



verbraucherzentrale

MEIN ACTION PLANNER

#Verbraucherchecker



INHALT

Seite 4-7:
Im INTRO lernst du dich als Verbraucher:in kennen.

Seite 8-15:
Auf den türkisen Seiten geht's um FAKTEN zu vier Verbraucherthemen, z.B. Social Media und Werbung.

Seite 9- 23:
Die gelben Seiten enthalten METHODEN und Fähigkeiten für dich als Peer-Scout, z. B. Tipps für eigene Videoclips.

Seite 24-41:
Die lila Seiten helfen dir mit 3, 2, 1, ACTION bei der Planung einer eigenen Aktion.

Seite 42-50:
Im Aktionskoffer findest du Beispiele und Inspiration für deine eigene Aktion.

HERZLICH WILLKOMMEN, PEER-SCOUT!

Dies ist DEIN persönlicher **Action Planner**. Du kannst darin so viel notieren und zeichnen wie du magst. Alles, was dir beim Lernen und Planen hilft, ist erlaubt.

Schadet mein Video-Stream dem Klima? Was weiß meine Spiele-App über mich? Slow Fashion und vegane Ernährung – bringt das wirklich was? Wie komme ich aus dem teuren Fitnessstudio-Vertrag raus? Als Peer-Scout wirst du in der Lage sein, Fragen wie diese deiner Familie, deinen Freund:innen und Bekannten zu beantworten. Denn: Verbraucherschutz geht uns alle an!

Der Action Planner ist dein Begleiter in der Ausbildung zum Peer-Scout und darüber hinaus. Er hilft dir dabei, deine eigene Aktion zu planen.

Als Peer-Scout erhältst du das Handwerkzeug, deine eigene Aktion auf die Beine zu stellen und andere junge Menschen ins Boot zu holen. So kannst du zum Beispiel eine Social-Media-Kampagne oder einen Workshop an deiner Schule umsetzen, aber auch im Jugendclub einen Vortrag zu Themen halten, für die du brennst. Finde am besten selbst heraus, welche Aktion zu dir und deinen Zielen passt.

Auf geht's! Werde aktiv und gestalte deine Zukunft!



Du möchtest mehr darüber erfahren, wie du den Action Planner benutzt?

Schau dir das Video im Checker-Space auf www.verbraucherchecker.de an!



Bei Fragen oder Anmerkungen kannst du dich gern an uns wenden:
verbraucher@vzbv.de

MEIN TAG ALS VERBRAUCHER:IN

Wie sieht dein Tag als Verbraucher:in aus? Schreibe hier für jeden Tagesabschnitt auf, welche **Produkte** oder **Dienstleistungen** du nutzt:

morgens

unterwegs

während Schule, Uni oder Arbeit

am Nachmittag

abends/am Wochenende

The form consists of five vertical columns, each with a dotted grid for writing. The columns are labeled: 'morgens', 'unterwegs', 'während Schule, Uni oder Arbeit', 'am Nachmittag', and 'abends/am Wochenende'. A large, thick orange wavy graphic runs across the bottom of the page, partially overlapping the bottom of the grid.

GÜTESIEGEL UND KENNZEICHNUNGEN

„Du bist, was du isst“ – so heißt es. Aber woher weißt du, welche Zutaten in deinem Essen sind und ob es wirklich vegan oder Bio ist? Viele Lebensmittel bekommen ein Siegel vom Hersteller, um dich beim Einkauf zu überzeugen. Aber stecken dahinter ehrliche Angaben oder doch eher verwirrende Werbung? Mach dich schlau und finde es heraus!



Noch mehr zum Thema findest du im Checker-Space auf www.verbraucherchecker.de



CHECK DAS MAL!

Hast du das gewusst?

- Bestimmte verpackte Lebensmittel wie **frisches Obst** oder **Gemüse** brauchen **kein Mindesthaltbarkeitsdatum**.
- Bei jedem Produkt muss sowohl der **Gesamtpreis** (z.B. 2,00 Euro) als auch der **Grundpreis pro Mengeneinheit** (z.B. 0,80 Euro pro 100 Gramm) deutlich ausgeschrieben sein.
- **Nur wo Vollkorn draufsteht, ist auch Vollkorn drin!** Backwaren mit Bezeichnungen wie „Mehrkornbrötchen“ oder „Vierkornbrot“ werden häufig aus Weißmehl gemacht.
- Die Begriffe „**Milch**“, „**Butter**“ und „**Käse**“ dürfen bis auf wenige Ausnahmen nur für Erzeugnisse aus **Kuhmilch** genutzt werden.
- Milchähnliche Produkte aus **Soja** oder **Hafer** müssen als **Hafer-Drink** oder **PflanzenDrink** bezeichnet werden.
- **Alkohol** kann als Zutat auch **in Backwaren** enthalten sein! Dies muss auf den **Zutatenlisten** aufgeführt werden.
- Wird **Alkohol** nur als **Lösemittel** (z. B. für Aromen) verwendet, muss er **nicht gekennzeichnet** werden.

Check it!

Darf ich Shampoo im Geschäft öffnen, um daran zu riechen?

➤ Ja, du darfst Produkte, die du kaufen möchtest, vorher testen.

