

Lernen fürs Leben

Wir fördern Verbraucherschutz

JAHRESBERICHT 2021



Inhalt

- 3 Vorwort des Stiftungsvorstandes**
- 4 Verbraucherbildung macht Schule**
Netzwerk und Auszeichnung Verbraucherschule
Achtung Werbung! Schule Schulkamp im Interview
- 7 Überschuldung einen Strich durch die Rechnung machen**
Meine Finanzen, mein Leben im Griff!
Budget+plus – so geht Taschengeld
- 10 Stiftungszweck & Selbstverständnis**
- 11 Das Bündnis für Verbraucherbildung**
- 12 Aufbau und Organisation**
Ein Blick ins Kuratorium
- 14 Jahresbilanz**
- 16 Spenden & Engagement**
- 18 Ausblick auf 2022**
- 19 Impressum**

Vorwort des Stiftungsvorstandes

Liebe Leserinnen und Leser,

Verbraucherbildung ist längst kein Luxus mehr. Sie ist unentbehrlich in einer Welt, die immer komplexer wird und in der Konsumententscheidungen von heute die Zukunft ganzer Generationen bestimmen.

Verbraucherbildung bedeutet Verantwortung zu übernehmen: für sich selbst, für andere und für Umwelt und Klima. Sie bedeutet aber auch, zu wissen, wo individuelle Verantwortung endet und wo es strukturelle Rahmenbedingungen und Regulierungen braucht.

Als Deutsche Stiftung Verbraucherschutz (DSV) haben wir uns auch 2021 dafür stark gemacht, dass junge Verbraucher:innen so früh wie möglich das Handwerkzeug für selbstbestimmte, kritische und nachhaltige Konsumententscheidungen im Verbraucheralltag erlernen. Einen Hebel sehen wir in der Förderung schulischer Verbraucherbildung. Das Netzwerk Verbraucherschule setzte auch im vergangenen Jahr seinen Wachstumskurs trotz erschwelter „Corona-Bedingungen“ fort. Es brachte Verbraucherbildung mit einem breiten Spektrum an kreativen Maßnahmen deutschlandweit in die Klassenzimmer (ab S. 4).

Finanzbildung sticht als eine wichtige Säule der Verbraucherbildung in der Stiftungsarbeit 2021 hervor. Mit „Meine Finanzen, mein Leben im Griff“ entwickelten die Verbraucherzentralen Nordrhein-Westfalen und Saarland gemeinsam mit Schüler:innen einen Prototyp für eine Finanzbildungs-App. Ziel der App ist es, den Überblick über die ersten eigenen Finanzen und Spaß an Finanzwissen unter einen Hut zu bringen. Budget+plus heißt die App, die von der DSV herausgegeben wird (ab S. 7).

Schon immer zeichnet sich unsere Arbeit durch Perspektivenvielfalt aus. Das zeigt sich im Besonderen in unserem Kuratorium. Es besteht aus Vertreter:innen aus Politik und Verbraucherschutz, Wissenschaft und Wirtschaft. 2021 durften wir mehrere neue Mitglieder willkommen heißen, die unsere Arbeit mit ihren Blickwinkeln auf Verbraucherschutz und Verbraucherbildung bereichern (S. 12/13).

Ein großer Dank gilt unseren Spender:innen. Dank ihrer finanziellen Unterstützung ist es uns möglich, Verbraucherbildung genau in den Bereichen zu fördern, wo sie besonders notwendig ist und wo sie nachhaltig wirken kann.

Viel Freude beim Lesen unseres Jahresberichtes.



Henrik Fork
Geschäftsführender Vorstand



Wolfgang Schuldzinski
Vorsitzender des
Stiftungsvorstandes



Florian Becker
Stellvertretender Vorsitzender
des Stiftungsvorstandes

Verbraucherbildung macht Schule



Während der Konsumalltag immer komplexer, die digitale Welt unübersichtlicher, nachhaltiges Konsumieren dringlicher und Finanzentscheidungen weitgreifender werden, zeigt sich unübersehbar: Verbraucherbildung ist unentbehrlich, um selbstbestimmt im Alltag handeln zu können. Ein Ort, an dem die Grundlagen dafür gelegt werden sollten, ist die Schule.

Deshalb setzt sich die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz ein für

- das Etablieren der Schule als Lernort für Verbraucherbildung
- die Verbesserung der Konsumkompetenz von Schüler:innen
- die praxisnahe Ausrichtung von Verbraucherbildung an der Lebenswelt der Schüler:innen
- die Förderung von Lehrkräften, Verbraucherschutzthemen kompetent, aktuell und handlungsorientiert unterrichten zu können

Förderprojekt

Auszeichnung und Netzwerk Verbraucherschule

Das Netzwerk Verbraucherschule unterstützt Lehrende, Themen der Verbraucherbildung im Schulalltag aufzugreifen: klug mit Geld umgehen, klimafreundlich leben, sicher in der virtuellen Welt surfen. Der Austausch im Netzwerk und vielfältige Fortbildungen für Lehrkräfte motivieren Schulen bundesweit dazu, Verbraucherbildungsideen in die Tat umzusetzen: So führen Schüler:innen z.B. Marktchecks durch, gestalten Smartphone-Ralleys oder informieren über Fallstricke beim Online-Shopping. Verbraucherschulen schärfen den kritischen Blick auf aktuelle und künftige Konsumentscheidungen: lebensnah, praxisorientiert, zukunftsrelevant. Besonders engagierte Schulen zeichnet der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) als Verbraucherschulen aus.

