

Finanzbildung in CEE-Ländern

Die Region Zentral- und Osteuropa (CEE) hat für die österreichische Versicherungswirtschaft einen besonderen Stellenwert. Vier österreichische Mutterunternehmen sind in den CEE-Versicherungsmärkten tätig. Darüber hinaus haben sieben in Österreich niedergelassene Versicherungsunternehmen knapp 20 Zweigniederlassungen in den osteuropäischen EU-Mitgliedstaaten gegründet. 25 Unternehmen meldeten sich bei der österreichischen Finanzmarktaufsichtsbehörde (FMA) zum freien Dienstleistungsverkehr in diesen Ländern an.

Das hohe Wachstumspotenzial der CEE-Versicherungsmärkte zeigt sich daran, dass die Versicherungsdurchdringung sowie die Ausgaben pro Person für Versicherungsdienstleistungen im Durchschnitt wesentlich unter dem Wert von Westeuropa liegen. Große Teile der Bevölkerung sind nach wie vor unterversichert und müssen eine große Bandbreite an Risiken selbst tragen, da sich die Menschen vielfach der Möglichkeit einer privaten Absicherung nicht bewusst sind. Finanzbildung ist ein wichtiger Beitrag, dieses Bewusstsein zu verbessern.

Aber nicht nur für das Risikobewusstsein ist Finanzbildung wichtig. Auch für den Konsumentenschutz ist eine breite Finanzbildung der Konsumenten nicht nur die Basis sondern auch die wohl effektivste Maßnahme. Informierte Kunden treffen gute Entscheidungen.

Vor diesem Hintergrund ist es auch eine soziale Verantwortung der Versicherungswirtschaft, im Bereich Finanzbildung und Wissensvermittlung

mittels eigener Initiativen einen Beitrag zu leisten.

Ein fester Bestandteil der langjährigen Zusammenarbeit des österreichischen Versicherungsverbandes VVO mit den CEE-Versicherungsverbänden war und ist der Austausch zu Best Practice-Beispielen und von Erfahrungen im Bereich Finanzbildung. Es ist das Ziel, das Thema in der CEE-Region kontinuierlich zu fördern. So haben in den letzten Jahren die CEE-Versicherungsverbände eine Vielzahl an spannenden und durchaus unterschiedlichen Finanzbildungsinitiativen gestartet. Die Initiativen reichen von einem Engagement in Schulen, Kampagnen in Social Media-Kanälen über Online-Quizes, Spiele und Weiterbildungsprogramme.

Wir möchten Ihnen nachfolgend einen kleinen Auszug von diesen Projekten präsentieren:

Bulgarien

Der bulgarische Versicherungsverband (ABZ) hat in den letzten Jahren sein Engagement in der Finanzbildung intensiviert. Das folgende Beispiel – der Facebook-Auftritt – ist Teil einer langfristig geplanten Strategie der ABZ für Finanzbildung.

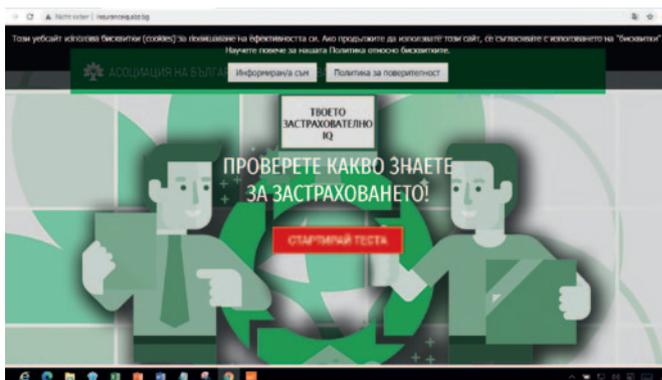
Die im Februar 2020 gestartete Facebook-Seite „My Life“ von ABZ bietet eine für alle Konsumenten leicht verständliche Information über Versicherungen und ihre Funktionsweise sowie über verschiedene Versicherungsprodukte und persönliches Finanzmanagement.



