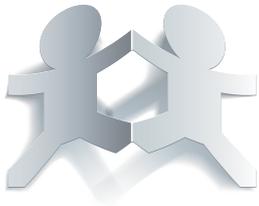




# *Bündnis für Verbraucherbildung*

Gemeinsam für die Stärkung der Konsum- und Alltagskompetenzen  
von Kindern und Jugendlichen



Unser Thema heute:  
Verbraucherbildung



## Verbraucherbildung für Alle



### 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, sinnvolle Entscheidungen für ihr eigenes Leben zu treffen und auch umzusetzen.

„Es ist eine große Aufgabe,  
für die wir uns einsetzen:  
*allen Schülerinnen und Schülern*  
soll der Erwerb von Konsum- und  
Alltagskompetenzen ermöglicht werden.“



*Klaus Müller*

Klaus Müller

Geschäftsführender Vorstand der  
Deutschen Stiftung Verbraucherschutz  
Vorstand des  
Verbraucherzentrale Bundesverbandes

## Das Bündnis für Verbraucherbildung stellt sich vor



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 – für sich, für andere Menschen und für die Umwelt. Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz hat daher am 12. März 2013 in Zusammenarbeit mit dem Verbraucherzentrale Bundesverband das „Bündnis für Verbraucherbildung“ ins Leben gerufen.

Starke Partner aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft bündeln ihre Kräfte, um Verbraucherbildung **bundesweit und für alle Menschen** in den Bildungswegen zu verankern. Damit flankiert das Bündnis unter anderem die Maßnahmen der Bundesländer, in deren Hoheit die Institutionalisierung der schulischen Verbraucherbildung liegt. Die Bündnispartner führen den Dialog mit politischen Entscheidungsträgern und Schlüsselakteuren aus dem Bildungsbereich, bauen den Fonds für Verbraucherbildung auf und sensibilisieren die Öffentlichkeit für die Bedeutung von Konsum- und Alltagskompetenzen.

### 1. Dialog

mit politischen Entscheidungsträgern und Schlüsselakteuren aus dem Bildungsbereich

### 2. Fonds für Verbraucherbildung

aufbauen, um Modellvorhaben zu realisieren

### 3. Sensibilisierung

der Öffentlichkeit für die Bedeutung von Konsum- und Alltagskompetenzen



## Die vier Handlungsbereiche der Verbraucherbildung

Verbraucherbildung, wie wir sie uns wünschen, umfasst die vier Themenbereiche „Nachhaltiger Konsum“, „Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht“, „Medien und Kommunikation“ sowie „Ernährung und Gesundheit“. Eine große Bedeutung hat dabei die Reflexion des eigenen Konsumverhaltens, um so eine eigene **bewusste Haltung zum Umgang mit Konsumwünschen und -entscheidungen** entwickeln zu können.

Finanzen, Marktgeschehen  
und Verbraucherrecht

Medien und  
Kommunikation

Nachhaltiger Konsum

Ernährung und  
Gesundheit



Schmeckst Du? *20*



## Bündnispartner – Gemeinsam für Verbraucherbildung

Verbraucherbildung heißt auch an morgen und andere Menschen denken.

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

## Unsere Grundsätze

Alle Bündnispartner verpflichten sich zu den auf der Stiftungswebseite veröffentlichten Leitlinien, die unter anderem die folgenden Prinzipien festlegen.

### Engagement für Verbraucherbildung

Alle Bündnispartner setzen sich für die Stärkung von Verbraucherbildung ein.

### Beutelsbacher Konsens

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. Marketing und Kundenakquise im Namen des Bündnisses für Verbraucherbildung in der Schule ausnahmslos ausgeschlossen.

### Strategiebeirat Verbraucherbildung

Der Strategiebeirat Verbraucherbildung berät die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz bei der effektiven und effizienten Ausrichtung, Auswahl und Umsetzung von Maßnahmen zur Institutionalisierung der Verbraucherbildung.

