

Geldbewusst durchs Leben.

Externe Einflüsse erkennen



Inhaltsverzeichnis

Wie wir Entscheidungen treffen	4
Der Einfluss von sozialen Normen	5
Konsum und permanente Verfügbarkeit	6
Der Einfluss von Werbung	6
Warum funktioniert Werbung?.....	7
Offline-Werbung	7
Online-Werbung	8
Social Media	9
Geldfallen im Internet erkennen	11
Geldfallen in Geschäften erkennen.....	14



Hinweis:

In dieser Broschüre werden Sie geduzt. Wir hoffen, das ist in Ordnung für Sie.

Diese Broschüre soll als Erstinformation dienen. Bei individuellen Fragen stehen dir die Expert*innen von Bildung & Beratung Geldleben sowie die in der Broschüre angeführten Beratungsstellen zur Verfügung.

Selbstverständlich sind alle Inhalte dieser Broschüre sorgfältig recherchiert. Wir bitten aber zu berücksichtigen, dass sich gesetzliche Vorgaben, Beihilfen etc. immer wieder ändern können. Aus diesem Grund können wir die Aktualität und Vollständigkeit der beinhalteten Informationen nicht garantieren.

Wir weisen außerdem darauf hin, dass Bildung & Beratung Geldleben keine Anlageberatung i. S. d. WAG 2018 anbietet.

Tipp: Per Klick auf die unterstrichenen Text-Teile gelangst du direkt zur entsprechenden Website.

Zeichenerklärung:

Dieses Symbol verweist auf eine Website oder ein Online-Tool. Am Ende dieser Broschüre findest du eine Adresse und einen QR-Code, über die du auf alle Ressourcen zugreifen kannst.



Dieses Zeichen zeigt an, dass es zu diesem Thema weitere Angebote von Bildung & Beratung Geldleben gibt.

Impressum

Three Coins - Verein zur Förderung von finanzieller Bildung
 Liechtensteinstraße 25/DG, 1090 Wien, Österreich
 ZVR-Zahl: 477945884, Tel: +43 681 811 351 37, E-Mail: info@threecoins.org

Vereinszweck

Der Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn gerichtet ist, bezweckt die Förderung des verantwortungsvollen Umgangs mit Geld und die dadurch zu erreichende verminderte Ver- und Überschuldung von Privathaushalten. Für den Inhalt verantwortlich: Goran Maric, BSc (WU), Liechtensteinstraße 25/DG, 1090 Wien, info@threecoins.org

Wie wir Entscheidungen treffen

Geldentscheidungen sind nicht nur von persönlichen Einstellungen und Werten abhängig, sondern auch von unserem Umfeld und zahlreichen äußeren Faktoren, die täglich auf uns einprasseln. Dazu gehören:

- **Soziale Normen:** Damit sind gesellschaftliche Erwartungen gemeint, die uns unser gesamtes Leben über prägen. Außerdem werden wir durch den Vergleich mit anderen Menschen im echten Leben und online beeinflusst. Die eigene Familie, Freund*innen und Gruppendruck spielen bei unseren Entscheidungen ebenfalls eine Rolle.
- **Konsumwelt:** Die ständige Verfügbarkeit von Produkten und aktuelle Trends begleiten unsere Konsumententscheidungen tagtäglich.
- **Werbung** wirkt sich sowohl auf einer bewussten als auch auf einer unbewussten Ebene auf unser Verhalten aus.
- **Social Media und Influencer*innen** sind vergleichsweise neue Faktoren, die bei unseren Kaufentscheidungen eine Rolle spielen.
- **Geldfallen** lauern sowohl in der digitalen Welt als auch „offline“.



Diese Faktoren sind oft der Grund, weshalb wir uns für Produkte entscheiden und sie kaufen, obwohl wir sie nicht unbedingt brauchen oder aufrichtig wollen.

Der Einfluss von sozialen Normen

Wir sind täglich sozialen Normen ausgesetzt, die einen Einfluss auf unser Geldverhalten haben können. Sie stellen psychologische Hürden dar, die den Umgang mit Geld erschweren. Das Verhalten und die Meinung anderer beeinflussen unser Verhalten – dieser Einfluss kann sowohl positiv als auch negativ sein.

