

Übersicht Grundlagen

Grundlage	Titel
M07-G01	Jugendmarketing der Geldinstitute
M07-G02	Girokonto
M07-G03	Kredite
M07-G04	Kreditkarten
M07-G05	Bürgschaften
M07-G06	Die Schufa

Jugendmarketing der Geldinstitute

Gabriele Beckers, Verbraucherzentrale Hessen

Der Beitrag ist zwar schon einige Jahre alt, bietet aber immer noch gültige Aspekte zum Thema Jugendmarketing.

Geschichte und Strategien des Jugendmarketings der Geldinstitute

Vom Verschwinden des Geldes: die Rolle der Plastikkarte als „pekuniäres Perpetuum mobile“

Das Girokonto für das Taschengeld der Jugendlichen ist heute fast Standard geworden, dazu gehört die Plastikkarte, die auf Guthabenbasis auch Geld aus dem Automaten spuckt.

Die Banken schließen mit den Jugendlichen einen Bund fürs Leben, denn einmal bei einer Bank, immer bei einer Bank. Jugendliche Kunde zu gewinnen, bietet eindeutige Wettbewerbsvorteile auch für die Zukunft. Und welche Gründe zur Wahl einer Bank den Ausschlag geben, das hat die Werbewirtschaft schon lange erkannt und umgesetzt, es sind vor allen Dingen **emotionale Gründe**. Kinder und Jugendliche stellen eine enorme Kaufkraft dar und einen bedeutsamen Wirtschaftsfaktor, von dem sich die Banken und Sparkassen Vorteile erhoffen.

Die Sparkasse köderte die Kids schon in den 50er Jahren mit kleinen Geldgeschenken von 5 DM inklusive Sparbuch. Bei Anlässen wie Taufe, Kommunion, Einschulungen waren diese Geschenke bei den Kleinen eine willkommene Bereicherung. Das junge Konto, das Jeanskonto, alles Produkte, um eine vertrauensvolle Ebene herzustellen. Die Deutsche Bank verlor in den 80er Jahren den Markt der Jugendlichen an andere Banken. Sie investierte viele Millionen, um am Markt der 14-24jährigen wieder teilzunehmen. Heute setzt jede Bank auf „ihre Kundschaft“, so sind die Sparkassen mit dem öffentlich-rechtlichen Status für alle da; die Deutsche Bank kümmert sich vorwiegend um Aufsteiger, junge Ehrgeizige, Yuppies; die Dresdner Bank spricht mehr die „richtigen“ Studenten an, Juristen, Ärzte, Wirtschaftswissenschaftler, entsprechend fallen auch die Werbebotschaften aus.

Die Dienstleistungen der Banken werden auf unterschiedliche Weise angepriesen. Die Atmosphäre ist jugendgerecht, man will ein **Wir-Gefühl** vermitteln. Mit Clubmitgliedschaften, Comic-Heften, Malstiften erfolgt das Werben um die Gunst der Jugend. Es geht nur beiläufig um das Produkt, und diese Kommunikationspolitik schafft Vertrauen, so der Jargon der Werbefachleute.

Die erste Kundenkarte vermittelt dem Jugendlichen das Gefühl, dabei zu sein im großen Geldkarussell, im Club der Großen, denn auch hier gilt „Keine Fete ohne Knete“.

Die Kombinationen von Girokonto, vermögenswirksamen Leistungen, Bausparvertrag-Unfallversicherung als Cross-Selling-Produkte sind heute nicht voneinander zu trennen. Durch ansprechende Werbung werden Kreditaufnahmen **salonfähig** gemacht. Das Lebensgefühl der Jugend wird zum Kassenschlager der Banken. Bargeld ist out, das Taschengeldkonto mit Chip-Karte ist in.

Vom Verschwinden des Geldes

Seit 1956 gibt es das Girokonto, damit begann das Zeitalter des bargeldlosen Zahlungsverkehrs.

Die sinnliche Erfahrung des Geldes, es in den Händen zu haben und es aus den Händen zu geben, schwindet, denn auf dem Kontoauszug befinden sich nur noch Zahlen. Das Geld und der Tausch gegen Ware wird ausgetauscht gegen das virtuelle Geld. Eingeteilt wird im Kopf. Und wenn nicht, wird an der Realität vorbeigelebt, vorbeigeplant. Ein Vorgang, der sich unserer Wahrnehmung entzieht.

