

Projektbericht
Research Report

Jänner 2024

Finanzbildung für Frauen

Verhaltensökonomische Analyse und Maßnahmenentwicklung


Kira Abstiens, Susanne Forstner, Katharina Gangl,
Sabine Neuhofer, Karin Schönpflug, Florian Spitzer

Unter Mitarbeit von

Stefan Derntl, Zoë Großbötzl, Teresa Koch,
Laurenz Lienerbrünn, Katharina Mair, Katharina Reitsamer

Studie im Auftrag

des Bundesministeriums für Finanzen

 **Bundesministerium**
Finanzen



INSTITUT FÜR HÖHERE STUDIEN
INSTITUTE FOR ADVANCED STUDIES
Vienna

Autor:innen

Kira Abstiens, Susanne Forstner, Katharina Gangl, Sabine Neuhofer, Karin Schönflug, Florian Spitzer

Begutachter

Erich Kirchler

Titel

Finanzbildung für Frauen – Verhaltensökonomische Analyse und Maßnahmenentwicklung

Kontakt

T +43 1 59991-137

E gangl@ihs.ac.at

Institut für Höhere Studien – Institute for Advanced Studies (IHS)

Josefstädter Straße 39, A-1080 Wien

T +43 1 59991-0

F +43 1 59991-555

www.ihs.ac.at

ZVR: 066207973

Die Publikation wurde sorgfältig erstellt und kontrolliert. Dennoch erfolgen alle Inhalte ohne Gewähr. Jegliche Haftung der Mitwirkenden oder des IHS aus dem Inhalt dieses Werks ist ausgeschlossen.

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary.....	5
1 Einleitung	10
2 Zur Bedeutung von Finanzbildung für finanzielles Wohlergehen von Frauen in Österreich	13
2.1 Zum Begriff der Finanzbildung.....	13
2.2 Maße und Indikatoren für Finanzbildung	15
2.3 Zum Stand der Finanzbildung von Frauen in Österreich	17
2.4 Finanzielles Wohlergehen als Ziel der Finanzbildung	19
2.5 Empirische Befunde zum Zusammenhang zwischen Finanzbildung und finanziellem Wohlergehen	20
2.6 Gesellschaftliche, wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen für finanzielles Wohlergehen von Frauen in Österreich	22
2.6.1 Geschlechterverhältnisse als Strukturkategorie	22
2.6.2 Geschlechterverhältnisse und Arbeitsmarkt.....	23
2.6.3 Ruhestand	25
2.6.4 Armutsgefährdung und Vermögenslage	26
2.6.5 Intersektionalität.....	27
2.7 Zentrale Themen und Entscheidungen und der Lebensphasenansatz	30
3 Motivatoren und Barrieren für Finanzbildung.....	31
3.1 Fähigkeiten	33
3.1.1 Sprache	33
3.1.2 Wissen.....	34
3.1.3 Kognitive Fähigkeiten.....	36
3.2 Gelegenheiten	38
3.2.1 Zeit und Zeitpunkt.....	39
3.2.2 Orte und Modalitäten des Austauschs über Finanzthemen	40
3.3 Motivation	41
3.3.1 Selbstvertrauen.....	41
3.3.2 Selbstwirksamkeit	42
3.3.3 Stereotype und Stigmatisierung.....	45
3.3.4 Informationsvermeidung	47
4 Finanzbildungsmaßnahmen für Frauen: Status quo, Beispiele und Erfahrungen von Expert:innen.....	48
4.1 Offiziell in die Nationale Finanzbildungsstrategie eingemeldete Maßnahmen.....	48

4.2	Darstellung ausgewählter Organisationen und Projekte.....	49
4.3	Expert:innen-Interviews	52
4.3.1	ASB Schuldnerberatungen	52
4.3.2	Frau & Arbeit.....	55
4.3.3	LEA.....	57
5	Verhaltensökonomische Maßnahmen zur Förderung der Finanzbildung für Frauen	59
5.1	Expert:innen-Workshop.....	61
5.1.1	Workshop Design	61
5.1.2	Zusammenfassung der Ergebnisse der Diskussionen in den Kleingruppen des Workshops	62
5.2	Faktoren für erfolgreiche Finanzbildungsmaßnahmen	63
5.3	Liste an Maßnahmen	66
5.3.1	Maßnahmen nach Lebensphasen	67
5.3.2	Übergeordnete Maßnahmen	76
5.4	Detaillierte Ausarbeitung von drei Maßnahmen	79
5.4.1	Maßnahme A: FinanzOnline – Auswirkung von Teilzeit auf die Pension	79
5.4.2	Maßnahme B: Informationsmaterial zum Schulabschluss	96
5.4.3	Maßnahme C: Informationsmaterial für werdende Mütter (und ihre Partner:innen)	105
6	Zusammenfassung und Conclusio.....	113
7	Verzeichnisse	116
7.1	Abkürzungsverzeichnis	116
7.2	Abbildungsverzeichnis	117
7.3	Tabellenverzeichnis	118
7.4	Infoboxverzeichnis	118
7.5	Literaturverzeichnis	119
8	Anhang: Hintergrundinformationen und rechtliche Rahmenbedingungen	139
8.1	Pension	139
8.2	Pflege und Karenz	140
8.3	Elternschaft.....	140
8.4	Sozialhilfe.....	142
8.5	Finanzinformationen	143

Executive Summary

Hintergrund und Ziel der Studie

In Anbetracht struktureller und gesellschaftlicher Benachteiligungen sind (individuelle) finanzielle Entscheidungen für das finanzielle Wohlergehen von Frauen über den Lebenszyklus hinweg von großer Bedeutung. Im Rahmen der nationalen Finanzbildungsstrategie für Österreich wurde u. a. das finanzielle Wohlergehen und die Finanzbildung von Frauen in den Fokus genommen. Die vorliegende Studie trägt dazu bei, auf wissenschaftlicher Grundlage individuelle verhaltensökonomische **Finanzbildungsmaßnahmen für Frauen** zu entwickeln. Entsprechend der nationalen Finanzbildungsstrategie wird Finanzbildung in dieser Studie definiert als „Eine Kombination aus finanziellem Bewusstsein, Wissen, Fähigkeiten, Einstellungen und Verhaltensweisen, die notwendig sind, um fundierte finanzielle Entscheidungen zu treffen und letztendlich individuelles finanzielles Wohlergehen zu erreichen [...]“.¹



Ziel der Studie ist es, auf Basis einer verhaltensökonomischen Analyse Maßnahmenvorschläge für eine effektive Finanzbildung von erwachsenen Frauen ab etwa 18 Jahren zu entwickeln, wobei das übergeordnete Ziel im finanziellen Wohlergehen von Frauen liegt. Konkret soll erreicht werden, dass sich Frauen mit Finanzthemen und mit der persönlichen finanziellen Situation auseinandersetzen, relevante Unterstützungsangebote in Anspruch nehmen und letztlich bewusste und informierte Entscheidungen treffen. Zum anderen soll die Wirksamkeit bestehender Finanzbildungsangebote verbessert werden. Konkret sollen die Angebote einen Bezug zur Lebensrealität der Teilnehmenden herstellen, Informationen effektiv vermitteln und die Teilnehmenden dabei unterstützen, ihr erworbenes Wissen nachhaltig und langfristig in Entscheidungen und Verhalten zu übersetzen.

Motivatoren und Barrieren für die Finanzbildung

Als Grundlage für die Maßnahmenentwicklung dient der verhaltensökonomische Ansatz in vier Schritten (Zieldefinition, Analyse von Verhalten, Maßnahmenentwicklung, Evaluation), der das Ziel verfolgt, Verhaltensänderungen anzuregen. Die Verhaltensökonomie analysiert aus interdisziplinärer Perspektive menschliches Verhalten und Erleben mit

¹ Bundesministerium für Finanzen (2021). *Nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich*. <https://www.bmf.gv.at/dam/jcr:2e90cf98-06b2-44e4-ad08-cd85e00af7da/Bericht%20Nationale%20Finanzbildungsstrategie.pdf>, S. 17.

dem Ziel, dieses zu verstehen und Faktoren zu identifizieren, die sich auf das Verhalten auswirken. Um gezielte und effektive Maßnahmen zu entwickeln, werden zunächst die jeweiligen Motivatoren und Barrieren für Finanzbildung mit Fokus auf Frauen analysiert. Zu diesem Zweck wurde eine Recherche internationaler Literatur, drei leitfadengestützte Expert:innen-Interviews (mit Mitarbeiter:innen der Schuldenberatung, Frau & Arbeit und LEA) und ein Workshop (mit 14 Expert:innen aus zwölf Organisationen) durchgeführt.

Motivatoren und Barrieren für Finanzbildung (Ergebnisse der Literaturrecherche):

- Gesellschaftliche und strukturelle Rahmenbedingungen schränken die Möglichkeiten von Frauen für individuelle Finanzentscheidungen stark ein. Für Österreich lassen sich in zahlreichen wirtschaftlichen und finanziellen Dimensionen Geschlechterunterschiede festmachen: auf der sozio-kulturellen Ebene, auf dem Arbeitsmarkt, im Ruhestand, bei der Vermögensverteilung und bei der ungleichen Verteilung unbezahlter Care- und Pflegearbeit. Innerhalb dieser Dimensionen kann individuelle Finanzbildung das Wohlergehen von Frauen in Österreich nur ergänzend, aber als wichtiges Element, unterstützen.
- Für die Finanzbildung spielen, basierend auf dem **COM-B-Modell**², die drei Dimensionen „Fähigkeiten“, „Gelegenheiten“ und „Motivation“ eine zentrale Rolle.
 - Zu **Fähigkeiten** zählen u. a. sprachliche Fertigkeiten und Wissen. Hier spielt neben spezifischem Finanzwissen auch digitales Wissen, das Wissen über die Glaubwürdigkeit von Informationsquellen und das Wissen um mögliche Informations- und Beratungsstellen eine bedeutende Rolle. Zudem sind kognitive Kapazitäten zentral: Stress, Unsicherheiten, Risiken und die daraus folgenden Belastungen können die Informationsverarbeitung beeinträchtigen und zu einem Tunnelblick und kurzfristigem Denken führen. Dies trifft besonders auf Personen zu, die sich in schwierigen finanziellen Lagen befinden.
 - **Gelegenheiten** bzw. situative Rahmenbedingungen bestimmen sehr stark, ob Finanzbildung oder bewusstes und überlegtes Finanzverhalten möglich sind. Praktische Hürden wie Zeitkapazitäten sowie die Zeitpunkte, Orte und Modalitäten der Finanzbildungsangebote spielen für deren Inanspruchnahme eine zentrale Rolle.
 - Zur **Motivation** tragen u. a. Eigenschaften wie Selbstvertrauen und Selbstwirksamkeit bei, die bei Frauen im Kontext der Finanzbildung tendenziell geringer ausgeprägt sind, was wiederum einen negativen Einfluss auf Finanzwissen

² Michie, S., van Strahlen, M. M., & West, R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Science*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/1748-5908-6-42>.

und -verhalten hat. Auch Geschlechterstereotype und Stigmatisierung stellen einen negativen Einflussfaktor dar. Zudem können informationsvermeidende Tendenzen (z. B. absichtliches Ignorieren bestimmter Informationen aus Angst vor unangenehmen Gefühlen) Menschen davon abhalten, sich mit ihrer finanziellen Lage auseinanderzusetzen.

Empfehlungen: Finanzbildungsmaßnahmen

Zunächst wurden, basierend auf Erkenntnissen aus der Literatur, den Expert:innen-Interviews und des Expert:innen-Workshops, Indikatoren für erfolgreiche Finanzbildungsmaßnahmen zusammengetragen:

Demnach sollten erfolgreiche Finanzbildungsmaßnahmen ...



- in eine nationale Finanzbildungsstrategie integriert sein, in ihrer Planungsphase Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten klären, als Pilotprojekte starten und fortlaufend evaluiert werden,
- auf verschiedene Zielgruppen und ihre speziellen finanziellen Themen zugeschnitten sein, von vertrauenswürdigen Stellen angeboten und verbreitet werden, von hoher Qualität, sichtbar und leicht zugänglich sein sowie eine angemessene Dauer haben,
- Frauen direkt ansprechen, aber die Verantwortung nicht allein auf Frauen abwälzen,
- konkrete Handlungsoptionen aufzeigen und die Handlungsfähigkeit bzw. Kontrollüberzeugung erhöhen, sowie Finanzverhalten als Teil der Lebensführung betrachten und Selbstbindungsinstrumente verwenden,
- idealerweise dann ansetzen, wenn ein finanzieller Spielraum besteht bzw. generell zu einem möglichst frühen Zeitpunkt ansetzen,
- und zudem – wenn die Zielgruppe sich in einer angespannten finanziellen Situation befindet – speziell darauf eingehen, indem die Anzahl an Optionen reduziert wird, kurzfristige Vorteile der Maßnahme betont werden und Scham aufgelöst wird.

Entwicklung von insgesamt 67 Maßnahmenvorschlägen: Basierend auf der Analyse der Barrieren und Motivatoren aus der Literatur und den Erkenntnissen für erfolgreiche Maßnahmen sowie der Expertise der Interviewten und Workshopteilnehmenden wurden Maßnahmenvorschläge entwickelt. Wir präsentieren **36 Maßnahmenvorschläge, die den Lebensphasen „Arbeitsleben“, „Partnerschaft und Familienleben“, und**

„**Ruhestand**“ zugeordnet sind. Die Maßnahmen wurden so erarbeitet, dass sie sicherstellen, dass sie zur richtigen Zeit über den richtigen Kanal bzw. die passende Übermittlungsform an die richtige Zielgruppe gelangen. Vielfach handelt es sich bei den vorgeschlagenen Maßnahmen um Informationsangebote. Thematisch geht es unter anderem darum, ein Bewusstsein zu den finanziellen Auswirkungen (insbesondere auf die Pension) von beispielsweise Berufswahl, Arbeitszeitentscheidungen (z. B. Teilzeit) und Kernaufteilung zu schaffen und mögliche Handlungsoptionen (z. B. Berufswahl, Gehaltsverhandlungen, faire Aufteilung von Care-Arbeit, Pensionssplitting, zusätzliche Pensionsvorsorge) aufzuzeigen.

Darüber hinaus werden **weitere 31 übergeordnete Maßnahmenvorschläge** beschrieben, die den Zugang zu und die Wirksamkeit von Finanzbildungsangeboten (z. B. Kursen) verbessern sollen – durch eine hohe Attraktivität, Incentives, einen niederschweligen Zugang, klare Empfehlungen, Verbindlichkeit und eine anschauliche Informationsvermittlung. Zudem werden Vorschläge für die Gestaltung von Kampagnen und weiteren Kommunikationsmaßnahmen gemacht.

Detaillierte Ausarbeitung von drei Maßnahmen: In Absprache mit dem Auftraggeber wurden drei der Maßnahmenvorschläge zur detaillierten Ausarbeitung ausgewählt. Maßnahme A verfolgt das Ziel, **Nutzer:innen des FinanzOnline-Portals** auf Finanzthemen aufmerksam zu machen und auf Pensionskonto, Pensionskontenrechner sowie Finanzbildungsportal weiterzuleiten. Diese Weiterleitung sollte möglichst direkt und ohne Umwege erfolgen und mit Hinweisen versehen sein, die Relevanz und Nutzen des verlinkten Angebots für die Zielgruppe verdeutlichen (z. B. „*Wissen Sie, wie hoch Ihre Pension sein wird? Berechnen Sie in 3 Minuten [hier](#) Ihre Pension und erfahren Sie [hier](#), wie Sie den Betrag erhöhen können.*“). Darüber hinaus werden zwei Instrumente zur Veranschaulichung von Entscheidungsoptionen im Kontext der Pension vorgestellt: Ein Entscheidungsbaum, der mithilfe einfacher Ja-Nein-Abfragen Handlungsoptionen für eine höhere Pension aufzeigt, sowie eine tabellarische Gegenüberstellung von Personas, welche die Auswirkungen von Teilzeitarbeit auf die Pension veranschaulicht.

Maßnahme B betrifft die Gestaltung von **Informationsmaterial für Jugendliche zum Schulabschluss** mit dem Ziel, diese für wichtige Finanzthemen zu sensibilisieren und per QR-Code auf das Finanzbildungsportal des BMF weiterzuleiten. Vorgeschlagen wird eine kompakte Broschüre, die relevante Finanzthemen kurz „anteasert“ und gleichzeitig auf weiterführende Informationen verweist. Eine Reihe von Beispielen veranschaulicht, wie geeignete Slogans den persönlichen Nutzen hervorheben und Relevanz herstellen können (z. B. „*Erfahre [hier](#), wie Du erfolgreich Gehaltsverhandlungen führen kannst.*“). Darüber hinaus können mit einem Quiz oder anderen spielerischen Elementen Anreize geschaffen werden, sich dem Thema zu widmen und dem QR-Code zu folgen.

Maßnahme C adressiert **werdende Mütter und ihre Partner:innen** und hat das Ziel, Themen wie Karenzaufteilung, Elternteilzeit oder Pensionssplitting in den Fokus zu rücken. Vorgestellt werden zum einen eine Reihe von „Entry Points“, also Eintritts- bzw. Ansatzpunkte (z. B. Arztpraxen, Standesamt, Bescheid über Familienbeihilfe), an denen die Zielgruppe zu relevanten Zeitpunkten erreicht werden kann, sowie verschiedene Möglichkeiten der Zusammenstellung von Informationsmaterial (themenübergreifende vs. -spezifische Broschüren, umfassendes Material vs. Postkarten mit QR-Code, der auf das Finanzbildungsportal verlinkt). Darüber hinaus wird vorgeschlagen, eine Seite des Eltern-Kind-Passes mit Finanzbildungsthemen zu gestalten, dort relevante Themen des Finanzbildungsportals „anzuteasern“ und mit einem QR-Code und einem Slogan, der Relevanz und Nutzen für die Zielgruppe hervorhebt, auf selbiges zu verlinken.

Conclusio

Die vorgestellten im Detail ausgearbeiteten Maßnahmen geben Anhaltspunkte, wie verhaltensökonomisch fundierte Maßnahmen in der Praxis eingesetzt werden könnten. Diese Maßnahmen basieren auf empirischer Literatur, sie sind jedoch nicht unmittelbar empirisch fundiert, es gab beispielsweise keine Befragung der Zielgruppe im Hinblick auf Erwartungshaltungen oder Akzeptanz von Maßnahmen. Wichtig ist auch, hervorzuheben, dass es sich bei einigen der konkret ausgearbeiteten Beispiele nur um Entwürfe handelt, die vor einer finalen Implementierung noch unter Einbezug beispielsweise juristischer oder kommunikationswissenschaftlicher Expertise finalisiert werden müssten. Essenziell ist auch die empirische Evaluation der Maßnahmen, die vor ihrer großflächigen Implementierung in Pilotprojekten **auf ihre Wirksamkeit und Akzeptanz hin getestet werden sollten**. Auch Details der Ausgestaltung und verschiedene Versionen des Materials können in Online- oder Laborexperimenten darauf abgetestet werden, ob die gewünschten Klicks erfolgen oder sich der Wissensstand und die Einstellung positiv verändern. Abschließend ist anzumerken, dass der Bericht auf Maßnahmen fokussiert, die an individuellem Verhalten ansetzen. Dabei soll jedoch nicht der Eindruck entstehen, dass Frauen allein die Verantwortung für eine gegebenenfalls schlechtere finanzielle Situation im Vergleich zu Männern tragen. **Eine zentrale Rolle spielen hierfür die massiven gesellschaftlichen und strukturellen Benachteiligungen**, die es gezielt abzubauen gilt, was auch die Effektivität von individuellen Maßnahmen erhöhen würde.

1 Einleitung

Das Interesse an Finanzbildung als politisches Gestaltungsfeld hat seit Anfang der Zweitausender Jahre weltweit stark zugenommen. Faktoren wie die rasante Entwicklung der Digitalisierung und die in vielen Ländern zunehmende Notwendigkeit privater Pensionsvorsorge spielen in diesem Zusammenhang eine bedeutende Rolle. Die globale Finanzkrise 2008 und deren Auswirkungen auf die finanzielle Situation privater Haushalte hat das Interesse an Finanzbildung zusätzlich intensiviert (siehe z. B. Fessler, Jelovsek & Silgoner, 2020). Zahlreiche internationale Organisationen wie z. B. die Weltbank, die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) oder die Europäische Kommission befassen sich aktuell intensiv mit der Finanzbildung von Bürger:innen, und in vielen Ländern wurden Institutionen geschaffen, um Strategien zur Stärkung der Finanzbildung der Bevölkerung zu entwickeln.

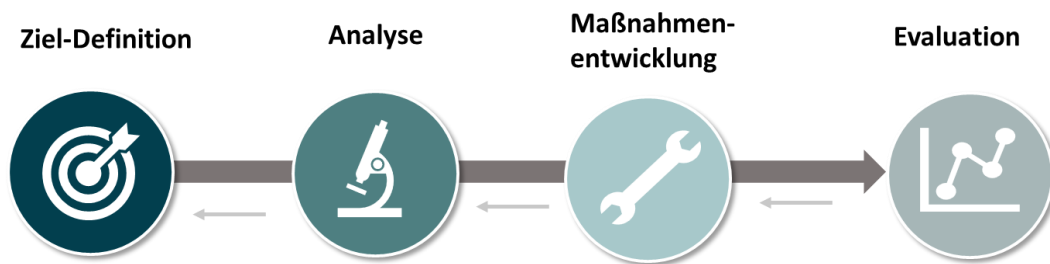
Im Herbst 2021 wurde die nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich präsentiert, die vom Bundesministerium für Finanzen (BMF) in Kooperation mit der Europäischen Kommission und der OECD erarbeitet wurde (BMF, 2021 bzw. OECD, 2021). In die Entwicklung dieses Strategiedokuments waren zahlreiche nationale Stakeholder:innen im Bereich der Finanzbildung aus dem öffentlichen, dem gemeinnützigen und dem privaten Sektor eingebunden. Der Aktionsplan der Strategie für den Zeitraum von 2021 bis 2026 identifiziert unter anderem Frauen als vorrangige Zielgruppe von Finanzbildungsmaßnahmen. In diesem Zusammenhang wurde im Rahmen der nationalen Finanzbildungsstrategie die „Unterarbeitsgruppe Frauen und Finanzbildung“ (UAG Frauen) gegründet, die sich mit spezifischen Bedürfnissen von Frauen und deren Kenntnissen bzw. Kenntnislücken in der Finanzbildung und ihrem finanziellen Wohlergehen beschäftigt und die Entwicklung und Umsetzung entsprechender Finanzbildungsmaßnahmen und -initiativen für Frauen in Österreich unterstützt (siehe z. B. BMF, 2023a). In einem weiteren Strategiedokument mit dem Titel „Guidance Dokument – Frauen als Zielgruppe von Finanzbildungsmaßnahmen“ (BMF, 2023d) fasst die Unterarbeitsgruppe Themen zusammen, die für Frauen hinsichtlich Finanzbildung besonders relevant sind, und legt dar, wie Finanzbildung Frauen gezielt und effektiv erreichen kann.

Ziel der vorliegenden Studie ist es, die Entwicklung von Finanzbildungsmaßnahmen für erwachsene Frauen ab etwa 18 Jahren in Österreich auf wissenschaftlicher Basis zu unterstützen. Dabei werden Finanzbildungsmaßnahmen für Frauen in erster Linie aus verhaltenswissenschaftlicher Perspektive betrachtet. Auf Basis einer verhaltensökonomischen Analyse werden insbesondere Vorschläge für die Verbesserung bestehender Finanzbildungsangebote erarbeitet. Die Maßnahmenentwicklung konzentriert sich auf zwei Aspekte: Zum einen soll der Zugang der Zielgruppe zu Finanzbildungsangeboten verbessert werden. Frauen in Österreich sollen motiviert werden,

sich stärker mit Finanzthemen im Allgemeinen und mit ihrer persönlichen finanziellen Situation im Speziellen auseinanderzusetzen und relevante Unterstützungsangebote in Anspruch zu nehmen, um bewusste und informierte finanzielle Entscheidungen treffen zu können. Der Bereich finanzieller Entscheidungen ist dabei weit gefasst und beinhaltet z. B. auch die Berufswahl oder das Ausmaß der Erwerbstätigkeit. Zum anderen soll die Wirksamkeit bestehender Finanzbildungsangebote verbessert werden. Durch einen direkten Bezug zu ihrer Lebensrealität sowie effektiv vermittelten Informationen sollen Teilnehmer:innen von Angeboten insbesondere darin unterstützt werden, erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten auch nachhaltig und langfristig in Entscheidungen und Verhalten zu übersetzen.

Die verhaltensökonomische Forschung analysiert menschliches Verhalten und Erleben aus interdisziplinärer Perspektive mit dem Ziel, Maßnahmen zur Verhaltensänderung zu entwickeln. Auf Basis von Erkenntnissen der Psychologie und anderer Sozial- und Verhaltenswissenschaften wird davon ausgegangen, dass Menschen nur begrenzt rational handeln. Entscheidungen und Verhaltensweisen weichen aufgrund von kognitiven Verzerrungen, Motivations- und Zeitmangel, Emotionen, sozialen Einflüssen und situativen Gegebenheiten systematisch von den Annahmen der klassischen ökonomischen Theorie der Rationalität ab. Die detaillierte Analyse von Verhaltensdeterminanten erlaubt es, passgenaue Maßnahmen zu entwickeln und deren Wirksamkeit in Experimenten zu evaluieren. Dieser zentral an der menschlichen Lebensrealität orientierte Forschungsansatz gliedert sich in vier Schritte. Im ersten Schritt wird das gewünschte Verhalten definiert und die Zielgruppe identifiziert. Im zweiten Schritt wird, theoriegeleitet und mit Hilfe von empirischen Methoden, analysiert, warum das Zielverhalten nicht gezeigt wird und welche Motivatoren und Barrieren dabei eine Rolle spielen könnten. Im dritten Schritt werden, möglichst passgenau zur Analysephase, Maßnahmen entwickelt, um das Zielverhalten durch die Nutzung von Motivatoren bzw. die Überwindung von Barrieren zu fördern. Im vierten Schritt werden die Maßnahmen empirisch auf ihre Wirksamkeit hin getestet und evaluiert. Dabei wird klassischerweise auf Feldexperimente zurückgegriffen, um Ursache-Wirkungs-Schlüsse ziehen zu können. Anschließend werden die in der Evaluation erfolgreichen Maßnahmen in breitem Maße ausgerollt, wobei sich fortlaufende Evaluations- und Anpassungsphasen anschließen. **Abbildung 1** stellt den Ablauf der Entwicklung und Evaluation von verhaltensökonomischen Maßnahmen schematisch dar.

Abbildung 1: Der verhaltensökonomische Ansatz in vier Schritten



Der vorliegenden Studienbericht beginnt in Kapitel 2 mit einer Definition von Finanzbildung, der konzeptuellen Abgrenzung zugehöriger Begriffe, der Darstellung entsprechender Maße und Indikatoren, einem Überblick über empirische Befunde zur Finanzbildung von Frauen und zum Zusammenhang zwischen Finanzbildung und finanziellem Wohlergehen, sowie einer Darstellung der strukturellen Rahmenbedingungen in Österreich. In diesem Kapitel wird deutlich, dass individuelles Wissen und Verhalten, wie es durch verhaltenswissenschaftliche Maßnahmen angeregt werden kann, wichtig, aber keinesfalls allein ausschlaggebend für das finanzielle Wohlergehen von Frauen ist.

In Kapitel 3 findet sich eine umfassende Darstellung der verhaltenswissenschaftlichen Erkenntnisse über Motivatoren und Barrieren, die einerseits die Annahme von Finanzbildungsangeboten und andererseits die Wirksamkeit von Finanzbildungsmaßnahmen beeinflussen. Der Fokus liegt dabei auf Fähigkeiten, (situativen) Gelegenheiten und Motivationen, die für Finanzbildung von Frauen in Österreich eine wesentliche Rolle spielen.

In Kapitel 4 wird der aktuelle Status von Finanzbildungsmaßnahmen für Frauen in Österreich, unter anderem auf Basis von drei Expert:innen-Interviews, analysiert und hinsichtlich jener Dimensionen bzw. Lücken ausgelotet, in denen insbesondere die verhaltenswissenschaftliche Analyse einen Beitrag leisten kann.

Schließlich wird in Kapitel 5 auf Grundlage der verhaltenswissenschaftlichen Literatur und eines Expert:innen-Workshops eine Liste von insgesamt 67 Vorschlägen für Finanzbildungsmaßnahmen für Frauen vorgestellt. Außerdem werden drei dieser Maßnahmenvorschläge (Maßnahme A: Verlinkungen und Weiterleitungen innerhalb des FinanzOnline-Portals auf Pensionskonto, Pensionskontorechner sowie Finanzbildungsportal; Maßnahme B: Schulabgänger:innen durch geeignetes Material auf Finanzbildungsthemen aufmerksam machen; Maßnahme C: werdende Mütter und ihre Partner:innen mit zielgruppenspezifischem Informationsmaterial und einer Informationsseite im Eltern-Kind-Pass erreichen) exemplarisch ausgearbeitet.

Der Studienbericht endet mit einer Zusammenfassung und Conclusio in Kapitel 6, in der Ideen für eine mögliche Evaluation sowie Limitationen der vorgestellten Maßnahmen diskutiert werden. Da die einzelnen Kapitel umfangreich, gleichzeitig aber thematisch

relativ stark abgegrenzt sind, können sie zu einem großen Teil auch unabhängig voneinander gelesen werden.

Die vorliegende Studie befasst sich mit Finanzbildung für Frauen ab etwa 18 Jahren. Zwar belegen zahlreiche Untersuchungen, dass Finanzbildungsmaßnahmen besonders effektiv sind, wenn sie früh im Lebenszyklus ansetzen. Allerdings existieren in Österreich bereits etliche spezifische Initiativen bzw. Institutionen, die sich in erster Linie mit Finanzbildung für Kinder und Jugendliche (z. B. durch die Entwicklung und Anpassung von schulischen Lehrplänen) befassen. Der Fokus der vorliegenden Studie liegt hingegen auf den Bedürfnissen und Handlungsspielräumen von erwachsenen Frauen, sei es, weil sie in der Schulzeit noch nicht ausreichend von Finanzbildungsmaßnahmen profitiert haben, oder weil im Erwachsenenleben neue Finanzthemen aufkommen.

2 Zur Bedeutung von Finanzbildung für finanzielles Wohlergehen von Frauen in Österreich

Im vorliegenden Kapitel werden die Begriffe Finanzbildung und finanzielles Wohlergehen definiert, Maße zur deren Messung vorgestellt und die empirischen Befunde zu Finanzbildung und finanziellem Wohlergehen von Frauen zusammengefasst. Zudem werden die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen vorgestellt, innerhalb derer individuelle Finanzbildung das finanzielle Wohlergehen von Frauen in Österreich beeinflussen kann.

2.1 Zum Begriff der Finanzbildung

Finanzbildung ist ein komplexer Begriff, der in der wissenschaftlichen und politikrelevanten Literatur ausführlich diskutiert und auf unterschiedliche Weise definiert wird (siehe z. B. Goyal & Kumar, 2021, für einen Überblick). In der vorliegenden Studie übernehmen wir für den Begriff der **Finanzbildung**³ die Definition der nationalen Finanzbildungsstrategie für Österreich (siehe [Infobox 2.1](#)).

³ Gemeint ist Finanzbildung im Sinne von engl. „financial literacy“, dt. auch „Finanzkompetenz“.

Infobox 2.1: Definition von Finanzbildung

„Eine Kombination aus finanziellem Bewusstsein, Wissen, Fähigkeiten, Einstellungen und Verhaltensweisen, die notwendig sind, um fundierte finanzielle Entscheidungen zu treffen und letztendlich individuelles finanzielles Wohlergehen zu erreichen und zur nachhaltigen Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft beizutragen.“ (BMF, 2021, S. 17)

Die Definition wurde im Wesentlichen vom „International Network on Financial Education“ (INFE-Netzwerk) der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) entwickelt (siehe Atkinson & Messy, 2012, bzw. OECD/INFE, 2012b)⁴ und wird in sehr ähnlicher Form auch von anderen internationalen Institutionen wie der Europäischen Kommission oder den G20 verwendet (siehe z. B. European Union/OECD, 2022, bzw. OECD, 2017).

Dieser bewusst breit angelegte Begriff der Finanzbildung geht also über das reine Wissen und Verstehen von Finanzkonzepten hinaus und bezieht Fähigkeiten, Einstellungen sowie Verhaltensweisen mit ein. Darüber hinaus wird **finanzielles Wohlergehen**⁵ explizit als übergeordnetes Ziel der Finanzbildung genannt. Finanzbildung soll dementsprechend zu einem höheren finanziellen Wohlergehen beitragen, indem sie Menschen ermöglicht, auf Grundlage von Wissen, Einstellungen und Verhaltensweisen informierte und überlegte finanzielle Entscheidungen zu treffen (siehe z. B. OECD, 2005⁶).

Die nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich erweitert die OECD-Definition, indem sie den Beitrag der Finanzbildung zur nachhaltigen Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft als zweites, übergeordnetes Ziel hinzufügt. Darüber hinaus werden folgende drei Aspekte als übergreifende politische Prioritäten der Strategie deklariert: die Gleichstellung der Geschlechter, Chancen und Risiken der Digitalisierung sowie Nachhaltigkeit in Bezug auf die Bereiche Umwelt, Soziales und Governance (BMF, 2021).

⁴ Die OECD/INFE-Definition im englischen Original lautet folgendermaßen: *“Financial literacy is a combination of awareness, knowledge, skill, attitude and behaviour necessary to make sound financial decisions and ultimately achieve individual financial wellbeing.”* (Atkinson & Messy, 2012, S. 14).

⁵ Gemeint ist finanzielles Wohlergehen im Sinne von engl. „financial wellbeing“, dt. auch „finanzielles Wohlbefinden“.

⁶ In diesem Zusammenhang definiert die OECD den entsprechenden Begriff der Finanzbildung (im Sinne von engl. „financial education“, dt. auch „finanzielle Bildung“) folgendermaßen: „Finanzielle Bildung kann als Prozess definiert werden, durch den Finanzkonsument:innen bzw. -investor:innen ihr Verständnis von Finanzprodukten, -konzepten und -risiken verbessern, durch Informationen, Anweisungen sowie objektive Beratung die Fähigkeiten und das Selbstvertrauen entwickeln, sich finanzieller Risiken und Möglichkeiten bewusster zu werden, fundierte Entscheidungen zu treffen, zu wissen, wo sie Hilfe bekommen können, und andere wirksame Handlungen zu setzen, um ihr finanzielles Wohlergehen zu verbessern“ (OECD, 2005, eigene Übersetzung).

Im vorliegenden Bericht konzentrieren wir uns auf den Beitrag von Finanzbildung zu finanziellem Wohlergehen und der Gleichstellung der Geschlechter, bzw. auf die Rolle von Finanzbildung für das finanzielle Wohlergehen von Frauen. Aspekte der Digitalisierung und der Nachhaltigkeit werden im Rahmen der Analysen und Maßnahmenentwicklung implizit mitberücksichtigt.

2.2 Maße und Indikatoren für Finanzbildung

Wie der Begriff der Finanzbildung selbst, so wird auch die Messung des entsprechenden finanziellen Bildungsstands von Personen in der wissenschaftlichen Literatur bis heute ausführlich diskutiert (siehe z. B. Huston, 2010, Silgoner et al., 2015, Aprea & Wuttke, 2016, Goyal & Kumar, 2021, oder Ouachani et al., 2021). Annamaria Lusardi und Olivia S. Mitchell schafften mit der Entwicklung von drei Standardfragen zum Thema Finanzwissen („The Big Three“) eine wichtige Grundlage für Erhebungen zur Finanzbildung in zahlreichen Ländern (siehe z. B. Lusardi & Mitchell, 2008). Dieser kurze Fragenkatalog zu den Bereichen Zinsrechnung, Inflation und Risikostreuung wurden in darauffolgenden Forschungsarbeiten sukzessive erweitert, um zusätzliche und komplexere Themenbereiche wie Einstellungen und Verhaltensweisen miteinzubeziehen.

Parallel zur Entwicklung seiner Definition von Finanzbildung begann das INFE-Netzwerk der OECD in den 2010er Jahren mit der Ausarbeitung eines umfassenden und international anwendbaren Rahmens für die Erhebung des Finanzbildungsstands von Erwachsenen. Der resultierende Fragebogen wurde schließlich unter dem Namen „OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion“ veröffentlicht.⁷ Dieser diente als Basis für dezentrale Erhebungen nach einheitlichem Muster in OECD-Mitgliedsländern und anderen Staaten,⁸ an denen sich Österreich mit dem „Austrian Financial Literacy Survey“ (ASFL) 2014 und 2019 beteiligte.

Entsprechend der breit angelegten Definition von Finanzbildung enthält das Erhebungsinstrument der OECD neben Wissensfragen auch Fragen zu verschiedenen Verhaltensaspekten und zur Einstellung von Personen zu Geld und Finanzen. Aus den entsprechenden Fragen kann für jeden der drei Bereiche – Wissen, Einstellungen und Verhalten – ein eigener Index erstellt werden:

⁷ Siehe OECD (2013a) für die erste Version des Fragebogens, und OECD (2015b), OECD (2018) bzw. OECD (2022) für überarbeitete und ergänzte Versionen.

⁸ Siehe Atkinson & Messy (2012) für Ergebnisse der Pilotstudie 2010/2011, OECD (2016) für jene der ersten regulären Erhebungswelle 2014/2015, und OECD (2020a) für jene der zweiten regulären Erhebungswelle 2019/2020.

Der **Finanzwissensindex**⁹ basiert auf sieben Wissensfragen zu grundlegenden Themen wie z. B. Inflation, Zinsrechnung oder Risikostreuung. Der **Finanzeinstellungsindex**¹⁰ beruht auf drei Aussagen zur Bedeutung längerfristiger Planung. Der **Finanzverhaltensindex**¹¹ schließlich gründet auf zehn Fragen zu Themenbereichen wie z. B. Budgetierung und Finanzüberblick, Spar- und Planungsverhalten sowie Produktvergleich und Informationseinholung vor Finanzentscheidungen. Aus diesen drei Indizes zu Finanzwissen, Finanzverhalten und Finanzeinstellungen kann dann ein insgesamt **Finanzbildungsindex**¹² erstellt werden, der den Finanzbildungsstand einer Person umfassender abbilden soll (für Details siehe **Infobox 2.2**).

Infobox 2.2: Finanzbildungsindizes der OECD

Finanzwissensindex

- Setzt sich aus den Antworten auf sieben Wissensfragen zu den folgenden Themen zusammen: (i) Zeitwert des Geldes, (ii) Kreditzinsen, (iii) Zinsen plus Grundkapital, (iv) Zinseszinsen, (v) Risiko und Ertrag, (vi) Inflation sowie (vii) Risikostreuung.
- Ergibt sich aus der Anzahl der korrekt beantworteten Fragen und kann somit einen Wert von 0 bis 7 annehmen.

Finanzeinstellungsindex

- Setzt sich aus der Stärke der Zustimmung der Befragten mit den folgenden Aussagen zusammen: (i) „Ich gebe lieber Geld aus, als es für später zu sparen“, (ii) „Geld ist zum Ausgeben da“ und (iii) „Ich lebe eher für den Augenblick und denke nicht an morgen“.
- Antwortskala von 1 („stimme vollkommen zu“) bis 5 („stimme überhaupt nicht zu“).
- Ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Zustimmung zu den drei Aussagen und kann somit einen Wert von 1 bis 5 annehmen.

Finanzverhaltensindex

- Setzt sich aus den Antworten auf zehn Fragen zu den folgenden Themen zusammen: Budgetierung, aktives Sparen, Vermeiden von Krediten für laufende

⁹ Finanzwissensindex: engl. „financial knowledge score“.

¹⁰ Finanzeinstellungsindex: engl. „financial attitudes score“.

¹¹ Finanzverhaltensindex: engl. „financial behavior score“.

¹² Finanzbildungsindex: engl. „overall financial literacy score“.

Ausgaben, Produktauswahl, Finanzüberblick, Zielorientierung, überlegte Einkäufe sowie pünktliche Rechnungsbegleichung (siehe OECD, 2018, Anhang A, für Details)

- Der Finanzverhaltensindex kann einen Wert von 0 bis 9 annehmen.

Finanzbildungsindex gesamt

- Ergibt sich aus der Summe der drei vorhergehenden Indizes und kann somit einen Wert von 1 bis 21 annehmen.

Quellen: Fessler, Jelovsek & Silgoner (2020); OECD (2018).

2.3 Zum Stand der Finanzbildung von Frauen in Österreich

Empirische Befunde zum Finanzbildungsstand der österreichischen Bevölkerung beruhen meist auf Daten des ASFL, insbesondere auf der ersten Erhebungswelle aus dem Jahr 2014.¹³ Cupák et al. (2018) geben einen Überblick über die Ergebnisse zur Finanzbildung in Österreich aus dem ASFL 2014, Fessler, Jelovsek & Silgoner (2020) fassen die aktuelleren Ergebnisse aus dem ASFL 2019 zusammen.

Tabelle 1 zeigt die entsprechenden Unterschiede zwischen Frauen und Männern in den Durchschnittswerten der verschiedenen Finanzbildungsindizes.¹⁴ Frauen schneiden demnach im Vergleich zu Männern im Finanzwissen zwar schlechter ab, weisen jedoch höhere Werte auf als Männer, wenn es um Finanzverhalten und Finanzeinstellungen geht. Insgesamt ergibt sich daher ein nahezu gleicher Gesamtindex für beide Geschlechter.

Der geringere durchschnittliche Finanzwissensindex von Frauen im Vergleich zu Männern in Österreich entspricht größtenteils internationalen Befunden zu Geschlechterunterschieden im Bereich der Finanzbildung (siehe z. B. Lusardi & Mitchell, 2014, OECD, 2016, oder OECD, 2020a). Während der höhere durchschnittliche Finanzeinstellungsindex von Frauen im ASFL 2014 mit Beobachtungen für zahlreiche andere Länder aus derselben OECD/INFE-Erhebungswelle übereinstimmt, findet sich ein ähnlicher Geschlechterunterschied im Finanzverhaltensindex nur in wenigen anderen Ländern (siehe z. B. OECD, 2016, oder Greimel-Fuhrmann & Silgoner, 2017).

¹³ Der ASFL enthält zusätzlich zu den Fragen des OECD/INFE-Toolkits einige ergänzende Fragen.

¹⁴ Die Indizes entsprechen jeweils der Berechnungsmethode der OECD, schließen also die Zusatzfragen des ASFL aus.

**Tabelle 1: OECD-Finanzbildungsindizes nach Geschlecht (Durchschnittswerte),
 ASFL 2014 und 2019**

	ASFL 2014		ASFL 2019	
	Frauen	Männer	Frauen	Männer
Finanzwissen	4,7	5,1	5,1	5,6
Finanzverhalten¹⁵	6,1	5,8	5,9	5,8
Finanzeinstellungen	3,8	3,5	3,2	3,1
Finanzbildung insgesamt	14,5	14,4	14,1	14,5

Quellen: Cupák et al. (2018); Fessler, Jelovsek & Silgoner (2020)

Greimel-Fuhrmann & Silgoner (2017) untersuchen anhand der Daten des ASFL 2014 mögliche Ursachen für das unterschiedliche Abschneiden von Frauen und Männern bezüglich des Finanzwissens. Sie zeigen, dass der Geschlechterunterschied zwar geringer wird, wenn für verschiedene soziodemografische Merkmale kontrolliert wird, jedoch signifikant bleibt. Allerdings beantworten Frauen im ASFL sämtliche der Wissensfragen häufiger mit der Option „Ich weiß nicht“ als Männer – ein Ergebnis, das ebenfalls mit empirischen Befunden aus zahlreichen anderen Ländern übereinstimmt (siehe z. B. Lusardi & Mitchell, 2014, oder Bucher-Koenen et al., 2017). Dies wiederum könnte auf eine höhere Risikoaversion oder ein geringeres Selbstvertrauen von Frauen bezüglich Finanzthemen hindeuten, die zu Geschlechterunterschieden im Antwortverhalten führen (siehe z. B. Bucher-Koenen et al., 2021, oder Aristei & Gallo, 2022). Schließlich zeigen Greimel-Fuhrmann & Silgoner (2017), dass keine signifikanten Wissensunterschiede zwischen Frauen und Männern mehr beobachtbar sind, wenn die Stichprobe auf geschiedene und verwitwete Personen bzw. auf Einpersonenhaushalte beschränkt wird.¹⁶ Die Autor:innen interpretieren dies als Hinweis darauf, dass Finanzentscheidungen in heterosexuellen Partnerschaften vor allem bei den Männern liegen, Frauen sich jedoch das nötige Wissen aneignen, wenn sie alleine für ihre Finanzen zuständig sind. Weitere Gründe und Erklärungsansätze werden in Kapitel 3 diskutiert.

¹⁵ Laut Fessler, Jelovsek & Silgoner (2020) ist ein direkter Vergleich der Finanzverhaltensindexwerte aufgrund methodischer Änderungen bei der Berechnung zwischen den beiden Erhebungswellen nicht möglich.

¹⁶ Für die USA, die Niederlande oder Deutschland hingegen finden z. B. Bucher-Koenen et al. (2017), dass auch bei verwitweten Personen bzw. Einpersonenhaushalten signifikante Geschlechterunterschiede im Finanzwissen bestehen bleiben.

2.4 Finanzielles Wohlergehen als Ziel der Finanzbildung

Wie bereits erwähnt, wird in vielen Zusammenhängen, insbesondere in Strategie- und Richtliniendokumenten nationaler und internationaler Institutionen, finanzielles Wohlergehen ausdrücklich als übergeordnetes Ziel der Finanzbildung genannt. So besteht z. B. laut Einleitung zur nationalen Finanzbildungsstrategie für Österreich „die ultimative Zielsetzung [...] darin, das finanzielle Wohlergehen der in Österreich lebenden Menschen langfristig zu steigern“ (BMF, 2021, S. 7).

Nun ist **finanzielles Wohlergehen**¹⁷ ein mindestens ebenso komplexer Begriff wie Finanzbildung, und wird daher in der wissenschaftlichen und politikrelevanten Literatur ebenfalls ausführlich diskutiert und auf unterschiedliche Weise definiert und gemessen (siehe z. B. Brügggen et al., 2017; Bashir & Qureshi, 2023).

In einer Kurzformulierung fasst das Consumer Financial Protection Bureau (CFPB) in den USA die Bedeutung finanziellen Wohlergehens dadurch zusammen, dass „eine Person sowohl in der Gegenwart als auch in der Zukunft finanzielle Sicherheit und finanzielle Entscheidungsfreiheit hat“ (CFPB, 2015, S. 7, eigene Übersetzung). Dem CFPB zufolge beinhaltet finanzielles Wohlergehen folgende Komponenten: Kontrolle über die eigenen Finanzen zu haben, einen finanziellen Schock verkraften zu können, finanzielle Ziele zu haben und diese auch erreichen zu können, sowie Entscheidungen treffen zu können, die es einem ermöglichen, das Leben zu genießen (CFPB, 2015).

Aufbauend auf der Arbeit des CFPB entwickelte die OECD einen konzeptuellen Rahmen zur Messung des finanziellen Wohlergehens, der ermöglichen soll, den Begriff international auf konsistente Weise zu diskutieren und gleichzeitig die Flexibilität auf nationaler Ebene zu wahren (OECD, 2019). Dieser berücksichtigt sowohl objektive Faktoren, die zur finanziellen Widerstandsfähigkeit beitragen (verfügbares Einkommen, Privatvermögen und finanzielle Kontrolle), als auch subjektive Komponenten finanziellen Wohlergehens (Bewertung der alltäglichen Finanzsituation und längerfristiger Finanzpläne). Darüber hinaus umfasst der OECD-Rahmen auch eine Reihe von Faktoren, die mit finanziellem Wohlergehen zusammenhängen oder dieses fördern, wie z. B. Kenntnisse und Fähigkeiten, körperliche und geistige Gesundheit, Unterstützung durch das soziale Umfeld oder wirtschaftliche Stabilität und Wachstum (siehe OECD, 2019, und Kapitel 3).

Im Zusammenhang mit Finanzbildung und finanziellem Wohlergehen tauchen häufig zwei weitere Begriffe auf, die in der Literatur ebenfalls breit diskutiert und auf unterschiedliche Weisen definiert und gemessen werden.

¹⁷ Gemeint ist finanzielles Wohlergehen im Sinne von engl. „financial wellbeing“, dt. auch „finanzielles Wohlbefinden“.

