

FINANZBILDUNG MUSS FREI VON WERBUNG UND VERTRIEB SEIN

Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) zu dem Vorschlag der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für eine nationale Finanzbildungsstrategie für Deutschland (veröffentlicht am 24. September 2024)

14. Oktober 2024

Impressum

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

Team Verbraucherbildung

Verbraucherbildung@vzbv.de

Rudi-Dutschke-Straße 17

10969 Berlin

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

INHALT

VERBRAUCHERRELEVANZ	3
ZUSAMMENFASSUNG	4
I. EINLEITUNG	5
1. Unabhängigkeit der Bildung sicherstellen	5
2. Grenzen von Bildung anerkennen	5
II. DIE POSITIONEN IM EINZELNEN	6
1. Vision und Ziele	6
2. Governance	7
3. Umsetzungsplan	7
3.1 Bildung statt Kommunikationskampagnen umsetzen	7
3.2 Qualitätskriterien etablieren	8
3.3 Verbraucherzentralen für zielgruppenspezifische Maßnahmen berücksichtigen	8
3.4 Junge Menschen stärken	9
3.5 Schulische Finanzbildung: Etablierte Strukturen nutzen	9

VERBRAUCHERRELEVANZ

In-App-Käufe bei Handy-Spielen, „Buy now, pay later“-Angebote beim Onlineshopping, die Wahl der passenden Altersvorsorge: Der Alltag steckt voller finanzieller Entscheidungen – in jeder Lebensphase. Je früher Verbraucher:innen Finanzkompetenzen erwerben, desto besser. Gerade junge Menschen verschulden sich zunehmend. Bei den 16- bis 29-Jährigen hat fast ein Drittel (31 Prozent) Probleme bei der Kreditrückzahlung, zeigt eine Umfrage des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv).¹

Im Bereich der finanziellen Bildung gibt es eine Vielzahl von Angeboten unterschiedlichster Absender. Gemeinnützige Organisationen, die öffentliche Hand und Stiftungen sind hier ebenso aktiv wie Verlage, Wissenschaft und Finanzwirtschaft. Wenn es ums Geld geht, sollte das Augenmerk darauf liegen, wer hinter einem Angebot steht. Die Unabhängigkeit von Bildung steht auf dem Spiel, wenn Bankmitarbeiter:innen Finanzbildung im Unterricht vermitteln oder Finanzdienstleister Unterrichtsmaterialien entwickeln.

Eine Auswertung des Materialkompasses des vzbv zeigt, dass insbesondere bei Material aus der Wirtschaft genaues Hinsehen nötig ist. Der Materialkompass ist eine Datenbank für qualitätsgeprüfte Unterrichtsmaterialien zur Verbraucherbildung. Im August 2024 waren 130 Materialien zu Finanzthemen online, begutachtet und bewertet von unabhängigen Expert:innen. Der Anteil der Materialien mit der Note befriedigend oder schlechter war bei Angeboten der (Finanz-)Wirtschaft am höchsten (18 von 33). Die Gutachter:innen kritisierten eine unzureichende didaktische und inhaltliche Umsetzung, zudem mangelte es an einer ausreichend kontroversen Darstellung der Themen.² Gerade diese ist aber entscheidend für eine reflektierte Urteilsbildung.

Beim Thema Finanzen müssen alle Verbraucher:innen auf qualitativ hochwertige und unabhängige Bildungsangebote vertrauen können – in der Schule und darüber hinaus.

¹ Verbraucherzentrale Bundesverband (2024): Verbraucherüberschuldung: vzbv fordert Reform für Kreditvergabe. <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/verbraucherueberschuldung-vzbv-fordert-reform-fuer-kreditvergabe> (07.10.2024)

² Verbraucherzentrale Bundesverband (2024): Finanzielle Bildung auf dem Prüfstand. <https://www.verbraucherbildung.de/meldung/finanzielle-bildung-auf-dem-pruefstand> (08.10.2024).

