

# Finanzielle Allgemeinbildung: Bürgerliche Institutionenkunde und Tugendlehre oder kritische Analyse eines gesellschaftspolitischen Problems?

Thorsten Hippe



Thorsten Hippe

### Zusammenfassung

Viele Akteure aus Wirtschaft und Politik erheben zurzeit lautstark die Forderung nach Finanzbildung in der Schule. Hierfür entwickeln sie im Rahmen von Public-Private-Partnerships Unterrichtsmaterial, das als Leitbild den mündigen Bürger vorgibt. Diese Materialien ignorieren jedoch zentrale fachdidaktische Prinzipien wie die Förderung von Kritikfähigkeit, Problemorientierung, Konfliktorientierung und Wissenschaftsorientierung, sodass dieses Leitbild klar verfehlt wird. Zu fordern ist daher eine *anbieterunabhängige, kritische* Finanzbildung, die jungen Bürgern ein gesundes Misstrauen gegenüber den Anbietern von Finanzprodukten vermittelt.

## 1. Einleitung

Seit einiger Zeit wird der deutschen Bevölkerung ein „finanzieller Analphabetismus“ attestiert und mehr Finanzbildung in der Schule gefordert, damit die Bürger die gewachsenen Anforderungen an die individuelle Finanz- und Vorsorgeplanung bewältigen können (z.B. Breiting 2009). Wissenschaftliche Kritiker wenden jedoch ein, dass die übliche Finanzbildung laut empirischen Studien pädagogisch gar nicht wirksam sei und der Finanzbranche nur als Scheinlösung diene, um eine effektive Verbraucherschutzregulierung des Finanzmarktes abzuwehren (Willis 2008a).

In diesem Kontext ist es interessant, dass viele Unterrichtsmaterialien zur Finanzbildung unter intensiver Beteiligung der Finanzbranche entwickelt wurden. Allerdings versichern die Beteiligten, dass es ihnen um den „*mündigen Bürger*“ (Breiting 2009) gehe und „*garantiert [sei], dass alles ... pädagogisch gut und vor allem unabhängig aufbereitet ist.*“ (Jäger zit. nach Posch 2009). Dafür Sorge die enge Kooperation mit öffentlichen Gremien wie z.B. der „Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung“, in denen auch Vertreter von Ministerien, Schulen etc. sitzen. In der Tat werden viele Unterrichtsmaterialien zur Finanzbildung im Rahmen von Public-Private-Partnerships entwickelt. Zudem werden sie pädagogisch begleitet oder zertifiziert – manche (BVI 2008; IDV 2008) tragen gar ein „Comenius Edu Media Siegel“. Die Materialien sind in Schulen recht beliebt (Posch 2009).

Finanzbildung unter intensiver Beteiligung der Finanzbranche

Lobbyinteressen Baum et al. (2009, 78) bleiben jedoch kritisch: „Ein [solches] Angebot (...) muss grundsätzlich frei sein von Lobbyinteressen. (...) Von Unterrichtsmaterialien, die Banken oder Versicherungen anbieten, ist kaum zu erwarten, dass sie zum Beispiel auf Fallstricke aufmerksam machen, die sie oft genug zum Nachteil ihrer Kunden im Kleingedruckten ihrer Verträge verstecken.“ Werden solche „Lobbyinteressen“ in den o.g. Public-Private-Partnerships wirklich effektiv kontrolliert?

Im Folgenden zeige ich, dass heutige Unterrichtskonzepte zur Finanzbildung, die im Rahmen von Public-Private-Partnerships entwickelt wurden (BVI 2008; IDV 2008; IÖB 2005; Peters/Raab 2004; Stiftung Lesen 2009), an vielen Stellen als kritisch im Sinne des letzten Zitats zu bewerten sind. Hierzu werde ich eine wissenschaftsorientierte Sachanalyse des Finanzmarktes vornehmen und daraus ableiten, welchen fachdidaktischen Anforderungen Finanzbildung genügen muss, wenn sie tatsächlich den mündigen Bürger anstreben will. Diese Analyse konkretisiere ich anhand von drei exemplarischen Teilbereichen (Altersvorsorge, Vermögensbildung, Grauer Kapitalmarkt). Anschließend werde ich diese fachdidaktische Messlatte an die o.a. Unterrichtsmaterialien anlegen und zeigen, dass die Finanzbildung eine kritische Wende benötigt.

## 2. Wissenschaftliche Analyse des Finanzmarktes und didaktische Schlussfolgerungen

Wissensvorsprung des „Beraters“ Aus wissenschaftlicher, institutionenökonomischer Sicht (z.B. Kohlert 2009; Oehler et al. 2009) ist die Inanspruchnahme von Finanzdienstleistungen eine Prinzipal-Agent-Beziehung, die durch einen starken Wissensvorsprung des „Beraters“ (Agent = Auftragnehmer) gegenüber dem Kunden (Prinzipal = Auftraggeber) geprägt ist. Diese Informationsasymmetrie liegt v.a. darin begründet, dass Finanzdienstleistungen ein Vertrauensgut sind, deren Komplexität auf die begrenzte Informationsverarbeitungskapazität der Kunden trifft. Dies führt dazu, dass eine Beurteilung der Beratungsqualität und der verkauften Leistung durch unbewanderte Kunden vor Vertragsabschluss und oft auch lange Zeit nach Vertragsabschluss kaum möglich ist (Kohlert 2009; Evers/Jung 2008). So kann der unbewanderte Kunde selbst nach Leistungserbringung oft kaum beurteilen, inwieweit ein Anlage(miss)erfolg auf eine gute bzw. schlechte Beratungsqualität zurück zu führen ist oder besonderen Umständen an den Kapitalmärkten geschuldet ist. Ebenso weiß er auch bei scheinbar akzeptabler Leistungserbringung oft nicht, ob es günstigere Alternativen gegeben hätte. Und wenn Kunden die inadäquate oder gar betrügerische Beratung erkennen (wie z.B. bei Lehman-Zertifikaten oder „Schrottimobilien“, s.u.), ist es oft zu spät.

