

„Erfolge dokumentieren, Potenziale aufzeigen“

Monitoringbericht der Nationalen Finanzbildungsstrategie für Österreich 2024

Sandra Mauser¹, Michael Razen², Stefan Humer^{1,*}

Oesterreichische Nationalbank in Kooperation mit dem MCI | Die Unternehmerische
Hochschule, dem Bundesministerium für Finanzen und der Wissenschaftlichen Arbeitsgruppe
der Nationalen Finanzbildungsstrategie

Juni 2026

Vorbemerkungen

Die Darstellungen und Schlussfolgerungen des Berichts geben die Meinung der Autorin und der Autoren wieder und entsprechen nicht notwendigerweise jenen der Oesterreichischen Nationalbank oder des Eurosystems.

Wir bedanken uns bei Vanessa Koch, Sebastian Swoboda, Caroline Mayr und Katharina Heindl (alle BMF), Natalie Glas (Umweltbundesamt), Herbert Pichler (Universität Wien), Theresa Lorenz, Katharina Felbermayr, Julia Jakob, Maximilian Zieser, Nina Gehringer, Carina Berthold, Stefan Wagner, Markus Lach, Marilies Jelovsek, Maximilian Estl, Haumer Michaela, Regine Danner-Dewanger, Sonja Luhn, Domes Julia (alle OeNB) für wertvolle Anregungen, Kommentare und Unterstützung. Etwaige verbleibende Fehler liegen alleine in der Verantwortung der Autorin und der Autoren.

Ein besonderer Dank gilt erneut den teilnehmenden Institutionen der Nationalen Finanzbildungsstrategie, die durch ihr Engagement, die gemeinsamen Anstrengungen für die Verbesserung der Finanzkompetenz der österreichischen Bevölkerung und ihre Teilnahme am Monitoring der Nationalen Finanzbildungsstrategie diesen zweiten aussagekräftigen Bericht möglich gemacht haben.

Ebenso möchten wir jenen Maßnahmenanbietern danken, die während der Aufbereitungsphase durch ihre wertvolle Rückmeldungen und Hinweise zur Datenergänzung beigetragen haben: Christian Fridrich (PH Wien), Erwin Hof (Wiener Börse AG), Mabel Reitbauer und Dagmar Hutter (beide BMLUK), Christiane Moser (ASB Schuldnerberatung), Christina Linsboth (BMASGPK), Eduard Staudecker (BMBWF), Brigitte Yildirim-Hummer (UniCredit Group), Isabella Eltner (Verband der Versicherungsunternehmen Österreichs), Monique Schlömmner (WU Entrepreneurship Center), Barbara Pöll (LEA) Oberösterreich, Sonja Egert (BMFWF), Lena Gugenberger (Three Coins), Nina von Gayl (FLiP), Christiane Thenius (OEGWM), Gabriele Hornig (Steuerberaterin).

¹ Oesterreichische Nationalbank, Abteilung für Finanzbildung und Kultur

² MCI | Die Unternehmerische Hochschule, Department Wirtschaft & Management

* ✉ stefan.humer@oenb.at

Sandra Mauser¹: Konzeption, Methodik, Datenerhebung und -aufbereitung, Datenanalyse, Visualisierung, Schreiben (Erstellung des Erstentwurfs), Stakeholdermanagement.

Michael Razen²: Konzeption, Supervision, Schreiben (Redaktion und Finalisierung).

Stefan Humer^{1,*}: Konzeption, Supervision, Schreiben (Redaktion und Finalisierung).

Zusammenfassung

Monitoring 2024 Dieser Bericht dokumentiert die Ergebnisse des zweiten Monitorings der Nationalen Finanzbildungsstrategie (*NFBS*) für Österreich im Jahr 2024. Von 168 Maßnahmen gingen 152 Rückmeldungen ein, was einer Rücklaufquote von 90.5% entspricht. Die finalen Ergebnisse des Monitorings beruhen auf 148 aktiven Maßnahmen, welche von insgesamt 67 Institutionen angeboten werden.

Erfolge Die Maßnahmen der *NFBS* erreichten knapp 130 000 Teilnahmen in Face-to-Face-Formaten, was einen Anstieg von 13% gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Auch beim digitalen Angebot wurden hohe Zugriffszahlen verzeichnet (über 400 000 Website-Zugriffe, ca. 40 000 Downloads von Online-Materialien und knapp 18 000 App-Downloads), wobei sich die Entwicklungen im digitalen Bereich aufgrund der schwierigeren Erfassung und Interpretation entsprechender Kennzahlen nur eingeschränkt mit jenen des Vorjahres vergleichen lassen. Ein starker Fokus der Maßnahmen liegt weiterhin auf der Zielgruppe der jungen Menschen. Inhaltlich stehen Themen des täglichen Finanzlebens im Vordergrund, wobei Aktualität sowie Kompetenz- und Lebenswelt-Orientierung als besonders wichtig erachtet werden.

Potenziale Chancen für die zukünftige Weiterentwicklung des Finanzbildungsangebots zeigen sich insbesondere für den Lebensabschnitt Pension, sowohl als Thema (derzeit nur bei 6% der Maßnahmen adressiert) als auch als Zielgruppe (aktuell keine Maßnahme). Hinsichtlich der in der *NFBS* formulierten Prioritäten offenbart sich zudem ein Potenzial im Bereich Digitalisierung. So legen derzeit nur knapp ein Viertel der Maßnahmen besonderen Wert auf die Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten in Bezug auf die Digitalisierung von Finanzdienstleistungen. In diesem Zusammenhang erscheint auch eine stärkere Verankerung der Themen Täuschung und Betrug relevant, die bislang nur vereinzelt aufgegriffen werden.

Zukunftsperspektiven Die Ergebnisse des Monitorings verdeutlichen die erfolgreiche Etablierung der Nationalen Finanzbildungsstrategie und das hohe Engagement der beteiligten Stakeholder. Mit der derzeit laufenden Ausarbeitung der neuen Nationalen Finanzbildungsstrategie ergeben sich zugleich wichtige Impulse für die zukünftige Ausrichtung der Finanzbildung in Österreich. Parallel dazu werden weitere Schritte zur Evaluation der *NFBS* vorbereitet. Die aktive Beteiligung der Maßnahmenanbieter an der Entwicklung entsprechender Ansätze schafft dabei eine wichtige Grundlage, um die Wirkung der Strategie künftig noch besser beurteilen und weiterentwickeln zu können.

Executive Summary

Monitoring 2024 This report documents the results of the second monitoring of the National Financial Literacy Strategy (*NFLS*) for Austria in 2024. Of the 168 education initiatives surveyed, 152 responses were received, corresponding to a response rate of 90.5%. The final results are based on 148 active initiatives, which are offered by a total of 67 institutions.

Successes The *NFLS* activities reached almost 130,000 participations in face-to-face formats, an increase of 13% compared to the previous year. The digital offering likewise recorded high usage figures (over 400,000 website visits, around 40,000 downloads of online materials and almost 18,000 app downloads). However, developments in the digital area can only be compared with the previous year to a limited extent, owing to the greater difficulty of capturing and interpreting the relevant indicators. As before, the initiatives place a strong focus on young people as a target group. In terms of content, topics relating to everyday financial life are at the forefront, with topicality as well as a competence- and real-life orientation regarded as particularly important.

Potentials Opportunities for the development of the financial education offering are evident in particular for the retirement and pension life stage, both as a topic (currently addressed by only 6% of activities) and as a target group (currently no initiative). With regard to the priorities set out in the *NFLS*, there is also untapped potential in the area of digitalisation: at present, only just under a quarter of initiatives place particular emphasis on conveying the knowledge and skills needed for the digitalisation of financial services. In this context, a stronger inclusion of the topics of deception and fraud also appears advisable, as these have so far been addressed only by a few initiatives.

Perspectives for the future The monitoring results underline the successful establishment of the *NFLS* and the high level of engagement among the participating stakeholders. With the new *NFLS* currently being developed, important impulses for the future direction of financial education in Austria are emerging at the same time. In parallel, further steps for the evaluation of the *NFLS* are underway. The active involvement of initiative providers in developing the corresponding approaches creates an important basis for assessing and further developing the strategy's impact even more effectively in the future.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Was ist das Monitoring?	1
1.2	Ablauf des Monitorings und Rückblick	1
1.3	Rücklauf	2
1.4	Überblick und Vergleichbarkeit zu 2023	3
2	Zielgruppen	5
3	Inhalte	10
3.1	Thematische Schwerpunkte	11
3.2	Didaktik	16
3.3	Übergreifende Prioritäten	19
4	Formate	21
5	Face-to-Face-Maßnahmen im Detail	30
5.1	Verteilung auf Bundesländer	31
5.2	Input	33
5.3	Output	35
5.4	Zufriedenheit mit der Maßnahme	41
6	Werbekanäle, Kooperationen und Teilnahmekosten	43
7	Monitoring und Evaluation auf Maßnahmenebene	46
8	Conclusio	50
	Literaturverzeichnis	53
A	Monitoring-Fragebogen	54
B	Ergänzung zu Kapitel 3	58

Abbildungsverzeichnis

2.1	Zielgruppen	6
2.2	Unterzielgruppe Schüler:innen	8
2.3	Unterzielgruppe Erwachsene	8
3.1	Kompetenzdimensionen	12
3.2	Themenfelder	14
3.3	Didaktische und methodische Prinzipien	18
3.4	Übergreifende Prioritäten	19
4.1	Formate	22
4.2	Unterkategorien Formate	24
5.1	Bundesländer	32
5.2	Inputs	34
5.3	Zielgruppen der Face-to-Face Maßnahmen	36
5.4	Soziodemographische Angaben	38
5.5	Zufriedenheit, Erreichbarkeit und Aufwand	41
6.1	Werbekanäle, Kooperationen und Kosten	44
7.1	Qualitätssicherung	48
B.1	Inhalte Zielgruppe junge Menschen	59
B.2	Inhalte Zielgruppe Frauen	60

Tabellenverzeichnis

4.2	Kennzahlen der Reichweite.	27
5.3	Mitarbeitende bei Face-to-Face-Maßnahmen.	35
5.4	Anzahl an erreichten Personen gegliedert nach Zielgruppen.	36
5.5	Anzahl an erreichten Personen gegliedert nach Formaten.	39
5.6	Anzahl an Durchführungen von Face-to-Face-Maßnahmen.	40
5.7	Dauer der Durchführung von Face-to-Face-Maßnahmen.	40

Kapitel 1

Einleitung

1.1 Was ist das Monitoring?

Das *Monitoring* dient der systematischen Erfassung und Darstellung der Finanzbildungsmaßnahmen die in Österreich unter dem Schirm der *NFBS* operieren.¹ Es ermöglicht einen Überblick über durchgeführte Aktivitäten und liefert datenbasierte Grundlagen für die Weiterentwicklung von Maßnahmen, für strategische Entscheidungen in den Gremien der *NFBS* als auch für eine wirksame Kommunikation des Finanzbildungsangebots und seiner Erfolge nach außen.

Das Monitoring wird in regelmäßigen Abständen durchgeführt, um Veränderungen über die Zeit sichtbar zu machen. So können Entwicklungen in der Umsetzung der *NFBS* nachvollzogen und gezielt weiterverfolgt werden.

Eine ausführliche Beschreibung zu Ziel und Zweck des Monitorings findet sich im Bericht 2023.²

1.2 Ablauf des Monitorings und Rückblick

In Kooperation mit dem MCI | Die Unternehmerische Hochschule, dem Bundesministerium für Finanzen (BMF) und der Wissenschaftlichen Arbeitsgruppe der *NFBS*, wurde die Oesterreichische Nationalbank (OeNB) beauftragt ein Monitoring zu etablieren, welches im Jahr 2023 zum ersten Mal durchgeführt wurde.³ Zur Veröffentlichung des Monitoringberichts 2023 fand im November 2024 ein Launchevent in der OeNB statt, zu dem alle beteiligten Institutionen eingeladen waren. Neben der Präsentation der Ergebnisse wurden die gewonnenen Erkenntnisse sowie identifizierten Entwicklungspotenziale in Kleingruppen diskutiert. Darüber hinaus bot das Event Raum für Austausch und Vernetzung zwischen den Institutionen.

Basierend auf den Erfahrungen aus dem ersten Monitoring, der Reflexion innerhalb der Wissenschaftlichen Arbeitsgruppe sowie dem Input der Finanzbildungsanbieter beim Launchevent wurde

¹Das Dokument zur *NFBS* ist unter dem Namen *Strategiedokument in Deutsch* hier zu finden: <https://www.bmf.gv.at/ministerium/nationale-finanzbildungsstrategie/uebersicht-nationale-finanzbildungsstrategie/downloads.html>.

²Siehe *Monitoringbericht der Nationalen Finanzbildungsstrategie für Österreich 2023*, 2024.

³Alle an der Strategie beteiligten Institutionen erhielten im Vorhinein umfassende Information zum Konzept des Monitorings, siehe *Monitoringkonzept der Nationalen Finanzbildungsstrategie*, 2023.

der Fragebogen für das Jahr 2024 in einzelnen Punkten angepasst und ergänzt. Auf die konkreten Änderungen und deren Implikationen wird an den jeweiligen Stellen im Bericht eingegangen. Die Programmierung der Online-Umfrage wurde durch die OeNB mit dem vom Europäischen System der Zentralbanken (ESZB) zur Verfügung gestellten Tool *Epsilon 3* durchgeführt. Um die Erhebung effizienter zu gestalten und den Aufwand für die Anbieter zu reduzieren, wurden in der Online-Umfrage bei jenen Fragen, die keine numerischen Werte betrafen, die maßnahmenspezifischen Angaben aus dem Jahr 2023 als Hinweistext neben den Fragen angezeigt.⁴ Mitte Dezember 2024 erfolgte eine Aussendung durch das BMF, welche alle Anbieter über den bevorstehenden Start der erneuten Befragung informierte.

Am 20. Dezember 2024 startete die Monitoring-Umfrage. Die Anbieter erhielten für jede ihrer Maßnahmen eine gesonderte E-Mail mit einem individuellen Zugangslink zur Befragung. Da Institutionen teils zu unterschiedlichen Zeitpunkten (Ende eines Kalenderjahres oder zu Beginn des neuen Jahres) Daten zu ihren Maßnahmen erheben, wurde für die Online-Befragung eine mehrwöchige Feldphase definiert. Die Befragung war planmäßig bis 14. Februar 2025 angesetzt, wurde aber schließlich bis zum 21. Februar 2025 verlängert, um allen interessierten Anbietern die Teilnahme zu ermöglichen. Während der gesamten Feldphase stand eine Ansprechperson für Rückfragen zur Verfügung.

Nach Abschluss der Feldphase wurden die rückgemeldeten Daten auf offene Fragen und Kommentare hin überprüft. In einer mehrwöchigen Nachbereitungsphase wurden mehrere Maßnahmenanbieter kontaktiert, um Unklarheiten aufzulösen und die entsprechenden Maßnahmen korrekt im Monitoring abzubilden. Die im Rahmen der Erhebung gewonnenen Erkenntnisse fließen erneut in die Weiterentwicklung und Anpassung des Monitorings für das Jahr 2025 ein. Alle Bearbeitungsschritte und Nachbesserungen wurden sorgfältig dokumentiert und zur transparenten Nachverfolgung archiviert. Erste Einblicke in die Befragung und den Rücklauf wurden im März 2025 im Steuerungsausschuss präsentiert.

1.3 Rücklauf

Insgesamt wurden die Anbieter von 168 Maßnahmen eingeladen, an der Monitoring-Umfrage 2024 teilzunehmen.⁵ Während der Feldphase wurden zwei Maßnahmen auf Wunsch der Anbieter entfernt, da eine nicht mehr durchgeführt wurde und die andere nicht mehr Teil der *NFBS* war. Zu 150 Maßnahmen wurde der Fragebogen vollständig ausgefüllt, zwei weitere Maßnahmen wurden zudem als nicht mehr aktuell gemeldet. Basierend auf den Rückmeldungen der Anbieter zu 152 der 168 Maßnahmen ergibt sich eine Rücklaufquote von 90.5%, die erfreulicherweise nahezu dem

⁴Bei Fragen, die beispielsweise die adressierte Zielgruppe oder das angebotene Format betreffen, ist davon auszugehen, dass sich die Angaben von Jahr zu Jahr in den meisten Fällen nicht wesentlich verändern. Dennoch kann es auch in diesen Bereichen zu Anpassungen in der Ausgestaltung einer Maßnahme kommen. Bei Kennzahlen wie Teilnehmerzahlen oder App-Downloads wurde bewusst auf die Anzeige der Vorjahreswerte verzichtet, da dies den Aufwand für die Anbieter nicht verringern würde und im ungünstigsten Fall sogar zu Verzerrungen in den Angaben führen könnte.

⁵Wie bereits im Jahr 2023 unterscheidet sich die Anzahl der Maßnahmen leicht von jener Zahl, die offiziell bei der *NFBS* eingemeldet wurde. Der Grund dafür liegt in der Aufsplittung einiger weniger Maßnahmen, die sich an mehrere Zielgruppen richten und dabei unterschiedliche Inhalte vermitteln. Eine aktuelle Übersicht aller bei der *NFBS* eingemeldeten Maßnahmen findet sich unter: <https://finanznavi.gv.at/jetzt-loslegen/bildungsangebote>.

Niveau von 2023 (91.2%) entspricht.⁶ Ein besonderer Dank gilt daher auch heuer wieder allen Institutionen, die mit ihrem Engagement das Monitoring unterstützt haben und so eine aussagekräftige Abbildung der Entwicklungen der *NFBS* ermöglichen.

Die nachfolgenden Analysen und Ergebnisse für das Berichtsjahr 2024 beziehen sich auf 148 im Berichtsjahr aktive Maßnahmen, zu deren Durchführung detaillierte Daten erhoben werden konnten.⁷ Insgesamt haben sich 67 *Institutionen* – einschließlich der bei der Einmeldung genannten Kooperationspartner – am Monitoring 2024 beteiligt.

1.4 Überblick und Vergleichbarkeit zu 2023

Im Jahr 2024 waren insgesamt mehr Maßnahmen Teil der *NFBS* als noch 2023. Allerdings bedarf es eines genaueren Blicks darauf, wie sich der Maßnahmenkatalog und das Gesamtsample im Jahr 2024 zusammensetzen und inwieweit sie mit denen von 2023 vergleichbar sind:

Im Jahr 2023 enthielt der Maßnahmenkatalog 148 Maßnahmen. Vier dieser Maßnahmen wurden im Monitoring 2023 als *nicht durchgeführt* gemeldet, wobei zwei davon weiterhin im Katalog für 2024 verblieben. Von den verbleibenden 146 Maßnahmen wurden im Laufe des Jahres 2024 elf weitere aus dem Katalog entfernt. Somit verbleiben 135 Maßnahmen, die sowohl 2023 als auch 2024 im Maßnahmenkatalog der *NFBS* enthalten waren. Im Jahr 2024 wurden zusätzlich 33 neue Maßnahmen eingemeldet, sodass sich insgesamt jene 168 Maßnahmen ergaben, zu denen eine Einladung zur Umfrage 2024 verschickt wurde (siehe Kapitel 1.3).

Der Monitoringbericht 2023 basiert auf einem Gesamtsample von 131 vollständig ausgefüllten Fragebögen. Acht dieser Maßnahmen waren sowohl 2023 als auch 2024 Teil des Maßnahmenkatalogs der *NFBS*, jedoch haben die betreffenden Anbieter im Jahr 2024 nicht erneut am Monitoring teilgenommen.⁸ Zusätzlich entfallen zwölf Maßnahmen aus dem Gesamtsample von 2023, da sie im Jahr 2024 nicht mehr aktiv waren.⁹ Insgesamt ergibt sich daraus eine Gruppe von 111 Maßnahmen, die in beiden Jahren Teil des Gesamtsamples waren. Im weiteren Verlauf des Berichts wird dieses aus 111 Maßnahmen bestehende Sample als *Vergleichssample* bezeichnet.

Zu sechs Maßnahmen, die in beiden Jahren Teil des Maßnahmenkatalogs waren, 2023 jedoch nicht im Monitoring abgebildet wurden, konnten im Jahr 2024 Daten erhoben werden. Eine die-

⁶Anmerkung zum Runden: Zahlen im vorliegenden Bericht werden jeweils kaufmännisch auf eine Nachkommastelle gerundet. Dementsprechend kann es bei der Aufsummierung von Prozentzahlen zu Werten über 100% kommen.

⁷Aufgrund des hohen Rücklaufs und zur Wahrung der Übersichtlichkeit beziehen sich alle absoluten Werte und relativen Anteile durchgängig auf das Gesamtsample der 148 Maßnahmen, sofern nicht ausdrücklich anders vermerkt. Dieses sehr umfassende Sample kann als repräsentativ für die Maßnahmen der *NFBS* 2024 erachtet werden. Es ist jedoch nicht auszuschließen, dass nicht-abgebildete Maßnahmen zusätzliche Informationen liefern könnten.

⁸Die Teilnahme am Monitoring ist freiwillig, weshalb die Gründe für die Nichtteilnahme unbekannt sind. Eine nähere Analyse der Daten aus dem Jahr 2023 zu den acht Maßnahmen ergab, dass sich drei an Schülerinnen & Schüler richten, zwei an Jugendliche und junge Erwachsene (~14–25 Jahre), sowie zwei an Frauen und eine an die gesamte Bevölkerung. Mit Ausnahme eines Online-Angebots für Schülerinnen & Schüler werden alle Maßnahmen *face-to-face* durchgeführt.

⁹Dies umfasst jene elf Maßnahmen, die im Laufe des Jahres 2024 aus dem Katalog entfernt wurden, sowie eine der Maßnahmen, die während der Feldphase 2024 gestrichen wurde. (siehe Kapitel 1.3)

ser Maßnahmen wurde 2023 als *nicht durchgeführt* gemeldet.¹⁰ Bei zwei der 33 neu gemeldeten Maßnahmen im Jahr 2024 wurde der Fragebogen nicht ausgefüllt.¹¹

Somit setzt sich das Gesamtsample (148) des Jahres 2024 aus dem Vergleichssample (111), erstmaligen Rückmeldungen zu bestehenden Maßnahmen (6) sowie erstmaligen Rückmeldungen zu neuen Maßnahmen (31) zusammen.

Der Monitoringbericht stellt ein jährliches Update zur Entwicklung der *NFBS* dar. Um eine übersichtliche Darstellung sowie eine gute Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr zu gewährleisten, bleiben Grundstruktur und Aufbau der Analysen weitgehend unverändert: In Kapitel 2 werden die adressierten Zielgruppen untersucht. Kapitel 3 umfasst die inhaltlichen Schwerpunkte, Kompetenzdimensionen, didaktischen Prinzipien sowie die übergreifenden Prioritäten, die in der *NFBS* definiert wurden. Kapitel 4 schlüsselt das Angebot der *NFBS* nach unterschiedlichen Formaten auf und liefert Indikatoren für deren Reichweite. In Kapitel 5 werden die Face-to-Face-Maßnahmen im Detail betrachtet. Neben der Angebotsverteilung auf die Bundesländer lassen sich hierbei Input- und Output-Indikatoren unterscheiden sowie die Zufriedenheit der Finanzbildungsanbieter mit ihren Maßnahmen ableiten. Kapitel 6 liefert einen Einblick in die Verwendung unterschiedlicher Werbekanäle, das Kooperationsinteresse und die Teilnahmekosten. In Kapitel 7 wird ein Blick auf die Qualitätssicherung der Maßnahmen sowie auf die Bedeutung von Monitoring und Evaluation geworfen. Kapitel 8 schließt mit einer Zusammenfassung der Ergebnisse, der Ableitung von Empfehlungen sowie einem kurzen Ausblick auf die nächsten Schritte im Monitoring der *NFBS*.

¹⁰Eine nähere Analyse der sechs Maßnahmen ergab, dass sich eine an Schülerinnen & Schüler richtet, drei an Jugendliche und junge Erwachsene (~14–25 Jahre), eine an (angehende) Unternehmerinnen & Unternehmer (2023: *nicht durchgeführt*) und eine an die gesamte Bevölkerung. Alle Maßnahmen sind digital oder beinhalten zumindest die Verfügbarkeit digitaler Inhalte.

