

# infobrief 40/03

**Donnerstag, 11. Dezember 2003 UR**

---

## **Kanon der finanziellen Allgemeinbildung: Spiegel-Kanon, Wiederholung oder Meisterwerk? Zum Commerzbank-Ideenlabor**

### **Finanzielle Allgemeinbildung aus der Sicht einer Bank**

Die Commerzbank hat mit dem Kanon der finanziellen Allgemeinbildung in ihrem Ideenlabor eine Schrift vorgelegt, die das wichtige Thema der Vermittlung von Finanzwissen in der Bevölkerung aufgreift und für Anbieter keineswegs selbstverständlich über die Ansätze des Finanzmarketings hinaus sich dabei ausdrücklich dem Postulat der Allgemeinbildung verpflichtet. Aus dem traditionellen Produktwissen, das jede Bank im Rahmen des Marketing gern bei ihren potentiellen Kunden verankern und vorfinden würde, damit ihre Produkte gekauft, ihre Beratung und Information minimiert werden kann, ist der größere Anspruch geworden, insgesamt mit Finanzdienstleistungen umgehen zu können.

Damit ist die Commerzbank noch keineswegs zur Bildungseinrichtung geworden. Nach wie vor handelt sie als Wettbewerber und nicht als Vertreter des Gemeinwohls mit dem Interesse der Kundenakquisition und der Kundenzufriedenheit. Dass die Interessen Einzelner dabei durchaus die Interessen der Gesamtheit treffen können, ist dabei seit Adam Smith berühmter Parabel bekannt. Nur ist es erforderlich, dieses Interesse deutlich zu machen, was leider bisher nicht in ausreichendem Maße der Fall ist.

Insoweit kann eine informierte Vermutung geäußert werden. Die Commerzbank hat erkannt, dass die Zukunft des Bankgeschäftes in der Beratung nicht nur der besseren Kundschaft liegt. Die Erfolge der Strukturvertriebe haben gezeigt, dass die Produkte sogar in den Hintergrund treten können. In diesem Wettbewerb haben die Banken mit ihrem hohen Kostenapparat und ihrem relativ teuren Personal insofern einen Wettbewerbsnachteil, als sie unmittelbar nach Ort, Zeit und Aufwand der Beratung mit solchen Wettbewerbern verglichen werden. Der Vorteil einer Bank liegt in der größeren Seriosität, dem höheren Wissen ihrer Mitarbeiter sowie dem kollektiven Wissen, das sie aus der Erfahrung mit einer Vielzahl von Finanzdienstleistungsverläufen über längere Zeiträume sammelt.

Dieser komparative Vorteil kann sich aber nur dann entwickeln, wenn die Verbraucher auch in der Lage sind, solche Vorteile überhaupt zu erkennen. Bei dem aktuellen finanziellen Bildungsniveau über alle Schichten hinweg in der Bevölkerung ist dies aber nur in geringem Maße wahrscheinlich. Die Einfalt der Produkte in Deutschland, der unkritische Zulauf zu Kapitallebensversicherung und Bausparen, die Akzeptanz von inflexiblen Kreditkonstruktionen sowie die Informationsangebote einiger populärer Zeitschriften auf dem Internet lassen vermuten, dass qualitative bessere Beratungsangebote sich gegenüber den Kostenargumenten kaum werden

/...2

durchsetzen können. Dies kann nur geändert werden, wenn sich das Bildungsniveau der Bevölkerung insgesamt erhöht. Insoweit hat die Commerzbank ein eigenes Interesse an der vom **iff** für deutsche Verhältnisse übersetzten Idee der finanziellen Allgemeinbildung.

Allerdings ergeben sich daraus auch Restriktionen: anbieterkritische Elemente gehören nicht unbedingt in diesen Interessenkanon. Auch alternative Angebote zu den Finanzdienstleistungen aus der Hauswirtschaft dürften weniger Aufmerksamkeit erhalten. Schließlich dürfte die Investition einer Bank in finanzielle Allgemeinbildung auch kaum dazu führen, das Produktangebot aller Banken und damit auch dieses Anbieters prinzipiell infrage zu stellen und zu kritisieren. Eine Veränderung des Anbieterverhaltens durch Verbrauchermacht, die durch kritische Information generiert wird, ist nicht Teil des Interesses und wie sich im Folgenden zeigt, auch nicht Teil der vorgelegten Analyse.

Dabei ist das **iff** in der etwas problematischen Lage, einen Text zu kommentieren, der sich weitgehend auf seine Arbeiten stützt, sie jedoch relativ einseitig interpretiert.

## **Das Memorandum und das Konzept der „finanziellen Allgemeinbildung“**

### **Die Thematische Übernahme des Konzeptes**

Das Ideenlabor lehnt sich in seinem Konzept überwiegend an die Begrifflichkeit des **iff**-Projekts zur „**Finanziellen Allgemeinbildung**“ an. (Reifner, Finanzielle Allgemeinbildung, Nomos Baden-Baden 2003) Dies gilt nicht nur für den allgemeinen Begriff sondern auch für die einzelnen Strukturelemente. Auch wenn man solche im Einzelnen nicht ausgewiesene Übernahmen etwas unbehaglich findet, so bedeutet dies doch Anerkennung und Popularität. Insbesondere wird der wichtige Unterschied zum Konzept des US-amerikanischen Financial Literacy („finanzielle Alphabetisierung“) begrifflich aufgenommen, der das vermittelnde Wissen nicht in Analogie zum Alphabet objektiv fasst und der Kritik entzieht sondern zur Aufgabe erklärt. Was wir wissen sollen, bleibt unsicher und einem Prozess kritischer Hinterfragung erhalten, wie es emanzipatorische Bildung zum mündigen Verbraucher verlangt.

