

# Das Bildungsangebot ausgewählter Zentralbanken zu Wirtschafts- und Finanzthemen

Manfred Fluch<sup>1</sup>

Die vorliegende Studie untersucht, in welchem Ausmaß und in welcher Form ausgewählte Zentralbanken Informationen zu Wirtschaftsfragen, speziell zum Themenschwerpunkt „Geld und Finanzen“ bereitstellen.

- Weltweit rund 30 Zentralbanken (teilweise in enger Kooperation mit anderen Institutionen) bieten teils umfangreiche Bildungspakete für verschiedene Zielgruppen an.
- Einige Zentralbanken sehen ihre Bildungsaktivitäten als integralen Bestandteil ihrer Hauptaufgaben, andere sind bildungspolitisch nach außen hin wenig präsent. Mehrere Zentralbanken haben in letzter Zeit neue Bildungsoffensiven eingeleitet.
- Einen maßgeschneiderten Wissenstransfer gibt es für die Hauptzielgruppen Kinder, Jugendliche, Studierende und Lehrer.
- Ehemals vorrangige Printprodukte verlieren an Bedeutung. Hingegen werden zunehmend moderne Kommunikationsmittel forciert, insbesondere (mehrsprachige) Multimedia- und E-education-Pakete, wobei die Palette vom Onlinespiel bis zu mehrjährigen Bildungsprogrammen reicht. Außerdem haben einige Zentralbanken mit beträchtlichem Ressourceneinsatz spezielle Besucher- oder Bildungszentren sowie Wissenspools in Form von Geldmuseen aufgebaut.
- Das Angebot und die Darstellung im Web variieren stark: Erst einige wenige Websites bieten sehr umfassende und gut strukturierte Informationen.
- Der ökonomische Wissenstransfer scheint umso besser zu funktionieren, je einfacher das Medium angelegt und je mehr es auf den persönlichen Nutzen fokussiert ist.

## 1 Bildungsmaßnahmen als Mittel zur Förderung von Verständnis für volkswirtschaftlichen Nutzen von Zentralbanken

Wenn Zentralbanken sich dafür engagieren, die Wissens- und Finanzkompetenz der Bürger zu stärken, so ist das in gewisser Hinsicht auch eine Form von Zinspolitik, denn „eine Investition in Wissen trägt immer noch die besten Zinsen“ (Benjamin Franklin). Dementsprechend hat in den letzten Jahren eine Reihe von Zentralbanken ihr Bildungsangebot zu Wirtschafts- und Finanzthemen erweitert oder überarbeitet und zum Teil als festen Bestandteil der Zentralbankaufgaben institutionalisiert. Viele Zentralbanken suchen dabei be-

wusst die Zusammenarbeit mit national und international aktiven Institutionen mit ähnlichen Zielsetzungen und schaffen auch neue Plattformen. Die Bildungsaktivitäten von Zentralbanken verstehen sich dabei in der Regel komplementär zum Aufgabenspektrum des gesamten Bildungssystems (Stark, 2006) bzw. der Bildungspolitik. Eine Vorreiterrolle nimmt auf diesem Gebiet das Federal Reserve System (Fed) der USA ein, das sich sehr früh bildungspolitisch engagiert hat und die Vermittlung von Wirtschafts- und Finanzwissen als eine zentrale Notenbankaufgabe sieht, wie aus folgendem Zitat hervorgeht: „*The Federal Reserve will be a national leader and trusted partner in the provision of economic and personal*

Wissenschaftliche  
Begutachtung:  
Michael Manz,  
Manuel Wälti,  
Schweizerische  
Nationalbank.

<sup>1</sup> Der Autor dankt Ernest Gnan, Sabine Schlögl und Aurel Schubert (OeNB) sowie den beiden Gutachtern Michael Manz und Manuel Wälti (Schweizerische Nationalbank) für wertvolle inhaltliche Kommentare.

*finance education in order to offer the public the opportunity to understand and participate fully in the U.S. economy.*“ (Malin, 2006). In Europa haben etwa die Bildungsaktivitäten der Deutschen Bundesbank oder der Bank of England schon sehr lange Tradition.

Auch die Oesterreichische Nationalbank (OeNB) bietet schon seit vielen Jahren eine Fülle von Bildungsinhalten an (Schlögl, 2007), die laufend erweitert und mit der Teilnahme im Eurosystem inhaltlich komplett überarbeitet wurden. Umfragen (wie etwa im Rahmen des vierteljährlichen OeNB-Barometers) zum Verständnis der Österreicher über Auftrag und Aufgaben der Zentralbank, die Geldpolitik und ihre Rolle in der Wirtschaftspolitik zeigen aber nach wie vor Lücken auf. Teils dürften die Kommunikationsmittel zu wenig zielgruppenspezifisch gehalten sein, teils dürften die Probleme auch an mangelndem Interesse liegen. Aber auch in den Schulen müsste Wirtschaftsthemen mehr Platz eingeräumt werden: So sind selbst bei Schulabgängern nach 8- bis 9-jähriger Ausbildung im Sekundarschulsystem (Schlögl, 2007; Schmid, 2006) Wissensdefizite festzustellen. Aus diesen Gründen will die OeNB ihre bildungspolitischen Aktivitäten verstärken und hat für die Jahre 2007 bis 2010 eine Offensive zur Stärkung der Wirtschafts- und Finanzkompetenz der Österreicher eingeleitet.

Dieser Beitrag nimmt eine Bestandsaufnahme der Aktivitäten anderer Zentralbanken vor. Vorrangig sind dabei folgende Fragen von Interesse:

- Warum engagieren sich Zentralbanken im Bereich Wirtschafts- und Finanzbildung (Kapitel 2)?

- Wie erfolgt der ökonomische Wissenstransfer der Zentralbanken (Kapitel 3)?
- Wie sind diese Aktivitäten im Aufgabenportfolio verankert (Kapitel 4)?
- An welchen Strategien und Erfolgskriterien orientieren sich die diesbezüglichen Arbeiten (Kapitel 5)?
- Welche konkreten Medien werden verwendet, welche Programme und Instrumente werden genutzt? Welche Zielgruppen stehen im Zentrum der Bildungsaktivitäten? Welche Themen werden abgedeckt? Welche Kooperationen gehen Zentralbanken dabei ein (Kapitel 6)?
- Welches Stärken-/Schwächeprofil lässt sich erstellen? Welche Schlussfolgerungen sind zu ziehen (Kapitel 7)?

## 2 Höhere Wirtschafts- kompetenz der Bürger nützt der Gesellschaft insgesamt – auch den Zentralbanken

Warum engagieren sich weltweit Zentralbanken im Bereich Wirtschafts- und Finanzbildung? Minehan (2006), Präsidentin der Federal Reserve Bank of Boston, merkte dazu in einer Konferenz in Warschau im Jahr 2006 an: „... *central bank support for economic and financial education is a form of enlightened self interest*“. Warum ist das so? Gnan et al. (2007) führen fünf Hauptgründe für das bildungspolitische Engagement von Zentralbanken ins Treffen: (1) Förderung der Effektivität der Geldpolitik, (2) bessere Funktionsweise der Finanzmärkte, (3) Unterstützung nachhaltiger Wirtschaftspolitik, (4) Förderung des öffentlichen Guts „Wirtschafts- und Finanzwissen als Teil der

Allgemeinbildung“ und (5) zum Aufbau von Reputation und Akzeptanz. Mit anderen Worten: Konsumenten, die wirtschaftliche Zusammenhänge verstehen und mit Geld und Finanzen umgehen können, unterstützen die Effizienz der Märkte; damit entstehen wiederum günstigere Bedingungen für ein solides Wirtschaftswachstum und höhere Finanzmarktstabilität. Eine Kernbotschaft von Minehan (2006) lautet daher: *„Economies are made up of individuals, and the better informed and educated their economic decisions, the more likely the economy’s prosperity“*.