### Fonds für Verbraucherbildung

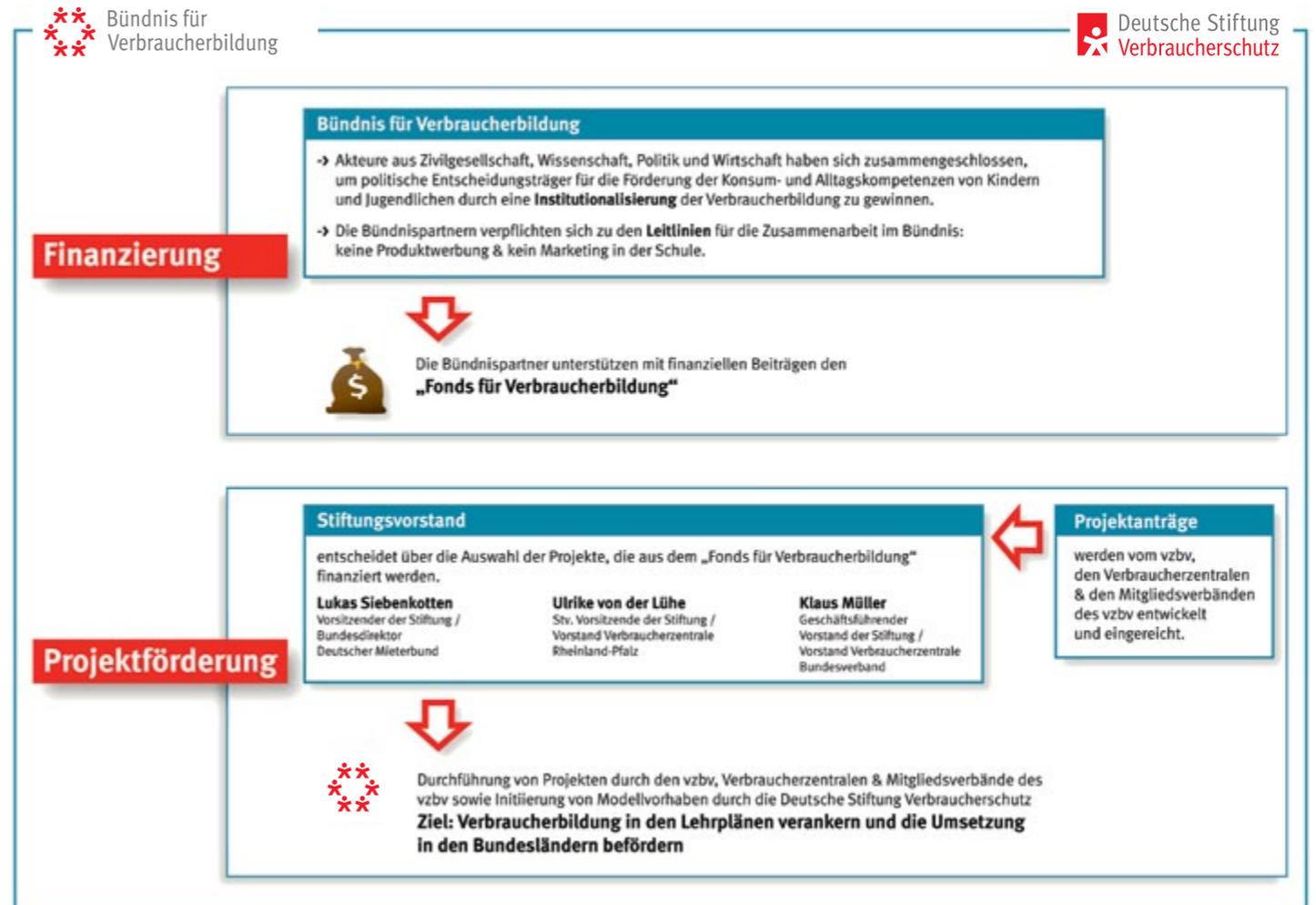
Parallel stärkt das Bündnis durch konkrete Maßnahmen und Schulprojekte zur Verbraucherbildung die Akteure im schulischen und außerschulischen Bildungsbereich, um politischen Entscheidungsträgern modellhaft zu zeigen, wie Verbraucherbildung in den Lehrplänen verankert werden kann. Der „Fonds für Verbraucherbildung“ der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz unterstützt diese Maßnahmen finanziell. Die Projekte werden von den Verbraucherzentralen und -verbänden sowie der Stiftung entwickelt und durchgeführt. Der Stiftungsvorstand entscheidet über die Förderprojekte.

