeber und internationale Organisationen entwickelt.

### **Arbeitssprachen**

Deutsch, Englisch, Französisch

### **Hauptsitz**

Prognos AG

Henric Petri-Str. 9

CH - 4010 Basel

Telefon +41 61 32 73-200

Telefax +41 61 32 73-300

info@prognos.com

### **Weitere Standorte**

Prognos AG

Goethestr. 85

D - 10623 Berlin

Telefon +49 30 520059-200

Telefax +49 30 520059-201

Prognos AG

Schwanenmarkt 21

D - 40213 Düsseldorf

Telefon +49 211 887-3131

Telefax +49 211 887-3141

Prognos AG

Sonnenstr. 14

D - 80331 München

Telefon +49 89 515146-170

Telefax +49 89 515146-171

Prognos AG

Wilhelm-Herbst-Str. 5

D - 28359 Bremen

Telefon +49 421 2015-784

Telefax +49 421 2015-789

Prognos AG

Square de Meeûs 37, 4. Etage

B - 1000 Brüssel

Telefon +32 2 791-7734

Telefax +32 2 791-7900

Prognos AG

Friedrichstr. 15

D - 70174 Stuttgart

Telefon +49 711 49039-745

Telefax +49 711 49039-640

### **Internet**

www.prognos.com

## 0 Zusammenfassung

### Arbeitsauftrag und Vorgehen

Der vorliegende Bericht fasst die im Rahmen der „Forschungswerkstatt Ökonomische Grundbildung“ erarbeiteten Ergebnisse von „Los 1: Zielgruppenanalyse“ zusammen. Die Ergebnisse basieren auf unterschiedlichen empirischen Vorgehensweisen, die im Folgenden kurz skizziert werden. Anschließend werden die Ergebnisse anhand der forschungsleitenden Fragestellungen dargestellt. Der Bericht schließt mit einem Ausblick auf den weiteren Forschungsbedarf und Empfehlungen an das BMBF ab.

### Vorgehen

Um die skizzierten Überlegungen zu prüfen, wurden die folgenden Forschungsfragen bearbeitet:

- 1) Was sind Kriterien, anhand derer ein Bedarf an ÖGBE abgeleitet werden kann?
- 2) Wie lassen sich Zielgruppen für ÖGBE beschreiben und wie groß sind sie?
- 3) Wie passen Angebote der ÖGBE zu den Bedürfnissen der Zielgruppe?
- 4) Welche Unterstützungsangebote werden aktiv aufgesucht, wenn konkreter Bildungs- oder Beratungsbedarf vorliegt?
- 5) Wie zufrieden sind die Personen mit den genutzten Angeboten?
- 6) Was sind die Hürden bei der Inanspruchnahme von Angeboten zur ÖGBE?
- 7) Wie wird die Zielgruppe erreicht?

Aus der Beantwortung der dargestellten Fragen sollten begründete Vorschläge abgeleitet werden, für welche Zielgruppen besonderer Handlungsbedarf besteht und welche (Forschungs-)Fragen im Hinblick auf diese Gruppen zu klären sind.

Mit dem Vorgehen werden Themen und Fragestellungen angerissen, sie können jedoch nicht abschließend und in die Tiefe beantwortet werden. Auf Basis der Analysen werden weitere Forschungsbedarfe aufgezeigt und Empfehlungen für die Gestaltung eines Förderschwerpunktes getroffen.

Neben einer Auswertung der nationalen und internationalen Literatur wurden Expertenbefragungen in Form von Fachgesprächen sowie einer schriftlichen Befragung von Anbietern ökonomischer Grundbildungsangebote durchgeführt. Eine sekundärstatistische

Auswertung von Paneldaten zeigt auf, welche Erkenntnisse auf Basis verfügbarer Datensätze zum Thema generiert werden können. Nutzerinnen und Nutzer von Angeboten ökonomischer Grundbildung wurden im Rahmen von Interviews / Gruppendiskussionen einbezogen. Abschließend wurde eine bevölkerungsrepräsentative CATI-Befragung durchgeführt.

### **Bestandsaufnahme und Vorüberlegungen**

In einem ersten Schritt wurde die aktuelle Literatur im Themenfeld auf Grundlage der forschungsleitenden Fragestellungen ausgewertet. Im Vordergrund standen insbesondere Fragen nach Kriterien zur Bedarfsfeststellung für ökonomische Grundbildung sowie die Identifikation von Zielgruppen für ökonomische Grundbildung.

