

Unabhängigkeit und Qualität sicherstellen

Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands zum
Referentenentwurf für eine Finanzbildungsstrategie des Bundes vom
7.9.2026

5. Oktober 2026

Inhalt

I. Verbraucherrelevanz.....	3
II. Zusammenfassung.....	4
III. Änderungsbedarf	5
1. Qualität und Unabhängigkeit der Finanzbildung sichern	5
1.1 Handlungsfeld zur Sicherung von Qualität und Unabhängigkeit integrieren.....	5
1.2 Risiko und Formen wirtschaftlicher Einflussnahme benennen	7
2. Bildungsbegriff nicht verwässern	7
2.1 Gelungene Finanzbildung nicht an Kapitalmarktbeteiligung messen	8
2.2 Information ist nicht gleich Bildung	8
3. Lernort Schule einbinden	8
4. Etablierte Angebote stärken.....	9
5. Grenzen von Bildung anerkennen.....	10
6. Aufgaben und Arbeitsweise der Task Force klar benennen.....	10
7. Verbindlichkeit erhöhen	11
Impressum	11

I. Verbraucherrelevanz

Finanzielle Entscheidungen prägen den Alltag von Verbraucher:innen in nahezu allen Lebensbereichen – von der privaten Haushaltsführung über die Nutzung digitaler Finanzdienstleistungen bis hin zu Fragen der Altersvorsorge, Verschuldung und Kreditaufnahme. Gleichzeitig zeigen aktuelle Studien, dass finanzielle Kompetenzen in Deutschland ungleich verteilt sind. Insbesondere Menschen mit niedrigem Einkommen, geringerer formaler Bildung, Frauen und junge Menschen verfügen im Durchschnitt über geringere Finanzkompetenzen und weisen einen höheren Unterstützungsbedarf auf. Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sieht deshalb einen erheblichen Handlungsbedarf bei der Stärkung der Finanzkompetenz und empfiehlt gezielte Maßnahmen für besonders vulnerable Gruppen.¹

Aus Sicht des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) sollte die Finanzbildungsstrategie des Bundes steuern, wie diese Zielgruppen erreicht, welche Themen und Kompetenzen vermittelt werden, welche Akteure Finanzbildung anbieten und welche Qualitätsstandards für Bildungsangebote gelten. Gute staatliche Rahmenbedingungen können Verbraucher:innen dabei unterstützen, informierte und ihrem Bedarf entsprechende Finanzentscheidungen zu treffen. Finanzbildung ersetzt keine Regulierung. Sie kann nicht die existierenden Informations- und Machtasymmetrien auf Finanzmärkten beseitigen, aber sie kann diese thematisieren und diskutieren.

Aus Sicht des vzbv muss die Strategie sicherstellen, dass Finanzbildung unabhängig, werbefrei und an den Interessen der Verbraucher:innen ausgerichtet ist. Eine im Jahr 2026 veröffentlichte Studie zu „Bildungsmaterialien für die finanzielle Bildung im Internet“ stellt fest, dass die meisten Materialien von Banken (n=230) und (unternehmensnahen) Stiftungen (n=171) herausgegeben werden.² Materialien der Wirtschaft weisen im Vergleich zu Materialien anderer Herausgebergruppen häufiger inhaltliche und didaktische Mängel auf.³ Es ist also drängender denn je, dass die Finanzbildungsstrategie des Bundes Qualitätsanforderungen an Bildungsangebote formuliert und Interessenkonflikte wirksam adressiert. Sie muss Finanzbildungsangebote fördern, die allen Bevölkerungsgruppen einen gleichberechtigten Zugang zu hochwertiger Finanzbildung ermöglichen. Nur so kann Finanzbildung Verbraucher:innen dabei unterstützen, ihre Rechte und Interessen in einer zunehmend komplexen Finanzwelt wahrzunehmen.

¹ OECD: Finanzbildung in Deutschland: Finanzielle Resilienz und finanzielles Wohlergehen verbessern. In: OECD Business and Finance Policy Papers, 2024, S. 16-25, Paris: OECD Publishing.

² Bonfig, Anja: Bildungsmaterialien für die finanzielle Bildung im Internet. In: Zeitschrift für Didaktik der Gesellschaftswissenschaften, 2026, S. 127-145, Frankfurt a.M.: Wochenschau Verlag.

