



AUSZEICHNUNG

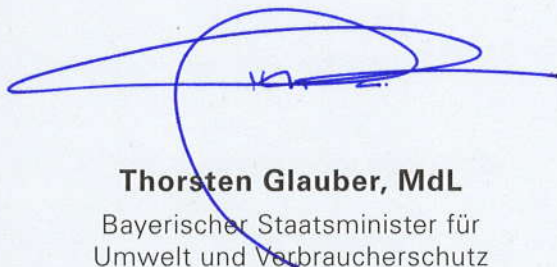
TRAINER/-IN

Verbraucherbildung Bayern Finanzen und Versicherung

Kristina Häfner

Diese Anerkennung berechtigt zum Führen des Titels *Trainer/-in Verbraucherbildung* und zur Verwendung des markenrechtlich geschützten Qualitätssiegels „Verbraucherbildung Bayern“. Trainer/-innen Verbraucherbildung vermitteln Wissen und Kompetenzen rund um den Konsumalltag und bürgen mit dem Siegel für Neutralität und Unabhängigkeit der Bildungsangebote.

Gültigkeit der Auszeichnung: 1.12.2020 - 30.11.2023



Thorsten Glauber, MdL
Bayerischer Staatsminister für
Umwelt und Verbraucherschutz

Qualitätskriterien für Trainer/-innen Verbraucherbildung Bayern im Bereich Finanzen und Versicherungen

Personen, die das Qualitätssiegel zur Bewerbung von Verbraucherbildungsangeboten nutzen (Nutzer), verpflichten sich, die Qualitätskriterien in den Bereichen Durchführung von Bildungsangeboten, Zusammenarbeit mit Bildungsträgern sowie Unabhängigkeit und Neutralität einzuhalten.

1. Bildungsangebote

a. Ziele:

Übergeordnetes Ziel des Bildungsangebotes ist es, Verbraucherinnen und Verbrauchern zu Souveränität und Orientierung im Alltag zu verhelfen und sie mit neutralen und seriösen Inhalten dabei zu unterstützen, ihre individuellen Bedarfe zu erkennen und selbstbestimmt die für sie individuell passenden und angemessenen Konsumlösungen zu finden. Dem Bildungsangebot sollten konkrete Lernziele zugrunde liegen, die dem übergeordneten Ziel förderlich sind.

b. Zielgruppe(n):

Das Bildungsangebot muss sich an Verbraucherinnen und Verbraucher richten und sollte hinsichtlich der gewählten Themen, Methoden und Inhalte auf die Bedürfnisse einer präzise definierten Zielgruppe bzw. mehrerer präzise definierter Zielgruppen abgestimmt sein. Die gewählte/n Zielgruppe(n), z.B. Senioren, Jugendliche, Migranten, sollte/n gut zu erreichen sein.

c. Inhalte:

Die Inhalte stellen ein Bildungsangebot dar und sind damit klar von einem individuellen Beratungsangebot abzugrenzen. Individuelle Bedarfe sind an produkt- und anbieterneutrale Beratungsstellen zu verweisen. Die Inhalte müssen hinsichtlich der gewählten Zielgruppe(n) relevant und realitätsnah sein. Sie sollten den aktuellen Wissensstand in den Themenfeldern widerspiegeln und für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine Hilfestellung für die konkrete Umsetzung, etwa eine Problemstellung im Alltag, darstellen. Dies sollte durch die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen erfolgen, also der Vermittlung „erwerbbarer“ allgemeine(r) Fähigkeiten, Einstellungen und Wissens Elemente, die bei der Lösung von Problemen und beim Erwerb neuer Kompetenzen in möglichst vielen Inhaltsbereichen von Nutzen sind, so dass eine Handlungsfähigkeit entsteht, die es ermöglicht, sowohl individuellen als auch gesellschaftlichen Anforderungen gerecht zu werden.¹

¹ Orth (1999). Schlüsselqualifikationen an Deutschen Hochschulen: Konzepte, Standpunkte und Perspektiven. S. 107. Neuwied: UVW

d. Methoden:

Bei der Vermittlung der Inhalte sollten mehrere Methoden zum Einsatz kommen (z. B. Vortrag, Gruppenarbeit, Rollenspiel, Diskussion), die die Inhalte angemessen transportieren und auf die Bedürfnisse der Zielgruppe(n) abgestimmt sind.

e. Teilnehmeransprache:

Für die Bewerbung des Bildungsangebotes sollten geeignete Vertriebswege genutzt werden. Bewerbungsunterlagen, wie Flyer und Ausschreibungstexte, sind auf die Zielgruppe(n) auszurichten.

f. Qualitätsmanagement:

Wenn das Bildungsangebot eigenständig und unabhängig von einer Bildungseinrichtung durchgeführt wird, sollte es in Form von Teilnehmerbefragungen regelmäßig evaluiert werden und die Ergebnisse in die Weiterentwicklung des Angebotes einfließen. Die angebotenen Veranstaltungen und Teilnehmerzahlen werden alle zwei Jahre anhand des zur Verfügung gestellten Dokumentations- und Evaluationsbogen an das StMUV gemeldet.

2. Zusammenarbeit mit Bildungsträgern

Das Bildungsangebot sollte mit Trägern bzw. Kooperationspartnern durchgeführt werden, die zu den Inhalten und der Zielgruppe des Bildungsangebotes passen. Träger und Kooperationspartner dürfen nicht in Widerspruch zu den Qualitätskriterien stehen.

3. Unabhängigkeit und Neutralität

Unabhängigkeit und Neutralität besitzen höchste Priorität in der Verbraucherbildung.

a. Wirtschaftliche Unabhängigkeit

• **Anbieterunabhängigkeit:**

Nutzer dürfen keinen wirtschaftlichen Vorteil aus einer haupt- oder nebenberuflichen Tätigkeit für Anbieter von Versicherungs- und Finanzprodukten oder von Unternehmen, die über derartige Produkte geschäftsmäßig beraten oder sie vermitteln und dafür von den Produktanbietern wirtschaftliche Vorteile empfangen, erhalten oder in sonstiger Weise von ihnen abhängig sein.

• **Produktunabhängigkeit:**

Die Produktunabhängigkeit gilt als nicht erfüllt, wenn ein Nutzer haupt- oder nebenberuflich Versicherungs- und Finanzprodukte auf Provisionsbasis vermittelt. Bei der Bewerbung oder Durchführung der Bildungsangebote darf keine Werbung bzw. Absatzförderung für Produkte oder Dienstleistungen eigener oder fremder Firmen/Unternehmen betrieben werden. Ausgenommen sind Angebote für anbieter- und produktunabhängige Bildungsveranstaltungen.

b. Ideologische Neutralität

Es dürfen keine parteipolitischen Aktivitäten im Zusammenhang mit der Tätigkeit in der Verbraucherbildung betrieben werden. Nutzer äußern keine rassistischen, faschistischen, die Menschenwürde verletzenden oder sonstigen ideologisch geprägten Meinungen. Referenten sind nicht Mitglied in einer radikalen Vereinigung.