Opportunismus Infolgedessen liegt aus institutionenökonomischer Sicht ein zentrales Problem darin, dass der „Berater“ den Bedürfnissen des Kunden zuwider handeln kann, um eigennützige Interessen zu verfolgen (Opportunismus) (Kohlert 2009, 238; Baum et al. 2009, 202ff.). Denn die heute in der Finanzbranche übliche Vergütung der „Berater“ durch Abschlussprovisionen setzt starke Anreize, Produkte unabhängig vom Bedarf des Kunden sowie provisionsträchtige Produkte

anstatt angemessener Produkte zu verkaufen (Kohlert 2009, 142; Oehler et al. 2009, 19). So sind die Provisionen für Produkte, die von unabhängigen Finanzexperten als für viele Kunden problematisch eingestuft werden, oft deutlich höher als Provisionen für andere Produkte, die unabhängige Finanzexperten empfehlen (Evers/Jung 2008, 95). Zudem setzen viele Banken ihre „Berater“ unter starken Verkaufsdruck, d.h. sie machen diesen – *unabhängig vom realen Kundenbedarf* – feste Vorgaben, wie viele Zertifikate, Aktienfonds etc. sie in einer bestimmten Zeit verkaufen müssen (Bergermann 2008; Baum et al. 2009, 40f.). Dabei werden die „Berater“ von ihrem Arbeitgeber unter hohen psychischen Druck gesetzt.

„Berater“ unter Verkaufsdruck

Um die Vorgaben/Provisionen zu erreichen, kann der „Berater“ bestimmte Risiken oder Chancen überbetonen, vernachlässigen, verschleiern etc. (Kohlert 2009, 218). Zudem verfügen „Berater“ über psychologische Techniken zur emotionalen Beeinflussung der Kunden (ebd.: 222, 227; Willis 2008b, 27). So wurde empirisch nachgewiesen, dass Kunden den Ratschlägen ihrer „Berater“ umso eher folgen, je größer die Zuversicht ist, welche der „Berater“ bzgl. der empfohlenen Produkte zeigt, auch wenn die vorgespielte Zuversicht der wirklichen Qualität des Produkts nicht entspricht. Zudem bemüht sich der „Berater“ darum, den Kunden in eine positive Stimmung zu versetzen, in der dieser Informationen weniger analytisch-kritisch verarbeitet. Überdies können Kunden durch die Reihenfolge der Informationen beeinflusst werden, da zu Beginn und zum Ende vermittelte Informationen Entscheidungen stärker beeinflussen als andere.

Institutionenökonomien (z.B. Oehler et al. 2009; Evers/Jung 2008) vertreten deshalb die These, dass auf diesem Markt ein echter Qualitätswettbewerb derzeit nicht stattfindet. Daher falle die Beratungsqualität mangelhaft und stark provisionsorientiert aus (so auch Rehberg (2003) für den Versicherungsverkauf). Auch die unabhängigen Finanzexperten Bareis/Nauhauser (2009) halten die Annahme, dass Anlageberatung „*im Normalfall kompetent*“ sei, für einen „*Irrtum*“ (ebd., 59). Evers/Jung (2008) beziffern die Vermögensschäden infolge mangelhafter Finanzberatung in Deutschland auf 20-30 Mrd. € im Jahr. So kommt Verbraucherministerin Aigner zu dem Schluss: „*Falschberatung ist ein Massenproblem*“ (SZ 23.12.2009). Der ehemalige Vorstandsvorsitzende der Dresdner Bank, Herbert Walter, hat seine Branche öffentlich zum Umdenken aufgerufen: „*Denn so bitter es ist: Viele der Vorwürfe treffen zu. (...) In zahlreichen Banken ist eine reine Verkaufskultur oder der hohe Druck der Hersteller von Finanzprodukten der bestimmende Faktor.*“ (in DIE ZEIT Nr. 46/2009)

kein echter Qualitätswettbewerb

Falschberatung ist ein Massenproblem

Diese These ist in vielen Mystery-Shopping-Studien (in denen sich unabhängige Finanzexperten zum Schein als normale Kunden ausgeben, um die Beratungsqualität in Banken zu testen) durch Wissenschaft, Verbraucherinstitute und Stiftung Warentest jüngst immer wieder empirisch belegt worden. Die Studien zeigen eine *in der Breite* unzureichende Produkt- und Beratungsqualität (z.B. Sternberger-Frey 2009, 6; Kohlert 2009, 295ff.; Finanztest 10/2009; Finanztest 1/2010; IFF 2009; Oehler 2009a; WISO 2009; Bareis/Nauhauser 2009: 59f., 249ff.). Eine zentrale Aufgabe der Finanzbildung besteht somit darin, Schüler für die Gefahr der Falschberatung zu sensibilisieren. Oehler et al. (2009, 5 + 18) sehen darin das wichtigste Ziel: „*Schulische Bildung ... in finanziellen Fragen ist ... zielführend, kann aber nicht auf die spezifischen Probleme bei der Geldanlage in*

Schüler für die Gefahr der Falschberatung sensibilisieren

*Wertpapieren vorbereiten. (...) Ein gesundes Misstrauen ist zu vermitteln, mit dem Appell: Trau, schau wem!*“ Dies fordert auch Willis (2008b, 31f.).

