

## Zwei Jahre Verbraucherkommission Baden-Württemberg

### Empfehlungen an die Landesregierung zur weiteren Stärkung der Verbraucherpolitik im Land

4. Dezember 2007

#### **Verbraucherinformation, –bildung und –beratung als zentrale Elemente der Verbraucherpolitik in Baden-Württemberg.**

Die Förderung der Konsumkompetenz von Kindern und Jugendlichen, aber auch von Erwachsenen, ist eine zentrale verbraucherpolitische Aufgabe. Der sogenannte „mündige“ und „souveräne“ Konsument muss erst zu „klugen“ Entscheidungen befähigt werden, bevor man von ihm Handlungskompetenz und Souveränität erwarten kann. Marktakteure wie Unternehmen, Medien, Werbebranche, Bildungsträger und private Akteure (Familien, Vereine u.a.) haben eine gemeinsame Verantwortung für und Interesse an einem mündigen Konsumenten, der seine Bedürfnisse kennt, sich informiert und Qualität belohnt.

Gut informierte Verbraucher sind Motor der Wirtschaft. Sie fordern qualitativ hochwertige Produkte und stärken somit Anbieter, die diese herstellen.

Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg empfiehlt:

1. Eine grundlegende, innovative und zukunftsgerechte Verbraucherbildung an allgemein bildenden Schulen, angefangen vom Elementarbereich bis zum Gymnasium.

Das Leitbild des ‚souveränen Verbrauchers‘ setzt ein hohes Maß an Kompetenz im Umgang mit den komplexen Herausforderungen des Marktes und des eigenen Ressourcenmanagements voraus. Dies ist nur möglich, wenn eine grundlegende Aus- und Fortbildung in diesem alltäglichen Handlungsbereich gewährleistet ist.

2. Schaffung von Strukturen der regelmäßigen und kompetenten Fortbildung und Information von Multiplikatoren im schulischen, ehrenamtlichen und Medienbereich sowie der Bürger.

Die bestehenden Fortbildungsangebote für Lehrkräfte durch das Kultusministerium bieten zahlreiche Ansatzpunkte, Verbraucherbildung stärker zu verankern. Eine von der Verbraucherkommission gemeinsam mit dem Kultusministerium angeregte Fortbildungsoffensive auf Grundlage des Curriculum der *Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung* ist ein erster Schritt. Allerdings müssen hier die finanziellen und organisatorischen Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Initiative noch geschaffen werden.

3. Die Sicherung der Arbeit der Verbraucherzentralen sowie anderer unabhängiger Vertreter von Verbraucherinteressen und Beratungseinrichtungen.

Die Komplexität des Marktes und das Laien-Expertengefälle zwischen Verbrauchern und Anbietern machen es unmöglich, dass sich Verbraucher/-innen selbstständig und umfassend selbst vertreten und selbst informieren können. Sie benötigen professionelle ‚Advokaten‘, die ihre Interessen vertreten, insbesondere wenn es um so sensible wie komplexe Produkte wie Altersvorsorge oder Finanzberatung geht.