Damit wird auch den Konzepten der „finanziellen Grundbildung“, der „Finanzbildung“, der „Erziehung zu rationellem Haushalten“ sowie der „ökonomischen Bildung“ zumindest dort begrifflich wie im benutzten Projekt die „Allgemeinbildung“ zu „Finanzdienstleistungen“ gegenübergestellt. Finanzielle Allgemeinbildung versteht die Erziehung zum rationalen Haushalten der Verbraucher als integrierten Aspekt einer intelligenten, anbieter- wie selbstkritischen Nutzung von Finanzdienstleistungen. Wer in der Lage ist, so die These, Finanzdienstleistungen intelligent und produktiv zu nutzen, der muss dazu sparsam und rational mit seinen eigenen Finanzen umgehen können. Er wird dafür durch die entsprechenden Kosteneinsparungen und Liquidität belohnt.

Finanzielle Allgemeinbildung ist aber auch keine primär berufliche Bildung, wie sie in den Forderungen nach mehr ökonomischer Bildung an Schulen dominiert. Indem Gegenstände, Kritik und Methodik der Verbrauchersphäre entnommen werden, wird am unmittelbaren Eigeninteresse der Menschen und dem Nutzen in ihrer Privatsphäre angeknüpft. Untersuchungen in den USA haben ergeben, dass damit die berufliche Qualifikation automatisch mit wächst und von der höheren Motivation und Verstehbarkeit profitiert.

/...3

Im Einzelnen übernimmt das Papier dann auch die strukturellen Einteilungen zu Finanzdienstleistungen. Finanzdienstleistung als Geldtransport in zeitlicher (Kredit, Anlage, Versicherung) und örtlicher (Zahlungsverkehr) Hinsicht sowie als Risikoallokation (Versicherung, Anlage und Kredit) wird auf diese vier Bereiche beschränkt. Auch das Phasenmodell des **iff**, das die Finanzdienstleistungsbeziehung unabhängig vom Produktbereich in Anbahnung, Abschluss, Anpassung und Auflösung (S. 26) zerlegt, findet sich hier wieder. Schließlich übernimmt das Papier auch die Einteilung der Anbieter von Bildung im Finanzdienstleistungsbereich in fünf große Gruppen wie Schule, Medien, Verbände, Schuldner- und Sozialberatung. Bei der Art des zu organisierenden Lernprozesses werden die Konzepte der Problemorientierung des Lernprozesses, des lebenslangen Lernens und der Ansatz an Informations- und Beratungsbedarf übernommen. Didaktisch findet sich auch das Konzept der einfachen Heuristiken für die finanzielle Allgemeinbildung wieder, mit dem statt eines komplexen Wissens über Mechanismen und Produkte bestimmte Verhaltensweisen positiv beeinflusst werden können. Auch die Ersetzung des Konzeptes der Vermögensbildung und Renditeorientierung durch eine liquiditätsorientierte Betrachtungsweise, die den täglichen Finanzproblemen näher steht wird übernommen. Das **iff** folgte dabei dem Übergang in der Industrie von der Bilanz- zur Cash-flow-Analyse und der Einsicht, dass im Alltag der überwiegenden Mehrheit der Verbraucher die Sorgen über das tatsächlich verfügbare Geld für die jeweils notwendigen Konsumausgaben die Freude über das Ersparte überwiegen.

Entsprechend wird auch die Anpassungsnotwendigkeit von Finanzdienstleistungen an wechselnde Lebensverhältnisse in den Vordergrund gestellt, wenngleich hier der erheblich höhere Anteil der Anbieter bei der Produktgestaltung in diesem Lernprozess ausgespart bleibt.

## Die Umsetzung des Konzeptes im Memorandum

Die aufgestellten Thesen sind naturgemäß in dem Memorandum nur aufgezählt und nicht abgeleitet. Deshalb wäre es wünschenswert, wenn die Leser auf das verarbeitete Buch und die dort nachhaltiger beschriebenen Zusammenhänge hingewiesen werden könnten. Immerhin handelt es sich aber um eine im Interesse größerer Öffentlichkeit erforderliche durchaus akzeptable journalistische Aufbereitung, die der Bedeutung des Themas in der öffentlichen Diskussion zugute kommen könnte.

Leider zeigt das Papier aber, dass es nur formal, nicht aber dort, wo es um politische Umsetzung und exemplarische Konkretisierung geht, das Konzept der finanziellen Allgemeinbildung verfolgt.

### Wer lernt?

Das Grundkonzept der finanziellen Allgemeinbildung in den Forschungen am **iff** war die Definition von **finanzieller Bildung als wechselseitigem Prozess** zwischen Anbieter und Verbraucherseite. Nicht nur die Verbraucher, sondern auch die Unternehmen brauchen Bildung, wie dies in dem Artikel „Im Finanzdschungel“ in der Zeit vom 06.11.2003, S. 28 zutreffend zitiert wurde. „Welchen Sinn hat es“, so Mantseris, „wenn nicht einmal Professoren es schaffen, konsequent nach Preis und Qualitätsaspekten einzukaufen“.