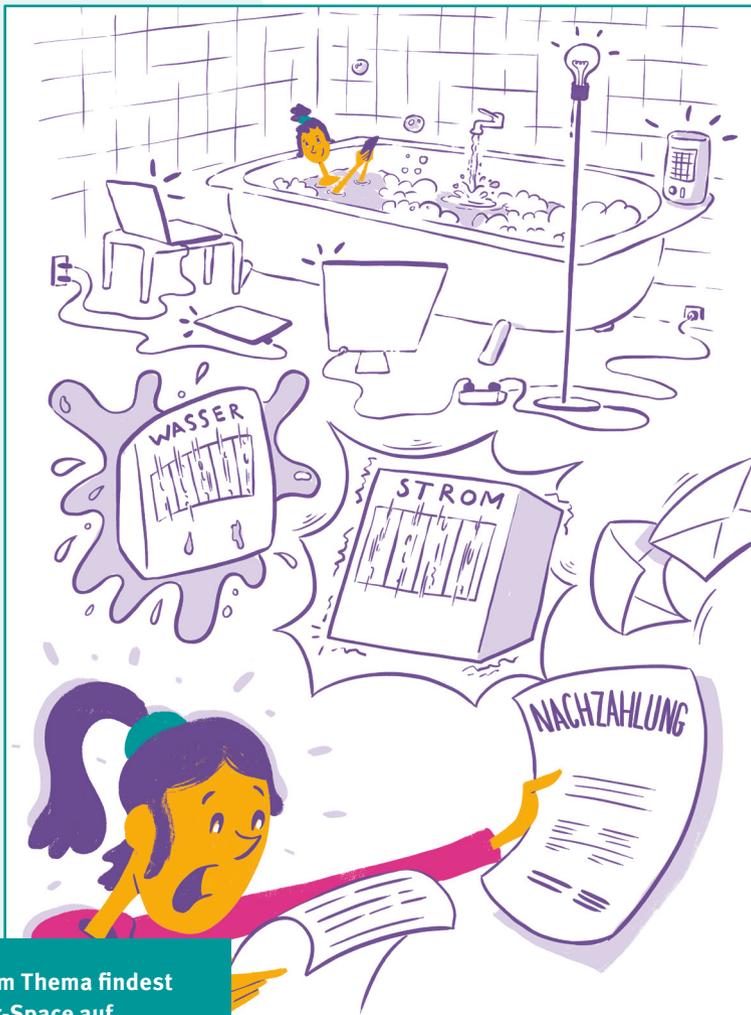
Auch loses Obst und Gemüse darfst du anfassen und auf seine Frische testen.

Noch mehr Infos zum Verbraucherschutz findest du auf www.verbraucherzentrale.de



ENERGIE NUTZEN

Energie, das heißt: Strom aus der Steckdose, heißes Wasser und warme Wohnungen. Wenn du deinen Energieverbrauch reduzierst, sparst du zugleich Geld und schonst die Umwelt! Nachhaltiger Energieverbrauch ist also eine Win-Win-Situation. Es gibt viele Wege, Energie einzusparen. Auf der nächsten Seite findest du kleine Tipps für den Alltag.



Noch mehr zum Thema findest du im Checker-Space auf www.verbraucherchecker.de



CHECK DAS MAL!

Hast du das gewusst?

- Nutze bei Geschirrspül- und Waschmaschine das **Eco-Programm**. Es benötigt niedrigere Temperaturen und erheizt langsamer – das spart Strom und Wasser.
- Lege den **Deckel auf den Topf** beim Kochen. So kocht es schneller und das spart Strom.
- Verwende einen **Sparduschkopf**, das verringert den Wasserverbrauch.
- Benutze sparsame **LED-Leuchtmittel**. Hier kann bis zu 90 Prozent Strom eingespart werden.
- Schalte das **Licht aus**, wenn du nicht im Raum bist.
- Schalte die Spielkonsole immer **komplett aus**. Der Standby-Modus verbraucht weiterhin Strom.
- Ziehe Ladegeräte bei Nichtbenutzung aus der Steckdose. Unbenutzt verbrauchen sie immer noch Strom.
- Schalte über Nacht den **Flugmodus** ein. Das spart Strom und dein Smartphone muss weniger oft geladen werden.

Check it!

Darf ich meinen Stromanbieter kündigen, wenn er die Preise erhöht?

➤ Ja! Bei Preiserhöhungen kannst du in den meisten Fällen fristlos kündigen und zu einem anderen Anbieter wechseln – unabhängig davon, wie lang dein Vertrag ursprünglich gilt.

Noch mehr Infos zum Verbraucherschutz findest du auf www.verbraucherzentrale.de



SOCIAL MEDIA, WERBUNG, COOKIES

Viele sind täglich auf Social Media und im Netz unterwegs. Statt nervige Cookies abzulehnen und Einstellungen anzupassen, akzeptieren wir oft unbedacht die Nutzung. Doch Cookies können über Jahre auf Rechner und Smartphone bleiben! Dadurch kann unser Surfverhalten analysiert und für Werbezwecke ausgenutzt werden. Sei also bewusst online unterwegs, nimm dir Zeit und schütze deine Daten!



Noch mehr zum Thema findest du im Checker-Space auf www.verbraucherchecker.de



CHECK DAS MAL!

Hast du das gewusst?

- Es gibt **zwei Arten** von **Cookies**: Session-Cookies (auch temporäre Cookies genannt) und Tracking-Cookies.
- **Session-Cookies** werden nach jeder beendeten Internet-Sitzung **automatisch gelöscht**.
- **Wichtig**: Schließt du den Browser nicht, bleibt das Session-Cookie bestehen!
- **Tracking-Cookies** bleiben über mehrere Sitzungen **gespeichert**. Sie ermöglichen es, dass das Nutzer:innenverhalten analysiert und Profile erstellt werden können.
- Tracking-Cookies sind ein Sicherheitsrisiko. Sie speichern **sensible Daten** wie Benutzernamen, Adressen oder Bankverbindungen.
- **Dark Patterns** sind **manipulative Designs** auf Websites oder Apps, die durch ihre optische Aufmachung zum Klicken verführen sollen.
- **Hilfe gegen Dark Patterns**:
Klicke nicht zu schnell auf Buttons!
Achte genau auf Formulierungen!
Überprüfe alle Angaben und den Warenkorb, bevor du etwas anklickst.

Check it!

Abmelden ist das Gleiche wie Löschen?
 ✘ Nein! Meldest du dich auf einer Social Media-Plattform ab oder deaktivierst du dein Konto, bleiben deine Daten beim Anbieter erhalten. Erst wenn du dein Konto löschst, muss auch der Anbieter innerhalb von 30 Tagen deine Daten löschen.