Beim Barzahlen ist der Wert der Dinge uns eher vertraut und spürbar. Braune, blaue, grüne Scheine gehen durch die Hand, Kleingeld, das klimpert, bekommt man zurück. Die Fühlbarkeit des knitterigen Zwanzigers oder des abgegriffenen Cents ist dahin. Die rechteckige Karte aus Plastik mit Magnetstreifen **ersetzt zahllose kleine Alltagsrituale**. „Kohle, Flöhe oder Mäuse“ sterben aus in der bargeldlosen Gesellschaft der Zukunft.

Ritsche ratsche - das Plastikrechteck wird durch den Automaten gezogen, es kommt in der gleichen Größe zurück.

Den Rest übernimmt der Kreditspielraum; ein unaufhörlicher Quell, der schnell zum Trugschluss werden kann. Denn durch das Kartengeld verlieren immer mehr den Überblick über das eigene verfügbare Guthaben. Die Karte vermittelt ein Gefühl von kostenlosem Zugriff: „Fly now and pay later“. Die kosmopolitische, reisende Gesellschaft wächst zusammen mit dem „guten Namen“ einer Kreditkarte - freilich ist auch das nur eine vermeintliche Vertrautheit in der Fremde.

Interessant ist, dass die **Hemmschwelle** beim Spontankauf wesentlich höher liegt, wenn Plastikgeld benutzt wird. So liegt die Grenze für einen spontanen Barkauf bei etwa 40,00 €. Bei Benutzung der Plastikkarte darf das gute Stück etwa 100 € kosten, bevor der kühle Kopf zu rechnen beginnt.

Die Plastikkarte erobert sich die Welt, überall werden Großversuche zum rein elektronischen Zahlungsverkehr gestartet. Der Betrag wird von der Chipkarte auf die Ladenkasse übertragen. Ist das Guthaben auf der Karte dann aufgebraucht, füllt die Hausbank nach Wunsch auf, E-Geld vom Konto auf den Chip, für die Sinne erscheint die Karte immer gleich, farbenfroh und rechteckig, leistungsstark und unverändert, ein pekuniäres Perpetuum mobile.

Quelle: Gnielczyk, Peter / Stange, Waldemar / Stiftung Verbraucherinstitut (Hgg.): Schuldenprävention. Eine Zukunftswerkstatt. Materialien für den handlungsorientierten Unterricht, Berlin 2000.

Girokonto

www.checked4you.de Das Online-Jugendmagazin der Verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen

www.checked4you.de/girokonto

Das Online-Jugendmagazin hat auf seinen Seiten die wichtigsten Begriffe, Hilfen und Hintergründe zum Girokonto zusammengestellt:

- Dauerauftrag
- Einzugsermächtigung
- Girokarte
- Geldkarte
- Girokonto ab wann?
- Girokonto verweigert?
- Online-Banking
- Kontoführungsgebühren
- Kreditkarte
- Schufa
- Überweisung
- Dauerauftrag
- Überziehungskredit (Dispo)

Die Seite gibt auch „**Tipps fürs erste Girokonto** – nicht nur für Azubis“:

www.checked4you.de/das_erste_girokonto

Weitere Materialien:

Ratgeber „Drehscheibe Girokonto“

Der Ratgeber bietet grundsätzliche Informationen zum Konto: Zahlungsverfahren, Onlinebanking/Mobile Banking, Sicherheit beim Bezahlen im Internet, Dispokredit, Kontoauszug und Kontomodelle.

Zudem werden wichtige Begriffe verständlich erklärt.

Bestellung und Download:

www.geldundhaushalt.de/Ratgeber/Finanzwissen/drehscheibe-girokonto.html

Kredite

www.checked4you.de Das Online-Jugendmagazin der Verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen

www.checked4you.de/kredit

Das Online-Jugendmagazin hat auf seinen Seiten die wichtigsten Begriffe, Hilfen und Hintergründe zum Thema Kredite zusammengestellt.

Kreditkarten für Kinder und Jugendliche

www.checked4you.de/kreditkarte

Ab wie vielen Jahren darf man eine Kreditkarte haben? Kann ein Jugendlicher damit Schulden machen? Was kosten solche Karten? Hier sind die Antworten!