³ Verbraucherzentrale Bundesverband: Finanzielle Bildung unter der Lupe, 2025, <https://www.verbraucherbildung.de/meldung/finanzielle-bildung-unter-der-lupe>, 28.9.2026.

II. Zusammenfassung

Der vzbv begrüßt das Ziel der Bundesregierung, mit einer Finanzbildungsstrategie die Finanzkompetenz der Bevölkerung zu stärken. Der vorgelegte Entwurf greift wichtige Herausforderungen auf und erkennt die Bedeutung von Finanzbildung für finanzielle Selbstbestimmung und gesellschaftliche Teilhabe an. Positiv ist zudem der kooperative Ansatz, der an die bestehende vielfältige Finanzbildungslandschaft anknüpft und verschiedenste Stakeholder einbinden will.

Die Finanzbildungsstrategie sollte aber stärker auf unabhängige, qualitätsgesicherte und verbraucherorientierte Finanzbildung ausgerichtet werden. Im Mittelpunkt müssen die Befähigung zu selbstbestimmten Finanzentscheidungen, die Stärkung kritischer Informationskompetenz und der chancengerechte Zugang zu hochwertiger Finanzbildung für alle Verbraucher:innen stehen.

Die Forderungen des vzbv im Überblick:

- 1. Qualität und Unabhängigkeit als Fundament der Finanzbildungsstrategie:** Die Strategie benennt weder verbindliche Qualitätskriterien noch transparente Verfahren zur Prüfung und Auswahl von Bildungsangeboten, Anbietern und Finanzbildungsbotschafter:innen. Wirtschaftliche Einflussnahme wird nicht ausreichend adressiert.
- 2. Eine höhere Investitionsquote ist kein Maßstab für Erfolg von Finanzbildung:** Ziel einer Finanzbildungsstrategie darf nicht sein, möglichst viele Menschen zu Investitionen oder zum Abschluss bestimmter Vorsorgeprodukte zu bewegen. Finanzbildung muss dazu befähigen, informierte und selbstbestimmte Finanzentscheidungen zu treffen, die den individuellen Bedürfnissen und Lebenslagen der Verbraucher:innen entsprechen.
- 3. Bildungsbegriff der Strategie schärfen:** Viele Maßnahmen sind Informationsangebote, leisten aber keinen systematischen Beitrag zum Aufbau von Finanzkompetenzen. Gerade für vulnerable Gruppen fehlen niedrigschwellige und aufsuchende Bildungsangebote. Gleichzeitig versäumt die Strategie, den Lernort Schule als einen zentralen Ort chancengerechter Finanzbildung konsequent zu nutzen.
- 4. Bewährte Angebote stärker einbinden und langfristig absichern:** Verbraucherzentralen leisten bereits heute einen wichtigen Beitrag zur Finanz- und Verbraucherbildung. Diese Strukturen sollten ausdrücklich Bestandteil der Strategie sein und nachhaltig finanziert werden.
- 5. Grenzen von Finanzbildung anerkennen:** Finanzbildung kann finanzielle Selbstbestimmung fördern, sie kann jedoch strukturelle Ursachen finanzieller Probleme wie niedrige Einkommen, prekäre Erwerbsbiografien, hohe Lebenshaltungskosten oder unlautere Vertriebspraktiken nicht lösen. Finanzbildung darf daher nicht als Ersatz für wirksamen Verbraucherschutz verstanden werden.
- 6. Fehlende Verbindlichkeit:** Aufgaben und Zusammensetzung der geplanten Task Force bleiben ebenso unklar wie die konkrete Umsetzung der Strategie. Weder werden nachvollziehbare Erfolgsindikatoren benannt noch ein Fahrplan mit Verantwortlichkeiten, Meilensteinen und Zeitvorgaben vorgelegt. Der vzbv fordert daher einen verbindlichen Umsetzungsplan sowie eine ausgewogene Einbindung unabhängiger Verbraucherorganisationen.

