

Leistungsbeschreibung (Anlage 1)

Aktenzeichen: 2026-0364

Qualitative Fokusgruppen / Einzelinterviews mit jugendlichen Verbraucher:innen

4. September 2026

Inhalt

I. Vorbemerkung	3
II. Problemstellung	3
III. Zielsetzung	3
IV. Aufgabenstellung	4
V. Anforderung an das Angebot	6
VI. Zeitplan	7

I. Vorbemerkung

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) bündelt als Dachverband die Expertise von 16 Verbraucherzentralen und mehr als 30 verbraucherpolitischen Verbänden - darunter über 2.000 Organisationen und sieben Millionen Einzelmitglieder - für einen starken Schutz der Verbraucher:innen in Deutschland. Der vzbv ist die Stimme der Verbraucher:innen – und damit eine entscheidende Kraft in der Politik. Wir wissen, was Verbraucher:innen bewegt und verschaffen ihnen Gehör bei Politik, Wirtschaft und Verwaltung. Strukturelle Missstände decken wir auf, benennen Verbraucherprobleme und entwickeln Lösungen. So tragen wir dazu bei, dass Märkte transparent und gerecht gestaltet werden.

II. Problemstellung

Im Jahr 2026 möchte der vzbv als Auftraggeber (AG) Evidenz zum Verbraucheralltag junger Menschen sammeln und dafür eine qualitative Befragung mit einem Auftragnehmer (AN) durchführen.

Im Mittelpunkt steht dabei die Perspektive der jungen Menschen selbst: Statt über junge Verbraucher:innen zu sprechen, soll direkt mit ihnen über ihre Erfahrungen, Herausforderungen und Bedürfnisse gesprochen werden. Die Untersuchung soll dazu beitragen, die Stimmen junger Menschen stärker in politische Debatten einzubringen und den Nachweis zu erbringen, dass verbraucherpolitische Forderungen an konkreten Erfahrungen und Bedürfnissen junger Verbraucher:innen anknüpfen.

III. Zielsetzung

Ziel der Untersuchung ist es, ein vertieftes Verständnis dafür zu gewinnen, wie junge Menschen ihren Verbraucheralltag wahrnehmen, welche Rolle Verbraucherfragen in ihrem Leben spielen und welche Erwartungen sie an Verbraucherschutz und Verbraucherpolitik haben.

Die Untersuchung verfolgt einen bewusst explorativen und qualitativen Ansatz. Sie soll zum einen bislang in der Arbeit des vzbv möglicherweise wenig beachtete oder neue Themenfelder im Verbraucheralltag junger Menschen identifizieren. Zum anderen sollen die Gespräche mit jungen Menschen dazu beitragen, bestehende verbraucherpolitische Forderungen und Positionen stärker mit den Erfahrungen und Perspektiven der Zielgruppe zu unterlegen.

Die Untersuchung dient damit der Themenfindung und der Entwicklung authentischer Geschichten, Narrative und Praxisbeispiele, die verdeutlichen, wie sich verbraucherpolitische Herausforderungen aus Sicht junger Menschen darstellen. Daraus soll der vzbv Impulse für die weitere strategische und verbraucherpolitische Arbeit des Verbands entwickeln können.

Themenschwerpunkte

Die Studie soll insbesondere beleuchten, in welchen Situationen sich junge Menschen überhaupt als Verbraucher:innen verstehen. Betrachtet werden sollen sämtliche Bereiche, in denen junge Menschen als Verbraucher:innen agieren und Schutzbedarfe haben (z. B. digitale Welt, Ernährung

und Gesundheit, Finanzen, Mobilität, Wohnen, Bildung). Teilnehmende könnten beispielsweise zunächst über ihren Alltag, ihre Entscheidungen und Erfahrungen beim Einkaufen, bei Verträgen, beim Wohnen, bei Mobilität, Finanzen, Gesundheit, Nachhaltigkeit oder der Nutzung digitaler Angebote sprechen. Auf dieser Grundlage soll untersucht werden, welche Aspekte ihres Lebens sie selbst als verbraucherrelevant wahrnehmen und wo sie Probleme oder Unsicherheiten erleben. Darüber hinaus soll erfasst werden, welche Verbraucherprobleme junge Menschen in Zukunft erwarten, wo sie Schutzbedarfe sehen und in welchen Bereichen sie sich eine stärkere Regulierung oder Unterstützung wünschen.

Bisherige Untersuchungen des vzbv zum Thema

Die Untersuchungsergebnisse sollen bestehende Untersuchungen des vzbv sinnvoll erweitern:

- Verbraucherreport (jährliche Veröffentlichung)
- Meta-Studie zum Thema „Junge Menschen und Konsum“ (2024)
- Jahresendbefragung 2025 zu Finanzbildung und Digitaler Bildung.