„Knowledge is Power“ (Santomero, 2007), „Knowledge is your greatest asset“ (Duguay, 2007), „Wissen macht mündig. Wissen ist das Fundament jedes eigenverantwortlichen Handelns“ (Weber, 2007) – alle diese Sätze gelten auch für die Welt der Wirtschaft und Finanzen. Höhere Wirtschafts- und Finanzkompetenz hat daher eine starke gesellschaftliche und volkswirtschaftliche Komponente, zumal sie den Menschen hilft, klügere Entscheidungen rund um das Thema Geld zu treffen bzw. sie vor möglichen Fehlentscheidungen schützt – sei es beim Schuldenmachen oder beim individuellen Spar- und Vermögensmanagement. Eine Reihe von Studien (Hogarth, 2007) hat gezeigt, dass eine günstigere finanzielle Lage und höhere Finanzkompetenz bei privaten Haushalten korrelieren. Allerdings fehlt es verbreitet an dieser Kompetenz bzw. ist sie nur sehr mangelhaft vorhan-

den. Eine Studie (De Nederlandsche Bank, 2006) für die Niederlande zeigt, dass bei einer Umfrage fünf relativ einfache Fragen zu Zinsen und Inflation nur von 40% der Bevölkerung zur Gänze richtig beantwortet werden konnten. Bei weiteren acht Fragen zu Entwicklung und Veranlagung in Aktien, Anleihen oder Sparbüchern wie auch Immobilienpreisen konnten gar nur 6% der Befragten alles richtig beantworten (16% wussten maximal eine richtige Antwort). Ähnlich bedenkliche Ergebnisse mussten für eine Einschätzung zur Höhe des Wirtschaftswachstums und der Inflationsrate konstatiert werden. Eine Folge davon ist sorgloser Umgang mit Geld, der in vielen Ländern – selbst in hoch entwickelten Volkswirtschaften (OECD, 2006; Smith, 2006) – immer wieder für alarmierende Schwierigkeiten sorgt: Dazu gehören exzessive Kreditkartennutzung, Überziehen der Gehaltskonten mit in der Folge fallweisem Entzug des Bankkontos, unzureichende Kenntnisse über Aktien und Investmentprodukte, ungenügende Pensionsvorsorge oder Hinauszögerung finanzieller Entscheidungen insbesondere bei Jugendlichen.<sup>2</sup> Gleichzeitig will, wie eine deutsche Studie von Leinert (2004) zeigt, eine hohe Bevölkerungsmehrheit mehr Aufklärungsaktivitäten zu Finanzthemen vor allem im Rahmen des Schulunterrichts und fordert Informationen, etwa zum Thema Pensionsvorsorge, auch vom Arbeitgeber ein.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> In Österreich hat jeder 25. Einwohner, das sind rund 300.000 Personen, kein Bankkonto (Eisenmenger, 2007). Im Jahr 2006 gab es mit rund 7.500 Privatkonkursen um fast 12% mehr als 2005 (ASB-Schuldnerberatungen, 2007). Fast 50.000 Personen kontaktierten im Jahr 2006 eine Schuldenberatungsstelle, der Schuldenstand (Median) dieser Personen betrug rund 38.000 EUR.

<sup>3</sup> 95% der Befragten in Deutschland forderten, dass der Umgang mit Finanzen an den Schulen unterrichtet wird. 85% wollen Arbeitgeber zu Informationsveranstaltungen über Altersvorsorge/Betriebsrenten verpflichtet. (Leinert, 2004).

### 3 **Ökonomischer Wissenstransfer der Zentralbanken erfolgt auf verschiedenen Ebenen**

Zentralbanken stellen in einer Volkswirtschaft wichtige Wissenszentren dar. Dieses Wissen benötigen sie zur Erfüllung ihres Auftrags. Zentralbanken zählen auch zu den größten Wissensproduzenten.<sup>4</sup> Ihr Wissen wird durch den Austausch mit anderen Institutionen permanent erweitert. Im ständigen Dialog mit der Bevölkerung, der Politik, der Wirtschaft und der Wissenschaft sowie in enger Kooperation mit nationalen und internationalen Institutionen werden neue Entwicklungen und Forschungsarbeiten bei der Aufgabenerfüllung laufend berücksichtigt. Nachdem Zentralbanken gegenüber der Öffentlichkeit zu Rechenschaft und Transparenz verpflichtet sind<sup>5</sup> (EZB, 2002; Stark 2006), haben sie auch ein breites Instrumentarium für den Wissenstransfer etabliert.

Einen ganz speziellen Eckpfeiler in der Kommunikationsstrategie von Zentralbanken stellen die ökonomischen Bildungsaktivitäten dar. Der Wissenstransfer erfolgt auf verschiedenen Ebenen bzw. nach unterschiedlichen Zielgruppen.

Eine erste Zielgruppe bilden die Kinder im Volksschulbereich (etwa bis 11 Jahre), die – über vorrangig spielerische Momente – mit den Grundzügen von Geld vertraut gemacht werden sollen. Schülern der Sekundarstufe (im Alter von 12 bis 19 Jahren) wird durch spezielle Bildungspakete (mit dem Fokus „Rund

ums Geld und die Wirtschaft“ als wichtige Lebensschule<sup>6</sup>) ökonomisches Allgemeinwissen komplementär zu dem im Unterricht Erlernen angeboten. Dabei unterscheiden viele Zentralbanken noch nach einzelnen Alterstufen (siehe weiter unten, z. B. Bank of England).

Vielfach werden für eine dritte Zielgruppe – Hochschulanwärter oder Studierende – auf deren wirtschaftlichem Basiswissen aufsetzende, vertiefende ökonomische Bildungspakete aufbereitet, die aus Fachliteratur, Präsentationen, Diskussionsrunden und speziellen Seminaren oder Lehrgängen zusammengestellt sind. Die OeNB gibt beispielsweise jährlich rund 40 Fachhochschulstudenten die Möglichkeit, ihr verpflichtendes halbjähriges Praktikum in der Zentralbank zu absolvieren.

Eine vierte Zielgruppe sind Lehrer, primär von Sekundarschulstufen weiterführender Schulen. Infolge ihrer hohen Multiplikatorwirkung hat eine Reihe von Zentralbanken spezielle Bildungspakete für sie vorbereitet. Einen ersten Schwerpunkt bilden wirtschaftliche Seminarreihen (auch in Kooperation mit anderen Lehrerbildenden Einrichtungen, wie etwa der Volkswirtschaftlichen Gesellschaft in Österreich). Ein zweiter Schwerpunkt sind maßgeschneiderte Unterrichtsmaterialien für Lehrer (Handbücher, Folien, Quizes, Fragebögen) rund um das Thema „Geld, Geldpolitik und Wirtschaft“.

Darüber hinaus lancieren einzelne Zentralbanken wiederholt breite, die gesamte Bevölkerung ansprechende

<sup>4</sup> Niederschlag finden diese Aktivitäten z. B. in der OeNB auch in einer eigenen „Wissensbilanz“, die seit dem Jahr 2003 jährlich publiziert wird.

<sup>5</sup> Siehe auch [www.oenb.at/de/geldp\\_volksw/geldpolitik/merkmale/institutionelle\\_merkmale.jsp](http://www.oenb.at/de/geldp_volksw/geldpolitik/merkmale/institutionelle_merkmale.jsp)

<sup>6</sup> Prof. Manfred Weber formuliert treffender in der Börsenzeitung von 16. Juni 2007: „Wirtschaft in der Schule: Bildung, die Früchte trägt“ (Weber, 2007).

Informationskampagnen. Über Massenmedien wie TV, Radio, auflagenstarke Zeitungen und Zeitschriften wird dabei über geldpolitisch wie auch für die Finanzbildung relevante Aktivitäten informiert und einprägende Botschaften vermittelt.<sup>7</sup>

Neben selbst produziertem Wissen nutzen Zentralbanken auch externe wissenschaftliche Expertisen. Einschlägige wissenschaftliche Aktivitäten werden von den Zentralbanken daher in den verschiedensten Formen gefördert. Die Bandbreite reicht von speziellen Forschungsinstituten, die zur Gänze oder teilweise finanziert werden, über eigene Stiftungen und Fonds, die Forschungsmittel bereitstellen, bis hin zu Stipendien, der Vergabe wissenschaftlicher Preise sowie Subventionen, Sponsoring und Spenden. In diesem Beitrag sollen nur jene Einrichtungen Erwähnung finden, die einen Bildungshintergrund im engeren Sinn haben (wie etwa Seminare für Mitarbeiter von Zentralbanken oder offen zugängliche Ausbildungskurse, sowie spezielle Preise im Tertiärbildungsbereich).

#### **4 Bildungsaktivitäten im Aufgabenportfolio von Zentralbanken wenig transparent**

Der Stellenwert, den Zentralbanken ihren wirtschaftlichen Bildungsaktivitäten nach außen sichtbar einräu-

men, ist noch recht unterschiedlich. Der Bildungsauftrag findet bei vielen Zentralbanken – in Ermangelung einer expliziten gesetzlichen Verpflichtung (mit Ausnahme des amerikanischen Fed-Systems) und angesichts der Tatsache, dass er keine Kernaufgabe einer Zentralbank darstellt – weder im Leitbild noch in den Hauptaufgaben Erwähnung. Erst in der detaillierten und erweiterten Aufgabenbetrachtung bekennen sich einzelne Zentralbanken zu ihren bildungspolitisch motivierten Aktivitäten (für eine Auswahl siehe Tabelle 1). Wenn vorhanden, sind diese aber sehr unterschiedlich bezeichnet und spannen einen Bogen von einer sehr engen (z. B. „Schule und Jugend“) bis zu einer sehr allgemeinen Definition der Begriffe „Bildung“ (education) oder „ökonomische Bildung“ (economic education). Einige Zentralbanken fassen ihr gesamtes wirtschaftlich ausgerichtetes Bildungsangebot in eigenen „Geldmuseen“ zusammen. Organisatorisch eingebettet sind diese Aktivitäten vorrangig in der Öffentlichkeitsarbeit. Als Kommunikationsmedien für den Bildungsauftrag dienen Pressemitteilungen, Reden (Stark, 2006) oder gesonderte Zeitungsartikel (Kotz, 2007) und selbstverständlich das Internet, wo Informationen allerdings vielfach erst in der dritten oder vierten Menüebene zu finden sind.

