

## **Entwurfassung**

### **Richtlinie Verbraucherbildung an allgemeinbildenden Schulen**

#### **Richtlinie des Ministeriums für Bildung**

**Stand: September 2019**

#### **Struktur:**

1. Vorwort
2. Verbraucherbildung als Aufgabe der allgemeinbildenden Schulen in Rheinland-Pfalz
3. Kompetenzorientierung und Kernbereiche der Verbraucherbildung
  - 3.1. Kompetenzen der Verbraucherbildung
  - 3.2. Kernbereiche der Verbraucherbildung
4. Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe
  - 4.1. Beiträge der Fächer und Schularten
  - 4.2. Schulisches Konzept zur Verbraucherbildung
5. Verbraucherbildung im Unterricht
  - 5.1. Didaktische Prinzipien
  - 5.2. Methoden und Arbeitsformen
  - 5.3. Außerschulische Kooperationen
6. Organisations- und Unterstützungssysteme der Verbraucherbildung
7. Curriculum
8. Literatur/Hinweise

Mitglieder der Arbeitsgruppe:

- Iris Feid, Ministerium für Familie, Frauen, Jugend, Integration und Verbraucherschutz
- Waltraud Fesser, Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V.
- Birgit Fink, Pädagogisches Landesinstitut
- Josephine Holzhäuser, Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V.
- Christiane Schäfer, Ministerium für Umwelt, Ernährung, Energie und Forsten
- Dr. Michaela Schlich, Universität Koblenz-Landau
- Barbara Steinhöfel, Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V.
- Ute Schmazinski, Bildungsministerium (verantwortlich)

ENTWURF

## 2. Verbraucherbildung als Aufgabe der allgemeinbildenden Schulen in Rheinland-Pfalz

Jeder Mensch ist täglich Konsumentin oder Konsument. Dies gilt auch für Kinder und Jugendliche, die heute mehr denn je als interessante Zielgruppe von der Wirtschaft wahrgenommen werden. Dies liegt zum einen daran, dass sie durch Taschengeld, Geldgeschenke und Ersparnisse über eine beachtliche Kaufkraft verfügen. Zum anderen beeinflussen Kinder und Jugendliche viele Kaufentscheidungen ihrer Eltern, z. B. beim alltäglichen Einkauf im Supermarkt.

Gleichzeitig steigen die Anforderungen, was Kenntnisse des wirtschaftlichen Handelns, der privaten Vorsorge, der sozialen und ethischen Verantwortung des Konsums und der Ernährungs- und Gesundheitskompetenz in einer zunehmend digitalisierten Welt anbelangt. Damit aus diesen Herausforderungen keine Überforderung entsteht, ist Verbraucherbildung ein wichtiger Schritt zur Stärkung der Verbraucherkompetenzen. Sie ermöglicht Schülerinnen und Schülern, das eigene Verhalten zu reflektieren, Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen und die ökonomischen, ökologischen und sozialen Folgen abzuschätzen. Der schulischen Verbraucherbildung kommt in diesem Zusammenhang eine entscheidende Rolle zu.

Auftrag der Schule ist es, *die Schülerinnen und Schüler zu selbständigem Urteil, zu eigenverantwortlichem Handeln und zur Leistungsbereitschaft zu erziehen. Schule vermittelt Kenntnisse und Fertigkeiten mit dem Ziel, die freie Entfaltung der Persönlichkeit und die Orientierung in der komplexen, sich ständig verändernden Welt zu ermöglichen, Verantwortungsbewusstsein für Natur und Umwelt zu fördern sowie zur Erfüllung der Aufgaben in Staat, Gesellschaft und Beruf zu befähigen* (§ 1 Abs. 2 Schulgesetz).

Es ist demnach Aufgabe aller Fächer, Beiträge zu übergreifenden schulischen Erziehungs- und Bildungsaufgaben wie der Verbraucherbildung zu leisten.

Dieser gesetzliche Auftrag wird für die Verbraucherbildung mit dem Beschluss der Kultusministerkonferenz „Verbraucherbildung an Schulen“ (2013) konkretisiert:

„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 Konsumententscheidungen als mündige Verbraucherinnen und Verbraucher heranzuziehen und zu nutzen.“<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Kultusministerkonferenz (2013): Verbraucherbildung an Schulen. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013, S. 2

Mündigkeit ist dabei als übergeordnetes normatives Leitbild zu verstehen, nicht als realistische Beschreibung erwachsener Verbraucherinnen und Verbraucher. Die verhaltensökonomische Forschung geht vielmehr davon aus, dass Verbraucherinnen und Verbraucher sich unterschiedlich stark informieren oder Risiken empfinden und zudem in unterschiedlichen Situationen unterschiedliche Verhaltensmuster aufweisen können. Das differenzierte Verbraucherleitbild unterscheidet daher drei Typen von Verbraucherinnen und Verbrauchern: die „verletzlichen“, „vertrauenden“ und „verantwortungsvollen“ Verbraucherinnen und Verbraucher. Während die „verletzlichen“ Verbraucherinnen und Verbraucher auf Schutz angewiesen ist, besitzen die „vertrauenden“ eine sensibilisierte Verbraucherkompetenz.

Die „verantwortungsvollen“ Verbraucherinnen und Verbraucher stellen einen engagierten Typus dar, der Interesse an sozialen, politischen und ökologischen Themen zeigt und einen verantwortungsvollen Konsum favorisiert.<sup>2</sup>

Eine eindeutige Typisierung in einzelne absolut gültige Verbrauchertypen ist nicht möglich. Die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher zeigen in Abhängigkeit von der Einzelentscheidung täglich alle drei Verhaltensmuster. Alle Verbrauchertypen haben gemein, dass vor dem Konsum von Gütern Entscheidungen auf Basis von Informationen getroffen werden. In diesem Prozess können Verbraucherinnen und Verbraucher aufgrund von Fehlinformationen, Informationsasymmetrien oder der Menge an Informationen Benachteiligung im Marktgeschehen erfahren. Um diese zu verhindern und die Position der Verbraucherinnen und Verbraucher am Markt zu stärken, greifen einerseits Maßnahmen des Verbraucherschutzes wie z.B. Transparenz- und Informationspflichten für Unternehmen, andererseits knüpfen hier die Verbraucherinformation und die kompetenzorientierte Verbraucherbildung an. Schulische Verbraucherbildung muss die unterschiedlichen Verhaltensmuster der Verbrauchertypen berücksichtigen, wenn sie die Schülerinnen und Schüler befähigen will, sich auf den immer komplexer werdenden Märkten möglichst souverän und rational bewegen zu können.

Darüber hinaus will Verbraucherbildung zur Übernahme von Verantwortung für das eigene Konsumhandeln im Sinne eines **Consumer Citizenship**<sup>3</sup> befähigen. Dieser Begriff beschreibt ein Konsumverhalten, das bei Entscheidungen auch an die mögliche Verringerung negativer politischer, sozialer, ökonomischer und ökologischer Folgen – nah und fern – denkt. Er erweitert das ursprüngliche verbraucherpolitische Leitbild der

---

<sup>2</sup> Micklitz, Hans-Wolfgang; Oehler, Andreas; Piorkowsy, Michael-Burkhard; Reisch, Lucia A.; Strünck, Christoph. 2010. Der vertrauende, der verletzte oder der verantwortungsvolle Verbraucher? - Plädoyer für eine differenzierte Strategie in der Verbraucherpolitik. Wissenschaftlicher Beirat Verbraucher- und Ernährungspolitik des BMELV.

<sup>3</sup> A **consumer citizen** is an individual who makes choices based on ethical, social, economic and ecological considerations. The consumer citizen actively contributes to the maintenance of just and sustainable development by caring and acting responsibly on family, national and global levels. (Definition des Consumer Citizenship Network <http://www.hihm.no/concit/>); Siehe auch Definition des Wissenschaftlichen Beirats beim BMELV in: BMELV. Verbraucherkompetenz. 2008. S. 12.

Konsumentensouveränität, bei der allein die individuellen Bedürfnisse handlungsleitend sind.

Hier verbindet sich das verbraucherpolitische Leitbild mit dem politischen Konzept der nachhaltigen Entwicklung und plädiert für ein verantwortliches Konsumverhalten, das die globalen Ziele der Naturerhaltung und des Klimaschutzes, des sozialen Miteinanders und des ökonomischen Wohlstandsausgleichs durch lokales Handeln unterstützt.

Die Kultusministerkonferenz formuliert folgende **Ziele** für die Verbraucherbildung:

„Die Verbraucherbildung an Schulen

- stärkt die Gestaltungskompetenz der Kinder und Jugendlichen und eröffnet ihnen die Möglichkeit, Kompetenzen für eine bewusste und differenzierte Urteilsbildung bei Konsumententscheidungen 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.“<sup>4</sup>

Damit vermittelt Verbraucherbildung eine Haltung und fördert Kompetenzen, die es Heranwachsenden ermöglicht, das eigene Verhalten zu reflektieren, Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen und auch dessen Folgen abzuschätzen.

In Rheinland-Pfalz ist die Verbraucherbildung als Querschnittsthema in die bestehenden Schulfächer integriert. Die vorliegende Richtlinie ist daher schulform- und bildungsgangübergreifend angelegt – von der Primarstufe bis zur Sekundarstufe II.

Sie greift die Ziele und Vorgaben der Kultusministerkonferenz auf und bereitet den Rahmen zur Entwicklung schulischer Konzepte, wobei die Verankerung der Verbraucherbildung in den schuleigenen Arbeitsplänen sicherzustellen ist. Dabei sichert sie den fächerübergreifenden, vernetzten und vertieften Aufbau einer reflektierten Konsumkompetenz und stellt die Grundlage für die künftige Entwicklung und Überarbeitung von Richtlinien und Lehrplänen dar.