Aber wieso achten wir so sehr auf unser Umfeld? Dies ist schon seit Beginn der Menschheit in uns verankert: Menschen sind soziale Wesen. Früher war es für das eigene Überleben wichtig, sich einer Gruppe bzw. einer Gesellschaft anzuschließen. Dieses Gefühl der Sicherheit in einer Gruppe sowie das Bedürfnis, dazuzugehören und kein*e Außenseiter*in zu sein, sind grundlegende Teile der menschlichen Psyche. Der Mensch hat früh gelernt, sich an anderen zu orientieren und sich mit anderen zu vergleichen.

Dies führt auch heute noch dazu, dass wir uns manchmal zu sehr von äußeren Faktoren beeinflussen lassen. Problematisch ist auch, dass man sich eher mit den Personen vergleicht, die mehr als man selbst zu besitzen scheinen. Weil wir zu dieser vermeintlich besseren Gruppe dazugehören wollen, besteht die Gefahr, dass wir finanzielle Entscheidungen treffen, die uns gar nicht entsprechen.

Wie kannst du damit umgehen?

- Überprüfe deine eigenen Werte und Prioritäten und frage dich, was dir ganz persönlich wichtig ist. Besinne dich vor Kaufentscheidungen auf diese persönlichen Werte.
- Überlege bei jedem Kauf zuerst, warum du dieses Produkt haben möchtest und was deine Motivation hinter dem Kauf ist.
- Mach dir deinen Selbstwert bewusst, der unabhängig von deinem Kaufverhalten oder Einkommen ist. Zum Beispiel: „Ich bin auch gut genug, wenn ich nicht die gleichen Markenschuhe wie alle anderen besitze. Mein Wert hängt nicht von der Kleidung ab, die ich trage.“
- Verstehe die Mechanismen, die hinter Marken und Werbung stecken.

Konsum und permanente Verfügbarkeit

Unsere Konsumwelt hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Das hat auch Einfluss auf unser Kaufverhalten. Zum Vergleich: Vor 100 Jahren besaß ein durchschnittlicher europäischer Haushalt ca. 180 Gegenstände. Heute sind es schon 10.000 Gegenstände pro Haushalt. Das liegt unter anderem daran, dass sich das Verständnis von Konsum im Vergleich zur Vergangenheit stark verändert hat: Früher war das Ziel von Konsum vor allem das Decken von Grundbedürfnissen. Heute geht es dabei vermehrt um die Darstellung von Besitz und die Aufrechterhaltung des eigenen Status.

Konsum ist heutzutage allgegenwärtig und unser Konsum-Bedürfnis lässt sich dank Online-Shopping rund um die Uhr stillen. Teilweise werden die Produkte schon am selben oder am nächsten Tag geliefert. Die permanente Möglichkeit zu konsumieren, nimmt uns Menschen auch noch die letzte Hürde, nämlich außer Haus zu gehen und zu einem Geschäft zu fahren.

Der Einfluss von Werbung

Werbung ist einer jener Aspekte, die eng mit dem eigenen Geldverhalten in Verbindung stehen. Die geschickten Werbestrategien werden zunehmend zu einem großen externen Einflussfaktor auf das eigene Kaufverhalten.

Laut Gerald Zaltman, Professor an der Harvard Business School, treffen wir 95 % unserer Kaufentscheidungen unbewusst. Diese Erkenntnis aus der Forschung zeigt, dass Logik bei diesen Beschlüssen häufig nur eine untergeordnete Rolle spielt. Umso wichtiger ist es, sich näher mit Werbung zu beschäftigen, die sich vor allem auf das Unterbewusstsein auswirkt.

Wusstest du, dass pro Tag mehrere Tausend Werbebotschaften unser

Gehirn erreichen? Es haben also nicht nur unsere eigenen Ziele, Wünsche, Vorstellungen und Werte einen Einfluss auf unser Geldverhalten und unsere Ausgaben, sondern auch unser Umfeld und was wir täglich hören und sehen. Es ist wichtig darüber ein Bewusstsein zu erlangen, um sich weniger von den tausenden Werbebotschaften beeinflussen zu lassen.



Warum funktioniert Werbung?

Werbung setzt oftmals emotionale Reize ein, um uns zu beeinflussen und zu einem Kauf zu bewegen.

Viele Slogans und Bilder in Werbungen zielen darauf ab, bestimmte Gefühle hervorzurufen. Werbung informiert häufig also nicht (nur) sachlich über die Qualitäten eines Produkts, sondern verkauft vielmehr ein Gefühl.



