



„Fit-in-Vorsorge“ (gekürzte Fassung)

Machbarkeitsstudie für ein bundesweites Angebot von
Volkshochschulkursen zur Altersvorsorge

Im Auftrag des
Bundesministeriums für Gesundheit und Soziale Sicherung

Erstellt von

RA Dipl. Pol. Achim Tiffe
Dipl. Päd. Volkmar Lübke
Prof. Dr. Udo Reifner

in Zusammenarbeit mit

WERK4

1 Hintergrund der Machbarkeitsstudie

Die Machbarkeitsstudie wurde nach ihrer Präsentation am 31. August 2004 in Berlin überarbeitet, wobei die Anregungen der einzelnen Organisationen dabei ihren Eingang gefunden haben.

Einigkeit besteht darüber, dass die gesetzliche Rentenversicherung als tragende Säule der gesetzlichen Rentenversicherung hinreichend herausgestellt werden soll. Ebenso soll eine Kampagne mehr das Chancen- als das Problembewusstsein in der Bevölkerung hervorrufen, woran sich die Kampagne orientieren soll. Die mit der Machbarkeitsstudie vorgestellten Werbebotschaften dienten nur als Beispiel und Ideengeber für eine visuelle Umsetzung der Kampagne und zeigten die Möglichkeiten auf, die bei diesem Thema bisher schwierig ansprechbare Zielgruppe mit Werbebotschaften zu erreichen. Trotz der Schwierigkeiten, die Zielgruppe zu erreichen, sollte bei einer Kampagnenentwicklung der chancenorientierte Ansatz im Vordergrund stehen.

Das Institut für Finanzdienstleistungen sieht sich bei dem Projekt dazu grundsätzlich als Dienstleister, der aufgrund seiner Erfahrung die beteiligten Organisationen dabei unterstützen will, **ein didaktisch überzeugendes, inhaltlich die Zielgruppe ansprechendes und fachlich gutes Kursangebot zu konzipieren, das über die einzelnen Bereiche der Altersvorsorge hinausgeht und einen ganzheitlichen Ansatz umsetzt, der auf die Bedürfnisse der Bevölkerung zugeschnitten ist. Darüber hinaus erscheint es sinnvoll, das Kursangebot nicht nur zu konzipieren und in die Praxis umzusetzen, sondern auch die Referenten damit vertraut zu machen. Dass das Kursangebot, die Kampagne und die Kurse vor Ort zu einem Erfolg werden, wird davon abhängen, wie stark ein einheitliches Konzept überzeugend nach außen sichtbar wird, dass sich von den bestehenden Angeboten abhebt.** Die Mehrheit der Bevölkerung setzt sich mit der Frage ihrer Altersvorsorge auf privater wie gesetzlicher Ebene derzeit auseinander. Das Institut für Finanzdienstleistungen ist überzeugt, dass bei einem entsprechenden Kursangebot mit einer begleitenden Kampagne die Beschäftigung mit dem Thema Altersvorsorge in der Bevölkerung stark zunehmen wird, wenn die einzelnen Personen bei Ihren Problemen im Kurs abgeholt werden und sich in dem Kursangebot wieder finden.

...

1.2 Private Altersvorsorge als Bildungsziel

Nach den vorliegenden Studien zur finanziellen Allgemeinbildung sind diese Fähigkeiten in der Gesellschaft, die erst seit etwa 40 Jahren Finanzdienstleistungen für Alle kennt und immer extensiver nutzt, bisher weder durch Schule noch durch das Elternhaus ausreichend vermittelt worden (siehe dazu: Schulbuchanalyse des iff im Auftrag des Verbraucherzentralen Bundesverband 2004 und Reifner: Finanzielle Allgemeinbildung 2003). Andererseits würde es in der aktuellen Situation auch wenig nützen, wenn zunächst für die Schulen entsprechende Programme entwickelt würden. Zudem zeigen erste Erfahrungen, dass Kinder wenig Motivation zeigen, sich mit den Fragen des Alters zu beschäftigen. Vielmehr sind es die älteren Menschen selber, die die Fragen der Altersvorsorge beschäftigt. Dies ist allerdings insoweit dysfunktional, als Menschen mit durchschnittlichem Einkommen im Alter von über 50 Jahren kaum noch eine relevante und sinnvolle Chance haben, über die private Altersvorsorge ihre Rentenlücke zu schließen. Zudem wird davon

ausgegangen, dass die eigentliche „Rentenlücke“ sich zurzeit auch bei dieser Gruppe noch am wenigsten deutlich zeigen wird.