III. Änderungsbedarf

1. Qualität und Unabhängigkeit der Finanzbildung sichern

Die Finanzbildungsstrategie des Bundes erkennt die Bedeutung von Qualitätsstandards ausdrücklich an. Sie sieht vor, dass „gemeinsam getragene Qualitäts- und Verhaltensmaßstäbe“ sicherstellen sollen, dass Finanzbildungsangebote „unabhängig, sachgerecht und frei von verdeckter Produktwerbung sind“ (S. 14). Diese Formulierung bleibt unverbindlich und scheint lediglich Empfehlungscharakter zu haben. Weder werden konkrete Qualitätskriterien benannt, die eine gute Finanzbildung erfüllen muss, noch wird festgelegt, wie deren Einhaltung überprüft und durchgesetzt werden soll. Aus Sicht des vzbv ist dies eine Leerstelle der Strategie. Wer Qualität einfordert, muss auch benennen, woran Qualität gemessen wird.

Für die notwendige Unabhängigkeit von Finanzbildungsangeboten muss die Finanzbildungsstrategie ausreichend sensibilisieren. Sie muss mit konkreten Maßnahmen die Unabhängigkeit der Finanzbildungsangebote sicherstellen. Finanzbildung darf nicht unkontrolliert der Wirtschaft überlassen werden. Bildung ist eine staatliche Aufgabe, daher müssen öffentliche Ressourcen bereitgestellt werden, um unabhängige Finanzbildung zu gewährleisten.

1.1 Handlungsfeld zur Sicherung von Qualität und Unabhängigkeit integrieren

Die Sicherung von Qualität und Unabhängigkeit ist in der Finanzbildung von besonderer Relevanz. Der vzbv sieht es kritisch, wenn die Finanzwirtschaft zum Bildungsakteur wird. Dies birgt das Risiko von Interessenkonflikten und Einflussnahme. Eine Auswertung des vzbv zeigt, dass Finanzbildungsmaterialien aus der (Finanz-)Wirtschaft deutlich häufiger didaktische und inhaltliche Schwächen aufweisen als die Materialien anderer Herausgebergruppen. Dies betrifft insbesondere die fehlende kontroverse Darstellung und die fehlende Kompetenzorientierung.⁴ Dabei sind diese Kriterien entscheidend, um Chancen, Risiken und gesellschaftliche Auswirkungen eigener Finanzentscheidungen kompetent einschätzen zu können.

Die Strategie beschreibt, dass die Finanzbildungsplattform „Mit Geld und Verstand“ „verlässliche, unabhängige und verständliche Angebote des Bundes“ bündeln soll (S. 12). Offen bleibt, nach welchen Kriterien Inhalte ausgewählt werden, ob die Plattform auch für Angebote anderer Anbieter geöffnet werden soll, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, damit Angebote auf der Plattform veröffentlicht werden und wie diese unabhängig überprüft werden. Auch in Bezug auf die geplanten Finanzbildungsbotschafter:innen wird lediglich deren Rolle und Reichweite beschrieben. Auswahlkriterien werden nicht genannt.

⁴ Verbraucherzentrale Bundesverband: Finanzielle Bildung unter der Lupe, 2025, <https://www.verbraucherbildung.de/meldung/finanzielle-bildung-unter-der-lupe>, 28.9.2026.

Insgesamt sieht der vzbv die im Maßnahmenkatalog der Strategie vorgesehene Zertifizierung von Institutionen und Persönlichkeiten mit einem Label als Ganzes kritisch (S. 15). Die Erfahrung mit dem Materialkompass, einer Datenbank für qualitätsgeprüftes Unterrichtsmaterial, zeigt, dass die Qualität von Bildungsmaterialien desselben Herausgebers erheblich variieren kann.⁵ Auch bei öffentlichen Persönlichkeiten und Influencern ist eine Varianz zu erwarten. Ein Label für einen Anbieter erlaubt keine verlässlichen Rückschlüsse auf die Qualität jedes einzelnen Angebots oder Beitrags.