ZUSAMMENFASSUNG

Die Stärkung finanzieller Bildung ist ein wichtiger Baustein, damit Verbraucher:innen ökonomische Kompetenzen erwerben, um informierte und verantwortungsbewusste Finanzentscheidungen treffen und so gesellschaftlich partizipieren zu können. Im Durchschnitt schneidet Deutschland bei Studien zur finanziellen Bildung im internationalen Vergleich gut ab, jedoch weisen bestimmte Bevölkerungsgruppen ein geringeres Kompetenzniveau auf. Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) nennt hier unter anderem Menschen mit niedrigem Einkommen oder Bildungsstand, Frauen und auch junge Menschen.³ Daher gilt es, mit Finanzbildung besonders die Zielgruppen zu adressieren, die Kompetenzlücken aufweisen, und ihnen qualitativ hochwertige und unabhängige Angebote zu machen, die auf ihre Bedarfe eingehen.

Vor dem Hintergrund begrüßt der vzbv ausdrücklich, dass das Bundesministerium der Finanzen gemeinsam mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung an einer nationalen Finanzbildungsstrategie arbeitet. Grundlage hierfür soll der Vorschlag der OECD für eine nationale Finanzbildungsstrategie sein, der am 24. September 2024 an die Ministerien übergeben wurde⁴. Der vzbv nimmt zu diesem Vorschlag der OECD Stellung.

Der vzbv begrüßt, dass Verbraucher:innen in ihrer finanziellen Kompetenz gestärkt werden sollen.

Der vzbv fordert, dass

- die Unabhängigkeit der Bildung sichergestellt und Qualitätsstandards etabliert werden.
- die Finanzbildungsstrategie die Grenzen von Bildung anerkennt und benennt.
- die Finanzbildungsstrategie einen Schwerpunkt auf finanzielle Grundbildung legt.
- dass die Verbraucherschutzperspektive in die Finanzbildungsstrategie strukturell eingebunden ist.
- dass die Finanzkompetenzen junger Menschen gestärkt werden – insbesondere am Lernort Schule.
- etablierte unabhängige Angebote gefördert und weiterentwickelt werden.

³ OECD (2024): Finanzbildung in Deutschland. Finanzielle Resilienz und finanzielles Wohlergehen verbessern. https://www.oecd.org/de/publications/finanzbildung-in-deutschland_c20b27ac-de.html (Stand: 07.10.2024)

⁴ OECD (2024): Finanzkompetenz in Deutschland stärken. Vorschlag für eine nationale Finanzbildungsstrategie. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/77d40624-de.pdf?expires=1728381219&id=id&accname=guest&checksum=4CC707FD277A543FE9151D49309C7A78> (08.10.2024)

I. EINLEITUNG

Im Frühjahr 2023 haben das Bundesministerium der Finanzen und das Bundesministerium für Bildung und Forschung ihre Initiative Finanzielle Bildung gestartet. Finanzielle Bildung als Teil einer umfassenden Verbraucherbildung ist ein wichtiger Bestandteil des präventiven Verbraucherschutzes. Die 16 Verbraucherzentralen und der vzbv bringen jahrzehntelange Erfahrung in der Vermittlung von Finanz- und Verbraucherkompetenzen mit und haben Programme und Angebote für diverse Zielgruppen entwickelt.

Diese Expertise hat der vzbv gemeinsam mit den Verbraucherzentralen in den Beteiligungsprozess zur Erarbeitung einer nationalen Finanzbildungsstrategie eingebracht und bedankt sich beim Bundesministerium der Finanzen und beim Bundesministerium für Bildung und Forschung für diese Möglichkeit.

Das Hauptaugenmerk des vzbv im Beteiligungsprozess lag darauf, dass die Perspektive des Verbraucherschutzes dauerhaft eingebunden wird und eine unabhängige und qualitativ hochwertige Finanzbildung sichergestellt wird.