¹¹Für die Teilmenge der neuen Maßnahmen 2024 entspricht dies sogar einer Rücklaufquote von 94.0%.

Kapitel 2

Zielgruppen



1. 56.1% aller Maßnahmen adressieren junge Menschen, davon 50.0% direkt durch Angebote innerhalb und außerhalb von Schulen und 6.1% indirekt über (angehende) Pädagoginnen & Pädagogen oder Eltern. Dies entspricht einem leichten Rückgang des Fokus auf frühzeitige Finanzbildung im Vergleich zu 2023.
2. Beim Finanzbildungsangebot für Schülerinnen & Schüler (29.1%) bleibt weiterhin ein Großteil der Maßnahmen zugleich auf mehrere Schulstufen und -typen ausgerichtet. Für Volksschulen, Berufsschulen, BMS und die AHS-Oberstufe gibt es auch eigens zugeschnittene Maßnahmen; für den sonderpädagogischen Förderbedarf jedoch weiterhin nicht.
3. Das Finanzbildungsangebot für Erwachsene (16.2%) ist zur Hälfte auf bestimmte Untergruppen zugeschnitten. Eine zentrale Zielgruppe dabei sind Multiplikatorinnen & Multiplikatoren.
4. 11.5% der Maßnahmen sind speziell für Frauen konzipiert. An als vulnerabel definierte Gruppen richten sich 2.7% der Maßnahmen, wobei sich keine davon explizit an Personen mit Behinderung oder Beeinträchtigung richtet. Wie schon 2023 gibt es für Seniorinnen & Senioren kein spezifisches Angebot.

Wie bereits im Jahr 2023 basieren die im Monitoring 2024 erfassten Zielgruppen auf dem Strategiedokument und wurden, analog zum Vorjahr, entsprechend ausdifferenziert.¹² Im Vergleich zu 2023 erfolgte lediglich eine Ergänzung: Bei der Zielgruppe der Erwachsenen wurde eine weitere Unterzielgruppe aufgenommen, nämlich andere Multiplikatorinnen & Multiplikatoren¹³, wie etwa Beratungskräfte in sozialen Einrichtungen oder Fachkräfte in der Jugend- und Sozialarbeit. Diese

¹²Die *NFBS* benennt vorrangige Zielgruppen mit spezifischem Finanzbildungsbedarf sowie zentrale Lebensphasen, die das persönliche Leben prägen und oft mit wichtigen finanziellen Entscheidungen verbunden sind. Weitere Details finden sich in *Nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich*, 2021, S.41–47.

¹³Mit dem Zusatz „andere“ wird hervorgehoben, dass zusätzlich zu Eltern und Lehrkräften auch weitere Akteurinnen & Akteure als Multiplikatorinnen & Multiplikatoren berücksichtigt werden, die im weiteren Umfeld der Finanzbildung fungieren.

Untergruppe wurde im Fragebogen ergänzt, da Anbieter in der vorherigen Monitoringwelle auf ihre Relevanz hingewiesen hatten.

Die Auswertung der Befragung (siehe Abbildung 2.1¹⁴) verdeutlicht, dass sich etwas mehr als die Hälfte aller Maßnahmen auf junge Menschen konzentriert. Dies erfolgt sowohl direkt, etwa durch Angebote in Schulen, als auch indirekt über (angehende) Pädagoginnen & Pädagogen¹⁵ oder Eltern. Konkret sind 43 von 148 Maßnahmen direkt auf Kindergartenkinder sowie Schülerinnen & Schüler ausgerichtet, was einem Anteil von 29.1% entspricht. Weitere 31 Maßnahmen (20.9%) wenden sich an Jugendliche und junge Erwachsene (~14–25 Jahre) außerhalb des schulischen Kontexts. Sechs Maßnahmen (4.1%) richten sich gezielt an (angehende) Pädagoginnen & Pädagogen, während drei der 24 Erwachsenenmaßnahmen ausschließlich auf Eltern und Erziehungsberechtigte abzielen (2.0%). Insgesamt liegt der Fokus bei 56.1% der Maßnahmen auf einer frühzeitigen Finanzbildung für junge Menschen. Zum Vergleich: 2023 lag der Anteil der im Monitoring erfassten Maßnahmen mit diesem zielgruppenspezifischen Fokus bei 62.6%.

Zielgruppen

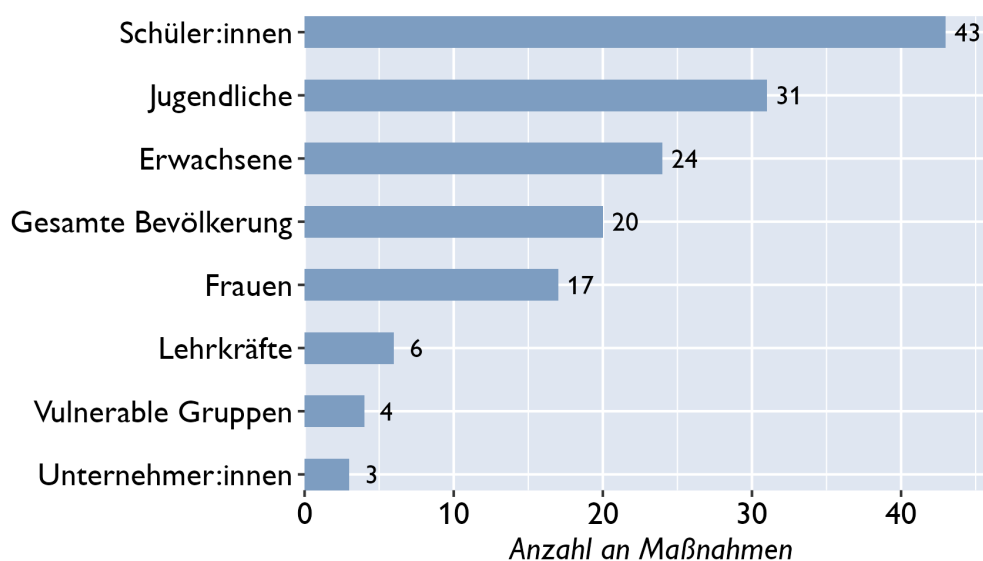


Abbildung 2.1: Zielgruppen
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

20 Maßnahmen (13.5%) richten sich nicht explizit an eine bestimmte Zielgruppe, sondern an die gesamte Bevölkerung. Frauen werden zusätzlich zu allen anderen, als geschlechtsunabhängig ausgewiesenen Bildungsangeboten, von 17 Maßnahmen (11.5%) explizit adressiert, drei Maßnahmen

¹⁴In Abbildung 2.1, wie auch in den restlichen Abbildungen und Tabellen, wurden die Beschriftungen zwecks einer besseren Lesbarkeit zum Teil etwas abgeändert bzw. gekürzt. Es wurde darauf geachtet, dass die Zuordnungen dennoch klar ersichtlich bleiben. In Anhang A finden sich die Kategorien der Zielgruppen inklusive Unterzielgruppen aus dem Monitoring-Fragebogen.

¹⁵Die Zielgruppe (angehende) Pädagoginnen & Pädagogen umfasst sowohl bereits ausübende Pädagoginnen & Pädagogen als auch Pädagoginnen & Pädagogen in Ausbildung.

sind auf (angehende) Unternehmerinnen & Unternehmer¹⁶ zugeschnitten (2.0%). Für die Zielgruppe Seniorinnen & Senioren gibt es weiterhin keine dezidierten Maßnahmen in der *NFBS*.

Vier Maßnahmen sind als gezielte Angebote für vulnerable Gruppen konzipiert (2.7%). Zu diesen Gruppen zählen Personen mit Migrationshintergrund, arbeitslose/ prekär-beschäftigte und von Erwerbsarmut betroffene Personen, überschuldungsgefährdete Personen oder solche mit Schuldenproblemen, Personen mit Behinderung oder Beeinträchtigung sowie Alleinerzieherinnen & Alleinerzieher. Eine der vier Maßnahmen richtet sich explizit an Migrantinnen & Migranten, eine weitere an Alleinerzieherinnen & Alleinerzieher, die übrigen beiden Maßnahmen adressieren mehrere der genannten Gruppen. Personen mit Behinderung oder Beeinträchtigung werden jedoch in keiner der vier Maßnahmen explizit adressiert.

Eine nähere Betrachtung des Finanzbildungsangebots für Schülerinnen & Schüler zeigt, dass sich wie schon 2023 ein Großteil der Maßnahmen für mehrere Schulstufen und -typen eignet. In Abbildung 2.2 ist dargestellt, wie viel Prozent der Maßnahmen für Schülerinnen & Schüler sich an die jeweiligen Untergruppen richten. Im Bereich der Sekundarstufe werden alle Untergruppen (Mittelschule, AHS Unterstufe, AHS Oberstufe und BHS, BMS sowie PTS und Lehrlinge) von mehr als der Hälfte der Maßnahmen für Schülerinnen & Schüler adressiert. Jene Maßnahmen, die nur auf einen bestimmten Schultyp zugeschnitten sind, adressieren entweder Volksschulkinder, Schülerinnen & Schüler einer BMS bzw. Lehrlinge oder AHS-Oberstufenschülerinnen & -schüler. Die Maßnahmen für Kindergartenkinder sind wie gehabt auch für Volksschulkinder geeignet. Für Schülerinnen & Schüler mit sonderpädagogischem Förderbedarf bzw. inklusiver Beschulung gibt es auch 2024 kein eigens konzipiertes Finanzbildungsangebot.

¹⁶Die Zielgruppe (angehende) Unternehmerinnen & Unternehmer umfasst sowohl bereits tätige als auch potenzielle künftige Unternehmerinnen & Unternehmer.

Unterzielgruppe Schüler:innen

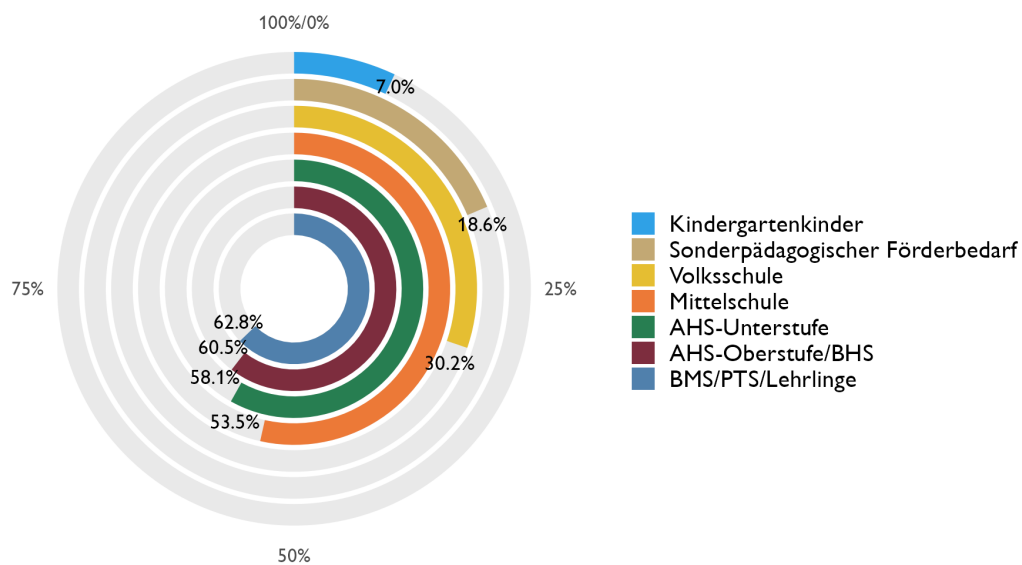


Abbildung 2.2: Unterzielgruppe Schüler:innen
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Unterzielgruppe Erwachsene

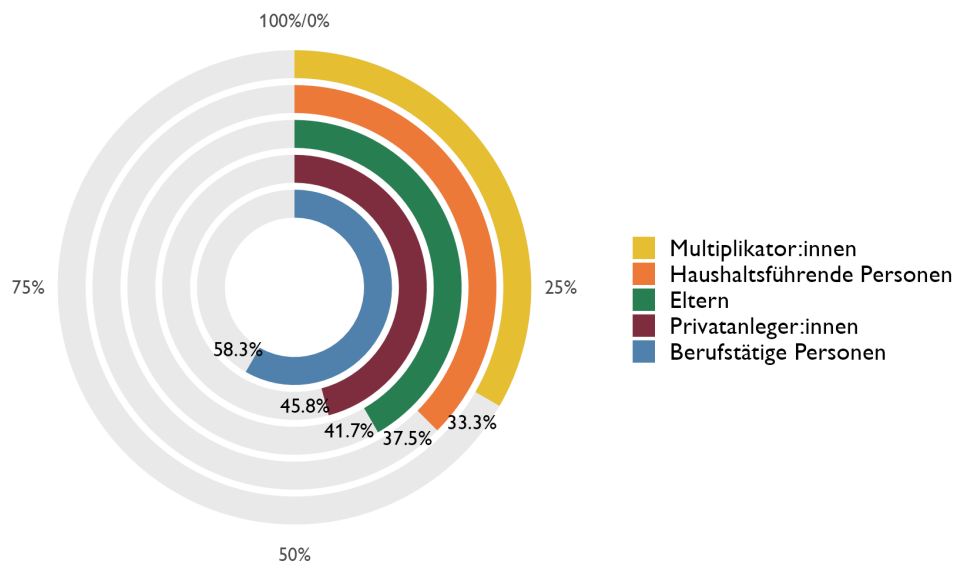


Abbildung 2.3: Unterzielgruppe Erwachsene
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Schlüsselt man das Finanzbildungsangebot für Erwachsene (24) weiter auf, zeigt sich, dass die Hälfte dieser Maßnahmen jeweils auf eine bestimmte Unterzielgruppe zugeschnitten ist. Neben

den drei Maßnahmen für Eltern und Erziehungsberechtigte richten sich vier Maßnahmen an Multiplikatorinnen & Multiplikatoren, drei gezielt an Privatanlegerinnen & Privatanleger und zwei an berufstätige Personen. Die übrigen zwölf Maßnahmen adressieren mehr als eine Unterzielgruppe gleichzeitig. Entsprechend gibt es keine Maßnahmen, die sich explizit an haushaltsführende, nicht-erwerbstätige Erwachsene richten. Bei den (auch) auf Multiplikatorinnen & Multiplikatoren ausgerichteten Maßnahmen ist erkennbar, dass diese häufig Themen mit Bezug zur Schuldenberatung aufgreifen.¹⁷ In Abbildung 2.3 ist zu erkennen wie viel Prozent der Maßnahmen für Erwachsene die jeweiligen Untergruppen adressieren.

Zielgruppen: Näherer Vergleich zu 2023

Von den 31 neuen Maßnahmen, die 2024 im Monitoring abgebildet werden können, sind vier Maßnahmen für Schülerinnen & Schüler, sieben für Jugendliche und junge Erwachsene (~14-25 Jahre), neun für Erwachsene, sechs für die gesamte Bevölkerung, vier für Frauen und eine für Lehrkräfte. Das bedeutet, dass 9.3% aller Maßnahmen für Schülerinnen & Schüler, 22.6% der Maßnahmen für Jugendliche und junge Erwachsene, 37.5% der Maßnahmen für Erwachsene, 30.0% der Maßnahmen für die gesamte Bevölkerung, 23.5% der Maßnahmen für Frauen und 16.7% der Maßnahmen für Lehrkräfte im Maßnahmenkatalog 2024 neu hinzugekommen sind.

Von den zwölf Maßnahmen aus dem Gesamtsample 2023, die 2024 nicht mehr aktiv sind, waren ursprünglich drei Maßnahmen für Schülerinnen & Schüler konzipiert, zwei für Jugendliche und junge Erwachsene (~14–25 Jahre), eine für Erwachsene, vier für die gesamte Bevölkerung und zwei für Lehrkräfte. Dementsprechend sind 6.7% der 2023 aktiven Maßnahmen für Schülerinnen & Schüler, 8.0% der Maßnahmen für Jugendliche und junge Erwachsene, 8.3% der Maßnahmen für Erwachsene, 22.2% der Maßnahmen für die gesamte Bevölkerung und 20.0% der Maßnahmen für Lehrkräfte im Jahr 2024 entfallen.

¹⁷Im Kontext der Schuldenberatung können Multiplikatorinnen & Multiplikatoren als Personen verstanden werden, die selbst nicht unmittelbar Schuldnerinnen & Schuldner beraten, aber durch ihre berufliche Rolle oder ihr Netzwerk dazu beitragen, relevantes Wissen, Zugänge oder Unterstützung weiterzugeben.

Kapitel 3

Inhalte



1. Hinsichtlich der vermittelten Kompetenzen liegt der Fokus bei 70.4% der Maßnahmen auf der Förderung von Bewusstsein, Wissen und Verständnis. Bei 24.8% stehen Fertigkeiten, Verhalten und Handeln im Vordergrund und bei 4.8% die Förderung von Selbstvertrauen, Motivation und Einstellung.
2. Thematisch stehen die folgenden Themen im Vordergrund: Haushaltsplanung; Preise, Käufe und Zahlungen; Verwaltung von Einnahmen und Ausgaben; Sparen sowie Geld und Währungen.
3. Damit liegt auch 2024 der Schwerpunkt auf dem persönlichen Finanzleben und dem Umgang mit eigenen Ressourcen.
4. Das Finanzbildungsangebot für Frauen dreht sich in erster Linie um die *Erreichung langfristiger finanzieller Unabhängigkeit und Sicherheit*.
5. Als wichtigste didaktische Prinzipien werden *Aktualitätsbezug und Zukunftsorientierung* (96.9%), *Orientierung an der Lebenswelt der Zielgruppe* (95.4%), *Lernen anhand von repräsentativen Beispielen* (91.4%) genannt.
6. 115 Maßnahmen (77.7%) ist mindestens eine übergreifende Priorität zugeordnet. 76 Maßnahmen (51.4%) adressieren genau eine Priorität, jeweils 39 Maßnahmen (26.4%) greifen entweder zwei oder alle drei Prioritäten auf.
7. 54 Maßnahmen (36.5%) berücksichtigen die Gleichstellung der Geschlechter, 34 Maßnahmen (23%) adressieren die Digitalisierung von Finanzdienstleistungen und 82 Maßnahmen (55.4%) das Thema Nachhaltigkeit.

Finanzbildung umfasst Themen vom alltäglichen Umgang mit Geld bis hin zu langfristigem Vermögensaufbau und Risikobewertung. In diesem Abschnitt werden die thematischen Schwerpunkte und zugehörigen Kompetenzdimensionen dargestellt. Zudem wird die Rolle didaktischer Prinzipien sowie die Einbindung der übergreifenden Prioritäten der *NFBS* beleuchtet.

3.1 Thematische Schwerpunkte

Zur fundierten Erhebung der thematischen Schwerpunkte einzelner Maßnahmen orientiert sich die Befragung am *Österreichischen Kompetenzrahmen zur Verbesserung der Finanzkompetenzen für Erwachsene*.¹⁸ Der Kompetenzrahmen umfasst relevante Finanzbildungsthemen, welche allgemeineren *Themenfeldern* zuzuordnen sind, und damit verbundene Dimensionen von Finanzkompetenzen. Diese Kompetenzdimensionen sind (i) Bewusstsein, Wissen und Verständnis, (ii) Selbstvertrauen, Motivation und Einstellung sowie (iii) Fertigkeiten, Verhalten und Handeln. Die Kompetenzdimensionen erfassen auf welcher Ebene eine Maßnahmen mit einem bestimmten Themenfeld eine Veränderung erzielen möchte.¹⁹

Eine Analyse der Themenfelder in Verbindung mit den Kompetenzdimensionen bietet Einblick in die inhaltliche Entwicklung der *NFBS*. Dabei ist auf die folgenden Anpassungen im Vergleich zum Vorjahr hinzuweisen:

1. Wie bereits in der Umfrage 2023 wurde auch 2024 die Auswahl der Kompetenzdimensionen bewusst eingeschränkt. Die Anbieter sollten jeweils die *primäre* Kompetenzdimension angeben, auf die sie mit ihrer Maßnahme vorrangig abzielen. Dabei wird jedoch nicht ausgeschlossen, dass auch weitere, nicht genannte Dimensionen bei der Umsetzung eine Rolle spielen können. Die Ergebnisse aus dem Jahr 2023 haben gezeigt, dass insbesondere in Bereichen wie Motivation, psychologischen Aspekten, der Etablierung guter Routinen und reflektiertem Handeln noch Potenzial zur Weiterentwicklung besteht. Um besser nachvollziehen zu können, wie die Anbieter selbst einschätzen, welches Verhalten, welche Handlungsweisen oder welche Fertigkeiten ihre Maßnahmen bei der Zielgruppe beeinflussen können, wurde in der Umfrage 2024 zusätzlich eine offene Frage dazu aufgenommen.
2. Neben der Auswahl der Kompetenzdimensionen wurde in den Umfragen 2023 und 2024 auch die Anzahl der Themenfelder pro Maßnahme auf maximal drei begrenzt. Ziel dieser Beschränkung ist es, ein klareres und aussagekräftigeres Bild der tatsächlichen inhaltlichen Prioritäten der Maßnahmen zu gewinnen. Diese Begrenzung wurde bewusst gewählt, obwohl sie zugleich eine Einschränkung darstellt, insbesondere für Anbieter, die mehr als drei thematische Schwerpunkte benennen möchten; darunter womöglich auch Inhalte, die im Kompetenzrahmen nicht explizit erfasst sind. Um Raum für zusätzliche Themen zu schaffen, wurde die Erhebung 2024 um eine offene Antwortmöglichkeit ergänzt. Diese erlaubt es den Anbietern, weitere inhaltliche Schwerpunkte anzugeben, die nicht in der vorgegebenen Auswahl enthalten sind.
3. Da sich die Grenzen zwischen Finanzbildungsthemen häufig überschneiden, bildeten die im

¹⁸Die von der Europäischen Union und der OECD im Jahr 2022 und 2023 veröffentlichten Kompetenzrahmen für Finanzbildung (siehe *Financial competence framework for adults in the European Union*, 2022 und *Financial competence framework for children and youth in the European Union*, 2023) wurden an die österreichischen Bedürfnisse angepasst und im Jahr 2022 im Rahmen der *NFBS* veröffentlicht. Neben dem Rahmen für Erwachsene wurde auch einer für Kinder entsprechend angepasst. Die inhaltlichen Schwerpunkte für die beiden Zielgruppen decken sich in groben Zügen. Beide Kompetenzrahmen können hier heruntergeladen werden: <https://www.bmf.gv.at/ministerium/nationale-finanzbildungsstrategie/uebersicht-nationale-finanzbildungsstrategie/downloads.html>.

¹⁹Vergleicht man diese drei Dimensionen mit der Definition von Finanzbildung in der *NFBS*, so erkennt man, dass sie allesamt Teil des gemeinsamen Verständnisses von Finanzbildung sind und damit eine entscheidende Rolle in der Verwirklichung der Ziele der *NFBS* haben. Siehe *Nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich*, 2021, S.17.

Fragebogen ausgewiesenen Themenfelder übergeordnete Kategorien, denen jeweils mehrere spezifische Inhalte zugeordnet werden konnten. Trotz erläuternder Beschreibungen zu jedem Themenfeld (siehe Anhang A) lässt sich nicht ausschließen, dass Anbieter ihre Maßnahmen aufgrund unterschiedlicher Verständnisse unterschiedlich zuordnen. Daher wurden die Ergebnisse 2023 auf mögliche systematische Verzerrungen hin überprüft. Während die meisten Angaben unproblematisch waren, zeigte sich beim Themenfeld Finanzbildung, Informationen und Beratung ein möglicher Interpretationsspielraum. Diesem Themenfeld waren laut Fragebogen Inhalte wie das Überprüfen von Informationsquellen, das Problem verzerrter Informationen, Gütesiegel von Finanzprodukten, das Erkennen vertrauenswürdiger Bildungsquellen bzw. Finanzberatung sowie digitale Beratungsinstrumente zuzuordnen. Die auffällig häufige Nennung sowie Rückmeldungen einiger Anbieter deuteten darauf hin, dass der allgemein gehaltene Begriff „Finanzbildung“ zu Missverständnissen geführt haben könnte. Als Reaktion auf diese Erkenntnisse wurde das Themenfeld in der Erhebung 2024 nach sorgfältiger Prüfung in „Aufklärung zu Bildungs- und Beratungsangeboten“ umbenannt.