Noch mehr Infos zum Verbraucherschutz findest du auf www.verbraucherzentrale.de



ONLINE-SHOPPING

Vom Sofa aus rund um die Uhr online shoppen? Klingt erstmal gut, oder? Aber was passiert, wenn Probleme auftreten? Wenn du deine Bestellung bezahlt hast, diese aber nicht geliefert wird? Oder du das Produkt zurückschicken möchtest – allerdings außerhalb der EU? Am besten du informierst dich vorab!



Noch mehr zum Thema findest du im Checker-Space auf www.verbraucherchecker.de



CHECK DAS MAL!

Hast du das gewusst?

- **Fakeshops** sind gefälschte Online-Shops, die meist Produkte sehr billig gegen Vorkasse anbieten, aber keine oder minderwertige Ware liefern!
- **Tipp:** Nutze zum Entlarven den **Fake-Shop-Finder** der Verbraucherzentrale (→ <https://www.verbraucherzentrale.de/fakeshopfinder-71560>).
- **Achtung! Links** und **Werbepanner** auf Webseiten oder Apps können dich in eine **Abo-Falle locken**.
- **Wichtig:** Ein Vertrag wird erst wirksam, wenn man sich per Button ausdrücklich zur Zahlung verpflichtet hat. Dieser muss gut lesbar mit „Zahlungspflichtig bestellen“ oder „Jetzt kaufen“ beschriftet sein.
- **Tipp:** Richte bei deinem Mobilfunkanbieter eine **Drittanbietersperre** ein. Das verhindert, dass deine Mobilfunknummer zur Abrechnung kostenpflichtiger Dienste identifiziert wird.

Noch mehr Infos zum Verbraucherschutz findest du auf www.verbraucherzentrale.de



Check it!

Beim Abschluss eines neuen Handyvertrags erlischt automatisch mein vorheriger Vertrag?

› Nein! Der alte Handyvertrag endet erst mit deiner Kündigung. Achte dabei auf die im Vertrag vereinbarte Kündigungsfrist und lass dir schriftlich die eingegangene Kündigung bestätigen.

INFOGRAFIKEN ERSTELLEN

Infografiken bieten dir die Möglichkeit, wichtige Inhalte zu **veranschaulichen**. So kann deine Peer-Group das Wesentliche schnell erfassen. Skizziere hier deine Idee für eine Infografik zum Thema Gütesiegel und Kennzeichnungen.



Wie erstelle ich eine Infografik?

Schau dir das Tutorial im Checker-Space auf www.verbraucherchecker.de an!



CHECKLISTE: INFOGRAFIKEN

Hast du bei deiner Infografik an alles gedacht?
Kreuze an!

- Wähle ein passendes **Format** für deine Grafik (z. B. quadratisch, Hoch-/Querformat).
- Der **Titel** sollte groß, prägnant, kurz und präzise sein.
- Suche passende **Bilder** (z. B. Grafiken, Icons, Zeichnungen, Diagramme).
- Halte dich kurz. Schreibe nur wesentliche und interessante **Informationen** auf.
- Schaffe einen **Wiedererkennungswert**: Formen und Farben dürfen sich wiederholen.
- Biete mit unsichtbaren Verbindungslinien **Orientierung**.
- Benutze **Farben** und **Kontraste**. Damit erregst du Aufmerksamkeit.
- Achte auf die **Urheberrechte** deiner Informationen und Bildmaterialien. Verwende Grafiken mit Creative-Commons-Lizenz (mehr Infos auf <https://de.creativecommons.net>).

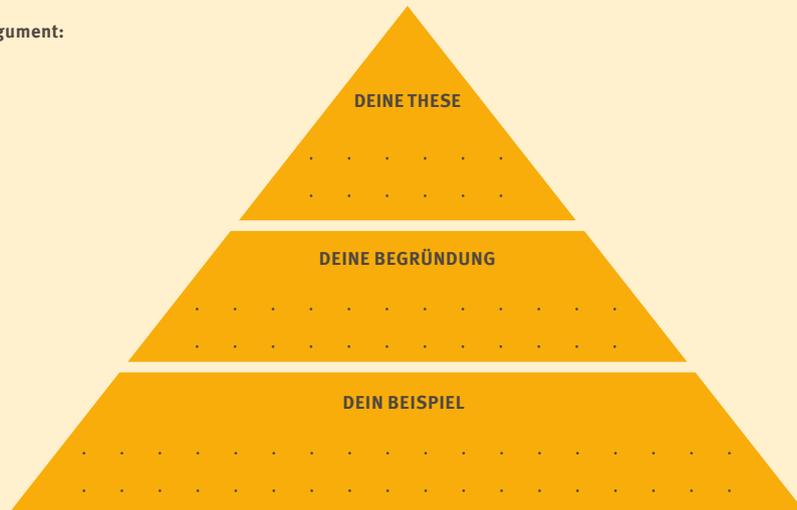
RICHTIG ARGUMENTIEREN

Wenn du dich mit anderen sachbezogen über ein Thema austauschen möchtest, ist gutes Argumentieren unabdingbar. Mit einer **Argumentationspyramide** kannst du deine Argumente vorbereiten und strukturieren.

Beispiel:



Dein Argument:



CHECKLISTE: MODERATION EINER DISKUSSION

- Bereite dich gut vor:** Informiere dich vorher über das Thema und die möglichen Positionen dazu.
- Führe zu Beginn ins Thema ein** und stelle die Gäste kurz vor: Worum geht es heute? Wer diskutiert miteinander?
- Deine **Haltung** als Moderator:in sollte **neutral** und nicht wertend sein.
- Höre aktiv zu** und frage nach, wenn die Antwort nicht klar genug ist.
- Konfrontiere** die Teilnehmer:innen mit ihren Aussagen und frage nach.
- Alle Teilnehmer:innen sollten **gleichermaßen** zu Wort kommen.
- Nimm immer wieder den **roten Faden** auf, wenn es mal durcheinander geht.
- Achte auf die Zeit – am besten machst du dir vorher einen groben **Zeitplan**.
- Bleibe immer freundlich und Sorge für ein **angenehmes Gesprächsklima**.
- Fasse am Ende zusammen** und schließe die Diskussion positiv ab.
- Bedanke dich** bei allen Teilnehmer:innen und verabschiede die Gäste und das Publikum.