1. UNABHÄNGIGKEIT DER BILDUNG SICHERSTELLEN

Die Unabhängigkeit der Bildung ist ein hohes Gut, gerade wenn es um Finanzen geht. Eine „systematische und unabhängige Finanzbildung an Schulen und am Arbeitsplatz“ empfiehlt auch der Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung.⁵

Für unabhängige und werbefreie Finanzbildung spricht sich zudem die deutliche Mehrheit der Verbraucher:innen aus, wie eine repräsentative forsa-Befragung im Auftrag des vzbv zeigt. Wenn Finanzbildung an Schulen vermittelt wird, wollen neun von zehn Verbraucher:innen (90 Prozent), dass Unterrichtsmaterialien und Inhalte unabhängig, also frei von wirtschaftlichen Interessen, sind. Auch für werbefreie Materialien und Inhalte spricht sich eine deutliche Mehrheit der Befragten aus (86 Prozent).⁶

Im vorliegenden Vorschlag für eine nationale Finanzbildungsstrategie wird die Unabhängigkeit der Bildung nicht erwähnt. Das birgt die Gefahr der Einflussnahme durch kommerzielle Anbieter. Diese gilt es auszuschließen. Finanzbildung muss frei von Werbung und Vertrieb sein.

DER VZBV FORDERT

Die nationale Finanzbildungsstrategie muss die Unabhängigkeit der Bildung als elementare Anforderung definieren. Das stärkt Glaubwürdigkeit und Akzeptanz der Strategie.

2. GRENZEN VON BILDUNG ANERKENNEN

Bildung verfolgt einen langfristigen Kompetenzerwerb und kann nur Teil eines Maßnahmenpakets sein, um Verbraucher:innen auf Finanzmärkten zu stärken. Die Verbesserung finanzieller Resilienz und des finanziellen Wohlergehens beschreibt die OECD als

⁵ Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (2023): Wachstumsschwäche überwinden – in die Zukunft investieren. Jahresgutachten 2023/24. S.3 https://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de/fileadmin/dateiablage/gutachten/jg202324/JG202324_Gesamtausgabe.pdf (08.10.2024)

⁶ Verbraucherzentrale Bundesverband (2024): Finanzbildung: Werbung gehört nicht ins Klassenzimmer. <https://www.vzbv.de/pressemitteilungen/finanzbildung-werbung-gehoert-nicht-ins-klassenzimmer> (14.10.2024)

Ziel. Doch dies liegt nicht allein in der Hand von Verbraucher:innen. Die Informationsasymmetrie zwischen Verbraucher:innen und Finanzdienstleistern sowie Fehlanreize durch Provisionen im Finanzvertrieb zum Beispiel lassen sich nicht durch Finanzbildung überwinden. Solange Finanzberatung über den Anreiz von Provisionen läuft, die im Finanzprodukt stecken, besteht ein Interessenskonflikt. Dabei haben Verbraucher:innen in aller Regel das Nachsehen – unabhängig davon wie kompetent und informiert sie sind. Denn je höher die Provision ausfällt, desto teurer ist das Produkt. Und das geht meistens zulasten der Leistung. Es braucht strukturelle Veränderungen und Rahmenbedingungen, die es Verbraucher:innen leichter machen, bedarfsgerecht zu entscheiden. Die Finanzbildungsstrategie von Kanada beispielsweise thematisiert dies und umfasst Regulierung als inhärenten Bestandteil.⁷

DER VZBV FORDERT

Die Finanzbildungsstrategie muss die Grenzen von Bildung anerkennen und benennen. Es braucht strukturelle Veränderungen und Rahmenbedingungen, die es Verbraucher:innen leichter machen, bedarfsgerecht zu entscheiden.

II. DIE POSITIONEN IM EINZELNEN

1. VISION UND ZIELE

Die OECD formuliert als Vision für die Finanzbildungsstrategie (S. 15): „Alle Menschen in Deutschland besitzen das finanzielle Problembewusstsein, das Wissen, die Einstellungen und die Kompetenzen, um zu einem effektiven Finanzverhalten im Hinblick auf ihr Geldmanagement im Alltag, ihre langfristige Finanzplanung und die erfolgreiche Bewältigung finanzieller Risiken fähig zu sein. Ein höheres Finanzkompetenzniveau fördert die Chancengerechtigkeit, das finanzielle Wohlergehen und die effektive Teilhabe am Wirtschaftsgeschehen.“

Diese Definition adressiert grundlegende Finanzfertigkeiten. Darüber hinaus benennt die OECD Bevölkerungsgruppen die besonders von einer Stärkung der Finanzbildung profitieren könnten, wie etwa Menschen mit niedrigem Einkommen oder Bildungsstand und auch junge Menschen. Gerade sie würden von Maßnahmen im Bereich der finanziellen Grundbildung profitieren.

