

# VERBRAUCHERBILDUNG AN SCHULEN STRUKTURELL UND PRAKTISCH STÄRKEN

Hürden, Potenziale und Forderungen des vzbv

18. September 2023

## HINTERGRUND

Schon **Kinder und Jugendliche** sind Konsument:innen und eine **relevante Zielgruppe für Unternehmen**. Täglich treffen sie auf eine Fülle von Konsummöglichkeiten, oft wissen sie aber noch zu wenig, um reflektiert damit umzugehen oder sich effektiv zu schützen.

Verbraucherbildung verfolgt das Ziel, Kindern und Jugendlichen **grundlegende Kompetenzen** zu vermitteln, um sich im Konsumalltag zu orientieren. Sie sollen in die Lage versetzt werden, als Verbraucher:innen von Produkten und Dienstleistungen **informierte Entscheidungen** zu treffen. Im Sinne der **Bildung für nachhaltige Entwicklung** (BNE) trägt Verbraucherbildung zur Förderung nachhaltiger Konsummuster bei.

## STATUS QUO

Mit ihrer Empfehlung „Verbraucherbildung an Schulen“<sup>1</sup> **legte die Kultusministerkonferenz (KMK) 2013 den politischen Grundstein** für die Umsetzung von Verbraucherbildung als schulischer Aufgabe. Die Bildungsminister:innen einigten sich darauf, Verbraucherbildung in die Lehr- und Bildungspläne sowie die Aus- und Weiterbildung von Lehrkräften zu integrieren – mit den Handlungsfeldern:

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

Zehn Jahre später zeigt sich, dass Verbraucherbildung **weiterhin nicht systematisch in allen Schulformen und Klassenstufen** umgesetzt wird. Nur in acht Bundesländern machen übergreifende Rahmendokumente wie Curricula, Leitperspektiven oder Richtlinien Vorgaben zur Verankerung von Verbraucherbildung im Unterricht.<sup>2</sup> Hierbei gibt es qualitativ deutliche Unterschiede bei Fächerzuordnung,

---

<sup>1</sup> Kultusministerkonferenz (2013): Verbraucherbildung an Schulen. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013. [https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2013/2013\\_09\\_12-Verbraucherbildung.pdf](https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2013/2013_09_12-Verbraucherbildung.pdf) (Stand: 11. September 2023)

<sup>2</sup> vzbv (2023): Verbraucherbildung vor Ort. <https://www.verbraucherbildung.de/verbraucherbildung-vor-ort> (Stand: 11. September 2023)

Schwerpunkten und Unterstützungsmaßnahmen, um die häufig fachübergreifende Thematik in das Klassenzimmer zu bringen. Explizite Aus- und Weiterbildungsangebote zu Verbraucherbildung sind selten.

Im Juni 2023 hat die Verbraucherschutzministerkonferenz in ihrem Beschluss<sup>3</sup> die KMK gebeten, die **Empfehlung zur Verbraucherbildung fortzuschreiben bzw. zu aktualisieren** und dabei interessierte Ländervertreter:innen der Verbraucherschutzressorts sowie Verbraucherschutzinstitutionen einzubinden.

## HÜRDEN UND POTENZIALE AUS SICHT VON LEHRKRÄFTEN

Wo Handlungsbedarf besteht, um die KMK-Empfehlung in den Schulalltag zu überführen, zeigt eine qualitative Lehrkräftebefragung im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv)<sup>4</sup>. In Fokusgruppen diskutierten insgesamt 28 Lehrkräfte von Grundschulen sowie aus der Sekundarstufe 1 und 2 Hürden und mögliche Lösungen auf dem Weg zu mehr Verbraucherbildung an Schulen. Neben generellen Problemen im Bildungswesen wie Personalmangel und Überlastung, vollen Lehrplänen und mangelnder Ausstattung wurden folgende Punkte benannt:

- ❖ **Mangelnde Bekanntheit:** Auffällig ist, dass die befragten Lehrkräfte viele treffende Assoziationen zu allen Handlungsfeldern der Verbraucherbildung benennen. Verbraucherbildung ist als zusammenfassende Thematik jedoch wenig bekannt. Analog dazu sind die KMK-Empfehlung und die jeweiligen Rahmendokumente in den Ländern zumeist unbekannt. Dennoch schätzen die Befragten Verbraucherbildung als äußerst wichtig für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen in der Schullaufbahn ein.
- ❖ **Mangelnde Verbindlichkeit:** Die befragten Lehrkräfte beschreiben ein Dilemma: Ohne verbindliche Vorgaben, dass und wie Verbrauchertemen in den Unterricht zu integrieren sind, bleiben sie unberücksichtigt. Gleichzeitig sind die Rahmenlehrpläne bereits so voll, dass die Befragten nur begrenzt Möglichkeiten sehen, weitere Themen aufzugreifen, ohne andere zu streichen. Durch die mangelnde Verbindlichkeit sind Lehrkräfte auf die Unterstützung und das individuelle Engagement von Schulleitung oder Kollegium angewiesen, die aber nicht immer gegeben sind.
- ❖ **Übersetzungslücke von der KMK-Empfehlung zur konkreten Umsetzung:** Kritisiert wird, dass das *Wie* unklar bleibt. Die Lehrkräfte regen eine klare Strukturierung in den Lehrplänen der Länder und eine Priorisierung von Inhalten an. Es wird festgestellt, dass viele Themen sporadisch umgesetzt werden, aber eine systematische, fächerübergreifende Herangehensweise fehle. Es brauche Verantwortliche in den Ministerien und der Bildungsverwaltung, aber auch am Lernort Schule, die die Verankerung vorantreiben, zum Beispiel in Form von Schulentwicklungsteams. Die Teilnehmenden wünschen sich, dass Lehrkräfte bei der Übersetzung der KMK-Empfehlung in Vorgaben für den Unterricht eingebunden werden.
- ❖ **Unzureichende Qualifizierung:** Die Teilnehmenden sind größtenteils der Meinung, dass Verbraucherbildung von Bedeutung für Kinder und Jugendli-

---

<sup>3</sup> Verbraucherschutzministerkonferenz (2023): Ergebnisprotokoll der 19. Sitzung der Verbraucherschutzministerkonferenz am 30. Juni 2023 in Konstanz, S. 24f. [https://www.verbraucherschutzministerkonferenz.de/documents/ergebnisprotokoll-19-vsmk\\_oeffentlich\\_18-07-2023\\_1689678836.pdf](https://www.verbraucherschutzministerkonferenz.de/documents/ergebnisprotokoll-19-vsmk_oeffentlich_18-07-2023_1689678836.pdf) (Stand: 11. Sept. 2023)

<sup>4</sup> vzbv (2023): Verbraucherbildung an Schulen – Fokusgruppenbefragung mit Lehrkräften. Aktuelle Umsetzung, Probleme und Bedarfe aus Sicht der Lehrkräfte. Durchgeführt durch eye square GmbH im Auftrag des vzbv. <https://www.vzbv.de/termine/leben-lernen-auf-dem-lehrplan> (Stand: 18. September 2023)

che ist. Schon in der Ausbildung müssten den künftigen Lehrkräften die Relevanz verdeutlicht und die nötigen Kompetenzen vermittelt werden. Die Quantität und Qualität von Fortbildungen wird mitunter bemängelt. Fortbildungen sollten vermitteln, wie sich Verbraucherbildung in einzelne Fächer integrieren lasse und welche Werkzeuge und Lernsettings hilfreich seien.

- ❖ **Aufwändige Materialsuche:** Teilnehmende der Fokusgruppen schildern die Suche nach geeignetem, aktuellem und ansprechendem Material als sehr aufwändig. Dieses müsse zudem oft noch auf die jeweilige Lerngruppe und das entsprechende Fach angepasst werden. Die Lehrkräfte regen eine zentrale Materialsammlung mit geprüften Angeboten an, die zeigen, wie sich Verbraucherthemen in einzelnen Fächern aufgreifen lassen. Zudem wünschen sie sich Entlastung bei der Anbahnung und Durchführung von Kooperationen mit externen Partnern.

## FORDERUNGEN DES VZBV

Mit Blick auf den Status Quo spricht sich der vzbv für eine **inhaltliche Überarbeitung und Weiterentwicklung** der KMK-Empfehlung aus – verbunden mit einer besseren **Unterstützung der praktischen Umsetzung**. Dies bedeutet:

### Inhaltliche Weiterentwicklung

- ❖ Die vergangenen zehn Jahre waren geprägt durch signifikante Entwicklungen, insbesondere in den Bereichen Digitalisierung und nachhaltige Entwicklung, die den Verbraucheralltag maßgeblich beeinflussen. Dies ist bei der **Definition und Gewichtung der Handlungsfelder** zu berücksichtigen. Es ist zudem die **Verknüpfung zur nationalen Finanzbildungsstrategie**, die auf Initiative von Bundesfinanz- und Bundesbildungsministerium erarbeitet wird, herzustellen.
- ❖ Die Handlungsfelder dürfen nicht als isolierte Themenkomplexe angesehen werden, die **Komplexität und ihr Zusammenspiel müssen** im Sinne der Multiperspektivität stärker hervorgehoben werden.
- ❖ Damit verknüpft ist ein **breiteres Verständnis von Verbraucherbildung**. Im Moment fokussiert die KMK-Empfehlung auf ein verantwortungsbewusstes Verhalten des oder der Einzelnen. Diese individuelle Dimension hat ihre Berechtigung, muss aber ergänzt werden: Verbraucherbildung muss stärker als bisher die Rolle von Verbraucher:innen in der Gesellschaft, die Möglichkeiten und Grenzen ihres Handelns vermitteln. Dies sollte sich auch in einem entsprechenden Kompetenzrahmen widerspiegeln. Die KMK-Empfehlung muss benennen, welche **Kompetenzen** adressiert werden sollen, um Verbraucherbildung in ihrer Breite zu vermitteln.
- ❖ Verbraucherbildung sollte nicht nur als Unterrichtsthema gedacht, sondern im Sinne des Whole Institution Approach am **gesamten Lernort verankert** sein. Sie bietet damit Potenzial für die **Schulentwicklung**. Dies muss die KMK-Empfehlung stärker herausarbeiten.
- ❖ Die Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern ist gewünscht und sinnvoll. Sie darf aber nicht zum Einfallstor für unternehmerische Interessen oder Marketing werden. **Keine Werbung an Schulen** – dies muss explizit in der KMK-Empfehlung formuliert sein, um zu sensibilisieren.

## Strukturelle und personelle Stärkung

- ❖ Die Umsetzung der KMK-Empfehlung braucht **Verbindlichkeit**, indem Verbraucherbildung in ihrer Komplexität in allen Bundesländern in Curricula und Rahmendokumenten verankert wird.
- ❖ Wie in der Fokusgruppenbefragung angeregt, sind **Verantwortliche** in den Ministerien, der Schulverwaltung und den Schulen notwendig, die die Umsetzung von Verbraucherbildung begleiten und fördern. Dafür müssen personelle Ressourcen und Freistellungen geschaffen werden.

## Praktische Umsetzung

- ❖ Mit **einer begleitenden Roadmap auf Länderebene** wird sichergestellt, dass Verbraucherbildung umgesetzt wird. Die Prozesse und Unterstützungsmaßnahmen, um Verbraucherbildung tatsächlich in den Schulen zu etablieren, müssen dafür definiert werden. Insbesondere ein fachübergreifender Ansatz erfordert eine spezifische Übersetzung, wie sich Verbrauchertemen in die Fachlogik einfügen und mit anderen Fächern verknüpfen lassen.
- ❖ Die Aus- und Weiterbildung muss systematisch gestärkt werden. Gerade Verbraucherbildung als fächerübergreifender Themenkomplex muss in die **universitäre fachwissenschaftliche und didaktische Ausbildung** integriert werden. Für die **Weiterbildung** müssen kontinuierlich Angebote zur Verfügung stehen, die an die Fachlogik und den Rahmenlehrplan anknüpfen. Hierfür ist eine Zusammenarbeit mit externen Partnern aus der Verbraucherbildung sinnvoll, wobei Unabhängigkeit und Qualität als Maxime gelten.
- ❖ Der Zugang zu **qualitätsgeprüftem Unterrichtsmaterial und Kooperationspartnern** muss, wie in der Fokusgruppenbefragung hervorgehoben, erleichtert werden. Mit dem Materialkompass des vzbv, einer Datenbank für geprüftes Unterrichtsmaterial zur Verbraucherbildung, besteht bereits ein etabliertes Tool für Lehrkräfte. Dieses muss kontinuierlich erweitert und systematisch in den Kanon der Unterstützungsangebote der Länder aufgenommen werden.
- ❖ Verbraucherbildung profitiert von **Austausch und Vernetzung**: Gute Unterrichtsbeispiele, Weiterbildungen, erprobte Bildungsformate, Schulkonzepte gilt es in die Breite zu tragen. Vernetzungsmöglichkeiten für die Akteur:innen der Verbraucherbildung – vor Ort sowie digital, auf Landes- und auf Bundesebene – sind zu etablieren bzw. zu stärken.
- ❖ Durch eine **wissenschaftliche Begleitforschung** wird die strukturelle und praktische Umsetzung von Verbraucherbildung bundesweit auf den Prüfstand gestellt. Da Kompetenzaufbau langfristige Zeithorizonte umfasst, muss eine Begleitforschung als Langzeitforschung angelegt sein.

## Kontakt

*Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –  
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.*

*Team Verbraucherbildung*

*[verbraucherbildung@vzbv.de](mailto:verbraucherbildung@vzbv.de)*

*Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin*

*Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).*