

Newsletter

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz hat mit ihrer Fördertätigkeit in 2018 erneut einen wichtigen Beitrag zur bundesweiten Förderung von Verbraucherschutz und Verbraucherbildung – vor allem für die besonders verletzlichen Zielgruppen Kinder, Jugendliche und Geflüchtete – geleistet.

Wie wir mit unserem Schulauszeichnungs-Projekt des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) dazu beigetragen haben, Verbraucherschutz in den Unterricht zu integrieren, zeigen wir Ihnen mit einem Blick in die Klassenzimmer von Verbraucherschulen, die vom vzbv in diesem Jahr ausgezeichnet wurden.



Foto: vzbv/Baumbach

Außerdem schauen wir hinter die Kulissen des Projekts „WEBiTIPP – Verbrauchertipps für Geflüchtete“ und zeigen, wie das multikulturelle Team die Sendungen zu wichtigen Verbraucherfragen für Geflüchtete vorbereitet.

Im Interview spricht der neue Vorstandsvorsitzende der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz, Lukas Siebenkotten, über die Anliegen, die ihm in Bezug auf die Stiftung besonders am Herzen liegen und darüber, was er sich für die Zukunft der Stiftung wünscht.

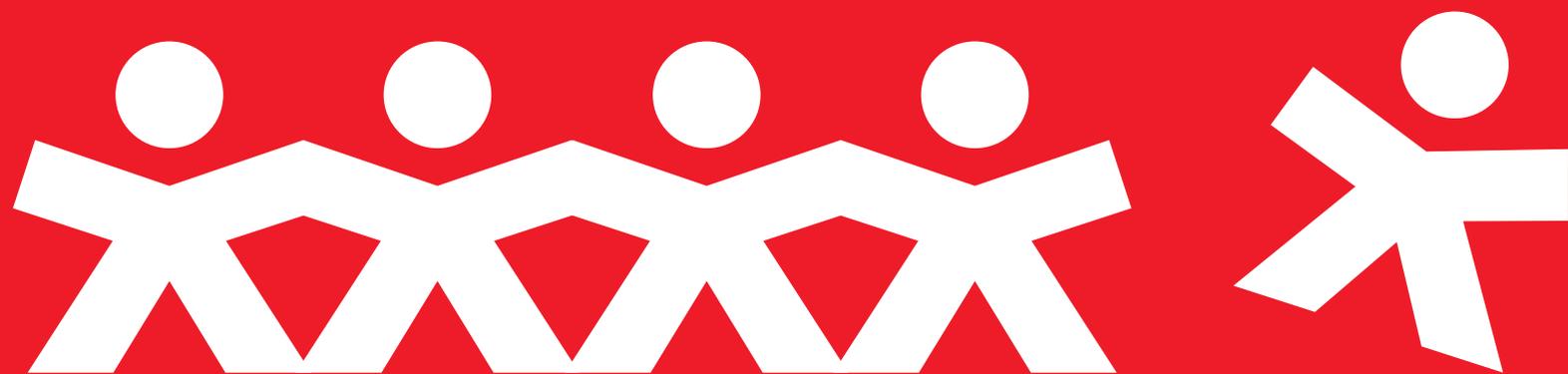
Diese und weitere Themen erwarten Sie in diesem Newsletter, mit dem sich die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz in das neue Jahr verabschieden möchte.

Das gesamte Team wünscht Ihnen ein schönes und besinnliches Weihnachtsfest und einen guten Rutsch in ein gesundes und glückliches neues Jahr!

Ihre Dr. Melanie Weber-Moritz

Inhalt

- S. 2 **Neuer Vorstandsvorsitzender – Lukas Siebenkotten im Interview**
- S. 3 **Blick in die Klassenzimmer – Verbraucherbildung im Unterricht**
- S. 5 **Projekt WEBiTIPP – Ein Blick hinter die Kulissen**
- S. 7 **Stärkung von Verbraucherkompetenzen bei Flüchtlingen – Erfahrungsberichte**
- S. 8 **Engagement – Warum sich die Commerzbank-Stiftung für Verbraucherbildung stark macht**
- S. 9 **Ihr Einsatz für den Verbraucherschutz**
- S. 9 **Impressum**
- S. 10 **Hinweise zum Datenschutz**