verbraucher-orientierte Informationen

Daher darf auf keinen Fall durch Aussparen der o.a. Problematik der Anschein einer „heilen Welt“ des Finanz“beratungs“marktes erzeugt werden. Interessenkonflikte sind klar herauszuarbeiten. Der Glaube, Finanzberatung sei i.d.R. kompetent und benevolent, kann durch Analyse von Mystery-Shopping-Studien irritiert werden (Schaffung von Problembewusstsein). So kann man Schülern zugleich zeigen, wo sie verbraucherorientierte Informationen finden (Verbraucherzentralen, Finanztest, WISO). Um die strukturellen Gründe für die mangelnde Beratungsqualität zu erhellen, ist eine nicht nur institutionenkundlich-deskriptive, sondern problematisierend-kritische Analyse des Marktes für Finanzberatung nötig. Dies gilt jedenfalls dann, wenn das Bildungsziel wirklich der mündige Bürger sein soll, der „gelernt hat, Vorgefundenes kritisch zu reflektieren“ (Weißeno et al. 2010, 38). Mit Blick auf die didaktischen Prinzipien der Wissenschaftsorientierung und der kategorialen Bildung sollten dabei basale Kategorien aus der Institutionenökonomik (Prinzipal-Agent-Beziehung, Informationsasymmetrie, Anreize, Opportunismus, „Berater“ als Homo Oeconomicus) verwendet werden.

strukturell bedingte Problematik

Ebenso sinnvoll ist es, mit Schülern Strategien zu erarbeiten, wie man individuell auf der Mikro-Ebene mit der o.a. Problematik umgehen kann (z.B. Kontakt zur Verbraucherzentrale). Doch angesichts der *strukturell* bedingten Problematik ist vor einer Individualisierung dieses *gesellschaftspolitischen* Problems zu warnen. So sollte es eine Unterrichtsphase geben, in der das Problem politisiert wird, d.h. aus der Makro-Ebene betrachtet wird, denn die heutige Regulierung dieses Marktes ist aus wissenschaftlicher Sicht (z.B. Oehler et al. 2009) ungenügend. Es ist die Frage aufzuwerfen: Was kann Politik tun, um Sparrer besser zu schützen? Hier kann man exemplarisch wissenschaftliche Lösungskonzepte (Oehler et al. 2009; Baum et al. 2009) diskutieren. So schlagen Oehler et al. (2009) u.a. einen öffentlich-rechtlichen Stiftungsfonds vor, in den alle Banken einzahlen und dessen Erträge zur Stärkung der Verbraucherzentralen und Finanztest verwendet werden, um deren ungenügende finanzielle Ausstattung zu überwinden (Verbraucherzentralen können mit ihren Kapazitäten heute jährlich max. 0,14% der Haushalte beraten, Baum et al. 2009, 77). Zudem fordern sie eine Umkehr der Beweislast (d.h. im gerichtlichen Konfliktfall müsste die Bank beweisen, dass sie den Anleger richtig beraten hat). Die von der Regierung verabschiedete Protokollpflicht beim Anlagegespräch sei dagegen kontraproduktiv. Diese Vorschläge kann man gemäß dem Kontroversitätsprinzip mit Reaktionen der Bankenverbände kontrastieren.

## 2.1. Altersvorsorge

Sicherlich benötigt das Lernen im Bereich Altersvorsorge a) ein institutionenkundliches Fundament, v.a. ein Verständnis der Gesetzlichen Rentenversicherung und deren politischer Reform angesichts des demografischen Wandels. Zudem geht es b) um „Lebenshilfe“, v.a. eine Sensibilisierung für die Bedeutung zusätzlicher Privatvorsorge als Folge dieser Reform.

Bei alledem sollte jedoch c) die Förderung von Kritikfähigkeit gegenüber den heutigen Strukturen und Produktarten des Marktes für private Altersvorsorge auf keinen Fall vergessen werden. Es sollte deutlich werden, dass man sich hier nicht auf die „unsichtbare Hand des Marktes“ verlassen, d.h. populäre Produkte kaufen kann. So konstatieren wissenschaftliche Gutachten (z.B. Oehler 2009a; Wystup 2010), dass der Markt für „Riester-Renten“ auch für einen informationswilligen Verbraucher bzgl. des Produktvergleichs an starker Intransparenz leidet, da Informationen zu den oft hohen Kosten der Produkte (die für unabhängige Experten ein *zentrales* Vergleichskriterium sind) von der Mehrheit der Anbieter selbst auf Nachfrage nicht (oder nicht verständlich) bereitgestellt werden. Auch die Information zur absehbaren Wertentwicklung und den Risiken sei unzureichend (Oehler 2009a). Zudem erfolgt die Kostenangabe nicht in standardisierter Form, was den Vergleich sehr erschwert. Dabei ignorieren viele Anbieter selbst die – laut Oehler ohnehin ungenügenden – gesetzlichen Vorgaben. „*In diesem Kontext sollte man nicht von Entscheidungen in einem wettbewerblichen Umfeld der sozialen Marktwirtschaft sprechen, sondern eher von einer Lotterie.*“ (Oehler 2009a, 16). Dies zeigt, dass Finanzbildung sich vor einer Individualisierung von individuell schwer lösbaren, sozialen Problemen hüten muss.