Der Erste ist der Begriff der **finanziellen Widerstandsfähigkeit**¹⁸, der vielfach als Voraussetzung für finanzielles Wohlergehen oder auch als Bestandteil desselben gesehen wird. Im Bericht der OECD über die Ergebnisse der Befragung zur Finanzbildung von Erwachsenen aus dem Jahr 2020 (OECD, 2020a) wird individuelle finanzielle Widerstandsfähigkeit einer Person durch folgende Elemente charakterisiert: die Verfügbarkeit eines finanziellen Polsters, die Häufigkeit von finanziellen Engpässen bzw. finanziellen Sorgen, sowie Verhaltensmerkmale wie langfristiges Planen und Sparen, die Kontrolle über Geld behalten, vorsichtig mit Ausgaben umgehen und Finanzbetrug vermeiden.

Der zweite Begriff ist jener der **finanziellen Vulnerabilität** oder **Fragilität**¹⁹, der das Risiko einer Person umfasst, in finanzielle Schwierigkeiten bzw. Notlagen²⁰ zu geraten. In diesem Sinn stellt das Konzept der finanziellen Vulnerabilität die Kehrseite des Begriffs der finanziellen Widerstandsfähigkeit dar. Ausgehend von verschiedenen Verwendungen des Begriffs in der Literatur entwickeln z. B. O'Connor et al. (2019) einen umfassenden konzeptuellen Rahmen für finanzielle Vulnerabilität, der sowohl objektive als auch subjektive Komponenten beinhaltet. Objektive finanzielle Vulnerabilität bezieht sich dabei auf die tatsächlichen finanziellen Ressourcen, die einer Person zur Verfügung stehen, und die sich anhand von Indikatoren wie Einkommen, Ersparnissen oder dem Zugang zu Krediten bestimmen lassen. Subjektive finanzielle Vulnerabilität hingegen bezieht sich auf persönliche Wahrnehmungen bzw. Einstellungen gegenüber der eigenen finanziellen Situation und dem Bewusstsein über die eigenen finanziellen Ressourcen.

2.5 Empirische Befunde zum Zusammenhang zwischen Finanzbildung und finanziellem Wohlergehen

Im Rahmen internationaler Gremien, wie z. B. dem INFE-Netzwerk der OECD, haben sich politische Entscheidungsträger:innen in einer zunehmenden Zahl von Ländern weltweit zum Ziel gesetzt, den Stand der Finanzbildung in der Bevölkerung zu steigern. Viele davon haben in diesem Zusammenhang nationale Finanzbildungsprogramme bzw. -strategien entwickelt oder planen, dies in naher Zukunft zu tun (siehe z. B. Atkinson & Messy, 2013, oder OECD, 2015a). Durch gezielte Maßnahmen und Initiativen sollen Menschen zum Erwerb von Finanzbildung bewogen bzw. im Prozess des Bildungserwerbs unterstützt werden. Solchen Finanzbildungsprogrammen liegt, vereinfacht ausgedrückt, die Annahme zugrunde, dass ein höherer individueller Finanzbildungsstand zu höherer finanzieller Widerstandsfähigkeit bzw. geringerer finanzieller Vulnerabilität, und, in der Folge, zu höherem finanziellen Wohlergehen einer Person führt. Insbesondere soll ein

¹⁸ Gemeint ist finanzielle Widerstandsfähigkeit im Sinne von engl. „financial resilience“, dt. auch „finanzielle Belastbarkeit“.

¹⁹ Finanzielle Vulnerabilität/Fragilität: engl. „financial vulnerability/fragility“.

²⁰ Finanzielle Schwierigkeiten/Notlagen: engl. „financial difficulties/distress/hardship“.

höherer Wissensstand zu „besseren“ Einstellungen bzw. Verhaltensweisen von Personen in finanziellen Angelegenheiten führen, wobei die Definition von „guten“ bzw. „besseren“ Einstellungen und Verhaltensweisen natürlich immer normativen Charakter hat (siehe z. B. Fessler, Silgoner & Weber, 2020).

In der Literatur werden „gute Finanzeinstellungen“ meist durch positive Einstellungen zum Sparen und zu langfristigerer Planung charakterisiert (siehe z. B. OECD, 2020a, bzw. **Infobox 2.2**). Auch „gutes Finanzverhalten“ wird meist mit Sparen und langfristiger Planung assoziiert und durch Dimensionen wie überlegte Käufe zu tätigen und den Überblick über Einnahmen und Ausgaben zu behalten ergänzt (siehe z. B. OECD, 2020a, bzw. **Infobox 2.2**).

Mittlerweile gibt es zahlreiche empirische Studien, die den Zusammenhang zwischen Finanzwissen und „guten“ Finanzeinstellungen bzw. -verhaltensweisen untersuchen. So zeigen z. B. Fessler, Silgoner & Weber (2020) auf Basis des ASFL 2014 anhand der drei Teilindizes des OECD-Finanzbildungsindex, dass Finanzwissen, -einstellungen und -verhalten einer Person positiv miteinander korreliert sind. Ihre ökonometrischen Schätzungen ergeben einen signifikant positiven, kausalen Effekt von Finanzwissen auf Finanzverhalten. In einer abschließenden Mediationsanalyse zeigen sie, dass sich Finanzwissen sowohl direkt als auch indirekt über Finanzeinstellungen auf Finanzverhalten auswirkt. Statistische und ökonometrische Analysen für zahlreiche andere Länder finden ebenfalls eine positive Korrelation zwischen Finanzwissen und „guten“ finanziellen Verhaltensweisen (siehe z. B. Atkinson & Messy, 2012, Lusardi & Mitchell, 2014, Lusardi, 2019) sowie einen signifikant positiven kausalen Effekt von Finanzwissen auf Finanzverhalten (siehe z. B. Lusardi & Mitchell, 2014, Fernandes et al., 2014).

Auch zum Zusammenhang zwischen Finanzbildung, finanzieller Vulnerabilität bzw. Widerstandsfähigkeit und finanziellem Wohlergehen gibt es eine Reihe von empirischen Untersuchungen. So zeigen z. B. Anderloni et al. (2012) für Italien, Hasler et al. (2018) für die USA und Wiersma et al. (2020) für die Niederlande jeweils auf Basis von Regressionsanalysen einen signifikant negativen Zusammenhang zwischen dem Finanzbildungsstatus des Haushaltsvorstands und der finanziellen Vulnerabilität (bzw. Fragilität) eines Haushalts auf. Greimel-Fuhrmann & Silgoner (2017) verwenden aus den Daten des ASLF 2014 die Antwort auf die Frage „Wenn Sie Ihre Haupteinnahmequelle verlieren würden, wie lange könnten Sie Ihre Lebenshaltungskosten noch decken, ohne sich Geld zu leihen oder umzuziehen?“ als Indikator für finanzielles Wohlergehen. Sehr ähnliche Fragen liegen auch den Maßen für finanzielle Vulnerabilität (bzw. Fragilität) in den zuvor genannten Studien zugrunde. In ihren Regressionsanalysen zeigen die Autor:innen für Österreich einen signifikant positiven Zusammenhang von Finanzwissen und Finanzverhalten mit finanziellem Wohlergehen.

2.6 Gesellschaftliche, wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen für finanzielles Wohlergehen von Frauen in Österreich

Das individuelle finanzielle Wohlergehen von Menschen wird von zahlreichen Faktoren beeinflusst bzw. bestimmt. Insbesondere spielen gesellschaftliche, wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen eine bedeutende Rolle. Individuelle Finanzbildung, und damit auch Finanzbildungsangebote bzw. -maßnahmen, können innerhalb dieser Rahmenbedingungen nur als ergänzende, aber wichtige Unterstützung zum Wohlergehen von Personen beitragen. So weist z. B. auch die OECD in Empfehlungen zur Gestaltung von Finanzbildungsprogrammen explizit darauf hin, dass die Förderung der Finanzbildung nicht an die Stelle der für den Verbraucherschutz unerlässlichen Finanzregulierung treten, sondern diese ergänzen soll (siehe z. B. OECD, 2005).

In diesem Kapitel geben wir einen Überblick über gesellschaftliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen in Österreich, die insbesondere für das finanzielle Wohlergehen von Frauen von Bedeutung sind. Hintergrundinformationen und rechtliche Rahmenbedingungen zu einzelnen Themenbereichen finden sich in Anhang 8.1.

Für Österreich lassen sich, wie für die meisten Länder, in zahlreichen wirtschaftlichen und finanziellen Dimensionen Geschlechterunterschiede festmachen.²¹ Aktuelle Daten dazu werden regelmäßig auf der Webseite der Statistik Austria unter der Rubrik „Gender-Statistiken“ veröffentlicht.²² Ursachen für die ungleiche wirtschaftliche Situation finden sich insbesondere auf der sozio-kulturellen Ebene und betreffen gesellschaftliche Strukturen wie den Arbeitsmarkt, den Ruhestand, die Vermögensverteilung und die Verteilung von Care- und Pflegearbeit. Dabei spielen Wechselwirkungen zwischen Geschlecht und anderen gesellschaftlichen Kategorien (z. B. sozioökonomische Herkunft, Migrationshintergrund, Alter) eine besondere Rolle (siehe Kapitel 2.6.5 zu Intersektionalität).

2.6.1 Geschlechterverhältnisse als Strukturkategorie

Hanappi-Egger & Hofmann (2005) beschreiben **Geschlechterverhältnisse** als „gesellschaftliche Strukturkategorie [...] bzw. hierarchisierende Institution“, die viel mehr bedeutet als Gender Pay Gap, Mehrfachbelastung und Pensionslücke. Die geschlechtsspezifisch zugeordnete „sphärische Trennung der Produktions- und Reproduktionsbereiche in Volkswirtschaft, Betriebswirtschaft und privaten Bereich (Haushaltsökonomie)“ erschwert weiters den „Zugang zu prestige- und

²¹ Siehe z. B. WEF (2023) für einen aktuellen, weltweiten Überblick über Geschlechterunterschiede in Bezug auf wirtschaftliche Chancen und Teilhabe.

²² Siehe <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/gender-statistiken>.

einkommensträchtigen, mit hohem Gestaltungs- und Machtpotenzial ausgestatteten Positionen in Wissenschaft, Politik und Ökonomie für Frauen“ und schränkt die „Autonomie hinsichtlich der Gestaltung von Berufswegen und privatem Lebensstil wesentlich ein“ (Hanappi-Egger & Hofmann, 2005, S. 7). Die **Ausgestaltung der öffentlichen Institutionen** in Österreich – auch diese sind nicht geschlechtsneutral aufgesetzt – trägt zu diesem Sachverhalt bei, was ungleiche **Ergebnisse** im Bildungs- oder Gesundheitssektor sowie in der politischen Beteiligung belegen. In Österreich ist keine „ökonomische Gleichstellung über den gleichen Zugang zu Ressourcen, gleiche soziale/kulturelle Anerkennung bis hin zu einer gleichen Teilhabe an Macht- und Entscheidungsprozessen“ (Mairhuber & Mayrhuber, 2020, S. 19) gegeben, was der „Global Gender Gap Report 2023“ des World Economic Forum (WEF) mittels der vier Kategorien, 1. Wirtschaftliche Teilhabe und Chancen, 2. Bildungsniveau, 3. Gesundheit und Überleben, und 4. Politische Ermächtigung belegt: Österreich findet sich hier nur auf Platz 22 von 36 europäischen Ländern (WEF, 2023, eigene Übersetzung).²³

2.6.2 Geschlechterverhältnisse und Arbeitsmarkt

Auf dem **Arbeitsmarkt** manifestiert sich die strukturell angelegte Geschlechterhierarchie „in unterschiedlichen gesellschaftlichen Phänomenen, wie [...] der ‚gläsernen Decke‘, in der ‚Feminisierung von Berufen‘ oder in der Zunahme prekärer Beschäftigungsverhältnisse in der Frauenerwerbstätigkeit. Dabei führt insbesondere die gesellschaftliche Festlegung von Frauen auf die Mutter- und Betreuerinnenrolle zu einem Ungleichgewicht in der gesellschaftlichen Teilhabe von Frauen.“ (Hanappi-Egger & Hofmann, 2005, S. 7).²⁴ Als Folge dessen haben Frauen in Österreich im Durchschnitt ein deutlich geringeres **Erwerbseinkommen** als Männer (Statistik Austria, 2023b und 2023f). Im Jahr 2021 lag das durchschnittliche Bruttojahreseinkommen der unselbstständig erwerbstätigen Frauen um 35,5 Prozent unter jenem der Männer. Aufgrund der progressiven Besteuerung fällt die Differenz beim durchschnittlichen Nettojahreseinkommen geringer aus und lag 2021 bei 28,8 Prozent. Ein Teil dieser Einkommensdifferenz erklärt sich durch Unterschiede im Beschäftigungsausmaß (Teilzeitarbeit bzw. unterjährige Beschäftigung). Beschränkt man den Vergleich jedoch auf ganzjährig Vollzeitbeschäftigte, lag das durchschnittliche Bruttojahreseinkommen von Frauen 2021 immer noch um 12,5 Prozent unter jenem von Männern.

²³ Die vier Kategorien im englischen Original lauten folgendermaßen: „1. Economic Participation and Opportunity, 2. Educational Attainment, 3. Health and Survival, und 4. Political Empowerment“ (WEF, 2023).

²⁴ Der Begriff der „gläsernen Decke“ wird z. B. auf dem Gender-Portal der Universität Paderborn folgendermaßen erklärt: „Als Gläserne Decke (engl. glass ceiling) wird eine nicht sichtbare Barriere bezeichnet, mit der Frauen aufgrund von strukturellen und ideologischen Ursachen im Karriereverlauf trotz hoher Qualifikation häufig dann konfrontiert sind, wenn sie in das obere Management aufsteigen wollen, während männlichen Kollegen mit vergleichbarer Qualifikation dieser Aufstieg in der Regel ‚gelingt‘.“ (Universität Paderborn, n. d.).

Laut Geisberger & Glaser (2021) lässt sich etwa ein Drittel dieser Lohndifferenz in Österreich auf geschlechtsspezifische Unterschiede in der **Beschäftigungsstruktur** zurückführen.²⁵ Insbesondere arbeiten Frauen häufiger in Branchen und Berufen mit geringeren Verdienstmöglichkeiten (z. B. schlechter bezahlten Dienstleistungsberufen), sind häufiger in Teilzeit (die im Durchschnitt auch pro Stunde geringer entlohnt wird) und durchschnittlich kürzer im Unternehmen beschäftigt. Ginge es nach formaler Ausbildung, müssten Frauen im Durchschnitt jedoch eigentlich einen höheren Stundenlohn erhalten als Männer.

Insbesondere in Kombination mit weniger **Erwerbsjahren** von Frauen (durchschnittlich zwölf Jahre weniger als Männer, siehe Mairhuber & Mayrhuber, 2020) ergeben die niedrigeren Erwerbseinkommen auch im Ruhestand bedeutend geringere Einkommen für Frauen (siehe Statistik Austria, 2023d). Institutionell ungünstig für Frauen ist hier, dass sich das österreichische Sozialsystem und der überwiegende Teil der **Sozialleistungen** nicht z. B. von erbrachten Pflege- und Betreuungsleistungen, sondern vom Erwerbseinkommen ableitet. „Die Einkommensposition bestimmt damit sowohl kurz- als auch langfristig die ökonomischen Möglichkeiten der Menschen in Österreich. [...] Diese Möglichkeiten unterscheiden sich strukturell zwischen unterschiedlichen Erwerbsformen, Berufen, Qualifikationen, Altersgruppen und vor allem auch zwischen Frauen und Männern. [...] Genderdifferenzen des Arbeitsmarktes setzen sich im Alterssicherungssystem fort“ (Mairhuber & Mayrhuber, 2020, S. 17).

Österreich hat im EU-Vergleich zwar eine hohe **Frauenerwerbsquote**, aber Frauen arbeiten im internationalen Vergleich besonders häufig in **Teilzeit**, (siehe Statistik Austria, 2023c, bzw. Statistik Austria, 2023e), denn Geschlechterunterschiede stehen in der **generellen Erwerbsbeteiligung** in Österreich in engem Zusammenhang mit familiären Betreuungspflichten (siehe Statistik Austria, 2023c, bzw. Statistik Austria, 2023e). Mit 68,1 Prozent lag die Erwerbstätigenquote der 15- bis 64-jährigen Frauen 2021 über dem EU-Durchschnitt von 63,4 Prozent und um 8,6 Prozentpunkte unter jener der Männer von 76,7 Prozent. Die Divergenz der geschlechtsspezifischen Erwerbstätigenquote war bei den 25- bis 49-Jährigen mit Kindern unter 15 Jahren um ein Vielfaches stärker ausgeprägt. Der Anteil der Frauen in dieser Gruppe, die einer Erwerbstätigkeit (ausgenommen Elternkarenz) nachgingen, lag mit 67,8 Prozent um 24 Prozentpunkte unter jenem der Männer von 91,8 Prozent. Im Gegensatz dazu lag die Erwerbstätigenquote der Frauen ohne Kinder in derselben Altersgruppe mit 83,7 Prozent sogar um einen Prozentpunkt über jener der Männer von 82,7 Prozent.

²⁵ Die Analyse von Geisberger & Glaser (2021) beruht auf Daten der Verdienststrukturerhebung 2018. Diese bietet zuverlässige und vergleichbare Informationen über die Höhe und Struktur der Verdienste der unselbstständig Beschäftigten in der Privatwirtschaft und wird im Abstand von vier Jahren in allen EU-Mitgliedstaaten durchgeführt. Für die Jahre zwischen den Erhebungen werden nationale Schätzungen herangezogen (Geisberger & Glaser, 2021, S. 435).

Die Teilzeitquote der Frauen lag 2021 mit 49,6 Prozent deutlich über dem EU-Durchschnitt von 29,5 Prozent und weit über jener der Männer von 11,6 Prozent. Das Thema der **Vereinbarkeit von Beruf und Familie** spielte hier für Frauen eine besonders starke Rolle. Betreuungspflichten für Kinder oder pflegebedürftige Erwachsene stellten für 38,4 Prozent der teilzeitbeschäftigten Frauen den ausschlaggebenden Grund für Teilzeitbeschäftigung dar, während dies nur bei 6,8 Prozent der Männer der Fall war. Bei den 25- bis 49-jährigen Frauen mit Kindern unter 15 Jahren lag die Teilzeitquote bei 72,8 Prozent, während sie in derselben Altersgruppe der Männer mit Kindern unter 15 Jahren nur 6,8 Prozent betrug. Ein ähnliches Bild ergibt sich bezüglich der **Aufteilung der Erwerbsarbeit zwischen Müttern und Vätern** in Österreich (siehe Statistik Austria, 2023e). Bei 4,0 Prozent der unterschiedlich-geschlechtlichen Elternpaare mit Kindern unter 15 Jahren im selben Haushalt ging 2021 ausschließlich die Frau einer Erwerbstätigkeit (ausgenommen Elternkarenz) nach, bei 19,5 Prozent der Paare ausschließlich der Mann. Bei 1,4 Prozent der Paare arbeitete die Frau in Vollzeit und der Mann in Teilzeit, bei 43,5 Prozent der Mann in Vollzeit und die Frau in Teilzeit. Bei insgesamt 22,5 Prozent der Elternpaare war die Erwerbstätigkeit ähnlich oder gleich aufgeteilt: Bei 14,7 Prozent waren beide Eltern in Vollzeit, bei 3,1 Prozent beide in Teilzeit, und bei 4,7 Prozent beide nicht erwerbstätig. Bei 9,1 Prozent der Paare war eine Person, und hier meistens die Frau, in Elternkarenz.

2.6.3 Ruhestand

Nicht nur die Erwerbseinkommen sind in Österreich sehr ungleich verteilt, Österreich weist auch eine überdurchschnittlich hohe geschlechtsspezifische **Pensionslücke** (Gender Pension Gap) auf. Die durchschnittliche Alterspension von Frauen in der gesetzlichen Pensionsversicherung lag 2021 bei 1.264 Euro brutto pro Monat, jene von Männern bei 2.164 Euro.²⁶ Der Gender Pension Gap in der gesetzlichen Eigenpension im Alter lag somit bei 41,6 Prozent.²⁷ In der Berechnung des Gender Pension Gap werden nur Personen berücksichtigt, die eine Pension beziehen. 2017 bezogen 18,4 Prozent der Frauen über 65 (im Vergleich zu einem Prozent der Männer) keine Eigenpension, 11,4 Prozent oder 106.100 Frauen (im Vergleich zu 0,6 Prozent der Männer) erhielten weder eine Pension noch andere Leistungen (wie Pflegegeld etc.; Mairhuber & Mayrhuber, 2020).

Gemeinhin wird oft angenommen, dass sich **Ungleichheit und Benachteiligung** in den letzten Jahrzehnten verringert haben, doch auch relativ neu geschaffene institutionelle

²⁶ Die Zahlen beziehen sich auf Bruttopensionsbezüge (Auszahlung 14-mal pro Jahr) aus der gesetzlichen Pensionsversicherung, inklusive Zulagen, Zuschüsse (ohne Pflegegeld), Invaliditäts-, Berufs- bzw. Erwerbsunfähigkeitspensionen, exklusive Hinterbliebenenpensionen und zwischenstaatlichen Teilleistungen, ab dem 60. Lebensjahr bei Frauen bzw. dem 65. Lebensjahr bei Männern.

²⁷ Diese Berechnung der Pensionslücke deckt sich nicht mit international verwendeten Definitionen bzw. Berechnungsarten des Gender Pension Gap. Die Pensionslücke in Österreich betrug im Jahr 2021 z. B. laut Eurostat-Berechnung 35,8 Prozent (Eurostat, n. d.).

Regelungen sind der Gleichstellung der Geschlechter nicht immer zuträglich. So werden z. B. durch „das Äquivalenzprinzip, dem im Pensionskonto-Recht (ab 2005) etablierten engeren Zusammenhang zwischen Dauer der Erwerbstätigkeit, geleisteter Pensionsversicherungsbeiträge und individueller Monatspension [...] die genderspezifischen Ungleichheiten des Arbeitsmarktes in das Alterssicherungssystem transferiert und teilweise verstärkt“ (Mairhuber & Mayrhuber, 2020, S. 17).

Mairhuber und Mayrhuber (2020) beschreiben die Instrumente im österreichischen Pensionsrecht, die zur Dämpfung und Kompensation vorhandener Erwerbslücken, die auch als **Teilversicherungszeiten** bezeichnet werden, gedacht sind. Neben der unmittelbaren Erwerbstätigkeit werden die folgenden Zeiten als pensionsrelevante Versicherungszeiten gewertet: Bezugszeiten von Geldleistungen aus der Arbeitslosenversicherung (Arbeitslosengeld, Sonder- und Notstandshilfe, Sonderunterstützung, Weiterbildungs- oder Übergangsgeld), Wochengeldbezug, zwei Jahre Kindererziehungszeiten nach der Geburt eines Kindes sowie Präsenz- und Zivildienst. „Der Gender Gap der neu zuerkannten Alterspensionen [...] 2015 sank durch die[se] pensionserhöhende Wirkung der Teilversicherungszeiten von 39 Prozent auf 33 Prozent“ (Mairhuber & Mayrhuber, 2020, S. 40–41).

Das freiwillige **Pensionssplitting** bedeutet, dass „der erwerbstätige Elternteil dem kinderbetreuenden Elternteil bis zu 50 Prozent seiner Teilgutschrift für die ersten sieben Lebensjahre des zu betreuenden Kindes (insgesamt maximal 14 Jahre) übertragen lassen“ kann, was im Prinzip „einen innerfamiliären Lastenausgleich“ bedeutet. Das Instrument wird derzeit jedoch „kaum genutzt und hat daher in der Praxis keinen relevanten dämpfenden Einfluss auf den Pensionsgap zwischen Frauen und Männern“ (Mairhuber & Mayrhuber, 2020, S. 41). Frauen investieren außerdem weniger häufig in eine zusätzliche Altersvorsorge als Männer (acht Prozent gegenüber 12 Prozent bei betrieblichen/arbeitsplatzbezogenen Vorsorgeplänen und 14 Prozent gegenüber 16 Prozent bei privaten **Altersvorsorgeplänen** und Lebensversicherungen). Die geschlechtsspezifische Diskrepanz bei den Einzahlungen in alle Altersvorsorgemodelle ist ebenfalls hoch und liegt bei 54,1 Prozent (BMF, 2021, S. 45).

2.6.4 Armutsgefährdung und Vermögenslage

Im Jahr 2021 waren 26 Prozent der alleinlebenden Pensionistinnen in Österreich von **Armut** gefährdet, während es bei alleinlebenden Pensionisten 15 Prozent waren²⁸. Außerdem konnten 2018 nur 49,3 Prozent der Frauen direkt von der Erwerbstätigkeit in die

²⁸ Die Armutsgefährdungsschwelle eines Einpersonenhaushalts in Österreich lag 2022 bei einem monatlichen Einkommen von 1.392 Euro. Damit liegt die durchschnittliche Pensionshöhe von Frauen mit 1.285 Euro unter der Armutsgefährdungsschwelle und nur knapp über der „Mindestpension“ (Ausgleichszulage), die bei Alleinstehenden 1.110 Euro beträgt.

Alterspension übertreten.²⁹ Die Gründe für die Unmöglichkeit in den Pensionseintritt sind meist Krankheit, Pflegeverpflichtungen und/oder Arbeitslosigkeit: „Obwohl Doppel- und Dreifachbelastung als Ursache für reduzierte Arbeitsfähigkeit im Alter und auch als Vereinbarkeitsproblem im Alter sehr häufig von Frauen angeführt wird, ist die Umverteilung der unbezahlten Arbeit zwischen Frauen und Männern kein Thema“ (Mairhuber, 2021, S. 14).

Im Zusammenhang mit den angeführten, geschlechtsspezifischen Unterschieden in Einkommen, Erwerbsverläufen und Betreuungstätigkeiten sind Haushalte mit einer weiblichen Hauptverdienerin (jene mit **alleinlebenden Pensionistinnen**, aber auch insbesondere jene mit **Alleinerzieherinnen**) in Österreich besonders stark **armutsgefährdet** oder von Armut betroffen (siehe Statistik Austria, 2023a).³⁰ 2021 war die Armutsgefährdungsquote von Haushalten mit einer Frau als Hauptverdienerin mit 23 Prozent etwa zweimal so hoch wie jene von Haushalten mit einem männlichen Hauptverdiener von elf Prozent. Ein-Eltern-Haushalte, von denen alleinerziehende Frauen mit Kindern 80 Prozent ausmachen, hatten mit 32 Prozent die höchste Armutsgefährdungsquote unter allen Haushaltstypen (nur knapp gefolgt von Mehrpersonenhaushalten mit mindestens drei Kindern mit einem Armutsrisiko von 29 Prozent).

Die ungleiche Belastung durch bezahlte und unbezahlte Arbeitsstunden³¹ setzt sich auch in unterschiedlichen **Vermögenslagen** fort: Frauen besitzen in Österreich im Durchschnitt um 23 Prozent weniger Nettovermögen als Männer (Groiß, Schneebaum & Schuster, 2017). 2022 lag die **Verschuldung** in Österreich durchschnittlich bei 61.430 Euro; Männer hatten im Schnitt 68.021 Euro Schulden, Frauen 51.196 Euro (ASB Schuldnerberatungen, 2023).

2.6.5 Intersektionalität

Neben den Ungleichheiten auf Basis von Geschlecht sind auch „Wechselwirkungen zwischen weiteren ungleichheitsgenerierenden Kategorien [...] wie Klasse und Rasse [...] Sexualität, Alter, (Dis)Ability, Religion oder Nationalität“ (Degele & Winker, 2007, S. 1) bei der Betrachtung nach Geschlecht mitzudenken, um zu verstehen „welche Bedeutung verschiedene **Differenzkategorien** bei Phänomenen und Prozessen unterschiedlichster Art haben.“ (Degele & Winker, 2007, S. 1).

²⁹ Es finden sich hier große Unterschiede zwischen den Branchen: im öffentlichen Dienst: 70,4 Prozent; im Handel, Kfz: 49,1 Prozent, bei sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen: 27,7 Prozent; in Beherbergung, Gastronomie: 25,1 Prozent.

³⁰ Infotext und Tabellen (Statistik Austria, 2023a) beruhen auf Daten des EU-SILC 2022, die Berechnung der Armutsgefährdung bezieht sich darin auf das Einkommensreferenzjahr 2021.

³¹ Derzeit wird die vierte Zeitverwendungserhebung in Österreich durchgeführt. Die Ergebnisse der Erhebung lagen bei Abschluss dieses Berichts noch nicht vor.

Bildung ist ein Haupttreiber der späteren finanziellen Situation von Frauen (und Männern). Die institutionelle Ausgestaltung des Bildungssystems beispielsweise verhindert in Österreich die soziale Mobilität besonders stark: Haben Eltern maximal einen Pflichtschulabschluss, gelingt es nur rund sieben Prozent ihrer Kinder, einen akademischen Abschluss zu erreichen. Jedoch erreichen 57 Prozent der Kinder, deren Eltern einen Universitätsabschluss haben, in Österreich ebenfalls einen Hochschulabschluss (Statistik Austria, 2021). Auch für Mädchen und Burschen, deren Eltern im Ausland geboren sind, ist der **Bildungsaufstieg** schwieriger als für jene mit inländischen Eltern. Von jenen 25- bis 44-Jährigen, deren beide Eltern im Ausland geboren sind und nur einen Pflichtschulabschluss haben, haben hierzulande 50 Prozent eine Lehre oder berufsbildende mittlere Schule nicht abgeschlossen (OECD-Schnitt: 37 Prozent) und bleiben wie ihre Eltern auf dem Pflichtschulabschlussniveau. Im Gegensatz dazu brechen nur 16 Prozent der jungen Erwachsenen mit österreichischen Eltern mit Pflichtschulabschluss eine Lehre oder berufsbildende mittlere oder höhere Schule (BMHS) frühzeitig ab (OECD-Schnitt: 27 Prozent). Von der Bevölkerung im Erwerbsalter (25 bis 64 Jahre) mit Migrationshintergrund in Österreich besaßen im Jahr 2022 durchschnittlich 25,3 Prozent einen Hochschulabschluss als höchste abgeschlossene Ausbildung. Bei der Bevölkerung ohne Migrationshintergrund lag die Akademikerquote mit 20,2 Prozent niedriger. Allerdings ist bei Migrant:innen auch der Anteil derjenigen mit lediglich einem Pflichtschulabschluss deutlich erhöht: 23,6 Prozent im Vergleich zu nur 9,2 Prozent bei den Nicht-Migrant:innen (Mohr, 2023).

Die Schüsselfrage zur Beendigung der Benachteiligung durch segregierte Arbeitssphären ist die gerechte Verteilung von **Care-Arbeit**, wie Kindererziehung und Kinderbetreuung, Krankenpflege, Altenpflege, Hausarbeit und vieles mehr, die auch mit dem Bildungsstand und der beruflichen Ausbildung zusammenhängt. Ist für viele Menschen eine nicht geschlechts-stereotype Lebensgestaltung vielfach undenkbar, oder nicht „intelligibel“, wie es die Geschlechterforscherin Judith Butler beschreibt, die Geschlecht damit als keine „natürliche Gegebenheit“ interpretiert, sondern als Effekt von ständig wiederholten gesellschaftlichen Codes, die den Schein von Natürlichkeit produzieren (Butler, 1991), wird in ökonomischen Haushaltsmodellen die geschlechtsbasierte Aufteilung hauptsächlich als Effizienzproblem oder Anordnung von Präferenzen beschrieben (wie auch von der jüngsten Ökonomie-Nobelpreisträgerin Claudia Goldin). Diese Care-Arbeit kann formell als oftmals typischer Frauenberuf (z. B. im Kindergarten oder in Pflegeheimen) oder informell (z. B. durch Angehörige im Privathaushalt) geleistet werden, sie kann bezahlt oder unbezahlt erfolgen. Unabhängig von der Form der Bereitstellung wird Care-Arbeit überwiegend von Frauen verrichtet, es ergibt sich eine „**Mehrfachbelastung**“ aus Erwerbstätigkeit und meist zeitaufwändiger unbezahlter Care-Arbeit (Charusheela, 2003).

Neben dem Geschlecht und dem Bildungsstand sind im Feld der Care-Arbeit auch andere Benachteiligungskategorien wie **Migrationshintergrund** oder die **sozio-ökonomische Herkunft der Eltern** für die Aufnahme von Pflegeleistungen ausschlaggebend (Erevelles, 2011). Der Zukauf von Care-Arbeit kann dann erfolgen, wenn der potenzielle Erwerb der Care-Arbeit verrichtenden Person auf dem Arbeitsmarkt höher ist als die Bezahlung eines Platzes in einer Betreuungseinrichtung, einer Haushaltshilfe oder einer Pflegekraft. Entscheiden sich Frauen für Beruf und Karriere, wird die liegen gebliebene Haus- und Pflegearbeit in vermögendere Familien oft von Frauen mit Migrationshintergrund übernommen, häufig in prekären Arbeitsverhältnissen. Eine ethnisierte Arbeitsteilung ersetzt die gegenderte Familienarbeit (Kreimer, 2015). Sowohl die Bedeutung der intersektional organisierten Bereitstellung von Pflege und die Konsequenzen von **Globalen Pflegeketten** und die Care-Lücken in den Herkunftsländern der Pflegekräfte, als auch der tatsächliche, nicht monetär erfasste Wert der Care-Arbeit (er liegt laut OECD-Schätzung 2021 in Österreich bei 25 bis 40 Prozent des BIPs je nach Berechnungsart) sind weniger beachtet in der Forschung – sie bleiben auch von Claudia Goldin in ihrer Arbeit ausgeblendet.³²

Von wem die Pflege übernommen wird, ist von doppelter Bedeutung: es ist nicht nur eine Frage der verfügbaren (Familien-)Finanzen, sondern auch eine Frage der beruflichen Freiheit der für diese Tätigkeiten verantwortlichen Frauen, eigenes Einkommen zu generieren. In Österreich erfolgt die Pflege von erwachsenen betreuungsbedürftigen Personen hauptsächlich durch **Pflegekräfte**, die in den östlichen Randgebieten der EU, insbesondere der Ostslowakei, in Polen oder Bulgarien wohnen und in österreichische Haushalte vierzehntägig einpendeln (Bauer, 2010). 90 Prozent der Pflegefachkräfte und 60 Prozent der pflegenden Angehörigen sind laut OECD Frauen (OECD, 2020b).

2016 wurden laut Hilfswerk in Österreich 84 Prozent der Pflegebedürftigen zuhause versorgt; 45 Prozent durch Angehörige und 32 Prozent durch mobile Dienste, fünf Prozent durch 24-Stunden-Betreuung (Anselm & Wallner, 2018). Der rechtliche Hintergrund für 24-Stunden-Betreuung wurde in Österreich erst 2006 durch eine Novelle des Ausländerbeschäftigungsgesetzes (BGBl. II Nr. 405/2006) geschaffen; die Novellierung zum Bundespflegegeldgesetz mit einer staatlichen Förderung der 24-Stunden-Betreuung verringerte die Kosten für die Betroffenen. Eine Studie des Hilfswerks von 2018 erhebt 25.300 Personen österreichweit, die 24-Stunden-Betreuung in Anspruch nehmen; bei der Wirtschaftskammer waren 2018 rund 62.000 Personenbetreuer:innen registriert, die von rund 600 Agenturen landesweit vermittelt werden (Hilfswerk Österreich, 2018). Die Verdiensthöhe der Pfleger:innen ist sehr gering und liegt bei rund 650 bis 700 Euro in der Woche für 24/7-Dienstbetrieb (eigene Berechnung), oftmals lohnt sich die Schichtarbeit in Österreich nur aufgrund der zusätzlich ausbezahlten Leistungen, wie dem

³² Siehe <https://www.hindustantimes.com/india-news/an-acknowledgement-of-women-s-work-in-economics-hits-misses-and-a-long-road-ahead-101696875659892.html>.

Kindergeld – wenn es auf dem Niveau Österreichs liegt, was nicht nur als ethisches Problem gesehen werden sollte, wenn es um die finanzielle Ermächtigung *aller* Frauen in Österreich geht. Die Pflege durch Fachkräfte ist aufgrund der Prekarität der Tätigkeit von akutem **Personalmangel** geprägt, der den Druck auf Angehörige, insbesondere Frauen, erhöht. Die OECD schätzt, dass das Pflegepersonal in Österreich bis 2040 um etwa 70 Prozent aufgestockt werden muss, um das gegenwärtige Pflegeverhältnis zwischen Personal und Kund:innen aufrechterhalten zu können (OECD, 2020b). Ohne die erforderlichen Pflegekräfte wird es den österreichischen Frauen nicht möglich sein, sich (weiterhin) für Erwerbsarbeit „freizuspielen“ und finanziell eigenständig zu bleiben bzw. zu werden.

2.7 Zentrale Themen und Entscheidungen und der Lebensphasenansatz

Wie zuvor ausgeführt, kann Finanzbildung das Wohlergehen von Frauen in Österreich innerhalb der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen nur ergänzend, aber als wichtiges Element, unterstützen. Viele wesentliche Faktoren für das finanzielle Wohlergehen können nur durch politische Maßnahmen und Veränderungen bzw. gesetzliche Änderungen verbessert werden. In diesem Zusammenhang kann es als zentrale Dimension von Finanzbildungsmaßnahmen und -initiativen betrachtet werden, innerhalb der gegebenen Rahmenbedingungen aufzuzeigen, in welchen Bereichen und zu welchen Zeitpunkten im Leben individuelle Handlungsspielräume für Frauen zur Verbesserung ihres finanziellen Wohlergehens bestehen.

Es stellt sich also die Frage, welche kritischen Zeitpunkte bzw. Situationen in weiblichen Biografien häufig auftreten, in denen mit Finanzbildungsmaßnahmen angesetzt werden kann, um finanzielles Wohlergehen von Frauen zu stärken bzw. das Risiko finanzieller Notsituationen zu verringern. Die nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich formuliert dahingehend einen „Lebensphasenansatz“ und identifiziert „acht Lebensphasen [...], in denen die österreichische Bevölkerung [...] mit spezifischen Finanzbildungsangeboten unterstützt werden soll. Kriterien für die Auswahl der Lebensphasen waren ihre prägende Bedeutung für den weiteren Lebensverlauf und wichtige finanzielle Entscheidungen, mit denen sie in der Regel verbunden sind.“ (BMF, 2021, S. 42). Im „Guidance Dokument“, das sich auf Frauen als Zielgruppe von Finanzbildungsmaßnahmen konzentriert, wird eine Version präsentiert, die auf die Lebensrealität von Frauen zugeschnitten ist und sich aus vier kondensierten Lebensphasen zusammensetzt (BMF, 2023d). Diese vier Lebensphasen mit jeweils zentralen finanziellen Themen und Entscheidungen sind die folgenden:

1. **Schule und Ausbildung:** erster Umgang mit Geld (Taschengeld, erstes eigenes Einkommen), Konsumententscheidungen, Ausbildungs- und Berufswahl, eventuell erster eigener Haushalt;
2. **Arbeitsleben:** Berufswahl, Karriereplanung, Ausmaß der Erwerbstätigkeit bzw. Erwerbslosigkeit, Gehaltsverhandlungen, Selbstständigkeit bzw. Unternehmer:innen-tum, Karenz, Geldanlage, Vorsorge;
3. **Familienleben und Partnerschaft:** Partnerschaft bzw. Heirat, Ausmaß und Aufteilung der Erwerbstätigkeit, Dauer und Aufteilung der Karenz, Pensionssplitting, Familienplanung, große finanzielle Entscheidungen/Investitionen (eventuell gemeinsam mit Partner:innen), Trennung bzw. Scheidung, Geldanlage, Vorsorge;
4. **Ruhestand:** Auskommen mit veränderten Einkommens- und Ausgabenbedingungen, finanzielle Entscheidungen in Folge von Lebensereignissen (Krankheitsfall, Todesfall von Partner:innen etc.), Pflegebedürftigkeit (von Partner:innen), Weitergabe von Vermögen (Erbschaft);

Innerhalb dieser Lebensphasen lassen sich dann für die einzelnen Themen und Entscheidungen entsprechende kritische Momente (engl. „critical moments“), Eintrittspunkte (engl. „entry points“) bzw. Lernmomente (engl. „teachable moments“) identifizieren, an denen spezifische Finanzbildungsangebote sinnvoll und effektiv ansetzen können.

Da der Schwerpunkt der Maßnahmenentwicklung in Kapitel 5 auf Finanzbildungsangeboten für erwachsene Frauen liegt, konzentrieren sich die folgenden Darstellungen vor allem auf die Lebensphasen „Arbeitsleben“, „Familienleben und Partnerschaft“ und „Ruhestand“.

3 Motivatoren und Barrieren für Finanzbildung

Um gezielte und effektive Maßnahmen zur Förderung bestimmter Verhaltensweisen bzw. -änderungen von Personen zu entwickeln, ist es nützlich, die Motivatoren ihres aktuellen Verhaltens und die Barrieren für das gefragte Verhalten zu analysieren. Diese Analyse wird im verhaltenswissenschaftlichen Ansatz häufig nach dem COM-B-Modell von Michie, van Stralen & West (2011) durchgeführt (siehe **Infobox 3.1**). Das COM-B-Modell betrachtet menschliches Verhalten als die Interaktion von Fähigkeiten, Gelegenheiten und Motivation und nimmt an, dass das Verhalten selbst auf diese drei Faktoren rückwirkt. Auch wenn Fähigkeiten, (situative) Gelegenheiten und Motivation konzeptionell nicht scharf voneinander trennbar sind, ist das Modell nützlich, um mögliche

Motivatoren und Barrieren für ein bestimmtes Verhalten, die bei der Entwicklung effektiver Maßnahmen berücksichtigt werden müssen, systematisch zu identifizieren.

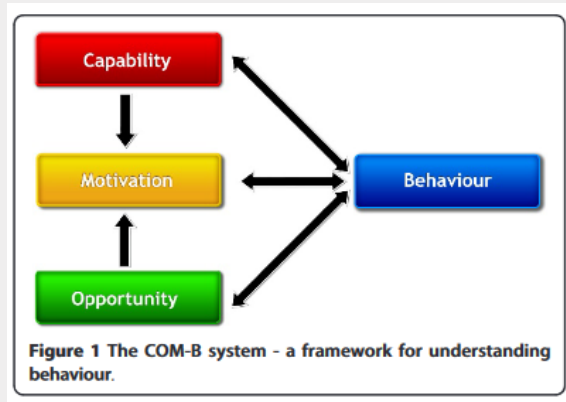
In den folgenden Abschnitten beschreiben wir eine Auswahl von Motivatoren und Barrieren, die zum einen die individuelle Auseinandersetzung mit Finanzthemen bzw. den Zugang zu Finanzbildungsangeboten und zum anderen die Wirksamkeit von Finanzbildungsmaßnahmen beeinflussen. Unsere Unterscheidung der verschiedenen Motivatoren und Barrieren in Fähigkeiten, (situative) Gelegenheiten und Motivationen stützt sich auf das COM-B-Modell. Auswahl und Ausführlichkeit der Darstellung einzelner Themenbereiche orientieren sich daran, welche Faktoren hinsichtlich der Finanzbildung von Frauen in Österreich eine wesentliche Rolle spielen.

Infobox 3.1: Das COM-B-Modell

Das COM-B-Modell des Verhaltens nach Michie, van Stralen & West (2011) geht davon aus, dass die bestimmenden Faktoren für menschliches Verhalten („behavior“) in drei Bereiche fallen, nämlich Fähigkeiten („capabilities“), Gelegenheiten („opportunities“) und Motivation („motivation“).

- **Fähigkeiten** umfassen individuelle physische und psychische Kompetenzen und Fertigkeiten sowie spezialisiertes Wissen.
- **Gelegenheiten** beschreiben situative Gegebenheiten sowohl physischer als auch sozialer Natur, die ein bestimmtes Verhalten ermöglichen oder verhindern, jedoch außerhalb des individuellen Einflussbereichs liegen.
- **Motivation** bezeichnet all jene kognitiven Prozesse, die Verhalten anstoßen und energetisieren. Diese beinhalten habituelle und automatische Prozesse, Emotionen sowie analytische, bewusste Entscheidungsprozesse.
- Aus dem Zusammenspiel von Fähigkeiten, Gelegenheiten und Motivation entsteht **Verhalten**, das selbst wiederum auf jeden der Faktoren rückwirken kann. Innerhalb der verhaltensbestimmenden Faktoren können Fähigkeiten und Gelegenheiten die Motivation beeinflussen (siehe [Abbildung 2](#)).

Abbildung 2: Das COM-B-Modell (aus Michie, van Stralen & West, 2011)



Maßnahmen können auf die Veränderung eines oder mehrerer der verhaltensbestimmenden Faktoren abzielen, um eine Verhaltensänderung herbeizuführen. Für die Entwicklung effektiver Maßnahmen ist es zentral, zunächst das Verhaltensziel klar zu definieren, und dann zu analysieren, welche Komponenten des Verhaltenssystems verändert werden können bzw. müssen, um dieses zu erreichen. Dabei muss berücksichtigt werden, dass Wechselwirkungen innerhalb des Systems zu Veränderungen an anderer Stelle führen können, die die Effekte der Maßnahme auf das Verhalten abschwächen oder verstärken.

3.1 Fähigkeiten

Um Finanzbildungs- und Informationsangebote wahrnehmen zu können, benötigen Menschen einige grundlegende Fähigkeiten und Kenntnisse, wie z. B. sprachliche Fertigkeiten, mathematisches Basiswissen oder kognitive Kapazitäten der Wahrnehmung und Informationsverarbeitung. Im Folgenden werden diese Aspekte kurz vorgestellt.

3.1.1 Sprache

Lese- und Schreibvermögen sowie die Fähigkeit, die dominierende Sprache eines Landes zu sprechen, haben grundsätzlich große Auswirkungen auf die Möglichkeiten einer Person, nach Information zu suchen bzw. verfügbare Information zu verstehen (Savolainen, 2016). Mangelnde Kenntnisse in diesen Bereichen können z. B. dazu führen, dass Personen externe Warnzeichen oder Mahnungen nicht wahrnehmen oder Vertragsklauseln nicht verstehen. Unzureichende Kenntnisse der dominierenden Landessprache können auch dazu führen, dass Personen nach Informationen in ihrer Muttersprache suchen, diese aber nicht oder nur unvollständig vorhanden sind. Eine mangelnde Beherrschung der Amtssprache stellt insbesondere für Finanzbildung ein erhebliches Hindernis dar

(siehe z. B. Karakurum-Ozdemir et al., 2019). Um im Rahmen von Finanzbildungsmaßnahmen sprachliche Barrieren verschiedener Art zu verringern, ist es daher wichtig, essenzielle Information in einfacher Sprache anzubieten, die auf bürokratische und finanzielle Fachterminologie verzichtet (Atkinson & Messy, 2013).

3.1.2 Wissen

Alphabetisierung und Grundkenntnisse im Umgang mit Zahlen bzw. in Mathematik (engl. „numeracy“) bilden die Basis für höhere Finanzbildung (Atkinson & Messy, 2013). Neben dem Finanzwissen ist digitales Wissen (engl. „digital literacy“) sowie Wissen zur Bewertung von Informationsquellen bzw. um Informations- und Beratungsstellen gerade im Bereich der Finanzbildung zentral.

Finanzwissen

Wie in Kapitel 2.3 ausgeführt, unterscheidet sich der Finanzwissensstand zwischen Männern und Frauen. Es zeigt sich ein Unterschied in der Aufnahmerate von Finanzwissen zum Beispiel zwischen Buben und Mädchen. In einer Stichprobe von 5.329 Oberstufenschüler:innen in den USA, die an einem zehnstündigen Finanzplanungskurs teilnahmen, wurde festgestellt, dass Mädchen durch den Kurs mehr Wissen erlangten, während Burschen bereits zu Beginn über mehr Wissen verfügten. Burschen hatten sowohl vor als auch nach dem Kurs ein höheres Selbstvertrauen in Bezug auf finanzielle Entscheidungen, bei den Mädchen wurde jedoch ein höherer Wissenszuwachs während des Kurses beobachtet. Das unterstreicht, dass insbesondere Frauen bzw. Mädchen von der Teilnahme an solchen Kursen profitieren können (Danes & Haberman, 2007).

Digitales Wissen

Digitales Wissen und Fertigkeiten im Umgang mit Kommunikations- und Informationstechnologien (z. B. PC, Internet) sind häufig eine Voraussetzung, um auf digitale Bildungsangebote zugreifen zu können und sich zu Finanzthemen weiterzubilden (Atkinson & Messy, 2013). Darüber hinaus benötigen Menschen z. B. Wissen zu Suchstrategien im Internet, um adäquate Informationsquellen finden zu können (ALA, 2000). Für den individuellen Aufbau von digitalem Wissen ist das Erlernen digitaler Kompetenzen in Ausbildung bzw. Beruf zentral (Ertl et al., 2020).