Das Prinzip des gegenseitigen Lernens bedeutet nicht, dass man die Anpassungsschwierigkeiten, die den Verbrauchern bei ihren statistisch berechenbaren Risiken wie Arbeitslosigkeit, E-

/...4

hescheidung, Krankheit und ähnlichem mehr in den Finanzdienstleistungen zugemutet werden, allein zuweist und die Anbieter ausklammert. Starre Ratenkreditkonstruktionen, die schon bei Rückstand von zwei Monatsraten (und wenn der Gesetzgeber dies nicht vorschreiben würde, dann auch sofort) den Restkredit fällig stellen und damit Überschuldung provozieren, unkündbare Hypothekenkredite, die mit hohen Strafen und Vorfälligkeitsentschädigungen belastet sind, Kapitallebensversicherungen, die bei vorzeitigem Abbruch das gesamte eingezahlte Kapital einbehalten und auf Kredit verkaufte Immobilienfondsanlagen, aus denen man sein Geld nie mehr herausbekommt sowie Versicherungskündigungen in schadensgeneigten Gebieten deuten darauf hin, dass auch die abstrakt im Kanon beschriebene Anpassungsleistung der Wirtschaft gefragt ist. Auch Banken müssen lernen, was für Probleme die Verbraucher haben, wie man ihnen dabei hilft und wie die dafür angemessenen Angebote auszusehen haben. Sie dürfen nicht, worauf sich sogar einige Anbieter spezialisiert haben, die Not derjenigen durch überbeurteilte Umschuldungen und den Verkauf zusätzlicher Restschul- und Lebensversicherungen ausnutzen, die temporär in Zahlungsschwierigkeiten kommen.

Der **Sprachwirrwarr** der Anbieter, die etwa den Begriff „Nettokredit“ nach einer Untersuchung mit 16 verschiedenen Bedeutungen belegt hatten, die bei Paketfinanzierungen undurchdringliche Konsequenzen verstecken, mit Fehlbegriffen wie der „Prämie“ zur Bezeichnung von Kapitaleinzahlungen in der Kapitallebensversicherung oder Preise als „Gebühren“ quasi staatlich verobjektivieren, erhöhte Überziehungszinsen als „Provision“ bezeichnen oder eine „Bearbeitungsgebühr“ nicht am Aufwand sondern an der Höhe des Kredites oder der Anlage messen, Zinsen wie im Bausparvertrag nicht auf die Einzahlungen berechnen oder eingezahlte Beträge erst viel später zinswirksam gutschreiben können nicht durch Verbraucherbildung kompensiert werden.

Dieser Aspekt fehlt leider vollständig in dem Memorandum und bestätigt eigentlich doch die Befürchtung, dass die Anbieter der Finanzdienstleistungen sich eher als Lehrer und ihre Kunden als Schüler begreifen denn als Teil eines insgesamt lernenden Systems. Dass dies nicht nur zufällig ist, zeigt sich dann auch an der Ursachenanalyse. Hier wird nicht mehr wie in unserem Projektbericht von gefährlichen Produkten, problematischen Absatzwegen, zügellosem Gewinnstreben und ähnlichem mehr auch in einer für Anbieter noch erträglichen Art berichtet, sondern es wird dauernd auf eine „Komplexität“ der Verhältnisse verwiesen. Der Verweis auf Komplexität ist eine beliebtes Mittel, um Ursachen und Wirkung sowie Mechanismen im Dunkeln zu halten. Wenn alles so schwierig ist, dann erwartet der Leser auch keine klaren Aussagen mehr. Also reduziert sich die Notwendigkeit der finanziellen Allgemeinbildung auf eine doppelte **Komplexität**: die komplexer werdenden Finanzdienstleistungen und die komplexer werdenden Lebensverhältnisse.

### „Mehr Wissen“ oder Bildung?

Gegen diese Strategie der Verschleierung, die auch jedem emanzipatorischen Bildungsbegriff widerspricht, indem sie den Schülern „ein Gefühl der Ohnmacht“ vermittelt, weil ja die Probleme nicht mehr verortet, sondern nur noch Verhaltensweisen gelernt werden können, bei denen eine gewissen Wahrscheinlichkeit der Problemminimierung suggeriert wird, findet sich dann auch in der **rein quantitativen Betrachtungsweise von Bildung**, die die Commerzbank ja schon in ihrer Umfrage zugrunde gelegt hatte. Die Verbraucher müssen danach einfach „mehr“ wissen. Damit sind aber die im Buch „Finanzielle Allgemeinbildung“ entwickelten und hier ü-

/...5

bernommenen Instrumente der einfachen Heuristiken, der Problemorientierung und Bedürfnisorientierung gar nicht mehr sinnvoll einsetzbar. So wird dann auch in den Beispielfällen, bei denen die Inhalte der finanziellen Allgemeinbildung ohne irgendeine Ableitung bereichsspezifisch aufgezählt und doch relativ willkürlich aneinandergereiht werden, vieles von dem wieder zunichte gemacht, was im allgemeinen zutreffend postuliert wurde.

### **Vermögensmehrung oder Liquiditätssicherung?**

Auch die Orientierung an der **Ausgaben- und Einnahmenbetrachtung (Liquidität)** eines Haushaltes in spezifischer Lebenssituation wird letztlich wieder aufgegeben.

