

Stellungnahme

des Bund der Versicherten e. V. (BdV) zu dem Referentenentwurf des Bundesministeriums der Finanzen für eine Finanzbildungsstrategie des Bundes

Hamburg, 06. Oktober 2026

Impressum

Bund der Versicherten e. V.

Gasstr. 18 – Haus 4, D-22761 Hamburg

Postfach 57 02 61, D-22771 Hamburg

Telefon: +49 40 357 37 300

E-Mail: info@bunddersicherten.de

www.bunddersicherten.de

Registernummer R003297 (Lobbyregister)

REG Number 547660218656-93 (EU Transparency Register)

1 Vorbemerkung

Der Bund der Versicherten nutzt die Gelegenheit zu dem Referentenentwurf einer Finanzstrategie des Bundes Stellung zu nehmen.

Die Finanzbildungsstrategie erklärt eine bessere finanzielle Kompetenz der Gesamtbevölkerung zu ihrem Ziel. Um bestehende Ungleichheiten wirksam abzubauen, setzt die Finanzbildungsstrategie auf zielgruppenspezifische Maßnahmen und adressatengerechte Ansprache. Besonders will sie dabei Gruppen in den Blick nehmen, die laut OECD besonders von passgenauer Finanzbildung profitieren sollen: Personen aus niedrigen Einkommensgruppen, junge und ältere Menschen, Frauen sowie Erwerbstätige.

Dafür legt die Finanzbildungsstrategie, ausgehend von den OECD-Empfehlungen zur Finanzbildung, sieben Handlungsfelder fest:

- Altersvorsorge und Kapitalmarktbeteiligung
- Finanzbildung stärken und Finanzkompetenz schaffen
- Vernetzung und Evidenz in der Finanzbildung
- private Haushaltsplanung, Vermeidung von Überschuldung und verantwortungsvoller Kreditnutzung
- Sicherer Umgang mit digitalen Finanzdienstleistungen
- Nachhaltige Finanzentscheidungen
- Gründungskompetenz und Entrepreneurship-Bildung

Methodisch entwirft die Finanzbildungsstrategie einen Lernprozess, der die Felder „Wissen“, „Fähigkeiten“ und „Einstellungen und Wertverhalten“ umfassen soll.

Wenngleich der Entwurf der bundesweiten Finanzbildungsstrategie sich in einigen Punkten positiv von vorherigen Konzeptionen abhebt, so bleiben doch Leerstellen und blinde Flecken.

2 Positiv

Erfreulich ist, dass der Referentenentwurf der Finanzbildungsstrategie des Bundes unterschiedliche Handlungsfelder festgelegt hat und einige davon unmittelbar für Verbraucher*innen wirksam werden können. Dazu gehört das Handlungsfeld 4 Private Haushaltsplanung, Vermeidung von Überschuldung und verantwortliche Kreditnutzung oder im Handlungsfeld 5 Sicherer Umgang mit digitalen Dienstleistungen die Aufklärungsserie für ältere Menschen zu Finanzthemen.

3 Kritikpunkte

Unklare Zielgruppen

Die OECD weist für Deutschland ein überdurchschnittlich gutes Niveau bei der finanziellen Bildung aus; dies tun sämtliche bisherigen Erhebungen zum Thema. Einer gesonderten Finanzbildungsstrategie fehlte der empirische Grund. Allerdings benennt die OECD bestimmte Bevölkerungsgruppen, die ein geringeres Kompetenzniveau aufweisen sollen: Menschen mit niedrigem Einkommen oder Bildungsstand, Frauen und auch junge Menschen.