---

<sup>4</sup> Kultusministerkonferenz (2013): Verbraucherbildung an Schulen. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013, S. 2

In dieser Neufassung der Richtlinie werden die Kernbereiche der Verbraucherbildung im Hinblick auf die Herausforderungen, die mit Konsum verbunden sind, aktualisiert, ausgeweitet und noch stärker miteinander verzahnt. Verbraucherbildung wird weiter in den Fächern verankert, zusätzliche Anknüpfungspunkte, auch zur Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern, ermöglichen handlungsorientierten und lebensweltbezogenen Unterricht.

ENTWURF

### 3. Kompetenzorientierung und Kernbereiche der Verbraucherbildung

Verbraucherbildung ist kompetenzorientiert und auf die Bewältigung des Alltags ausgerichtet. Das unterscheidet die Verbraucherbildung von der Verbraucherinformation.

Erst die Verbraucherbildung befähigt Menschen, Verbraucherinformationen für reflektierte und begründete Konsumententscheidungen zu nutzen.

Beim kompetenzorientierten Lernen sollen alle Facetten der Kompetenzentwicklung und Kompetenzausprägung berücksichtigt werden. Kompetenzen sind danach die Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Mensch lebenslang entwickelt, um bestimmte Prozesse und Probleme zu verstehen und verantwortlich und reflektiert lösen zu können.<sup>5</sup>

#### 3.1 Kompetenzen der Verbraucherbildung

Die Inhalte der Verbraucherbildung und die zu erwerbenden Kompetenzen orientieren sich an den Anforderungen, die an Verbraucherinnen und Verbraucher in ihren unterschiedlichen Rollen im Alltag gestellt werden.

**Verbraucherkompetenz** setzt sich aus verschiedenen Teilkompetenzen zusammen, die sich untereinander bedingen und zum Teil auch verstärken:

Dazu gehören:

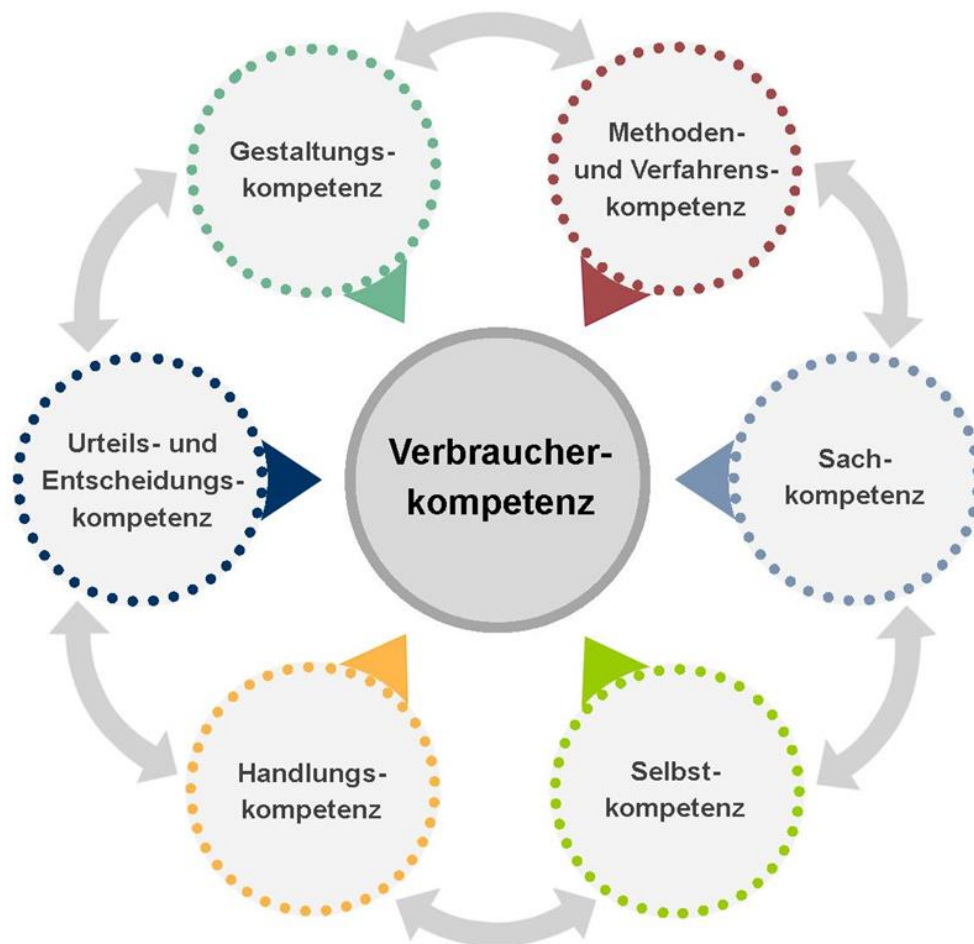
- **Sachkompetenz** als Bereitschaft und Fähigkeit, auf der Grundlage fachlichen Wissens und Könnens verbraucherrelevante Aufgaben und Probleme zielorientiert, sachgerecht, methodengeleitet und selbstständig zu lösen und das Ergebnis zu beurteilen.
- **Methodenkompetenz** als Fähigkeit zu zielgerichtetem, planmäßigem Vorgehen bei der Planung, Durchführung und Bewertung von Konsumhandlungen
- **Urteils- und Entscheidungskompetenz** als Fähigkeit, Prozesse kognitiv zu verarbeiten, um auch komplexe konsumbezogene Problemsituationen zu verstehen, zu analysieren und zu lösen
- **Gestaltungskompetenz** als Fähigkeit, Wissen über nachhaltige Entwicklung anzuwenden und Probleme nicht nachhaltiger Entwicklung erkennen zu können sowie die Bereitschaft, aus Gegenwartsanalysen und Zukunftsstudien Schlussfolgerungen über ökologische, ökonomische und soziale Entwicklungen

---

<sup>5</sup> Kompetenzbegriff nach Franz E. Weinert, „die bei Individuen verfügbaren oder von ihnen erlernbaren kognitiven Fähigkeiten und Fertigkeiten, bestimmte Probleme zu lösen, sowie die damit verbundenen motivationalen, volitionalen und sozialen Bereitschaften und Fähigkeiten, die Problemlösungen in variablen Situationen erfolgreich und verantwortungsvoll nutzen zu können“ (Weinert, 2001: Vergleichende Leistungsmessung in Schulen – Eine umstrittene Selbstverständlichkeit. In: Weinert, F.E. (Hrsg.): Leistungsmessung in Schulen. Weinheim und Basel: Beltz, S., S. 27 f

auch der eigenen Konsumgewohnheiten in ihrer wechselseitigen Abhängigkeit zu ziehen.

- **Handlungskompetenz** als Bereitschaft und Befähigung, sich in beruflichen, gesellschaftlichen und privaten Situationen als Verbraucherin und Verbraucher sachgerecht durchdacht sowie individuell und sozial verantwortlich zu verhalten.
- **Selbstkompetenz** als Fähigkeit und Bereitschaft, selbständig und verantwortlich zu handeln, eigenes und das Handeln anderer zu reflektieren und die eigene Handlungsfähigkeit weiterzuentwickeln.





**Eine umfassende Verbraucherkompetenz** befähigt unter Berücksichtigung der Teilkompetenzen zu einem verantwortungsbewussten Verhalten als Verbraucherin und Verbraucher auf den immer komplexer werdenden Märkten und ermöglicht eine verantwortliche, gleichberechtigte, mitgestaltende und erfolgreiche Teilhabe an der (Konsum-) Gesellschaft.

### 3.2. Kernbereiche der Verbraucherbildung

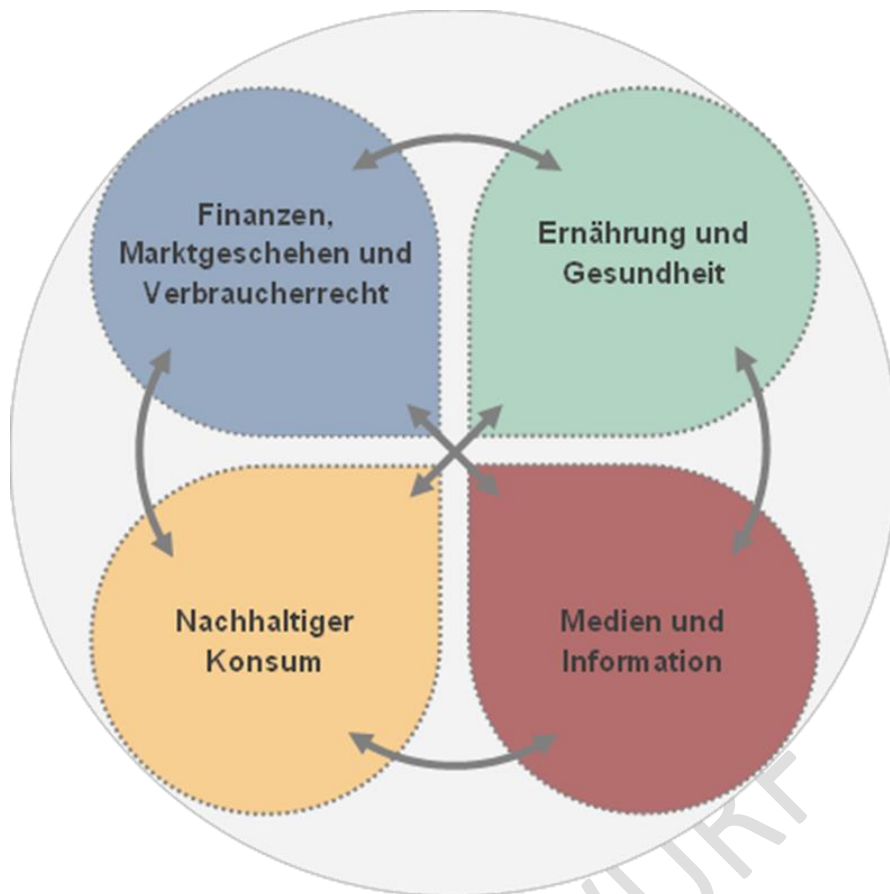
Im Einklang mit dem Beschluss der KMK definiert diese Richtlinie Kompetenzen, Standards und Inhalte für die **Kernbereiche**