3. Förderphase

Projektzeitraum: April 2019 – März 2021

Fördersumme: 206.507,00 €

4. Förderphase

Projektzeitraum: April 2021 – März 2023

Fördersumme: 219.500,00 €

Durchführende Organisationen:

verbraucherzentrale

Bundesverband

→ Zur Projektseite: <https://www.verbraucherbildung.de/herzlich-willkommen-beim-netzwerk-verbraucherschule>



<https://youtu.be/RPTiegsSM3k>

Ausgezeichnet! Verbraucherschulen 2021

Am 1. März 2021 kürte der Verbraucherzentrale Bundesverband 39 Schulen aus dem ganzen Bundesgebiet zu Verbraucherschulen. Sie zeichneten sich im Schuljahr 2020/2021 vor allem dadurch aus, dass sie in einer besonders herausfordernden Pandemie-Zeit Verbraucherbildung mit ihren vielfältigen Maßnahmen in den Unterricht trugen. Die Auszeichnungen in Bronze, Silber und Gold haben sich Schüler:innen und Lehrer:innen redlich verdient.



<https://youtu.be/pXavkrVYyNg>

Christine Lambrecht, Verbraucherschutzministerin a.D. und Schirmherrin des Projekts, lobt den tollen Einsatz der ausgezeichneten Schulen.

Im April 2021 schloss nahtlos die vierte Projektförderphase an. Mit zahlreichen neuen Online-Fortbildungen unterstützte der vzbv auch 2021 Lehrkräfte in ganz Deutschland dabei, Verbraucherbildung abwechslungsreich und lehrreich zu gestalten. „Startklar für die erste eigene Wohnung: Der Energieführerschein“ und „Nachhaltiger Einkauf“ sind nur zwei von vielen Beispielen. Darüber hinaus setzte das Netzwerk Verbraucherschule auf Austausch. Netzwerktreffen zu Themen wie „Partizipation in der Pandemie“ stärkten die Schulen in ihren Ideen und Möglichkeiten, Schüler:innen mit Inhalten der Verbraucherbildung zu erreichen.

Außerdem waren die Schulen auch 2021 wieder aufgerufen, sich auf die Auszeichnung Verbraucherschule 2022 zu bewerben, diesmal mit der Sonderkategorie „Corona Extra“.



Ende 2021 gehörten dem stetig wachsenden Netzwerk Verbraucherschule 330 Schulen an, die mit ihren Verbraucherbildungsmaßnahmen etwa 35.000 Schüler:innen deutschlandweit erreichen.

Achtung Werbung!

Die Hamburger Schule Schulkamp trägt den Titel Verbraucherschule Gold. Verbraucherbildung ist hier fester Bestandteil des Unterrichts. Im Interview gibt Sabine Appelt, stellvertretende Schulleiterin und Lehrerin für Deutsch und Englisch, einen Einblick, wie sie sich mit ihrer 4. Klasse mit Medien und Werbung auseinandersetzt.



Sabine Appelt, stellvertretende Schulleiterin an der Hamburger Schule Schulkamp

Sie haben Verbraucherbildung fest im Schulcurriculum verankert. Warum?

Wir finden es besonders wichtig, dass unsere Schüler:innen hinterfragen, wo die Produkte eigentlich herkommen, wie sie produziert werden. Es geht uns darum, dass sie nicht einfach kaufen, sondern sie sollen als kritische Konsument:innen einen umfassenden Zugang dazu bekommen. Insbesondere weil diese Kinder als Erwachsene wahrscheinlich eines Tages auch die Möglichkeit haben werden, an Stellschrauben zu drehen oder sogar mitzubestimmen. Da erhoffen wir uns, dass sie später auch ein Bewusstsein für verantwortungsvollen Konsum haben.

Werbung kritisch zu begegnen und vor allem sie als solche zu erkennen ist eine der wichtigsten Kompetenzen im Konsumalltag. Wie machen Sie Ihre Schüler:innen fit dafür?

Der beste Weg ist wohl, die Perspektive zu wechseln: Mit meiner 4. Klasse haben wir uns in die Rolle einer Werbeagentur versetzt, die beauftragt wurde, Werbung für ein Getränk zu gestalten. Alle durften einmal von meiner selbstgemachten Limonade probieren und ihrer Kreativität freien Lauf lassen: Die Kinder entwarfen Plakate, Rollenspiele und nahmen sogar eigene Video-Werbespots auf.

