


Experimentierwerkstatt Ländliche Verbraucherpolitik*

Gestalten Sie Verbraucherpolitik für Deutschland!
Beteiligen Sie sich an einer Experimentierwerkstatt!

Anmeldung & Details

*ein Projekt im Auftrag des BMJV

 Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

Experimentierwerkstatt Ländliche Verbraucherpolitik

Univ.-Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

Aufbau des Forschungsprojektes

Problemstellung:

Wie kann man – auch in peripheren Räumen – Beratung und Information sicherstellen und was wünscht sich die ländliche Bevölkerung?



Erste Ergebnisse aus der Perspektive der Experten: Mögliche Ansätze für Beratung und Information

- **Hauptprobleme ländlicher Räume**
 - infrastrukturelle, demografische und wirtschaftlicher **Herausforderungen**
 - Selbsthilfepotenzial sinkt und **Unbedarftheit** der VerbraucherInnen steigt
 - Große **Generationenunterschiede** in der Kommunikation
- **Mögliche Lösungen**
 - Förderung von **Verbraucherkompetenzen** durch Verbraucherbildung, um Unbedarftheit entgegenzutreten und sinkendem Selbsthilfepotenzial zu begegnen
 - Ländliche Regionen haben bereits **häufig gute Strukturen** (z.B. Ehrenamt, Dorf-Café, Bürgerbüro) und sollten an diesen bestehenden Strukturen anknüpfen
 - Nutzung „**interkommunaler Versorgungsknoten**“, z.B. in ländlichen Regionen könnten freistehende Räume/Häuser an jedem Tag der Woche von einem anderen Dienstleister (z.B. Landarzt, Friseur, Berater, ...) genutzt werden
 - Verbraucherzentralen in ländlichen Regionen haben Probleme ausgebildete Berater für das Land zu finden - mögliche Lösung: Spezialberater werden über eine **Video- und Chatfunktion** digital „zugeschaltet“

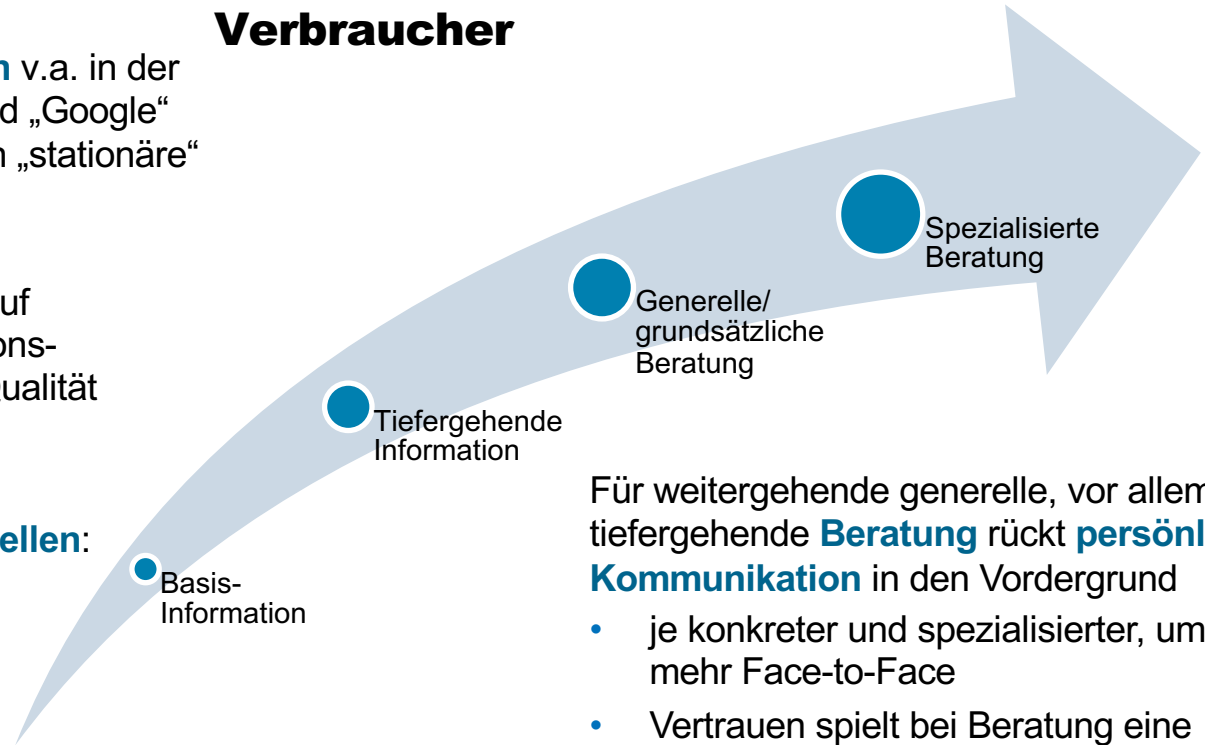
Erste Ergebnisse aus Regionenperspektive - Aktuelle Vorgehensweise bei der Information und ländlicher Verbraucher

