

# Ökonomische Bildung in der Schule – der Beitrag der Schufa

Von Astrid Kasper



**Mit zwei unterschiedlichen Ansätzen will die Schufa dazu beitragen, die finanzielle Bildung junger Menschen zu verbessern. Unter dem Motto „Schufa macht Schule“ stellt das Unternehmen Lehrern Unterrichtsmaterial zur Verfügung. Und die interaktive Online-Plattform „W<sup>2</sup> WirtschaftsWerkstatt“ richtet sich direkt an die jungen Zielgruppen. Entsprechend wichtig ist dabei die unterhaltsame Aufbereitung des Themas. Red.**

Smartphone, Klamotten, Ausgehen und Feiern – für Jugendliche sind Geld und Finanzen ein großes Thema. Doch nicht selten liegen Konsum und finanzielle Komplexität dicht beieinander. Zwar wurden viele Heranwachsende schon als Kinder mit einem regelmäßigen Taschengeld langsam an den Umgang mit kleinen Beträgen herangeführt; doch mit dem Nebenjob, dem ersten eigenen Verdienst oder Ausbildungsgehalt kommen schnell auch Verpflichtungen und Verträge ins Spiel, etwa für ein Handy oder eine Versicherung.

Eine frühzeitige Vorbereitung auf die finanziellen Aspekte der Berufs- und Erwachsenenwelt kommt jedoch oft zu kurz; ein Großteil der Jugendlichen fühlt sich nicht ausreichend über wirtschaftliche Zusammenhänge informiert, um ihre finanziellen Angelegenheiten eigenverantwortlich regeln

zu können. Als Deutschlands führende Auskunftei sieht sich die Schufa in der gesellschaftlichen Verantwortung, dies zu ändern. Die Bildungsinitiative „WirtschaftsWerkstatt“ stellt mit „Schufa macht Schule“ Lehrern pädagogisch aufbereitetes Unterrichtsmaterial zur Verfügung und richtet sich mit dem Online-Portal „W<sup>2</sup> WirtschaftsWerkstatt“ direkt an Jugendliche. Das Ziel: die Finanzkompetenz von Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu stärken und ihren verantwortungsvollen Umgang mit Geld zu fördern.

Dass hierbei noch viel Nachhol- und Informationsbedarf besteht, belegt der Schufa-Kredit-Kompass: Gemeinsam mit der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) untersuchte das Unternehmen im vergangenen Jahr das Kreditverhalten der jungen Generation und fand heraus: Über 50 Prozent der Befragten sind nach eigenen Angaben nicht in der Lage, ihre finanziellen Angelegenheiten eigenverantwortlich zu regeln, da sie die wirtschaftlichen Zusammenhänge nicht verstehen. 70 Prozent der jungen Menschen fühlten sich über alltägliche Finanzthemen nicht ausreichend informiert – obgleich 78 Prozent der 15-

bis 24-Jährigen ihre Ausgaben planen und die Hälfte von ihnen regelmäßig sparen.

Da finanzielle Kompetenz nur selten zum festen Bestandteil des Lehrplans zählt und das Angebot an Lehrmaterialien begrenzt ist, hat die Schufa gemeinsam mit der Berliner Bildungsagentur Helliwood media & education didaktische Materialien entwickelt, die Lehrkräfte dabei unterstützen, das Thema Finanzbildung informativ und unterhaltsam im Klassenraum zu behandeln. Ob als Vertretungsstunde, Impulsgeber, Projektunterricht oder Aktualitätendienst – die Unterrichtsmaterialien vermitteln erstes Grundwissen und Kompetenzen in den Themen Kredite und Verträge sowie Geld, Konsum und Datenschutz.

## Schufa macht Schule

Allgemeine und berufsbildende Schulen können die „Schufa Box“ mit Unterrichtsmaterialien für Jugendliche im Alter zwischen 15 und 20 Jahren kostenlos bestellen. Darin finden Lehrer didaktisch ausgearbeitete Materialien wie etwa Unterrichtseinheiten und Vertretungsstunden mit geringem Vorbereitungsaufwand, die Finanzthemen in 45 Minuten vermitteln. Themen sind beispielsweise Allgemeine Geschäftsbedingungen, starke Passwörter für Online-Käufe oder Anleitungen für die Führung eines Haushaltsbuches zur Kontrolle über die eigenen Ausgaben.

### Zur Autorin

**Dr. Astrid Kasper**, Leiterin Public Affairs & CSR, SCHUFA Holding AG, Wiesbaden.

### Die WirtschaftsWerkstatt richtet sich direkt an die jungen Leute



Der Unterrichtsverlauf zum Thema AGB beispielsweise folgt einem detaillierten Ablaufplan: Eine Infografik sensibilisiert die Schüler für das Thema; ein Arbeitsblatt hilft ihnen dabei, es sich selbst zu erarbeiten und bereitet sie darauf vor, die Ergebnisse zusammenzufassen. Anhand einer Checkliste können Schüler und Lehrer am Ende der Stunde überprüfen, ob alle wichtigen Eckdaten eines Vertrags bekannt sind und auch verstanden wurden.