Broschüre „Finanzieren nach Plan“

www.geldundhaushalt.de/Ratgeber/Finanzwissen/finanzieren-nach-plan.html

Die Broschüre bietet gute und umfassende Infos zum Thema Kredite, gibt einen Überblick über Kreditarten und klärt wichtige Begriffe.

Unter dem unten angegebenen Link finden Sie neben der Broschüre auch kurze Videos zu den Themen Kreditplanung, Kreditwürdigkeit und Kreditformen.

Kreditkarten

Jann Rothberg, Stadt Flensburg, Fachstelle für Wohnhilfen und Schuldnerberatung

Kreditkarten bieten die Möglichkeit, weltweit bargeldlos zu zahlen. Sie sind jedoch nicht nur Urlaubszahlungsmittel, sondern werden auch oft genutzt, um Online-Einkäufe zu tätigen und bieten Kreditmöglichkeiten.

Es gibt Prepaid-Kreditkarten, welche auch für Jugendliche nutzbar sind und Kreditkarten mit festgelegtem Kreditrahmen.

In der Praxis haben sich folgende **Probleme** mit Kreditkarten ergeben:

Die Kosten

Es können neben einer Jahresgebühr auch Kosten für Bargeldabhebungen anfallen. Bei den als „gebührenfrei“ beworbenen Kreditkarten muss darauf geachtet werden, ob die Verfügungen mit der Karte monatlich komplett vom Girokonto abgebucht werden. Ohne ausdrücklichen Auftrag oder manuelle Buchung wird in der Regel nur ein prozentualer Anteil (z. B. 2 %) der offenen Forderung vom Girokonto abgebucht. Der Restbetrag verbleibt als gewährter Kredit und es fallen hierfür Zinsen an. Diese sind sehr hoch und betragen z. T. das Doppelte eines vergleichbaren Zinssatzes für einen Dispositionskredit (welcher auch schon teuer ist als ein Ratenkredit!).

Erwerb der Kreditkarten

In vielen Fällen werden Kreditkarten ausgegeben, ohne dass der Kunde ursprünglich eine Kreditkarte erwerben wollte. Meist wird dieses mit der Finanzierung von Konsumgütern verbunden („0 %-Finanzierung“). Der Kaufbetrag wird zu den angegebenen günstigen Konditionen über eine Kreditkarte finanziert und es wird ein weiterer Kreditrahmen eingeräumt (bei positiver Schufa üblicherweise bis zu 2.000 € ohne Einkommensnachweis). Sobald Verfügungen aus dem eingeräumten Kreditrahmen erfolgen, werden hierfür auch die marktüblichen (hohen!!) Zinsen berechnet.

Der Kreditrahmen (revolvierender Kredit)

Die Tilgungen können sofort wieder bis zur Höhe des Kreditrahmens verfügt werden. Beispiel: Eine Kreditkarte mit einem Kreditrahmen von 5.000 € ist voll ausgeschöpft. Es fällt ein monatlicher Zahlungsbetrag in Höhe von 170,83 € (70,83 Zinsen 17 % p.a. und 100 € Tilgung monatlich 2 %) an, welcher Anfang des Monats vom Girokonto abgebucht wird. In einer finanziell engen Situation können Ende (manchmal auch schon Mitte) des Monats die 100 € Tilgung wieder verfügt werden. Somit wird der Kredit nicht reduziert und die (hohen!!) Zinsen werden laufend bedient. Dieser Zustand kann über Jahre anhalten.

Bürgschaften

Réka Lödi, Koordinierungsstelle Schuldnerberatung in Schleswig-Holstein

Die Bürgschaft ist ein **Sicherungsmittel**.

Derjenige, der sie abgibt oder erklärt, z. B. gegenüber einer Bank, schließt damit einen Vertrag über eine **Bankbürgschaft**.

Mit einer solchen Bankbürgschaft verpflichtet sich der Erklärende, also der Bürge, gegenüber der Bank, für die Verbindlichkeiten eines anderen, nämlich eines Dritten, eintreten zu wollen.

Meistens wird der Dritte bei der gleichen Bank einen Kreditvertrag geschlossen haben. Um seine Rückzahlungsverpflichtung aus diesem Vertrag „zu sichern“, kann eine Bürgschaft vereinbart werden.