Doch aus der Vision und den besonderen Zielgruppen leitet sich kein Schwerpunkt auf der finanziellen Grundbildung ab. Die OECD definiert fünf Bereiche, auf die die Strategie einen Fokus setzen sollte:

- Langfristiges Sparen und Altersvorsorge
- Beteiligung am Kapitalmarkt
- Haushaltsplanung, Vermeidung von Überschuldung und verantwortungsvolle Kreditnutzung
- Digitale Finanzkompetenz und sichere Nutzung digitaler Finanzdienstleistungen

⁷ Financial Consumer Agency of Canada (2021): Make change that counts. National Financial Literacy Strategy 2021 – 2026. <https://www.canada.ca/content/dam/fcac-acfc/documents/programs/financial-literacy/financial-literacy-strategy-2021-2026.pdf> (10.10.2024)

- Umsetzung von Nachhaltigkeitspräferenzen

Diese Bereiche folgen einer markt- und produktorientierten Perspektive. Hierfür spricht auch, dass die Wachstumsinitiative der Bundesregierung von einer „Stärkung der finanziellen Bildung und damit auch der Aktienkultur“⁸ mit Hilfe einer nationalen Finanzbildungsstrategie spricht.

Finanzbildung muss sich am Bedarf von Verbraucher:innen orientieren, hierbei sind Erfahrungen aus der Schuldner- und Verbraucherberatung einzubeziehen. Erst wenn Themen wie Einnahmen und Ausgaben, Bedarfe und Wünsche, Geld- und Zahlungsverkehr, Schulden und Unterstützungsstrukturen sowie ökonomische Zusammenhänge abgedeckt sind, kann es um Altersvorsorge, Geldanlage oder nachhaltige Finanzprodukte gehen. Nur so können die von der OECD ermittelten Zielgruppen tatsächlich erreicht werden. Ziel von Bildung muss es sein, Wissen zu vermitteln, die eigene Problem- und Handlungsfähigkeit zu fördern sowie Selbstwirksamkeit zu stärken, sodass Menschen in die Lage versetzt werden, die für ihren Bedarf passende Entscheidung zu treffen.

DER VZBV FORDERT

Die Finanzbildungsstrategie muss einen Schwerpunkt auf die finanzielle Grundbildung legen. Es ist zwar zu begrüßen, dass Haushaltsplanung und Vermeidung von Überschuldung im Themenbereich verantwortungsvolle Kreditnutzung inkludiert sind. Dies ist aber nicht ausreichend und deckt das Thema finanzielle Grundbildung nicht umfassend ab.

2. GOVERNANCE

Die OECD empfiehlt eine leitende Stelle, die verantwortlich ist für die Umsetzung der Finanzbildungsstrategie. Das Thema Finanzbildung verknüpft die Themen Finanzen, Bildung und Verbraucherschutz. Die Governance-Struktur muss Expertise aus allen diesen Bereichen dauerhaft einbinden, um zu gewährleisten, dass alle Perspektiven Berücksichtigung finden.

Das Bundesfinanzministerium hat Anfang Oktober 2024 für die Ausgestaltung der Governance-Struktur den Entwurf für ein Gesetz zur Stärkung der Finanzbildung vorgelegt, der den Ausbau der Stiftung „Geld und Währung“ vorsieht. Hierzu wird sich der vzbv in einer gesonderten Stellungnahme äußern.

DER VZBV FORDERT

Die Governance-Struktur muss die Expertise aus den Bereichen Finanzen, Bildung und Verbraucherschutz dauerhaft einbinden. Die Verbraucherschutzperspektive ist strukturell zu verankern.