Link zu den Leitlinien: [www.verbraucherstiftung.de/verbraucherbildung](http://www.verbraucherstiftung.de/verbraucherbildung)



## Fonds für Verbraucherbildung

# 09



Deutsche Stiftung  
Verbraucherschutz

## Unsere Forderungen



Die Bündnispartner setzen sich derzeit aktiv für die folgenden bildungspolitischen Ziele ein:

### Lehrpläne

- Verankerung der Verbraucherbildung in den schulischen Lehrplänen und Leitlinien

### Standards

- Schaffung von verbindlichen und einheitlichen Standards zur Verbraucherbildung

### Forschung

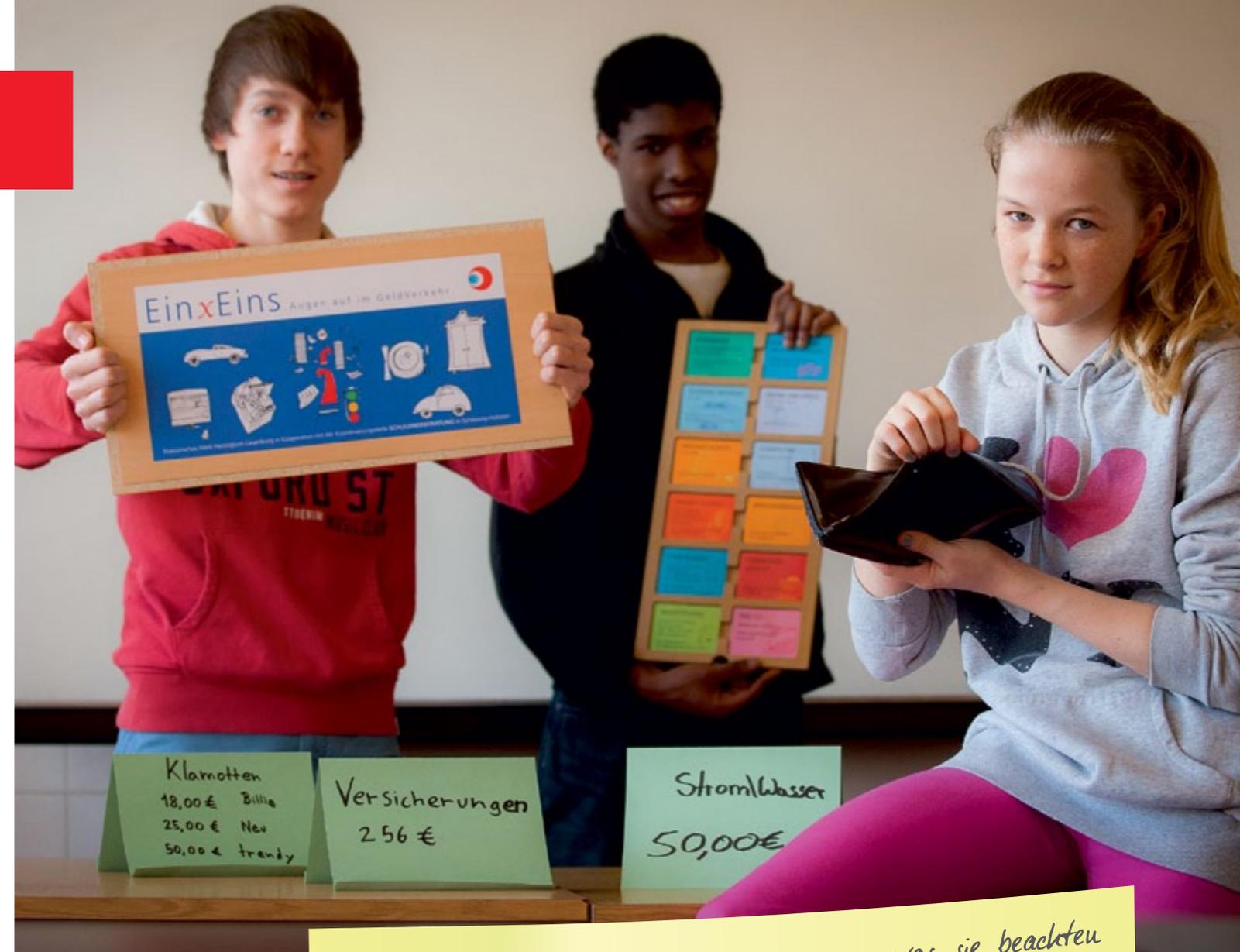
- Stärkung der Verbraucherbildungsforschung