Notizen für deine Moderation

Notizen für deine Moderation

VIDEOCLIP DREHEN

Kurze Videoclips sind ein gutes Format, um zum Beispiel über Social Media oder Messenger dein Anliegen zu verbreiten. Du hast viele verschiedene Möglichkeiten, Infos zu veranschaulichen oder selbst vor die Kamera zu treten. Skizziere hier deine Video-Idee in einem **Storyboard**. Wer oder was ist in welcher Szene zu sehen? Was wird gesprochen? Notiere deine Gedanken stichpunktartig!

SZENE 1	SZENE 2
Text:	Text:
SZENE 3	SZENE 4
Text:	Text:
SZENE 5	SZENE 6
Text:	Text:

CHECKLISTE: ERSTELLUNG VON VIDEOCLIPS

- Beantworte dir zunächst diese Fragen: Was will ich vermitteln? Was braucht meine **Peer-Group**? Wie möchte ich etwas zeigen oder erklären?
- Entwickle mit Hilfe deiner Antworten ein **Storyboard**, in dem du deine Texte und Bildideen skizzierst.
- Prüfe deine **Ausrüstung**:
 - Smartphone (genug Speicher und Akku?)
 - ggf. Stativ
 - Mikrofon und Kopfhörer
 - App oder Software zur Nachbearbeitung
- Suche dir alle benötigten **Requisiten** und **Materialien** zusammen.
- Suche dir einen geeigneten **Drehort** mit einem ruhigen Hintergrund und ausreichend Licht.
- **Zeichne** dein Video **auf**:
 - Wähle eine gute Auflösung: 1920x1080 Pixel ist ideal.
 - Schalte bei deinem Smartphone den Flugmodus ein.
 - Achte auf einen guten Ton ohne Störgeräusche.
 - Wähle das Hoch- oder Querformat – je nachdem, wo du den Clip veröffentlichen willst.
 - Filme immer mit dem Licht, nicht dagegen.
 - Wechsle in den Kameraeinstellungen und Bildausschnitten.
- **Bearbeite** dein Video:
 - Entweder direkt auf dem Smartphone mit einer App oder am PC mit einem Schnittprogramm.
 - Verwende Musik mit einer Creative-Commons-Lizenz und gib den/die Urheber:in an.

EIN TEAM ZUSAMMENSTELLEN

Die Arbeit im Team kann eine echte **Bereicherung** für deine Aktion sein. Je vielfältiger das Team aufgestellt ist, desto unterschiedlicher sind die Erfahrungen und Fähigkeiten, die eingebracht werden. Außerdem kann die Arbeit auf mehreren Schultern verteilt werden.

Wichtig ist, dass ihr im Team zu Beginn einige Fragen gemeinsam klärt: Wie wollen wir zusammen arbeiten? Wer übernimmt welche Rolle und Aufgaben? Welche Werkzeuge benutzen wir für die Zusammenarbeit? Wie werden Entscheidungen getroffen?

Methoden

Zu meinem Team gehören:

Grid for notes under 'Zu meinem Team gehören:'

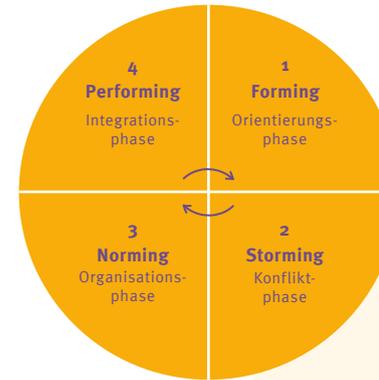
Wir brauchen noch Unterstützung bei:

Grid for notes under 'Wir brauchen noch Unterstützung bei:'

Tipps für die Teamzusammenstellung:

Wenn du Unterstützer:innen für deine Aktion suchst, höre dich zuerst in deinem Umfeld um. Präsentiere Interessierten deine Idee kurz und knapp. Erkläre anschließend, in welchem Bereich du Hilfe benötigst und wieviel Zeit die Aufgaben ungefähr in Anspruch nehmen werden.

WIE WERDEN WIR EIN TEAM?



Phasenmodell nach B. Tuckman

Jedes Team muss sich zuerst einmal finden. In der Anfangsphase der Zusammenarbeit müsst ihr euch orientieren. Es kann euch erscheinen, als ob ihr nicht so produktiv seid. Das ist normal. Wichtig ist, dass alle sich wohl fühlen. In Phase 2 wird das Kennenlernen intensiver und erste Konflikte können auftreten. Hier kann eure Motivation nachlassen und der Fokus eher auf Problemen liegen. In Phase 3 bilden sich dann allmählich Rollen und Regeln heraus, mit denen alle gut arbeiten können. Damit seid ihr in Phase 4 bereit, effizient und eigenständig zu arbeiten. Am wichtigsten sind eine stets **offene Gesprächskultur** und **gegenseitiger Respekt**.

Wenn es also zu Beginn etwas holprig ist, **haltet durch und gebt euch Zeit**, als Team zusammenzuwachsen.

Methoden

TOOLS FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT

Kommunikation: Nutzt neben regelmäßigen Offline- oder Online-Treffen ein Chatprogramm. Hier eignen sich zum Beispiel Messenger-Gruppen oder Chats auf Lernplattformen. Wählt dabei am besten datenschutzkonforme Dienste.

Kollaboration: Für das gemeinsame Arbeiten an Dokumenten oder dem Brainstorming im Team könnt ihr Pads, Online-Whiteboards, digitale Pinnwände oder Mindmapping-Tools benutzen. Achtet auch hier auf datenschutzkonforme Dienste.

Dokumentenspeicher: Legt Dokumente, Dateien (Videos, Audios etc.) und Linksammlungen, die ihr untereinander austauschen wollt, einfach in einer Cloud oder einer Lernplattform ab. Dann haben alle Peer-Scouts Zugriff darauf.