IV. Aufgabenstellung

Wir erwarten fundierte Erkenntnisse über den Verbraucheralltag junger Menschen sowie authentische Zitate und O-Töne, die für die Kommunikation und politische Interessenvertretung des vzbv genutzt werden können.

Die übergeordneten Fragestellungen lauteten:

- Wie nehmen junge Menschen ihren Verbraucheralltag wahr? Was sind die größten Herausforderungen für ihren Verbraucheralltag, auf welche Hindernisse stoßen sie? Wie geschützt fühlen sie sich als Verbraucher:in?
- Welche Rolle spielen Verbraucherfragen im Leben junger Menschen? Denken sie über ihre Rolle im Markt nach und wie bewerten sie diese?
- Wo nehmen sie sich selbst als Verbraucher:innen wahr? Sind sie sich ihrer Rolle als Verbraucher:innen überhaupt bewusst? In welchen Konsumbereichen (Ernährung, Finanzmarkt, Online-Handel,...) sind sie das eher, in welchen Bereichen weniger oder ggf. gar nicht?
- Welche Erwartungen haben junge Menschen an den Verbraucherschutz und die Verbraucherpolitik? Worum sollte Verbraucherschutz sich (in Zukunft) aus ihrer Sicht kümmern?

Methodik

Aufgrund des explorativen Charakters der Untersuchungsfragen kommen als qualitatives Verfahren vertiefende Einzelinterviews mit jungen Menschen in verschiedenen Altersgruppen ab 14 Jahren in Frage.

Alle dafür zu kalkulierenden Kosten sind in das beigefügte Preisblatt (Anlage 3) einzufügen. Zur Anzahl, Länge und Proband:innen-Zusammenstellung von Einzelinterviews soll der AN mit dem Angebot eine Empfehlung angeben. Das konkrete methodische Vorgehen stimmen AG und AN nach Zuschlagserteilung in einem Kickoff-Video-Call ab.

Leistungsbeschreibung

(Anlage 1) 2026-0364

Für Einzelinterviews bitten wir um die Kalkulation von

- a) 10 Einzelinterviews
- b) sowie die Kosten für je zwei weitere Einzelinterviews (optionale Leistung)

mit einer Länge von 45 bis 60 Minuten.

Die Interviews sollen bundesweit gestreut sowie online durchgeführt werden.

Proband:innen

Als Proband:innen sollen junge Menschen ab 14 Jahren bis max. 20 Jahren eingebunden werden.

Die Teilnehmenden sind so zu rekrutieren, dass ein guter Mix hinsichtlich Geschlechts, Bildungsweg, kulturellem Hintergrund, sozioökonomischer Lebenssituation und Wohnort entsteht. Ziel ist keine statistische Repräsentativität, sondern eine möglichst große Vielfalt an Perspektiven, um unterschiedliche Lebenswelten und Erfahrungen von Jugendlichen abzubilden.

Eine genaue, sinnvolle Altersaufstellung Zusammenstellung der Proband:innen nach Alter und den oben genannten Aspekten soll mit dem Angebot vorgeschlagen werden.

Als Unterstützung in der Rekrutierung kann ein Aufruf zur Teilnahme über Kanäle des Deutschen Bundesjugendrings gestreut werden.

Vorgehensweise

Erwartete Leistungen im Rahmen der Kalkulation:

- **Projektbetreuung und -organisation** durch eine:n zentrale:n und erfahrene:n Projektleiter:in (abgeschlossenes wissenschaftliches Hochschulstudium und mindestens 3 Jahre einschlägige Berufserfahrung)
- **Kick-Off Video-Call**, um gemeinsames Verständnis und genaue Vorgehensweise abzustimmen
- **Erstellung eines Interviewleitfadens** durch den AN in enger Abstimmung mit dem AG zu konkreten Fragestellungen und Inhalten mit bis zu drei Abstimmungsrunden
- **Rekrutierung und Incentivierung** der Teilnehmer:innen
- **Durchführung** der Einzelinterviews durch max. drei Interviewer:innen. Die Befragung soll in deutscher Sprache online durchgeführt werden. Dem AG soll die Möglichkeit gegeben werden, in die ersten Interviews reinzuhören und ggf. kleinere Anpassungen/Ergänzungen am Leitfaden vorzunehmen.
- **Auswertung** der Einzelinterviews auf Basis von Transkripten durch mindestens eine:n erfahrene:n Expert:innen.
- Die Ergebnisse inkl. Zitaten und grafischen Darstellungen werden dem AN als **detaillierter, verständlicher Bericht** als Fließtext (ca. 30 Seiten Word-Bericht, Schriftgröße 11) zur Verfügung gestellt. Außerdem liefert der AN eine Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse auf maximal 6 Seiten.
- **Barrierefreiheit des Ergebnisberichts**