Immerhin zeigt sich in der Praxis auch, dass junge Familien mit der Geburt der Kinder anfangen, sich stärker für das eigene Alter zu interessieren, da das nahe Auftreten der nächsten Generation zugleich damit konfrontiert, dass nunmehr bereits eine nächste Generation das eigene Alter ankündigt. Es mag auch daran liegen, dass durch dieses Ereignis die eigenen Eltern in den Status der Großeltern erhoben werden, die traditionell mit dem Alter identifiziert werden.

Zielgruppe für eine aktuelle finanzielle Allgemeinbildung zur privaten Altersvorsorge sind daher vor allem die 30 bis 45-jährigen, bei denen eine Motivation für die Altersvorsorge vermutet werden kann und für die die Aneignung entsprechenden Wissens eine wichtige Funktion für ihr eigenes Alter ist.

Aufgrund der definierten Zielgruppe befinden wir uns damit im Bereich der Weiterbildung, da in dieser Altersgruppe die berufsmäßig bestimmte Ausbildung zumeist abgeschlossen ist. Der größte Träger der Weiterbildung bei der Allgemeinbildung sind in Deutschland aber die ca. 1.000 Volkshochschulen, die mit ihrem Angebot im Bewusstsein der Öffentlichkeit fest verankert sind. Es bietet sich daher an, dass dieser Träger sich verstärkt im Bereich der finanziellen Allgemeinbildung und speziell bei der Altersvorsorge engagiert.

1.3 Ziel der Volkshochschulkurse

Der Deutsche Volkshochschulverband (DVV) hat das Institut für Finanzdienstleistungen, dass eine Reihe von Forschungen im Bereich der finanziellen Allgemeinbildung sowie der privaten Altersvorsorge vorgelegt hat, zur Entwicklung eines Weiterbildungsangebotes angesprochen. Mit speziell der Vermittlung von Wissen für die individuelle Altersvorsorge gewidmeten Kursen innerhalb des Volkshochschulangebots soll

- öffentliches Bewusstsein für die Altersvorsorge geschaffen werden,
- durch praxisnahe, dem individuellen Nutzen der Teilnehmer gewidmete Unterrichtseinheiten
- deren Einsicht, Fähigkeit und Wissen zur Nutzung bestehender Angebote erhöht werden.

Aus der Sicht der Volkshochschulen können solche Kurse

- neue Teilnehmerschichten insbesondere der unteren Mittelschicht ansprechen,
- den öffentlichen Auftrag der Volkshochschulen unterstreichen,
- Kompetenz und Erfahrungen im Zukunftsbereich der finanziellen Allgemeinbildung aufbauen,
- dauerhafte Kontakte zu den Rentenversicherern, den privaten Finanzdienstleistern, den Verbraucherzentralen und zur Forschung aufbauen,
- die Volkshochschulen als Vorreiter auch für schulische oder universitäre Bildungsangebote etablieren und nicht zuletzt auch
- international angesichts vergleichbarer Situationen in den Nachbarländern innovativ wirken und dies über die hierfür vorhandene eigene Organisation verbreiten.

Die erwünschte Praxisnähe sowie der umfassende Ansatz einer Altersvorsorgebildung lassen eine Zusammenarbeit mit den Rentenversicherern als besonders sinnvoll erscheinen.

nen zumal damit eine umfassendere Sichtweise möglich ist, die sich deutlich von der Produktorientierung sowie Angstberatung privater Finanzvertreter („Rentenlücke“) absetzt.

