

# Finanzielle Beschlagenheit fängt mit Moneyville an

– Teil IV von Roger Peverelli, Reggy De Feniks und Walter Capellmann

Während der letzten drei Jahre haben die Autoren **Roger Peverelli, Reggy de Feniks und Walter Capellmann** beinahe ununterbrochen mit den Vorständen von Banken und Versicherungsunternehmen in den Finanzzentren Europas, Asiens sowie Nord- und Südamerikas über die Zukunft der Finanzdienstleistungen gesprochen. Die Mehrheit der Leute, mit denen wir sprachen, war überzeugt, dass sich die Branche dramatisch und irreversibel verändert hat. Wie geht es nun weiter?

In unserem vierten Beitrag hilft **Mads Helleberg Dorff Christiansen**, Senior Manager Corporate Affairs der Danske Bank Group, beim Start ins Erwachsenenleben.

Die Danske Bank Group ist eines der größten Finanzdienstleister in Skandinavien. 2008 startete die Bank das Financial Literacy and Education Investment Programme, das bei einem guten finanziellen Start ins Erwachsenenleben helfen soll. Das Programm besteht aus einer Reihe von neuartigen Beratungsdienstleistungen, Lernmaterialien, Finanzprodukten, Veranstaltungen und Hinweisen auf staatliche Unterstützungen, die Fertigkeiten und Wissen im Bereich Finanzen

vermitteln, und wird ständig durch Umfragen und Analysen ergänzt, die zu einem besseren Verständnis der Herausforderungen und Chancen von Finanzwissen beitragen. Mads Helleberg Dorff Christiansen, Senior Manager Corporate Affairs, erzählte uns mehr über das Programm.

## Wie kamen Sie auf den Gedanken, dieses Programm ins Leben zu rufen?

2008 haben wir eine Studie unter 1600 jungen Erwachsenen (im Alter von 18 bis 19 Jahren) auf unseren wichtigsten geografischen Märkten – Dänemark, Finnland, Schweden, Norwegen, Nordirland und in der Republik Irland – durchgeführt. Ungefähr 50 Prozent der Befragten wussten nicht, was Zinsen sind, und 30 Prozent wussten nicht, dass Kredite nach dem Interest-only-Prinzip nicht kostenlos sind. Wir fanden diesen Grad von Finanzanalfabetismus besorgniserregend. Als Finanzdienstleister waren wir natürlich der Meinung, dass wir dazu beitragen sollten, diese Wissenslücken – möglichst schon frühzeitig – zu schließen, und wir haben uns entschieden, unser Programm an die nächste Generation unserer Kunden, an kleine Kinder zu richten. Wir haben also eine Umfrage unter 2000 Eltern von Kindern im Alter von fünf

bis sieben Jahren in unseren sechs wichtigsten Regionen durchgeführt, und wir haben herausgefunden, dass 93 Prozent der Kinder Fragen über Geld stellen, bevor sie sechs Jahre alt sind.

## Was ist Moneyville?

Moneyville ist eine lustige pädagogische Website für Kinder von fünf bis sieben Jahren, die erklärt, woher Geld kommt, was es wert ist und wie man Ausgaben priorisiert oder spart. Durch verschiedene Aufgaben wie das Sortieren von Paketen nach ihrem Geldwert und das Einkaufen in einem Laden können Kinder etwas über das Geldverdie-

nen lernen und werden sie mit der Entscheidung konfrontiert, Geld auszugeben oder zu sparen.

Wir haben Moneyville unter dem Namen »Das Familienspiel« darüber hinaus für Kinder von acht bis neun Jahren weiterentwickelt. In dieser Version hilft das Kind einer Familie, ihr Einkommen und ihre Ausgaben miteinander in Einklang zu bringen – und zum Beispiel Geld für unerwartete Ausgaben zurückzulegen. Kinder können Moneyville alleine spielen, wir empfehlen den Eltern aber, die zugrunde liegenden Prinzipien mit ihren Kindern zu diskutieren, wobei viele Eltern sowie-



Mit freundlicher Genehmigung der Danske Bank Group.

so der Meinung sind, dass sie die Verantwortung für die Erziehung ihrer Kinder im Umgang mit Geld haben. Um die Eltern bei ihrer Aufgabe zu unterstützen, haben wir spezielle Materialien entwickelt, die sie bei den Gesprächen über Geld mit ihren Kindern verwenden können.

