




verbraucherzentrale

# MEIN ACTION PLANNER

#Verbraucherchecker

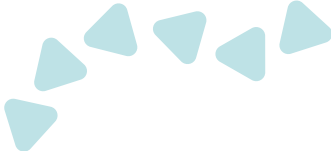


# INHALT




**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 16-23:**  
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 indet 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](http://www.verbraucherchecker.de) an!



Bei Fragen oder Anmerkungen kannst du dich gern an uns wenden:

[verbraucherchecker@vzbv.de](mailto:verbraucherchecker@vzbv.de)

# ICH BIN EIN:E CHECKER:IN IN ...


**Was kannst du richtig gut?** Schreiben, zeichnen, Präsentationen gestalten, singen oder Dinge richtig gut erklären? Notiere hier all deine Checker:innen-Qualitäten:



**Für welche Themen brennst du?** Worüber bist du bereits gut informiert? Was möchtest du anderen gern vermitteln? Schreibe es auf!



**Peer-Scout sein heißt für mich:**



# THEMEN DER VERBRAUCHERBILDUNG

## MEDIEN

Mediennutzung, Beschaffung von Informationen, Datenschutz und Urheberrechte, Soziale Netzwerke und Online-Werbung

## ERNÄHRUNG

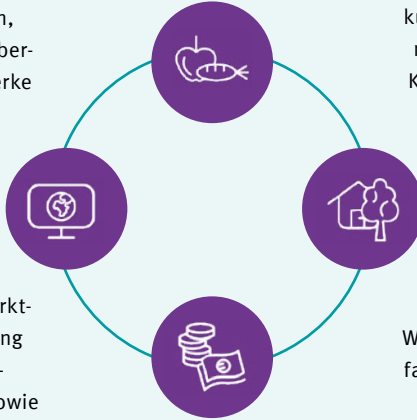
Lebensmittel und ihre Herkunft, Qualität, Kennzeichnung, Wertschätzung und Konsum, gesunde Lebensführung

## FINANZEN

Informationen zum Marktgeschehen, zum Umgang mit Geld, zu Finanzprodukten und Krediten sowie zu Versicherungen und Werbung

## NACHHALTIGKEIT

Mobilität und Wohnen, Wachstum und Wohlstand, fairer Handel sowie Klima, Energie und Ressourcen



Welches Thema interessiert dich besonders? Warum?

A large rectangular area with a teal border, filled with a grid of small dots for writing.

# 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

A grid of dots for writing notes under the 'morgens' section.

A grid of dots for writing notes under the 'unterwegs' section.

A grid of dots for writing notes under the 'während Schule, Uni oder Arbeit' section.

