



Bündnis für  
Verbraucherbildung



Deutsche Stiftung  
Verbraucherschutz

# Leitlinien Bündnis für Verbraucherbildung

Stand: 1. Juli 2018





## Präambel

In der heutigen komplexen und vernetzten Gesellschaft sind Konsum- und Alltagskompetenzen ein notwendiges Rüstzeug für jede Verbraucherin und jeden Verbraucher. Nur wer im Alltag wirtschaftliche, rechtliche, ökologische, soziale und finanzielle Zusammenhänge erkennt und bewerten kann, wird sinnvolle Konsumentscheidungen treffen können. Verfügen Kinder, Jugendliche und Erwachsene über diese Kompetenzen, kann dies eine Vielzahl gesamtgesellschaftlicher Probleme bis hin zu Wohlstandsnachteilen und Verstärkung sozialer Ungerechtigkeiten vermeiden. Um gemeinsam die Konsumkompetenzen von Verbraucherinnen und Verbrauchern aller Altersstufen zu fördern, hat die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz am 12. März 2013 das „Bündnis für Verbraucherbildung“ ins Leben gerufen. Verschiedene Akteure aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft bündeln im Bündnis ihre Kräfte, um Verbraucherbildung effektiver und rascher in den Bildungswegen zu verankern. Damit flankiert das Bündnis die Maßnahmen der Bundesländer, in deren Hoheit die Institutionalisierung der Verbraucherbildung liegt.



## Prinzipien

- 1. Für Verbraucherbildung:** Alle Bündnispartner unterzeichnen die Leitlinien des Bündnisses für Verbraucherbildung und setzen sich insbesondere für die Institutionalisierung der schulischen Verbraucherbildung ein.
- 2. Grundverständnis:** Für das gemeinsame Handeln gelten die drei Grundprinzipien, wie sie im Beutelsbacher Konsens verankert sind: das Indoktrinationsverbot, die Förderung der Analysefähigkeit und das Gebot der Kontroversität. Daher sind Werbung für Produkte bzw. angebotsorientiertes Marketing sowie Kundenakquise in der Schule ausnahmslos ausgeschlossen.
- 3. Fonds für Verbraucherbildung:** Wer die Bildungsaktivitäten finanziell unterstützt, zahlt in den „Fonds für Verbraucherbildung“ ein. Der Verbraucherzentrale Bundesverband, seine Mitgliedsorganisationen und die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz entwickeln und realisieren Projekte, die aus dem Fonds finanziert werden. Der Stiftungsvorstand entscheidet unabhängig von Geldgebern über die Projekte.



## Unser Selbstverständnis

Als starkes Bündnis setzen wir uns bei politischen Entscheidungsträgern und relevanten Akteure dafür ein, dass Kindern und Jugendlichen künftig Konsum- und Alltagskompetenzen vermittelt werden.

### Ziel unseres Bündnisses ist es

- Verbraucherinnen und Verbraucher für kompetente und bewusste Entscheidungen in ihrem Konsumverhalten zu stärken,
- Bildung als präventive Unterstützung für Verbraucherinnen und Verbraucher zu fördern und so auch Wohlstandsnachteile / soziale Ungerechtigkeiten (z. B. Überschuldung, Gesundheitsprobleme) zu vermeiden,
- Verbraucherinnen und Verbraucher für die ethischen und nachhaltigen Aspekte ihres Konsums zu sensibilisieren,
- durch das „Empowerment“ von Verbraucherinnen und Verbrauchern ein faires Marktgeschehen zu fördern,
- gesellschaftliche Verantwortung für die Förderung von Konsum- und Alltagskompetenzen zu übernehmen und
- die Umsetzung einer Verbraucherbildung zu ermöglichen, die frei von Anbieterinteressen ist.



## Unsere Vision

Alle Kinder und Jugendlichen in Deutschland erhalten ausnahmslos eine institutionell verankerte Verbraucherbildung. Am Ende der Schullaufbahn sind sie damit in der Lage, die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Folgen des eigenen Konsums zu reflektieren und sinnvolle Entscheidungen für ihr eigenes Leben zu treffen und auch umzusetzen.

Verbraucherbildung, wie wir sie uns wünschen, umfasst die vier Themenbereiche Ernährung und Gesundheit, Finanzen, Medien und Nachhaltigkeit. Im Zentrum steht dabei die Reflexion des eigenen Konsumverhaltens, um so eine eigene bewusste Haltung zum Umgang mit Konsumwünschen und -entscheidungen treffen zu können.