<sup>7</sup> Die OeNB rief im Herbst 2004 eine facettenreiche Informationskampagne „Jeder Euro ist hart verdient. Gut, dass er die Mühe wert ist.“ ins Leben, die mit Print-Sujets, TV-Spots, Themenanzeigen und Medienkooperationen sowohl Marketingmethoden als auch Elemente der Öffentlichkeitsarbeit zur Wirkungs- und Reichweitenoptimierung einsetzt.

Tabelle 1

**Darstellung des Bildungsauftrags ausgewählter Zentralbanken**

Zentralbank	Erwähnung des Bildungsauftrags	Quelle
Oesterreichische Nationalbank	Bildungsaktivitäten stellen einen wesentlichen Eckpfeiler des OeNB- Informationsauftrags dar:	Liebscher; K., Pressemitteilung der OeNB vom 14. Dezember 2005
	The OeNB is dedicated to improving economic and financial literacy, because knowledge allows consumers to make informed financial decisions about investments and retirement savings.	Liebscher; K. (2007)
Deutsche Bundesbank	Die Deutsche Bundesbank fördert ökonomische Bildung. Die Deutsche Bundesbank engagiert sich seit mehr als 30 Jahren für die Vermittlung von Basiswissen in den Bereichen Ökonomie und Geldwesen. Gute Kenntnisse über die Funktionsweise von Wirtschaft und Geld sind insbesondere für junge Menschen wichtig, die mit dem Eintritt in das Berufsleben verstärkt mit wirtschaftlichen und finanziellen Fragen konfrontiert werden. Die Bundesbank stellt Schulen jährlich kostenlos aktualisierte Unterrichtsmaterialien zum Thema Geld und Währung zur Verfügung.	Auszug aus Pressemitteilung der Deutschen Bundesbank vom 15. Jänner 2007
National Bank of Belgium	The National Bank is an active partner in education and for the academic world.	Homepage der National Bank of Belgium (www.nbb.be )
Bank of England	The Bank offers a range of resources and services to build awareness and understanding of its role and functions, and of central banking more generally.	Homepage der Bank of England (www.bankofengland.co.uk)
Magyar Nemzeti Bank	The most important mission of the MNB's Visitor Centre is to provide information concerning the basic functions of the economy, the role of money and its history in Hungary.	Homepage der ungarischen Zentralbank (Visitors' Centre) (english.mnb.hu)
Narodowy Bank Polski	..... However, it is especially desirable to give the young people a grasp of the basic principles of the economic system we live in. One of the Bank's goals is to ensure that economic literacy becomes a priority on the national education agenda. To function successfully for the young people in the workforce is to close the gap between what they ought to know and what they are being taught at school.	Homepage der polnischen Zentralbank (www.nbp.pl)
Federal Reserve System	The Federal Reserve has been involved in economic education initiatives for some time. We consider them integral to our mission. As you know, the Fed serves a three-fold function in our economy: it conducts monetary policy, supervises and regulates banks and financial institutions, and maintains an effective payments system. Our economic education efforts are important to, and intertwined with, all three functions.	Santomero, A. M. (2003)
	Recognizing the importance of educated and informed Consumers to the operation of efficient markets, the Fed has been an active provider of economic literacy materials to help the students and the public better understand the U.S. economy and the role of the Fed. Each of the 12 FED-banks supports .....	Braunstein, S. und C. Welch (2003)

## 5 Strategien zur Zielerreichung und Erfolgskriterien

Auf die Motive für das bildungspolitische Engagement von Zentralbanken sind Gnan et al. (2007) eingegangen. Wie können diese Ziele umgesetzt werden? Konkret können drei Ebenen unterschieden werden:

1. Bewusstsein schaffen für die Wichtigkeit grundlegenden Wirt-

schafts- und Finanzwissens auf der Ebene der Politik, des Bildungssystems, der Medien und der Bevölkerung.

2. Verbesserung des Zugangs zu Wirtschafts- und Finanzinformationen sowie Bereitstellung von Informationen für Zwecke des Konsumentenschutzes.

3. Schaffung eines wirtschaftlichen Wissensfundaments bzw. Verbes-

serung der Wirtschaftskenntnisse der Bevölkerung.

Die Strategien und Wege zur Zielerreichung gleichen einander zwar grundsätzlich, sind in der konkreten Gestaltung jedoch durchaus unterschiedlich und facettenreich, je nach Eigenengagement der Zentralbank: Das Spektrum reicht von vielfältigen Bildungsprodukten über Ausbildungslehrgänge und Seminarangebote in teils eigenen Bildungsstätten, zu denen häufig auch die Geldmuseen ausgebaut wurden, bis hin zu bilateralen oder multilateralen Kooperationen mit Bildungseinrichtungen, Konsumentenschutzorganisationen, Finanzmarktbehörden oder -institutionen, Kommunen oder der Finanzindustrie und wirtschaftsnahen Interessenvertretungen. Erweitert wird der Aktionsradius durch die Nutzung nationaler und internationaler Netzwerke wie auch gemeinsamer Onlineplattformen.

Vertreter bildungspolitisch stark engagierter Zentralbanken weisen darauf hin, dass beim konkreten Bildungsangebot zu Wirtschaftsthemen bzw. dessen Kommunikation einige (Erfolgs)Kriterien zu berücksichtigen sind. Ein wichtiger Faktor ist (1) die Unterstützung und Überzeugungsarbeit durch das Management der Zentralbank selbst (Hogarth, 2007; Minehan, 2006). Sowohl der ehemalige Vorsitzende des Federal Reserve Board Alan Greenspan als auch der derzeitige Vorsitzende Ben Bernanke<sup>8</sup> haben wiederholt im Rahmen von Vorträgen Wirtschaftsbildung als eine prioritäre Zentralbankaufgabe bezeichnet. Dies hat auch positive Im-

plicationen auf den Ressourceneinsatz. Als vorteilhaft erweist sich (2) die Möglichkeit, die Zentralbank-eigenschaften Unabhängigkeit, Reputation, Glaubwürdigkeit, Integrität, Fairness und Objektivität zu nutzen. Die Bevölkerung vertraut den Zentralbanken und erwartet von ihnen faire und ehrliche Informationen. Die konkreten Bildungsprodukte sollen (3) lese- und benutzerfreundlich gestaltet sein, um eine problemlose und zeitsparende Integration in den (Unterrichts)Alltag zu erlauben. (4) Eine verständliche Ausdrucksweise und eine ansprechende Gestaltung der Produkte sind weitere wichtige Erfolgskriterien (Ganley, 2006; Minehan, 2006). Expertenunterstützung in den Bereichen Pädagogik, Didaktik, Methodik und Design der Bildungsprodukte ist sehr empfehlenswert. Einige Zentralbanken setzen deshalb auch Comics und Cartoons ein bzw. kooperieren in der Konzeption der verschiedenen Bildungsangebote intensiv mit Professionisten aus den Bereichen Marketing, Unterricht und Kommunikation.<sup>9</sup> Schließlich stellen (5) die Forschungsförderung zur Identifizierung von Best Practices und (6) die Schulung des eigenen Zentralbank-Mitarbeiterstabs weitere wesentliche Erfolgsfaktoren dar.

## **6 Teils umfangreiche Bildungspakete von Zentralbanken**

### **6.1 Eingeschränkte Bestandsaufnahme der Bildungsangebote der Zentralbanken**

Die Recherche über die Bildungsaktivitäten einzelner Zentralbanken

<sup>8</sup> Siehe Bernanke (2006).

<sup>9</sup> Diese Kooperation hat sich auch in der OeNB, die ihre Bildungsprodukte in enger Abstimmung mit Experten aus diesen Bereichen gestaltet, sehr bewährt. Auch die Schweizerische Nationalbank hat bei ihrer Neuausrichtung des Bildungsangebots seit dem Jahr 2007 diesen Aspekten besondere Rechnung getragen (siehe auch Kapitel 6.2).

basieren (1) auf länderspezifischen Präsentationen, zusammengefasst in einem Konferenzbericht der polnischen Zentralbank (2006), (2) auf Studien und Berichten der OECD, (3) auf Internetrecherchen der Homepages einzelner Zentralbanken und (4) bilateralen Kontakten zu einigen Zentralbanken. In der vorliegenden Analyse des Informationsangebots ist zu berücksichtigen, dass einzelne Zentralbanken gerade an einem Relaunch ihres Bildungsangebots arbeiten und mit ihrem neuen Konzept erst im Lauf des Jahres 2007 oder später an die Öffentlichkeit gehen werden.<sup>10</sup> Als weiteres Erschwernis bei der Recherche auf den Homepages der Zentralbanken zeigte sich, dass die speziellen und umfangreichen Bildungspakete vielfach nur in der jeweiligen Landessprache angeboten werden, zu denen die analogen englischen Websites entweder nur eine gestraffte Darstellung oder überhaupt keine Informationen bieten. Dies erschwert die vergleichende Bestandsaufnahme mitunter erheblich. Überdies sind die Informationen (im Internet) sehr unterschiedlich zugeordnet und oft schwer auffindbar.