Experten und Expertinnen sind sich einig, dass solide ökonomische Grundkenntnisse Voraussetzung für die „selbstbestimmte und zielführende Beteiligung am modernen (Wirtschafts-)Leben“<sup>1</sup> sind. Einen zunehmenden Bedarf an ökonomischer Grundbildung attestieren alle Autoren aufgrund der sich ändernden gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der damit einhergehenden erhöhten Eigenverantwortung bei der privaten Vorsorge sowie der zunehmenden Komplexität und Vielfalt von finanziellen Produkten und Dienstleistungen.

In allen Beiträgen – unabhängig von der Begrifflichkeit, der konkreten Thematik (Altersvorsorge, Kreditwesen/ Schuldenmanagement, Verbraucherrechte, etc.) und Zielgruppe – wird folglich die Notwendigkeit beschrieben, den Zielgruppen Wissen zu vermitteln und bei ihnen Fähigkeiten herauszubilden, die einerseits eine selbstständige und kritische Informationsbeschaffung und -verarbeitung sowie andererseits einen kompetenten Umgang mit Geld- und Finanzfragen ermöglichen.

Ein Bedarf an ökonomischer Grundbildung entsteht immer dann, wenn die verfügbaren Ressourcen der Person nicht ausreichen, um ökonomische Herausforderungen, die im Zusammenhang mit unterschiedlichsten Lebensereignissen auftreten, zu bewältigen. Zentrale Ressource zur Bewältigung ökonomischer Herausforderungen ist die eigene ökonomische Kompetenz. Wer über ausreichende ökonomische Bildung verfügt, weiß, wie Wissenslücken geschlossen werden können, und wer mit angemessener Risikobereitschaft agiert, erfüllt wesentliche Voraussetzungen im Umgang mit ökonomischen Fragestellungen.

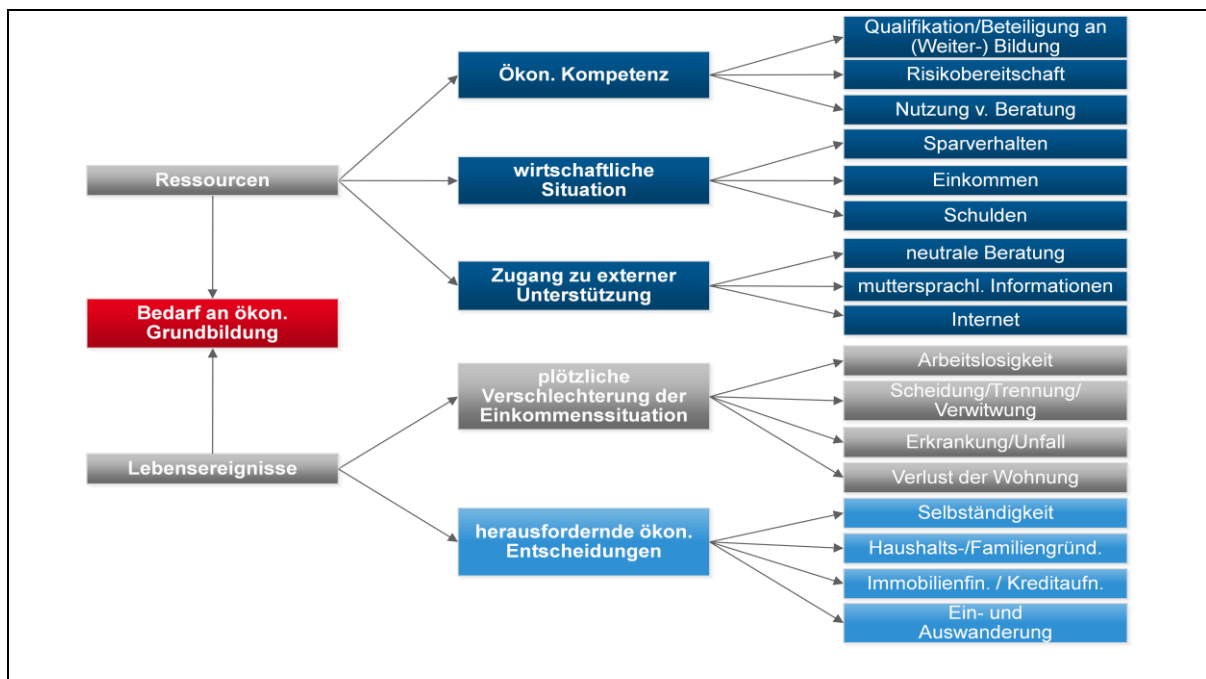
Fehlende Kompetenzen können durch externe Beratung / Unterstützung oder ausreichende finanzielle Ressourcen kompensiert

---

<sup>1</sup> Hummelsheim, S. (2010): Ökonomische Grundbildung tut not. Deutsches Institut für Erwachsenenbildung, S. 2.

werden. Eine solide wirtschaftliche Lage kann z.B. ökonomische Fehlentscheidungen ausgleichen. Unzureichende Kompetenzen haben zwar negative ökonomische Auswirkungen, sind jedoch nicht existenzbedrohend. Umgekehrt können Personen, die zwar über ökonomische Bildung verfügen, ihre Interessen möglicherweise nicht umsetzen, weil sprachliche Hürden zu groß sind, wie das für Bevölkerungsgruppen mit Migrationshintergrund zum Teil der Fall ist.

