

17. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten **Katrin Möller (LINKE)**

vom 19. Mai 2014 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 20. Mai 2014) und **Antwort**

Ein Tag für den Jugendverbraucherschutz?

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Seit wann und aus welchem Grund gibt es den „Jugendverbraucherschutztag“ im FEZ Berlin nicht mehr?

Zu 1.: In Kooperation mit dem nicht-kommerziellen Kinder-, Jugend- und Familienzentrum Berlin (FEZ) führte der Berliner Senat von September 2004 bis September 2011 einmal jährlich den Jugendverbraucherschutztag durch, mit wechselnden Themenschwerpunkten. Das Event war für Schülerinnen und Schüler zwischen 10 und 16 Jahren konzipiert und wurde von ca. 400 Kindern und Jugendlichen je Veranstaltungstag besucht.

Der letzte Jugendverbraucherschutztag im Jahr 2011 stand unter dem Motto „Ohne Moos nichts los?! – Konsumiere mit Durchblick!“, mit dem Ziel, interessierten Kindern und Jugendlichen Anregungen zu geben und sie für den Umgang mit Geld und die Bedeutung von Finanzkompetenzen zu sensibilisieren.

Auf Grund einer neuen verbraucherpolitischen Schwerpunktsetzung sowohl hinsichtlich der Zielgruppen als auch des Themenspektrums wurde der Jugendverbraucherschutztag als Einzelmaßnahme ab dem Jahr 2012 nicht mehr fortgeführt.

Es erfolgte eine strategische Neuausrichtung der Verbraucherpolitik in Berlin. Neben Jugendlichen wurden als eine weitere besonders schutzbedürftige Zielgruppe die in Berlin lebenden Menschen mit einem Migrationshintergrund identifiziert.

In einem von der OECD herausgegeben Bericht über statistische Erhebungen wurde erst kürzlich veröffentlicht, dass Deutschland mittlerweile das zweitbeliebteste Einwanderungsland der Welt ist. Im Jahr 2012 kamen rund 400.000 Zuwanderinnen und Zuwanderer nach Deutschland, was einen Anstieg von 38 Prozent zum Vorjahr darstellt. Betroffen davon sind insbesondere die Metropolen wie Berlin, Köln oder München. Diese Menschen sind oftmals unzureichend auf die neuen Lebensbedingungen

vorbereitet und nicht über ihre Rechte als Verbraucherinnen und Verbraucher informiert.

Seit 2012 wird der zielgruppenorientierte Verbraucherschutz daher vorrangig für Menschen mit Migrationshintergrund gefördert, z. B. mit einem Projekt, das vom Türkischen Unternehmer Handwerker e.V. Berlin durchgeführt wird. Im Rahmen des Projektes werden insbesondere Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in Fragen des Verbraucherschutzes ausgebildet, die ihr Wissen dann, bei Bedarf auch in der Muttersprache, an die jeweilige Community, aus der sie stammen, weitergeben, hier zunächst an arabisch- oder türkischstämmige Migrantinnen und Migranten.

2. Ist vom Senat geplant, den Jugendverbraucherschutztag in Zukunft weiterzuführen oder etwas Vergleichbares zu initiieren?

Zu 2.: Eine Weiterführung des Jugendverbraucherschutztages ist nicht vorgesehen. Gegen eine Fortführung sprechen unter anderem die beschränkte und verhältnismäßig geringe Teilnehmerzahl, die Zielgruppenbegrenzung und der punktuelle Charakter der Veranstaltung, deren nachhaltiger Nutzen kaum evaluiert werden kann. Dagegen steht ein hoher finanzieller und organisatorischer Aufwand (mindestens 30 teilnehmende Einrichtungen mit Verbraucherschutzbezug aus den unterschiedlichsten Branchen).

Die stattdessen derzeit in der Vorbereitung und Durchführung befindlichen Vorhaben werden durch wissenschaftliche Expertisen flankiert, sollen die Zielgruppe der Schülerinnen und Schüler bedarfsgerecht und in der Breite erreichen und mit dem Ziel der nachhaltigen Wirksamkeit eingeführt und umgesetzt werden.

Das Ziel ist ein breit angelegtes und systematisches Vorgehen zur Heranführung der Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen an die Verbraucherbildung und Erlangung lebenslanger Verbraucherkompetenzen.

Für die Gewährleistung einer bewussten, gesunden und nachhaltigen Ernährung aller Berliner Verbraucherinnen und Verbraucher von Beginn an wird der Qualitätssicherung des Schulessens eine hohe Bedeutung beigemessen.

Die Senatsverwaltung für Justiz und Verbraucherschutz hat daher die Technische Universität Berlin damit beauftragt, eine Qualitätsstudie für das Schulessen zu erstellen, die als Grundlage für das Ausschreibungsverfahren und zur Entwicklung der Qualitätskontrolle herangezogen werden kann und sollte.

Statistisch gesehen wirft jede Verbraucherin/jeder Verbraucher jährlich rund 82 Kilo Lebensmittel im Wert von rund 235 Euro in den Müll. Den größten Teil machen Obst und Gemüse aus, gefolgt von Brot und Backwaren.

Um die Berliner Verbraucherinnen und Verbraucher für eine höhere Wertschätzung von Lebensmitteln zu sensibilisieren, ihnen die zahlreichen Akteurinnen und Akteure und Organisationen vorzustellen, die sich für eine Wertschätzung von Lebensmitteln einsetzen und gleichzeitig diese Akteurinnen und Akteure untereinander zu vernetzen, veranstaltete die Senatsverwaltung für Justiz und Verbraucherschutz im September 2013 eine Kampagne zum Thema Wertschätzung von Lebensmitteln, mit dem Titel „Wertewochen Lebensmittel“.

In dieser öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungsreihe waren auch viele Angebote für Kinder und Jugendliche enthalten.

Die „Wertewochen Lebensmittel“ werden vom 22.09.-05.10.2014 erneut stattfinden.

Berlin, den 02. Juni 2014

In Vertretung

Sabine Toepfer-Kataw
Senatsverwaltung für Justiz
und Verbraucherschutz

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 05. Jun. 2014)