Statt einer Liquiditätsbetrachtung gibt es auf S. 31 das Leitbild der „**Optimierten Lebensrendite**“. Diese vermögensorientierte Betrachtungsweise, die per Saldo am Schluss feststellen will, ob sich das Leben finanziell gelohnt hat, führt zu grundsätzlich falschen Folgen in der Bildung, weil es vollkommen unerheblich ist, wie die Lebensrendite ist, wenn man etwa in den Jahren zwischen 30 und 35 so wenig Möglichkeiten hatte, dass man seine Kinder nicht einmal vernünftig erziehen und aufziehen konnte. Auch mit dem merkwürdigen Grundsatz „abgerechnet wird zum Schluss“ findet sich dieselbe Vermögensorientierung wieder, die für einen Großinvestor zutreffend sein mag, gerade aber für die Lebensverhältnisse der großen Masse der Verbraucher verheerend wirkt.

Es kommt eben tatsächlich auf die Liquidität in jedem Monat an und auf die in diesem Monat festzustellenden Bedürfnisse und Bedarfe. Anders als in der Finanzwirtschaft lässt sich beim Verbraucher ein verlorenes Jahr nicht durch ein gelungenes Jahr einfach kompensieren. Dies geht nur in den Köpfen von Menschen, die sich Lebenszeit nur als Laufzeit von Kapital vorstellen können, das immer nur das gleiche erzielt oder erleidet: Gewinn oder Verlust. Wenn Verbraucher ihre Bedürfnisse einmal für wenige Jahre aussetzen könnten, um dann doppelt zu konsumieren, so wie es für Investoren in der Krise beobachtet werden kann, dann hätten wir vollständig andere Marktverhältnisse und brauchten keinen Verbraucherschutz mehr. Die Verbraucher könnten damit durch kollektive Enthaltensamkeit die Anbieter ähnlich zwingen, ihnen genehme Konditionen zu bieten, wie die Anbieter das mit den Städten und Gemeinden tun, denen sie Investitionen versprechen.

Auch der Satz: „Man steht immer vor der Entscheidung, ob man **heute besser leben will oder später**“, zeigt dieses Unverständnis. Dies ist gerade nicht das Problem der Langzeitarbeitslosen. Nur wenn sie heute besser leben, d.h. Mittel zur Verfügung haben, um Bildung und Arbeit sich zu beschaffen, ohne den berühmten psychischen Knacks der Langzeitarbeitslosigkeit zu bekommen, haben sie auch die Chance, in Zukunft besser zu leben. Die Wahlentscheidung zwischen Kredit und Anlagen, wie sie die Anbieter in ihrem Investitionsverhalten vor Augen haben, gibt es eben im eigentlichen Konsumsektor nicht. Entsprechend haben ja auch 2/5 der Bevölkerung eine negative Sparquote, während sich die insgesamt doch akzeptable Sparquote von 13 % eigentlich bei den obersten Einkommen konzentriert.

Auch das Prinzip des „**terrassenförmigen Aufbaus**“ der Altersvorsorge ignoriert, dass wir es bei der Liquiditätsorientierung gerade nicht mit terrassenförmigen Lebensabläufen zu tun haben, bei denen man in der Jugend wenig und dann immer mehr zur Verfügung hat. Die modernen Lebenszyklen sind sehr schichtenspezifisch: eine akzeptable Liquidität bis 25, eine angespannte Liquidität bis 35 und dann je nach Status eine Entspannung oder eine Fortdauer

/...6

unter Schulden in den Folgejahren. Bei höheren Einkommen spielt dagegen die Erbschaft und die Ausstattung aus dem Elternhaus eine ganz wesentliche Rolle und verändert die gesamte Lebenssituation.

### **Gewinnorientierung und Nutzenorientierung – Harmonie oder Konflikt?**

Bei den Beispielsfällen wird die Einseitigkeit der Bildungskonzeption als Top-Down-Modell der lehrenden Wirtschaft noch deutlicher. „Finanzdienstleistungen sind geschäftliche Rechtskonstrukte, **keine mildtätigen Wohltaten**“, heißt es allzu platt, als ob irgendjemand in Deutschland Banken und Versicherungen Mildtätigkeit in ihrer Geschäftstätigkeit unterstellt hätte.

Weiter verkündet ein Spiegelstrich „alle Finanzdienstleistungen kosten Geld. Die Kosten gehören zu dem entscheidenden Erfolgsfaktor einer Strategie“. Hier wird kostenorientiert und nicht liquiditätsorientiert argumentiert. Wesentlich ist ja, wann Kosten anfallen und nicht nur, wie hoch sie sind.

„**Geld arbeitet immer** – entweder auf dem eigenen Konto oder bei jemand anderem“ ist ein weiterer Unsinn, der dem Gewinnstreben eine Naturgesetzlichkeit zuordnet. Dass man Kredit nur gegen Zinsen bekommt, hat etwas damit zu tun, dass man die (Früchte der) Arbeit anderer leiht und sie dafür kompensieren muss. Geld als Arbeitnehmer ist eine verschwiemelte Vorstellung der Kapitaleigner, die damit etwas ungeschickt die Vorwürfe vom arbeitsfreien Einkommen aus der linken wie rechten Szene abwehren möchten.

