

VERBRAUCHERBILDUNG: KONSUM-KOMPETENZ IN DER SCHULE STÄRKEN

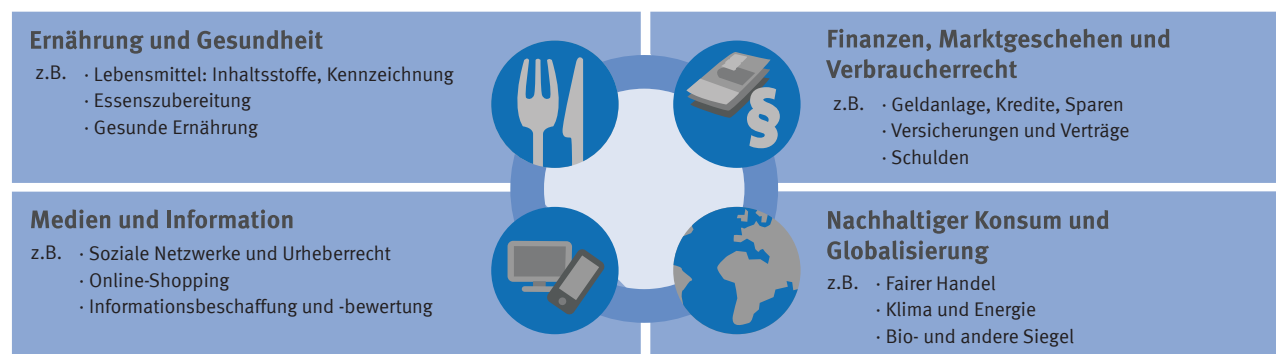
i Ob beim Surfen im Netz oder während des täglichen Einkaufs – Kinder und Jugendliche treffen im Alltag auf eine Fülle von Konsummöglichkeiten. Oft wissen sie zu wenig, um verantwortungsvoll damit umzugehen oder sich effektiv zu schützen, wenn es um Werbebotschaften oder den digitalen Fingerabdruck geht. Hier setzt Verbraucherbildung an. Sie schärft den kritischen Blick auf Konsumententscheidungen und vermittelt Alltagskompetenzen.

Verbraucherbildung bundesweit in der Schule verankern – seit Jahren setzt sich der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) dafür ein. Der Beschluss der Kultusministerkonferenz (KMK) „Verbraucherbildung an Schulen“ vom September 2013 legte den politischen Grundstein für die Umsetzung.¹ Die Kultusminister einigten sich darauf, Verbraucherbildung in den Lehr- und Bildungsplänen sowie bei der Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften zu integrieren – und zwar zu den Verbraucherthemen Finanzen, Ernährung und Gesundheit, Medien sowie nachhaltiger

Konsum. Ein Beschluss der Verbraucherschutzministerkonferenz (VSMK) vom Mai 2014 zur „Stärkung der schulischen und außerschulischen Verbraucherbildung“ stützt den eingeschlagenen Kurs hin zu mehr Konsumkompetenz für Kinder und Jugendliche.²

! Noch haben nicht alle Bundesländer den Beschluss der KMK umgesetzt. Es besteht weiter großer Handlungsbedarf, damit endlich alle Kinder und Jugendlichen besser für den Konsumalltag gerüstet sind.

HANDLUNGSFELDER UND THEMEN DER VERBRAUCHERBILDUNG



DER VZBV FORDERT

Verbraucherbildung verpflichtend an allen Schulen: Verbraucherbildung muss als eigener, prüfungsrelevanter Bestandteil bundesweit in den Lehr- und Bildungsplänen aller Schulformen verankert sein – etwa als separates Schulfach, mit Ankerfach oder fachübergreifend.

Gut geschulte, motivierte Lehrkräfte: Eine hochwertige Verbraucherbildung braucht verbindliche Aus- und Fortbildung für Lehrkräfte, die die Erfahrung von Verbraucherschutzexperten wie den Verbraucherzentralen aufgreift.

Werbefreie Schulen: Produkt- und Markenwerbung sowie Akquise müssen in der Schule ausnahmslos verboten sein. In der Schule vermittelte Verbraucherbildung zeigt Kindern und Jugendlichen, wie sie selbstbestimmt und

kritisch Konsumententscheidungen treffen. Dafür unabdingbar sind unabhängige Unterrichtsmaterialien und ein Lernumfeld, das frei von wirtschaftlichen Interessen ist.

Kooperationsverbot aufheben: Als präventiver Verbraucherschutz ist Verbraucherbildung von bundesweiter Bedeutung. Der Bund muss in die Lage versetzt werden, die Länder bei ihren Bildungsaufgaben zeitlich unbegrenzt zu unterstützen und zu fördern.

Verbraucherbildung braucht Evidenzen: Verbraucherkompetenzen von Kindern und Jugendlichen müssen regelmäßig erhoben und evaluiert werden. So lässt sich Verbraucherbildung erfolgreich verbessern.

DATEN UND FAKTEN

i 70 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher finden, dass Themen der Verbraucherbildung im Schulunterricht zu kurz kommen.³

i 31 Prozent der 14- bis 24-Jährigen haben schon einmal Schulden gemacht. Hauptgrund dafür: der Kauf technischer Geräte. Das geht aus einer Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) für den Bundesverband Deutscher Banken hervor.⁴

i 97 Prozent der Menschen in Deutschland stimmen der Aussage zu, dass jeder Einzelne im eigenen Umfeld Verantwortung übernehmen muss, damit für die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt erhalten bleibt. Junge Menschen unter 30

finden, dass Umweltthemen in der Schule unzureichend vermittelt werden.⁵

i Neun von zehn Befragten (91 Prozent) sind der Meinung, dass Kinder in der Schule die Grundlagen guter Ernährung erlernen sollten. Dies gilt unabhängig davon, ob in ihrem Haushalt Kinder leben oder nicht.⁶

i Für 95 Prozent der Menschen in Deutschland ist es sehr wichtig oder wichtig, dass Schulen Wissen und Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Technologien und Anwendungen vermitteln. Über 70 Prozent sind der Meinung, dass die Schulen eher nicht oder überhaupt nicht darauf vorbereitet sind.⁷

••••• VERBRAUCHERBILDUNG IM ALLTAG IST WICHTIG



Emma ist 14 und ständig am Handy. Überall verfolgt sie die neuesten Highlights in den sozialen Netzwerken. Um in der Schule mitreden zu können, will sie nichts verpassen. Sie folgt ihren Stars schon ewig und hat mit einigen sogar schon geschrieben. Sie vertraut diesen „Freunden“ und kauft häufig das, was sie ihr empfehlen. Doch jeden Tag gibt es neue Produkte, die sie ihren Idolen etwas näher

kommen lassen. Um in der Schule angesagt zu bleiben, gibt sie ihr ganzes Taschengeld für Sachen aus, die sie weder wirklich mag noch braucht. Schon wenige Tage nach Monatsbeginn ist sie wieder pleite. Sie hat Angst nicht mehr dazu zu gehören und schwänzt sie die Schule.

Beim Projekttag in der Schule hört sie das erste Mal das Wort Influencer-Marketing. Emma erfährt, dass ihre vermeintlichen „Freunde“ in den sozialen Netzwerken die Produkte oft gar nicht selbst nutzen, sondern Werbung dafür machen. Sie werden dafür bezahlt, in ihren Videos oder Posts auf Produkte aufmerksam zu machen. Emma und ihre Mitschülerinnen und Mitschüler ärgern sich: Dass die Tipps für Beauty-Produkte oder die neuesten Fußballschuhe nicht wirklich echt und ehrlich sind, hätten sie gern früher schon gewusst.

Auf dem Schulportal www.verbraucherbildung.de informiert der vzbv rund um Alltags- und Konsumkompetenz: mit aktuellen Meldungen, vertiefenden Hintergrundartikeln zu schulbezogenem Verbraucherwissen und Experteninterviews. Auch die Datenbank Materialkompass mit passenden qualitätsgeprüften Unterrichtsmaterialien für Verbraucherbildung ist hier zu finden.



www.verbraucherbildung.de

1 Verbraucherbildung an Schulen, Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 13.09.2013

2 Ergebnisprotokoll der 10. Verbraucherschutzministerkonferenz am 16. Mai 2014 in Rostock-Warmemünde, TOP 22: Stärkung der schulischen und außerschulischen Verbraucherbildung, Seite 31-32

3 Repräsentative Umfrage von Emnid im Auftrag des vzbv, Oktober 2016

4 Jugendstudie 2015 der GfK Marktforschung im Auftrag des Bankenverbands, Seite 57

5 Umweltbewusstsein in Deutschland 2016, Studie des Umweltbundesamts, Seite 20 und 79

6 Deutschland, wie es isst, BMEL Ernährungsreport 2018, Seite 14

7 Repräsentative Umfrage von forsa im Auftrag des vzbv, Oktober 2018

verbraucherzentrale

Bundesverband