Abbildung 0-1: Entstehungsbedingungen für ökonomischen Grundbildungsbedarf



Quelle: Prognos AG, 2011.

Zahlreiche Lebensereignisse gehen mit ökonomischen Herausforderungen einher, wodurch neue Anforderungen an die persönlichen Kompetenzen entstehen, die antizipiert und bewältigt werden müssen, jedoch nicht zwangsläufig negativ auf die ökonomische Lage wirken (z.B. Familiengründung, Auswanderung oder Existenzgründung). Besondere Bedeutung erhalten ökonomische Entscheidungen dann, wenn es zu einer plötzlichen Verschlechterung der Einkommenssituation kommt. Erst wenn die weiteren Kompensationsmöglichkeiten nicht ausreichen, um das ökonomische Risiko zu bewältigen, kann von defizitären Ressourcen ausgegangen werden und ein Handlungsbedarf wird objektiv sichtbar.

**Was sind Kriterien, anhand derer ein Bedarf an ÖGBE abgeleitet werden kann?**

Ein spezifischer Bedarf an ökonomischer Grundbildung entsteht einerseits aus einem subjektiv wahrgenommen Bedürfnis heraus. Andererseits stellen objektiv feststellbare Veränderungen ökonomischer

mischer Rahmenbedingungen für den Einzelnen Auslöser für eine Nachfrage nach entsprechenden Informations-, Bildungs- und Beratungsangeboten dar.

### 1. Objektiver Bedarf

Gesellschaftlicher oder politischer Handlungsbedarf zur Verbesserung der ökonomischen Grundbildung in der Bevölkerung besteht einerseits zur Prävention wirtschaftlicher Notlagen, andererseits als Reaktion auf Miss- und Mangelzustände zum Beispiel dann, wenn die Veränderungen ökonomischer Rahmenbedingungen für Individuen oder Bevölkerungsgruppen existentiell bedrohend werden.

- 13% der befragten Erwachsenen im *ALLBUS* bewerten ihre wirtschaftliche Situation als schlecht; dies entspricht ca. 8,9 Mio. Personen auf Bundesebene.
- *PASS* zeigt: Etwa  $\frac{3}{4}$  der Haushalte mit einem Netto-Einkommen von unter 900 € /Monat können nicht sparen. 44% dieser Haushalte können unerwartete Ausgaben nicht selbst bezahlen. Dies entspricht etwa 2,18 Mio. Haushalten. Bei Alleinerziehenden ist der Anteil der ‚Nichtsparer‘ (Personen, die monatlich nicht sparen) mit 65% besonders hoch; in absoluten Zahlen entspricht das 0,96 Mio. Haushalten.
- Die *EVS* gibt u.a. Auskunft darüber, dass rund 8 Mio. Haushalte laufende Konsumentenkredite bedienen müssen. Über 600.000 davon verfügen über ein Einkommen von weniger als 900 Euro im Monat.
- Der Datensatz *SAVE* informiert, dass über ein Drittel aller Haushalte (ca. 15 Mio.) nicht mit Externen (Privatkontakte oder professionelle Angebote) über finanzielle Themen spricht.

Auf Basis dieser Analysen kann eine Näherung an objektive Bildungsbedarfe erfolgen, da mit den beschriebenen Situationen ein erhöhtes wirtschaftliches Risiko einher geht.

Ökonomischer Bildungsbedarf entsteht des Weiteren, wenn Veränderungen der Lebenslage mit ökonomischen Herausforderungen einhergehen. Diese sind nicht zwangsläufig existenzbedrohend, beinhalten aber zumeist ein ökonomisches Risiko. In der durchgeführten Befragung hatte die deutliche Mehrheit (88%) mit mindestens einem finanziell herausfordernden Lebensereignis Erfahrung. Von den Befragten werden insbesondere Arbeitslosigkeit (73%), Selbständigkeit (69%), der Kauf bzw. die Finanzierung einer Immobilie (61%) sowie Berufsunfähigkeit (60%) als finanziell herausfordernd erlebt.

## 2. Subjektiver Bedarf

Ein subjektiver Bedarf an ökonomischer Grundbildung entsteht, wenn Wissensdefizite wahrgenommen und ausgeglichen werden sollen. Im Durchschnitt schätzen die Befragten ihr ökonomisches Wissen als sehr hoch ein. Wissenslücken werden – wenn überhaupt – bei den Themen Steuererklärung, Altersvorsorge, Grundzüge der sozialen Marktwirtschaft, Arbeitnehmer- und Verbraucherrechte wahrgenommen.