Der Referentenentwurf greift diese Gruppen auf. Sie bleiben aber unklar, unpräzise und weit gefasst. Die genannte Gruppe „Frauen“ bspw. umfasst etwas über 50 % der Bevölkerung. Bei der Gruppe der Personen mit niedrigem Einkommen, umschrieben als „Personen mit sozioökonomischen Herausforderungen“, bleibt unklar, wer gemeint ist. Zahlen des Statistischen Bundesamtes könnten Orientierung geben: 16,1 % der Bundesbürger*innen gelten als armutsgefährdet, das sind 13,3 Millionen Menschen. Als armutsgefährdet gilt, wer über weniger als 60 % des mittleren Äquivalenzeinkommens verfügt, 2025: 1.446 Euro netto im Monat für eine alleinlebende Person. Die Quote der armutsgefährdeten Menschen stieg von 2024 auf 2025 von 15,5 % um 0,6 % an. Nach der Untersuchung von Finanzwende Recherche hat ungefähr die Hälfte der erwachsenen Bevölkerung einen deutlichen „Armutsnachteil“ mit einem Bruttovermögen von 6.000 €, die nachfolgende Gruppe von rund 40 % der erwachsenen Bevölkerung verfügt über ein Bruttovermögen von 149.000 €. Von diesen 90 % hebt sich die Spitzengruppe der Vermögenden ab.

Eine ähnliche Unbestimmtheit herrscht im Referentenentwurf für andere genannten Gruppen vor: Die Gruppe der „jungen Menschen“ und der Erwerbstätigen. Junge Menschen sind laut Statistischem Bundesamt 15- bis 24-jährige, die 10 % an der Bevölkerung stellen. Erwerbstätigkeit umfasst laut Statistischem Bundesamt die Verrichtung einer entgeltlichen Tätigkeit in unterschiedlichen Formen, der 77 Prozent der 15- bis 65-jährigen Bevölkerung nachgehen, 45,5 Millionen Menschen. Von diesen wiederum sind 34,8 Millionen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Somit bedarf es bei dem Anspruch von Zielgenauigkeit, entsprechender klarer und nachvollziehbarer Kriterien.

Kennzahlen für Ziele, Kriterien für Bildung?

Das Ziel der Strategie, finanzielle Bildung zu verbreiten, wird nicht hinterlegt mit Zielmarken. Kennzahlen, welche Formate in welcher Form mit wie vielen Beteiligten ausgerichtet werden sollen, wäre ein Weg. Der Hinweis auf die OECD-Grundsätze und Empfehlungen für eine Evaluierung sind in dem Zusammenhang weder selbsterklärend noch konzeptionell in den Handlungsfeldern abgebildet. Ebenso ist nicht hinterlegt, wie der Bildungsprozess der Teilnehmer*innen und Adressat*innen stattfinden soll. Aus den verschiedenen möglichen Verfahren, die erhofften individuellen Lern- und Kompetenzzuwächse, Kompetenzzuwächse zu erfassen, müsste der Strategie mindestens eines unterlegt werden. Angesichts der Vielfalt an Formaten und damit verbundenen Methodiken kann es sinnvoll sein, die Erhebungsverfahren den Formaten, Zielen und Gruppen anzupassen. Damit kann der zielgerichtete und effektive Einsatz der Ressourcen untersucht werden.

Ebenfalls mangelt es dem Entwurf der Finanzbildungsstrategie präziser und nachvollziehbarer Kriterien für die Gestaltung der Inhalte von Finanzbildung.

Auch wenn einige Elemente der in der Finanzbildungsstrategie festgehaltenen Maßnahmen sinnvoll sind, weil sie auf mittelbare und unmittelbare Lebensumstände von Verbraucher*innen eingehen, so fehlt ein pädagogischer und didaktischer Rahmen für die grundlegenden

Stellungnahme (Referentenentwurf für eine nationale Finanzbildungsstrategie)

Finanzbildungsangebote. Ohne eine solche qualitative Rahmung ist zu befürchten, dass die Finanzbildungsstrategie eher auf der Ebene der Produktkunde bleibt, als Bildung über finanzielle Zusammenhänge zu bieten.

Blinder Fleck: Vertrauen und Beratungsvorgaben

Ein Signal für einen blinden Fleck der Finanzbildungsstrategie liegt darin, dass in dem Referentenentwurf für eine Finanzbildungsstrategie keine Auseinandersetzung mit den Grenzen von finanzieller Bildung erfolgt.