Durch diese Methode werden Marken mit bestimmten Gefühlen aufgeladen. Mit manchen Marken verbinden wir Spaß, mit anderen Freiheit oder Zusammengehörigkeit und vieles mehr. Konsumententscheidungen werden dann in weiterer Folge oft nicht mehr nach dem objektiven Nutzen eines Produkts getroffen, sondern vielmehr nach den Gefühlen, die mit dem Produkt verbunden werden.

Wirkungsvolle Werbung ist nie zufällig. Sie wird von Profis entwickelt und funktioniert, weil sie unser Unterbewusstsein anspricht. Emotionen werden gezielt ausgelöst, um Wünsche und Bedürfnisse zu wecken.

Klassische Werbung

Es gibt verschiedene Arten von klassischer/offline Werbung, die je nach Zielgruppe, Zielsetzung und Medium eingesetzt werden. Die gängigsten Offline-Werbeformen sind:


- TV und Radio
- Anzeigen in Printmedien
- Plakate
- Vitrinen
- Litfaßsäulen
- Briefwerbung
- Flyer



Werbung wird außerdem zunehmend personalisierter. Das bedeutet, dass Unternehmen damit ihre Kund*innen direkt ansprechen. Diese Taktik funktioniert online und offline. Unternehmen senden ihre Marketing-Botschaften z. B. per Post in Form von Briefen, Flyern oder Katalogen direkt an potenzielle Kund*innen.

Diese Personalisierung in der Werbung funktioniert, weil im Hintergrund Profile von potenziellen Kund*innen erstellt werden, die u. a. einschätzen, welche Interessen die Person hat, wie alt sie ist oder in welcher Lebensphase sie sich befindet. Die Verwendung von Cookies und anderen Beobachtungsmethoden ermöglicht es, das Verhalten der Nutzer*innen im Internet zu analysieren und individuelle Profile zu erstellen, die auch die persönlichen Lebenssituationen und Interessen berücksichtigen. Werbung wird dann darauf zugeschnitten, um Verkaufsquoten zu erhöhen.

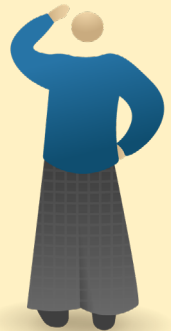
Gut zu wissen: Cookies sind kleine Textdateien, die von Websites auf deinem Computer oder Smartphone gespeichert werden, um Informationen über dein Surfverhalten zu speichern und dir beim nächsten Besuch eine personalisierte Browsing-Erfahrung zu ermöglichen.

Tipp: Wenn du neben der nicht personalisierten Werbung auch die direkt an dich adressierte Werbung vermeiden möchtest, kannst du diese durch einen Eintrag in die Robinsonliste abbestellen. Die  **Robinsonliste** wird in Österreich vom Fachverband Werbung und Marktkommunikation der WKO geführt. Für die Eintragung in die Liste kannst du das Formular auf der Website der WKO nutzen.



Online-Werbung

Neben der Offline-Werbung wird zunehmend auf Online-Werbung gesetzt. Online-Werbung kann unterschiedliche Formen annehmen, folgende sind die häufigsten:



- Bannerwerbung auf Websites
- Gesponserte Beiträge
- Newsletter in deinem E-Mail-Postfach
- Suchmaschinenmarketing in den Ergebnissen deiner Online-Suche
- Werbung in sozialen Medien z. B. durch Influencer*innen oder Werbeeinschaltungen

Online-Werbung ermöglicht es Unternehmen, ihre Zielgruppe noch effektiver und gezielter anzusprechen. Folgende Punkte machen Werbung in der digitalen Welt zu einer noch größeren „Gefahr“ für Konsument*innen:

- Online-Werbung wird stark an die eigene Person angepasst. Durch Cookies und andere digitale Beobachtungsmethoden wird es ermöglicht, das Verhalten der Nutzer*innen im Internet zu analysieren und Käufer*innenprofile zu erstellen, die auch die persönlichen Lebenssituationen und Interessen berücksichtigen. Darauf basierend wird personalisierte Werbung ausgespielt.
- Online-Werbung ist interaktiv und motiviert potenzielle Käufer*innen, direkt auf Werbeanzeigen zu klicken – der erste Schritt hin zum Kauf eines Produkts.

