



Verbraucher
stärken
im Quartier



verbraucherzentrale

AUFSUCHENDER VERBRAUCHERSCHUTZ IM QUARTIER

Die zunehmende soziale Spaltung in deutschen Städten und ihre
Implikationen für die Verbraucherarbeit

INHALTSVERZEICHNIS

1. DAS PROJEKT „VERBRAUCHER STÄRKEN IM QUARTIER“
2. SOZIALE SEGREGATION IN UNSEREN QUARTIEREN
3. DIE SITUATION IN DEN QUARTIEREN
4. DER ANSATZ: AUFSUCHENDE VERBRAUCHERARBEIT
5. METHODEN DER AUFSUCHENDEN VERBRAUCHERARBEIT
6. FAZIT

DAS PROJEKT „VERBRAUCHER STÄRKEN IM QUARTIER“

GRUNDDATEN

Titel:	„Verbraucher stärken im Quartier“
Start:	1. September 2017
Ende:	31. Dezember 2024
Finanzielle Zuwendung:	Bis Ende 2024 etwa 16 Mio. Euro aus Mitteln des Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
Zusammenarbeit:	vzbv und Verbraucherzentralen
Projekt-Teams:	• vzbv: Gesamtkoordination • Verbraucherzentrale NRW: fachinhaltliche Koordination • Jeweils zwei Quartiers-Mitarbeiter_innen pro Bundesland: Vor-Ort-Arbeit

DIE QUARTIERE...

Dezember 2017/Januar 2018:

Saarbrücken-Malstatt, Bonn-Tannenbusch und
Halle Neustadt/Silberhöhe

August 2018:

Ludwigshafen Oggersheim West, Leipziger Osten
Hamburg Harburg/Eißendorf Ost

Juli 2019:

Cottbus Sandow; München – N.N.;
Bremen Schweizer Viertel; Berlin Moabit Ost;
Darmstadt - Pallaswiesen/Mornwegviertel

Juli 2020:

Kieler Ostufer, Rostock Groß Klein, Gera Bieblach Ost,
N.N. Baden-Württemberg, N.N. Niedersachsen



DIE SITUATION IN DEN QUARTIEREN

Abbildung 2: Ausmaß der sozialen Segregation (Segregationsindex SGB-II-Empfänger) in 74 deutschen Städten 2014

