

Das Girokonto

Eine Unterrichtseinheit für die Sekundarstufe I

Freya Willer, GS Fährbuernfleet
Modellprojekte zur "Finanziellen Allgemeinbildung als Mittel der Armutsprävention"

I. Jugendliche und Geld

(Leitfrage) Warum werben Banken so intensiv um junge Leute?

Sachanalyse:

1.1 Wie viel Geld haben Jugendliche zur Verfügung?

Die Jugendlichen zwischen 6 und 17 Jahren sind sehr finanzkräftig. Rund 11 Millionen Kinder und Jugendliche leben in Deutschland, die durch Taschengeld, Geldgeschenke zum Geburtstag und Weihnachten, Nebenjobs, Ferienarbeit und Sparguthaben etwa 8,8 Milliarden EUR direkt zur Verfügung haben. Sie beeinflussen aber auch Kaufentscheidungen der Eltern in hohem Maße mit, so dass indirekt noch mal 17,8 Milliarden EUR als Beeinflussungspotential dazugezählt werden.

(Zahlen werden noch aktualisiert + Quelle)

1.2 Wo bleibt das junge Geld?

Die beliebtesten Freizeitbeschäftigungen sind Musik hören und Tanzen. Man schätzt, dass etwa 10 Milliarden EUR jährlich in Diskotheken umgesetzt werden. Begehrte Konsumenten sind Jugendliche in der Phonoindustrie: Drei von vier CDs werden von Jugendlichen gekauft. Auch viele andere Wirtschaftszweige richten ihr Augenmerk auf die Jugendlichen: die Bekleidungsindustrie, Eiscremeproduzenten und die Getränkeindustrie genauso wie die Musikverlage, die Unterhaltungselektronik und die Zeitschriftenverlage. In der Nähe von Schulen gibt es Kioske, die ausschließlich von den Jugendlichen leben und den jungen Kunden ihre Wünsche erfüllen: Süßigkeiten, Getränke, Comic-Hefte...

Nach einer Erhebung aus dem Jahr 2001 sieht die Rangliste folgendermaßen aus:

Platz 1:	Süßigkeiten
Platz 2:	Ausgehen (Disco, Konzerte)
Platz 3:	Kino
Platz 4:	Bekleidung, Schuhe
Platz 5:	Getränke
Platz 6:	Jugendzeitschriften und Comics
Platz 7:	CDs, Fast Food, Zeitschriften und Zeitungen

(Wird noch verändert, wenn neue Quellen gesichtet!)

1.3 Jugendliche als potentielle Kunden von morgen:

Nicht nur die Konsumgüterindustrie, sondern auch der Dienstleistungsbereich, wie Versicherungen, Banken- und Sparkassen, kämpfen um die Gunst des jungen,

einkommensstarken Kunden. Die Erkenntnis „Einmal Kunde - immer Kunde“ gilt in diesem Bereich im hohem Maße. Nur sehr wenige Menschen wechseln im Laufe ihres Lebens ihre Bank oder Sparkasse. Deshalb gilt es also in diesem Sektor besonders früh an einer Kundenbindung zu arbeiten. Dafür tun die Banken und Sparkassen einiges: Gummitierchen oder Kugelschreiber als Werbegeschenke, Preisausschreiben oder Geldgutscheine zur Konfirmation bzw. Kommunion, Engagement und Unterstützung in Schulen ..., alles soll helfen die Kundenbindung anzubahnen.

Auch die Kreditinstitute besitzen aufgrund von erstellten Marktanalysen ein umfangreiches Wissen über ihre Kunden von morgen. Sie kommunizieren mit ausgefeilten Werbestrategien mit den jungen Kunden. Es geht darum, eine positive emotionale Beziehung zu einem jeweiligen Institut herzustellen. Von den Kindern und Jugendlichen wird das nicht erkannt, sie finden eine Zeitschrift, ein Geschenk oder ein Clubangebot gut oder eben nicht.