Social Media

Die sozialen Netzwerke wie Instagram, YouTube und Co beeinflussen das eigene Kaufverhalten aus folgenden Gründen:

- **Vergleiche mit anderen:** In den sozialen Netzwerken wirken soziale Normen besonders stark. Denn hier wird den Nutzer*innen ständig vor Augen geführt, wie andere – scheinbar – leben. Das kann dazu führen, dass man mit dem eigenen Leben unzufrieden ist. Dadurch kann das Bedürfnis ausgelöst werden, diese Unzufriedenheit durch Einkäufe zu beseitigen.

- **Neue Produkte entdecken:** Durch das Scrollen durch die Social-Media-Newsfeeds entdeckt man neue Marken, Trends und Produkte, von denen man möglicherweise noch nie gehört hat. Dadurch kann das Interesse für einen Kauf von Produkten entstehen, die man eigentlich gar nicht braucht.



- **Influencer-Marketing:** Influencer*innen sind Menschen, die auf Social-Media-Plattformen eine große Anzahl an Follower*innen haben, Meinungsführer*innen sind und Einfluss auf ihre Community ausüben können. Oftmals geben sie ihren Follower*innen Tipps und empfehlen bestimmte Produkte und Marken. Diesen Umstand machen sich Unternehmen zunutze: Sie arbeiten mit Influencer*innen zusammen, die ihre Produkte und Dienstleistungen an ihre Follower*innen vermarkten.

Influencer*innen werden dadurch zu Werbeträger*innen für Marken. Diese Art von Werbung ist für Unternehmen sehr effektiv, da sie eine Möglichkeit bietet, potenzielle Kund*innen auf authentische Art und Weise anzusprechen. Zu Influencer*innen haben wir oft ein größeres Vertrauen, da wir sie vermeintlich besser kennen als eine beliebige Person in der Fernsehwerbung.

Tipp: Mach dir bewusst, dass Influencer*innen ihr Geld mit Werbung verdienen. Oft kennzeichnen sie die Werbung schlecht oder gar nicht. Sie verdienen an den Produkten, die ihre Follower*innen kaufen, und sind daher oft daran interessiert, möglichst viele Leute zum Kauf zu bewegen (z. B. durch Rabatt-Codes).



Geldfallen im Internet erkennen





Bei all den Möglichkeiten, die das Internet bietet, versteckt sich dort auch die ein oder andere Geldfalle. Gratisversand ab einem Mindestbestellwert verleitet zum Beispiel dazu, mehr zu kaufen als du eigentlich vorhattest. Auch Rabattcodes können dazu

motivieren, Dinge zu kaufen, die man eigentlich nicht braucht. Kostenlose Testphasen mit automatischer Verlängerung können schnell zu ungewollten Abonnements führen. Dich mit den häufigsten Geldfallen im Internet auszukennen, hilft dir dabei, dein Geld besser unter Kontrolle zu behalten:

Ein **Fakeshop** ist eine gefälschte Online-Seite, die so aussieht wie ein echter Online-Shop. Diese Seiten werden von Betrügern erstellt, um Menschen dazu zu bringen, Dinge zu kaufen, die es gar nicht gibt. Man bezahlt das Geld, aber die Ware wird nie geliefert. In weiterer Folge ist es sehr schwierig, das bezahlte Geld wieder zurückzubekommen.

Was tun? Achte auf folgende Dinge, um Fakeshops zu erkennen:

- Auffällige Internetadresse
- Auffallend günstiger Preis
- Erfundenes Gütesiegel
- Fehlerhaftes oder fehlendes Impressum
- Bezahlung nur per Vorkasse, Sofortüberweisung oder Kreditkarte
- Rechtschreibfehler

Tip: Um zu überprüfen, ob Online-Seiten auch wirklich seriös sind, hilft dir der  **Fakeshop-Finder** der Verbraucherzentrale. Für noch mehr Sicherheit bei Online-Käufen kannst du dir auch den  **Fakeshop-Detector** des ÖIAT herunterladen. Dieser warnt dich vor betrügerischen Angeboten direkt im Internetbrowser.



Bei **Phishing** handelt es sich um betrügerische E-Mails, SMS oder Websites. Dabei versuchen Betrüger*innen entweder direkt an dein Geld zu kommen, indem sie dich auf emotionaler Ebene überzeugen, ihnen Geld zu überweisen (z. B. Enkerlrick), oder sie versuchen, dir sensible Daten wie Kreditkartennummer und PIN zu entlocken. Ein häufiges Beispiel ist eine gefälschte Nachricht einer Bank, in der du aufgefordert wirst, den Online-Banking-Zugang einzugeben. In letzter Zeit gibt es auch immer mehr gefälschte SMS, die vortäuschen, dass ein Paket nur nach Angabe persönlicher Daten zugestellt werden kann.