Starker Fokus auf **Online-Quellen** v.a. in der **Informationsphase**: „Internet“ und „Google“ generell (sowohl „mobile“ als auch „stationäre“ Geräte des Internet-Zugangs)

- Generationenunterschied
- Generation Z legt mehr Wert auf Geschwindigkeit der Informationszurverfügungstellung als auf Qualität

Informations- und Beratungsquellen:

- Nr. 1: Soziales Umfeld
- öffentliche und private Beratungsinstitutionen



Für weitergehende generelle, vor allem aber tiefergehende **Beratung** rückt **persönliche Kommunikation** in den Vordergrund

- je konkreter und spezialisierter, umso mehr Face-to-Face
- Vertrauen spielt bei Beratung eine größere Rolle

Erste Ergebnisse aus Regionenperspektive - Kategorien von Hürden und Hemmnissen



Technologie-Safari



Erste Ergebnisse: Wie beurteilen Sie Technologien? (Mittelwerte)

Im Allgemeinen bin ich der Erste aus meinem Freundeskreis, der neue Technologien nutzt, wenn sie auf den Markt kommen.

2,24

Neue Technologien und Dienstleistungen kann ich meistens ohne Hilfe von anderen nutzen.

3,67

Andere Personen schätzen meine Kenntnisse, wenn es um neue Technologien geht.

3,24

Hotlines (Telefon, Chat, Mail...) für technischen Support sind nicht hilfreich, da sie Dinge nicht so erklären, dass ich sie verstehen kann.

2,9

Manchmal denke ich, dass technische Geräte nicht für den Gebrauch durch ‚normale‘ Leute gemacht sind.

2,7

Es gibt keine Bedienungsanleitung für Technologie-Produkte oder Dienstleistungen, die in leicht verständlicher Sprache geschrieben sind.

3,52

Zu viel Technologie lenkt die Menschen so sehr ab, dass es schädlich ist.

3,71

Technologie verringert die Qualität von menschlichen Beziehungen durch weniger persönliche Interaktion.

3,81

Menschen sind zu abhängig von Technologien, die Dinge für sie erledigen.

3,48

Technologien erhöhen die Produktivität in meinem persönlichen Leben, d.h. man spart Zeit im Alltag.

3,9

Technologien ermöglichen mehr Freiheiten und verbessern die Mobilität der Menschen.

4,24

Technologien tragen zu einer besseren Lebensqualität bei.