Diese Plattitüden sind keine einfachen Heuristiken, sondern einfach falsche Aussagen, die falsche Vorstellungen verewigen. Wenn damit gemeint ist, dass man mit Geld mehr Geld erwirtschaften kann, (was ja durchaus nicht impliziert, dass das Geld selber arbeitet), so sollte der Verbraucher auch begreifen, dass ihm dies in der Regel in der eigenen Hauswirtschaft verwehrt ist. Zudem fressen bei geringem Einkommen in der Regel die minimalen Erträge die Kosten des Sparens auf.

Die eigentliche Frage ist ja nicht, ob Finanzdienstleistungen Geld kosten, sondern wie viel Geld sie kosten und wann dieses Geld bezahlt werden muss. Im Übrigen müsste auch vermittelt werden, warum der Satz nicht einmal empirisch stimmt, wenn sog. kostenlose Girokonten und kostenfreie Kreditkarten etc. angeboten werden. Kostenfreie Finanzdienstleistungen sind es nämlich dann, wenn man sich die Finanzdienste nicht von einem kommerziellen Anbieter, sondern z.B. vom Sozialamt, von der Wohngeldstelle, oder aber auch in der Familie holt.

Damit reduziert sich die scheinbar wichtige Wahrheit darauf, dass die Erwerbswirtschaft Erwerb erwirtschaften will. Gerade eine finanzielle Allgemeinbildung muss aber den Bürgern vermitteln, dass Finanzdienstleister nur Dienste leisten und nicht das Monopol der Problembewältigung haben. Statt eine private Altersvorsorge abzuschließen, so hat das **iff** ausführlich in dem im Vorwort des Memorandums vom Präsidenten der Bertelsmann-Stiftung zitierten Forschungsprojekt für die Stiftung dargelegt, kann man auch dafür sorgen, dass die Kinder eine gute Ausbildung haben und das Verhältnis in der Familie so ist, dass man auf deren Hilfe im Alter zählen kann, man kann auch sein Haus pflegen oder dafür sorgen, dass man auch nach 65 noch bildungsmäßig und gesundheitlich in der Lage ist, eigenes Einkommen zu erzielen. Die Illusion, Finanzdienstleistungen lösten alle Probleme, gehört, wie auch in diesem Kanon unterschwellig mitschwingt, in eine Marketingstrategie und ist keine Wahrheit.

/...7

Die Anzahl der überflüssigen Versicherungen ist, will man den Vertretern des Bundes der Versicherer glauben, beinahe ebenso hoch wie die Anzahl der notwendigen Versicherungen. Man braucht sich nur die Restschuldversicherungen bei den Krediten anzuschauen, die im wesentlichen weit überteuert Unsinn für die Verbraucher sind und von dem die Anbieter behaupten, sie würden alle freiwillig und nutzengerecht abgeschlossen.

### **Produktempfehlung oder Vermittlung sozialer Kompetenz**

Solche immanente Problemsichtweise findet sich dann auch in dem Satz, dass ein zu „**illiquid**“ **angelegtes Vermögen** ein finanzielles Risiko darstellt. Nicht das angelegte Vermögen ist ein finanzielles Risiko, sondern man hat ein Lebensrisiko, bei dem das eigene Vermögen nutzlos bleibt, weil man nicht zugreifen kann. Tatsächlich ist illiquide angelegtes Vermögen ja immer finanziell viel versprechend, wie auch an anderer Stelle richtig bemerkt wird.

Gänzlich missverstanden ist die Liquiditätsbetrachtung auch dort, wo die gute alte Haushaltsberatung als eigenständiger Ansatz wieder auftaucht. Dort heißt es dann: „**Gebe ich nur so viel aus, wie ich einnehme?**“ Als Inhalt heißt es dann: „**Überschüsse** können entweder für Konsum oder für Vermögensbildung genutzt werden.“ Wenn der Satz stimmen würde, bräuchten wir gerade keine Finanzdienstleistungen. Es entspricht der Entwicklung im modernen Konsum, dass man immer größere Vorleistungspflichten bei langjährigen Konsumgütern aufgebürdet bekommt, die finanziert werden müssen. Um ein Auto die erste Stunde nutzen zu können, muss ich es ganz als Eigentum erwerben und damit die Nutzung der folgenden Tausende von Stunden mitbezahlen.

Noch schlimmer wird es aber dort, wo dann entgegen der Philosophie der Problemorientierung dann doch wieder Produktorientierung aufschimmert. „**Zu jedem unverzinsten Girokonto gehört ein Tagesgeldkonto** oder zumindest ein Sparbuch. Dorthin sollte im Prinzip alles Geld überwiesen werden, das nicht in den nächsten Tagen gebraucht wird.“ Das Tagesgeldkonto wird dann auch noch einmal angepriesen, um jährliche Zahlungen anzusparen.

Es wird zunächst sachlich außer Acht gelassen, dass Tagesgeldkonten sich erst bei Mindesteinzahlungen rentieren und damit eine Schicht angesprochen wird, die mit der Liquiditätsorientierung nur noch wenig zu tun hat, weil sie immer ausreichendes Vermögen für Liquiditätsengpässe bereit hält und gerade nicht die Probleme der Hälfte der Bevölkerung haben, Einkommen und Ausgaben genau aufeinander abstimmen zu müssen. Im Übrigen sollte finanzielle Allgemeinbildung keine konkreten Anlageempfehlungen enthalten, die die Produkte nicht zugleich miterklären. Sonst kann sich jeder Anbieter leicht mit einem ganz anders gearteten aber gleich benannten Produkt auf diese Bildung berufen.

