Ökonomische Verbraucherbildung; Richtlinien für die Umsetzung an bayerischen Schulen

KWMBl. 2010 S. 22

2230.1.1.1.1-K

Ökonomische Verbraucherbildung

Richtlinien für die Umsetzung an bayerischen Schulen

Gemeinsame Bekanntmachung der Bayerischen Staatsministerien

für Unterricht und Kultus

und

der Justiz und Verbraucherschutz

vom 14. Dezember 2009 Az.: III-5 S 4400.11-6.132 329, Az.: V3016-XI-3295/2009

Präambel

Das wachsende Angebot an Konsummöglichkeiten stellt Kinder, Jugendliche und Erwachsene vor neue Herausforderungen. Ergänzend zur Vermittlung von ökonomischem Wissen und Alltagskompetenz im Elternhaus hat die Schule die Aufgabe, Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene zur Folgenabschätzung ihres Konsumhandelns für den eigenen Alltag zu befähigen.

Die vorliegenden Richtlinien setzen den Schwerpunkt daher auf die ökonomische Verbraucherbildung. Die Richtlinien haben den Zweck, die Bedeutung der ökonomischen Verbraucherbildung hervorzuheben und als fächerübergreifendes Thema stärker zu verankern.

1. Grundlagen

1.1 Ausgangslage

Wirtschaftliches Wachstum und technischer Fortschritt kennzeichnen das Leben in den westlichen Industrieländern und verändern kontinuierlich die Lebensbedingungen. Im Bereich der Wirtschaft und der Finanzen verfügen viele Verbraucher nicht über ausreichende Kompetenzen. Sie haben immer häufiger Schwierigkeiten, mittels entsprechender Fähigkeiten und Fertigkeiten, gestützt auf wertgebundene Einstellungen, ihren Konsumalltag zu bewältigen.

Gerade bei Kindern und Jugendlichen sind teils erhebliche Defizite im Bereich der Verbraucherkompetenz feststellbar. Sie haben ein vergleichsweise hohes Anspruchsniveau, was sich in entsprechenden Konsumwünschen äußert. Verstärkt werden diese Wünsche durch zahlreiche Konsumangebote, die zunehmend auch im Internet Verbreitung finden. Zudem werden Kinder und Jugendliche von Unternehmen gerne als eigenständige Käufergruppe beworben. Konsequenzen finanzieller und rechtlicher Art sind für viele aber nur schwer abschätzbar, so dass es vielfach bereits bei jungen Verbrauchern zur Ver- bzw. Überschuldung kommt.

Aus diesem Grund sind bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen weitere schulische Bildungsmaßnahmen im ökonomischen Bereich unumgänglich. Diese dienen dem Einzelnen wie der Gesellschaft. Eine gezielte Unterstützung in Form einer frühzeitigen ökonomischen Verbraucherbildung ist daher dringend erforderlich. Dabei gilt es, nicht nur Grundlagen wirtschaftlichen Handelns, sondern auch verbraucherorientierte Kompetenzen zu vermitteln. Dies gelingt besonders dann, wenn der Unterricht die Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler einbezieht.

1.2 Definition „Verbraucherbildung“

Verbraucherbildung beschreibt Qualifizierungsmaßnahmen, die über konsumbezogene Inhalte informieren und ein verantwortungsbewusstes Verbraucherverhalten schulen. Sie bezieht sich auf alle Bereiche des menschlichen Lebens, in denen Konsum stattfindet, wie z.B. Ernährung, Gesundheit, Wohnen, Mobilität, Freizeit, Sport und vieles mehr. Gegenstand der Verbraucherbildung sind aber nicht nur produkt- und dienstleistungsbezogene Inhalte, sondern auch – von den oben genannten Themen unabhängig – ökonomische, ökologische, technische, rechtliche, politische, kulturelle, ethische sowie sozial- und naturwissenschaftliche Dimensionen im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung.

Das wachsende Problem der privaten Ver- und Überschuldung unterstreicht den Handlungsbedarf im Bereich der ökonomischen Verbraucherbildung und rechtfertigt die Eingrenzung der vorliegenden Richtlinien auf die ökonomischen Aspekte. Diese nehmen die Handlungen und Strategien am Markt in den Blick, z.B. Finanzierung (Beschaffung, Verwaltung und Verwendung finanzieller Mittel), Information, Recht und Marketing.