MEINE PROJEKTIDEE

Ein **Projekt** ist ein Vorhaben, das du innerhalb einer bestimmten Zeit alleine oder mit einem Team umsetzt. Zum Beispiel die Planung und Durchführung einer Veranstaltung oder einer Social Media-Kampagne. Bei den Verbrauchercheckern heißen die Peer-Projekte **Aktionen**. Beispiele für Aktionen findest du hier im Action Planner auf den Seiten 25, 26 und 36.

Hast du schon eine Idee für eine Aktion? Eine der bekanntesten Methoden der Ideenfindung ist das Brainstorming. Dafür suchst du dir am besten ein Team, dann kommen vielfältigere Ideen zusammen. Das Brainstorming funktioniert so:

Phase 1:

Sammelt alle Ideen, die euch einfallen. Wichtig ist hierbei, dass alle Einfälle erlaubt sind. Nichts ist albern, unrealistisch, tollkühn oder Unsinn. Schreibt alles ohne Wertung auf.

Phase 2:

Jetzt werden die Ideen sortiert und bewertet. Jede Idee kann maximal 3 Punkte erreichen. Die Bewertungskriterien könnten sein: Ist die Idee realisierbar? Gibt es genügend Ressourcen (Zeit, Material, Technik, Betreuung etc.)? Wie hoch sind die Risiken? Haben alle im Team ihre Punkte verteilt, werden die Ideen mit den meisten Punkten gemeinsam diskutiert. Am Ende entscheidet ihr euch für eine oder mehrere Ideen.

Rahmenbedingungen:

Eine Person sollte das Brainstorming moderieren. Legt euch vorher Stifte und Klebezettel bereit. Wenn ihr online brainstormt, nutzt ein Online-Whiteboard (z. B. Excalidraw → <https://draw.kits.blog/>). Gebt euch eine zeitliche Begrenzung, das kann die Kreativität fördern.

Macht ein kurzes Brainstorming und schreibt hier alle Ideen auf, die euch einfallen. Markiert anschließend die Idee, die euch am besten gefällt und die umsetzbar ist.

CHECKLISTE: 4 SCHRITTE DER PROJEKTARBEIT

Es gibt typischerweise **4 Schritte in der Projektarbeit**. Die einzelnen Aufgaben werden auf den folgenden Seiten erklärt. Später kannst du auf dieser Seite abhaken, welche der Aufgaben du schon erledigt hast:

(1) PLANUNG DER AKTION

- Ressourcen analysieren
- Peer-Group analysieren
- Ziele formulieren
- Zeitplan mit Meilensteinen erstellen
- Aufgabenverteilung/Verantwortlichkeiten im Team klären
- Kommunikationmittel und passende Öffentlichkeitsarbeit analysieren

(2) VORBEREITUNG DER AKTION

- Aufgaben bearbeiten
- Teamtreffen und Arbeit im Team
- Regelmäßige Selbstbeobachtung: Motivation und Krisen

(3) UMSETZUNG DER AKTION

- Aktion starten
- Begleitung der Aktion durch Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

(4) AUSWERTUNG

- Was lief gut? Was lief nicht gut? Was sollte nächstes Mal anders laufen?

3, 2, 1 ACTION – EINE BEISPIEL-AKTION

Instagram: So geht's – How to Kontoführung und Verträge

Wie funktionieren eigentlich Girokonten und was bedeutet das Kleingedruckte in Verträgen? Nutze Instagram, um die eigene Peer-Group zu erreichen und dein Wissen weiterzugeben. Hier kannst du zwei bis drei Mal pro Woche Posts und Stories mit Infotexten und -grafiken zum Thema veröffentlichen und kleine Challenges starten.

MEINE PEER-GROUP

Um deine Peers gut zu erreichen, solltest du dich nach ihren **Bedürfnissen** richten. Finde heraus, wer zu deiner Peer-Group gehört, was sie ausmacht und was sie braucht. Welche Verbraucherthemen sind für deine Peers aktuell interessant? Wie und wo informieren sie sich? Was schätzt du, wie viel Zeit sie aufbringen wollen, um sich zu einem Thema zu informieren? Führe Interviews mit Personen aus deiner Peer-Group.

DEINE INTERVIEW-FRAGEN:

#1

#2

#3

#4

#5

3, 2, 1, Action

CHECKLISTE: INTERVIEWS FÜHREN

- Überlege dir vorher**, was du erfahren möchtest und schreib dir deine Fragen auf.
- Wichtig ist ein guter Einstieg ins Gespräch. Dafür gibt es sogenannte „**Eisbrecherfragen**“. Das kann zum Beispiel eine kurze Selbstvorstellung sein.
- Stelle **offene Fragen**: Lass deine Interviewpartner:innen erzählen.
- Höre gut zu** und stelle Anschlussfragen.
- Frag deine Interviewpartner:innen, ob du das **Gespräch aufzeichnen** darfst. Dann kannst du alles später nochmal nachhören.

Was hast du über deine Peers herausgefunden? Mach dir hier Notizen.

3, 2, 1, Action

EMPATHIEKARTE

Die Empathiekarte ist eine Methode, mit der du noch mehr über deine **Peer-Group** herausfinden kannst. Du kannst einige der untenstehenden Fragen auch mit ins Interview nehmen bzw. sie im Hinterkopf behalten.

Nachdem du Interviews mit deinen Peers geführt hast, weißt du schon viel über sie. Versuche dich jetzt in eine Person deiner Peer-Group hineinzusetzen und beantworte die Fragen in der Karte aus ihrer Sicht:

HÖREN
Was hört die Person von anderen?
Wer hat Einfluss auf sie?
Welche Medien nutzt sie?

DENKEN UND FÜHLEN
Was ist dieser Person wichtig?
Was macht ihr Sorgen?
Was bereitet ihr Freude?

SEHEN
Mit wem tauscht die Person sich aus? Wer ist ihr wichtig?
Wie sieht ihr soziales Umfeld aus?