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

Alle Themenbereiche der Verbraucherbildung hängen stark miteinander zusammen und weisen enge Wechselbeziehungen auf. Der Erwerb von Kompetenzen im Bereich Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht ist beispielsweise eine Voraussetzung dafür, kompetente Entscheidungen in den weiteren Bereichen Ernährung, Medien und nachhaltiger Konsum zu treffen

Diese vielfältigen Wechselbeziehungen zwischen den unterschiedlichen Bereichen der Verbraucherbildung und den anderen für die Verbraucherbildung bedeutsamen Querschnittsthemen müssen bei der Entwicklung des schuleigenen Konzepts zur Verbraucherbildung deutlich herausgearbeitet werden:

- Gesundheitsförderung und Prävention
- Bildung für nachhaltige Entwicklung
- Medienbildung / digitale Bildung
- Ökonomische Bildung
- Politische Bildung
- Demokratieerziehung



### Kernbereich: Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht

Verbraucherbildung im Kernbereich Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrechte soll Schülerinnen und Schüler zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Finanzen und Konsum befähigen sowie für Verbraucherrechte, -pflichten und Möglichkeiten der Rechtsdurchsetzung sensibilisieren. Dabei erwerben sie Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen, ihre eigene Konsumentenrolle kritisch zu reflektieren.

Der Bereich Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht umfasst die **ökonomische Verbraucherbildung** und die **finanzielle Allgemeinbildung** (financial literacy).

Im Mittelpunkt steht der Prozess zur Entwicklung von grundlegender Finanz- und Marktcompetenz. Schülerinnen und Schüler sollen dadurch befähigt werden, ihre privaten Finanzen wirtschaftlich und nachhaltig zu organisieren, sich kompetent auf dem Markt zu orientieren und ihre Rolle als Verbraucherin und Verbraucher souverän auszuüben.

Beim Thema Finanzen geht es um die Qualität und Transparenz von Finanzprodukten und -dienstleistungen, Lohn bzw. Einkommen und den angemessenen Umgang mit Geld, den Zahlungsverkehr, Versicherungen und Altersvorsorge, Vermögensbildung, Inanspruchnahme von Krediten und Vermeidung sowie Bewältigung von Überschuldung.

Darüber hinaus gehört dazu ein grundlegendes Verständnis für die Funktion von Geld und Vermögen im gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang sowie für die Funktionsweise von Finanzmärkten in einer globalisierten Wirtschaft. Finanzielle Kompetenz ist damit eine Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe. Sie verknüpft Kompetenzen zur Bewältigung privater Finanzangelegenheiten mit denen zur Analyse und Bewertung gesamtwirtschaftlicher Problemlagen und Politikkonzeptionen.

Zudem ist ein Verständnis des Marktgeschehens insgesamt zu schaffen. Dieses ist Voraussetzung für eine realistische Einschätzung der eigenen Rolle auf Märkten und den Folgen der eigenen Konsumententscheidungen auf globale, nationale und regionale Zusammenhänge. Dies wird zunehmend wichtiger, auch weil die Grenzen zwischen Anbietenden und Nachfragenden verschwimmen – immer öfter finden sich Verbraucherinnen und Verbraucher selbst in der Rolle der Anbieter von Gütern oder Dienstleistungen wieder. Sie verkaufen als Prosumentinnen und Prosumenten nicht nur im Internet Waren „von privat an privat“, sondern liefern gegen Entgelt überschüssigen Solarstrom von der Dachanlage an institutionelle Energieversorger oder vermieten langfristig ihre nicht selbst genutzte Wohnimmobilie. Sie betreiben Crowdsourcing oder Sharing und müssen sich dafür mit den technischen Möglichkeiten und rechtlichen Grenzen auseinandersetzen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt dieses Kernbereichs ist die Auseinandersetzung mit der eigenen Beeinflussbarkeit beispielweise durch unterschiedliche Formen von Werbung oder algorithmenbasierte Geschäftsmodelle. Hierbei werden aus gesammelten Daten Nutzerprofile erstellt, auf deren Grundlage durch automatisierte Berechnungen z.B. Kaufempfehlungen im Online-Handel, dynamische Preisbildungen oder Telematiktarife bei Versicherungen erzeugt werden können. Zu betrachten sind auch mögliche Auswirkungen von Algorithmen auf Teilhabe, Vielfalt und rechtliche Grundsätze.

Verbraucherbildung schafft zudem ein Verständnis für unsere Rechtsordnung und Prinzipien des Verbraucherschutzes und des Verbraucherdatenschutzes. Dabei gilt es, die Balance zwischen der Erwartungshaltung im Hinblick auf staatliche Regulierungen zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher und der Übernahme von Verantwortung für eigene Konsumententscheidungen zu verdeutlichen. Dies gelingt, indem Basiskompetenzen im **Verbraucherrecht** und **Verbraucherschutz** aufgebaut werden, einschließlich Kompetenzen zur Verbraucherrechtsdurchsetzung. Dazu gehören u.a. die Vermittlung von Grundkenntnissen im Bereich Warenhandel und Dienstleistungen, etwa zu Geschäftsmodellen, Vertragsschlüssen, Gewährleistung und Garantie, Umtausch und Widerrufsrechten, aber z.B. auch zu Sorgfaltspflichten der Verbraucherinnen und

Verbraucher. Auch die Sensibilisierung für Kostenfallen und unseriöse Angebote sind Anliegen der Verbraucherbildung, ebenso die Bewusstseinsbildung für das „Bezahlen mit Daten“ z.B. bei kostenfreien Kommunikationsdiensten im Internet.

Daneben spielen im Unterricht konsumrelevante Informationen und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen, Wirkung von Design, Werbung und Marketingstrategien sowie globale, nationale und regionale Zusammenhänge und Auswirkungen von Konsumententscheidungen eine entscheidende Rolle.

## **Kernbereich Ernährung und Gesundheit**

Verbraucherbildung im Kernbereich Ernährung und Gesundheit soll zum Aufbau von Gesundheitskompetenz beitragen. Sie umfasst sowohl basales Gesundheitswissen als auch die Fähigkeiten, Gesundheitsinformationen suchen, erfassen, verstehen und im Alltag anwenden zu können. Dies soll zur Erhaltung der Gesundheit sowie zu angemessenem gesundheitsförderlichem, gesundheitsbewahrendem und krankheitsverhinderndem Verhalten beitragen.

Ernährungsbildung dient dem Aufbau von Ernährungskompetenz, um den Ernährungsalltag selbstbestimmt, verantwortungsbewusst und genussvoll im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung gestalten zu können.

**Health-Literacy oder Gesundheitskompetenz** ist definiert als die kognitiven und sozialen Fähigkeiten, die die Motivation und die Fähigkeit des Einzelnen bestimmen, sich Zugang zu Informationen zu verschaffen, sie zu verstehen und sie auf eine Weise zu nutzen, die eine gute Gesundheit fördert und erhält. Durch die Verbesserung des Zugangs der Menschen zu Gesundheitsinformationen und ihrer Fähigkeit, diese effektiv zu nutzen, ist die Gesundheitskompetenz von entscheidender Bedeutung für das Empowerment.<sup>6</sup>

Im Krankheitsfall bedeutet Gesundheitskompetenz die Fähigkeit, mit Krankheit und Gesundheitseinbußen umgehen und sich im Gesundheitswesen bewegen, an gesundheitsrelevanten Entscheidungen partizipieren und als Ko-Produzent bei der Wiedererlangung der Gesundheit mitwirken zu können.

Health Literacy<sup>7</sup> gilt als ein Schlüssel für gesundheitsförderndes Verhalten. Gesundheitskompetenz ist daher eng verknüpft mit Bildung und umfasst Kompetenzen, Wissen und Motivation der Bevölkerung, um auf Informationen zuzugreifen, sie zu verstehen, einzuschätzen und anzuwenden, um ein Urteil zu bilden

<sup>6</sup>WHO, The Nairobi Global Conference on Health Promotion, Kenya, October 2009

<sup>7</sup>Sørensen et al. 2015: Health Literacy in Europe. EurJPublicHealth 2015, Dez 26 (6) 1053-8

und Entscheidungen in Bezug auf Therapie und Versorgung, Prävention und Gesundheitsförderung im Alltag zu treffen und die Lebensqualität während der gesamten Lebensspanne zu fördern und zu verbessern.<sup>8</sup>

**Ernährungskompetenz oder Food Literacy** ist die „Befähigung zu einer eigenständigen und eigenverantwortlichen Lebensführung in sozialer und kultureller Eingebundenheit und Verantwortung. Ziel ist die Fähigkeit, die eigene Ernährung politisch mündig, sozial verantwortlich und demokratisch teilhabend unter komplexen gesellschaftlichen Bedingungen zu gestalten.“<sup>9</sup>

Ernährungsbildung knüpft nach diesem Verständnis stark an gesamtgesellschaftliche und welternährungswirtschaftliche Kontexte an.