Die im Fragebogen umgesetzte Klassifikation der Themenfelder lässt sich im österreichischen Kompetenzrahmen vier übergeordneten Kategorien zuordnen. Diese sind (i) Geld und Transaktionen, (ii) Planung und Verwaltung der Finanzen, (iii) Risiken und Vorteile sowie (iv) Finanzlandschaft. Die Auswertung der Ergebnisse erfolgte entlang dieser Kategorien.

Kompetenzdimensionen

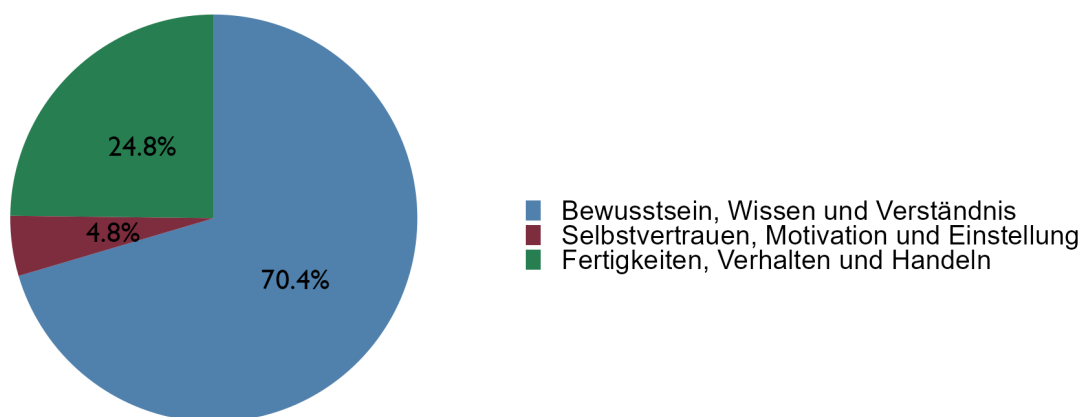


Abbildung 3.1: Kompetenzdimensionen
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Betrachtet man zunächst die Kompetenzdimensionen, auf die bei der Vermittlung von Themenfeldern fokussiert wird, so lässt sich Folgendes erkennen: Bei 70.4% der Themen setzen die Anbieter primär auf die Förderung von Bewusstsein, Wissen und Verständnis. Bei 24.8% stehen Fertigkeiten, Verhalten und Handeln im Vordergrund und bei 4.8% die Förderung von Selbstvertrauen, Motivation und Einstellung (siehe Abbildung 3.1). Wie auch schon 2023 steht klar die Wissensvermittlung, Bewusstseinsbildung und die Förderung von Verständnis im Vordergrund, was einen wichtigen Bestandteil von Bildung darstellt.

Die Analyse der offenen Antworten der Anbieter zu den aus ihrer Sicht durch die Maßnahme beeinflussbaren Fertigkeiten, Verhaltens- und Handlungsweisen hat Folgendes ergeben: Einige Anbieter gaben an, dass ihre Maßnahme nicht auf Veränderungen auf dieser Ebene abzielt, was mit den Ergebnissen der primär genannten Kompetenzfelder übereinstimmt. Passend dazu wurde häufig auf die Vermittlung von (Grundlagen-)Wissen, die Bewusstseinsbildung und die Förderung eines tieferen Verständnisses verwiesen. Es zeigt sich, dass die Wissensvermittlung häufig als Grundlage für spätere Handlungskompetenzen verstanden wird (typische Formulierungen: „aus Wissen Handeln ableiten“, „Wissensanwendung im Alltag“, „informierte Entscheidungen [...] treffen“). Mit Blick auf Handlungs- und Reflexionskompetenzen lassen Begriffe wie „kennen“, „reflektieren“, „erkennen“, „stärken“, „fördern“, „treffen“ und (Schritte) „setzen“ darauf schließen, dass die Anbieter mit ihrer Maßnahme eine aktive und bewusste Auseinandersetzung mit dem eigenen Finanzverhalten anregen möchten.

Ein Vergleich der vier übergeordneten Kategorien (siehe Abbildung 3.2) zeigt, dass insbesondere zur Planung und Verwaltung von Finanzen gehörende Themenfelder sowie jene zu Geld und Transaktionen im Vordergrund stehen. Inhalte rund um Haushaltsplanung werden in 28.4% der Maßnahmen vermittelt, gefolgt von den Themen Preise, Käufe und Zahlungen (25.7%), Verwaltung von Einnahmen und Ausgaben (23.6%), Sparen (22.3%) sowie Geld und Währungen (20.9%). Die Ergebnisse zu den vermittelten Inhalten zeigen, dass auch 2024 der Schwerpunkt auf dem persönlichen Finanzleben und dem Umgang mit den eigenen Ressourcen liegt. Bei den Inhalten rund um Einnahmen und Ausgaben sowie Haushaltsplanung und Sparen spielt neben der Förderung von Bewusstsein, Wissen und Verständnis erneut die Kompetenzdimension Fertigkeiten, Verhalten und Handeln eine verstärkte Rolle.

Inhaltlich selten im Fokus stehen demgegenüber die Themenfelder Finanzunterlagen und Verträge (0.7%), Regulierung und Verbraucherschutz (2.0%), Täuschung und Betrug (4.1%) sowie Rechte und Pflichten (4.1%). So wie schon 2023 liegt womöglich einer der Gründe hierfür darin, dass diese Themenfelder bereits sehr konkret sind und im Verständnis der Anbieter bereits zumindest teilweise durch die obigen Kategorien als abgedeckt angesehen werden. Dennoch legen die Daten nahe, dass diese Themen bei den meisten Maßnahmen zumindest nicht vorrangig behandelt werden.

In der Umfrage wurde den Anbietern ermöglicht, weitere Themenbereiche zu nennen, die ihre Maßnahmen primär adressieren, sofern diese nicht in der vorgegebenen Auswahl enthalten waren. Die Analyse der offenen Antworten zeigt, dass insbesondere die Themen Nachhaltigkeit/Sustainable Finance/Klimaschutz, Entrepreneurship Education (allgemein) sowie eine ganzheitliche Wirtschaftsbildung ergänzend angeführt werden. Besonders auffällig ist dabei die wiederholte Nennung von Nachhaltigkeit, obwohl entsprechende Aspekte in sieben der auswählbaren Themenbereiche des österreichischen Kompetenzrahmens enthalten sind (siehe Anhang A). Die Rückmeldungen der Anbieter deuten darauf hin, dass Nachhaltigkeit nicht nur als Querschnittsthema verstanden, sondern vielmehr als eigenständiger inhaltlicher Schwerpunkt sichtbar gemacht werden sollte. Möglicherweise liegt dem auch die Einschätzung zugrunde, dass Nachhaltigkeit in der Praxis nicht ausreichend berücksichtigt wird, wenn es nicht ausdrücklich als zentrales Thema benannt wird.

Inhalte

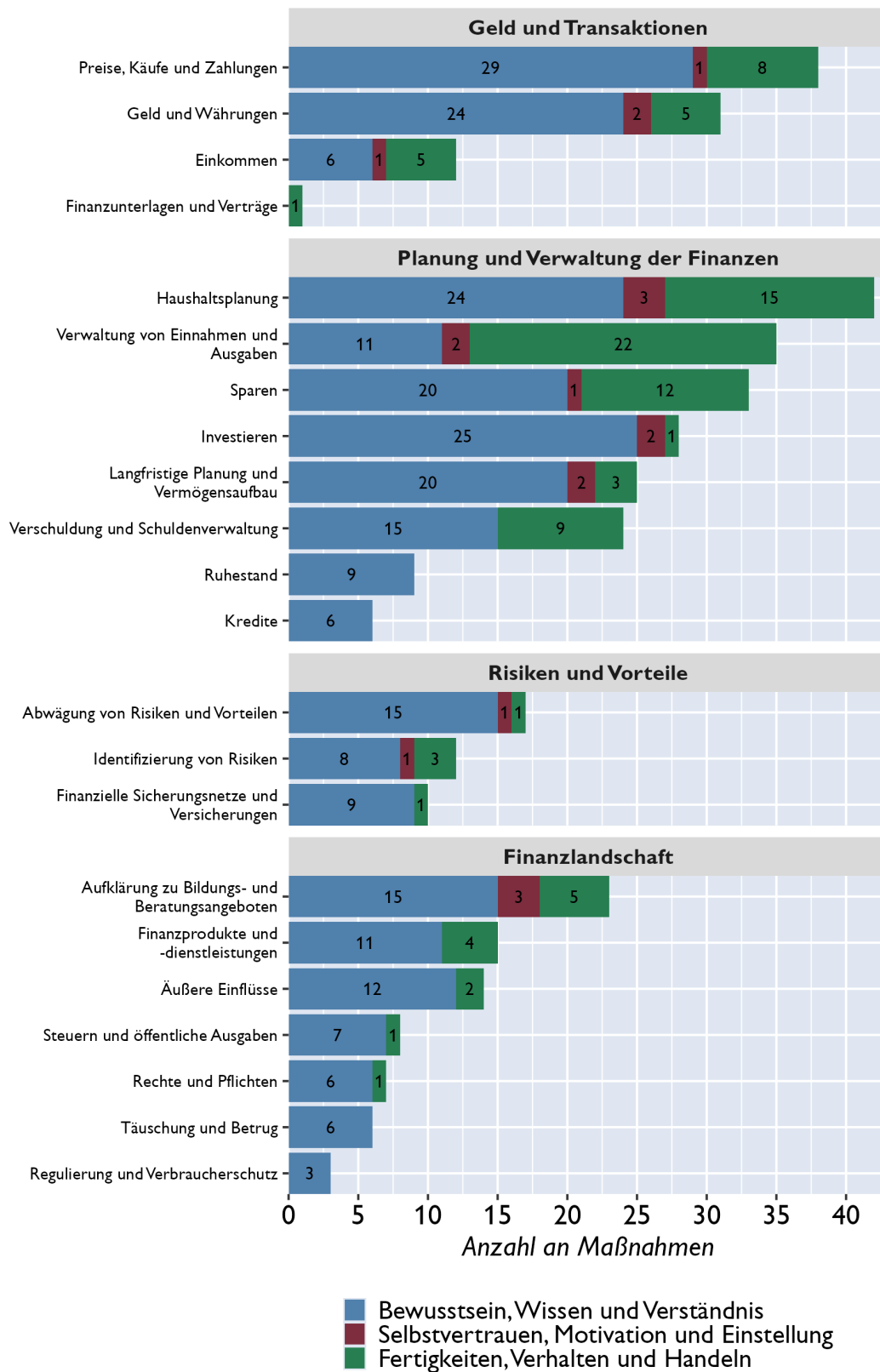


Abbildung 3.2: Themenfelder
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Vor dem Hintergrund der Grundlagenvermittlung und der *NFBS*-Hauptpriorität einer *frühzeitigen Finanzbildung* wird im Folgenden analysiert, welche Themenfelder den jüngeren Zielgruppen schwerpunktmäßig vermittelt werden. Fasst man Kindergartenkinder, Schülerinnen & Schüler (alle Schulstufen und -typen) sowie Jugendliche und junge Erwachsene (~14-25 Jahre) außerhalb von Schulen zusammen, ergibt sich mit Ausnahme kleinerer Abweichungen in der Reihenfolge ein sehr ähnliches Bild wie bei der Gesamtbetrachtung (siehe Abbildung B.1 in Anhang B).

Auch im Jahr 2024 lässt sich beobachten, dass insbesondere bei seltener behandelten und komplexeren Themenfeldern häufig junge Menschen als Zielgruppe definiert werden. So richtet sich die einzige Maßnahme mit einem Schwerpunkt auf Finanzunterlagen und Verträgen an Jugendliche und junge Erwachsene. Weitere vier der sechs Maßnahmen zum Thema Täuschung und Betrug sowie neun der 14 Maßnahmen zu äußeren Einflüssen adressieren Schülerinnen & Schüler bzw. Jugendliche und junge Erwachsene.

Betrachtet man die inhaltlichen Schwerpunkte des *geschlechtsspezifischen Finanzbildungsangebots*, ergeben sich weitere interessante Einblicke (siehe Abbildung B.2 in Anhang B):

- Das meistgenannte Themenfeld bei den Maßnahmen für Frauen ist, wie auch im Jahr 2023, langfristige Planung und Vermögensaufbau. Zehn der 25 Maßnahmen (40.0%) mit einem entsprechenden Schwerpunkt adressieren die Zielgruppe Frauen.
- Das zweithäufigste Themenfeld ist Ruhestand. Wie auch 2023 sind alle Maßnahmen, die einen inhaltlichen Schwerpunkt in diesem Bereich setzen (100.0%), ausschließlich für Frauen konzipiert. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass es keine Maßnahme mit Fokus auf dieses Themenfeld gibt, die auch Männer adressiert.
- Platz drei der meistgenannten Themenfelder teilen sich Verwaltung von Einnahmen und Ausgaben, Aufklärung über Bildungs- und Beratungsangebote sowie finanzielle Sicherungsnetze und Versicherungen. Bei Letzterem fällt auf, dass die Hälfte der Maßnahmen mit diesem Schwerpunkt (50.0%) sich an Frauen richtet.

Wie auch 2023 steht im Finanzbildungsangebot für Frauen klar die Erreichung langfristiger finanzieller Unabhängigkeit und Sicherheit im Mittelpunkt, während Themen des alltäglichen Finanzlebens eine eher untergeordnete Rolle spielen. Im Vergleich zur Gesamtauswertung und zu den inhaltlichen Schwerpunkten für junge Menschen wird dadurch ein deutlich anderer thematischer Fokus sichtbar. Gleichzeitig zeigt sich, dass gewisse Lücken im Finanzbildungsangebot in Österreich, insbesondere für Männer (beispielsweise im Themenfeld Ruhestand oder bei finanziellen Sicherungsnetzen und Versicherungen), weiterhin fortbestehen.

Beim Finanzbildungsangebot für *Erwachsene* landen im Jahr 2024 die Themenfelder Investieren sowie Finanzprodukte und -dienstleistungen auf dem ersten Platz. Maßnahmen, die diese beiden Themenbereiche behandeln, richten sich größtenteils an *Privatanlegerinnen & Privatanleger* sowie berufstätige Erwachsene. Maßnahmen für *Multiplikatorinnen & Multiplikatoren* vermitteln überwiegend Inhalte zum alltäglichen Finanzleben. Maßnahmen, die explizit für *Eltern* konzipiert sind, fokussieren auf die Themen Sparen sowie Verwaltung von Einnahmen und Ausgaben. Auch bei den Maßnahmen für die *gesamte Bevölkerung* stehen grundlegende Themen wie Geld und Währung

sowie Haushaltsplanung im Vordergrund. Bei den Themenschwerpunkten für *vulnerable Gruppen* lässt sich feststellen, dass alle vier Maßnahmen das Thema Verschuldung und Schuldenverwaltung behandeln.

Inhalte: Näherer Vergleich zu 2023

Bei den 31 neuen Maßnahmen, die 2024 im Monitoring abgebildet werden können, setzen Anbieter bei 75.0% der Themen primär auf die Förderung von Bewusstsein, Wissen und Verständnis. Bei 21.1% stehen Fertigkeiten, Verhalten und Handeln im Vordergrund, und bei 3.9% die Förderung von Selbstvertrauen, Motivation und Einstellung. In Bezug auf die genannten Themen entfallen mehr als die Hälfte der Nennungen von primären Themenfeldern auf die übergeordnete Kategorie Planung und Verwaltung der Finanzen, knapp ein Viertel auf die Kategorie Geld und Transaktionen sowie circa ein Achtel auf Themen im Bereich Finanzlandschaft. Themen aus Risiken und Vorteile werden am seltensten genannt.

Bei den zwölf Maßnahmen aus dem Gesamtsample 2023, die 2024 nicht mehr aktiv sind, setzten Anbieter 2023 bei über dreiviertel der Themen primär auf die Förderung von Bewusstsein, Wissen und Verständnis. Die genannten Themenfelder waren überwiegend der übergeordneten Kategorie Geld und Transaktionen zuzuordnen.

Betrachtet man das *Vergleichssample* der 111 Maßnahmen, die in beiden Jahren abgebildet werden konnten, zeigt sich, dass die Verteilung auf die ausgewählten Kompetenzdimensionen in beiden Jahren nahezu ident ist. Bei den Themenfeldern hingegen lässt sich eine deutliche Verschiebung erkennen. Im Vergleich zu 2023 zeigen sich in den vier übergeordneten Kategorien folgende Veränderungen: Geld und Transaktionen (+7.0%), Planung und Verwaltung der Finanzen (+1.3%), Risiken und Vorteile (+37.5%) sowie Finanzlandschaft (-21.3%). Bei 45.7% der Maßnahmen, für die 2023 das Themenfeld Finanzbildung, Informationen und Beratung angegeben wurde, wurde 2024 ein anderes Themenfeld gewählt. Dieses Ergebnis stützt die bereits in der Analyse des Vorjahres geäußerte Vermutung, dass die Kategorie „Finanzbildung“ unterschiedliche Interpretationen zugelassen und die oben beschriebenen Verschiebungen für den Monitoringreport 2024 somit auch eine Präzisierung darstellen.

3.2 Didaktik

In Zusammenhang mit den schwerpunktmäßig vermittelten Inhalten wurde im Rahmen des Monitorings auch erhoben, auf welche didaktischen Elemente die Anbieter in der Ausgestaltung ihrer Maßnahmen vorrangig zurückgreifen. Gegenüber 2023 wurde die Abfrage in diesem Bereich leicht angepasst: Das didaktische Prinzip *Förderung von Kompetenzen* wurde in der Befragung 2024 nicht mehr berücksichtigt. Hintergrund dieser Entscheidung waren Bedenken, dass dieses Prinzip zu vage formuliert sei und daher von den Maßnahmenanbietenden sehr unterschiedlich interpretiert werden könnte. Dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Rolle unterschiedlicher Kompetenzdimensionen bereits im Zusammenhang mit den thematischen Schwerpunkten detailliert beleuchtet wird (siehe Kapitel 3.1).

Bei der Betrachtung der Relevanz ausgewählter didaktischer Prinzipien für die Maßnahmen der *NFBS* 2024²⁰ (siehe Abbildung 3.3) soll zunächst eine wichtige Ergänzung im Vergleich zum Vorjahr hervorgehoben werden. Während sich die Prozentangaben in der Abbildung wie im Vorjahr jeweils auf die Anzahl der tatsächlich erhaltenen Antworten beziehen, sei nachstehend der Vollständigkeit halber für 2024 zusätzlich der Anteil fehlender Angaben ausgewiesen, also der Prozentsatz der Maßnahmen, bei denen die Anbieter keine Einschätzung zur Wichtigkeit der einzelnen didaktischen Prinzipien abgegeben haben: Aktualitätsbezug und Zukunftsorientierung (5.1%), Orientierung an der Lebenswelt der Zielgruppe (3.7%), Lernen anhand von repräsentativen Beispielen (5.9%), Miteinbeziehen verschiedener Perspektiven (8.8%), Geben konkreter Handlungsempfehlungen (5.9%), methodische Vielfalt (11.0%), kooperatives und individualisiertes Lernen (12.5%), Verwendung ökonomischer Konzepte (13.2%).²¹ Die Größenordnung der fehlenden Angaben ist jeweils vergleichbar mit jener aus dem Jahr 2023.

Die Auswertung der Ergebnisse 2024 lässt erkennen, dass erneut Aktualitätsbezug und Zukunftsorientierung sehr bzw. eher wichtig sind (96.9%). Auch Orientierung an der Lebenswelt der Zielgruppe (95.4%) und Lernen anhand von repräsentativen Beispielen (91.4%) spielen weiterhin eine übergeordnete Rolle. Alle weiteren didaktischen Prinzipien werden ebenfalls mehrheitlich als sehr oder eher wichtig eingestuft. Fokussiert man auf jene Prinzipien mit der geringsten Relevanz für die Anbietenden, so sieht man, dass, wie auch 2023, der Verwendung ökonomischer Konzepte (gar nicht oder eher nicht wichtig: 43.2%) sowie kooperativem und individuellem Lernen (gar nicht oder eher nicht wichtig: 31.9%) die vergleichsweise geringste Bedeutung beigemessen wird. Zusammengefasst deuten die Ergebnisse darauf hin, dass sich das Finanzbildungsangebot der *NFBS* weiterhin vor allem an den persönlichen Bedürfnissen und der Lebenswelt der Zielgruppen hinsichtlich ihrer persönlichen finanziellen Handlungsspielräume orientiert.²²

²⁰Mit Ausnahme der Anbieter von Wettbewerben sowie sonstigen Formaten, wurden alle zu den didaktischen Prinzipien befragt.

²¹Diese Verteilung ähnelt den vorhandenen Einschätzungen und lässt vermuten, dass fehlende Angaben eher bei didaktischen Prinzipien auftreten, denen eine geringere Wichtigkeit beigemessen wird.

²²Ein Vergleich der Auswertungen zu den didaktischen Prinzipien zeigt keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Jahren 2023 und 2024. Ein ergänzender Hinweis zu den Daten aus 2023 ist jedoch wichtig: Während der Datenaufbereitung wurde die Didaktikfrage bei sechs Maßnahmen nachträglich ergänzt. Aufgrund eines Übertragungsfehlers wurden diese Daten damals nicht in die Auswertung einbezogen. Eine nachträgliche Analyse ergab jedoch, dass sich daraus lediglich marginale Veränderungen der Ergebnisse 2023 ergaben.