Neuer Vorstandsvorsitzender – Lukas Siebenkotten im Interview

Foto: Deutscher Mieterbund



Lukas Siebenkotten (Bundesdirektor Deutscher Mieterbund) wurde am 14. November 2018 auf der Mitgliederversammlung des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) einstimmig zum Vorsitzenden des Verwaltungsrates gewählt. Damit übernimmt er auch den Vorstandsvorsitz der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz. Gemeinsam mit der stellvertretenden Vorsitzenden Ulrike von der Lühle (Vorstand der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz) und dem geschäftsführenden Vorstand Manfred Westphal (vzbv) bildet er den Vorstand der Stiftung für die nächsten vier Jahre.

Herr Siebenkotten, am 14.11.2018 wurden Sie zum zweiten Mal zum Vorsitzenden des vzbv-Verwaltungsrates und damit auch zum Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz gewählt. Welche Anliegen liegen Ihnen bei dieser Aufgabe besonders am Herzen?

Die Stiftung hat eine tolle Vision, die ich aus Überzeugung mitbringe: Möglichst viele Verbraucher zu befähigen, selbstbestimmt und nachhaltig zu handeln. Insbesondere die Verbraucherbildung kann einen Beitrag dazu leisten, dass sich Menschen kritisch mit angebotenen Produkten und Dienstleistungen auseinandersetzen und befähigt werden, ihre Rechte gegenüber Anbietern durchzusetzen.

Warum legt die Stiftung einen Schwerpunkt auf Verbraucherbildung?

Der beste Verbraucherschutz ist präventiv, hier setzt auch Verbraucherbildung an. Verbraucherbildung ist mehr als das Bewerten der Produktqualität, sie hilft uns, selbstbestimmte Entscheidungen zu treffen. Wir sollten wissen, wie wir uns als Verbraucher schützen und Fallstricke erkennen können. Wir müssen wissen, wo wir unabhängige Informationen erhalten – zum Beispiel bei den Beratungsstellen der Verbraucherzentralen und anderen unabhängigen Verbraucherorganisationen.

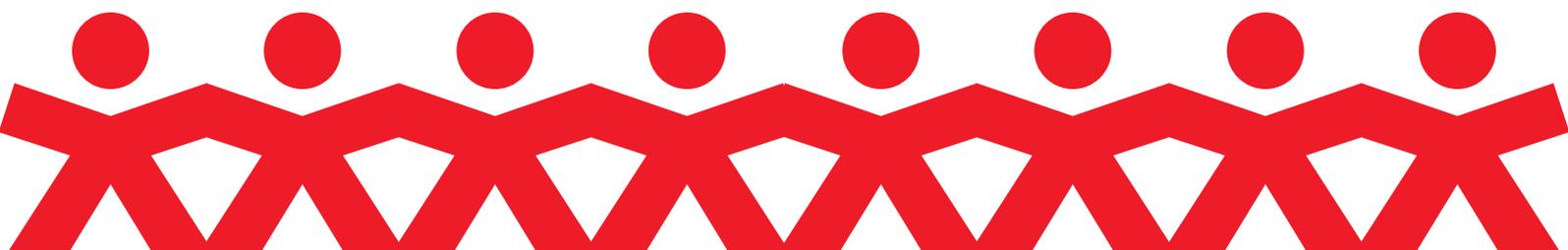
Wo sehen Sie den größten Bedarf?

Ganz besonders wichtig ist es, Kinder und Jugendliche für Gefahren in der Konsumwelt zu sensibilisieren und sie für diese Welt fit zu machen. Denn junge Menschen sind oft nicht in der Lage die Auswirkungen des eigenen

Konsumverhaltens einzuschätzen. Genauso geht es auch den Menschen, die seit Kurzem in unserem Land leben und sich noch nicht gut auskennen. Viele Gefahren lauern auch im Netz. Nur wenn Verbraucher vorher abschätzen können, was mit ihren Daten geschieht und wer diese zu welchen Zwecken bekommt, kann eigenverantwortlich bestimmen, ob er oder sie einen Dienst im Netz nutzen will oder nicht. Die Förderung von Verbraucherkompetenzen in den wichtigen Bereichen Ernährung, Finanzbildung und Medienkompetenz steht deshalb zu Recht im Mittelpunkt der Fördertätigkeit der Stiftung.