Eine *exemplarische* kritische Analyse von gängigen Altersvorsorgeproduktarten zum Zweck der Sensibilisierung vor anbieterseitigem Opportunismus kann an der Kapitallebensversicherung oder der fondsgebundenen Rentenversicherung ansetzen. Unabhängige Experten beurteilen beide Produktarten kritisch, da sie sich durch hohe Kosten und/oder mangelnde Flexibilität (Anpassung an veränderte Lebensverhältnisse) auszeichnen (Bareis/Nauhauser 2009: 185ff., 197ff., 210ff.). Aufgrund der hohen Provisionen verkaufen „Berater“ diese Produkte jedoch trotzdem gerne. Kapitallebensversicherungen werden jedoch oft (wegen unerwarteter Einkommenseinbußen z.B. durch Scheidung) vorzeitig vom Versicherungsnehmer gekündigt (laut Evers/Jung 2008, 76 mehr als 50% innerhalb der ersten 10 Jahre). Pro Kunde führte dies wegen der hohen Kündigungskosten, die viele Bürger nicht kennen, zu einem Verlust von durchschnittlich 3300 €. Etwa 1 Mio. Verträge werden pro Jahr vorzeitig gekündigt. Vermutlich wird beim Vertragsabschluss über solche Erfahrungswerte nicht aufgeklärt. Vielmehr besteht hier „*hoher Verkaufsdruck*“ (Evers/Jung 2008, 11; Baum et al. 2009, 85). Auch die klassische private Rentenversicherung, die ebenfalls oft vorzeitig gekündigt wird, wird kritisch gesehen: „*Hohe Abschlusskosten, teure vorzeitige Kündigungen, leistungsschwache Gesellschaften*“ (Bareis/Nauhauser 2009, 194ff.). Mystery-Shopping-Studien (IFF 2009; Finanztest 1/2010) haben dennoch festgestellt, dass Banken dieses Produkt oft Kunden empfehlen, für die es nicht geeignet ist.

Kapitallebens-  
versicherungen

## 2.2. Vermögensaufbau

Zweifelsohne benötigt das Lernen im Bereich Vermögensaufbau a) ein institutionenkundliches Fundament, v.a. ein Verständnis der Kapitalmärkte und der Kenntnis *basaler* Anlageformen (Termingeld, Anleihen, Aktien, Fonds). Zum

anderen geht es b) um „Lebenshilfe“ in Form der Anwendung von darauf bezogenen Urteilkriterien, d.h. Renditepotential, Sicherheit und Liquidität. Diese kann man mit Blick auf das Bildungsziel Verantwortlichkeit um das Kriterium der ökologischen Nachhaltigkeit ergänzen, zumal es keinen Zielkonflikt zwischen Rendite und Nachhaltigkeit geben muss (Bareis/Nauhauser 2009, 165ff.). Ein zentraler Zielkonflikt besteht jedoch zwischen Renditepotential und Sicherheit. Zudem ist gemäß der Vorsorgepyramide (ebd., 61) zu erarbeiten, dass vor dem Vermögensaufbau/Altersvorsorge 1) zunächst existentielle Risiken (z.B. Haftpflicht) abzusichern, 2) sodann ein „Notgroschen“ (Tagesgeld) für unvorhersehbare Ereignisse zu bilden und 3) evtl. Schulden zu tilgen sind (anstatt des verbreiteten „Sparens auf Kredit“).

Bei alledem darf jedoch c) die Förderung von Kritikfähigkeit gegenüber den heutigen Strukturen des Marktes und den damit verbundenen opportunistischen Anreizen der Anbieter auf keinen Fall ausgespart werden. So wurden z.B. laut einer Mystery-Shopping-Studie von WISO (2009) in Banken oft offene Immobilienfonds als sichere Geldanlage angeboten, was angesichts der Marktsituation sehr problematisch war. Das opportunistische Motiv der Empfehlungen bestand darin, dass die Abschlussprovisionen für dieses Produkt hoch waren, da sich die Fonds in Liquiditätsproblemen befanden. Indem die „Berater“ den Eindruck erweckten, die von den Fonds in der Vergangenheit erzielten Renditen seien auch künftig zu erwarten, versuchten sie eine typische Fehlvorstellung vieler Anleger auszunutzen: den Extrapolations-Bias. Da viele Verbraucher glauben, dass in der Vergangenheit hochrentable Fonds auch in der Zukunft hochrentabel sein werden, wirbt die Branche gerne mit solchen Zahlen. Finanzwissenschaftliche Langzeitstudien haben jedoch eindeutig belegt: bei Investmentfonds gibt es langfristig *keine* Performance-Konstanz, sondern eine *fondsübergreifende* Regression zum Mittelwert (Kommer 2002) (mit Ausnahme der schlechtesten 10-15% der Fonds).

Für ebenso irreführend für den Privatanleger halten unabhängige Experten auch Aktien-Empfehlungen, Analysten-Prognosen und „News“ zu Unternehmen/Branchen, „Chartanalysen“ etc. in Börsenmedien. Solche Informationen animieren zur individuellen Selektion von Einzel-Aktien und ständigen Umschichtungen des Portfolios. Finanzwissenschaftliche Analysen haben jedoch nachgewiesen, dass Privatanleger mit solchen „medienbasierten“ Anlagestrategien schlechter als der Marktdurchschnitt abschneiden (Bareis/Nauhauser 2009: 22f., 113f., 117ff.; Kommer 2002, 213; Schuster 2002), da die hohen Kosten für dieses „Traden“ nur die Kasse der Finanz(medien)branche füllen. Insoweit „Börsenspiele“ solche irreführenden Anlagementalitäten bei Schülern auch noch schüren (!), sind sie fachdidaktisch ausdrücklich abzulehnen.

Stattdessen empfehlen unabhängige Experten dem Aktienanleger eine langfristige „Buy-and-Hold“-Strategie und „Index-Fonds“ (Oehler 2009b, Kommer 2002). Index-Fonds sind nicht nur breit diversifiziert, sondern auch sehr kostengünstig (Bareis/Nauhauser 2009, 20; Kommer 2002), da sie nur passiv das Portfolio eines Index (z.B. DAX) replizieren, anstatt aktiv von Investmentmanagern verwaltet zu werden.