Ernährungs- und Verbraucherbildung einschließlich Schulverpflegung **zählen nach der KMK- Empfehlung zur Gesundheitsförderung und Prävention in der Schule zu den wichtigen Themen und Handlungsfeldern** der schulischen Gesundheitsförderung und Prävention. Damit wird die inhaltliche Schnittmenge zwischen der Verbraucherbildung und der Prävention und Gesundheitsförderung deutlich. „Der Umgang mit der eigenen Gesundheit und der Gesundheit anderer gehört zu den Alltagskompetenzen, die Menschen auch in der Schule erlernen. Sie erwerben Kenntnisse und Fähigkeiten, um die äußeren Einflüsse auf ihre Gesundheit aktiv zu gestalten. Zu den äußeren Einflüssen gehören gleichermaßen familiäre, soziale, ökonomische sowie ökologische Bedingungen und Einstellungen.“<sup>10</sup>

Essen wird vorwiegend in der Kindheit – und zwar durch und beim Essen – erlernt. Das zu der Zeit erworbene Ernährungs- und Bewegungsverhalten wird als Handlungsmuster oft ein Leben lang beibehalten. Damit kommt einer frühzeitigen, handlungsorientierten Vermittlung von Wissen über die Herkunft und Zusammensetzung der Lebensmittel, über Esskultur, Wertschätzung von Lebensmitteln, Ernährungsphysiologie und die Zusammenhänge zwischen Ernährung, Essen und Wohlbefinden sowie Gesundheit und Bewegung eine besondere Bedeutung zu. Eingeübtes und reflektiertes Essverhalten, verknüpft mit Kenntnissen und Wissen schafft die Grundlagen für eine nachhaltige Gesundheitsorientierung.

Im schulischen Lebensraum ergeben sich Chancen, durch neue Impulse im Unterricht, durch Fachpraxis und besonders auch bei der Schulverpflegung

---

<sup>8</sup> Sørensen, K., Van den Broucke, S., Doyle, G., Pelikan, J., Slonska, Z., & Brand, H. (2012). Health literacy and public health. A systematic review and integration of definitions and models. BMC Public Health, 12(80)

<sup>9</sup> D-A-CH Arbeitsgruppe Ernährungs- und Verbraucherbildung

<sup>10</sup> **Empfehlung zur Gesundheitsförderung und Prävention in der Schule** (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.11.2012)

Gestaltungsalternativen beim Essen kennenzulernen, die gesundheitsförderlich sein können. Ernährungsbildung und Schulverpflegung müssen miteinander verzahnt und mit übereinstimmenden Prinzipien von Qualität und Nachhaltigkeit in der schulischen Praxis im Sinne eines schuleigenen Verpflegungskonzeptes umgesetzt werden.

Dabei geht es ausdrücklich nicht um eine von Normen geleitete Vermittlung von Wissen und Verhaltensregeln. Im Mittelpunkt einer zeitgemäßen Ernährungsbildung steht der essende und trinkende Mensch, nicht die Lebensmittel als solche.

## **Kernbereich Medien und Information**

Verbraucherbildung im Bereich Medien und Information soll zum Aufbau von Kompetenzen für ein Leben als Verbraucherin und Verbraucher in der digitalen Welt beitragen. Dazu gehört die Fähigkeit, sich verantwortungsvoll und sicher in digitalen Umgebungen zu bewegen und neben den Chancen auch die Risiken des Mediengebrauchs zu verstehen und zu reflektieren.

Kompetenzen für ein Leben in der digitalen Welt werden zur zentralen Voraussetzung für gesellschaftliche und wirtschaftliche Teilhabe und der aktiven Beteiligung an politischen Prozessen. Im Zusammenhang mit der wachsenden Digitalisierung aller Lebensbereiche und dem immer digitaler werdenden Konsumalltag kommt der Stärkung von Verbraucherkompetenzen eine besondere Bedeutung zu. Gleichzeitig sind digitale Medien durch ihre Präsenz und den alltäglichen Umgang mit ihnen zu einer Sozialisationsinstanz geworden.

Ein wichtiges Ziel der digitalen Bildung ist daher „die altersangemessene Kompetenz, digitale Medienangebote analysieren und bewerten sowie kritisch reflektieren und nutzen zu können. Dazu gehört auch, daraus sinnvoll und bedürfnisbezogen auszuwählen und digitale Medien sowohl für die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit als auch für die individuelle Lebensgestaltung angemessen, kreativ und sozial verantwortlich zu nutzen.“<sup>11</sup>

Das Lehren und Lernen mit und über digitale Medien ist integraler Bestandteil der gesamten Bildungskette. Die Vorgaben für den Erwerb der "Kompetenzen in der digitalen Welt" im Verlauf der Grundschulzeit sind in der Richtlinie "Digitale Bildung in der Primarstufe"<sup>12</sup> grundgelegt. Die Richtlinie ergänzt den Rahmenplan Grundschule und hat auch Gültigkeit für den zieldifferenten Unterricht an Förderschulen und Schwerpunktschulen. Als verbindliche Vorgabe ist sie Grundlage für die Weiterentwicklung schuleigener Arbeitspläne, der Entwicklung von schulischen Medienkonzepten und der medienbezogenen Qualitäts- und Unterrichtsentwicklung.

---

<sup>11</sup> Bildung in der digitalen Welt: Strategie der Kultusministerkonferenz, 2016

<sup>12</sup> Richtlinie zur digitalen Bildung in der Primarstufe; Verwaltungsvorschrift des Ministeriums für Bildung vom 30. Oktober 2018 (9413 B – Tgb.-Nr. 3073/18)

Schülerinnen und Schüler müssen befähigt werden, sich im Spannungsfeld der wirtschaftlichen Bedeutung der digitalen Medien und digitaler Technologien, der Potenziale der Digitalisierung im Sinne sozialer Integration und sozialer Teilhabe, der Bedeutung für die politische Meinungsbildung und Entscheidungsfindung und den möglichen Risiken in der virtuellen Welt sicher zu bewegen. Sie sollen als Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer sowie als Prosumentinne und Prosumente in Netzwerken souverän und selbstbestimmt agieren können. Wahlfreiheit, Selbstbestimmung, Selbstkontrolle und Sicherheit im Netz bedürfen der Digitalen Kompetenz (Digital Literacy). Verbraucherinnen und Verbraucher sollten in der Lage sein, ihren Bedarf an Informationen zu bestimmen, Informationen zu finden, hinsichtlich ihrer Relevanz, Qualität, Reichweite und Aussagekraft zu beurteilen und zu bewerten, Informationen für sich zu verarbeiten und neu aufzubereiten und ggf. auch anderen zugänglich zu machen. Diese Kompetenzen sind unabhängig davon, ob Informationen analog oder digital vorhanden sind, bedeutsam. Besonders zu berücksichtigen aber ist z. B. die (Nicht-)Löschbarkeit von Daten, die Unterscheidung zwischen redaktionellem Inhalt, klassischen Werbeformaten und durch Nutzer erzeugten Inhalten.<sup>13</sup>

Darüber hinaus stellen Bereiche des Datenschutzes und des Urheberrechts im Umgang mit im Netz bereitgestellten Informationen eine Herausforderung dar, die aufgrund der technologischen Entwicklungen eine entsprechend schnelle Anpassung der Kompetenzen der Nutzerinnen und Nutzer erfordert. Dazu gehören insbesondere Kompetenzen zum Selbstschutz und zur Datenverantwortung einschließlich der Sensibilisierung für Eigentums- und Persönlichkeitsrechte Dritter. Auch die Förderung von Anwendungskompetenzen, hier insbesondere mit Blick auf die Sicherheit der Verbraucherinnen und Verbraucher im Netz und den Schutz der Privatsphäre, sind Anliegen der Verbraucherbildung. Außerdem gilt es ein Verständnis zu schaffen für Potenziale und Risiken der zunehmenden Vernetzung von Gegenständen und Geräten im Internet der Dinge.

Ebenso ist eine kritische Auseinandersetzung mit den Anwendungsbereichen der künstlichen Intelligenz und der Nutzung von Algorithmen sowie den Chancen und Risiken von Big Data zwingend erforderlich, insbesondere im Hinblick auf Modelle, die Menschen anhand ihres Online- und Offline-Verhaltens („Scoring“) bewerten und Auswirkungen auf mögliche Angebote und Konditionen haben. Auch Auswirkungen auf die Meinungsbildung, z.B. durch die gezielte Verbreitung von Nachrichten über Social Bots, sind zu beleuchten.

Außerdem spielen auch Themen aus dem Bereich Gesundheit eine Rolle, wie z.B. die Vermeidung von Suchtgefahren und das angemessene Verhalten in sozialen

---

<sup>13</sup> Digitale Souveränität: Gutachten des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen, 2017

Netzwerken.

## **Kernbereich Nachhaltiger Konsum und Globalisierung**

Verbraucherbildung im Kernbereich Nachhaltiger Konsum und Globalisierung soll Schülerinnen und Schüler befähigen, das eigene Handeln an den Dimensionen nachhaltiger Entwicklung so ausrichten zu können, dass heutige und künftige Generationen gute Lebensbedingungen haben:

- soziale Gerechtigkeit,
- wirtschaftliche Leistungsfähigkeit,
- demokratische Politikgestaltung,
- ökologische Verträglichkeit.

Der Konsum in unserer Gesellschaft ist dann zukunftsfähig, wenn er ökologisch, sozial und wirtschaftlich vertretbar ist. Entsprechend der gängigen Definition von nachhaltigem Konsum bedeutet dies, dass Güter und Dienstleistungen auf eine Art und Weise hergestellt und verbraucht werden, bei der die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt werden, ohne die Lebenschancen zukünftiger Generationen zu gefährden. Schwerwiegende Umweltveränderungen, wie die Gefahren der globalen Erwärmung, die Verknappung natürlicher Ressourcen und der Verlust an Biodiversität sowie das Ausmaß der weltweiten Armut, eine zunehmende Einschränkung politischer Rechte und ziviler Freiheiten in vielen Teilen der Welt, Kriege und Bedrohung durch Terrorismus sowie Risiken und Krisen der Finanzsysteme stellen uns vor politische, ökonomische, soziale und ökologische Herausforderungen.

Um diesen Entwicklungen begegnen zu können, sind einerseits Konzepte entstanden, die das Wirtschaftswachstum hinterfragen und auf eine Verringerung von Konsum und Produktion setzen, wie die Degrowth-Idee und andererseits sind Strategien entwickelt worden, die Konsummuster in Richtung eines nachhaltigen Konsums verändern lassen. In der Suche nach Lösungen, wie ein Konsumverhalten mit der Idee der Nachhaltigkeit zu vereinbaren ist, sind verschiedene Strategien, wie u.a. die Effizienz- und die Suffizienzstrategien entwickelt worden.