Auch die sogenannten „Impulsgeber“-Hefte zu den Themen Konsumverhalten, Datenschutz sowie Verträge und Kredite liefern jeweils eine vollständig ausgearbeitete Arbeitsgrundlage für eine 90-minütige Unterrichtseinheit als Einstieg in die Schlüsselthemen der Finanzbildung. Bei der Unterrichtseinheit zum Thema Konsumverhalten etwa positionieren sich Schüler im Raum zu entsprechenden Meinungsumfragen. Indem sie eine Tabelle mit monatlichen Kosten und Ausgaben einer fiktiven Person erstellen, setzen sie sich kritisch mit Bedürfnissen und Konsum auseinander und diskutieren in Partnerarbeit ihre Wünsche.

Anhand der Ergebnisse erörtern die Schüler das Pro und Contra von Konsum, verteidigen gegenüber der Klasse konkrete Sichtweisen und gleichen ihre ursprüngliche Position mit ihrer Einstellung nach der Diskussion ab. Ein regelmäßiger Ak-

tualitätendienst ergänzt die Schwerpunkthemen der Impulsgeber.

### Finanzbildung als gesellschaftlicher Auftrag

Bei der Auswahl der Themen wird besonders darauf geachtet, dass sie den Alltag der Jugendlichen betreffen und praktische Hilfestellungen liefern. Das Projekt gab es bereits seit 2006 – damals mit Informationen rund um die Schufa, Daten und Bonitätsauskünfte.

Zum Juli 2013 wurden die Materialien in Kooperation mit den Pädagogen von Hollywood media & education didaktisch sowie thematisch neu konzipiert. Seitdem wurden bereits über 2 000 Infoboxen angefordert. Das große Interesse ist vermutlich unter anderem darauf zurückzuführen, dass praxisorientierte Übungen zur Finanzkompetenz und Themen aus der finanziellen Lebenswirklichkeit der 15- bis 20-Jährigen nun im Vordergrund der Initiative stehen.

### Keine Vertreter in den Schulen

Das Unternehmen entsendet keine Vertreter in die Schulen, sondern fungiert als Absender. Nachdem einige Lehrer und Schüler jedoch zusätzlich zu den Unterrichtsmaterialien mehr über die Schufa erfahren

wollten, wurden auf [www.SchufamachtSchule.de](http://www.SchufamachtSchule.de) Hintergründe über das Unternehmen zum Download bereitgestellt. Hier bietet die Auskunft ihre Expertise rund um die Themen Daten und Datenschutz sowie Finanzen und Kredite an, um Jugendliche dabei zu unterstützen, mündig am Wirtschaftsleben teilzunehmen.

Im Sinne seines Claims „Wir schaffen Vertrauen“ ist das Unternehmen auch daran interessiert, dass sie weiterhin zu über 90 Prozent der Verbraucher in Deutschland nur „positive“ Informationen zu vertragsgemäßem Verhalten gespeichert hat. Denn dies ist unter anderem Voraussetzung dafür, dass Konsumenten innerhalb weniger Minuten einen Handyvertrag abschließen, Ware auf Rechnung bestellen können oder zeitnah einen Kredit erhalten.

### Die „W<sup>2</sup> WirtschaftsWerkstatt“ – interaktive Finanzkompetenz

Den bedachten Umgang mit Geld vermittelt die Wirtschafts-Werkstatt zielgruppengerecht, interaktiv und multimedial. Ebenfalls seit Juli 2013 online, hat das Portal [www.wirtschaftswerkstatt.de](http://www.wirtschaftswerkstatt.de) bis Ende des vergangenen Jahres bereits rund 30 000 Jugendliche erreicht. Die Plattform richtet sich direkt an Jugendliche und spricht ihre Sprache. Mit Selbst- und Fremdeinschätzungstests, Filmen zum Thema Geld und Kredite, Foto-Comics und Gewinnspielen werden jugendliche Nutzer unterhaltsam an das Thema Finanzen herangeführt.