In diesem Kontext macht es Sinn, einen weiteren Irrglauben vieler Verbraucher aufzuklären: Viele meinen, dass hochwertige Finanzprodukte hohe Kosten

(Gebühren) erfordern. Richtig ist jedoch – v.a. bei Fonds – das Gegenteil: je niedriger die Kosten, desto besser (Bareis/Nauhauser 2009, 19). Viele empirische Studien der Finanzwissenschaft belegen eindeutig: Aktiv gemanagte Aktienfonds weisen *langfristig* nach Abzug aller Kosten/Gebühren i.d.R. eine schlechtere Netto-Performance als Index-Fonds aus. Denn langfristig entwickelt sich fast kein aktiv gemanagter Fonds besser als der Marktdurchschnitt (ebd., 141ff.; Kommer 2002). Das ist keine didaktisch irrelevante Marginalie, denn die Kosten-Unterschiede wirken sich langfristig *massiv* auf das Endvermögen des Anlegers aus (Bareis/Nauhauser 2009; Kommer 2002, 69ff.; Salzmann in FR vom 14.10.2009). Daher sind in der Finanzbildung Kosten als *zentrales* Urteilkriterium der Geldanlage zu betonen.

Finanzbildung  
Kosten als *zentrales*  
Urteilkriterium

Aufgrund der geringen Gebühren sind solche kostengünstigen Produkte bei den Anbietern jedoch unbeliebt. Anstatt einer kostengünstigen Kombination z.B. aus Termingeld (Sicherheitsbasis) und Indexfonds (langfristige Renditechancen) (Oehler 2009b) bieten sie z.B. kostenintensive „Dachfonds“ (WISO 2009) oder „(Garantie)Zertifikate“ an (Schuldverschreibungen, die nicht fest verzinst werden, sondern deren Wertentwicklung von Aktien, Rohstoffen etc. abhängt). Unabhängige Experten bewerten Zertifikate wegen versteckter Gebühren und ihrer oft komplexen, intransparenten Konstruktion kritisch (Bareis/Nauhauser 2009: 20 + 177ff.) und halten sie für Privatanleger für überflüssig (Oehler 2009b). Dennoch werden sie von „Beratern“ oft empfohlen und verkauft, da sie laut einer empirischen Studie von Vorgesetzten gehalten werden, Zertifikate zu vertreiben bzw. weil die Vertriebsprovision hoch ist (Sternberger-Frey 2008, 16ff.). Zertifikate eignen sich für eine *exemplarische*, kritische Produktart-Fallstudie.

### 2.3. Der Graue Kapitalmarkt

Ein didaktisch zentraler Teilbereich ist der Graue Kapitalmarkt, d.h. der Teil des deutschen Kapitalmarktes außerhalb von Banken und Versicherungen, in dem bestimmte Anbieter bestimmter Finanzprodukte (z.B. geschlossene Immobilienfonds) keiner staatlichen Aufsicht/Regulierung unterliegen. Auf dem Grauen Kapitalmarkt, der in dieser unregulierten Form in keinem anderen EU-Land existiert (Evers/Jung 2008, 94), ist Anlagebetrug verbreitet: „*Deutschland ist ein Paradies für Geldabzocker und Anlagebetrüger*“ (Oechsner in SZ vom 04.07.2007). Im Jahr 2007 sollen ca. 500000 Bürger Opfer krimineller Anbieter gewesen sein (Bareis/Nauhauser 2009, 234).

Hier können didaktisch zur Prävention Indizien erarbeitet werden, anhand denen man derlei betrügerische Angebote erkennen kann (z.B. Erstkontakt über Telefonanruf, Zeitdruck, Versichern hoher und zugleich sicherer Renditen). Es ist sinnvoll, dabei auf verbreitete, irrige Vorstellungen von Bürgern einzugehen, wonach jedes a) steuerlich vom Staat geförderte, b) von der BaFin (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht) *rein formal (!)* zertifizierte, c) von Politikern/Prominenten beworbene, d) über eigene Bekannte vermittelte Produkt als seriös und sicher gilt, was jedoch nicht zutrifft (ebd., 237ff.; Baum et al. 2009, 53ff.). Anlagebetrüger setzen oft genau diese Aspekte geschickt als Marketing-Instrumente ein.

Prävention

Als abschreckendes Exempel kann man hier den Bankrott der einst von führenden Politikern emsig hofierten „Göttinger Gruppe“ mit ihrer „SecuRente“ erörtern, bei dem 100000 Sparer insgesamt 1 Mrd. € verloren haben. Ein anderes Beispiel ist der „Schrottimmobilien“-Skandal. Hier wurden bisher 300000 gutgläubige Bürger von windigen Vermittlern zur Kreditaufnahme bei Banken überredet, um vermeintlich bankgeprüfte Immobilien zu erwerben, deren Mieteinnahmen und Steuer-Ersparnisse die Kredittilgungsraten angeblich deutlich übersteigen. Im Nachhinein stellt sich jedoch heraus, dass die zumeist maroden Immobilien völlig überteuert erworben wurden und kaum Mieteinnahmen fließen, sodass die Erwerber auf einem Schuldenberg sitzen. Das ist ein weiterhin aktuelles Problem, das v.a. junge Leute betrifft (Baum et al. 2009, 171ff.). Auch hier sollten im Unterricht *politische* Lösungsoptionen erörtert werden (ebd., 49-58 + 91).