1.3 Querverbindungen zu anderen Richtlinien

Neben den ökonomischen Aspekten werden weitere Themenfelder der Verbraucherbildung in der Schule in folgenden Bereichen behandelt:

Gesundheits- und Ernährungsbildung

Erhalt und Förderung der Gesundheit und damit Ernährungs- und Gesundheitsbildung stehen in unmittelbarem Zusammenhang mit ökonomischer Verbraucherbildung. So beinhalten Entscheidungen zum Verzehr von Nahrungs- und Genussmitteln sowie deren Auswahl, Zubereitung und Lagerhaltung neben rein gesundheitlichen auch wesentliche ökonomische Aspekte. Reflektiertes Ess- und Gesundheitsverhalten spiegelt sich in sorgsam überlegten Konsumentscheidungen wieder. Zur Gesundheits- und Ernährungsbildung geben die „Empfehlungen zur Schulverpflegung“ (herausgegeben von den Staatsministerien für Umwelt und Gesundheit sowie Unterricht und Kultus im Mai 2007) sowie das „Landesprogramm für die gute gesunde Schule Bayern“ des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus (Bekanntmachung vom 23. Juni 2008 (KWMBl S. 195)) ausführliche Hinweise.

Umweltbildung

Umweltbildung an Schulen zielt darauf ab, Kinder und Jugendliche für ökologisches Handeln zu sensibilisieren und sie auf Dimensionen nachhaltigen Handelns wie Sozialverträglichkeit und Wirtschaftsverträglichkeit aufmerksam zu machen. Neben ökologischen Gesichtspunkten wie kurzen Transportwegen und umweltverträglicher Verpackung werden auch wirtschaftliche Gesichtspunkte wie Preisbildung und Vermarktungsstrategien thematisiert. Zur Umweltbildung liegt eine Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vor (Bekanntmachung vom 22. Januar 2003 (KWMBl I S. 61)).

Medienbildung

Medienbildung ist als fächerübergreifendes Ziel in den Lehrplänen aller Schularten implementiert. Die Erziehung zu einem sinnvollen, effizienten, verantwortungsvollen und kompetenten Umgang mit Medien – traditionellen und neuen, gedruckten und audiovisuellen, analogen und digitalen – ist ein grundlegendes pädagogisches Erfordernis. Medienbildung thematisiert u. a. Aufgaben und Funktionsweise von Medien, z.B. ihre Rolle im Bezug auf den Verbraucher (Werbung usw.). Die Auseinandersetzung mit verschiedenen Medien, mit datenschutz- und urheberrechtlichen Rahmenbedingungen, mit der Gestaltung von Medien und mit ihrer kritischen Nutzung beinhaltet daher ein hohes Maß an ökonomischer Verbraucherbildung. Zur Medienbildung liegt eine Bekanntmachung des Bayerischen Staatsministeriums für Unterricht und Kultus vor (Bekanntmachung vom 15. Oktober 2009 (KWMBl S. 358)).

2. Zweck und Adressatenkreis der Richtlinien

2.1 Zweck der Richtlinien

Die Richtlinien haben den Zweck, die Bedeutung der ökonomischen Verbraucherbildung hervorzuheben und als fächerübergreifendes Thema stärker zu verankern. Dabei geht es vor allem darum, die Schulfamilie mehr für die Einbindung von ökonomischer Verbraucherbildung in den Schulalltag zu sensibilisieren, die Vernetzung mit externen Partnern zu fördern, die Bildung von Netzwerken zwischen Schulen anzuregen und eine Grundlage für das breite Angebot zur Aus- und Fortbildung sowie für Unterrichtsmaterialien zu bilden.

2.2 Adressatenkreis

Ökonomische Verbraucherbildung wird an bayerischen Schulen in allen Schularten und über die einzelnen Jahrgangsstufen hinweg vermittelt: Die Inhalte werden zum einen fachübergreifend unterrichtet (Deutsch, Katholische Religionslehre/Evangelische Religionslehre/Ethik, Erdkunde/Geographie, Geschichte, Sozialkunde). In den weiterführenden Schulen sind zum anderen die Inhalte einem Leitfach zugeordnet, in dessen Lehrplan die ökonomische Verbraucherbildung fest verankert ist (Arbeit-Wirtschaft-Technik an der Hauptschule, Betriebswirtschaftslehre/Rechnungswesen bzw. Wirtschaft und Recht an der Realschule, Betriebswirtschaft an der Wirtschaftsschule, Wirtschaft und Recht am Gymnasium, Wirtschaftslehre an der Beruflichen Oberschule, Sozialkunde an Berufsschulen).

Die vorliegenden Richtlinien wenden sich an die ganze Schulfamilie, vor allem aber an die Lehrkräfte aller Schularten. Diese werden angeregt, die einzelnen Aspekte der ökonomischen Verbraucherbildung im Unterricht zu thematisieren und den Schülerinnen und Schülern die Alltagsrelevanz der Lerninhalte deutlich zu machen. Dies ist auch in Form von größeren Projekten oder Projektwochen sowie durch eine Verankerung im Schulprogramm denkbar.