1.4 Rund um das Girokonto: Das Info- & Service-Paket

Der endgültige Schritt ist vollzogen, wenn der Jugendliche Kunde Interesse zeigt und nun ein Spar- oder meist ein Girokonto eröffnen will. Dann sprechen die Banken und Sparkassen die jungen Interessenten fürsorglich an und halten ein breites Angebot bereit. Die Konten tragen Namen wie Spacekonto, Karrierekonto oder etwas schlichter Starterkonto oder Jugendkonto. Dies sind oft nicht mehr nur die schlichten Konten zum Geld einzahlen oder abheben, sondern oft ist es eingebettet in ein „Rundum-Sorglospaket“ wie z. B. das INTRO der Hamburger Sparkasse. Über die kostenlose Kontoführung und der EC-Karte hinaus gibt es eine Handy- Versicherung, den Schlüsselfundservice, die Ticket-Hotline, das CinemaxX-Paket, das Mc Donald's INTRO-MENÜ, Reiseangebote, einen Strom-Gutschein, die Service-Hotline und den vierteljährlichen Newsletter.

(Materialanhang)

Methodik:

Zu 1.1. & 1.2

FRAGEBOGEN:

Man könnte mit einem Fragebogen beginnen. Entweder entwickeln die Schüler den Fragebogen selber oder der Lehrer erstellt ihn selbst bzw. übernimmt eine der vielen Vorlagen hierzu (siehe Arbeitsblatt 1 & 2). Das Taschengeld hat meist über einen längeren Zeitraum die gleiche Höhe, während andere Einnahmequellen schwanken. Darum fällt es den Schülern leichter, sich an einem konkreten Monat zu orientieren und dann den Fragebogen auszufüllen. Es kann sein, dass bei einigen Schülern die Summe der Einnahmen nicht gleich den Ausgaben ist. Die Schüler sollen dann versuchen die Differenz zu erklären, z.B. E größer A sparen oder A größer E Kredit usw..

UMFRAGE:

Man könnte die Schüler darüber hinaus Geschwister, Freunde oder Mitschüler einer festgelegten Altersgruppe befragen lassen, so dass eine größere Anzahl Fragebögen zusammenkommt.

AUSWERTUNG:

Übung könnte es nun sein, aus diesen Einzeldaten Durchschnittsdaten zu machen, eventuell noch getrennt nach Mädchen und Jungen, so dass anschließend ein Vergleich zwischen den Geschlechtern möglich ist. Außerdem könnten nicht nur durchschnittliche Einnahmen und Ausgaben, sondern auch eine Rangliste der Bereiche der Ausgaben erstellt werden. So ergeben sich sicher eine Menge von Diskussionspunkten (vgl. Tafelbild)

VERGLEICH:

Nach einer Auswertung und Diskussion der eigenen Daten, werden Daten von Umfragen unter Jugendlichen von offiziellen Instituten vorgestellt. Wenn die Daten z.B. in Tabellen oder Schaubildern dargestellt sind, kann man gut noch mal üben, welche Informationen man wie ablesen kann und vor allem wie man sie richtig formuliert. Oft sind die Ergebnisse der Schüler ähnlich denen der repräsentativen Umfragen.

Zu 1.3 & 1.4

WERBUNG:

In verschiedenen Jugendzeitschriften gibt es Anzeigen von Banken und Sparkassen, natürlich auch Broschüren oder ein Plakat können nun als Anschauungsmaterial dienen. Man könnte die Schüler fragen, warum diese Institute eigentlich Werbung für die Jugendlichen machen, obwohl doch die Jugendlichen ihr Geld anscheinend in Läden und Diskotheken tragen wollen. Man kann also im Plenum oder in kleinen Gruppen eine Reihe von Fragen beantworten und diskutieren.

Beispiele:

Was will die Bank/Sparkasse vom Jugendlichen?

Kann das die Werbung erreichen?

Wie spricht sie den jugendlichen Leser an?

Welches Ziel verfolgt sie?

Wie findet ihr die Werbung?

Am Ende der Auswertung und Beurteilung könnte die Aufgabe stehen, dass die Schüler eigene Werbeplakate für das Giro- oder Sparkonto entwerfen.