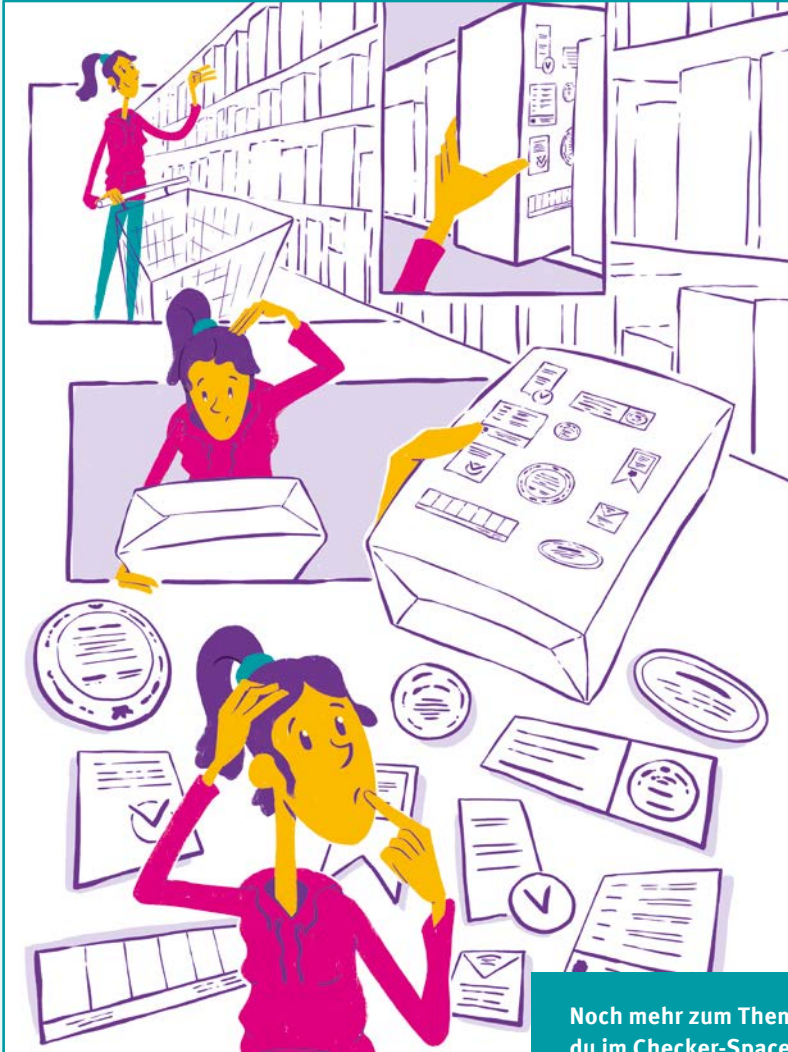
am Nachmittag

abends/am Wochenende

The page features a grid of small dots for note-taking, divided into two columns by a vertical purple line. The left column is labeled 'am Nachmittag' and the right column is labeled 'abends/am Wochenende'. At the bottom of the page, there is a large, thick, yellow curved shape that spans across both columns.

# 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](http://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?

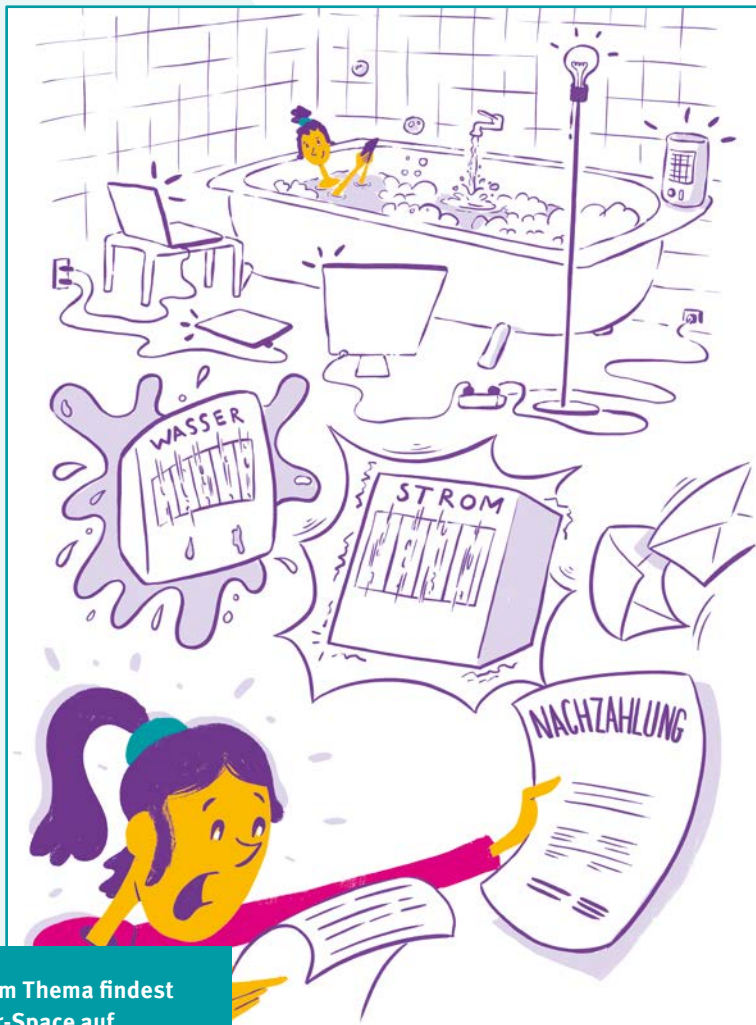
☞ Ja, du darfst Produkte, die du kaufen möchtest, vorher testen. Auch loses Obst und Gemüse darfst du anfassen und auf seine Frische testen.

Noch mehr Infos zum Verbraucherschutz findest du auf [www.verbraucherzentrale.de](http://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](http://www.verbraucherchecker.de)



# CHECK DAS MAL!

## Hast du das gewusst?

- Nutze bei Geschirrspül- und Waschmaschine das **Eco-Programm**. Es benötigt niedrigere Temperaturen und erhitzt 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](http://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](http://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](http://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](http://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 **Werbepbanner** 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.