Leistungsbeschreibung

(Anlage 1) AZ: 2026-0364

Der Auftragnehmer erstellt das Ergebnisbericht als barrierefreies Word-Dokument (max. 30 Seiten) auf der vom vzbv in der Anlage 7 zur Verfügung gestellten Word-Vorlage. Dabei sind insbesondere folgende Punkte zu beachten:

- Verwendung der in der Vorlage angelegten Formatvorlagen (auch für Tabellen)
- Verwendung einer konsistenten Überschriftenhierarchie
- Verwendung einer möglichst einfachen und verständlichen Sprache
- Vergabe von Alternativtexten für Bilder und Grafiken
- Durchführung der in Word integrierten Barrierefreiheitsprüfung

Details dazu können Sie dem vzbv-Leitfaden für barrierefreie Word-Dokumente entnehmen. Dieser liegt den Vergabeunterlagen als Anlage 8 bei.

- **Präsentation und Diskussion der Auswertung** mit dem AG in einem max. einstündigen Video-Call
- **kostenfreie und zeitnahe Korrektur** eindeutig durch den Auftragnehmer verursachter Erhebungs-, Auswertungs- und/oder Darstellungsfehler
- Der AN soll die Befragten nach Abschluss des Interviews fragen, ob sie künftig vom AG zu Rückfragen oder weiteren Aktivitäten im Themenfeld kontaktiert werden möchten. Die Zustimmung ist freiwillig. Eine Übermittlung personenbezogener Kontaktdaten an den Auftraggeber erfolgt nur bei ausdrücklicher Einwilligung der betreffenden Person.
- optionale Inanspruchnahme durch Auftraggeber: zusätzliche Interviews + Bereitstellung der Transkripte (separate Kalkulation im Preisblatt)

Wir erwarten transparente Leistungserbringung, inklusive E-Mail-Kommunikation mit allen Projektbeteiligten, regelmäßiger Information zum Projektstatus, zur Durchführung der Analysen sowie der Auswertung und Präsentation der Ergebnisse.

V. Anforderung an das Angebot

Das Angebot soll folgende Punkte enthalten:

- Konzept mit Empfehlungen für die genaue Anwendung der beschriebenen Methode mit Begründungen zur Stichprobe, Rekrutierung, Testdauer und Durchführung, Qualitätssicherung in den einzelnen Projektschritten (z. B. Sicherstellung von Interoderreliabilität), (max. 4 DIN- A4-Seiten, Schriftgröße 11)
 - Benennen Sie drei konkrete, zum Erkenntnisinteresse und Untersuchungsdesign passende, Fragen an die Teilnehmenden, die Sie beispielhaft für den Interviewleitfaden empfehlen
 - Benennung der Personen mit einschlägigen Erfahrungen, die den Auftrag durchführen
 - Zeitplan für die realistische Durchführung der Befragung und die Erstellung des Ergebnisberichts
- Die beschriebenen Anforderungen gehen im Rahmen der Zuschlagskriterien in die Wertung ein.

Das Pauschalangebot soll umfassen:

- Organisation, Projektleitung, Beratung

Leistungsbeschreibung

(Anlage 1) 2026-0364

- Entwicklung des Leifadens
- Rekrutierung, Incentivierung und Einverständniserklärungen der Eltern (bei Minderjährigen)
- Interviewdurchführung
- Analyse und Auswertung
- Berichtslegung inkl. Ergebnisbericht und Online-Abschlusspräsentation
- Optional: Kosten für je zwei weitere Einzelinterviews
- Optional: Bereitstellung der transkribierten Interviews als Text-Datei (MS Word)

Bitte beachten Sie, dass im Pauschalpreis alle Kosten enthalten sein müssen. Es können keine Kosten nachträglich in Rechnung gestellt werden.

VI. Zeitplan

Die Untersuchung inklusive Auswertung und Ergebnispräsentation muss im Jahr 2026 durchgeführt werden. Der Zeitplan ist wie folgt:

- Kick-off-Termin: Anfang Oktober
- Durchführung der Interviews: bis ca. 9. November 2026
- Einreichung des finalen Ergebnisberichts inkl. Zusammenfassung in schriftlicher Form und Präsentation in einem Video-Call: bis 30. November 2026
- Rechnungsstellung: Anfang Dezember 2026