## **6.2 Innovatives Bildungsangebot bei vielen europäischen Zentralbanken – Erweiterungen geplant**

Insgesamt konnten weltweit rund 30 Zentralbanken mit Bildungsprodukten und -programmen in den Vergleich aufgenommen werden. Wie die Tabellen 2.1 und 2.2 zeigen, werden zielgruppenfokussierte Pakete und Medien angeboten, die auf Kinder im

Primär-, Sekundärbereich, aber ebenso auf Studierende an Hochschulen und Universitäten im Tertiärbildungsbereich zugeschnitten sind. Darüber hinaus werden vielfältige Förderungen und Unterstützungen für Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen angeboten bzw. spezielle wirtschaftswissenschaftliche Auszeichnungen und Preise vergeben. Dazu kommen spezifische ökonomische Bildungseinrichtungen verschiedener Zentralbanken (Tabellen 2.1 und 2.2). Die OeNB wurde zwar in den Vergleich in den Tabellen 2.1 und 2.2 aufgenommen, ihr detailliertes Angebot wie auch jenes weiterer Anbieter in Österreich wird im Beitrag von Schlögl (2007) aber ausführlicher behandelt.

### *EZB-Informationsangebot in mehr als 20 Sprachen*

Die EZB bietet Informationsmaterialien für Schüler und Lehrer unter dem Titel „Preisstabilität: Warum ist sie für dich wichtig?“ in insgesamt 22 Sprachen an. Entstanden im Jahr 2005 in Zusammenarbeit mit den zum Eurosystem gehörenden Zentralbanken, bildete dieses Projekt den Auftakt der Bildungsaktivitäten der EZB, die in den kommenden Jahren deutlich forciert werden sollen. Mit einem Folienset („Fakten“) für Präsentationen zum Thema EU, Eurosystem und Geldpolitik des Eurosystems wurde das Bildungsangebot Mitte 2007 erweitert. Im wissenschaftlichen Bereich offeriert die EZB mehrere Programme (Wim Duisenberg Research Fellowship-Programme, Lamfalussy Fellowship-Programme,

<sup>10</sup> Konkret arbeitet die Schweizerische Nationalbank in diesem Zusammenhang an einem Projekt (dessen Grundzüge in den Vergleich aufgenommen sind). Auch die Zentralbanken von Irland und Spanien bereiten eine Neuausrichtung des Angebots vor. In diesen Fällen wurde der derzeitige Status in die Gegenüberstellung aufgenommen.

Tabelle 2.1

**Bildungsangebot von Zentralbanken mit dem Schwerpunkt Wirtschaft, Geld und Finanzen:  
Zielgruppen und besondere Einrichtungen – Teil 1**

	AT	AN	AU	BE	CA	CH	CZ	DE	DK	EE	ES	EZB	FI	FR	HU
<b>Zielgruppen</b>															
Kinder	x				x	x						x			
Schüler/Jugendliche	x	x		x	x	x		x				x	x		x
Studenten/Universitäten	x	x	x		x			x					x		x
Lehrer/Seminare	x	x	x			x		x				x	x	x	x
Kampagnen/Massenmedien	x	x										x	x		
Wissenschaft/Forschungsförderung/ Stiftungen	x		x	x	x	x		x	x			x	x	x	x
<b>Besondere Einrichtungen</b>															
Geldmuseum (Wissenspool, Ausstellungen)	x		x	x	x		x	x	x	x				x	x
Tag der offenen Tür							x			x					
Besucherzentren		x												x	x
Guided Tours															
Ausbildungszentren		x				x	x	x			x				
Trainingsprogramme/Lectures	x	x				x	x	x	x				x		x
Spezielle Seminare	x	x		x	x	x	x	x				x			
E-education (Homepage, online)	x	x	x		x	x	x	x			x	x	x		
E-education-Portal								x							
EcFin-Promotion group								x							
Wettbewerbe/Preise/Awards	x	x				x									
Benefiz-Veranstaltungen (für Bildungszwecke)															
Euroservice										x					

Quelle: Homepages der jeweiligen Zentralbanken, National Bank of Poland, bilaterale Kontakte mit einzelnen Zentralbanken.

Anmerkung: AT = Oesterreichische Nationalbank, AN = Eastern Caribbean Central Bank (Geldbehörde für Anguilla (AN), Antigua und Barbuda, Dominica, Grenada, Montserrat, St. Kitts und Nevis, St. Lucia und St. Vincent, die Grenadinen), AU = Reserve Bank of Australia, BE = National Bank of Belgium, CA = Bank of Canada, CH = Schweizerische Nationalbank, CZ = Česká Národní Banka, DE = Deutsche Bundesbank, DK = Danmarks Nationalbank, EE = Eesti Pank, ES = Banco de España, EZB = Europäische Zentralbank, FI = Suomen Pankki, FR = Banque de France, HU = Magyar Nemzeti Bank.

Tabelle 2.2

**Bildungsangebot von Zentralbanken mit dem Schwerpunkt Wirtschaft, Geld und Finanzen:  
Zielgruppen und besondere Einrichtungen – Teil 2**

	IE	JP	KR	LT	MX	NL	NZ	PL	SE	SG	SK	TR	UK	US	ZA
<b>Zielgruppen</b>															
Kinder		x				x	x	x					x	x	
Schüler/Jugendliche	x	x		x	x	x	x	x	x				x	x	
Studenten/Universitäten	x	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	
Lehrer/Seminare		x		x			x	x		x			x	x	
Kampagnen/Massenmedien								x		x				x	x
Wissenschaft/Forschungsförderung/ Stiftungen			x			x			x				x	x	
<b>Besondere Einrichtungen</b>															
Geldmuseum (Wissenspool, Ausstellungen)				x	x	x		x					x	x	x
Tag der offenen Tür													x	x	
Besucherzentren			x			x							x	x	
Guided Tours						x							x	x	
Ausbildungszentren			x	x			x				x			x	x
Trainingsprogramme/Lectures		x	x								x		x	x	
Spezielle Seminare		x	x								x		x	x	
E-education (Homepage, online)				x	x	x		x	x		x	x	x	x	x
E-education-Portal								x						x	
EcFin-Promotion group	x						x							x	
Wettbewerbe/Preise/Awards				x			x	x	x					x	
Benefiz-Veranstaltungen (für Bildungszwecke)													x		
Euroservice															

Quelle: Homepages der jeweiligen Zentralbanken, National Bank of Poland, bilaterale Kontakte mit einzelnen Zentralbanken.

Anmerkung: IE = Central Bank and Financial Services Authority of Ireland, JP = Bank of Japan, KR = Bank of Korea, LT = Lietuvos Banka, MX = Banca de México, NL = De Nederlandsche Bank, NZ = Reserve Bank of New Zealand, PL = Narodowy Bank Polski, SE = Sveriges Riksbank, SG = Monetary Authority of Singapore, SK = Národná Banka Slovenska, TR = Central Bank of the Republic of Turkey, UK = Bank of England, US = Federal Reserve System, ZA = South African Reserve Bank.

Student Research Assistantship-Programme).

***Bundesbank als innovativer Teil  
umfassender Plattformen  
rund um das Thema Geld***

Die Deutsche Bundesbank engagiert sich unter anderem im Rahmen des Internetportals [www.KursraumGeld.de](http://www.KursraumGeld.de). Es bündelt alle Angebote, die die Bundesbank, die privaten Banken, Sparkassen, Volksbanken und Raiffeisenbanken, Versicherungen und ihre Verbände für die Behandlung des Themas Geld im Schulunterricht bereitstellen. In übersichtlicher Präsentation haben Interessierte Zugang zu aktuellen Informationsmedien zum Themenkreis „Rolle von Banken und Versicherungen im Wirtschaftskreislauf, Zahlungsverkehr, Finanzierung und Kredit, Vermögensbildung, Altersvorsorge sowie Geld- und Währungspolitik“; diese Angaben sind zu Bestellformularen auf den Websites der verschiedenen Anbieter verlinkt. Eine weitere Finanzbildungsplattform der Bundesbank in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband ([www.GeldundHaushalt.de](http://www.GeldundHaushalt.de)) baut auf vier Säulen auf: Ratgeberservice, Vortragsservice, Internetplattform und Kooperation (Wirz, 2007). Durch die intensive Einbindung in beide Plattformen hat die Bundesbank eine führende Rolle im Finanzbildungssektor Deutschlands inne. Daneben stellt die Bundesbank schon seit gut 30 Jahren spezielle Bildungsmaterialien zur Verfügung (Deutsche

Bundesbank, 2007). Dabei fungiert das Geldmuseum (mit eigener Homepage<sup>11</sup>) als interaktives Bildungszentrum und zieht jährlich 30.000 Besucher an. Spezielle Produkte für die Sekundarstufe wie „Unser Geld“ und „Geld & Geldpolitik“ werden jährlich aktualisiert und erreichen Auflagen von 600.000 bzw. 200.000 Stück. Erwähnenswert ist auch das Online-Spiel „Mission Bundesbank“. Für die Zielgruppe der Studierenden werden jährliche Sommerworkshops veranstaltet und Stipendien mit Dotierungen bis zu 30.000 EUR angeboten. Eine im Jahr 2002 eingerichtete Stiftung „Geld und Währung“ stellt rund 50 Mio EUR zur Förderung wissenschaftlicher Aktivitäten zur Verfügung. Hervorzuheben ist zudem das breite Seminarangebot der Bundesbank: Das Personal-Recruiting erfolgt einerseits über eine bundesbankeigene Fachhochschule, in der Maturanten im Rahmen eines sechssemestrigen Lehrgangs für den Bankendienst ausgebildet werden. Andererseits wird Akademikern die Möglichkeit eines 21-monatigen Referendariats geboten (Kotz, 2007). Darüber hinaus kann im Ausbildungszentrum Eltville nahe Frankfurt am Main eine Reihe einschlägiger Fortbildungskurse (vorwiegend für Mitarbeiter von Zentralbanken) belegt werden. Gemeinsam mit der OeNB hat die Bundesbank seit 2004 im Rahmen eines „Aufseher-Trainings“ über 600 Bankenaufseher aus über 30 Finanzaufsichtsbehörden in 25 Ländern ausgebildet.