Das haben wir als Aufhänger genutzt, um darüber zu sprechen, mit welchen Mitteln die Werbung arbeitet. Wir haben auch typische Werbe-Slogans auseinandergenommen, wie z.B. „Geiz ist geil“. Darauf folgten unweigerlich Fragen wie „Ist das wirklich so?“ Daraufhin sind die Kinder mit viel offeneren Augen durch ihren Alltag gegangen.

Hatten Sie selbst ein „Aha“-Erlebnis im Rahmen des Schulprojektes?

Kinder beobachteten die Werbung in Geschäften und im TV, aber ganz besonders im Internet: Der große Einfluss der Influencer hat mich überrascht. Sogar in den Rollenspielen und eigenen Spots verhielten sich die Schüler:innen teilweise wie ihre Youtube-Stars. Als wir Influencer und ihre Rolle thematisierten, hatte ich besonders das Gefühl, dass sich die Kinder über die Manipulation und versteckte Werbung teilweise erschrocken haben.

„Oh das sieht toll aus und das möchte ich mir jetzt kaufen“ – diese vormals gängige Reaktion meiner Schüler:innen veränderte sich im Laufe des Projektes zu einem deutlich kritischeren und besonneneren Umgang mit Werbung.

Überschuldung einen Strich durch die Rechnung machen



Um den Überblick über das eigene Geld zu behalten, reicht längst nicht mehr der Blick ins Portemonnaie. Digitales und mobiles Bezahlen, „jetzt kaufen, später zahlen“, die Kreditkartenzahlung oder der Notgroschen auf dem Sparkonto: Wo unser Geld ist, wie wir es nutzen oder sparen, und was es eigentlich bedeutet, Schulden zu haben – damit ist ein Großteil der Verbraucher:innen überfordert.

Jede:r fünfte Verbraucher:in unter 30 Jahren in Deutschland trägt bereits eine Schuldenlast¹. Finanzkompetenz zu stärken, zählt aus unserer Sicht zu den wichtigsten Maßnahmen, um Überschuldung langfristig vorzubeugen.

Mit dem erfolgreichen Abschluss unseres Förderprojektes „Meine Finanzen, mein Leben im Griff!“ und der Lern-App Budget+plus setzte die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz 2021 einen besonderen Fokus auf Finanzbildung junger Menschen.

¹ Peters, Sally; Roggemann, Hanne; Müller, Stefanie: Research Reportiff-Überschuldungsreport 2021: Überschuldung in Deutschland
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/235632/1/176274208X.pdf>

Förderprojekt

Meine Finanzen, mein Leben im Griff!

Im Projekt entsteht ein digitales Lern-Tool für den Unterricht und für Zuhause. Ziel ist es, Kinder und Jugendliche in ihren Finanzkompetenzen zu fördern und sie für den Umgang mit dem ersten Geld zu sensibilisieren. So sollen sie vor Gefahren wie Überschuldung geschützt werden.

Projektzeitraum: Juli 2020 – Juni 2021

Fördersumme: 140.000,00 €

Durchführende Organisationen:

verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen

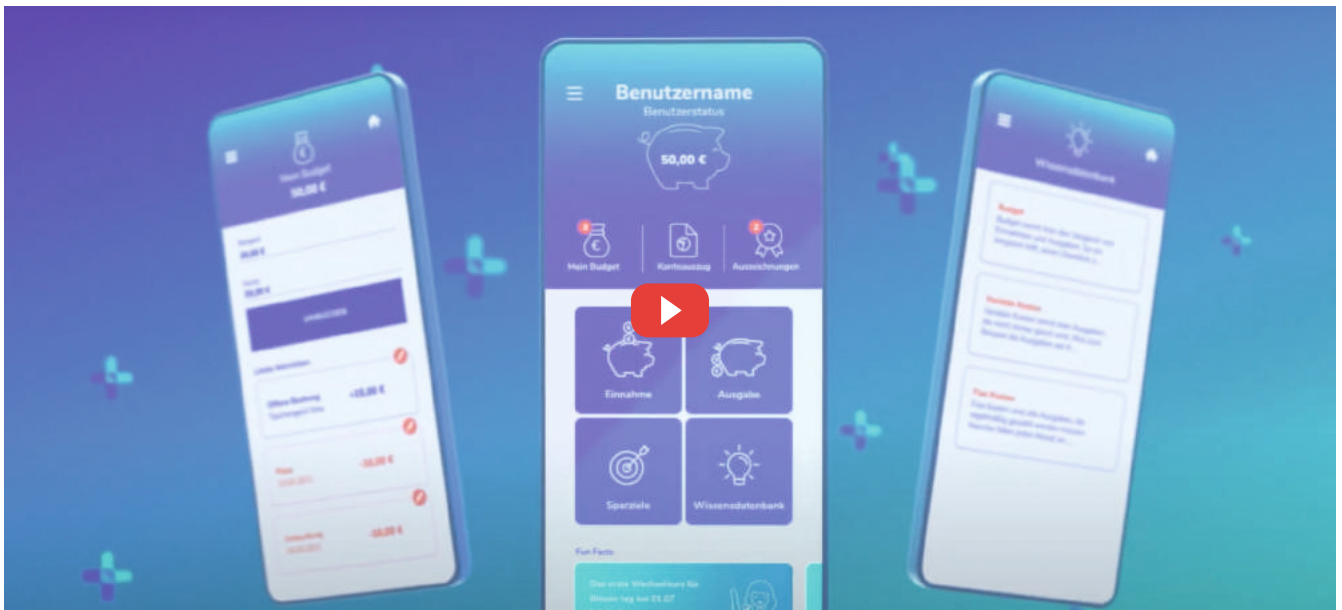
verbraucherzentrale
Saarland

→ Zur Projektseite: <https://www.verbraucherstiftung.de/projekte/meine-finanzen-mein-leben-im-griff>

Manchmal sind die Augen größer als der Geldbeutel: die angesagten Markenturnschuhe oder die neueste Foto-App. Wenn man den Überblick behalten möchte, ist auf so einiges zu achten: Welche Einnahmen und Ausgaben habe ich? Sind Ratenzahlungen immer sinnvoll? Welche Vor- und Nachteile haben Online-Bezahlungsmöglichkeiten?

Fragen wie diese stellten sich Schüler:innen und Lehrer:innen, während sie gemeinsam mit den Verbraucherzentralen NRW und Saarland an einer Idee tüftelten, wie Finanzbildung praktisch, alltagsnah, lehrreich und gleichzeitig unterhaltsam sein kann.

Bei der Abschlussveranstaltung am 23. Juni 2021 präsentierten sie ihr Ergebnis: Entstanden ist ein Prototyp für eine Lern-App. Diese ist digitales Budgettagebuch, Spar-Motivator und Limit-Setzer in einem und hält zugleich Funfacts und wissenswerte Grundlagen zum Thema Geld und Finanzen bereit.



<https://youtu.be/OkngYPc1DU>

Ergänzend zum Prototyp namens Budget+plus entstanden Begleitmaterialien für den Unterricht und für Zuhause. Sie geben Lehrer:innen und Eltern Tipps und Hinweise an die Hand, wenn es heißt „Lasst uns mal über Geld reden“.



Stiftungsprojekt

Budget+plus – So geht Taschengeld

Budget+plus



Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz führte das Projekt fort, indem sie aus dem Prototyp eine Finanzbildungs-App programmieren ließ. Seit Anfang 2022 kann Budget+plus heruntergeladen werden. Über Multiplikatoren aus dem Bildungsbereich und der Quartiersarbeit bringt die DSV das Angebot in die Klassenräume und Kinderzimmer.

Zeitraum: seit Juli 2021 – vorerst Juni 2023

Summe: 80.000,00 €

Die Welt der Finanzen steht nicht still, Bezahlmethoden verändern sich und auch Grundlagen zum Thema Finanzen bleiben nicht dieselben. Budget+plus

- anbieterunabhängig
- datenschutzkonform
- kostenlos

hat den Anspruch, auf dem Laufenden zu sein und Finanzwissen zeitgemäß zu platzieren. Deshalb plant die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz ein Expertengremium, das die Lern-App inhaltlich weiterentwickelt.

→ Zur Projektseite: <https://www.verbraucherstiftung.de/projekte/budgetplus-so-geht-taschengeld>

Stiftungszweck und Selbstverständnis

Wir fördern Verbraucherschutz

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

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz bietet Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft ein Forum, um sich gemeinsam für Verbraucherschutz zu engagieren.

Mit der gezielten Förderung von Verbraucherschutz-Projekten des Verbraucherzentrale Bundesverbandes, der Verbraucherzentralen und anderer Mitgliedsverbände unterstützt die DSV Verbraucher:innen bereits vom Kindesalter an. Der Fokus liegt dabei im Bereich der Verbraucherbildung – vor allem für Kinder und Jugendliche, damit sie sich kritisch, selbstbestimmt und nachhaltig in der Konsumwelt orientieren können.

Unsere Vision ist, dass alle Verbraucher kritisch, selbstbestimmt und nachhaltig handeln.

Die Konsumwelt wird immer komplexer.
Wir machen fit für den Konsumalltag...



...damit sie wissen, was sie essen.



...damit er weiß, was sein Geld wert ist.



...damit sie sicher in der digitalen Welt unterwegs sind.



...damit er weiß, wie er das Klima schützt.



...damit sie die globalen Zusammenhänge hinter ihrem Handeln verstehen.



...damit sie weiß, wo sie sich informieren kann.

Das Bündnis für Verbraucherbildung

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz gründete 2013 das Bündnis für Verbraucherbildung. Seitdem machen sich über 40 Akteure aus Verbraucherschutz, Wirtschaft und Zivilgesellschaft gemeinsam stark für die Konsum- und Alltagskompetenzen von Kindern und Jugendlichen.