Den Aufklärungs- und Bildungsangeboten privater Anbieter wird teilweise erhebliches Misstrauen gegenüber gebracht, da der Einzelne häufig eine Nutzenmaximierung der Anbieter und nicht seiner eigenen Interessen vermutet.

Die Volkshochschulen als Vertreter einer öffentlich legitimierten unabhängigen Allgemeinbildung haben am ehesten die Möglichkeit, diese Unabhängigkeit zu vermitteln und damit eine reine Nutzerorientierung zu ermöglichen.

Dies bedeutet aber auch, dass sie in ihrer Werbung ebenso wie in den Inhalten von der Vorsorge für das Alter insgesamt und nicht von den Altersvorsorgeprodukten oder allein von den Fördermöglichkeiten ausgeht. Das Bildungsangebot muss dieses Vertrauen auch dadurch erringen, dass es das in der Produktwerbung herausgestellte Bild des Eigennutzes mit sorgenfreien älteren Menschen, die ihre Enkel um sich haben, insofern relativiert, als es die Summe der Faktoren für gute Lebensbedingungen in den Mittelpunkt stellt.

Von daher soll der Kurs die einzelnen Bedürfnisse im Alter sowie die aktuellen Bedürfnisse, die durch die Ansparprozesse jetzt betroffen sind, in den Mittelpunkt stellen.

Damit ergeben sich folgende Grundlagen für die einzelnen Volkshochschulkurse

- Überschaubare auch einzeln sinnvolle Unterrichtseinheiten, die einen Gesamtzusammenhang der Vorsorge für das Alter vermitteln
- Unabhängigkeit von konkreten privaten Angeboten durch Beteiligung von Dozenten aus dem Bereich der Rentenversicherung
- Bedürfnisorientierung der Kurse durch die Vermittlung der Fähigkeit, die eigene Situation im Alter und in der Ansparphase qualitativ ebenso wie finanziell zu erkennen.
- Einführung von Produktwissen, Wissen über Fördermöglichkeiten vor allem über eine teilnehmerorientierte Abfrage zu Liquidität, Risiken, Nutzen. Spezielle Produktkunde sollte dagegen ausgespart bleiben.
- Erhöhung des individuellen Nutzens durch intensive Vorbereitung der Teilnehmer für eine adäquate Einzelberatung (Vermittlung von Adressen, Nachsorge).
- Zertifizierung der Kurse, um vorzeigbare Ergebnisse zu erreichen.
- Aufgrund der bisherigen Schwierigkeit, die Zielgruppe der 30 bis 45-jährigen zu erreichen, muss auf ein begleitendes auf die Zielgruppe abgestimmtes Marketing geachtet werden.

...

2 Kursinhalt

2.1 Zu vermittelnde Ziele

Das Kursangebot soll unter den Bedingungen einer eigeninitiativ zu bewältigenden privaten Altersvorsorge, die den Aufbau eines Kapitalstocks erfordert, das hierzu notwendige Wissen und Verständnis im Gesamtzusammenhang vermitteln.

Mit dem Slogan „Ich Sorge selber für mein Alter“, der werbetechnisch in dem Satz „Ich mache meiner Rente Beine“ umgesetzt werden kann, sollen die wesentlichen Elemente der Zieldefinition deutlich werden: die Eigenverantwortung im „Ich selber“, der Gesamtzusammenhang durch Abstellen auf das „Alter“ und nicht das Altersvorsorgeprodukt, den individuellen Anreiz durch Betonung von „mein“ und die damit verbundene Anstrengung des Ansparens sowie der Auswahl auf dem Markt durch das Wort „Sorge“.