Was wünschen Sie sich für die Stiftung für die nächsten vier Jahre?

Wir sollten mit unserer Förderarbeit auch künftig genau da ansetzen, wo der Schuh besonders drückt. Ich wünsche mir bundesweite und nachhaltige Projekte, mit denen wir Verbraucher dabei unterstützen, sich in der komplexen und digitalisierten Konsumwelt zu orientieren. Und ich wünsche mir einen konstruktiven Dialog mit allen Akteuren sowohl aus dem Verbraucherschutz als auch aus der Politik und aus der Wirtschaft, denn Verbraucherschutz geht uns alle an.





Blick in die Klassenzimmer – Verbraucherbildung im Unterricht

Der Verbraucherzentrale Bundesverband zeichnete in diesem Jahr bundesweit 32 allgemeinbildende Schulen für ihre Aktivitäten in den Themenbereichen der Verbraucherbildung aus. Knapp 11.000 Schülerinnen und Schüler aus insgesamt 13 Bundesländern haben an Aktivitäten, Projekten und Maßnahmen zum Thema Verbraucherbildung teilgenommen. Wie das konkret im Unterricht umgesetzt wurde, zeigt ein Blick ins Klassenzimmer.

Umweltdetektive im Einsatz am Albrecht-Thaer-Gymnasium in Hamburg

Umweltdetektive am Albrecht-Thaer-Gymnasium überprüfen, wie viel Energie jede einzelne Klasse verbraucht. Diese „Prüfung“ ist Teil eines Schulwettbewerbes, bei dem die Klassen fünf Monate Zeit haben zu zeigen, dass sie umweltbewusst mit Strom, Heizenergie, Wasser sowie Abfall umgehen können. Als Modellprojekt „Verbraucherschule“ der Verbraucherzentrale Hamburg – gefördert durch die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz – ist Verbraucherbildung fest im Schulprofil des Albrecht-Thaer-Gymnasiums verankert und bezieht nicht nur alle Klassenstufen, sondern auch alle Fächer mit ein. Die Lernenden werden dabei mit vielfältigen Aktivitäten für ein selbstbestimmtes und bewusstes Konsumleben fit gemacht. Zum Beispiel mit Workshops zu den Themen „Recyclingdesign“ oder „Big Data“, Exkursionen zur Verbraucherzentrale, einem Besuch beim Biobauernhof und dem Zentrum für Schulbiologie und Umwelterziehung (ZSU) sowie Medienkompetenztagen und medienpädagogischen Elternabenden.



Der Umgang mit Energie muss gelernt sein. Was verbraucht wie viel Energie? Wo lauern Kostenfallen? Wie spart man Strom? Am Hamburger Albrecht-Thaer-Gymnasium überprüfen Umweltdetektive das Energieverhalten jeder Klasse. (Foto: Albrecht-Thaer-Gymnasium)

Erfahren Sie [mehr](#).

Schülerfirmen an der Gemeinschaftsschule Niederpleis in Sankt Augustin (Nordrhein-Westfalen)

Die Gemeinschaftsschule Niederpleis setzt auf praktisches Arbeiten. Buchhaltung, Marketing, Einkauf und Verkauf gehören zu den Kernkompetenzen großer Firmen – an der Gemeinschaftshauptschule lernen und vertiefen die Schüler diese Kompetenzen im fiktiven Betrieb verschiedener Schülerfirmen. Es gibt beispielsweise einen Catering-Service und das „Aqua-Team“, das sich auf den Verkauf von Wasser spezialisiert hat. „Die Schülerfirmen funktionieren ähnlich wie richtige Firmen und sind eine Verzahnung von Theorie und Praxis“, beschreibt es Schulleiterin Susanne Schleebaum. Die Jugendlichen werden in den Schülerfirmen zum einen auf das spätere Berufsleben vorbereitet, zum anderen hinterfragen sie kritisch ihren eigenen Konsum und beschäftigen sich mit dem Thema Nachhaltigkeit.

Erfahren Sie [mehr](#).