### Qualifizierung

- Ausbau der Verbraucherbildung in der Aus- und Fortbildung von Lehrkräften

### Umsetzung vor Ort

- Unterstützung von Schulen und Lehrkräften bei der Umsetzung von Verbraucherbildung im Schulalltag



*Alles im Blick: Die Schüler/innen wissen, was sie beachten müssen, wenn sie auf eigenen Beinen stehen wollen.*



verbraucherzentrale  
Sachsen



„Verbraucherbildung ist

*eine der wichtigsten  
Zukunftsinvestitionen,*

*für die sich gemeinsame Anstrengungen lohnen werden.“*

Joachim Betz, Geschäftsführer der Verbraucherzentrale Sachsen

verbraucherzentrale  
Hessen



„Verbraucherbildung ist für uns eine zentrale Aufgabe: der sachgerechte Umgang mit Informationen, das Erkennen und Abwägen von Risiken, das Wissen um Rechte und Pflichten als Konsument muss erlernt werden –

*je früher umso besser!“*

Jutta Gelbrich, Vorstand der Verbraucherzentrale Hessen

T ..



„Kinder beherrschen Smartphone, Laptop und Co. oft besser als ihre Eltern, sind sich aber über mögliche Gefahren nicht immer bewusst. Die

*Stärkung von  
Medienkompetenz*

*ist uns bei der Deutschen Telekom daher wichtig.“*

Timotheus Höttges, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom

verbraucherzentrale  
Schleswig-Holstein



„Wir sind sehr froh darüber, dass in Schleswig-Holstein das verpflichtende Fach Verbraucherbildung eingeführt wurde. Für die Zukunft gilt es nun, die nachhaltige Umsetzung des Faches sicherzustellen und

*andere Bundesländer zu überzeugen.“*

Stefan Bock, Geschäftsführer der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein



Bündnis für  
Verbraucherbildung

COMMERZBANK 



*„Wirtschaftliche Zusammenhänge  
betreffen jeden von uns.“*

Nur aufgeklärte, mündige Verbraucher  
können kompetente Entscheidungen treffen.  
Die Commerzbank, auch ich ganz persönlich,  
nehmen das Thema Finanzbildung sehr ernst. Deswegen unterstützen wir die Initiative.“

Martin Zielke, Vorstandsmitglied der Commerzbank AG

Verbraucherzentrale  
Bayern



„Alltagswissen wie früher von Generation  
zu Generation weiterzugeben,  
funktioniert heute schon allein durch die  
*Komplexität der Märkte*

nicht mehr. Verbraucherbildung in der Schule kann und sollte  
diese Lücke schließen und die nötigen Kompetenzen vermitteln.“

Marion Breithaupt-Endres, Geschäftsführender Vorstand der Verbraucherzentrale Bayern

REWE  
GROUP



„Wir haben uns zum Ziel gesetzt,  
den nachhaltigeren Konsum  
*aus der Nische zu holen.*

Deshalb ist umfassende Verbraucherbildung,  
die schon bei Kindern und Jugendlichen ansetzt,  
sehr wichtig. Dieser Aufgabe müssen sich  
die Schulen noch intensiver und  
systematischer als bislang widmen.

Denn die Komplexität der „Welt des Konsums“ nimmt zu, nicht zuletzt  
aufgrund der Digitalisierung aller Lebensbereiche.“

Alain Caparros, Vorstandsvorsitzender der REWE Group



„Gemeinsam erreichen wir mehr“ –  
so heißt es auf der Homepage der  
Deutschen Stiftung Verbraucherschutz.  
Ich freue mich, wenn es gemeinsam gelingt,  
Verbraucherschutz und eine

*nachhaltige Entwicklung*

– nicht nur in unserem Land, sondern weltweit – zu befördern.

Prälat Dr. Peter Neher, Präsident des Deutschen Caritasverbandes

## Praxisorientierte Bedarfsanalyse zur schulischen Verbraucherbildung



Eine Studie des Instituts für Markt-Umwelt-Gesellschaft

# 78%

der befragten Lehrkräfte geben an, dass Verbraucherbildung als Bildungsauftrag in die Schule gehört.

■ trifft voll und ganz zu    ■ trifft eher zu

Jeder Schüler ist selbst für den Erwerb von Informationen und Kompetenzen zu Verbraucherthemen verantwortlich.

4 10

Für die Weitergabe von Informationen und Kompetenzen zu Verbraucherthemen ist die Familie zuständig.

