

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“

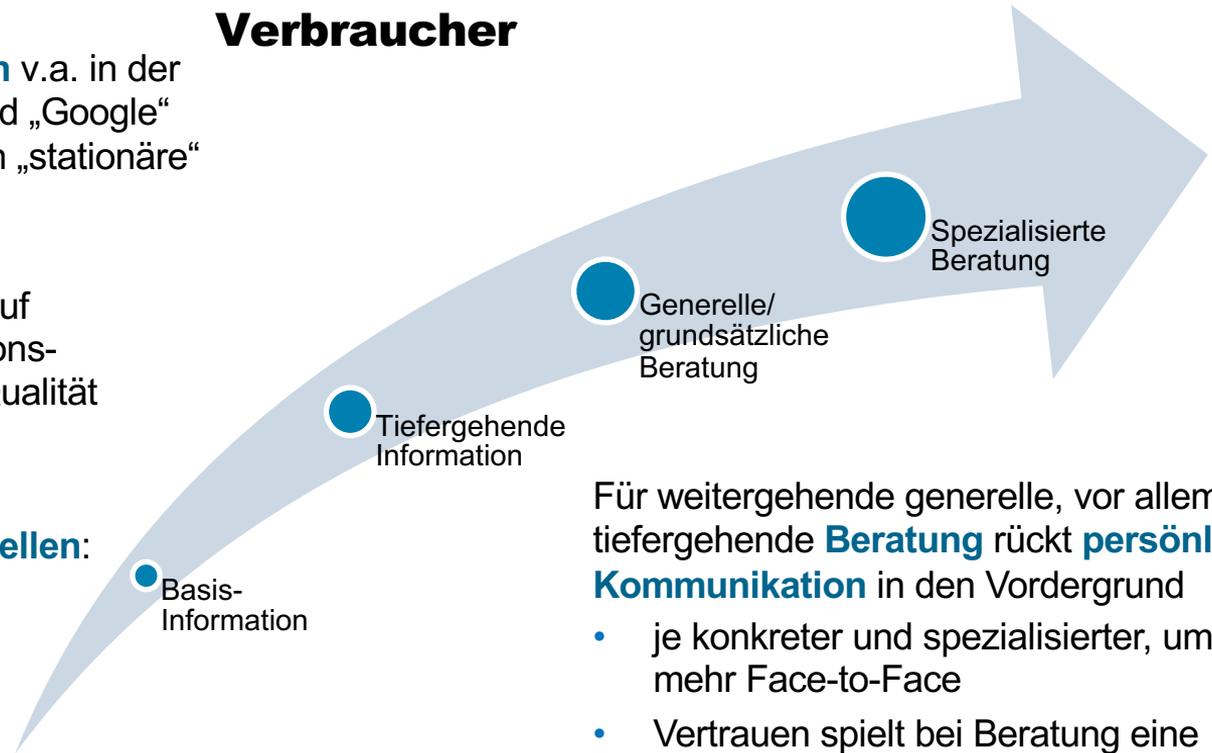
Erste Ergebnisse aus Regionenperspektive - Aktuelle Vorgehensweise bei der Information und ländlicher Verbraucher

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

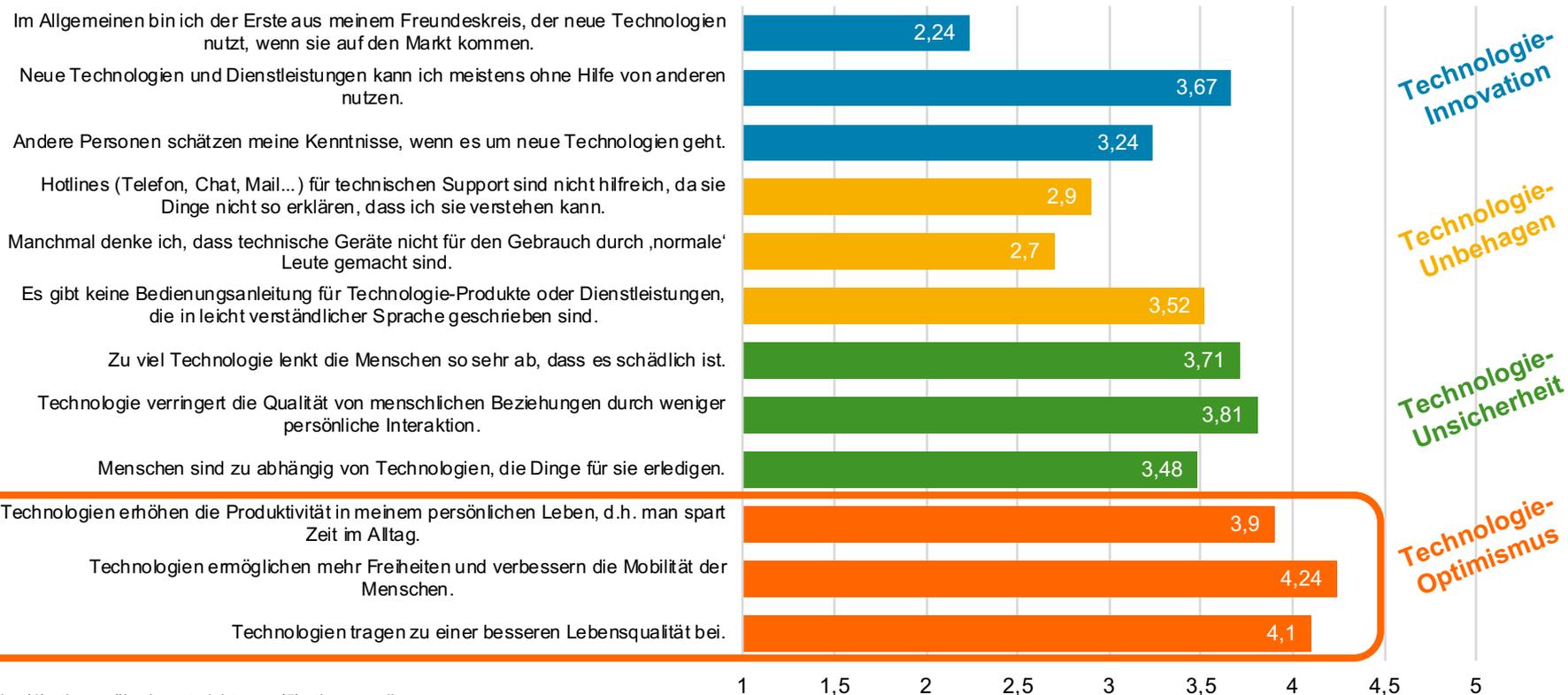
Erste Ergebnisse aus Regionenperspektive - Kategorien von Hürden und Hemmnissen