Signifikante Unterschiede ökonomischer Grundkenntnisse ergeben sich in Abhängigkeit von Alter (geringeres Wissen der 18- bis 29-Jährigen), Schulabschluss (Wissen steigt mit dem Schulabschluss) und Einkommen (Wissen steigt mit zunehmendem Einkommen).

Die durchgeführte Befragung zeigt, dass der Anteil der Bevölkerung mit geringem ökonomischem Grundwissen je nach Indikator bei ca. 8% bis 22% liegt. Präzisere Aussagen sind nicht möglich, da bislang keine Instrumente zur objektiven Messung ökonomischer Grundkenntnisse und -fertigkeiten vorliegen. Als Annäherung kann auf Selbsteinschätzungen der Bevölkerung zurückgegriffen werden. Jedoch zeigen frühere Forschungsergebnisse sowie Aussagen von Anbietern ökonomischer Grundbildung, dass eine deutliche Tendenz zur Selbstüberschätzung besteht, die berücksichtigt werden muss. Zu vermuten ist daher, dass der wahre Wert eher bei 22% als bei 8% liegt.

Das Vorliegen von subjektiv wahrgenommenen Wissensdefiziten lässt jedoch noch keine Rückschlüsse zu, welche Personen tatsächlich an Bildungsangeboten interessiert sind, da hier motivationale und volitionale Faktoren eine Rolle spielen. Die durchgeführte Befragung zeigt, dass von den Personen, die große Wissenslücken aufweisen, nur ein geringer Anteil (ca. 27%; entspricht 6% der Gesamtbevölkerung) nicht daran interessiert ist, sein ökonomisches Wissen zu verbessern, so dass zumindest von einem latenten Potenzial für ökonomische Grundbildungsangebote ausgegangen werden kann.

### **Quantifizierung und Beschreibung der Zielgruppen für ÖGBE**

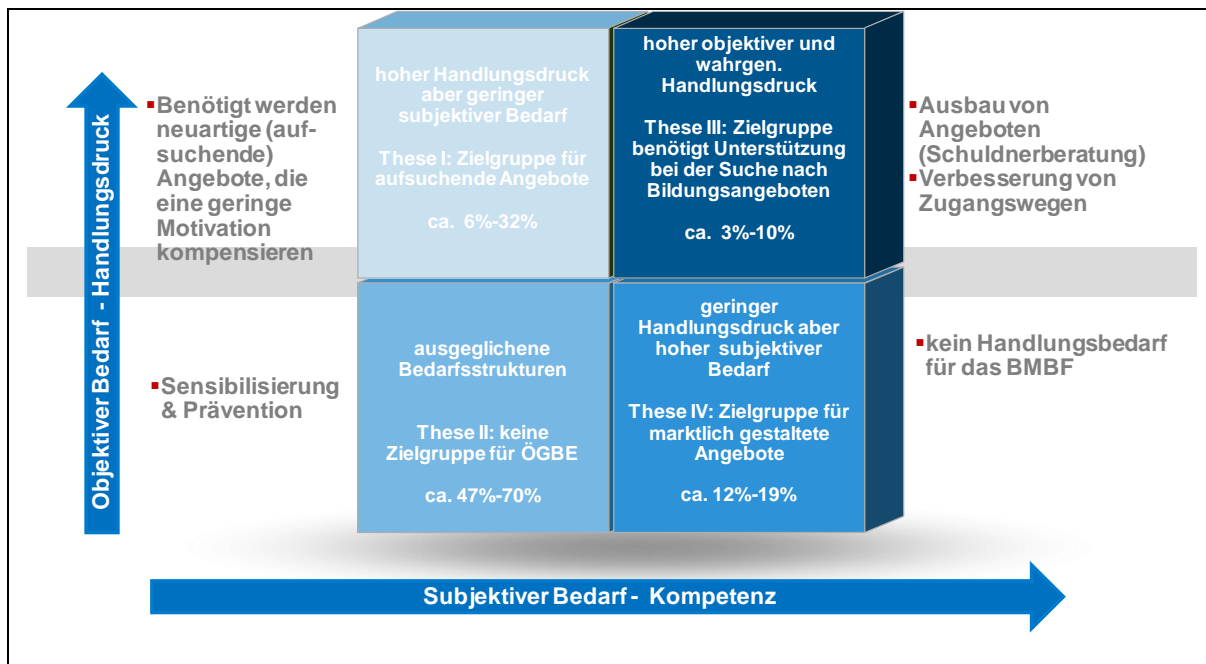
Von besonderem Interesse ist das Zusammenspiel von objektiven und subjektiven Bedarfen. Stellt man objektive und subjektive Bildungsbedarfe im Rahmen einer Vier-Felder-Matrix gegenüber (vgl. Abbildung), lassen sich folgende Schlussfolgerungen ziehen:

#### **I. Quadrant – geringer subjektiver & objektiver Bedarf**

Ist weder die ökonomische Lebenssituation problematisch, noch werden Wissenslücken vermutet, so liegen zunächst einmal ausgeglichene Bedarfsstrukturen vor. Die so charakterisierten Personen bilden bei einer Status-quo Betrachtung keine unmittelbare

Zielgruppe für ökonomische Grundbildungsangebote. Aufgrund zukünftiger Lebensereignisse kann sich dieses Gleichgewicht jedoch kurzfristig ändern. Für die genannte Gruppe besteht zwar kein unmittelbarer gesellschaftlicher Handlungsbedarf. Angesichts der vorliegenden Aussagen zum generell niedrigen ökonomischen Wissen in der Bevölkerung, scheint jedoch eine kontinuierliche Sensibilisierung für die Notwendigkeit ökonomischer Bildung als präventive Maßnahme empfehlenswert. Der Anteil an der Bevölkerung wird auf 47 bis 70% geschätzt.

Abbildung 0-2: Zielgruppen für ÖGBE



Quelle: Prognos AG, 2011.

## II. Quadrant – geringer objektiver, aber hoher subjektiver Bedarf

Personen, die sich in einer ausgewogenen ökonomischen Lebenslage befinden und sich aktuell keinen ökonomischen Herausforderungen gegenüberstehen, aber zugleich subjektiv einen Bildungsbedarf verspüren, werden diesem Quadranten zugerechnet. Auch für diese Zielgruppe besteht kein unmittelbarer Handlungsbedarf, wenn davon ausgegangen wird, dass die Angebotsstruktur für ökonomische (Grund)Bildung ausreicht, um die vorliegenden Bildungsinteressen zu befriedigen. Der Anteil an der Bevölkerung wird auf 12 bis 19% geschätzt.

## III. Quadrant – hoher objektiver und subjektiver Bedarf

Wer über geringe ökonomische Ressourcen verfügt und Bildungsbedarfe für sich selbst feststellt, benötigt Unterstützung beim Zugang zu passenden Bildungsangeboten. Die Studie zeigt, dass insbesondere Personen hierzu zählen, deren Existenz bereits



deutlich gefährdet ist (z.B. durch Überschuldung). Beratungsangebote in diesem Bereich werden umfangreich wahrgenommen, es kommt teilweise zu Engpässen. Inwiefern die zur Verfügung stehenden Angebote ökonomischer Grundbildung quantitativ und thematisch den Bedarfen genügen, kann im Rahmen der vorliegenden Studie nicht beantwortet werden. Näherungsweise ist davon auszugehen, dass bei 3% bis 10% der erwachsenen Bevölkerung sowohl ein subjektiver Bedarf als auch an objektiver Bedarf an ökonomischer Grundbildung besteht. Handlungsbedarf besteht insbesondere darin, die Passung von Angebot und Nachfrage zu prüfen sowie ggf. zu optimieren, sei es in Form von Beratungs- oder Lotsensystemen, die Angebot und Nachfrage zusammenbringen oder durch die Unterstützung der Bereitstellung weiterer Angebotsstrukturen.

#### **IV. Quadrant – hoher objektiver, aber geringer subjektiver Bedarf**

Trotz ökonomisch schwieriger Ausgangssituation (z.B. Erwerbslosigkeit, geringes Einkommen, kein Sparen) formulieren viele Personen keinen persönlichen Bildungsbedarf, wenn sie direkt gefragt werden. Allerdings zeigen die Ergebnisse der Studie, dass zu dieser Zielgruppe zahlreiche Personen gezählt werden müssen, die ihren eigenen Bildungsbedarf nicht erkennen. So berichten Personen, dass ihnen erst im Verlauf der Teilnahme an Bildungsangeboten bewusst wird, über welche Wissensdefizite sie verfügen. Zahlreiche Personen dieses Quadranten verfügen zudem nicht über eine ausreichende Motivation, um sich mit ökonomischen Fragestellungen auseinanderzusetzen. Dies resultiert in teilweise verpflichtenden Veranstaltungen z.B. im Rahmen von beschäftigungsfördernden Maßnahmen. Der Anteil an der Bevölkerung wird auf 6 bis 32% geschätzt, je nachdem, wie umfassend die Indikatoren für den objektiven Bedarf gesehen werden. Die Zahlen verdeutlichen, dass mit den verbindlichen Bildungsangeboten nur ein geringer Teil dieser Zielgruppe erreicht wird, jedoch auch, dass verpflichtende Angebote keine Lösung darstellen, um so große Zielgruppen zu erreichen.