<sup>11</sup> Der Besucher dieser Website wird an dieser Stelle sehr einladend begrüßt: „Geld begleitet unser ganzes Leben. Aber nur stabiles Geld ist gutes Geld. Das Geldmuseum der Deutschen Bundesbank veranschaulicht Ihnen die spannenden Zusammenhänge der Geld- und Währungspolitik und bringt Ihnen die Geldgeschichte nahe“. Mehr dazu unter [www.geldmuseum.de](http://www.geldmuseum.de)

*Aufgabenteilung im Bereich Wirtschafts-  
bildung im Vereinigten Königreich, Bank of  
England mit umfassendem Angebot  
vertreten*

Im Vereinigten Königreich ist das Bildungsangebot zu Wirtschafts- und Finanzthemen institutionell geteilt (Ganley, 2006). Die Bank of England bietet ein breites Spektrum an Bildungsprodukten, die Bewusstsein und Verständnis – und zwar vom Schüler bis hin zur gesamten Öffentlichkeit – für die Zentralbankaktivitäten schaffen sollen. Bildungspolitische Aspekte zum Themenbereich „persönliche Finanzen“ decken vorrangig die Finanzmarktaufsicht in Kooperation mit der Finanzmarktindustrie ab. Bei unternehmensbezogenen Informationen wiederum ist das Finanzministerium (mit Interessenvertretungen) federführend. Im Weiteren sollen vor allem einige Produkte der Bank of England Erwähnung finden. Als zentrale „Bildungsstelle“ bietet das Geldmuseum mit insgesamt sieben Mitarbeitern umfangreiche Informationen zu geldpolitisch relevanten Themen. Laufende Ausstellungen runden das Angebot ab. Die jährlich rund 60.000 Besucher haben auch die Möglichkeit, an geführten Rundgängen durch die Bank of England teilzunehmen. Hervorzuheben sind speziell die für Schüler konzipierten Bildungspakete „Pounds & Pence“ (für 9- bis 11-Jährige) und „Made of Money“ (für 14- bis 16-Jährige). Für die 16- bis 18-Jährigen wird gemeinsam mit der Zeitung „The Times“ ein Wettbewerb über „Target Two Point Zero“ und „the Bank of England/Times Interest Rate Challenge“ abgehalten, an dem zahlreiche Schulen teilnehmen. Für Studenten steht ein eigenes Bildungspaket zur Verfügung. Vortragsreihen sowie spezielle Infopakete über die

Zentralbankaktivitäten des Centre for Central Banking Studies und Spendenunterstützung für Bildungszwecke ergänzen das Engagement im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich. Hervorzuheben ist die Homepage der Bank of England ([www.bankofengland.co.uk](http://www.bankofengland.co.uk)) mit einem Hauptmenü „education“. Die Mitglieder des geldpolitischen Komitees der Bank of England gehen jährlich mit bis zu 60 Vorträgen in die einzelnen Regionen des Landes.

*Ausgewählte spezielle Bildungsaktivitäten  
weiterer europäischer Zentralbanken*

In der Folge seien einige bemerkenswerte Aktivitäten aus dem Bildungsangebot und Produktkatalog einzelner Zentralbanken herausgegriffen. Bemerkenswert ist der Ansatz der finnischen Zentralbank (Suomen Pankki – BoF): Als zentrale Anlaufstelle dient das Bank of Finland-Museum, das – zumindest, was den e-education-Auftritt betrifft – losgelöst von der Zentralbank-Website als Servicestelle für schulische Bildungspakete aller Art fungiert. Zu Zwecken einschlägiger wirtschaftswissenschaftlicher Aktivitäten gründete die BoF 1998 das BOFIT (Bank of Finland's Institute of Economics in Transition), das regelmäßig Seminare anbietet und eine öffentliche Bibliothek betreibt.

Die Zentralbank der Niederlande (De Nederlandsche Bank) nutzt als erste Anlaufstelle ein Besucherzentrum, das jährlich etwa 10.000 Interessierte anzieht. Ab 2007 wird eine Verdoppelung der Besucher angestrebt, die unter anderem durch die Schaffung einer eigenen „Abteilung“ für 10- bis 14-Jährige erreicht werden soll. Ein Schulkoffer („The Money Box“) wurde an rund 1.800 Schulen verteilt. Studierende kön-

nen über ein interaktives Spiel „How to score with policy“ im Besucherzentrum geldpolitisches Wissen sammeln. Im wissenschaftlichen Bereich werden öffentlich zugängliche Seminarreihen sowie spezielle Lehrgänge für Studierende und Doktoranden offeriert. Seit Mai 2007 hat auch das Geldmuseum (siehe [www.geldmuseum.nl/web/show](http://www.geldmuseum.nl/web/show)) geöffnet.

Die belgische Zentralbank (National Bank of Belgium) sieht sich als aktiver Partner für Bildung und Wissenschaft. Zu erwähnen sind ein 15 Räume umfassendes Geldmuseum (das auch für die Erarbeitung von Schulmaterialien zuständig ist), ein Onlineindikatorenset auf der Website der Zentralbank (unter dem Hauptmenü „Bildung“) sowie starke Förderaktivitäten im Bereich der Wissenschaft.

Das Geldmuseum der dänischen Zentralbank (Danmarks Nationalbank) hat seit dem Jahr 2002 seine Pforten für Besucher geöffnet. Die dänische Zentralbank stützt ihr Bildungsangebot in erster Linie auf einen Pool von Vortragenden aus dem jungen Mitarbeiterstab der Bank. Diese hielten im Jahr 2006 weit über 100 Veranstaltungen mit insgesamt rund 4.000 Teilnehmern ab.

Die schwedische Zentralbank (Sveriges Riksbank) nutzte als Hebel für externe Bildungsmaßnahmen ein geldpolitisches Onlinespiel „Star gold“, in dem sich Teilnehmer in der Rolle eines Zentralbank-Gouverneurs versuchen konnten. Ein ähnliches, adaptiertes Spiel ist in Vorbereitung. Seit 1968 vergibt die schwedische Zentralbank den mit rund 1 Mio EUR dotierten „Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel“.

Die Banco de España (spanische Zentralbank) bietet über ein Online-

portal vorrangig Informationen zu Finanzthemen (nur in spanischer Sprache) an. Am Aufbau eines ähnlichen Portals mit dem Schwerpunkt „Elementares Wirtschaftswissen speziell für Jugendliche“ wird gearbeitet.

Die französische Zentralbank (Banque de France) forciert primär den geldpolitisch-wissenschaftlichen Bereich und stellt über eine Stiftung rund 2 Mio EUR für Forschungszwecke zur Verfügung. Über eine Partnerschaft mit dem nationalen Bildungssystem werden spezielle Bildungspakete – u. a. Seminarreihen für Lehrer – angeboten.

Ein Schwerpunkt der irischen Zentralbank (Central Bank and Financial Services Authority of Ireland) liegt im schulischen Sekundar- und Tertiärbereich, für den Bildungspakete wie „Get Smart with Your Money“ oder „Money Tips for Students“ ausgearbeitet wurden. Erwähnenswert ist auch eine National Steering Group for Financial Education, in der sich eine Reihe von Kooperationspartnern zur Unterstützung von Bildungsaktivitäten zusammengeschlossen hat. Am weiteren Ausbau des Zentralbank-Bildungsangebots wird gearbeitet.

#### *Neues Bildungspaket „iconomix“ der Schweizerischen Nationalbank*

Die Schweizerische Nationalbank bietet Broschüren und Filme zum Thema Geld und Notenbankpolitik an, die sich zum Teil gezielt an Schulen richten. Zudem werden regelmäßig Schulklassen und andere interessierte Gruppen zu Besuchen empfangen, die neben einem Vortrag auch den Besuch einer Banknotenausstellung beinhalten.

Über das „Studienzentrum Gerezensee“, eine Stiftung der Schweizerischen Nationalbank, werden spezi-

elle Ausbildungsprogramme für Mitarbeiter von Zentralbanken weltweit angeboten und Doktoratsstudien für Studierende von Schweizer Universitäten offeriert.