Wissen zur Bewertung von Informationsquellen

Da Betrug und Falschinformationen bei Finanzthemen eine große Rolle spielen, ist Wissen über die Glaubwürdigkeit von Informationsquellen in diesem Bereich besonders wichtig. Gleichzeitig sind Menschen mit höherer Finanzbildung eher in der Lage, Falschinformationen und Finanzbetrug zu erkennen als Menschen mit geringer Finanzbildung (Chariri et al., 2018; Engels et al., 2020). Personen mit geringerem sozioökonomischen Status verfügen weniger häufig über ausreichende Kenntnisse, um falsche oder betrügerische Informationen zu erkennen (Mackert et al., 2009). Um die Vertrauenswürdigkeit von Quellen richtig einschätzen zu können, braucht es vor allem auch Erfahrung. Je öfter Menschen nach Informationen suchen und bewusst verschiedene Quellen miteinander vergleichen, desto besser ist ihr Wissen über Erkennungskriterien verlässlicher bzw. irreführender Informationen (Scherer & Moors, 2019).

Signale von vertrauenswürdigen Quellen, z. B. in Form von Siegeln, Symbolen oder Logos, können Menschen dabei helfen, glaubwürdige Informationen zu erkennen (Zhang, 2005). Gerade für Menschen, die nicht über ausreichend spezifisches Wissen verfügen oder sich nicht stark für ein Produkt interessieren, werden diese Arten von Signalen gerne als Heuristik zur Evaluation der Qualität und Glaubwürdigkeit einer Information oder eines Produktes eingesetzt (Atkinson & Rosenthal, 2014; Rifon et al., 2005). Insofern Frauen über weniger faktisches Finanzwissen verfügen, können diese Signale gerade für Frauen besonders hilfreich sein. Es zeigt sich aber auch, dass Siegel unabhängig von ihrer Qualität (z. B. wissenschaftlich hinterlegt oder nicht) „funktionieren“ und zu mehr Kaufentscheidungen (Salehan et al., 2015), mehr Informationspreisgabe (Wang et al., 2004) oder höheren Geboten bei Auktionen (Sinason et al., 2009) führen. Es kann aber angenommen werden, dass Siegel, die auf hohen, legitimen Standards beruhen, transparent kommuniziert werden und tatsächlich gute Angebote anzeigen, nach und nach das Vertrauen von Bürger:innen aufbauen können (Gangl et al., 2020). Umgekehrt könnten auch Warnhinweise (beispielsweise für manche Finanzberatung auf YouTube) Menschen dabei unterstützen, gewissen Angeboten mit Skepsis zu begegnen.

Wissen um Informations- und Beratungsstellen

Das Wissen um mögliche Informations- und Beratungsstellen ist ebenfalls zentral für gute finanzielle Entscheidungen und die Möglichkeit, Finanzbildungsangebote überhaupt annehmen zu können (Coulton & Frost, 1982). Dementsprechend ist es wichtig, dass Finanzbildungsangebote niederschwellig und sehr breit beworben werden (Lusardi, 2019).

3.1.3 Kognitive Fähigkeiten

Um wohlüberlegte finanzielle Entscheidungen treffen zu können, müssen Menschen komplexe Informationen suchen und verarbeiten, Pläne entwickeln, die möglicherweise weit in die Zukunft reichen und Risiken beurteilen. Dementsprechend beeinflussen kognitive Fähigkeiten und Mechanismen das Treffen von finanziellen Entscheidungen. Hier muss vorweggenommen werden, dass es in den folgenden Ausführungen keineswegs darum geht, das Verhalten von Personen in finanziellen Notlagen zu kritisieren. Personen in finanziellen Notlagen unterliegen in ihren Entscheidungen und Verhaltensmöglichkeiten verschiedensten Sachzwängen, und kognitive Verzerrungen können nur einen Teil der Erklärung ausmachen.

Mehrere Studien zeigen, dass Stress, Unsicherheiten, Risiken und die daraus folgenden Belastungen die kognitiven Fähigkeiten beeinträchtigen können (siehe z. B. de Bruijn & Antonides, 2022; Labie et al., 2017; Mani et al., 2013; O’Donnell et al., 2021). Dies trifft besonders auf Personen zu, die sich in schwierigen finanziellen Lagen befinden. Meta-Analysen zeigen, dass unter finanzieller Unsicherheit häufig zwei Mechanismen auftreten: Erstens, ein Tunnelblick und zweitens, kurzfristiges Denken.

Tunnelblick

Beim Tunnelblick wird die Aufmerksamkeit stark auf unmittelbare Bedürfnisse oder Probleme fokussiert und andere Aspekte werden außer Acht gelassen. Der Tunnelblick auf akute Probleme kann finanziell belastete Personen dazu verleiten, übermäßig Ressourcen zu leihen und sich zu verschulden, auch wenn das langfristig die finanzielle Knappheit noch verstärkt (siehe z. B. de Bruijn & Antonides, 2022; Shah et al., 2012). Da der Fokus der Aufmerksamkeit auf der momentanen Situation liegt – was in vielen Fällen zur Bewältigung akuter Notlagen auch notwendig ist – werden gegenwärtige finanzielle Probleme durch übermäßige Kreditaufnahme gelöst und die langfristigen Kosten dieser Entscheidung in den Überlegungen weniger gewichtet (Shah et al., 2012).

Kurzfristiges Denken

Mit dem Tunnelblick hängt das kurzfristige Denken zusammen. Mehrere experimentelle Studien zeigen, dass Personen in Situationen der Knappheit Ressourcen in der Gegenwart stärker gewichten als in der Zukunft, und mögliche zukünftige Erträge oder Verluste stärker abdiskontieren. Im Kontext ökonomischer Knappheit kann kurzfristiges Denken vor allem für Personen mit niedrigem sozioökonomischen Hintergrund ein erhöhtes Risiko darstellen (Elbaek et al., 2021). Es kann z. B. dazu führen, dass sie sich dazu entscheiden, ihr Einkommen unmittelbar für ein Gut zu verwenden, anstatt zu sparen, oder dass sie sofortige, kleinere Zahlungen größeren, zukünftigen Zahlungen vorziehen (siehe z. B. Griskevicius et al., 2011 und 2013; Ishii et al., 2017). Ähnliche Ergebnisse liefern

verschiedene Versionen des berühmten Marshmallow-Experiments: Kinder aus reicheren Haushalten warten länger auf eine Marshmallow-Belohnung als Kinder aus ärmeren Haushalten (siehe z. B. Watts et al., 2018). In sozioökonomisch prekären Verhältnissen kann es aber auch rational sein, eher sofortige Belohnungen zu realisieren als auf risikante Versprechen für die Zukunft zu hoffen.

Der Fokus auf die Gegenwart ist nicht unbedingt eine Eigenschaft ärmerer Personen, sondern von Situationen der Knappheit abhängig – wenn zum Beispiel die Zeit bis zu einer späteren Zahlung nur schwer überbrückt werden kann (Cassidy, 2018). Eine Studie zeigt, dass beispielsweise ein Schuldenerlass diesen verzerrten Fokus auf die Gegenwart verringert (Ong et al., 2019).

Auf die Gegenwart fokussiertes Denken zeigt sich auch im größeren Kontext bei der Bewertung von Jobs mit unterschiedlich hohem Erwerbseinkommen relativ zu den Ausbildungskosten. Ein Online-Experiment aus Kanada mit 1.250 Teilnehmenden präsentierte hypothetische Jobmöglichkeiten auf zwei Arten (kurzfristig weniger vs. langfristig mehr Lohn). Die Ergebnisse zeigen, dass Menschen mit geringem eigenen Einkommen bei hohen Ausbildungskosten einen Job mit kleinerem, aber früherem Einkommen gegenüber späterem, größerem Einkommen bevorzugen (Hopkins et al., 2023).

Nicht nur Knappheit an materiellen Ressourcen, sondern auch an Möglichkeiten wirken sich auf das menschliche Handeln aus (siehe **Infobox 3.2**).

Infobox 3.2: Verhaltensökonomische Experimente zum menschlichen Handeln in Situationen von Knappheit

Shah et al. (2012) testeten, wie Studienteilnehmer:innen unter Knappheit in ökonomischen Entscheidungssituationen und Spielen handeln. In einem Experiment mit 68 Teilnehmenden mussten Personen ein Spiel ähnlich zu „Angry Birds“ spielen, in dem sie mit einer Steinschleuder schossen und Punkte für das Abschießen von Zielen bekamen. „Arme“ Teilnehmende waren so definiert, dass sie pro Runde weniger verfügbare Versuche hatten als „reiche“ Teilnehmende, die sehr viele Versuche hatten. Manche Teilnehmenden konnten sich weitere Versuche aus ihren zukünftigen Runden borgen. „Arme“ Personen schnitten besser ab als „reiche“ Personen, aber nur wenn sie nicht die Möglichkeit hatten, Versuche aus zukünftigen Runden zu borgen. Unter Knappheit an Versuchen strengten sich die Personen mehr an, um effektiv und effizient zu spielen. Wenn sie sich Versuche von den eigenen kommenden Runden leihen durften, schnitten sie schlechter ab und behinderten ihren eigenen zukünftigen Erfolg. Ähnliche Ergebnisse fanden die Autor:innen auch mit weiteren 280 Teilnehmenden in unterschiedlichen Versionen

eines Wissensspiels. Der Zwang, mit wenigen Versuchen auszukommen, scheint dazu zu führen, dass Personen tatsächlich mit weniger auskommen können, wenn sie müssen. Dieses Ergebnis beinhaltet aber keine Folgenabschätzung der Auswirkung von langfristiger Ressourcenknappheit auf persönliches (physisches wie psychisches) Wohlbefinden. Wie oben erwähnt, kann sich Stress (als eine Folge von Ressourcenknappheit) negativ auf kognitive Fähigkeiten auswirken. Diese Studie ist eine Momentaufnahme unter kontrollierten Bedingungen, und zeigt, dass finanzielle Knappheit auch das Entscheidungsverhalten von gut situierten Menschen beeinflussen kann.

Insgesamt lässt sich vermuten, dass das Erleben akuter oder dauerhafter Knappheit die kognitiven Kapazitäten von Menschen beeinträchtigt und dazu führt, dass sie auf die unmittelbare Wiedergewinnung von Ressourcen fokussieren (Elbaek et al., 2021). Relativ wahrgenommene Knappheit kann ebenfalls solche Auswirkungen haben, sodass der Tunnelblick und das kurzfristige Denken auch bei eigentlich wohlhabenden Personen auftreten können (O'Donnell et al., 2021).

Die in diesem Abschnitt referenzierte Literatur verdeutlicht, dass kognitive Fähigkeiten vom (Nicht-)Vorhandensein materieller und immaterieller Ressourcen abhängen. Daher sollte das Zukunftsdenken von Personen in Situationen der Knappheit gestärkt werden, um der Tendenz der Gegenwartsverzerrung entgegenzuwirken, und auch zukünftige Bedürfnisse zu reflektieren. Dennoch ist es wichtig, hervorzuheben, dass kognitive Fähigkeit und Motivation zum Sparen wenig bis gar nicht helfen, wenn es Menschen aufgrund ihrer ökonomischen Situation kaum möglich ist, zu sparen. Zudem kann es aus der Perspektive ärmerer Personen durchaus rational sein, sofortige Belohnungen zu bevorzugen, weil sich in ihrer Erfahrung möglicherweise Versprechen über die Zukunft häufiger nicht eingelöst haben.

3.2 Gelegenheiten

Gelegenheiten bzw. situative Rahmenbedingungen und Möglichkeiten bestimmen sehr stark, ob Finanzbildung bzw. überlegtes Finanzverhalten möglich sind oder nicht (Patel & Vlaev, 2019). Einerseits bestimmen gesamtgesellschaftliche, wirtschaftliche und gesetzliche Rahmenbedingungen, wie sie in Kapitel 2.6 dargestellt wurden, den Handlungsspielraum für finanzielle Entscheidungen. Andererseits spielen auch praktische Hürden oder Möglichkeiten bei der Annahme von Finanzbildungsmaßnahmen und der Umsetzung der gelernten Inhalte im tatsächlichen Leben besonders bei Frauen eine große Rolle. Erfolgreiche Finanzbildungsmaßnahmen müssen diese Rahmenbedingungen und damit zusammenhängende Barrieren berücksichtigen. Es stellt sich also die Frage wann,

wo und wie (auf welchem Weg oder Kanal) Möglichkeiten zur Finanzbildung stattfinden müssen, um die Zielgruppe zu erreichen.

3.2.1 Zeit und Zeitpunkt

Eine maßgebliche Ressource für die Beschäftigung mit Finanzthemen und für die Teilnahme an Finanzbildungsmaßnahmen ist die Zeit. Dies trifft auf alle Bevölkerungsgruppen zu, ist aber besonders bei Frauen oft ein knapperes Gut, da die aktuellen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen häufig zu einer Doppelbelastung aus Erwerbs- und Care-Arbeit führen (siehe z. B. Hsu, 2015, Fonseca et al., 2012, Bucher-Koenen et al. 2021). Erwerbsarbeit und Betreuungsarbeit können die Zeitressourcen reduzieren, in der man sich über Finanzthemen informieren kann oder bei Finanzbildungsmaßnahmen teilnehmen kann. Finanzbildungsmaßnahmen, die speziell auf Frauen abzielen, müssen die Vereinbarkeit von Betreuungspflichten und Angeboten besonders berücksichtigen. Während man berufstätige Frauen mit Finanzbildungsmaßnahmen in und während der Arbeitszeit gut erreichen kann, fällt diese Möglichkeit für nicht-berufstätige Frauen weg. Insofern muss der Umstand, dass Frauen einen tendenziell geringeren Zugang zum Arbeitsmarkt haben, berücksichtigt werden (OECD, 2013b).

Die Dimension der Zeit reicht über deren Verfügbarkeit hinaus. Die Wahl eines Zeitpunkts für Finanzbildungsangebote ist ein relevanter Faktor für die erfolgreiche Umsetzung von Wissen in eigene finanzielle Entscheidungen (Kaiser & Menkhoff, 2017). Das bedeutet, dass das erworbene (angebotene) Wissen relativ unmittelbar angewandt werden können muss, damit es auch effektiv genutzt wird. Einerseits müssen solche Momente identifiziert werden, andererseits müssen Angebote, die sich auf einzelne Lebensphasen beziehen, zur richtigen Zeit an die richtige Empfängerin kommen. In der wissenschaftlichen Literatur wird hier von Eintrittspunkten (engl. „entry points“) und Lernmomenten (engl. „teachable moments“) gesprochen; diese können sich natürlich auch überschneiden.

Umbruchsphasen im Leben (z. B. Umzug, Geburt eines Kindes, Scheidung, Todesfall) zählen in den Verhaltenswissenschaften als gute Möglichkeiten, um neues Verhalten zu erlernen, Gewohnheiten zu brechen oder neue Gewohnheiten zu entwickeln (Kaiser & Menkhoff, 2017). In Umbruchsphasen müssen sehr viele Verhaltensweisen erprobt und neue Routinen aufgebaut werden. In solchen Phasen ist es leichter, auch gezielt neues Verhalten zu erlernen. Umbruchsphasen oder auch zentrale Themen, wie sie im Lebensphasenansatz (BMF, 2023d, bzw. Kapitel 2.7) beschrieben werden, können daher als sehr gute zeitliche Gelegenheiten für Finanzbildungsthemen angesehen werden. Mit dem Einstieg ins Berufsleben oder bei der Gründung einer Familie kann mit mehr Aufmerksamkeit und Bereitschaft gerechnet werden, sich mit dem Thema Finanzbildung zu beschäftigen.

3.2.2 Orte und Modalitäten des Austauschs über Finanzthemen

Neben Zeit bzw. Zeitpunkt spielen auch materielle Rahmenbedingungen wie die Verfügbarkeit von finanziellen Ressourcen, die Infrastruktur und die Örtlichkeit eine Rolle für das Finanzverhalten und potenziell auch für die Inanspruchnahme von Informationen. Für Finanzverhalten ist die Verfügbarkeit von Geld aus mehrererlei Hinsicht zentral. Nur wenn Geld verfügbar ist, kann auch damit geplant werden. Zudem bestimmen die finanziellen Möglichkeiten auch, ob man über Infrastruktur verfügt, um zum Beispiel an Fortbildungsmaßnahmen teilzunehmen, oder bestimmte Finanzhandlungen zu tätigen, wie etwa Kinderbetreuung, Auto, Drucker, Internetzugang oder Online-Banking. Für Onlineangebote sind z. B. ein Endgerät und der Zugang via Netzwerk nötig (Chowdhury & Gibb, 2009; Atkinson & Messy, 2013), sowie Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien und Technologien. Die umfangreiche, rein digitale Verfügbarkeit von Informationen benachteiligt gewisse Personengruppen doppelt, wie beispielsweise Personen mit Seh-schwächen (Williamson et al., 2000). Der Zugang zu Internetangeboten kann über öffentliche Bibliotheken überwunden werden, aber auch hier kann es zu Wartezeiten und Restriktionen der Nutzungsdauer kommen (Connolly & Crosby, 2014).

Soziale Ressourcen beeinflussen das Finanzverhalten und die Inanspruchnahme von Informationen direkt und indirekt. Direkter Einfluss passiert durch Austausch, im Gespräch und durch das Beobachten des Verhaltens anderer. Indirekt ist soziales Kapital auch dann relevant, wenn es darum geht, den richtigen Kontakt zu anderen Stellen zu finden, oder auch ganz pragmatisch für die Unterstützung bei der Kinderbetreuung. Menschen in einem sozialen Netzwerk, in dem sich andere mit Finanzthemen befassen, oder die eine unterstützende Familie oder Freund:innen haben, haben mehr Möglichkeiten, über Finanzthemen zu sprechen und nützliche Erfahrungen zu machen. Beispielsweise sind die Eltern der zentrale Faktor für die Finanzbildung von Mädchen und Buben (siehe **Infobox 3.3**).

Infobox 3.3: Studie über den Einfluss des Elternhauses

Eine Studie aus Neuseeland mit über Tausend 14- bis 15-Jährigen zeigt, dass der Zeitpunkt, zu dem Kinder das erste Mal zu Hause über Finanzen sprechen, einen Einfluss auf die Finanzkompetenz später im Leben hat (Agnew & Cameron-Agnew, 2015). Mit Burschen wird zu Hause früher (durchschnittlich im Alter von 10,3 Jahren) über Finanzen gesprochen als mit Mädchen (durchschnittliches Alter von 11,0 Jahren). Der Gender Gap beläuft sich somit auf etwa 8,5 Monate, was die spätere Finanzkompetenz beeinflussen kann. Es ist daher wichtig, auch mit Mädchen früh über finanzielle Themen zu sprechen.

Das bedeutet aber auch, dass Kinder, deren Eltern über wenig Finanzwissen verfügen, selbst über weniger Wissen und potenziell weniger durchdachte Verhaltensweisen verfügen, als es Kinder von finanziell höher gebildeten Eltern haben. Um Informationen an Frauen zu vermitteln, bedarf es Personen oder Quellen, die bei Frauen besonders viel Vertrauen genießen. Es kann angenommen werden, dass Personen, die den jeweiligen Frauen bezüglich soziodemografischem Hintergrund, Interessen und Wohnort nahe sind, auch als besonders vertrauenswürdige Quellen eingeschätzt werden (Patel & Vlaev, 2019).

Auch geografische Barrieren, also die physische Verfügbarkeit von Angeboten durch Infrastruktur spielt eine Rolle (Atkinson & Messy, 2013). Hier besteht insbesondere ein großer Unterschied zwischen Stadt und Land: Während es in der Stadt viele Möglichkeiten gibt, Orte für Finanzbildung zu erreichen oder finanzielle Entscheidungen zu optimieren (z. B. Second Hand Shops, größeres Angebot an Arbeitsstellen), sind diese Möglichkeiten in ländlichen Gebieten geringer ausgeprägt.

3.3 Motivation

Wichtige (positive oder negative) Motivationsfaktoren für die individuelle Auseinandersetzung mit Finanzthemen und die Annahme von Finanzbildungsangeboten sind Selbstvertrauen, Selbstwirksamkeit, Stereotype, Stigmatisierung von finanziellen Problemen und informationsvermeidendes Verhalten. Im Folgenden werden diese Aspekte und ihre Relevanz für die Gestaltung von Finanzbildungsmaßnahmen beschrieben.

3.3.1 Selbstvertrauen

Selbstvertrauen hat einen großen Einfluss auf das eigene Verhalten. Eine Umfrage in Deutschland mit 609 Schüler:innen im Abschlussjahr zeigt, dass starke Geschlechterunterschiede im Selbstvertrauen bezüglich Finanzwissen bestehen. Bevor Fragen zum Finanzwissen ausgefüllt wurden, gaben Schülerinnen um zwölf Prozent weniger Selbstvertrauen in ihr Finanzwissen an als Schüler. Dieser Unterschied vergrößerte sich nach dem Ausfüllen der Umfrage weiter auf 30 Prozent (Blaschke, 2022). Mangelndes Selbstvertrauen von Frauen in Bezug auf Finanzen kann dazu führen, dass sie es vermeiden, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen oder Informationsangebote in Anspruch zu nehmen. Mangelndes Selbstvertrauen kann dementsprechend auch das Erlernen von Finanzkompetenz erschweren. Spezifisch für Österreich zeigen Fessler, Jelovsek & Silgoner (2020) in einer Befragung von 1.500 Personen im Jahr 2019, dass Männer bei Finanzwissensfragen besser abschneiden als Frauen.

Einige Studien deuten darauf hin, dass eine – zumindest teilweise – Erklärung für das objektiv geringere Finanzwissen von Frauen in ihrem mangelnden Selbstvertrauen liegt

(siehe z. B. Angrisani & Casanova 2019, Bucher-Koenen et al., 2017, oder Heo et al., 2021). Eine Analyse der von der OECD (2016) durchgeführten Umfrage über Finanzwissen und Finanzverhalten in 14 Ländern mit 20.083 Teilnehmer:innen ergab, dass Frauen in allen inkludierten Ländern deutlich häufiger mit „Ich weiß nicht“ antworten oder die Antwort verweigern (Aristei & Gallo, 2022). Dies hängt einerseits mit einem geringeren Selbstvertrauen zusammen, aber auch damit, dass Frauen ihr tatsächliches Wissen korrekter einschätzen als Männer, die ihr Wissen tendenziell eher überschätzen (Aristei & Gallo, 2022). Während Frauen also in Finanzfragen eher zögerlich sind, ermutigt das tendenziell übermäßige Selbstvertrauen der Männer diese eher dazu, sich mit Finanzthemen zu beschäftigen. Das Vertrauen in das eigene Finanzwissen beeinflusst folglich auch das Finanzverhalten. Dieses Vertrauen kann beispielsweise den Geschlechterunterschied bei risikoreicheren Investitionen erklären (Cupák et al., 2021). Kramer (2016) zeigt zudem auf, dass Personen, die mehr Vertrauen in ihr eigenes Finanzwissen haben, weniger Finanzberatung in Anspruch nehmen, während das objektiv gemessene Finanzwissen keinen Einfluss auf die Inanspruchnahme von Finanzberatung hat. Da Frauen eher ein geringes Vertrauen in ihr Finanzwissen haben (Aristei & Gallo, 2022), könnten sie daher aber für eine Finanzberatung eher empfänglich sein, wenn sie ihnen entsprechend angeboten wird.

3.3.2 Selbstwirksamkeit

Ein verwandtes Konzept zum Selbstvertrauen ist die Selbstwirksamkeit. Mit Selbstwirksamkeit ist die eigene Überzeugung gemeint, selbst schwierige Aufgaben aufgrund der eigenen Kompetenzen bewältigen zu können. Finanzielle Selbstwirksamkeit ist demnach die wahrgenommene Fähigkeit, finanzielle Aufgaben bewältigen zu können. Die wahrgenommene Selbstwirksamkeit beeinflusst, ob Menschen sich zu einer Handlung entschließen, bzw. versuchen, eine schwierige Aufgabe zu bewältigen. Folglich führt höhere Selbstwirksamkeit zu mehr Anstrengung und besserer Leistung. Sie hängt mit Kontrollüberzeugungen zusammen (siehe **Infobox 3.4**) und wird von früheren Erfahrungen beeinflusst bzw. kann durch Erfolgserlebnisse verstärkt werden (Chan et al., 2017; Furrebøe & Nyhus, 2022).

Infobox 3.4: Selbstwirksamkeit und Kontrollüberzeugungen

Selbstwirksamkeit steht in engem Zusammenhang mit der Kontrollüberzeugung (engl. „locus of control“), d. h. der Einschätzung, wie viel Kontrolle eine Person über die Ereignisse in ihrem Leben hat. Bei interner Kontrollüberzeugung (im Vergleich zu externer Kontrollüberzeugung) glauben Personen, dass sie für die Ereignisse in ihrem Leben verantwortlich sind, was sie dazu ermutigt, Maßnahmen zu ergreifen (Cobb-Clark et al., 2016; Furrebøe & Nyhus, 2022). Personen mit

externer Kontrollüberzeugung glauben hingegen, dass das Schicksal und externe Umstände mehr Einfluss auf ihr Leben haben als sie selbst. In einer Studie mit australischen Panel-Daten wurde festgestellt, dass Personen mit interner Kontrollüberzeugung mehr sparen, und dass sie über mehr Rentenvermögen verfügen als vergleichbare Haushalte mit externer Kontrollüberzeugung (Cobb-Clark et al., 2016). Die interne Kontrollüberzeugung scheint also das Finanzverhalten positiv zu beeinflussen.

Geschlechterunterschiede in finanzieller Selbstwirksamkeit

Generell weisen Männer eine höhere finanzielle Selbstwirksamkeit auf als Frauen (Furrebø & Nyhus, 2022). Ein potenzieller Grund für geschlechtsspezifische Unterschiede in der finanziellen Selbstwirksamkeit ist die Sozialisierung, wobei Untersuchungen darauf hinweisen, dass Burschen mehr und früher von ihren Eltern in Bezug auf Finanzen sozialisiert werden (Furrebø et al., 2023; Goyal et al., 2023). Ein weiterer Faktor der Sozialisierung könnten jedoch auch die Medien sein. Männer beschäftigen sich eher mit Medien, die sich mit Finanzprodukten befassen (Soziale Medien, Zeitungen oder Werbung), was das Finanzwissen verbessert, und so wiederum zu einer höheren finanziellen Selbstwirksamkeit führen kann (Godase et al., 2023).

Finanzielle Selbstwirksamkeit wirkt sich auf das Finanzverhalten aus

Einige Studien deuten darauf hin, dass erhöhte finanzielle Selbstwirksamkeit das Finanzverhalten verbessert (Furrebø & Nyhus, 2022), da neben Finanzwissen auch der Glaube an die eigenen Kompetenzen erforderlich ist, um ein aktives Finanzmanagement zu betreiben (Farrell et al., 2016; Letkiewicz et al., 2014). Das heißt, Personen mit höherer Selbstwirksamkeit glauben eher daran, dass ihr Handeln ihre finanzielle Situation beeinflussen kann. In einer Studie mit australischen Frauen erwies sich die finanzielle Selbstwirksamkeit als einer der stärksten Prädiktoren für die Art und Anzahl der von ihnen gehaltenen Finanzprodukte. Mit zunehmender finanzieller Selbstwirksamkeit hielten Frauen mehr Anlage- und Sparprodukte und weniger schuldenbezogene Produkte, unabhängig von der finanziellen Bildung (Farrell et al., 2016).

Eine höhere finanzielle Selbstwirksamkeit hängt außerdem mit folgendem finanziellen Verhalten zusammen:

- höhere Ersparnisse (Rothwell et al., 2016)
- eine stärkere Inanspruchnahme von Finanzberatung (Chan et al., 2017; Letkiewicz et al., 2014),
- geringere Verschuldung und geringere finanzielle Probleme (Letkiewicz et al., 2014)

Diese Forschungsergebnisse legen nahe, dass die Selbstwirksamkeit in finanziellen Bildungsprogrammen angesprochen werden sollte, da sie nachweislich mit dem Verhalten zusammenhängt (Farrell et al., 2016; Furrebøe & Nyhus, 2022). Zudem deuten einige Forschungsarbeiten darauf hin, dass Finanzbildung selbst nicht nur das Wissen verbessert, sondern wiederum auch die Selbstwirksamkeit fördern kann (Modestino et al., 2019; Rothwell & Wu, 2019; Salas-Velasco, 2022). Einige Studien haben untersucht, ob die Selbstwirksamkeit durch gezielte Maßnahmen erhöht werden kann, um wiederum das Finanzverhalten zu verbessern (siehe **Infobox 3.5**).

Infobox 3.5: Drei Studien, die zeigen, dass finanzielle Selbstwirksamkeit gesteigert werden kann

1. Ein erfolgreiches Programm zur finanziellen Bildung richtete sich an 275 wirtschaftlich benachteiligte Jugendliche im Alter von 14 bis 18 Jahren, als diese ihren ersten Gehaltsscheck erhielten. Gewählt wurde diese Gelegenheit, um die Zielgruppe zu einem Zeitpunkt im Leben anzusprechen, an dem sie beginnen, eigene finanzielle Entscheidungen zu treffen. Die Teilnehmer:innen erhielten ein eigenes Sparkonto, mehrere Workshops und Peer-Support-Gruppen über einen Zeitraum von sechs Monaten. Zu Beginn des Projekts setzten sie sich Sparziele und stellten Daueraufträge für ihr Sparkonto ein. Im Durchschnitt sparten die Teilnehmer:innen in den sechs Monaten 507 Dollar und zeigten im Vergleich zu vor der Intervention einen Anstieg ihres Finanzwissens, ihrer finanziellen Selbstwirksamkeit und der Häufigkeit ihres positiven Finanzverhaltens. Die Intervention war für Männer und Frauen gleichermaßen wirksam (Loke et al., 2015).
2. Hoffmann & Plotkina (2021a) fanden in einer Studie mit 533 Teilnehmer:innen, dass eine Gruppe an Personen, die sich an eine frühere erfolgreiche Erfahrung im Umgang mit ihren persönlichen Finanzen erinnern sollte, eine höhere finanzielle Selbstwirksamkeit erlebte. Die höhere finanzielle Selbstwirksamkeit aufgrund der Intervention führte in weiterer Folge zu verbesserter Selbstkontrolle und zu einer besseren Finanzplanung drei Monate später, verglichen mit der Kontrollgruppe, die sich an eine erfolglose Erfahrung erinnern musste, was sich negativ auf die finanzielle Selbstwirksamkeit auswirkte. Die Konzentration auf finanzielle Erfolge (z. B. Sparen für einen Urlaub oder das Abzahlen von Kreditkartenschulden) kann also die wahrgenommene finanzielle Kompetenz fördern.

3. Eine ähnliche Studie mit 224 Teilnehmer:innen verwendete eine Werbeinformation, die persönliche Stärken betonte (optimistisch, organisiert, selbstsicher und hartnäckig sein). Die Werbung führte zu höherer interner Kontrollüberzeugung und höherer Selbstwirksamkeit bezüglich der finanziellen Planung für den Ruhestand – im Vergleich zu einer Werbung, die auf Schwächen fokussierte (pessimistisch, unorganisiert, nicht selbstsicher sein und Dinge aufschieben) (Hoffmann & Plotkina, 2021b). Positive Informationen, die Stärke suggerieren, können also zu einer höheren Selbstwirksamkeit führen.

Derartige Erkenntnisse könnten insbesondere für Finanzbildungsmaßnahmen für Frauen nützlich sein. So können beispielsweise gamifizierte Finanzkontexte eingesetzt werden, in denen Frauen erfolgreiche Lernerfahrungen zum Ansparen für die Pension machen können (Hoffmann & Plotkina, 2021a). Finanz-Apps könnten genutzt werden, um positive Leistungserfahrungen und Feedback zu vermitteln. Zudem könnten solche Apps die Ruhestandsplanung weiter unterstützen, indem sie die Zielsetzung, die Erinnerung an Ziele und Lob für erreichte Ziele ermöglichen. Auch die Fokussierung auf die persönlichen Stärken und die positive Wahrnehmung der eigenen Fähigkeiten könnte die Selbstwirksamkeit effektiv steigern und Frauen zu einem positiven Finanzverhalten motivieren (Hoffmann & Plotkina, 2021b).

3.3.3 Stereotype und Stigmatisierung

Ein weiterer wichtiger Faktor bei Finanzbildung sind geschlechtsspezifische Stereotype, die besagen, dass Männer in Bezug auf Finanzwissen kompetenter sind als Frauen (Driva et al., 2016). Dieses Stereotyp kann sich negativ auf Frauen auswirken: Das Wissen um negative Stereotype über die eigene Gruppe kann das eigene Verhalten negativ beeinflussen (Tinghög et al., 2021), denn die Sorge, negativ bewertet zu werden, kann die eigene Leistungsfähigkeit verringern. Die Bedrohung durch Stereotype (engl. „stereotype threat“), kann im schlimmsten Fall zu einer selbsterfüllenden Prophezeiung führen, die das Stereotyp wiederum bestätigt.

Die Literatur bestätigt, dass Geschlechterstereotype die finanzielle Kompetenz von Frauen beeinflussen können (siehe **Infobox 3.6**; Bottazzi & Lusardi, 2021; Tinghög et al., 2021).

Infobox 3.6: Studie zu den Auswirkungen von Geschlechtsstereotypen

Eine Studie von Driva et al. (2016) untersuchte Finanzwissen und Geschlechterstereotype von 418 Schülerinnen und Schülern im Alter von 13 bis 15 Jahren aus 13 deutschen Städten mit eher niedrigem sozioökonomischen Hintergrund. Dabei wurde ein Zusammenhang zwischen dem Glauben an Geschlechterstereotype (dass Männer besser mit Finanzen umgehen können als Frauen) und der Finanzkompetenz festgestellt (über Rechenkompetenz, Risikopräferenzen und Selbstvertrauen hinaus). Bei stärker wahrgenommenen Geschlechterstereotypen nahm das Finanzwissen von Mädchen ab, während es bei Burschen zunahm. Auch hier zeigen die Ergebnisse, dass Burschen glauben, über ein hohes Finanzwissen zu verfügen, während Mädchen weniger Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten haben und eher glauben, dass Burschen kompetenter sind. Gleichzeitig gab es keinen Unterschied im Finanzwissen von Jugendlichen, die nicht die Einstellung hatten, dass Männer kompetenter sind. Dies unterstreicht, wie einflussreich Stereotype auf das Finanzwissen sind.

Diese Stereotype werden schon durch die Sozialisierung und das familiäre Umfeld während der Kindheit geformt. Bottazzi & Lusardi (2021) betonen die Bedeutung des familiären Umfelds für die Entwicklung von Geschlechterstereotypen in Bezug auf Finanzen. Bei der Untersuchung verschiedener Regionen in Italien stellten sie fest, dass Mädchen, die in einem Umfeld aufwachsen, das eine bessere Gleichstellung der Geschlechter begünstigt, tatsächlich eine höhere Finanzkompetenz aufweisen als Burschen. Auch die Erwerbstätigkeit der Mutter steht in positivem Zusammenhang mit der Finanzkompetenz von Mädchen (Preston & Wright, 2022), was ebenfalls darauf hindeutet, dass die Geschlechterstereotypen, mit denen Personen aufwachsen, ihre Finanzkompetenz beeinflussen. Außerdem spielt auch die Kommunikation über Finanzen mit den Eltern eine Rolle (siehe **Infobox 3.3**).

Diese Studien deuten darauf hin, dass Frauen aufgrund von Stereotypen eher zögern könnten, in ihr Finanzwissen zu investieren und sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Die Vorbeugung und Bekämpfung solcher Stereotype könnte also dazu beitragen, die Finanzkompetenz von Frauen zu verbessern.

Stigmatisierung

Die Angst vor Stigmatisierung kann dazu führen, dass Personen erst sehr spät oder gar nicht nach Hilfe suchen (Hall et al., 2014; Jaroszewicz, 2020). Armut ist oft mit dem Stigma behaftet, dass betroffene Personen inkompetent, weniger intelligent, faul und

eine gesellschaftliche Belastung sind (Hall et al., 2014; Zhao & Tomm, 2018). Das Wissen um dieses Stigma kann ärmere Personen aufgrund der Bedrohung durch Stereotype negativ beeinflussen. Zum Beispiel schneiden Personen mit niedrigerem sozioökonomischen Status in Tests schlechter ab, wenn diese als Intelligenztests bezeichnet werden (Zhao & Tomm, 2018). Diese Angst vor Verurteilung kann Personen daher davon abhalten, mit anderen über Geldsorgen zu sprechen.

Dem negativen Effekt der Stigmatisierung kann entgegengewirkt werden, indem das positive Selbstbild einer Person gestärkt wird (Zhao & Tomm, 2018). In einem randomisierten Feldexperiment in einer Suppenküche in den USA sollten Personen ein persönliches Erlebnis beschreiben, bei dem sie sich stolz oder erfolgreich fühlten. Diese Personen zeigten dann höhere kognitive Kapazität in mehreren Tests und eine höhere Bereitschaft, an einem Sozialhilfeprogramm teilzunehmen als die Kontrollgruppe (Hall et al., 2014).

Durch die Stärkung des Selbstbilds oder auch die Darstellung von Vorbildern, die offen über Geldprobleme sprechen, könnte der negative Effekt von Stigmata reduziert und möglicherweise auch das Interesse an Finanzbildungsangeboten erhöht werden. Finanzbildungsangebote müssen sich jedenfalls der Stigmatisierung und Tabus bewusst sein, die rund um das Thema Geld bestehen. Bislang gibt es allerdings noch wenig experimentelle Forschung dazu, wie die Tabuisierung des Themas Geld bei unterschiedlichen Zielgruppen effektiv überwunden werden kann.

3.3.4 Informationsvermeidung

Bestimmte Informationen bzw. Informationsquellen absichtlich zu ignorieren, kann einen wesentlichen Einfluss auf finanzielles Wissen und Verhalten haben. Man spricht von Informationsvermeidung (engl. „information avoidance“), wenn Personen Informationen aus verschiedenen psychologischen Gründen (nicht aber aus Desinteresse oder auf Grund von Zeitmangel) ignorieren. In solchen Fällen werden Informationen gemieden, selbst wenn sie kostenlos sind und zur besseren Entscheidungsfindung beitragen könnten (Golman et al., 2017). So ignorieren Menschen etwa Informationen, die eine Veränderung im eigenen Denken oder Verhalten erfordern würden (z. B. Informationen, die eigene Vorurteile gegenüber anderen Menschen widerlegen; Golman et al., 2017), oder die zu unangenehmen Gefühlen oder Erkenntnissen führen könnten (z. B. medizinische Tests mit möglicherweise unangenehmen Ergebnissen; Sweeny et al., 2010). Auch der eigene finanzielle Status, der Kontostand oder die voraussichtliche Pension können unangenehme Gefühle hervorrufen. Diese Angst vor unangenehmen Tatsachen könnte Menschen davon abhalten, sich wichtige Informationen zu ihrem Finanzstatus einzuholen. Finanzbildungsmaßnahmen sollten also Menschen dazu ermutigen, die Informationsvermeidungstendenz zu überwinden und sich mit ihren Finanzen zu beschäftigen.

4 Finanzbildungsmaßnahmen für Frauen: Status quo, Beispiele und Erfahrungen von Expert:innen

In diesem Kapitel geben wir einen kurzen Überblick über bestehende Finanzbildungsmaßnahmen für Frauen in Österreich, stellen einige Beispiele relevanter Organisationen bzw. Projekte dar und fassen Interviewgespräche mit drei Expert:innen über ihre Erfahrungen im Bereich der Finanzbildung für Frauen zusammen.

4.1 Offiziell in die Nationale Finanzbildungsstrategie eingemeldete Maßnahmen

Insgesamt sind (Stand November 2023) 139 Maßnahmen bzw. Angebote privater und öffentlicher Akteur:innen offiziell in die nationale Finanzbildungsstrategie angemeldet (BMF, 2023e).³³ Zusätzlich zur Einmeldung müssen diese Finanzbildungsmaßnahmen den Verhaltenskodex der nationalen Finanzbildungsstrategie einhalten und gewissen prüfbareren Qualitätskriterien entsprechen. Im Rahmen von Seminaren, Webinaren, Workshops (Präsenz & online), Infomaterial in gedruckter Form und online (z. B. Podcasts und Videos), Apps und anderen Onlinetools, Coachings und Bildungsinitiativen wird hierbei über eine Bandbreite an Finanzthemen informiert. Diese reichen von finanzieller Grundbildung für Kinder über Schuldenvermeidung bei Jugendlichen und Erwachsenen bis hin zur Berufsausbildung als Börsenhändler:in. Die vielfältigen Zugänge, Zielgruppen und das betreffende Finanzverhalten sind dabei durchwegs heterogen, eine Gemeinsamkeit der Angebote ist jedoch, dass sie auf einen oder mehrere Aspekte der Finanzwissen-Finanzeinstellungen-Finanzverhalten-Trias (OECD, 2022) abzielen.

Generell ist festzustellen, dass etwa ein Drittel der angemeldeten Maßnahmen Genderaspekten eine explizite Beachtung schenkt, Frauen mehrheitlich jedoch nur „mitgemeint“ zu sein scheinen. 56 Maßnahmen weisen explizit auf die übergreifende Priorität der Gleichstellung der Geschlechter hin, und bei insgesamt 42 Maßnahmen werden Frauen explizit als Zielgruppe genannt. Eine Kombination beider Kriterien findet sich bei 37 Maßnahmen. Von diesen Maßnahmen zeichnen sich 17 Angebote durch besonderen inhaltlichen und zielgruppenorientierten Fokus auf spezifische Finanzbildung für Frauen aus.

³³ Eine regelmäßig aktualisierte Liste der angemeldeten Finanzbildungsmaßnahmen bzw. -angebote findet sich unter <https://www.bmf.gv.at/ministerium/nationale-finanzbildungsstrategie/uebersicht-nationale-finanzbildungsstrategie/finanzbildung-erleben.html>.

Diese spezifischen Angebote für Frauen werden primär in Form von Webinaren, Workshops (Präsenz- oder Onlineformate) und als Infomaterial in gedruckter Form und online (z. B. Videos) zur Verfügung gestellt, aber auch vereinzelte Interventionen, wie das Online-Erinnerungstool „Money Messenger“ sprechen explizit eine weibliche Zielgruppe an. Im Fokus der spezifischen Angebote für Frauen stehen dabei Themen, die über den Lebensverlauf einen besonders großen Einfluss auf geschlechtsspezifische finanzielle Ungleichheiten haben: Berufswahl, Teilzeitarbeit / Vereinbarkeit von Familie & Beruf, Partnerschaft, Familiengründung, Karenzmanagement, Mutterschaft, Trennung, finanzielle Vorsorge und Altersabsicherung. Die spezifischen Angebote setzen hierbei sowohl an Finanzwissen (z. B. Informationsvideos zum Thema „Frauen und Pensionen“ des BKA, LEA-Online-Seminare ...), an Finanzeinstellungen (z. B. „Mein gutes Verhältnis zu Geld“ – Finanzbildung für Frauen und Mädchen vom Verein Wendepunkt ...) als auch am Finanzverhalten (z. B. über Beratungen zu konkreten Fragen bei Informationsveranstaltungen wie den Webinaren des Vereins FEM.A) an. Auch strukturelle Einflüsse auf die ungleiche Verteilung von Einkommen und Vermögen werden, wie z. B. im Falle der acht Module der Finanzakademie „Frauen + Geld“, thematisiert.

Das Bundesministerium für Finanzen stellt auf der Website der nationalen Finanzbildungsstrategie außerdem eine Infoseite zu Frauen und Finanzbildung zur Verfügung, auf der speziell über Themen informiert wird, die bei der finanziellen Gleichstellung der Geschlechter eine besondere Rolle spielen.³⁴ Neben Informationsmaterialien zu Themen wie Care-Arbeit oder dem Gender bzw. Pension Pay Gap finden sich hier auch Antworten auf konkrete Fragen, etwa zu Finanzen in der Partnerschaft, (Alters-)Vorsorge, (nachhaltigem) Investieren und zum Finanzverhalten in Krisenzeiten. Weiters wird neben einer Vorstellung der Unterarbeitsgruppe Frauen & Finanzbildung inklusive „Guidance Dokument“ und Policy Brief auf die hier angeführten Finanzbildungsangebote mit der Priorität Gleichstellung der Geschlechter verwiesen.

4.2 Darstellung ausgewählter Organisationen und Projekte

In diesem Abschnitt stellen wir beispielhaft acht österreichische Organisationen bzw. Projekte vor, die speziell auf Finanzbildung für Frauen fokussieren, und die im Laufe des Projekts in verschiedenen Zusammenhängen hervortraten. Die nachfolgenden Beschreibungen beruhen auf den jeweiligen Eigendarstellungen der Organisationen und ihrer Projekte auf verschiedenen Webseiten. Es besteht kein Anspruch auf Vollständigkeit.

³⁴ <https://www.bmf.gv.at/ministerium/nationale-finanzbildungsstrategie/uebersicht-nationale-finanzbildungsstrategie/Women---Financial-Literacy.html>.

ASB Schuldnerberatungen³⁵

Die ASB Schuldnerberatungen vertritt als Dachorganisation die Interessen der staatlich anerkannten Schuldenberatungen in Österreich. Weitere Tätigkeitsbereiche sind die Koordination der Öffentlichkeitsarbeit, die österreichweite Erhebung und Aufbereitung von Daten zum Thema Schulden, Forschungsprojekte sowie Fort- und Weiterbildungsangebote.

Budgetberatung³⁶

Als Teil der ASB Schuldnerberatungen bietet die Budgetberatung seit 2012/2013 in allen Bundesländern außer Tirol und dem Burgenland ein niederschwelliges, professionelles und unabhängiges Beratungsangebot zu Fragen der Haushaltsfinanzen. Dazu gehören Budgetrechner, Budgetbeispiele, Budgetvorlagen (laufend aktualisiert) und direkte Beratungsgespräche. Neben der Budgetberatung primär für Erwachsene bietet die ASB Schuldnerberatungen auch noch Finanzführerscheine und Broschüren für Kinder und Jugendliche an.

Gemeinsam gegen Überschuldung³⁷

Zwischen Dezember 2021 und November 2022 führte die ASB Schuldnerberatungen das vom Sozialministerium geförderte Projekt „Gemeinsam gegen Überschuldung“ durch. Es handelte sich um eine Informationsinitiative zu den Möglichkeiten der Schuldenregulierung. Erarbeitet wurden ein Informationsfolder „Geldsorgen?“, eine Neu-Auflage des Schuldenwörterbuchs in einfacher Sprache, Online-Informationskurse und eine bessere Visualisierung des Privatkonkurses (Folgen, Prozesse etc.). Dabei wurde dieses Angebot aufgrund der Corona-Pandemie und der Teuerung ins Leben gerufen und greift im Juli 2021 in Kraft getretene Reformen des Insolvenz- und Exekutionsrechts auf, die die Entschuldung von Privatpersonen und Unternehmen beschleunigen. Es werden auch 2023 weitere Online-Informationsveranstaltungen zum Privatkonkurs angeboten.

Frau & Arbeit³⁸

Frau & Arbeit ist eine Plattform, die seit über 15 Jahren Beratung und Lehrgänge für Frauen und Mädchen in vielen Bereichen anbietet. Die Angebote der FBZ (Frauen-Berufs-Zentren) und des BjF (Berufszentrum junge Frauen) sind länger, regelmäßig begleitend und in Kooperation mit dem AMS, bzw. bedingen den Status „Arbeit suchend“ beim AMS. Dabei wird auch eine Umschulung oder Ausbildungen bis zum Lehrabschluss

³⁵ <https://www.schuldenberatung.at/>.

³⁶ <https://www.budgetberatung.at/budgetberatung>.

³⁷ <https://www.schuldenberatung.at/fachpublikum/projekte.php#GgUe>.

³⁸ <https://www.frau-und-arbeit.at/>.

angeboten. Gezielte Programme gibt es für und zu den Themen: Alleinerziehende Frauen, Frauen über 40, Frauen mit Migrationshintergrund, Frauen in die Technik, Ein-Personen-Unternehmen und Selbstständigkeit, Digitalisierung, Politik und Macht und Sexualarbeiter:innen. Zudem bildet Frau & Arbeit Lots:innen in Immigrant:innencommunities aus, damit diese die Communitys sichtbar machen und unterstützen können. Ein Schwerpunkt dabei ist Gesundheit und Zugang zum österreichischen Gesundheitssystem. Ein weiteres Projekt ist die Arbeit an einem niederschweligen, barrierefreien und digitalen Zugangssystem für soziale Unterstützung, um die Inanspruchnahme für auf Sozialleistungen angewiesene Menschen zu erleichtern. Letztlich werden Direktor:innen von Pflichtschulen in Salzburg durch administrative Verwaltungsassistent:innen unterstützt. Die Angebote sind dabei teils digital, aber hauptsächlich vor Ort und auf das Land Salzburg konzentriert.