### 3. Kritische Analyse von Public-Private-Partnership-Konzepten zur Finanzbildung

Alle fünf hier analysierten Unterrichtskonzepte zur Finanzbildung aus den Public-Private-Partnerships (BVI 2008; IDV 2008; IÖB 2005; Peters/Raab 2004; Stiftung Lesen 2009) bieten zwar bzgl. der didaktischen Dimension der Welt- und Institutionenkunde brauchbares Material an. Doch in der Dimension der Lebenshilfe sind sie viel zu unkritisch und sparen die Dimension der regulierungspolitischen Kritikfähigkeit zu Unrecht völlig aus.

So wird nicht behandelt, dass Anbieter Anreize zu opportunistischen Handeln haben, wie man dies als Verbraucher erkennen und sich dagegen wehren kann. Daher wird nicht deutlich, wie wichtig es ist, bei Verbraucherinstituten Rat zu suchen. Ebenso fehlt eine exemplarische kritische Analyse von populären Finanzproduktarten, die unabhängige Experten kritisch beurteilen. Stattdessen werden z.B. Altersvorsorgeproduktarten bloß beschrieben (IDV 2008b, 10f.) und der Anschein erweckt, diese seien alle ganz gut geeignet. Eine Ausnahme bildet nur das Konzept des IÖB (2005), in dem Kritik an der Kapitallebensversicherung erörtert wird. Dabei wird aber kein Bezug zwischen dem Markt-„Erfolg“ dieses Produkts und den opportunistischen Anreizen der „Berater“ hergestellt.

Zudem ist problematisch, dass das für unabhängige Experten bei der Geldanlage zentrale Urteilkriterium der Kostenhöhe (Gebühren etc.) bestenfalls am Rande erwähnt wird, ihre massive Bedeutung nicht erklärt wird und bei Beispielen zur Renditeberechnung nicht zur Sprache kommt (BVI 2008a, 7; vgl. dazu die Kritik von Bareis/Nauhauser 2009, 146ff.). Kaum akzeptabel ist auch, die Reservebildung für unvorhersehbare Lebensereignisse in Verbindung mit Investmentfonds und Aktien zu bringen (BVI 2008b, 20).

Bisweilen finden sich wissenschaftlich unsinnige (z.B. Chartanalyse) und überflüssige Themen (z.B. Finanztermingeschäfte). Indexfonds, an denen die Branche wenig verdient, die aber für Anleger sehr kostengünstig und i.d.R. rentabler als übliche Investmentfonds sind, werden dagegen gar nicht erwähnt (BVI

2008) oder ihr Vorteil wird nicht erklärt (Stiftung Lesen 2009, 5). Vielmehr sollen Schüler Anlageformen wie „Gold u.a. Edelmetalle“, „Kunst & Antiquitäten“, „Diamanten“ und „Lotterien“ (IÖB 2005, 95) analysieren. Ein Konzept suggeriert, dass Informationen aus Börsenmedien für Privatanleger wichtig seien und geldwerten Nutzen brächten („*Wissen ist Geld*“, Stiftung Lesen 2009, 18), obwohl dies finanzwissenschaftlich widerlegt ist (Bareis/Nauhauser 2009, 117ff.; Kommer 2002, 213; Schuster 2002, 188).

Bzgl. des Bildungsziels der Verantwortlichkeit fällt auf, dass das Anlagekriterium ökologische Nachhaltigkeit in den Konzepten keine Rolle spielt. Stattdessen werden die drei üblichen Kriterien Liquidität, Rentabilität und Sicherheit bisweilen um die Kriterien „Spaßfaktor“ und „Bequemlichkeit“ ergänzt (IÖB 2005, 29ff.). Oder Jugendlichen wird einseitig das Ziel „*Leben in Luxus*“ in den Mund gelegt (BVI 2008b, 16).

Bildungsziel  
Verantwortlichkeit

In punkto Berufsorientierung will man Schüler für den „*Tagesablauf einer Fondsmanagerin*“ begeistern und sie den Beruf des Bankkaufmanns erkunden lassen (BVI 2008a, 11). Die von vielen Mitarbeitern hinter vorgehaltener Hand beklagten Arbeitsbedingungen (Bergermann 2008) in der Branche werden dagegen nicht thematisiert. So erfahren Schüler nichts über den radikalen Wandel der Arbeitsbedingungen in der Finanzbranche, der von Angestellten oft als Destabilisierung innerbetrieblicher Kooperation, als ökonomistische Depersonalisierung und als *Verlust* intrinsischer Motivation, Loyalität und *ehemaliger* Identifikation mit dem Unternehmen erlebt wird (Singe 2009).

Besonders problematisch ist, dass die didaktische Dimension der regulierungspolitischen Kritikfähigkeit gegenüber den Strukturen des Finanzmarktes in allen Konzepten komplett ausgespart wird.

So vermisst man in allen Konzepten eine basale institutionenökonomische Analyse der Marktstruktur, sodass die zentralen Kategorien (Prinzipal-Agent-Beziehung, Informationsasymmetrie, Vertrauensgut, Anreize, Opportunismus) fehlen. V.a. beim Unterrichtskonzept des IÖB (2005) ist dies sehr verwunderlich, da die Autoren in ihren *theoretischen* Schriften die didaktische Bedeutung der Institutionenökonomik und des Homo Oeconomicus betonen. In ihrem *Unterrichtskonzept* werden Finanzinstitute bzw. deren „Berater“ jedoch *nicht* als Homo Oeconomicus analysiert. Stattdessen darf sich in „Material 41“ eine Bank als Praxiskontaktpartner auf vier Seiten lang und breit ihrer „gesellschaftlichen Verantwortung“ (ebd., 125-128) rühmen – die Bank als Homo Benevolens? Eine Analyse von Banken bzw. ihrer „Berater“ als Homo Oeconomicus wäre jedoch nötig, denn dies entspricht wissenschaftlichen Standards und wäre ein wichtiger Schritt, um sich dem zentralen Ziel der Finanzbildung – dem gesunden Misstrauen (Oehler et al. 2009, Willis 2008b) – zu nähern.