#### **Passung von Angeboten der ÖGBE und den Bedürfnissen der Zielgruppe**

Die Frage nach der Passung von Angeboten und Nachfrage beinhaltet zwei Facetten:

1. Quantitative Passung: Ist das zur Verfügung stehende Angebot an ökonomischer Grundbildung ausreichend, um die quantitative Nachfrage zu decken?

Hierzu können im Rahmen der vorliegenden Studie nur begrenzt Aussagen getroffen werden. Hinweise ergeben sich aus Aussagen von Anbietern und Teilnehmern entsprechender An-

gebote. So scheint bei Beratungsangeboten im Bereich der Überschuldung / Privatinsolvenz tendenziell die Nachfrage das Angebot zu übersteigen. In den übrigen Bereichen scheint das Angebot die Nachfrage eher zu übersteigen, was sich an Aussagen festmachen lässt, dass Angebote wg. mangelnder Teilnahme nicht stattfinden oder die Teilnehmerzahl gering ist.

Der gesellschaftlich feststellbare Handlungsbedarf spiegelt sich demnach nicht in der Angebots-Nachfrage-Relation wider.

2. Von besonderem Interesse ist es daher zu prüfen, inwiefern die Angebote zur ökonomischen Grundbildung für Erwachsene den qualitativen Bedarfen der Zielgruppen genügen.

Die Studie zeigt, dass Anbieter ökonomischer Grundbildung häufig eine Ansprache bevorzugen, die sich an die allgemein interessierte Öffentlichkeit richtet oder an Personengruppen, die einer Defizitorientierung zugeordnet werden können: Erwerbstätige mit unsicherem Einkommen, Überschuldete und Arbeitslose. Vorträge bzw. Veranstaltungen, Kurse sowie die Beratung in einer Beratungsstelle sind die häufigsten Angebotsformen der befragten Institutionen. Hinsichtlich der Erreichbarkeit der Zielgruppen durch unterschiedliche Angebotsformen werden von den Anbietern kaum Unterschiede gemacht.

Hürden beim Zugang zu den Zielgruppen werden von den Anbietern insbesondere in der Selbstüberschätzung der eigenen Kenntnisse in der Zielgruppe sowie einer geringen Bildungsmotivation gesehen. Am erfolgreichsten empfinden die Anbieter die Ansprache auf Basis von Empfehlungen durch andere Stellen bzw. Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sowie Mund-zu-Mund Propaganda. Weiterhin wird der Zuweisung durch andere Institutionen eine wichtige Rolle zugeschrieben, insbesondere im Kontext von Arbeitslosigkeit und Überschuldung. Von den Anbietern betont wird die Notwendigkeit, einen geeigneten zielgruppengerechten Zugang zu wählen und das Bewusstsein bei den Zielgruppen für den eigenen Bildungsbedarf zu stärken.

### **Welche Unterstützungsangebote werden aktiv aufgesucht, wenn konkreter Bildungs- oder Beratungsbedarf vorliegt?**

Das bisherige Informationsverhalten sowie die präferierten Informationswege zeigen ein ausgeprägtes Bedürfnis nach persönlicher Beratung sowie schriftlichen Informationen. Dies deutet auf zwei Grundbedürfnisse von Ratsuchenden hin: Einerseits dem Wunsch nach individueller Hilfe, andererseits dem Wunsch nach verlässlichem, unabhängigem Überblickswissen. Angebote ökonomischer Grundbildung müssen diese Bedürfnisse im Blick haben und ihre Unterstützungsstrukturen entsprechend ausgestalten.

In konkreten Situationen werden persönliche Beratung (Familie, Freunde & Bekannte 42%) sowie Informationsangebote im Internet (32%), Beratung durch Finanzberater (24%) und schriftliche Informationen / Fachliteratur (23%) genutzt. Insgesamt 9% besuchen Kurse / Seminare, jeweils 11% Vorträge oder neutrale Beratungsstellen.

26% informieren sich nicht extra, weitere 20% ausschließlich über das soziale Netz. In einer finanziell herausforderungsvollen Situation entscheiden 30% der Befragten – unabhängig davon, ob sie Informations- und Beratungsangebote genutzt haben oder nicht – eher intuitiv. Weitere 5% der Befragten überlassen die wirtschaftlichen Entscheidungen einer anderen Person.