3. UMSETZUNGSPLAN

3.1 Bildung statt Kommunikationskampagnen umsetzen

In allen fünf Themenbereichen werden als Maßnahme Kommunikationskampagnen vorgeschlagen. Kommunikation ist aber nicht Bildung. Mit Kommunikationskampagnen

⁸ Bundesregierung (2024): Wachstumsinitiative – neue wirtschaftliche Dynamik für Deutschland. <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/976020/2297962/ab6633b012bf78494426012fd616e828/2024-07-08-wachstumsinitiative-data.pdf?download=1> (09.10.2024)

lässt sich zwar schnell in der Breite Aufmerksamkeit für ein Thema schaffen. Aber das Ziel der Finanzbildungsstrategie ist die Stärkung finanzieller Kompetenzen. Dies lässt sich nur über Bildungsangebote erreichen und erfordert ein langfristiges Engagement. Die zur Verfügung stehenden Mittel müssen entsprechend der Zielsetzung der Strategie in den Kompetenzbau durch Bildung fließen.

DER VZBV FORDERT

Wo Bildung draufsteht, muss Bildung drin sein. Die Finanzbildungsstrategie muss Bildungsmaßnahmen fördern.

3.2 Qualitätskriterien etablieren

Im Zusammenhang mit der Plattform mitgeldundverstand.de, die „zunehmend auch auf Initiativen privater und zivilgesellschaftlicher Stakeholder verweisen“ soll, wird auf die Rolle der Qualitätssicherung hingewiesen (S. 27). Diese ist grundlegend für die Glaubwürdigkeit der gesamten Finanzbildungsstrategie. Noch ist aber unklar, wie die Qualitätskriterien ausgestaltet sein werden und ob sie auf die Anbieter oder einzelnen Angebote angewendet werden.

Die Finanzbildungsstrategie muss hier Klarheit schaffen. Wer Angebote nutzt, die unter dem Label der nationalen Finanzbildungsstrategie verbreitet werden, muss sichergehen können, dass sie unabhängig – also frei von wirtschaftlichen Interessen – und unter inhaltlichen sowie didaktisch-methodischen Aspekten empfehlenswert sind und geprüft wurden. Eine Zertifizierung der Herausgeber ist nicht ausreichend. Denn die Qualität von Materialien ein und desselben Anbieters kann schwanken, wie der Materialkompass des vzbv zeigt.

Der Materialkompass arbeitet auf Basis eines mehrfach evaluierten und weiterentwickelten Bewertungsrasters.⁹ Hierauf kann bei der Entwicklung der Qualitätssicherung aufgebaut werden.

DER VZBV FORDERT

Die Finanzbildungsstrategie muss Qualitätsstandards für Angebote definieren, die im Rahmen der Finanzbildungsstrategie verbreitet, angewandt und bereitgehalten werden.

3.3 Verbraucherzentralen für zielgruppenspezifische Maßnahmen berücksichtigen

Der Vorschlag benennt Finanzbildungsmaßnahmen für ausgewählte Bevölkerungsgruppen sowie für die jeweilige Gruppe am besten geeignete Stakeholder oder Multiplikator:innen (S. 27ff). Die Verbraucherzentralen und der vzbv werden nicht unter geeigneten Stakeholdern aufgeführt. Die 16 Verbraucherzentralen und der vzbv setzen jedoch seit Jahrzehnten auf Landesebene und bundesweit zielgruppenspezifische Maßnahmen zur Stärkung der Finanzkompetenz um.¹⁰

DER VZBV FORDERT

Die Verbraucherzentralen und der vzbv müssen mit ihrer Erfahrung in der unabhängigen und zielgruppenspezifischen Verbraucherbildung systematisch Berücksichtigung als Stakeholder finden.