Anbieter, Berater und Vermittler von Finanzprodukten sind nach den gesetzlichen Vorgaben verpflichtet, das Interesse und den finanziellen Hintergrund von potenziellen Kund*innen zu ergründen und diese *in ihrem Interesse* bestmöglich zu beraten (u.a. § 6 VVG, § 1 KWG, § 63 WpHG, § 11/§ 11a FinVermV). Käufer*innen von Finanzprodukten dürften mithin nicht auf besondere markt- und produktorientierte Kenntnisse angewiesen sein, um eine interessen- und bedarfsgerechte Entscheidung treffen zu können. Sie sollen auf die Beratungsempfehlungen vertrauen können. Ihrem Vertrauen stehen die Geschäftsinteressen von Anbietern, Beratern und Vermittlern entgegen. Provisionen bei Vertragsabschlüssen führen im Finanzvertrieb zu Fehl- und Falschberatungen. Offengelegt werden müssen die Provisionen nicht. Verbraucher*innen zahlen bei Provisionen doppelt. Zum einen, weil sie als Teil der Produktkosten der Anbieter eingepreist sind, zum zweiten, weil sie die Anlagesumme und damit die Erträge schmälern. Ein Provisionssystem im Finanzvertrieb verzerrt den Markt zulasten der Verbraucher*innen. Dieses strukturelle Problem sollte gute Finanzbildung benennen. Außerdem sollte ausgeschlossen werden, dass Finanzberater mit Provisionsinteresse „finanzielle Bildung“ anbieten können.

Die systematischen Interessenskonflikte zwischen Verbraucher*innen und Anbietern, die Fehlanreize in Beratung und Vermittlung setzen, werden in der Finanzbildungsstrategie nicht genannt. Weiterhin fehlt es, die Ungleichheit zwischen Verbraucher*innen und Anbietern was die Informationen über die Finanzprodukte, über die Finanzmärkte und die Finanzunternehmen sowie die massiv ungleiche Marktmacht zu thematisieren. Daraus folgenden Handlungsstrategien für Verbraucher*innen zu entwickeln, wäre aus Sicht des Verbraucherschutzes, ein lohnendes Ziel finanzieller Bildung.

In der schulischen Bildung: Themenentzerrung und Qualitätsstandards nötig

Im Dunkeln verbleibt in der Finanzbildungsstrategie, wie eine Umsetzung im schulischen Bildungsbereich stattfinden soll. Da (schulische) Bildung landeshoheitliche Aufgabe ist, ist es in dem Referentenentwurf vorgesehen, die Länder in die Task Force Finanzbildung einzubeziehen. Doch Finanzbildung zusätzlich in Lehr- und Bildungspläne aufzunehmen, bedeutet, andere Fächer und Inhalte zu beschränken. Eine solche Entscheidung muss nicht nur inhaltlich begründet werden, sondern ebenso pädagogisch und didaktisch. Deutlich muss auch sein, wie eine solche bildungspolitische Änderung hinsichtlich der Bildungs- und Persönlichkeitsentwicklung junger Menschen verantwortet werden kann. Dazu müssen ihre Zwecke und Ziele klar festgehalten werden. Zusätzlich fehlt es (derzeit) nicht nur an Lehrkräften überhaupt, sondern auch thematisch qualifizierten Lehrkräften.

In Fragen des Bereichs der schulischen, außerschulischen und politischen Bildung, die durchaus als Maßstab für die Finanzbildung gelten kann, müsste der Beutelsbacher Konsens

Stellungnahme (Referentenentwurf für eine nationale Finanzbildungsstrategie)

Berücksichtigung finden. Dieses Konzept legt fest, dass Bildungsangebote drei Mindestkriterien aufweisen (und nachweisen) müssen:

- Das Verbot der Überwältigung/Indoktrination, wodurch die eigenständige Meinungs- und Positionsfindung bestärkt werden soll
- Das Kontroversitätsgebot, nach dem Inhalte, die in Wissenschaft und Politik kontrovers sind, auch im Unterrichtszusammenhang kontrovers erscheinen müssen (was aber mitnichten ein „Neutralitätsgebot“ bedeutet)
- Die Orientierung des Bildungsangebots an den Interessen der jeweiligen Teilnehmenden, die damit befähigt werden sollen, ihre Lage zu analysieren und Mittel und Wege zu Veränderungen zu finden.