Dass die Institute eine frühe Kundenbindung verfolgen, weil gerade ein Konto oft nicht mehr gewechselt wird, ist eine Information, die der Lehrer eventuell einbringen muss.

Monatliche Einnahmen	Monatliche Ausgaben
----------------------	---------------------

Taschengeld

Kino/Disko

Geldgeschenke

Zeitung, CDs

Nebenjob

Outfit

Kosmetik

(Zeitungen austragen,
Babysitten etc.)

**Süßkram,
Eis, etc.**

**Zusätzlicher
Geldsegen**

Belohnung für gute
Zensuren, Oma/Tante
kommt auf Besuch etc.

Gesamt

Gesamt

**Davon
spare ich**

(So übernommen aus: Stiftung Warentest „Jugend & Konsum“, Berlin, 2.Aufl. 1999

BEFRAGUNG:

Alter : _____

Geschlecht: _____

Gesamteinkommen im Monat:

€ 10-20 20-50 50-100 100-150 mehr

Davon allein Taschengeld: _____ €

Woher kommt das restliche Geld? _____

Durchschnittliche Ausgaben pro Monat? _____ €

Wie viel davon für:

Fahrkarte _____

Süßigkeiten _____

Kino _____

Diskotheek _____

Bekleidung _____

Tabakwaren _____

Bücher/Zeitschriften _____

Getränke _____

Kosmetik _____

SUMME _____ €

(Selbsterstellter Fragebogen)

Mögliches Tafelbild

m

f

Durchschnittliche Einnahmen in €

Durchschnittliche Ausgaben in €

Rangfolge der Ausgaben:

(Für was wie viel €?)

1.

1.

2.

2.

3.

3.

4.

4.

II. Jugendliche und das erste Girokonto

(Leitfrage) Wo und warum dort eröffnen Jugendliche ein Girokonto?

2.1 Entscheidungskriterien

 Sachanalyse: (entfällt)

 Methodik:

Welche Angebote für Jugendliche gibt es konkret von Banken bzw. Sparkassen? (Siehe Materialanhang). Den gesamten Markt zu erkunden, wird nicht gelingen, aber eine Auswahl von Materialien reicht völlig, um einen Vergleich und eine Bewertung mit den Schülern zu machen.

Zwei Wege dieses Thema zu bearbeiten werden vorgeschlagen. Wichtig ist bei beiden, dass die Schüler Kriterien entwickeln, nach denen sie die verschiedenen Angebote beurteilen wollen. Kriterien könnten sein:

Gutes Image, hohe Zinsen für Guthaben, Nähe zum Wohnort
oder zur Schule, coole Werbung, guter Service...

Die Anzahl der Kriterien sollte übersichtlich bleiben, also muss eventuell eine Auswahl getroffen werden (Beispiel für Vergleichskriterien, siehe Arbeitsblatt „Jugendkonto“).

Die Schüler können nun einerseits in Kleingruppen in verschiedene Banken/Sparkassen gehen und mit einem Mitarbeiter direkt über Angebote für jugendliche Kunden sprechen. Bei solch einem Gespräch kann auch das Marketingkonzept des Instituts XY

einen Teil der Erkundung sein. Das Gespräch muss gut vorbereitet sein! In der Klasse können die Eindrücke und Erkenntnisse dann vorgetragen werden. Die Informationen über das Angebot der Geldinstitute können auch schriftlich bestellt werden und dann in Arbeitsgruppen ausgewertet werden. Eine Auswertungs-, Präsentations- und Diskussionsphase umfassen beide Wege.

Am Ende sollte eine individuelle Bewertung der Schüler erfolgen: Welches Angebot würdest du annehmen und warum? Dabei würde deutlich werden, dass die Auswahlkriterien durchaus unterschiedlich sind. Jeder Schüler könnte z.B. dabei Klebepunkte verteilen, die einer Bank oder einigen Kriterien gegeben werden. Die Geldinstitute bzw. die Entscheidungskriterien müssten also vorab aufgelistet werden. Die Schüler haben weniger Klebepunkte als Möglichkeiten, so dass eine Entscheidung stattfinden muss. Beim Ranking der Kriterien/Institute entstehen so Favoriten (Was ist mir wichtig?)