## Die vier Handlungsfelder der Verbraucherbildung



Quelle: eigene Darstellung (vgl. Kultusministerkonferenz 2013)



## Die Grundprinzipien des Bündnisses

Das Bündnis für Verbraucherbildung gibt sich die folgenden Leitlinien mit dem Ziel, eine effektive und erfolgreiche Zusammenarbeit zu erreichen.

### 1. Die Institutionalisierung von Verbraucherbildung

Die Bündnispartner setzen sich aktiv für Bildungsstandards zur Förderung von Verbraucherbildung ein und unterstützen Forderungen an die Bildungspolitik der Länder und des Bundes bzw. an die Entscheidungsträger in den Ländern und in der Kultusministerkonferenz (KMK). Dazu gehören vor allem:

- Schaffung von verbindlichen und einheitlichen Bildungsstandards zur Verbraucherbildung,
- stärkere Verankerung der Verbraucherbildung in den schulischen Lehrplänen und Leitlinien,
- Förderung der Verbraucherbildung in der Aus- und Fortbildung von Lehrkräften,
- Unterstützung von Schulen und Lehrkräften bei der Umsetzung von Verbraucherbildung im Schulalltag,
- Stärkung der Verbraucherbildungsforschung,
- Sensibilisierung von Entscheidungsträgern in den Bundesländern für die Wichtigkeit von Verbraucherbildung und
- Unterstützung der Kultusministerkonferenz und der schulischen wie außerschulischen Bildungsträger und Akteure mit dem Ziel, verbindliche Rahmenrichtlinien für die Verbraucherbildung im Bildungssystem zu formulieren.

### 2. Der Beutelsbacher Konsens

Die Grundlage des gemeinsamen Handelns ist der „Beutelsbacher Konsens“. Seine drei Grundprinzipien zur politischen Bildung in der Schule (Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg, 1976) sind inzwischen eine Art Grundgesetz im gesamten Lernprozess in der Schule:

**Kontroversitätsgebot:** Lehrkräfte stellen Themen, die in der Öffentlichkeit kontrovers diskutiert werden, auch im Unterricht kontrovers dar und lassen Diskussionen zu. Damit können sich die Schüler und Schülerinnen zu selbstbestimmten, meinungs- und urteilsfähigen Bürgern entwickeln.


**Indoktrinations- bzw. Überwältigungsverbot:** Die eigenen politischen und theoretischen Standpunkte der Lehrkraft sind unerheblich. Es gibt keinerlei Versuch, den Schülerinnen und Schülern die eigene Meinung offen oder subtil aufzuzwingen. Ziel ist die Erziehung selbstbestimmter, informierter Bürger mit eigenen Meinungen.

**Analysefähigkeit:** Die Schülerinnen und Schüler lernen, die politischen, wirtschaftlichen und ökologischen Zusammenhänge in der Gesellschaft und seine eigene Rolle darin zu analysieren und zu bewerten (Schüler-/Subjektorientierung). Dadurch erkennen sie auch Mittel und Wege zur Veränderung gesellschaftlicher Realitäten (Förderung der Handlungskompetenzen / Consumer Citizenship).

### 3. Standards für Projekte finanziert aus dem „Fonds für Verbraucherbildung“

#### Finanzierung

##### Bündnis für Verbraucherbildung

 Akteure aus Zivilgesellschaft, Wissenschaft, Politik und Wirtschaft haben sich zusammengeschlossen, um politische Entscheidungsträger für die Förderung der Konsum- und Alltagskompetenzen von Kindern und Jugendlichen durch eine **Institutionalisierung** der Verbraucherbildung zu gewinnen.

 Die Bündnispartner verpflichten sich zu den **Leitlinien** für die Zusammenarbeit im Bündnis: keine Produktwerbung und kein angebotsorientiertes Marketing in der Schule.



Die Bündnispartner unterstützen mit finanziellen Beiträgen den „Fonds für Verbraucherbildung“.

#### Projektförderung

##### Stiftungsvorstand

entscheidet über die Auswahl der Projekte, die aus dem „Fonds für Verbraucherbildung“ finanziert werden.