Damit Jugendliche ihre Finanzkompetenz in einem geschützten Raum testen können, bevor sie beispielsweise einen Kredit aufnehmen, möglicherweise ihr Konto überziehen oder Verträge unterschreiben, können sie das auf der Online-Plattform integrierte „e-Portfolio“ nutzen – einen interaktiven Lern- und Erfahrungsraum: Hier lernen sie durch die systematische Auseinandersetzung mit bisherigen Erfahrungen und persönlichen Fähigkeiten. Blitzumfragen, Tests und interaktive Infografiken erproben und vermitteln Schlüsselkompe-

tenzen wie Beurteilungsvermögen, Folgebewusstsein, Eigenverantwortung und Konfliktfähigkeit und geben Antworten auf die Fragen: Wann ist ein Ratenkauf sinnvoll? Welche Folgen kann es haben, wenn die Allgemeinen Geschäftsbedingungen vor Abschluss eines Handyvertrages nicht durchgelesen werden? Wie verhält man sich, wenn persönliche Daten im Internet abgefragt werden?

In Übungen und Fallbeispielen können sich die jugendlichen Nutzer so Finanz- und Wirtschaftswissen aneignen und es gleich erproben. Anhand der vier Themen Geld, Konsum, Datenschutz und Kredite und Verträge testen und erfahren sie, ob sie ihre Finanzen fest im Griff haben beziehungsweise lernen, sie selbst in die Hand zu nehmen.

Der Lerneffekt ist groß – und nachhaltig: Der Übungsfortschritt wird in einem digitalen „Logbuch“ dokumentiert und ausgewertet. Nachdem die Teilnehmer sämtliche Aufgaben erfüllt haben, werden sie mit einem Zertifikat ausgezeichnet. Es steht als Pdf zum Download zur Verfügung und zeigt schwarz auf weiß, wie es um das Praxiswissen der teilnehmenden Jugendlichen in Sachen Finanzen steht. Damit erhalten diese eine wertvolle Orientierungshilfe für die Zukunft: Sie schärfen ihr Bewusstsein für finanzielle Entscheidungen und lernen, sensibel mit ihren eigenen Daten umzugehen – als mündige Mitglieder der Gesellschaft.

### **Von Youtube bis Blog – Wirtschafts-Werkstatt in den sozialen Medien**

Betreiber der Website ist die Bildungsagentur Helliwood, mit der sowohl Schufa macht Schule als auch die Plattform WirtschaftsWerkstatt gemeinsam entwickelt und umgesetzt wurde. In den nächsten Jahren soll diese kontinuierlich mit neuen Inhalten ausgebaut werden. Neben der Online-Plattform sollen künftig auch Diskussionen und Aktionen zu unterschiedlichen Themen wie Sparen oder digitale Bezahlmethoden die Initiative begleiten.

Da sich die WirtschaftsWerkstatt direkt an Jugendliche wendet, gilt es einen Weg zu finden, die Plattform publik zu machen und Multiplikatoren anzusprechen. Die Zielgruppe soll dazu bewegt werden, sich mit dem „sperrigen“ Thema Geld und Finanzen zu befassen. So philosophiert etwa Doktor Allwissend in einem auf der Seite eingebetteten Youtube-Clip darüber, warum das Thema Geld bei vielen ein beklemmendes Gefühl auslöst, obwohl es doch eigentlich Spaß machen sollte. „Jedenfalls, wenn man es einmal gehabt haben wird“, so Doktor Allwissend, seines Zeichens bekannter Videoblogger mit mehr als 280 000 Abonnenten. In dem Clip kommt er so auf die Definition eines Kredits und nähert sich dem Thema witzig und unterhaltsam. Der Meinung sind auch die User: Das Video wurde bisher mehr als 310 500 Mal angeklickt. Doktor Allwissend nimmt etwa Dispokredite oder kostenlose Studenten-Kreditkarten unter die Lupe – nicht oberlehrerhaft, sondern in Comedian-Manier.

Schon vor der Kooperation mit der WirtschaftsWerkstatt hatten die Video-Blogger,

sogenannte „Vlogger“, Doktor Allwissend und Alexi-Bexi eine große Fangemeinde auf Youtube, die sich mit der Zielgruppe der Initiative deckt. Die Schufa nutzt das Medium Video und etablierte Charaktere, um Finanzthemen auch an Spaß- und unterhaltungsorientierte Jugendliche heranzutragen, die sich nicht von sich aus mit dem Thema befassen würden. Vor kurzem wurden Vlogger mit unterschiedlichen kreativen Schwerpunkten dazu aufgerufen, sich mit dem Sparen auseinanderzusetzen.

Herausgekommen ist ein thematischer Staffellauf: Den Startschuss gab Alexi-Bexi mit dem Clip „So drehst du mit wenig Geld dein eigenes Web-Video“. Im Anschluss wird das Stichwort „Sparen“ unter anderem an Miss Kokus weitergegeben, die der Meinung ist: „Alles ausgegeben ist out: Sparen ist in!“. Geld und Sparen werden zu Alltagsthemen, die Jugendliche auch einmal nebenbei konsumieren und in ihr tägliches Leben integrieren. So bietet die Bildungsinitiative Unterhaltung, Information und Interaktion – ohne moralischen Zeigefinger. ■■■