basale institutionen-  
ökonomische  
Analyse der  
Marktstruktur

Dazu wäre es zudem sinnvoll, eine Mystery-Shopping-Studie (s.o.) zu analysieren. Diese werden jedoch in keinem Unterrichtskonzept erwähnt. Stattdessen werden *unkritische* Interviews und Rollenspiele mit Bankmitarbeitern veranstaltet, die als „Experten“ (BVI 2008a, 9; IÖB 2005, 42) bzw. „Profis“ (BVI 2008b, 24) die Schüler beraten. Wie dies ablaufen soll, zeigt eine Zeichnung zur Methode der Expertenbefragung (IÖB 2005, 119): Ein benevolenter „Experte“ erklärt beeindruckten Schülern mit erhobenen Zeigefinger eine Weltkarte. Kritische Fragen an die „Experten“ sind nicht eingeplant. Solche *unkritischen* Ex-

Mystery-Shopping-  
Studie

pertenbefragungen und Rollenspiele sind insofern problematisch, als sie gutgläubiges Vertrauen anstatt gesundes Misstrauen wecken, da sich die „Experten“ in der Schule natürlich von ihrer Schokoladenseite präsentieren. Der harte Alltag, d.h. der Einfluss von Provisionen und der Verkaufsdruck in Banken (Bergermann 2008) wird dabei wohl kaum realitätsgerecht simuliert, sodass Illusionen befördert werden. Denn am besten gefällt den Schülern die Beratung durch die Bankmitarbeiter (Peters/Raab 2004, 65): „*Die freundliche Beratung, das gute Fachwissen und die positive Einstellung [der Berater] uns Jugendlichen gegenüber sind uns in unserem Gedächtnis geblieben.*“ (ebd., 73). Anstatt eine solche naive Vertrauensseligkeit zu fördern, wäre es weitaus sinnvoller, Vertreter von Finanztest oder einer Verbraucherzentrale, die idealerweise als Mystery-Shopping-Tester im Einsatz waren, (zusätzlich) in den Unterricht einzuladen. *Diese* könnten dann in einem Rollenspiel mit den Schülern das von ihnen erlebte *reale* Verkaufsverhalten von Bank“beratern“ simulieren. Oder man lädt einen Vertreter von Finanztest bzw. einer Verbraucherzentrale zu einem Experten-*Streit*-Gespräch mit einem Bankvertreter in den Unterricht ein.

naive  
Vertrauensseligkeit

Zudem findet in den Konzepten keine kritische Problematisierung der institutionellen Strukturen des Marktes für Finanz“beratung“ und -produkte statt, sodass eventueller politischer Handlungsbedarf nicht in den Blick gerät. Problematisiert wird ausschließlich die Gesetzliche Rentenversicherung. Letzteres ist legitim und nötig. Im Gesamtbild führt es jedoch zu einer unredlichen Einseitigkeit: der Sozialstaat wird in den Unterrichtskonzepten intensiv problematisiert (IDV 2008b, 8f.; IÖB 2005: 32f., 96ff.; BVI 2008a, 8). Die genauso kritikwürdigen Strukturen des Marktes für private Altersvorsorge und Finanzberatung werden dagegen nicht problematisiert. Stattdessen findet eine *einseitige* Individualisierung/Psychologisierung des Problems statt: Verbraucher hätten zu wenig Wissen, das Thema Geld sei sozial tabuisiert, Finanzwissen habe einen schlechten Ruf, die Menschen verhielten sich unmündig usw. (IÖB 2005, 16f.). Auch das Konzept von Peters/Raab (2004, 10f.) basiert auf drei *individualisierend-psychologisierenden* Ebenen: individuelles Wissen, individuelle Emotionen und individuelle Verhaltenskontrolle. Propagiert werden „eigenverantwortliche Entscheidungen für die Altersvorsorge“ (IDV 2008) – ob diese angesichts des intransparenten Marktes überhaupt möglich sind (Oehler 2009a; Wystup 2010), wird jedoch nicht erörtert.

Sozialstaat wird in  
den Unterrichtskonzepten intensiv  
problematisiert

Selbst das gravierende Regulierungsproblem des Grauen Kapitalmarkts wird in keinem Konzept thematisiert. Zwar wird z.T. die Notwendigkeit von gesetzlichen Regeln auf dem Finanzmarkt abstrakt dargestellt (IÖB 2005: 9, 25, 67f.; BVI 2008b, 24). Doch die heutigen Regeln werden einfach nur als solche erarbeitet. Die Tatsache, dass diese Regeln aus der Sicht einiger Experten völlig unzureichend sind, wird nicht erwähnt. Durch die bloße Deskription von Regeln zum Anlegerschutz ohne die Problematisierung von Mängeln wird somit bei Schülern der – unangemessene (s.o.) – Anschein erweckt, auf dem deutschen Kapitalmarkt sei *grosso modo* alles in Ordnung.

## 4. Fazit

Was bereits Breit (2006, 100-104) bzgl. einiger Unterrichtspraktiken der ökonomischen Bildung in der Schule kritisch festgestellt hat, wird auch durch die hier untersuchten Unterrichtskonzepte zur Finanzbildung der Public-Private-Partnerships überwiegend bestätigt. Die Konzepte schalten jedwedes kritische Licht auf die Finanzwirtschaft aus. Von „pädagogisch guten“ und „v.a. unabhängigen“ Materialien (Jäger zit. nach Posch 2009) kann keine Rede sein, da die wissenschaftliche, institutionenökonomische Analyse fehlt und die zentralen Bildungsziele der Kritik- und Konfliktfähigkeit ignoriert werden. Folglich wird das Leitbild des mündigen Bürgers klar verfehlt. Ohne eine wissenschaftsorientierte, kritische Analyse des Finanzmarkts fördert man nicht finanzielle Allgemeinbildung, sondern finanzielle Halbbildung.