### Check it!

Beim Abschluss eines neuen Handyvertrags erlischt automatisch mein vorheriger Vertrag?

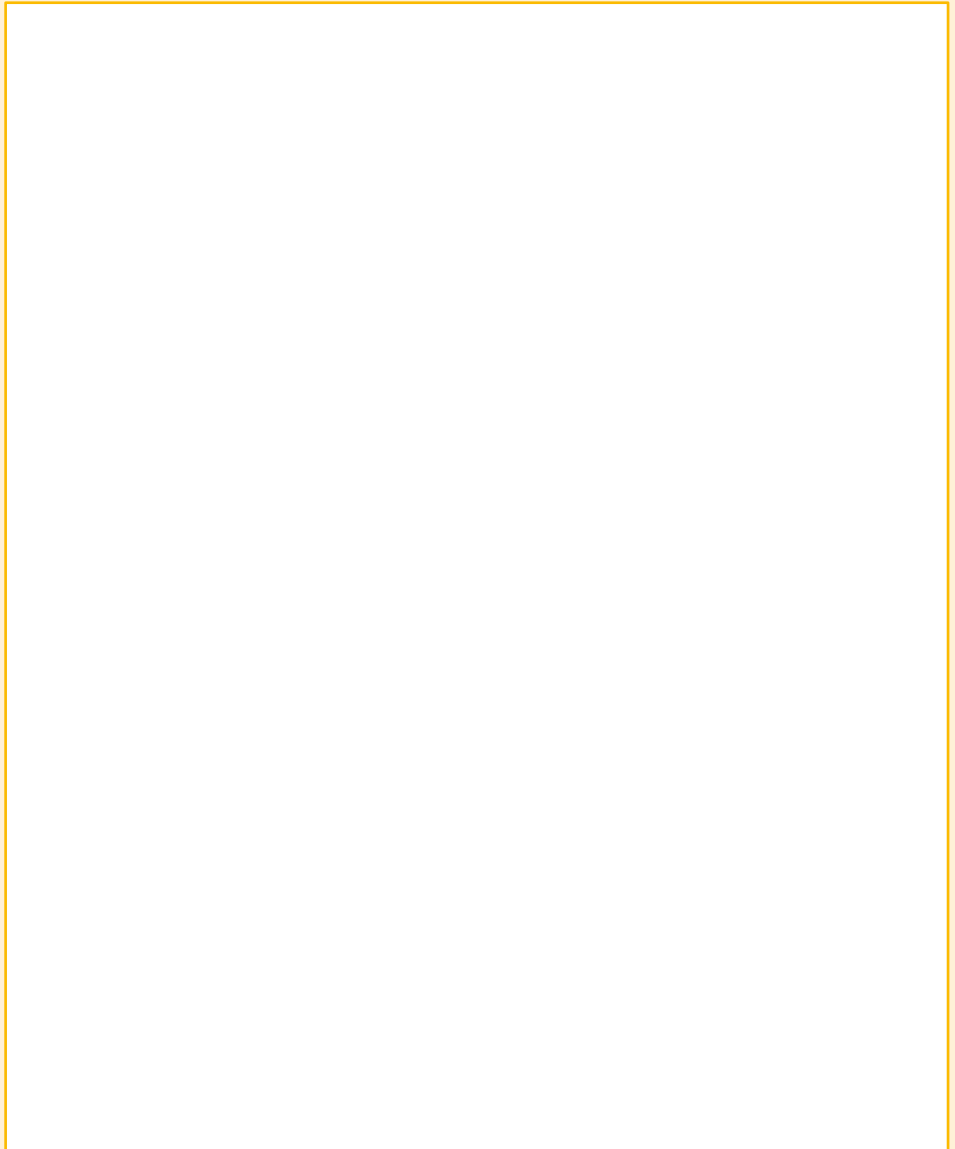
> Nein! Der alte Handyvertrag endet erst mit deiner Kündigung. Achte dabei auf die im Vertrag vereinbarte Kündigungsfrist und lass dir schriftlich die eingegangene Kündigung bestätigen.