Während Effizienzstrategien darauf zielen, den Ressourcenverbrauch von Gütern durch verbesserte Technik zu senken (z.B. sparsamere Heizungen), setzen Suffizienzstrategien auf einen verminderten Einsatz von Ressourcen, z.B. durch Teilen oder Tauschen von Konsumgütern oder die verlängerte Nutzungsdauer der Geräte durch Repair-Cafés. Wird jedoch ein Gut oder eine Dienstleistung durch Effizienzsteigerung billiger, müssen sich nicht zwingend ökologische Entlastungen ergeben, da die Geldersparnis in den Konsum anderer Güter einfließt (z.B. Ersparnisse aus effizienteren Heizungen werden für Flugreisen eingesetzt), somit ein Rebound-Effekt entsteht.



Studien weisen darauf hin, dass es nicht „die“ Strategie gibt, sondern dass es einer Kombination verschiedener Strategien für eine nachhaltige Entwicklung bedarf.

Angebote zur Kompetenzentwicklung für einen nachhaltigen Konsum sind Bestandteil einer Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE), die sich als gesellschaftlicher Auftrag u. a. aus den Nachhaltigkeitszielen der Agenda 2030, den internationalen Beschlüssen zur UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ und dem sich anschließenden UNESCO-Weltaktionsprogramm Bildung für nachhaltige Entwicklung ableiten. Auf die Bedeutung der BNE wird auch in der Nachhaltigkeitsstrategie und der Zukunftskonzeption BNE 2015+ in Rheinland-Pfalz hingewiesen.<sup>14</sup>

Deutschland unterstützt die strukturelle Verankerung von BNE im Bildungswesen auf der Grundlage des Nationalen Aktionsplans Bildung für nachhaltige Entwicklung und der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes Rheinland-Pfalz. Ein wichtiges Instrument zur Förderung der konzeptionellen Umsetzung stellt der Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung im Rahmen einer Bildung für nachhaltige Entwicklung dar.<sup>15</sup>

Die BNE befähigt Menschen zu zukunftsfähigem Denken und Handeln unter der Perspektive: Wie beeinflussen meine Entscheidungen Menschen nachfolgender Generationen oder in anderen Erdteilen? Welche Auswirkungen hat es, wie ich konsumiere, welche Fortbewegungsmittel ich nutze oder welche und wie viel Energie ich verbrauche? Welche globalen Mechanismen führen zu Konflikten, Terror und Flucht?

Unterricht zum nachhaltigen Konsum und zur Globalisierung setzt an der unmittelbaren Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler an. Auf dieser Ebene wirken sich Globalisierungseinflüsse im Konsumalltag zunehmend stärker aus. Aber auch die Auswirkung institutioneller, wirtschaftlicher oder staatlicher Entscheidungen bei der Auseinandersetzung mit Globalisierung, z.B. in der Frage der Arbeitsplatzkonkurrenz, hinsichtlich von Mobilität und Energiealternativen oder im Angebot von Konsumgütern und der damit verbundenen Ungewissheit, wie und unter welchen Bedingungen sie produziert wurden, stellt die Schülerinnen und Schüler vor wirtschaftliche, soziale, politische und ökologische Herausforderungen, für die Handlungsoptionen gefunden werden müssen. Dies gilt u. a. für den Lebensstil, für Fragen der Ernährung und Gesundheit, die Haushaltsführung, die Bildung sowie die gesellschaftliche, kulturelle und politische Mitwirkung und Teilhabe. Diese komplexen Zusammenhänge sind möglichst auf machbare nachhaltige Verhaltensalternativen zu reduzieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die alltäglichen Konsummuster der Schülerinnen und Schüler bzw. ihrer Familien fest in die jeweiligen Lebensstile eingebettet sind.

---

<sup>14</sup> Zukunftskonzeption BNE 2015+ (<https://mueef.rlp.de/de/themen/naturschutz/bildung-fuer-nachhaltigkeit/>)

<sup>15</sup> Orientierungsrahmen für den Lernbereich Globale Entwicklung im Rahmen einer Bildung für nachhaltige Entwicklung, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage, 2016; Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland und Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Sensibilität für die heterogenen Konsumwelten der Lernenden und die Reflexion des normativen Charakters der Handlungsleitlinien nachhaltigen Konsums können vermeiden, dass ethisches Handeln als sozial exklusiv erscheint. Grundsätzlich sind Ressourcen, gesellschaftliche Teilhabechancen, Handlungsspielräume und Wertorientierungen für einen verantwortlichen Konsum mitzudenken, um der lauernden Falle der Moralisierung zu entgehen und ein Konsumleitbild zu transportieren, welches wenig mit der Lebensrealität der Schülerinnen und Schüler zu tun hat.

Das von den Vereinten Nationen verabschiedete Weltaktionsprogramm (WAP) zur BNE (2015 bis 2019) bietet mit einem der fünf Handlungsfelder, dem „whole institution approach“ bzw. mit dem „whole school approach“<sup>16</sup> konkrete Ansatzpunkte für ein schuleigenes Konzept, bei dem die gesamte Institution einbezogen und schulisches und außerschulisches Lernen zum alltagsnahen Thema nachhaltiger Konsum stärker miteinander vernetzt wird. Neben der Abstimmung von thematischen Bezügen in Fächern und Lernbereichen gewinnt die Bildungsinstitution als Ganze durch die inhaltliche Verbindung ihrer verschiedenen Elemente an Bedeutung. Auch Schulmanagement und die Gestaltung des Lebens in der Schule sollen vom Leitbild der nachhaltigen Entwicklung getragen werden, um Schulen zu Modellen für eine zukunftsfähige Lebensgestaltung zu machen.

## **4 Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe**

### **4.1. Beitrag der Fächer und Schularten**

Verbraucherbildung ist eine übergreifende Bildungsaufgabe von der Primarstufe bis zum Abschluss in allen Bildungsgängen. **Alle Fächer** tragen gemeinsam zur Entwicklung der Verbraucherkompetenz bei, wobei stets die Ziele der Verbraucherbildung und die Kompetenzerwartungen des Faches auf inhaltlicher Basis verknüpft werden. Die Dokumentation erfolgt in den jeweiligen schulinternen Arbeitsplänen. Diese sind wesentlicher Bestandteil des schulischen Konzeptes zur Verbraucherbildung.

Im Mittelpunkt stehen Lebensweltbezug, Anschaulichkeit, Aktualität, Partizipation und Selbstständigkeit. Das Einbeziehen außerschulischer Partner und Lernorte (s. Abschnitt 5.3) ist ausdrücklich erwünscht. Es öffnet den Fachunterricht und verknüpft theoretisches mit praktischem Lernen.

---

<sup>16</sup> s. auch Handreichung BNE: Nachhaltigkeit 360° – in der Schule: Was eine Schule zu einem Lernort für nachhaltige Entwicklung und zukunftsfähiges Handeln macht; Deutsche UNESCO-Kommission e.V., Bonn

## Primarstufe

Grundlagen der Verbraucherbildung werden in der Grundschule gelegt und gehören zum Erfahrungsbereich aller Kinder. Verbraucherbildung stellt einen sehr komplexen Lerngegenstand dar, der sich Kindern insbesondere dann erschließt, wenn er mit praktischen Erfahrungen aus ihrer Lebenswirklichkeit verbunden ist und als bedeutsam erlebt wird. Dies geschieht in erster Linie im Sachunterricht.

Ausgehend von der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler integriert der Sachunterricht verschiedene fachliche Perspektiven und spielt daher bei der Vermittlung von Konsumkompetenz in der Grundschule eine zentrale Rolle. Die Kinder sollen lernen, in gegenwärtigen und zukünftigen Lebenssituationen kompetent zu handeln und zu urteilen. Schülerinnen und Schüler setzen sich auf der Basis ihrer Erfahrungen mit eigenen Konsumbedürfnissen und Ernährungsgewohnheiten auseinander. Dabei entwickeln sie Verantwortungsbewusstsein für einen respektvollen Umgang mit dem eigenen Körper, mit der Natur und mit Tieren. Eine wesentliche Kompetenz ist der reflektierte Umgang mit den Konsumangeboten unter Einbeziehung der Kosten und Nutzen bei der Befriedigung von Wünschen und Bedürfnissen sowie der sozialen, ökologischen und ökonomischen Bedingungen und Auswirkungen des Konsums. Darüber hinaus beschäftigen sich die Kinder im Sachunterricht mit Fragen des Umweltschutzes sowie der Gestaltung von Wohnung und Umwelt. Dieses Fach bietet sich auch für praktische Ernährungsbildung an. Verknüpfungen zu anderen Fächern sind in vielen Kontexten im Sinne des multiperspektivischen Lernens möglich.<sup>17</sup>

## Sekundarstufe I und II

Der Unterricht in der Realschule plus, der Integrierten Gesamtschule und dem Gymnasium baut auf den erworbenen Grundlagen in der Grundschule auf. Kompetenzen der Verbraucherbildung werden dabei schrittweise in jeder Jahrgangsstufe vermittelt. Dabei stehen die für die Verbraucherbildung besonders bedeutsamen **Ankerfächer** im Mittelpunkt:

### **Gesellschaftswissenschaftliche Fächer wie Sozialkunde, Geschichte, Erdkunde oder Gesellschaftslehre**

Die gesellschaftswissenschaftlichen Fächer leisten einen gemeinsamen Beitrag zur Entwicklung von konsumbezogenen Kompetenzen. Zentraler Ausgangspunkt ist die Zukunftsorientierung im globalen Bezug. Die Inhalte und Kompetenzen enthalten

---

<sup>17</sup> Rahmenlehrplan Grundschule, Teilrahmenplan Sachunterricht, Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur; 2006

existenzielle Relevanz, weil sie Fragen des Überlebens der Menschheit und des menschenwürdigen Lebens aller Menschen auf unserem Planeten berühren. Sie schärfen damit den globalen Blick, die Fähigkeit und Bereitschaft, beim eigenen Handeln auf die Konsequenzen für andere und für die Lebensvoraussetzungen auf der Erde zu achten.