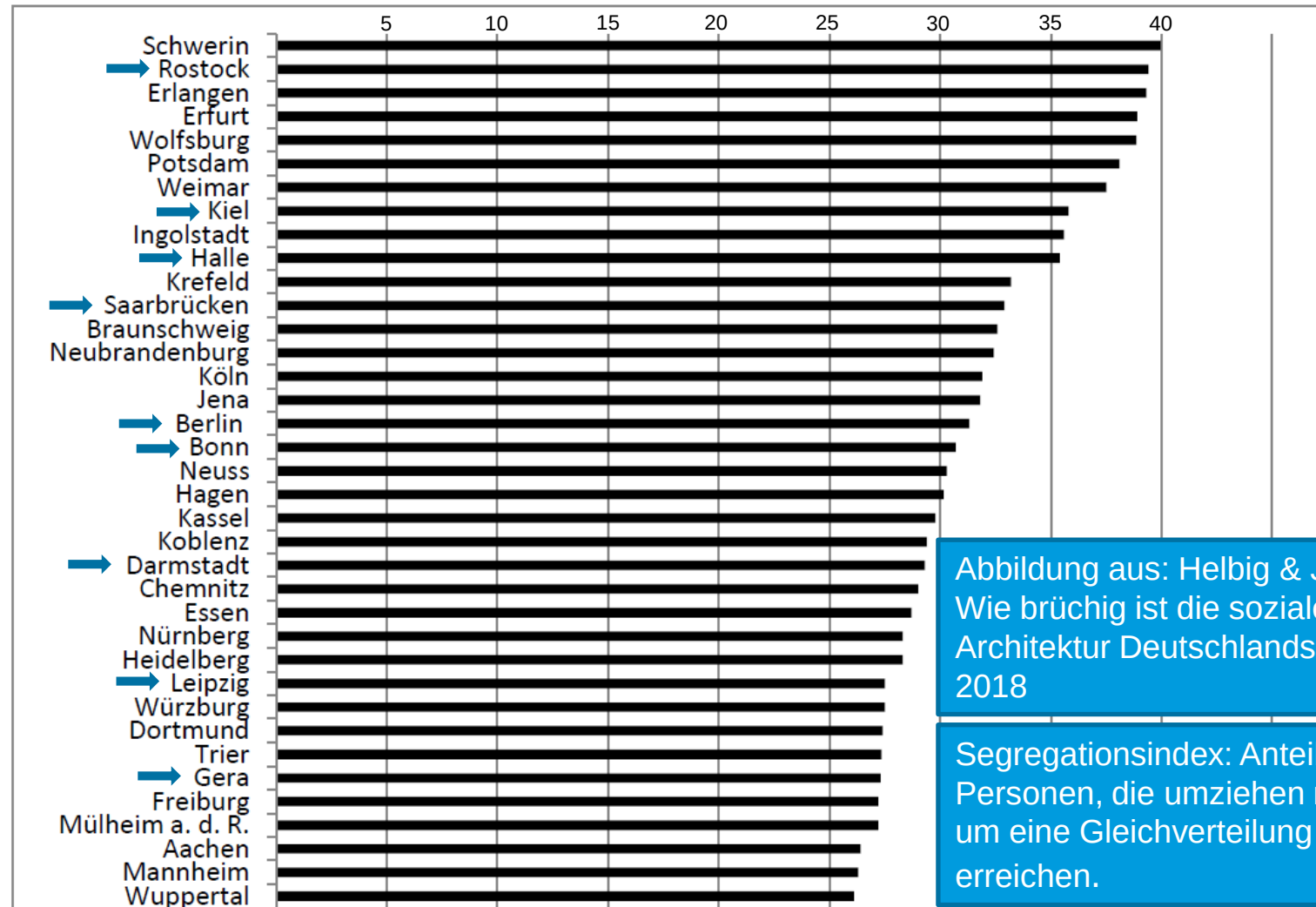
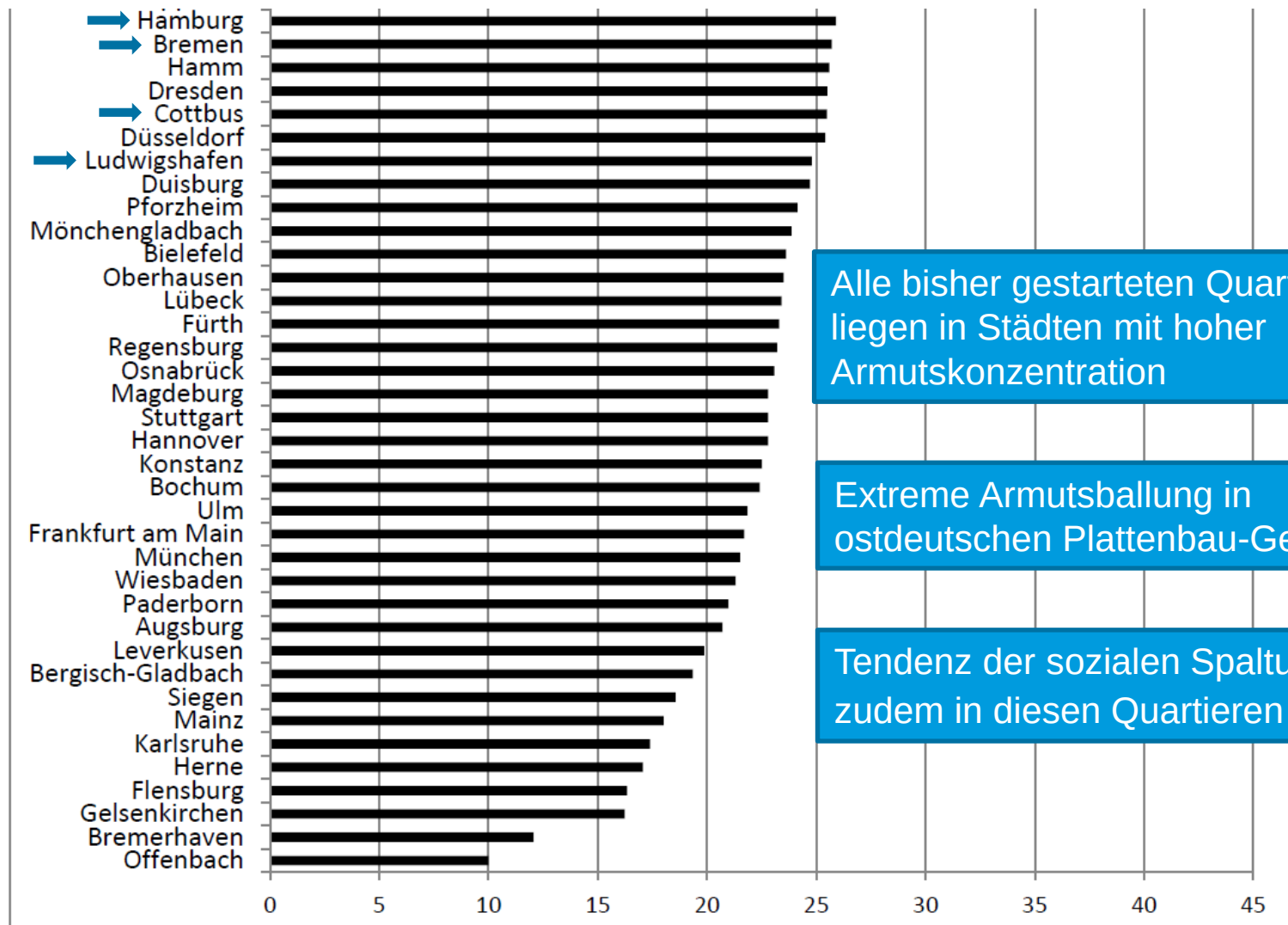


