

08. Juni 2000/MH

Infobrief 23/00

Finanzielle Allgemeinbildung, Verbraucherbildung, Budgetplanung, Forschung, Finanzberatung

Das IFF bearbeitet derzeit mit Förderung des Bundesfamilienministeriums ein Projekt zur Verbraucherbildung im Finanzbereich. Das Vorhaben wird einfließen in das Armutsbekämpfungsprogramm der Bundesregierung und soll Strategien entwickeln, wie potenziell armutsauslösende Mechanismen im Finanzdienstleistungsbereich durch Befähigung der Haushalte zur Selbsthilfe entschärft werden können.

Finanzielle Allgemeinbildung - Steigende Anforderungen an Privathaushalte

Die Anforderungen an das Wissen und die Fähigkeiten der Privathaushalte zum Umgang mit Geld sind in den letzten Jahren stark angestiegen. Dabei geht es nicht nur um das klassische Haushalten mit den eigenen Einnahmen und Ausgaben. Die flexibler gewordenen Lebenswege (Erwerbslaufbahn, Familiensituationen etc.) mit den sich daraus ergebenden Bedürfnissen nach Finanzdienstleistungen, die Vielfalt neuer und komplexer Finanzprodukte und der zugehörigen Vertriebsstrategien der Anbieter haben dies ebenso mit ausgelöst wie die zunehmend notwendige Ergänzung staatlicher Versorgungssysteme durch privatwirtschaftlich organisierte Instrumente (z.B. Altersvorsorge).

Insgesamt ist der Wissensstand der breiten Bevölkerung in Finanzfragen schlecht. Belege dafür finden sich beispielsweise in den Erfahrungen der Verbraucherberatung, den steigenden Ver- und Überschuldungsraten und im Unwesen am Grauen Kapitalmarkt, wo gewiefte oder kriminelle Anbieter auf meist unvorbereitete Nachfrager treffen. Nicht selten kennt heute ein Durchschnittsverbraucher kaum den Unterschied zwischen einer Risiko- und einer Kapitallebensversicherung.

Finanzielle Allgemeinbildung als Grundlage für die souveräne Marktteilnahme

Damit ein Privathaushalt in einem durch selbständige Entscheidungen geprägten modernen Wirtschaftsleben seine finanziellen Ressourcen optimal einsetzen kann, muss er über grundlegendes Wissen und über Fähigkeiten verfügen, welche mit dem Begriff der Finanziellen Allgemeinbildung beschrieben werden können¹.

Finanzielle Allgemeinbildung beinhaltet alles an Wissen und Fähigkeiten, was notwendig ist, um informierte Entscheidungen über die effektive Nutzung von Finanzdienstleistungen zu treffen. Insbesondere sind hier zu nennen:

- Fähigkeiten zur Analyse der eigenen Finanzdienstleistungsbedürfnisse (Zahlungsverkehr, Alters- und Risikovorsorge, Wohnen etc.)
- Budgetanalyse und –planung (Einnahmen und Ausgaben)
- Kenntnisse über Produkte und Anbieter im Finanzdienstleistungsbereich
- Diverse Grundfähigkeiten im finanzmathematischen Bereich (z.B. Autokauf: Händlerrabatt vergleichen mit zinsgünstigem Kredit), zur Entwicklung von kurz- und langfristigen Strategien oder zur Interpretation von Produktinformationen.

Das Problem trifft nicht nur untere Einkommensschichten sondern häufig auch Personenkreise mit mittlerem und höherem Einkommen, die erst durch diese Mittel bedingt vor der Frage der Nutzung bestimmter Finanzdienstleistungsprodukte stehen (z.B. Baufinanzierung).

Projektthemen

a) Inhalt und Mechanismen der Finanziellen Allgemeinbildung

Welches Wissen und welche Fähigkeiten gehören heute zur unverzichtbaren finanziellen Allgemeinbildung?

Wie funktionieren die Bildungs- und Lernprozesse in diesem Bereich und wie wird der Schritt von der Bildung zur Anwendung gesichert?

b) Bildungsniveau und Trendentwicklung

Wie hoch ist das Bildungsniveau verschiedener Bevölkerungsgruppen?

Welche Faktoren (z.B. neuartige Lebenssituationen und Biographien, komplexere Finanzdienstleistungsprodukte oder Vertriebsstrategien der Anbieter) bedingen die zunehmende Komplexität wirtschaftlicher Entscheidungen und wie werden diese sich in Zukunft entwickeln?

c) Bildungskanäle und -angebote

Wo wird finanzielle Allgemeinbildung vermittelt (Bildungssektor, Medien, Anbieter, unabhängige Beratungsorganisationen, freie Finanzberater)?

¹ Im angelsächsischen Raum wird dies unter dem drastischeren Begriff „Financial Illiteracy“ (Finanzielles Analphabetentum) oder auch der Bezeichnung „Economic Literacy“ diskutiert

Welche Inhalte, Kommunikationsstrategien und Zielgruppen haben diese Bildungskanäle?

d) Strategien von Finanzdienstleistungsunternehmen

Ausgehend von der These, dass der größte Teil der finanziellen Allgemeinbildung heute durch die Finanzdienstleistungsunternehmen selbst vermittelt wird, sollen diese eine näheren Betrachtung unterzogen werden:

Wie sind neue Vertriebs- und Marketingkonzepte im Hinblick auf die finanzielle Allgemeinbildung zu beurteilen?

Welche Betreuungskonzepte und Informationsangebote bieten die Finanzdienstleistungsunternehmen?

Projektziele

Aufbauend auf der Beantwortung der oben genannten Fragen sollen zwischen November 1999 und April 2001 drei durchgeplante und umsetzungsreife Pilotaktionen konzipiert werden. Die Vorhaben sollen sehr unterschiedliche problemnahe Ansätze verfolgen und in Kooperation mit verschiedenen Projektpartnern aus den Bereichen Medien, Anbieter und unabhängige Organisationen entwickelt werden.

In einem zweiten Schritt werden die Pilotaktionen gemeinsam mit den Kooperationspartnern umgesetzt und getestet. Diese Erprobungs- und Ergebnissicherungsphase wird sich über weitere 18 Monate erstrecken. Ziel ist es, die Modellprojekte so weit zu etablieren, dass sie anschließend eigenfinanziert fortbestehen, von anderen Anbietern übernommen werden und sich so dauerhaft am Markt verankern können.

Ansprechpartner im IFF: Martin Jung