Wichtigkeit didaktischer Prinzipien

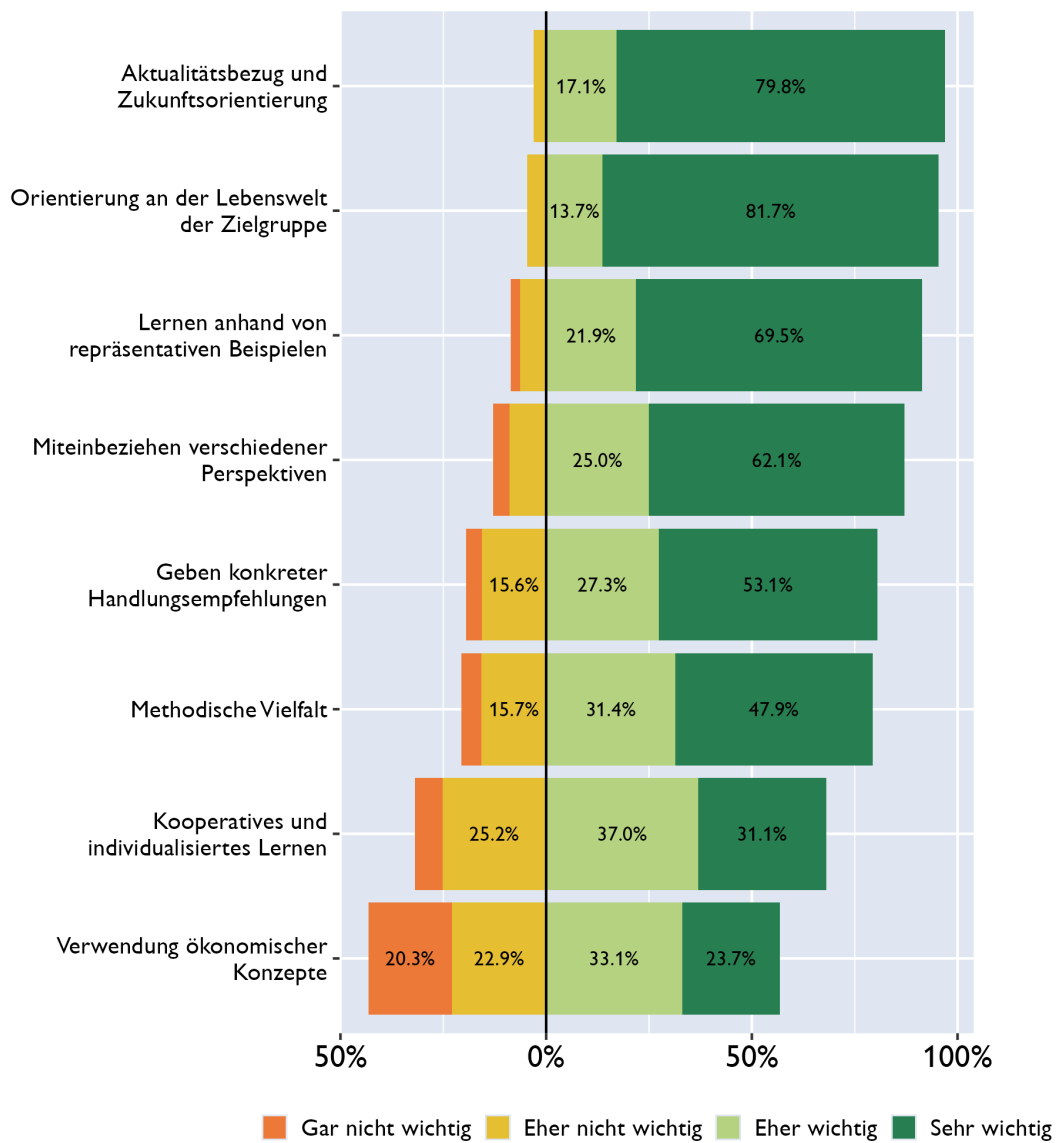


Abbildung 3.3: Didaktische und methodische Prinzipien
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

3.3 Übergreifende Prioritäten

In der *NFBS* sind drei *übergreifende Prioritäten* festgelegt, die als Querschnittsmaterien bei unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten berücksichtigt werden können.²³ Diese sind (i) Förderung der Gleichstellung der Geschlechter und Berücksichtigung des Gleichstellungsaspekts in allen Initiativen der Strategie, (ii) Vermittlung der Kenntnisse und Fähigkeiten, die für die Nutzung der sich aus der Digitalisierung von Finanzdienstleistungen für Privatkundinnen & Privatkunden ergebenden Vorteile notwendig sind, an die österreichische Bevölkerung, und (iii) Unterstützung der Konsumentinnen & Konsumenten bei nachhaltigen Finanzentscheidungen. Sowohl bei der Einmeldung ihrer Finanzbildungsmaßnahmen bei der *NFBS*, als auch im Rahmen des Monitorings wurden die Anbieter gebeten anzugeben, welche der übergreifenden Prioritäten ihre Maßnahmen berücksichtigen.

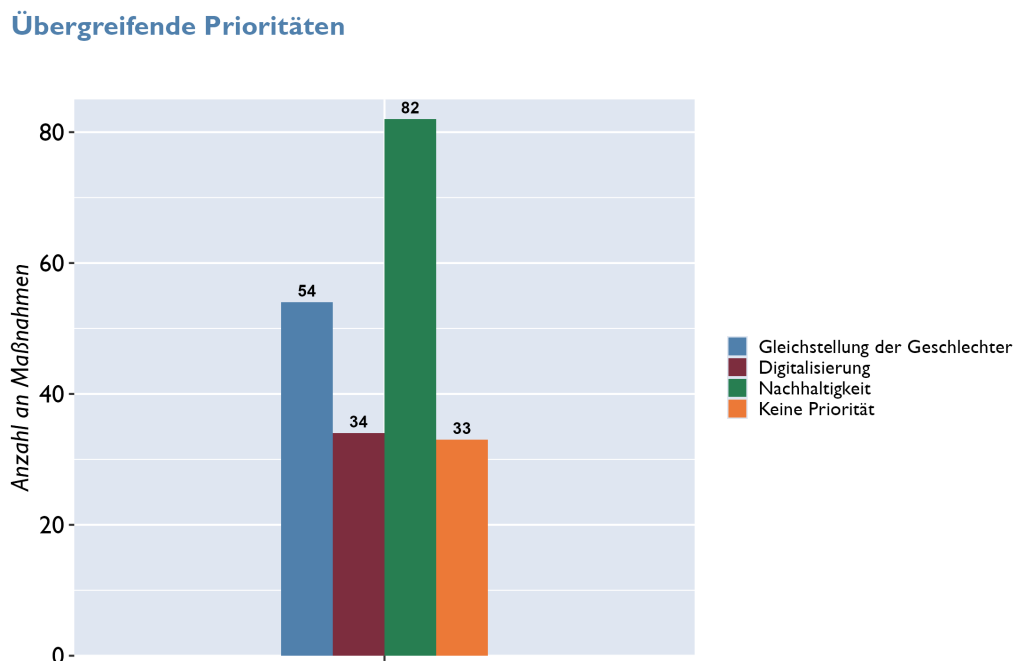


Abbildung 3.4: Übergreifende Prioritäten
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse gilt es zu beachten, dass eine Maßnahme nicht zwingend übergreifende Prioritäten berücksichtigen muss, es gleichzeitig aber auch sein kann, dass mehrere Prioritäten eine Rolle spielen. Folgendes hat die Analyse der im Monitoring abgebildeten Maßnahmen für das Jahr 2024 ergeben:

- 115 Maßnahmen (77.7%) ist zumindest eine übergreifende Priorität zugeordnet. 76 Maßnahmen (51.4%) adressieren genau eine Priorität, 39 Maßnahmen (26.4%) greifen entweder zwei oder alle drei Prioritäten auf.

²³Details zu den übergreifenden Prioritäten siehe *Nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich*, 2021, S. 18, 22–24.

- 54 Maßnahmen (36.5% aller Maßnahmen bzw. 47.0% jener Maßnahmen, die mindestens eine übergreifende Priorität aufgreifen) berücksichtigen die Gleichstellung der Geschlechter.
- 34 Maßnahmen (23.0% aller Maßnahmen bzw. 29.6% jener Maßnahmen, die mindestens eine übergreifende Priorität aufgreifen) vermitteln Kenntnisse in Bezug auf die Digitalisierung von Finanzdienstleistungen.
- 82 Maßnahmen (55.4% aller Maßnahmen bzw. 71.3% jener Maßnahmen, die mindestens eine übergreifende Priorität aufgreifen) verfolgen das Ziel, Menschen bei nachhaltigen Finanzentscheidungen zu unterstützen.

Übergreifende Prioritäten: Näherer Vergleich zu 2023

Von den 31 neuen Maßnahmen, die 2024 im Monitoring erfasst wurden, berücksichtigen 22.6% keine übergreifenden Prioritäten. Knapp über die Hälfte (51.6%) bezieht genau eine Priorität ein, während ca. ein Viertel (25.8%) mindestens zwei Prioritäten berücksichtigt. Am häufigsten wird, wie auch im Gesamtsample 2024, die Priorität Nachhaltigkeit genannt, dicht gefolgt von der Gleichstellung der Geschlechter. Digitalisierung ist erneut die am seltensten genannte Priorität.

Von den zwölf Maßnahmen aus dem Gesamtsample 2023, die 2024 nicht mehr aktiv sind, berücksichtigte im Vorjahr mehr als die Hälfte (58.3%) keine übergreifende Priorität. Die übrigen 41.7%, die mindestens eine Priorität einbezogen hatten (25.0% genau eine), berücksichtigten jeweils die Priorität Nachhaltigkeit.

Betrachtet man das *Vergleichssample* der 111 Maßnahmen, die in beiden Jahren abgebildet werden konnten, zeigt sich, dass der Anteil der Maßnahmen, die keine übergreifenden Prioritäten berücksichtigen, zurückgegangen ist (−4.5%). Bei allen drei Prioritäten ist der Anteil der Berücksichtigung im Jahr 2024 gestiegen, wobei der größte Zuwachs im Bereich Digitalisierung zu verzeichnen ist (+4.5%). Nachhaltigkeit und Gleichstellung der Geschlechter haben sich jeweils um 1.8% erhöht. Während die Berücksichtigung aller drei Prioritäten gleichzeitig marginal zurückgegangen ist (−0.9%), ist insbesondere die gleichzeitige Berücksichtigung von zwei Prioritäten gestiegen (+5.4%).

Kapitel 4

Formate



1. 55 (37.2%) der angebotenen Maßnahmen werden *face-to-face* angeboten. 129 708 Personen haben im Jahr 2024 (2023: 114 363) an den Face-to-Face-Maßnahmen teilgenommen.
2. Das digitale Angebot der *NFBS* (39.2%) umfasst neben Downloadmaterialien, E-Learnings und Online-Spielen auch Webapps und Apps. Im Jahr 2024 gab es 413 597 Zugriffe (2023: 964 057) auf die entsprechenden Finanzbildungs-Websites, 39 864 Downloads von Online-Materialien (2023: 113 531) und 17 757 App-Downloads (2023: 11 505).
3. 21 (14.2%) der Maßnahmen stehen als Informationsmaterial analog zur Verfügung. Im Jahr 2024 wurden entsprechende Materialien 121 000 Mal bestellt (2023: 19 595).
4. Das gesamte Angebot der *NFBS* ist in deutscher Sprache verfügbar. 14.2% der Maßnahmen werden darüber hinaus auch in Englisch und 2% in anderen Sprachen angeboten.

Eine vielfältige Auswahl an Bildungsformaten kann eine erfolgreiche Umsetzung der *NFBS* unterstützen. Unterschiedliche Formate wie Face-to-Face-Maßnahmen, Online-Angebote, Informationsmaterialien und Apps ermöglichen es, die Bedürfnisse und Präferenzen verschiedener Zielgruppen effektiv anzusprechen. Durch das Monitoring wird präzise erfasst, auf welche Formate sich die einzelnen Maßnahmen der *NFBS* aufteilen. Zudem lassen sich je nach Format konkrete Outputs, wie Teilnehmerzahlen, Website-Zugriffe oder App-Downloads, erfassen und analysieren.

Im Vergleich zu 2023 wurde basierend auf den Rückmeldungen der Anbieter in der ersten Monitoringwelle eine Ergänzung vorgenommen: Blended Learning wurde als eigenes Format in die Auswahl aufgenommen. Darunter versteht man ein hybrides Lernangebot, das ein Face-to-Face-Format mit digitalen Lernformen kombiniert. In diesem Sinne kann beispielsweise ein Workshop mit einem E-Learning-Modul oder der Nutzung einer App kombiniert angeboten werden. Streng

genommen wären Webinare nicht dem Face-to-Face-Format zuzurechnen, da sie didaktisch als synchrones Online-Format gelten. Im Rahmen des Monitorings liegt dem Begriff *face-to-face* jedoch ein Verständnis zugrunde, das den Fokus auf die gleichzeitige Interaktion zwischen Anbietenden und Teilnehmenden legt, ohne physische Anwesenheit zwingend vorauszusetzen. Gleichwohl sei an dieser Stelle auf diesen Unterschied hingewiesen.²⁴

Um den Maßnahmenanbietern die Zuordnung ihrer Angebote zu den vorgegebenen Formaten zu erleichtern, wurden die Antwortkategorien im Vergleich zum Vorjahr geringfügig angepasst. Insbesondere wurden erläuternde Beispiele ergänzt, um ein klareres Verständnis der Formatoptionen zu ermöglichen. Eine Übersicht über die im Monitoring-Fragebogen verwendeten Formatkategorien sowie deren genaue Ausformulierung findet sich im Anhang A.

Eine grobe Einteilung der Maßnahmen nach Formaten (siehe Abbildung 4.1) zeigt, dass 55 Maßnahmen *face-to-face* (37.2%) angeboten werden, 54 Maßnahmen online (36.5%), 21 Maßnahmen sich aus analogem Informationsmaterial zusammensetzen (14.2%) und vier Maßnahmen in Form einer App bereitgestellt werden (2.7%). Weitere drei Maßnahmen sind als Wettbewerbe (2.0%) und zwei als Blended Learning (1.4%) gestaltet.²⁵ Die restlichen 9 Maßnahmen lassen sich keinem der genannten Formate zuordnen (6.1%).

Formate

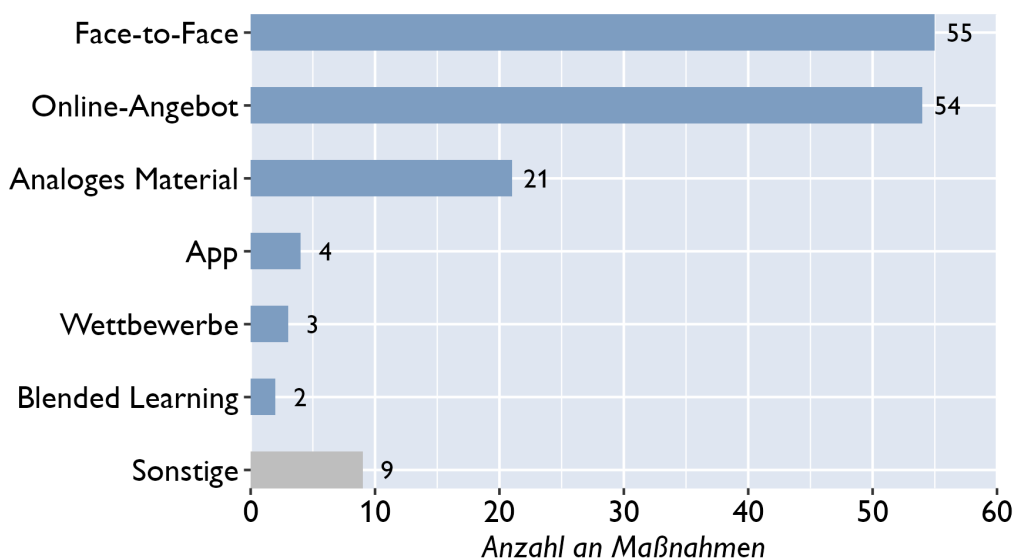


Abbildung 4.1: Formate
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Die Anzahl der Nennungen des Formats Blended Learning fiel gering aus. Beide genannten Maßnahmen kombinieren einen interaktiven Workshop mit einem Online-Angebot, das sowohl interaktive Elemente (z.B. Online-Quiz, -Spiel oder Webapp) als auch multimediale Inhalte (z.B.

²⁴Die im Monitoring 2024 abgebildeten Blended-Learning-Formate beinhalten keine Webinare.

²⁵Maßnahmen, welche sich im Monitoring-Fragebogen dem Format Awards und Netzwerke zuordnen ließen, sind allesamt als Wettbewerbe einzuordnen.

Blog, digitaler Newsletter) umfasst. Eine der beiden Maßnahmen stellt zusätzlich Informationen in Form von Fließtext bereit und bietet ergänzend Lehr- bzw. Lernmaterialien zum Download an. Aufgrund der geringen Fallzahl erfolgt keine gesonderte Betrachtung des Blended Learning-Formats. In der folgenden Auswertung der Format-Unterkategorien (siehe Abbildung 4.2) sowie in der Detailbetrachtung der Face-to-Face-Maßnahmen (siehe Kapitel 5) werden dafür beide Blended Learning-Maßnahmen entsprechend berücksichtigt. Das bedeutet, dass in den Folgeanalysen die Fallzahl der Face-to-Face-Maßnahmen auf 57 und jene der Online-Angebote auf 56 steigt.

An dieser Stelle sei ergänzend erwähnt, dass einige Maßnahmenanbieter darauf hingewiesen haben, dass ihre Angebote mehrere Formate umfassen bzw. kombinieren. Während im Jahr 2023 bereits berücksichtigt wurde, ob analoge Materialien zusätzlich digital verfügbar sind, haben einige wenige Anbieter 2024 auch darauf hingewiesen, dass ihre primär digitalen Materialien zusätzlich in gedruckter Form vorliegen. Des Weiteren können Webapps auch als mobile Apps verfügbar sein.²⁶ Darüber hinaus kombinieren einige Maßnahmen verschiedene Formate, indem sie etwa Lehrkräften sowohl analoge Lernhefte als auch ergänzende digitale Angebote zur Verfügung stellen. Auch wenn nicht ausgeschlossen werden kann, dass die Lernhefte eigenständig von Schülerinnen & Schülern zu Hause bearbeitet werden, gehen Anbieter davon aus, dass sie primär im Unterricht eingesetzt werden. Damit weisen die Maßnahmen auch einen Face-to-Face-Aspekt auf. Eine genauere Betrachtung des Maßnahmenkatalogs lässt zudem vermuten, dass weitere erfasste Face-to-Face-Maßnahmen zusätzliche Blended Learning-Aspekte aufweisen, indem sie durch Online-Angebote ergänzt werden. Detaillierte Angaben seitens der Anbieter lagen hierzu jedoch nicht vor.

Wie zuvor erwähnt werden im Monitoring jene Maßnahmen als *face-to-face* verstanden, die eine simultane Interaktion zwischen Anbieter- und Teilnehmerseite aufweisen, also auf eine interpersonale Vermittlung in Echtzeit abzielen. Daher zählen neben interaktiven Workshops, Vorträgen und individuellen Beratungsgesprächen auch Webinare zu diesem Format. 40 der 57 Face-to-Face-Maßnahmen (70.2%) sind Workshops (siehe Abbildung 4.2, links oben). Die prozentuale Verteilung auf die Unterformate der Face-to-Face-Maßnahmen bleibt damit gegenüber 2023 nahezu unverändert.

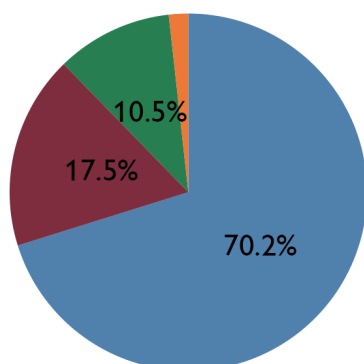
Im Jahr 2024 wurden insgesamt 129 708 Teilnahmen (2023: 114 363) an Face-to-Face-Maßnahmen im Rahmen des Monitorings angegeben.²⁷ Eine genauere Analyse dieses Formates folgt in Kapitel 5.

²⁶In der Phase der Datenaufbereitung wurde so weit wie möglich sichergestellt, dass, sofern entsprechende Daten vorlagen, für alle betroffenen Maßnahmen quantitative Angaben zu den jeweiligen Formatvarianten erhoben wurden.

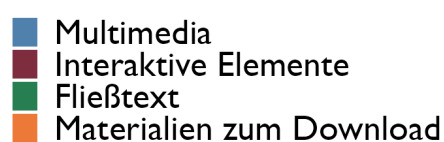
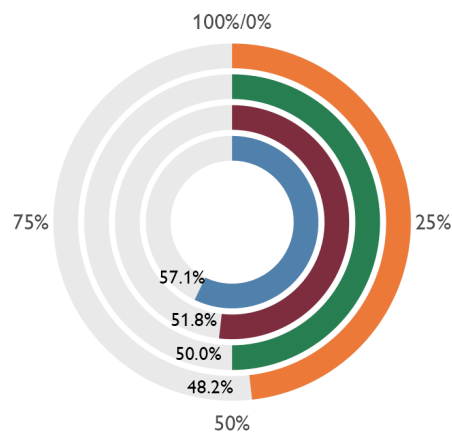
²⁷Bei den Angaben zu Teilnehmerzahlen handelt es sich um gezählte oder überschlagene Inanspruchnahmen der Angebote. Nicht alle Maßnahmenanbieter erheben exakte Zahlen, sodass die hier berichteten Werte mit einer gewissen Unsicherheit verbunden sind. Da Teilnahmen an verschiedenen Maßnahmen möglich sind, lassen sich die Teilnehmezahlen bei Aggregation nicht unmittelbar als insgesamt erreichte Personen interpretieren, da sonst potenziell Doppelzählungen vorliegen könnten. Schließlich sind die hier berichteten Werte zu Teilnehmezahlen, Materialienbestellungen, Downloadzahlen, etc. als Mindestwerte aufzufassen, da Maßnahmenanbieter, die weder eine genaue Zahl noch eine Schätzung abgeben konnten, für die entsprechende Maßnahme keine Angabe bzw. eine Zahl von 0 rückmeldeten.

Unterkategorien Formate

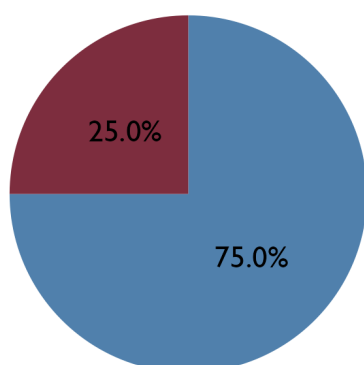
Face-to-Face



Online-Angebote



Apps



Analoge Materialien

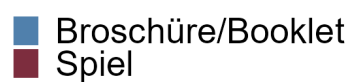
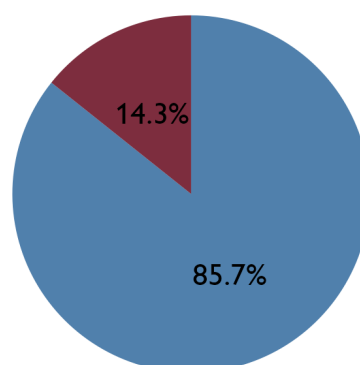


Abbildung 4.2: Unterkategorien Formate
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Bei den Online-Angeboten werden im Rahmen des Monitorings verschiedene Elemente erfasst, die in den Maßnahmen enthalten sein können. Neben Informationen in Form von Fließtext (z.B. Blog, digitaler Newsletter) und/oder multimedialen Inhalten (z.B. Videos, Podcasts) können auch interaktive Komponenten integriert sein. Acht der 56 Maßnahmen (14.3%) konzentrieren sich ausschließlich auf die Bereitstellung interaktiver Elemente wie Online-Quiz, -Spiele, E-Learnings oder Webapps. Ein weiteres Element betrifft die Möglichkeit, Lern- und/oder Lehrmaterialien herunterzuladen, etwa Informationsbroschüren oder Arbeitsblätter. Sechs der 56 Maßnahmen (10.7%) bieten ausschließlich solches Downloadmaterial an. Die Mehrheit der Online-Angebote (60.7%) umfasst hingegen eine Kombination aus zwei oder mehr dieser Elemente. Abbildung 4.2 (rechts oben) zeigt die Häufigkeit der verschiedenen Elemente. Im Vergleich zu 2023 ist der Anteil an Maßnahmen mit Downloadmaterialien im Format Online-Angebot leicht zurückgegangen.

Die Auswertung der Zugriffszahlen auf die im Monitoring erfassten Online-Angebote ergab für das Jahr 2024 insgesamt 413 597 Zugriffe (2023: 964 057). Diese Zahl vermittelt einen Eindruck von der Reichweite des Online-Angebots, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, dass bei der Erhebung unterschiedliche Zählmethoden zum Einsatz kommen können. Darüber hinaus können sich die Zugriffszahlen auf verschiedene Elemente beziehen, etwa auf Podcast-Streams oder die Gesamtzahl der Website-Besuche. Dadurch ist eine gewisse Unschärfe des Ergebnisses nicht auszuschließen. Im Vergleich zu den Zahlen aus 2023 fällt auf den ersten Blick eine deutliche Differenz auf. Zwar wurden 2024 für einen insgesamt leicht höheren Anteil der Online-Angebote Zugriffszahlen angegeben, jedoch fehlte die Angabe bei einer Maßnahme, die 2023 allein 41.5% aller Zugriffe ausmachte.²⁸ Des Weiteren ergab die Rücksprache mit einem der Anbieter, dass bei dessen Maßnahme eine veränderte Zählmethode zu einem deutlich niedrigeren Zugriffswert im Jahr 2024 geführt hat. Während 2023 noch die Gesamtzahl aller Seitenaufrufe erfasst wurde, war es 2024 möglich, eindeutige Seitenansichten zu messen. Diese methodische Umstellung liefert zwar eine genauere, aber niedrigere Zugriffszahl. Ähnliche Änderungen sind grundsätzlich auch bei anderen Anbietern nicht auszuschließen.