Ebenso im letzten Jahr erfolgte der Launch von „Ihr Versicherungs-IQ“, einem aus 15 Fragen bestehenden Online-Quiz. Es kombiniert die Selbsteinschätzung und objektive Bewertung des Wissens über die Grundlagen von Versicherungen und

Versicherungsprodukten. Die Bewertung wird mit Wissensvermittlung kombiniert – zu jeder Frage gibt es zusätzliche Informationen und Erklärungen.

<http://insuranceiq.abz.bg/>



Tschechische Republik

Der tschechische Versicherungsverband (ČAP) hat seine Aktivitäten im Bildungsbereich breit aufgestellt und konzentriert sich auf „berufliche Bildung“ und nicht allein auf Finanzbildung.

In der Finanzbildung für die Zielgruppe Schüler wurde ein spielerischer Ansatz gewählt. Der ČAP hat das Brettspiel „Geld und Leben“ entwickelt und rund 1.000 Spiele weiterführenden Schulen kostenlos zur Verfügung gestellt.



Die Idee des Spiels ist es, jungen Schülern verantwortungsvolle Entscheidungen und die Konsequenzen ihrer Entscheidungen zu vermitteln. Das Spiel stellt grundlegende Versicherungsarten und ihre Bedeutung in der Gesellschaft vor.

Kroatien

Der kroatische Versicherungsverband (HUO) hat eine Vielzahl an Projekten initiiert. So gibt es Vorträge, Workshops und Präsentationen in Schulen und Universitäten ebenso wie Schulungen für Lehrer an den Grund- und Mittelschulen.

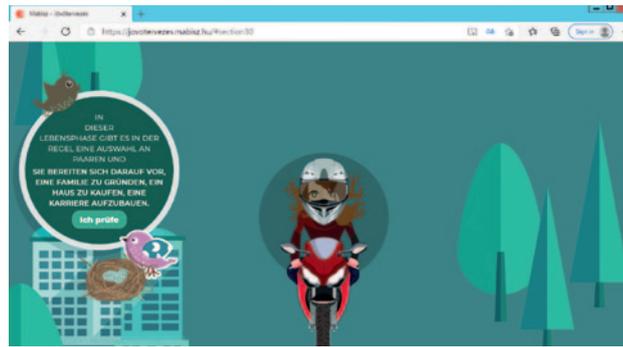
Das VVO-Spiel „Less Risk – More Fun“ spielt bei den Finanzbildungs-

aktivitäten in Kroatien eine zentrale Rolle. Der bekannte Sänger Damir Kedžo konnte als Markenbotschafter gewonnen werden und spielte eine kroatische Version von „Less Risk – More Fun“ mit Schülern im Rahmen der Workshop-Reihe „Wissen ist die beste Versicherung“. Das Spiel wurde an alle Grund- und Mittelschulen verteilt.



Aus- und Weiterbildung im Versicherungsbereich:

Der ČAP bietet Workshops und Seminare sowohl für Mitglieder als auch für Nicht-Mitglieder an. Diese versicherungsorientierten Veranstaltungen beschäftigen sich mit Versicherungstrends und aktuellen Themen auf nationaler und europäischer Ebene.



Ungarn

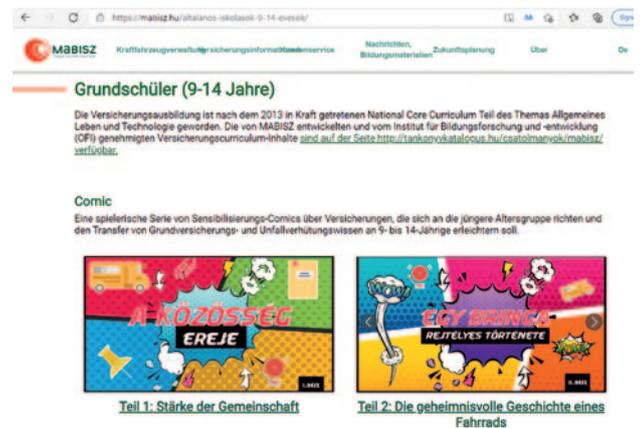
Der ungarische Versicherungsverband (MABISZ) verfolgt viele Financial Education-Initiativen. Hier sei die umfangreiche Information auf seiner Website <https://jovotervezes.mabisz.hu/> genannt, die interaktiv aufgebaut ist und sich an unterschiedliche Altersgruppen richtet. Die Besucher können sich auf spielerische Art mit den Themen Finanzierung und Versicherungen auseinandersetzen.