Anlässlich des 100-jährigen Bestehens im Jahr 2007 hat die Schweizerische Nationalbank ihr Bildungsangebot grundlegend erweitert und das Lernangebot „iconomix“, der Öffentlichkeit unter einem eigenen Internetauftritt ([www.iconomix.ch](http://www.iconomix.ch)) zur Verfügung gestellt. Das Angebot – das durch Kooperation mit bankexternen Experten den Aspekten Pädagogik, Didaktik, Methodik und Design besondere Rechnung trägt – beschränkt sich nicht nur auf geldpolitische Inhalte, sondern vermittelt weiter gefasste ökonomische Grundkenntnisse, Grundprinzipien und Denkansätze. Es richtet sich primär an Lehrpersonen und Lernende der Sekundarstufe II, die der obligatorischen Volksschule folgt, und soll als ergänzendes Lehrmittel im Unterricht eingesetzt werden. Das Angebot ist modular aufgebaut und bietet über das Internet flexibel einsetzbare Lernmaterialien an, die von herunterladbaren Arbeitsblättern bis hin zu gestalteten Lerneinheiten mit mehreren variablen Lektionen reichen. Einzelne Lerneinheiten werden durch innovative Lernsoftware wie z. B. Simulationen und Strategiespiele unterstützt, die online am Computer durchgeführt werden. Für Schüler besteht auch die Möglichkeit, mit dem Einreichen ökonomischer Arbeiten an einem Wettbewerb teilzunehmen. Das Lernangebot wird von weiterbildenden Aktivitäten für Lehrpersonen begleitet. Ein Basisangebot steht der Öffentlichkeit Ende Oktober 2007 zur Verfügung. Es soll bis zum Jahr 2009 ausgebaut und fortan aktualisiert und weiterentwickelt

werden. Eine umfangreiche Evaluation des Bildungspakets „iconomix“ innerhalb der ersten zwei Jahre ist vorgesehen.

#### *Offensive Bildungspolitik der Zentralbank Polens*

Von den Zentralbanken der neuen EU-Mitgliedstaaten hat insbesondere die polnische Zentralbank (Narodowy Bank Polski – NBP) deutliche Anstrengungen für eine Bildungsoffensive zu Wirtschafts- und Finanzthemen unternommen. Sie setzt sich besonders dafür ein, dass ökonomischer Bildung eine hohe Priorität in der Bildungspolitik Polens eingeräumt wird, und hat sich dabei ein ehrgeiziges Ziel gesteckt: Ihre Bemühungen gelten dann als erfolgreich, wenn es gelingt, bei der jungen Arbeitsbevölkerung die Lücke zwischen dem vermittelten Lehrstoff in den Schulen und dem im Alltag benötigten Wirtschaftswissen zu schließen. Neben umfangreichen Bildungspaketen – sie decken fast alle Zielgruppen mit einer breiten Palette heterogener Produkte (darunter auch spezielle Sendungen über Wirtschaft im Fernsehen) ab – sowie zahlreichen Wettbewerben im Land arbeitet die Zentralbank sehr engagiert an einer schrittweisen Umsetzung dieser Bildungspolitik.

Darüber hinaus bietet sich die NBP auch als Plattform für den Dialog und Wissensaustausch für Bildungsaktivitäten innerhalb der Zentralbanken an. Hervorzuheben sind die im September 2006 organisierte Konferenz „The Role of Central Banks in Economic and Personal Finance Education“ (National Bank of Poland, 2006). Eine weitere Innovation ist das Onlineportal Economic Education Resource Bank ([www.eerb.nbportal.pl](http://www.eerb.nbportal.pl)), das für den Informati-

onsaustausch über sämtliche Wirtschaftsbildungsmaßnahmen, die von Zentralbanken weltweit angeboten werden, konzipiert wurde. Noch präsentieren aber erst wenige Zentralbanken ihr Angebot über dieses Forum.

Die tschechische Zentralbank (Česká Národní Banka) bietet im „People & Money Centre for Education“ rund 80 Panels zu ökonomischen Themen, nach Zielgruppen abgestuft, via Film, Vortrag oder Ausstellung an. Rund 75.000 Besucher informieren sich jährlich über diese Servicestelle der Bank. Weiters wird bankweit ein Tag der offenen Tür veranstaltet, sowie einmal jährlich ein „Research Open Day“. Eine öffentlich zugängliche Onlinebibliothek rundet das Bildungsportfolio ab.

Ähnlich gestaltet sich das Bildungsangebot der ungarischen Zentralbank (Magyar Nemzeti Bank). Den Kern bildet das Besucherzentrum, wobei der Internetauftritt eine wertvolle Onlineergänzung darstellt, neben einer Bibliothek mit 80.000 Publikationen.

Den Schwerpunkt auf ein Besucherzentrum zum Zweck des ökonomischen Wissenstransfers legt auch die lettische Zentralbank (Latvijas Banka). Die Dauerausstellung „Money World“ wurde von sieben Mitarbeitern und einer Reihe von Experten vorbereitet, die Kosten beliefen sich auf über 1 Mio EUR. Diese Ausstellung mit 15 Themenkreisen und 30 interaktiven Präsentationen (bevorzugte Zielgruppe ist die Sekundarstufe der Schulen) steht unter dem Motto: „Come, See, Touch, Find Out and Understand“. Das gesamte Angebot steht in Lettisch, Russisch und Englisch zur Verfügung.

Die estnische Zentralbank (Eesti Pank) schließlich verfügt ebenfalls über ein Geldmuseum und bietet ein „Euroservice“.

### **6.3 Zentralbanken im Übersee- raum – Fed-Angebot hebt sich klar ab**

Im Überseeraum stellen die Zentralbanken Australiens, Kanadas, Japans, Neuseelands, Mexikos, Singapurs und Südkoreas in größerem Ausmaß Bildungsmaterialien zur Verfügung. Aktivitäten sind von den Zentralbanken einiger afrikanischer Staaten wie Südafrika, Kenia, Belize oder Botswana bekannt (National Bank of Poland, 2006). Ähnliches gilt für den karibischen Raum, in dem die Zentralbanken Bahamas, Costa Ricas, Trinidad und Tobago und der Karibischen Inseln einschlägige Informationen bereitstellen.

#### *Umfassendes und stark diversifiziertes Bildungsangebot des Fed*

In den USA ist die Zentralbank – das Federal Reserve System – einer der wichtigsten unter den zahlreichen Anbietern von Bildungsprodukten zu Wirtschaftsthemen, vor allem aber zu Geld- und Finanzthemen. Das umfangreiche Angebot wächst beinahe täglich. Hogarth (2007) verweist auf gegenwärtig 675 verschiedene Bildungsaktivitäten und -programme in den USA und führt auf zehn Seiten Programme und Aktivitäten der einzelnen Federal-Reserve-Banken an (siehe auch Bernanke, 2006). Als zentrale Koordinierungsstelle wurde von der US-amerikanischen Regierung mittels des FACT Act<sup>12</sup> die „U.S. Financial Literacy and Education Commission“ eingerichtet, der das „Board

<sup>12</sup> Fair and Accurate Credit Transaction Act (FACT Act).

of Governors“ des Fed als eine von insgesamt 20 US-amerikanischen Institutionen angehört. Als zentrale Kontaktstelle dient die Website „MyMoney.gov“ mit einer beeindruckenden Themenvielfalt, zahlreichen Tools und fast 220 einschlägigen Publikationen regierungsnaher Stellen oder Partnerinstitutionen. Zuletzt hat diese Institution im Jahr 2006 eine nationale Strategie („Taking Ownership of the Future“; Financial Literacy and Education Commission, 2006) für den Bereich Finanzbildung ausgearbeitet.

Das Bildungsangebot des Fed zu Wirtschafts- und Finanzthemen ist in Umfang und Struktur ausgezeichnet. Die Webauftritte des Federal Reserve Board wie auch die Websites der 12 regionalen Fed-Banken decken eine breite Themenpalette ab, die von insgesamt 75 Mitarbeitern (Minehan, 2006) aufbereitet wird. Unter [www.federalreserve.gov](http://www.federalreserve.gov) finden sich auf der obersten Menüebene, als eigene Menüpunkte, „Consumer Information“ und „Publications and Education Resources“, womit sich die Bedeutung dieses Bereichs für das Fed auch hier eindrücklich dokumentiert.

Das Fed bietet einerseits ökonomische Basisbildungspakete im unteren und mittleren Schulniveau und ein über das Sekundarschulwesen hinausgehendes, umfassendes Informationsangebot zum praktischen Umgang mit Geld an. Bei Letzterem fließen auch Informationen über mittel- und langfristige Wirtschaftstrends (z. B. im Fiskalbereich) ein. Zudem engagiert sich das Fed aufgrund gesetzlicher Verpflichtungen im Bereich Konsumentenschutz mit speziellen Bildungsaktivitäten nach dem Motto: „Mündige und gut informierte Konsumenten können sich auch gut selbst schützen“. Darüber

hinaus ist es der Zentralbank ein Anliegen, die Bevölkerung für Themen wie den Alterungsprozess der Gesellschaft und Implikationen für die (private) Pensionsvorsorge zu sensibilisieren. Auch sieht es das Fed als seine Aufgabe, Immigranten, die sich in ihrer neuen Wohn- und Marktumgebung zurechtfinden müssen und Rat in Finanzfragen brauchen, objektive Informationen bereitzustellen.