Bestehende und bewährte Prüfverfahren, wie die des Materialkompasses der Verbraucherzentrale bieten einen geeigneten Zertifizierungsansatz. Dort werden Unterrichtsmaterialien anhand transparenter, wissenschaftlich entwickelter Qualitätskriterien durch unabhängige Gutachter:innen bewertet. Dieses Verfahren gewährleistet eine differenzierte Prüfung von Inhalt, Didaktik und Gestaltung einzelner Materialien. Bei Bedarf könnte das bestehende Prüfverfahren auch auf Angebote der Erwachsenenbildung ausgeweitet werden. Voraussetzung hierfür wäre eine entsprechende Aufstockung der öffentlichen Finanzierung.

Der im Maßnahmenkatalog genannte Europäische Verhaltenskodex (S. 33-34) kann aus Sicht des vzbv lediglich eine ergänzende Rolle in der Qualitätssicherung spielen. Der Verhaltenskodex könnte verpflichtend für die Anbieter sein, die an der Umsetzung der Strategie mitwirken. Er ersetzt jedoch keine unabhängige Qualitätsprüfung von Bildungsangeboten.

Forderungen des vzbv

- Der vzbv spricht sich dagegen aus, dass Anbieter von Finanzprodukten, Vertriebsorganisationen und unternehmensnahe Stiftungen Finanzbildungsangebote im Rahmen der Strategie durchführen. Wird dies nicht umgesetzt, sind hohe Standards zur Sicherung von Qualität und Unabhängigkeit umso wichtiger.
- Im Rahmen der Strategie sollten ausschließlich solche Bildungsangebote beworben, finanziert oder zugänglich gemacht werden, die nachweislich frei von wirtschaftlichen und Anbieterinteressen sind.
- Die Finanzbildungsstrategie des Bundes sollte die Sicherung der Qualität und Unabhängigkeit der Bildungsangebote als zentrales, eigenständiges Handlungsfeld als erstes in der Strategie aufnehmen.
- Im Handlungsfeld „Sicherung von Qualität und Unabhängigkeit“ sollten Qualitätskriterien für die Zertifizierung mit dem Label „Mit Geld und Verstand“ formuliert und Verfahren zur Auswahl und Prüfung von Angeboten, Anbietern und Finanzbildungsbotschafter:innen transparent dargestellt werden. Nutzer:innen müssen nachvollziehen können, warum bestimmte Angebote oder Anbieter empfohlen werden und welche Qualitätsanforderungen diesen zugrunde liegen.
- Das Label „Mit Geld und Verstand“ darf nur an einzelne, konkrete Bildungsangebote, nicht pauschal an ganze Institutionen oder Persönlichkeiten vergeben werden.
- Auf der bundeseigenen Plattform dürfen nur Finanzbildungsangebote veröffentlicht werden, die das Label „Mit Geld und Verstand“ tragen.
- Für Finanzbildungsbotschafter:innen muss der gleiche Qualitäts-, Transparenz- und Unabhängigkeitsanspruch gelten wie für Bildungsanbieter: Die Strategie muss sicherstellen, dass ausschließlich Personen eingesetzt werden, die unabhängig sind, keine

⁵ Materialkompass des Verbraucherzentrale Bundesverbands, <https://www.materialkompass.de>, 25.09.2026.

Interessenkonflikte aufweisen und nicht über Geschäftsmodelle verfügen, die Zweifel an ihrer Eignung als vertrauenswürdige Botschafter:innen begründen.

- Erfahrungen aus dem Materialkompass sollten bei der Prüfung der Angebote für das Label „Mit Geld und Verstand“ berücksichtigt werden.

1.2 Risiko und Formen wirtschaftlicher Einflussnahme benennen

In der Finanzbildungsstrategie des Bundes wird die Problematik wirtschaftlicher Interessen in Bildungsangeboten nicht als übergreifende Herausforderung behandelt. Wo Finanzunternehmen, unternehmensnahe Stiftungen oder andere Wirtschaftsakteure Bildungsangebote finanzieren oder bereitstellen, müssen Finanzierung, Interessenlagen und mögliche Interessenkonflikte vollständig offengelegt werden. Verbraucher:innen müssen erkennen können, wer hinter einem Angebot steht und welche wirtschaftlichen Interessen damit verbunden sein könnten. Der bisherige Anspruch der Strategie, Angebote müssten „frei von verdeckter Produktwerbung“ sein, ist zu eng gefasst. Auch Sponsoring, Datenerhebung, Kundengewinnung oder Markenpflege sind mit Finanzbildung unvereinbar. Ebenso kann auch die Schwerpunktsetzung auf einzelne Produktkategorien zu einer verzerrten Darstellung führen.