Die Kurse sollen dabei auch eine Brücke zwischen Solidarsystem des Umlageverfahrens sowie dem eigennützigen Aufbau eines Kapitalstocks in der privaten Altersvorsorge bauen, weil zwar die Eigennützigkeit als Anreizsystem wichtig ist, gleichwohl aber teilweise auch für wichtige Einsichten, die das Sozialversicherungssystem besser vermittelt, den Blick verstellen kann. Auch die private Altersvorsorge ändert nichts an dem Grundprinzip, das die Menschen im Alter immer von den Arbeitsprodukten der dann Jungen leben müssen, weil Geld nur ein Anspruch ist und kein Konsummittel. Bei einer zu erwartenden Ausweitung der Anteile der privaten Altersvorsorge wird diese Einsicht auch wichtiger, weil über die Absicherung biometrischer Risiken hinaus die Einbeziehung weiterer Solidarelemente tendenziell unumgänglich wird und auch im allgemeinen Bewusstsein vorbereitet werden muss. Zudem führt die Einbeziehung von Sozialversicherung, Kindern, Haus, eigener Gesundheit sowie den Möglichkeiten, durch eigene Arbeit auch im Alter an seiner Versorgung mitzuwirken zu mehr Vertrauen, weil es sich um realistischere und erfahrbarere Elemente gerade der unteren Hälfte der Einkommensbezieher handelt, die nicht allein auf finanzielles Vermögen abstellen können.

Auf der Grundlage einer solchen Gesamtsicht ist dann sehr konkretes Wissen für die Praxis zu vermitteln.

Danach müssen Verbraucherinnen und Verbraucher, die innerhalb der marktmäßigen Angebote privater Altersvorsorge unter Berücksichtigung staatlicher Fördermöglichkeiten das für sie Richtige auswählen sollen,

- ihren Rentenbedarf im Alter,
- ihre zukünftigen Fähigkeiten zum kontinuierlichen Ansparen,
- die angebotenen Produkte und ihre Wirkungen auf das aktuelle sowie auf das Altersvermögen,
- Rendite und Eignung eines unter mehreren Produkten,
- Optimale Nutzungen der staatlichen Fördermöglichkeiten sowie schließlich
- Risiken und Gefahren für das aktuelle Fortkommen ihrer Familien sowie den Aufbau des übrigen Alters-„vermögens“ wie Gesundheit, Wohnung, Sozialkontakte und Einkommenserzielung im Alter

abschätzen können.

Ferner sollten sie in der Lage sein,

- in zugleich öffentlicher Verantwortung an der Altersvorsorge mitzuwirken und sich hierfür zuständig zu fühlen,
- sich aus einer passiven Rolle bei der Versorgung durch den Staat schrittweise befreien,
- selbstbewusst gegenüber Anbietern aufzutreten, Umfang und Belastung durch die Produkte selber festzulegen, in schwierigen psychologischen Situationen wie etwa der Haustürsituation unabhängigen Rat einzuholen und Überlegungszeiten zu nutzen,
- ihre Rechte gegenüber den Anbietern wahrzunehmen.

2.2 Umsetzung

In Abstimmung mit den Volkshochschulen und dem Volkshochschulverband wurde berücksichtigt, dass nicht mehr als sechs Module mit insgesamt 12 Unterrichtseinheiten (6 Doppelstunden) nicht angeboten werden sollten. Jedes Modul soll dabei prinzipiell auch für sich alleine aufgesucht und genutzt werden können und ist selbständig exportierbar.