18 30

Die Vermittlung von Informationen und Kompetenzen zu Verbraucherthemen gehört als Bildungsaufgabe in die Schule.

44 34

Außerschulische Bildungsinstitutionen sind für diese Themen verantwortlich.

6 12

## Praxisorientierte Bedarfsanalyse zur schulischen Verbraucherbildung



Eine Studie des Instituts für Markt-Umwelt-Gesellschaft

Das Institut für Markt-Umwelt-Gesellschaft (imug) an der Universität Hannover befragte von November 2012 bis Februar 2013 im Auftrag der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz 971 Lehrkräfte an Haupt-, Real-, Grund- und Berufsschulen sowie an Gymnasien, 52 Praktiker aus Verbänden und der Wirtschaft sowie 30 Bildungsexperten aus der Lehrerfortbildung, der Politik, aus Wissenschaft und von Verbraucherorganisationen.

„Diese Ergebnisse sind ermutigend:

*Lehrkräfte möchten Verbraucherbildung vermitteln.*

*Nun brauchen sie dazu dringend flächendeckend Unterstützungsstrukturen wie Fortbildung, verlässliche Partnerschaften mit Verbraucherorganisationen und geeignete Unterrichtsmaterialien.“*

Julia Klingemann, Leiterin Geschäftsbereich Verbandsmanagement des vzbv

Die Bedarfsanalyse wurde durch den Fonds für Verbraucherbildung finanziert und kann auf der Internetseite der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz kostenlos heruntergeladen werden.

Die Kernergebnisse der Befragung:

- Die Befragten gaben der Verbraucherbildung eine 4+ (Skala 1–5) und bewerteten die Situation insgesamt als „**eher schlecht**“.
- Lehrerinnen und Lehrer wünschen sich eine bessere **Aus- und Fortbildung** und bessere **Unterrichtsmaterialien** zu Verbraucherthemen.
- 78% der befragten Lehrkräfte sehen einen klaren **Bildungsauftrag der Schulen**, Kinder und Jugendliche in ihrer Rolle als Verbraucher zu stärken.
- 86% der befragten Lehrkräfte wünschen sich einen **Austausch mit den Verbraucherzentralen**.



*Wir können von den Verbraucherschulen lernen.*



Verbraucherschulen sind Modellschulen, die zeigen, wie die Vermittlung von Konsum- und Alltagskompetenzen im Unterricht und Schulalltag erfolgreich gelingen kann. Ihr Ziel: Schülerinnen und Schüler sollen selbstbestimmte und verantwortungsbewusste Konsumententscheidungen treffen können. Sie lernen dabei auch, Marketingtricks zu durchschauen und kompetent darauf zu reagieren.

### Umsetzung in den vier Handlungsfeldern der Verbraucherbildung

Um Verbraucherschule zu werden, setzt diese die Themen Finanzen, Medien, Ernährung/Gesundheit und Nachhaltigkeit im Unterricht und Schulalltag verbindlich um. Ein Schulteam, bestehend aus Lehrkräften, Schülerinnen und Schülern, Eltern und externen Organisationen unterstützt den Prozess zur Verbraucherschule. Fortbildungen machen die Lehrkräfte fit für die neuen Themen und Inhalte.

**verbraucherzentrale**  
Bundesverband

### Jede Verbraucherschule setzt eigene Akzente

Darüber hinaus können die Verbraucherschulen ihr Profil durch Schwerpunkte oder Aktionen stärken. Das sind beispielsweise Angebote für Eltern, von Schülern durchgeführte Marktchecks, Fair Trade-Produkte am Schulkiosk, ein Schulgarten oder der Austausch mit anderen Schulen etwa zu Fragen des Datenschutzes in sozialen Netzwerken.

### Kooperation mit Partnern

Verbraucherorganisationen vor Ort und weitere Partner wie Universitäten und Bildungsinstitute unterstützen die Modellschulen. Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz fördert die Kooperationen finanziell über den Fonds für Verbraucherbildung.

Das bundesweite Modellvorhaben „Verbraucherschule“ wurde von der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz und dem Verbraucherzentrale Bundesverband gemeinsam entwickelt.

Weitere Infos zur Verbraucherschule:  
[www.verbraucherschule.de](http://www.verbraucherschule.de)



*Verbraucherbildung heißt auch erleben:  
Schülerinnen der Verbraucherschule Wilster trainieren ihre Sinne.*



Die Gemeinschaftsschule Wilster in Schleswig-Holstein ist die erste Verbraucherschule Deutschlands.