Die Regelungen über die Bürgschaft finden sich in den **§§ 765 ff. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)**.

Die Bürgschaft muss bestimmten **Formerfordernissen** genügen. Ein Formerfordernis ist z. B. die Schriftform. Das bedeutet, dass ein Vertrag in schriftlicher Form abgefasst sein muss, damit er rechtliche Wirkung entfalten kann. Die Schriftform dient dem Schutz des Bürgen, ihr Erfordernis ist in § 766 BGB geregelt.

In dem Bürgschaftsvertrag einigen sich der Bürge und die Bank als Sicherungsnehmerin über den Umfang der Bürgschaft. Sie formulieren und vereinbaren **Bedingungen**.

Es kommt schon mal vor, dass Kreditinstitute die Verträge für eine Bürgschaft vorformulieren. Dies soll im Rechtsverkehr, d.h. wenn Bürge und Sicherungsnehmer einen Vertrag über die Bankbürgschaft schließen, dem schnelleren Vertragsschluss dienen. Die Kreditinstitute könnten dann in einem solchen Fall bestimmte Formulierungen und Inhalte, sog. Bedingungen wählen, die für den Bürgen nachteilig sind. So könnte ein Kreditinstitut formulieren, dass der Bürge für „alle bestehenden und künftigen Forderungen aus der Geschäftsverbindung zwischen der Bank und dem Kreditnehmer“ eintreten, also haften soll. Das wäre eine sehr weitreichende Haftung für einen Bürgen. Der Bundesgerichtshof (BGH) hält solche weitreichenden und vorformulierten Bedingungen, auch Klauseln genannt, für unangemessen (BGH, Urteil vom 18.05.1995, Az.: IX ZR 108/94).

Der **Umfang** einer Bürgschaft ist im Gesetz geregelt. Ein Bürge soll für die Verbindlichkeit eintreten, für die die Bürgschaft erklärt wurde (§ 767 BGB). Verpflichtet sich der Dritte nach dem Bürgschaftsvertrag weiter gegenüber der Bank, so sichert die Bürgschaft diese neuen Verpflichtungen nicht automatisch. Für Schadensersatz und Kosten der

Rechtsverfolgung aber, die der Bank und damit dem Gläubiger bei der Eintreibung der Hauptverpflichtung entstehen, muss der Bürge haften.

Ein Bürge kann sich von der Haftung lösen. Er kann den Bürgschaftsvertrag **kündigen**. Ob und inwieweit er dann noch haftet, hängt von den bereits bestehenden Ansprüchen des Gläubigers ab.

Eine Bürgschaft kann in „**selbstschuldnerischer Weise**“ übernommen werden. In einem solchen Fall vereinbaren Bürge und Sicherungsnehmer, dass ein Zugriff auf den Bürgen ohne besondere Voraussetzungen erfolgen können soll. Für die Praxis von besonderer Bedeutung ist die Regelung über den „Verzicht der Vorausklage“, geregelt in § 773 BGB. Der Gläubiger darf in diesen Fällen sofort auf den Bürgen zurückgreifen und von ihm die Haftung verlangen, sobald der Kreditnehmer in Zahlungsschwierigkeiten gerät.

Nicht immer ist der Rückgriff auf einen Bürgen wirtschaftlich. Bürgschaften werden oftmals aus familiärer oder emotionaler Verbundenheit heraus erklärt und vereinbart. So haften etwa ebenso Eltern für die Mietzinsansprüche ihrer volljährigen Kinder, wenn diese die erste eigene Wohnung beziehen, wie auch Kinder erziehende Ehefrauen für Verbindlichkeiten ihrer Ehemänner. Solche Bürgschaften können sittenwidrig und damit im Ergebnis unwirksam sein. Dies muss im Einzelfall geprüft werden.

Für eine **Sittenwidrigkeit** gem. § 138 BGB spricht aber, wenn der Bürge aus emotionaler Verbundenheit mit dem Kreditnehmer heraus handelt und ihn die Bürgschaft so krass überfordert, dass ihre Übernahme sich aus der Sicht eines vernünftig denkenden Menschen, als völlig sinnlos erweist (vgl. BGH, Urteil vom 21.01.2000, Az.: IX ZR 198/98).