Clevere Verzahnung von Theorie und Praxis. In Schülerfirmen werden die Kinder der Gemeinschaftsschule Niederpleis auf das spätere Berufs- und Konsumleben vorbereitet. (Foto: Gemeinschaftsschule Niederpleis)

Fit und gesund an der Bodelschwingschule Warendorf (Nordrhein-Westfalen)

„Kindern ist es wichtig, gesund zu sein“, davon ist die Bodelschwingschule Warendorf überzeugt und will ihre Schülerinnen und Schüler Grundlagen zur gesunden Ernährung vermitteln. In den Jahrgangsstufen 1 bis 3 lernen sie mit dem Präventionsprogramm „Klasse2000“ Entspannungs- und Bewegungsübungen. In allen Klassen steht Wasser für die Kinder bereit, regelmäßig frühstücken die Kinder zusammen und die Kinder kommen – zusätzlich zu den Hofpausen – in den Genuss bewegter Pausen. Die Größeren befassen sich außerdem mit Werbetexten und lernen, Marken kritisch zu beurteilen. Dabei entdecken sie durch Vergleiche ähnlicher Produkte bestehende Preisunterschiede und werden für Werbetricks der Firmen sensibilisiert.

Erfahren Sie [mehr](#).



Regelmäßig frühstücken die Klassen der Bodelschwingschule Warendorf zusammen und lernen dabei Grundlagen gesunder Ernährung sowie Entspannungs- und Bewegungsübungen. (Foto: Bodelschwingschule Warendorf)

Faire Milchshakes am Christian von Mannlich-Gymnasium in Homburg (Saarland)

Das Ziel ist klar: Schülern mehr mitgeben als bloße Inhalte. „Sie sollen kompetent werden, kritisch zu handeln und dabei Verantwortung zu tragen“, beschreibt das Christian von Mannlich-Gymnasium seine Vorstellung von guter Verbraucherbildung. Verbraucherthemen sind fest im curricularen Alltag über mehrere Klassenstufen hinweg in der Schule verankert. Aufsehenerregende Projekte gehören dabei auch dazu. So verwandelten die Schüler des Seminarfachs „Nachhaltigkeit“ die Aula für eine Wette in eine große Milchshake-Küche. Im Rahmen des Projekts „Fair Shake“ hatten sie mit dem Oberbürgermeister von Homburg, Rüdiger Schneidewind, gewettet, mindestens 500 Milchshakes verschiedener Sorten produzieren und verkaufen zu können – natürlich alles bestehend aus fair gehandelten und regionalen Produkten.

Erfahren Sie [mehr](#).



Was ist drin im Milchshake? Die Kinder des Christian von Mannlich-Gymnasiums wetteten mit ihrem Oberbürgermeister, dass sie 500 Shakes verschiedener Sorten selbst und fair herstellen können. (Foto: Christian von Mannlich-Gymnasium)

Aus Alt mach Neu an der Grundschule Moritzberg in Hildesheim (Niedersachsen)

In der Fahrradwerkstatt „Gelbe Garage“ können die Schülerinnen und Schüler der Grundschule Moritzberg unter Anleitung alte Fahrräder reparieren und ihnen neues Leben einhauchen. Die Grundschule lässt die Kinder dabei voneinander lernen. Die „alten Hasen“ zeigen den Neulingen, wie man alte Drahtesel wieder fit macht. Schon über 200 Fahrräder wurden auf diese Weise repariert und aufbereitet. Bei dem Projekt arbeitet die Grundschule Moritzberg mit dem Asyl e. V. Hildesheim zusammen, der die gespendeten Fahrräder im Rahmen des Projekts „Fahrräder für Flüchtlinge“ später an Geflüchtete verteilt.

Erfahren Sie [mehr](#).