**Verbraucherbildung im Unterricht und Schulleben**

Die Schule setzt den Lehrplan Verbraucherbildung von Klasse 5 bis 10 schülerorientiert um. Besonderes Engagement zeigt sie, indem sie weit darüber hinaus Verbraucherbildung im Schulleben verankert. Dazu gehört beispielsweise die Gründung einer Schülerfirma. Gemeinsam mit den Eltern ist ein Café vorgesehen, in dem die Kinder und Jugendlichen sich ganz praxisnah mit wirtschaftlichen und ökologischen Aspekte auseinandersetzen können. Ein anderes Projekt ist die Ausbildung von Schülerverbraucherberatern, die ihren Mitschüler/innen und Eltern zu Themen ihrer Lebenswelt beraten. Darüber hinaus bekommen die Schülerinnen und Schüler die Möglichkeit, sich mit Experten zu aktuellen Entwicklungen in den Bereichen Finanzen, Medien, Ernährung und nachhaltigem Konsum auszutauschen.



Verbraucher-  
schule

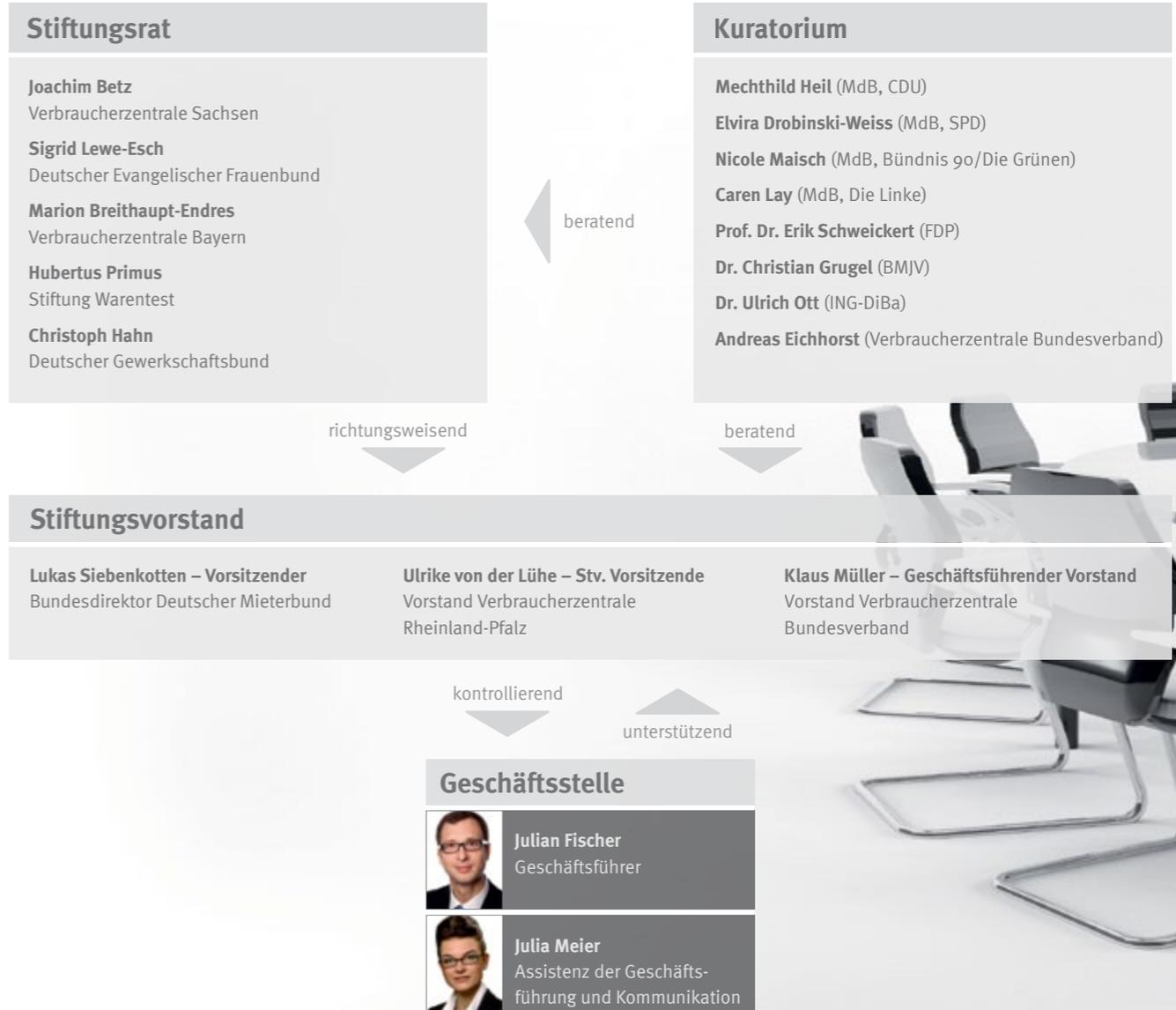
**Verbindung von Verbraucherbildung und Berufsbildung**