Tabelle: Inhaltliche Konzeption des VHS-Kurses

Modul	Leitfrage	Themenschwerpunkte	Mehrwert für Teilnehmer
1	Wie sieht mein Leben im Alter aus?	3-Säulen der Altersvorsorge, Absicherung der biometrischen Risiken, Kernelemente der ges. Rentenversicherung Demographische Entwicklung, Altersvorsorge ist mehr als Geldanlage: Gesundheit, Familie, soziales Umfeld, Immobilie	Vermittlung eines ganzheitlichen Ansatzes
2	Was kriege ich eigentlich als Rente?	Gesetzliche Rente und Renteninformation wird erklärt, Leistungskatalog der ges. RV, das Soziale in der Rentenversicherung	Persönliche Renteninformation wird besprochen, Kunde kennt seine persönlichen Ansprüche und kann sie erläutern
3	Was kann und soll ich zusätzlich für die Altersvorsorge tun?	Einschätzung der pers. Finanzsituation, Produktarten abstrakt, Steuerliche Förderwege – u. a. Riesterförderung - und Auswirkungen, steuerliche Freistellung der RV-Beiträge, nachgelagerte Besteuerung u.a. in der ges. RV	Eigene Finanzsituation kann mit Hilfe von Checklisten ermittelt werden
4	Soll ich was privat tun, und wenn ja was?	Private Altersvorsorge, Unterschiede privater Sparverträge, Versicherungen und Investmentanlagen zu ges. Rentenversicherung, konkrete Förderwege – u. a. Riesterförderung – und Produkte	Produkte richtig aufgrund eigener Situation auswählen können
5	Oder ist der betriebliche Weg für mich besser?	Betriebliche Altersvorsorge (konkrete Förderwege – u. a. Riesterförderung -, Produkte, Anspruch auf bAV und Mitnahmemöglichkeiten)	Konkrete Fragen / Checkliste für bAV wird mitgegeben
6	Wie schätze ich Produkte und die Aussagen der Berater ein?	Kontrollfragen – habe ich es verstanden, Produkt- und Beratungseinschätzung	Die wichtigen Kriterien kennen, Checkliste für Angebot/Beratung haben
Ziel	„Fit-in-Vorsorge“	Die richtigen Fragen stellen können	Die eigene Altersvorsorge in die Hand nehmen

Der mögliche vermittelbare Inhalt ist durch die Stundenanzahl des Kurses begrenzt. Daher kann es nicht um Detailwissen gehen, sondern um die Vermittlung von Fähigkeiten, um die richtigen Entscheidungen für die eigene Altersvorsorge treffen zu können und dabei eine sinnvolle Auswahl bei den angebotenen Altersvorsorgeprodukten zu treffen.

Für die Kursinhalte wurden auf dem Treffen zwei Kurskonzepte vom Institut für Finanzdienstleistungen und der Bundesanstalt für Arbeit vorgelegt (siehe Anlagen). Diese stellen die Basis für die auf dem Treffen mit Vertretern der BfA und des VDR entwickelte Kursstruktur dar, die im Folgenden dargestellt wird. Dabei wurden prägnante Leitfragen vorangestellt, die das jeweilige Leitmotiv einer Doppelstunde darstellen sollen und damit ein einheitliches didaktisches Konzept vermitteln sollen. Zudem ist an einen speziellen Mehrwert in jeder Doppelstunde für die Teilnehmer gedacht, der die Motivation für den Einzelnen erhöhen soll.

Es wurde sich auf dem Treffen darauf geeinigt, die weitere Abstimmung der Kursinhalte im Rahmen eines weiteren Treffens anzugehen. Daher erscheint es aus derzeitiger Sicht nicht sinnvoll, diesem Prozess in der Machbarkeitsstudie voraus zu greifen.

Weitere Module sind als Ergänzung oder für spezielle Kursangebote denkbar und entsprechende Ideen wurden auf dem Treffen vom iff vorgestellt. Auf dem Treffen bestand jedoch nach eingehender Diskussion Konsens darüber, dass zuerst gemeinsam ein Basis-Kurs entworfen werden sollte, bevor weitere Varianten entwickelt werden.

Die bestehenden Module sollen aber bereits so konstruiert werden, dass im Kurs nicht der gleiche Stoff vermittelt wird, sondern das Konzept so viel Spielraum lässt, dass je nach Zusammensetzung der Kursteilnehmer Schwerpunkte gebildet und zur Gruppe passende Beispiele benutzt werden können. Das Kursangebot muss daher breiter ausgelegt werden als ein Standard-Vortrag, der den Referenten genügend Spielraum für die Gestaltung des Kurses gibt.