LEA – Let’s empower Austria³⁹

LEA ist ein Fonds der Republik Österreich. Als Partner des Bundes für Frauenförderung arbeitet LEA Seite an Seite daran, Stereotype zu überwinden, Barrieren abzubauen und eine Gesellschaft in Österreich zu schaffen, in der Geschlechtergerechtigkeit nicht nur ein Ziel, sondern Realität ist. Der Fokus liegt dabei auf bewusstseinsbildenden Formaten und Veranstaltungen insbesondere für Frauen und Mädchen, der finanziellen Förderung von Projektideen und dem Aufzeigen von Lebensgestaltungsmöglichkeiten durch LEA Role Models.

Wendepunkt⁴⁰

Der Verein Wendepunkt wurde 1991 in Wiener Neustadt gegründet und ist primär vor Ort und in Niederösterreich tätig. Zentrale Aufgabe ist ein Frauenhaus und (auch psychische) Frauenberatung, es handelt sich also um eine psychosoziale Einrichtung. Finanzbildung wurde erst später mit dem Projekt „GeldHeldInnen“ (siehe unten) ein Fokus. Heute, 2023, bietet der Verein Finanzbildung für Multiplikator:innen und direkt für Frauen und Mädchen ab 14 Jahren in Form von Online- oder Präsenztalks an.

Three Coins⁴¹

Three Coins ist ein Sozialunternehmen, das seit zehn Jahren existiert, aber seit 2018 mit neuem Kernteam das Thema Finanzbildung erarbeiten will. Das Angebot umfasst Beratung, Workshops und Formatentwicklung, wie z. B. E-Learning-Tools, Spiele und Bewusstseinskampagnen. Three Coins ist kein Verein, sondern als GmbH tätig, als Sozialunternehmen verifiziert und selbstverpflichtet, Gewinne in den

³⁹ <https://letsempoweraustria.at/>; Wolk, Alexandra (persönliche Kommunikation, 11.12.2023).

⁴⁰ <https://www.wendepunkt.or.at/>.

⁴¹ <https://www.threecoins.org/>.

Unternehmenszweck zu reinvestieren. Sitz ist in Wien. Primäre Projektpartner sind Banken (Erste Bank und deren Stiftung; Raiffeisen) und öffentliche Einrichtungen (Sozialministerium, Stadt Wien, FMA). Three Coins spricht mit seinen Angeboten Schulen, Familien, Multiplikator:innen, aber auch gezielt Unternehmen an. In Unternehmen soll Finanzverhalten von Mitarbeiter:innen gestärkt werden und so werden z. B. gezielt Lehrlinge angesprochen.

GeldHeldInnen – selbstbestimmter Umgang mit Geld in jeder Lebensphase⁴²

Das Projekt Geldheldinnen (Jänner 2022 bis April 2023) wurde vom Verein Wendepunkt (siehe oben) in Kooperation mit dem Sozialunternehmen Three Coins (siehe oben) umgesetzt. Es hatte zum Ziel, den aktuellen Stand des Finanzwissens von Frauen in Niederösterreich sowie deren Präferenzen bezüglich des Formats des Wissenserwerbs zu erheben. Dazu wurde eine qualitative und eine quantitative Bedarfserhebung durchgeführt. Es wurde weiters erhoben, welches Finanzwissen Frauen brauchen, welche Barrieren existieren und in welcher Form Frauen ihr Wissen erweitern wollen. Die Ergebnisse dieser Erhebung dienen dazu, Themenschwerpunkte nach dem Lebensphasenansatz sowie mögliche Formate mit niederschwelligem Zugang abzuleiten. Zwei Formate wurden dabei umgesetzt. Erstens, der „Money Messenger“, in dem grundlegendes Finanzwissen, Daumenregeln und Challenges zur Verhaltensänderung niederschwellig über digitale Chats (Instagram, WhatsApp und Facebook Messenger) vermittelt wurden (und nach Anmeldung noch werden). Zweitens eine Informationsbroschüre zur Selbstreflexion mit praktischen Tipps.

4.3 Expert:innen-Interviews

Um zentrale Erfahrungen bezüglich des Finanzbildungsbedarfs von Frauen und vulnerablen Gruppen kennenzulernen, wurden drei leitfadengestützte Expert:innen-Interviews mit Mitarbeiterinnen der Schuldner:innenberatung, Frau & Arbeit und LEA durchgeführt. Als Setting der jeweils einstündigen Interviews wurde ein Videoanruf gewählt. Währenddessen wurde von einer nicht ins Interview involvierten Person Protokoll geführt, welches anschließend um Notizen des:der Interviewer:in ergänzt wurde. Der daraus entstandene Text diente als Basis für die nachfolgenden Zusammenfassungen.

4.3.1 ASB Schuldnerberatungen

Am 13.07.2023 wurde das erste Expert:innen-Interview mit Isabel Baldreich durchgeführt. Sie ist Projektmanagerin bei ASB Schuldnerberatungen, der Dachorganisation der staatlich anerkannten Schuldenberatungen in Österreich.

⁴² <https://www.frauundgeld.at/das-projekt-geldheldinnen>.

In ihrer primären Ausbildung bzw. Berufstätigkeit ist Baldreich Sozialarbeiterin. Sie war zwölf Jahre in der Schuldenberatung Vorarlberg tätig. In ihrer Tätigkeit als Projektmanagerin in der Dachorganisation leitet sie nun ein Projekt, das sich mit der Koordination und Vernetzung der Finanzbildung der österreichischen Schuldenberatungen befasst. Bei der Beschreibung von typischen Klient:innen der Schuldnerberatung hebt Baldreich geschlechterspezifische Unterschiede hervor. Der typische Klient ist männlich, zwischen 35 und 45 Jahre alt und befindet sich aufgrund eines Jobwechsels oder -verlustes in prekären Arbeits- bzw. Einkommensverhältnissen. Er hat einen geringen Bildungsstand und häufig Migrationshintergrund. Die typische Klientin ist unter 40 Jahre alt, alleinerziehend und lebt mit schulpflichtigen oder jüngeren Kindern. Oft hat auch der (Ex-)Partner finanzielle Probleme. Ein zentrales Thema sind Bürgschaften, vor allem für Partner:innen von Hauptklienten und bei Familien mit Migrationshintergrund. Da die Schuldenberatung bei vielen vorurteilsbehaftet ist und deshalb fast immer zu spät in Anspruch genommen wird, ist das erstrangige Anliegen zumeist die Existenzsicherung sowie das Auskommen mit dem verfügbaren Einkommen.

Risikoreiche Momente sind Einkommensveränderungen aller Art: Arbeitslosigkeit oder Jobwechsel, Karenz oder Pension sowie Scheidung oder Trennung. Bei geringen Einkommen können bereits sehr kleine Verschiebungen zu finanziellen Notlagen führen. Insbesondere Frauen sind kaum in der Lage, Vermögen aufzubauen. Bei männlichen Klienten sieht Baldreich häufig prekäre Selbstständigkeitsmodelle oder gescheiterte Selbstständigkeit. Oft geht es dabei um nur einen gescheiterten Auftrag oder eine Rechnung, die nicht bezahlt werden konnte. Was Baldreich eher seltener beobachtet, sind Schicksalsschläge und daraus entstehende Härtefälle. Meist ist es aber eine Kombination verschiedener Faktoren, die Menschen in die Verschuldung treibt.

Zentrale Verhaltensweisen, die das Schuldenrisiko erhöhen, sind laut Baldreich ein mangelnder Blick in die Zukunft und wenig vorausschauendes Handeln. Auch eine mangelnde Risikoeinschätzung trägt dazu bei, z. B. werden Überstunden häufig als regulärer Einkommensteil kalkuliert, der jedoch bei Kurzarbeit oder Arbeitslosigkeit nicht miteinbezogen wird. Teilweise wird die Situation auch verdrängt und die Betroffenen entwickeln eine „Angst vor dem Briefkasten“ (siehe Kapitel 3.3.3).

Einen spezifischen Risikofaktor für Frauen und migrantische Gruppen sieht Baldreich im Thema Bürgschaften. Häufig fehlt es an ausreichender Aufklärung über die Bedeutung und mögliche Konsequenzen eines Bürgschaftsverhältnisses. Innerhalb familiärer oder sozialer Netzwerke entwickeln sich oft verästelte Bürgschaftssysteme. Ein weiteres Thema sind Kredite, die im Falle einer Scheidung speziell für Frauen oft zu einem Risikofaktor werden können. Vereinbarungen über ein Innenverhältnis bezüglich der Kredithaftung oder -rückzahlung betreffen die Bank nicht. Für die ländliche Bevölkerung hebt Baldreich die Verschränkung von mangelnden Möglichkeiten sowohl für Erwerbsarbeit

als auch für Kinderbetreuung hervor. Hinzu kommen noch eine teure Wohnsituation und hohe Mobilitätskosten. Auch Kosten bei einem Umzug in den städtischen Raum dürfen nicht unterschätzt werden. Abschließend zum Thema vulnerable Gruppen bringt Baldreich ein, auch Mehrkind-Familien zu berücksichtigen.

Verhaltensweisen und unterstützende Angebote kennt Baldreich viele. Wichtig ist, die eigenen Unterlagen und die eigene finanzielle Situation gut zu organisieren sowie eine vorausschauende Planung, in der auch Schocks einkalkuliert sind. Auch Absicherung in der Pension sollte darin durchgedacht werden. Pensionsberatung durch die Pensionsversicherungsanstalt (PVA) könnte dabei unterstützen. Präventive Schritte wie beispielsweise Budgetberatung oder andere Angebote rund um das Thema Geld können bei der Organisation der eigenen finanziellen Situation helfen. Ein zentrales Thema der Finanzbildung sollte nach Baldreich Basiswissen für Alltagsgeschäfte sein. Grundlegende Begriffe und Informationen zu Themen wie Haushaltsrechnung, verschiedene Kontomodelle oder Ratenzahlung sollten in (zertifiziert) einfacher Sprache zur Verfügung stehen. Wichtig ist zudem der richtige Zeitpunkt: Es sollte möglichst früh über Geld gesprochen werden, denn die erste Finanzbildung passiert bereits in der Familie. Anknüpfungspunkte im Lebenszyklus für Maßnahmen und Interventionen sieht Baldreich beim Eltern-Kind-Pass und nennt als Beispiel eine Schweizer Maßnahme, die in einem Gutscheine für Budgetberatung, ausgestellt bei Geburt eines Kindes, besteht. Auch die Pflicht- und Berufsschule, speziell der Schulstart, sowie offene Jugendarbeit können Anknüpfungspunkte sein. In Bezug auf Beziehung bzw. Ehe ist Geld ebenfalls ein zentrales Thema, das frühzeitig besprochen werden sollte. Unter vielen anderen sind z. B. Fragen zur Aufteilung der gemeinsamen laufenden Kosten oder zur Möglichkeit des Pensions-splittings zu klären.

Maßnahmen sollten nicht von Organisationen mit Verkaufsinteresse gesetzt werden. Für Personen, die sich bereits in einer prekären finanziellen Lage befinden, sollte Beratung aufgrund der Emotionalität und des Konfliktpotenzials des Themas in einem unabhängigen Setting mit sozialarbeiterischer Begleitung stattfinden. „Messenger“, also Anbieter:innen, Multiplikator:innen bzw. generell Kommunizierende, können Institutionen sein, denen bereits vertraut wird, die den Betroffenen unter Umständen sogar schon geholfen haben, beispielsweise Caritas, Schuldenberatung oder Volkshilfe. Banken und Behörden sind bei vielen eher negativ oder mit Angst behaftet und eignen sich laut Baldreich daher eher weniger. Die Informationen sollten aber dennoch öffentliche bzw. staatliche Legitimation haben. Auch Digitalisierung kann für Maßnahmenumsetzung genutzt werden, beispielsweise durch informative Apps oder Erklärvideos in den Sozialen Medien. Basiswissen kann in einfacher Sprache oder der Sprache der Zielgruppe über Accounts vermittelt werden, die migrantische Communitys erreichen.

Abschließend wurden strukturelle Aspekte, wie die politische Forderung armutsfester Sozialleistungen, und Themen der Regulierung angeschnitten. Viele Kreditinstitute händigen das Standardinformationsblatt für Verbraucherkredite nicht aus, hier bräuchte es verstärkte Kontrolle. „Buy-now-pay-later“-Modelle sind erst ab einem Volumen von 400 Euro teilweise reguliert, darunter handelt es sich um einen Graubereich. Zudem gibt es in Österreich keinen Zinswucher-Paragraf, und das Recht auf ein (Basis-)Konto kann teilweise nur mit Druck durchgesetzt werden. Bei einer Kontopfändung werden auch nicht-pfändbare staatliche Leistungen gepfändet und die Einspruchsfristen sind sehr kurz. Eine Markierung der entsprechenden Beträge als unpfändbar könnte Abhilfe schaffen.

4.3.2 Frau & Arbeit

Am 24.07.2023 wurde das zweite Expert:innen-Interview mit der Geschäftsführerin der gemeinnützigen Organisation Frau & Arbeit, Andrea Kirchttag, durchgeführt. Andrea Kirchttag ist seit 27 Jahren Teil der 28-jährigen Organisation und war dort schon in verschiedenen Funktionen tätig. Sie selbst ist Arbeits-, Wirtschafts- und Organisationspsychologin und hat ihre Kenntnisse im Laufe der Jahre unter anderem mit betriebswirtschaftlichem Wissen ergänzt.

Die Zielgruppe ihrer Organisation beschreibt Kirchttag als „bewusst sehr breit“. Eine Orientierung gibt ihnen dabei das Lebensphasenmodell des BMF, auf Basis dessen zielgruppenspezifische Angebote erarbeitet werden. Die Klient:innen der Workshopreihe Frau & Geld beispielweise setzt sich aus Frauen verschiedenen Alters zusammen. Kirchttag beschreibt die Teilnehmenden als „heterogene Gruppe“ und hebt hervor, dass dadurch insbesondere generationenübergreifendes Lernen ermöglicht wird. Neben Inputs der Moderatorinnen steht auch das Arbeiten in Gruppen im Fokus. Durch dieses partizipative Format wird ein Raum geschaffen, in dem sich die teilnehmenden Frauen gegenseitig unterstützen und aus den Fehlern der anderen lernen können. „Power of the group“ nennt Kirchttag diese Dynamik.

Als Momente, die großen Einfluss auf die finanzielle Zukunft von Frauen haben („critical financial moments“), nennt Kirchttag die Berufswahl, und speziell auch die Entscheidung zur Selbstständigkeit. Typische Frauenberufe sind häufig im Niedriglohnsektor, wodurch auch die Gefahr, in Erwerbsarmut zu geraten, steigt. Initiativen, um den Frauenanteil im MINT-Sektor zu erhöhen, sind für Kirchttag zwar ein wichtiger Hebel, können jedoch nicht der einzige Ansatzpunkt sein, denn „viele wollen nicht Mechatronikerin werden“. Gut ausgebildete Frauen wählen aufgrund vermeintlich besserer Vereinbarkeit von Beruf und Familie gerne den Weg in die Selbstständigkeit, wissen dabei aber oft nicht, dass selbstständige Frauen im Durchschnitt eine niedrigere Pension haben als unselbstständige Frauen und private Vorsorge deshalb auch zentraler Teil des Businessplans sein

sollte. Einen weiteren ausschlaggebenden Moment sieht Kirchttag in der Geburt des ersten Kindes. Besonders wenn das partnerschaftliche Leben nach traditionellen Rollenverteilungen gestaltet wird, führt das zu finanziellen Einbußen und damit oft langfristigen Konsequenzen für Frauen. Häufig arbeiten Frauen nach einer Karenz in Teilzeit und unter ihrem Ausbildungsniveau („Dequalifizierung“). Bewusstsein über andere, gleichberechtigte Modelle der Aufteilung kann hier ebenso Abhilfe schaffen wie ein stetig aufrechter Bezug zum Arbeitsmarkt.

Zentrale Verhaltensweisen lassen sich laut Kirchttag unter dem Begriff des richtigen „Money-Mindset“ zusammenfassen. Frauen überlassen die Verantwortung für Finanzen häufig dem Partner und geben damit die Kontrolle ab. Bei einer Trennung bzw. Scheidung kann das fehlende Wissen um die gegenseitige sowie die gemeinsame finanzielle Situation nachteilig für Frauen sein. Unter dem Motto „time is money“ wird versucht, Bewusstsein für Care-Arbeit zu schaffen, was ein wichtiger Hebel sein kann, damit Frauen die traditionelle Rollenaufteilung nicht als selbstverständlich annehmen, sondern die aufgewendeten Care-Arbeitszeiten abschätzen, bewerten und innerfamiliär neu ausverhandeln.

Spezifisch für Migrant:innen sieht Kirchttag die Nostrifizierung von Ausbildungen und (fehlende) Sprachkenntnisse als große Themen, hebt aber auch hervor, dass es sich um eine sehr heterogene Gruppe handelt. Bei Seniorinnen benennt Kirchttag „Pensionsscheidungen“ als einen wegweisenden Moment für die finanzielle Zukunft. Häufig werden Frauen im Falle einer Scheidung im höheren Alter unter Druck gesetzt und verzichten dann beispielsweise auf Unterhalt. Zudem spielt Gesundheit bei alternden Frauen eine spezielle Rolle. Durch mehrfache Belastungen in jüngeren Jahren verschlechtert sich die Gesundheit im Alter schneller, was direkten Einfluss auf Arbeits- und Beschäftigungsfähigkeit hat. Auch ein generelles Bewusstsein über die eigene Pensionssituation fehlt häufig. Die Beschäftigung damit, beispielsweise durch einen Pensionsrechner, kann Frauen zeigen, welche Auswirkungen verschiedene Arbeitszeitmodelle auf die Höhe der Pension haben können. Für die Gruppe der Arbeitslosen identifiziert Kirchttag fehlende Ressourcen für Weiterbildung oder Umorientierung als ein zentrales Thema. Frauen seien sehr bildungswillig und Bildung meist eine sinnvolle Investition, doch zu knappe Ressourcen lassen dies oft nicht zu. Für die ländliche Bevölkerung verändert sich die Beratungssituation aufgrund fehlender Anonymität. Außerdem können Frauen aus ländlichen Regionen an Präsenzveranstaltungen in Salzburg Stadt, dem Sitz der Organisation, aufgrund hoher Fahrtzeiten und -kosten sowie fehlender Kinderbetreuung nur eingeschränkt teilnehmen. Online-Angebote und verschiedene Kurszeiten können diesen Problemen teilweise entgegenwirken.

Abschließend nennt Kirchttag als zentrale und generelle Zielsetzungen von Finanzbildung für Frauen, dass Frauen die Möglichkeit bekommen sollen, ihre Haltung zum Thema Geld

zu hinterfragen sowie eine positive Grundhaltung und Spaß an der Beschäftigung damit entwickeln sollen.

4.3.3 LEA

Am 27.08.2023 fand das dritte Expert:innen-Interview mit Alexandra Wolk, der stellvertretenden Direktorin von LEA (Let's empower Austria), statt. Alexandra Wolk beschäftigt sich seit 2015 mit dem Thema Finanzbildung, zuvor in einer Sozialorganisation und mittlerweile bei LEA, und vor allem mit einem Fokus auf frauenspezifische Fragestellungen.

Generell kann die Arbeit von LEA in drei Arbeitsweisen unterteilt werden: 1) Maßnahmen werden selbst umgesetzt, 2) Kooperationen mit anderen Organisationen werden eingegangen, 3) Förderungen zu wechselnden Themen werden vergeben. Verschiedene Lern- und Informationsformate sowie eine Vielfalt an Maßnahmen sind bei LEA wichtig. Persönlicher Kontakt wird als zentral hervorgehoben, Online-Angebote und Lesematerial runden das Angebot ab. Viele der Maßnahmen setzen bereits sehr früh an, beispielsweise mit Unterlagen für Elementarpädagog:innen, Schulbesuchen oder einem Kinderbuch.⁴³ Gleichzeitig gibt es, teilweise in Zusammenarbeit mit anderen Institutionen, verschiedene Seminare zu frauenspezifischen Themen, wie beispielsweise „Mental Load fair teilen“, „Pensionslandschaft in Österreich“ oder „Vereinbarkeitsmodelle und die Auswirkungen auf (Frauen-)Leben“. Die Seminare sind generell gratis und frei zugänglich. Fallweise werden Seminare in Kooperation mit einzelnen Partnerorganisationen für spezielle Zielgruppen abgewandelt und abgehalten, beispielsweise für arbeitssuchende oder alleinerziehende Frauen.

Eine interessante Beobachtung ist die unterschiedlich starke Nachfrage nach den einzelnen Seminaren. Während „Frau verhandelt – Selbstbewusst in die Gehaltsverhandlung“ generell hohe Anmeldezahlen vorweisen kann, stößt das Seminar „Über Geld spricht Frau doch“ oft auf geringeres Interesse. Wolk erklärt diesen Umstand damit, dass das Thema Gehaltsverhandlungen sehr konkret und über einen langen Zeitraum des Lebens präsent ist, während „Über Geld spricht Frau doch“ abstrakter klingt. Beobachten lässt sich jedoch, dass das Feedback zu „Über Geld spricht Frau doch“ durchwegs positiv ist. Das Seminar bietet eine sichere Atmosphäre, in der mit anderen Frauen über Glaubenssätze zum Thema Geld und davon beeinflusstes Verhalten reflektiert werden kann. Obwohl konkrete Verhaltensweisen kein expliziter Teil des Seminars sind, sieht Wolk oft relevante Veränderungen bei den Teilnehmer:innen. Auf Nachfrage meint sie, dass die Wirkung des Seminars durch das Etablieren von regelmäßig zusammentreffenden Gruppen, z. B. in Frauenberatungsstellen, auf lokaler Ebene fortgesetzt werden könnte, gibt

⁴³ Das Kinderbuch „Wer macht MI(N)T“ ist im September 2023 erschienen und wurde an etwa 3.100 Volksschulen in Österreich verteilt; siehe <https://letsempoweraustria.at/material/kinderbuch/>

aber auch zu bedenken, dass Anonymität ein wichtiger Faktor ist, wenn es um das Thema Geld geht.

Einen Risikomoment für das Abrutschen in finanzielle Notsituationen identifiziert Wolk bei einer Trennung bzw. Scheidung. Mangelnde Finanzbildung trägt zur Erhöhung dieses Risikos bei. In den bereits erwähnten früh ansetzenden Angeboten von LEA spielen Aufklärung über geschlechtsspezifische Rollenbilder und deren Auswirkungen auf die Berufswahl, nicht wahrgenommene Karrierechancen und Bezahlung sowie der Motherhood-Gap eine zentrale Rolle. Auch den Gender Pay bzw. Pension Gap hebt Wolk als Risikofaktor hervor. Frauen haben oft weniger Geld zur Verfügung, geraten dann in finanzielle Abhängigkeiten, was im schlimmsten Fall der Beginn einer Gewaltspirale sein kann.

Eine Verhaltensweise, die dieses Risiko verstärkt, ist das Abgeben von finanzieller Verantwortung. Frauen fehlt oft die Zeit, das Wissen oder das Selbstvertrauen, das Thema Geld als ihres zu betrachten. Bevor sie in einer Partnerschaft leben, treffen Frauen ihre langfristigen Finanzentscheidungen selbst, in einer Partnerschaft geben viele Frauen dann die Verantwortung für finanzielle Bereiche teilweise oder sogar komplett ab. Oft wissen sie nicht, wie viel ihr Partner verdient. Während Männer eine Lebensversicherung abschließen und investieren, können Frauen oft keine finanzielle Absicherung dieser Art vorweisen. Zentral ist für Wolk, die „rosarote Brille“ bzw. das Mindset abzubauen, dass eine Scheidung sie nicht treffen wird. Wolk stellt die Frage in den Raum, wie man Frauen dazu bringen kann, im richtigen Moment die richtigen Fragen zu stellen. Bewusstseinsbildung und Aufklärung über verschiedene Modelle der Partnerschaftsgestaltung und Themen wie frühzeitige Absicherung durch Partnerschaftsverträge können Ansatzpunkte sein. Wichtig ist, die relevanten finanziellen Entscheidungen im Vorfeld zu treffen und nicht erst, wenn es zu einer Trennung bzw. Scheidung kommt.

Andererseits sind auch Arbeitslosigkeit oder Krisen wie die Covid-Pandemie Risikofaktoren. So wurden viele Frauen durch die Pandemie in die Häuslichkeit und die damit verbundenen traditionellen Rollenbilder gedrängt.

Ein besonderes Augenmerk sollte laut Wolk auch auf die Sprachkompetenz der Teilnehmenden gelegt werden. Die Verwendung von einfacher Sprache ist generell wichtig, um Menschen mit verschiedenen Voraussetzungen gut abzuholen. LEA richtet sich nicht primär an Menschen mit Migrationshintergrund. Bei Menschen aus unterschiedlichen Herkunftsländern ist es gewinnbringend, kulturelles Wissen der Vortragenden und Teilnehmenden zu integrieren.

Da LEA Menschen in ganz Österreich, und vor allem auch die ländliche Bevölkerung, erreichen möchte, setzen sie auf ein breites Online-Angebot mit Seminaren zu unterschiedlichen Tageszeiten.

Eine zentrale Frage, die laut Wolk für alle Finanzbildungsmaßnahmen zu klären ist, dreht sich um die Erreichbarkeit der Zielgruppe. Bei Maßnahmen, die nach dem Schulsystem ansetzen, tritt häufig das Problem der freiwilligen Selektion auf. Besonders wichtig ist es, Menschen bereits vor dem Abrutschen in die Schuldenspirale zu erreichen. Monetäre Anreize oder verpflichtende Veranstaltungen sind keine ideale Motivation, da der intrinsische Lernwille dann fehlt. Eine weitere Frage ist die des richtigen Niveaus: Teilnehmende sollen gefordert, aber nicht überfordert werden.

Abschließend wurde das Verhältnis zwischen Wissensvermittlung und Verhalten diskutiert. Bei LEA geht es vor allem um Bewusstmachung und Wissensvermittlung, was einerseits ein wichtiger Hebel ist, andererseits aber nur einen Anstoß zur Verhaltensänderung geben kann. In den Seminaren wird über die Vermittlung von Fakten und Best Practices sowie durch offene Fragestellungen und den Raum für Dialog versucht, Gedanken, Ideen und Übungen an die Hand zu geben. So gibt es z. B. im Seminar zu Mental Load eine Checkliste, um mit dem:der Partner:in die Aufteilung der Verantwortlichkeiten durchzugehen. Teilweise werden in den Seminaren Pläne für die nächsten fünf bis zehn Jahre mit „immediate action points“ erarbeitet. Zur Wirkungsmessung gibt es meist einen Fragebogen nach dem Seminar.

5 Verhaltensökonomische Maßnahmen zur Förderung der Finanzbildung für Frauen

Im vorliegenden Kapitel werden eine Reihe von Maßnahmen zur Förderung der Finanzbildung für Frauen in Österreich dargestellt. Sie basieren zum einen auf (insbesondere empirischen) Erkenntnissen aus der Literatur und internationalen Best-Practice-Beispielen. Zum anderen dienen die Erfahrungen, das Wissen und die Ideen von Expert:innen im Bereich Finanzbildung bei Frauen als Quelle und Inspiration.

Die Maßnahmenentwicklung folgt dem in Kapitel 1 beschriebenen verhaltensökonomischen Ansatz. Die Analyse des relevanten Verhaltens umfasst die Arbeit der vorigen Kapitel, konkret die Literaturrecherche, insbesondere die identifizierten Barrieren und Motivatoren, sowie die Expert:inneninterviews. Teil dieser Analyse war eine Schärfung des Ziels der Maßnahmen. Ausgehend von einer verhältnismäßig breiten Zielsetzung, Finanzbildung für Frauen zu verbessern, wurde der Fokus insbesondere darauf gelegt, den Zugang zu Finanzbildungsangeboten zu steigern und deren Wirksamkeit zu erhöhen. Mit dem Zugang zu Finanzbildungsangeboten ist die Auseinandersetzung mit Finanzthemen und persönlichen finanziellen Angelegenheiten sowie die Annahme von bestehenden Finanzbildungsangeboten gemeint. Darunter fallen auch Maßnahmen, die eine bewusste und informierte Entscheidung unterstützen, beispielweise bezüglich der Berufswahl

oder Arbeitszeitentscheidungen und deren Auswirkungen auf die Pension. Unter der Verbesserung der Wirksamkeit von Finanzbildungsangeboten sind Maßnahmen gemeint, die die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass die Angebote ihren Zweck erfüllen, indem sie einen Bezug zur Lebensrealität der Teilnehmenden herstellen und Informationen effektiv vermittelt werden. Darüber hinaus geht es darum, dass es den Angeboten gelingen soll, die Teilnehmenden dabei zu unterstützen, „dranzubleiben“ und ihr erworbenes Wissen nachhaltig und langfristig in Verhalten zu übersetzen.

Die Zielgruppe der Maßnahmenvorschläge sind erwachsene Frauen unterschiedlichen Alters in unterschiedlichen Lebenssituationen – als Basis dafür diente der in Kapitel 2.7 dargestellte Lebensphasenansatz. Einige Maßnahmen richten sich explizit an Frauen, einige explizit an Männer, und einige sind geschlechtsunspezifisch. Alle Maßnahmen haben jedoch das Ziel, die Finanzbildung und die finanzielle Situation von Frauen zu verbessern.

Auf strukturelle Maßnahmen zur Verbesserung der finanziellen Situation von Frauen in Österreich wird in diesem Kapitel nicht im Detail eingegangen. Wie in Kapitel 2.6 ausgeführt, haben gesellschaftliche, wirtschaftliche und gesetzliche Rahmenbedingungen einen entscheidenden Einfluss auf das finanzielle Wohlergehen von Frauen und müssen daher auch bei der Gestaltung von Finanzbildungsangeboten mitbedacht werden. Veränderungen dieser Rahmenbedingungen liegen jedoch nicht im Fokus dieses Projekts und werden daher nur am Rande thematisiert.

Der Fokus hier liegt auf leichter umsetzbaren, individuellen Maßnahmen, die in vielen Fällen einen ersten notwendigen Schritt setzen, um Betroffene zu unterstützen, bewusste Entscheidungen zu treffen. Die Bevorzugung von am Individuum ansetzenden Maßnahmen gegenüber strukturellen Maßnahmen ergibt sich in zweierlei Hinsicht aus der Ausrichtung des Berichts: Zum einen setzen verhaltensökonomische Maßnahmen generell meist am Individuum und dessen Verhaltensweisen an. Zum anderen legen auch Finanzbildungsmaßnahmen den Fokus tendenziell eher auf das Individuum und weniger auf strukturelle Veränderungen. Dabei darf jedoch nicht darauf vergessen werden, dass oftmals strukturelle Veränderungen eine Voraussetzung sind, bestimmte individuelle Entscheidungen überhaupt erst zu ermöglichen.

Herangehensweise bei der Maßnahmenentwicklung

Die Maßnahmen wurden in unterschiedlichen Prozessen erarbeitet, ergänzt und ausgewählt. Der Ausgangspunkt hierfür war eine erste Maßnahmenliste, die durch erste Diskussionen mit dem BMF als Auftraggeber und weiteren Stakeholdern (insbesondere der OeNB), eine Analyse der relevanten Literatur, Interviews mit Expert:innen und freien Brainstormings der Projektgruppe entstanden ist. Diese Liste wurde dann in einem größeren Kreis an Expert:innen im Bereich Finanzbildung (insbesondere mit

Teilnehmer:innen aus der Unterarbeitsgruppe „Frauen“ der nationalen Finanzbildungsstrategie) geteilt, kommentiert und ergänzt. Die Maßnahmen dieser Liste wurden anschließend kategorisiert und bezüglich Lebensphasen geordnet. In einem weiteren Schritt wurde ein Workshop mit Expert:innen abgehalten, in dem diese Liste diskutiert und ergänzt wurde, die Maßnahmen auf Sinnhaftigkeit und Relevanz überprüft und je nach Potenzial priorisiert und weiterentwickelt wurden. Aus der finalen Liste wurden dann gemeinsam mit dem Auftraggeber drei Maßnahmen zur weiteren detaillierten Ausarbeitung ausgewählt.

Im Folgenden werden nun zunächst das Design und die Ergebnisse des Expert:innen-Workshops beschrieben (Kapitel 5.1). Daran anschließend werden allgemeine Faktoren für gute Finanzbildungsmaßnahmen diskutiert (Kapitel 5.2), die sowohl auf der Literatur als auch den Expert:innen-Interviews und dem Expert:innen-Workshop basieren. In Kapitel 5.3 findet sich eine umfassende, nach Lebensphasen geordnete Liste an Maßnahmvorschlägen. In Kapitel 5.4 werden drei dieser Maßnahmvorschläge in detaillierterer Ausarbeitung vorgestellt.

5.1 Expert:innen-Workshop

5.1.1 Workshop Design

Ziel des Workshops war es, die entwickelten Maßnahmen gemeinsam mit Expert:innen aus dem Bereich „Finanzbildung für Frauen“ weiterzuentwickeln und die Maßnahmen so auf eine breite Basis zu stellen und mit relevanter Expertise anzureichern. Eingeladen wurden neben Mitgliedern der Unterarbeitsgruppe „Frauen“ der nationalen Finanzbildungsstrategie auch Repräsentant:innen von Institutionen, die sich im Laufe der Recherche (siehe Kapitel 4) als relevant für die Thematik der Studie herausgestellt haben. Insgesamt nahmen 14 Personen von 12 Organisationen sowie das IHS-Projektteam an dem Workshop teil. Der Workshop dauerte insgesamt drei Stunden und fand in den Räumlichkeiten des IHS statt.

Nach einer kurzen Vorstellungsrunde wurden zunächst Ziele und Herangehensweise des Projekts präsentiert sowie eine Übersicht über die bisherigen Erkenntnisse der Literaturrecherche. Vorgestellt wurde auch der aktuelle Stand der Maßnahmenentwicklung, konkret eine Liste an Maßnahmen gegliedert nach Lebensphasen, aus der später dann auch die in Kapitel 5.3 präsentierte Maßnahmenliste hervorging.

Für den nachfolgenden Teil des Workshops wurden die Teilnehmenden entsprechend der drei Lebensphasen (Berufswahl und Arbeitsleben, Partnerschaft und Familienleben, Ruhestand) in Kleingruppen unterteilt, die von Mitgliedern des IHS-Projektteams moderiert wurden. Im Rahmen der Kleingruppen wurden die Maßnahmvorschläge zunächst

kurz vorgestellt und dann unter den Teilnehmenden diskutiert. Fokus der Diskussionen war eine Bewertung der Maßnahmenvorschläge hinsichtlich Realisierbarkeit, Wirksamkeit und Wichtigkeiten.

Nach den Diskussionen der vorgeschlagenen Maßnahmen hatten die Teilnehmenden die Möglichkeit, eigene Ideen und Vorschläge für Maßnahmen einzubringen. Möglich war es dabei, sowohl gänzlich neue Maßnahmen zu nennen als auch Verbesserungsvorschläge für die bereits diskutierten Maßnahmen zu machen.

Abschließend konnten die Teilnehmenden eine Einschätzung über die Relevanz der Maßnahmen abgeben und dabei sowohl die Priorität der Umsetzung als auch ihre Einschätzung bezüglich der Effektivität miteinbeziehen. Zu diesem Zweck wurden die Teilnehmenden gebeten, Klebepunkte auf Flipcharts anzubringen, auf denen die ergänzte Maßnahmenliste abgebildet war. Die Ergebnisse der Diskussionen sowie die Einschätzung der Teilnehmenden wird im folgenden Kapitel 5.1.2 kurz zusammengefasst.

5.1.2 Zusammenfassung der Ergebnisse der Diskussionen in den Kleingruppen des Workshops

Gruppe „Berufswahl und Arbeitsleben“

Das Gespräch begann mit einer grundsätzlichen Diskussion über die Herausforderung, Maßnahmen politisch umzusetzen. Betont wurde dabei die Notwendigkeit klarer Zuständigkeiten, also im Voraus abzuklären bzw. festzulegen, wer für die Umsetzung verantwortlich ist. Danach fokussierte die Diskussion auf einzelne, konkrete Maßnahmen. Betont wurde dabei immer wieder die Wichtigkeit von Maßnahmen, die Frauen die langfristigen Folgen von Teilzeitarbeit, zum Beispiel geringere Pensionen und eine erhöhte ökonomische Abhängigkeit, verdeutlichen. Eine Finanzhotline, bei der niederschwellig relevante Informationen eingeholt werden können, wurde als sehr relevant eingestuft. Für die Teilnehmenden war es besonders wichtig, dass diese Hotline umfangreiche und qualifizierte Beratung bieten soll. Hinsichtlich des optimalen Zeitpunkts für die Durchführung von Maßnahmen wurde hervorgehoben, dass Initiativen wie Finanzworkshops oder das Verteilen von Finanzfibeln so früh wie möglich ansetzen sollten. Im Kontext von Maßnahmen, die von den Teilnehmenden eingebracht wurden, erhielt vor allem der Vorschlag, dass Arbeitgeber:innen Anreize für das Anbieten von Finanzbildungsangeboten erhalten sollen, viel Zustimmung.

Gruppe „Partnerschaft und Familienleben“

Strukturelle Aspekte wurden als für diese Lebensphase besonders wichtig hervorgehoben. Besonders gut bewertet wurden daher Defaults, also Standardeinstellungen (z. B. für Karentaufteilung, Kinderbetreuungsgeld oder Pensionssplitting), da diese auch auf

struktureller Ebene wirken. Betont wurde auch, dass durch die Darstellung der Maßnahmen nicht der Eindruck entstehen darf, dass Frauen für das Lösen von strukturellen Problemen verantwortlich sind. Es sollen Probleme zwar angesprochen, aber auch konkrete Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Neben den Frauen als Zielgruppe sollen auch Männer, insbesondere Väter, in die Kommunikation miteinbezogen werden. Auch wurde hervorgehoben, dass Maßnahmen so früh wie möglich ansetzen sollten, und es zu Beginn der Schwangerschaft eigentlich schon zu spät sei. Ein besonders hohes Potenzial im Hinblick auf die Wirksamkeit wurde persönlichen Gesprächen, aber auch Videos, beispielsweise auf Sozialen Medien, zugesprochen. In diesem Kontext sollten auch strukturelle Aspekte und Dynamiken in der Partnerschaft zur Sprache kommen.

Gruppe „Ruhestand“

In der allgemeinen Diskussion wurde besonders hervorgehoben, wie wichtig Maßnahmen zur Prävention sind. Die Möglichkeit, über einen komplexen (aber einfach zu bedienenden) Pensionsrechner die eigenen Ansprüche bereits frühzeitig berechnen bzw. prognostizieren zu lassen, wurde aufgrund des hohen Informationspotenzials als vielversprechend angesehen. Es wurde jedoch auch eingebracht, dass sich die Umsetzung eines solchen Rechners schwierig darstellen könnte, da zukünftige Pensionsansprüche auf teilweise schwer vorhersehbaren Variablen beruhen. Ein in der Diskussion neu aufgebrachter Punkt betrifft die Problematik des Stereotyps der (Geld) schenkenden Oma. Senior:innen haben demnach häufig das Gefühl, dass Geld oder andere kostspielige Geschenke von ihnen erwarten werden und befürchten soziale Ächtung, wenn sie diese Erwartung aufgrund finanzieller Engpässe nicht erfüllen können.

5.2 Faktoren für erfolgreiche Finanzbildungsmaßnahmen

In diesem Kapitel werden Faktoren für gute Finanzbildungsmaßnahmen kurz zusammengefasst. In der folgenden Zusammenschau werden sowohl Empfehlungen von internationalen Organisationen wie der OECD als auch aus den vorliegenden Studienergebnissen, konkret der Literaturrecherche, den Expert:inneninterviews und dem Expert:innen-Workshop vorgestellt.

Erfolgreiche Finanzbildungsmaßnahmen sollten:

- **in eine nationale Finanzbildungsstrategie integriert sein.** Initiativen aus dem Privat-Sektor oder Non-Profit-Sektor sollten langfristig strategisch orientiert und integriert sein (OECD, 2014).
- in ihrer Planungsphase **Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten klären** und im Blick behalten. Im politischen Kontext: in wessen Zuständigkeit fällt die Umsetzung? Welche Stakeholder:innen sind bei der Umsetzung miteinzubeziehen? Von wem

kann die Umsetzung in der Praxis geleistet werden (Ergebnis aus Expert:innen-Workshop)?

- **als Piloten starten und fortlaufend evaluiert werden** und auf dieser Basis verbessert und skaliert werden (OECD, 2014). Die Evaluation sollte von externen Organisationen zur Maßnahmenentwicklung durchgeführt werden, zum Ziel der Maßnahme passen und Kontrollgruppen oder quasiexperimentelle Designs verwenden und mit qualitativen Elementen ergänzt sein, um robuste Schlüsse zuzulassen (OECD/INFE, 2012a; OECD, 2013a). Die Evaluationen sollen peer-reviewed, also unter standardisierter Begutachtung von Fachkolleg:innen, publiziert werden, um Gelerntes zu verbreiten (OECD/INFE, 2012a). Ideal ist es, wenn die Maßnahme schon mit der Evaluation zusammen geplant wird, sodass automatische Datenerhebungen und die Abschätzung von langfristigen Effekten möglich sind sowie ein Anreiz zur Teilnahme an der Evaluation für die Teilnehmenden geschaffen wird. Um häufige Fehler zu vermeiden, wird die Umsetzung eines Fünf-Ebenen-Evaluations-Frameworks empfohlen (OECD, 2013a).
- **auf verschiedene Zielgruppen und ihre speziellen finanziellen Themen zugeschnitten sein** (Lusardi, 2019; Kaiser et al., 2022; OECD, 2014). Das bedeutet, dass die Wünsche und vorhandenen Fähigkeiten der Zielgruppe genauso zu beachten sind wie der nationale, lokale, soziale, ökonomische, kulturelle, familiäre oder sprachliche Kontext (sprachlich, finanzielles Vorwissen, technisches Vorwissen, Lernstil, Präferenzen, Werte etc.).
- **vertrauenswürdige Anbieter:innen und Multiplikator:innen haben:** bekannte Big Player wie Caritas oder Volkshilfe, die bereits Vertrauen in der Community genießen, können Menschen eher ansprechen als neue Institutionen. Gerade vulnerable Gruppen vertrauen oft offiziellen bzw. staatlichen Institutionen wenig (siehe Interview mit Isabel Baldreich, Kapitel 4.3.1).
- **von hoher Qualität sein** (Ausbildung der Trainer:innen, Materialien; OECD, 2014). Dabei können auch Online-Finanzbildungsangebote zielführend sein; die Effekte bei In-Person-Bildungsformaten sind aber wahrscheinlich stärker und langfristiger (Sconti, 2022).
- **leicht zugänglich sein** (OECD, 2014). Niederschwellige und massenhafte Angebote über Schulen, Arbeitsplätze und über Gemeinden (Lusardi, 2019). Keine harten Deadlines für Anmeldungen. Zudem sollten leichte und verständliche Erklärungen von Finanzprodukten angeboten werden. In manchen Fällen sind auch standardmäßige Voreinstellungen („defaults“), d. h. eine automatische Anmeldung zu Kursen sinnvoll, sodass sich Einzelne nicht extra um ein Angebot kümmern müssen (Zhao & Tomm, 2018).

- **salient, d. h. sichtbar sein.** Viele Ausbildungsprogramme sind schlicht nicht bekannt. Ansprechende und konkrete Titel (z. B. „Frau verhandelt – Selbstbewusst in die Gehaltsverhandlung“), sind besser als globale Titel zu Tabu-Themen (z. B. „Über Geld reden“, siehe Interview mit Alexandra Wolk, Kapitel 4.3.3).
- **eine angemessene Dauer haben.** Je länger eine Maßnahme andauert, desto höher der Effekt auf das Verhalten. Beim Finanzwissen scheint allerdings ab einer gewissen Dauer kein zusätzliches Wissen mehr aufgebaut zu werden (Kaiser et al., 2022).
- **Frauen direkt ansprechen.** Frauen haben ein Bewusstsein dafür, dass ihr Finanzwissen geringer ausgeprägt ist, da sie bei den Finanzbildungsfragen häufiger „Ich weiß es nicht“ angeben (Lusardi, 2019).
- **die Verantwortung nicht allein auf Frauen abwälzen.** Es sollte nicht der Eindruck erweckt werden, dass von den Angesprochenen erwartet wird, strukturelle Probleme zu lösen. Daher müssen zum einen die strukturellen Rahmenbedingungen parallel angegangen und zum anderen auch Männer (im Speziellen Väter) von Maßnahmen adressiert und miteinbezogen werden (Ergebnis aus Expert:innen-Workshop).
- **die Wahrnehmung der eigenen Handlungsfähigkeit erhöhen und konkrete Handlungsoptionen aufzeigen:** Angebote oder Werbungen für Finanzbildungsmaßnahmen sollten vermitteln, dass erfolgreich etwas an der eigenen Situation oder Zukunft geändert werden kann. Z. B. sollten sie vermitteln, „was kann ich tun, um die Pensionslücken zu schließen“ anstatt den Fokus auf die Probleme zu legen (z. B. „zu wenig Pension“) (Ergebnis aus Expert:innen-Workshop).
- **Finanzverhalten als Teil der Lebensführung betrachten,** d. h. der Umgang mit Finanzen sollte im Zusammenhang mit tatsächlichem alltäglichem Verhalten, Geschlechterrollen, Werten etc. vermittelt werden (Blue & Grootenboer, 2019). Personalisierte Wissensvermittlung sollte mit Übungen und direktem Feedback zu Übungen im Alltag integriert sein (Nickow et al., 2020).
- **Selbstbindungsinstrumente („commitment devices“) verwenden.** Es ist leichter, Spar- oder Investitionsplänen zuzustimmen, wenn diese erst in ein paar Monaten wirklich beginnen (Benartzi & Thaler, 2007). Verpflichtungssparkonten, d. h. das automatische Überweisen eines Sparbetrags, auf den der Zugang beschränkt ist, konnten in Studien die Sparleistung um 81 Prozent erhöhen (Ashraf et al., 2006; Karlan et al., 2014). Allerdings sollten auch flexible Optionen angeboten werden, um das Gefühl zu geben, man kann in Notsituationen oder bei unerwarteten Ausgaben über das eigene Geld verfügen (beispielsweise Spar-/Investitions-/Pensionspläne, die es erlauben, flexible Beträge einzuzahlen, Zahlungen aussetzen oder sogar

Auszahlungen vorzunehmen, wenn dies erforderlich ist). Flexible Optionen werden eventuell eher von den Betroffenen akzeptiert als harte Verpflichtungen, da sie so eher die Kontrolle über ihr Geld behalten (Dupas & Robinson, 2013).

- **idealerweise dann ansetzen, wenn ein finanzieller Spielraum besteht**, und nicht während Zeiten akuter Knappheit (z. B. eher am Anfang des Monats als am Ende; de Bruijn & Antonides, 2022; Mani et al., 2020).
- **generell zu einem möglichst frühen Zeitpunkt ansetzen**: im Leben (z. B. in der Schule oder in der Familie) und in der Partnerschaft (zum Beispiel zu Beginn einer Partnerschaft). Im Fokus sollten also Maßnahmen stehen, die präventiv auf potenziell schwierige finanzielle Situationen wirken (Ergebnis aus Expert:innen-Workshop).
- wenn die **Zielgruppe sich in einer angespannten finanziellen Situation befindet**, speziell darauf eingehen, indem
 - **die Anzahl an Optionen reduziert wird**. Benartzi und Thaler (2007) empfehlen in Bezug auf die Pensionsvorsorge beispielsweise, die Anzahl der zu treffenden Entscheidungen zu reduzieren, z. B., indem eine Standard-Sparquote („default“) vorgeschlagen wird und die Anzahl der Auswahlmöglichkeiten verringert wird.
 - **kurzfristige Vorteile der Maßnahme betont werden** (beispielsweise die Bezahlung für die Teilnahme).
 - **Scham aufgelöst wird** und gesagt wird, dass viele Menschen eine ähnliche Situation durchmachen und gleich empfinden (Elbaek et al., 2021; O’Donnell et al., 2021).

5.3 Liste an Maßnahmen

Die Maßnahmen, die in diesem Abschnitt dargestellt werden, wurden von der Literatur und Best Practices inspiriert und in verschiedenen Brainstorming- und Diskussionsrunden, von und mit Expert:innen (unter anderem im Rahmen des Workshops) entwickelt. Die Maßnahmen werden nach drei Lebensphasen (Berufswahl und Arbeitsleben, Partnerschaft und Familienleben sowie Ruhestand; siehe Kapitel 2.7) gegliedert.