Diese drei Maßstäbe erfüllt leider der Entwurf der Finanzbildungsstrategie selbst nicht. An keiner Stelle wird ansatzweise definiert, was unter finanzieller Bildung verstanden werden soll. Der entworfene „strukturierte Lernprozess“ betrifft Anlageentscheidungen und Finanzmarktprodukte und eine entsprechende Bewertung individueller Lebenslagen. „Bildung“ ist in diesem Sinne einseitig als Förderung von Anlagefähigkeit konzipiert.

Verpflichtung und Transparenz statt Freiwilligkeit

Laut der Finanzbildungsstrategie ist weiterhin beabsichtigt, einen EU-weit geltenden „Code of Conduct“ auszuarbeiten. Das ist loblich. Laut der Finanzbildungsstrategie soll diese Maßnahme dazu beitragen, Qualität, Transparenz und Glaubwürdigkeit von Finanzbildungsangeboten zu stärken und durch die Prinzipien des Kodexes dafür Sorge zu tragen, dass Finanzbildungsangebote objektiv, transparent, inklusiv und frei von Interessenskonflikten sind. Ein wesentliches Manko ist aber, dass der „Code of Conduct“ *freiwillig* sein soll, nicht *verpflichtend*. Zudem besteht ein Widerspruch darin, dass die Finanzbildung frei von Interessenskonflikten sein soll, jedoch Schritte, die Interessenskonflikte bei Finanzprodukten (bspw. Provisionen bei der Vermittlung und Beratung) zu verringern, nicht definiert werden.

Die Gefahr bei der freiwilligen, inhaltlich und qualitativ unbestimmten Finanzbildungsstrategie besteht darin, Finanzbildung zu einem Einfallstor für Anbieter werden zu lassen, die die eröffneten Zugänge für sich ausnutzen. Interessenskonflikte, kaum versteckte Unternehmens- und Produktwerbung, inhaltliche Eindimensionalität und wirtschaftswissenschaftliche Dogmatik sind zu befürchten.

Während bei finanzwirtschaftlichen Unternehmen noch davon ausgegangen werden könnte, dass entsprechende „Expert*innen“ über die nötigen beruflichen Qualifikationen verfügen, so ist dies bei sogenannten Influencer*innen nicht gegeben. Die Aufsichtsbehörden bemühen sich derzeit, in diesem unreglementierten Bereich einige inhaltliche Orientierungspunkte zu setzen.

Grundsätzlicher Konstruktionsfehler

Die Finanzbildungsstrategie trägt selbst einen grundlegenden Konstruktionsfehler:

Durchgängig zielt die Strategie darauf ab, „individuelle Kompetenzen“ zu stärken, was jedoch nicht die Informationsasymmetrie auf den Finanzmarkt, die unterschiedlichen Informationsmöglichkeiten und Kenntnisse zwischen Verbraucher*innen und Anbietern adressiert noch auf Interessenskonflikte und Fehlanreize eingeht. Die Verantwortung für das Ergebnis der Anlageentscheidungen wird bei den Verbraucher*innen belassen. Dabei unterliegen, wie erwähnt, Berater und Vermittler der Pflicht zur Beratung im Kundeninteresse. Die Abhilfe, die eine höhere

Stellungnahme (Referentenentwurf für eine nationale Finanzbildungsstrategie)

Finanzkompetenz erreichen soll, konzentriert sich einzig auf Verbraucher*innen. Finanzbildung kann die unterschiedliche Marktmacht von Verbraucher*innen und Anbietern nicht ausgleichen. Doch Kenntnis über Marktmacht, widerstreitende Interessen und verbraucherunfreundliche Produkte hingegen ließen sich thematisieren und würden die Entscheidungskompetenz stärken. Die Grenzen von Finanzbildung zeigen auch die Mahnungen der Bafin auf. Die Finanzaufsicht stellt bei ihren Untersuchungen des Kundennutzens und der Rechtskonformität sowohl der Produkte aber auch der Geschäftspraxis immer wieder deutliche Verstöße bei den Finanzunternehmen fest.