Weitere Materialien:

„**Wenn du plötzlich fremde Schulden hast...**“

www.checked4you.de/buergschaften

Wissenswertes zum Thema Bürgschaften für junge Leute vom Online-Jugendmagazin der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen

Die SCHUFA

Anouschka Haalck, Lichtblick Dithmarschen e.V., Brunsbüttel

Fast jede Verbraucher*in kennt und benutzt die Abkürzung „SCHUFA“, aber wofür diese Abkürzung steht, wissen die wenigsten.

Die Auskunft „**Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung**“ wurde bereits 1927 gegründet und sammelt Daten über Verbraucher bezüglich ihres Zahlungsverhaltens und ihrer Bonität. Diese Daten erhält sie von ihren Vertragspartnern wie Banken, Versicherungen, Versandhandel, Telefonanbietern, Energieversorgern und aus öffentlichen Verzeichnissen der Amtsgerichte.

Fast jede volljährige Verbraucher*in hat sicher schon mehrmals eine SCHUFA-Klausel unterzeichnet. Es handelt sich dabei um die Einverständniserklärung zur Weitergabe von Kreditinformationen. Gleichzeitig entbindet sie den Kreditgeber vom Bankgeheimnis.

Zu jedem Verbraucher werden folgende Daten gespeichert: Name, Anschrift, frühere Anschriften, Geburtsdatum und Geburtsort.

Außerdem finden sich in einer SCHUFA-Auskunft Informationen bezüglich vorhandener und angefragter Bankkonten, Kreditkarten, Leasingverträgen, Ratenzahlungsgeschäften, Mobilfunkkonten (ohne Prepaid), Krediten, Bürgschaften, Zahlungsausfällen, Internetkäufen auf Rechnung und Insolvenzverfahren. Es werden keine Daten zu Beruf, Vermögen, Einkommen, Familienstand und Nationalität gespeichert.

Wer ein zuverlässiger Kunde ist und dies belegen kann, bekommt leichter und schneller einen Kredit. Aber genauso dient die Auskunft natürlich dem Vertragspartner zur Absicherung. Dies ist die Idee, die hinter dem Modell der SCHUFA steckt.

Man unterscheidet positive von negativen Einträgen. **Positive** Einträge sind Angaben zu vertragsgemäßigem Verhalten. **Negative** Einträge sind Mitteilungen zu gekündigten Verträgen, Zahlungsausfällen und Informationen aus öffentlichen Schuldnerverzeichnissen.

In den letzten Jahren wird die **Scoring-Methode** der SCHUFA vielfach diskutiert. Es handelt sich dabei um ein mathematisch-analytisches Verfahren zur Prognose von Geschäftsverläufen und dient damit der Risikoabschätzung für Unternehmen. Die eigenen Daten einer Person werden einer Vergleichsgruppe mit ähnlichen Daten zugeordnet. Dann wird mithilfe eines Computerprogramms ein Score zwischen eins und hundert berechnet. Je höher der Score ist, umso besser ist die Bewertung.

Das Problem ist, dass sich der Score-Wert lediglich auf eine Personengruppe bezieht. Er sagt nichts aus über die reale Situation einer Person oder über ihr genaues Verhalten.

Die SCHUFA ermittelt den Basisscore, der in der SCHUFA-Auskunft enthalten ist und unterschiedliche Branchenscores für Banken, Kaufhäuser, Mobilfunkunternehmen usw.

Seit dem 01.04.2010 kann jeder Verbraucher einmal pro Jahr eine **kostenlose SCHUFA-Auskunft** unter Vorlage einer Kopie seines Personalausweises, Reisepasses oder seiner Meldebescheinigung erhalten. Man findet diese auf der Internetseite der SCHUFA unter der Bezeichnung „Datenübersicht nach § 34 Bundesdatenschutzgesetz“. Man muss allerdings ziemlich genau hinsehen, um diese kostenlose Auskunft zu finden. Die weiteren kostenpflichtigen Produkte werden wesentlich offensiver beworben.

Selbst wenn man das Formular für die Datenübersicht aufgerufen hat, besteht noch die Möglichkeit, sich für die kostenpflichtige Bonitätsauskunft zu entscheiden. Wie überall, so muss man auch bei der SCHUFA aufpassen, wo man ankreuzt und was man unterschreibt.