Ihr gemeinsames Ziel: Junge Menschen können am Ende ihrer Schullaufbahn die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Folgen des eigenen Konsums reflektieren, bewusste Entscheidungen für das eigene Handeln treffen und diese in ihrem Alltag integrieren.

Ihr Weg: Im Dialog tauschen die Bündnispartner Erfahrungen, Wissen und Ideen für bessere Verbraucherbildung aus und platzieren gemeinsame Forderungen mit der Stärke des Bündnisses.

Ihre Meilensteile: Die vom Bündnis mit auf den Weg gebrachten Beschlüsse zur Verbraucherbildung der Kultusministerkonferenz (2013) und der Verbraucherschutzministerkonferenz (2014) haben dazu beigetragen, dass einige Bundesländer seitdem Verbraucherbildung an Schulen fördern.

Um die verbindliche Umsetzung in allen Bundesländern voranzubringen, setzt sich das Bündnis ein für

- die Schaffung verbindlicher Bildungsstandards zur Verbraucherbildung,
- eine stärkere Verankerung der Verbraucherbildung in Lehrplänen,
- die Förderung der Verbraucherbildung in der Aus- und Fortbildung von Lehrkräften und
- für die Stärkung der Verbraucherbildungsforschung.

Für eine effektive und erfolgreiche Zusammenarbeit hat sich das Bündnis diese Leitlinien gegeben.

<https://www.verbraucherstiftung.de/verbraucherbildung/buendnis-fuer-verbraucherbildung>



Aufbau und Organisation



Alle drei Jahre wechseln die Mitglieder des Stiftungsrates und -vorstandes. Am 1. Dezember 2021 kamen sie erstmals digital in neuer Besetzung zusammen.

STIFTUNGSRAT

Vorsitzende:

Dr. Annabel Oelmann • Vorständin Verbraucherzentrale Bremen e. V.

Stellvertretender Vorsitzender:

Axel Kleinlein • Bund der Versicherten e. V.

weitere Mitglieder:

Stefan Bock

Vorstand Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein e. V.

Hubertus Primus

Vorstand Stiftung Warentest

Dr. Melanie Weber-Moritz

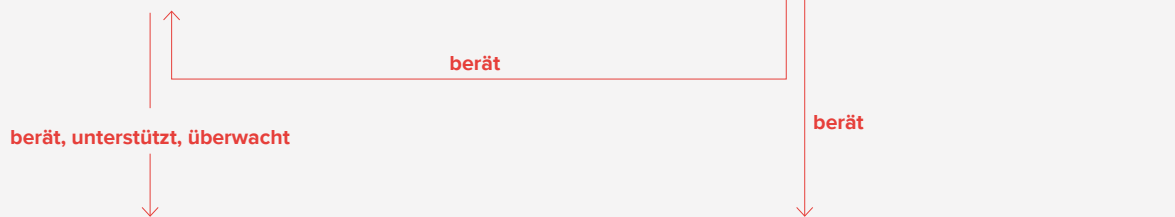
Bundesdirektorin Deutscher Mieterbund e. V.

Marion Zinkler

Geschäftsführende Vorständin Verbraucherzentrale Bayern e. V.

KURATORIUM

Dr. Kerstin Bartels • Leiterin Unternehmenskommunikation / HUK-COBURG
Thomas Bieler • Verbraucherschutzbeauftragter, ING-DiBa
Rüdiger Bockhorst • Projektleiter, Reinhard Mohn Stiftung, Bertelsmann Stiftung
Stefan Dierks • Director Sustainability Strategy, Melitta
Dr. Vera Fricke • Leiterin Team Verbraucherbildung (vzby)
Anna Kentrath • Leiterin Unternehmenskommunikation / Dirk Rossmann GmbH
Prof. Dr. Karl Lauterbach • MdB, SPD
Amira Mohamed Ali • MdB, Die Linke
Tabea Rößner • MdB, BÜNDNIS 90 / Die Grünen
Prof. Dr. Kirsten Schlegel-Matthies • Universität Paderborn
Helga Springeneer • Abteilungsleiterin im BMUV
Sebastian Steineke • MdB, CDU/CSU
Nicola Tanaskovic • Bereichsleiterin Corporate Responsibility, REWE Group
Katharina Willkomm • MdB, FDP



STIFTUNGSVORSTAND

Vorsitzender:

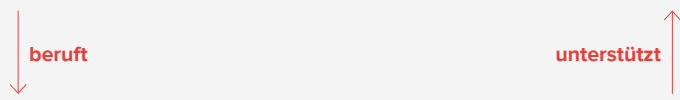
Wolfgang Schuldzinski
Vorstand Verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen e. V.

Stellvertretender Vorsitzender:

Florian Becker
Geschäftsführer Bauherren-Schutzbund e. V.

Geschäftsführender Vorstand:

Henrik Fork
Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.