4,1

Technologie-
Innovation

Technologie-
Unbehagen

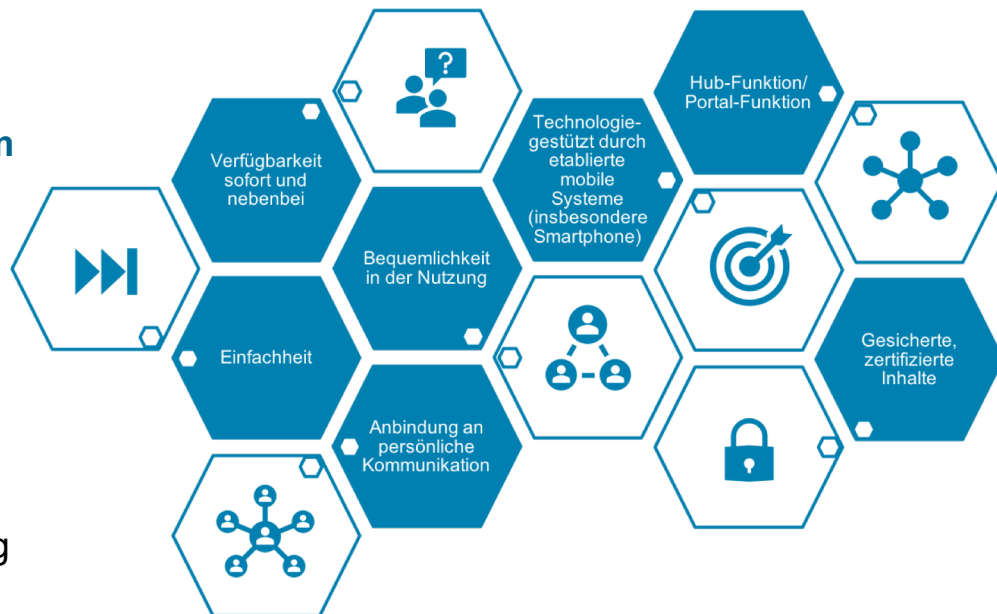
Technologie-
Unsicherheit

Technologie-
Optimismus

Skala: (1) stimme überhaupt nicht zu – (5) stimme voll zu

Erste Ergebnisse: Perspektive der Ländlichen Region zu möglichen Ansätzen für Beratung und Information

- Sowohl Online- als auch Offline-Beratung/-Information
 - *ideal*: Zusammenspiel von traditionellen und digitalen Formen als **Omni-Channel-System**
 - jederzeit barrierefrei und bequem nutzbar
 - *Online*: eher für allgemeine Information
 - *Persönlich*: vor allem bei konkreten und speziellen Problemfällen
- Trade-off:
 - einerseits: **Pull-Information** selbstbestimmt und anlassbezogen
 - andererseits: **Push-Informationen** regelmäßig und anlassbezogen



Ausblick


- Geschilderte Zukunftsvisionen und Lösungsoptionen sehr „gegenwartsnah“
 - Vorschläge der Experten und der Regionenvertreter orientiert an Bisherigem und bereits bestehenden Ansätzen
 - Rückgriff auf aktuelle Benchmarks oder Pilotprojekte
 - Ideen und Wünsche der Regionenvertreter bereits heute ohne Probleme realisierbar
 - Generationenunterschiede sind zu berücksichtigen, dabei wichtig:
 - Technologie-, Informations- und Medienkompetenz spielen in allen Generationen eine Rolle
 - Trade-off zwischen geringer **Technik-Kompetenz** und (evtl. zu) großer **Technik-Euphorie**
- **Vergleich** Großstadt wichtig
 - Generelles Argument: Ansprüche und Wünsche der Verbraucher (hinsichtlich Beratung, Informationsbeschaffung, aber auch an das allgemeine Lebensumfeld) zwischen **Stand und Land** ähnlicher als oft postuliert
 - Bestehen „richtige“ Unterschiede? Lassen sich Unterschiede vornehmlich auf **Infrastrukturunterschiede** zurückführen?
 - Ist ggf. eine Unterscheidung nach unterschiedlichen **Lebensstilansätzen** und -Milieus und eine daran angepasste Informations- und Beratungsstruktur sinnvoller als „Stadt – Land“?

Experimentierwerkstatt Ländliche Verbraucherpolitik*

Gestalten Sie Verbraucherpolitik für Deutschland!
Beteiligen Sie sich an einer Experimentierwerkstatt!

