

Leitartikel

Vom Schwanz her aufgezümt (4)

bm-Blickpunkte

Kreditbanken fürchten Regulierungs-Alleingang (6)
Autobanken punkten mit Mobilitätspaketen (7)
KfW startet Capuccino-Effekt (8)
Tarifrunde 2014: Arme oder böse Banker? (9)
Neuer Imageschaden für die Branche (11)

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen (12)
Werbebarometer (13)
Aus der Marken- und Werbeforschung (15)
Operative Marketingmaßnahmen
nach Bankprodukten (15)

Finanzbildung

Das Lernfeld Wirtschaft ist in den Schulen gut verankert

Von Sylvia Löhrmann (16)

Mehr Wirtschaftsunterricht ist ein Muss

Von Michael Kemmer (19)

Bildungsförderung ist keine Vertriebs- oder Lobbyarbeit

Von Uwe Fröhlich (22)

Wege zu einer neuen Sparkultur

Von Georg Fahrenschoen (25)

Fehlende Aktienkultur – nur eine Frage der ökonomischen Bildung?

Von Christine Bortenlänger (28)

Schulen und Lehrkräfte brauchen mehr Orientierung

Von Martina Schmerr (31)

Ohne Finanzbildung fehlt es an Nachwuchskräften

Von André Krabbe und Axel Roßdeutscher (36)

Warum ökonomische Bildung noch keine Allgemeinbildung ist

Von Hans Kaminski und Claudia Verstraete (38)

Ökonomische Bildung in der Schule – der Beitrag der Schufa

Von Astrid Kasper (43)

Notiert

Daten und Fakten zur Finanzbildung (5) – Indikator zum Sparklima (7) – Anlagen im Ypos-Inflationscheck (8) – Banken-Website-Performance-Index (10) – Unterrichtsmaterialien aus der Wirtschaft: Lobbyarbeit an der Schule? (35) – bankassurance + allfinanz (46) – Bankmanagement-Glossar (47) – Impressum (27) – Rote Seiten (Hefmitte)

43. Jahrgang
Juni 2014
Fritz Knapp Verlag
Frankfurt am Main
6-2014



bank und markt

Zeitschrift für Retailbanking

Herausgeber: Prof. Dr. Dr. Oskar Betsch, Prof. Dr. Jörg-E. Cramer, Dr. Peter Hanker, Hans-Michael Heitmüller, Dr. Ewald Judt, Prof. Dr. Klaus Juncker, Carsten Maschmeyer, Klaus-Friedrich Otto, Prof. Dr. Wulf von Schimmelmann, Ben Tellings, Thomas Ullrich, Dr. Herbert Walter, Alexander Wüerst

SCHWERPUNKTE

Finanzbildung: Ist die ökonomische oder Finanzbildung an deutschen Schulen ausreichend verankert? Zu dieser Frage gehen die Meinungen in diesem Heft weit auseinander. Sylvia Löhrmann, die Präsidentin der Kultusministerkonferenz, meint ja. Entscheidend sei die Verankerung ökonomischer Grundbildung und Verbraucherbildung in einer Reihe verschiedener Fächer. Michael Kemmer hingegen sieht wirtschaftliche Themen in der Schule stark unterrepräsentiert. Seiner Ansicht nach geht die Fächervermischung auf Kosten der Substanz und Nachhaltigkeit. Die privaten Banken haben deshalb ein detailliertes Konzept für ein Unterrichtsfach Wirtschaft vorgelegt. Auch der BVR fordert die Politik auf, konsequenter für durchgehende Strukturen, Bildungspläne und eine adäquate Lehrerausbildung zu sorgen.

In die gleiche Kerbe schlägt der DSGV. Die Sparkassenorganisation stehe zu ihrem Bildungsauftrag. Allerdings seien auch Politik und Verbraucherbildung aufgerufen, die Finanzbildung zu verbessern, um auf diesem Weg zu einer weniger wertpapierfeindlichen Sparkultur zu kommen. Denn nur so könne der für die Vorsorge wichtige Anlagemix erreicht werden. Ganz ähnlich argumentiert das Deutsche Aktieninstitut. Aufgrund fehlender Finanzbildung würden vielfach die Aktienrisiken überschätzt, was zu falschem Sparen führen könne. Zielbild der wirtschaftlichen Bildung müsse der „mündige“ Anleger sein. Zudem verweist Christine Bortenlänger auf die gesamtgesellschaftliche Bedeutung des Verständnisses ökonomischer Zusammenhänge.



Die Sicht der Lehrerschaft umreist Martina Schmerr für die GEW: Sie stellt die Frage, ob die Forderung nach mehr ökonomischer Bildung an Schulen nicht in starkem Maße Lobby-getrieben sei. Bei den von der Finanzwirtschaft bereitgestellten Unterrichtsmaterialien vermisst sie die Darstellung von Kontroversen und fordert deshalb mehr öffentliche Verantwortung für die Materialien. Zumindest brauche es eine öffentliche Anlaufstelle, die Lehrern bei der Orientierung über brauchbare Medien hilft. Auch Hans Kaminski und Claudia Verstraete stellen die Frage, welche ökonomische Bildung wir in Deutschland wollen, und plädieren für multiperspektivische Auseinandersetzung. Ökonomische und Verbraucherbildung dürften dabei keine Gegner sein. Die WL Bank greift einen ganz anderen Aspekt auf: Wo es an finanzieller Bildung fehlt, da könnte das mangelnde Interesse für die Branche bald zu einem Nachwuchsproblem führen. Abschließend stellt die Schufa ihre Bildungsangebote vor.