Noch mehr Infos zum Verbraucherschutz findest du auf [www.verbraucherzentrale.de](http://www.verbraucherzentrale.de)



# 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](http://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>).

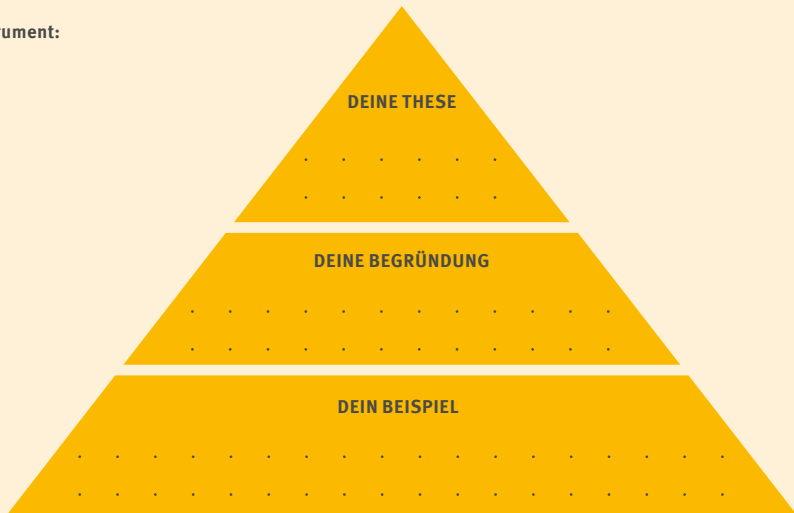
# RICHTIG ARGUMENTIEREN

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

# 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
Text: . . . . . . . . . .

SZENE 2
Text: . . . . . . . . . .

SZENE 3
Text: . . . . . . . . . .

SZENE 4
Text: . . . . . . . . . .

SZENE 5
Text: . . . . . . . . . .

SZENE 6
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: 1920 x 1080 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?

**Zu meinem Team gehören:**

**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.

## 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 RESSOURCEN UND BEDARFE

Wenn du deine Aktion planst, solltest du dir zu Beginn Gedanken darüber machen, was oder wen du für die **Vorbereitung und Umsetzung** deiner Aktion brauchst. Im nächsten Schritt schaust du, welche Ressourcen du bereits hast.

Frage dich: Wieviel Zeit kann ich in die Vorbereitung und Durchführung meiner Aktion stecken? Welche Fähigkeiten bringe ich mit? Welche Fähigkeiten fehlen? Wer kann mich im Projekt unterstützen? Welche Technik kann ich benutzen? Welche Räume und Materialien stehen mir zur Verfügung?

Wenn du deine Aktion mit einem Team zusammen planst, könnt ihr diese Fragen für das ganze Team beantworten.



## 3, 2, 1 ACTION – EINE BEISPIEL-AKTION

### Projektwoche: Energie macht Schule

Schüler:innen organisieren selbständig eine Projektwoche an ihrer Schule zum Thema „Energie sparen und gewinnen“.

Dazu verteilen sie drei Themenschwerpunkte an die Klassen:

- a) Energie sparen durch Sanierung: Von der Heizung bis zu den Fenstern – Was muss am Schulgebäude getan werden, damit keine Energie verloren geht?
- b) Energie selbst gewinnen: Erneuerbare Energien auf dem Schulgelände nutzen – Was ist generell möglich, was können wir realisieren?
- c) Energie sparen im Kleinen: Von der Steckerleiste mit Schalter bis zu sparsamen Leuchtmitteln in den Klassenräumen.

Jede Klasse erhält die Aufgabe, eine realistische Möglichkeit zu erarbeiten und diese am Ende der Woche in der Aula zu präsentieren. Der Wochenablauf sieht so aus:

Am Montag finden sich die Klassenstufen zusammen und besprechen ihren Themenschwerpunkt. Sie setzen sich Ziele und Meilensteine, verteilen Aufgaben, klären ihr Vorgehen und prüfen, an welcher Stelle sie Unterstützung benötigen. An den folgenden Tagen geht es an die Umsetzung und am Freitag präsentieren alle Teams ihre Ergebnisse in der Aula.

