

 **bwp@ Österreich Spezial 2 | September 2019**


Beiträge zum

**13. Österreichischen Wirtschaftspädagogik-Kongress
am 17.5.2019 in Innsbruck**

Hrsg. v. **Annette Ostendorf, Michael Thoma und Heike Welte**

Bettina GREIMEL-FUHRMANN

(Wirtschaftsuniversität Wien)

**Why Wait? Über die Bedeutung des Belohnungsaufschubs
bei ökonomischen Entscheidungen**

Online unter:

http://www.bwpat.de/wipaed-at2/greimel-fuhrmann_wipaed-at_2019.pdf

www.bwpat.de | ISSN 1618-8543 | *bwp@* 2001–2019

bwp@

www.bwpat.de

Herausgeber von *bwp@* : Karin Büchter, Martin Fischer, Franz Gramlinger, H.-Hugo Kremer und Tade Tramm

Berufs- und Wirtschaftspädagogik - online

Why Wait? Über die Bedeutung des Belohnungsaufschubs bei ökonomischen Entscheidungen

Abstract

Seit den als „Marshmallow-Test“ bekannt gewordenen Studien von Walter Mischel wird über die Bedeutung der Fähigkeit diskutiert, auf eine Belohnung in der Gegenwart zugunsten einer größeren Belohnung in der Zukunft zu verzichten. Längsschnittstudien weisen darauf hin, dass Kinder, die auf den spontanen Genuss einer Süßigkeit verzichten konnten und bereit waren zu warten, bis sie als Belohnung für das Warten zwei Stück davon bekamen, später im Jugendlichen- und Erwachsenenalter vergleichsweise erfolgreicher im Berufs- wie auch im Privatleben waren. Warten zu können und sich in Selbstkontrolle zu üben, scheint damit ein guter Prädiktor für späteren Erfolg im Leben zu sein.

Zwar konnten nicht in allen weiteren Untersuchungen Mischels Ergebnisse repliziert werden, nichtsdestotrotz ermöglicht die Fähigkeit zu warten und Selbstkontrolle zu üben einen größeren Handlungsspielraum, da sie mehr Optionen als nur die sofortige Bedürfnisbefriedigung eröffnet. Dieser Beitrag geht den Fragen nach, welche Bedeutung die Fähigkeit, auf eine spätere Belohnung warten zu können, in ökonomischen Entscheidungen hat, und ob es möglich ist, Kinder und Jugendliche dabei zu unterstützen, diese Fähigkeit zu entwickeln. Die Ergebnisse zeigen, dass sich Jugendliche in Österreich in ihrer Fähigkeit, zu sparen und beim Konsumieren auch warten und sachorientiert entscheiden zu können, unterscheiden, und dass dieses Spar- und Konsumverhalten im Wesentlichen durch die familiäre Sozialisation bedingt ist. Lernerfahrungen in der Schule zum Umgang mit Geld spielen dabei nur eine untergeordnete Rolle. Der Beitrag identifiziert daher auch Themenbereiche im Wirtschaftsunterricht, die geeignete Anknüpfungspunkte zur Behandlung des Belohnungsaufschubs und seiner positiven Effekte bei ökonomischen Entscheidungen darstellen.

1 Problemstellung und Zielsetzung des Beitrags

Bei einer Reihe von ökonomischen Entscheidungen – beispielsweise Geld auszugeben, um etwas zu kaufen, Ressourcen zu verbrauchen oder noch aufzubewahren – stellt die Option, noch etwas zu warten, eine von mehreren Handlungsmöglichkeiten dar. In vielen Fällen ist das Warten mit der Aussicht oder zumindest der Erwartung verbunden, zu einem späteren Zeitpunkt mehr zu bekommen bzw. einen größeren Nutzen zu haben. Man könnte zum Beispiel auf das mögliche (erwartete) Sinken der Preise oder ein das Angebot eines besseren Produkts warten, man könnte ebenso Geld sparen oder veranlagern, um zu einem späteren Zeitpunkt durch Zinsen oder Wertzuwächse einen größeren Betrag zur Verfügung zu haben, oder man könnte sich entschließen, erst später eine Erwerbstätigkeit aufzunehmen und sich noch weiterzubilden, um später auf Grund der höheren Qualifikation mehr zu verdienen. Diese Optionen können aber nur dann genützt werden, wenn man warten will und auch warten kann.

Die Zielsetzung des Artikels besteht darin, auf der Basis von Forschungsergebnissen die folgenden Fragen zum „warten Können“ – insbesondere in ökonomischen Entscheidungssituationen – zu untersuchen:

1. Welche Bedeutung hat die Fähigkeit, auf eine (größere) Belohnung warten zu können, für das Leben eines Menschen?
2. Mit welchen Strategien gelingt es zu warten?
3. Können diese Strategien erlernt werden und wodurch werden sie gehemmt?
4. Welche Faktoren erklären das „warten Können“ in ökonomischen Entscheidungen und welche Implikationen haben diese Ergebnisse für den Wirtschaftsunterricht?
5. Welche Themen im Wirtschaftsunterricht bieten besonders gute Anknüpfungspunkte für das „warten Können“?

Abschnitt 2 gibt einen Überblick über einen großen Korpus an Forschungsarbeiten zum Belohnungsaufschub und zur Selbstkontrolle und adressiert damit die ersten drei Fragen. In Abschnitt 3 wird eine rezente Untersuchung des Konsum- und Sparverhaltens von Jugendlichen in Österreich im Hinblick auf das „warten Können“ und erklärenden Variablen dazu analysiert. Dieser Abschnitt trägt damit auch zur Beantwortung der Frage 3 und insbesondere zur Beantwortung von Frage 4 bei. Im vierten und letzten Abschnitt dieses Beitrags wird Frage 5 beantwortet, indem eine Reihe von Themen identifiziert werden, die im Wirtschaftsunterricht die Behandlung des „warten Könnens“ in ökonomischen Entscheidungen erlauben.

2 Warten können als Indikator für Selbstkontrolle

Auf eine Belohnung in der Gegenwart zu Gunsten einer (größeren) Belohnung in der Zukunft verzichten und daher warten zu können, wird in der Literatur auch **Belohnungsaufschub (delay of gratification)** genannt. Das dahinterliegende Konstrukt ist die so genannte **Selbstkontrolle (self-control)**, das als innere Kontrolle der eigenen Gedanken, Gefühle und Handlungen angesehen werden kann (Peake 2017). Selbstkontrolle ist wichtig, um Impulse wie „ich will schlafen“ oder „ich will essen“ zu unterdrücken und zu kontrollieren, d.h. erst zu schlafen oder zu essen, wenn die richtige Zeit und der richtige Ort dafür gekommen sind. Die Fähigkeit zur Selbstkontrolle ist für die Zielerreichung im Leben wichtig und hat sich in empirischen Untersuchungen als bedeutender Prädiktor für Erfolgsfaktoren wie etwa ein hohes Niveau an sozialer Kompetenz, psychischer Stabilität, und gute Noten herausgestellt (Baumeister 2002).