Die Marketingstrategien der Geldinstitute sollten nicht aus den Augen verloren werden. Nicht nur Informationen sollten aus dem Material entnommen werden, sondern eine kritische Betrachtung des Materials sollte ebenso vorgenommen werden. Fragen nach der Aufmachung des Materials oder nach Schwierigkeiten der Informationsfindung, Schönfärberei oder eventuell sogar das Weglassen von Informationen sollten besprochen werden. Hinweise auf Mängel, Mogeleyen oder Hindernisse kann die jeweilige Gruppe bei ihrer Präsentation nennen.

Arbeitsblatt „Jugendkonten“

Name des Kreditinstituts	Kontoführungsgebühr	Verzinsungen	Karten	Weitere Angebote für Jugendliche	

(So übernommen aus: Stiftung Warentest „Jugend & Konsum“, Berlin, 2.Aufl. 1999

Das Girokonto / Freya Willer, GS Fährbuernfleet
Modellprojekte zur "Finanziellen Allgemeinbildung als Mittel der Armutsprävention"

III Was ist ein Girokonto

Sachanalyse:

Im Gegensatz zu einem Sparkonto, das der Geldanlage dient, ist ein Girokonto ein sogenanntes „laufendes Konto“ (ital. Giro = Kreis, Umlauf). Girokonten können bei den Großbanken, z.B. Deutsche Bank, Dresdner Bank, Commerzbank, bei Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken, bei privaten Banken oder auch der Postbank eingerichtet werden. Firmen, Behörden, Versicherungsgesellschaften und weit über 90 % aller privaten Haushalte in Deutschland verfügen über Girokonten.

Bargeld kann jederzeit auf Girokonten eingezahlt oder von ihnen abgehoben werden. Überwiegend verläuft der Zahlungsverkehr über Girokonten jedoch bargeldlos: durch Schecks, Überweisungen, Lastschriften oder Daueraufträge.

Die folgenden Fragestellungen sollen in der Schule Gegenstand des Unterrichts sein:

1. Was war vor dem Girokonto? Anhand des Beispiels „Lohntüte“ soll aufgezeigt werden, wie früher Geldleistungen abgewickelt wurden.
2. Das Girokonto als ein Transportmittel für Geld im bargeldlosen Zahlungsverkehr.
3. Das Girokonto als private Wirtschaftsadresse.
Brauchen Menschen heutzutage unbedingt ein Konto?

Zu 1

Was war vor dem Girokonto? Anhand des Beispiels „Lohntüte“ soll aufgezeigt werden, wie früher Geldleistungen abgewickelt wurden.

Die Schüler erhalten folgenden Text (Arbeitsblatt A), sollen Informationen einholen und Aufgaben hierzu schriftlich bearbeiten. Hamburg wird oftmals als das „Tor zur Welt“ bezeichnet. Das hat mit dem Hafen zu tun, denn aus aller Welt kommen Schiffe mit ihrer Fracht und bringen Rohstoffe und Waren aller Art. Wenn sie Hamburg verlassen, haben sie häufig Güter geladen, die in Deutschland oder anderen europäischen Ländern für den Export hergestellt wurden.

Der Hamburger Hafens liegt heute in seiner Bedeutung als Wirtschaftsfaktor für die Stadt an erster Stelle.

Schaut man sich um, so hat man oftmals den Eindruck, dass vieles wie von Geisterhand geschieht. Wo heute große Kräne und Hebebühnen die Container-schiffe entladen und beladen, waren noch in den 60er Jahren Hunderte und Tausende von Arbeitern nötig.

Ihre Beschäftigung richtete sich häufig danach, wie viel Arbeit anlag. Dem ent-sprechend war auch der Verdienst unterschiedlich .Am Monatsende erhielten sie ihre „Lohntüte“.