Der MABISZ verfolgt mit seiner „Young Generation Strategy“ das Ziel, die Finanzbildung bei Kindern und Jugendlichen zwischen 9 und 25 Jahren zu fördern, dafür wurden verschiedene Programme entwickelt.

So gibt es ein Online-Quizspiel für Kinder ...



... und Unterrichtsmaterial über Versicherungswissen für und Schüler und Erzieher, das von der zuständigen Bildungsbehörde genehmigt wurde.

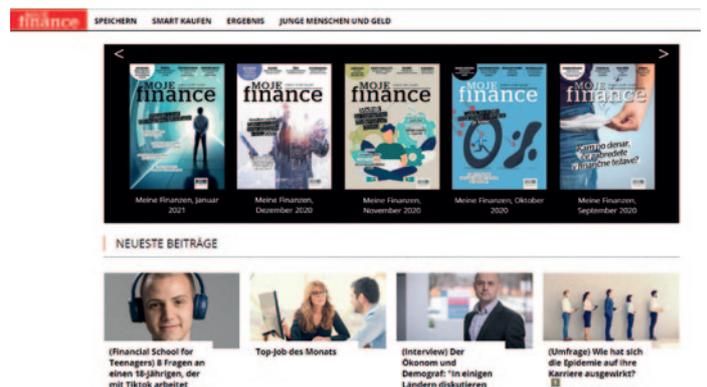


Slowenien

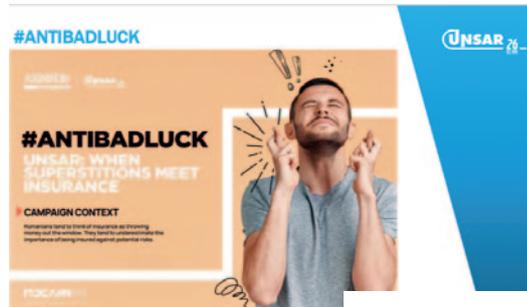
Der slowenische Verband (SZZ) ist einer der maßgeblichen Unterstützer des Projekts „Financial Education für Jugendliche“, das vom slowenischen Finanzportal „Moje Finance – mojefinance.finance.si“ – organisiert

wird. Ziel dieses Projektes ist, die Finanzbildung der Jugendlichen zu verbessern. Lehrer von Grund- und weiterführenden Schulen werden in mehreren Workshops in Finanzwissen geschult, damit sie dieses Wissen an ihre Schüler weitergeben können.

Ähnliche Workshops werden auch für Eltern organisiert, die auch ein Buch „Was wir unseren Kindern über Finanzen beibringen müssen, bevor sie das Haus verlassen“ erhalten. Das Buch wurde vom slowenischen Versicherungsverband finanziert. Dieses Wissen, das sie bei diesen Work-



Rumänien



Ergänzt wurde diese Kampagne durch eine Online-Kampagne für Eigenheim- und Haushaltsversicherung und eine interaktive Kampagne für die Kranken- und Lebensversicherung, die sich an die junge Zielgruppe richtet.

shops vermittelt bekommen, soll bei der Erziehung ihrer Kinder in finanziellen Belangen, im täglichen Leben und bei der Verwaltung der Familienfinanzen nützlich sein.

Darüber hinaus bietet der Verband auch regelmäßige Vorträge für Schulklassen an, um junge Menschen mit der Grundlage der persönlichen Finanzen und der Bedeutung von Versicherungen und Risikoprävention vertraut zu machen.