## Wie haben Sie Moneyville entwickelt?

Um Moneyville entwickeln zu können, haben wir uns auf das Wissen von Experten aus unseren wichtigsten geografischen Märkten in den Bereichen Medien, Kinderpsychologie und Pädagogik gestützt. Unser Augenmerk lag darauf, Moneyville kindgerecht, relevant und aufregend zu gestalten und dafür zu sorgen, dass es auch in Schulen eingesetzt werden kann. Die Experten haben hierbei eine wichtige Rolle gespielt – sowohl bei der Anpassung der Website an die Bedürfnisse des Schulunterrichts wie auch bei der Entwicklung von Übungen für die Schüler.

## Wir sehen kein Logo auf dieser Grafik – warum nicht?

Weil Moneyville für Kinder gemacht ist, wollen wir keinerlei Materialien, Marketingbotschaften, Logos oder Farbschemata zum Einsatz bringen, die mit unserer Bank in Verbindung gebracht werden können. Nur in den für Eltern und Lehrer bestimmten Bereichen lässt sich nachlesen, dass wir die Website entwickelt haben.

## Ist Moneyville ein Erfolg?

Ja, wir waren alle überrascht vom Erfolg. Im ersten Jahr hatte Moneyville über 800 000 Teilnehmer, womit unsere Erwartungen um ein Vielfaches übertroffen wurden. Bewertungen von Eltern und Lehrern, die das Pro-

gramm verwendet haben, sind sehr positiv ausgefallen.

## Gibt es Pläne, das Programm weiterzuführen?

Ja, Moneyville war nur ein erster Schritt. Anfang 2010 haben wir »Control your Money« herausgebracht, das sich an Kinder zwischen 10 und 15 Jahren richtet. Um Lehrer zu inspirieren und zu motivieren, Finanzwissen zu vermitteln, haben wir zusätzlich eine Online-Initiative »Teaching Financial Literacy« zusammen mit einer weiteren Initiative mit dem Titel »Mind your money« für 18- bis 27-Jährige gestartet, die Jugendlichen bei einem guten finanziellen Start in ihr unabhängiges Erwachsenenleben helfen soll. 2010 werden wir weiter daran arbeiten, unsere Programme zu entwickeln und auf unsere wichtigsten Märkte zu bringen.

## Warum tun Sie all das? Was ist der Nutzen für Ihr Geschäft?

Wir glauben, dass ein höherer Grad von Beschlagenheit in Finanzfragen nicht nur das Leben jedes Einzelnen schöner macht, sondern auch zu einem gesunden ökonomischen Wachstum in der Gesellschaft führt. Als Bank glauben wir, dass wir einen Teil der Verantwortung dafür haben, dass die nächste Generation unserer Kunden gut informiert ist. Wir glauben auch, dass unser Unternehmen besser und profitabler sein wird, wenn unsere Kunden kritisch sind und gut Bescheid wissen. Sie werden uns dazu herausfordern, bessere und effizientere Produkte und Lösungen zu finden.

**Im nächsten Traders Journal schauen wir, was die Schwarmintelligenz mit dieser Branche zu tun hat.**



ICH BIN TRADER.  
ICH BRAUCHE  
EIN CHARTTOOL,  
DAS ZU MIR PASST.

Mit verschiedenen Charttypen, über 80 technischen Indikatoren und über 20 Jahren Kurshistorie ermöglichen wir Ihnen auf unserer Plattform das Charttool so einzustellen, dass es zu Ihnen passt. Deshalb sind wir Deutschlands Nr. 1 unter den CFD-Brokern.

**CMC Markets – Bei uns sind Trader zu Hause.**

[cmcmarkets.de](http://cmcmarkets.de)  
0800 / 240 80 80

CFDs unterliegen Kursschwankungen. Ihr Verlustrisiko ist unbestimmbar und kann Ihre Einlagen in unbegrenzter Höhe übersteigen. Verluste können auch Ihr sonstiges Vermögen betreffen.

**CMC**  
cmc markets