

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 Konsumententscheidungen 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 (KWMBI 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 (KWMBI 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 (KWMBI S. 358)).