Die Strategie versäumt es bislang auch in Bezug auf einzelne Maßnahmen auf die offensichtliche Gefahr wirtschaftlicher Einflussnahme einzugehen. So werden etwa im Zusammenhang mit der Frühstartrente und dem Altersvorsorgedepot private Anbieter eine zentrale Rolle spielen. Die Strategie geht jedoch nicht darauf ein, wie Verbraucher:innen vor interessengeleiteter Ansprache geschützt werden sollen oder wie sichergestellt wird, dass Bildungsangebote und Produktvertrieb klar voneinander getrennt bleiben. Auch angesichts der wachsenden Bedeutung von Influencern, sozialen Medien und KI-gestützten Finanzinformationen ist es wichtiger denn je, Kompetenzen zur kritischen Einordnung von Informationsquellen zu vermitteln.

Die Finanzbildungsstrategie des Bundes muss verhindern, dass Menschen durch interessengeleitete Informationen überteuerte Anlageprodukte abschließen, sich auf riskante Anlagestrategien einlassen oder sich überschulden. Finanzbildung, die von wirtschaftlichen Interessen geleitet und qualitativ mangelhaft ist, hat individuelle und volkswirtschaftliche Folgen.

Forderungen des vzbv

- Die Finanzbildungsstrategie sollte die Förderung kritischer Medien- und Informationskompetenz ausdrücklich als Ziel der Finanzbildung verankern.
- Die Strategie muss aufzeigen, welche Formen wirtschaftlicher Einflussnahme es unter dem Deckmantel der Finanzbildung gibt.
- Interessengeleitete Angebote müssen ausgeschlossen werden. Bildungsangebote dürfen nicht für Markenpflege, Werbe-, Vertriebs- oder Kundengewinnungszwecke genutzt werden.
- Die Strategie sollte die Gefahr von verdeckter wirtschaftlicher Einflussnahme auch bei einzelnen Maßnahmen, wie zum Beispiel der Frühstartrente benennen und unterbinden.

2. Bildungsbegriff nicht verwässern

Die Strategie umfasst eine Vielzahl an Maßnahmen, bei denen es sich nicht um Bildungsangebote handelt oder die nicht vorrangig dem Aufbau von Finanzkompetenz dienen.

2.1 Gelungene Finanzbildung nicht an Kapitalmarktbeteiligung messen

Die Strategie verknüpft Finanzbildung mit einer stärkeren Beteiligung am Kapitalmarkt. Bereits die Reihenfolge der Handlungsfelder legt diese Priorisierung nahe (S. 5). Aus Sicht des vzbv darf die Förderung der Kapitalmarktbeteiligung nicht oberstes Ziel einer Finanzbildungsstrategie sein. Finanzbildung soll Menschen befähigen, informierte und selbstbestimmte Finanzentscheidungen zu treffen, die zu ihren individuellen Bedürfnissen und Lebenslagen passen. Sie soll sie in die Lage versetzen, selbst zu entscheiden, ob, wann und in welcher Form eine Geldanlage für sie sinnvoll ist. Eine höhere Investitionsquote darf kein Maßstab für eine erfolgreiche Finanzbildung sein.

Forderung des vzbv

Zwischen den Zielen der Finanzbildung und der Förderung der Kapitalmarktbeteiligung muss klar getrennt werden. Letztere darf nicht das Ziel einer Finanzbildungsstrategie sein, sondern lediglich eine Anwendungsmöglichkeit.