Reparieren ist ökonomisch und ökologisch sinnvoller. Wie man dabei mit Menschen in den Austausch kommen und andere unterstützen kann, lernen Grundschüler in Hildesheim in ihrer „Gelben Garage“. (Foto: Grundschule Moritzberg)

Fit in Sachen Medien an der Dannewerkschule Schleswig (Schleswig-Holstein)

Neben verantwortlichem Konsum, Finanzplanung, Vorsorge, gesunder Ernährung hat das Thema Medienkompetenz einen besonderen Stellenwert an der Dannewerkschule: Anfang 2017 wurde die Gemeinschaftsschule als „Digitale Modellschule“ ausgezeichnet und erhält damit finanzielle Unterstützung vom schleswig-holsteinischen Bildungsministerium bei der Umsetzung des eingereichten Konzepts. Das Konzept sieht unter anderem vor, dass ein eigener Medienpass in Anlehnung an den [Medienpass NRW](#) entwickelt wird, den jeder Schüler mit sich führt. Dadurch werden die Medienkompetenzentwicklung der Schüler ab der fünften Klasse dokumentiert und die Fortschritte für Eltern und Lehrkräfte sichtbar gemacht.

Erfahren Sie [mehr](#).



„Ich bin der Konsument, ich entscheide“. Dieses Zitat ist auf der Homepage der Dannewerkschule Schleswig zu lesen. Informierte und selbstbewusste Entscheidungen sind insbesondere beim Gebrauch der digitalen Medien wichtig. (Foto: Dannewerkschule Schleswig)



Projekt WEBiTIPP – Ein Blick hinter die Kulissen

Seit Mai 2017 stärkt ein „buntes“ Team im Saarland mit dem [Projekt WEBiTIPP](#) die Verbraucherkompetenz von Menschen, die erst seit Kurzem in Deutschland leben. Wir haben schon einige Male über das interaktive Facebook-Projekt berichtet und gezeigt, wie WEBiTIPP mit Videos und Live-Sendungen auf Deutsch und Arabisch Verbrauchertipps gibt und komplexe Zusammenhänge erklärt. Die Themen drehen sich z. B. um Finanzen, Kreditkarten, Handyverträge, Online-Shopping, Streaming, gesunde Ernährung, Wohnung und Internet. Die Zuschauer können

ihre Fragen live in die Sendung einbringen. Seit August 2018 existiert zusätzlich die Website www.webitipp.de, auf der die Inhalte aus den Webinaren – sortiert und dauerhaft – auch den Menschen zugänglich gemacht werden, die kein eigenes Facebook-Profil besitzen. Das Projekt ist sehr erfolgreich, was insbesondere an dem Team aus hochmotivierten und engagierten Mitarbeitern liegt. Wir stellen das Team vor und werfen einen Blick hinter die Kulissen. (Fotos: Yannik Planta)



Der Eingangsbereich der Verbraucherzentrale in Saarbrücken wird regelmäßig in ein Filmstudio verwandelt. V. l. n. r. Mwoloud Daoud (Moderator), Christian Bart (Designer) und Pesheng Ali (Kameramann).



Die Social Media Expertinnen Christine Thull (links) und Karina Hartwahn vom Projekt Piñata unterstützen WEBiTiPP beim Verfassen von Beiträgen und der zielgruppengerechten Facebook-Strategie.



Stimmt die Kameraeinstellung? Stimmt der Ton? V.l.n.r. Christian Bart (Design), Ahmed Sheikh Bekir (Technik) und Michael Preßer (Projektverantwortlicher, Regie) bei den Vorbereitungen zur Live-Sendung.



Die Künstlerin Fatima Hamido aus Syrien ist als Gestalterin und Moderatorin ein festes Teammitglied bei WEBiTiPP. Gleich wird sie mit dem tanzenden WEBiTiPP-Schild die Sendung eröffnen.



Ein letzter Blick in den Sendepan: Kameramann Pesheng Ali (vorne) stimmt die Inhalte mit seinen Kollegen Michael und Christian ab.



Moderator Mwoloud Daoud (vorne) bei den letzten Proben vor der Sendung.



Und Action! Moderator Mwoloud Daoud im Gespräch mit der Energie-Expertin Cathrin Becker von der Verbraucherzentrale Saarland zum Thema „Energiesparen“.



An der Kamera Michael Preßer, im Hintergrund Hatem Al Rashed und Thomas Beutler. Die beiden Chefredakteure gehen in der Live-Sendung auf die Kommentare der Zuschauer ein – immer auf Deutsch und Arabisch.



Nach der Sendung ist vor der Sendung, das „obligatorische“ Gruppenbild darf dazwischen nie fehlen.