Das Bildungsangebot des Fed ist stark zielgruppenspezifisch ausgerichtet. Dies gilt auch für die einzelnen regionalen Fed-Banken, die jeweils eigene Bildungspakete offerieren. Einen Überblick über das heterogene Fed-Produktportfolio bietet die Website [www.Federalreserveeducation.org](http://www.Federalreserveeducation.org). Über weitere Menüebenen bekommen Internetnutzer hier für jedes Medium (z. B. Print, Multimedia, e-learning) sehr detaillierte weiterführende Informationen. Dazu kommen viele Linkhinweise zu Kooperationspartnern.

Im Jahr 2003 lancierte das Fed eine Kampagne „There’s a Lot to Learn about Money“ und bereichert seine Bildungsoffensive seither mit einer Fülle spezieller Einrichtungen und Programme. Kernelemente des Angebots sind eine Reihe von Bildungs- und Besuchszentren in einzelnen regionalen Fed-Banken, spezielle Produkte, Programme und Seminare für Kinder, Schüler, Studierende, Lehrer und die Öffentlichkeit wie auch das umfassende E-education-Portal. Dabei wird eine Fülle von Instrumenten genutzt: spezielle Foren, Schulwochen, Zeitungskooperationen, Multimediapakete, Wettbewerbe (u. a. „Fed challenge“, in dessen Rahmen Schulteams bei gestellter Aufgabe in die Rolle des Federal Open Market Committee (FOMC) schlüpfen und eine Zinsentscheidung

durchführen müssen), Diskussionsrunden und Newsletter (Hogarth, 2007; National Bank of Poland, 2006).

Speziell für die USA liegt auch eine Reihe von Evaluationen über den Nutzen von Bildungsprogrammen (insbesondere im Finanzbereich) vor (siehe dazu Braunstein und Welch, 2003; Hogarth, 2007). Auch das Fed selbst betreibt umfangreiche Forschungsarbeit, aus der sich aber kein eindeutiges Resümee ziehen lässt. Klar ist, dass besseres Wirtschaftswissen im Sinne einer besseren Allgemeinbildung Vorteile im individuellen täglichen Leben, aber auch für die Gesellschaft als Gesamtes bringt. Das Ausmaß dieses Nutzens ist freilich schwer quantifizierbar und nicht immer eindeutig bestimmbar.

#### *Umfassendes Seminarangebot der Zentralbanken von Südkorea und Singapur*

Die australische Zentralbank (Reserve Bank of Australia) konzentriert sich auf die Zielgruppen Lehrer, Studierende und Wissenschaftler und setzt dabei auf ähnliche Elemente wie die europäischen Zentralbanken. Ähnlich agieren die kanadische (Bank of Canada) und die neuseeländische Zentralbank (Reserve Bank of New Zealand). Die japanische Zentralbank (Bank of Japan) wiederum unterstützt als sehr reges Mitglied die Aktivitäten des „Central Council for Financial Services Information“, der insbesondere seit dem Jahr 2005 die bildungspolitischen Maßnahmen forciert hat. Die bankeigenen Aktivitäten konzentrieren sich auf die Zielgruppen Schüler, Lehrer und Studierende.

Die Zentralbank von Südkorea (Bank of Korea) legt seit 2004 neben Lehrbüchern und Bildungsprogrammen (Park, 2006) ihren Schwerpunkt auf Seminare. Im Rahmen eines ökonomischen Bildungszentrums werden dreistufige Wirtschaftseminare (für Interessenten mit geringen Wirtschaftskennntnissen, mit mittleren Kenntnissen und für Fortgeschrittene) angeboten. Ein gut besuchtes Geldmuseum und spezielle Sommercamps erweitern das Bildungsangebot.<sup>13</sup> Ähnlich gestaltet ist das Bildungspaket „MoneySENSE“ Singapurs, das unter Beteiligung von verschiedenen Regierungsstellen, der Geldbehörde „Monetary Authority of Singapore“ und verschiedenen Interessenvertretern initiiert wurde. Es besteht aus einem dreistufigen Programm. Stufe 1 deckt den Umgang mit Geld ab, Stufe 2 vermittelt Planungs-Know-how für Finanzfragen und Stufe 3 informiert über Investitionskriterien. Außerdem wird im Rahmen von „MoneySENSE“ auf Initiative der „Monetary Authority of Singapore“ eine Bildungsshow im Fernsehen zum Thema „Talking Dollar and Sense“ gestaltet.

#### *Breites Bildungsengagement der Eastern Caribbean Central Bank*

Unter der Internetadresse [www.eccb-centralbank.org](http://www.eccb-centralbank.org) eröffnet sich im Menü „Public Education and Awareness Programmes“ ein stark diversifiziertes und überaus beeindruckendes Bildungsangebot. Dort legt die Eastern Caribbean Central Bank unter dem Motto „Manage Your Money – Enhance Your Life“ auch klar dar, welche Intentionen sie mit ihren zahlreichen Bildungsaktivitäten verfolgt.

<sup>13</sup> Siehe dazu auch *The Korea Times* vom 7. August 2007: „Summer Camp for Financial Literacy Gaining Popularity“.

Die Zielgruppenspezialisierung, Abdeckung inhaltlicher Themen und Produktvielfalt sind umfassend. Wettbewerbe, Videos, Audioprogramme (z. B. „Financial Tips“), eine Reihe von Kampagnen (z. B. „The Economy and You“, „Financial Stability Issues“) über Radio oder Zeitungsserien (z. B. „The EC Currency and the Eastern Caribbean Currency Union“ oder „Investment Insights“) wie auch ein spezielles „Financial Literacy Month“ (jeweils Oktober) sind hervorzuheben. Spezielle „Exhibition und Education Centres“ mit Kurs- und Seminarangeboten für unterschiedliche Niveaustufen unterstützen die Zentralbank in ihren breit angelegten Bildungsbemühungen.

## **7 Resümee: Vieles ist schon gut, einiges kann noch besser werden**

Nach der Bestandsaufnahme von rund 30 Zentralbanken, wobei – unter Berücksichtigung des eingeschränkten Zugangs derartiger Informationen – nur einige ausführlicher beleuchtet wurden, lässt sich folgendes Bild über das Bildungsangebot der Zentralbanken zu Wirtschafts- und Finanzfragen zeichnen.

Im Bewusstsein, dass Konsumenten mit mehr Wirtschafts- und Finanzwissen wirtschaftspolitische Zusammenhänge besser erfassen können und damit der Geldpolitik und geldpolitischen Entscheidungen offener gegenüberstehen, stellen viele Zentralbanken Bildungspakete zur Verfügung. Der Wissenstransfer erfolgt auf mehreren Ebenen und ist teilweise sehr breit, innovativ und facettenreich angelegt und dabei gut diversifiziert. Bevorzugt aufbereitet werden Materialien für die Zielgruppen Schüler und Lehrer. Kinder im Primärschulbereich sind – von weni-

gen Ausnahmen abgesehen (siehe Bank of England, Fed) – bislang wenig berücksichtigt worden; teilweise gibt es aber Bemühungen, auch dafür maßgeschneiderte Pakete zu offerieren (z. B. De Nederlandsche Bank). Groß angelegte Bildungskampagnen sind eher die Ausnahme und kommen – wenn überhaupt – nur in größeren Zeitabständen vor. Für die Etablierung der derzeit verfügbaren Bildungspakete zu Wirtschaftsthemen haben die Zentralbanken teils erhebliche Ressourcen bereitgestellt. Die Bestrebungen für einen weiteren Ausbau, mitunter sogar grundlegende Reformen und geplante Bildungsoffensiven lassen vermuten, dass die Kapazitäten vielfach noch ausgeweitet werden dürften.

Die Verankerung des Bildungsauftrags im Aufgabenportfolio der Zentralbanken ist nur in wenigen Fällen transparent. Lediglich die Bank of England, die polnische Zentralbank und das Fed räumen dem Bildungsauftrag klar sichtbar eine hohe Priorität ein. Meistens werden Bildungsaktivitäten nicht als Hauptaktivität angeführt, sondern – wenn vorhanden – diversen anderen Aufgabenbereichen zugeordnet. Dementsprechend sind die Ziele der Bildungsaktivitäten und die strategischen Eckpfeiler zu deren Erreichung schwer nachvollziehbar.

Der Schwerpunkt der Bildungspakete der Zentralbanken liegt auf Wirtschaftsfragen und dabei speziell auf Themen rund um den Umgang mit Geld.