Auch die Information zur ec- und Kreditkarte geht am Wesentlichen, nämlich der Gebührenfrage vorbei. Warum man immer die ec-Karte nutzen soll und nicht die Kreditkarte, von denen man „maximal zwei“ haben soll — dieser Rat ist sogar falsch, weil die zweite Karte meist überflüssig und gefährlich ist! —, bleibt im Dunkeln. Tatsächlich ist ja die Zahlung mit Kreditkarten, wie es die Commerzbank in ihrer Wissensumfrage noch als richtige Antwort voraussetzte, in vielen Fällen (natürlich nicht in allen, wie dort angenommen wurde) dadurch billiger, als die Zahlung mit ec-Karte, dass ein kostenloser Stundungskredit gewährt wird. Eine Online-Bank bietet im Übrigen sogar eine kostenfreie Abhebung mit der Kreditkarte bei sich sowie für 12 freie Abhebungen im Jahr im In- wie im Ausland an. Diese Karte ist der EC-Karte daher weit

/...8

überlegen. Es ist gefährlich, Produkte zu empfehlen, deren Gestaltung dem freien Spiel der Anbieter überlassen bleibt. Hier erweisen sich die Kenntnismängel der Autoren als falsche Lerninhalte und da wird es dann gefährlich.

### **Zugang, Transparenz und soziale Verantwortung – Würde der Verbraucherschutz vergessen?**

Besonders bedauerlich ist auch, dass die Autoren in ihrer populären Version der finanziellen Allgemeinbildung das vom **iff** in diesem Buch ebenso wie in der eingangs zitierten Bertelsmann-Studie entwickelte **SALIS-Modell** wieder auf das traditionelle dem Marketing der Anbieterseite entstammende Renditemodell reduziert haben. Sie wollen nur ein Dreieck der Faktoren **Rendite, Risiko und Liquidität** in Betracht ziehen und lassen damit die Buchstaben A und das letzte S raus, die in unserer Konzeption für „Access“, d.h. Zugänglichkeit und Transparenz sowie S für „Social Responsibility“ stehen. Mit der Zugänglichkeit und der Transparenz wird gerade darauf hingewiesen, dass es Finanzdienstleistungen nicht an sich gibt, sondern dass sie heute schichtenspezifisch wirken. Die nach Einkommen gestaffelten Zinssätze von Citibank gehören ebenso dazu, wie die dort angesprochenen Tagesgeldkonten und die Festgeldkonten, die Mindesteinlagen verlangen. Auch in der privaten Altersvorsorge sind die Mindestanlagen und Mindeststraten inzwischen üblich und die Gruppenspezifika der Versicherungen ist jedem Autofahrer bekannt.

Der Life-Time-Value, mit dem Verbraucher klassifiziert und „bepreist“ werden, schafft ihm nur noch Zugang zu dem Produkt, das er nach Auffassung der Anbieter „verdient“. Dass damit Verbraucher ungerecht behandelt und als Gefangene ihrer Gruppe bestraft werden, ist in unserem Buch dargelegt. Man sollte dieses Access-Element sehr ernst nehmen, denn auf ihm beruht inzwischen eine ganze Bewegung in den angelsächsischen Ländern, die den „equal access“ zum Hauptproblem der Finanzdienstleistung gemacht hat. Haben die Autoren das „vergessen“?

Zum Access gehört natürlich auch **Beratung und Transparenz**, d.h. inwieweit ich an das Produkt und das Produkt an meine Lebensverhältnisse durch die Bank herangeführt werde. Genauso wie der zu groß geratene Anzug mit nichts nützt, brauche ich bei angepassten Finanzdienstleistungen eine Maßschneiderei, die sich in Beratung und Flexibilität niederschlägt. Dieses ist für die Auswahlentscheidung der Verbraucher wichtiger geworden als die Rendite. Ihr ist der gesamte rechtliche Verbraucherschutz gewidmet, weshalb wir sie auch an die zweite Stelle im SALIS-Konzept gesetzt haben.

Traurig ist auch, dass die fünfte Komponente, die „**Social Responsibility**“ vollständig weglassen wurde. Dabei geht es nicht nur darum, dass der Verbraucher sich auch darum kümmern muss, was mit dem angelegten und der Bank oder dem Investor anvertrauten Geld tatsächlich passiert, wo es investiert wird, und ob es für Kriegswaffen oder ähnliches oder für Stadtentwicklung und Produktivität benutzt wird. Wenn der Gesetzgeber in Brüssel und Berlin bei den Pensionsfonds jetzt vorschreibt, dass die ethischen Zielsetzungen ausgewiesen werden müssen, dann kann man dies auch in der Produktanalyse nicht mehr ignorieren. Es gehört zum integrierten Bestandteil finanzieller Allgemeinbildung, dass der Verbraucher sein Geld nicht mehr einfach irgendwo abgibt, sondern sich dafür interessiert, was damit Gutes oder Schreckliches passiert.

/...9

Aber das Prinzip der „Social Responsibility“ hat auch eine ganz andere Komponente, die auch für Kredite wichtig ist. Inwieweit sind Anbieter bereit und zeigen in ihren Produktgestaltungen, dass sie soziale Verantwortung übernehmen. Dabei geht es etwa bei den Pensionfonds darum, Beitragsprobleme aus Arbeitslosigkeit und Unfällen abzufedern, bei den Rentenversicherungen darum, den vorzeitigen unverschuldeten Abbruch sozial gerechter zu gestalten oder bei Krediten Familienbürgschaften nur so einzusetzen, dass daraus nicht eine Zerstörung weiterer Familienangehöriger erfolgt. „Social Responsibility“ als eine interne Ethik eines Produktes ist ein ganz wichtiger Faktor, der in der finanziellen Allgemeinbildung wichtig ist, um den notwendigen wechselseitigen Lernprozess zwischen Verbrauchern und Anbietern auch mit Nachdruck zu versehen.