Stärkung von Verbraucherkompetenzen bei Flüchtlingen – Erfahrungsberichte

Seit einem Jahr fördert die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz das Projekt „Stärkung von Verbraucherkompetenzen bei Flüchtlingen“, welches vom AWO Bundesverband – einem Wohlfahrtsverband, der viel Erfahrungen mit Menschen mit Fluchterfahrungen mitbringt – umgesetzt wird.

Die Mitarbeiter und Ehrenamtlichen in den bundesweiten Einrichtungen der AWO sind oft erste Ansprechpartner und später häufig Vertrauenspersonen für Geflüchtete, mit denen diese auch über ihre Alltagsprobleme als Verbraucher sprechen: Versicherungen, Rundfunkbeitrag, Mahnungen, Verträge, Mieterhöhung, Verlust der Kreditkarte, Umtausch von Fehlkäufen, Energiesparen, Zölle, Datenschutz, Urheberrecht etc. Die Themenvielfalt ist enorm und führt viele AWO-Mitarbeiter an ihre Beratungsgrenzen. Hier setzt das Projekt an. Die Verbraucherzentralen schulen die AWO-Mitarbeiter in speziellen Workshops zu relevanten Themen des Verbraucherschutzes. Sie erlernen, wie sie die „Newcomer“ in unserem Land künftig als aktive Verbraucher qualifiziert beraten aber auch weitervermitteln können. Zudem werden in dem Projekt Unterrichtseinheiten zu zentralen Themen des Verbraucherschutzes für laufende Sprachkurse für Geflüchtete entwickelt. Bundesweit fanden bereits in zehn Bundesländern Workshops in Kooperation mit den jeweiligen Verbraucherzentralen statt. Wir haben Workshop-Teilnehmer nach ihren Erfahrungen gefragt.

Julia Schieferdecker, Projektkoordination und Fachstelle Interkulturelle Öffnung, Fachbereich Migration, Flüchtlinge und Inklusion, Arbeiterwohlfahrt Landesverband Sachsen e.V.:

„Viele Sachverhalte sind für mich persönlich selbstverständlich (z. B. ein Vertragsabschluss) und ich bin mir der Konsequenzen bewusst, weil ich mit diesen Regeln mehr oder weniger aufgewachsen bin. Für Menschen, die sich hier neu zurechtfinden müssen, ist dieses Regelwerk neu bzw. sie kommen gar nicht auf die Idee, dass es anders sein könnte als in ihrem Land. Der Perspektivwechsel und die intensive Sensibilisierung für dieses Thema sind zwingend notwendig, wenn nicht sogar schon überfällig. Ich bin froh über diese Fortbildungsmöglichkeiten und die Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale. Ich hoffe, dass es auch in Zukunft Veranstaltungen in dieser Form geben wird. Mitgenommen habe ich Kontakte zu benachbarten Beratungsstrukturen und die Vereinbarung, künftig noch enger zusammenzuarbeiten. Die Verbraucherzentralen sind kompetente Partner und wiederum an unserer Beratungsarbeit interessiert. Eine gute Voraussetzung für ein weiteres Miteinander.“

Anett Kropp, Schwerin, Landeskoordinatorin FB Migration, AWO LV Mecklenburg-Vorpommern e.V.:

„Nach Bekanntgabe dieses Angebotes erfolgte eine so große Resonanz, dass nicht alle Anmeldungen berücksichtigt werden konnten. Das Thema Verbraucherschutz mit all seinen Facetten ist in der täglichen Beratungsarbeit sehr stark vertreten. Durch die Weiterbildung wurde erreicht, sodass die Kolleginnen und Kollegen in der inhaltlichen Arbeit gestärkt wurden. Ihnen wurden aber auch Grenzen ihrer Beratung aufgezeigt, dafür erhielten sie die Gewissheit, in gute Hände abgeben zu können. Sie möchten die Kooperation mit den vor Ort tätigen Verbraucherzentralen auf- bzw. ausbauen.“

Waseem Shahoud, Migrationsberatung für erwachsenen Zuwanderer, Kreisverband AWO Chemnitz und Umgebung e.V.:

„Sehr interessante Themen, sehr lebendig, viel Inhalt. Alles in allem fühlte ich mich sehr wohl und nehme viel mit. Die Referenten sind auf alle konkreten Beispiele sehr gut eingegangen, der Wissensstoff wurde mir praxisnah vermittelt. Es war ein sehr guter Einblick in die Prozesse und unsere Klienten werden jetzt zur Verbraucherzentrale vermittelt.“

Isolde Fleig, Eingliederungsberaterin, Kreisverband AWO Chemnitz:

„Da ich seit 1992 in der Beratung von Migranten tätig bin, verfüge ich über viel Erfahrung, auch in Fragen der Verbraucherkompetenzen. Jetzt kann ich auch mit mehr Bestimmtheit den Klienten vieles erklären und sie auch bei Bedarf zur Verbraucherzentrale schicken. Ich denke, Themen wie Verträge, Versicherung und auch Energie sind gute Themen für die Vorträge in den Sprachkursen. Meine Kollegen haben viele Klienten, die massive Schulden haben, weil ihnen keiner das Vertragsrecht so richtig erklärt hat.“



Mitarbeiter der AWO stärken die Konsumkompetenzen bei unseren neuen Nachbarn. Erfahren Sie [mehr](#).

(Foto: AWO/Peter von Heesen)



Engagement – Warum sich die Commerzbank-Stiftung für Verbraucherbildung stark macht

Foto: Commerzbank-Stiftung



Kirsten Böddeker ist als eine von zwei Vorständen der Commerzbank-Stiftung verantwortlich für die Bereiche Wissenschaft und Soziales. Seit 2017 ist Frau Böddeker Mitglied im Kuratorium der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz.

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz arbeitet in ihrem „Bündnis für Verbraucherbildung“ mit Akteuren aus Wissenschaft, Zivilgesellschaft, Verbraucherschutz und Wirtschaft. Gemeinsames Ziel ist, dass Kinder und Jugendliche am Ende der Schullaufbahn in der Lage sind, die Folgen des eigenen Konsums zu reflektieren und sinnvolle Entscheidungen für ihr eigenes Leben zu treffen und umzusetzen. Eine langjährige Partnerin ist die Commerzbank-Stiftung.

Frau Böddeker, warum ist Verbraucherbildung aus Ihrer Sicht wichtig und welche Aspekte liegen Ihnen besonders am Herzen?

Wir stehen heute als Verbraucher vor enormen Herausforderungen: Noch nie hatten wir Zugang zu so vielen Produkten, Dienstleistungen und Informationen. Verbraucherbildung ist aus unserer Sicht wichtig, um gut informiert selbstbestimmte Entscheidungen treffen zu können. Das ist gerade für Kinder und Jugendliche bedeutend. Zudem ermöglicht sie Teilhabe für benachteiligte Menschen, besonders im sozialen, aber auch im gesundheitlichen Bereich. Auch für Menschen, die neu in unserer Gesellschaft ankommen und diese kennenlernen wollen, ist Verbraucherbildung – vom informierten Konsum von Nahrungsmitteln über einen reflektierten Umgang mit den Chancen der Digitalisierung bis hin zu Finanz- oder Gesundheitsthemen – relevant.

Die Commerzbank-Stiftung fördert verschiedene Anliegen und Projekte. Welche Ausrichtung und welche Ansätze sind bei der Auswahl Ihrer Förderprojekte wesentlich?

Die Commerzbank-Stiftung unterstützt gemeinnützige Projekte in den Bereichen Wissenschaft, Kultur und Soziales – immer mit dem Ziel, einen werthaltigen Beitrag für die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft zu leisten. Verantwortung gegenüber Mitmenschen zu übernehmen ist dabei das Grundprinzip unseres Engagements. Als fördernde Stiftung sind wir aktiver Partner für vorbildhafte, zukunftsgestaltende Institutionen und Einrichtungen, die eine bundesweite Ausstrahlung haben.

Wichtig ist uns dabei, dass die Förderung nah am Mitmenschen erfolgt, die Hilfe unmittelbar den Menschen vor Ort zugutekommt, und ihnen so zu einem Leben mit mehr Selbstbestimmung verhilft.

Warum ist es wichtig, dass sich Unternehmen gerade über Unternehmensstiftungen für wichtige gesellschaftliche Belange engagieren?