Im Bereich Produktgestaltung ist eine Trendumkehr klar ersichtlich. Broschüren, Faltprospekte und sonstige Publikationen werden zunehmend durch Multimediapakete und Onlineangebote verdrängt. Die neuesten Technologien machen es mög-

lich, botschafts- und nutzenorientierte Momente und Elemente spielerisch und ansprechend zu kombinieren. Auch ist der Trend zu einer verständlicheren Sprache zusammen mit einer weniger abstrakten Gestaltung der Bildungsprogramme, Seminar- und Vortragsreihen nicht zu übersehen. Die Aspekte Pädagogik, Didaktik, Methodik und Design haben in der Vermittlung ökonomischer Inhalte große Bedeutung. Sie scheinen umso bedeutsamer, je jünger das Zielpublikum und je größer die Konkurrenz um kostbare Unterrichtszeit ist. So sollten wirtschaftliche Bildungsprodukte für den Schulunterricht konkret, lebensnah, sach- und situationgerecht, nutzenorientiert und interessenbezogen sein. Dies sollte auch die Bereitschaft der Lehrer erhöhen, derartige Produkte in den Unterrichtsalltag zu integrieren. Noch werden die Bildungspakete von Zentralbanken, die teilweise die Fachsprache/-wissenschaft noch zu stark forcieren und damit abstrakt und theoretisch wirken, dieser Herausforderung nicht ganz gerecht. Wie Erfahrungen einiger Zentralbanken zeigen, hat sich eine intensive Kooperation mit externen Experten für die Produktgestaltung und -kommunikation sehr bewährt. Stark (2006), Mitglied des Direktoriums der EZB, fasst dies so zusammen: *„The basis for our success in the field of economic and financial education is cooperation with various professional educators, teachers and public groups which have a significant impact on the general public’s opinions and level of knowledge“*. Bei einzelnen Zentralbanken wurde der neue Kommunikationsstil auch bereits sehr erfolgreich umgesetzt, viele haben diesen Weg noch vor sich.

In der Kommunikation nach außen lassen sich im Wesentlichen drei

Verbreitungsmedien unterscheiden: traditionelle Printprodukte, Besucher- oder Bildungszentren (als solche fungieren oftmals auch die Geldmuseen) und E-education-Module. E-education wird dabei über die jeweilige Website der Zentralbank selbst, auf gesonderten Webadressen (bei Geldmuseen der Fall) oder eigenen Onlineplattformen bereitgestellt. Besonders gefragt (wie die durchwegs hohen Besucherzahlen bestätigen) sind die „Bildungs-/Wissenszentren“, die während der Öffnungszeiten zentralen Zugang zum Bildungsangebot (sowie Ausstellungen und Vorträge) der Zentralbanken ermöglichen. Einige wenige Zentralbanken präsentieren ihr komplettes Service- und Informationsangebot gut strukturiert bereits (fast analog) online. Hervorzuheben sind das Fed, aber auch die Eastern Caribbean Central Bank. Bei den meisten Zentralbanken sind die einschlägigen Informationen allerdings noch über nachgelagerte und innerhalb der Website verstreute Menüpunkte aufzurufen, was das Auffinden erheblich erschwert. Die Strukturierung des Bildungsangebots und ihre übersichtliche Präsentation (im Onlineauftritt) scheinen bei vielen Zentralbanken daher verbesserungswürdig.

Besonders Erfolg versprechend scheinen die themenspezifischen Internetportale, über die Zentralbanken gemeinsam mit ihren jeweiligen Kooperationspartnern zu Wirtschafts- und Finanzthemen geschlossen auftreten. Eine derartige Vernetzung untereinander bietet sich auch für Zentralbanken an – die Fed-Vernetzung kann dafür als hervorragendes Vorbild gesehen werden. Ebenso richtungweisend ist die erwähnte Initiative der Zentralbank Polens (Internetportal für Zentralbanken welt-

weit). Die Kooperation zwischen den Zentralbanken sollte intensiviert werden. Das verschafft Synergien, spart Kosten und könnte zu einer Optimierung der Bildungsprodukte beitragen.

Mit Ausnahme der USA liegen – zumindest öffentlich zugänglich – kaum Wirksamkeitsanalysen der Bildungspakete von Zentralbanken vor. Im teils schon umfangreichen und künftig wohl noch wachsenden Mitteleinsatz für Bildungsprogramme von

Zentralbanken sollte dieser Aspekt jedenfalls Berücksichtigung finden. Einige Zentralbanken haben ihre Bildungskonzepte bereits darauf ausgerichtet. So wird die Schweizerische Nationalbank ihr seit 2007 neues Bildungspaket innerhalb der ersten zwei Jahre einer umfangreichen Evaluation unterziehen. Auch bei den Bildungsaktivitäten der OeNB ist periodisches Monitoring als ein fester Bestandteil vorgesehen.

## Literaturverzeichnis

- ASB Schuldnerberatungen GmbH. 2007.** Schuldenreport 2007.
- Bernanke, B. S. 2006.** Testimony Financial Literacy Before the Committee on Banking, Housing, and Urban Affairs of the United States Senate. 23. Mai.
- Braunstein, S. und C. Welch. 2002.** Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy. Federal Reserve Bulletin. November.
- De Nederlandsche Bank. 2006.** Limited Financial Literacy Among Dutch Households. Quarterly Bulletin. Juni.
- Deutsche Bundesbank. 2007.** Deutsche Bundesbank präsentiert ihr Schulprogramm bei der didacta 2007. Pressemitteilung vom 15. Jänner.
- Duguay, D. 2007.** Citi Financial Education Strategy. Konferenz „Increasing Financial Capability“. 28. März. Europäische Kommission, Brüssel, und [http://ec.europa.eu/internal\\_market/finservices-retail/docs/capability/conference/daraduguay\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/conference/daraduguay_en.pdf)
- Eisenmenger, T. 2007.** The Right to Have a Bank Account. Conference on „Financial Education & Better Access to Adequate Financial Services“. 12.–13. April. Wien.
- EZB. 2002.** Die Rechenschaftspflicht der EZB. Transparenz der Geldpolitik der EZB. Monatsbericht November.
- Financial Literacy and Education Commission. 2006.** Taking Ownership of the Future – The National Strategy for Financial Literacy 2006.
- Ganley, J. 2006.** Economic Education at the National Level – Role of Bank of England. Präsentation bei der Konferenz der National Bank of Poland in Warschau am 28.–29. September.
- Gnan, E., M. A. Silgoner und B. Weber. 2007.** Volkswirtschafts- und Finanzbildung: Konzepte, Ziele, Messung. Geldpolitik & Wirtschaft Q3/07. OeNB. Wien.
- Hogarth, J. M. 2007.** The Federal Reserve System's Role in Economic and Financial Literacy – Rationale, Activities, and Impact. 35. Volkswirtschaftliche Tagung der Oesterreichischen Nationalbank. Mai.
- Kotz, H. H. 2007.** Notenbanken stellen besondere Wissensanforderungen. In: Börsen-Zeitung vom 16. Juni.
- Leinert, J. 2004.** Finanzieller Analphabetismus in Deutschland: Schlechte Voraussetzungen für eigenverantwortliche Vorsorge. Bertelsmann Stiftung. Vorsorgestudien 25.
- Liebscher, K. 2007.** Education Promotes Employment and Economic Growth. Eröffnungsrede zur 35. Volkswirtschaftlichen Tagung der Oesterreichischen Nationalbank. Mai. Wien.

- Malin, S. R. 2006.** Implementing Economic and Financial Literacy Programs at the National or Local Level. Federal Reserve Bank of New York. Präsentation bei der Konferenz der National Bank of Poland in Warschau am 28. – 29. September.
- Minehan, C. E. 2006.** The Role of Central Banks in Economic and Personal Finance Education. Präsentation bei der Konferenz der National Bank of Poland in Warschau am 28.–29. September.
- National Bank of Poland. 2006.** The Role of Central Banks in Economic and Personal Finance Education. 28.–29. September. Warschau. Teil I und II.
- OECD. 2006.** The Importance of Financial Education. Policy Brief. Paris: OECD. Juli.
- OeNB. 2007.** Wissensbilanz 2006. Wien.
- Park, J.-J. 2006.** Strategy and Provision of BOK's Economic Education. Präsentation bei der Konferenz der National Bank of Poland in Warschau am 28.–29. September.
- Santomero, A. M. 2003.** Knowledge Is Power: The Importance of Economic Education. Business Review Q4 2003.
- Schlögl, S. 2007.** Das Wirtschafts- und Finanzbildungsangebot österreichischer Institutionen und Unternehmen. Geldpolitik & Wirtschaft, Q3/07. OeNB. Wien.
- Schmid, K. 2006.** Bildung für eine globalisierte Welt – Halten Österreichs Schulen mit der Internationalisierung der österreichischen Wirtschaft Schritt? Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft. ibw-Schriftenreihe Nr. 132. Oktober.
- Smith, B. 2006.** The Need for Financial Education. Präsentation bei der Konferenz der National Bank of Poland in Warschau am 28.–29. September.
- Stark, J. 2006.** The Role of Central Banks in Economic and Personal Finance Education. Rede bei der Internationalen Konferenz „Central Bankers and Economic Educators“. Warschau. 29. September.
- Weber, M. 2007.** Bildung, die Früchte trägt. Finanz- und Wirtschaftskompetenz der Bürger sind wichtige Standortfaktoren – Brückenschlag zwischen Schule und Wirtschaft weiter ausbauen. Börsenzeitung vom 16. Juni 2007 und [www.bankenverband.de/channel/133810/art/2107/index.html](http://www.bankenverband.de/channel/133810/art/2107/index.html)
- Wirz, K. 2007.** Germany – Financial Education. Konferenz „Financial Education & Better Access to Adequate Financial Services“. 12.–13. April. Wien.