GESCHÄFTSSTELLE

Daniela Lucassen
Geschäftsführerin
bis 15. Februar 2021

Julia Marg
Geschäftsführerin
seit 01. Mai 2021

Luise Will
Referentin

Manja Künstler
Assistentin
seit 01. März 2022

Ulrike Bartling
Assistentin
bis 30. September 2021

Ein Blick ins Kuratorium

So vielfältig wie Verbraucherschutz und Verbraucherbildung selbst ist auch das beratende Stiftungskuratorium. Seine Mitglieder aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft bilden ein breites Perspektivenpektrum ab. Mit Dr. Kerstin Bartels und Anna Kenrath begrüßte die DSV 2021 zwei neue Mitglieder, die ihre Expertise nun beratend einbringen.

Fünf Fragen an Prof. Dr. Kirsten Schlegel-Matthies

Prof. Dr. Kirsten Schlegel-Matthies ist Professorin für Fachdidaktik Hauswirtschaft (Konsum, Ernährung, Gesundheit) an der Universität Paderborn. Seit 2016 berät sie die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz als Mitglied im Kuratorium.

Aus welcher Perspektive betrachten Sie die Arbeit der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz?

Mein fachlicher Schwerpunkt ist die Verbraucherbildung und mit diesem Fokus schaue ich auch auf die Stiftungsarbeit. Konkret geht es um eine auf die alltägliche Lebensführung bezogene Perspektive, die auch die jeweils unterschiedlichen Handlungsspielräume der Verbraucher:innen berücksichtigt und zugleich nicht nur einzelne Aspekte betrachtet, sondern die alltägliche Lebensführung insgesamt in den Blick nimmt.

Welche Ansprüche haben Sie an eine gelungene Verbraucherbildung?

Eine Verbraucherbildung hat die Aufgabe, Verbraucher:innen dabei zu unterstützen, selbstbestimmte Entscheidungen zu treffen und auf der Grundlage von Wissen zu urteilen. Das bedeutet, Verbraucherbildung sollte die Reflexion von Angeboten, Strategien des Marketings, Informationsquellen, gesellschaftlich gesetzten Werten oder Expertenmeinungen sowie eigenen Zielen befördern. Dabei ist zentral, dass die Lernenden nicht überwältigt werden (Beutelsbacher Konsens), sondern einen eigenen Standpunkt entwickeln können.

Früh übt sich, wer ein:e selbstbestimmte Verbraucher:in werden möchte. Gibt es ein „zu spät“?

Nein, ein „zu spät“ gibt es definitiv nicht. Selbstverständlich sollte Verbraucherbildung frühzeitig – am

Interview



© Besim Mazhici

besten schon in der Grundschule – beginnen und bis zum Ende der Pflichtschulzeit in allen Schulen verpflichtend sein. Aber Menschen sind ihr Leben lang Verbraucher:innen, Handlungsfelder ändern sich und immer neue Fragen tauchen auf. Verbraucherbildung umfasst auch lebenslanges Lernen und außerschulische Angebote für jedes Alter.

Wo sehen Sie aktuell die größten Lücken in der Verbraucherforschung? Bei welchen Fragestellungen sehen Sie die größten Forschungsbedarfe?

Tatsächlich sehe ich einen immer noch großen Forschungsbedarf im Bereich der Verbraucherbildung. Zahlreiche andere Bereiche sind gut durch Programme und Finanzierungsmöglichkeiten abgedeckt. Aber z. B. Fragen der Wirksamkeit von verbraucherbildenden Angeboten allgemein oder bezogen auf unterschiedliche soziale Milieus, Altersgruppen usw. sind noch wenig erforscht. Leider wird Forschung in der Verbraucherbildung zu wenig gefördert.

Was motiviert Sie, sich als Mitglied im Kuratorium zu engagieren?

Ich hoffe, dass ich mit meiner Expertise dazu beitragen kann, die gute Arbeit der Stiftung zu unterstützen und Verbraucherbildung in ihrer Bedeutung auch für die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft immer wieder in die gesellschaftliche Diskussion zu bringen.

Jahresbilanz

STIFTUNGSKAPITAL

Die Bilanzsumme (Anlagevermögen und Umlaufvermögen) betrug zum 31.12.2021 11,46 Mio. Euro (Vorjahr: 11,39 Mio. Euro).

Der Jahresabschluss 2021 weist nach Buchwert ein Finanzanlagevermögen von 10,92 Mio. Euro aus (Vorjahr: 11,07 Mio. Euro). Die Anlage des Stiftungskapitals erfolgt nach Anlagerichtlinien, die Langfristigkeit, Sicherheit und Nachhaltigkeit des Investments festlegen. Das Stiftungskapital konnte nominal erhalten werden.

ERTRÄGE

Die DSV konnte im Jahr 2021 Erträge aus Wertpapieren des Finanzanlagevermögens über 395,4 TEuro verzeichnen. 130,5 TEuro wurden zusätzlich an Spendengeldern eingenommen. Der überwiegende Teil der Spendensumme entfiel auf Unternehmensspenden.

STAATLICHE ZUWENDUNGEN

Die DSV erhielt 2021 keine Zuwendungen aus EU-, Bundes- oder Landesmitteln.