Eine fördernde Unternehmensstiftung bemisst ihren Erfolg nicht primär nach Ertrag oder anderen betriebswirtschaftlichen Kennzahlen. Unternehmensstiftungen stellen sich in den Dienst des Gemeinwohls. Sie haben die Aufgabe, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Ziel sind nicht kurzfristige Erfolge, sondern die Stiftungen unterstützen durch ein mittel- oder auch langfristiges Engagement bei Förderpartnern, sodass diese mit ihren Projekten und Initiativen eine nachhaltige Wirkung erzielen können.

Unternehmensstiftungen bauen darüber hinaus Partnerschaften mit anderen gesellschaftlichen Trägern auf, um gemeinsam Ziele zu erreichen und Projekte zu fördern, die eine Stiftung alleine nicht darstellen kann. So entsteht auch Mut und Freiraum für Experimente sowie die Möglichkeit, Inhalte gemeinsam zu gestalten.





Ihr Einsatz für den Verbraucherschutz

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz gibt Privatpersonen und Unternehmen die Möglichkeit, sich für Verbraucherschutz zu engagieren, indem sie unsere Verbraucherschutzprojekte mit einer Spende unterstützen. Sie teilen unsere Überzeugung, dass Verbraucherbildung die Entscheidungskompetenz von Verbrauchern verbessert? Dann freuen wir uns über eine Spende!

Verbraucherschutz ist eine Aufgabe für alle. Mit einer freien Spende geben Sie uns die Möglichkeit dort aktiv zu

sein, wo Verbraucherschutz am dringendsten Unterstützung benötigt. Helfen Sie uns, die Schwerpunkte unserer Arbeit entsprechend der Analysen, Studien und dem Rat unserer Verbraucherschutzexperten zu setzen.

Greifen Sie zum Telefon oder schreiben Sie eine E-Mail. Wir freuen uns, mit Ihnen gemeinsam unsere Vision, möglichst viele Verbraucher zu kritischem, selbstbestimmtem und nachhaltigem Handeln zu befähigen, voranzubringen.

Kontakt



Foto: vzbv/Baumbach

Ihre Ansprechpartnerin für Spenden:

Daniela Lucassen
Tel.: 030 25800-287
daniela.lucassen@verbraucherstiftung.de

Spendenkonto:

Bank für Sozialwirtschaft
IBAN: DE52 1002 0500 0001 1833 00
BIC: BFSWDE33BER

Impressum

Herausgeber:

Deutsche Stiftung Verbraucherschutz
c/o Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Markgrafenstraße 66
10969 Berlin
Tel.: 030 25800-287
Fax: 030 25800-238
info@verbraucherstiftung.de
www.verbraucherstiftung.de

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Melanie Weber-Moritz

Redaktion: Daniela Lucassen

Veröffentlichung: Dezember 2018

Die gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf weibliche und männliche Personen. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Doppelbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit der Texte.

Hinweis zum Datenschutz

Schön, dass Sie zu unseren Newsletter-Abonnenten gehören. Transparenz und die Sicherheit Ihrer persönlichen Daten sind uns sehr wichtig und Sie sollen wissen, wie und wofür wir Ihre personenbezogenen Daten verwenden. Für den Versand des Newsletters mit Informationen über unsere Arbeit, Einladungen zu unseren Veranstaltungen und Presseinformationen sind Ihre Kontaktdaten in unserem System hinterlegt. Ihre Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Unsere Datenschutzbestimmungen erhalten Sie [hier](#). Für die Speicherung Ihrer Kontaktdaten stützen wir uns auf Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben a (Einwilligung) bzw. Buchstaben f (berechtigtes Interesse) der Datenschutz-Grundverordnung.

Sie können der Speicherung und Nutzung Ihrer Daten jederzeit widersprechen, z.B. per E-Mail an info@verbraucherstiftung.de. Unverändert bleibt, dass Sie sich jederzeit durch einen Klick auf den Abmeldelink am Ende jedes Newsletters vom Erhalt unserer Informationen abmelden können.



Wenn Sie den Newsletter künftig nicht mehr erhalten möchten, können Sie [hier](#) den Empfang kündigen.