Selbstkontrolle kann behindert oder gestört werden, wenn man konfligierende Ziele erreichen will (z.B. einerseits sparen will, andererseits sich etwas gönnen möchte), wenn man den Überblick verliert – „when people lose track of their behaviour, self-control breaks down“ (Baumeister 2002, 672) – oder wenn man der Überzeugung ist, dass man keinen Einfluss auf die Situation, ihren Verlauf und ihren Ausgang hat und daher Selbstkontrolle nichts bringt.

Die Studien zum Belohnungsaufschub zeigen deutlich, dass sich Menschen im Hinblick auf die Fähigkeit, auf eine Belohnung warten zu können, und daher in ihrer Selbstkontrolle unterscheiden, und dass solche Unterschiede schon bei Kindern deutlich festgestellt werden können. Ebenso können bei Kindern schon verschiedene Strategien zum „warten Können“ beobachtet werden. Den Grundstein für diese Forschung legte Walter Mischel mit seinen – mittlerweile weltberühmten – Marshmallow-Studien (Peake 2017).

2.1 Mischels Studien zum „warten Können“: der „Marshmallow-Test“

Walter Mischel untersuchte in den Jahren 1968 – 1974 an der Bing Nursery School der Universität Stanford bei $n = 550$ Kindern im Alter von 4-6 Jahren die Fähigkeit, auf eine Belohnung warten zu können. Die Aufgabe der Kinder bestand darin, in einem eigens dafür präparierten Raum an der Bing Nursery School, in dem sie unbemerkt beobachtet werden konnten, eine Entscheidung zu treffen: sich entweder für eine Süßigkeit der eigenen Wahl sofort zu entscheiden oder auf zwei Stück dieser Süßigkeit zu warten, bis der Versuchsleiter, der den Raum verlassen hatte, zurückkehren würde (ca. 15 min). Wenn das Kind die Wartezeit unterbrechen wollte, konnte es eine Glocke läuten und der Versuchsleiter würde früher zurückkehren. Das Kind würde dann aber auch nur ein Stück der Süßigkeit bekommen (Mischel 2015, Peake 2017).

Mischels Forschungsinteresse bestand darin herauszufinden, ob die Kinder warten würden, und wenn ja, mit welchen Strategien sie das Warten ertragen könnten. Da die Kinder selbst die Süßigkeiten aussuchen konnten und in dieser Studie neben anderen Süßigkeiten (Keks, Brezeln) auch Marshmallows verwendet worden sind, sind diese Untersuchungen auch als „Marshmallow Test“ bekannt geworden. Tatsächlich wählten die meisten Kinder keine Marshmallows und die Untersuchung war auch nicht als Test, sondern als Beobachtungsstudie konzipiert, dennoch ist die Bezeichnung „Marshmallow-Test“ weitverbreitet und höchst populär (Mischel 2015).

Rund 25% der Kinder läuteten nach weniger als einer Minute und konnten daher gar nicht warten, etwa 30% der Kinder konnten hingegen warten, bis der Versuchsleiter wiederkam. Die übrigen Kinder warteten zwischen einer und 15 Minuten, bevor sie doch läuteten, um das Warten zu beenden. Die Beobachtungen zeigten, dass die Kinder, die warteten, verschiedene Strategien anwendeten, um sich das Warten erträglich zu machen: sie versuchten sich abzulenken, indem sie sich beschäftigten. Manche spielten mit ihren Fingern und Zehen, andere sagten ein Gedicht auf oder sangen, manche versuchten einzuschlafen (was einem Kind auch gelang) (Mischel 2015, Peake 2017).

Waren die Süßigkeiten im Raum und sichtbar, fiel das Warten am schwersten. Waren sie im Raum, aber verdeckt, fiel es bereits leichter zu warten. Es war jedoch wichtig, dass die Kinder darauf vertrauen konnten, dass die Süßigkeiten tatsächlich existieren. Hatten sie nicht gesehen, dass es tatsächlich auch die zweite Süßigkeit gibt oder hatte sich der Versuchsleiter in einem Vortest als nicht verlässlich erwiesen, konnten die Kinder deutlich schlechter warten. Vertrauen stellte sich also als wichtig heraus (vgl. Kidd et al. 2013).

Des Weiteren stellte Mischel fest, dass das Warten umso schwerer fiel, je konkreter („heißer“) die Vorstellung von der Belohnung war („es ist süß und saftig ...“). Günstiger war es für das Warten Können, wenn es den Kindern gelang, von der Belohnung zu abstrahieren, d.h. ihre Vorstellungen vom Objekt der Begierde „abzukühlen“ und sich auf die deskriptiven Fakten zu konzentrieren („es ist klein, rund und weiß“) oder noch stärker zu abstrahieren („es ist nur ein Bild und ein Bild kann ich nicht essen“). Da Mischel diese Strategien im Gespräch mit Kindern entwickelte, scheint dies ein Indikator dafür zu sein, dass diese Strategien durch Gespräche und Reflexion über eigenes Verhalten erlernt werden können (Mischel 2015).

Aus diesen Ergebnissen lassen sich bereits eine Reihe von Strategien ableiten, die es ermöglichen auf eine Belohnung zu warten. Sie zeigen auch, dass diese Strategien erarbeitet und bei Lernenden angeregt werden können.

Ob die Fähigkeit zum Belohnungsaufschub auch mit späteren Erfolgsindikatoren im Leben zusammenhängt, war ursprünglich nicht das Forschungsinteresse von Walter Mischel. Erst Jahre später wurde eher zufällig sein Interesse an dieser Fragestellung geweckt, weshalb er mit seinen Mitarbeiter/inne/n versuchte, möglichst viele Kinder, die an seiner Studie teilgenommen hatten, viele Jahre später wieder zu kontaktieren. Natürlich konnte nur ein kleiner Teil der ursprünglichen Stichprobe noch aufgefunden werden (Mischel 2015).

Die Ergebnisse waren trotzdem aufschlussreich und stießen auf großes Interesse. Sie zeigten, dass es zwischen der Fähigkeit, in der Kindheit auf eine zweite Süßigkeit warten zu können, und der Einschätzung von kognitiven Fähigkeiten, sozialer Kompetenz und Stressresistenz (Mischel et al. 1988), sowie mit den Ergebnissen von Schulleistungstests (SAT-scores) (Shoda et al. 1990) jeweils positive Korrelationen gab. Mit einem geringeren Aggressionslevel und weniger psychischen Problemen wurden ebenfalls positive Zusammenhänge festgestellt (Ayduk et al. 2000 und 2008).