In den Lernfeldern Globalisierung, Nachhaltigkeit, Welternährung zwischen Mangel und Überfluss, Dienstleistungen, Rohstoffe und Produktion sowie Landwirtschaft im Fach **Erdkunde** setzen sich die Schülerinnen und Schüler in vielfältigen Bezügen mit den politischen Zusammenhängen und der Komplexität der Wechselwirkungen zwischen Mensch, Umwelt und Leben auseinander. Orientierungswissen zu Konsum, Wohnen, Freizeit, Sport, Mobilität sowie Ernährung und Gesundheit wird ebenso vermittelt wie das kritische Hinterfragen von Medieninhalten verbunden mit dem eigenen Medienhandeln.

Weitere Lernfelder mit intensivem Bezug zur Verbraucherbildung im Fach **Sozialkunde** sind „Familie in Staat und Gesellschaft“, „Leben in der Mediengesellschaft“ sowie „Wirtschaft“. Leitfragen hier sind unter anderem:

- Welche Bedeutung hat ökonomisches und ökologisches Handeln für den Einzelnen und die Gesellschaft?
- Globalisierte Wirtschaft: Mehr Chancen als Risiken?
- Wie viel Staat braucht die Marktwirtschaft?<sup>18</sup>

Das Fach **Gesellschaftslehre** hat zum Ziel, Schülerinnen und Schüler mit grundlegenden Fragestellungen gesellschaftlichen Handelns vertraut zu machen. Eine wesentliche Schlüsselfrage ist die Frage nach Möglichkeiten und Grenzen einer selbstbestimmten Lebensgestaltung im Spannungsfeld ökonomischer, gesellschaftlicher und privater Interessen. Themen wie Konsum, Verschuldung, Berufsorientierung, Neue Medien, Freizeitgestaltung, Bedürfnisbefriedigung, Arbeitslosigkeit, Ernährung und Klimaschutz sowie nachhaltiger Umgang mit Ressourcen fördern bei den Schülerinnen und Schülern wichtige Kompetenzen der Verbraucherbildung.<sup>19</sup>

### **Naturwissenschaftliche Fächer**

Einen wichtigen Beitrag zur Verbraucherbildung liefern die naturwissenschaftlichen Fächer Biologie, Chemie und Physik. Sie fördern durch fachspezifische Herangehensweisen den verantwortungsvollen Umgang der Schülerinnen und Schüler mit der natürlichen und gestalteten Lebenswelt und ihren Ressourcen.

---

<sup>18</sup> Lehrplan für die gesellschaftswissenschaftlichen Fächer, Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur, 2016

<sup>19</sup> Rahmenlehrplan Gesellschaftslehre für die Integrierten Gesamtschulen und Realschulen plus Rheinland-Pfalz, Klassenstufen 5 und 6 (2013) sowie Klassenstufen 7 bis 10 (2015)

Die Perspektive des Fachs **Biologie** richtet sich auf die Auseinandersetzung mit dem Lebendigen. Fragen des Umwelt- und Tierschutzes, der Ökologie und der Verantwortung durch eigenes Handeln werden ergänzt durch die biologische Auseinandersetzung mit Themen der Gesundheit, Ernährung und Lebensplanung.

Im Fach **Chemie** steht die Auseinandersetzung mit der Lebenswelt auf makroskopischer (Stoffebene) im Mittelpunkt. Schülerinnen und Schüler üben den praktischen Umgang mit Stoffen, beobachten und beschreiben ihre Eigenschaften und untersuchen in Experimenten chemische Reaktionen, deren Ergebnisse auf submikroskopischer Ebene (Teilchenebene) gedeutet werden. Mithilfe dieser Grundlagenkenntnisse erwerben Schülerinnen und Schüler Kompetenzen als Entscheidungsgrundlage für verbraucherrelevante Fragen wie zum Beispiel Pflege und Reinigung, Arbeitsschutz, Trinkwasser, Umwelt und Klima, Energieträger.<sup>20</sup>

Im Fach **Physik** geht es im Schwerpunkt um die Untersuchung natürlicher und technischer Phänomene, deren formalisierte Beschreibung, die Vorhersage von Wirkzusammenhängen und die Einordnung neuen Wissens in die eigene Wissensbasis. Gesamtgesellschaftlich betrachtet geht es um technische Lösungen für Probleme der Zukunft wie die Energieversorgung oder der Klimawandel. Im eigenen Handlungsspektrum ist ein elementares physikalisches Verständnis von technischen Zusammenhängen bei der überlegten Anschaffung technischer Geräte, der Wahl von Energielieferanten oder geeigneter Fortbewegungsmittel erforderlich.

### **Wahlpflichtfächer der Realschule plus**

Die Wahlpflichtfächer der Realschule plus (Wirtschaft und Verwaltung, Hauswirtschaft und Sozialwesen sowie Technik und Naturwissenschaften) stellen den Erwerb von Alltagskompetenzen in den Mittelpunkt und nehmen übergreifend Aspekte der Gesundheit und Ernährung, des partnerschaftlichen Geschlechterrollenverständnisses, der Nachhaltigkeit und Globalisierung, der digitalen Medien und Technologien, Technikfolgenabschätzung und Ökologie in den Blick. In **Hauswirtschaft und Sozialwesen** entwickeln Schülerinnen und Schüler Kompetenzen, um das eigene Leben bedürfnisgerecht, gesundheitsförderlich und sozial verantwortlich zu gestalten. Im Fach **Technik und Naturwissenschaften** erwerben sie analytische Fähigkeiten und systemisches Denken zur Lösung von Problemen. Kern des Faches **Wirtschaft und Verwaltung** ist die Kompetenz, begründete nachhaltige ökonomische Entscheidungen unter Berücksichtigung gesellschaftlicher und globaler Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Mitgestaltung zu treffen.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Lehrpläne für die naturwissenschaftlichen Fächer für die weiterführenden Schulen in Rheinland-Pfalz, Biologie, Chemie, Physik; Klassenstufen 5 und 6 (2010) sowie Klassenstufen 7 bis 10 (2014)  
Rahmenlehrplan Wahlpflichtbereich Realschule plus, MBWJK (2010)

## **Sport**

Der Schulsport hat den Auftrag, den Schülerinnen und Schülern die Freude an der Bewegung sowie die Bedeutung sportlicher Aktivitäten für die eigene Gesundheit zu vermitteln.

Damit leistet der Schulsport einen anerkannten Beitrag zur Bildung und Erziehung sowie insbesondere auch zur Bewegungs- und Gesundheitsförderung aller jungen Menschen.

## **Mathematik**

Im Fach Mathematik analysieren Schülerinnen und Schüler verschiedene mathematische Probleme, die für die Verbraucherbildung relevant sind. Sie erwerben Kompetenzen, technische, natürliche, soziale und kulturelle Erscheinungen und Vorgänge mit Hilfe der Mathematik wahrnehmen, verstehen und unter Nutzung mathematischer Gesichtspunkte beurteilen zu können. Dazu gehören zum Beispiel der kritische Umgang mit Statistiken und Diagrammen sowie Prozent- und Zinsrechnung.

## **Deutsch**

Im Fach Deutsch erwerben Schülerinnen und Schüler grundlegende Kompetenzen, um Texte verstehen, ihnen weiterführende, sachgerechte Informationen entnehmen, sich mündlich und schriftlich in unterschiedlichen Situationen verständigen, verschiedene Schreibformen beherrschen, Medien fachbezogen nutzen und vor allem interessiert und verständig lesen und auch Kreativität entfalten zu können. Exemplarisch können Schülerinnen und Schüler Materialien zur Verbraucherbildung argumentativ auswerten, adressatengerecht aufbereiten und mediengestützt präsentieren.

## **Religion/ Ethik:**

Die Fächer Religion und Ethik leisten ebenfalls einen Beitrag zur Verbraucherbildung, indem sie Prozesse der Persönlichkeitsentwicklung anstoßen und begleiten. Der Unterricht in Religionslehre und Ethik soll Einsichten in Sinn- und Wertfragen des Lebens vermitteln, die Auseinandersetzung mit Ideologien, Weltanschauungen und Religionen ermöglichen und zu verantwortlichem Handeln in der Gesellschaft motivieren.

In diesem Zusammenhang wird Konsum unter anderem dann ein Thema mit ethischen Implikationen, wenn sich beim Einkauf die Fragen nach dem Wieviel und dem Was des Konsums bis hin zum Konsumverzicht stellen.

Diese Fragen werden im Ethikunterricht vertieft. Hier steht die Auseinandersetzung mit Werten und Normen im Mittelpunkt. Schülerinnen und Schüler setzen sich mit der objektiven Gefährdung der Bewohnbarkeit der Erde auseinander und erwerben

Kompetenzen, das an Konsum orientierte Wertsystem im Sinne der Verzicht-Ethik kritisch zu hinterfragen.

### **Bildende Kunst**

Im Kunstunterricht setzen sich Schülerinnen und Schüler u.a. mit Alltagsobjekten in ihrer praktischen, ästhetischen und symbolischen Funktion auseinander. Sie erläutern Zusammenhänge zwischen Gestaltung, Gebrauchsfunktion und Zielgruppen und reflektieren die konsumorientierte Verwertung von Kunstwerken sowie Fragen von deren Nutzungsrechten.

### **Musik**

Im Fach Musik werden grundlegende ökonomische Zusammenhänge u.a. in Bezug auf Produktions- und Vermarktungsstrukturen, die mediale Funktionalität und Fragen des Urheberrechtes von Musik erarbeitet.