## Fazit

Die Verfasser und die Commerzbank haben sich auf ein Gebiet begeben, dass zunehmende und vor allen Dingen auch wissenschaftliche Beachtung verlangt. Sie haben das Konzept der finanziellen Allgemeinbildung, wie es im **iff** entwickelt wurde, in einigen allgemeinen Thesen und vor allem in der Begrifflichkeit scheinbar übernommen. Die Umsetzung zeigt dann aber doch eher, dass alt hergebrachte Vorstellungen der „financial literacy“ beibehalten wurden, in der die Anbieter, die Lehrer, die Verbraucher, die Schüler, die Produkte feststehen und ihr ABC gelernt werden muss, Verbraucher nur „mehr“ wissen müssen und ihre soziale Kompetenz, ihre kritische Distanz sowie ihr Engagement zur Veränderung des Angebotes nicht gefragt sind, letztlich Finanzdienstleistungen als Investitionsformen zur Vermögensbildung statt als Liquiditätssicherung zur Lebenshaltung missverstanden werden und statt auf Ursachen und Entwicklungen einzugehen mit dem Komplexitätsetikett die Geldwirtschaft einer undurchdringlichen und kaum veränderbaren Naturgesetzlichkeit zugeordnet wird.

Das Memorandum ist eine Diskussionsaufforderung. Ebenso wie es sich dabei um einen bezahlten Auftrag handelt, ebenso sollte die Anbieterseite verstehen, dass die weitere Forschung und Entwicklung hierfür Ressourcen braucht, die angesichts der staatlichen leeren Kassen zurzeit kaum Ressourcen hat. Die Anbieter neben den Verbrauchern und der Allgemeinheit ein wichtiges Interesse an finanzieller Allgemeinbildung. Die Kosten ihrer Fortentwicklung sind letztlich auch Kosten der Marktwirtschaft selber. Statt mit Bankstiftungen und Banksponsoring nur Kunstausstellungen, Sport, Broschüren und Schülerwirtschaftszeitungen zu finanzieren, sollte auch die unabhängige Forschung zur finanziellen Allgemeinbildung einbezogen werden.

Wenn die Commerzbank hier weiter in diesem Bereich aktiv ist, wird sie für die Qualität ihrer Arbeit, ihr öffentliches Ansehen, ihre Alleinstellungsmöglichkeiten sowie die Nachhaltigkeit ihrer Politik Gewinn erzielen können.

Ein Kanon verspricht die Zusammenführung vieler Meinungen, Ansätze und Erkenntnisse oder Methoden. Er impliziert etwas Abschließendes. Dies ist das vorgelegte Papier keineswegs. In der Musik bezeichnet er auch die versetzte Wiederholung auf der Grundlage eines immer wiederkehrenden Themas, wie sie Pachelbel unnachahmlich gestaltet hat. Es ist eine Art vorge-täuschte Polyphonie, die anders als in der Fuge sich nicht öffnet und daher auch nicht weiter führt. Der Weg von Pachelbel zu Bach sollte der finanziellen Allgemeinbildung eröffnet werden. Von den nachfolgenden zehn Punkten jedenfalls erfüllt der Kanon bisher erst zwei.

/...10

## Zehn Punkte zur Finanziellen Allgemeinbildung

1. **Finanzielle Allgemeinbildung** ist die kritische und an den Bedürfnissen der Nutzer orientierte Vermittlung von Allgemeinwissen, Verständnis und sozialer Handlungskompetenz im Umgang mit auf Kreditmöglichkeiten aufgebauten Finanzdienstleistungen, die die Menschen außerhalb ihrer beruflichen Sphäre für sich selber benutzen, um Einkommen und Ausgaben, Arbeit und Konsum während ihrer Lebenszeit sinnvoll miteinander zu verbinden.
2. Der Bildungsprozess geht davon aus, dass der zu bildende Bürger als **mündiger Verbraucher** eine aktive Rolle bei der Nutzung der Möglichkeiten einer Geldwirtschaft besitzt und mit dafür verantwortlich ist, dass die Wirtschaft demokratische Chancen in einem transparenten Wettbewerb eröffnet.

Die Bildung soll dazu dienen, die Verbraucher dazu zu befähigen, ihre Verantwortung in und für die Wirtschaft wahrzunehmen, indem sie darauf einwirken, dass die Wirtschaft mit ihren Finanzdienstleistungen zur produktiven Lebens- und Krisengestaltung beiträgt, so dass die Effektivität des Verbraucherrechts und ethisch verantwortliches Handeln wichtige Lernziele sind.

3. Finanzielle Allgemeinbildung ist ein **wechselseitiger Lernprozess**.  
Nicht nur die Verbraucher, sondern auch die Anbieter lernen in diesem Prozess. Deshalb ist er als ein Kommunikationsprozess zu organisieren, der die Aspekte der Wirtschaftlichkeit mit den Aspekten der Nützlichkeit der Finanzdienstleistungen verbindet.
4. Finanzielle Allgemeinbildung muss **gruppen-** und **situationsspezifisch** entwickelt werden.