Technologie-Safari



Erste Ergebnisse: Wie beurteilen Sie Technologien? (Mittelwerte)



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

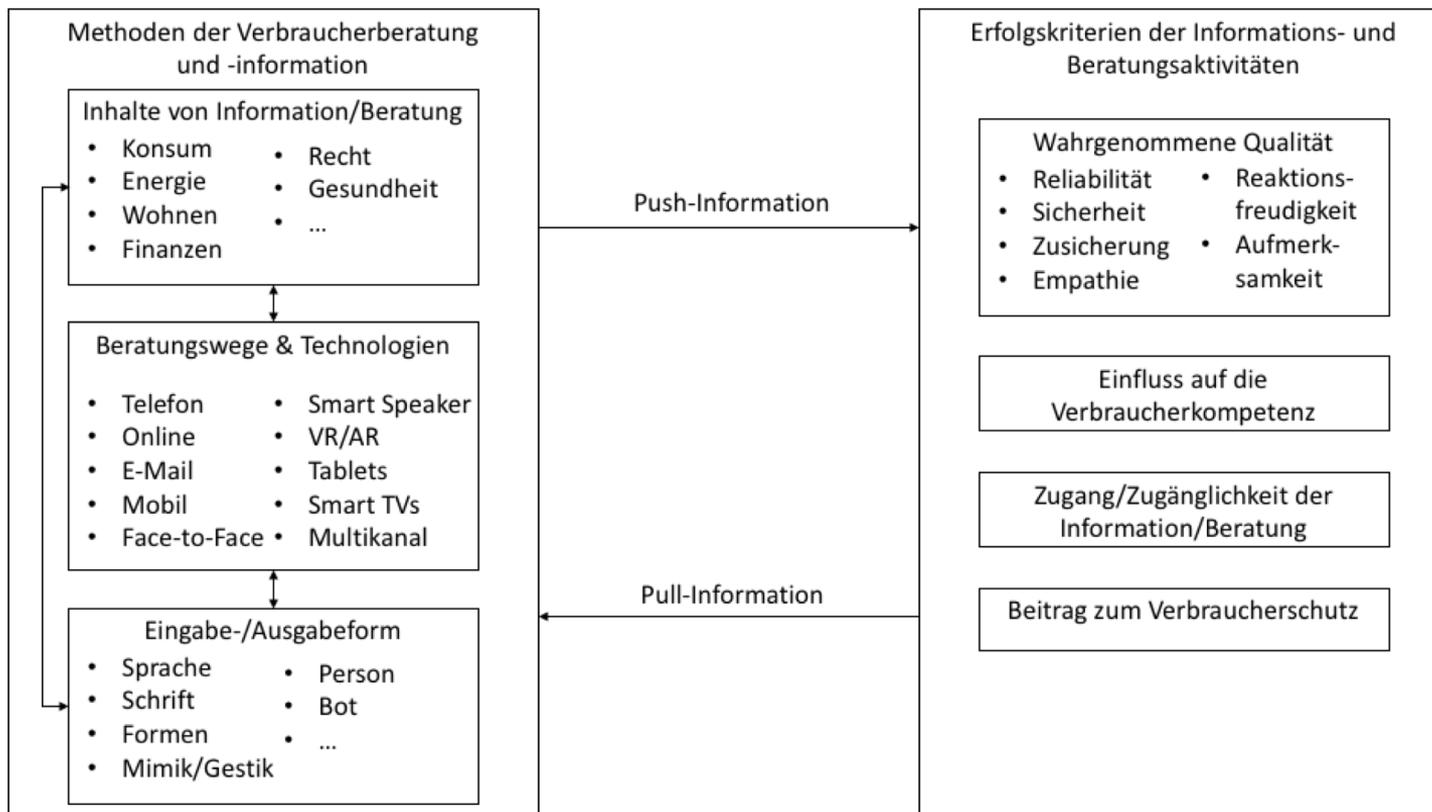
Hintergrund des Projektes

- 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 Maße 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