SEKRETARIAT DER STÄNDIGEN KONFERENZ
DER KULTUSMINISTER DER LÄNDER
IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND
II A

Verbraucherbildung an Schulen

(Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013)

0. Vorbemerkungen

Die Verbraucherbildung ist als lebenslanger Prozess und zentrales Element einer Bildung zu verstehen, die sowohl auf aktuelle als auch künftige Herausforderungen im Privat- wie auch im Berufsleben vorbereitet. Die verschiedenen Aspekte der Verbraucherbildung stehen in einer engen Wechselbeziehung zueinander und zeigen darüber hinaus deutliche Bezüge zu zahlreichen anderen bildungsrelevanten Themenfeldern, deren Kenntnis die Voraussetzung für fundierte Entscheidungen als Verbraucherin und Verbraucher bildet. Vor diesem Hintergrund folgt Verbraucherbildung durchgängig vor allem der Bildung für nachhaltige Entwicklung.

- Die Kaufkraft von Kindern und Jugendlichen ist in den letzten Jahren zunehmend gestiegen. Sie sind heute eine bevorzugte Zielgruppe für Unternehmen und ihre Produktvermarktung, zumal die Unternehmen auf eine langfristige Verbundenheit der jungen Kundinnen und Kunden zur jeweiligen Marke hoffen. Gleichzeitig steigen die Anforderungen an Kinder und Jugendliche, was Kenntnisse des wirtschaftlichen Handelns und der privaten Vorsorge anbelangt.

- Ein stets steigender hoher Anteil an überschuldeten sowie hoch verschuldeten Haushalten und die große Zahl an Privatinsolvenzen belegen die Notwendigkeit, Kindern und Jugendlichen im Zusammenhang mit Konsumentscheidungen Kompetenzen für eine mittel- und langfristige Finanzplanung mit auf den Weg zu geben, damit sie sich auch bei rasch wechselnden Rahmenbedingungen zurecht finden können.

- Kinder und Jugendliche verfügen über unterschiedlich ausgeprägtes Basis-, Struktur- und Orientierungswissen zu Ernährung und Gesundheit, um im Alltag bewusste Entscheidungen für eine gesundheitsorientierte Ernährung und Lebensweise fällen zu können, die ökonomische Dimensionen mit ökologischen Herausforderungen verknüpft.

- Medien stellen heutzutage einen integralen Bestandteil im Leben von Kindern und Jugendlichen dar. Das ausgeprägte Nutzungsverhalten sowie technische bzw. Handhabungskompetenzen korrelieren aber nicht unbedingt mit einem reflektierten Kommunikationsverhalten. Das eigene Medienhandeln und Medieninhalte kritisch zu hinterfragen, muss vielmehr erst schrittweise erlernt werden, um sachgerechte und unabhängige Entscheidungen treffen zu können.

- Einen wachsenden Einfluss auf den Konsum von Kindern und Jugendlichen hat die soziale Anerkennung der Gleichaltrigen aufgrund ihres Lebensstils. Kinder und Jugendliche müssen erkennen, dass zum Beispiel Mobilität und Freizeitverhalten mit Auswirkungen auf Ressourcen- und Energieverbrauch und soziale Fragestellungen im globalen Zusammenhang zu sehen sind.

1. Ziele und allgemeine Grundsätze

1.1 Ziele

Die Verbraucherbildung hat die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens als Verbraucherinnen und Verbraucher zum Ziel, indem über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden. Dabei geht es vor allem um den Aufbau einer Haltung, die erworbenen Kompetenzen im Zusammenhang mit Konsumentscheidungen als mündige Verbraucherinnen und Verbraucher heranzuziehen und zu nutzen.

Die Verbraucherbildung spielt insbesondere in folgenden Bereichen eine Rolle:

- Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht
- Ernährung und Gesundheit
- Medien und Information
- Nachhaltiger Konsum und Globalisierung

Die Verbraucherbildung an Schulen

- stärkt die Gestaltungskompetenz der Kinder und Jugendlichen und eröffnet ihnen die Möglichkeit, Kompetenzen für eine bewusste und differenzierte Urteilsbildung bei Konsumentscheidungen zu entwickeln.
- stärkt die Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Alltagskompetenzen – auch in Bezug auf die Haushaltsführung.
- bezieht die lebensweltlichen Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen sowie ihrer Familien mit ein.
- greift aktuelle gesellschaftliche Rahmenbedingungen und Entwicklungen sowie Themen auf.
- wird als Fragestellung für alle Jahrgangsstufen und Ausbildungsrichtungen im Sinne eines kontinuierlichen Kompetenzerwerbs in altersangemessenem Abstraktionsgrad verstanden.
- eröffnet konkrete Handlungsoptionen im Rahmen der in und im Umfeld der Schule gegebenen Möglichkeiten.