Anmeldung & Details

*ein Projekt im Auftrag des BMJV

 Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt:

hsk@uni-siegen.de

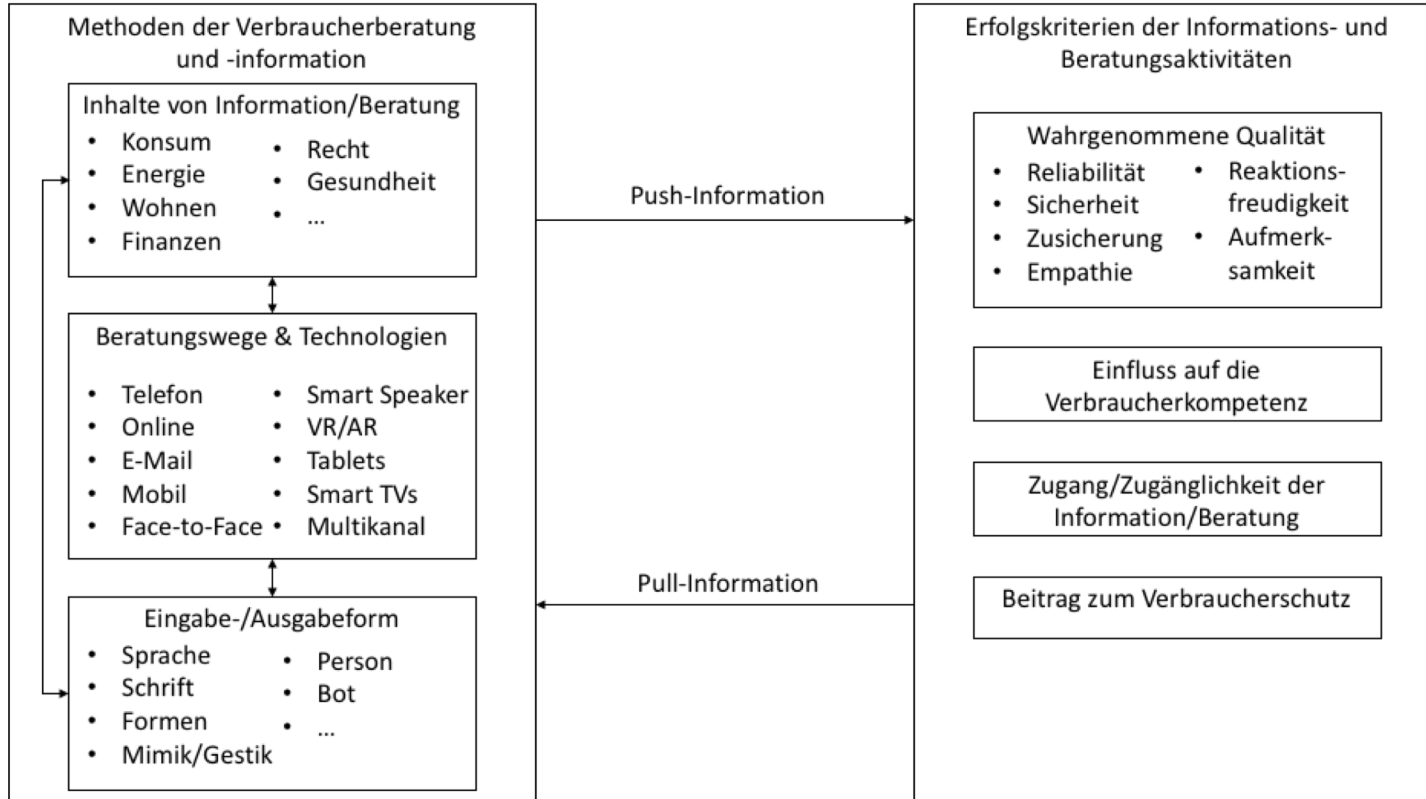
Hintergrund des Projektes

- Problemstellung: Wie kann man – auch in peripheren Räumen – Beratung und Information sicherstellen und was wünscht sich die ländliche Bevölkerung?
- Infrastrukturelle, demografische und wirtschaftlicher Herausforderungen ländlicher Räume
 - betrifft auch in zunehmendem Aspekte der Beratung und Information im Rahmen des wirtschaftlichen und rechtlichen Verbraucherschutzes, z.B. Sicherung eines adäquaten Zugangs zu Informations- und Beratungsangeboten
- Gefährdet die Sicherung der Gleichwertigkeit von Lebensverhältnissen zwischen städtischem und ländlichem Raum und die gesellschaftliche Teilhabe auch für BewohnerInnen ländlicher Räume
- Fehlende Informations- und Beratungsangebote können dazu beitragen, dass BewohnerInnen ländlicher Räume in stärkerem Maße verletzlich werden
 - Problematisch vor dem Hintergrund zunehmend komplexerer Konsum- und Lebensumfelder
 - z.B. Digitalisierung, neue, globale Angebotsoptionen (z.B. Cross-Border-Online-Shopping)
 - VerbraucherInnen müssen generell die Kompetenz besitzen, mit den neuen und komplexer werdenden Strukturen umzugehen
 - Kompetenz muss auch bei der Bevölkerung im ländlichen Raum gefördert werden

Aufbau des Forschungsprojektes

- Acht Workshop-Veranstaltungen mit dem Ziel der Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen
 - „*Wie können sich Elfriede Zimmermann oder Familie Schmidt aus Altenkleusheim in Zukunft optimal zu Verbraucherfragen informieren oder beraten lassen? Kann die Digitalisierung helfen?*“
 - 7 Workshops im ländlichen Raum, 1 Workshop in einer Großstadt