Mischel selbst warnte davor, die positiven Korrelationen, die allesamt im mittleren Bereich – die meisten zwischen etwa 0.2 bis 0.5 (im Überblick siehe Peake 2017) – waren, überzuperpretieren und als Nachweis für Kausalität misszuverstehen. Das tat der Popularität seiner Ergebnisse keinen Abbruch und inspirierte viele Forscher/innen, seine Untersuchungen zu replizieren – mit unterschiedlicher wissenschaftlicher Qualität und variierenden Untersuchungsdesigns (Peake 2017).

In jüngeren Untersuchungen von Watts et al. (2018) konnten Mischels Ergebnisse nicht repliziert werden. Das Warten Können im Kindesalter hatte in dieser Untersuchung, die im Zuhause der Kinder und nicht in einem Beobachtungsraum durchgeführt wurde, keinen Vorhersagewert für das spätere Verhalten. Der Zusammenhang mit Schulleistungen zeigte sich nur, wenn die Herkunft und der familiäre Hintergrund der Kinder nicht berücksichtigt wurden (Watts et al. 2018).

Dennoch ist es nicht irrelevant, ob Kinder auf eine Belohnung warten können oder nicht, ob sie lernen auf etwas (zumindest vorübergehend) verzichten zu können oder nicht. Der Belohnungsaufschub bzw. das Warten Können eröffnen in vielen Entscheidungssituationen im Kindes- und auch später im Erwachsenenalter eine weitere wichtige Handlungsoption.

2.2 Untersuchungen zum „Warten können“ auf Geld

Mischels „Marshmallow-Tests“ haben zahlreiche Forscher/innen zu weiteren ähnlich angelegten Studien inspiriert. In einer Reihe von Untersuchungen mussten die Versuchspersonen nicht auf (mehr) Süßigkeiten, sondern auf (höhere) Geldbeträge warten. Zu diesen Untersuchungen zählen neben anderen die Forschungsarbeiten von Sutter et al. (2013). Sie untersuchten bei n=668 Jugendlichen in Tirol (im Alter von 10-18 Jahren), ob sie sich eher für einen kleineren Geldbetrag sofort oder einen etwas höheren zu einem etwas späteren Zeitpunkt entscheiden würden. Außerdem wurden verschiedene Informationen zu ihrem gesundheitsrelevanten Verhalten sowie zu ihrem Verhalten in der Schule erhoben.

Die Ergebnisse zeigten, dass es im Alter von zehn bis 18 Jahren keine nennenswerten Veränderungen im Hinblick auf das Warten Können gibt. In Zusammenhang mit dem gesundheitsrelevanten Verhalten zeigte sich, dass je eher die Jugendlichen bereit waren auf einen höheren Geldbetrag zu warten, umso weniger waren sie anfällig für Alkoholkonsum, Suchtverhalten, Übergewicht oder Verhaltensauffälligkeiten in der Schule. Außerdem zeigte sich, dass sie eine höhere Tendenz hatten Geld zu sparen.

Über fördernde Faktoren auf das Warten Können geben die Untersuchungen von Sutter (2018) insgesamt wenig Auskunft. Insofern ist die rezente Studie von Grohs-Müller (2018) von besonders großem Interesse, in der er bei österreichischen Jugendlichen im Alter von etwa 14 Jahren untersuchte, in welcher Weise ihre Lernerfahrungen mit Geld in verschiedenen Sozialisationsräumen mit ihren Einstellungen zu Geld und mit ihrem Konsum- und Sparverhalten zusammenhängen. Damit erlaubt die Studie auch Aussagen darüber, wodurch das Warten Können in ökonomischen Entscheidungen – zumindest teilweise – erklärt werden kann.

3 Konsumieren oder Sparen – können österreichische Jugendliche bei ökonomischen Entscheidungen warten?

Die Studie von Grohs-Müller (2018) untersuchte die Bedeutung der Sozialisationsräume Familie, Schulunterricht und Peers (gleichaltrige Freundinnen und Freunde) für die Finanzbildung (vgl. Greimel-Fuhrmann 2018) von n=1.343 österreichischen Jugendlichen in der achten Schulstufe. Konkret wurde der Einfluss dieser Sozialisationsräume auf die Einstellungen der befragten Jugendlichen zu Geld und auf ihr (Konsum- und Spar-)Verhalten untersucht. Aus den Ergebnissen können auch Schlüsse auf das „Warten Können“, die Fähigkeit zum Belohnungsaufschub, gezogen werden.

Entsprechend den Arbeiten von Lange (2004) unterscheidet Grohs-Müller (2018) im Wesentlichen zwischen drei Konsumverhaltensweisen: Der rationale Konsum beruht in der Regel auf reiflichen sachorientierten Überlegungen, die sich häufig auf Preis- und Produktvergleiche stützen. Der demonstrative Konsum hingegen ist dadurch motiviert, sich Produkte bestimmter Marken zu kaufen und damit auch zeigen zu können, dass man sich sie leisten kann. Hier stehen also keine rationalen Überlegungen im Vordergrund, sondern das Bedürfnis, das (vermeintlich) beste und neueste Modell eines Produktes zu besitzen und dies auch nach außen zu zeigen. Der kompensatorische Konsum beruht ebenso wenig auf rationalen Überlegungen,

sondern ist bedingt durch den Wunsch, sich durch den Kauf von anderen Gedanken oder Problemen abzulenken. Ein zugrundeliegendes Problem kann man mit dem Kauf auch nicht lösen, sodass kompensatorischer Konsum oft nur kurzfristig Befriedigung verschafft und im Nachhinein bereut wird. Er gilt auch als ein möglicher Auslöser für Kaufsucht (Scherhorn/Raab/Reisch 1990).

Das Sparverhalten hat Grohs-Müller (2018) sowohl im Allgemeinen – ob überhaupt gespart wird und welchen relativen Anteil das Gesparte am insgesamt zur Verfügung stehenden Geld hat – als auch spezifisch im Hinblick auf verschiedene Sparziele (Vorsorgen für Unerwartetes, Sparen für die Anschaffung eines bestimmten Produktes) erhoben.

Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Items, mit denen das rationale Konsumverhalten gemessen worden ist. Die relativ hohen Mittelwerte zeigen, dass die Zustimmung der Befragten zu diesen Items im Durchschnitt hoch ist, d.h. dass sie – beruhend auf ihrer Selbsteinschätzung – insgesamt deutlich zu rationalem Konsumverhalten neigen. Die hohen Werte bei der Standardabweichung sind allerdings ein Indikator dafür, dass hier auch eine beachtliche Streuung der Daten rund um diesen Mittelwert vorliegt. Besonders bei dem Item „Ich warte beim Kaufen oft ab, bis etwas günstiger wird“ ist der Mittelwert deutlich niedriger als bei den anderen Items dieser Skala. Dadurch wird deutlich, dass das Warten bei den Befragten nicht sehr stark ausgeprägt ist.