**Ulrike von der Lühe**  
Vorsitzende der Stiftung /  
Vorstand Verbraucher-  
zentrale Rheinland-Pfalz  
e. V.

**Lukas Siebenkotten**  
Stellv. Vorsitzender  
der Stiftung / Bundes-  
direktor Deutscher  
Mieterbund e. V.

**Manfred Westphal**  
Geschäftsführender  
Vorstand der Stiftung /  
Verbraucherzentrale  
Bundesverband e. V.

 Durchführung von Projekten durch Verbraucherzentralen und -verbände  
**Ziel: Verbraucherbildung in den Lehrplänen verankern**

##### Projektanträge

werden von Verbraucherzentralen und Verbraucherverbänden entwickelt und eingereicht.

Der „Fonds für Verbraucherbildung“ bündelt die finanzielle Unterstützung zur Stärkung der Konsum- und Alltagskompetenzen. Aus dem Fonds werden Projekte und Maßnahmen zur Verbraucherbildung gefördert. Der Verbraucherzentrale Bundesverband, seine Mitgliedsorganisationen und die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz entwickeln die Projekte und führen diese auch durch. Die Projektbewilligung erfolgt durch den Stiftungsvorstand.<sup>1</sup>

Priorität bei allen Projekten hat der staatliche Bildungs- und Erziehungsauftrag, also der konkrete Nutzen für die pädagogischen Ziele der Schule. Grundlage für die Umsetzung der Projekte sind die Schulgesetze der Länder und der Beutelsbacher Konsens. Die Angebote der Verbraucherorganisationen orientieren sich an der Lebenswirklichkeit der Schülerinnen und Schüler. Die Verbraucherorganisationen verzichten in langjähriger Praxis deshalb im Sinne von Indoktrinationsverbot und Kontroversitätsgebot ausdrücklich darauf, den Schülerinnen und Schülern Meinungen oder einen Lebensstil vorzugeben. Gegensätzliche Standpunkte werden berücksichtigt.

Die Verbraucherorganisationen stehen dafür, die didaktische Arbeit, die pädagogische Ausrichtung und das Fachwissen der Lehrkräfte zu respektieren, unterstützen ihre Initiativen und ergänzen den Unterricht durch ihre eigene fachliche Expertise in den Themenfeldern des Verbraucherschutzes. Sie achten auch darauf, die Kompetenz der Lehrkräfte gegenüber externer Expertise zu stärken, etwa durch passende Weiterbildungsangebote.

<sup>1</sup> Die Zusammensetzung des Stiftungsvorstandes ist in der Satzung der Stiftung festgelegt. Der Stiftungsvorstand wird derzeit gebildet durch: Ulrike von der Lühe (Vorstand Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e. V.), Lukas Siebenkotten (Bundesdirektor des Deutschen Mieterbundes e. V.), Manfred Westphal (Leiter Stabsstelle Koordination des Verbraucherzentrale Bundesverbandes e. V.): [www.verbraucherstiftung.de/ueber-die-stiftung/organisation/vorstand](http://www.verbraucherstiftung.de/ueber-die-stiftung/organisation/vorstand)

Um eine fundierte und praxisorientierte Verbraucherbildung zu erreichen, ist die Zusammenarbeit mit den Verbraucherorganisationen sowie folgenden Organisationen und außerschulischen Partnern sinnvoll. Die Liste lehnt sich an die Empfehlung „Verbraucherbildung an Schulen“ der Kultusministerkonferenz vom 12. September 2013 an:

- Pädagogische Landesinstitute
- Verbraucherministerien
- Bundeszentrale für politische Bildung und Landeszentralen für politische Bildung
- Hochschulen
- Einrichtungen der Weiterbildung
- Arbeitnehmer- und Arbeitgeberorganisationen
- Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern
- Träger der öffentlichen und freien Wohlfahrtspflege
- Gemeinnützige Stiftungen
- Nicht-Regierungsorganisationen

Unternehmen sind demnach nicht an Bildungsangeboten vor Ort in der Schule beteiligt.



## Organisation und Kommunikation

Basis der Arbeit des „Bündnis für Verbraucherbildung“ ist die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen, ethischer Standards und selbst gesetzter Anforderungen (Compliance). Im Folgenden regeln die Bündnispartner Organisation, Entscheidungsstrukturen sowie interne und externe Kommunikation des Bündnisses.

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz leitet das „Bündnis für Verbraucherbildung“.

### Als Partner des „Bündnis für Verbraucherbildung“ kann sich bewerben

- wer von einem bestehenden Partner oder der Geschäftsstelle der Stiftung vorgeschlagen wird und
- wer die Leitlinien des Bündnisses für Verbraucherbildung unterzeichnet.