Betrachtet man die Verteilung der Online-Angebote auf die Zielgruppen, ergibt sich folgendes Bild: 23.2% der Angebote richten sich an die gesamte Bevölkerung. Jeweils 21.4% adressieren Schülerinnen & Schüler, Jugendliche außerhalb von Schulen sowie Erwachsene. Jeweils 5.4% der Angebote richten sich an (angehende) Pädagoginnen & Pädagogen sowie an Frauen. Die verbleibenden 1.8% zielen auf (angehende) Unternehmerinnen & Unternehmer ab. Für vulnerable Gruppen existieren bislang keine spezifischen Online-Angebote. Wie bereits im Jahr 2023 unterscheidet sich die Verteilung der Online-Angebote von der allgemeinen Angebotsverteilung für die unterschiedlichen Zielgruppen (siehe Kapitel 2). Der Anteil der Angebote für die gesamte Bevölkerung sowie für Erwachsene ist bei Online-Angeboten höher als im Gesamtangebot.

Zu vier der Online-Angebote existieren alternative Formate. Dabei handelt es sich zum einen um drei Maßnahmen, deren Downloadmaterialien zusätzlich auch in analoger Form bereitgestellt werden, und zum anderen um eine Webapp, die auch als mobile App verfügbar ist.²⁹ Angaben zu Bestellungen bzw. Downloads werden im Folgenden berücksichtigt.

²⁸Aufgrund des außergewöhnlich hohen Werts wurde diese Angabe 2023 eingehend auf Plausibilität geprüft und als nachvollziehbar eingestuft.

²⁹Im Jahr 2023 lag für diese Anwendung ausschließlich eine Meldung als mobile App vor.

Analoge Informationsmaterialien werden überwiegend über Broschüren und Booklets (einschließlich Unterrichtsmaterialien) bereitgestellt; sie machen 85.7% der analogen Angebote aus. Die restlichen 14.3% entfallen auf Spiele (siehe Abbildung 4.2, rechts unten). Broschüren und Booklets richten sich zu 44.4% an junge Zielgruppen und zu weiteren 27.8% an Frauen. Für vulnerable Gruppen sowie (angehende) Unternehmerinnen & Unternehmer liegt kein analoges Material vor. Die Spiele sind für Schülerinnen & Schüler ab der Volksschule konzipiert, jedoch nicht für jene mit sonderpädagogischem Förderbedarf. Spiele sind ausschließlich analog erhältlich und werden auf Bestellung versendet. Im Gegensatz dazu sind 83.3% der Broschüren und Booklets sowohl analog als auch digital verfügbar.

Zählt man alle Bildungsmaterialien zusammen, die im Jahr 2024 als Download zur Verfügung standen, ergibt sich eine Gesamtzahl von mindestens 363 unterschiedlichen Materialien (2023: 488). Insgesamt wurden die digitalen Materialien 39 864 Mal heruntergeladen (2023: 113 531), während 121 000 analoge Materialien bestellt wurden (2023: 19 595). Im Vergleich zu 2023 wurde bei einem deutlich größeren Anteil der betreffenden Maßnahmen von den Anbietern eine Angabe zu den Bestellungen gemacht. Des Weiteren berichtete ein Anbieter, dessen Maßnahmen erheblich zur Gesamtzahl der Bestellungen beitragen, inzwischen ein digitales Bestellportal eingeführt zu haben. Dieses habe den Bestellprozess deutlich effizienter und nutzerfreundlicher gestaltet. Zudem wurde von demselben Anbieter rückgemeldet, dass eine verstärkte Nachfrage auch auf eine indirekte, nicht aktiv gesteuerte Bewerbung der Materialien durch Influencer zurückzuführen sein könnte.

Mobile Apps stellen weiterhin nur eine kleine Gruppe innerhalb der Maßnahmenformate dar. Neben drei Quiz-Apps für Schülerinnen & Schüler und Jugendliche gibt es eine weitere App zur Budgetplanung für die gesamte Bevölkerung (siehe Abbildung 4.2 links unten). Nach Angaben der Anbieter wurden Apps im Jahr 2024 insgesamt 17 757 Mal heruntergeladen (2023: 11 505).

Jene drei Maßnahmen, die unter Wettbewerbe einzuordnen sind, sind alle für Schülerinnen & Schüler konzipiert. Nach Angaben der Anbieter wurden im Jahr 2024 über dieses Format 706 Personen (2023: 1 700) aus ganz Österreich erreicht, wobei einer der Wettbewerbe aus 2023 nicht mehr Teil des Maßnahmenkatalogs 2024 ist. Tabelle 4.2 fasst die Kennzahlen zur Reichweite der Formate zusammen.

Format	Kennwert	Kennzahl
Online-Angebote	Website-Zugriffe	413 597
Face-to-Face	Erreichte Personen	129 708
Analoge Materialien	Bestellungen	121 000
Online-Materialien	Downloads	39 864
Apps	Downloads	17 757
Wettbewerbe	Erreichte Personen	706

Tabelle 4.2: Kennzahlen der Reichweite.

Quelle: Monitoring der *NFBS* 2024.

Zu den Maßnahmen, die keiner der genannten Kategorien zugeordnet wurden, zählen unter anderem Messenger-Kampagnen zur Vermittlung von Finanzwissen (z.B. via WhatsApp, Facebook oder Instagram), aber auch Informationskampagnen, Leitfäden für Maßnahmenanbieter und Newsletter. Grundsätzlich ist hervorzuheben, dass das Maßnahmenangebot der *NFBS* sehr vielfältig und abwechslungsreich ist. Face-to-Face-Maßnahmen umfassen beispielsweise Museumsführungen oder Mitmachstationen, während andere Formate Unterstützungsmaterialien für Finanzbildungsanbieter bereitstellen. Ein Beispiel dafür ist das Finanznavi, das neben eigenen Bildungsinhalten auch einer Übersicht aller Bildungsangebote der *NFBS* bietet.³⁰ Auch ohne explizite Kennzahlen ist zu erwähnen, dass die genannten sonstigen Formate ebenfalls erheblich zur Reichweite der *NFBS* beitragen können.

Bei der Einmeldung ihrer Maßnahmen bei der *NFBS* machten die Anbieter Angaben zur sprachlichen Verfügbarkeit ihrer Angebote. Auch im Monitoring 2024 wurden hierzu erneut Daten erhoben: Während weiterhin das gesamte Maßnahmenangebot (100%) auf Deutsch zur Verfügung steht, sind 14.2% der Maßnahmen zusätzlich auf Englisch verfügbar (Einmeldung bei BMF: 6.9%). Weitere Sprachen wie Rumänisch oder Slowakisch wurden bei 2.0% der Maßnahmen angegeben (Einmeldung bei BMF: 3.8%).

³⁰Siehe: <https://finanznavi.gv.at/>

Formate: Näherer Vergleich zu 2023

Von den 31 neuen Maßnahmen, die 2024 im Monitoring erfasst wurden, handelt es sich bei 17 Maßnahmen um Online-Formate (54.8%), die überwiegend mehrere Elemente der Ausgestaltung kombinieren. Soweit von den Anbietern angegeben, werden durch diese Online-Maßnahmen mindestens 50 neue Materialien zum Download bereitgestellt. Diese machen 13.8% der insgesamt verfügbaren Downloadmaterialien aus, jedoch nur 4.1% der Downloads im Jahr 2024. Die gemeldeten Zugriffszahlen der neuen Online-Angebote machen hingegen 20.5% aller Website-Zugriffe im Jahr 2024 aus. Weitere sieben Maßnahmen sind *face-to-face* (22.6%), fünf sind analoges Material (16.1%) sowie jeweils eine mobile App und ein sonstiges Format (je 3.2%). Die neu hinzugekommenen analogen Materialien machen 10.2% der gesamten Bestellungen im Jahr 2024 aus.

Von den zwölf Maßnahmen aus dem Gesamtsample 2023, die 2024 nicht mehr aktiv sind, entfielen sechs auf Online-Angebote (50.0%), fünf auf Face-to-Face-Maßnahmen (41.7%) und eine auf einen Wettbewerb (8.3%). Die zugehörigen Zugriffszahlen der betroffenen Online-Angebote machten 2023 lediglich 0.2% der gesamten Website-Zugriffe aus. Auffällig ist jedoch, dass die Downloads der im Rahmen dieser Maßnahmen angebotenen Materialien 30.5% aller für 2023 gemeldeten Downloadzahlen ausmachten.

Betrachtet man das *Vergleichssample* der 111 Maßnahmen, die in beiden Jahren erfasst wurden, zeigen sich nur geringe Veränderungen in der Verteilung der Formate. In beiden Jahren stellten Face-to-Face-Maßnahmen den größten Anteil dar (je 43.2%). Der Anteil an Online-Formaten lag 2024 bei 30.6% (ein Zuwachs von 4.5% gegenüber 2023), während der Anteil an analogen Materialien auf 12.6% zurückging (-3.6%). Diese Verschiebung lässt sich vor allem darauf zurückführen, dass Materialien, die 2023 noch überwiegend als analoge Produkte verfügbar waren, 2024 nun primär als digitale Downloads angeboten werden. Weitere Veränderungen in der Formatzuordnung innerhalb des Vergleichssamples sind marginal und unter anderem auf die Einführung des neuen Formats „Blended Learning“ zurückzuführen.

Reichweite: Näherer Vergleich zu 2023

Bei den Kennzahlen zu Online-Zugriffen, Downloadmaterialien, Downloads und Bestellungen zeigen sich im Vergleich zu 2023 deutliche Veränderungen.

Wie im Gesamtsample wurde 2024 auch im Vergleichssample bei einem größeren Anteil der Online-Angebote eine Angabe zu den Zugriffszahlen gemacht. Dennoch fällt die Zahl der Zugriffe auch im Vergleichssample deutlich geringer aus als im Vorjahr (-65.9%). Die in der Gesamtanalyse erläuterten Gründe für den Rückgang (fehlende Angaben und methodische Änderungen) betreffen Maßnahmen im Vergleichssample. Werden diese Einflüsse herausgerechnet, zeigen die Zugriffszahlen für 2024 im Vergleich zu 2023 sogar einen Anstieg um 14.4%.

Auch bei den Downloadzahlen von Lern- und Lehrmaterialien zeigt sich im Vergleich zu 2023 ein Rückgang um 51.4%. Eine genauere Betrachtung macht jedoch deutlich, dass 2023 ein einzelnes Online-Angebot 52.1% der Downloadzahlen im Vergleichssample ausmachte, für das 2024 keine Angabe mehr vorliegt. Wird dieser Einfluss herausgerechnet, ergibt sich für 2024 im Vergleich zu 2023 sogar ein minimaler Anstieg der Downloadzahlen um 1.3%.

Vier Apps, zu denen 2024 Downloadzahlen vorliegen,^a sind auch Teil des Vergleichssamples. Da für diese Apps in beiden Jahren Angaben gemacht wurden, ist ein direkter Vergleich möglich. Dabei zeigt sich, dass die Downloadzahlen dieser Maßnahmen 2024 im Vergleich zu 2023 um 48.3% gestiegen sind.

Während die Anzahl analoger Materialien im Vergleichssample leicht zurückgegangen ist, lässt sich beim Anteil an Maßnahmen, zu denen Bestellangaben gemacht wurden, ein deutlicher Anstieg feststellen. Die Anzahl der Bestellungen hat sich 2024 fast verfünffacht verglichen mit 2023 (+394.4%). Bei den Maßnahmen eines Anbieters, der 2024 ein eigenes Bestelltool eingeführt hat, haben sich die Bestellungen mehr als verachtfacht (+768.2%). Rechnet man den Einfluss dieser Maßnahmen heraus, ergibt sich weiterhin eine Steigerung von 209.1% der Bestellungen gegenüber dem Vorjahr.

^aIn diese Auswertung ist auch die Webapp einbezogen, für die zusätzlich eine mobile Version existiert.

Kapitel 5

Face-to-Face-Maßnahmen im Detail



1. Im Jahr 2024 wurden über Face-to-Face-Maßnahmen 129 708 Personen erreicht. 85.0% davon waren Schülerinnen & Schüler bzw. Jugendliche.
2. Über interaktive Workshops wurden 103 531 Personen (79.8%) erreicht.
3. 38.6% aller Face-to-Face-Maßnahmen werden in ganz Österreich angeboten, 50.9% jeweils nur in einem einzigen Bundesland und die restlichen 10.5% in mehreren, aber nicht allen Bundesländern.
4. Im Jahr 2024 gab es 6 975 Durchführungen von Face-to-Face-Maßnahmen (2023: 5 137), 73.8% davon waren interaktive Workshops.
5. 68.4% der Face-to-Face-Maßnahmen bestehen aus einer einzelnen Einheit, die übrigen aus mehreren. 60.8% (Webinare ausgenommen) der Face-to-Face-Maßnahmen finden außerhalb der Räumlichkeiten des Maßnahmenanbieters (z.B. an Schulen) statt.
6. In Hinblick auf weitere Vermittlungsbehelfe werden in Face-to-Face-Maßnahmen zu 82.4% digitale Elemente, in 68.4% analoge Materialien und in 60.8% eine Kombination daraus eingesetzt.
7. An der Konzeptionierung und Durchführung einer Face-to-Face-Maßnahme wirken im Schnitt etwa 12 Personen mit (Medianwert).
8. Unter den Anbietern von Face-to-Face-Maßnahmen besteht allgemein eine hohe Zufriedenheit mit der Durchführung ihrer Finanzbildungsangebote, wobei die Schwierigkeit beim Erreichen der jeweiligen Zielgruppe unterschiedlich eingestuft wird.

Während es bei digitalen Angeboten oft schwierig ist, genaue Informationen über deren Nutzung durch die jeweiligen Zielgruppen zu erfassen, ermöglichen Face-to-Face-Maßnahmen dank der direkten persönlichen Interaktion eine differenziertere Erhebung. In der vertiefenden Analyse dieser Maßnahmen wird zwischen Inputs (die Ressourcen, die für die Durchführung erforderlich sind) und Outputs (die unmittelbar erzielten Ergebnisse) unterschieden. Zu den Inputs zählen

unter anderem der strukturelle Aufbau der Maßnahme (z.B. Anzahl der Einheiten), die eingesetzten Vermittlungsbehelfe (wie analoge oder digitale Materialien, mobile Endgeräte) sowie das eingesetzte Personal. Bei den Outputs wurden im Rahmen des Monitorings neben der Zahl der Teilnehmenden auch die Häufigkeit der Durchführungen und die jeweilige Maßnahmedauer dokumentiert.

Ergänzt wird dieser Abschnitt zum einen durch eine Betrachtung der Verteilung der Face-to-Face-Maßnahmen auf die einzelnen Bundesländer, zum anderen durch eine Analyse der Zufriedenheit der Maßnahmenanbieter, sowohl hinsichtlich der Durchführung selbst als auch in Bezug auf das Erreichen der angestrebten Zielgruppen.

In der folgenden Analyse sind auch die beiden Blended-Learning-Maßnahmen einbezogen.

5.1 Verteilung auf Bundesländer

Abbildung 5.1 (oben) zeigt, wie viele der insgesamt 57 Face-to-Face-Maßnahmen in den jeweiligen Bundesländern angeboten werden.³¹ Bei der Interpretation der entsprechenden Zahlen gilt es zu berücksichtigen, dass es sich bei manchen Maßnahmen um ein regionales Angebot handelt, während andere Maßnahmen in mehreren Bundesländern bzw. in ganz Österreich angeboten werden.

Absolut betrachtet werden in Wien mit 39 die meisten Face-to-Face-Maßnahmen angeboten (68.4%). Auf dem zweiten Platz liegt die Steiermark mit 32 Maßnahmen (56.1%), gefolgt von Oberösterreich mit 29 Maßnahmen (50.9%). Auch in allen anderen Bundesländern werden jeweils mindestens 40% aller Face-to-Face-Maßnahmen angeboten. Berücksichtigt man jedoch, dass 22 Maßnahmen (38.6%) österreichweit angeboten werden, zeigt sich ein deutlicher Unterschied in der regionalen Verfügbarkeit: Nicht alle Angebote sind flächendeckend zugänglich.

Insgesamt werden 29 Face-to-Face-Maßnahmen (50.9%) exklusiv in nur einem Bundesland angeboten. Der Anteil dieser bundeslandspezifischen Maßnahmen ist damit höher als jener der österreichweit verfügbaren Angebote. Die meisten dieser exklusiven Maßnahmen finden sich in den bevölkerungsreichen Bundesländern: zwölf in Wien, acht in der Steiermark und sechs in Oberösterreich. Salzburg, Tirol und Vorarlberg folgen mit jeweils einer solchen Maßnahme. Im Burgenland, in Kärnten und in Niederösterreich gibt es keine bundeslandspezifischen Angebote der NFBS.

Abbildung 5.1 (unten) zeigt die relative Verteilung aller Face-to-Face-Maßnahmen im Verhältnis zur Bevölkerungsgröße der Bundesländer: In Wien leben 2 028 399 Menschen, das entspricht 22.1% der österreichischen Gesamtbevölkerung³². Im Burgenland leben hingegen 301 819 Menschen (3.3%). Ein Vergleich zeigt: Auf eine Face-to-Face-Maßnahme entfallen in Wien theoretisch 52 010 Personen, in Niederösterreich 68 452 und in Oberösterreich 52 954. Im Burgenland liegt dieser Wert bei nur 11 608 Personen. Das bedeutet, dass die theoretische Versorgung mit Maßnahmen,

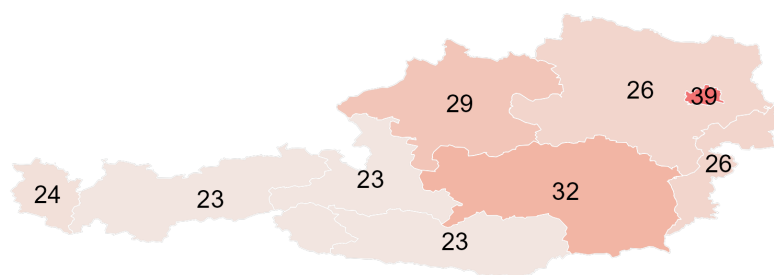
³¹Die Fragestellung in der Befragung 2024 wurde leicht angepasst, um die Formulierung zu präzisieren. Während 2023 gefragt wurde, *in welchem Bundesland man mit der Maßnahme tätig gewesen ist*, lautete die Frage 2024: *in welchen Bundesländern die Maßnahme angeboten wurde*. Diese Präzisierung erfolgte, weil der Fokus auf dem Angebot der Maßnahmen liegen sollte und nicht auf deren Inanspruchnahme. Es wird nicht davon ausgegangen, dass die ursprüngliche Formulierung in der letzten Monitoringwelle zu Missverständnissen geführt hat; ganz ausgeschlossen werden kann dies jedoch nicht.

³²Stand 2025, siehe <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/75396/umfrage/entwicklung-der-bevoelkerung-in-oesterreich-nach-bundesland-seit-1996/>.

bezogen auf die Einwohnerzahl, im Burgenland deutlich dichter ist als in den bevölkerungsreichsten Bundesländern.

Finanzbildungsangebot nach Bundesland

In absoluten Zahlen (Maßnahmen pro Bundesland)



Relativ zur Bevölkerungsgröße (Einwohner pro Maßnahme)

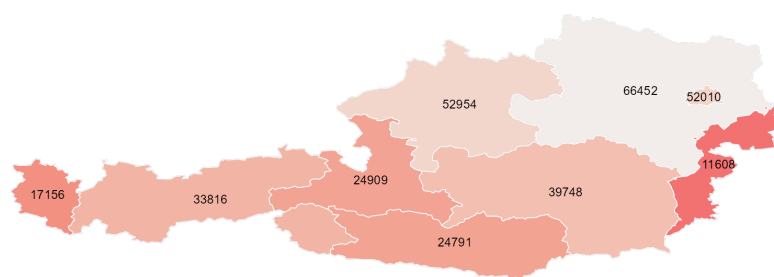


Abbildung 5.1: Bundesländer
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Um einen besseren Eindruck davon zu gewinnen, wo Face-to-Face-Maßnahmen vorrangig in Anspruch genommen werden, wurden alle Anbieter solcher Maßnahmen, mit Ausnahme der Webinare (sechs Maßnahmen), befragt, ob ihre Angebote überwiegend im städtischen Raum, im ländlichen Raum oder in beiden Bereichen genutzt werden. Maßnahmen, die ausschließlich in Wien angeboten werden, wurden in dieser Auswertung nicht berücksichtigt.³³ Die Auswertung zeigt, dass mehr als drei Viertel (76.5%) der betrachteten Face-to-Face-Maßnahmen außerhalb von Wien sowohl im städtischen als auch im ländlichen Raum in Anspruch genommen werden. 20.6% der Maßnahmen werden überwiegend in städtischen Gebieten genutzt, lediglich 2.9% überwiegend im ländlichen Raum.³⁴

³³Bei drei der ausschließlich in Wien angebotenen Maßnahmen wurde von den Anbietern angegeben, dass auch Personen aus dem ländlichen Raum daran teilnehmen, z.B. Schülerinnen & Schüler im Rahmen von Wienwochen. Da sich die Frage jedoch auf den Ort der Inanspruchnahme bezog, fließen diese Angaben nicht in die Auswertung ein. Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass eine Teilnahme durch Personen aus unterschiedlichen Regionen natürlich nicht ausgeschlossen werden soll.

³⁴Bei der Angabe „überwiegend“ ist nicht ausgeschlossen, dass manche Maßnahmen auch ausschließlich im städtischen bzw. ländlichen Raum in Anspruch genommen werden.

Abschließend sei noch darauf verwiesen, dass es sich bei den obigen Zahlen um eine Aufschlüsselung des Maßnahmenangebots handelt. Wie viele Teilnehmerinnen & Teilnehmer in den jeweiligen Bundesländern erreicht wurden, lässt sich mit den vorhandenen Daten nicht ermitteln.

5.2 Input

Face-to-Face-Maßnahmen können entweder aus einer einzelnen oder aus mehreren, zeitlich voneinander getrennten Einheiten bestehen. Im Jahr 2024 setzte sich die Mehrheit der Maßnahmen, konkret 68.4%, aus nur einer Einheit zusammen, während 31.6% aus zwei oder mehr Einheiten bestanden (siehe Abbildung 5.2, rechts unten). Zum Vergleich lag der Anteil an Maßnahmen mit nur einer Einheit im Jahr 2023 noch bei etwas über der Hälfte. In der Monitoringwelle 2024 wurden die Anbieter zusätzlich nach der genauen Anzahl der Einheiten gefragt: Ein Drittel (33.3%) der mehrteiligen Maßnahmen besteht aus genau zwei zeitlich getrennten Einheiten, 22.2% aus drei und 44.4% aus vier oder mehr Einheiten.³⁵

Bezüglich des Durchführungsorts von Face-to-Face Maßnahmen (hier sind Webinare ausgenommen) zeigt sich, dass 31 Maßnahmen (60.8%) überwiegend³⁶ außerhalb der Räumlichkeiten des Maßnahmenanbieters stattfinden, zum Beispiel an Schulen (siehe Abbildung 5.2, links unten). Damit ist der Anteil an extern durchgeführten Maßnahmen gegenüber dem Vorjahr gesunken (-10.9%), während der Anteil an Maßnahmen, die sowohl intern als auch extern durchgeführt werden, gestiegen ist (+8.2%). Eine detailliertere Betrachtung für 2024 ergibt: 100% der Maßnahmen, die überwiegend in den eigenen Räumlichkeiten (intern) durchgeführt werden, sowie 64.5% der Maßnahmen, die überwiegend außerhalb (extern) stattfinden, bestehen jeweils aus nur einer einzelnen Einheit. Im Gegensatz dazu bestehen 66.7% der Maßnahmen, die sowohl intern als auch extern durchgeführt werden, aus mehreren Einheiten. Des Weiteren zeigt sich, dass Maßnahmen, die überwiegend extern stattfinden, zu 64.5% an junge Menschen (innerhalb und außerhalb von Schulen) gerichtet sind.

