

**Springer**

*Berlin*

*Heidelberg*

*New York*

*Barcelona*

*Budapest*

*Hongkong*

*London*

*Mailand*

*Paris*

*Santa Clara*

*Singapur*

*Tokio*

Annette Claar

# ■ Was kostet die Welt?

Wie Kinder lernen,  
mit Geld umzugehen



Springer

Mit 24 Abbildungen

ISBN-13: 978-3-540-59228-0 e-ISBN-13: 978-3-642-60974-9

DOI: 10.1007/978-3-642-60974-9

Springer-Verlag Berlin Heidelberg New York

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 1996

Reprint of the original edition 1996

Redaktion: Ilse Wittig, Heidelberg

Umschlaggestaltung: Bayerl & Ost, Frankfurt,

unter Verwendung einer Illustration von Bavaria Bildagentur

Innengestaltung: Andreas Gösling, Bärbel Wehner, Heidelberg

Herstellung: Andreas Gösling, Heidelberg

Bindearbeiten: J. Schäffer GmbH & Co. KG, Grünstadt

67/3134 – 5 4 3 2 1 0 – Gedruckt auf säurefreiem Papier

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>1 Geld regiert (auch) die Kinderwelt. . . . .</b>	<b>1</b>
Kinder müssen lernen, mit Geld umzugehen. . .	4
<b>2 Geld: Wie Kinder entdecken, was das ist und wie man es benutzt . . . . .</b>	<b>11</b>
»Früher haben Sie halt getauscht ...«:	
Über den kindlichen Begriff	
von Geld und seinen Funktionen . . . . .	21
<b>3 Der Handel mit Waren, die Preise und der Gewinn des Händlers . . . . .</b>	<b>42</b>
Die Ware: Was kann man überhaupt kaufen und was nicht? . . . . .	44
Die Preise: Warum ist ein Auto teurer als ein Pullover? . . . . .	46
Gleiche Ware – anderer Preis . . . . .	57
Woher kommen die Waren? . . . . .	62
Der Preis auf dem Weg vom Hersteller bis zum Verbraucher. . . . .	69
Wenn Kinder selbst Händler sind . . . . .	77
<b>4 Kinder und ihr eigenes Geld. . . . .</b>	<b>87</b>
Taschengeld und Geldgeschenke. . . . .	89
Ferienjobs und Teilzeitarbeit. . . . .	100

<b>5 Zwischen Gummibärchen, Computerspiel und Sparbuch: Kinder und Jugendliche als Konsumenten</b> . . . . .	112
Wofür das Geld verwendet wird . . . . .	115
Wissen und Verhaltensweisen der »Konsumanfänger« . . . . .	118
Der Einfluß der Gleichaltrigen . . . . .	128
<b>6 Markenwünsche bei Kindern wecken: Kinder als Zielgruppe der Werbung</b> . . . . .	137
Können Kinder Werbung durchschauen? . . . . .	145
Wie wirkt Werbung auf Denken und Einstellungen von Kindern? . . . . .	147
Beeinflußt Werbung das Verhalten von Kindern und Jugendlichen? . . . . .	148
Können Kinder die Werbebotschaft kritisch prüfen? . . . . .	150
Der Einfluß der Eltern . . . . .	152
<b>7 »Geh' doch zur Bank und hol Dir welches ...«</b> . . . . .	157
Was macht die Bank mit dem Geld: die Entwicklung eines komplexen Begriffssystems. . . . .	171
<b>8 »Spare in der Zeit,...«</b> . . . . .	187
Auch Sparen will gelernt sein. . . . .	187
Dank Geldautomat immer bei Kasse: Minderjährige als Zielgruppe der Geldinstitute . . . . .	201
Bankenwerbung für Minderjährige . . . . .	204
Die Eltern als Vorbild . . . . .	213

■ <b>9 »Euer Vater ist kein reicher Mann ...«</b> . . .	215
Kindliche Vorstellungen von Arbeit, Einkommen und Lebenshaltungskosten . . . . .	215
Ökonomische Ungleichheit: Kindliche Vorstellungen von Armut und Reichtum . . . .	226
Wodurch zeichnen sich arme und reiche Leute aus? . . . . .	227
Wie erklären sich Kinder soziale und ökonomische Unterschiede? . . . . .	232
Welche Verteilung befürworten Kinder? . . .	237
■ <b>10 Wie ökonomische Begriffe entstehen</b> . . . . .	245
Begriffe und Worte . . . . .	246
Wie man mit Hilfe von Begriffen versteht und zugleich durch Verstehen Begriffe erwirbt	249
Wie sich Begriffe verändern . . . . .	254
Anregungen durch Erwachsene und Gleichaltrige . . . . .	257
Was Eltern tun können . . . . .	261
■ <b>Literatur</b> . . . . .	264
■ <b>Sachverzeichnis</b> . . . . .	275