AUFWENDUNGEN

Die Gesamtaufwendungen betragen insgesamt 538,7 TEuro. 2021 wurde ein neues Projekt bewilligt sowie laufende Projekte weiterfinanziert. Die DSV verzeichnet zum 31.12.2021 Verbindlichkeiten aus Förderverpflichtungen über 147 TEuro. Vom 01.01.2021 bis zum 31.12.2021 wurden 179,5 TEuro an Projektmittelempfänger weitergeleitet.

Für das Jahr 2021 ergibt sich ein Fehlbetrag in Höhe von 12,6 TEuro (Vorjahr: Überschuss von 72,4 TEuro). Insgesamt liegt der Bilanzgewinn bei 12,4 Euro. Die Rücklagen betragen zum Jahresende 1,14 Mio. Euro (Vorjahr: 1,16 Mio. Euro).

WIRTSCHAFTSPRÜFUNG

Die Prüfung der Einhaltung des Stiftungsvermögens und der satzungsgemäßen Verwendung der Stiftungsmittel hat zu keinen Einwendungen geführt. Die Wirtschaftsprüfung hat einen uneingeschränkten Bestätigungsvermerk erteilt. Die Prüfung hat zu dem Ergebnis geführt, dass das Stiftungsvermögen nominal erhalten ist. Real besteht zum 31.12.2021 eine Überdeckung in Höhe von 424,45 TEuro. Die Stiftungsmittel wurden im Geschäftsjahr satzungsgemäß verwendet.



Initiative
Transparente
Zivilgesellschaft



Transparenz ist uns wichtig

Als Unterzeichner der Initiative Transparente Zivilgesellschaft von Transparency Deutschland verpflichten wir uns, freiwillig Informationen über die DSV, ihre Entscheidungsinstanzen sowie über die Mittelherkunft- und verwendung transparent und übersichtlich darzustellen.

<https://youtu.be/yA4kRdedscw>

AKTIVA	2021	2020
A. Anlagevermögen	TEUR	TEUR
I. Immaterielle Vermögensgegenstände	2,0	2,0
II. Sachanlagen/Geschäftsausstattung	4,6	6,5
III. Finanzanlagen	10.916,8	11.061,0
B. Umlaufvermögen		
I. Sonstige Vermögensgegenstände	24,0	21,5
II. Guthaben bei Kreditinstituten	507,6	299,3
Summe Aktiva	11.455,1	11.390,4

PASSIVA	2021	2020
A. Eigenkapital	TEUR	TEUR
I. Stiftungskapital	10.107,4	10.107,4
II. Rücklagen	1.137,4	1.162,4
III. Bilanzgewinn	12,4	0,0
B. Rückstellungen	37,5	38,3
C. Verbindlichkeiten		
I. Verbindlichkeiten aus Lieferung u. Leistung	13,4	2,8
II. Förderverpflichtungen	147,0	79,5
Summe Passiva	11.455,1	11.390,4

GEWINNE UND VERLUSTE	2021	2020
Erträge	TEUR	TEUR
I. Zins- und Wertpapiererträge	395,4	402,5
II. Spenden	130,5	218,9
III. Sonstige Erträge	0,1	0,2
Summe Erträge	526,0	621,6
Aufwendungen		
I. Personalaufwand	165,4	185,7
II. Aufwand für Projekte	247,2	97,2
III. Sonstige Aufwendungen zur Erfüllung des Satzungszweckes	124,2	263,6
IV. Abschreibungen	1,9	2,8
Summe Aufwendungen	538,7	549,3
Jahresüberschuss	-12,6	72,4
Gewinnvortrag aus Vorjahr	0,0	1,8
Entnahme aus Rücklagen	25,0	80,8
Einstellungen in Rücklagen	0,0	-155,0
Bilanzgewinn	12,4	0,0

Durch Rundungen können sich Abweichungen ergeben.

Spenden & Engagement

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz gibt Unternehmen und Privatpersonen die Möglichkeit, sich für Verbraucherschutz zu engagieren, indem sie Verbraucherbildungsprojekte mit einer Spende unterstützen. Wir wollen motivieren, gemeinsam an einem Strang zu ziehen.

Verbraucherschutz und Unternehmensspenden – ein Widerspruch? Nein.

Wir sind auf Spenden von denjenigen angewiesen, die unsere Vision teilen und unterstützen möchten. Umso wichtiger ist es uns, unsere Spenden- und Fördermechanik transparent und nachvollziehbar darzulegen und damit unsere inhaltliche Unabhängigkeit von Geldgebern zu unterstreichen:



Unser Grundsatzpapier zu Unternehmensspenden:

www.verbraucherstiftung.de/spenden/unternehmen/grundsätze

Starke Unternehmen für starken Verbraucherschutz

Sind auch Sie der Überzeugung, dass Verbraucherschutz und im Besonderen Verbraucherbildung jungen Menschen den Weg in ein selbstbestimmtes, verantwortungsvolles und nachhaltig gestaltetes Leben ebnet? Geben Sie uns mit Ihrer Spende die Möglichkeit, dort

aktiv zu sein, wo Verbraucherschutz am dringendsten gestärkt werden muss. Liegt Ihnen ein Themenfeld besonders am Herzen, suchen wir mit Ihnen nach einer individuellen Möglichkeit, wie wir Ihr Engagement auf den Punkt bringen können.