2.2 Information ist nicht gleich Bildung

Viele der aufgelisteten Maßnahmen im Maßnahmenkatalog sind Informations- und keine Bildungsangebote, dies gilt insbesondere für die Erwachsenenbildung. Sie sind wichtig, aber wenig interaktiv und responsiv gestaltet. Ein nachhaltiger Kompetenzerwerb ist daher fraglich. Aufsuchende Bildungsangebote, die explizit vulnerable Gruppen in den Blick nehmen, sind in der Strategie kaum zu finden. Eine Finanzbildungsstrategie, die dem Anspruch gerecht werden soll, die Finanzkompetenz der Bürger:innen in allen Lebensphasen und -lagen sowie unabhängig von Herkunft, Geschlecht, Einkommen und Bildungsstand nachhaltig zu fördern, muss explizit vulnerable Gruppen in den Blick nehmen. Die Studienlage zeigt, dass gerade Menschen mit geringerem Einkommen, geringerer Bildung oder mit Migrationshintergrund besonders vulnerabel sind und einen Bedarf an Finanzbildung haben.⁶ Für Frauen, Alleinerziehende oder ältere Menschen existiert ein ähnlicher Bedarf, da sie durch sich überschneidende Ungleichheitsfaktoren häufig finanziell benachteiligt sind.

Forderungen des vzbv

- Die Strategie muss zwischen Finanzinformations- und Finanzbildungsangeboten klar trennen.
- Die Strategie muss ihren Bildungsbegriff definieren und präzisieren, welche Kompetenzen im Rahmen von Finanzbildung erworben werden sollen.
- Weitere niedrigschwellige Bildungsangebote für vulnerable Gruppen sind in der Strategie zu ergänzen. Akteure mit Erfahrung in diesem Bereich wie die Schuldnerberatungen, Verbraucherzentralen und lokale Multiplikator:innen sollten mit ihren Erfahrungen eingebunden werden.

3. Lernort Schule einbinden

Die Strategie erkennt die Bedeutung schulischer Finanzbildung an, aber versäumt es das Potenzial des Lernraums Schule ausreichend zu nutzen. Konkrete Maßnahmen bleiben auf ergänzende Angebote beschränkt und die Einbindung der Länder fällt insgesamt sehr zurückhaltend aus.

⁶ Destatis: Hauptauslöser der Überschuldung in %, 2026, <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Vermoege-Schulden/Tabellen/ueberschuldung.html>, 28.09.2026; OECD: Finanzbildung in Deutschland: Finanzielle Resilienz und finanzielles Wohlergehen verbessern. In: OECD Business and Finance Policy Papers, 2024, S. 16-25, Paris: OECD Publishing.

Damit wird die Chance verpasst, Finanzbildung systematisch dort zu verankern, wo nahezu alle jungen Menschen erreicht werden können – unabhängig von ihrem sozialen Hintergrund, ihrem Einkommen oder ihrem familiären Umfeld. Gerade die Schule bietet die Möglichkeit, Finanzkompetenzen frühzeitig und chancengerecht zu vermitteln. Außerschulische Angebote können dies sinnvoll ergänzen, sie können den schulischen Lernort jedoch nicht ersetzen.

Junge Menschen sind als Zielgruppe in den Handlungsfeldern „Private Haushaltsplanung, Vermeidung von Überschuldung und verantwortungsvolle Kreditnutzung“ (4) und „Sicherer Umgang mit digitalen Finanzdienstleistungen“ (5) nicht mit gezielten Maßnahmen berücksichtigt. Dabei ist die Überschuldung junger Menschen in Deutschland so hoch wie nie zuvor.⁷ Durch verlockende „Buy now – pay later“-Angebote und andere niedrigschwellige digitale Finanzdienstleistungen verlieren junge Menschen den Überblick über ihre Finanzen und geraten so in die Überschuldung.

Forderungen des vzbv

- Die Zusammenarbeit mit den Ländern im Rahmen der Finanzbildungsstrategie muss gestärkt und die Schule als weiterer zentraler Ort der Finanzbildung in den Fokus der Strategie gerückt werden. Nur so kann sichergestellt werden, dass alle Kinder und Jugendlichen die notwendigen Finanzkompetenzen erwerben, um später selbstbestimmte und informierte Finanzentscheidungen treffen zu können.
- Die aktualisierte Empfehlung der Bildungsministerkonferenz zur Verbraucherbildung aus dem Jahr 2025, die finanzielle Bildung im Handlungsfeld „Finanzen, Vorsorge, Vertragsrechte“ umfasst, bietet eine geeignete Grundlage zur Verankerung von Finanzbildung in der Schule.⁸
- Die Strategie sollte ausschließen, dass Unternehmen der Finanzwirtschaft, Vertriebsorganisationen, Produktgeber oder unternehmensnahe Stiftungen Bildungsangebote an Schulen durchführen.
- Die Strategie sollte in den Handlungsfeldern 4 und 5 Maßnahmen ergänzen, die gezielt junge Menschen für private Haushaltsplanung, Überschuldung und Risiken digitaler Finanzdienstleistungen sensibilisieren und den Kompetenzaufbau fördern.