Abbildung aus: Helbig & Jähnen,
Wie brüchig ist die soziale
Architektur Deutschlands, WZB
2018

Segregationsindex: Anteil der
Personen, die umziehen müssten,
um eine Gleichverteilung zu
erreichen.



Alle bisher gestarteten Quartiere liegen in Städten mit hoher Armutskonzentration

Extreme Armutsballung in ostdeutschen Plattenbau-Gebieten

Tendenz der sozialen Spaltung ist zudem in diesen Quartieren steigend.

DIE FOLGEN SOZIALER SEGREGATION

WAS HEIßT DAS FÜR DIE STADTGESELLSCHAFT?



Räumliche Konzentration sozialer Problemlagen.



Armutsbekämpfung ist oft Quartiersarbeit. Erhöhter Förder- und Finanzbedarf.



Armutsgebiete sind vom Stadtgebiet entkoppelt. Positive Entwicklungen gehen an ihnen vorbei (insb. In Ost-D).



Gesamtgesellschaftliche Entwicklung ist für diese Personen irrelevant.



Wachsende Spaltung der Lebenswelten.



Schwindender gesellschaftlicher Zusammenhalt. Sinkendes gegenseitiges Verständnis.



Herkunft entscheidet über gesellschaftliche Chancen.



Stigmatisierung der Bewohner*innen benachteiligter Quartiere.

DIE SITUATION DER VERBRAUCHER_INNEN IM QUARTIER



Sehr begrenzte finanzielle Ressourcen



Schulden, Energiearmut, Belastung durch steigende Wohnkosten



Multiple Problemlagen



I.d.R. mehrere Verbraucherprobleme im fortgeschrittenem Stadium o. komplexe Gesamtsituation (bspw. durch ungeklärten Aufenthaltsstatus)



Eingeschränkte Ressourcen/Motivation zur eigenständigen Problemlösung



Kein Geld für Rechtsberatung, keine Kenntnis der Beratungsangebote, mangelnde Sprach- und/oder Haushaltsführungskompetenz, Marginalisierung



Gezielte Strategien der Anbieter um diese Zielgruppe zu erreichen



Haustürgeschäfte und generelles Ausnutzen von Notsituationen und fehlenden Kompetenzen

WAS HEIßT DAS FÜR DIE VERBRAUCHERARBEIT?



Strukturschwache Stadtgebiete eindeutig identifizierbar.



Räumliche Begrenzung bringt eine hohe Zielgruppenerreichung



Verbraucherzentralen können die Zielgruppe der verletzlichen Verbraucher ebenso gut „ins Visier nehmen“ wie die Anbieterseite.



Methoden der VZ müssen sich mit denen der Anbieter messen können.



Sinkendes Selbsthilfepotential durch Nachbarschaftseffekte.



Angebote vor Ort sind oft die einzige Möglichkeit an Information zu gelangen.



Verbraucherprobleme innerhalb eines Quartiers ähneln sich vermehrt.



Ermöglicht passgenaue Angebote für die Problemlagen der Zielgruppe.

DER ANSATZ: AUFSUCHE VERBRAUCHERARBEIT

AUFSUCHENDE VERBRAUCHERARBEIT

„Bring-Struktur“

- ✓ Besonders niedrigschwellige, persönliche Hilfestellung vor Ort
- ✓ Bessere Erreichbarkeit benachteiligter Zielgruppen
- ✓ Lotsenfunktion zur nächsten Beratungsstelle