# CHECKLISTE: RESSOURCENANALYSE

Schau dir deine Projektidee noch einmal mit dem **Fokus auf deine Ressourcen** an. Erstelle hier eine Liste mit deinen vorhandenen und benötigten Ressourcen:

ICH BRAUCHE ...
... Kompetenzen (im Team):
.....
.....
.....
... Technik:
.....
.....
.....
... Räume und Materialien:
.....
.....
.....
... Stunden Zeit pro Woche:
.....
.....
.....
... sonst noch was?
.....
.....
.....

ICH HABE ...
... Kompetenzen (im Team):
.....
.....
.....
... Technik:
.....
.....
.....
... Räume und Materialien:
.....
.....
.....
... Stunden Zeit pro Woche:
.....
.....
.....
... sonst noch was?
.....
.....
.....

3, 2, 1, Action

### Ein Beispiel

Du planst eine Diskussionsrunde in deiner Schule.  
Du brauchst: Beamer, Mikrofone, Lautsprecher,  
Moderator:in, Absprache mit Schulleitung/  
Lehrer:innen.

**Du hast:** drei Diskutant:innen, Aula der Schule,  
Präsentation für deinen Impulsvortrag, Plakat für  
die Ankündigung.

# 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.

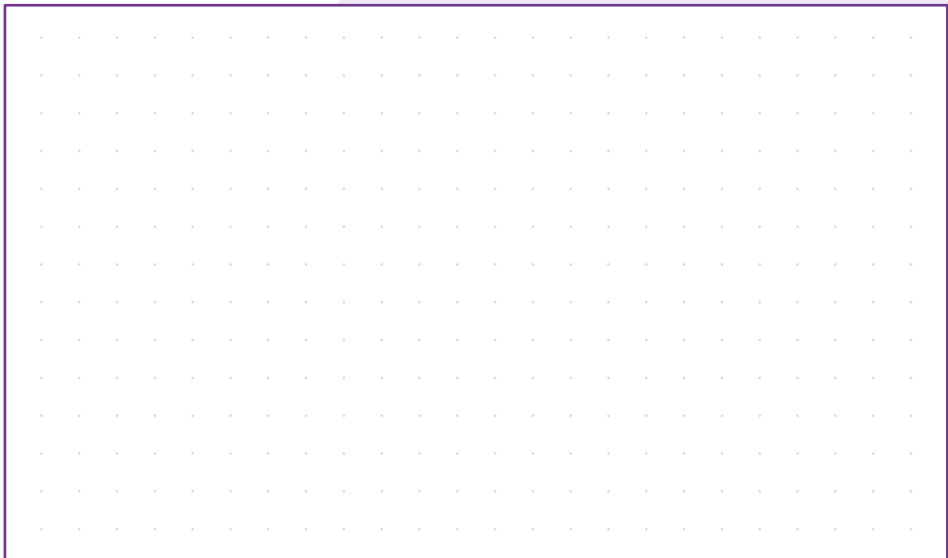
3, 2, 1, Action

DEINE INTERVIEW-FRAGEN:	
#1	
#2	
#3	
#4	
#5	

# 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.



# 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.

3, 2, 1, Action



## HÖREN

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



## HERAUSFORDERUNG

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

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:

## 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?

## BEDÜRFNISSE

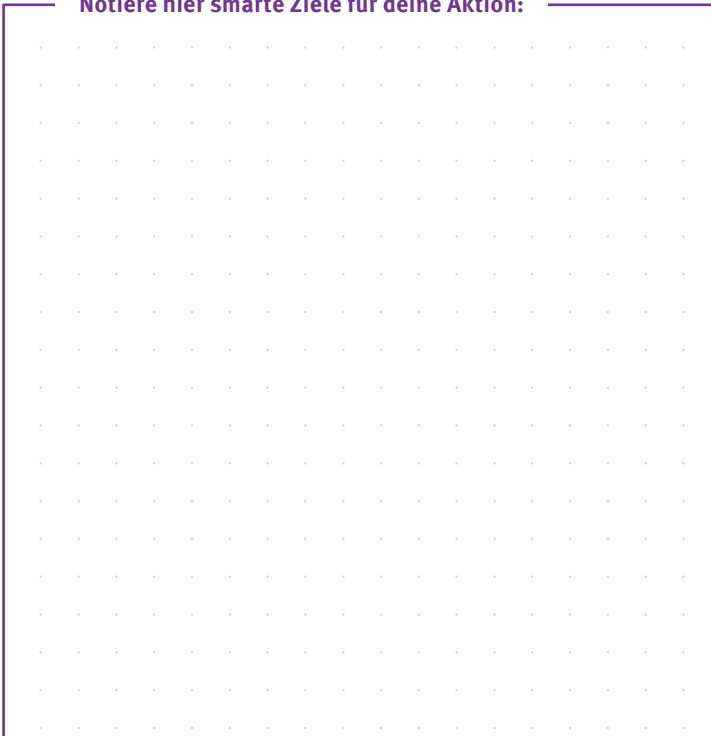
Welche Ziele verfolgt die Person?  
Welche Wünsche hat sie?