Die in **Tabelle 2** präsentierten 36 Maßnahmen sollen nicht notwendigerweise als spezifische Empfehlungen und Handlungsanweisungen verstanden werden, sondern als Inspiration und „Tool-Box“ für die Gestaltung zukünftiger Finanzbildungsmaßnahmen. Sie dienen insbesondere auch als Basis für die Auswahl der detailliert auszuarbeitenden Maßnahmen. Eine detaillierte Ausarbeitung stellt – neben einem intensiven wechselseitigen Austausch mit den implementierenden Institutionen – einen wesentlichen Schritt dar, der notwendig ist, bevor die Maßnahmen letztlich implementiert werden können.

5.3.1 Maßnahmen nach Lebensphasen

Tabelle 2: Entwickelte Maßnahmen (nach Lebensphasen)

Wo (Entry Point)	Was (Maßnahme)	Wie (Übermittlung)	Wer (Zielgruppe)
Lebensphase: Berufswahl und Arbeitsleben			
Schule/Berufsmesse/Jugendzentren	Unterschiedliche Karrierepfade ⁴⁴ (Berufswahl, Voll-/Teilzeit) mit finanziellen Konsequenzen (monatlich; Lebenszeit) aufzeigen, um finanzielle Auswirkungen von Entscheidungen zu veranschaulichen	z. B. mit Entscheidungsbäumen, die Zukunftschancen und greifbare Gehaltsvergleiche aufzeigen, inkl. Einordnung, wie viel „genug“ ist, was man sich davon leisten kann (z. B. Wohnung, Urlaub etc.), gegebenenfalls kombiniert mit Personas oder echten Geschichten	Mädchen
	Automatische Bereitstellung von Informationen über Studienkosten sowie Unterstützung bei Bewerbungsschritten zu finanziellen Beihilfen (zielgerichtet, also zum richtigen Zeitpunkt und an die relevante Zielgruppe mit Erläuterungen, warum die Informationen relevant sind) ⁴⁵	z. B. mit einer anschaulichen Gegenüberstellung von Kosten und langfristigem finanziellen Nutzen des Studiums	Mädchen
	Mit dem Abschlusszeugnis wird eine kurze „Finanz-Fibel“ beigelegt	z. B. mit Fokus auf Berufswahl, aber auch andere relevante Finanzthemen, wie Kreditaufnahme o. ä.	Mädchen und Burschen

⁴⁴ Diese Maßnahme ließe sich auch gut in späteren Lebensphasen wiederholen, um gegebenenfalls eine Umschulung anzustoßen.

⁴⁵ Hoxby & Turner (2015), zitiert nach Kocher et al. (2021).

	Vermittlung von klaren Berufsbildern und dazu notwendigen Schritten bei „Frauen-untypischen“ Berufen, z. B. Ingenieur:in, MINT-Berufe etc.	z. B. mit konkreten Geschichten/Vorbildern oder Personas	Mädchen
	Versand von Elternbriefen, um eine gemeinsame Diskussion mit ihren Kindern anzuregen	z. B. über die Vermittlung sozialer Normen, z. B.: <i>„80 Prozent der Eltern reden mit ihren Kindern über die Berufswahl und die Gehaltsentwicklungen“</i>	Eltern
Bei Meldung einer Anstellung, über FinanzOnline oder über die Arbeitsstelle	Automatische Bereitstellung von Informationen, um insbesondere die Auswirkungen von Teilzeit darzustellen. Direkt über FinanzOnline oder durch zielgerichteten Versand von Informationsmaterial	z. B. in Form von Entscheidungsbäumen	junge Frauen
	Automatische Zusendung von passenden Kursangeboten (Gehaltsverhandlung nach einem Jahr im Beruf, Selbstsicherheit etc.), zielgerichtet, zum relevanten Zeitpunkt und maßgeschneidert für die Zielgruppe	z. B. durch reale Vorbilder, die zeigen, welche Hindernisse wie überwunden wurden und soziale Normen verwenden: <i>„X Prozent aller Frauen haben nach der Schulausbildung noch erfolgreich eine Weiterbildung geschafft.“</i> → „harte“ Inhalte durch Persönlichkeitsentwicklungs-Inhalte ergänzen (Selbstwirksamkeit erhöhen, Stereotype auflösen)	junge Frauen
	Aufbau eines Mentoring-Programms (erfahrene Frauen und jüngere Frauen), in dem je nach Berufsphase die relevanten Themen besprochen werden können	z. B. für Gehaltsverhandlungen, Umgang mit Barrieren etc.	junge Frauen

	Angebot und Bewerben von Finanzbildungsworkshops durch Arbeitgeber:in für alle Frauen im Unternehmen, die in der Arbeitszeit besucht werden können → Inklusive Incentive für Arbeitgeber:in (z. B. ein Zertifikat analog zu „familienfreundlicher Arbeitgeber“)	z. B. mit kurzen Quizzes und Aufforderungen, kleine Übungen durchzuführen („Hole dir 3 Tipps von einer älteren Frau zum Thema x“)	junge Frauen
	Automatischer, wiederkehrender Versand von Informationen bei Anmeldung einer Selbstständigkeit	z. B. Businessplan entwickeln, Informationen zur Pensionsvorsorge etc., gegebenenfalls auch ein Commitment erwirken, dass die Sparquote mit steigendem Einkommen steigen soll: „Wenn ich 2.000 Euro verdiene, werde ich monatlich 400 Euro auf ein Sparkonto überweisen.“ ⁴⁶	junge Frauen
Strukturelle Veränderungen	Frauenquoten und Lohntransparenz in Unternehmen einführen		
	Bessere Entlohnung von Berufen, die traditionell eher von Frauen ausgeübt werden (z. B. Pflegebereich)		
Lebensphase: Partnerschaft und Familienleben			
Bei Meldung von Karenz, Antrag auf	Automatische Vermittlung von Informationsmaterial zu verschiedenen Karenzverläufen/-aufteilungen und	<ul style="list-style-type: none"> • z. B. in Form von Entscheidungsbäumen • Die Möglichkeiten geteilter Elternkarenz vereinfacht darstellen und Rechtsanspruch betonen⁴⁷; Bildsprache einsetzen, um Rollenvorbilder zu 	(werdende) Mütter und Väter

⁴⁶ Benartzi & Thaler (2007), zitiert nach Häckl et al. (2020).

⁴⁷ Hacoen et al. (2018), zitiert nach Kocher et al. (2021).

Kinderbetreuungsgeld oder über den Eltern-Kind-Pass	Kinderbetreuung, Pensionssplitting und den Konsequenzen für Einkommen und Pension	etablieren („7+7“ statt „12+2“, auch Väter auf Infomaterial) ⁴⁸ , Links zu den benötigten Formularen hinzufügen <ul style="list-style-type: none"> • Vorteile einer gleichwertigen Aufteilung von Kinderbetreuungszeiten anführen (und negative Auswirkungen einer ungleichen Aufteilung). Verweis, dass für den Fall einer ungleichen Aufteilung zumindest ein Ausgleich in Form des Pensionssplittings vorgenommen werden kann⁴⁹ 	
	Automatische Vermittlung von Informationsmaterial/Flyern oder Videos, um die gemeinsame Diskussion unter Eltern bezüglich Kernaufteilung/Pensionssplitting anzuregen	z. B. über persönliche Ansprache: <i>„Nehmen Sie sich Zeit, um mit dem anderen Elternteil über die Aufteilung der Karenzzeiten zu reden.“</i> oder <i>„Hast du in deiner Partnerschaft schon über Pensionssplitting gesprochen?“</i>	(werdende) Mütter und Väter
	Gezielte Einladungen zu Kursen (z. B. „Money-Mindset“, Budgetberatung bei Elternschaft)	<ul style="list-style-type: none"> • z. B. über gezielte Links zum Kursangebot auf BMF-Seite oder von neutraler Stelle (z. B. AMS, Eltern-/Familienberatungsstellen) • über einen Gutschein für eine Budgetberatung • über eine automatische Anmeldung zu Kursen⁵⁰ • über eine verpflichtende Beratung 	Mütter und Väter
Anmeldung des Kindes bzw. Ausgabe Geburtsurkunde	Automatischer „Warnhinweis“, der auf das Pensionssplitting aufmerksam macht; auf den Dokumenten, die man nach der Geburt eines Kindes bekommt	z. B. <i>„Bitte bedenken Sie, dass Pensionssplitting ihre Altersvorsorge retten kann“</i> oder Kommunikation sozialer Normen	Mütter und Väter

⁴⁸ Kocher et al. (2021).

⁴⁹ Häckl et al. (2020).

⁵⁰ Kocher et al. (2021).

Stadt (Wien), Kommune	Angebot eines Kurses / einer Beratung zu partnerschaftlicher Aufteilung	z. B. als Gutschein in einem Wickelrucksack	Mütter und Väter
Kindergarten	Bereitstellung von Informationsmaterial zur Aufklärung über Konsequenzen von Teilzeit auf die Pension	z. B. als Broschüre in einem Kindergartenkoffer	Mütter und Väter
Bei Auslauf der Elternteilzeit bzw. bei Meldung von Teilzeit	Automatischer Versand von Informationsmaterial zur Aufklärung über Konsequenzen von Teilzeit auf die Pension	mit konkreten Szenarien für die Zukunft, z. B. Übersicht mit konkreten Zahlen „ <i>wenn du in Teilzeit für 6 Monate zurückkommst, bedeutet das für deine Pension XY, vs. in Vollzeit bedeutet es XY</i> “	Mütter und Väter
Bei Konto-Eröffnung	Bereitstellung von Informationsmaterial oder Beratungsgesprächen zu Bewahrung der finanziellen Unabhängigkeit	z. B. wenn bei einer Bank ein gemeinsames Konto eröffnet wird, werden automatisch passende Informationen (z. B. Pensionsvorsorge) vermittelt	Paare
Standesamt, bei Schwangerschaftskursen/Elternkursen	Bereitstellung von Informationsmaterial oder Beratungsgesprächen zu jeweils relevanten Finanzthemen	z. B. eine kurze Beratung zum Pensionssplitting beim Standesamt	Paare
(gesetzliche) Änderung der Defaults	Standardmäßig gerechtere Aufteilung für beide Partner:innen ⁵¹	<ul style="list-style-type: none"> bei Pensionssplitting: Entweder automatisches Pensionssplitting (Entscheidung gegen Pensionssplitting muss aktiv beantragt werden) oder alternativ erzwungene aktive Entscheidung⁵² 	Mütter und Väter

⁵¹ Unter möglichst umfassender Berücksichtigung individueller Lebensrealitäten, beispielsweise von Alleinerziehenden.

⁵² Häckl et al. (2020).

(d. h. Standardeinstellungen)		<ul style="list-style-type: none"> • Default bzw. Referenzpunkt einer gleichen Aufteilung des Kinderbetreuungsgeldes zwischen den beiden Partner:innen (Bewusste Entscheidung gegen ungleiche Aufteilung). • Default bei Krenzaufteilung 	
Strukturelle Veränderungen	Verbesserung der betrieblichen Rahmenbedingungen (Vereinbarkeit von Familie und Beruf), z. B. durch den Ausbau von Kinderbetreuungsmöglichkeiten und den Abbau von Hürden für Väterbeteiligung (z. B. Stereotype)		
	Erhöhung der Bemessungsgrundlage für die Pension während der Kinderbetreuung → neue Normen schaffen und Care-Arbeit aufwerten		
	Finanzielle Vorsorge bei Schwangerschaft auch vonseiten des Mannes: (verpflichtendes) Treuhandkonto für das Kind, welches im Falle einer Trennung von beiden Elternteilen, abhängig von Betreuungsaufteilung, in Anspruch genommen werden kann		
Lebensphase: Ruhestand			
FinanzOnline, Pensionskonto oder Pensionskontenrechner	Anreicherung des Pensionskontos (oder gegebenenfalls des Pensionsrechners) mit anschaulichen und interaktiven Informationen	<ul style="list-style-type: none"> • Z. B. Faust-Regel zur Pensionshöhe nennen • Entscheidungsszenarien mit unterschiedlichen Erwerbsverläufen zeigen (z. B. 3 typische Verläufe mit Personas), inkl. positiver Vorbilder (z. B. eine 	Ca. 50-jährige Frauen (einige Zeit vor der Pension)

		<p>Frau, die zwischen 50 und 60 nochmal Arbeitszeit aufstockt, um mehr Pension zu bekommen)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pensionslücke berechnen: Differenz zwischen dem, was man finanzieren will (was kostet das Leben im Alter) vs. dem, was man bekommt • Stärkung der Identifizierung mit dem zukünftigen Selbst (z. B. Fotos mit einer Gesichtsalterungssoftware altern lassen und als Profilbild im Pensionskonto aufscheinen lassen⁵³ oder über Wünsche: Wie willst du im Alter leben? Willst du reisen, ein Haus etc.?) • Handlungsoptionen aufzeigen: „<i>Enttäuscht? Dann schauen Sie direkt auf Seite zwei weiter</i>“ 	
	<p>Automatische Erinnerungen, bzw. Weiterleitung, um die Beschäftigung mit dem Pensionskonto anzuregen / Aufmerksamkeit dafür zu erhöhen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Erinnerungsschreiben, wenn man eine gewisse Zeit nicht auf dem Pensionskonto angemeldet war • prominente Platzierung im FinanzOnline-Portal⁵⁴, z. B. unter „Häufig verwendete Funktionen“: „<i>Haben Sie heuer schon einen Blick in das Pensionskonto geworfen?</i>“; (z. B. zum Zeitpunkt der Arbeitnehmer:innenveranlagung) • Standardmäßige Aktivierung der Abo-Funktionen im Pensionskonto, um Frequentierung des 	<p>Ca. 50-jährige Frauen (einige Zeit vor der Pension)</p>

⁵³ Häckl et al. (2020).

⁵⁴ Häckl et al. (2020).

		Pensionskontos zu erhöhen: Automatischer Versand der jährlichen Kontomitteilung (die durch Klicken wieder deaktiviert werden kann) ⁵⁵	
Öffentlichkeit	Kampagnen, um Beschäftigung mit dem Pensionskonto anzuregen	<ul style="list-style-type: none"> • Am Frauentag/Muttertag/Vatertag/Kindertag kommunizieren: „Schauen Sie in Ihr Pensionskonto“ (z. B. über das Radio, oder Durchsagen an Bahnsteigen) 	Frauen
Pensionistenvereine	Versand von Informationsmaterial oder Angebot einer Budgetberatung (als Gruppenaktivität)	<ul style="list-style-type: none"> • z. B. Informationen zum Downscaling der Alltagsfixkosten (insbesondere Wohnraumveränderung/-verkleinerung) und alternativen Wohnmodellen⁵⁶ • Informationen zu neuen Technologien/Kontoführungsmöglichkeiten bzw. „Kassasturz“ (Welche Verträge/Abos etc. brauche ich nicht mehr) 	Frauen bei Pensionsantritt
Strukturelle/kulturelle Veränderungen	Scham von Altersarmut abbauen und Selbstvertrauen stärken, z. B., indem die Bewertung der unbezahlten Arbeit hervorgehoben wird		
	Einstellung und Stereotype hinterfragen und auflösen: welche Glaubenssätze verbinden Senior:innen mit Geld? z. B. Omas schenken viel („Ich schenke viel also liebe ich viel“, „Wird von		

⁵⁵ Beispielprojekt: siehe Caritas der Erzdiözese (n.d).

⁵⁶ Beispielprojekt: siehe Caritas der Erzdiözese (n.d).

	<i>mir erwartet, sonst werde ich zu Weihnachten nicht eingeladen“)</i>		
	Entlohnung und Berücksichtigung von nicht-bezahlter Care-Arbeit wie Kinderbetreuung oder Pflege		
	Bei der Berechnung der Ausgleichszulage sollte die Haushaltsgröße nicht miteinbezogen werden, z. B. bekommen Menschen in Alten-WGs weniger Geld		
	Pensionslohnzettel für Pensionist:innen mit Informationen, inwiefern sich Pension aus eigenen Beitragszahlungen, Transferleistungen des Staates, Ersatzzeiten etc. zusammensetzt. → Ziel: gesamtgesellschaftliches Bewusstsein & Diskurs ⁵⁷		

⁵⁷ Häckl et al. (2020).

5.3.2 Übergeordnete Maßnahmen

Ergänzend zu den vorgestellten Maßnahmen, die sich auf spezifische Lebensphasen beziehen, wird im Folgenden eine Reihe an Maßnahmen dargestellt, die keiner bestimmten Lebensphase zugeordnet sind. Diese 31 Maßnahmen sind eher übergeordneter Natur und lassen sich teilweise mit den in Kapitel 5.3.1 beschriebenen Maßnahmen kombinieren.

Zugang zu und Wirksamkeit von Kursen und Beratungsangeboten verbessern durch:

Hohe Attraktivität:

- ansprechende Kurstitel (z. B. statt „Über Geld sprechen“ konkrete Titel verwenden wie z. B. „4 Schritte für junge Mütter, um für die Pension vorzusorgen“)
- Hervorheben der persönlichen Vorteile, wenn man den Kurs besucht
- persönliche Ansprache („Du möchtest mehr über Finanzen wissen? Leg jetzt los!“)
- Mitbeteiligung der Teilnehmenden bei der Angebotsgestaltung
- Quizze, die eigene Wissensgrenzen aufzeigen (und darauf basierend personalisierte Angebotsvorschläge machen)
- Gütesiegel für geprüfte Informationen⁵⁸
- gezielte Kurse nur für Frauen (damit ein sicherer Rahmen besteht, ohne unter eigenen und fremden Genderstereotypen zu leiden)
- zielgruppenspezifische Kurse (z. B. Mütter von Kindern mit Behinderung und Mütter mit Behinderung oder Alleinerzieher:innen je Bundesland)

Incentives:

- Bezahlung für die Teilnahme an Kursen: Idealerweise bietet sich hier im Sinne des verhaltensökonomischen Konzepts der Verlustversion an, Prämien für das Erscheinen voranzuzahlen, die bei Fernbleiben oder Abmeldung zurückgezahlt werden müssen (Kocher et al., 2021)
- Zertifikate
- Stempelkarten (z. B. mit der Möglichkeit, etwas zu gewinnen, wenn man die Karte gefüllt hat)

Niederschweligen Zugang:

- Online-Kurse mit überregionaler Teilnahme speziell für ländliche Bevölkerung, um mehr Anonymität herzustellen (v. a. für Austausch unter Teilnehmer:innen)

⁵⁸ Idealerweise sollte das Gütesiegel dann durch ein diverses Gremium entwickelt werden (z. B. Gleichbehandlungsanwaltschaft, Arbeiterkammer, Wirtschaftskammer, NGOs, Finanzmarktaufsicht).

- Vereinbarkeit mit Beruf und Kindern (Kinderbetreuung anbieten und bewerben, berufsbegleitend, hybrid/online etc.)
- automatische Anmeldung zu Kursen (wobei eine Ab- oder Ummeldung kostenfrei und unbürokratisch möglich sein sollte, sodass auf individuelle Lebensumstände Rücksicht genommen wird)

Klare Empfehlungen:

- z. B. eine Standard-Sparquote (20 Prozent) vorschlagen (und die Anzahl der Auswahlmöglichkeiten verringern, um im Sinne der kognitiven Knappheit (siehe Kapitel 3.1.3) die Anzahl der zu treffenden Entscheidungen zu reduzieren)
- Bereitstellung von Investitionsempfehlungen, z. B. von Expert:innen der PVA, die auf demografischen Charakteristika wie Alter und Geschlecht, der Risikobereitschaft und der Einkommenssituation basiert (wichtig ist hier Vertrauen herzustellen, z. B. durch Gütesiegel)

Verbindlichkeit:

- Buddy-System: Zuweisen einer Bezugsperson innerhalb des Kurses (vor allem bei Kursen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken), um Teilnehmende zu motivieren dranzubleiben
- Selbstbindungsinstrumente („commitment devices“) verwenden (siehe Kapitel 3.1.3): Reflexion der eigenen Ziele und Werte zu Kursbeginn, die später als konkrete Ziele formuliert werden, inklusive einfacher Umsetzungspläne (in denen Hürden vorhergesehen und Möglichkeiten zur Überwindung erarbeitet werden). Zusätzlich wird am Ende des Kurses eine Selbstverpflichtung festgelegt, die die Gegenwartsverzerrung (siehe Kapitel 3.1.3) adressiert: „Für ab nächsten Monat lege ich einen Dauerauftrag mit XY Euro auf mein Sparkonto an“⁵⁹ (angelehnt an Benartzi & Thaler, 2007)
- Nach dem Kurs werden ermutigende Textnachrichten versandt, um die wahrgenommene Selbstwirksamkeit (siehe Kapitel 3.3.2) zu erhöhen. Zudem werden (regelmäßige) Erinnerungen an das Zielverhalten (z. B. Sparziele) verschickt.
- Begleitung nach Kursende / Community bilden: Übungen (z. B. auf digitalen Lernplattformen) via App/E-Mail versenden und die Bearbeitung mit Anreizen (Lotterien, Gamifizierung/Wettbewerbe, gemeinsame Gruppenziele) sicherstellen (Kocher et al., 2021).

⁵⁹ Dieses Beispiel bezieht sich auf Zielgruppen, die finanziell in der Lage dazu sind, einen bestimmten Geldbetrag zur Seite zu legen.

Anschauliche und übergreifende Informationsvermittlung:

- Informationsvermittlung während der Kurse möglichst greifbar gestalten (z. B. visuell, in Geschichten, mit Vorbildern etc.)
- Informationen, um strukturelle Aspekte erweitern (z. B. gemeinsam mit Informationen zum Pensionsplitting auch Informationen liefern zu: „*Wie kann ich mich in der Partnerschaft durchsetzen?*“)

Kommunikation und Kampagnen:

- Vorbilder (z. B. ältere Frau gibt junger Frau Ratschläge) erzeugen und (wenn sinnvoll) soziale Normen kommunizieren⁶⁰
- Videos einsetzen: möglichst kurz und kompakt, zielgruppenspezifisch, mehrsprachig (z. B. Türkisch, Farsi, BKS), möglich sind auch mehrteilige Videoreihen
- Kampagne in den Sozialen Medien starten, die Finanzbildung als etwas Erstrebenswertes und Angesehenes kommuniziert (als Gegeninitiative zu existierender Werbung von Kreditinstituten)
- Finanzbildungsthemen mit aktuellen politischen Ereignissen kombiniert kommunizieren, um die Diskussion darüber anzuregen (z. B. im Rahmen des Klimabonus)
- Finanzhotline einrichten (wie Gesundheitstelefon, aber für Finanzthemen): idealerweise unabhängige Beratung und weiterleiten zu weiterführenden Informationen (auch zielgruppenspezifisch denkbar, z. B. für Mütter mit Trennungsabsicht)
- Genderkompetenztrainings für AMS-Mitarbeiter:innen/Bankberater:innen/Multiplikator:innen etc. (die z. B. dann die Klientinnen gezielt zu Themen/Problemen informieren)
- Kampagnen mit Warnhinweisen vor wichtigen Entscheidungen (z. B. vor der Aufnahme eines Konsumkredits), z. B. vor Weihnachten großflächig kommunizieren
- Zielgruppenspezifisches Informationsmaterial erstellen (z. B. Broschüre über finanzielle Beihilfen & Steuertipps für Alleinerzieher:innen spezifisch für jedes Bundesland)
- Aufbau einer Kontaktdatenbank für Alleinerzieher:innen für Hilfe und Lernmaterial zur Finanzbildung

⁶⁰ Wichtig ist es zudem, bestehende schriftliche Angebote und Kommunikationsmaterialien auf Gender-Stereotype zu überprüfen, z. B. Bilder, die Frauen in schlecht bezahlten Berufen zeigen.

5.4 Detaillierte Ausarbeitung von drei Maßnahmen

In die finale Auswahl der drei Maßnahmen, die im Folgenden näher ausgeführt werden, war der Auftraggeber eingebunden. Als Basis für die Auswahl diente die in Kapitel 5.3 präsentierte Liste an Maßnahmen. Als Kriterien für die Auswahl wurden einerseits die inhaltlichen Präferenzen der Expert:innen im Workshop und andererseits die Einschätzung der potenziellen Umsetzbarkeit seitens des Auftraggebers sowie Anknüpfungsmöglichkeiten an bestehende Initiativen, z. B. das Finanzbildungsportal, herangezogen.

Maßnahme A befasst sich mit der Frage, wie Nutzer:innen des FinanzOnline-Portals auf Finanzbildungsthemen aufmerksam gemacht werden und insbesondere auf intuitive Art auf das Pensionskonto bzw. den Pensionskontorechner sowie das Finanzbildungsportal weitergeleitet werden können. Darüber hinaus werden Entscheidungsbäume und Vergleichstabellen präsentiert, mithilfe derer Handlungsoptionen im Kontext der Pensionsvorsorge aufgezeigt werden. Maßnahme B setzt sich mit der Frage auseinander, wie Schulabgänger:innen erreicht, durch geeignetes Material auf Finanzthemen aufmerksam gemacht und auf das Finanzbildungsportal weitergeleitet werden können. In diesem Zusammenhang werden auch verhaltenswissenschaftliche Prinzipien in der Gestaltung und Verteilung von Informationsmaterial diskutiert. Maßnahme C adressiert werdende Mütter und Väter und befasst sich sowohl mit der Gestaltung von zielgruppenspezifischem Informationsmaterial als auch der Möglichkeit einer Informationsseite im Eltern-Kind-Pass, die auf Finanzbildungsthemen aufmerksam macht.

Die Detailausarbeitung geht auf die spezifischen Ziele der jeweiligen Maßnahme ein, wobei zwischen kurzfristigen, unmittelbaren Zielen (z. B. die Inanspruchnahme eines bestimmten Informationsangebots) und langfristigen Zielverhalten (z. B. eine Steigerung der Pensionsvorsorge) unterschieden wird. Anschließend werden mögliche Entry Points (d. h. Eintritts- bzw. Ansatzpunkte) für die Maßnahme – also Orte und Gelegenheiten, zu denen sich die Zielgruppe besonders gut erreichen lässt – sowie Details der möglichen Gestaltung der Maßnahme diskutiert.

5.4.1 Maßnahme A: FinanzOnline – Auswirkung von Teilzeit auf die Pension

In diesem Abschnitt wird die erste Maßnahme (Verlinkung von FinanzOnline auf den Pensionskontorechner sowie das Finanzbildungsportal) beschrieben. Neben Ziel, Entry Point und Übermittlung werden bei dieser Maßnahme unterschiedliche Möglichkeiten der Gestaltung im Detail diskutiert. Hierbei wird zunächst die derzeitige Umsetzung der Verlinkung von FinanzOnline auf den Pensionskontorechner beschrieben und direkte Verbesserungsmöglichkeiten vorgeschlagen. Anschließend werden weitere Möglichkeiten der Umsetzung bezüglich der Platzierung und Benennung der Weiterleitung

diskutiert. Abschließend werden zwei Möglichkeiten der visuellen Veranschaulichung von Entscheidungsoptionen dargestellt: Entscheidungsbäume und Gegenüberstellungen mit Personas. Die Einbettung dieser Visualisierungen ist für das Finanzbildungsportal vorgesehen, konkret auf den Seiten, auf die durch die zuvor diskutierten Verlinkungen weitergeleitet wird.

Ziel

Das Ziel dieser Maßnahme ist es, möglichst viele Personen und insbesondere Frauen zu einem geeigneten Zeitpunkt auf Finanzbildungsthemen (die insbesondere mit der eigenen Pension zusammenhängen) aufmerksam zu machen. Ein geeigneter Zeitpunkt könnte sein, wenn sich Personen gerade mit ihren Finanzen auseinandersetzen, und entsprechend für Finanzthemen empfänglich sind. Geschehen könnte dies über die Plattform „FinanzOnline“, das E-Government-Portal der österreichischen Finanzverwaltung, auf der Bürger:innen in Österreich unter anderem ihre Arbeitnehmerveranlagung einreichen. Das unmittelbare Ziel der Maßnahme ist es, Personen auf das Finanzbildungsportal⁶¹ des Bundesministeriums für Finanzen oder zum Pensionskontorechner⁶² der Sozialversicherungsanstalt der Selbständigen (SVS) weiterzuleiten.

Langfristiges Zielverhalten / Themen

Das langfristige Ziel dieser Maßnahme ist, dass sich Zielpersonen aktiv über ihr zukünftiges Pensionseinkommen und über Faktoren, die dessen Höhe beeinflussen, Gedanken machen, um basierend darauf informierte und bewusste Entscheidungen zu treffen. Während die Maßnahme grundsätzlich Personen aller Geschlechter angezeigt werden soll, liegt der spezifische Fokus der Maßnahme auf der Verbesserung der finanziellen Situation von Frauen. Es werden daher vor allem Themen adressiert, die das Potenzial haben, die finanzielle Situation von Frauen zu verbessern, beispielsweise Entscheidungen über Teilzeitarbeit, Pensionsplitting oder zusätzliche Pensionsvorsorge (zu den Auswirkungen von niedrigem Einkommen und durchbrochenen Erwerbsbiografien auf Pension und die Gefahr der Altersarmut, siehe Kapitel 2.6).

⁶¹ Das geplante Finanzbildungsportal des Finanzministeriums stellt eine Schlüsselinitiative im Rahmen der Nationalen Finanzbildungsstrategie dar. Ziel ist es, eine zentrale Plattform zu schaffen, die alle wesentlichen Informationen zum Thema Finanzbildung und Finanzentscheidungen bereitstellt. Das Portal wird die Nationale Finanzbildungsstrategie erklären, ein Informations- und Wissensportal etablieren, das Lernmodule bereitstellt, und die Möglichkeit für einen Finanzkompetenz-Check mit Zertifizierungsmöglichkeit bieten (BMF, n. d.).

⁶² Mit dem Pensionskontorechner kann man die Entwicklung seines Pensionskontos und seine künftige Pension abschätzen: <https://www.pensionskontorechner.at/#/start>. Der Fokus in dieser Studie liegt auf der Weiterleitung auf den Pensionskontorechner. Für eine Diskussion, wie sich der Pensionskontorechner aus verhaltensökonomischer Perspektive optimieren lässt, siehe Häckl et al. (2020); für eine experimentelle Evaluierung eines ähnlichen Instruments in den USA, siehe Goda et al. (2023).

Entry Point

Als Entry Point für Finanzbildungsmaßnahmen bietet sich FinanzOnline in besonderer Weise an: Erstens setzen sich die Zielpersonen zu diesem Zeitpunkt gerade mit den eigenen Finanzen auseinander, und könnten dementsprechend offener für das Thema sein als zu anderen Zeitpunkten. Zweitens ist man gerade bei FinanzOnline angemeldet, was den Zugriff auf Informationen zur momentanen Pensionsgutschrift erleichtert, die für den Pensionskontorechner gebraucht wird. Dadurch kann die Hürde, weitere Schritte zu unternehmen und sich zunächst anmelden zu müssen, reduziert werden.

Übermittlung

Das Ziel der Maßnahme ist die Weiterleitung auf das Finanzbildungsportal und/oder den Pensionskontorechner. Dieses Ziel kann in zwei Schritte unterteilt werden: Erstens müssen Personen den Link zu Finanzbildungsportal und Pensionskontorechner bewusst in FinanzOnline wahrnehmen, was eine gute Platzierung und Benennung erfordert. Zweitens müssen sie, wenn sie den Link sehen, auch motiviert sein, diesem zu folgen.

Gestaltung

Im Folgenden werden zunächst die derzeitige Verlinkung von FinanzOnline auf das Pensionskonto beschrieben und Verbesserungsvorschläge gemacht. Im Anschluss werden Möglichkeiten diskutiert, wie auf das Pensionskonto und das Finanzbildungsportal verlinkt werden könnte und was dabei beachtet werden muss. Es wird die Platzierung und Benennung des Links sowie die Weiterleitung diskutiert. Der Fokus liegt hier zunächst auf der Weiterleitung auf Pensionskonto und -rechner, die Erkenntnisse lassen sich aber auch auf eine allgemeine Weiterleitung auf das Finanzbildungsportal übertragen und werden in weiterer Folge an ausgewählten Stellen diskutiert.

1. Derzeitige Verlinkung von FinanzOnline auf Pensionskonto/-rechner und Verbesserungsvorschläge

Momentan erfolgt die Verlinkung von FinanzOnline hin zum Pensionskontorechner über den Link „Sozialversicherung“, der in einer Sammlung mehrerer Links zu finden ist, die jedoch nicht auf den ersten Blick ersichtlich ist. Um die Verlinkung zu finden, muss an das Ende der Startseite, unter „Links“ zu „Sozialversicherung“ gescrollt werden (**Abbildung 3**).⁶³ Durch die Benennung „Sozialversicherung“ ist nicht klar, welche konkreten Möglichkeiten sich hinter dem Link verbergen. Hier würde es sich anbieten, den Link zumindest klarer zu benennen (z. B. „Pensionskonto“ statt „Sozialversicherung“).

⁶³ Für Personen mit Einkommensteuererklärung ist dieser Link besser ersichtlich, da er sich auf der Startseite rechter Hand in einer Menüleiste befindet. Hier ist der Link zwar leichter zu finden, allerdings ist auch dieser mit „Sozialversicherung“ unklar benannt.

Abbildung 3: Link zur Sozialversicherung (FinanzOnline für Personen mit Arbeitnehmerveranlagung)

Steuererklärung online
Die Arbeitnehmerveranlagung 2022 wurde bereits eingebracht.
[Bescheid ansehen](#)

Ihre letzten Steuererklärungen finden Sie auch unter WÄHREND SERVICES - Erklärungen

Steuerjahr 2022	Abgeschlossene	Bescheid ansehen
Steuerjahr 2021	Abgeschlossen	Bescheid ansehen
Steuerjahr 2020	Abgeschlossen	Bescheid ansehen
Steuerjahr 2019	Abgeschlossen	Bescheid ansehen
Steuerjahr 2016	Abgeschlossen	Bescheid ansehen

Ihre letzten eingegangenen Nachrichten

Einkommensteuerbescheid 2022	>
Mitteilung betreffend Aktualisierung der Kontodaten	>

Ihre letzten Anträge

Keine Anträge

Ihre persönlichen Daten

Grunddaten	Ändern
Zustelloptionen	Ändern
Benutzername	Ändern
Passwort	Ändern

Aktuelle News
Lesen Sie die aktuellen Informationen rund um FinanzOnline.
[News lesen](#)

Ihr Feedback
Wir sind bemüht unsere A verbessern und freuen ur Anregungen.
[Feedback geben](#)

Registrierung eAMS [er](#) | [Transparenzportal](#) [er](#)
[Zahlung](#) | [Sozialversicherung](#) [er](#)
Alllasten- [er](#) | [Verbrauchssteuern](#) [er](#)
sancierungsbeitrag [er](#) | [Rechnungswesen Zoll](#) [er](#)
Portal Zoll [er](#)
[Links](#) [er](#) | [Information](#) [er](#)

FinanzOnline Hotline
Mo - Fr 08.00 - 17.00 Uhr
Hotline: 050 233 790

[Steuerbuch](#) [er](#)

Über den Link wird man anschließend auf die Startseite des Service-Portals der österreichischen Sozialversicherung weitergeleitet. Hier wäre es besser, direkt auf die Seite „Pensionskonto“ zu verlinken. Auf der Seite der Sozialversicherung muss dann im nächsten Schritt zunächst die Pensionsgutschrift (zu finden unter „Pensionskonto“) ausfindig gemacht werden. Vermutlich wissen viele Nutzer:innen jedoch nicht, dass sie die Gesamtgutschrift für die Berechnungen des Pensionskontorechner benötigen. Hier könnte direkt auf der Seite des Pensionskontos (Abbildung 4) unter der Gesamtgutschrift ein Link zum Pensionskontorechner eingefügt werden, mit einer klaren Handlungsanweisung, z. B.: „Kopieren Sie die obenstehende Gesamtgutschrift, und berechnen Sie [im Pensionskontorechner](#) in wenigen Minuten Ihre Pension!“.

Abbildung 4: Pensionsgutschrift

The screenshot shows a user interface for a pension account. On the left is a navigation menu with items: Pensionskonto, Pensionswert, Dokumente, Pensionskontorechner, Information über das Pensionskonto, and Weiterführende Links. The main content area is titled 'Pensionskonto' and includes the text: 'Zuständiger Pensionsversicherungsträger Pensionsversicherungsanstalt', 'Ihr Pensionskonto enthält Ihre Gesamtgutschrift zum 31.12.2022. Berücksichtigt sind Ihre österreichischen Pensionsversicherungszeiten und Beitragsgrundlagen bis 31.12.2022. Die Daten können aufgrund von fehlenden Meldungen noch unvollständig sein.', and 'Ihre Gesamtgutschrift zum 31.12.2022 beträgt: EUR 4.029,20'.

2. Weitere Vorschläge für die Verlinkung zu Pensionskonto bzw. -rechner und Finanzbildungsportal

Darüber hinaus gibt es eine Reihe weiterer Optionen, wie eine Verlinkung zum Pensionskonto auf FinanzOnline umgesetzt werden könnte. Im Folgenden werden einige dieser Möglichkeiten beschrieben. Die zu beachtenden Aspekte betreffen die Platzierung, Benennung sowie die Weiterleitung des Links (siehe Infobox 5.1).

Infobox 5.1: Generelle Faktoren zu Verlinkungen auf Webportalen

- **Platzierung:** Links sollten generell gut sichtbar sein, damit sie leicht gefunden werden. Wichtige Links sollten außerdem prominent platziert werden, sodass sie nicht unter vielen anderen Links versteckt bleiben und untergehen.
- **Weiterleitung:** Generell wird empfohlen, Informationen direkt auf den jeweiligen Webseiten zu platzieren, anstatt zu den Informationen an einer anderen Stelle zu verlinken. Wenn dies nicht möglich ist, sollten Links direkt und ohne Umwege zu den Informationen führen (BIT, 2014). Es sollten also Verlinkungen zu anderen Webseiten, auf denen dann zum Finden der benötigten Informationen weiter navigiert werden muss, vermieden werden.
- **Benennung:** Die Benennung eines Links sollte kurz, leicht verständlich und konkret sein, das heißt es sollte klar sein, wohin der Link führt.

Platzierung des Links:

- Als sehr prominente Platzierung würde sich **ein Foto-Banner auf der Startseite** von FinanzOnline anbieten. Dieser könnte mithilfe eines Bildes hohe Aufmerksamkeit auf sich ziehen und die Zielgruppe durch die Wahl des Fotos klar ansprechen (für Beispiele siehe [Abbildung 5](#) und [Abbildung 6](#)). In dem Banner kann dann direkt zu der relevanten Seite z. B. des Pensionskontorechners oder zusätzlich zum Finanzbildungsportal verlinkt werden.

- Alternativ könnte **ein eigener Reiter in der Menüführung** implementiert werden, der klar mit „Pensionskonto“ benannt wird. Dies ist etwas weniger prominent als eine Platzierung mit Foto auf der Startseite, und fällt tendenziell nur auf, wenn Nutzer:innen durch die Webseite browsen oder etwas in den Menüpunkten suchen. Die Benennung eines eigenen Reiters ist dennoch einer Platzierung des Links zusammen mit anderen Links vorzuziehen.
- Als alternative, oder auch zusätzliche, Möglichkeit bietet es sich an, auf das Pensionskonto bzw. den Pensionskontorechner **am Ende verschiedener Einreichprozesse** auf FinanzOnline aufmerksam zu machen.⁶⁴ Speziell könnte am Ende der Arbeitnehmerveranlagung auf den Pensionskontorechner verwiesen und direkt verlinkt werden. Möglich wäre hier die letzte Seite der Arbeitnehmerveranlagung (z. B. nach der Vorberechnung der Rückzahlung), die E-Mail über den finalen Bescheid, oder die Seite, auf welcher der finale Bescheid eingesehen werden kann.

Weiterleitung des Links:

- Wichtig ist, die Weiterleitung **so direkt wie möglich** zu gestalten. Das heißt, der Link soll direkt auf das Pensionskonto (anstatt auf die Startseite der Sozialversicherung) oder direkt auf die Startseite des Finanzbildungsportals führen (für eine generelle Bewerbung des Finanzbildungsportals).
- Bei einer themenspezifischen Verlinkung ist es empfehlenswert, direkt auf die relevante Seite innerhalb des Finanzbildungsportals zu verweisen, anstatt auf die Startseite.
- Thematisch kann der Hinweis auf das Finanzbildungsportal spezifisch auf die Pension bezogen werden.⁶⁵ Dies hat den Vorteil, dass das Finanzbildungsportal so für Personen, die sich gerade mit dem Pensionskontorechner beschäftigen, noch zusätzlich an Relevanz gewinnt. Im Sinne der Hervorhebung von Handlungsoptionen kann hier beispielsweise angeregt werden, im Rechner die Pension zu berechnen und sich anschließend im Finanzbildungsportal über Möglichkeiten zu informieren, die die Pensionshöhe beeinflussen (beispielhaft dargestellt in **Abbildung 6**).
- Auch vom Pensionskonto selbst könnte gut wieder auf das Finanzbildungsportal verwiesen werden. Wenn Nutzer:innen mit der Höhe ihrer Pension unzufrieden sind,

⁶⁴ Für die Weiterleitung auf bestimmte thematische Unterbereiche des Finanzbildungsportals würden sich ebenso jeweils thematisch passende Einreichprozesse innerhalb von FinanzOnline anbieten (z. B. Informationen zu Elternteilzeit im Kontext der Familienbeihilfe).

⁶⁵ Andererseits kann die Verknüpfung auch über andere Themen erfolgen, zu denen das Finanzbildungsportal informiert und die speziell für Frauen relevant sind. Auf spezifische Themen (z. B. Steuern, Investitionen) hinzuweisen, über die man sich im Finanzbildungsportal informieren kann, hebt die Relevanz deutlicher hervor als eine generelle Weiterleitung ohne spezifischen Fokus.

können sie sich im Finanzbildungsportal mit den Einflussfaktoren der Pension beschäftigen.

Benennung des Links (und Anreize, der Verlinkung zu folgen):

Welche Nachricht bei der Verlinkung kommuniziert wird, kann einen Einfluss darauf haben, ob Personen auf diesen Link klicken oder nicht (siehe **Infobox 5.2**). Im folgenden Abschnitt werden einige verhaltenswissenschaftliche Prinzipien beschrieben, die zum Klicken auf den Link anregen können. Konkrete Beispiele für Formulierungen werden in **Infobox 5.3** dargestellt.

Infobox 5.2: Experiment aus Kanada zur Erhöhung der Nutzung des Pensionskontenrechners

Verschiedene Nachrichten, die Nutzen und Relevanz kommunizieren, wurden auch für den kanadischen Pensionskontorechner getestet. In einem randomisiert-kontrollierten Experiment in Kanada (BIT, 2018) wurden fünf unterschiedliche E-Mails an 76.565 Angestellte im öffentlichen Sektor verschickt, die dazu aufforderten, den kanadischen Pensionskontorechner zu nutzen. Insgesamt nutzten etwa 6,8 Prozent den Link in der E-Mail. Der Fokus auf den sozialen Aspekt des zukünftigen Selbst in der Pension („Denken Sie an den Tag nach Ihrer Pensionierung, werden Sie dann mehr Zeit mit Freunden und Familie verbringen?“) hatte den größten Erfolg, die Angesprochenen dazu zu bringen, auf den Link in der E-Mail zu klicken (7,65 Prozent) im Vergleich zu anderen Varianten der Nachricht. Jedoch führte eine simple Nachricht („Bereiten Sie sich auf die Pension vor. Es ist leichter als Sie denken.“), die Einfachheit betonte und informierte, wie lange die Berechnung dauern wird und welche Informationen dafür nötig sind, am ehesten dazu, dass Personen den Rechner dann auch wirklich nutzten und nicht nur auf die Startseite des Rechners gingen (rund 2,2 Prozent im Vergleich zu 1,8 Prozent).

- **Darstellung des Nutzens:** Neben einer effektiven Platzierung des Links ist es essenziell, klar zu kommunizieren, warum Personen auf den Link klicken sollten. Generelle Formulierungen wie „Hier finden Sie weitere Informationen“ sollten vermieden werden, und stattdessen der Nutzen und die persönliche Relevanz der Inhalte klar hervorgehoben werden. Allein ein Hinweis darauf, dass ein Link wichtige Informationen enthält, kann die Lesedauer in einigen Kontexten bereits erhöhen (Plaut & Bartlett, 2012).

- **Relativierung der Kosten:** Zusätzlich sollte betont werden, dass der Nutzen, sich mit diesen Informationen zu beschäftigen, im Vergleich zu den Kosten (z. B. Zeitaufwand, Anstrengung) überwiegt. Menschen tendieren dazu, Kosten gegenüber Nutzen stärker zu gewichten, wodurch das relevante Handeln verhindert werden kann. Kosten sollten also minimiert und deren Fehleinschätzung entgegengewirkt werden (O'Donoghue & Rabin, 1999). Im Kontext von FinanzOnline könnte man darauf hinweisen, dass durch die bestehende Anmeldung bei FinanzOnline Schritte der Anmeldung bei der Sozialversicherung gespart werden.
- **Handlungsoptionen/Selbstwirksamkeit:** Zudem gilt es, auch Handlungsoptionen hervorzuheben – konkret, dass es mithilfe dieser Werkzeuge gelingen kann, die eigene finanzielle Situation tatsächlich zu verbessern. Viele Menschen setzen sich mit der eigenen Pension nicht im Detail auseinander, unter anderem, weil sie unsicher sind, wie sie wirksam für ihre Pension vorsorgen können (Dutta-Powell & Cornel, 2020). Wichtig bei der Benennung des Links ist es demnach, einer möglichen „information avoidance“ (Kapitel 3.3.4) entgegenzuwirken. Anstelle von Slogans, die möglicherweise Ängste vor bevorstehenden Informationen verstärken, sollte der Schwerpunkt darauf gelegt werden, die Handlungsfähigkeit in den Vordergrund zu stellen und diese Botschaft in den Slogans zu integrieren (z. B. durch den Zusatz „*und planen Sie noch heute weitere Schritte, wenn Sie nicht mit dem Ergebnis zufrieden sind*“).
- **Persönliche Relevanz:** Es ist außerdem wichtig, die persönliche Relevanz zu betonen, um die Zielpersonen zu motivieren, die Links zu verwenden. Persönliche Relevanz kann durch die Personalisierung der Kommunikation erzeugt werden. So können sich Nutzer:innen durch persönliche Ansprache, persönlichen Bezug und spezifische Handlungsanweisungen adressiert fühlen (Bothen, 2021; Broughton & Meer, 2019; Demarmels et al., 2018; Masthoff & Vassileva, 2015). Persönliche Ansprache kann durch die Nutzung der ersten Person („Meine Pension“) oder des Eigennamens erreicht werden, was innerhalb der Online-Plattform technisch möglich sein sollte. Um diesen Effekt noch weiter zu verstärken, könnte auch inhaltlich ein persönlicher bzw. thematischer Bezug hergestellt werden. Die gezielte Ansprache eines Themas, das die Zielgruppe betrifft, kann die Aufmerksamkeit gezielt erhöhen, zum Beispiel mit einer Frage, die viele Frauen in Bezug auf ihre Pension betrifft. Dies kann mit einer spezifischen Handlungsanweisung verbunden werden, die Personen vorschlägt, die angezeigten Links zu nutzen.

Infobox 5.3: Beispiele, wie durch die Benennung des Links die Motivation erhöht werden kann, dem Link zu folgen

- **Pensionskontorechner:** „Wissen Sie, wie hoch Ihre Pension sein wird? Berechnen Sie in 3 Minuten [hier](#) Ihre Pension.“, „Berechnen Sie [jetzt](#) Ihre Pension und planen Sie ggf. Schritte, um den Betrag zu erhöhen.“, „Blicken Sie schon jetzt auf Ihre Zukunft: Berechnen Sie in 3 Minuten [hier](#) Ihre Pension.“, „[Hier](#) finden Sie wichtige Informationen zu Ihrem Einkommen in der Pension.“, „[Hier](#) können Sie in wenigen Minuten die Höhe Ihrer Pension berechnen.“
- **Finanzbildungsportal:** „[So](#) kann ich meine Pension erhöhen“, „Wissen Sie, welche Faktoren die Höhe Ihrer Pension beeinflussen? Schauen Sie sich [hier](#) die wichtigsten Informationen dazu an.“, „Planen Sie für neue Lebensabschnitte: Schauen Sie sich [hier](#) an, was die Höhe Ihrer Pension beeinflusst.“, „[Hier](#) finden Sie wichtige Informationen, wie Sie Ihr Einkommen in der Pension beeinflussen können.“

Mehrere der angeführten Prinzipien werden beispielhaft in den Foto-Bannern in [Abbildung 5](#) und [Abbildung 6](#) für die Bewerbung des Pensionskontorechners angewandt.⁶⁶

Abbildung 5: Beispielhafte Darstellung der Platzierung mittels Foto-Banner (Weiterleitung auf den Pensionskontorechner)



⁶⁶ Die verwendeten Bilder sollten mit Bedacht gewählt werden und möglicherweise auch durchgewechselt werden, so dass sich die Zielgruppe möglichst umfassend mit den gezeigten Personen identifizieren kann. Ideal wäre zudem, wenn es möglich wäre, insbesondere die thematischen Foto-Banner nur der relevanten Zielgruppe anzuzeigen (Nutzer:innen mit Kindern, in Teilzeit etc.), um Widerspruchsreaktionen von nicht betroffenen Nutzer:innen-Gruppen zu vermeiden.