Ein Schwerpunkt der Gemeinschaftsschule Wilster ist das Fach Verbraucherbildung als Unterrichtsbasis in den flexiblen berufsvorbereitenden Übergangsklassen. Die fundierten Erfahrungen in der Berufsorientierung werden so mit den neuen Inhalten der Verbraucherbildung zusammengeführt.

**Unterstützung durch kompetente Partner**

Die Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein unterstützt und begleitet den Entwicklungsprozess der Gemeinschaftsschule Wilster als Verbraucherschule. Möglich ist dies dank einer Projektförderung über den Fonds für Verbraucherbildung.

Videospot zur Verbraucherschule:  
[www.youtube.de/verbraucherstiftung](http://www.youtube.de/verbraucherstiftung)





## Deutsche Stiftung Verbraucherschutz

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz hat das Ziel, die Verbraucherarbeit in Deutschland gemeinsam mit anderen Akteuren zu stärken. Sie fördert Projekte, um Verbraucherinnen und Verbraucher besser zu informieren, zu beraten und weiterzubilden. Sie ermöglicht es, Verbraucherinteressen durchzusetzen und die Stellung des Verbrauchers in der sozialen Marktwirtschaft zu verbessern. Das trägt zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft bei.

### Herausgeber

Deutsche Stiftung Verbraucherschutz  
 Markgrafenstraße 66, 10696 Berlin  
 Tel.: 030 25800-239, Fax: 030 25800-238  
 info@verbraucherstiftung.de  
 www.verbraucherstiftung.de

### Verantwortlich für den Inhalt

Julian Fischer (Geschäftsführer)

### Layout

sign.Berlin communications GmbH

### Druck

enka-druck GmbH

### Fotos und Grafiken

S. 2: DSV/Behmer, shutterstock/Maridav  
 S. 3: Verbraucherzentrale NRW  
 S. 4: shutterstock/Kneschke/Sigaev/gallego morell  
 S. 5: thinkstock/oneblink, fotolia/cult/caruso/jogyx  
 S. 6: DSV/Behmer  
 S. 9: DSV/Infotext  
 S. 11: Verbraucherzentrale Sachsen, Verbraucherzentrale Hessen  
 S. 12: Deutsche Telekom, Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein  
 S. 13: Verbraucherzentrale Bayern, Rewe Group  
 S. 14: Commerzbank, DCV/Jacob  
 S. 17: DSV/Behmer  
 S. 19: DSV/Behmer  
 S. 20: DSV/Erfurth Kluger Infografik  
 S. 21: DSV, shutterstock/Denver  
 S. 22: fotolia/Jackson  
 S. 24: DMB

### Veröffentlicht

Oktober 2014



*„Verbraucherbildung ist eine  
notwendige Investition  
in eine selbstbestimmte Zukunft.“*



**Lukas Siebenkotten**

Vorstandsvorsitzende der  
Deutschen Stiftung Verbraucherschutz  
Bundesdirektor Deutscher Mieterbund

#### **Kontakt**

Deutsche Stiftung Verbraucherschutz  
Markgrafenstraße 66  
10969 Berlin

Tel.: 030-25800239  
Fax: 030-25800238

[info@verbraucherstiftung.de](mailto:info@verbraucherstiftung.de)

#### **Spendenkonto**

Bank für Sozialwirtschaft  
BLZ: 100 205 00  
Kto.: 11 83 300

IBAN: DE52100205000001183300  
BIC: BFSWDE33BER

Die Stiftung verfolgt ausschließlich  
und unmittelbar gemeinnützige  
Zwecke.

#### **Sie können online spenden unter**



[www.verbraucherstiftung.de](http://www.verbraucherstiftung.de)