SAGEN UND TUN
Was sagt die Person? Mit wem spricht sie? Wie verhält sie sich?
Wie sieht ihr Tagesablauf aus?

HERAUSFORDERUNG
Was bereitet der Person Probleme? Wo braucht sie Hilfe? Was frustriert sie?

BEDÜRFNISSE
Welche Ziele verfolgt die Person?
Welche Wünsche hat sie?

3, 2, 1, Action

3, 2, 1, Action

KOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Eine gute Kommunikation für deine Aktion ist wichtig. Frage dich: Wie erfährt meine Zielgruppe am besten von meiner Aktion? Und: Wie wecke ich das Interesse für mein Thema?

Überlege dir, welche **Kanäle** und **Plattformen** für dich und deine Aktion in Frage kommen. Das können Social Media-Kanäle, eine Webseite, klassische Medien (z. B. die Lokalzeitung) oder gedruckte Werbung (z. B. Flyer, Sticker oder Poster) sein. Die Entscheidung hängt vor allem von deiner Peer-Group, Zeit und Geld ab. Sobald du dich für einen Kanal oder eine Plattform entschieden hast, wählst du ein passendes Format (z. B. Video, Foto, Poster, Artikel). Lass dich dabei gerne von anderen inspirieren und schau, was am besten zu dir und deiner Peer-Group passt. Wichtig ist, dass deine Botschaft verständlich und wiedererkennbar ist. Wähle für deine Bilder Farben und Formen aus, die du bei all deinen Veröffentlichungen verwendest. Achte auf einen passenden Sprachstil und sprich deine Peers direkt an.

Tipps: Abbildungen von Personen funktionieren in der Kommunikation immer besser als reine Grafiken oder Texte. So wirkt deine Aktion persönlicher, emotionaler und glaubwürdiger.

Wenn du dir deine Peer-Group erschlossen hast, sind die Kommunikation und der Austausch mit ihnen enorm wichtig. Dadurch entstehen Bindung und Vertrauen. Sei also ansprechbar, beantworte Fragen und interagiere mit deinen Peers.



3, 2, 1 ACTION – EINE BEISPIEL-AKTION

Heimkino mit Freund:innen: Food-Update - Gemeinsam gesund kochen!

Du möchtest dich gerne ausgewogen ernähren und auf Zutaten achten? Auch wenn du gemeinsam mit Freunden beim Filmabend zuhause bist? Die klassische Pizza oder der Dönerladen um die Ecke sind da eher schwierig. Hier lässt sich kaum nachvollziehen, was überhaupt im Essen drin ist, wie frisch die Zutaten sind und wo sie herkommen. Eine Lösung wäre, sich vor dem Treffen gemeinsam auf ein Gericht zu einigen, die passenden Lebensmittel einzukaufen und gemeinsam zu kochen!

Zusätzlich kannst du einen Gruppenchat für eure Heimkinoabende anlegen und darüber vor jeder Einladung ein Infoblatt verschicken. Darin informierst du zu Themen wie „Inhaltsstoffe und Zutaten bei Fertigprodukten“, „Artgerechte Tierhaltung“ und „Vegetarische oder vegane Alternativen zu Fleisch“ oder „Leckere Kochrezepte“.

CHECKLISTE: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Hast du an alles gedacht?

Kreuze an, welche Punkte du in der Öffentlichkeitsarbeit für deine Aktion bereits umgesetzt hast:

- Plattform, auf der die Peer-Group unterwegs ist (analog/digital)
- Interessante Themen und Neuigkeiten
- Direkte Ansprache der Peers
- Passender Sprachstil
- Verständliche Sprache
- Design, das die Peer-Group anspricht
- Wiedererkennbare Elemente im Design
- Menschen und Gesichter im Bild
- Interaktion mit der Peer-Group

MEINE IDEEN

Kanäle:

Formate:

Gestaltung/Stil:

Inhalt:

MEINE MOTIVATION ...

Bei der Planung und Durchführung deiner Aktion wirst du wahrscheinlich verschiedene Phasen mit mehr oder weniger Motivation haben. Meist sind es die Probleme, Unsicherheiten oder Ängste, die deine Motivation schwinden lassen. Vielleicht ist die Planung und Durchführung einer Aktion etwas ganz Neues für dich und du weißt nicht immer, wie es weitergeht. Das ist gut!
Denn das heißt, dass du dabei **eine Menge lernen** wirst.

Es kann vorkommen, dass du zwischendurch die Lust verlierst. Dabei kann es dir helfen, wenn du dich regelmäßig selbst beobachtest. Wie steht es um deine Motivation? Was beflügelt dich? Wann kommst du an deine Grenzen? Was hilft dir, diese Hürden zu überwinden? Wie kannst du dir selbst helfen? Wie kann dein Team dich unterstützen?

Notiere hier deine Selbstbeobachtung:

Was außerdem dabei hilft, die Motivation zu behalten: Feiere deine **Erfolge** - auch die kleinen zwischendurch. Behalte dein großes Ziel im Auge und leite aus deinen Irrtümern **Lernerfolge** ab. Falls du in einem Team arbeitest, könnt ihr euch immer wieder gegenseitig ermutigen und motivieren.

... UND KRISEN

Wenn mal etwas nicht so läuft, wie du es dir gewünscht hast, ist es gut, einen **Plan B** in der Hinterhand zu haben. Überleg dir schon zu Beginn deiner Planung, welche Optionen du hast. Frage dich, welche Schwierigkeiten bei deiner Aktion auftauchen könnten und wie du damit umgehen kannst bzw. welche Alternativen du hast. Dann bist du vorbereitet, wenn der Fall tatsächlich eintreten sollte. Notiere hier für die verschiedenen Bereiche deiner Projektarbeit einen Plan B:

MEIN PLAN B

Wenn keiner kommt, dann ...

Wenn das Geld nicht reicht, dann ...

Wenn es Konflikte im Team gibt, dann ...

AKTIONSKOFFER

Du möchtest gern eine eigene Aktion starten, dir fehlt aber noch die zündende Idee? Dann blättere durch die folgenden Seiten.