### **Wie zufrieden sind die Personen mit den genutzten Angeboten?**

Insgesamt besteht eine hohe Zufriedenheit mit den genutzten Angeboten. Der Anteil zufriedener Nutzer schwankt von 37% (Fernsehsendungen, Radio) bis 78% (Beratung durch Freunde, Familie, Verwandte). Gerade formelle Bildungsangebote (Kurse, Vorträge) oder Beratungen werden zwar tendenziell seltener genutzt, die Nutzer sind aber sehr zufrieden und bewerten diese als sehr hilfreich. Auch Beratungen durch Finanzexperten von Banken und Versicherung werden als hilfreich erlebt. Über alle Personen hinweg besteht insgesamt deutliche Verunsicherung darüber, welche Informationen vertrauenswürdig sind.

Zu betonen ist, dass insbesondere das Internet eine häufig genutzte und hilfreiche Quelle für ökonomische Fragestellungen ist. Hier ist die Frage nach vertrauenswürdigen, validen Informationen besonders virulent.

Von Seiten der Anbieter werden insbesondere formale Bildungsangebote in Form von Vorträgen und Seminaren für die Zielgruppenerreichung als geeignet bewertet. Dies spiegelt sich nur zum Teil in den tatsächlich genutzten Beratungsmöglichkeiten der Zielgruppe wider.

### **Welche Interessen stehen im Vordergrund, wie passen diese zu den Angeboten?**

Von Seiten der Anbieter wird mehrheitlich die interessierte Öffentlichkeit als Zielgruppe benannt, gefolgt von Personen mit geringem Einkommen bzw. Arbeitslosen / Transferempfängern. Übergänge in das Erwerbsleben bzw. Familiengründung werden ebenfalls genannt.

Thematisch werden mehrheitlich Angebote zum Thema Verbraucher- und Vertragsrechte (81,2%) angeboten, gefolgt von einem Haushalt führen und managen (77,6%) sowie finanzielle Krisen

vermeiden und Schuldenabbau bewältigen (74,1%). Auch Kontoführung und Versicherungsbedarf werden häufig als Inhalte Ökonomischer Grundbildung benannt.

Die Befragung der Zielgruppe zeigt, dass themenspezifische Wissenslücken insbesondere in einem Bereich benannt werden: „Die eigene Steuererklärung auszufüllen“. Ansonsten wird das eigene Wissen im Wesentlichen als gut eingeschätzt. Insgesamt wird das durchschnittliche Wissen zu Verbraucherfragen etwas niedriger bewertet als in den anderen Themengebieten (Wirtschaftswissen, Geldanlage und Vorsorge).

Diese Wissenslücken sind jedoch nicht vollständig deckungsgleich mit den Themeninteressen. Hier stehen vor allem unabhängige Verbraucherinformationen, Verbraucherrechte, Sparen und Rücklagenbildung, Bedarf an Versicherungen (vor allem bei Personen mit großen Wissenslücken) sowie Arbeitnehmerrechte im Fokus. Bildungsangebote sollten somit die Informationsinteressen der Zielgruppe berücksichtigen, aber breiter für bestehende Wissenslücken sensibilisieren.

Personen mit großen Wissenslücken haben ein gleichmäßig hohes Interesse an allen Bereichen der ökonomischen Bildung. Herausstechend ist das Thema Versicherungsbedarf, welches an erster Stelle genannt wird.

Die Angaben machen deutlich, dass sich die wahrgenommenen themenspezifische Wissenslücken nicht zwangsläufig im Lerninteresse widerspiegeln, dass jedoch die verfügbaren Angebote zur ökonomischen Grundbildung den inhaltlichen Wissensbedarf der Bevölkerung decken.

### **Was sind die Hürden bei der Inanspruchnahme von Angeboten zur ÖGBE?**

Wesentliche Hürden bei der Inanspruchnahme von Angeboten ökonomischer Grundbildung sind laut Befragung geringes Vertrauen in die bereitgestellten Informationsangebote, fehlende Motivation sich mit ökonomischen Fragen auseinanderzusetzen sowie fehlende Zeit, um sich zu informieren. Das im Durchschnitt hohe selbst zugeordnete wirtschaftliche Wissen kann als ein Zeichen der Selbstüberschätzung interpretiert werden.

Von Seiten der Anbieter werden Selbstüberschätzung der eigenen Kompetenz und mangelnde Motivation als zentrale Hürden benannt. Insbesondere bei Personen, die zur Teilnahme an Angeboten ökonomischer Grundbildung verpflichtet werden (aufgrund von Überschuldung oder aufgrund der Teilnahme an umfassenderen Programmen) zeigt sich, dass subjektiver Bedarf erst durch die vermittelten Informationen während der Veranstaltung erkannt wird. Bei Personen, die freiwillig Bildungsangebote aufsuchen, ist

die Diskrepanz zwischen Selbsteinschätzung der eigenen Kompetenzen, tatsächlichem Wissen und Anwendung des Wissens im Alltag deutlich geringer ausgeprägt. Grundsätzlich steigt bei einer Wahrnehmung des persönlichen Nutzens der Angebotsinhalte das Interesse während der Veranstaltung. Die Teilnahme an qualitativ hochwertigen Veranstaltungen scheint daher auch bei geringer Grundmotivation einen positiven Effekt zu entfalten.