Heute kennen nur noch wenige die gute alte Lohntüte, auch wenn das Wort vielen noch ein Begriff ist. Tatsächlich war es so, dass man früher (übrigens nicht nur die Hafearbeiter) seinen Lohn in bar ausgezahlt bekam. Ganz früher steckte dieses Geld in einer Tüte oder einem Jutesäckchen, daher der Name „Lohntüte“ .

- Aufgabe:**
- a) Erkundigt euch bei älteren Menschen, wie das damals mit den Lohntüten war. Schreibt es auf.
 - b) Heute bekommen die Leute ihren Lohn vom Arbeitgeber auf ihr Girokonto überwiesen. Erstelle eine Tabelle und trage Vorteile und Nachteile der Barauszahlung ein.

Vorteile:

- sofortige Verfügbarkeit
- Konto einrichten nicht erforderlich
- keine Kontogebühren
- Vorteil bei häufig wechselndem Wohnsitz
alleinige Verfügungsgewalt

-
-
-

Nachteile:

- Gefahr durch Verlust oder Raub
- verleitet zum schnellen Geldausgeben
- die laufenden Zahlungen, z.B. Miete, Strom, müssen umständlich geregelt werden

-
-
-

Zu 2.**Das Girokonto als ein Transportmittel für Geld im bargeldlosen Zahlungsverkehr.**

Anhand folgender Aufgabenstellung sollen die Schüler aufzeigen, welche Möglichkeiten der Geldübertragung es gibt:

Tafelbild:

Du bist gerade 18 Jahre alt geworden, lebst in Hamburg und hast aus einem Katalog bei einem Versandhandel Sportartikel bestellt. Bereits nach wenigen Tagen wird das Paket geliefert. Da alles nach deinen Wünschen ausfällt, behältst du die Sachen. Die beiliegende Rechnung lautet über 150,- € , zahlbar innerhalb von 14 Tagen.

Aufgabe: Welche Möglichkeiten hast du, die Rechnung zu begleichen?

Die Antworten werden an der Tafel notiert und anschließend mit dem Arbeitsblatt B verglichen.

Aufgabe: a) Gib schriftlich jeweils ein Beispiel an für:

- Barzahlung,
- halb bare Zahlung
- bargeldlose Zahlung

b) Welche Form der Bezahlung ist dein Favorit? Begründe!

Zu 3

**Das Girokonto als private Wirtschaftsadresse.
Brauchen Menschen heutzutage unbedingt ein Konto?**

Arbeitsblatt A

Hamburg wird oftmals als das „Tor zur Welt“ bezeichnet. Das hat mit dem Hafen zu tun, denn aus aller Welt kommen Schiffe mit ihrer Fracht und bringen Rohstoffe und Waren aller Art. Wenn sie Hamburg verlassen, haben sie häufig Güter geladen, die in Deutschland oder anderen europäischen Ländern für den Export hergestellt wurden.

Der Hamburger Hafens liegt heute in seiner Bedeutung als Wirtschaftsfaktor für die Stadt an erster Stelle.

Schaut man sich im Hafen um, so hat man oftmals den Eindruck, dass vieles wie von Geisterhand geschieht. Wo heute große Kräne und Hebebühnen die Containerschiffe entladen und beladen, waren noch in den 60er Jahren hunderte von Arbeitern nötig.

Ihre Beschäftigung richtete sich häufig danach, wieviel Arbeit anlag. Dementsprechend war auch der Verdienst unterschiedlich.

Am Monatsende erhielten sie ihre „Lohntüte“.

Heute kennen nur noch wenige die gute alte Lohntüte, auch wenn das Wort vielen noch ein Begriff ist. Tatsächlich war es so, dass man früher (übrigens nicht nur die Hafendarbeiter) seinen Lohn in bar ausgezahlt bekam. Ganz früher steckte dieses Geld in einer Tüte oder einem Jutesäckchen, daher der Name „Lohntüte“.