4. Etablierte Angebote stärken

Das formulierte Ziel der Strategie, die Zusammenarbeit der relevanten Akteure verlässlich zu organisieren (S. 14), ist grundsätzlich zu begrüßen. Dafür braucht es nicht nur neue Austausch- und Vernetzungsstrukturen, sondern vorrangig eine verlässliche Finanzierung bewährter, unabhängiger Angebote. Innerhalb der 16 Verbraucherzentralen und des vzbv sowie der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz bestehen bereits dauerhafte, aus öffentlichen Mitteln finanzierte Strukturen, Programme und Aktivitäten, die der Förderung von Finanzkompetenzen dienen und auf denen sich aufbauen lässt. Dazu gehören unter anderem der Materialkompass (Handlungsfeld 2), das Netzwerk und die Auszeichnung Verbraucherschule (Handlungsfeld 2), das Projekt Verbraucherchecker (Handlungsfeld 2), Angebote des wirtschaftlichen Verbraucherschutzes, der Faktencheck Finanzen (Handlungsfeld 5) sowie Dialogformate der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz (Handlungsfeld 3).

⁷ Schnetzer, S., Hampel, K., & Hurrelmann, K.: Trendstudie 2025 – Jugend in Deutschland mit Generationenvergleich, 2025, Kempten: Datajockey Verlag.

⁸ Kultusministerkonferenz: Empfehlung zur Verbraucherbildung an Schulen. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013 i.d.F. der Bildungsministerkonferenz vom 05.06.2025, https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2013/2013_09_12-Verbraucherbildung.pdf, 28.9.2026.

Forderungen des vzbv

- Bundesweit etablierte und mit Bundesmitteln finanzierte Strukturen sollten ausdrücklich im Maßnahmenkatalog der Finanzbildungsstrategie verankert sein.
- Um, im Sinne der Finanzbildungsstrategie, eine verlässliche Zusammenarbeit zu organisieren, ist eine langfristige Finanzierung etablierter Bildungsangebote sicherzustellen. Nur so kann auf vorhandene Erfahrungen aufgebaut werden, anstatt parallele Strukturen zu schaffen.

5. Grenzen von Bildung anerkennen

Die Strategie setzt zu Recht auf die Stärkung von Finanzkompetenzen. Sie erweckt jedoch stellenweise den Eindruck, als ließen sich Herausforderungen wie fehlende private Altersvorsorge oder Überschuldung allein durch bessere Finanzbildung lösen. Finanzbildung kann Menschen dabei unterstützen, informierte und selbstbestimmte Entscheidungen zu treffen. Sie kann jedoch strukturelle Probleme wie geringe Einkommen oder hohe Wohn- und Energiekosten nicht beseitigen. Auch überkomplexe Finanzprodukte, intransparente Vertragsbedingungen und unlautere Vertriebspraktiken können zu Fehlentscheidungen und finanziellen Nachteilen führen. Diese Ursachen werden in der Strategie kaum berücksichtigt.

Forderung des vzbv

- Die Strategie muss die Grenzen von Finanzbildung ausdrücklich anerkennen. Finanzbildung kann einen wichtigen Beitrag zur finanziellen Selbstbestimmung leisten, sie darf jedoch nicht als Ersatz für wirksamen Verbraucherschutz verstanden werden.
- Strukturelle Probleme, Macht- und Informationsasymmetrien müssen in den Bildungsangeboten, die auf der Plattform „Mit Geld und Verstand“ veröffentlicht werden, thematisiert werden.