Betrachtet man die bei der Durchführung von Face-to-Face-Maßnahmen (Webinare ausgenommen) eingesetzten Vermittlungsbehelfe (siehe Abbildung 5.2, oben), so wird auch 2024 die Relevanz digitaler Elemente deutlich. Digitale Medien wie Videos und Online-Quiz kommen in 82.4% der Maßnahmen zum Einsatz. In 60.8% der Fälle werden mobile Endgeräte der Teilnehmerinnen & Teilnehmer, etwa Smartphones oder Tablets, genutzt. In 68.6% der Maßnahmen spielen analoge Materialien wie Arbeitsblätter oder Spiele eine zentrale Rolle. Die sonstigen Angaben (9.8%) deuten ebenfalls auf den Einsatz sowohl digitaler Tools (z.B. E-Learnings, EdiVotes-Abstimmungen, mobile Endgeräte der Organisation) als auch analoger Materialien (z.B. Hands-on-Objekte und Anschauungsmaterialien) hin. Ein kleiner Teil der Maßnahmen (7.8%) verzichtet vollständig auf zusätzliche Vermittlungsbehelfe. Eine vertiefende Analyse zeigt, dass, ähnlich zu 2023, 60.8% der Maßnahmen eine Kombination aus digitalen und analogen Vermittlungsbehelfen verwenden.

³⁵Ein Anbieter wies in der Befragung darauf hin, dass seine Maßnahme sowohl in Form einer einzelnen Einheit als auch mehrerer Einheiten durchgeführt werden kann. Diese Auswahlmöglichkeit war im Fragebogen jedoch nicht vorgesehen.

³⁶Bei der Angabe „überwiegend“ ist nicht ausgeschlossen, dass Maßnahmen auch ausschließlich außerhalb oder innerhalb der eigenen Räumlichkeiten stattfinden.

Inputs

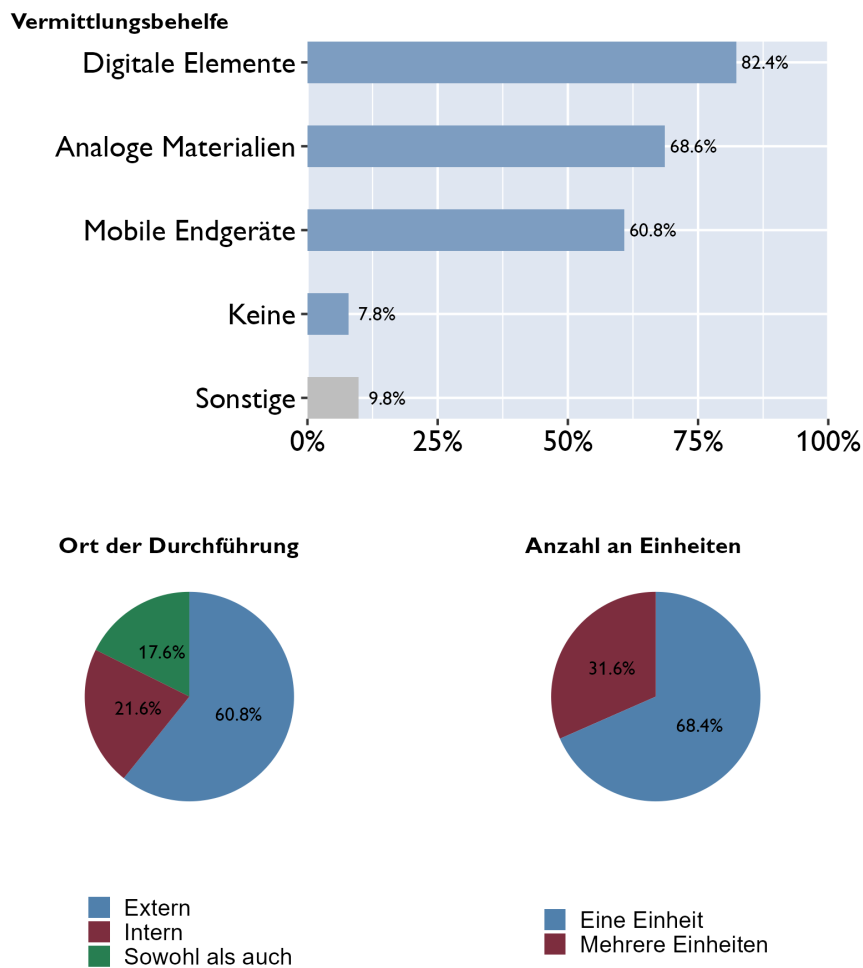


Abbildung 5.2: Inputs
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Neben den Angaben zu der Umsetzung ihrer Maßnahmen wurden die Anbieter im Rahmen des Monitorings nach einer Einschätzung hinsichtlich des personellen Ressourceneinsatzes gefragt.³⁷ Unter einer mitarbeitenden Person versteht man neben regulären Mitarbeiterinnen & Mitarbeitern auch Mitwirkende möglicher Kooperationspartner und ehrenamtliche Personen, welche im Jahr 2024 substanziell involviert waren, sei es konzeptionell, organisatorisch oder operativ. Bei der Interpretation der entsprechenden Resultate gilt es zu beachten, dass das Verständnis davon, wer als mitarbeitende Person anzusehen ist, unterschiedlich sein kann.

Unter Berücksichtigung der oben genannten Aspekte lässt sich Folgendes feststellen (siehe Tabelle 5.3): An einer Face-to-Face-Maßnahme arbeiten typischerweise zwölf Personen mit (Medianwert), ein Wert der über dem aus dem Vorjahr liegt (2023: 10).³⁸ Der Median der mitarbeitenden

³⁷Zu 70.2% der Face-to-Face-Maßnahmen wurden Angaben zur Anzahl an mitarbeitenden Personen gemacht.

³⁸Der Median ist jener Wert, der eine Datenreihe in zwei Hälften teilt; 50% der Werte liegen darunter, 50% darüber. Im Gegensatz zum arithmetischen Mittel (dem gleichgewichteten Durchschnitt) ist der Median weniger anfällig für Ausreißer. Daher wird in diesem Bericht mit dem Median gearbeitet.

Personen variiert nach Format: Bei interaktiven Workshops liegt er bei 15 (2023: 10), bei Vorträgen bei 9.5 (2023: 8). Für Beratungsgespräche und Webinare können aufgrund unzureichender Daten keine belastbaren Angaben gemacht werden. Zwischen der Anzahl der Durchführungseinheiten (siehe Tabelle 5.6) und der Anzahl der mitwirkenden Personen zeigt sich ein schwacher Zusammenhang: Bei Maßnahmen mit nur einer Einheit beträgt der Median 10, bei mehrteiligen Maßnahmen 12. Wie auch 2023 fällt auf, dass Face-to-Face-Maßnahmen, die sich an junge Menschen richten (innerhalb und außerhalb von Schulen), tendenziell von mehr Personen begleitet werden. Hier liegt der Median bei 18 (2023: 11) und damit über dem Wert des Gesamtsamples. Im Vergleich zu 2023 ist bei allen Medianwerten der Mitarbeiterzahlen ein Anstieg zu verzeichnen.

Unterformat	Mitarbeitende pro Maßnahme (Median)
Interaktiver Workshop	15
Vortrag	9.5

Tabelle 5.3: Mitarbeitende bei Face-to-Face-Maßnahmen.
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

5.3 Output

Bei den Outputs wird zunächst das Face-to-Face-Angebot der *NFBS* mit Blick auf die Charakteristika der Zielgruppen betrachtet. Abbildung 5.3 zeigt, dass 35.1% der Face-to-Face-Maßnahmen Schülerinnen & Schüler adressieren. Weitere 21.1% richten sich an Jugendliche außerhalb von Schulen. Zusammengenommen entsprechen diese beiden Gruppen 56.1% aller Face-to-Face-Maßnahmen. Vergleicht man diesen Anteil mit dem Anteil aller Maßnahmen, die sich direkt an Schülerinnen & Schüler sowie Jugendliche richten (50.0%, siehe Kapitel 2), ist zu erkennen, dass junge Menschen im Face-to-Face-Format leicht überrepräsentiert sind. Im Gegensatz dazu ist der relative Anteil an Face-to-Face-Maßnahmen für die gesamte Bevölkerung mit 5.3% deutlich geringer (über alle Formate hinweg richten sich 13.5% an diese Zielgruppe, siehe Kapitel 2). Auffällig ist jedoch, dass trotz des geringen Anteils die Zahl der erreichten Personen bei Maßnahmen für die gesamte Bevölkerung deutlich höher ist als bei allen übrigen Zielgruppen volljähriger Personen zusammen (siehe Tabelle 5.4). Mit Blick auf das Angebot für vulnerable Gruppen lässt sich festhalten, dass alle im Rahmen der *NFBS* angebotenen Maßnahmen für diese Zielgruppen als Face-to-Face-Formate durchgeführt werden. Der Anteil der erreichten Personen in dieser Zielgruppe liegt leicht über dem der Zielgruppe Frauen (siehe ebenfalls Tabelle 5.4). Allerdings wurden bei den Face-to-Face-Maßnahmen für Frauen deutlich weniger Angaben zu den teilnehmenden Personen gemacht.

F2F Zielgruppen

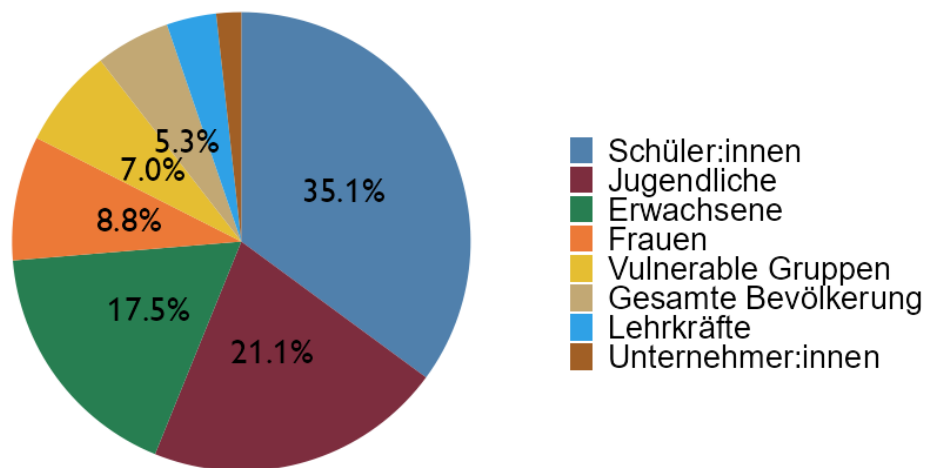


Abbildung 5.3: Zielgruppen der Face-to-Face Maßnahmen
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Zielgruppe	Erreichte Personen	Anteil
Schülerinnen & Schüler	63 898	49.3%
Jugendliche	46 405	35.8%
Gesamte Bevölkerung	12 592	9.7%
Erwachsene	2 938	2.3%
Vulnerable Gruppen	1 620	1.2%
Frauen	1 297	1.0%
Lehrkräfte	927	0.7%
Unternehmerinnen & Unternehmer	31	<0.1%

Tabelle 5.4: Anzahl an erreichten Personen gegliedert nach Zielgruppen.
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Die Verteilung der 129 708 Personen, die im Jahr 2024 über Face-to-Face-Maßnahmen erreicht wurden, ist in Tabelle 5.4 dargestellt. Im Vergleich zum Vorjahr (2023: 114 363) wurden damit

13.4% mehr Personen über Face-to-Face-Maßnahmen erreicht.³⁹ Der Großteil (85.0%) aller über Face-to-Face-Maßnahmen erreichten Personen sind junge Menschen (innerhalb- und außerhalb von Schulen). Dennoch stellt dies einen Rückgang des relativen Anteils der erreichten Personen dieser beiden Zielgruppen gegenüber dem Vorjahr dar (-6.2%). Absolut betrachtet wurden 2024 jedoch mehr junge Menschen erreicht als 2023 (+5.8%).

Des Weiteren wurden die Finanzbildungsanbieter gebeten, Angaben zu der Geschlechter- und Altersverteilung ihrer Teilnehmerinnen & Teilnehmer zu machen. Da nicht alle Anbieter zu diesen Charakteristika explizite Daten erheben, wurden sie, soweit sinnvoll möglich, um Schätzungen gebeten.⁴⁰ Die Ergebnisse finden sich in Abbildung 5.4.

Die Geschlechterverteilung von 56.7% Frauen und 43.3% Männern entspricht nahezu der Verteilung im Jahr 2023. Der höhere Anteil an Teilnehmerinnen lässt sich nur teilweise durch das spezifische Finanzbildungsangebot für Frauen erklären. Auch ohne Berücksichtigung dieses Angebots liegt der Frauenanteil (53.4%) über jenem der Männer (46.6%).

³⁹Siehe hierzu auch die Fußnote 27.

⁴⁰Zu 93.0% der Maßnahmen wurde eine Einschätzung zu der Altersverteilung und zu 66.7% der Maßnahmen eine Einschätzung zu der Geschlechterverteilung abgegeben. Bei der Altersverteilung fällt die Anzahl der Angaben höher aus, da bei Maßnahmen für Kindergartenkinder, Schülerinnen & Schüler und Jugendliche außerhalb schon Schulen, die Altersverteilung implizit gegeben ist.

Soziodemographie

Geschlechterverteilung

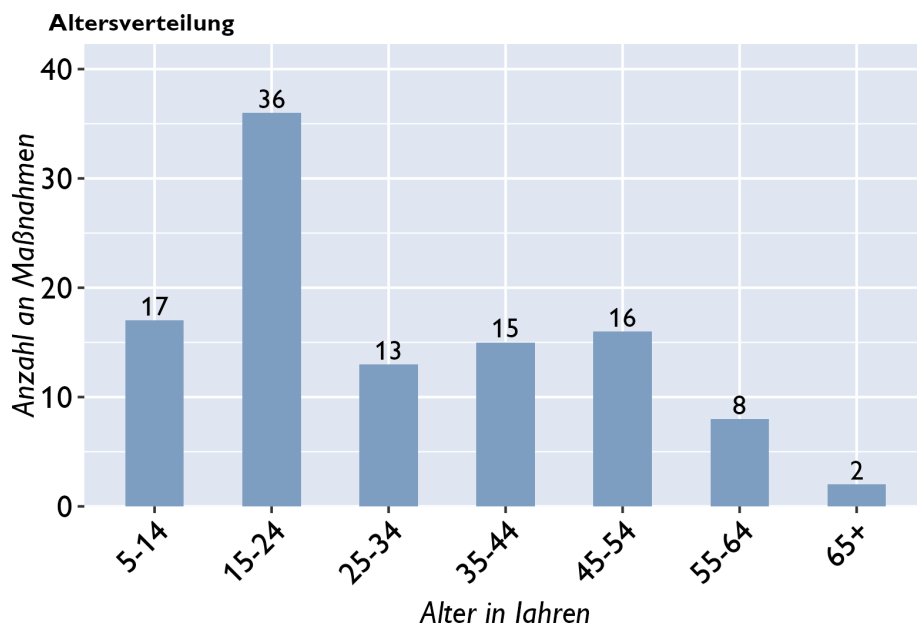
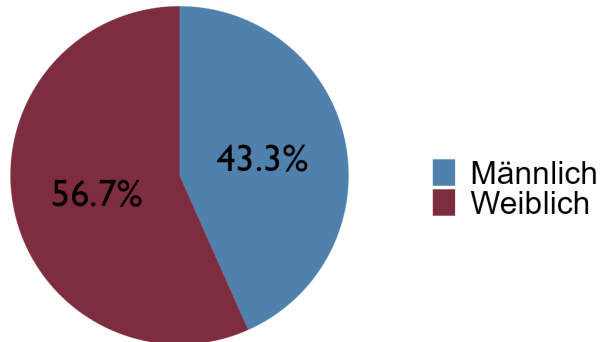


Abbildung 5.4: Soziodemographische Angaben
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Bei der Altersverteilung zeigt sich, entsprechend der Zielgruppenverteilung der Maßnahmen (siehe Abbildung 2.1), dass der Anteil an Kindern und jungen Menschen am höchsten ist. Erwartungsgemäß ist der Anteil der Teilnehmerinnen & Teilnehmer über 35 Jahre geringer, wobei insbesondere Seniorinnen & Senioren über 65 Jahre nur 2% aller Teilnehmerinnen & Teilnehmer ausmachen. Im Vergleich zu 2023 ist die Zahl der Maßnahmen für Personen im Alter zwischen 25 und 54 Jahren demgegenüber leicht gestiegen. Auch diese Entwicklung spiegelt die leichte Verschiebung in der Zielgruppenverteilung wider.

Wie schon aus der weiteren Aufschlüsselung der Formate in Kapitel 4 (Abbildung 4.2) ersichtlich, spielen auch im Jahr 2024 Workshops eine zentrale Rolle bei den Face-to-Face-Maßnahmen:

79.8% aller Teilnehmerinnen & Teilnehmer von Face-to-Face-Maßnahmen wurden über Workshops erreicht (siehe Tabelle 5.5).⁴¹

Format	Erreichte Personen	Anteil
Interaktiver Workshop	103 531	79.8%
Vortrag & Beratungsgespräch	23 978	18.5%
Webinar	2 199	1.7%

Tabelle 5.5: Anzahl an erreichten Personen gegliedert nach Formaten.
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Drei Viertel (75.0%) der Workshops richten sich an junge Menschen (innerhalb und außerhalb von Schulen). Von den insgesamt 103 531 Personen, die durch Workshops erreicht wurden, zählen 100 749 zu den jungen Zielgruppen, was einem Anteil von 97.3% entspricht. Insgesamt zeigt sich somit: Bei den Face-to-Face-Maßnahmen liegt, wie bereits im Vorjahr, ein besonders starker Fokus auf jungen Menschen, deutlicher als im allgemeinen Finanzbildungsangebot der *NFBS*. Als bevorzugtes Bildungsformat für diese Zielgruppe kommen vor allem interaktive Workshops zum Einsatz.

Im Rahmen des Monitorings hatten die Maßnahmenanbieter die Möglichkeit, Angaben zur Anzahl der Durchführungen ihrer Face-to-Face-Maßnahmen sowie zur ungefähren Dauer einer vollständigen Durchführung zu machen.⁴² Für das Jahr 2024 ergibt sich folgendes Bild: Insgesamt wurden 6 975 Face-to-Face-Durchführungen gemeldet (2023: 5 137), deren Verteilung auf die verschiedenen Formate in Tabelle 5.6 dargestellt ist. Die Gesamtzahl der Durchführungen ist damit im Vergleich zum Vorjahr um 35.8% gestiegen. Workshops machen mit 73.8% weiterhin den größten Anteil an allen Durchführungen aus. Ihr relativer Anteil ist jedoch gegenüber 2023 deutlich gesunken (−20.8%), auch wenn die absolute Zahl leicht gestiegen ist (+5.9%). Vorträge (darunter auch Führungen und Präsentationen) sowie Beratungsgespräche verzeichnen sowohl absolut (mehr als verzehnfacht) als auch relativ (+21.2%) einen deutlichen Zuwachs. Dabei ist zu berücksichtigen, dass auch für diese Formate die Zahl der Rückmeldungen im Jahr 2024 deutlich zugenommen hat.

⁴¹Um Rückschlüsse auf einzelne Maßnahmen zu vermeiden, wurden die Kennzahlen zu Vorträgen und individuellen Beratungsgesprächen in den folgenden Analysen zusammengeführt.

⁴²Die entsprechenden Fragen waren optional, da nicht alle Anbieter diese Daten erfassen. Für 93.0% der Maßnahmen wurden Angaben zur (ungefähren) Dauer gemacht, bei 89.5% lagen Angaben zur (ungefähren) Anzahl der Durchführungen vor. Die Medianwerte wurden auf Basis der jeweils vorliegenden Angaben berechnet.

Format	Durchführungen	Anteil
Interaktiver Workshop	5 146	73.8%
Vortrag & Beratungsgespräch	1 703	24.4%
Webinar	126	1.8%

Tabelle 5.6: Anzahl an Durchführungen von Face-to-Face-Maßnahmen.
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Zusätzliche Ergebnisse zu jenen Face-to-Face-Maßnahmen, bei denen sowohl Angaben zur Anzahl der Durchführungen als auch zur Dauer einer vollständigen Durchführung vorliegen,⁴³ sind in Tabelle 5.7 dargestellt. Betrachtet man alle Face-to-Face-Maßnahmen, die aus einer einzelnen Einheit bestehen, ergibt sich im Mittel eine Dauer von etwa 120 Minuten (Median). Maßnahmen mit mehreren Einheiten kommen im Mittel auf rund 460 Minuten. Da im Jahr 2024 erstmals auch erhoben wurde, wie viele Einheiten eine vollständige Durchführung umfasst, zeigt sich, dass eine einzelne Einheit im Durchschnitt ebenfalls etwa 120 Minuten dauert. Für Workshops ergibt sich, unabhängig davon, ob sie aus einer oder mehreren Einheiten bestehen, eine mittlere Gesamtdauer von rund 180 Minuten. Eine differenzierte Betrachtung zeigt: Workshops mit nur einer Einheit dauern typischerweise etwa 120 Minuten, solche mit mehreren Einheiten rund 460 Minuten. Diese Werte entsprechen weitgehend jenen für die Gesamtheit aller Face-to-Face-Maßnahmen, was nicht überrascht, da 70.2% aller Face-to-Face-Maßnahmen Workshops sind. Bei Vorträgen und Beratungsgesprächen liegt die Dauer typischerweise ebenfalls bei etwa 120 Minuten, unabhängig von der Anzahl der Einheiten. Auch dies ist wenig überraschend, da nahezu alle dieser Maßnahmen nur aus einer Einheit bestehen. Für Webinare liegen zu wenige Angaben vor, um belastbare Aussagen zur mittleren Dauer treffen zu können. Alle genannten Werte beziehen sich auf die Medianwerte.

Format	Dauer pro Durchführung (Median)
Interaktiver Workshop	180 Minuten
Vortrag & Beratungsgespräch	120 Minuten

Tabelle 5.7: Dauer der Durchführung von Face-to-Face-Maßnahmen.
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

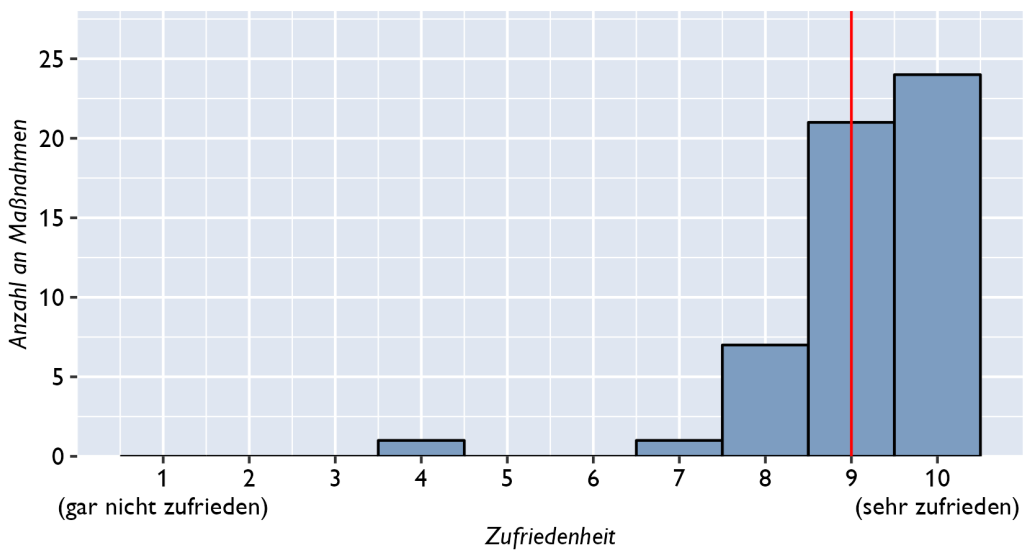
⁴³Für 87.7% der Maßnahmen wurden sowohl Angaben zur (ungefähren) Dauer als auch zur (ungefähren) Anzahl an Durchführungen gemacht.