Hier findest du Beispiel-Aktionen wie Podiumsdiskussionen zum Thema Datenschutz oder ein Infostand zu Lebensmittelsiegeln. Schau rein und lass dich inspirieren!

- Datenschutz? Im Netz?!
- Investieren um zu sparen
- Schnelles Geld oder schnelle Pleite!?
- Check deine Siegel
- Abgezockt beim Zocken!
- Wer tauscht gewinnt!

Auf den Seiten 48-49 siehst du, am Beispiel einer Kleidertausch-Party, wie du eine eigene Aktion umsetzt und wie du die einzelnen Aufgaben, die damit verbunden sind, zusammenfassen kannst.

Noch mehr Ideen findest du auf
www.verbraucherchecker.de



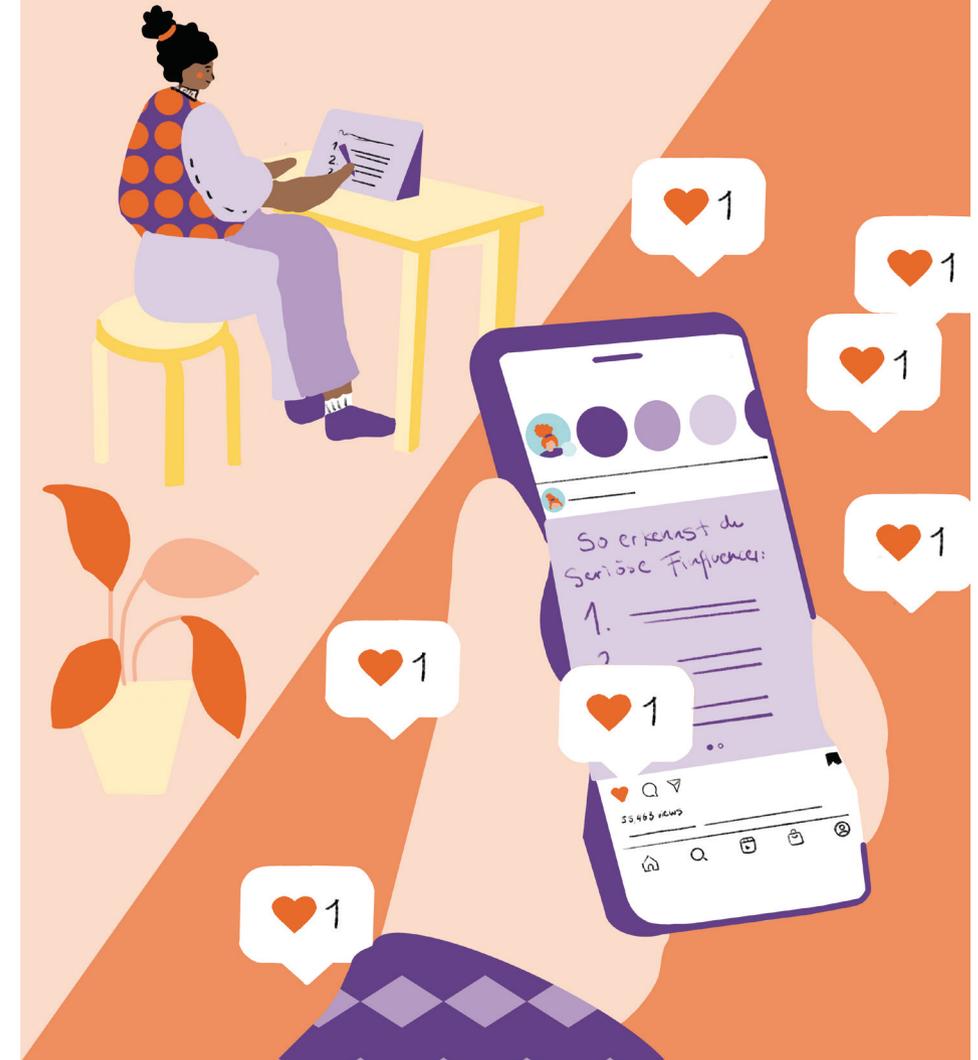
INVESTIEREN UM ZU SPAREN

Mit Erneuerungen können die Kosten für Strom und Wasser drastisch gesenkt werden – auch an eurer Schule! Veranstaltet gemeinsam mit euren Lehrer:innen eine Projektwoche, in der ihr prüft, an welchen Stellen Kosten eingespart werden könnten. Ladet eure:n Bürgermeister:in zu euch ein, präsentiert eure Ergebnisse und plant zusammen, was möglich ist.



SCHNELLES GELD ODER SCHNELLE PLEITE!?

Auf sozialen Plattformen häufen sich Posts von vermeintlichen Finanzberater:innen, die teilweise Unglaubliches versprechen. Du hast die Angebote gecheckt und kennst dich mit den Tricks aus, wie jungen Leuten Geld aus der Tasche gezogen wird? Starte eine Social-Media-Kampagne und kläre auf, wie andere eine seriöse Beratung erkennen können.