Damit sind auch die Grenzen von finanzieller Bildung und der Entscheidungsmacht von Verbraucher*innen deutlich: Wenn die Produkte auf den Finanzmärkten zu ihren Nachteilen konstruiert sind, können sie keine Entscheidung mit „value-for-money“, Kundennutzen treffen.

4 Empfehlungen

Zusammenhangsdarstellung

Inhaltlich muss eine Finanzbildungsstrategie politische und ökonomische Zusammenhänge darstellen, um die Fixierung auf einzelne Maßnahmen oder Produkte aufzulösen und *Bildung* zu stärken. Damit würde das Verständnis von Verbraucher*innen um ihre Lage und ihre Möglichkeiten gefördert, was ihre Handlungs- und Entscheidungsfähigkeit stärkt. Explizit muss sein, was Verbraucher- und finanzielle Bildung leisten kann und welche Grenzen ihr gesetzt sind.

Pluralität und Kontroversität

Wissenschaftlicher Meinungspluralität und Kontroversität im Bereich finanzieller und ökonomischer Bildung muss eine nationale Finanzbildungsstrategie Rechnung tragen. Der vorliegende Entwurf einer Finanzbildungsstrategie bemüht sich, diesen Ansatz durch die Anknüpfung an einzelne qualifizierte Bildungsanbieter zu verfolgen. Das ist gut, reicht aber nicht aus. Verpflichtende, verbindliche und überprüfbare Qualitätsstandards sind nötig, um die Finanzbildungsstrategie nicht zu einer Welle werden zu lassen, die die Finanzunternehmen oder anders zweifelhafte Nutznießer zu ihrem Vorteil reiten.

Daher bedarf es der Ausarbeitung von verbindlichen pädagogischen Qualitätsstandards, unbeleckt von der Einmischung durch die Finanzindustrie. Finanzielle Bildung muss frei von Werbung und Vertrieb sein.

Vernetztes Lernen und Verbraucherschutz

Der vzbv betont in seiner Stellungnahme zu den „Empfehlungen zur Verbraucherbildung an Schulen“ der Kultusministerkonferenz die Prinzipien interdisziplinären und vernetzten Lernens, bei dem die Lebenswelten einbezogen werden. Damit ist weitaus mehr in diese Art der Bildung gefasst als die – bspw. in der Finanzbildungsstrategie löblicherweise angesprochenen – Angebote der Schuldnerberatung.

Verbraucherschutz fehlt dem Referentenentwurf für die Finanzbildungsstrategie prinzipiell. Verbraucherschutz muss strukturell und institutionell in die Finanzbildungsstrategie eingebunden werden. Die Beteiligung solcher qualifizierten Institutionen des Verbraucherschutzes ist bislang im Referentenentwurf nicht vorgesehen.

Rollenklarheit und finanzielle Förderung

Die Vorschläge zur Qualitätsentwicklung, bei der laut dem Entwurf zur Finanzbildungsstrategie Bund, Länder, Zivilgesellschaft und Privatwirtschaft zusammenarbeiten sollen, bedarf einer klaren Rollendefinition sowie der finanziellen Unterfütterung, damit das Ungleichgewicht von Ressourcen zwischen Zivilgesellschaft und Privatwirtschaft, die schon jetzt das Finanzbildungsangebot sowie maßgebliche Finanzbildungsinitiativen dominiert, ausgeglichen werden kann. Auch hier ist es notwendig, Verbraucherschutzorganisationen von Beginn an ebenbürtig einzubinden.

Keine Doppelstrukturen

Zuletzt: Hinsichtlich bestehender Strukturen der Verbraucherbildung sollten nicht durch die Finanzbildungsstrategie neue, doppelte Strukturen geschaffen werden. Statt möglicher Konkurrenz benötigen die bestehenden Strukturen, Institutionen und Verbände die Wertschätzung und das Wohlwollen des Gesetzgebers, wie auch eine verlässliche und dauerhafte Unterstützung und Förderung.