Seit 2016 veröffentlicht der Versicherungsverband regelmäßig (jeden zweiten Monat) einen Artikel in einer der Finanzzeitungen in Slowenien, der sich auf verschiedene Themen im Versicherungswesen konzentriert, mit dem Ziel, das Bewusstsein für Risikominderung und die Bedeutung von Versicherungen zu erhöhen.

Ende 2017 wurde eine Kampagne mit dem Titel „Fürchte dich nicht vor dem Alter“ gestartet. Sie soll das Bewusstsein der Menschen für ihre Lebenserwartung, die demografischen Herausforderungen und die Bedeutung des Sparens für den Ruhestand schärfen. Die Kampagne, die sich an die Zielgruppe Jugendliche bis 25 Jahre richtete wurde ausschließlich über die digitalen Medien (Facebook, Instagram, Snapchat, etc.) durchgeführt.

Der rumänische Versicherungsverband UNSAR hat im Jahr 2020 eine Kampagne umgesetzt, die die generelle Absicherung vor Risiken thematisiert und in der Umsetzung mit dem im Land nach wie vor stark präsenten Aberglauben spielt.



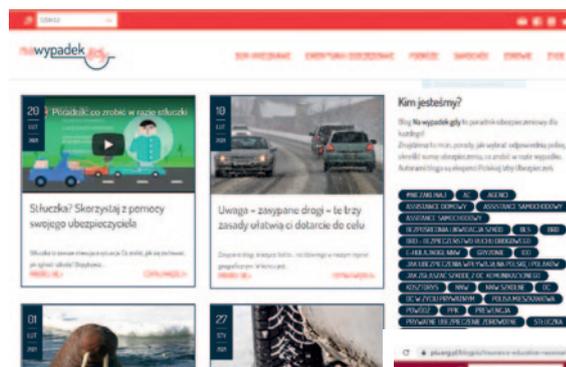
Polen

Der polnische Versicherungsverband (PIU) hat eine Website mit dem Ziel konzipiert, den Konsumenten das Thema Versicherung zu erklären. Die

<https://nawypadekgdy.pl/>

Weiters bietet der PIU eine Website, die über alle Aktivitäten von Finanzbildung informiert, wie Informationsmaterial für Kinder und Jugendliche oder einen Expertenblog.

<https://piu.org.pl/blogpiu/insurance-education-necessarily-but-precisely/>



Seite ist in Form eines Blogs aufgebaut und Experten informieren angefangen von Grundprinzip der Versicherung bis zu Spezialversicherungsarten. Zusätzlich können Tipps für Kunden und Antworten auf die gängigen Versicherungsfragen abgefragt werden.



„Less Risk – More Fun“

Das VVO- Brettspiel „Less Risk – More Fun“, das in Kooperation des VVO mit der „Initiative für Teaching Entrepreneurship“ sowie der „Kirchlichen Pädagogischen Hochschule Wien/Krems“ (KPH) entwickelt wurde, ist mittlerweile in drei Ländern – Kroatien, Montenegro und Nordmazedonien – erfolgreich im Einsatz.



Montenegro

Das Spiel „Less Risk – More Fun“ wurde kürzlich vom Versicherungsverband (NBCG) und der montenegrinischen Versicherungsaufsichtsbehörde (ANO) lanciert und an Schulen verteilt.

Nordmazedonien

Auch in Nordmazedonien wurde „Less Risk – More Fun“ produziert und an die Schulen verteilt.



Diese kleine Auswahl zeigt, dass auch in den CEE-Ländern Finanzbildung einen wichtigen Stellenwert hat. Die Aktivitäten für Financial Education sind kontinuierlich gewachsen und

sehr umfangreich und vielfältig aufgestellt. Auch in CEE gilt der Grundsatz: Ein gut informierter Kunde ist ein guter Kunde. Das Wissen über die eigene Risikosituation und die Möglich-

keiten der Versicherungswirtschaft diese positiv zu beeinflussen ist für Konsumenten nützlich aber auch volkswirtschaftlich wertvoll.