## Literatur

- Bareis, W. & Nauhauser, N. (2009): Lexikon der Finanzirrtümer. Berlin.
- Baum, G. et al. (2009): Abkassiert. Die skandalösen Methoden der Finanzbranche. Reinbek.
- Bergemann, M. (2008): Bankberater packen aus: „Ich habe Sie betrogen.“ Wirtschaftswoche vom 02.02.2008, S. 55-63
- Breit, G. (2006): Unterschiedliches Grundwerteverständnis im Fach Politik und Wirtschaft. In: Weißeno, G. (Hg.): Politik und Wirtschaft unterrichten. Wiesbaden, 93-106.
- Breiting, F. (2009): Finanzielle Bildung ist ihr Geld wert. Die Welt, 07.11.2009
- BVI (2008a + b): Hoch im Kurs. Grundbildung für die Sek. II. a) Materialmappe für Lehrer, b) Schülermagazin. Siehe <http://www.hoch-im-kurs.de>
- Evers & Jung (2008): Anforderungen an Finanzvermittler. Studie im Auftrag des BMELV.
- IDV (2008a + b): Generation 67. a) Begleitbroschüre für LehrerInnen, b) Schülermagazin Sekundarstufe II. Siehe <http://safety1st.de>
- IFF (2009): IFF führt Bankentest für NDR „markt“ im Bereich Geldanlage durch. Siehe <http://news.iff-hh.de/index.php?id=1976&viewid=44480>
- IÖB (2005): Unterrichtseinheit Finanzielle Allgemeinbildung. Siehe [http://login.ioeb.de/ioeb/ecedon.nsf/0/4C5AFFD67757F7FC125708900424003/\\$File/HB\\_Schul\\_05\\_FA-Inhalt\\_Web\\_Lesezeichen.pdf](http://login.ioeb.de/ioeb/ecedon.nsf/0/4C5AFFD67757F7FC125708900424003/$File/HB_Schul_05_FA-Inhalt_Web_Lesezeichen.pdf)
- Kohlert, D. (2009): Anlageberatung und Qualität – ein Widerspruch? Baden-Baden.
- Kommer, G. (2002): Souverän investieren. Frankfurt/Main.
- Oehler, A. et al. (2009): Zur Qualität der Finanzberatung von Privatanlegern: Probleme des Beratungsprozesses und Lösungsansätze. Siehe [http://www.bmelv.de/cae/servlet/contentblob/850226/publicationFile/51838/2009\\_11\\_Finanzberatung.pdf](http://www.bmelv.de/cae/servlet/contentblob/850226/publicationFile/51838/2009_11_Finanzberatung.pdf)
- Oehler, A. (2009a): Alles „Riester“? Die Umsetzung der Förderidee in der Praxis. Siehe [http://www.vzbv.de/mediapics/altersvorsorge\\_gutachen\\_oehler\\_12\\_2009.pdf](http://www.vzbv.de/mediapics/altersvorsorge_gutachen_oehler_12_2009.pdf)
- Oehler, A. (2009b): Ad hoc und ziellos? Siehe [http://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/sowi\\_lehrstuehle/finanzwirtschaft/Transfer/Verbraucherfinanzen.pdf](http://www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/sowi_lehrstuehle/finanzwirtschaft/Transfer/Verbraucherfinanzen.pdf)
- Peters, H. & Raab, G. (2004): Bank und Jugend im Dialog. Oberhausen.
- Posch, M. (2009): Hoch im Kurs. Die Welt, 07.11.2009
- Rehberg, M. (2003): Der Versicherungsabschluss als Informationsproblem. Baden-Baden.
- Schuster, T. (2002): Die Geldfälle. Reinbek.
- Singe, I. (2009): Neue Unsicherheiten und neue Grenzziehungen – zum Wandel von Angestelltenarbeit in Finanzdienstleistungsunternehmen. Arbeits- und Industriesoziologische Studien 2 (2), 32-44

- Sternberger-Frey, B. (2008): Vermögensentwicklung privater Haushalte. Kurzstudie im Auftrag des VZBV. Siehe [http://www.vzbv.de/mediapics/studie\\_vermoegensentwicklung\\_privater\\_haushalte\\_16\\_12\\_2008.pdf](http://www.vzbv.de/mediapics/studie_vermoegensentwicklung_privater_haushalte_16_12_2008.pdf)
- Stiftung Lesen (2009): Von Bulle und Bär – die Börse. Ideen für den Unterricht. Siehe [http://www.boerse-frankfurt.de/DE/MediaLibrary/Document/Sonstiges/DB\\_Brosch%C3%BCre\\_SL.pdf](http://www.boerse-frankfurt.de/DE/MediaLibrary/Document/Sonstiges/DB_Brosch%C3%BCre_SL.pdf)
- Weißeno, G. et al. (2010): Konzepte der Politik. Schwalbach.
- Willis, L. (2008a): Against Financial Literacy Education. *Iowa Law Review* 84, 197-285
- Willis, L. (2008b): Evidence and Ideology in Assessing the Effectiveness of Financial Literacy Education. *San Diego Law Review* 46, 415ff.
- WISO (2009): Bankberatung trotz Krise mangelhaft. Siehe <http://wiso.zdf.de/ZDFde/inhalt/17/0,1872,7599377,00.html>
- Wystup, U. (2010): „Die Differenz ist groß“. FR vom 02.01.2010