5.4 Zufriedenheit mit der Maßnahme

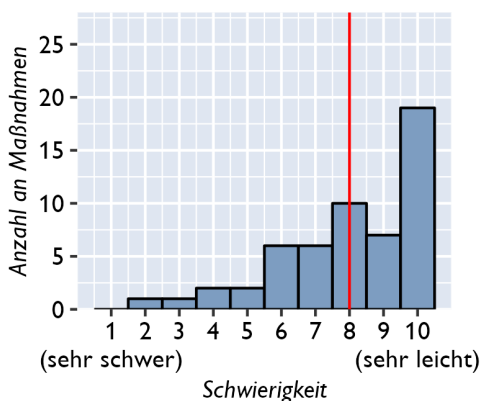
Neben den diversen Kennzahlen zu den Durchführungen von Face-to-Face-Maßnahmen wurden auch Einschätzungen der Anbieter zu folgenden Fragen erhoben: (i) allgemeine Zufriedenheit mit der Durchführung der Maßnahme, (ii) Erreichbarkeit der Zielgruppe sowie (iii) damit verbundener Aufwand. Die jeweiligen Antworten sind in Abbildung 5.5 zusammengefasst.⁴⁴ Der senkrechte rote Strich kennzeichnet dabei den jeweiligen Medianwert auf der 10-stufigen Skala.

Selbsteinschätzung Face-to-Face-Maßnahmen

Zufriedenheit mit der Durchführung der Maßnahme



Schwierigkeit Zielgruppe zu erreichen



Aufwand um Zielgruppe zu erreichen

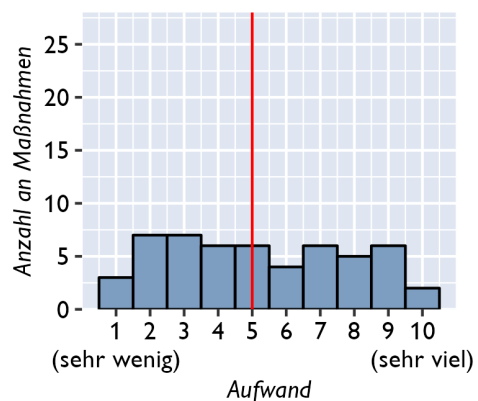


Abbildung 5.5: Zufriedenheit, Erreichbarkeit und Aufwand
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

⁴⁴Die entsprechenden Fragen waren keine Pflichtfelder, jedoch wurde zu fast allen Maßnahmen (96.4% bei Zufriedenheit und 96.4% Erreichbarkeit sowie 92.7% bei Aufwand) eine Einschätzung abgegeben.

Im Allgemeinen ist eine sehr hohe Zufriedenheit mit den eigenen Maßnahmen zu erkennen. Darüber hinaus wurde die Erreichbarkeit der entsprechenden Zielgruppen größtenteils als leicht eingestuft. Bei dem betriebenen Aufwand um die Zielgruppen zu erreichen ist ein differenzierteres Bild zu erkennen. Der Aufwand fällt über die einzelnen Maßnahmen hinweg sehr unterschiedlich aus und streut über das gesamte Antwortspektrum, wobei der Median bei einem Wert von 5 liegt. Untersucht man den Aufwand im Hinblick auf die unterschiedlichen Zielgruppen, so lässt sich erkennen, dass der betriebene Aufwand zur Erreichung von Lehrkräften und Pädagoginnen & Pädagogen (Median: 2), Schülerinnen & Schülern (Median: 4) und Jugendlichen außerhalb von Schulen (Median: 5) wesentlich geringer ausfällt, als jener bei der Erreichung der Bevölkerung im Allgemeinen (Median: 6) und Erwachsenen (Median: 7) und Unternehmerinnen & Unternehmern (Median: 8).

Kapitel 6

Werbekanäle, Kooperationen und Teilnahmekosten

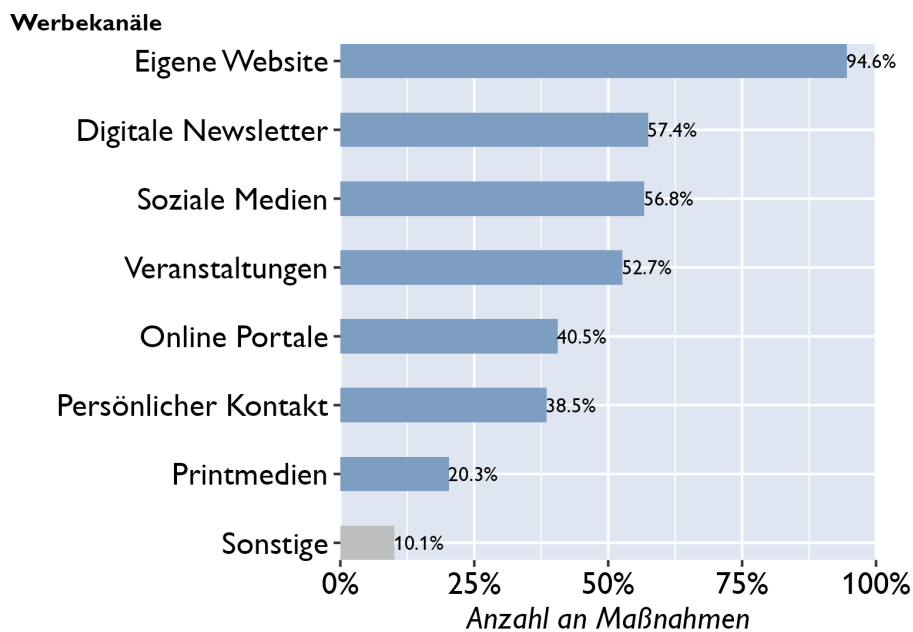


1. 94.6% der Maßnahmen werden über die eigene Website der anbietenden Institutionen beworben. Digitale Newsletter (57.4%), Soziale Medien (56.8%) und Veranstaltungen (52.7%) folgen auf den Plätzen zwei bis vier.
2. Bei 70.2% der Maßnahmen besteht der Wunsch nach neuen Kooperationen. Bei 64.9% der Maßnahmen sind bereits jetzt Kooperationspartner involviert.
3. Der Großteil (87.8%) des Angebots der *NFBS* ist kostenfrei.

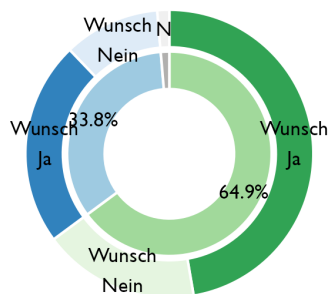
Der folgende Überblick darüber, (i) welche Kanäle zur Bewerbung der Maßnahmen eingesetzt werden, (ii) ob die Maßnahmen gemeinsam mit Kooperationspartnern realisiert werden bzw. Interesse an (darüberhinausgehenden) Kooperationen besteht, und (iii) inwieweit die Teilnahme an den Maßnahmen kostenpflichtig ist, bezieht sich erneut auf die Gesamtheit aller Finanzbildungsmaßnahmen, die beim Monitoring eingemeldet wurden.

Bei den genutzten Werbekanälen (Abbildung 6.1, oben) lässt sich auf den ersten Blick erkennen, dass die meisten Finanzbildungsmaßnahmen von Anbietern über ihre eigene Website (94.6%) beworben werden. Bewerbungen via Newsletter (57.4%) und sozialen Medien (56.8%) erfolgen bei knapp mehr als jeder zweiten Maßnahme, dicht gefolgt von Veranstaltungen (52.7%). Persönliche Kontakte wurden bei 38.5% der Maßnahmen genannt. Printmedien werden hingegen nur in einem geringen Ausmaß für Werbezwecke eingesetzt (20.3%). Im Mittel wird jede Maßnahme über drei Kanäle (Medianwert) beworben. Zudem zeigt sich bei einer näheren Analyse der sonstigen Nennungen (10.1%), in denen unter anderem auf Empfehlungen, Partnerorganisationen und Wiederbuchende verwiesen wird, dass einschlägige Netzwerke relevant für die Bewerbung der Finanzbildungsmaßnahmen der *NFBS* sind.

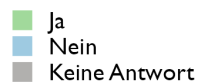
Diverses



Kooperationspartner



Bestehende Kooperationen



Kosten für Teilnahme

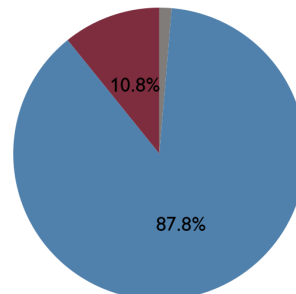


Abbildung 6.1: Werbekanäle, Kooperationen und Kosten
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Eine Analyse der Zahlen zu gemeinschaftlich realisierten Maßnahmen (Abbildung 6.1, links unten, innerer Kreis) zeigt, dass 96 (64.9%) in Form von Kooperationen realisiert werden. Bei 70 Maßnahmen besteht zudem der Wunsch, noch weitere Kooperationspartner miteinzubeziehen (Abbildung 6.1, links unten, äußerer Kreis). Von den 50 Maßnahmen, bei denen bisher keine Kooperationspartner involviert waren (33.8%, innerer Kreis), wünschen sich 34 (68%) einen oder mehrere Kooperationspartner. Insgesamt wurde bei 70.2% der Maßnahmen der Wunsch nach neuen und/oder

weiteren Kooperationen geäußert, was wiederum auf ein Potential für weitere Synergien zwischen den Finanzbildungsanbietern der *NFBS* hindeutet.

Die meisten Maßnahmen der *NFBS* sind kostenfrei (87.8%, Abbildung 6.1 rechts unten). Kostenpflichtige Maßnahmen (10.8%) werden großteils von Institutionen angeboten, die darüber hinaus auch kostenfreie Maßnahmen anbieten.⁴⁵ Bei den kostenpflichtigen Angeboten handelt es sich zum überwiegenden Teil um Face-to-Face-Angebote und Maßnahmen, die sich an Erwachsene richten (jeweils 12 Maßnahmen). Wie die Analysen zu den Zielgruppen (siehe Kapitel 2) und vermittelten Inhalten (siehe Kapitel 3.1) jedoch bereits erkennen lassen, ist ein kostenloser Zugang alleine noch nicht ausreichend, um alle Personen mit allen für sie relevanten Inhalten zu erreichen. Die Gestaltung zielgruppenspezifischer Finanzbildungsmaßnahmen und -inhalte spielt eine wichtige Rolle, um flächendeckend Unterstützung bieten zu können.

⁴⁵Zu einer Maßnahme (0.8%) wurde keine Angabe gemacht.

Kapitel 7

Monitoring und Evaluation auf Maßnahmenebene



1. 77.7% der Maßnahmen werden mindestens einmal jährlich gewartet, während lediglich 2.7% bisher noch nie gewartet wurden.
2. Bei 66.2% der Maßnahmen wurde in der Vergangenheit Feedback der Teilnehmerinnen & Teilnehmer eingeholt. Bei 62.8% wurde bereits ein individuelles Monitoring seitens der Anbieter durchgeführt und bei 38.5% eine Evaluation.

Im letzten Teil der Monitoring-Umfrage wurden die Anbieter gebeten, Angaben zur Qualitätssicherung ihrer Maßnahmen zu machen. Zunächst wurde abgefragt, wie oft Maßnahmen im Schnitt gewartet werden. Zur Wartung zählen neben der Aktualisierung der behandelten Themen unter anderem auch die Aktualisierung von Vermittlungsmethoden und Didaktik sowie Adaptierungen aufgrund geänderter rechtlicher Rahmenbedingungen. In Abbildung 7.1 (rechts oben) ist zu erkennen, dass 77.7% der Maßnahmen mindestens einmal jährlich gewartet werden. Lediglich 2.7% der Maßnahmen wurden bis dato noch nie gewartet.

Neben Angaben zur Wartung wurden die Anbieter gefragt, inwieweit sie Feedback der Teilnehmerinnen & Teilnehmer einholen und ob sie für ihre Maßnahmen selbst ein Monitoring und/oder eine Evaluation vorsehen. Um ein möglichst einheitliches Verständnis der entsprechenden Aktivitäten herzustellen, wurden der Umfrage folgende Erklärungen beigefügt:

- Unter *Feedback* versteht man die einfache Rückmeldung der Teilnehmerinnen & Teilnehmer zur Maßnahme häufig in Form eines kurzen Fragebogens, der Möglichkeit gibt, die Maßnahme zu bewerten sowie Wünsche und Anregungen zu ihrer Verbesserung zu geben.
- Unter *Monitoring* versteht man die systematische Aufzeichnung bzw. Erhebung von Daten, welche die Durchführung einer Maßnahme betreffen. Dies sind insbesondere eingesetzte Ressourcen (z.B. Kosten, Arbeitsstunden, Materialien, etc.) und unmittelbar erzielte Outputs

(z.B. Anzahl der Teilnehmerinnen & Teilnehmer, Klicks, Anzahl der Durchführungen eines Workshops, etc.).

- Unter *Evaluation* bzw. Evaluierung oder Wirkungsmessung versteht man die Messung der Wirkung einer Maßnahme auf die Teilnehmerinnen & Teilnehmer im Sinne eines kausalen Effekts. Im Falle einer Finanzbildungsmaßnahme geht es vor allem um den Nachweis einer (positiven) Wirkung auf Wissen, Fähigkeiten, Einstellungen und/oder Verhalten sowie Handeln der Teilnehmerinnen & Teilnehmer im Bereich persönliche Finanzen (z.B. Wissenstest, Nachbefragung über selbsteingeschätzte Verhaltensänderungen, etc.).

Abbildung 7.1 (links oben) zeigt, dass bei 98 Maßnahmen (66.2%) in der Vergangenheit bereits mindestens einmal Feedback eingeholt wurde. Des Weiteren erfolgte bei 93 aller Maßnahmen (62.8%) ein eigenständiges Monitoring. Zudem wurde bei 57 aller Maßnahmen (38.5%) bereits eine Wirkungsmessung durchgeführt. Darüber hinaus ist bei 5.4% der Maßnahmen ein Monitoring und bei 9.5% eine Evaluation in Planung.

Ob in der Vergangenheit Feedback zu einer Maßnahme eingeholt wurde, hängt sehr stark vom gewählten Format ab: So wurde zu circa 50% der in Form (analoger) Materialien angebotenen Maßnahmen und der Online-Angebote noch nie Feedback eingeholt. Anders verhält es sich bei den Face-to-Face-Maßnahmen, hier wurde in der Vergangenheit zu 49 Maßnahmen (89%) Feedback eingeholt. Mit Blick auf bisherige Monitorings ist der Unterschied zwischen den Formaten weniger prägnant: Zu 68.5% der Face-to-Face-Maßnahmen, aber auch zu jeweils ca. 55% der Online-Angebote und (analogen) Informationsmaterialien wurde in der Vergangenheit bereits ein Monitoring durchgeführt. Bei den bisher durchgeführten Wirkungsmessungen ergeben sich ähnliche Ergebnisse: 50.9% aller Face-to-Face-Maßnahmen wurden einer Wirkungsmessung unterzogen, sowie 27.8% der Online-Angebote und 33.3% der Informationsmaterialien.

Qualitätssicherung

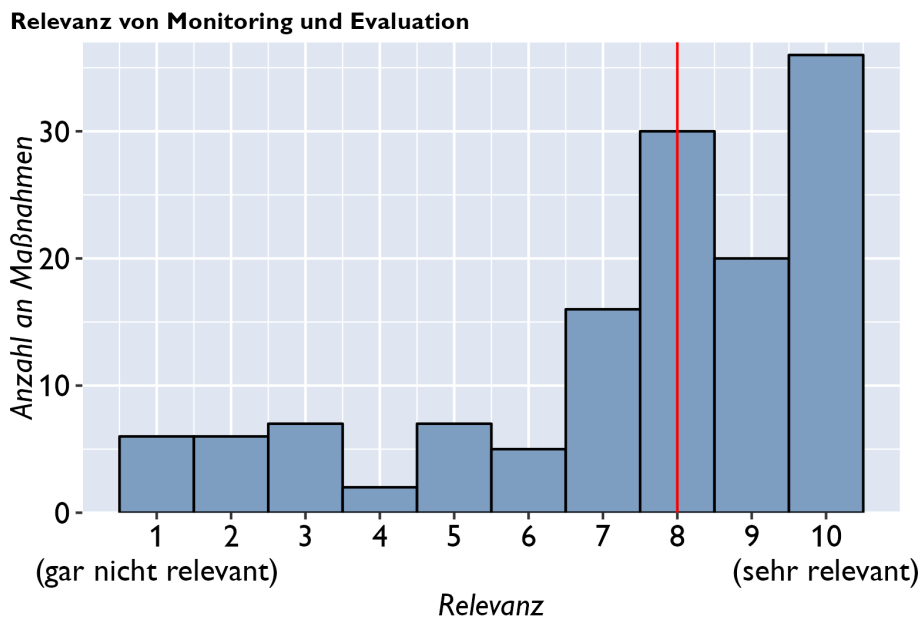
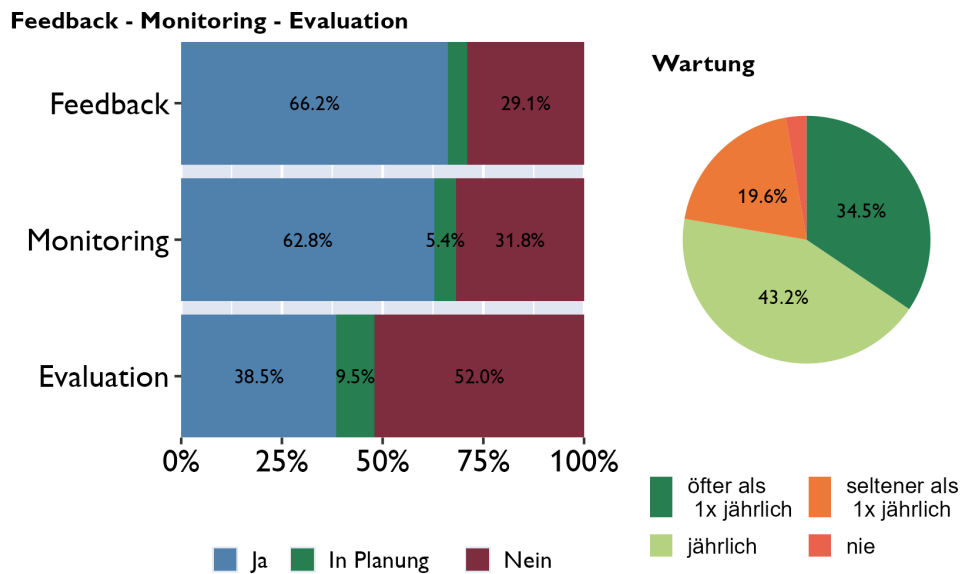


Abbildung 7.1: Qualitätssicherung
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Abschließend wurden die Anbieter gefragt, inwieweit sie Monitoring und Evaluation für die Weiterentwicklung ihrer konkreten Maßnahme für relevant halten.⁴⁶ Abbildung 7.1 (unten) zeigt die Bewertungen der Befragten auf einer Skala von 1 (gar nicht relevant) bis 10 (sehr relevant).⁴⁷ Die Wichtigkeit von Monitoring und Evaluation wurde dabei bereits im Mittel (Median) mit einem

⁴⁶Die entsprechenden Fragen waren keine Pflichtfelder, jedoch wurden zu nahezu allen Maßnahmen (91.2%) Einschätzungen durch die jeweiligen Anbieter abgegeben.

⁴⁷Der senkrechte rote Strich kennzeichnet erneut den Medianwert.

Wert von 8 als hoch eingestuft, bei 36 (24.3%) der Maßnahmen wurde die Relevanz sogar mit dem höchstmöglichen Wert eingestuft. Vergleicht man die Formate untereinander, lässt sich erkennen, dass die Bedeutung von Monitoring und Evaluation für die Weiterentwicklung der Maßnahmen bei Mobile-Apps am geringsten (Median: 5.5) eingestuft wird und bei persönlichen Angeboten, d.h. Face-to-Face-Maßnahmen sowie Wettbewerben, am höchsten (Median: 9). Bei digitalen Angeboten, d.h. Online-Angeboten und Apps, liegt der Median bei 8. Besonders interessant ist in diesem Zusammenhang zu bemerken, dass in etwa 45% der Maßnahmen die bislang nicht durch ein Monitoring bzw. Evaluation begleitet wurden, die Relevanz mit einem Wert von 8 oder höher bewerten. Dies legt nahe, dass die *NFBS* Maßnahmenanbieter bei der Implementierung von Qualitätssicherung durch Monitoring bzw. Evaluation vermehrt unterstützen könnte.

Ansatzpunkte hierfür bestehen bereits: Mit der *Financial Literacy Evaluation Series* stellt die OeNB einen umfassenden Leitfaden bereit, der Maßnahmenanbieter über den aktuellen Stand der Finanzbildungsforschung informiert. Neben einem Überblick über das Konzept der Finanzbildung und einer Zusammenfassung der Literatur zur Wirksamkeit von Finanzbildungsprogrammen enthält die Reihe konkrete Richtlinien zur Gestaltung und Durchführung von Evaluationsstudien, einschließlich Leitfäden für quantitative, qualitative und Mixed-Methods-Designs (siehe *OeNB Financial Literacy Evaluation Series*, 2025). Maßnahmenanbietern können diese Ressourcen als Blaupause für die Konzeption eigener Wirkungsmessungen dienen. Für den Bereich Monitoring bietet zudem das diesem Bericht zugrunde liegende methodische Konzept eine entsprechende Orientierung, an der sich Anbieter bei der systematischen, eigenständigen Erhebung von Kennzahlen zu ihren Maßnahmen ausrichten können (siehe *Monitoringkonzept der Nationalen Finanzbildungsstrategie*, 2023).

Kapitel 8

Conclusio

Aus dem Monitoring 2024 lassen sich zunächst zwei zentrale Erkenntnisse gewinnen. Erstens zeigt sich ein kontinuierlich *hoher Einsatz für Finanzbildung* in Österreich: Die Vielzahl an Maßnahmen und Aktivitäten verdeutlicht, dass Finanzbildung in unterschiedlichen Bereichen und für diverse Zielgruppen fest in der österreichischen Bildungslandschaft verankert ist. Zweitens wird ein *starkes Interesse an einem gemeinsamen Gelingen von Finanzbildung* sichtbar. Dies äußert sich nicht nur in der Umsetzung zahlreicher Initiativen, sondern auch in der hohen Bereitschaft der Maßnahmenanbieter, sich aktiv am Monitoring-Prozess zu beteiligen und damit die Transparenz und Weiterentwicklung der *NFBS* zu unterstützen. In der folgenden Conclusio wird über eine inhaltliche Zusammenschau auch eine Querverbindung zu den Zielen der *NFBS* hergestellt.

Hinsichtlich der Zielgruppen zeigt sich weiterhin ein starker Fokus auf junge Menschen: Etwas mehr als die Hälfte der Maßnahmen richtet sich an diese Gruppe. Gleichzeitig zeigt der Monitoringreport einen thematischen Fokus auf finanzielle Alltagskompetenz (Haushaltsplanung, Geld, Konsum und Zahlungen). In der österreichischen Finanzbildungslandschaft werden somit die ersten beiden **Hauptprioritäten** der *NFBS* – *frühzeitig die Grundlagen entwickeln, um solide finanzielle Entscheidungen treffen zu können und eine Überschuldung zu verhindern* sowie die *Förderung einer verantwortungsvollen Finanzplanung für langfristiges finanzielles Wohlergehen* – sehr umfassend adressiert.

Eine tiefgehende Beurteilung der Erreichung der weiteren Hauptprioritäten – *Sensibilisierung für die Bedeutung von Finanzbildung und Sicherstellung des Zugangs zu qualitativ hochwertiger Finanzbildung für alle Bürgerinnen und Bürger* und *Steigerung der Effektivität von Finanzbildungsinitiativen durch Dialog, Koordinierung und Evaluierung* liegt außerhalb des Rahmens des Monitoringberichts, dennoch lassen sich auch hier gewisse Rückschlüsse ziehen. Insgesamt 164 aktive Maßnahmen und eine Mindestzahl von 23 Maßnahmen in jedem Bundesland zeugen von einem starken Finanzbildungsangebot in Österreich. Nicht zuletzt die hohe Rücklaufquote von über 90% sowie die Vielzahl an bestehenden Kooperationen und Kooperationswünschen unterstreicht den Einsatz der Maßnahmenanbieter in den Bereichen Dialog und Koordinierung.