Im Mittelpunkt stehen Haushalte mit spezifischen Einkommens- und Verbrauchsmustern sowie in bestimmten Lebenssituationen, die mit Hilfe von Finanzdienstleistungen mit ihrem laufenden Einkommen die laufenden Ausgaben für sich und ihre Familie bestreiten müssen. Sie brauchen transferierbares Wissen und Kompetenzen und keine allgemeinen Belehrungen. Anbieter müssen dabei lernen, geeignete Finanzdienstleistungen zu entwickeln, die angemessen, transparent, verständlich und angepasst mit der notwendigen Beratung verbunden sind.

5. Die Inhalte zur finanziellen Allgemeinbildung stellen ein öffentliches Bildungsgut dar, das nach den Prinzipien der Unabhängigkeit von Wissenschaft und Forschung entwickelt werden sollte.

Anbieter haben eigene Interessen und Denkweisen in der durch ihre Werbung vorgeprägten ökonomischen Bildung. Sie sollten daher unabhängige Wissenschaft betrauen und die Verbraucherverbände sowie den Bildungssektor an der Arbeit beteiligen, um die Nachhaltigkeit ihrer Bestrebungen zu gewährleisten. Forschungen im Auftrag der Anbieter sind notwendig, Auftragsforschung, die die Ergebnisse festlegt, dagegen nicht.

6. Finanzielle Allgemeinbildung verlangt **qualitative Inhalte und qualitatives Lernen**.  
Quantitative Angaben zur Häufigkeit der Probleme, des (Un-)Wissens oder zur Komplexität der Materie sind weder sinnvoll noch möglich in einem Bildungsprozess, der das zu Erlernende am Gegenstand der Finanzdienstleistungen erst entwickelt.

/...11

7. Finanzielle Allgemeinbildung vermittelt **kritisches Bewusstsein** darüber, wie Finanzdienstleistungen auf die spezifische Haushaltslage einer Familie einwirken.
8. Weder Gestaltung noch Kosten und Belastungen der Finanzdienstleistungen stehen fest. Es gibt zudem Alternativen zu kommerziellen Finanzdienstleistungsangeboten im öffentlichen Bereich ebenso wie bei Eigenarbeit und Eigenvorsorge sowie Alternativen bei Finanzdienstleistungen, die situationsgerechter gestaltet sein könnten. Finanzielle Allgemeinbildung umfasst alle Dimensionen der Nutzung von Kapital durch private Haushalte zu Konsumzwecken.

Zur Bewertung von Finanzdienstleistungen muss das traditionelle Dreieck von Rendite, Liquidität und Risiko zu einem **Fünfeck von Sicherheit, Zugang, Liquidität, Rendite und sozialer Verantwortlichkeit („SALIS“)** ergänzt werden.

Der Zugang zum Produkt muss für alle davon Angesprochenen durch nicht diskriminierende Bereitstellung sowie durch Transparenz und Beratung zu dem beworbenen Produkt sichergestellt sein. Dies ist eine wichtige Qualität der Finanzdienstleistung. Auch die Herausforderung der Zukunft, dass der Einzelne nicht mehr allein, sondern nur durch gemeinsame Anstrengung die Rahmenbedingungen seines Konsums verbessern kann, sind auch in der am Kriterium der sozialen Verantwortlichkeit orientierten Produktevaluation kenntlich zu machen.

9. Finanzielle Allgemeinbildung orientiert sich an den **Handlungs- und Informationsinteressen der Lernenden**.

Der Bildungsprozess erfolgt dort, wo das Wissen über Finanzdienstleistungen in Schule, Ausbildung und häuslicher Praxis unmittelbar abgefragt, relevant oder bereits direkt oder indirekt vermittelt wird. Es bedarf keines besonderen Faches in der Schule, keines Bildungsganges Finanzdienstleistungen in der Weiter- bzw. Erwachsenenbildung. Bildung findet überall dort statt, wo über Finanzdienstleistungen informiert wird, sei es im Mathematikunterricht der Schule bei der Zinsrechnung, am Bankschalter oder in der Werbung, sei es in der Finanz- oder Schuldnerberatung, bei der Berichterstattung in den Medien oder in Gruppenberatungen zur Baufinanzierung oder Altersvorsorge in Verbraucherzentralen oder Volkshochschulen.

10. Finanzielle Allgemeinbildung zielt anders als die Werbung und Beratung nicht auf **Produktwissen** ab, sondern vermittelt Produkte nur und insoweit, wie ihre Kenntnis und ihr Verständnis notwendig ist, um das Verständnis für die Grundelemente der Geldwirtschaft wie **Kapital, Zeit, Risiko, Vermittlung und Transport** zu vermitteln.

Mit einfachen und klaren Orientierungen an den Grundprinzipien der Geldwirtschaft soll finanzielle Allgemeinbildung als Kompetenz zur marktmäßigen Vermittlung eigener Bedürfnisse gelernt werden. Vor allem die Funktion des Geldes zwischen Konsum und Arbeit und die Bedeutung von Zeit und Risiko sowie die Arten der Finanzdienstleistungen nach Vermittlung (Provision), Diensten („Gebühren“) und Kapitalüberlassung auf Zeit (Zinsen) müssen verstanden werden. Geld ist in diesem Prozess nie Zweck, sondern nur Mittel zur Erreichung weiterer qualitativer Ziele.