Das Thema Kosten wurden nur am Rande thematisiert. Viele der Angebote im Bereich ökonomische Grundbildung sind – soweit unser Einblick die Bewertung ermöglicht - offensichtlich nur mit geringen oder keinen Kosten für die Teilnehmenden verbunden und Kosten werden von den Teilnehmenden auch nicht als Hürde gesehen.

### **Wie wird die Zielgruppe erreicht?**

Der größte Teil der Anbieter gibt an, neue Kunden über Weiterempfehlungen und Mundpropaganda zu gewinnen. 57,8% der befragten Anbieter geben an, Teilnehmende durch Zuweisung zu erhalten. Breit angelegte mediale Bewerbungen werden deutlich seltener umgesetzt. Ähnliches gilt auch für die Durchführung von Bildungs- und Beratungsangeboten in zielgruppenspezifischen Einrichtungen.

Hier ist im Rahmen weiterer Forschung zu klären, ob die gewählten Zugangswege ausreichend sind, oder ob insbesondere eine Ansprache geeigneter wäre, die die temporären Lebenslagen stärker in den Blick nimmt.

### **Empfehlungen**

Von besonderer Relevanz ist die Unterstützung einer dezidierten Praxisforschung, in der innovative Zugangswege und Angebote für einzelne Zielgruppen entwickelt, erprobt und evaluiert werden.

- 1) Modellprojekte zur Erprobung innovativer Zugangswege und Angebote für einzelne Zielgruppen

Modellprojekte sollten regionale Besonderheiten aufgreifen, indem vorhandene Strukturen und die sozioökonomische Lage der Bevölkerung für die Entwicklung neuer Angebote berücksichtigt werden. Dabei steht die Frage im Mittelpunkt, wie und wo Zielgruppen in spezifischen Lebenssituationen erreicht werden können, welche Zugangswege auch in der Zusammenführung mit weiteren Angeboten wie der Weiterbildungsberatung oder der Familienhilfe bestehen.

Eine besondere Rolle kommen den Neuen Medien und Social Media bei der Informationsbeschaffung und Zielgruppenansprache zu. Hier ist zu fragen, wie valide und zuverlässig Informationsan-

gebote im Internet sind und ob diese dem Anspruch eines ökonomischen Bildungs- bzw. Beratungsangebotes genügen. Bedarf besteht sicherlich auch in der Unterstützung von Bürgerinnen und Bürgern, die Qualität von Informationen aus dem Internet besser bewerten zu können.

Besondere Herausforderung ist es, die geringe Motivation und Selbstüberschätzung der Zielgruppen mit Angeboten der ÖGBE zu kompensieren und zu überwinden. Hierzu liegen nach erster Einschätzung positive Ansätze insbesondere aus den verpflichtenden Angeboten ökonomischer Grundbildung vor.

## 2) Weiterentwicklung eines Forschungsschwerpunktes zur ökonomischen Grundbildung

Mit der durchgeführten Forschungswerkstatt wurden erste Erkenntnisse zur ökonomischen Grundbildung für Erwachsene gewonnen, zahlreiche Fragestellungen bleiben jedoch unbeantwortet. Hierzu zählt insbesondere der ökonomische Bildungsstand in der Bevölkerung, für dessen Erfassung die Entwicklung von Messinstrumenten notwendig wäre. Dieses sollte das Spektrum ökonomischer Kompetenz, so wie im Rahmen der Forschungswerkstatt definiert, systematisch erfassen.

Würden entsprechende Skalen in thematisch nahestehenden Panels mitlaufen (z.B. SAVE), könnten Voraussetzungen, Umgangsweisen und Konsequenzen ökonomischer Herausforderungen in Abhängigkeit von der individuellen ökonomischen Kompetenz detaillierter erforscht werden.

Für die Weiterentwicklung von Angeboten ökonomischer Grundbildung und die Verbesserung ökonomischer Grundbildung in der Praxis ist dies jedoch nicht Voraussetzung.

## 3) Weitere Handlungsfelder

Grundsätzlich ist die Frage zu klären, welche weiteren Ressourcen jenseits von ökonomischer Grundbildung gestärkt werden können, um das ökonomische Risiko des Einzelnen zu reduzieren, wie z.B. Verbreitungsgrad und Transparenz neutraler Beratungsangebote.