Tabelle 1: Rationaler Konsum (Datenquelle: Grohs-Müller 2018)
(fünfstufige Antwortskala von „trifft nicht zu“ =1 bis „trifft sehr zu“ =5)

Rationaler Konsum – einzelne Items	Mittelwert	Standardabweichung
Wenn ich etwas kaufe, achte ich darauf, dass Preis und Leistung auch stimmen.	3,82	1,061
Ich informiere mich über die Vor- und Nachteile eines teuren Produktes, bevor ich es kaufe.	3,60	1,236
Bevor ich mir etwas kaufe, überlege ich meist lange.	3,52	1,161
Ich informiere mich im Internet oder in Zeitschriften, bevor ich mir etwas Wichtiges kaufe.	3,31	1,374
Ich warte beim Kaufen oft ab, bis etwas günstiger wird.	2,88	1,183

Die Streuung ist aus der Betrachtung der Häufigkeitsverteilungen bei einzelnen Items gut erkennbar. Als Beispielitem wird dafür die Aussage „Bevor ich mir etwas kaufe, überlege ich meist lange“ herangezogen, für die die Häufigkeitsverteilung in Abbildung 1 dargestellt ist. Zwar stimmen die meisten Befragten dieser Aussage zu, rund 30% allerdings nur teilweise. Etwa 20% der Befragten lehnen die Aussage deutlich ab und charakterisieren sich damit selbst als durchaus anfällig für unüberlegte Spontankäufe.

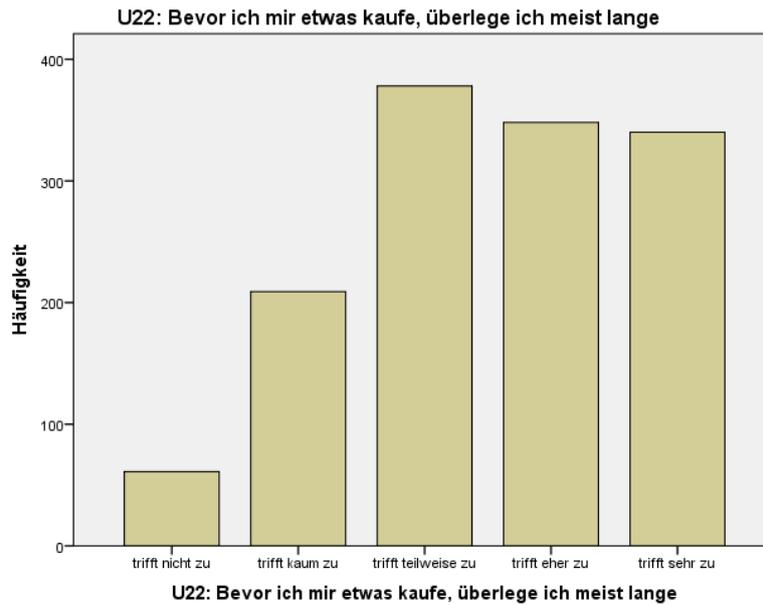


Abbildung 1: Beispiel für ein Einzelitem zur Messung von rationalem Konsum
(Grohs-Müller 2018)

Das demonstrative Konsumverhalten wurde mit den Items in Tabelle 2 (ebenfalls mit fünfstufiger Antwortskala) erhoben. Die Mittelwerte sind insgesamt zwar etwas niedriger als jene bei den Items zum rationalen Konsum und weisen dadurch darauf hin, dass die Befragten in ihren Selbsteinschätzungen vergleichsweise weniger zum demonstrativen Konsum neigen als zum rationalen. Doch auch hier sind die Standardabweichungen relativ hoch und weisen auf eine hohe Heterogenität in den Antworten der Befragten hin.

Tabelle 2: Demonstrativer Konsum (Datenquelle: Grohs-Müller 2018)
(fünfstufige Antwortskala von „trifft nicht zu“ =1 bis „trifft sehr zu“ =5)

Demonstrativer Konsum – einzelne Items	Mittelwert	Standardabweichung
Ich halte mich über neue Produkte meiner Lieblingsmarke auf dem Laufenden.	3,17	1,303
Beim Kauf von Produkten achte ich auf die Marke.	3,17	1,162
Nachdem ich etwas gekauft habe, kann ich es kaum abwarten, meinen Freunden davon zu berichten.	3,14	1,206
Bei Produkten versuche ich meist die neueste Version bzw. das aktuelle Modell zu bekommen.	3,14	1,216
Wenn ein neues Produkt von meiner Lieblingsmarke erscheint, kann ich es kaum erwarten, es zu kaufen.	2,44	1,258

Zwei der fünf Items beziehen sich explizit auf das Warten: einerseits darauf, kaum warten zu können, wenn ein neues Produkt der Lieblingsmarke auf den Markt kommt und man es kaufen will, andererseits darauf, kaum warten zu können, den Freundinnen und Freunden von einem Neuerwerb zu berichten.

Abbildung 2 zeigt die Häufigkeitsverteilung für eines dieser Items. Etwas mehr als 20% der Befragten stimmen (sehr) zu, es kaum erwarten zu können, ein neues Produkt der Lieblingsmarke kaufen zu können. Weitere fast 25% stimmen dieser Aussage zumindest teilweise zu.

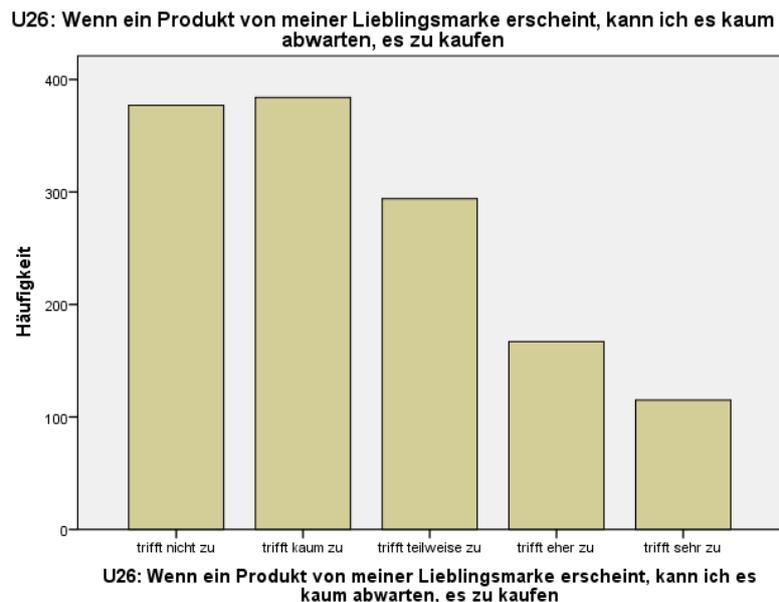


Abbildung 2: Beispiel für ein Einzelitem zur Messung von demonstrativem Konsum (Grohs-Müller 2018)

Für die Messung von kompensatorischem Konsum wurden die vier in Tabelle 3 ersichtlichen Items eingesetzt. Sie weisen im Vergleich zu den beiden anderen Konsumverhaltensweisen die niedrigsten Mittelwerte und damit die im Schnitt schwächste Zustimmung der Befragten auf. Die Standardabweichungen sind ebenso wie bei den anderen Konsumverhaltensweisen relativ hoch und weisen damit auch beim kompensatorischen Konsum auf eine hohe Heterogenität der Selbsteinschätzung der Befragten hin.

