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).