Den Rahmen des Kurses bildet ein einheitliches didaktisches Konzept, welches die Zielgruppe bei Ihren Problemen und Bedürfnissen abholt. Nur so wird es möglich sein, die Zielgruppe für das Kursangebot zu interessieren und für den Kurs zu begeistern. Zur Vermittlung des notwendigen Know Hows für eine Bewertung von Produkten soll auf das SALIS-Konzept des Instituts für Finanzdienstleistungen zurückgegriffen werden, welches ausführlich im Vorsorgereport (Reifner/Tiffe/Turner 2002) beschrieben wird.

Aufgrund der Diskussion auf dem Treffen, inwieweit eine Einzel-Beratung im klassischen Sinn überhaupt im Rahmen eines von dem Bundesministeriums für Gesundheit und Soziale Sicherung, der BfA und dem VDR unterstützten Volkshochschulkurses angeboten werden kann, wird im folgenden Text, soweit nicht besonders darauf eingegangen wird, zwar immer wieder von der „Altersvorsorgeberatung“ gesprochen, weil sich dieser Begriff in der Umgangssprache etabliert hat und andere Begriffe dieses nicht abdecken. Gemeint ist damit aber, soweit nicht ausdrücklich etwas Anderes gemeint ist, allein die Beratung über die Arten und Möglichkeiten bei der Altersvorsorge, nicht die individuelle Produktberatung an sich. Der konkreten Produktberatung sind den öffentlichen Stellen durch ihren Auftrag Grenzen gesetzt und auch die Berater von Finanzdienstleistungen selbst unterliegen bestimmten juristischen Auflagen, wenn es auch fast keine Qualifikationsstandards gibt, Berufshaftpflichtversicherungen bisher kaum rechtlich verankert sind und eine Gewerbeanmeldung in der Regel bisher immer noch ausreicht, um in diesem Bereich beratend tätig sein zu können. Bisher werden lediglich auf Initiative der Europäischen Union entsprechende Mindeststandards für Versicherungsvermittler geschaffen.

3 Didaktik

...

3.3 Komplexitätsreduktion

Beim Thema „Altersvorsorge“ handelt es sich um ein komplexes, umfangreiches Thema, das nicht in aller Breite und Tiefe an alle Kursteilnehmer vermittelt werden kann (und muss). Wichtige Hinweise zur Reduktion der Komplexität ergeben sich bereits aus den Überlegungen zur entscheidungsorientierten Gruppenberatung im vorigen Kapitel, die auf die gezielte Zumessung der Inhalte auf die konkrete Teilnehmergruppe orientiert ist. Die Umsetzung dieses Prinzips stellt allerdings auch korrespondierende Anforderungen an die Qualifikation der Referenten. Eine konsequente Teilnehmerorientierung bedeutet auch eine klare Absage an Standard-Referate, die – egal welche Teilnehmer anwesend sind – immer gleich vorgetragen werden. Nur Referenten, die im Gesamtstoff sicher sind, können sich von vorgefertigten Standardabläufen lösen und Inhalte souverän entsprechend den Bedürfnissen der Teilnehmer neu selektieren und strukturieren (s. dazu auch das Kapitel „Referentenschulung“).

Generelle Hinweise für eine inhaltliche Schwerpunktsetzung erhält man, wenn man sich die typische Verwendungssituation der Teilnehmer nach dem Kurs vergegenwärtigt: normalerweise werden sie sich in der Rolle des von kommerziellen Anbietern direkt beratenen Verbrauchers befinden oder werden die relevanten Daten aus schriftlichen Materialien und Angeboten entnehmen müssen. Dazu ist es notwendig, dass sie

- Klarheit über die eigenen Anforderungen an die zu wählende Handlungsalternative haben
- Die in ihrem Fall wichtigen Leistungsdimensionen der Produkte kennen
- Die entsprechenden Daten den vorliegenden Dokumenten entnehmen können
- Vor typischen „versteckten“ Nachteilen und Manipulationen bei Angeboten gewarnt sind
- Die Philosophie des „Vergleichens“ und „Überschlafens“ von Angeboten vor der Unterschrift internalisiert haben
- Über die Bedeutung und Möglichkeiten einer von Anbietern unabhängigen Beratung informiert sind.

...