# MEINE ZIELE

Um später zu wissen, ob deine Aktion erfolgreich war, musst du dir am Anfang ganz konkrete Ziele setzen. Wenn alle im Team die Ziele kennen, könnt ihr zielgerichtet und motiviert daran arbeiten. Eine Möglichkeit, Ziele zu beschreiben, ist **SMART**:

- S** – spezifisch: Was willst du erreichen?
- M** – messbar: Wie misst du, ob du das Ziel erreicht hast?
- A** – akzeptiert: Sind alle mit den Zielen einverstanden?
- R** – realistisch: Kannst du die Ziele erreichen?
- T** – terminiert: Wann soll das Ziel erreicht sein?

Notiere hier smarte Ziele für deine Aktion:

A large rectangular grid with a light gray border and a background of small, faint dots, intended for writing SMART goals.



# ZEITPLAN UND MEILENSTEINE

Jedes Projekt braucht einen Zeitplan mit **Fristen** und Meilensteinen. **Meilensteine** sind wichtige Zwischenschritte, denen du ebenfalls Fristen zuteilst, um einen besseren Überblick über das gesamte Projekt zu behalten.

Ein Zeitplan hilft dir dabei, Aufgaben fair zu verteilen, effizienter zu arbeiten und Erfolge zu kontrollieren beziehungsweise Probleme schneller vorherzusehen. Ein typischer **Zeitplan** könnte so aussehen:

## Beispiel: Infostand zum Sommerfest

Frist	Meilenstein	Aufgaben	Wer?
04.07.	Konzeption	Inhalte, Ziele und Material festlegen, Kostenplan erstellen	Anna, Emre
18.07.	Stand-organisation	Stand beim Veranstalter buchen, Rahmenbedingungen klären	Anna, Abdul
01.08.	Material-erstellung	Flyer gestalten und drucken, interaktive Angebote entwickeln, Social-Media-Kampagne vorbereiten	Emre, Mia, Nura
25.08.	Ablaufplan	Standbetreuung klären mit Auf- und Abbau, Arbeitsplan erstellen inklusive Social-Media-Betreuung	Anna, Emre, Abdul, Mia, Nura
30.08.	Durchführung	Aufbau, Betreuung, Interaktion, Abbau	Anna, Emre, Mia, Abdul





# 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:

A large rectangular grid with a purple border, intended for self-observation. The grid consists of approximately 20 columns and 30 rows of small dots.

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.



# ZUSAMMENFASSUNG

Schau dir abschließend noch einmal alle Seiten mit dem Titel **3, 2, 1, Action** hier im Action Planner an und fasse deine Aktion auf dieser Seite kurz zusammen. Damit hast du eine gute Grundlage, um anderen dein Projekt vorzustellen.

1. Idee und Zielsetzung

2. Titel

Du kannst dir noch nicht richtig vorstellen, wie das aussehen soll? Dann blättere auf **Seite 48** vor.

## Rahmenbedingungen

Datum, Uhrzeit, Ort, Teilnehmende, ...





# 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](http://www.verbraucherchecker.de)



## DATENSCHUTZ? IM NETZ?!

Organisiere eine Podiumsdiskussion zum Thema „Warum der Schutz meiner Daten so wichtig ist“, in der Stadtbibliothek oder deiner Schulaula. Lade zu dem Panel Expert:innen ein, zum Beispiel eine Verbraucherschützerin, einen Datenschutzbeauftragten und jemanden aus einer Werbeagentur. Wer fällt dir noch ein?