Tabelle 3: Kompensatorischer Konsum (Datenquelle: Grohs-Müller 2018)
(fünfstufige Antwortskala von „trifft nicht zu“ =1 bis „trifft sehr zu“ =5)

Kompensatorischer Konsum – einzelne Items	Mittelwert	Standardabweichung
Ich habe schon oft etwas gekauft, das ich dann nicht benutzt habe.	2,87	1,209
Wenn ich durch die Innenstadt oder durch ein Kaufhaus gehe, fühle ich oft ein spontanes Verlangen, etwas zu kaufen.	2,66	1,199
Wenn ich mir etwas, was ich möchte, nicht kaufen kann, werde ich ungeduldig.	2,46	1,244
Oft kaufe ich mir etwas, weil ich einfach Lust zum Kaufen habe.	2,28	1,229

Zwei Items sind im Hinblick auf das „warten Können“ von besonders hohem Interesse: Das spontane Verlangen zu spüren, etwas zu kaufen, ist ein Indikator dafür, sich die Anschaffung nicht zu überlegen und gar nicht warten zu können (vgl. Abbildung 3). „Wenn ich mir etwas, was ich möchte, nicht kaufen kann, werde ich ungeduldig“ ist ein weiterer Indikator dafür, nicht warten zu können, sondern sofort kaufen zu wollen (vgl. Abbildung 4).

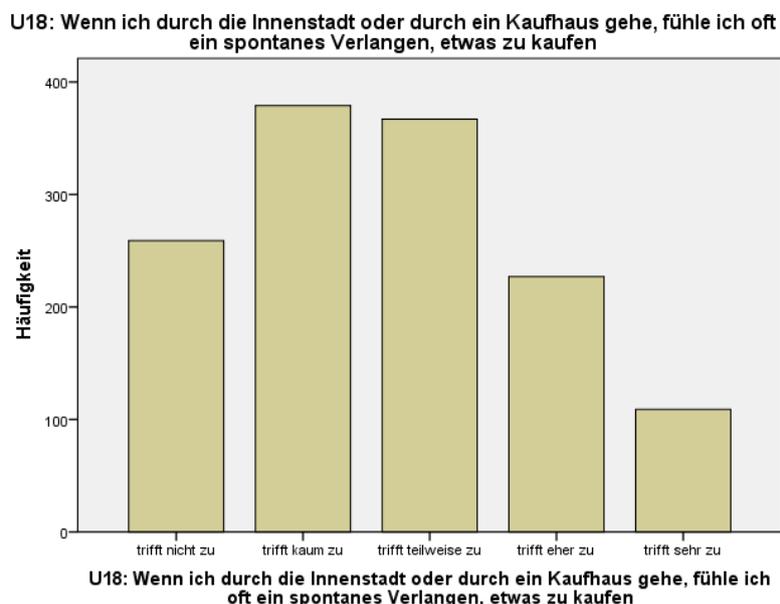


Abbildung 3: Beispiel 1 für ein Einzelitem zur Messung von kompensatorischem Konsum (Grohs-Müller 2018)

Ein Viertel der Befragten stimmt der Aussage, beim Bummeln oft ein spontanes Verlangen zu spüren etwas zu kaufen, zu, ein Drittel davon sogar in hohem Ausmaß. Ein weiteres Viertel

der Befragten stimmt zumindest teilweise zu, sodass jede/r zweite der Befragten zumindest manchmal oder sogar häufig eine spontane Kauflust entwickelt.

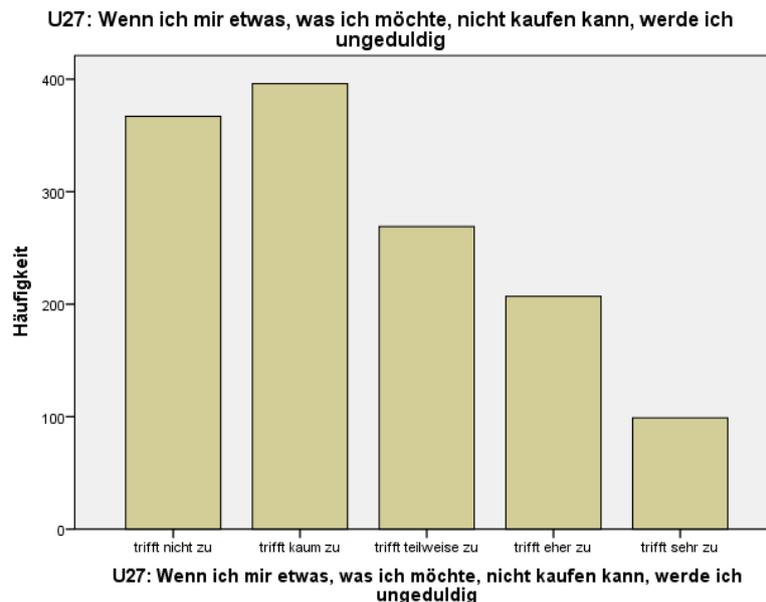


Abbildung 4: Beispiel 2 für ein Einzelitem zur Messung von kompensatorischem Konsum (Grohs-Müller 2018)

Fast 23% stimmen der Aussage, ungeduldig zu werden, wenn sie sich etwas kaufen wollen, (teilweise in hohem Ausmaß) zu, weitere rund 20% zumindest teilweise. Diesen Befragten fällt das Warten (zumindest manchmal) schwer, sie werden ungeduldig, wenn sie warten müssen.

In der Studie von Grohs-Müller (2018) werden diese drei Konsumverhaltensweisen einerseits mit verschiedenen Einstellungen zu Geld (vgl. Barry 2014) sowie andererseits zu (Lern-)Erfahrungen mit Geld in den Sozialisationsräumen Elternhaus, Schulunterricht und Peers in Beziehung gesetzt. Außerdem kann untersucht werden, inwieweit diese Faktoren mit verschiedenen Ausprägungen des Sparverhaltens (im Allgemeinen, für bestimmte Anschaffungen, zur Vorsorge für Unerwartetes) in Zusammenhang stehen. Diese Beziehungen wurden in Strukturgleichungsmodellen untersucht.