### **Verbraucherbildung im zieldifferenten Unterricht**

In den Bildungsgängen Lernen und ganzheitliche Entwicklung findet zieldifferenten Unterricht statt. Im inklusiven Unterricht werden die Schülerinnen und Schüler in den Fächern der Schulart unterrichtet, die sie besuchen. Auch der zieldifferente Unterricht an Förderschulen wird sich zunehmend so nah wie möglich an den allgemeinen Bildungsstandards, Rahmenplänen und Lehrplänen geplant und durch die erforderliche Differenzierung individualisiert. Dies erfolgt durch sonderpädagogische Adaption an die individuellen Bildungsziele der Schülerinnen und Schüler. Der Unterricht ist schüler- und kompetenzorientiert und auf Teilhabe und Aktivität jeder einzelnen Schülerin und jedes einzelnen Schülers ausgerichtet. Entsprechend wird auch der Kompetenzerwerb im Querschnittsthema Verbraucherbildung angestrebt, der für die Fächer und Lernbereiche der Grundschule und der weiterführenden Schulen der Sekundarstufe genannt sind. Auch im Lehrplan zur sonderpädagogischen Förderung von Schülerinnen und Schülern mit dem Förderbedarf ganzheitliche Entwicklung findet sich das Querschnittsthema (Aktivitätsbereiche Ästhetik, Freizeit- und Lebensgestaltung, Haushalt, Ich und andere).

## **4.2. Schulisches Konzept zur Verbraucherbildung**

Das schulische Konzept zur Verbraucherbildung ist Teil des Schulprogramms und verdeutlicht den Stellenwert als Querschnittsthema. Verbraucherbildung wird damit in den allgemeinen Qualitätsentwicklungsprozessen an der Schule thematisiert und ist ein wichtiges profilbildendes Element im Rahmen der Schulentwicklung.

Ein schuleigenes Konzept zur Verbraucherbildung, das auf die Schulart und die vor Ort bestehenden Rahmenbedingungen und Profilbildungen abgestimmt ist, verbindet die Vorgaben der Richtlinie Verbraucherbildung mit den Lehrplanvorgaben für die

Fächer der jeweiligen Schulformen und setzt diese in den schuleigenen Arbeitsplänen um.

Voraussetzung für die wirksame Integration von Fragen der Verbraucherbildung in ein schlüssiges Konzept schulischer Bildung ist eine verstärkte Kooperation der Fächer. Das fachbezogene Lernen muss durch fächerverbindende und fachübergreifende Zusammenarbeit ergänzt werden. Dabei wird es erforderlich, die Fachgrenzen zu öffnen und den Unterricht entweder durch Absprachen aufeinander abzustimmen oder gemeinsam zu gestalten. Dabei kommt der Koordination und Steuerung des Gesamtprozesses eine entscheidende Bedeutung zu. Wichtige Akteure sind dabei die Fachschaften bzw. Fachkonferenzen, die mit ihrer fachspezifischen Kompetenz den Motor für die Entwicklung der Verbraucherbildung an einer Schule darstellen.

### **Jede Schule stellt die Verankerung der Verbraucherbildung in den schuleigenen Arbeitsplänen sicher.**

Problemzusammenhänge, die sich aus den Inhalten der Verbraucherbildung ergeben, werden den Schülerinnen und Schülern auf diese Weise ganzheitlich und lebensnah nähergebracht. Hierbei rückt die Komplexität des realen Geschehens ins Bewusstsein der Lernenden. Wissen wird dabei vernetzt sowie Chancen und Risiken, die sich aus der jeweiligen Thematik ergeben, reflektiert.

Ausgangspunkt können gemeinsame Themen aus Fächern der jeweiligen Schulart sein, die sich mit Verbraucherbildung beschäftigen. Darüber hinaus bietet fächerübergreifendes und –verbindendes Arbeiten mit Inhalten der Verbraucherbildung die Chance, an den Erfahrungs- und Lebenswelten der Kinder und Jugendlichen anzusetzen. Dabei gilt es, Bezüge auch zu weiteren Querschnittsthemen wie Bildung für nachhaltige Entwicklung, ökonomische Bildung, Gesundheitsförderung, Medienbildung und Demokratieerziehung herzustellen. Schuleigene Akzentuierungen, die regionale Rahmenbedingungen berücksichtigen, können in den Prozess der schulischen Qualitätsentwicklung eingebunden werden.

Um eine nachhaltige Implementierung der Verbraucherbildung an der Schule sicherzustellen, ist eine Evaluierung durchgeführter Maßnahmen an weiterführenden Schulen notwendig. Dies kann beispielsweise mit dem Angebot der internen Evaluation an Schulen (InES)<sup>22</sup> erfolgen.

## **5. Verbraucherbildung im Unterricht**

*„Eines der obersten Ziele schulischer Bildung überhaupt ist es, junge Menschen zu befähigen, sich in der modernen Gesellschaft zu orientieren und politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Fragen und Probleme kompetent zu beurteilen.“*

---

<sup>22</sup> Vgl. [www.ines.bildung-rp.de](http://www.ines.bildung-rp.de)



*Dabei sollen sie ermuntert werden, für Freiheit, Demokratie, Menschenrechte, Gerechtigkeit, wirtschaftliche Sicherheit und Frieden einzutreten. Diesem übergeordneten Ziel sind grundsätzlich alle Unterrichtsfächer verpflichtet, insbesondere aber die des gesellschaftswissenschaftlichen Bereichs.“<sup>23</sup>*

Eine wesentliche Grundlage der schulischen Verbraucherbildung ist der „Beutelsbacher Konsens“. Diese drei Grundprinzipien zur politischen Bildung in der Schule sind auch für die Verbraucherbildung handlungsleitend.

**Kontroversitätsgebot:** Lehrkräfte stellen Themen, die in der Öffentlichkeit kontrovers diskutiert werden, auch im Unterricht kontrovers dar und lassen Diskussionen zu.

**Indoktrinations- bzw. Überwältigungsverbot:** Die eigenen politischen und theoretischen Standpunkte der Lehrkraft sind unerheblich. Es gibt keinerlei Versuch, den Schülerinnen und Schülern die eigene Meinung offen oder subtil aufzuzwingen. Ziel ist die Erziehung selbstbestimmter, informierter Bürger mit eigenen Meinungen.

**Analysefähigkeit:** Die Schülerinnen und Schüler lernen, die politischen, wirtschaftlichen und ökologischen Zusammenhänge in der Einen Welt und ihre eigene Rolle darin zu analysieren und zu bewerten (Schüler-Subjektorientierung). Dadurch erkennen sie auch Mittel und Wege zur Veränderung gesellschaftlicher Realitäten (Förderung der Handlungskompetenzen / Consumer Citizenship).

Es ist anzumerken, dass das Unterrichtsmaterial durchaus eine Position vertreten darf. Allerdings muss es transparent sein, welche Position dies ist und wer unter Umständen das Unterrichtsmaterial finanziert. Die Behandlung einer Thematik im Unterrichtsmaterial hängt stark vom Anspruch des Anbieters ab. Kontroversität muss im Unterricht durch die Lehrkraft hergestellt werden.

## 5.1 Didaktische Prinzipien

Verbraucherbildung will Menschen dazu ermutigen, das persönliche Präferenz- und Wertesystem zu reflektieren und bewusste Entscheidungen im Hinblick auf eigene Wünsche und Bedürfnisse zu treffen.

Verbraucherbildung fördert die dafür erforderlichen Verbraucherkompetenzen

- zum reflektierten und selbstbestimmten Konsum von Gütern und Dienstleistungen,
- zur gesundheitsförderlichen Ernährung und zum verantwortungsvollen Umgang mit der eigenen Gesundheit,
- zum reflektierten Umgang mit Informations- und Kommunikationsangeboten, speziell auch mit digitalen Medien,

---

<sup>23</sup> Kultusministerkonferenz, 2009, [www.kmk.org/themen/allgemeinbildende-schulen/weitere-unterrichtsinhalte/demokratieerziehung.html](http://www.kmk.org/themen/allgemeinbildende-schulen/weitere-unterrichtsinhalte/demokratieerziehung.html))

- zum zukunftsfähigen Denken und Handeln in den Dimensionen nachhaltiger Entwicklung.

Dieser Kompetenzerwerb erfolgt unter Berücksichtigung folgender **Prinzipien**:

- Schülerorientierung
- Nachhaltigkeit
- Kontroversität
- Regionalität
- Multiperspektivität
- Lebensweltbezug
- Problemorientierung
- Exemplarität
- Aktualität

Handlungssituationen stellen den Bezug zur Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler her. Dabei setzen sie sich mit unterschiedlichen Sichtweisen und Standpunkten kritisch auseinander. Lösungsvorschläge können strittig sein und auf unterschiedlichen Interessen und Wertorientierungen beruhen. Sie sollten vergleichend und unparteiisch behandelt und kritisch diskutiert werden.

Schulische und außerschulische Lehr- und Lernprozesse der Verbraucherbildung sind geprägt durch kommunikative Prozesse sowie durch Kultur- und Gendersensibilität mit den Elementen Anerkennung, Kompromissbereitschaft, Wertschätzung und Achtsamkeit.

## **5.2 Methoden und Arbeitsformen der Verbraucherbildung**

Verhaltensweisen werden sehr oft entweder durch Nachahmung oder durch Einflussnahme von außen erworben. Von besonderer Bedeutung in der Verbraucherbildung sind daher handlungsorientierte Methoden, die reflexive Lernprozesse provozieren. Sie ermöglichen es auch, von den vielfältigen Erfahrungen der Lernenden zu profitieren. Reflexion erweitert die Lebenswelt der Lernenden. Sie stärkt damit auch die personale Kompetenz der Lernenden, weil sie im Vergleich zu analytischen Methoden einen höheren Anteil an Selbsterfahrung hat und die Subjektivität von Beobachtung und Bewertung fokussiert. Methoden zur Reflexion können sich somit auf die Reflexion von Rollenverhalten beziehen, sie können aber auch dazu verwendet werden, Bezugsebenen zwischen Lerninhalten kennenzulernen und mit den eigenen Erfahrungen zu verknüpfen.