⁹ Verbraucherzentrale Bundesverband (2024): Wie funktioniert der Materialkompass? <https://www.verbraucherbildung.de/materialkompass/wie-funktioniert-der-materialkompass> (07.10.2024)

¹⁰ Eine Datenbank mit Bildungsangeboten der Verbraucherzentralen für verschiedene Zielgruppen findet sich hier: <https://www.verbraucherzentrale.de/bildungsangebote/finanzen-und-verbraucherrecht> (09.10.2024)

3.4 Junge Menschen stärken

Der Vorschlag der OECD merkt an, dass es „einen formellen und dauerhaften Dialog zwischen den zuständigen Bundes- und Länderbehörden“ geben sollte, zum Beispiel auf Ebene der Kultusministerkonferenz (S. 30). Dies unterstützt der vzbv.

Dies ist insbesondere wichtig mit Blick auf junge Menschen, die als relevante Zielgruppe identifiziert wurden. Um junge Menschen unabhängig von ihrer sozialen Herkunft zu erreichen, muss die Finanzbildungsstrategie den Lernort Schule und somit auch die Kultusministerien aller Bundesländer einbeziehen. Damit Finanzbildung als Teil einer umfassenden Verbraucherbildung systematisch in der Schule verankert wird, braucht es verbindliche Vorgaben auf Landesebene und eine Einbindung in die Lehrpläne. Eine Grundlage gibt es hierfür bereits: die Empfehlung „Verbraucherbildung an Schulen“ der Kultusministerkonferenz¹¹, die auch finanzielle Bildung umfasst. Hier muss die Finanzbildungsstrategie ansetzen.

DER VZBV FORDERT

Die nationale Finanzbildungsstrategie muss darlegen, wie und auf welcher Basis Bund und Länder zusammenarbeiten, um junge Menschen an Schulen mit einer unabhängigen Finanzbildung zu erreichen.

3.5 Schulische Finanzbildung: Etablierte Strukturen nutzen

Zahlreiche Finanzbildungsinitiativen sind für den schulischen Bereich konzipiert. Der vzbv unterstützt den Vorschlag, den Austausch und die Koordination zu verbessern, um sicherzustellen, dass es ein inhaltlich breites Angebot gibt, das alle Bedarfe, Kompetenzen, Schularten und Altersklassen berücksichtigt.

Den Vorschlag, „ein zentrales Portal mit pädagogischen Ressourcen für Lehrkräfte“ einzurichten (S. 31), sieht der vzbv kritisch. Für schulische Bildungsmaterialien gibt es mit dem Materialkompass des vzbv bereits seit 2010 eine Plattform, die qualitätsgeprüfte Materialien zur Finanz- und Verbraucherbildung bündelt. Ein Nebeneinander öffentlich finanzierter Angebote mit derselben Zielrichtung ist nicht sinnvoll und angemessen. Finanzbildungsangebote für den schulischen Bereich sollten auch künftig über den Materialkompass geprüft und abgebildet werden.

Ein weiterer Vorschlag ist: ein „Fortbildungsprogramm für Lehrkräfte zum Thema Finanzbildung entwickeln und flexibel gestalten, damit es in allen Bundesländern umgesetzt werden kann“ (S.31). Auch dies sieht der vzbv vor dem Hintergrund von Doppelstrukturen kritisch. Mit dem Angebot „Verbraucherschule“ des vzbv gibt es zum Beispiel ein unabhängiges, öffentlich finanziertes Programm, das den Kompetenzaufbau von Lehrkräften fördert und Fortbildungen zur Finanzbildung in Zusammenarbeit mit Verbraucherzentralen und weiteren Stakeholdern umsetzt.

DER VZBV FORDERT

In der schulischen Finanz- und Verbraucherbildung bestehen unabhängige mit öffentlichen Mitteln finanzierte Strukturen und Angebote. Um Doppelstrukturen auf Kosten der Steuerzahler zu vermeiden, muss die Bundesregierung genau prüfen,

¹¹ Kultusministerkonferenz (2013): Verbraucherbildung an Schulen. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013. https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2013/2013_09_12-Verbraucherbildung.pdf (Stand: 08.10.2024)

welche etablierten Angebote es bereits gibt, die fortgeführt oder weiterentwickelt werden können.