1.2 Allgemeine Grundsätze

Die Verbraucherbildung weist zahlreiche Anknüpfungspunkte zu bereits etablierten Schulfächern und Lerninhalten auf und ermöglicht in besonderer Weise handlungsorientiertes, interdisziplinäres und vernetzendes Lernen. Dieses Lernen soll durch die Einbindung außerunterrichtlicher Aktivitäten bzw. außerschulischer Lernorte ergänzt werden.

Generell ist darauf zu achten, dass die Verbraucherbildung an Schulen

- handlungsorientiert ist und damit den Kompetenzerwerb unterstützt.
- verhältnisorientiert ist und die räumlichen sowie sozialen Bedingungen der Lebenswelt „Schule“ berücksichtigt.
- partizipativ angelegt ist und die konkreten Berührungspunkte der Verbraucherbildung im Leben der Kinde und Jugendlichen aufgreift.
- über Verbraucherrechte und -pflichten informiert.
- die Verflechtungen und Mechanismen des Marktes unter Berücksichtigung verschiedener Perspektiven und die Einflussmöglichkeiten von Konsumentinnen und Konsumenten darlegt.
- die Fähigkeit der Kinder und Jugendlichen schult, Informationen und Materialangebote zu beschaffen, kritisch zu bewerten und angemessen zu nutzen.
- frei von wirtschaftlichen Interessen ist und unternehmensunabhängig den Erwerb der Kompetenzen ermöglicht, die für das Treffen von kritisch reflektierten und selbstbestimmten Marktentscheidungen der Verbraucherinnen und Verbraucher erforderlich sind.

- Kinder und Jugendliche frühzeitig in ihren Alltagskompetenzen stärkt und sie dabei unterstützt, als Verbraucherin und Verbraucher reflektierte und verantwortungsbewusste Entscheidungen zu treffen.
- Wechselbeziehungen zwischen den oben genannten unterschiedlichen Bereichen der Verbraucherbildung sichtbar macht.

Die Verbraucherbildung berücksichtigt in diesem Rahmen, dass Kinder und Jugendliche ihr Wissen über Grundlagen und Folgen ihres Verhaltens als Verbraucherinnen und Verbraucher nicht nur in der Schule, sondern an vielen anderen Orten erwerben, im Elternhaus, in ihrem sozialen und kulturellen Umfeld.

2. Maßnahmen in der Bildungsverwaltung/-politik

Die Vorgaben der Länder (beispielsweise die Lehr- und Bildungspläne, Curricula, Konzepte für die Aus- und Fortbildung von Lehrkräften sowie anderen in der Schule tätigen pädagogischen Fachkräften) berücksichtigen die Ziele und Grundsätze dieser Empfehlung zur Verbraucherbildung an Schulen. Die Vereinbarungen der Kultusministerkonferenz zur Lehrerbildung berücksichtigen Aspekte der Verbraucherbildung.

Die Bildungsverwaltung bzw. die Bildungspolitik der Länder

- unterstützt die übergreifende Vernetzung und Kooperation aller Expertinnen und Experten der Verbraucherbildung und des Verbraucherschutzes zum Wohle einer umfassenden und multiperspektivischen Bildung der Kinder und Jugendlichen.
- stärkt langfristig eine fachlich und didaktisch qualifizierte Fortbildung von Lehrkräften in den Themenfeldern der Verbraucherbildung.
- eröffnet Schulen Gestaltungsspielräume, um Aspekte der Verbraucherbildung z. B. in Form von Projekten, Wettbewerben oder regelmäßigen Aktionen auf vielfältige Art und Weise fächerübergreifend oder im Rahmen des Schulprogramms in den schulischen Lernprozess zu integrieren.
- bezieht Ergebnisse aus aktuellen Studien zur wirtschaftlichen, sozioökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Entwicklung mit Bezügen zur Verbraucherbildung in ihre schulische Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung mit ein.
- unterstützt die Einbeziehung außerschulischer Partner.