Abbildung 6: Beispielhafte Darstellung der Platzierung mittels Foto-Banner (Weiterleitung auf den Pensionskontorechner und auf das Finanzbildungsportal)



Zusätzliche Vorschläge zur Veranschaulichung von Entscheidungsoptionen:

Im Folgenden werden zwei Möglichkeiten diskutiert, wie Informationen veranschaulicht und visuell besser dargestellt werden können. Zum einen mithilfe eines Entscheidungsbaums, der Handlungsoptionen aufzeigt. Zum anderen mithilfe von Personas, mit denen verschiedene Optionen gegenübergestellt werden.

1. Handlungsoptionen bei der Pension mittels Entscheidungsbaum

Viele Menschen haben das Gefühl, das Thema Finanzen generell, und die eigene Pension im Besonderen, nicht zu verstehen (Glazebrook et al., 2017). Forschungsergebnisse belegen, dass es gerade für das Verständnis von unterschiedlichen Optionen der Pensionsvorsorge ausschlaggebend ist, dass die wichtigsten Informationen auf einfache Art und Weise dargestellt werden (Hiscox et al., 2017). Um die wichtigsten Faktoren für die Entscheidungsfindung auf leicht verständliche Weise zusammenzufassen, können Entscheidungsbäume hilfreich sein. Allgemeine Prinzipien, wie solche Entscheidungsbäume gestaltet werden sollten, sind in der **Infobox 5.4** zu finden.

Infobox 5.4: Prinzipien zur Gestaltung von Entscheidungsbäumen

Gigerenzer und Kolleg:innen definieren allgemeine Erkenntnisse zur effektiven Gestaltung eines Entscheidungsbaums (z. B. Gigerenzer & Brighton, 2009; Gigerenzer & Kurzenhäuser, 2005; Gigerenzer et al., 1999). Entscheidungsbäume funktionieren wie einfache Heuristiken (d. h. Daumenregeln), die anhand von relativ wenigen Informationen eine Entscheidung anleiten. Sie basieren auf drei Komponenten:

- Erstens werden die Entscheidungskriterien nach Relevanz sortiert, sodass mit dem wichtigsten Kriterium für eine Entscheidung begonnen wird. Der „Take-the-Best“-Heuristik folgend, wird auf die wichtigsten Faktoren fokussiert.
- Zweitens wird die Suche nach weiteren relevanten Faktoren gestoppt, sobald eine Option anhand eines der bisherigen Faktoren bevorzugt wird.
- Drittens wird, sobald die Suche beendet ist, anhand der bisherigen Information eine Entscheidung getroffen.

Die Kernidee dieser Entscheidungsbäume ist, dass keine komplexe Abwägung von Kosten und Nutzen vieler Optionen und möglicher Konsequenzen stattfindet, sondern Entscheidungen anhand einiger zentraler Faktoren und einfacher Prinzipien getroffen werden. Ein einzelner Prädiktor kann an jeder Stufe des Baumes ausschlaggebend sein. Obwohl der Ansatz auf den ersten Blick stark vereinfachend wirkt, findet dieses Konzept auch in hoch komplexen Entscheidungskontexten Anwendung, vor allem wenn Zeitressourcen fehlen und die Motivation, alle verfügbaren Informationen zu berücksichtigen, gering ist. So werden Entscheidungsbäume zum Beispiel für den medizinischen Kontext entwickelt und erlauben, genaue und robuste Entscheidungen zu treffen. Ihr Vorteil ist, dass sie schnell, zeit- und energiesparend und transparent sind, was auch ihre Akzeptanz im Vergleich zu komplexen Algorithmen erhöht (Gigerenzer & Kurzenhäuser, 2005; Monti et al., 2009).

Im Folgenden wird die Verwendung eines Entscheidungsbaums im Finanzbildungsportal vorgeschlagen, um Personen dabei zu unterstützen, Entscheidungen über ihre Pensionsvorsorge zu treffen (**Abbildung 7**). Auch wenn dieser Kontext zu komplex und vielschichtig ist, um hier eine klare für alle zutreffende Hierarchie an Faktoren zu erstellen, helfen die beschriebenen Prinzipien (siehe **Infobox 5.4**) bei der Erstellung eines

Entscheidungsbaums.⁶⁷ Der Entscheidungsbaum kann einen Überblick darüber geben, welche Faktoren die Höhe der Pension beeinflussen. Es wird dadurch ermöglicht, das Verständnis zu vertiefen und für sich zu entscheiden, bei welchen Faktoren möglicherweise angesetzt werden könnte.

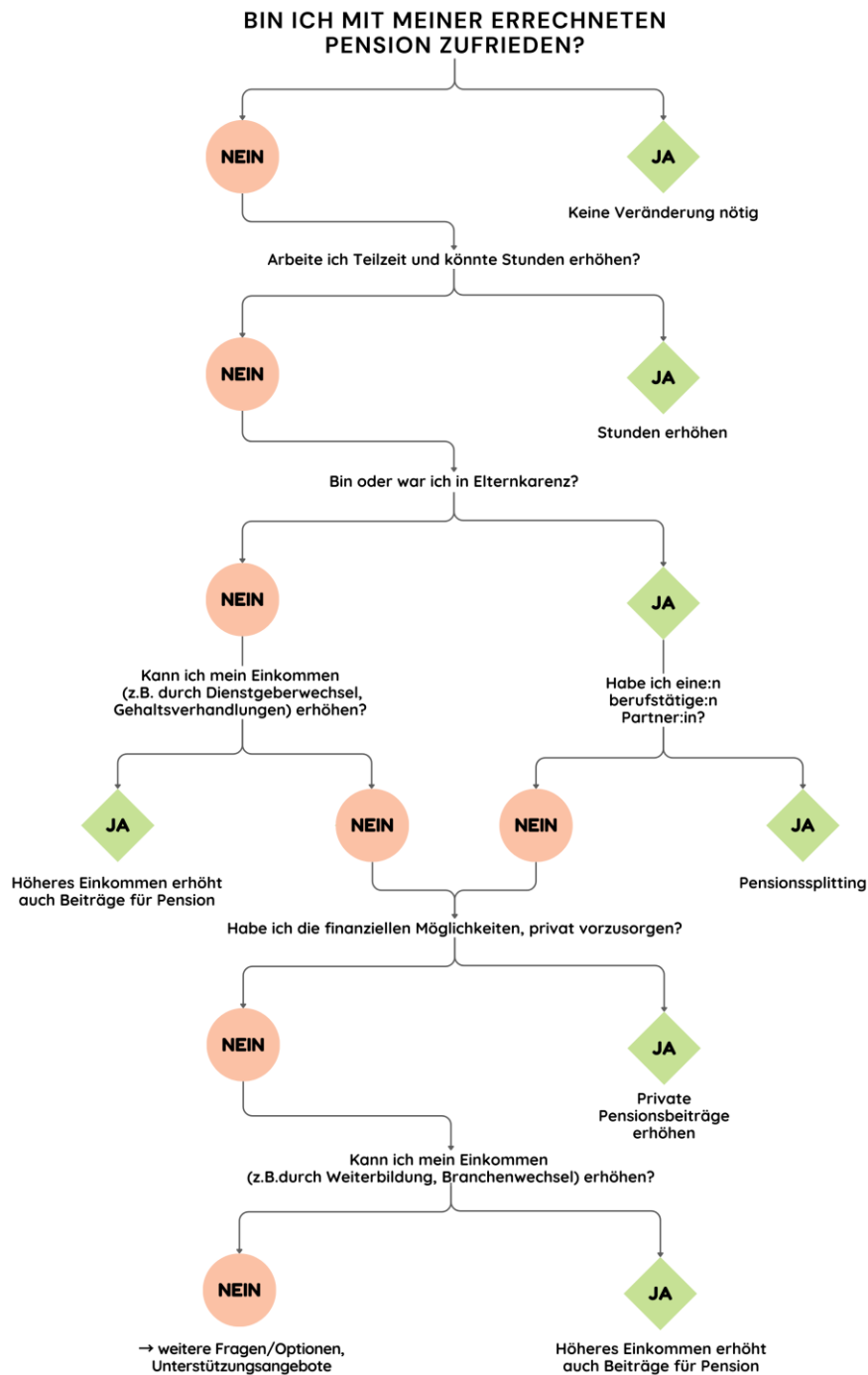
Besonders hilfreich wäre es, nach der Berechnung der Pension durch den Pensionskontorechner direkt auf den Entscheidungsbaum im Finanzbildungsportal zu verweisen. Das Interesse sollte nach der Berechnung der Pension besonders hoch sein. Hier kann die Relevanz stark hervorgehoben werden, um Personen zu motivieren, den Entscheidungsbaum zu nutzen. Der Pensionskontorechner stellt an sich ein sehr gutes Werkzeug dar, weil er eine gute Vorstellung davon ermöglicht, wie viel Geld man in der Pension zur Verfügung haben wird und ob das für die eigenen Erwartungen genügt. Das Verständnis dafür, welche Faktoren die Höhe der Pension ausmachen, fehlt aber unter Umständen noch. Daher kann hier ein Entscheidungsbaum hilfreich sein, um Personen ihren Handlungsspielraum und die Faktoren, die ihre Pension beeinflussen, klarer aufzuzeigen. Der Entscheidungsbaum sollte ebenfalls erreicht werden, wenn man im Foto-Banner in **Abbildung 6** auf den Link („und erfahren Sie [hier](#), wie Sie den Betrag erhöhen können“) klickt.

In **Abbildung 7** wird ein Beispiel dargestellt, wie eine solche Entscheidungshilfe aussehen könnte. Hier ist zu erwähnen, dass die komplexe Situation stark vereinfacht wurde und das Beispiel nur der Veranschaulichung dient. Der Entscheidungsbaum beginnt bei der grundlegenden Frage, ob man mit seiner vorberechneten Pension zufrieden ist. Dementsprechend wäre ein Verweis auf den Entscheidungsbaum besonders nach Nutzung des Pensionskontorechners relevant. Sollte der/die Nutzer:in unzufrieden sein, werden Schritt für Schritt mehrere Faktoren abgefragt, beginnend bei Teilzeit, Möglichkeiten für höheres Einkommen, Betreuungspflichten, Karenz und privater Vorsorge. Je nachdem, welche Optionen gewählt werden, führt dies zu Folgefragen und, basierend darauf, schließlich zu Lösungsvorschlägen. Nutzer:innen, die nicht genau verstehen, wie sich die Höhe der Pension zusammensetzt, kann dadurch dabei geholfen werden, ein besseres Verständnis für die Pension bestimmende Faktoren zu gewinnen und anhand von möglichst relevanten Vorschlägen konkrete Handlungsmöglichkeiten zu entwickeln. Dabei soll auch auf Möglichkeiten aufmerksam gemacht werden, derer sich viele vorher vielleicht noch nicht bewusst waren, z. B. die Möglichkeit des Pensionssplittings.

⁶⁷ Da ein wichtiger Aspekt der Entscheidungsbäume auch ihre leichte Handhabung und Übersichtlichkeit ist, wäre es ratsam, ihn nicht komplett auf einer Seite darzustellen, sondern Nutzer:innen interaktiv Schritt für Schritt durch den Entscheidungsbaum zu leiten. Man beantwortet also zunächst die erste Frage und wird dann, je nach Antwort auf die nächste Frage bzw. das Ergebnis weitergeleitet. Dies kann die Erfahrung vereinfachen und die Erkenntnisse aus dem Entscheidungsbaum für Nutzer:innen verständlicher darlegen.

Es ist wichtig, die Vorschläge des Entscheidungsbaums nicht absolut zu formulieren, da Nutzer:innen sich in individuell sehr unterschiedlichen Lebenssituationen befinden können, die für sie persönlich bestimmte Handlungsmöglichkeiten unmöglich macht (Familienkonstellation, Gesundheit, psychische Faktoren etc.). Deswegen kann es zusätzlich hilfreich sein, am Ende des Entscheidungsbaums eine generelle Übersicht über die wichtigsten Faktoren zur Höhe der Pension zu präsentieren. Somit können auch Nutzer:innen, die die vorgeschlagenen Lösungen des Entscheidungsbaums für sich persönlich nicht als nützlich empfinden, nochmals anhand der Übersicht selbst überlegen, an welchen Faktoren sie potenziell ansetzen könnten. Auch hier kann eine Verlinkung zu relevanten Seiten im Finanzbildungsportal, oder zu Stellen, die Beratungsgespräche anbieten (inklusive Kontaktdaten), nützlich sein.

Abbildung 7: Beispielhafte Darstellung eines Entscheidungsbaums zur Veranschaulichung von Handlungsoptionen bzgl. Pension



Anmerkung: Der Entscheidungsbaum stellt einen ersten Entwurf dar, der in erster Linie das Konzept des Entscheidungsbaums veranschaulichen und auf den Kontext von Pensionsentscheidungen übertragen soll. Vor einer finalen Implementierung ist klarerweise eine Abstimmung mit sozial- und arbeitsrechtlichen Expert:innen, eine Ausweitung auf weitere relevante Bereiche, sowie eine Feinjustierung der Formulierungen notwendig.

2. Personas und Gegenüberstellungen von finanziellen Entwicklungen

Eine weitere Möglichkeit, Entscheidungsoptionen zu veranschaulichen sind Personas. Sie können verwendet werden, um beispielhaft wichtige Faktoren oder Unterschiede aufzuzeigen, die man in der Entscheidungsfindung bedenken sollte. So nutzte zum Beispiel das Behavioural Insights Team in Großbritannien fiktive Personen, um wirtschaftliche Konzepte anschaulich zu erklären und das Verständnis für den Sachverhalt zu erhöhen (Cathro et al., 2022). Personas sollten grundsätzlich so gewählt werden, dass sie für die Zielgruppe möglichst relevant und zugänglich sind. Darüber hinaus gilt auch hier, dass Informationen sehr klar und einfach kommuniziert werden sollten, um das Verständnis zu erleichtern (Mazer et al., 2014). Dafür ist es einerseits wichtig, eine verständliche Sprache mit inhaltlich klaren und nicht zu technischen Formulierungen zu verwenden. Andererseits ist eine klare Strukturierung essenziell, um Informationen visuell deutlich zu präsentieren und gegenüberzustellen (Wirksam regieren, 2018). Um den Vergleich und das Verständnis nicht zu beeinträchtigen, ist es auch wichtig, die Gegenüberstellung von Personas nicht zu kompliziert zu gestalten und eine Informationsüberflutung zu vermeiden. Denn zu viel Information kann abschreckend wirken und die Entscheidungsfindung erschweren (Chernev et al., 2015; Mazer et al., 2014).

Um Konsument:innen bei Entscheidungen zu unterstützen, werden Vergleichstabellen empfohlen, die eine Zusammenfassung der wichtigsten Informationen liefern (Mazer et al., 2014). Simple tabellarische Boxen mit Fakten werden besser verstanden als Information im Textformat (Brick et al., 2020). Es ist jedoch wichtig, die Effektivität verschiedener Formate empirisch zu testen, da diese von Inhalt und Kontext abhängt und nicht eindeutig vorhersehbar ist. Beim Vergleich verschiedener Pensionspläne fand das australische Behavioural Insights Team beispielsweise, dass Text-Tabellen im Vergleich zu Grafiken und numerischen Tabellen für das höchste Verständnis und die meiste Klarheit sorgten (Abbildung 8; Hiscox et al., 2017). In diesem Fall wurde argumentiert, dass der Text wichtig ist, um die Bedeutung der Zahlen zu erklären.

Abbildung 8: Text-Tabellen (oben) und numerische Tabellen (unten) für den Vergleich verschiedener Pensionspläne (Hiscox et al., 2017)

	Plan A	Plan B
Amount of income	This plan provides a medium-to-high amount of income Expected average fortnightly income is: \$843	This plan provides a low amount of income Expected average fortnightly income is: \$667
Protection from running out of income	This plan provides you with high protection from running out of income	This plan provides you with high protection from running out of income
Amount of money available for lump sum withdrawals or bequests <small>Note: if you withdraw a lump sum amount during your retirement, your fortnightly income will subsequently be lower</small>	This plan provides a low amount of money for lump sum withdrawals or bequests Expected average amount of money available is: \$41,000	This plan provides a high amount of money for lump sum withdrawals or bequests Expected average amount of reserve money available is: \$173,000
Protection from fluctuations in income	This plan provides low-to-medium protection from income fluctuations due to changes in investment returns (positive or negative) In most years, income could rise or fall by: 4.5%	This plan provides low protection from income fluctuations due to changes in investment returns (positive or negative) In most years, income could rise or fall by: 6.7%

Age	Expected average fortnightly income		Expected amount of money available for lump sum withdrawals or bequests <small>Note: if you withdraw a lump sum amount during your retirement, your fortnightly income will subsequently be lower</small>	
	Plan A	Plan B	Plan A	Plan B
65	\$845	\$769	\$331,000	\$400,000
70	\$845	\$680	\$258,000	\$354,000
75	\$845	\$721	\$176,000	\$309,000
80	\$845	\$707	\$83,000	\$257,000
85	\$848	\$726	\$0	\$201,000
90	\$848	\$640	\$0	\$142,000
95	\$848	\$528	\$0	\$89,000
100	\$848	\$291	\$0	\$49,000

	Expected fluctuations in income throughout retirement	
	Plan A	Plan B
In most years, income could rise or fall by:	4.5%	6.7%

In **Abbildung 9** findet sich ein Beispiel der Gegenüberstellung der voraussichtlichen Pension zweier Frauen. Diese unterscheiden sich in ihrem derzeitigen Anstellungsverhältnis (Vollzeit vs. Teilzeit). Es wird deutlich, dass die Gegenüberstellung klar vor Augen führt, wie sich dieser Faktor nicht nur auf das Gehalt, sondern auch auf die Pension auswirkt.⁶⁸ Präsentiert werden könnte die Gegenüberstellung im Finanzbildungsportal in der Übersicht über die wichtigsten Faktoren zur Höhe der Pension – an der Stelle, an der die Auswirkungen von Teilzeitarbeit diskutiert werden.⁶⁹

Abbildung 9: Beispielhafte Darstellung einer Gegenüberstellung der Pension mit Personas

	Anna (35 Jahre)	Lisa (35 Jahre)
Begonnen zu arbeiten mit:	23 Jahren	23 Jahren
Karenz erstes Kind:	2 Jahre	2 Jahre
Aktuelles Gehalt:	4.500 € brutto (Vollzeit) = 2.861,86 € netto	2.250 € brutto (Teilzeit 20 St.) = 1682,32 € netto
Voraussichtliche Pension: Wenn das Gehalt bis zur Pension ab jetzt gleichbleibt, Pension mit 65 Jahren	3.013,21 € brutto = 2.335,48 € netto	1.731,61 € brutto = 1.565,72 € netto

⁶⁸ Besteht der Wunsch, den Vergleich um weitere Dimensionen zu erweitern, so sollte getestet werden, ob eine Kombination mehrerer Faktoren (zum Beispiel Unterschiede bei Karenz und Voll-/Teilzeit) noch immer einen klaren Vergleich ermöglicht, oder ob dies zu komplex wird und das Verständnis eher hindert. Auch die Frage, wie viele Informationen präsentiert werden sollten, um einerseits Informationsüberflutung zu vermeiden, andererseits eine Nachvollziehbarkeit der Zahlen zu ermöglichen sollte sorgfältig abgewogen und gegebenenfalls empirisch getestet werden.

⁶⁹ Die voraussichtliche Pension basiert auf einer aktuellen Pensionsgutschrift von 8.542,88 Euro von Anna und 7.421,48 Euro von Lisa. Diese Gutschriften errechnen sich aus einem Einstiegsgehalt von 2.000 Euro, das sich nach zwei Jahren auf 2.500 Euro, nach weiteren zwei Jahren auf 3.800 Euro und dann auf 4.500 Euro erhöht hat. Zum aktuellen Zeitpunkt befindet sich Lisa bereits seit einem Jahr in Teilzeit (im Anschluss an die Karenz), woraus sich die unterschiedlichen Gutschriften ergeben. Zukünftige Gehaltssteigerungen sind in der Berechnung nicht berücksichtigt. Das gezeigte Beispiel basiert auf vergleichsweise hohen Gehältern, es könnte sinnvoll sein, eine weitere Vergleichstabelle mit niedrigeren Einkommen zu ergänzen. Hier gestaltet sich die Berechnung jedoch schwieriger, da mögliche Beihilfen und Sozialleistungen berücksichtigt werden müssen.

5.4.2 Maßnahme B: Informationsmaterial zum Schulabschluss

Ziel

Das Ziel dieser Maßnahme ist es, Jugendliche durch gezielte Informationsvermittlung zu einem möglichst frühen, aber geeigneten Zeitpunkt auf wichtige Finanzbildungsthemen aufmerksam zu machen. Geeignet ist hierfür ein Zeitpunkt, an dem die Zielgruppe dem Thema offen gegenübersteht, weil beispielweise ein Wendepunkt im Leben oder ein entscheidendes Ereignis bevorsteht. Ein entsprechender geeigneter Zeitpunkt könnte bei Jugendlichen kurz vor Abschluss der Schullaufbahn oder der 18. Geburtstag sein, wenn Jugendliche zunehmend auf eigenen Beinen stehen und wichtige Entscheidungen mit langfristigen finanziellen Auswirkungen (wie z. B. die Berufswahl) treffen. Die Zielgruppe für die Maßnahme sind grundsätzlich Jugendliche aller Geschlechter, die thematische Auswahl erfolgt jedoch so, dass der Fokus besonders auf die Bedürfnisse von Mädchen gelegt wird. Zudem zeigen die Ausführungen in den vorherigen Teilen des Berichts, dass Frauen besonders von Finanzbildungsmaßnahmen in jungem Alter profitieren, damit eine Sensibilisierung für relevante Themen (z. B. Berufswahl, Gehaltsentwicklung o. ä.) frühzeitig stattfinden kann.

Langfristiges Zielverhalten / Themen

In einem ersten Schritt stellt sich zunächst die Frage, welche spezifischen Finanzbildungsthemen in dem Informationsmaterial adressiert werden sollen. Die Themenauswahl orientiert sich aus pragmatischen Gründen an den Themenschwerpunkten des geplanten Finanzbildungsportals des Finanzministeriums und ist bewusst breit aufgestellt. Generell geht es darum, dass Jugendliche ein Bewusstsein für ihre finanzielle Situation erlangen sollen. Dazu sollen sie Kenntnisse zur (langfristigen) Budgeterstellung und zum Sparen sammeln und den Umgang mit Krediten lernen. Auch die Kosten und Risiken unterschiedlicher Informationsquellen zu Finanzthemen (z. B. „Finfluencer“⁷⁰ in den Sozialen Medien) sollen bewusst gemacht werden. Darüber hinaus soll eine bewusste Entscheidung für einen Beruf und die damit verbundenen finanziellen Konsequenzen getroffen werden.

Entry Points

Die Verteilung von Informationsmaterial für Jugendliche vor dem Schulabschluss erfordert es, geeignete Entry Points zu identifizieren, also Gelegenheiten, bei denen das Material an die Jugendlichen herangetragen werden kann. Ein naheliegender Entry Point ist zunächst die Schule selbst. Hier wäre es denkbar, das Informationsmaterial im Zuge eines Fachs, von Projekttagen oder anderen Veranstaltungen zum Thema Finanzbildung

⁷⁰ Als „Finfluencer“ (Kurzform für „Finanz-Influencer“, engl. „financial influencer“) werden Menschen bezeichnet, die sich in den Sozialen Medien mit Finanzthemen beschäftigen und damit sehr viele Nutzer:innen erreichen.

zu vermitteln. Eine Möglichkeit wäre beispielweise über das Projekt 18plus⁷¹, eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung, bei der 365 teilnehmende Schulen in Österreich ihren Schüler:innen Module zur Orientierung nach der Matura anbieten. Darüber hinaus könnten Informationen dem Abschlusszeugnis beigelegt werden, z. B. wenn Schulabgänger:innen bei der Abschlussveranstaltung eine Mappe oder ein „Abschlussackerl“ übergeben wird.⁷² Andere Entry Points könnten die Bildungsmesse BeSt⁷³, Jugendzentren und andere Sozialeinrichtungen für Jugendliche, das AMS im Kontext der Beratung von Jugendlichen, die Eröffnung eines Bankkontos oder auch der Kontext des Erwerbs des Führerscheins sein (beispielsweise bei der Beantragung oder der postalischen Zustellung), wenn Jugendliche möglicherweise das erste Mal mit einem Auto eine große Anschaffung mit langfristigen Kosten tätigen.

Ein guter Entry Point könnte auch der Versand des Bescheids über das Ende des Anspruchs auf Familienbeihilfe zum 18. Geburtstag sein, der durch das Finanzministerium bzw. nachgeordnete Finanzbehörden versendet wird. In Österreich haben Familien Anspruch auf Familienbeihilfe für ihre Kinder bis zu deren 18. Geburtstag. Sollten sich die Kinder nach Vollendung des 18. Lebensjahres noch in Ausbildung (zum Beispiel Studium, Lehre, FH) befinden, wird die Familienbeihilfe bis zum 25. Geburtstag weiterbezahlt. Um diese weiterführende Familienbeihilfe zu erhalten, werden die Eltern um den 18. Geburtstag des Kindes vom Finanzamt aufgefordert, Nachweise einzureichen. Alle Zahlungen und Bescheide vom Finanzamt gehen normalerweise an die Eltern, nicht an die Kinder/Jugendlichen (BMF, 2023c).

Ein möglicher Entry Point wäre also, die Informationsmaterialien zusammen mit dem Bescheid an die Eltern zu schicken. Auch wenn die Informationen so nicht direkt an die Zielgruppe gehen, eignet sich dieser Entry Point gut, da auf die bereits bestehende Logistik des Bescheidversands zurückgegriffen werden kann und alle Haushalte mit 18-Jährigen erreicht werden. Hier wäre es jedoch wichtig, die Eltern in dem Schreiben direkt anzusprechen und zu betonen, wie bedeutend es ist, dass sie mit ihren Kindern über finanzielle Themen sprechen und die erhaltenen Informationen an die Kinder weitergeben.

⁷¹ <https://www.18plus.at>.

⁷² Zu beachten ist hierbei jedoch, dass es in Österreich und auch innerhalb der Bundesländer kein einheitliches Vorgehen gibt. An einigen Schulen ist das Austeilen einer Abschlussmappe o. ä. üblich, an vielen Schulen jedoch nicht. Eine systematische Ausrollung würde daher das Schaffen entsprechender Strukturen erfordern, damit flächendeckend eine entsprechende Verteilung stattfinden kann.

⁷³ <https://bestinfo.at/de/>.

Übermittlung:

Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten für die Übermittlung der Informationen:

1. Man kann das Informationsmaterial direkt, in ausführlicher und gedruckter Form (z. B. als „Finanzfibel“) übermitteln. Die relevanten Inhalte würden dann direkt im Informationsmaterial diskutiert und vermittelt werden. Der Vorteil von direkt vermittelten Informationen ist, dass kein zusätzlicher Schritt notwendig ist, um zu den Informationen zu gelangen, was im Sinne der Niederschwelligkeit des Informationszugangs wäre. Das Dokument könnte den Zweck eines kompakten Nachschlagewerks erfüllen, das man bis in das Erwachsenenleben aufbewahrt. Allerdings birgt diese Option die Gefahr, dass die aufwändig gedruckten Materialien aufgrund ihres Umfangs nicht gelesen und stattdessen entsorgt werden. Zudem ist es aufwändig, die Materialien aktuell zu halten bzw. bereits gedrucktes Material verliert seine Aktualität.
2. Eine zweite Möglichkeit besteht darin, über einen kompakten Flyer oder eine Postkarte eine Weiterleitung z. B. mittels QR-Code auf das online angebotene Finanzbildungsbildungsportal⁷⁴ oder andere sinnvolle Tools, beispielsweise einen Gehaltsrechner⁷⁵ anzuregen. Der Vorteil einer Weiterleitung ist, dass man Jugendliche ressourcenschonend und auf für sie gewohnten Medien erreicht. In einem Fragebogen des Bildungsverlags *Pearson* geben US-amerikanische Jugendliche der Generation Z⁷⁶ an, die Videoplattform YouTube (59 Prozent Zustimmung) gegenüber Büchern (47 Prozent Zustimmung) als Lernmethode zu bevorzugen (Pearson & The Harris Poll, 2018). Zudem gibt es die Möglichkeit, gezielt (maßgeschneiderte) Anreize zu setzen, der Verlinkung zu folgen und sich mit dem Thema auseinanderzusetzen (ein Gewinnspiel o. ä.).⁷⁷ Generell ist es wichtig, den QR-Code regelmäßig zu aktualisieren, um eine reibungslose Weiterleitung sicherzustellen.

Sinnvoll ist jedenfalls eine Kombination dieser beiden Möglichkeiten, um sich die jeweiligen Vorteile zu Nutze zu machen. Dies könnte eine kompakte Broschüre sein, die die dargestellten Finanzthemen kurz behandelt bzw. „anteasert“ und gleichzeitig auf weiterführende Informationen (z. B. des Finanzbildungsportals) weiterleitet. Als Teaser für die Themen würden sich beispielsweise Warnhinweise eignen, die wesentliche Kernbotschaften vermitteln (z. B. über die Kosten eines Kredits: *„Ein Kredit kostet mehr als du*

⁷⁴ Für diese Maßnahme ist es essenziell, dass das Finanzbildungsportal für mobile Endgeräte optimiert ist.

⁷⁵ Zum Beispiel hier: <https://www.gehaltsrechner.gv.at/>.

⁷⁶ Personen, die in etwa zwischen den Jahren 1996 und 2009 geboren wurden (Statista Research Department, 2023).

⁷⁷ Ein weiterer Vorteil dieser Herangehensweise besteht darin, dass es möglich wäre, zu messen, wie häufig über den Code auf das Portal zugegriffen wurde, was einen Indikator für die Wirksamkeit der Maßnahme darstellt. Außerdem ist es möglich, unterschiedliche Anreize gegeneinander auf ihre Effektivität hin zu testen.

denkst!“). Denn sie erwecken einerseits Aufmerksamkeit und senden andererseits bereits eine wichtige Botschaft, an die man sich idealerweise nach dem kurzen Lesen auch zu einem späteren Zeitpunkt erinnern wird.

Gestaltung und Inhalte:

Bei der Informationsvermittlung gibt es bestimmte generelle Aspekte, die berücksichtigt werden sollten, um zu gewährleisten, dass die Informationen wahrgenommen, gelesen und verstanden werden (siehe **Infobox 5.5**). Im Folgenden werden diese allgemeinen Aspekte aufgelistet. Anschließend wird deren konkrete Umsetzung beispielhaft dargestellt.

Infobox 5.5: Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Informationsvermittlung

Informationsmaterial sollte:

- den konkreten Nutzen für die Lesenden hervorheben, z. B. durch Verzicht auf nichtssagende Formulierungen (wie „weiterführende Informationen“) im Titel oder an der Stelle einer Weiterleitung (QR-Code oder Link)
- die Kosten des Lesens im Vergleich zum Nutzen relativieren, z. B. durch das Angeben der sonst häufig überschätzten Lesezeit
- die persönliche Relevanz für die Zielgruppe hervorheben, z. B. durch direkte Ansprache, konkrete Handlungsaufforderungen („call to action“), vertrauenswürdige Anbieter:innen/Multiplikator:innen/Kommunizierende („messenger effect“), oder die Kommunikation von sozialen Normen
- Informationen so kurz und einfach wie möglich darstellen, z. B. durch Verzicht auf Fachausdrücke, eine übersichtliche Struktur und Formatierung (Hervorhebung der wichtigsten Informationen, Icons, Bilder⁷⁸)

Im Folgenden werden Beispiele angeführt, wie der persönliche Nutzen hervorgehoben oder persönliche Relevanz hergestellt werden könnte. Wichtig ist hier zu erwähnen, dass es sich nur um Beispiele handelt. Um zu wissen, welche wirklich funktionieren und positiv wahrgenommen werden, müssen sie an der Zielgruppe getestet werden.

- **Bei Verlinkung Gründe zum Anklicken liefern:** „Erfahre [hier](#), wie Du erfolgreich Gehaltsverhandlungen führen kannst“, „[So](#) kannst du das Beste aus Deiner Zukunft / deinem Gehalt herausholen.“, „Du willst dir mal ein Haus leisten können? Schau dir [hier](#) an, mit welchen Berufen du das schaffen kannst.“

⁷⁸ Anzumerken ist hier, dass bei Bildmaterial darauf geachtet werden sollte, dass es explizit Mädchen anspricht (das heißt z. B. weibliche Vorbilder zeigt).

- **Direkte Ansprache der Zielgruppe:** „Dein erster Job beginnt und du weißt nicht, wie viel Gehalt du verlangen kannst? [Hier](#) findest du Informationen über dein mögliches Gehalt“, „Du weißt noch nicht, welchen Beruf du ergreifen sollst? Informiere Dich [hier](#), was du mit welchem Job verdienen kannst“
- **Konkrete Handlungsaufforderung** („call to action“): „Informiere Dich [jetzt](#) über Deine Gehaltschancen“, „Vergleiche [jetzt](#) die verschiedenen Optionen für Deinen Beruf / Deine Ausbildung“
- **Vertrauenswürdige Kommunizierende („messenger“):** Die direkte Ansprache könnte unterstützt werden, indem sie durch eine Institution oder Person erfolgt, der die Zielgruppe vertraut. Welcher „Messenger“ für die Zielgruppe vertrauenswürdig ist, ist eine empirische Frage und könnte beispielsweise über bestehende Befragungen ermittelt werden. Denkbar wären hier beispielsweise lokale Institutionen wie die eigene Schule oder die eigene Stadt/Kommune oder Personen, die als Vorbilder für die Zielgruppe dienen (z. B. bestimmte Influencer).
- **Soziale Normen / Vorbilder:** Der Hinweis auf bestehende soziale Normen ist generell sehr effektiv, allerdings nur wenn sie tatsächlich existieren. Bei Fehlen dieser Norm wäre es möglich, eine Teilgruppe, die als Vorbild fungieren kann, hervorzuheben, z. B. „Erfolgreiche Frauen setzen sich schon früh im Leben mit Finanzthemen auseinander“. Um Vorbilder zu kommunizieren, eignet sich die (bildliche) Darstellung von echten Personen (oder Personas), mit denen sich die Zielgruppe identifizieren kann: „Lisa hat sich für eine Ausbildung in XY entschieden und kann sich XY leisten. Lass auch du dich von Lisas Weg für einen Beruf in XY inspirieren!“

Weitere Aspekte, die die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass Informationsmaterial gelesen oder auf die Weiterleitung geklickt wird:⁷⁹

- **Neugierde wecken:** Schon die einfache Präsentation eines faszinierenden Fakts, der Neugierde weckt und somit die Anreize zum Klicken auf Verweise verstärkt, kann bereits unterstützend wirken. Der Fakt sollte einerseits interessant sein, andererseits aber einen konkreten Nutzen für die Zielgruppe implizieren. Z. B. „Wusstest Du, dass man mit der richtigen Verhandlungstaktik im Durchschnitt bis zu x Prozent mehr Einstiegsgehalt sichern kann?“⁸⁰ Um die Glaubwürdigkeit nicht zu gefährden, muss dieser Fakt der Wahrheit entsprechen und auf echten Daten bzw. einer Studie basieren.

⁷⁹ Vor der Implementierung ist es essenziell, die Umsetzbarkeit auch aus einer praktischen Perspektive mit involvierten Stakeholder:innen zu diskutieren. Diese Diskussion hat im Rahmen dieser Studie noch nicht stattgefunden. Dargestellt sind hier Ideen, die aus einer generellen verhaltensökonomischen Perspektive vielversprechend erscheinen.

⁸⁰ Das Beispiel basiert grob auf Befragungsevidenz von Babcock & Laschever (2003), die berichten, dass Männer im Vergleich zu Frauen mit der vierfachen Wahrscheinlichkeit ihr Einstiegsgehalt verhandeln, und dass Personen, die nicht verhandeln, bis zum Alter von 60 Jahren durchschnittlich kumulativ ein Einkommen von über \$ 500.000 verlieren.

- Ein weiterer wichtiger Aspekt gerade für die Finanzbildung bei Frauen, ist die Erhöhung der wahrgenommenen **Selbstwirksamkeit** (siehe Kapitel 3.2.1), also die Zuversicht, dass Aufgaben in einem bestimmten Bereich bewältigt werden können, bzw. man selbst etwas an seiner finanziellen Situation ändern kann. So soll auch bei der Formulierung der Informationen auf eine positive Darstellung und die Hervorhebung von Handlungsoptionen und Wirkmöglichkeiten geachtet werden: *„Du hast noch alles in der Hand: Schau dir an, wie viel du in deinem Traumjob verdienst.“*
- **Gamifizierung** (engl. „gamification“): Um die Aufmerksamkeit und Lernmotivation der Schüler:innen zu steigern, ist darüber hinaus die Anwendung spielerischer Elemente sinnvoll. Beispielsweise kann der Verweis auf ein Quiz auf dem Finanzbildungsportal zur Überprüfung des eigenen Finanzwissens oder ein Wettbewerb zwischen den Schulstufen oder -typen dazu motivieren, den Verweisen zu folgen und die Informationen aufmerksamer durchzulesen (Demarmels et al., 2018). Konkret könnte auf der Broschüre mit dem QR-Code direkt auf das Quiz verlinkt werden, das dann als zusätzlicher Anreiz, den Link zu klicken und das Finanzbildungsportal zu besuchen, fungiert. Der Vorteil eines Quizzes ist zudem, dass auf Basis des Ergebnisses maßgeschneiderte Informationsinhalte präsentiert werden können. Außerdem können interaktive Elemente wie Quizze und Wettbewerbe dazu beitragen, durch positive Lernerfahrungen eine erhöhte Selbstwirksamkeit hervorzurufen (Demarmels et al., 2018; Liu & Lin, 2021). Eine Studie von Platz & Jüttler (2022) zeigt, dass gamifizierte Lernmethoden vor allem für jene Schüler:innen attraktiv sind, die bisher eher geringes Interesse und Wissen in Bezug auf Finanzthemen aufweisen. Besonders vielversprechend ist die Anwendung von spielerischen Elementen daher für jene, die einen verstärkten Bedarf an Fortbildung aufweisen. Vor allem die eigene Erfahrung mit Finanzen kann durch Spiele gestärkt werden. In einer Studie von Lotter & Okoro (2023) wurden die Teilnehmenden in eine lebensnahe Situation versetzt und ihnen wurden detaillierte Informationen über die finanzielle Lage gegeben. Die Teilnehmenden erstellten ein Budget und wurden daraufhin mit verschiedenen Situationen konfrontiert, die immer wieder eine Anpassung des Budgets erforderten. Jede Entscheidung führte zu einem neuen Szenario, das weitere Anpassungen erforderte. Diese Entscheidungen beeinflussten, in welcher finanziellen Situation die Teilnehmenden am Ende landeten. Dieses Sammeln von praktischen Finanzerfahrungen hat einen nachweislich positiven Einfluss auf Finanzbildung (Frijns et al., 2014). Grundsätzlich muss jedoch darauf geachtet werden, dass die Inhalte vom Spiel ins echte Leben übertragen werden können (Hoffmann & Matysiak, 2019).

- **An die Zukunft denken:** Weiters soll die Gestaltung der Informationsmaterialien junge Menschen dabei unterstützen, der Gegenwartsverzerrung (siehe Kapitel 3.1.3) entgegenzuwirken und sich schon frühzeitig mit Zukunftsfragen auseinanderzusetzen. So kann beispielsweise eine Anwendung, die das Altern des Gesichts simuliert, die Jugendlichen dabei unterstützen, aus Neugier dem Link auf dem Flyer zu folgen⁸¹ und gleichzeitig eine stärkere Identifikation mit ihrem älteren Selbst zu entwickeln. In einem Experiment konnte gezeigt werden, dass eine Gruppe, die ihr gealtertes Ich in Virtual Reality angeschaut hat, doppelt so viel für die Pension sparen würde wie eine Gruppe, die das gegenwärtige Ich in Virtual Reality sieht (Hershfield et al., 2011). Eine eventuell leichter zu implementierende Variante könnte auch die Aufforderung sein, sich sein tägliches Leben in der Zukunft vorzustellen und zu beschreiben (Cheng et al., 2012).
- Auch können **Entscheidungsbäume** verwendet werden, um die Schüler:innen z. B. bei der Berufswahl zu unterstützen. Ein solcher Entscheidungsbaum könnte im Finanzbildungsportal untergebracht werden, unterschiedliche Aspekte abfragen und insbesondere die finanziellen Konsequenzen der Entscheidungen abbilden (zur allgemeinen Gestaltung von Entscheidungsbäumen siehe Kapitel 5.4.1). Zudem könnten mithilfe vergleichender Tabellen (siehe **Abbildung 9**) die finanziellen Auswirkungen unterschiedlicher Berufsfelder veranschaulicht werden.

Beispiel: Broschüre

Die in diesem Kapitel formulierten Ideen werden in **Abbildung 10** und **Abbildung 11** veranschaulicht. Die Abbildungen zeigen in einer schematischen Darstellung, wie die Maßnahme konkret aussehen könnte. Es handelt sich dabei um die kombinierte Option einer kompakten Broschüre, die Themen „anteasert“ und bereits Kernbotschaften enthält, deren Fokus aber eher auf der Weiterleitung auf das Finanzbildungsportal liegt. Bei den Abbildungen handelt es sich nur um beispielhafte Entwürfe – die konkrete Ausgestaltung hängt von den gewählten Themen sowie eventuell zu ergänzenden Anreizen ab, und sollte letztlich von Kommunikationsexpert:innen übernommen werden. Aus diesem Grund sind auch Teile der Texte, in denen Kernbotschaften vermittelt werden, noch nicht ausformuliert und mit Blindtexten als Platzhalter versehen.

⁸¹ Auf dem Finanzbildungsportal könnte beispielsweise ein solches Programm implementiert werden, das auf den Flyern bzw. in der kompakten Broschüre beworben wird.

Abbildung 10: Beispielhafte Darstellung einer Broschüre (Vorderseite)



Anmerkung: Es handelt sich um eine Falt-Broschüre. Das rechte Drittel stellt die Titelseite der Broschüre dar.

Abbildung 11: Beispielhafte Darstellung einer Broschüre (Rückseite)

Der richtige Job für mich

Der richtige Job ist essentiell, um die eigene finanzielle Freiheit zu sichern. Diese 3 Rolemodels...

Maria Musterfrau
Job Job
"Lorem ipsum dolor..."

Marina Muster
Job Job
"Lorem ipsum dolor..."

Martina Mustero
Job Job
"Lorem ipsum dolor..."

**Budget planen
Sparen,
aber
wie?**

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco...

Ein Kredit kostet mehr als du denkst!

Darauf achten Profis:

1. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit,
2. sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna.
3. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco.



5.4.3 Maßnahme C: Informationsmaterial für werdende Mütter (und ihre Partner:innen)

Ziel

Das Ziel dieser Maßnahme ist es, Frauen beim Übergang zum Elternwerden durch gezielte Informationsvermittlung auf relevante Finanzthemen aufmerksam zu machen. Geeignete Zeitpunkte dafür sind vor der Schwangerschaft (wenn ein Kind geplant ist), während der Schwangerschaft und kurz nach der Geburt des Kindes. Ein unmittelbares Ziel der Informationsvermittlung ist die Reflexion der eigenen finanziellen Situation von (angehenden) Müttern (und ihren Partner:innen).

Langfristiges Zielverhalten / Themen

Auch wenn sich die Maßnahme grundsätzlich an werdende Mütter und Väter richtet, liegt der Fokus auf der Verbesserung der finanziellen Situation von Frauen. Neben der Reflexion der eigenen finanziellen Situation und deren Gestaltungsmöglichkeiten als Familie sollen Frauen dabei unterstützt werden, eine Reihe bewusster und informierter Entscheidungen zu treffen, z. B. bezüglich der Wahl eines Kinderbetreuungsgeld-Modells, Elternteilzeitentscheidungen, oder möglicher Kernaufteilung zwischen Partner:innen bzw. Pensionssplitting.⁸² In Bezug auf Frauen mit Partner:innen ist die grundsätzliche Zielrichtung der Maßnahme, eine partnerschaftliche Aufteilung von Kinderbetreuungsaufgaben und eine Inanspruchnahme des Pensionssplittings zu bewirken. Oft ist der Handlungsspielraum der Betroffenen aufgrund struktureller Rahmenbedingungen jedoch gering. In diesem Fall soll der Fokus darauf liegen, dass die jeweilige Entscheidung zumindest informiert getroffen wird, dass also die (langfristigen) finanziellen Konsequenzen einer Entscheidung bewusst sind und wenn möglich Ausgleichsinstrumente in Anspruch genommen werden.⁸³

Die Inhalte sollten in jedem Fall thematisch auf die Zielgruppe (z. B. nur Mütter oder auch Väter), den Entry Point (d. h. Eintritts- bzw. Ansatzpunkt) sowie den Zeitpunkt und die Form der Übermittlung abgestimmt sein. Zudem sollte eine Abstimmung mit Inhalten

⁸² In einer thematisch sehr breit gefassten Variante dieser Maßnahme ließen sich die oben genannten Bereiche noch durch weitere Themen ergänzen, beispielsweise Pensionsvorsorge, Notfallbudget, Vermögensaufbau, Konsumverhalten, Investitionen mit kleinem Budget, finanzielle Vorsorge für die Kinder, Schulden.

⁸³ Entscheidet sich ein Paar beispielsweise aufgrund des höheren Einkommens eines Partners / einer Partnerin dafür, dass nur eine Person Elternteilzeit in Anspruch nimmt, so sollten zumindest die Auswirkungen auf deren Pension und damit verbundenen finanziellen Abhängigkeiten bewusst sein und Ausgleichsinstrumente wie das Pensionssplitting in Betracht gezogen werden.

anderer Ministerien, Sektionen oder Institutionen erfolgen.⁸⁴ Zu beachten ist auch die spezielle Situation von Alleinerzieher:innen, denen bestimmte Instrumente nur eingeschränkt zur Verfügung stehen und die in der Kommunikation mitbedacht werden sollten.

Entry Points

Informationen können an (digitalen) Orten ausgelegt werden, an denen sich (werdende) Eltern vermehrt aufhalten und empfänglich für relevante Informationen sein könnten. Im Internet wären dies beispielsweise Checklisten wie die des digitalen Amts („Beruf und Finanzielles bei der Geburt eines Kindes“),⁸⁵ die von werdenden Eltern als Informationsquelle herangezogen werden und in denen die Informationen untergebracht oder verlinkt werden können. Zu den physischen Orten zählen Arztpraxen (insbesondere von Gynäkolog:innen), Schwangerschaftskurse, Kinderwunschzentren, (Schwangerschafts-)Beratungszentren oder die Hebammenberatung. An diesen Orten könnte Informationsmaterial ausgelegt werden. Der Vorteil dieser Vorgehensweise ist, dass die Informationen potenziell von vielen Personen zu unterschiedlichen Zeitpunkten (vor, während, nach der Schwangerschaft) gelesen werden können. Der Nachteil ist, dass die Informationen möglicherweise nicht wahrgenommen werden, wenn sie nicht explizit an die Zielgruppe herangetragen werden. Außerdem müssen die Inhalte relativ breit bzw. unspezifisch gehalten werden, weil die Personen, die das Informationsmaterial sehen, an unterschiedlichen Punkten der Schwangerschaft stehen. Daher können die Informationen auch expliziter an die Zielgruppe herangetragen werden, beispielsweise indem sie direkt in die Hand gedrückt bzw. nach Hause geschickt werden.⁸⁶ Dies könnte zum Beispiel durch Arbeitgeber:innen geschehen, sobald diese die Meldung bekommen, dass ein Kind erwartet wird, oder über den Bescheid über die Familienbeihilfe. Weitere Möglichkeiten bestehen darin, das Informationsmaterial gemeinsam mit der Geburtsurkunde im Krankenhaus oder im Amt zu überreichen oder mit der e-Card des Kindes mitzuschicken. Auch nachdem ein Antrag auf Kinderbetreuungsgeld, Wochengeld oder Familienzeitbonus bei der Sozial- bzw. Krankenversicherung gestellt wurde, könnten die

⁸⁴ Beispielsweise wird das Thema „Dauer und Aufteilung der Karenz und Teilzeitarbeit“ in der Broschüre *Karenz, Elternzeit, Familienzeit & Co* des (damaligen) Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (BMAK) erläutert (siehe https://www.bundestkanzleramt.gv.at/dam/jcr:58b919e6-f8d7-48ac-9e63-67e6afd37973/karenz_teilzeit_familienzeit.pdf), das Thema „Heirat und Scheidung“ in der Broschüre *Was tue ich, wenn es zur Scheidung/Trennung kommt* des (damaligen) Bundesministeriums für Gesundheit und Frauen (BMGF, siehe <https://www.bundestkanzleramt.gv.at/dam/jcr:664a2a18-fad3-4169-a209-fcfe27e8bbf/scheidungsratgeberin2017.pdf>) und das Thema „Pensionsplitting“ in der Broschüre *Frauen und Pensionen* des Bundeskanzleramts (siehe https://www.bundestkanzleramt.gv.at/dam/jcr:593b797b-7010-429f-a7c4-f1692c1d98e0/frauen_und_pensionen_2023.pdf).

⁸⁵ https://www.oesterreich.gv.at/themen/familie_und_partnerschaft/geburt/1/1/Seite.080522.html#heading_Meldung_der_Karenz_an_den_Arbeitgeber.

⁸⁶ Auch kurze oder sehr kurze Videos (engl. „Reels“) bieten sich als Medium an, mit denen werdende Eltern gezielt adressiert werden könnten.

Informationen zugeschickt werden bzw. bei digitaler Übermittlung des Antrags angezeigt werden. Denkbar wäre zudem, Informationsmaterial gemeinsam mit dem Eltern-Kind-Pass zu übergeben, bzw. die Information könnte auch direkt im Eltern-Kind-Pass untergebracht bzw. verlinkt werden.

Grundsätzlich sind viele unterschiedliche Entry Points zu unterschiedlichen Zeitpunkten der Schwangerschaft und nach der Geburt eines Kindes möglich. Wichtig ist jedoch, dass die Themen des Informationsmaterials zu dem Zeitpunkt passen, an dem sie an die Zielgruppe herangetragen werden. Beispielsweise wurde die Karenzaufteilung beim Bescheid über die Familienbeihilfe in der Regel bereits beschlossen. Hier würden sich also eher Themen wie das Pensionssplitting oder langfristige Teilzeitscheidungen anbieten.

Übermittlung:

Bei der Übermittlung von Information gibt es wieder zwei Möglichkeiten:

1. Einerseits kann umfassendes Informationsmaterial in gedruckter Form (z. B. als Broschüre) bereitgestellt werden. Dies bietet sich für Entry Points an, die sehr unspezifisch die Zielgruppe zu unterschiedlichen Zeitpunkten erreichen (also beispielsweise Broschüren, die an verschiedenen Orten ausliegen). Denkbar ist auch, basierend auf einer umfassenden Broschüre, weitere kleinere, themenspezifischere und gegebenenfalls geschlechtsspezifische Broschüren zu erstellen, die – je nachdem zu welchem Zeitpunkt sie an die Zielgruppe gezielt verschickt werden – die jeweils relevanten Themen beinhalten. Ein Vorteil dieser Herangehensweise besteht darin, dass die relevanten Informationen direkt verfügbar sind und angesehen sowie für später aufgehoben werden können. Allerdings besteht eine große Hürde darin, dass das Informationsmaterial wahrgenommen und dann auch gelesen werden muss. Hier gilt es wiederum, das Cover ansprechend zu gestalten und persönliche Relevanz und Nutzen des Lesens für die Zielgruppe zu vermitteln.
2. Andererseits kann auch eine Weiterleitung auf das Finanzbildungsportal via QR-Code angestrebt werden. Das wäre beispielsweise dann sinnvoll, wenn Informationen über den Eltern-Kind-Pass vermittelt werden, weil aufgrund von Knappheit des zur Verfügung stehenden Platzes die Informationen nicht vollständig direkt untergebracht werden können. Der Vorteil davon, eine Übermittlung direkt im Eltern-Kind-Pass anzulegen, ist, dass alle (werdenden) Eltern zwingend mit dem Eltern-Kind-Pass in Berührung kommen, und zwar zu Zeitpunkten, an denen die adressierten Finanzthemen relevant für sie sind. Zudem befindet sich die Information direkt im Pass, den man ohnehin aufheben muss, somit wird die Wahrscheinlichkeit (im Vergleich zu einer Broschüre) minimiert, dass die Information verloren geht. Außerdem wird man immer wieder mit der Information konfrontiert, was auch den Vorteil hat, dass

man in einem möglicherweise passenderen Moment daran erinnert wird, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Ein weiterer Vorteil besteht darin, dass die Zielgruppe ressourcenschonender erreicht werden kann.

Gestaltung und Inhalte:

Auch in diesem Kontext gelten die allgemeinen Regeln zur Gestaltung von Informationsmaterial (siehe **Infobox 5.5**), um zu gewährleisten, dass die Informationen wahrgenommen, gelesen und verstanden werden. Darüber hinaus gibt es bestimmte Aspekte, die bei der Gestaltung des Informationsmaterials und des Eintrags im Eltern-Kind-Pass berücksichtigt werden sollten und im Folgenden dargestellt werden.

1. Für das umfassende Informationsmaterial gelten ähnliche Vorschläge wie in Maßnahme B für die Schulabgänger:innen dargestellt. Darüber hinaus wäre es in diesem Kontext empfehlenswert, die Informationen in einer Art Checkliste aufzubereiten (z. B. „Kind und Finanzen: Worauf müssen Sie achten?“), um an verschiedene Listen mit anderen Themen anzuknüpfen, die bei der Geburt eines Kindes von werdenden Eltern abgearbeitet werden. Solche Listen haben den Vorteil, dass sie zum einen Schritt-für-Schritt-Anleitungen bieten, die kognitive Belastung reduzieren und zum anderen, dass Menschen dazu neigen, alle Punkte auf einer Liste abzuhaken zu wollen. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, Informationsmaterial mit der Aufklärung über relevante verhaltensökonomische Prinzipien (z. B. Gegenwartsverzerrung, Überoptimismus) zu ergänzen und zu erklären, was das für relevante finanzielle Entscheidungen bedeuten kann. Somit kann eine Reflexion über eigene Entscheidungen angeregt werden. Für die Gestaltung aller Informationsmaterialien gilt es, mehrsprachige Versionen anzubieten, um die Zielgruppe möglichst vollständig zu erreichen.
2. Im Folgenden fokussieren wir uns auf die Gestaltung einer Seite, die direkt im Eltern-Kind-Pass angesiedelt ist und auf das Finanzbildungsportal weiterleiten soll (zu allgemeinen Informationen zum Eltern-Kind-Pass siehe **Infobox 5.6**). Die folgenden Vorschläge können aber auch auf andere Kontexte und Übermittlungsformen übertragen werden, wie beispielsweise Flyer, die gezielt verschickt oder ausgelegt werden.

Infobox 5.6: Der Eltern-Kind-Pass

Der Mutter-Kind-Pass (MKP) wurde im Jahr 1974 eingeführt und wird seitdem kontinuierlich an den Stand der Wissenschaft angepasst. Er wird allen Schwangeren mit österreichischem Wohnsitz nach der Feststellung einer Schwangerschaft von der betreuenden Ärztin bzw. dem betreuenden Arzt ausgestellt. Zweck des Passes ist die gesundheitliche Vorsorge bei Schwangeren und Kindern bis zum

fünften Lebensjahr. Das Kinderbetreuungsgeld ist an die Durchführung der vorgesehenen Untersuchungen (fünf gynäkologische Untersuchungen während der Schwangerschaft und zehn Untersuchungen des Kindes nach der Geburt) geknüpft. Zusätzlich gibt es seit 2012 auch die Option, eine Hebammenberatung in Anspruch zu nehmen. Ab Jänner 2024 erhält der MKP den neuen Namen Eltern-Kind-Pass und soll zudem bis 2026 auch ausgebaut und digitalisiert werden. Erweitert wird das Angebot um eine psychosoziale Beratung zu Beginn der Schwangerschaft, eine weitere (optionale) Hebammenberatung, die Möglichkeit eines Hörscreenings für Neugeborene und eine weitere Ultraschalluntersuchung. Zudem sollen auch eine Ernährungs- und Gesundheitsberatung und eine Elternberatung, beispielsweise zu Fragen von Vereinbarkeit von Familie und Beruf, der Aufteilung der Elternzeit oder den Auswirkungen von Teilzeit auf die Pension angeboten werden (BMSGPK, n. d.-a; Republik Österreich Parlamentsdirektion, 2023; BMSGPK, n. d.-b)

Die beschriebene geplante Digitalisierung und Erweiterung des Passes bietet eine gute Grundlage für eine Maßnahme, Finanzbildungsaspekte in den Eltern-Kind-Pass zu integrieren, die auch eine Schlussfolgerung der Überlegungen dieser Studie darstellt. Da die Digitalisierung erst ab 2026 geplant ist, schlagen wir eine Maßnahme vor, die noch direkt im physischen Pass angesiedelt ist, die dann aber entsprechend digitalisiert werden kann (für die Implementierung von entsprechenden Maßnahmen in einem digitalen Umfeld siehe Kapitel 5.4.1).

Die Platzierung im Eltern-Kind-Pass sollte gut sichtbar sein, z. B. möglichst weit vorne (gegebenenfalls nach der Begrüßung), damit die Inhalte möglichst früh gesehen werden. Denkbar wäre aber auch, die hintere Außenseite zu gestalten, sodass es von den Inhalten des Passes etwas mehr getrennt, aber dennoch gut sichtbar ist, wenn man den Pass in der Hand hält. Der thematische Fokus sollte zu allen Lebenssituationen von Frauen passen, unabhängig davon, ob sie in einer Partnerschaft leben, getrennt oder alleinerziehend sind. Dies ist im Gegensatz zu Flyern, die ausliegen oder verschickt werden, besonders wichtig, da der Pass eventuell als persönlicher wahrgenommen wird und unpassende Informationen hier möglicherweise mehr Reaktanz auslösen. Daher bietet sich das übergreifende Thema der Reflexion und bewussten Gestaltung der eigenen finanziellen Situation besonders an.

Auch bei dieser Maßnahme werden Anreize bzw. Formulierungen vorgeschlagen, die dazu motivieren sollen, auf die Weiterleitung zu klicken, bzw. den QR-Code zu scannen. Die folgenden Beispiele beziehen sich nicht nur auf den Eltern-Kind-Pass, sondern auch auf Flyer, die auf das Finanzbildungsportal weiterleiten. Sie sollen veranschaulichen, wie

persönliche Relevanz hergestellt und persönlicher Nutzen dargestellt werden kann. Die Beispiele dienen zur Inspiration – die Auswahl einer konkreten Formulierung sollte idealerweise auf eine empirische Basis gestellt werden. Das heißt, es soll getestet werden, welche Option bei der Zielgruppe am besten ankommt bzw. auf die Weiterleitung zu klicken motivieren kann.

- **Bei der Verlinkung Gründe zum Anklicken liefern:**⁸⁷ z. B. *„Leben mit Kindern: So können Sie Ihre finanzielle Sicherheit gewährleisten.“*
- **Direkte Ansprache der Zielgruppe:** z. B. *„Wissen Sie, wie sich Ihre (Arbeitszeit-)Entscheidungen auf Ihre Finanzen auswirken?“*
- **Konkrete Handlungsaufforderung („call to action“):** z. B. *„Neues Leben mit Familie: Informieren Sie sich jetzt, was das für Ihre Finanzen bedeutet und wie Sie das meiste für Ihre Familie herausholen.“*
- **Vertrauenswürdige Kommunizierende („messenger“):** Auch hier gilt es, die Kommunikation durch „Messenger“ zu unterstützen, die bei der Zielgruppe potenziell Vertrauen genießen (z. B. Ärzt:innen, Hebammen).
- **Soziale Normen / Vorbilder:** z. B. *„Neues Leben als Mutter? Lassen Sie sich von einer erfahrenen Frau berichten, welche Entscheidungen sie für ihre finanzielle Unabhängigkeit/Sicherheit getroffen hat.“*

Weitere Aspekte, die die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass Informationsmaterial gelesen oder auf die Weiterleitung geklickt wird:

- **Neugierde wecken:** faszinierender Fakt: z. B. *„Wussten Sie, wie viel Sie ein Kind im Laufe des Lebens kostet?“* Ein solcher, durchaus provokanter Teaser sollte mit Bedacht eingesetzt werden, da er potenziell Widerspruchsreaktionen (Reaktanz) bei der Zielgruppe auslösen könnte. Er wäre daher eher unpassend für den Eltern-Kind-Pass und sollte allenfalls in zielgerichteten Flyern verwendet werden.
- **Selbstwirksamkeit und die Hervorhebung von Handlungsoptionen und Wirkungsmöglichkeiten:** z. B. *„Veränderungen sind möglich: Vergleichen Sie jetzt Ihre persönlichen Möglichkeiten für eine sichere finanzielle Zukunft.“*

⁸⁷ Für Flyer, die gezielt verschickt werden, eignen sich entsprechend auch andere thematische Inhalte, wie beispielsweise: *„Wissen Sie, wie Pensionssplitting funktioniert? Erfahren Sie hier mehr über Ihre finanzielle Absicherung.“* oder *„Wissen Sie, welche Karentaufteilung am besten zu Ihrer Situation passt? Hier können Sie vergleichen, welche Aufteilung am meisten Vorteile für Sie bringt.“* (Anstelle einer Formulierung, die eine bestimmte Karentaufteilung als „richtige“ Variante darlegt und außer Acht lässt, dass viele Paare die Karentaufteilung einkommensabhängig entscheiden müssen, soll diese Formulierung zum Ausdruck bringen, dass es sich um eine Entscheidung handelt, die auf Basis verschiedenster Parameter getroffen werden kann und keine geschlechtsspezifische Pflicht darstellt.)

- **An die Zukunft denken:** Gegenwartsverzerrung adressieren: *„Die Pension kommt schneller als gedacht: Schauen Sie sich an, was Sie für Ihre finanzielle Unabhängigkeit im Alter tun können.“*, *„Ihre heutige Entscheidung hat Auswirkungen auf Ihre morgige finanzielle Unabhängigkeit.“*

Beispiel: Wie könnte eine Seite im Eltern-Kind-Pass aussehen?

In der folgenden **Abbildung 12** wird schematisch dargestellt, wie eine Seite im Eltern-Kind-Pass mit dem Ziel der Weiterleitung auf das Finanzbildungsportal aussehen könnte. Wichtig zu beachten ist, dass es sich hierbei nur um einen groben Entwurf handelt, der noch weiter ausgearbeitet und idealerweise mit Kommunikationsexpert:innen gemeinsam weiterentwickelt werden sollte. Die Beschriftung der blauen nummerierten Punkte muss entsprechend der finalisierten Inhalte des Finanzbildungsportals nach dessen Fertigstellung angepasst werden.

Abbildung 12: Beispielhafte Darstellung einer Seite im Eltern-Kind-Pass zur Verlinkung auf das Finanzbildungsportal

Finanzielle Sicherheit beginnt hier

Schaffen Sie eine solide Grundlage für Ihre und die Zukunft Ihrer Familie!

- Die Geburt eines Kindes ist mit vielen Veränderungen verbunden, daher ist **jetzt ein guter Zeitpunkt**, um sich auch mit Ihren Finanzen auseinanderzusetzen.
- Ein solides Verständnis von finanziellen Aspekten kann nicht nur die finanzielle Stabilität Ihrer Familie gewährleisten, sondern auch dazu beitragen, langfristig die **Unabhängigkeit für Sie und Ihr Kind zu sichern**.
- Für weiterführende Informationen und nützliche Ressourcen zum Thema Finanzplanung, steuerliche Regelungen und Förderungen für Eltern, empfehlen wir einen Besuch auf dem **Finanzbildungsportal** des Bundesministeriums für Finanzen.
- Dort finden Sie **hilfreiche Tipps, Tools und professionelle Beratung**, um fundierte Entscheidungen für Ihre finanzielle Zukunft zu treffen.

Vergleichen Sie jetzt Ihre persönlichen Möglichkeiten für eine sichere finanzielle Zukunft:



oder unter
www.finanzbildungsportal.at

Das Finanzbildungsportal bietet Ihnen folgende Inhalte:

- 1 AAAA
- 2 BBBB
- 3 CCCC
- 4 DDDD

6 Zusammenfassung und Conclusio

In Anbetracht struktureller und gesellschaftlicher Benachteiligungen von Frauen, die sich z. B. in höherer Betreuungsarbeit (und, damit einhergehend, in geringerer Erwerbsarbeit und niedrigeren Pensionen) manifestieren, sind sowohl bewusste als auch unbewusste individuelle finanzielle Entscheidungen von großer Bedeutung. Eine Berufswahl, die in hohem Einkommen resultiert, die Entscheidung, Vollzeit zu arbeiten und sich die Betreuungspflichten in Partnerschaften fair aufzuteilen sowie die frühzeitige und partnerschaftliche Vorbereitung auf die Pension können die finanzielle Situation von Frauen wesentlich verbessern. Eine Herausforderung ist dabei, dass sich Frauen weniger selbstbewusst und selbstverständlich mit Finanzthemen beschäftigen als Männer. Ziel des vorliegenden Berichts ist es, verhaltensökonomische Finanzbildungsmaßnahmen vorzuschlagen, die insbesondere Frauen dabei unterstützen sollen, sich zu relevanten finanziellen Themen fortzubilden und informierte finanzielle Entscheidungen zu treffen.

Im vorliegenden Bericht wurden die Konzepte „Finanzbildung“ und „finanzielles Wohlbefinden“ definiert und empirische Befunde dazu präsentiert. Zudem wurden die gesellschaftlichen und strukturellen Rahmenbedingungen für individuelle Entscheidungsspielräume von Frauen in Österreich dargelegt. Auf Basis internationaler Fachliteratur wurden anschließend die verschiedenen kognitiven, situativen und motivationalen Chancen und Hürden für individuelles Finanzverhalten zusammengefasst. Zudem wurde ein kurzer Überblick über den aktuellen Status quo von Finanzbildungsmaßnahmen für Frauen im Rahmen der nationalen Finanzbildungsstrategie für Österreich gegeben, und Beispiele relevanter Organisationen bzw. Projekte sowie die Erfahrung von drei Expert:innen aus dem Bereich dargestellt. Der aktuelle Status quo stellt den Kontext dar, in den die verhaltensökonomischen Maßnahmen eingepasst sein sollen. Die Studie fokussiert auf die verhaltensökonomische Literatur, bezieht aber auch Erkenntnisse aus anderen Bereichen der ökonomischen und sozialwissenschaftlichen Literatur zu Finanzbildung von Frauen mit ein.

Auf dieser theoretischen und praxisorientierten Basis wurde eine Liste von 36 verschiedenen Finanzbildungsmaßnahmen für unterschiedliche Lebensphasen von Frauen erstellt (Arbeitsleben, Partnerschaft und Familienleben, und Ruhestand). Darüber hinaus wurden 31 weitere, übergeordnete Maßnahmen entwickelt, die den Zugang zu und die Wirksamkeit von Finanzbildungsangeboten sowie die Kommunikation dieser betreffen. Die Maßnahmen wurden aus einer verhaltensökonomischen Perspektive und unter Berücksichtigung der besonders relevanten Faktoren für erfolgreiche Finanzbildungsmaßnahmen aus der Literatur sowie mit Expert:innen (u. a. in einem Workshop) entwickelt. Auf Basis von Diskussionen mit Expert:innen und mit Blick auf die potenzielle Umsetzbarkeit durch den Auftraggeber wurden dann drei Maßnahmen ausgewählt und

detailliert ausgearbeitet. Auch wenn die Maßnahmen nicht alle explizit an Frauen adressiert sind, dienen sie speziell dem Ziel, die finanzielle Situation von Frauen in Österreich zu verbessern.

Die erste Maßnahme schlägt vor, die Plattform FinanzOnline als Ansatzpunkt zu nutzen, um Personen und speziell Frauen über die Weiterleitung auf den Pensionskontorechner und das Finanzbildungsportal zu einer Reflexion der eigenen finanziellen Situation anzuregen. Insbesondere soll eine bewusste und informierte Entscheidung bezüglich Arbeitszeit und deren Auswirkungen auf das Pensionseinkommen unterstützt werden. Die zweite Maßnahme betrifft die Bereitstellung von Informationsmaterial für Jugendliche bzw. Schüler:innen mit dem Ziel, sie auf wichtige Finanzbildungsthemen aufmerksam zu machen. Vorgeschlagen wird eine kompakte Broschüre, die verschiedene relevante Finanzthemen (z. B. Berufswahl, Umgang mit Krediten) kurz mit wesentlichen Kernbotschaften „anteasert“ und gleichzeitig auf weiterführende Informationen (z. B. des Finanzbildungsportals) weiterleitet. Die dritte Maßnahme umfasst Informationsmaterial für werdende Eltern mit dem Ziel, Frauen (und ihre Partner:innen) beim Übergang zum Elternwerden durch gezielte Informationsvermittlung auf relevante Finanzthemen aufmerksam zu machen. Konkret wird vorgeschlagen, eine Seite im Eltern-Kind-Pass zu gestalten, die mittels QR-Codes auf das Finanzbildungsportal weiterleitet. Auf diesem Portal soll die Zielgruppe dabei unterstützt werden, die eigene finanzielle Situation zu reflektieren und bewusste Entscheidungen bezüglich Arbeitszeit und deren Auswirkungen auf die Pension zu treffen. Die im Detail ausgearbeiteten Maßnahmen geben Anhaltspunkte, wie verhaltensökonomisch fundierte Maßnahmen in der Praxis eingesetzt werden könnten. Sie basieren auf einer breiten Literaturrecherche, die sowohl theoretische als auch empirische, insbesondere experimentelle Studien miteinschließt. Die Maßnahmen selbst sind allerdings nicht unmittelbar empirisch fundiert, es gab beispielsweise keine Befragung der Zielgruppe im Hinblick auf Erwartungshaltungen oder Akzeptanz von Maßnahmen. Wichtig ist auch, nochmals hervorzuheben, dass es sich bei einigen der konkret ausgearbeiteten Beispiele nur um Entwürfe handelt, die vor einer finalen Implementierung noch unter Einbezug beispielsweise juristischer oder kommunikationswissenschaftlicher Expertise finalisiert werden müssten.

Ein weiterer wesentlicher Faktor für erfolgreiche Finanzbildungsmaßnahmen ist die Evaluation (OECD, 2014). Deshalb sollten für die vorgestellten Maßnahmen vor der Implementation verschiedene Varianten als Pilotprojekte abgetestet werden. Zum einen können partizipative Forschungsmethoden (z. B. Fokusgruppen) gewählt werden, um Ideen und Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe in der Detailausarbeitung zu berücksichtigen. Zum anderen können verschiedene Versionen des konkreten Materials (z. B. von Oberflächen von Webseiten oder Informationsbroschüren) in Online- oder Laborexperimenten darauf abgetestet werden, ob die gewünschten Klicks erfolgen oder sich der

Wissenstand und die Einstellung positiv verändert. Die jeweils erfolgreichsten Versionen können dann tatsächlich implementiert werden und im Feld über Vorher-Nachher-Erhebungen von Verhaltensweisen (Klickraten, Aufrufzeiten von Webseiten etc.), Wissen und Einstellungen evaluiert und stetig verbessert werden.

Frauen können durch individuelle Entscheidungen ihre finanzielle Situation deutlich verbessern. Aufgrund der massiven gesellschaftlichen und strukturellen Benachteiligungen sollte jedoch nicht der Fehler gemacht werden, die Verantwortung für die schlechtere finanzielle Situation von Frauen im Vergleich zu Männern auf individuelle Fehlentscheidungen zu reduzieren. Politische und rechtliche strukturelle Maßnahmen sind zentral und werden im Folgenden beispielhaft ohne Anspruch auf Vollständigkeit vorgestellt: Physischer und zeitlicher Ausbau von Kinderbetreuungseinrichtungen sowie vermehrt günstige oder Gratis-Kinderbetreuungsangebote inklusive warmer Mahlzeiten; vereinfachte Angebote zur Entlastung in der Betreuung alter, chronisch kranker und behinderter Personen; Preisstabilität für Produkte des täglichen Lebens (insbesondere Grundnahrungsmittel), die hauptsächlich von Frauen im Rahmen der Haushaltsführung eingekauft werden; verbesserte Zugänge zu Beratung und Unterstützung bei Partner:innengewalt, insbesondere zu finanzieller und struktureller Unterstützung im Fall von gewaltbasierten Trennungen; Maßnahmenbündel zur Verringerung des Gender Pay Gaps mit Zielhorizont; Verbesserung von Zeitbilanzen von Frauen durch Effizienzsteigerung von Wegeketten (organisierte Schulweg- und Freizeittransporte, verbesserte Möglichkeiten für elektronische Behördenwege; Verknüpfung kurzfristiger Lenkungsziele mit langfristigen Zielen (Stichwort Klimawandel)). Zahlreiche strukturelle politische Maßnahmen sind nötig, um die volle Chancengleichheit von Frauen und Männern auch in Bezug auf das finanzielle Wohlergehen sicherzustellen.

7 Verzeichnisse

7.1 Abkürzungsverzeichnis

Abk.	Abkürzung
AK Wien	Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien
ALA	American Library Association
AMS	Arbeitsmarktservice
ASFL	Austrian Financial Literacy Survey
Bildungsmesse BeSt	Bildungsmesse Beruf Studium Weiterbildung
BIT	Behavioural Insights Team
BjF	Berufszentrum junge Frauen
BA	Bundeskanzleramt
BKS	Bosnisch, Kroatisch, Serbisch
BMASK	Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz
BMAW	Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft
BMF	Bundesministerium für Finanzen
BMGF	Bundesministerium für Frauen und Gesundheit
BMHS	Berufsbildende mittlere oder höhere Schule
BMSGPK	Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz
CFPB	Consumer Financial Protection Bureau, USA
COM-B-Modell	Capability-Opportunity-Motivation-Behavior-Modell
Eurostat	Statistisches Amt der Europäischen Union
EU SILC	European Union Statistics on Income and Living Conditions
FBZ	Frauen-Berufs-Zentren
FMA	Finanzmarktaufsicht
G20	Group of 20 (dt. Gruppe der Zwanzig)
INFE	International Network on Financial Education
LEA	Let's Empower Austria
MINT	Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik
MKP	Mutter-Kind-Pass
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development (dt. Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung)

OeNB	Österreichische Nationalbank
PVA	Pensionsversicherungsanstalt
SVS	Sozialversicherungsanstalt der Selbstständigen
UAG	Unterarbeitsgruppe Frauen und Finanzbildung der nationalen Finanzbildungsstrategie für Österreich
Verein FEM.A	Verein Feministische Alleinerzieherinnen
WEF	World Economic Forum

7.2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Der verhaltensökonomische Ansatz in vier Schritten.....	12
Abbildung 2: Das COM-B-Modell (aus Michie, van Stralen & West, 2011)	33
Abbildung 3: Link zur Sozialversicherung (FinanzOnline für Personen mit Arbeitnehmerveranlagung)	82
Abbildung 4: Pensionsgutschrift	83
Abbildung 5: Beispielhafte Darstellung der Platzierung mittels Foto-Banner (Weiterleitung auf den Pensionskontorechner).....	87
Abbildung 6: Beispielhafte Darstellung der Platzierung mittels Foto-Banner (Weiterleitung auf den Pensionskontorechner und auf das Finanzbildungsportal)	88
Abbildung 7: Beispielhafte Darstellung eines Entscheidungsbaums zur Veranschaulichung von Handlungsoptionen bzgl. Pension	92
Abbildung 8: Text-Tabellen (oben) und numerische Tabellen (unten) für den Vergleich verschiedener Pensionspläne (Hiscox et al., 2017)	94
Abbildung 9: Beispielhafte Darstellung einer Gegenüberstellung der Pension mit Personas	95
Abbildung 10: Beispielhafte Darstellung einer Broschüre (Vorderseite).....	103
Abbildung 11: Beispielhafte Darstellung einer Broschüre (Rückseite)	104
Abbildung 12: Beispielhafte Darstellung einer Seite im Eltern-Kind-Pass zur Verlinkung auf das Finanzbildungsportal	112

7.3 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: OECD-Finanzbildungsindizes nach Geschlecht (Durchschnittswerte), ASFL 2014 und 2019	18
Tabelle 2: Entwickelte Maßnahmen (nach Lebensphasen)	67

7.4 Infoboxverzeichnis

Infobox 2.1: Definition von Finanzbildung.....	14
Infobox 2.2: Finanzbildungsindizes der OECD.....	16
Infobox 3.1: Das COM-B-Modell	32
Infobox 3.2: Verhaltensökonomische Experimente zum menschlichen Handeln in Situationen von Knappheit.....	37
Infobox 3.3: Studie über den Einfluss des Elternhauses	40
Infobox 3.4: Selbstwirksamkeit und Kontrollüberzeugungen.....	42
Infobox 3.5: Drei Studien, die zeigen, dass finanzielle Selbstwirksamkeit gesteigert werden kann	44
Infobox 3.6: Studie zu den Auswirkungen von Geschlechtsstereotypen.....	46
Infobox 5.1: Generelle Faktoren zu Verlinkungen auf Webportalen	83
Infobox 5.2: Experiment aus Kanada zur Erhöhung der Nutzung des Pensionskontenrechners..	85
Infobox 5.3: Beispiele, wie durch die Benennung des Links die Motivation erhöht werden kann, dem Link zu folgen	87
Infobox 5.4: Prinzipien zur Gestaltung von Entscheidungsbäumen	89
Infobox 5.5: Verhaltenswissenschaftliche Aspekte der Informationsvermittlung	99
Infobox 5.6: Der Eltern-Kind-Pass	108

7.5 Literaturverzeichnis

Agnew, S., & Cameron-Agnew, T. (2015). The influence of consumer socialisation in the home on gender differences in financial literacy. *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 630–638. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12179>

AK Wien (Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien) (n. d.-a). *Tipps zur Pflegefreistellung*. Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://wien.arbeiterkammer.at/beratung/arbeitundrecht/krankheitundpflege/pflege/Pflegefreistellung.html>

AK Wien (Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien) (n. d.-b). *Familienhospizkarenz*. Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://wien.arbeiterkammer.at/beratung/arbeitundrecht/krankheitundpflege/pflege/Familienhospizkarenz.html>

AK Wien (Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien) (n. d.-c). *Kinderbetreuungsgeld*. Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://wien.arbeiterkammer.at/beratung/berufundfamilie/kinderbetreuungsgeld/index.html>

AK Wien (Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien) (n. d.-d). *Familienbeihilfe*. Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://wien.arbeiterkammer.at/beratung/berufundfamilie/beihilfenundfoerderung/Familienbeihilfe.html>

ALA (American Library Association) (2000). *Information literacy competency standards for higher education*. <http://hdl.handle.net/11213/7668>

AMS (Arbeitsmarktservice) (2022, 31. Dezember). *Kinderbetreuungs-Beihilfe*. <https://www.ams.at/arbeitsuchende/karenz-und-wiedereinstieg/so-unterstuetzen-wir-ihren-wiedereinstieg/kinderbetreuungs-beihilfe->

Anderloni, L., Bacchiocchi, E., & Vandone, D. (2012). Household financial vulnerability: An empirical analysis. *Research in Economics*, 66(3), 284–296. <https://doi.org/10.1016/j.rie.2012.03.001>

Angrisani, M., & Casanova, M. (2021). What you think you know can hurt you: Under/over confidence in financial knowledge and preparedness for retirement. *Journal of Pension Economics and Finance*, 20(4), 516–531. <https://doi.org/10.1017/S1474747219000131>

Anselm, E., & Wallner, R. (2018). *Pflege & Betreuung. Fakten, Konklusionen, Positionen*. Hilfswerk Österreich. Working Paper. https://presse.hilfswerk.at/fileadmin/storage/global/Dokumente/Downloads/sonstige_Dokumente/Hilfswerk_Position_Pflege_11042018.pdf

Aprea, C., & Wuttke, E. (2016). Financial Literacy of Adolescents and Young Adults: Setting the Course for a Competence-Oriented Assessment Instrument. In: Carmela, A., Wuttke, E., Breuer, K., Koh, N. K., Davies, P., Greimel-Fuhrmann, B., & Lopus, J. S. (Hrsg.), *International Handbook of Financial Literacy* (397–414). Springer Singapore https://doi.org/10.1007/978-981-10-0360-8_27

Aristei, D., & Gallo, M. (2022). Assessing gender gaps in financial knowledge and self-confidence: Evidence from international data. *Finance Research Letters*, 46(1), 102200. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102200>

ASB Schuldnerberatungen (2023). *Schuldenreport 2023*. https://www.schuldenberatung.at/downloads/infodatenbank/schuldenreport/asb_Schuldenreport2023_EndV.pdf?m=1682406320&

ASB Schuldnerberatungen (n. d.). *Häufige Fragen*. Staatlich anerkannte Schuldenberatung. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://www.schuldenberatung.at/schuldnerinnen/faq.php#privatkonkurs>

Ashraf, N., Karlan, D., & Yin, W. (2006). Tying Odysseus to the mast: Evidence from a commitment savings product in the Philippines. *The Quarterly Journal of Economics*, 121(2), 635–672. <https://doi.org/10.1162/qjec.2006.121.2.635>

Atkinson, A., & Messy, F. A. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions Nr. 15*. <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>

Atkinson, A., & Messy, F. A. (2013). Promoting Financial Inclusion through Financial Education: OECD/INFE Evidence, Policies and Practice. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions Nr. 34*. <https://doi.org/10.1787/5k3xz6m88smp-en>

Atkinson, L., & Rosenthal, S. (2014). Signaling the green sell: The influence of eco-label source, argument specificity, and product involvement on consumer trust. *Journal of Advertising*, 43(1), 33–45. <https://doi.org/10.1080/00913367.2013.834803>

Babcock, L., & Laschevar, S. (2003). *Women Don't Ask: Negotiation and the Gender Divide*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400825691>

bank99 AG (n. d.). *Rundumkredit99 – der Kredit, der einfach zu Dir Passt*. bank99. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://bank99.at/kredit/rundumkredit99>

Bashir, I., & Qureshi, I. H. (2023). A Systematic Literature Review on Personal Financial Well-Being: The Link to Key Sustainable Development Goals 2030. *FIIB Business Review*, 12(1), 31–48. <https://doi.org/10.1177/23197145221106862>

Bauer, G. (2010). *Die 24-Stunden-Betreuung in Österreich. Motive und Beschäftigungsverhältnisse von osteuropäischen Pflege- und Betreuungspersonen* [Diplomarbeit, WU Wien]. WU Wien Publications.

Benartzi, S., & Thaler, R. (2007). Heuristics and biases in retirement savings behavior. *Journal of Economic Perspectives*, 21 (3), 81–104. <http://doi.org/10.1257/jep.21.3.81>

BIT (Behavioural Insights Team) (2014). *EAST: Four simple ways to apply behavioural insights*. https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf

BIT (Behavioural Insights Team) (2018). *Encouraging retirement planning through behavioural insights*. Prepared by the Behavioural Insights Team on behalf of the Ontario Securities Commission Investor Office. https://www.osc.ca/sites/default/files/2021-01/inv_research_20180727_encouraging-retirement-planning.pdf

Blaschke, J. (2022). Gender differences in financial literacy among teenagers—Can confidence bridge the gap? *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 2144328. <https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2144328>

Blue, L. E., & Grootenboer, P. (2019). A praxis approach to financial literacy education. *Journal of Curriculum Studies*, 51(5), 755–770. <https://doi.org/10.1080/00220272.2019.1650115>

BMAW (Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft) (2023a, 1. November). *Pflegekarenz und Pflegeteilzeit*. <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Arbeitsrecht/Karenz-und-Teilzeit/Pflegekarenz-und-Pflegeteilzeit.html>

BMAW (Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft) (2023b, 1. November). *Elternkarenz*. <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Arbeitsrecht/Karenz-und-Teilzeit/Elternkarenz.html>

BMAW (Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft) (2023c, 1. November). *Elternteilzeit*. <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Arbeitsrecht/Karenz-und-Teilzeit/Elternteilzeit.html>

BMAW (Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft) (2023d, 9. November). *Papamomat*. <https://www.bmaw.gv.at/Themen/Arbeitsrecht/Karenz-und-Teilzeit/Papamomat.html>

BMF (Bundesministerium für Finanzen) (2021). *Nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich*. Bundesministerium für Finanzen. <https://www.bmf.gv.at/dam/jcr:2e90cf98-06b2-44e4-ad08-cd85e00af7da/Bericht%20Nationale%20Finanzbildungsstrategie.pdf>

BMF (Bundesministerium für Finanzen) (2023a). *Abschlussbericht (Policy Brief) der Unterarbeitsgruppe Frauen und Finanzbildung*. Bundesministerium für Finanzen. <https://www.bmf.gv.at/dam/jcr:9c94d591-c1c0-4633-9f11-fc0406660e9c/Abschlussbericht%20UAG%20Frauen.pdf>

BMF (Bundesministerium für Finanzen). (2023b, 26. April). *Allgemeines zur Sozialhilfe/Mindestsicherung*. oesterreich.gv.at – Österreichs digitales Amt. <https://www.oesterreich.gv.at/themen/soziales/armut/3/2/Seite.1693914.html>

BMF (Bundesministerium für Finanzen) (2023c). *Familienbeihilfe: Allgemeine Information*. <https://www.bmf.gv.at/services/glossar/f/familienbeihilfe.html>

BMF (Bundesministerium für Finanzen) (2023d). *Frauen als Zielgruppe von Finanzbildungsmaßnahmen*. Bundesministerium für Finanzen. https://www.bmf.gv.at/dam/jcr:95a602fe-5fd9-46ae-a19e-15d538c6e445/230707_Guidance_Nationale%20Finanzbildungsstrategie_A5_BF.pdf

BMF (Bundesministerium für Finanzen) (2023e, November). *Maßnahmen der Nationalen Finanzbildungsstrategie kompakt_Stand November 2023.xlsx*. Abgerufen am 4. Dezember 2023 von https://www.bmf.gv.at/dam/jcr:9179901e-35e4-4f43-8220-325fa8690609/Ma%C3%9Fnahmen%20der%20Nationalen%20Finanzbildungsstrategie%20kompakt_Stand%20November%202023.xlsx

BMF (Bundesministerium für Finanzen) (n. d.). *Aktuelles*. Abgerufen am 23. November 2023 von <https://www.bmf.gv.at/ministerium/nationale-finanzbildungsstrategie/uebersicht-nationale-finanzbildungsstrategie/aktuelles.html>.

BMSGPK (Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz). (n. d.-a). *Der Mutter-Kind-Pass auf einen Blick*. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://www.gesundheit.gv.at/leben/eltern/mutter-kind-pass/mutter-kind-pass-untersuchungen.html>

BMSGPK (Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz). (n. d.-b). *Mutter-Kind-Pass*. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://www.sozialministerium.at/Themen/Gesundheit/Eltern-und-Kind/Mutter-Kind-Pass.html>

Bothen, A. (2021, 14. Juli). *What would happen if your website was attacked?* Behavioural Insights Team. <https://www.bi.team/blogs/what-would-happen-if-your-website-was-attacked/>

Bottazzi, L., & Lusardi, A. (2021). Stereotypes in Financial Literacy: Evidence from PISA. *Journal of Corporate Finance*, 71(2021), 101831. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101831>

Brick, C., McDowell, M. & Freeman, A. L. J. (2020). Risk communication in tables versus text: a registered report randomized trial on fact boxes. *Royal Society Open Science*, 7(3), 190876. <https://doi.org/10.1098/rsos.190876>

Broughton, N. & Meer, J. T. (2019, 19. Dezember). *How many people really understand inflation and interest rates?* Behavioural Insights Team. <https://www.bi.team/blogs/how-many-people-really-understand-inflation-and-interest-rates/>

Brüggen, E. C., Hogreve, J., Holmlund, M., Kabadayi, S., & Löfgren, M. (2017). Financial well-being: A conceptualization and research agenda. *Journal of Business Research*, 79, 228–237. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.013>

Bucher-Koenen, T., Lusardi, A., Alessie, R., & van Rooij, M. (2017). How Financially Literate Are Women? An Overview and New Insights. *Journal of Consumer Affairs*, 51(2), 255–283. <https://doi.org/10.1111/joca.12121>

Bucher-Koenen, T., Alessie, R., Lusardi, A., & van Rooij, M. (2021). Fearless Woman: Financial Literacy and Stock Market Participation. *NBER Working Paper Series*, Nr. 28723. <http://doi.org/10.3386/w28723>

Butler, J. (1991). *Das Unbehagen der Geschlechter*. Suhrkamp.

Caritas der Erzdiözese (n. d.). *WG Melange*. Caritas Wien. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://www.caritas-stadtteilarbeit.at/projekte/alle-projekte/wgmelange>

Cathro, C., Runge, J., Whitwell-Mak, J., Stockland, K., Broughton, N., & Rostron, J. (2022). Improving public understanding of economic statistics: Presenting labour market statistics to the public. *ESCoE Discussion Paper Nr. 26*. <https://www.bi.team/wp-content/uploads/2022/11/ESCoE-DP-2022-26.pdf>

Cassidy, R. (2018). Are the poor so present-biased? *CASE Working Paper WPS/2018–19*. Centre for the Study of African Economies. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:4bbd6ecacdcf-4242-92cd-165f9773bb1a/files/s44558d799>

Chan, K., Huang, E., & Lassu, R. (2017). Understanding financially stressed millennials' hesitancy to seek help: Implications for organizations. *Journal of Financial Education*, 43(1), 141–160. <https://www.jstor.org/stable/90018423>

Chariri, A., Sektiyani, W., Nurlina, N., & Wulandari, R. W. (2018). Individual characteristics, financial literacy and ability in detecting investment scams. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 15(1), 91–114. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.91-114>

Charusheela, S. (2003). Empowering Work? Bargaining Models reconsidered. In: D. K. Barker, & E. Kuiper (Hrsg.). *Toward a feminist philosophy of economics* (287–303). Routledge.

Cheng, Y. Y., Shein, P. P., & Chiou, W. B. (2012). Escaping the impulse to immediate gratification: The prospect concept promotes a future-oriented mindset, prompting an inclination towards delayed gratification. *British Journal of Psychology*, 103(1), 129–141. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.2011.02067.x>

Chernev, A., Böckenholt, U., & Goodman, J. (2015). Choice overload: A conceptual review and meta-analysis. *Journal of Consumer Psychology*, 25(2), 333–358. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.08.002>

Chowdhury, S., & Gibb, F. (2009). Relationship among activities and problems causing uncertainty in information seeking and retrieval. *Journal of documentation*, 65(3), 470–499. <https://doi.org/10.1108/00220410910952438>

CFPB (Consumer Financial Protection Bureau) (2015). *Measuring financial well-being: A guide to using the CFPB Financial Well-Being Scale*. https://files.consumerfinance.gov/f/201512_cfpb_financial-well-being-user-guide-scale.pdf

Cobb-Clark, D. A., Kassenboehmer, S. C., & Sinning, M. G. (2016). Locus of control and savings. *Journal of Banking & Finance*, 73, 113–130. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2016.06.013>

Connolly, K. K., & Crosby, M. E. (2014). Examining e-health literacy and the digital divide in an underserved population in Hawai'i. *Hawaii Journal of Medicine & Public Health*, 73(2), 44.

Coulton, C., & Frost, A. K. (1982). Use of social and health services by the elderly. *Journal of Health and Social Behavior*, 23(4), 330–339. <https://doi.org/10.2307/2136491>

Cupák, A., Fessler, P., Silgoner, M., & Ulbrich, E. (2018). Financial literacy in Austria: a survey of recent research results. *Monetary Policy & the Economy*, Q3(20), 14–26. https://www.oenb.at/dam/jcr:a3752d2a-edf3-438f-9363-92e2c7f1d8a9/03_mop_2018_q1_Cupak_Fessler_Silgoner_Ulbrich.pdf

- Cupák, A., Fessler, P., & Schneebaum, A. (2021). Gender differences in risky asset behavior: The importance of self-confidence and financial literacy. *Finance Research Letters*, 42, 101880. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2020.101880>
- Danes, S. M., & Haberman, H. (2007). Teen financial knowledge, self-efficacy, and behavior: A gendered view. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 18(2). <https://ssrn.com/abstract=2228406>
- De Bruijn, E.-J., & Antonides, G. (2022). Poverty and economic decision making: A review of scarcity theory. *Theory and Decision*, 92(1), 5–37. <https://doi.org/10.1007/s11238-021-09802-7>
- Degele, N., & Winker, G. (2007). *Intersektionalität als Mehrebenenanalyse*. <https://doi.org/10.15480/882.382>
- Demarmels, S., Schaffner, D., Kolberg, S., Albisser, M., Federspiel, E., Stalder, U., Janoschka, A., & Kellerhals, U. (2018). Kommunikationsstrategien zur Steigerung der Verarbeitungsmotivation. In: *Verständliche Vermarktung von Strom aus erneuerbaren Energien* (51–59). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-22360-1_4
- Driva, A., Lührmann, M., & Winter, J. (2016). Gender differences and stereotypes in financial literacy: Off to an early start. *Economics Letters*, 146(1), 143–146. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2016.07.029>
- Dupas, P., & Robinson, J. (2013). Why don't the poor save more? Evidence from health savings experiments. *American Economic Review*, 103(4), 1138–1171. <https://doi.org/10.1257/aer.103.4.1138>
- Dutta-Powell, R., & Cornel, P. (2020, 23. September). *Nudging young people to engage with pensions*. Behavioural Insights Team. <https://www.bi.team/blogs/nudging-young-people-to-engage-with-pensions/>
- Elbaek, C., Mitkidis, P., Aarøe, L., & Otterbring, T. (2021). Material Scarcity and Unethical Economic Behavior: A Systematic Review and Meta-Analysis [Preprint]. In Review. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-800481/v2>
- Engels, C., Kumar, K., & Philip, D. (2020). Financial literacy and fraud detection. *The European Journal of Finance*, 26(4–5), 420–442. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2019.1646666>
- Erevelles, N. (2011). *Disability And Difference in Global Contexts: Enabling a Transformative Body Politic*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137001184>

Ertl, B., Csanadi, A., & Tarnai, C. (2020). Getting closer to the digital divide: An analysis of impacts on digital competencies based on the German PIAAC sample. *International Journal of Educational Development*, 78, 102259. <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2020.102259>

European Union/OECD (2022). *Financial competence framework for adults in the European Union*. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/financial-competence-framework-for-adults-in-the-European-Union.pdf>

Eurostat (n. d.). *Gender pension gap by age group – EU-SILC survey*. Eurostat Data Browser. Abgerufen am 23. November 2023 von https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ILC_PNP13__custom_7062092/default/table?lang=en

Farrell, L., Fry, T. R. L., & Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women’s personal finance behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 54, 85–99. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.07.001>

Fernandes, D., Lynch, J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial Literacy, Financial Education, and Downstream Financial Behaviors. *Management Science*, 60(8), 1861–1883. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849>

Fessler, P., Jelovsek, M., & Silgoner, M. A. (2020). Finanzbildung in Österreich – Millennials im Fokus. *Monetary Policy & the Economy*, Q3/20, 21–38. https://www.oenb.at/dam/jcr:89f7c02d-0014-48b6-9dfc-7653bc98c492/Fessler_mop_Q3_20_DE_first_view.pdf

Fessler, P., Silgoner, M. A., & Weber, R. (2020). Financial knowledge, attitude and behavior: evidence from the Austrian Survey of Financial Literacy. *Empirica*, 47(4), 929–947. <https://doi.org/10.1007/s10663-019-09465-2>

Fonseca, R., Mullen, K. J., Zamarro, G., & Zissimopoulos, J. (2012). What explains the gender gap in financial literacy? The role of household decision making. *Journal of Consumer Affairs*, 46(1), 90–106. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2011.01221.x>

Furrebøe, E. F., & Nyhus, E. K. (2022). Financial self-efficacy, financial literacy, and gender: A review. *Journal of Consumer Affairs*, 56(2), 743–765. <https://doi.org/10.1111/joca.12436>

Furrebøe, E. F., Nyhus, E. K., & Musau, A. (2023). Gender differences in recollections of economic socialization, financial self-efficacy, and financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 57(1), 69–91. <https://doi.org/10.1111/joca.12490>

Frijns, B., Gilbert, A., & Tourani-Rad, A. (2014). Learning by doing: The role of financial experience in financial literacy. *Journal of Public Policy*, 34(1), 123–154. <https://doi.org/10.1017/S0143814X13000275>

Gangl, K., van Dijk, W. W.; van Dijk, E., & Hofmann, E. (2020). Building versus maintaining a perceived confidence-based tax climate: Experimental evidence. *Journal of Economic Psychology*, 81, 102310. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2020.102310>

Geisberger, T., & Glaser, T. (2021). Gender Pay Gap: Analysen zum geschlechtsspezifischen Lohnunterschied. *Statistische Nachrichten*, 06/2021, 434–447. https://www.statistik.at/fileadmin/pages/362/VSE2018_GPG_06_2021_126258.pdf

Gigerenzer, G., & Brighton, H. (2009). Homo Heuristicus: Why Biased Minds Make Better Inferences. *Topics in Cognitive Science*, 1(1), 107–143. <https://doi.org/10.1111/j.1756-8765.2008.01006.x>

Gigerenzer, G., & Kurzenhäuser, S. (2005). Fast and frugal heuristics in medical decision making. In: *Science and medicine in dialogue: Thinking through particulars and universals* (3–15). http://library.mpib-berlin.mpg.de/ft/gg/GG_Fast_2005.pdf

Gigerenzer, G., Todd, P. M. & the ABC Research Group. (1999). *Simple heuristics that make us smart*. Oxford University Press. <https://econpapers.repec.org/RePEc:oxp:obooks:9780195143812>

Glazebrook, K., Larkin, C., & Costa, E. (2017). *Improving engagement with pension decisions: The results from three randomised controlled trials*. Behavioural Insights Team. <https://www.bi.team/blogs/helping-more-people-take-up-free-pension-guidance-new-results/>

Goda, G. S., Levy, M. R., Manchester, C. F., Sojourner, A., Tasoff, J., Xiao, J. (2023). Are retirement planning tools substitutes or complements to financial capability? *Journal of economic Behaviour and Organization*, 214(1), 561–573. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.08.001>

Godase, R., Jyothi, P. & Supriya, M. L. (2023). Financial planning propensity in working adults: Exploring the role of media. *Managerial Finance*. <https://doi.org/10.1108/MF-04-2023-0253>

Golman, R., Hagmann, D., Loewenstein, G. (2017). Information Avoidance. *Journal of Economic Literature*, 55(1), 96–135. <https://doi.org/10.1257/jel.20151245>

Goyal, K., & Kumar, S. (2021). Financial literacy: A systematic review and bibliometric analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 45(1), 80–105. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12605>

Goyal, K., Kumar, S., & Hoffmann, A. (2023). The direct and indirect effects of financial socialization and psychological characteristics on young professionals' personal financial management behavior. *International Journal of Bank Marketing*. Online-Vorabpublikation. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2022-0419>

Greimel-Fuhrmann, B. & Silgoner, M. (2017). Finanzwissen und finanzielles Wohlbefinden – Frauen sind nicht grundsätzlich im Nachteil. *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, 86(4), 123–136. <https://doi.org/10.3790/vjh.86.4.123>

Griskevicius, V., Delton, A. W., Robertson, T. E., & Tybur, J. M. (2011). Environmental contingency in life history strategies: The influence of mortality and socioeconomic status on reproductive timing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(2), 241–254. <https://doi.org/10.1037/a0021082>

Griskevicius, V., Ackerman, J. M., Cantú, S. M., Delton, A. W., Robertson, T. E., Simpson, J. A., Thompson, M. E., & Tybur, J. M. (2013). When the economy falters, do people spend or save? Responses to resource scarcity depend on childhood environments. *Psychological Science*, 24(2), 197–205. <https://doi.org/10.1177/0956797612451471>

Groiß, J., Schneebaum, A., & Schuster, B. (2017). Vermögensunterschiede nach Geschlecht in Österreich Und Deutschland: Eine Analyse Auf Der Personenebene. *AK Wien: Materialien zu Wirtschaft und Gesellschaft* 168. <https://emedien.arbeiterkammer.at/viewer/api/v1/records/AC14463004/files/source/AC14463004.pdf>

Hacohen, R., Likki, T., Londakova, K., & Rossiter, J. (2018). *Return to work: parental decision making*. Government Equalities Office, UK. Research report. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5af40dbf40f0b622e6e18eb4/Return_to_work-parental_decision_making.pdf

Häckl, S., Kocher, M., Sonntag, A., & Spitzer, F. (2020). *Pensionsreformansätze aus verhaltensökonomischer Sicht*. Institut für Höhere Studien (IHS). Projektbericht. <https://irihs.ihs.ac.at/id/eprint/5441/>

Hall, C. C., Zhao, J., & Shafir, E. (2014). Self-affirmation among the poor: Cognitive and behavioral implications. *Psychological Science*, 25(2), 619–625. <https://doi.org/10.1177/0956797613510949>

Hanappi-Egger, E., & Hofmann, R. (2005). Organisationale Kosten-Nutzen-Perspektiven aus Gender-Sicht. Institut für Management und Wirtschaftspädagogik, Abt. Gender and Diversity in Organizations, WU Vienna University of Economics and Business. *Working Papers / Institute for Gender and Diversity in Organizations Nr. 2*. <https://research.wu.ac.at/ws/portalfiles/portal/45165730/document.pdf>

Hasler, A., Lusardi, A., & Oggero, N. (2018). *Financial Fragility in the US: Evidence and Implications*. Global Financial Literacy Excellence Center, The George Washington University School of Business. https://www.nefe.org/_images/research/Financial-Fragility/Financial-Fragility-Final-Report.pdf

Hausbichler, B. (2022, 8. April). Kinderbetreuung: Wenn Vollzeitarbeit teuer wird. *Der Standard*. <https://www.derstandard.at/story/2000134755551/kinderbetreuung-wenn-vollzeitarbeit-teuer-wird>

Heo, W., Rabbani, A. G., & Lee, J. M. (2021). Mediation between financial risk tolerance and equity ownership: Assessing the role of financial knowledge underconfidence. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(3), 169–180. <https://doi.org/10.1057/s41264-021-00088-y>

Hilfswerk Österreich (2018, 12. Juli). *Empirie statt Emotion: Neue Daten zur 24-Stunden-Betreuung in Österreich*. <https://www.hilfswerk.at/kaernten/wir-ueber-uns/news-aktivitaeten/veranstaltungen/news/empirie-statt-emotion-neue-daten-zur-24-stunden-betreuung-in-oesterreich/>

Hershfield, H. E., Goldstein, D. G., Sharpe, W. F., Fox, J., Yeykelis, L., Carstensen, L. L., & Bailenson, J. N. (2011). Increasing saving behavior through age-progressed renderings of the future self. *Journal of Marketing Research*, 48(SPL), 23–37. <https://doi.org/10.1509/jmkr.48.SPL.S23>

Hiscox, M., Hobman, E., Daffey, M., & Reeson A. (2017). *Supporting retirees in retirement income planning*. Beta Behavioural Economics Team of the Australian Government. <https://behaviouraleconomics.pmc.gov.au/sites/default/files/projects/supporting-retirees-in-retirement-income-planning.pdf>

Hoffmann, G., & Matysiak, L. (2019). *Exploring Game Design for the Financial Education of Millennials* [Konferenzbeitrag]. 11th International Conference on Virtual Worlds and Games for Serious Applications (VS-Games), Vienna, Austria.

Hoffmann, A. O. I., & Plotkina, D. (2021a). Let your past define your future? How recalling successful financial experiences can increase beliefs of self-efficacy in financial planning. *Journal of Consumer Affairs*, 55(3), 847–871. <https://doi.org/10.1111/joca.12378>

Hoffmann, A. O. I., & Plotkina, D. (2021b). Positive framing when assessing the personal resources to manage one's finances increases consumers' retirement self-efficacy and improves retirement goal clarity. *Psychology & Marketing*, 38(12), 2286–2304. <https://doi.org/10.1002/mar.21563>

- Hopkins, V., Zhao, J., Schimpf, C., Fisher, P., Martinez, V., Sahin, Y. & Tahery, F. (2023, 5. Mai). *How does financial scarcity impact take-up of employment services – Evidence from a survey experiment* [Poster Presentation]. Southern Ontario Behavioural Decision Research (SOBDR) Conference, Toronto, Ontario, Canada. <https://www.biorgpartnership.com/biorg-events/sobdr2023>
- Hoxby, C., & Turner, S. (2015). What high-achieving low-income students know about college. *American Economic Review*, 105(5), 514–517. <http://dx.doi.org/10.1257/aer.p20151027>
- Hsu, J. W. (2015). Aging and strategic learning: The impact of spousal incentives on financial literacy. *Journal of Human Resources*, 51(4), 1036–1067. <https://doi.org/10.3368/jhr.51.4.1014-6712r>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Ishii, K., Eisen, C., & Hitokoto, H. (2017). The effects of social status and culture on delay discounting. *Japanese Psychological Research*, 59(3), 230–237. <https://doi.org/10.1111/jpr.12154>
- Jaroszewicz, A. (2020). *It does hurt to ask: Theory and evidence on informal help-seeking* (Doctoral dissertation, Carnegie Mellon University). https://kilthub.cmu.edu/articles/thesis/It_Does_Hurt_to_Ask_Theory_and_Evidence_on_Informal_Help-Seeking/12298328/files/22668773.pdf
- Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2017). Does financial education impact financial literacy and financial behavior, and if so, when? *The World Bank Economic Review*, 31(3), 611–630. <https://doi.org/10.1093/wber/lhx018>
- Kaiser, T, Lusardi, A., Menkhoff, L., & Urban, C. (2022). Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics*, 145(2), 255–272. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.09.022>
- Karakurum-Ozdemir, K., Kokkizil, M., & Uysal, G. (2019). Financial literacy in developing countries. *Social Indicators Research*, 143, 325–353. <https://doi.org/10.1007/s11205-018-1952-x>
- Karlan, D., Ratan, A. L., & Zinman, J. (2014). Savings by and for the poor: A research review and agenda. *Review of Income and Wealth*, 60(1), 36–78. <https://doi.org/10.1111/roiw.12101>

Kocher, M., Schwaninger M, & Spitzer, F. (2021). Familienpolitik aus verhaltensökonomischer Sicht. In: Bundeskanzleramt / Frauen, Familie, Jugend und Integration (Hrsg.), 6. Österreichischer Familienbericht 2009–2019. Wien. <https://irihs.ihs.ac.at/id/e-print/5818/1/kocher-schwanger-spitzer-2021-familienbericht.pdf>

Kramer, M. M. (2016). Financial literacy, confidence and financial advice seeking. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 131(1), 198–217. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2016.08.016>

Kreimer, M. (2015). Care und Migration am Beispiel der 24-Stunden-Betreuung in Österreich. In S. Ulrich & K. Neuwirth (Hrsg.), *Linzer Schriften zu Gender und Recht: Bd. 56. Zum Verhältnis von Reproduktion, Erwerbsarbeit und fairer Budgetpolitik* (139–169). Trauner Verlag.

Labie, M., Laureti, C., & Szafarz, A. (2017). Discipline and flexibility: A behavioural perspective on microfinance product design. *Oxford Development Studies*, 45(3), 321–337. <https://doi.org/10.1080/13600818.2016.1239701>

Letkiewicz, J. C., Domian, D. L., Robinson, C., & Uborceva, N. (2014). Self-efficacy, financial stress, and the decision to seek professional financial planning help. *Academy of Financial Services*. https://academyfinancial.org/resources/Documents/Proceedings/2014/E7_Letkiewicz_Domian_Robinson_Uborceva.pdf

Loke, V., Choi, L., & Libby, M. (2015). Increasing youth financial capability: An evaluation of the MyPath savings initiative. *Journal of Consumer Affairs*, 49(1), 97–126. <https://doi.org/10.1111/joca.12066>

Liu, H. C., & Lin, J. S. (2021). Impact of Internet Integrated Financial Education on Students' Financial Awareness and Financial Behavior. *Frontiers in Psychology*, 12(1), 751709. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.751709>

Lotter, S., & Okoro, C. (2023). *Financial literacy decision tree game: A system development exposé* [Konferenzbeitrag]. 9th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'23), Valencia, Spanien, 377–384. <http://dx.doi.org/10.4995/HEAd23.2023.16306>

Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1). <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2008). Planning and Financial Literacy: How Do Women Fare? *American Economic Review*, 98(2), 413–417. <https://doi.org/10.1257/aer.98.2.413>

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>

Mackert, M., Kahlor, L., Tyler, D., & Gustafson, J. (2009). Designing e-health interventions for low-health-literate culturally diverse parents: addressing the obesity epidemic. *Telemedicine and e-Health*, 15(7), 672–677. <https://doi.org/10.1089/tmj.2009.0012>

Mairhuber, I., & Mayrhuber, C. (2020). *TRAPEZ.ANALYSE Geschlechtsspezifische Pensionsunterschiede in Österreich: Quantitative und qualitative Befunde*. Bundeskanzleramt, Sektion Frauenangelegenheiten und Gleichstellung. https://www.trapez-frauen-pensionen.at/dam/jcr:e4f00a5b-a24a-4e98-a466-05dc6e1d55ff/trapez_analyse_bericht_2020.pdf

Mairhuber, I. (2021, 3. Dezember). *Arbeitsmarktintegration und soziale Absicherung von älteren Frauen in Österreich* [Vortragsfolien]. Tagung: Reformbedarf am Arbeitsmarkt? <https://www.forba.at/wp-content/uploads/2021/12/Reformbedarf-AM-Praesentation-Mairhuber.pdf>

Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zhao, J. (2013). Poverty impedes cognitive function. *Science*, 341(6149), 976–980. <https://doi.org/10.1126/science.1238041>

Mani, A., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zhao, J. (2020). Scarcity and cognitive function around payday: A conceptual and empirical analysis. *Journal of the Association for Consumer Research*, 5(4), 365–376. <https://doi.org/10.1086/709885>

Masthoff, J., & Vassileva, J. (2015). Tutorial on personalization for behaviour change. *International Conference on Intelligent User Interfaces, Proceedings IUI*, 439–442. <https://doi.org/10.1145/2678025.2716264>

Mazer, R., McKee, K., & Fiorillo, A. (2014). Applying behavioral insights in consumer protection policy. *CGAP FocusNote Nr. 95*. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/952551468336641497/pdf/909550BRI0Box30tion0Policy0Jun02014.pdf>

Michie, S., van Strahlen, M. M., & West, R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Science*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/1748-5908-6-42>

Modestino, A. S., Sederberg, R., & Tuller, L. (2019). Assessing the Effectiveness of Financial Coaching: Evidence from the Boston Youth Credit Building Initiative. *Journal of Consumer Affairs*, 53(4), 1825–1873. <https://doi.org/10.1111/joca.12265>

Mohr, M. (2023). *Bildungsstand der Bevölkerung in Österreich nach Migrationshintergrund im Jahr 2022*. Zitiert nach de.statista.com. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/293283/umfrage/bildungsstand-der-bevoelkerung-in-oesterreich-nach-migrationshintergrund/>

Monti, M., Martignon, L., Gigerenzer, G., & Berg, N. (2009). The Impact of Simplicity on Financial Decision-Making. *Proceedings of the Annual Meeting of the Cognitive Science Society*, 31 (31), 1846–1851. https://www.otago.ac.nz/__data/assets/pdf_file/0019/333172/monti-m-martignon-l-gigerenzer-g-berg-n-2009-the-impact-of-simplicity-on-financial-decision-making-in-n-a-taatgen-h-van-rijn-eds-proceedings-of-the-31st-annual-conference-of-the-cognitive-science-113929.pdf

Nickow, A., Oreopoulos, P., & Quan, V. (2020). The impressive effects of tutoring on pre-12 learning: A systematic review and meta-analysis of the experimental evidence. *NBER Working Paper Series*, Nr. 27476. <https://doi.org/10.3386/w27476>

O'Connor, G. E., Newmeyer, C. E., Wong, N. Y. C., Bayuk, J. B., Cook, L. A., Komarova, Y., Loibl, C., Lin Ong, L., & Warmath, D. (2019). Conceptualizing the multiple dimensions of consumer financial vulnerability. *Journal of Business Research*, 100(1), 421–430. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.033>

O'Donnell, M., Dev, A. S., Antonopolis, S., Baum, S. M., Benedetti, A. H., Brown, N. D., Carrillo, B., Choi, A. L., Connor, P., Donnelly, K., Ellwood-Lowe, M. E., Foushee, R., Jansen, R., Jarvis, S. N., Lundell-Creagh, R., Ocampo, J. M., Okafor, G. N., Azad, Z. R., Rosenblum, M., ... Nelson, L. D. (2021). Empirical audit and review and an assessment of evidentiary value in research on the psychological consequences of scarcity. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(44), e2103313118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2103313118>

O'Donoghue, T., & Rabin, M. (1999). Doing it now or later. *American Economic Review*, 89(1), 103–124. <https://doi.org/10.1257/aer.89.1.103>

OECD (2005). *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*. <https://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>

OECD/INFE (2012a). *INFE High-Level Principles for the Evaluation of Financial Education Programmes*. <https://web-archive.oecd.org/2012-06-14/88730-49373959.pdf>

OECD/INFE (2012b). *OECD/INFE High-level Principles on National Strategies for Financial Education*. www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD-INFE-Principles-National-Strategies-FinancialEducation.pdf

OECD (2013a). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*. https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/TrustFund2013_OECD_INFE_toolkit_to_measure_fin_lit_and_fin_incl.pdf

OECD (2013b). *Women and Financial Education: Evidence, Policy Responses and Guidance*. OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264202733-en>

OECD (2014). *OECD/INFE Progress Report on Financial Education*. <https://www.oecd.org/finance/financial-education/OECD-INFE-Fin-Ed-G20-2014-Progress-Report.pdf>

OECD (2015a). *National Strategies for Financial Education: OECD/INFE Policy Handbook*. OECD Publishing, Paris. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/National-Strategies-Financial-Education-Policy-Handbook.pdf>

OECD (2015b). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*. https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/2015_OECD_INFE_Toolkit_Measuring_Financial_Literacy.pdf

OECD (2016). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy*. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies.pdf>

OECD (2017). *G20/OECD INFE report on adult financial literacy in G20 countries*. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/G20-OECD-INFE-report-adult-financial-literacy-in-G20-countries.pdf>

OECD (2018). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*. <https://www.oecd.org/finance/education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf>

OECD (2019). *Financial Markets, Insurance and Pensions: Inclusiveness and Finance*. www.oecd.org/finance/financial-markets-insurance-and-pensions-2019.htm

OECD (2020a). *OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy*. <https://www.oecd.org/finance/OECD-INFE-International-Survey-of-Adult-Financial-Literacy-Competencies.pdf>

OECD (2020b). *Who Cares? Attracting and Retaining Care Workers for the Elderly*. <https://doi.org/10.1787/92c0ef68-en>.

OECD (2021). *A national financial literacy strategy for Austria*. <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/austria-financial-literacy-strategy.htm>

OECD (2022). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022*. www.oecd.org/financial/education/2022-INFE-Toolkit-Measuring-Finlit-Financial-Inclusion.pdf

Ong, Q., Theseira, W., & Ng, I. Y. H. (2019). Reducing debt improves psychological functioning and changes decision-making in the poor. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(15), 7244–7249. <https://doi.org/10.1073/pnas.1810901116>

Ouachani, S., Belhassine, O., & Kammoun, A. (2021). Measuring financial literacy: a literature review. *Managerial Finance*, 47(2), 266–281. <https://doi.org/10.1108/MF-04-2019-0175>

Patel, K., & Vlaev, I. (2019). Improving financial capability. In: Gangl, K. & Kirchler, E. (Eds.). *A research agenda for economic psychology*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 26–43. <https://doi.org/10.4337/9781788116060.00008>

Pearson & The Harris Poll (2018). *Beyond Millennials: The Next Generation of Learners* [Präsentation]. <https://plc.pearson.com/en-GB/news/new-research-finds-youtube-video-drives-generation-z-learning-preference>

Platz, L., & Jüttler, M. (2022). Game-based learning as a gateway for promoting financial literacy – how games in economics influence students’ financial interest. *Citizenship, Social and Economics Education*, 21(3), 185–208. <https://doi.org/10.1177/14788047221135343>

Plaut, V. C., & Bartlett, R. P. III. (2012). Blind consent? A social psychological investigation of non-readership of click-through agreements. *Law and Human Behavior*, 36(4), 293–311. <https://doi.org/10.1037/h0093969>

Prantner, C., & Rupprecht, B. (2021, August). *PRAXISTEST: BERATUNG ÜBER KONSUMKREDIT IN 18 BANKEN IN WIEN*. AK Wien. https://arbeiterkammer.at/service/presse/Praxistest_Beratung_von_Konsumkredit_in_Wien_01.pdf

Preston, A., & Wright, R. (2022). Financial Literacy Amongst Young People: When Does the Gender Gap Begin? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4114872>

Republik Österreich Parlamentsdirektion (2023, 6. Juni). *Gesundheitsausschuss gibt grünes Licht für neuen digitalen Eltern-Kind-Pass*. Parlament Österreich. https://www.parlament.gv.at/aktuelles/pk/jahr_2023/pk0631

Rifon, N. J., LaRose, R., & Choi, S. M. (2005). Your privacy is sealed: Effects of web privacy seals on trust and personal disclosures. *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 339–362. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00018.x>

Rothwell, D., Khan, M. N., & Cherney, K. (2016). Building financial knowledge is not enough: Financial self-efficacy as a mediator in the financial capability of low-income families. *Journal of Community Practice*, 24, 368–388. <https://doi.org/10.1080/10705422.2016.1233162>

Rothwell, D. W., & Wu, S. (2019). Exploring the relationship between financial education and financial knowledge and efficacy: Evidence from the Canadian financial capability survey. *Journal of Consumer Affairs*, 53(4), 1725–1747. <https://doi.org/10.1111/joca.12259>

Salas-Velasco, M. (2022). Causal effects of financial education intervention aimed at university students on financial knowledge and financial self-efficacy. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(7), Article 7. <https://doi.org/10.3390/jrfm15070284>

Salehan, M., Kim, D. J., & Lee, J. N. (2015). Antecedents, processes and consequences of web assurance seals: A meta-analysis approach. *Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS)*. *PACIS 2015 Proceedings*. 199 <https://aisel.aisnet.org/pacis2015/199>

Savolainen, R. (2016). Approaches to socio-cultural barriers to information seeking. *Library & information science research*, 38(1), 52–59. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2016.01.007>

Scherer, K. R., & Moors, A. (2019). The emotion process: Event appraisal and component differentiation. *Annual Review of Psychology*, 70(1), 719–745. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216-011854>

Sconti, A. (2022). Digital vs. in-person financial education: What works best for Generation Z? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 194, 300–318. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.12.001>

Shah, A. K., Mullainathan, S., & Shafir, E. (2012). Some consequences of having too little. *Science*, 338(6107), 682–685. <https://doi.org/10.1126/science.1222426>

Silgoner, M., Greimel-Fuhrmann, B., & Weber, R. (2015). Financial literacy gaps of the Austrian population. *Monetary Policy & the Economy*, Q2/15, 35–51. https://www.oenb.at/dam/jcr:a23bbdba-3696-4ed8-a4d5-656bbf09e0e0/mop_2015_q2_analyses02.pdf

Sinason, D. H., Webber, S. A., & Nikitkov, A. (2009). The value of assurance service: An example from the market for baseball cards. *Management Research News*, 32(12), 1147–1162. <https://doi.org/10.1108/01409170911006902>

Statista Research Department (2023, 12. Oktober). *Statistiken zum Thema Generation Z*. Statista. <https://de.statista.com/themen/5349/generation-z/#topicOverview>

Statistik Austria (2021). *Bildung in Zahlen 2020/21*. <https://www.statistik.at/fileadmin/publications/BiZ-2020-2021.pdf>

Statistik Austria (2023a). *Infotext Gender-Statistik: Armuts- oder Ausgrenzungsgefährdung*. https://www.statistik.at/fileadmin/pages/364/Infotext_GenderStatistik_Armuts_und_Ausgrenzungsgefaehrdung.pdf (bzw. zusätzliche Tabellen auf https://www.statistik.at/fileadmin/pages/364/Infotext_GenderStatistik_Armuts_und_Ausgrenzungsgefaehrdung.pdf)

Statistik Austria (2023b). *Infotext Gender-Statistik: Einkommen*. https://www.statistik.at/fileadmin/pages/362/Infotext_GenderStatistik_Einkommen.pdf (bzw. zusätzliche Tabellen auf <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/gender-statistiken/einkommen>)

Statistik Austria (2023c). *Infotext Gender-Statistik: Erwerbstätigkeit*. https://www.statistik.at/fileadmin/pages/360/Infotext_Gender-Statistik_Erwerbstaetigkeit.pdf (bzw. zusätzliche Tabellen auf https://www.statistik.at/fileadmin/pages/360/Infotext_Gender-Statistik_Erwerbstaetigkeit.pdf)

Statistik Austria (2023d). *Infotext Gender-Statistik: Pensionen*. Bundesanstalt Statistik Österreich, Wien. https://www.statistik.at/fileadmin/pages/363/Infotext_GenderStatistik_Pensionen.pdf (bzw. zusätzliche Tabellen auf <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/gender-statistiken/pensionen>)

Statistik Austria (2023e). *Infotext Gender-Statistik: Vereinbarkeit von Beruf und Familie*. https://www.statistik.at/fileadmin/pages/361/Infotext_Vereinbarkeit_von_Beruf_und_Familie.pdf (bzw. zusätzliche Tabellen auf <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/gender-statistiken/vereinbarkeit-von-beruf-und-familie>)

Statistik Austria (2023f, 3. März). *Lohnunterschied zwischen Frauen und Männern trotz Rückgang über dem EU-Durchschnitt*. Pressemitteilung 13 019-047/23. Bundesanstalt Statistik Österreich, Wien. <https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2023/03/20230303GenderStatistik.pdf>

Sweeny, K., Melnyk, D., Miller, W., Shepperd, J. A. (2010). Information Avoidance: Who, What, When, and Why. *Review of General Psychology*, 14(4), 340–353. <https://doi.org/10.1037/a0021288>

Tinghög, G., Ahmed, A., Barrafreem, K., Lind, T., Skagerlund, K., & Västfjäll, D. (2021). Gender differences in financial literacy: The role of stereotype threat. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 192(1), 405–416. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.10.015>

Universität Paderborn (n. d.). *Gender Glossar: Gläserne Decke*. Universität Paderborn. Abgerufen am 4. Dezember 2023 von <https://www.uni-paderborn.de/gleichstellung/genderportal/gender-glossar/glaeserne-decke>

Wang, S., Beatty, S. E., & Foxx, W. (2004). Signaling the trustworthiness of small online retailers. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 53–69. <https://doi.org/10.1002/dir.10071>

Watts, T. W., Duncan, G. J., & Quan, H. (2018). Revisiting the marshmallow test: A conceptual replication investigating links between early delay of gratification and later outcomes. *Psychological Science*, 29(7), 1159–1177. <https://doi.org/10.1177/0956797618761661>

WEF (World Economic Forum) (2023). *Global Gender Gap Report 2023*. World Economic Forum, Geneva. https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2023.pdf

Wiersma, J., Alessie, R. J. M., Kalwij, A., Lusardi, A., & van Rooij, M. (2020). Skating on Thin Ice: New Evidence on Financial Fragility. *De Nederlandsche Bank Working Paper Series Nr. 670*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3531017>

Williamson, K., Schauder, D., & Bow, A. (2000). Information seeking by blind and sight impaired citizens: an ecological study. *Information Research*, 5(4), 5–4. <https://informationr.net/ir/5-4/paper79.html>

YOUSURE Tarifvergleich GmbH (n. d.-a). *Ergebnis – Girokonten-Vergleich*. durchblicker.at. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://durchblicker.at/girokonto/vergleich/ergebnis#calcid=9c9d4230c63cf49fd0252e7850f4e406ef86e8e2>

YOUSURE Tarifvergleich GmbH (n. d.-b). *Österreichs Schnellste Kreditangebote*. durchblicker.at. Abgerufen am 24. Oktober 2023 von <https://durchblicker.at/ratenkredit/abschluss/person>

Zhang, H. (2005). Trust promoting seals in electronic markets: impact on online shopping decisions. *Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA)*, 6(4), 5. <https://core.ac.uk/outputs/301356746>

Zhao, J., & Tomm, B. M. (2018). Psychological responses to scarcity. *Oxford Research Encyclopedia of Psychology*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190236557.013.41>

8 Anhang: Hintergrundinformationen und rechtliche Rahmenbedingungen

Als Ergänzung zur Darstellung der Rahmenbedingungen für finanzielles Wohlergehen von Frauen in Österreich finden sich im Folgenden Hintergrundinformationen und Details zu den rechtlichen Rahmenbedingungen für bestimmte Themenbereiche wie Pension (Regelpensionsalter, Mindestpension, Geringfügigkeitsgrenze, Pensionssplitting usw.), Pflege und Karenz (Pflegefrestellung, Pfllegekarenz, Pfllegefreizeit, Familienhospizkarenz), Elternschaft (Elternkarenz, Anspruch auf Teilzeit, Papamonat, Kinderbetreuungsgeld und Beihilfe, Familienabsetzbetrag, Schulstartgeld, Familienbonus, Kosten von Kinderbetreuung, Kinderbetreuungshilfe), Sozialhilfe (Sozialhilfe-Grundsatzgesetz) und Finanzinformationen (Minimalkosten eines Kontos, Bedingungen für Kredite, Privatkonkurs bzw. Schuldenregulierungsverfahren, Lohn- und Fahrnispfändungen und Existenzminimum).

8.1 Pension

Das **Regelpensionsalter** beträgt für Männer 65 Jahre und für Frauen 60 Jahre. Ab dem Jahr 2024 wird das Frauenpensionsalter stufenweise angehoben und dem Männerpensionsalter angeglichen. Ab 2033 gilt ein einheitliches Regelpensionsalter von 65 Jahren. Dazu braucht es mindestens 180 Versicherungsmonate (15 Jahre) und davon mindestens 84 Versicherungsmonate (sieben Jahre) aufgrund einer Erwerbstätigkeit. Es gibt in Österreich keine **Mindestpension**, aber wenn nur eine sehr niedrige Pension bezogen wird und der soziale Bedarf besteht, kann eine Ausgleichszulage zusätzlich gewährt werden (Grundlage ist das Allgemeine Sozialversicherungsgesetz – ASVG). Für Selbstständige gilt das Gewerbliche Sozialversicherungsgesetz (GSVG). Pflichtversicherungen bestehen weiters nach dem Freiberuflich Selbstständigen-Sozialversicherungsgesetz (FSVG) bzw. dem Bauern-Sozialversicherungsgesetz (BSVG). Die unterschiedlichen Versicherungssysteme beeinflussen maßgeblich die Höhe des Pension Gap für Frauen (Mairhuber und Mayrhuber, 2020). Problematisch ist weiters, dass bei einem Entgelt unter der **Geringfügigkeitsgrenze** (im Jahr 2023: 500,91 Euro monatlich) keine Pflichtversicherung in der Kranken- und Pensionsversicherung besteht.

2005 trat das **Allgemeine Pensionsgesetz** (APG) für Personen, die ab 1. Jänner 1955 geboren sind in Kraft. Im Wesentlichen wurden folgende Maßnahmen umgesetzt: Es werden Beitragssätze und Beitragsgrundlagen schrittweise harmonisiert und gleichzeitig die Leistungen vereinheitlicht. **45/65/80 Regelung:** Nach 45 Beitragsjahren sollen alle Versicherten im Alter von 65 Jahren eine Pension von 80 Prozent des Lebensdurchschnittseinkommens erhalten. Die Korridor pension soll einen selbstbestimmten Pensionsantritt

ermöglichen, ein beitragsorientiertes persönliches Pensionskonto wird mit leistungsorientierter Komponente aufgesetzt. Partnerschaftlich vereinbarte **Splittings** bei der Kindererziehung sind möglich und Zeiten unter körperlich oder psychisch besonders belastenden Bedingungen werden besonders berücksichtigt (Schwerarbeitspension) – bei Frauen betrifft dies besonders die berufsbedingte Pflege von erkrankten und behinderten Menschen mit besonderen Behandlungs- und Pflegebedarfen (Mairhuber und Mayrhuber, 2020).

8.2 Pflege und Karenz

Für die notwendige Pflege eines im gemeinsamen Haushalt lebenden erkrankten nahen Angehörigen besteht ein Anspruch auf bezahlte **Pflegefreistellung** (Krankenpflegefreistellung) in der Dauer von einer Woche pro Arbeitsjahr im Ausmaß der wöchentlichen Arbeitszeit, bei einem Kind unter 12 Jahren sind es zwei Wochen (AK Wien, n. d.-a).

Pflegekarenz und **Pflegeteilzeit** stellen Überbrückungsmaßnahmen dar. Die Dauer ist auf ein bis drei Monate festgelegt. Bei der Pflegekarenz entfällt das Arbeitsentgelt gänzlich, bei der Pflegeteilzeit nur aliquot. Während der Karenz bzw. Teilzeit besteht jedoch nach dem Bundespflegegeldgesetz ein Rechtsanspruch auf Pflegekarenzgeld sowie eine sozialversicherungsrechtliche Absicherung in Form einer beitragsfreien Kranken- und Pensionsversicherung. Der Grundbetrag des Pflegekarenzgeldes ist einkommensabhängig und gebührt in derselben Höhe wie das Arbeitslosengeld (55 Prozent des täglichen Nettoeinkommens, berechnet anhand des durchschnittlichen Bruttoentgelts des letzten bzw. vorletzten Kalenderjahres), zumindest jedoch in Höhe der Geringfügigkeitsgrenze (BMAW, 2023a).

Die **Familienhospizkarenz** gibt Arbeitnehmer:innen die Möglichkeit, sich für die Begleitung sterbender Angehöriger oder schwersterkrankter Kinder bei aufrechtem Arbeitsverhältnis vorübergehend karenzieren zu lassen, die Arbeitszeit zu verkürzen oder die Lage der Arbeitszeit zu ändern. Familienhospizkarenz in Form der Sterbebegleitung naher Angehöriger kann bis zu einer Dauer von drei Monaten in Anspruch genommen werden. Eine einmalige Verlängerung auf bis zu sechs Monate (insgesamt) pro Anlassfall ist möglich. Bei Kindern sind längere Zeiten möglich. Es besteht Anspruch auf Pflegekarenzgeld grundsätzlich in derselben Höhe wie das Arbeitslosengeld (55 Prozent des täglichen Nettoeinkommens) zuzüglich allfälliger Kinderzuschläge (AK Wien, n. d.-b).

8.3 Elternschaft

Unselbstständig erwerbstätige Mütter und Väter haben gegenüber ihrer Arbeitgeberin bzw. ihrem Arbeitgeber einen rechtlichen Anspruch auf **Elternkarenz**. Die Karenz kann zwischen den Eltern zwei Mal geteilt werden, das heißt, dass insgesamt drei Karenzteile

zulässig sind (z. B. Mutter/Vater/Mutter). Jeder Teil muss mindestens zwei Monate dauern. Bei erstmaligem Wechsel der Karenz können die Eltern ein Monat gleichzeitig Karenz in Anspruch nehmen, wodurch sich die Maximaldauer der Karenz um ein Monat verkürzt. Sonst ist eine gleichzeitige Karenz nicht zulässig. Während der gleichzeitigen Karenz kann nur ein Elternteil Kinderbetreuungsgeld beziehen. Die Elternkarenz – also die Freistellung von der Arbeitsleistung gegen Entfall des Arbeitsentgelts – darf für mindestens zwei Monate und längstens bis zur Vollendung des zweiten Lebensjahres des Kindes in Anspruch genommen werden, wenn das Kind im gemeinsamen Haushalt lebt (BMAW, 2023b).

Wenn die Mutter bzw. der Vater in einem Betrieb mit mehr als 20 Arbeitskräften beschäftigt ist und das Arbeitsverhältnis ununterbrochen seit mindestens drei Jahren besteht, sind die Voraussetzungen für den **Anspruch auf Teilzeit** erfüllt. Der Anspruch besteht bis zum siebenten Geburtstag des Kindes. Beginn, Dauer, Ausmaß und Lage der Arbeitszeit sind mit dem Arbeitgeber bzw. der Arbeitgeberin zu vereinbaren. Besteht kein Anspruch, kann höchstens bis zum vierten Geburtstag des Kindes eine Teilzeitbeschäftigung vereinbart werden (BMAW, 2023c).

Ab 1. September 2019 besteht für alle unselbstständig erwerbstätigen Väter, auch Väter im öffentlichen Dienst, ein gesetzlicher Rechtsanspruch auf Freistellung von der Arbeitsleistung gegen Entfall des Entgelts aus Anlass der Geburt ihres Kindes. Das Familienzeitbonusgesetz regelt die finanzielle Absicherung bei Inanspruchnahme des **Papamonats** (Der Bonus beträgt 700 Euro für einen Monat.) (BMAW, 2023d).

Das **Kinderbetreuungsgeld** (KBG) ist eine Geldleistung der Gesundheitskasse und unabhängig von der Elternkarenz, also von der Freistellung aus der Arbeit. Alle Eltern bekommen eine gleich hohe Gesamtsumme. Das sind 13.085,23 Euro, wenn nur ein Elternteil das KBG bezieht oder 16.347,60 Euro, wenn sich beide Elternteile den Bezug aufteilen. Dieser Betrag splittet sich dann auf die gewählte Bezugsdauer auf – das ergibt bei kürzeren Bezugsdauern also einen höheren Betrag pro Tag („Tagsatz“) als bei längeren Bezugsdauern. Die Bezugsdauern sind: Wenn nur ein Elternteil das KBG bezieht 365 Tage bis maximal 851 Tage ab dem Tag der Geburt (12. bis 28. Lebensmonat des Kindes); wenn sich beide Elternteile den KBG-Bezug teilen: 456 Tage bis maximal 1.063 Tage ab dem Tag der Geburt (15. bis 35. Lebensmonat des Kindes). Eine mögliche **Beihilfe zum Kinderbetreuungsgeld** beträgt 6,06 Euro täglich bzw. 181,80 Euro pro Monat und wird ab der erstmaligen Antragstellung für maximal 365 Tage für Alleinerzieher:innen ausbezahlt. Das einkommensabhängige Kinderbetreuungsgeld ist vor allem für Eltern gedacht, die über ein höheres Einkommen verfügen und sich nur für eine kurze Zeit aus dem Berufsleben zurückziehen wollen. Es beträgt 80 Prozent des Wochengeldes, maximal aber 69,83 Euro täglich (das ergibt ca. 2.100 Euro monatlich). Der zweite Elternteil bekommt 80 Prozent eines fiktiv zu berechnenden Wochengeldes (AK Wien, n. d.-c).

Die maximale Bezugsdauer für die **Familienbeihilfe** ist auf das vollendete 24. Lebensjahr begrenzt. Wenn bestimmte Voraussetzungen vorliegen (Studium, Freiwilliges Soziales Jahr, Ausbildung), kann die Familienbeihilfe bis zum vollendeten 25. Lebensjahr bezogen werden. Für jedes Kind gibt es einen bestimmten Grundbetrag. Wie hoch dieser ist, hängt vom Alter des Kindes ab und reicht von 120,6 bis 174,7 Euro. Mehrkindzuschläge für weitere Kinder reichen von 15 Euro (zwei Kinder) bis 440 Euro (acht Kinder). Lohnsteuerpflichtigen wird gemeinsam mit der Familienbeihilfe der Kinderabsetzbetrag ausbezahlt. Dieser beträgt pro Kind monatlich 61,80 Euro. Für Kinder, die im Kalenderjahr 2023 zwischen sechs und 15 Jahren alt sind, gibt es jeweils im August zusätzlich 105,80 Euro als Schulstartgeld. Für erheblich behinderte Kinder erhöht sich die Familienbeihilfe monatlich um 164,90 Euro. Seit 01.01.2023 wird die Familienbeihilfe, der Mehrkindzuschlag, das Schulstartgeld und der Kinderabsetzbetrag jedes Jahr automatisch an die Inflation angepasst. Der Familienbonus ist ein Absetzbetrag, der ab dem Veranlagungsjahr 2019 den Kinderfreibetrag sowie die Absetzbarkeit von Kinderbetreuungskosten ersetzt. Er beträgt bis zum 18. Geburtstag bis zu 2.000 Euro pro Jahr bzw. bis zu 166,68 Euro monatlich. Der Familienbonus Plus für jedes Kind nach dem 18. Geburtstag beträgt bis zu 650,16 Euro pro Jahr bzw. bis zu 54,18 Euro für jedes Kind pro Monat (AK Wien, n. d.-d).

Die **Kosten der Kinderbetreuung** sind sehr unterschiedlich und variieren zwischen Anbietern, Ländern, Leistungen, Kinderzahl, Zeiten. Sie kann zwischen 60 und 600 Euro im Monat liegen und angebotene Öffnungszeiten sind ebenfalls sehr variabel (Hausbichler, 2022). Eine vom AMS administrierte **Kinderbetreuungshilfe** ist gestaffelt und hängt vom Bruttoeinkommen und von den entstehenden Betreuungskosten ab. Die Beihilfe kann für jeweils 26 Wochen gewährt werden. Für die Weitergewährung ist eine neue Begehrensstellung erforderlich. Die Förderungsdauer je Kind kann (bei Vorliegen der Förder Voraussetzungen) bis zu 156 Wochen betragen (AMS, 2022).

8.4 Sozialhilfe

Mit dem neuen **Sozialhilfe-Grundsatzgesetz** wurde ein neues Leistungsrecht etabliert, das anstelle von Mindeststandards nun Höchstsätze (Maximalbeträge) vorsieht. Weiters wird die Zuerkennung von Sozialhilfe verstärkt in Form von Sachleistungen (z. B. beim Wohnbedarf) erfolgen. Im System der Sozialhilfe, das die bisherige Form der Mindestsicherung „ablöst“, gelten folgende Höchstsätze: Für Alleinlebende und Alleinerziehende beträgt die Höhe der **Sozialhilfe** im Jahr 2023 maximal rund 1.054 Euro. Für Paare wurde ein Maximalbetrag von rund 1.475 Euro festgelegt. Die Beträge werden zwölfmal jährlich gewährt. Aufgrund der Aufhebung der im Sozialhilfe-Grundsatzgesetz festgelegten degressiv gestaffelten Höchstsätze für minderjährige Kinder durch den VfGH mit Entscheidung vom 12. Dezember 2019 können die Bundesländer diese Leistungshöhen frei

bestimmen. Ferner können die Bundesländer für Alleinerziehende einen nach Kinderzahl gestaffelten Zuschlag gewähren, mit der die Basisleistung aus der Sozialhilfe noch erhöht werden kann. Die Zuschlagshöhe beträgt zwischen rund 126 Euro (1. Kind) und rund 32 Euro (ab dem 4. Kind) pro Monat und Kind (= Höchstsätze, Werte 2023). Darüber hinaus haben die Länder einen verpflichtenden Zuschlag für Menschen mit Behinderung (2023: maximal rund 190 Euro) zu gewähren, sofern sie nicht bereits gleichwertige Leistungen vorgesehen haben. Die „Deckelungsbestimmung“ sieht vor, dass die Summe der Geldleistungen von Erwachsenen in einer Haushaltsgemeinschaft 175 Prozent des Nettoausgleichszulagenrichtsatzes für Alleinlebende nicht überschreiten soll. Das wären im Jahr 2023 rund 1.844 Euro. Auch das neue Sozialhilfe-Grundsatzgesetz (SH-GG) sieht vor, dass ortsbedingt höhere Wohnkosten über die sogenannte Wohnkostenpauschale abgegolten werden können. Konkret können die Bundesländer in ihren Ausführungsgesetzen vorsehen, dass die Sozialhilfeleistung zur Abgeltung von Wohnkosten um 30 Prozent erhöht werden kann (BMF, 2023b).

8.5 Finanzinformationen

Das **günstigste Konto** wird in Österreich gegenwärtig von der bank99 angeboten. Ein kostenloses Girokonto mit 0,0 Prozent Habenzinsen, 6,9 Prozent Überziehungszinsen und Gratis-Kontoführung wird bei monatlichen Geldeingängen von mindestens 300 Euro möglich. Alle anderen Banken fordern höhere Monatsbeträge, eine Altersgrenze der Kunden, und/oder haben höhere Überziehungszinsen (YOUSURE Tarifvergleich GmbH, n. d.-a).

Der **Kreditvergleich** ist schwerer, hier verlangt durchblicker.at eine Vielzahl persönlicher Daten, Geburtsort, Staatsbürgerschaft, genaue Wohnadresse, Quadratmeterzahl, Wohndauer am Wohnort, Beschäftigungsverhältnis, Beschäftigungsdauer, Name und Adresse des Arbeitgebers usw. neben der gewünschten Kreditsumme (YOUSURE Tarifvergleich GmbH, n. d.-b). Um auf den Bestbieter beim Konto zu rekurrieren: bank99 AG. (n. d.) bietet folgendes Angebot: *„Repräsentatives Beispiel gem. § 5 Verbraucherkreditgesetz: Angenommen du beantragst einen rundumkredit99 (effektiver Jahreszins 7,50 Prozent p. a., Sollzinssatz 7,25 Prozent p. a. fix) mit einem Kreditbetrag von € 10.000 und einer Laufzeit von 60 Monaten. Bei einem Gesamtbetrag von € 11.988,00 zahlst du 60 Monatsraten und nur € 199,80 pro Monat.“*

Es gibt im Finanzdienstleistungsbereich – bei Banken, Versicherungen und Wertpapierunternehmen – gesetzliche Vorschriften, dass interessierten Kundinnen und Kunden vor Vertragsabschluss **Produktinformationsblätter** auszuhändigen sind. Für Konsumkredite haben die Banken somit die „Europäischen Standardinformationen für Kreditierungen nach dem Verbraucherkreditgesetz (VKrG)“ zu verwenden. Bei Hypothekarkrediten

müssen Banken das „Europäisches Standardisiertes Merkblatt (ESIS-Merkblatt)“ – festgelegt im Hypothekar- und Immobilienkreditgesetz (HIKrG) – zur Verfügung stellen. Die AK Wien hat 2021 einen Praxistest durchgeführt, um herauszufinden, ob in Beratungsgesprächen über einen Konsumkredit – durchgeführt mit der Methode des Mystery Shoppings – die gesetzlich vorgeschriebenen Produktinformationsblätter verwendet bzw. ausgehändigt werden. Ergebnisse waren, dass die Banken in dem AK-Praxistest ausschließlich ihre bankeigenen Angebotsblätter verwendeten, um Konditionen zu erläutern. Verkaufsdruck, hohe Prämien und unklare bzw. unrichtige Angebote wurden ebenfalls erhoben (Prantner & Rupprecht, 2021).

Personen mit Schulden zahlen bei einem **Schuldenregulierungsverfahren** („Privatkonkurs“), je nach Verfahrensform, über einen Zeitraum bis maximal sieben Jahren jene Beträge, die für sie leistbar sind. In dieser Zeit soll nur eine bescheidene Lebensführung möglich sein. Bei Einhaltung der vereinbarten Zahlungen bzw. sonstigen Pflichten sind sie nach Ablauf der Verfahrensdauer wieder schuldenfrei. Gläubiger:innen erhalten im Rahmen des Privatkonkurses entsprechend der Leistungsfähigkeit der Schuldner:innen einen Teil ihrer Forderungen zurück. Auf den Rest müssen sie verzichten (Restschuldbefreiung). Voraussetzung für eine Entschuldung im Privatkonkurs ist Zahlungsunfähigkeit. Damit wird die Unmöglichkeit bezeichnet, fällige Schulden binnen einer angemessenen Frist zurückzuzahlen (ASB Schuldnerberatungen, n. d.).

2022 wurden 558.692 **Lohnpfändungen** beantragt. Bei einer Lohnpfändung wird das Einkommen von überschuldeten Personen bis auf das Existenzminimum gepfändet, der darüberhinausgehende Betrag wird von der bezugsauszahlenden Stelle an den:die erstgereichte:n Gläubiger:in überwiesen. Das **Existenzminimum** hängt von der Höhe des Einkommens und der Anzahl der Unterhaltspflichten ab. Der Grundbetrag des Existenzminimums für eine Person lag 2022 bei 1.030 Euro. 2022 wurden 696.325 **Fahrnispfändungen** beantragt. Bei einer **Fahrnispfändung** wird von überschuldeten Personen jenes bewegliche Vermögen („Fahrnisse“), das nicht zu einer einfachen Lebensführung benötigt wird, gepfändet und verwertet. Die Gerichtsvollzieher:innen sind dazu berechtigt, die Wohnung von Schuldner:innen zu durchsuchen und pfändbare Gegenstände aufzuschreiben und in der Folge versteigern zu lassen (ASB Schuldnerberatungen, 2023).