In Rheinland-Pfalz wird Verbraucherbildung nicht in einem eigenständigen Fach unterrichtet, sondern als Querschnittsthema in andere Fächer eingebunden. Daher

treten die Methoden besonders in den Vordergrund, die eine hohe Affinität zu fachübergreifendem und fächerverbindendem Unterricht besitzen und die o.g. didaktischen Prinzipien berücksichtigen.

<b>Methoden</b>	<b>Beispiele</b>
Biografisches Lernen	Konsumverhalten und Lebensstilbiografien
Planspiele	Produkteinführung
Experimentieren mit Produkten	Warentests Finanztests Produkttests Sensorische Prüfungen
Rollenspiele	Reklamationen Verkaufsgespräche
Projekte	Produktlinienanalysen Produktentwicklung Marktforschung Schülerfirma
Erkundungen	Produktionsstätten Handelsorganisationen Konsumentenschutzeinrichtungen Nichtregierungsorganisationen
Debatten	Pro- und Kontradiskussionen zu Vor – und Nachteilen von Produkten, Dienstleistungen, Kostenfaktoren, Verantwortungsbereichen
Dilemmata	Globalisierung
Expertengespräche	Verbraucherberatung Ernährungsberatung
Recherchen	Internetrecherchen Informationssuche weitere Quellen

	Analyse/Bewertung von Texten und Dokumenten
Markterkundungen	Stationärer Handel, Onlinehandel Vergleichsportale
Reflexive Methoden	Überprüfen eigener Verhaltensweisen und Einstellungen
Wettbewerbe	Jugend testet, Jugend forscht, Schüler experimentieren
Fachpraxis	Lebensmittelzubereitung Entwicklung audio-visueller Medien Schulgarten

### 5.3 Kooperation und Vernetzung: Außerschulische Partner in der Verbraucherbildung

Für eine kontextbezogene Verbraucherbildung ist eine Kooperation und Vernetzung mit den Akteuren und Partnern wie beispielsweise Verbraucherorganisationen, Hochschulen / Universitäten, Beratungsstellen, Sozialverbänden, Arbeitnehmer- und Arbeitgeberorganisationen, Behörden und Wirtschaftsverbänden, Unternehmen, entwicklungspolitischen Initiativen sowie den Akteuren aus den Bereichen Ökologie und Soziales sinnvoll. Sie ermöglichen Schulen Projekte in verbraucherrelevanten Bereichen, die im Sinne einer systematischen und dauerhaften Lernpartnerschaft angelegt werden können. In diesem Zusammenhang müssen die Rollen und Zuständigkeiten der beteiligten Partner eindeutig definiert sein. Wichtig für die Nutzung dieser außerschulischen Angebote durch die Schulen bzw. Lehrkräfte ist, dass sich diese inhaltlich am schulischen Bildungs- und Erziehungsauftrag orientieren, an die Gegebenheiten der einzelnen Schule angepasst sind und damit die Schulqualität fördern.

Die inhaltliche Vor- und Nachbereitung der jeweiligen Angebote sowie deren kritische Überprüfung im Hinblick auf die Qualität und eine mögliche einseitige Einflussnahme obliegen immer der unterrichtenden Lehrkraft.

## 6. Organisations- und Unterstützungssysteme der Verbraucherbildung

**Grafische Darstellung** (s. Platzhalter nächste Seite: muss noch vom Grafiker gestaltet werden)

### Schule

- Fachkonferenzen
- Fächerverbindender Unterricht
- Schülerfirma
- Arbeitspläne
- Projekte
- Zertifikate
- Qualitätsprogramm
- Richtlinien
- Lehrpläne
- Interne Evaluation
- Studienseminare
- Pädagogisches Landesinstitut
- Pädagogisches Beratungssystem des PL
- Fortbildungen
- Onlinemedien-Gesamtangebot Omega

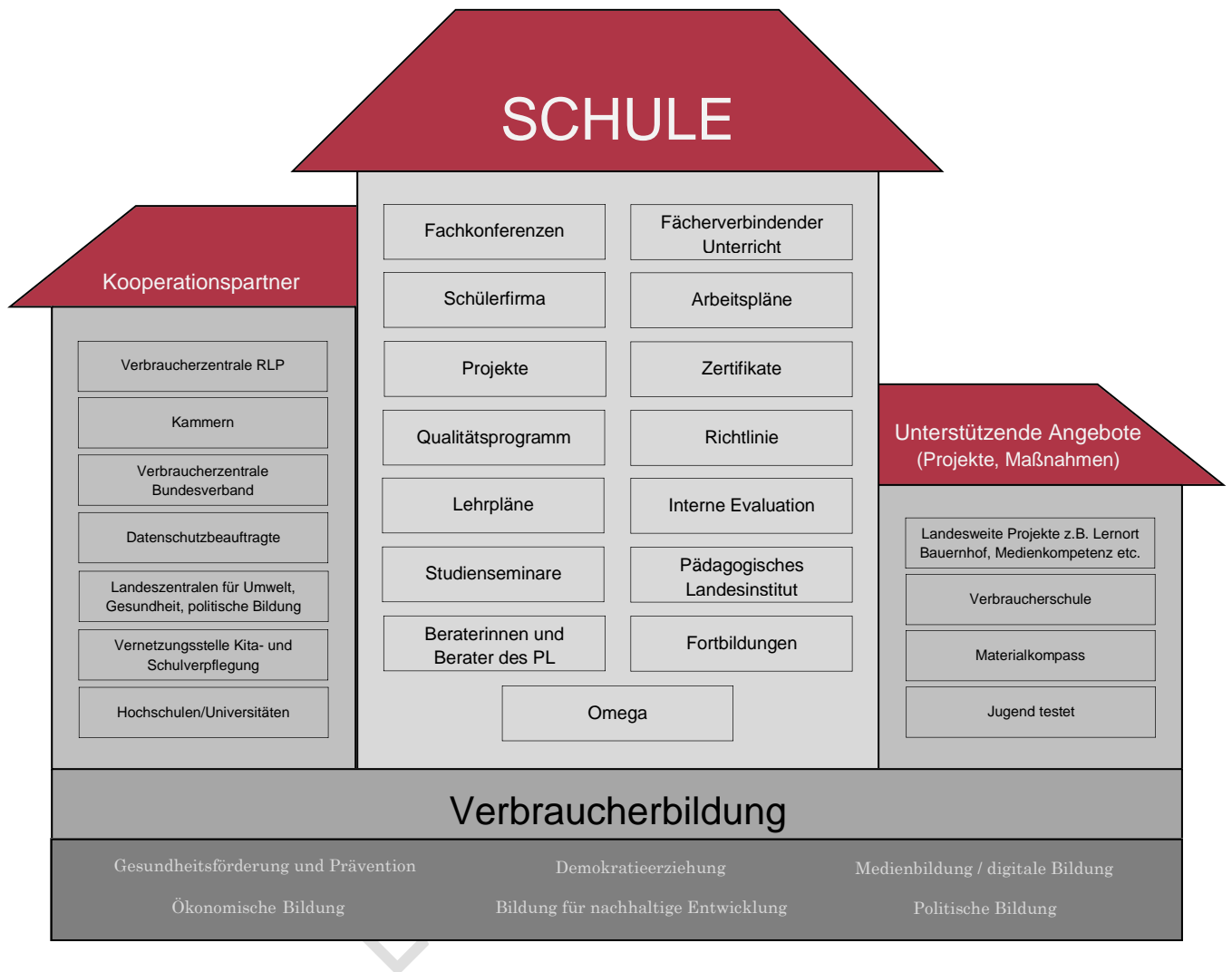
#### **Kooperationspartner, z. B.**

- Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz
- Kammern (z.B. Landwirtschaftskammer)
- Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)
- Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit in Rheinland-Pfalz (LfDI), Datenschutzbeauftragte
- Landeszentralen für Umweltaufklärung, Gesundheitsförderung, politische Bildung
- ELAN (Entwicklungspolitisches Landesnetzwerk Rheinland-Pfalz)
- Vernetzungsstelle Kita- und Schulverpflegung
- Ernährungsberatung der Dienstleistungszentren ländlicher Raum
- Krankenkassen
- Hochschulen/Universitäten
- Umweltverbände

#### **Unterstützende Angebote, z. B.**

- landesweite Projekte (wie Lernort Bauernhof oder Medienkompetenz macht Schule)
- Netzwerk Verbraucherschule (vzbv)
- Netzwerk BNE-Schulen, UNESCO-Schulen, Fairtrade-Schulen, Schulgartennetzwerk, Netzwerk Bienen
- Materialkompass Verbraucherbildung / Onlinemedien-Gesamtangebot Omega RLP / Kompass Globales Lernen RLP

- Jugend testet (Stiftung Warentest)



## 8. Literatur und Hinweise:

Verbraucherbildung berührt weitere Querschnittshemen, die in Form von bundesweiten Empfehlungen der Kultusministerkonferenz sowie in landesweit gültigen Richtlinien verankert sind:

- „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 einer Bildung für nachhaltige Entwicklung, 2. aktualisierte und erweiterte Auflage, 2016; Ständige Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland und Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
- „Medienbildung in der Schule“: Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 08.03.2012
- „Bildung in der digitalen Welt“: Strategie der Kultusministerkonferenz 2016
- „Empfehlung zur Gesundheitsförderung und Prävention in der Schule“: Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.11.2012
- Richtlinie Ökonomische Bildung an allgemeinbildenden Schulen; Ministerium für Bildung 2017
- Rahmenkonzept Digitale Bildung – Medienkomp@ss Rheinland-Pfalz
- Richtlinie zur digitalen Bildung in der Primarstufe; Verwaltungsvorschrift des Ministeriums für Bildung vom 30. Oktober 2018 (9413 B – Tgb.-Nr. 3073/18)