3. Umsetzung in der Schule

Handlungsfelder in der Schule sind in folgenden Bereichen zu sehen:

- Die Verbraucherbildung ist in den Unterricht eines oder mehrerer Unterrichtsfächer integriert. Die Behandlung verbraucherrelevanter Themen erfolgt unter Berücksichtigung des Bildungsgangs während der gesamten Schulzeit der Kinder und Jugendlichen.
- Die Verbraucherbildung kann außerunterrichtliche Aktivitäten einschließen, etwa in Form von Projekten, Wettbewerben, Ausstellungen oder den Besuch außerschulischer Lernorte bzw. im Rahmen von Ganztagsangeboten.
- Die Verbraucherbildung kann in Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern (z. B. öffentlichen Einrichtungen, Verbänden oder Unternehmen) erfolgen.

Voraussetzung für eine wirksame Verbraucherbildung kann deren Umsetzung im Rahmen von Schulentwicklung bzw. der Entwicklung eines eigenen Schulprofils sein.

Folgende **Themen und Handlungsfelder** zur Verbraucherbildung werden alters- und zielgruppenspezifisch sowie schulform- bzw. schulstufenspezifisch in den schulischen Bildungs- und Erziehungsprozess integriert. Die inhaltliche Verflechtung der Themenbereiche erfordert eine Behandlung im Kontext; d. h. die bloße Aneinanderreihung von Unterrichtsthemen kann der Herausforderung der Verbraucherbildung nicht gerecht werden.

Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht, z. B.:

- Bewusster Umgang mit Geld
- Finanzprodukte, Geldanlage, Kreditformen
- Private Absicherung und Altersvorsorge
- Werbung und Konsum

Ernährung und Gesundheit, z. B.:

- Gesunde Lebensführung
- Nahrungsmittelkette vom Anbau bis zum Konsum
- Qualitäten von Lebensmitteln und ihre Kennzeichnung
- Wertschätzung von Lebensmitteln/Vermeidung von Lebensmittelverschwendung

Medien und Information, z. B.:

- Informationsbeschaffung und -bewertung
- Datenschutz und Urheberrechte
- Mediennutzung

Nachhaltiger Konsum, z. B.:

- Fairer Handel und Produktkennzeichnungen
- Klima, Energie und Ressourcen
- Mobilität und Wohnen
- Lebensstile
- Globalisierung

4. Unterstützungs- und Beratungssysteme

Für eine kontextbezogene Verbraucherbildung ist die Zusammenarbeit mit den Unterstützungs- und Beratungssystemen und mit außerschulischen Partnern sinnvoll.

Kontakte sind beispielweise mit folgenden Institutionen denkbar:

- Pädagogische Landesinstitute
- Verbraucherministerien

- Bundeszentrale für politische Bildung und Landeszentralen für politische Bildung
- Hochschulen
- Verbraucherzentralen
- Einrichtungen der Weiterbildung
- Arbeitnehmer- und Arbeitgeberorganisationen
- Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern
- Träger der öffentlichen und freien Wohlfahrtspflege
- Deutsche Rentenversicherung
- Nicht-Regierungsorganisationen

5. Hinweise für eine Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern

Zu Themen der Verbraucherbildung werden an die Schulen vielfältige Angebote herangetragen. Wichtig für die Nutzung dieser außerschulischen Angebote durch die Schulen bzw. Lehrkräfte ist, dass sich diese inhaltlich am schulischen Bildungs- und Erziehungsauftrag orientieren, den Gegebenheiten der einzelnen Schule gerecht werden und damit die Schulqualität fördern.

Das Gebot der Neutralität ist zu beachten. Grundlagen des Unterrichts in Fragen der Verbraucherbildung sind im Sinne des Beutelsbacher Konsenses die Prinzipien des Überwältigungsverbotes, des Kontroversitätsgebotes und der Schülerorientierung.

6. Verweise

Ergänzend wird auf folgende Empfehlungen der Kultusministerkonferenz verwiesen:

- Empfehlung „Bildung für nachhaltige Entwicklung in der Schule“ (Empfehlung der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland (KMK) und der Deutschen UNESCO-Kommission (DUK) vom 15.06.2007)
- „Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung im Rahmen der Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (Ergebnis des gemeinsamen Projekts der Kultusministerkonferenz und des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung; Stand: Juni 2007)
- „Medienbildung in der Schule“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08.03.2012)
- „Empfehlung zur Mobilitäts- und Verkehrserziehung in der Schule“ (Beschluss der KMK vom 07.07.1972 i.d.F. vom 10.05.2012)
- „Empfehlung zur Gesundheitsförderung und Prävention in der Schule“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.11.2012)