6. Aufgaben und Arbeitsweise der Task Force klar benennen

Die Task Force Finanzbildung soll künftig die Maßnahmen der Strategie sowie die Zusammenarbeit der beteiligten Ressorts und Stakeholder koordinieren und unterstützen. Welche konkreten Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten sie darüber hinaus wahrnehmen wird, bleibt unklar. Auch die organisatorische Verankerung der Task Force wird nicht näher erläutert. So bleibt offen, ob es sich um eine dauerhaft eingerichtete Organisationseinheit mit eigenen personellen und finanziellen Ressourcen handelt oder lediglich um ein Koordinierungsgremium.

Kritisch sieht der vzbv zudem die vorgesehene Zusammensetzung der Task Force. Während Ministerien, Deutsche Bundesbank, BaFin und Deutsche Rentenversicherung dauerhaft vertreten sein sollen, ist für unabhängige Verbraucherorganisationen und Schuldnerberatungen bislang kein fester Platz in der Governance-Struktur vorgesehen. Diese sollen lediglich als Stakeholder eingebunden werden. Eine solche Ausgestaltung wird der Bedeutung verbraucherorientierter Perspektiven für die Finanzbildung nicht gerecht.

Forderungen des vzbv

- Aufgaben, Zusammensetzung und Arbeitsweise der Task Force sollten bereits in der Strategie selbst transparent beschrieben und nicht erst nachgelagert in einer Geschäftsordnung geregelt werden. Nur so kann nachvollzogen werden, wie Entscheidungen getroffen, Prioritäten gesetzt und Stakeholder in die Umsetzung der Strategie eingebunden werden.

- Sollte die Task Force auf Bundesministerien und -behörden begrenzt bleiben, braucht es ein festes Gremium von Stakeholdern, das kontinuierlich und nicht nur anlassbezogen, die Task Force berät und die Umsetzung der Strategie unterstützt. Dieses Gremium sollte Vertreter:innen der Verbraucher:innen, aus Wissenschaft und Wirtschaftsverbänden einbinden. Vorbild könnte der Steuerungsausschuss im Rahmen der österreichischen Finanzbildungsstrategie sein.⁹

7. Verbindlichkeit erhöhen

Die Finanzbildungsstrategie bleibt bei Fragen der Umsetzung, Evaluation und Weiterentwicklung zu unkonkret. Zwar werden Monitoring und Evaluation als wichtige Bestandteile der Strategie genannt, konkrete Indikatoren, Zielwerte oder Kriterien zur Erfolgsmessung werden jedoch nicht benannt. Aus Sicht des vzbv ist entscheidend, dass der Erfolg der Strategie nicht nur anhand von Reichweiten, Teilnahmezahlen oder einer steigenden Nutzung bestimmter Finanzprodukte bewertet wird. Maßstab einer unabhängigen Evaluation sollte vielmehr sein, ob Verbraucher:innen tatsächlich Kompetenzen erwerben, die sie zu informierten, selbstbestimmten und ihren Bedürfnissen entsprechenden Finanzentscheidungen befähigen. Darüber hinaus fehlt ein nachvollziehbarer Umsetzungsplan mit klaren Verantwortlichkeiten, Prioritäten, Meilensteinen und Zeitvorgaben. Damit bleibt unklar, wie die Vielzahl der vorgesehenen Maßnahmen auf die strategischen Ziele einzahlen. Die Strategie beantwortet nicht ausreichend die Frage, wie insbesondere diejenigen Bevölkerungsgruppen erreicht werden sollen, die bislang nur begrenzt Zugang zu Finanzbildung haben.

Forderung des vzbv

Es braucht einen verbindlichen Umsetzungsplan, messbare Erfolgsindikatoren sowie eine unabhängige Evaluation der tatsächlichen Wirkung der Maßnahmen. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Strategie nicht bei guten Absichten stehen bleibt, sondern einen tatsächlichen Beitrag zur Verbesserung der Finanzkompetenz aller Verbraucher:innen in Deutschland leistet.

Impressum

Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

T +49 30 25800-0
info@vzbv.de
[vzbv.de](https://www.vzbv.de)

Stand:

Oktober, 2026

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

⁹ Bundesministerium Finanzen Österreich: Nationale Finanzbildungsstrategie für Österreich, 2021, <https://www.bmf.gv.at/dam/jcr:2e90cf98-06b2-44e4-ad08-cd85e00af7da/Bericht%20Nationale%20Finanzbildungsstrategie.pdf>, 28.9.2026.