Der Stiftungsvorstand entscheidet über die Aufnahme. Er kann auch Mitglieder aus dem Bündnis ausschließen, wenn sie sich nicht (mehr) für Verbraucherbildung engagieren, gegen die Leitlinien handeln oder eine Mitgliedschaft nicht zur Zielerreichung des „Bündnis für Verbraucherbildung“ förderlich ist. Die konkreten Gründe für den Ausschluss werden vom Stiftungsvorstand vorab allen Mitgliedern transparent kommuniziert und das betroffene Mitglied sowie die anderen Mitglieder bekommen Gelegenheit zur Stellungnahme. Ein Mitglied kann jederzeit selbst austreten.

### Aufgaben der Bündnispartner

- Bereitschaft zu dauerhaftem und aktivem Engagement im „Bündnis für Verbraucherbildung“.
- Teilnahme an Treffen und Workshops.
- Politisches Engagement für die Institutionalisierung der Verbraucherbildung auf unterschiedlichen Ebenen.
- Finanzielle Unterstützung: Unternehmen, Verbände, staatliche Institutionen und NGOs stärken die Ressourcen des „Fonds für Verbraucherbildung“ individuell durch Spenden und Zustiftungen.

## Treffen der Bündnispartner

- Austauschmöglichkeit der Bündnispartner.
- Reflexion zum Stand der Verbraucherbildung in Deutschland und zu den von der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz finanzierten Projekten.

## Interne Kommunikation

Die Kommunikation im „Bündnis für Verbraucherbildung“ zeichnet sich durch Offenheit und Vertrauen aus. Alle Beteiligten sprechen Erwartungen und kritische Punkte offen an.

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz schafft die Rahmenbedingungen für eine respektvolle und effektive Kommunikation. Die Geschäftsstelle der Stiftung pflegt Adressen und Verteiler, koordiniert Termine, nimmt Anliegen der Bündnispartner entgegen, führt neue Bündnispartner ein und sorgt für eine transparente und effektive Information zu den Bündnisaktivitäten. Rundschreiben per E-Mail oder postalisch an alle Bündnispartner koordiniert ebenfalls die Geschäftsstelle. Treffen, Gespräche und Diskussionen zwischen den Bündnispartnern finden in Präsenzworkshops oder aber in Form von Telefon- oder Videokonferenzen statt. Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz informiert alle Partner zeitnah über die Aufnahme neuer Mitglieder.

## Externe Kommunikation

Das „Bündnis für Verbraucherbildung“ ist eine Allianz wichtiger gesellschaftlicher Akteure und Netzwerke mit dem gemeinsamen Ziel, Verbraucherbildung zu fördern. Glaubwürdigkeit und Reputation sind zentrale Erfolgsfaktoren.

Die Öffentlichkeitsarbeit wird zentral durch die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz koordiniert.

Die Stiftung ist verantwortlich für Pressemitteilungen, gemeinsame Veranstaltungen, Pressetermine, Informationsmaterialien und andere Kommunikationsmaßnahmen im Namen des Bündnisses.

Die Bündnispartner stimmen Texte, Bild- und Tonmaterial für die eigene Pressearbeit, Videoproduktionen, Webseite, Broschüren und andere Maßnahmen im Zusammenhang mit dem „Bündnis für Verbraucherbildung“ mindestens 14 Werktage vor Veröffentlichung mit der Geschäftsstelle der Stiftung ab. Diese kann die Veröffentlichung mit Begründung ablehnen. Die Abstimmung für die Öffentlichkeitsarbeit für geförderte Projekte und Maßnahmen der Verbraucherorganisationen kann auch sehr kurzfristig erfolgen.

Bündnispartner können ohne Abstimmung bei internen Veranstaltungen, in Geschäftsberichten, in Interviews und Talkshows sowie in Gremien und bei Netzwerktreffen über ihr Engagement im „Bündnis für Verbraucherbildung“ berichten.

Die Nutzung der Logos von Bündnispartnern oder des „Bündnis für Verbraucherbildung“ muss durch den jeweiligen Rechteinhaber freigegeben werden. Die Partnerschaft im „Bündnis für Verbraucherbildung“ und die Förderung der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz wird unter keinen Umständen für die Bewerbung von Produkten eingesetzt.



## Kritische Überprüfung

Die Bündnispartner unterziehen die in diesen Leitlinien vereinbarten Prinzipien nach spätestens zwei Jahren einer kritischen Überprüfung und passen sie gegebenenfalls an.