 - Integration der Perspektive der jeweils regionalen VerbraucherInnen und ExpertInnen
 - Stadt-Land-Sichtweise für Unterschiede bzw. Gemeinsamkeiten: möglicherweise ein Konzept, unabhängig von der Art des Wohnorts?
- Zusätzliche Begleitforschung
 - Expertengespräche
 - Begleitende Befragung von BürgerInnen
 - Projektbeirat mit Vertretern aus Wissenschaft, Politik, öffentlichen Institutionen, Verbänden, Wirtschaft

Grundaufbau des Forschungsansatzes



Erste Ergebnisse: Expertengespräche – Generelle Einschätzungen

- Selbsthilfepotenzial sinkt und Unbedarftheit der VerbraucherInnen steigt
- Generationenunterschiede: Generation Z /Alpha weist ein auffälliges Kommunikationsverhalten auf
 - häufig wird persönlicher Kontakt als Stress empfunden und zwischenmenschliche Kommunikation immer mehr an technische Geräte gekoppelt
- Größte Hürde im ländlichen Raum: große infrastrukturelle Probleme und Defizite in der Versorgungssituation auf dem Land
 - Verkehr, Internet und Waren- und Dienstleistungsangebot (stationäre Einkaufs- und Dienstleistungsangebote)
 - auch: steigende Ausdünnung von Beratungsangeboten wie z.B. der persönlichen Beratung vor Ort
 - *aber*: VerbraucherInnen auf dem Land haben aufgrund des jahrelangen Versorgungsmangels gelernt, sich Informationen anderweitig zu beschaffen
 - VerbraucherInnen wissen sich teilweise zu helfen, z.T. sehr hohe Technologiekompetenz, Problemlösungskompetenz und Flexibilität
 - VerbraucherInnen sind jedoch mit der Situation und dem Umstand nicht zufrieden
 - Dabei ist zu berücksichtigen, dass Zuzug in den ländlichen Raum häufig falsch interpretiert wird
 - oft „Vermeidungsverhalten“: negativen Merkmalen der Stadt / der Metropolen (Lärm, hohe Mieten, zu viele Menschenmassen) entfliehen, *meist nicht*: „Vorzüge des Landlebens“ genießen