ZIELGRUPPE „VERLETZLICHE VERBRAUCHER“

Menschen mit
Migrationshintergrund/
Geflüchtete Menschen

Menschen mit geringer
Bildung

Seniorinnen und Senioren

Alleinerziehende

Langzeitarbeitslose und
Sozialleistungsempfänger

Jugendliche und junge
Erwachsene

Menschen mit
Beeinträchtigungen



**Verbraucherinnen und Verbraucher mit besonderem
Beratungsbedarf**

METHODEN DER AUFSUCHENDEN VERBRAUCHERARBEIT

VERBRAUCHERARBEIT IM QUARTIER



Sprechstunde

i.d.R. 1x pro Woche

Je zwei Stunden

Im Quartier

Prävention

Information

Bildung

Stärkung



Vernetzung

Kooperationen

Verweisstrukturen

Synergienutzung

SICHTBARKEIT UND IDENTIFIKATION MIT DEM QUARTIER



Betonung des Vor-Ort-Charakters unserer Arbeit

Stärkung der Identifikation mit dem Quartier

Wiedererkennbares Design

verbraucherzentrale

BEDARFSGERECHTE MATERIALIEN

Piktogramme & Infografiken

Einfache Sprache

Mehrsprachigkeit

Begleitende Bildungseinheiten

Verbraucher stärken im Quartier

HAUSHALTSPLANER – WIE PLANE ICH MEIN GELD?

verbraucherzentrale

HAUSHALTSPLANER FÜHREN – EINFACH GEMACHT

„Am Ende des Geldes ist noch so viel Monat übrig – oder wie schaffe ich es, dass am Ende des Monats vielleicht noch etwas Geld übrig ist?“

→ **Einfacher Tipp für den Überblick über Ihr Geld:**
Alles Geld, das in den Haushalt hineinkommt (Einnahmen) und hinausgeht (Ausgaben), wird aufgeschrieben.

EINNAHMEN

- Lohn
- Arbeitslosengeld
- Rente
- Unterhalt
- ...

AUSGABEN

Feste Ausgaben

... sind immer gleich und fallen regelmäßig an: 1x pro Monat, 1x pro Quartal oder 1x im Jahr.

- Miete
- Stromabschlag
- Fahrkarten im Abo
- Versicherung
- ...

Veränderliche Ausgaben

... sind alle anderen Ausgaben des täglichen Bedarfs. Sie sind unterschiedlich hoch und lassen sich nicht genau vorhersagen.

- Essen und Trinken
- Kleidung
- Einzel-Fahrkarten
- ...

RICHTIG VERSTEHEN

Schreiben Sie sich diese wichtigen Begriffe in Ihrer Muttersprache auf. Oder Sie nutzen die Felder, um die Begriffe mit Ihren eigenen Worten zu erklären.

ZUM AUSFÜLLEN

Ausgaben

- Arbeitslosengeld
- Bilanz ziehen
- Budget
- Differenz
- Einnahmen
- Grundpreis
- Haftpflicht-Versicherung
- Hausrat-Versicherung
- Jahresbetrag
- Kfz-Versicherung
- Kindergeld
- Lohn
- Monatsfahrkarte
- Nachzahlung
- Ratenzahlungen
- Rente
- Rücklagen
- Rundfunkbeitrag
- Sonderausgaben
- Sonderzahlungen
- Summe
- Unfall-Versicherung
- Verbrauchsosten
- Vereinsbeitrag
- Versicherungen
- Wohngeld

AUSFÜLLEBEISPIEL

Tragen Sie Ihre Einnahmen (Geld, das Sie bekommen) und Ihre regelmäßigen Ausgaben (Geld, das Sie bezahlen) in die unten stehenden Tabellen ein – je nach Zahlungsweise in eine der Spalten **jährlich in Euro** oder **monatlich in Euro**. Jährliche Beträge teilen Sie durch 12 und tragen das Ergebnis in die Monatsspalte ein.

Wir füllen hier die Tabellen aus am Beispiel einer Familie mit zwei Erwachsenen und einem fünf-jährigen Kind.

EINNAHMEN

Einnahmen	jährlich in Euro*	monatlich in Euro
Lohn	12	1.390,00
Arbeitslosengeld	12	+
Rente	12	+
Kindergeld	12	194,00
Wohngeld	12	+
Unterhalt	12	+
Sonderzahlungen**	12	+
Sonstiges	12	450,00
Summe Einnahmen		2.034,00

