

verbraucherzentrale

Bundesverband

Nachhaltige Bildung stärkt
Handlungsoptionen für Verbraucher

Gerd Billen, Vorstand

Symposium der Sparkassen-Finanzgruppe

27. Februar 2008

Damit Verbraucher auf dem Finanzmarkt nachhaltig agieren können, brauchen sie:

- ❖ 1. Finanzielle Bildung
- ❖ 2. Verantwortliches Verhalten der Anbieter
- ❖ 3. Staat, der Schutz und Zugang zu unabhängiger Beratung gewährleistet

1. Finanzielle Bildung

❖ Vielfältige Aktivitäten

❖ Wohlfahrtsverbände

❖ Fokus: Schuldenprävention

❖ Verbraucherverbände

❖ Fokus: Verbraucher als Marktakteure stärken

❖ Sparkassen, Banken, Versicherer

❖ Fokus: Budgetplanung, Vermögensaufbau,
Geld- und Währungspolitik vermitteln

1. Finanzielle Bildung

❖ **Positiv: Bildungsengagement der Sparkassen**

- ❖ setzt am Horizont der Verbraucher an
- ❖ gibt praktische Hilfestellungen
 - ❖ Einkommen sinnvoll einteilen
 - ❖ Einsparpotentiale identifizieren
 - ❖ Wo erhalte ich externe Hilfe?
- ❖ bedient unterschiedliche Verbraucherthemen
- ❖ ist klar vom Produktvertrieb abgegrenzt

1. Finanzielle Bildung

❖ Optimierungspotentiale

- ❖ Bildungsaktivitäten stärker evaluieren
- ❖ Kooperationen und Vernetzungen zwischen Bildungsakteuren fördern
- ❖ Staatliches Engagement steigern
 - ❖ finanzielle Bildung in Schulcurricula verankern
 - ❖ in Lehrerfortbildung und zeitgemäße Lehrmaterialien investieren
 - ❖ Anreize für lebenslanges Lernen setzen

1. Finanzielle Bildung

❖ Was kann sie leisten?

- ❖ verändertes Bewusstsein der Verbraucher
 - ❖ schärferes Problembewusstsein
 - ❖ Sensibilisierung für Kosten und Risiken
 - ❖ Ermunterung, die „richtigen Fragen“ zu stellen
 - ❖ Interesse für ethische Geldanlagen wecken

1. Finanzielle Bildung

❖ Welche Hürden kann sie nicht nehmen?

- ❖ Bildung schafft nicht per se Zugang zu passenden Finanzdienstleistungen
- ❖ Bildung bewahrt Verbraucher nicht vor Falschberatung und ihren Folgen

2. Verantwortliches Verhalten der Anbieter

❖ Aktuelle Probleme

- ❖ Lockvogelwerbung
- ❖ Praxis des Kredit-Scoring
- ❖ Intransparente Anlageprodukte
- ❖ Vertriebsdruck befördert Falschberatung

❖ Forderungen

- ❖ fairer Umgang mit Kunden
- ❖ auf kohärentes Verhalten achten

2. Verantwortliches Verhalten der Anbieter

❖ „Öko-Transparenz“ im Anlagegeschäft stärken

- ❖ Ethisches Investment = Zukunftsmarkt
- ❖ viele Mogelpackungen
- ❖ ethische, soziale und ökologische Nachhaltigkeitskriterien klarer definieren
- ❖ Kriterien transparent machen
- ❖ Einhaltung unabhängig kontrollieren

3. Staatliche Vorgaben

- ❖ Anbieter müssen alle Kosten offenlegen
- ❖ Produktinformationen standardisieren
- ❖ Beweispflicht der Anbieter für bedarfsgerechte Beratung
- ❖ Verjährungsfristen verlängern
- ❖ Finanzaufsicht verbraucherorientiert gestalten
- ❖ Regeln für angemessene Bonitätsprüfungen
- ❖ Unabhängige Beratungsinfrastruktur stärken

Fazit

Ein hoher Bildungsanspruch ist zu verfolgen. Wir dürfen uns hinter ihm aber nicht verstecken.

Die Wahlfreiheit der Verbraucher braucht Rahmenbedingungen, die den Schutz grundlegender Verbraucherinteressen gewährleisten.