3. Aufgaben, Ziele und Inhalte der ökonomischen Verbraucherbildung

3.1 Aufgaben

Das zentrale Anliegen der schulischen ökonomischen Verbraucherbildung ist es, den jungen Konsumenten Orientierungshilfen und Leitlinien für ihr Konsumverhalten an die Hand zu geben, damit sie zur Folgenabschätzung ihres Konsumhandelns befähigt werden. Sie sollen lernen, für ihr Konsumhandeln Verantwortung zu übernehmen und erkennen, wie sie die Rahmenbedingungen ihres Handelns selbst aktiv gestalten können. Auf die Ausprägung eigenverantwortlichen, reflektierten Handelns wird in diesem Zusammenhang besonderer Wert gelegt.

3.2 Ziele

Die Ziele einer ökonomischen Verbraucherbildung basieren – innerhalb des Rahmens des Bildungsauftrags der bayerischen Schulen – auf dem Leitbild der Verbraucherpolitik in Bayern. Das wesentliche Ziel der Verbraucherpolitik in Bayern ist der mündige Verbraucher, der selbstbestimmt und verantwortungsbewusst am Marktgeschehen teilnimmt und seine Wahlfreiheit ausübt.

Ausgehend davon lassen sich für die schulische Verbraucherbildung mit ökonomischer Ausrichtung folgende Eckpunkte formulieren:

– Schülerinnen und Schüler sollen auf ihr eigenes Konsumverhalten aufmerksam gemacht, d.h. für die eigenen Konsumgewohnheiten sensibilisiert werden. Ausgehend von dem ermittelten tatsächlichen Bedarf sollen sie persönliche Bedürfnisse, vor allem ihre Konsumwünsche betrachten und hinterfragen.

– Schülerinnen und Schüler sollen konsumbezogene Fachkenntnisse, d.h. Kenntnisse über die Zusammenhänge konsumorientierten Handelns und die Rolle des privaten Haushalts am Markt erlangen. Dadurch werden ihnen die Verflechtungen und Abhängigkeiten am Markt besser verständlich.

– Schülerinnen und Schüler sollen Grundlagen einer reflektierten Konsumentscheidung kennen. Dazu gehören u. a. wesentliche Produkt beschreibende Kriterien (z.B. Qualitäts- und Sicherheitskriterien, Preisbildung, Produktionsmethoden und Produktionswege von Waren und Dienstleistungen). Darüber hinaus sollen ihnen Quellen der Verbraucherinformation bekannt sein, wie z.B. die „Stiftung Warentest“, Verbraucherberatungsstellen sowie Verbraucherschutzorganisationen.

– Schülerinnen und Schüler sollen Grundkenntnisse im Verbraucherrecht besitzen, um ihre eigenen Rechte und Pflichten besser einschätzen zu können.

– Schülerinnen und Schüler sollen die vermittelten Lerninhalte kritisch reflektieren können und zu einer Urteilsbildung fähig sein, die ihnen hilft, sachgerechte und eigenständige Entscheidungen zu treffen sowie eine kritische Haltung gegenüber den Anbietern am Markt und ihren Marketingstrategien (z.B. Werbung) einzunehmen.

– Im Sinne der Werteerziehung/-bildung sollen junge Menschen frühzeitig an ein Ökonomieverständnis herangeführt werden, das an den Grundsätzen der nachhaltigen Entwicklung ausgerichtet ist. Sie sollen

Verantwortungsbewusstsein entwickeln für die sozialen, ökologischen und gesundheitlichen Folgen ihres Konsums.

- Alle verbraucherbildenden Maßnahmen zielen darauf ab, bei Schülerinnen und Schülern Bereitschaft zum aktiven Handeln und tatsächlichen Durchsetzen berechtigter Interessen zu wecken. Dies betrifft v. a. die Handlungsbereiche „Einkaufen von Waren und Dienstleistungen“ sowie „Verwalten ihrer finanziellen Mittel“.

3.3 Inhalte

Ökonomische Verbraucherbildung an bayerischen Schulen dient der Vermittlung folgender zentraler Kompetenzen, die sich auf die drei Kernbereiche des ökonomischen Verbraucherhandelns am Markt beziehen:

- Marktkompetenz

Kinder und Jugendliche besitzen Marktkompetenz, wenn sie die Strategien, Abläufe und Zusammenhänge, d.h. die „Spielregeln“ am Markt sowie ihre Rechte kennen und ihre Rolle als Marktpartner verantwortungsbewusst wahrnehmen. Marktkompetenz bezieht sich auf alle Aspekte, die in direktem und in indirektem Zusammenhang mit dem Konsum stehen. Darunter fallen alle Fragestellungen rund um das angebotene Produkt (Qualität, Kennzeichnung, Marken, Trends, Preise). Hinzu kommen die Bereiche „Einkaufen“ (verschiedene Einkaufsmöglichkeiten und Zahlungswege, aber auch Risiken und rechtliche Konsequenzen des Einkaufs) und „Werbung“ (Verhaltensbeeinflussung durch Werbeträger).