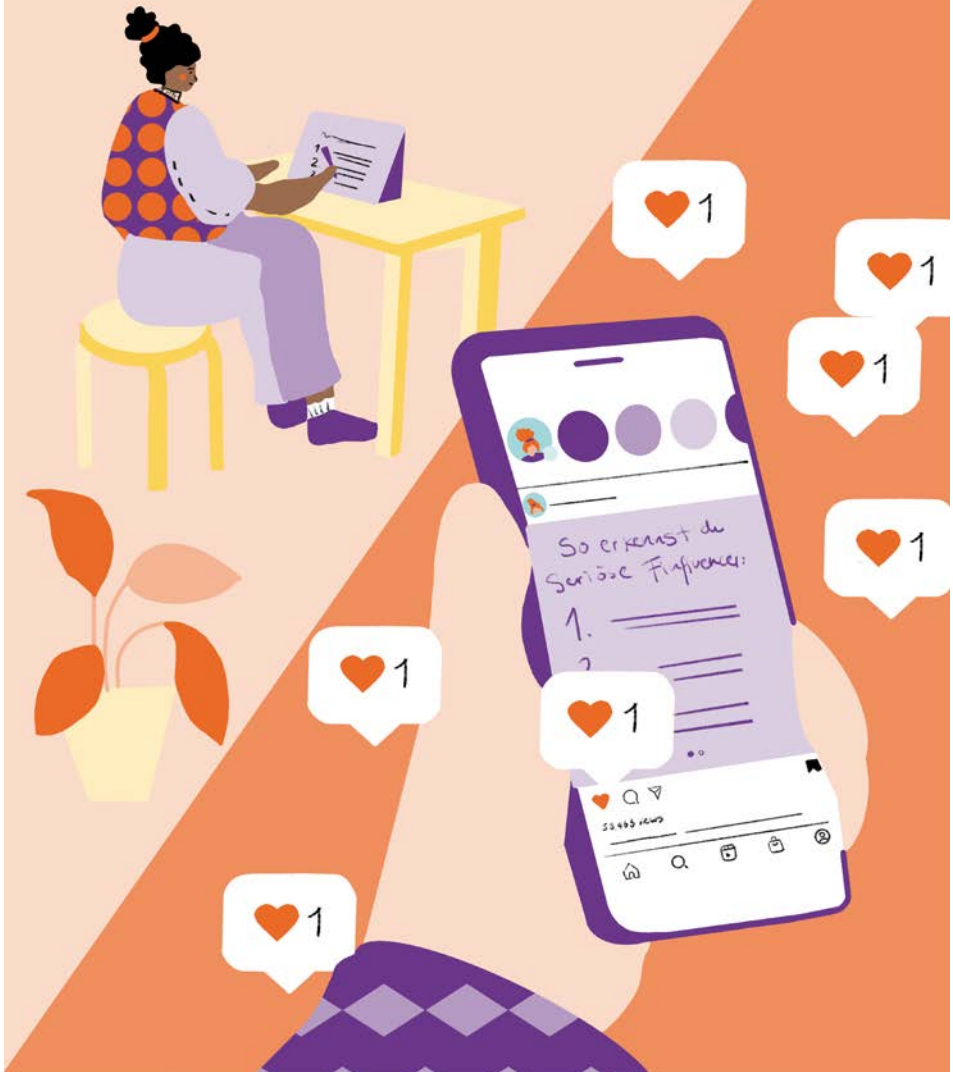
## INVESTIEREN UM ZU SPAREN

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 bringt 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*



### **Rahmenbedingungen**

Datum, Uhrzeit, Ort, Teilnehmende, ...

*Ort: Sporthalle, Aula*

*Datum/Zeit: Freitagnachmittag oder am Wochenende, vielleicht zum Sommerfest*



### 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.         |
| <b>Start</b>                | <b>Abschluss</b>                      |
| - Verkaufssystem entwickeln | - Auf- und Abbau am Veranstaltungstag |

## 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](http://www.vzbv.de)

## Für den Inhalt verantwortlich

Ramona Pop, Vorständin des Verbraucherzentrale Bundesverbands e. V.

## Redaktion

Dörte Adam-Gutsch, Florence Rothe  
Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.  
[www.verbraucherchecker.de](http://www.verbraucherchecker.de)

## Konzeption, Gestaltung und Text

KF Education  
[www.kf-education.com](http://www.kf-education.com)

## Aktualisierung und Illustrationen (S. 42 – 50)

TAU GmbH  
[www.tau-berlin.com](http://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](http://www.verbraucherchecker.de)  
[www.instagram.com/verbraucherchecker](https://www.instagram.com/verbraucherchecker)