Zunächst kann gezeigt werden, dass verschiedene Einstellungen zu Geld, die mit den von Barry (2014) entwickelten Items erhoben worden sind, die unterschiedlichen Konsumverhaltensweisen gut erklären können. Steht beim rationalen Konsum noch die Einstellung, dass man Geld planen und sich einteilen muss, im Vordergrund, so spielen beim demonstrativen und beim kompensatorischen Konsum vor allem die Einstellung, dass Geld Glück und Macht bedeutet, sowie die Einstellung, dass man für mehr Geld auch qualitativ hochwertigere Produkte bekommt, eine bedeutende Rolle. Beim kompensatorischen Konsum kommt noch eine dritte Einstellung hinzu, nämlich die Einstellung, dass Geld mit Angst und Sorgen verbunden ist. Diese Einstellung hatte Grohs-Müller (2018) ergänzend zu Barrys (2014) Instrumentarium entwickelt, weil sich in Interviews mit Jugendlichen gezeigt hatte, dass Angst und Sorgen ein häufig mit Geld assoziiertes Thema waren.

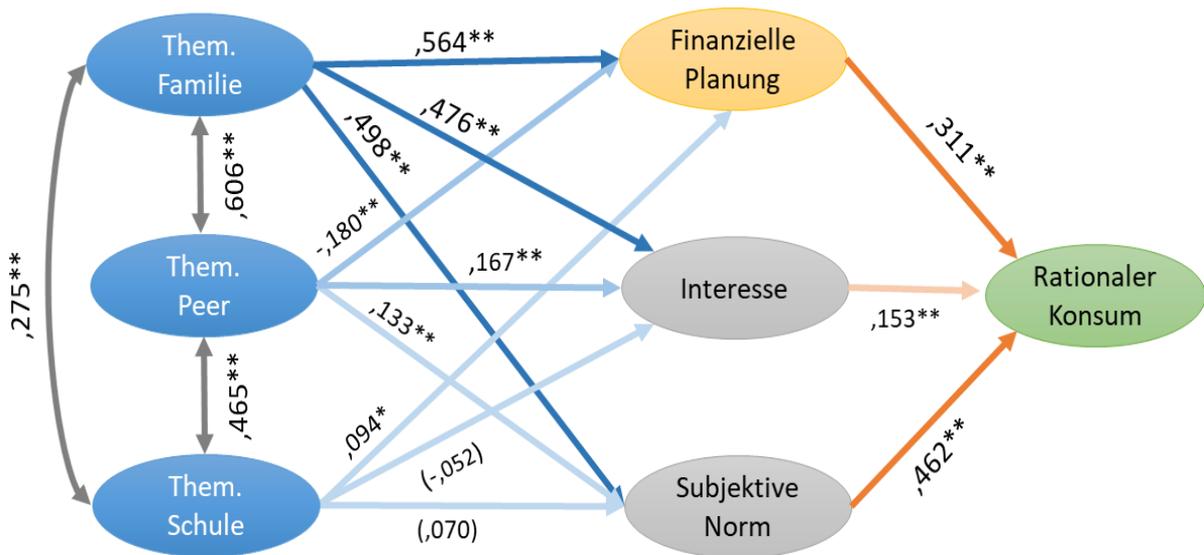


Abbildung 5: Strukturgleichungsmodell zur Erklärung von rationalem Konsum bei Jugendlichen (Grohs-Müller 2018). Datenberechnung: AMOS: Maximum Likelihood, Indizes: χ^2 : ,000; Heolter .05: 371, CFI: ,890; RMSEA: ,047. Rationaler Konsum: $R^2=,487$

Abbildung 5 zeigt die Faktoren, die die rationale Konsumverhaltensweise am besten erklären können. Die Einstellung, dass Geld geplant werden muss („Finanzielle Planung“ in Abb. 5), leistet einen bedeutenden Erklärungsbeitrag zum rationalen Konsum. Auch das Interesse für Geldthemen und die subjektive Norm, die sich daran orientiert, wie relevante Bezugsgruppen mit Geld umgehen, spielen für das rationale Konsumverhalten eine bedeutende Rolle. Für diese drei Faktoren im Modell ist vor allem die Thematisierung von Geldfragen innerhalb der Familie (Faktor „Them. Familie“ in Abb. 5) relevant. Sowohl die Thematisierung von Geldfragen mit den Peers als auch im Schulunterricht spielen nur eine untergeordnete Rolle.

Zur Erklärung des demonstrativen Konsums (vgl. Abbildung 6) sind ganz andere Faktoren relevant. Hier leisten vor allem die Orientierung an den Peers und an der Werbung sowie die liberale Gelderziehung durch die Eltern (Faktor „Gelderziehung“ in Abb. 6) einen Erklärungsbeitrag. Die liberale Gelderziehung bedeutet für die Jugendlichen im Wesentlichen Geld „on demand“, d.h. wenn sie ihre Eltern um Geld bitten, um sich etwas kaufen zu können, dann erhalten sie es auch. Gemeinsam mit der Orientierung an Werbeaussagen und an den Gleichaltrigen erklärt die liberale Gelderziehung die Einstellungen, dass Geld Glück und Macht bedeutet und dass man für einen höheren Geldbetrag auch bessere Qualität bekommt. Diese wiederum haben einen hohen Erklärungswert für den demonstrativen Konsum.

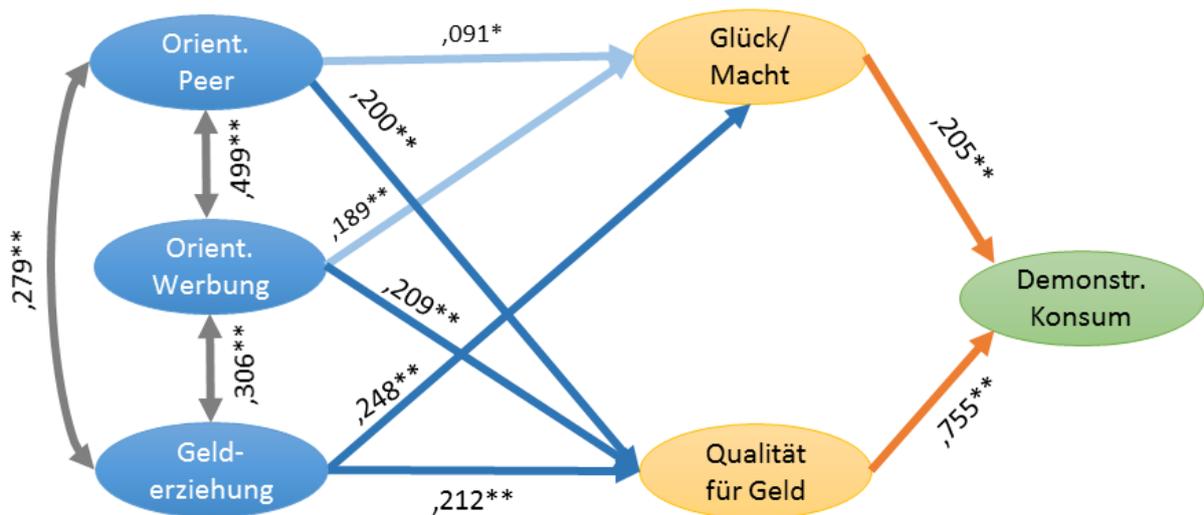


Abbildung 6: Strukturgleichungsmodell zur Erklärung von demonstrativem Konsum bei Jugendlichen (Datenberechnung: AMOS: Maximum Likelihood, Indizes: χ^2 : ,000; Heolter .05: 303, CFI: ,905; RMSEA: ,055. Demonstrativer Konsum: R^2 = ,670)

Im Wesentlichen sind es dieselben Faktoren, die zur Erklärung des kompensatorischen Konsums herangezogen werden können (vgl. Abb. 7). Hinzu kommt noch die Einstellung, dass Geld mit Angst und Sorgen verbunden ist. Diese Einstellung spielt beim kompensatorischen Konsum von allen relevanten Einstellungen die bedeutendste Rolle.