- Finanzkompetenz

Finanzkompetenz beschreibt die Gesamtheit der Fähigkeiten, die notwendig sind, um die finanziellen Aufgaben im Alltag zu bewältigen. Finanzkompetenz ist Voraussetzung, um die Gewinnung und Verwendung finanzieller Mittel im Einklang zu halten. Für Kinder und Jugendliche sind hierbei Themen wie „Taschengeld“, „erstes Einkommen“ und „eigenes Girokonto“ von besonderer Bedeutung, aber auch eine Förderung des Vorsorgebewusstseins durch Sparen, Versicherungen und Altersvorsorge. Nicht zuletzt spielt das Thema „Schulden“ eine wichtige Rolle.

- Informations- und Datenkompetenz

Informations- und Datenkompetenz beschreibt die Gesamtheit der Fähigkeiten, die für einen sachgerechten und produktiven Umgang mit Information und Daten notwendig sind. Informationskompetenz im Rahmen der ökonomischen Verbraucherbildung umfasst die Prozesse „Informationsbeschaffung“ (Ermittlung des tatsächlichen Informationsbedarfs, Suche geeigneter Informationsquellen und -wege), „Informationsauswertung“ und „Informationsverarbeitung“ (Schlussfolgerungen für den Alltag). Datenkompetenz ist der bewusste Umgang mit persönlichen Daten (Gefahren bei der Dateneinstellung im Internet).

4. Rahmenbedingungen

4.1 Zusammenarbeit von Elternhaus und Schule

Eine nachhaltige und erfolgreiche ökonomische Verbraucherbildung in der Schule baut auf der Erfahrungswelt der Kinder und Jugendlichen auf und bezieht das Elternhaus mit ein. Daher ist es

notwendig, dass Eltern über die schulischen Angebote zur ökonomischen Verbraucherbildung umfassend informiert werden. Hier bietet sich vor allem die direkte Ansprache der Eltern in Form von Elternabenden an, damit die ökonomische Verbraucherbildung an Schulen im Elternhaus ihre Fortsetzung findet.

4.2 Kooperation mit externen Partnern

In einer schulischen Verbraucherbildung mit ökonomischer Ausrichtung sollten die Sachverhalte mehrperspektivisch dargestellt, d.h. die unterschiedlichen Sichtweisen der einzelnen Akteure am Markt berücksichtigt und gegenübergestellt werden. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, bedarf es grundsätzlich einer Zusammenarbeit aller damit befassten Institutionen und Organisationen. Der Staat hat die Aufgabe, die meist schwächere Position der Verbraucher durch verbesserte Rahmenbedingungen zu stärken und zu stützen. Verbraucherverbände und Sozialorganisationen fungieren als Interessensvertreter und haben direkten Kontakt zu den Verbrauchern. Vertreter der Wirtschaft kennen die jeweiligen Marktbedingungen und Strategien des unternehmerischen Handelns und die Auswirkungen auf die Verbraucher. Für eine erfolgreiche ökonomische Verbraucherbildung ist eine Vernetzung zwischen allen Partnern, Behörden, Verbraucherorganisationen, Sozialverbänden und der Wirtschaft notwendig. Durch die Einbeziehung von Partnern aus der Praxis in den Unterricht erlangt die ökonomische Verbraucherbildung die erforderliche Praxisrelevanz.

5. Ökonomische Verbraucherbildung in der Lehrerbildung

Inhalte der ökonomischen Verbraucherbildung sind in allen Phasen der Lehrerbildung verankert. Die zentrale staatliche Lehrerfortbildung an der Akademie für Lehrerfortbildung und Personalführung in Dillingen (ALP) bietet entsprechende Unterstützungsmaßnahmen an. Darüber hinaus gibt es auch auf regionaler Ebene Veranstaltungen zu diesem Themenbereich.

6. Maßnahmen zur Umsetzung der Richtlinien

Es existieren bereits zahlreiche Unterrichtsmaterialien und Projektbeispiele zum Thema „ökonomische Verbraucherbildung“ an Schulen. Unterrichtsmaterial, eine Synopse der relevanten Lehrplaninhalte sowie Verweise auf geeignete Adressen im Internet werden im Verbraucherinformationssystem des Staatsministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (www.vis.bayern.de) bzw. auf der Internetseite des Staatsinstituts für Schulqualität und Bildungsforschung (www.isb.bayern.de) zugänglich gemacht.

Bayerisches Staatsministerium für Unterricht und Kultus	Bayerisches Staatsministerium der Justiz und für Verbraucherschutz
Erhard Ministerialdirektor	Klotz Ministerialdirektor