Sprechen Sie uns an

In einem persönlichen Gespräch finden wir gemeinsam heraus, wie Ihr Engagement unseren Einsatz für den Verbraucherschutz entscheidend voranbringt.



Ihre Ansprechpartnerin:

Luise Will

Telefon: 030 25800-287

luise.will@verbraucherstiftung.de

Unterstützen Sie uns mit Ihrer Spende



Tun Sie es ihnen gleich: Unsere Spendenpartner 2021



www.verbraucherstiftung.de/spenden/unternehmen

Ausblick auf 2022



Julia Marg, Geschäftsführerin

Neue Geschäftsführerin

Als neue Geschäftsführerin der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz setze ich mich seit Mai 2021 gemeinsam mit meinen Kolleginnen dafür ein, Verbraucherschutz und Verbraucherbildung zu stärken und die DSV noch sichtbarer zu machen.

Diesen Kurs setzen wir 2022 mit allem Enthusiasmus fort, unter anderem mit der Verleihung des Bundespreises Verbraucherschutz 2022 und unserem neuen Web-Auftritt.



Bundespreises Verbraucherschutz 2022

Verbraucherschutz braucht Vorbilder und ihnen gebührt Wertschätzung. Deshalb würdigt die DSV 2022 wieder diejenigen, die sich mit herausragendem Engagement und mutigem Einsatz für Verbraucher:innen stark machen.

Eine hochkarätige Experten-Jury entscheidet, wer die begehrte Ehrung erhält. Das Geheimnis um die Preisträger:innen lüften wir bei der Verleihung im September 2022.



www.verbraucherstiftung.de in neuer Optik

Neues Jahr, neuer Look: das gilt nicht nur für die vielfältigen Neujahrsvorsätze, sondern ebenso für unsere Webseite www.verbraucherstiftung.de. Nur mit einem Unterschied: man sieht die Veränderung. Neuigkeiten zu unserer Arbeit, Informationen zur Fördertätigkeit wie auch die Vorstellung unserer Projekte inklusive.

Impressum

Herausgeber:

Deutsche Stiftung Verbraucherschutz
Rudi-Dutschke-Straße 17 | 10969 Berlin
Telefon: 030 25800-239 • Fax: 030 25800-238
info@verbraucherstiftung.de
www.verbraucherstiftung.de

Twitter:

@Stiftung_DSV

LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/company/deutsche-stiftung-verbraucherschutz/>

YouTube:

www.youtube.com/user/Verbraucherstiftung

Anmeldung zum Newsletter:

www.verbraucherstiftung.de/newsletter

Verantwortlich für den Inhalt:

Julia Marg (Geschäftsführerin)

Redaktion:

Luise Will

Gestaltung:

Mona Ernst | www.monaernst.de

Bildnachweise:

Cover: [istock.com/pinstock](https://www.istock.com/pinstock); S.3: Gert Baumbach, VZ NRW, Hoffotographen; S.4: [iStock/Fang-XiaNuo](https://www.istock.com/Fang-XiaNuo); S.5: [vzbv](https://www.vzbv.de); S.6: [vzbv](https://www.vzbv.de); S.7: [iStock.com/Eva-Foreman](https://www.istock.com/Eva-Foreman); S.8: [DSV](https://www.dsv.de); S.9: [DSV](https://www.dsv.de), [iStock.com/joey333](https://www.istock.com/joey333); S.10: [Fotolia/Sergey Ryzhov](https://www.fotolia.com/Sergey-Ryzhov), [Fotolia/grafikplusfoto](https://www.fotolia.com/grafikplusfoto), [iStock.com/skynesher](https://www.istock.com/skynesher), [iStock.com/BrianAJackson](https://www.istock.com/BrianAJackson), [iStock.com/GaudiLab](https://www.istock.com/GaudiLab), [Fotolia/contrastwerkstatt](https://www.fotolia.com/contrastwerkstatt); S.12: [DSV](https://www.dsv.de); S.13: [Besim Mazhiqi](https://www.besim-mazhiqi.com); S. 16 [iStock/LaylaBird](https://www.istock.com/LaylaBird); S.17: Gert Baumbach; S.18: Gert Baumbach, Jan Zappner, [DSV](https://www.dsv.de)

Für alle Beiträge in diesem Jahresbericht gilt: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Veröffentlichung: Juni 2022

**Deutsche Stiftung Verbraucherschutz**

c/o Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv)
Rudi-Dutschke-Straße 17 | 10969 Berlin
Telefon: 030 25800-239 • Fax: 030 25800-238

info@verbraucherstiftung.de

Spendenkonto

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

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz verfolgt
ausschließlich und unmittelbar gemeinnützige Zwecke.

www.verbraucherstiftung.de