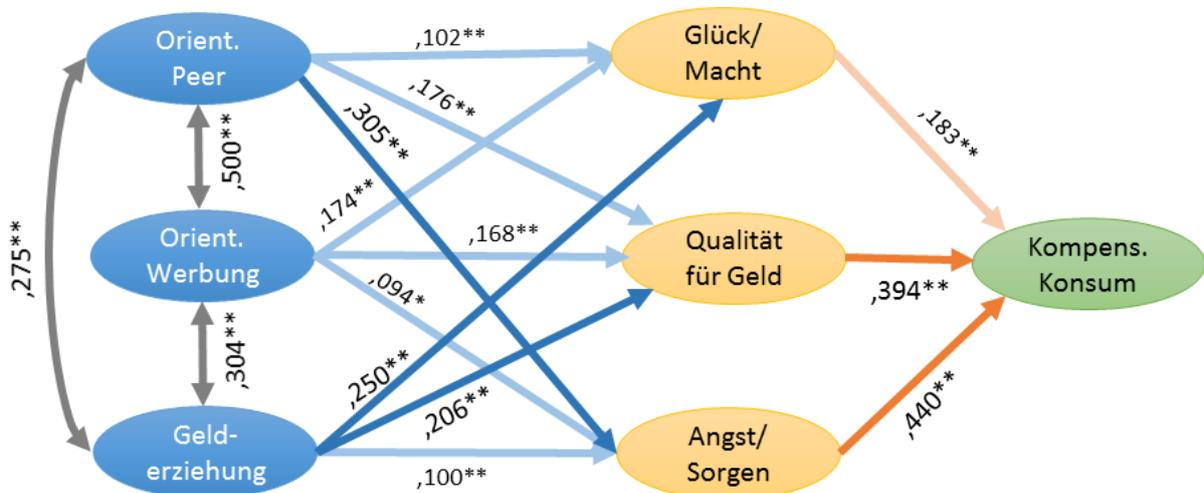


Abbildung 7: Strukturgleichungsmodell zur Erklärung von kompensatorischen Konsum bei Jugendlichen (Datenberechnung: AMOS: Maximum Likelihood, Indizes: χ^2 : ,000; Heolter .05: 340, CFI: ,890; RMSEA: ,050. Kompensatorischer Konsum: R^2 = ,484)

Insgesamt ist von den drei Konsumverhaltensweisen bei den meisten Jugendlichen – basierend auf ihrer Eigeneinschätzung – das rationale Konsummuster am stärksten ausgeprägt. Dieses Ergebnis könnte allerdings bedingt durch die soziale Erwünschtheit positiv verzerrt sein. Es zeigen sich nämlich – trotz Selbsteinschätzungen – deutliche Tendenzen zu Spontan-

käufen und wenig rationalem Konsumverhalten. Das ist bei immerhin rund 20% der Befragten stark ausgeprägt, weitere 20-30% der Befragten sind zumindest manchmal davon betroffen.

Ein Erklärungsmodell zum rationalen Konsumverhalten macht deutlich, dass für die Entwicklung dieses Verhaltens vor allem die Finanzerziehung im Rahmen der familiären Sozialisation eine bedeutende Rolle spielt. Die Jugendlichen sprechen mit ihren Eltern (Erziehungsberechtigten) über Geld und erleben, wie diese mit Geld umgehen und welche Normen dabei eine Rolle spielen. Das rationale Konsumverhalten ist das einzige Verhaltensmuster, das positiv mit allen drei Variablen zum Sparen (Sparen im Allgemeinen, Sparen zur Vorsorge für Unvorhergesehenes und Sparen für einen bestimmten Zweck) korreliert. So ist auch die Tendenz zum Sparen – und damit wieder zum Belohnungsaufschub – bei den Jugendlichen mit stark ausgeprägtem rationalem Konsumverhalten am höchsten (Grohs-Müller 2018).

Wenn die Auseinandersetzung mit Geldthemen im familiären Umfeld nicht gegeben ist oder das Verhalten der Eltern den Jugendlichen keine gute Orientierung bietet, wird das – wie die Daten zeigen – meist nicht durch schulische Finanzbildung oder positive Einflüsse durch die gleichaltrigen Peers kompensiert. Vielmehr zeigen die Modelle, dass bei fehlender Finanzbildung im Elternhaus vielmehr der Einfluss durch Werbung und Gleichaltrige steigt und dadurch eher emotional geprägte Einstellungen zu Geld gefördert werden, die vor allem das demonstrative und kompensatorische Konsumverhalten erklären (Greimel-Fuhrmann 2018). Beide Konsumverhaltensmuster korrelieren nur mit dem Sparen für bestimmte Zwecke positiv, die Beziehungen zum Sparen im Allgemeinen und zur Vorsorge für Unvorhergesehenes sind negativ oder nahe Null (Grohs-Müller 2018).

Wenn im familiären Umfeld keine ausreichende Finanzerziehung stattfindet, wäre die Rolle der Schule umso bedeutender, weil hier das Manko zumindest ein Stück weit ausgeglichen werden könnte. Im Wirtschaftsunterricht bieten sich mehrere Themen an, den sorgsam und verantwortungsvollen Umgang mit Geld (und überhaupt mit knappen Ressourcen) zu thematisieren und auch zu lernen, welche Bedeutung das warten Können in ökonomischen Entscheidungssituationen haben kann.

4 Implikationen der Ergebnisse für den Wirtschaftsunterricht

Im Wirtschaftsunterricht ist eine Vielzahl von Anknüpfungspunkten zu dem Themenbereich „Warten können bei ökonomischen Entscheidungen“ und „Belohnungsaufschub“ festzustellen. Ein paar ausgewählte Anknüpfungspunkte sollen in diesem abschließenden Abschnitt des Beitrages angesprochen werden.