Was tun? Um selbst auf echt scheinende Nachrichten nicht hineinzufallen, achte auf folgende Punkte:

- Traue keiner Nachricht mit allgemeiner Anrede.
- Sei vorsichtig, wenn du zu sofortigem Handeln aufgefordert wirst.
- Achte auf Rechtschreibfehler – Phishing-Nachrichten sind oft voll davon.
- Gib niemals Benutzernamen, Passwörter, Adressen oder Kontodaten her, ohne vorher genau nachzuprüfen, ob die Nachricht gefälscht ist!
- Klicke auf keine Links, bei denen du nicht weißt, wofür sie sind.



Hinter **Freemium**-Angeboten steckt ein Geschäftsmodell, das darauf aufgebaut ist, grundlegende Funktionen einer App, eines Spiels oder einer Plattform zunächst kostenlos anzubieten. Um jedoch weitere bzw. alle Funktionen zu nutzen, muss Geld bezahlt werden. Nicht selten sind Apps zwar gratis, aber dafür voller Werbung. Zum einen finanzieren sich kostenlose Apps durch Werbeeinschaltungen, zum anderen ist es aber auch eine Methode, um Nutzer*innen Premium-Abos ohne Werbung zu verkaufen. (Das Wort Freemium ist eine Kombination aus den Wörtern „free“ und „premium“.) Man spricht in diesem Zusammenhang auch von sogenannten In-App-Käufen. Die App ist zwar kostenlos, hat man sich diese aber erst einmal heruntergeladen, wird man schnell dazu verleitet, Mikro-Transaktionen (Mikro-Transaktionen sind kleine Käufe in Videospielen oder Apps, bei denen man für Extras wie Kleidung, Spielinhalte oder Vorteile wenig Geld ausgibt.) in der App zu tätigen.

Was tun? Damit Freemium-Apps nicht zur Geldfalle werden, achte auf folgende Punkte:

- Informiere dich bei einer kostenlosen App, ob wirklich alle Funktionen gratis sind.
- Wirst du in einer App dazu aufgefordert, Geld auszugeben, frage dich, ob du diese Funktion wirklich dringend benötigst.
- Achtung: Auch Zahlungen in einer Spiel-Währung müssen meist mit echtem Geld beglichen werden!



Cookies speichern persönliche Nutzer*innendaten, wie zum Beispiel das Surfverhalten (also welche Websites besucht, welche Videos geschaut und welche Links geklickt werden). Mithilfe dieser Informationen kann Werbung noch gezielter auf Nutzer*innen und deren persönliche Interessen abgestimmt werden. Das merkst du z. B. daran, dass genau jene Produkte in Werbebannern etc. angezeigt werden, die du vor Kurzem im Internet gesucht hast.

Was tun? So kannst du dich vor Cookies und Trackern schützen:

- Mach es dir zur Gewohnheit, deine Cookies regelmäßig zu löschen. Setze dir dafür eine Erinnerung in deinem Kalender.
- Akzeptiere nur die erforderlichen Cookies und deaktiviere, wenn möglich, personalisierte Werbung auf Websites.
- Surfe im Inkognito-Modus deines Browsers.



Geldfallen in Geschäften erkennen

Geldfallen lauern allerdings auch offline – zum Beispiel im Supermarkt! So werden Menschen durch die folgenden Strategien dazu verleitet, mehr auszugeben als eigentlich geplant:

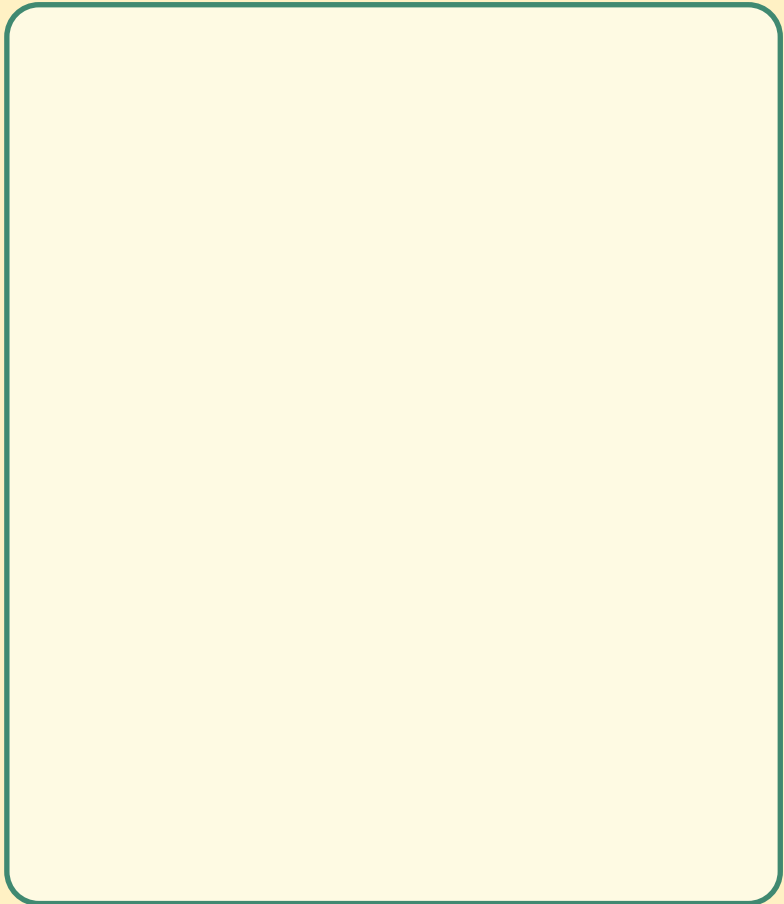
- Dass sich die **Produkte des täglichen Bedarfs** wie Butter oder Milch am hintersten Ende des Supermarkts befinden, ist kein Zufall. Durchquert man den Supermarkt, um diese zu kaufen, landen am Weg dorthin sehr wahrscheinlich noch weitere Dinge im Einkaufswagen.
- **Markenprodukte** befinden sich in Geschäften oft auf Augenhöhe. Ein Blick nach oben oder unten lohnt sich aber, um günstigere Produkte zu finden.
- **Sonderangebote** wie „Kauf 3, zahl 2“ kennt wahrscheinlich jede*r. Sie sind verlockend und können dazu führen, dass eine unnötig große Anzahl von Produkten gekauft wird oder gar Produkte im Einkaufswagen landen, die eigentlich nicht benötigt werden. So führen Rabatte häufig dazu, dass mehr Geld ausgegeben wird als geplant.

Mit folgenden Tipps schaffst du es, **Geldfallen in Geschäften** zu erkennen und ihnen zu entkommen:

- Wenn du dich zwischen zwei Varianten des gleichen Produkts entscheiden musst, vergleiche die Kilopreise.
- Bevor du bei einem vermeintlichen **Mengenrabatt** zuschlägst, hinterfrage, ob du von einem Produkt wirklich eine große Anzahl brauchst.
- **Einkaufskorb statt Einkaufswagen!** Brauchst du nicht viel, versuche Einkaufswagen zu vermeiden. Diese sind meist ungewöhnlich groß und lassen deinen Einkauf klein wirken. Viel Platz verleitet zu Impulskäufen.
- **Verzichte auf Markenprodukte** und spare so Geld. Viele „No-Name“-Produkte oder Hausmarken stehen den teuren Markenprodukten in nichts nach.

- Gehe nicht hungrig einkaufen! Hunger führt dazu, dass wir mehr kaufen. Auch als negativ empfundene Emotionen (Traurigkeit, Wut, Nervosität etc.) führen dazu, dass wir keine wohlüberlegten Konsumententscheidungen treffen können und uns der Sinn eher nach schneller Bedürfnisbefriedigung steht.

Hier ist Platz für Notizen:





Sprich uns an!

Bei weiteren Fragen und Anliegen kannst du dich gerne an die Expert*innen von Bildung & Beratung Geldleben wenden.

Wir freuen uns auch über Feedback:

info@geldleben.at

Standorte & Kontakte

Wien

Nußdorfer Straße 27
1090 Wien
wien@geldleben.at

Graz

Sackstraße 36
8010 Graz
graz@geldleben.at

Telefonisch erreichbar unter: 0720 303004



www.geldleben.at

Stand: Jänner 2025



gefördert aus Mitteln des
Bundesministerium
Soziales, Gesundheit, Pflege
und Konsumentenschutz