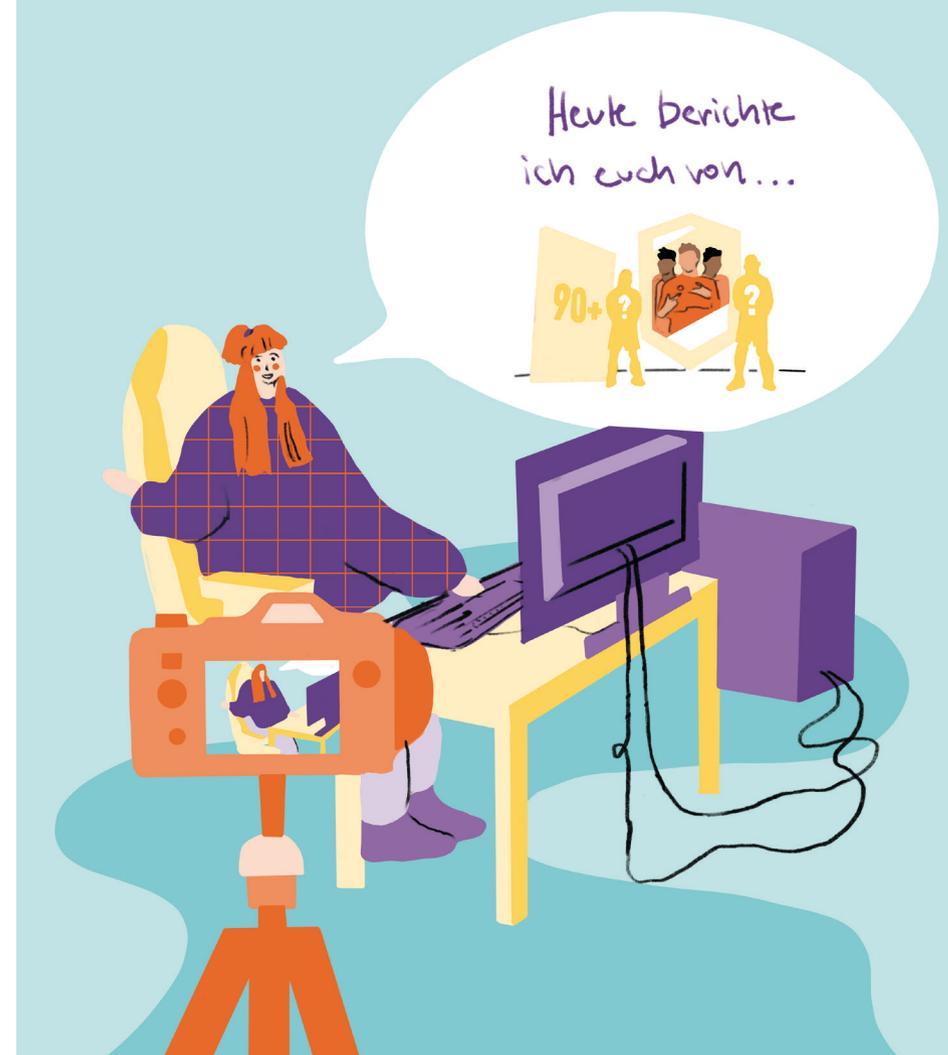
CHECK DEINE SIEGEL

Eine Lebensmittelverpackung – aber dutzende Siegel und Kennzeichnungen. Wer sieht da schon durch?! Schnapp dir ein paar Freunde und bring gemeinsam Licht in den Siegel-Dschungel! Recherchiert, gestaltet Plakate und Flyer und informiert andere an einem Infostand, beim Stadtfest oder an einem Infotag an der Schule.



ABGEZOCKT BEIM ZOCKEN!

Ob in einem kostenlosen Spiel auf dem Smartphone oder bei einem gekauften Spiel an der Konsole – durch In-App-Käufe und Lootboxen können Gamer:innen schnell die Übersicht und damit viel Geld verlieren. Nutze deine Skills und kläre andere in einem Videoclip auf wo die Gefahren beim Zocken liegen und wie sie sich schützen können.



BEISPIEL: KLEIDERTAUSCH-PARTY

1. Idee und Zielsetzung

Was wollen wir?

- Aufzeigen, wie Kleidungsstücke erhalten bleiben können - wir wollen nichts wegwerfen
- Kleidung, die nicht mehr getragen wird, bekommt ein neues Zuhause
- Besucher:innen über faire Mode informieren

2. Titel

Wer tauscht gewinnt!

Die Kleidertausch-Party in deiner Nähe

3. Ressourcen

vorhanden

- Ort/Location
- Tische
- Deko
- Infostand
- Nähmaschine für Upcycling-Ecke

benötigt

- Kleidung
- Kleiderbügel
- Kleiderständer
- System überlegen, wie wir Kleidung sortieren
- Umkleide-Kabinen

4. Peer-Group

Alle Schüler:innen plus Freund:innen und Familie

5. Projektkommunikation

- Plakate erstellen
- Social Media
- direkte Ansprache, z.B. im Klassenraum

6. Aufgaben

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------------|
| - Location buchen | - Recherche für Infostand und |
| - Werbung/Plakate erstellen | - Erstellung der Materialien. |
| Start | Abschluss |
| - Verkaufssystem entwickeln | - Auf- und Abbau am Veranstaltungstag |



Rahmenbedingungen Datum, Uhrzeit, Ort, Teilnehmende, ...

Ort: Sporthalle, Aula
 Datum/Zeit: Freitagnachmittag oder am Wochenende, vielleicht zum Sommerfest

WER TAUSCHT GEWINNT!

Gib alten Kleidungsstücken eine zweite Chance und zeige anderen, wie viel Style in Nachhaltigkeit steckt. Veranstalte in deinem Jugendclub eine Kleidertauschparty, finde Gleichgesinnte und informiere die Gäste über nachhaltige Kleidung, faire Arbeitsbedingungen in der Kleidungsindustrie oder Gütesiegel.



IMPRESSUM

Herausgeber

Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.
Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin
Tel. (030) 258 00-0
Fax (030) 258 00-518
info@vzbv.de
www.vzbv.de

Für den Inhalt verantwortlich

Ramona Pop, Vorsitzende des Verbraucherzentrale Bundesverbands e. V.

Redaktion

Dörte Adam-Gutsch, Florence Rothe
Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.
www.verbraucherchecker.de

Konzeption, Gestaltung und Text

KF Education
www.kf-education.com

Aktualisierung und Illustrationen (S. 42 – 50)

TAU GmbH
www.tau-berlin.com

2. Auflage: Juli 2023

Druck:



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz. Der Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. muss als Quelle genannt und die oben genannte Creative Commons-Lizenz verwendet werden. Lizenztext unter <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>. Auf Seite 41: Original: THE PROJECT CANVAS 4.0, <https://overthefence.com.de/>.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

www.verbraucherchecker.de
www.instagram.com/verbraucherchecker