Schon bei den Grundlagen des Wirtschaftens, bei der Bedürfnisbefriedigung der einzelnen Wirtschaftsteilnehmer/innen, kann der Konnex mit den folgenden Fragen hergestellt werden: „Welche Bedürfnisse habe ich? Und warum habe ich diese Bedürfnisse? Sind sie alle wichtig / lebensnotwendig / dringend? Welche muss ich rasch befriedigen, welche können warten?“

Auch bei einem weiteren zentralen Thema des wirtschaftlichen Denkens und Handelns, beim Thema Opportunitätskosten, kann dieser Zusammenhang wiederhergestellt werden. Jede Ent-

scheidung bringt Opportunitätskosten mit sich: „Wenn ich jetzt konsumiere, geht das zu Lasten meines zukünftigen Konsums. Wenn ich jetzt nicht spare, dann muss ich in der Zukunft vielleicht für notwendige Ausgaben einen (teuren) Kredit aufnehmen. Wenn ich jetzt nicht Geld beiseitelege und für später vorsorge, werde ich in der Pension möglicherweise zu wenig Geld haben, um meinen Lebensstandard aufrechterhalten zu können“.

In diesem Zusammenhang kann der **Zeitfaktor** bei verschiedenen ökonomischen Entscheidungen, die im Unterricht thematisiert werden, stärker betont werden. So kann ein Gegengewicht zu dem „Gegenwarts-Bias“, dem viele Menschen unterliegen (Sutter 2018), entwickelt werden. Genauso relevant wie mein heutiges Ich muss in meinem Leben mein „zukünftiges Ich in einem Jahr, fünf Jahren, 20 Jahren“ sein. Ich möchte nicht nur heute, sondern auch in der Zukunft selbstbestimmt leben und über ein gewisses Vermögen verfügen können. Ich möchte nicht nur heute, sondern auch in der Zukunft in einer intakten Umwelt leben können.“

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Themenfeldern, bei denen Belohnungsaufschub eine große Rolle spielt: neben dem Themenfeld Konsum zählen bestimmt das Themenfeld Kredit (Kreditformen, Konsumkredite, Verschuldung versus Überschuldung) sowie Sparen (Sinn des Sparens und Formen des Sparens), Investieren und Vorsorgen für Risiken dazu.

Das warten Können als Handlungsoption zu erfahren, ist für Kinder und Jugendliche wesentlich. Es eröffnet ihnen in ihrem Leben mehr Handlungsspielräume als „sofort kaufen, sofort konsumieren, sofort Geld ausgeben“. Das Warten können ist damit ein wesentliches Element reflektierten und gut überlegten Handelns in einem selbstbestimmten Leben.

Literatur

Ayduk, O./Mendoza-Denton, R./Mischel, W./Downey, G./Peake, P.K./Rodriguez, M. (2000): Regulating the interpersonal self: Strategic self-regulation for coping with rejection sensitivity. In: Journal of Personality and Social Psychology, 79 (5), 776-792.

Ayduk, O./Zayas, V./Downey, G./Cole, A.B./Shoda, Y./Mischel, W. (2008): Rejection sensitivity and executive control: Joint predictors of borderline personality features. In: Journal of Research in Personality, 42 (1), 151-168.

Barry, D. (2014): Die Einstellung zu Geld bei jungen Erwachsenen. Eine Grundlegung aus wirtschaftspädagogischer Sicht. Dordrecht.

Baumeister, R. F. (2002): Yielding to Temptation: Self-Control Failure, Impulsive Purchasing, and Consumer Behavior. In: Journal of Consumer Research, 28, March 2002, 670-676.

Greimel-Fuhrmann, B. (2018): Ist es (un)möglich, finanziell gebildet zu sein? bwp@ Spezial AT-1: Wirtschaftspädagogische Forschung und Impulse für die Wirtschaftsdidaktik – Beiträge zum 12. Österreichischen Wirtschaftspädagogikkongress, 1-16. Online: http://www.bwpat.de/wipaed-at1/greimel-fuhrmann_wipaed-at_2018.pdf (26.08.2019).

Grohs-Müller, S. (2018): Schüler/innen und ihr Umgang mit Geld. Dissertation an der Wirtschaftsuniversität Wien.

Kidd, C./Palmeri, H./Aslin, R. N. (2013): Rational snacking: Young children's decision making on the marshmallow task is moderated by the beliefs about environmental reliability. In: *Cognition*, 126 (1), 109-114.

Lange, E. (2004): Jugendkonsum im 21. Jahrhundert. Eine Untersuchung der Einkommens-, Konsum- und Verschuldungsmuster der Jugendlichen in Deutschland. Wiesbaden.

Mischel, W. (2015): Der Marshmallow Test. Willensstärke, Belohnungsaufschub und die Entwicklung der Persönlichkeit. München.

Mischel, W./Shoda, Y./Peake, P. K. (1988): The nature of adolescent competencies predicted by preschool delay of gratification. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (4), 687-696.

Peake, P. K. (2017): Delay of Gratification: Explorations of How and Why Children Wait and Its Linkages to Outcomes Over the Life Course. In: Stevens, J. R. (Hrsg.): *Impulsivity. Nebraska Symposium on Motivation*, 7-60.

Scherhorn, G./Raab, G./Reisch, L. (1990): Erhebungsverfahren und Meßmethoden der Kaufsuchtstudie. Arbeitspapier 1. Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Konsumtheorie und Verbraucherpolitik. Stuttgart.

Shoda, Y./Mischel, W./Peake, P. K. (1990): Predicting adolescent cognitive and self-regulatory competencies from preschool delay of gratification: Identifying diagnostic conditions. In: *Developmental Psychology*, 26 (6), 978-986.

Sutter, M. (2018): Die Entdeckung der Geduld – Ausdauer schläft Talent. Elsbethen.

Sutter, M./Kocher, M./Glätzle-Rützler, D./Trautmann, S. (2013): Impatience and uncertainty: Experimental decisions predict adolescents' field behaviour. In: *American Economic Review*, 103, 510-531.

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. In: *Psychological Science*, 29 (7), 1159-1177.

Schlüsselwörter: *Belohnungsaufschub, ökonomische Entscheidungen, Konsumverhalten, Sparverhalten, Finanzbildung*

Zitieren dieses Beitrags

Greimel-Fuhrmann, B. (2019): Why Wait? Über die Bedeutung des Belohnungsaufschubs bei ökonomischen Entscheidungen. In: *bwp@ Spezial AT-2: Beiträge zum 13. Österreichischen Wirtschaftspädagogik-Kongress*, 1-16. Online: http://www.bwpat.de/wipaed-at2/greimel-fuhrmann_wipaed-at_2019.pdf (22.09.2019).

Die Autorin



Univ.Prof. Dr. BETTINA FUHRMANN

Wirtschaftsuniversität Wien/Institut für Wirtschaftspädagogik

Welthandelsplatz 1, 1020 Wien

Bettina.Fuhrmann@wu.ac.at

www.wu.ac.at/wipaed