Aufgabe: a) Erkundigt euch bei älteren Menschen, wie das damals mit den Lohntüten war. Schreibt es auf.

b) Heute bekommen die Leute ihren Lohn vom Arbeitgeber auf ihr Girokonto überwiesen. Erstelle eine Tabelle und trage Vorteile und Nachteile der Barauszahlung ein.

Arbeitsblatt B

Im Geldkreislauf gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie der Zahlungsempfänger seinen Zahlungsverpflichtungen nachkommen kann. Am schnellsten kann man seine Schuld mit barem Geld begleichen.

Man kann bei der Zahlung auch einen Boten benutzen:

Als Zwischenträger kann man auch die Post benutzen:

In allen Fällen spricht man von Barzahlung. Der Zahlungspflichtige bezahlt bar, der Zahlungsempfänger erhält sein Geld in bar.

Banken, Sparkassen und die Postbank können aber auch auf andere Weise in den Zahlungsverkehr eingeschaltet werden.

Will man z.B. sichergehen, dass man sein Geld nicht verliert oder dass es einem nicht gestohlen wird, kann man einen Barscheck benutzen. Der Zahlungspflichtige zahlt nicht bar, der Empfänger kann den Scheck einlösen und bekommt dann Bargeld.

Legt der Empfänger keinen Wert auf Barzahlung, wohl aber der Zahlungspflichtige, dann kann er mit einem Zahlschein den Betrag bar einzahlen, Dem Empfänger wird der Betrag dann auf dem Girokonto gutgeschrieben.

In diesen beiden Fällen spricht man von halb barer Zahlung, denn einer der am Zahlungsverkehr Beteiligten kommt mit Bargeld nicht in Berührung.

Der Zahlungsverkehr kann schließlich auf eine dritte Weise abgewickelt werden. Du hast gelernt, dass der Barscheck vom Empfänger gegen Bargeld eingelöst werden kann. Der Empfänger kann ihn auch auf seinem Girokonto gutschreiben lassen.

In diesem Fall spricht man von bargeldloser Zahlung.

Es gibt weitere Formen der bargeldlosen Zahlung. Allen ist gemeinsam, dass das Geld von einem Konto abgebucht wird und auf einem anderen gutgeschrieben wird. Voraussetzung ist, dass der Zahlungspflichtige und der Empfänger ein Konto haben.

Aufgabe: a) Gib schriftlich jeweils ein Beispiel an für:

- Barzahlung,**
- halb bare Zahlung**
- bargeldlose Zahlung**

b) Welche Form der Bezahlung ist dein Favorit? Begründe!

IV Ein Girokonto eröffnen

Sachanalyse:

Grundsätzlich kann jeder ein Konto eröffnen, es sei denn, er ist geschäftsunfähig im Sinne des Paragraphen 104 des BGB. Für die beschränkte Geschäftsfähigkeit von Minderjährigen, die das siebente Lebensjahr vollendet haben, gelten die Regelungen der Paragraphen 107 – 113.

Ein gesetzlicher Anspruch auf ein Girokonto besteht nicht.

Die folgenden Fragestellungen sollen in der Schule Gegenstand des Unterrichts sein:

1. Darf jeder ein Girokonto eröffnen? Gibt es ein Recht auf ein Konto?
2. Was besagt der sogenannte Taschengeldparagraph 110 im BGB
3. Girokonto während der Ausbildung, wie geht das zusammen?

Literaturverzeichnis:

Hans Kaminski: Praxis Arbeit/Wirtschaft Gesamtband
Westermann Schulbuchverlag, Braunschweig, 2.Aufl. 2002

Bundesverband deutscher Banken: Das Geldbuch
Köln, 2.Aufl. 2002

Schmidt/Farber/Nahl: Wirtschaftslehre 1 & 2
Winklers Verlag, Gebrüder Grimm
Band 1:Darmstadt, 5.Aufl. 1997
Band2: Darmstadt, 3.Aufl. 1995

Stiftung Warentest: Jugend & Konsum
Berlin, 2.Aufl. 1999

Das Girokonto / Freya Willer, GS Fährbuernfleet
Modellprojekte zur "Finanziellen Allgemeinbildung als Mittel der Armutsprävention"