Die Ergebnisse des Monitoring erlauben zudem auch relevante Schlüsse hinsichtlich der **übergreifenden Prioritäten** der *NFBS*. Mit Blick auf die Priorität *Beitrag zur Gleichstellung der*

Geschlechter lässt sich festhalten, dass sich jede neunte im Rahmen des Monitorings erfasste Finanzbildungsmaßnahme ausschließlich an Frauen richtet. Weiters wird bei mehr als einem Drittel der Maßnahmen explizit auf einen Beitrag zur Gleichstellung der Geschlechter verwiesen. Dem formulierten Ziel, besonderes Augenmerk auf die Steigerung der Finanzkompetenz von Frauen zu legen, wird also in der österreichischen Finanzbildungslandschaft sehr umfassend Rechnung getragen. In der *NFBS* wird in diesem Zusammenhang insbesondere auch auf die Absicherung im Pensionsalter verwiesen, wo sich noch Potenzial zeigt: Das zunehmend wichtige Thema Ruhestand wird von lediglich neun Maßnahmen adressiert, die sich alle ausschließlich an Frauen richten.

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Geschwindigkeit der technologischen Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz kommt der übergreifenden Priorität *Sicherstellen, dass Konsumentinnen und Konsumenten von der Digitalisierung profitieren* eine wachsende Bedeutung zu. Diese Priorität wird aktuell nur von einem knappen Viertel der Maßnahmen explizit adressiert. Für zukünftige Maßnahmen – oder im Rahmen einer Weiterentwicklung bestehender Angebote (der Vergleich mit 2023 zeigt, dass fünf Angebote diesen Schritt gesetzt haben) – könnte es interessant sein, stärker auf die Chancen und Gefahren durch die Digitalisierung im Finanzwesen einzugehen. In diesem Zusammenhang sei auch auf die Themen “Täuschung und Betrug” verwiesen, die im Jahr 2024 lediglich von sechs Maßnahmen adressiert wurden. Auch wenn es im Jahr 2024 beispielsweise bei Internetbetrug zu einem leichten Rückgang kam, unterstreicht der Anstieg der diesbezüglichen Straftaten um 325% seit 2015 (Bundeskriminalamt, 2025) die Notwendigkeit, diesem Thema künftig noch mehr Aufmerksamkeit zu widmen.

Als dritte übergreifende Priorität wird in der *NFBS* das Ziel einer *Unterstützung der Konsumentinnen und Konsumenten, nachhaltige finanzielle Entscheidungen zu treffen* formuliert. Hier zeigt sich ein besonderes Augenmerk der Maßnahmen: Mehr als die Hälfte der eingemeldeten Angebote zielt darauf ab, Menschen bei nachhaltigen Finanzentscheidungen zu unterstützen.

Abschließend werden im Folgenden noch **weitere relevante Erkenntnisse** aus dem Monitoring-report 2024 diskutiert. Hervorzuheben ist in jedem Fall auch die hohe Zufriedenheit der Maßnahmenanbieter mit der Durchführung ihrer Maßnahmen. Diese positive Wahrnehmung stellt unter anderem eine wichtige Voraussetzung für die Fortführung und den zukünftigen Erfolg der Maßnahmen dar. Für die meisten Maßnahmen gestaltet sich das Erreichen der Zielgruppe leicht, es gibt aber auch vereinzelte Maßnahmen, die diesbezüglich vor gewissen Schwierigkeiten stehen. Interessanterweise zeigt sich beim Aufwand, der geleistet werden muss, um die jeweiligen Zielgruppen ein sehr heterogenes Bild mit einer nahezu gleichverteilten Anzahl aller Antwortmöglichkeiten von gering bis hoch. Im Jahresvergleich mit 2023 lässt sich keine große Veränderung feststellen, sodass also offenbar auch etablierte Programme ihre Aktivitäten zur Erreichung der Zielgruppe ähnlich hoch halten müssen. In dieser Hinsicht könnte ein verstärkter Austausch unter den Maßnahmenanbietern interessante Erkenntnisse liefern, um allenfalls auch mögliche Synergieeffekte nützen zu können oder aufschlussreiche Impulse von anderen Anbietern zu erhalten.

Potenzial liegt weiterhin im Ausbau des Finanzbildungsangebots für Seniorinnen und Senioren, die als Zielgruppe noch unerschlossen sind. Der Lebensbereich *Pension* scheint insgesamt noch in der Entwicklungsphase der österreichischen Finanzbildungslandschaft zu sein. So hat sich etwa die Anzahl der Maßnahmen, die sich explizit dem Thema Ruhestand widmen, nur leicht von sieben auf

neun erhöht.⁴⁸ Mit Blick auf die aktuellen demografischen Entwicklungen zeigen die Ergebnisse des vorliegenden Monitoringreports somit beim Ausbau des Finanzbildungsangebots weiter Chancen in der Stärkung zielgruppenspezifischer Angebote für ältere Menschen.

Eine wichtige Erkenntnis liefert schließlich auch die Analyse der didaktischen Prinzipien, die für die Maßnahmen als besonders wichtig angesehen werden. Hier stehen *Aktualitätsbezug und Zukunftsorientierung*, *Orientierung an der Lebenswelt der Zielgruppe* sowie das *Lernen anhand von repräsentativen Beispielen* mit jeweils über 90% Einordnung als “sehr wichtig” oder “eher wichtig” an der Spitze. Während auch die *Verwendung ökonomischer Konzepte* für mehr als die Hälfte der Maßnahmen als entsprechend wichtig angesehen werden, findet sich dieser Aspekt am Ende des Rankings der relevanten didaktischen Prinzipien.

Daraus lässt sich ableiten, dass die Maßnahmenanbieter (angewandte) Finanzbildung und die klassische Bildung in wirtschaftswissenschaftlichen Disziplinen nicht als Substitute verstehen. Vielmehr steht in der Finanzbildung die Befähigung zu kompetenten und selbstbestimmten finanziellen Entscheidungen im individuellen Lebenskontext im Vordergrund. Die Nationale Finanzbildungsstrategie leistet damit einen wichtigen Beitrag, die entsprechenden Kompetenzen zu stärken und das finanzielle Wohlergehen der Menschen in Österreich nachhaltig zu fördern.

⁴⁸Zu erwähnen ist an dieser Stelle aber auch, dass die verwandten Themen *Sparen* (33 Maßnahmen), *Langfristige Planung und Vermögensaufbau* (25) sowie *Investieren* (28) durchaus prominent vertreten sind.

Literaturverzeichnis

- Bundeskriminalamt. (2025). *Polizeiliche Kriminalstatistik 2024* (Abgerufen am 08.09.2025). Bundesministerium für Inneres. https://www.bundeskriminalamt.at/501/files/PKS-24-web3_bf_20250422.pdf
- Financial competence framework for adults in the European Union*. (2022). European Union/OECD. https://finance.ec.europa.eu/document/download/acb77abe-fac4-4707-8e61-430c8960ccbc_en?filename=220111-financial-competence-framework-adults_en.pdf
- Financial competence framework for children and youth in the European Union*. (2023). European Union/OECD. https://finance.ec.europa.eu/system/files/2023-09/230927-financial-competence-framework-children-youth_en.pdf
- Monitoringbericht der Nationalen Finanzbildungsstrategie für Österreich 2023*. (2024). Oesterreichische Nationalbank (OeNB) und MCI| Die Unternehmerische Hochschule. Wien. <https://www.oenb.at/Publikationen/finanzbildung/monitoringbericht-nationale-finanzbildungsstrategie.html>
- Monitoringkonzept der Nationalen Finanzbildungsstrategie*. (2023). Oesterreichische Nationalbank (OeNB). Wien. <https://www.bmf.gv.at/ministerium/nationale-finanzbildungsstrategie/uebersicht-nationale-finanzbildungsstrategie/downloads.html>
- Nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich*. (2021) (Erstellt mit Unterstützung der OECD und der Europäischen Union). Bundesministerium für Finanzen (BMF). Wien. <https://www.bmf.gv.at/ministerium/nationale-finanzbildungsstrategie/uebersicht-nationale-finanzbildungsstrategie/downloads.html>
- OeNB Financial Literacy Evaluation Series*. (2025). Oesterreichische Nationalbank. Wien. <https://finanzbildung.oenb.at/insights-evaluation/Projekte/evaluationstoolkit.html>

Anhang A

Monitoring-Fragebogen

Zielgruppen

Im Folgenden sind die Kategorien der Zielgruppen inklusive Unterzielgruppen aus dem Monitoring-Fragebogen gegeben:

Kindergartenkinder und Schüler:innen (alle Schulstufen und -typen)
Kindergartenkinder
Schüler:innen in der Volksschule
Schüler:innen einer MS
Schüler:innen einer Polytechnischen Schule
Schüler:innen einer BMS oder Berufsschule bzw. Lehrlinge
Schüler:innen einer AHS-Unterstufe
Schüler:innen einer AHS-Oberstufe/BHS
Schüler:innen mit sonderpädagogischem Förderbedarf bzw. inklusiver Beschulung
Jugendliche und junge Erwachsene (~14-25 Jahre) außerhalb von Schulen
(Angehende) Lehrkräfte / Pädagog:innen
Erwachsene
Berufstätige Erwachsene
(Potenzielle) Privatanleger:innen
Haushaltsführende, nicht-erwerbstätige Erwachsene
Eltern, Erziehungsberechtigte
Andere Multiplikator:innen (z.B. Beratungskräfte in sozialen Einrichtungen, Fachkräfte in der Jugend- und Sozialarbeit)
(Angehende) Unternehmer:innen und kleine oder mittlere Unternehmen (KMUs)
Senior:innen
Frauen

Vulnerable Gruppen

Personen mit Migrationshintergrund

Arbeitslose / Prekär-Beschäftigte / von Erwerbsarmut Betroffene

Überschuldungsgefährdete Personen oder solche mit Schuldenproblemen

Personen mit Behinderung / Beeinträchtigung

Alleinerzieher:innen

Formate

Im Folgenden sind die Kategorien der Formate aus dem Monitoring-Fragebogen gegeben:

Face-to-Face (d.h. simultane Interaktion zwischen Anbieter- und Teilnehmerseite; z.B. Workshop oder Webinar)

Vortrag/Präsentation/ Führungen (Präsenz)

Webinar

Interaktiver Workshop

Individuelles Beratungsgespräch

Online-Format (z.B. Website, E-Learning, Webapp, Podcast, Downloadmaterial) kann folgende Elemente beinhalten:

Informationen als Fließtext (z.B. Blog, digitaler Newsletter)

Informationen in multimedialer Form (z.B. Video, Podcast)

Lern- und/oder Lehrmaterialien zum Download

Interaktive Elemente (z.B. Online-Quizz oder -Spiel, Webapp)

Blended Learning (d.h. hybrides Angebot) → hier konnten alle Formate kombiniert werden

Mobile App

App testet Finanzwissen mit Hilfe von Quizfragen oder anderen Lernspielen

App vermittelt Finanzwissen in Form von Lernmodulen

App dient als Tool, z.B. zur Haushalts- und Budgetplanung

Analoge Informations- und Lernmaterialien (z.B. Spiel, Buch oder Broschüre)

Arbeitsblätter

Buch / Broschüre / Booklet

Spiel (z.B. Brettspiel, Spielgeld)

Awards und Netzwerke → umfasste nur Wettbewerbe, daher umbenannt im Bericht

Andere (offenes Antwortfeld)

Inhalte des Kompetenzrahmens

Im Folgenden sind die übergeordneten Kategorien und die entsprechenden Themenfelder aus dem *Österreichischen Kompetenzrahmen zur Verbesserung der Finanzkompetenzen* dargestellt.

Geld und Transaktionen

Geld und Währungen

Beispiele: Formen und Verwendung von Geld, Falschgeld erkennen, Fremdwährungen

Einkommen

Beispiele: Gehaltsabrechnungen, berufliche Laufbahnen und Einkommensniveaus

Preise, Käufe und Zahlungen

Beispiele: Preisvergleich, Online-Shopping, Geldüberweisungen, Rückgaberechtlinien, Nachhaltigkeitsaspekte bei Käufen

Finanzunterlagen und Verträge

Beispiele: Rechtliche Aspekte, elektronische Signatur, Speichern in der Cloud, Sicherungskopien

Planung und Verwaltung der Finanzen

Haushaltsplanung

Beispiele: Überwachung von Einnahmen und Ausgaben, feste vs. variable Aufwendungen, digitale Werkzeuge, Identifikation von Bedürfnissen und Wünschen

Verwaltung von Einnahmen und Ausgaben

Beispiele: Aktiv Geld verwalten, Umgang mit unregelmäßigen/unerwarteten Einnahmen und Ausgaben, Erbschaft

Sparen

Beispiele: Sparziele, Rücklagenbildung, Zinssätze, (nachhaltige) Sparprodukte, Verwaltung der Ersparnisse

Investieren

Beispiele: Auswirkungen von Wechselkursen, Inflation, Zinssätzen, (nachhaltige) Anlagekonzepte, Aktien und Fondspreise, Rechte von Aktionär:innen, Diversifizierung, Rohstoffe, Kryptowerte

Langfristige Planung und Vermögensaufbau

Beispiele: Langfristige Perspektive, Unterschied zu Notfallrücklagen, Anpassung von Maßnahmen über die Zeit, Testamente, Bedürfnisse Angehöriger

Ruhestand

Beispiele: (nachhaltige) Altersvorsorgeprodukte, Rechtsordnung Rentensysteme, Steuervorteile individueller Altersvorsorge

Kredite

Beispiele: Kreditwahl, Bürgen und Sicherheit, Risiken/Rückzahlung/Neuverhandlung bei Krediten, Konsumkredite, Überziehungskredite

Verschuldung und Schuldenverwaltung

Beispiele: Rückzahlung, Neuverschuldung, Vermeidung und Minimierung von Schuldenproblemen

Risiken und Vorteile

Identifizierung von Risiken

Beispiele: Risikogrundlagen, Risikoquellen, spezifische Risiken digitaler Produkte und Dienstleistungen

Finanzielle Sicherungsnetze und Versicherungen

Beispiele: Versicherungsprodukte, gesetzlich verpflichtete Versicherung, Lebensversicherung, umwelt-zertifizierte Versicherungen, digitale Versicherungsangebote, staatliche Unterstützungen

Abwägung von Risiken und Vorteilen

Beispiele: Anlagediversifizierung als Strategie zur Risikoverringerung, Auswirkung der Nachhaltigkeit auf Risiken und Vorteile

Finanzlandschaft

Regulierung und Verbraucherschutz

Beispiele: Verbraucherschutzvorschriften, Beschwerden und Rechtsbehelfe, Schutz personenbezogener Daten

Rechte und Pflichten

Beispiele: Verbraucherrechte insb. bei elektronischem Geschäftsverkehr, Rechte und Pflichten beim Kauf von Finanzprodukten

Aufklärung zu Bildungs- und Beratungsangeboten→ Achtung: Wortlaut unterscheidet sich vom originalen Kompetenzrahmen

Beispiele: Überprüfen von Informationsquellen, verzerrte Informationen, Gütesiegel von Finanzprodukten, vertrauenswürdige Bildungsquellen und Finanzberatung erkennen, digitale Beratungsinstrumente

Finanzprodukte und -dienstleistungen

Beispiele: Merkmale bei der Auswahl von Finanzprodukten, Nutzung von Vergleichsinstrumenten, Angebote von Nichtfinanzunternehmen, Nachhaltigkeitspräferenzen, Nachhaltigkeitsiegel und -normen, Offenlegungspflichten von Anbietern

Täuschung und Betrug

Beispiele: Existenz betrügerischer Kapitalanlagen, Betrugstechniken/-systeme, Betrug im Internet, Missbrauch personenbezogener Daten, Meldestellen für Betrugsopfer, Greenwashing

Steuern und öffentliche Ausgaben

Beispiele: Steuerliche Verpflichtungen, Einkommens- und Warensteuer, Steuerausgleich Online-Service

Äußere Einflüsse

Beispiele: Einfluss wirtschaftlicher und anderer Faktoren (Inflation, Klima, Pandemie, etc.), Makroökonomische Auswirkungen auf persönliche Finanzen, Werbung und der persönliche digitale Fußabdruck, Auswirkungen persönlicher Finanzentscheidungen auf die Nachhaltigkeit

Anhang B

Ergänzung zu Kapitel 3

Die Abbildungen B.1 und B.2 schlüsseln die in Abbildung 3.1 dargestellten Themenfelder der Maßnahmen für die Zielgruppen *Junge Menschen* und *Frauen* auf.

Junge Menschen

Inhalte Zielgruppe junge Menschen

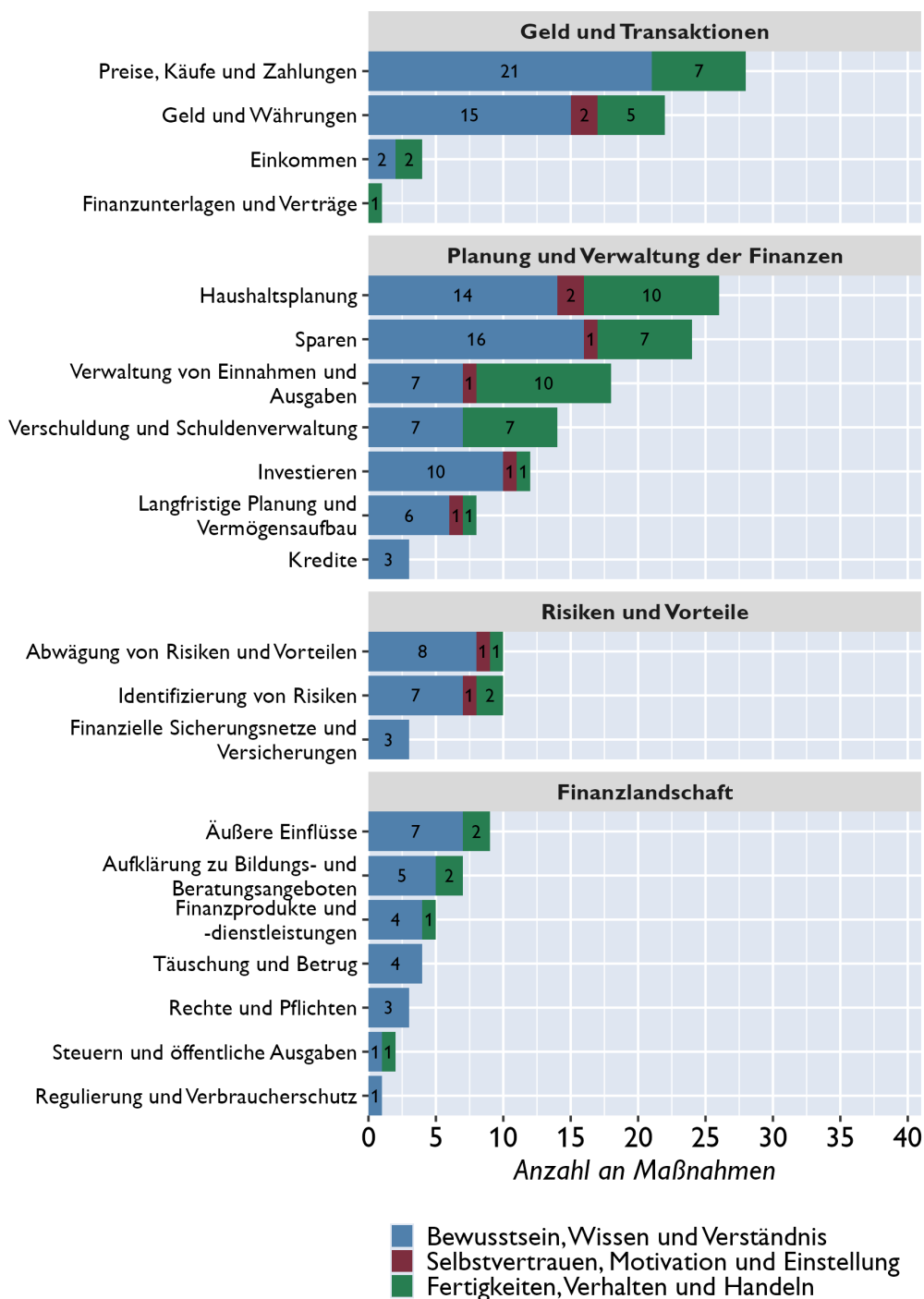


Abbildung B.1: Inhalte Zielgruppe junge Menschen
 Quelle: Monitoring der NFBS 2024.

Frauen

Inhalte Zielgruppe Frauen

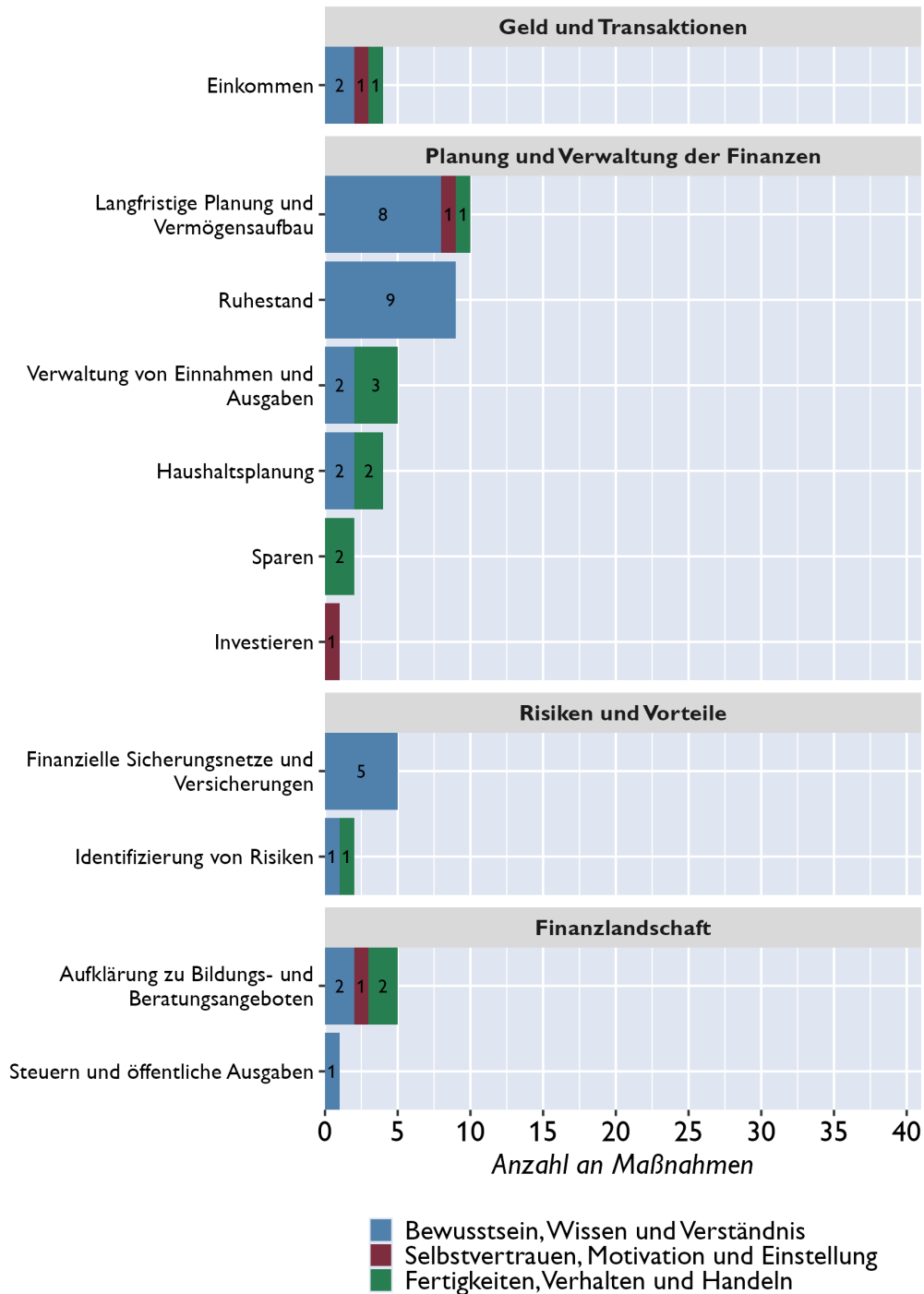


Abbildung B.2: Inhalte Zielgruppe Frauen
Quelle: Monitoring der NFBS 2024.