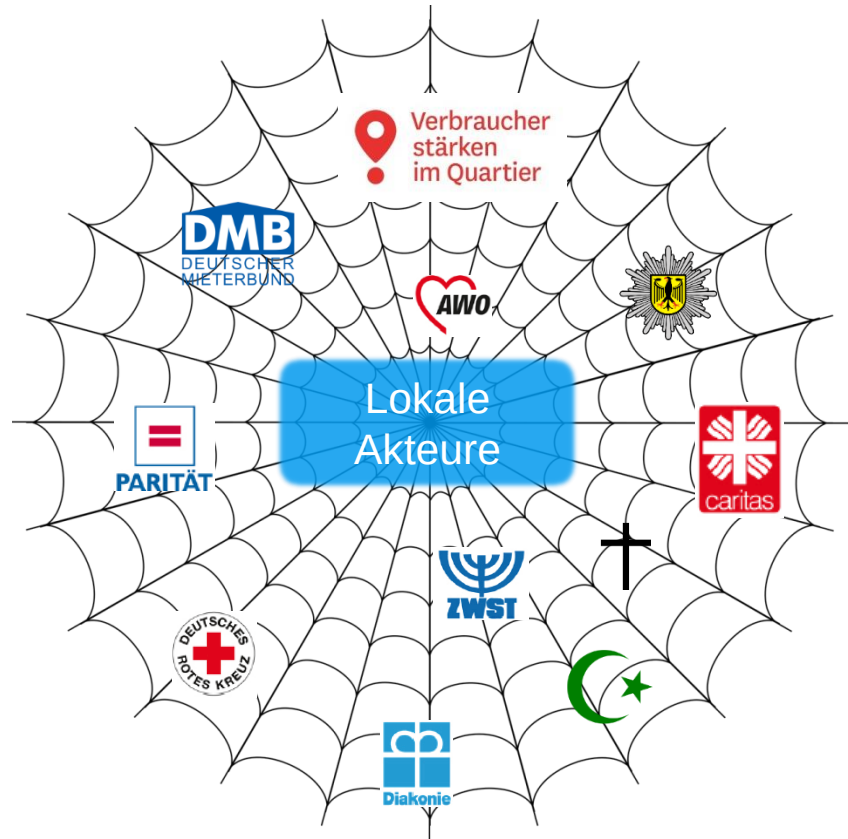
Tragen Sie diese Zahl unten bei Bilanz ziehen* ein

* jährlich anfallende Beträge durch 12 teilen und in die monatliche Planung aufnehmen
** z. B. Weihnachtsgeld



VERNETZUNG DES PROJEKTES IM QUARTIER

- Zusammenarbeit mit kommunalen Akteuren und Multiplikatoren
- Kontakt mit Verbraucher*innen über bestehende Träger
- Ergänzung im kommunalen Hilfesystem
- Vermeidung von Doppelstrukturen



FRÜHWARNSYSTEM UND SENSORFUNKTION

- ✓ **Sensor- und Frühwarnfunktion** mit Blick auf rechtliche Fallstricke im Verbraucheralldag
- ✓ **Frühzeitige Unterbindung** gängiger Abzockemaschen vor Ort
- ✓ **Frühzeitige Identifikation** von Lücken im kommunalen Hilfesystem und Beitrag zu deren Linderung oder Beseitigung



FAZIT

HINDERNISSE



Erste Hilfe für eine begrenzte Zielgruppe im Angesicht gesamtgesellschaftlicher Schieflagen (Wohnkosten, Wohnungsnot, Einkommensarmut)



Motivation der Demotivierten, Vertrauensgewinnung bei den Enttäuschten



Nachhaltige Wirkung der projektförmigen Arbeit im Quartier (Projektitis)

GELINGENSAKTOREN

- ☑ Intensive **Vernetzung und Schulung** der Multiplikator_innen im Sozialraum
- ☑ Bemühung um **Verstetigung** der Arbeit im Quartier
- ☑ **Bedarfsgerechte** Informationen und Materialien für jede Zielgruppe
- ☑ **Geduld....** zum Vertrauensaufbau / zum Erreichen der unterschiedlichen Zielgruppen
- ☑ Gezielt **geschulte** Mitarbeiter*innen (Methodik, einfache Sprache, etc.)

HABEN SIE NOCH FRAGEN?

verbraucherzentrale

Kontakt

Projekt: Verbraucher stärken im Quartier

Monika Büning, Monika.buening@vzbv.de / 030 – 258 00 – 465

Carina Lichtenberg, carina.lichtenberg@verbraucherzentrale.nrw / 0211 – 3809 – 687

Manuel David, manuel.david@verbraucherzentrale.nrw / 0211 – 3809 – 330

Quellen:

Helbig, M. & Jähnen, S., 2018. Wie brüchig ist die soziale Architektur unserer Städte? Trends und Analysen der Segregation in 74 deutschen Städten; Discussion Paper, Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung

verbraucherzentrale

Impressum

Projekt: Verbraucher stärken im Quartier
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin

www.vzbv.de



Gefördert durch:



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Gefördert durch:



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages