

Digitale Bildung ist Verbraucherschutz

Rede von Klaus Müller, Vorstand des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) zur Veranstaltung „Fit fürs Netz: Digitale Bildung ist Verbraucherschutz“ am 10.10.2018

[Es gilt das gesprochene Wort]

Sehr geehrte Frau Staatssekretärin Gurr-Hirsch,
sehr geehrter Herr Staatssekretär Freiberg,
sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, dass Sie heute den Weg in die Kalkscheune gefunden haben, um sich mit dem vzbv über digitale Bildung und Verbraucherschutz auszutauschen. Es ist mittlerweile zu einer kleinen Tradition geworden, dass der Verbraucherzentrale Bundesverband alle zwei Jahre einlädt, um mit der Brille der Verbraucherschützer einen kritischen Blick auf die Bildungslandschaft zu werfen. Uns interessiert natürlich vor allem die Frage wie Schulen verbraucherrelevante Themen aufgreifen.

„Fit fürs Netz: Digitale Bildung ist Verbraucherschutz“ ist das Motto unseres heutigen Nachmittags. Ist digitale Bildung wirklich Verbraucherschutz? Werden wir am Ende der Veranstaltung ein Fragezeichen oder doch ein Ausrufungszeichen dahinter setzen?

Wir können heute gemeinsam diskutieren, was fünf Jahre nach dem KMK-Beschluss „Verbraucherbildung an Schulen“ und fast zwei Jahre nach Verabschiedung der KMK-Strategie „Bildung in der digitalen Welt“ tatsächlich in Schulen angekommen ist. Wir ziehen Bilanz, welche alten aber auch welche neuen Herausforderungen bestehen, damit Schule besser auf ein Leben in einer digitalisierten Welt vorbereiten kann. Denn eins können wir festhalten ohne Orakel zu spielen: die Digitalisierung führt zu einem stetigen Wandel des Alltags der Menschen und tangiert dabei auch die Interessen der Schülerinnen und Schüler als junge Verbraucherinnen und Verbraucher.

Für uns als Verbraucherschützer steht die Selbstbestimmung des Menschen im Mittelpunkt. Dabei müssen wir berücksichtigen, dass nicht jeder Mensch die gleichen Bedürfnisse hat. Das gilt auch für Verbraucher.

Das Verständnis unseres Auftrags für eine Stärkung des Verbraucherschutzes ist, die Menschen zu selbstbestimmten Entscheidungen zu befähigen, Verletzlichkeit von Verbrauchern abzubauen und den Rechtsrahmen der Verbraucherpolitik entsprechend auszugestalten. Für uns ist Bildung eine notwendige – obgleich nicht hinreichende – Voraussetzung, um Informationen und Wissen rund um den Konsumalltag aufzunehmen und verantwortungsbewusste Konsumententscheidungen treffen zu können.

Bildungsangebote stärken Verbraucher für den Konsumalltag. Darum vermittelt Verbraucherbildung grundlegende Kompetenzen, um sich im Konsumalltag

orientieren zu können. Sie ermöglicht gesellschaftliche Teilhabe und stärkt die Integration aller Bevölkerungsgruppen. Gerade für Kinder und Jugendliche gilt: Verbraucherbildung fördert Alltagskompetenzen und ermöglicht es, das Leben verantwortungsbewusst zu gestalten.

Was hat das mit digitaler Bildung zu tun? Alles! Denn die digitale Lebenswelt ist ohne Konsumieren nicht möglich. Wir brauchen Technik, um digitale Dienste zu nutzen, die Nutzung selbst besteht zum größten Teil aus dem Konsum – seien es Nachrichten, Unterhaltung oder Online-Shopping. Selbst wenn wir eigene Inhalte produzieren, werden diese häufig anderen Nutzerinnen und Nutzern zum Konsumieren bereitgestellt – die sozialen Medien lassen grüßen.

Aus dem Blickwinkel der vier Handlungsfelder der Verbraucherbildung stellen sich eine Menge von Fragen zur digitalen Welt:

- ❖ **Der Bereich Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht:** Was muss ich bei Online-Shopping berücksichtigen? Ist mein Online-Banking sicher? Wie funktioniert Werbung im Internet?
- ❖ **Zum Thema Ernährung und Gesundheit:** Wie wirkt sich digitale Welt auf gesundes Ernährungsverhalten aus? Wie kann die digitale Welt gesunde Ernährung fördern / wo ist sie Risiko?
- ❖ **Medien und Information:** Wie schütze ich meine Daten und Privatsphäre im Internet? Was sind Urheberrechte und warum ist das wichtig für mich? Inwiefern betrifft mich „Big Data“? Warum bietet mir das Internetvergleichsportal einen anderen Preis als meinem Freund?
- ❖ **Und zu guter Letzt Nachhaltiger Konsum und Globalisierung:** Wie wirkt sich mein digitaler Fingerabdruck auf das Klima aus? Wie kann die digitale Welt zum Energiesparen beitragen und zur Schonung der Ressourcen? Wo bewirkt sie das Gegenteil? Unter welchen Arbeitsbedingungen wurde mein Smartphone und andere digitale Devices hergestellt?

Kinder und Jugendliche wachsen heute in einer vollkommen anderen Konsumwelt auf, als wahrscheinlich die Mehrheit der hier heute Anwesenden, die, so wie ich, in einer analogen Konsumwelt groß geworden sind. Das Internet und digitale Anwendungen sind selbstverständlich und nicht aus dem Alltag wegdenkbar. Meinen Kindern zu sagen „dann schalte das Gerät doch aus“ – ist keine reale Option. Funktioniert nach einem Familienumzug der Internetanschluss nicht, ist das nicht nur ärgerlich für die Eltern. Vielmehr hängt der Familiensegen schief, da die digitalen Grundbedürfnisse der Kinder nicht befriedigt werden können.

Um deren Vorzüge zu nutzen, sich aber gleichzeitig gegenüber Fallen zu wappnen ist es notwendig, Haltung zu vermitteln und Kompetenzen zu fördern, die es Heranwachsenden ermöglicht, das eigene (digitale) Konsum-Verhalten zu reflektieren, Verantwortung für das eigene Handeln zu übernehmen und auch dessen Folgen abzuschätzen.

Die Kultusministerkonferenz hat schon vor fünf Jahren im KMK-Beschluss zu Verbraucherbildung formuliert:

„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.“

Die KMK-Strategie „Bildung in der digitalen Welt“ greift das Themenfeld in seiner Gänze auf. Mittlerweile ist das Thema auch in den Leitmedien angekommen. Es vergeht gefühlt kein Tag, an dem nicht ein Artikel unter dem Schlagwort „Digitaler Bildung“ veröffentlicht wird. Hier geht es vor allem um zwei Pole in der Diskussion: Zum einen geht es um die Digitalisierung der Lehre, zum anderen um Bildung für eine digitale Welt.

Lassen Sie mich kurz darstellen, was ich mit „Digitalisierung der Lehre“ meine: Hier geht es um die technische Ausstattung von Bildungseinrichtungen für eine funktionierende digitale Bildungsinfrastruktur mit beispielsweise Computern, Laptops, Smartboards, Breitbandanschlüssen, Elearningprogramme oder Lern-Apps.

„Bildung für eine digitale Welt“ beinhaltet aus meiner Sicht demgegenüber die Vermittlung der Kompetenzen, sich mit den Inhalten der digitalen Welt kritisch auseinanderzusetzen. Dies schließt den Kompetenzaufbau für die Nutzung digitaler Medien und Technologien ein. Idealerweise sie auch stärker auf eine Reflexion der Nutzung digitaler Medien ein.

Ich möchte Ihnen dazu gerne ein paar **Beispiele** illustrieren, die den Eltern unter uns sicherlich bekannt vorkommen werden:

- Selfies hochladen in jeder Lebenslage – sei es auf Instagram, WhatsApp oder SnapChat – ist eine beliebte Aktivität bei Jugendlichen. Selbst Reiseorte werden mittlerweile danach ausgesucht, wo ein besonders und hervorstechendes Selfie geschossen werden kann. Die digitalen Anwendungen bieten Kindern und Jugendlichen nicht nur die Möglichkeit miteinander zu kommunizieren, sondern sich selbst darzustellen – in der gleichen Bildgalerie wie ihre Stars und Vorbilder.

Bildung für eine digitale Welt hat hier die wichtige Rolle Kinder und Jugendliche zu einer aufgeklärten Nutzung dieser Dienste zu befähigen. Sie müssen wissen wie es bei den Apps um den Datenschutz bestellt ist und welche Daten das Unternehmen weitergibt (der Facebook Skandal lässt grüßen!). Beliebte Methode ist es daher mittlerweile bei Jugendlichen nur Profilbilder einzustellen, die Hinterköpfe zeigen. So können sie Gesichtserkennungsprogramme umgehen – aber sich untereinander doch wunderbar erkennen.

- Der Videokanal Youtube ist laut aktueller JIM Studie¹ das beliebteste Angebot aus dem Internet. Musik-Videos werden besonders gern geschaut gefolgt von Beiträgen von Youtubern und „Let’s Play“-Videos, bei denen man anderen

¹ Ebd. S. 32

beim Computerspiele spielen und Kommentieren dieser Spiele zu schauen kann. Während in den 1980er und 1990er Jahren Musik-TV und deren Stars unter Kindern und Jugendlichen beliebt war, sind es heute Youtuber. Mit Clips aus dem Wohnzimmer oder frühmorgens beim Aufstehen, Youtuber nehmen ihre Zuschauer mit in ihr Privatleben und erscheinen wie Freunde. Das kann man finden wie man will. Da auch Unternehmen den Einfluss der Youtuber auf ihre Zuschauer erkannt haben, werden Youtuber als Influencer immer häufiger für die Bewerbung von Produkten bezahlt. Zwar muss Produktplatzierung mittlerweile gekennzeichnet werden. Ob dies für Jugendliche jedoch als Werbung tatsächlich erkannt wird, steht auf einem anderen Blatt.

Hier muss Bildung für eine digitale Welt ansetzen indem sie Kinder und Jugendliche mit den folgenden Fragen konfrontiert: Was ist von den Inhalten, die der Youtuber mir erzählt gekaufter Inhalt der Produktplatzierung, wo ist indirekte Werbung versteckt, wie kann ich sie entlarven? Wie kann ich den Unterschied zwischen eigenem und gesponsertem Content erkennen?

- Oder betrachten wir zu guter Letzt, wie Filter Blasen den Medienkonsum verändern: Eine Studie der Universität Stanford² hat herausgefunden, dass Jugendliche Nachrichten aus sozialen Medien konsumieren, ohne sich um deren Herkunft Gedanken zu machen. Den Studienautoren zufolge werde die Glaubwürdigkeit einer Nachricht an falschen Details festgemacht, beispielsweise bewerten viele Schüler einen nachrichtlichen Tweet anhand der Menge der enthaltenen Details oder daran, ob ein großes Foto dazugehört – nicht aber anhand der Quelle. Zudem zeigt diese Befragung von insgesamt 7.800 amerikanischen Mittelschülern (zwischen 10 und 14 Jahren), dass 82 Prozent nicht zwischen „sponsored content“ im Nachrichtenformat und einer richtigen Nachricht unterscheiden können. In Deutschland gibt es ebenfalls Studien, die Hinweise darauf liefern, dass Jugendliche in diesem Bereich Defizite haben.³ Das finde ich sowohl als Verbraucherschützer als auch als Vater alarmierend.

Daher ist es Aufgabe einer Bildung für die digitale Welt, die Entstehung von Nachrichten, digitalen Inhalten und die Rolle der zugrunde liegenden Algorithmen zu beleuchten. Denn die Konsequenzen für das eigene Verhalten aber auch auf die gesellschaftlichen und politischen Auswirkungen sind immens.

Das sind nur einige Beispiele, wie digitale Angebote die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen bereits heute beeinflussen. Welche weiteren in fünf bis zehn Jahren relevant werden, ist heute kaum abschätzbar. Sicher ist, dass die digitale Welt einen immer größeren Einfluss auf alle Lebensbereiche und insbesondere auf die Konsumwelt haben wird. Darum ist es höchste Zeit, dass Kinder und Jugendliche die Kompetenzen erwerben, mit Unsicherheiten, Fragen und Risiken

² Evaluation information: The Cornerstone of covoö online research. Stanford history education group. (2016)

³ Die Studie aus 2017 „Gerüchte im Netz: Wie bewerten Jugendliche Informationen aus dem Internet?“, durchgeführt vom österreichischen Institut für Jugendkulturforschung, zeigt, dass Jugendliche selbst von sich behaupten, Falschmeldungen nicht immer zu erkennen. 86 Prozent der Befragten gaben an, zumindest manchmal nicht sicher zu sein, ob die Informationen in einer Nachricht richtig oder falsch sind (bei 38 Prozent ist dies sogar „oft“ oder „sehr oft“ der Fall).

umgehen zu können, die mit der Digitalisierung einhergehen. Wir brauchen die Expertise der digitalen Verbraucherbildung, damit sich junge Menschen in dieser Welt zurecht finden.

Aber wir sollten nicht allzu schwarzsehen. Denn es gibt bereits tolle Schulen, die zeigen, wie eine solche Bildung für eine digitale Welt aussehen kann. Mit den diesjährigen Verbraucherschulen konnten wir zum zweiten Mal Schulen auszeichnen, die sich vorbildlich engagieren, um Verbraucherkompetenzen für die digitale und analoge Welt zu vermitteln. Nun wird es nur Zeit, dass diesen tollen Vorbildern bundesweit viel mehr Schulen folgen.

Um nicht nur einzelne Leuchttürme zu betrachten, hat uns interessiert, welche Erfahrungen und Einstellungen Bürgerinnen und Bürger zu Themen der digitalen Bildung haben. Daher hat das Marktforschungsinstitut forsa im Auftrag des vzbv eine Repräsentativbefragung bei Personen ab 14 Jahren durchgeführt. Ich habe jetzt die Freude, Ihnen die Ergebnisse der Repräsentativbefragung heute exklusiv zum ersten Mal zu präsentieren.

Wir haben bei der Umfrage

- nach dem eigenen Nutzungsverhalten gefragt,
- nach einer Einschätzung, wie gut Schule darauf vorbereitet ist, digitale Bildung zu vermitteln,
- wie gut Schulen dafür ausgestattet sind und
- wer für die Ausgestaltung der Rahmenbedingungen zuständig ist.

Was zeigen die Ergebnisse dieser Befragung?

Dass die digitale Welt nicht mehr wegzudenken ist. Gerade bei Jugendlichen spiegelt die **Häufigkeit der Internetnutzung** dies gut wieder. 94 Prozent der 14- bis 29-Jährigen sind mehrmals pro Woche oder häufiger online. Damit liegen sie weit vorne im Vergleich zum Bundesdurchschnitt, der gerade einmal bei 70 Prozent liegt. Das Internet, um es einmal so platt zu sagen, ist also ein ständiger Begleiter junger Menschen.

Spannend zu sehen ist, was die Befragten im Internet tun, welche **Dienste sie am meisten nutzen**. Mit Blick auf die jungen Nutzerinnen und werden Messenger-Dienste wie Whats-App oder Threema mit großem Abstand am häufigsten genutzt. Sie wenden die Dienste an auch überdurchschnittlich im Vergleich zur Gesamtbevölkerung. Die unterschiedliche Häufigkeit wird bei der **Nutzung sozialer Netzwerke** wie Instagram oder Facebook noch deutlicher: während bei der jungen Befragtengruppe 91 Prozent in sozialen Netzwerken aktiv sind, sind es im der Gesamtbevölkerung lediglich 53 Prozent. Auch **Streaming-Dienste** wie Spotify oder Netflix werden signifikant häufiger von jungen Menschen genutzt.

Die Umfrage macht also deutlich, dass die Gruppe der 14- bis 29-Jährigen – also Jugendliche und junge Erwachsene – ein anderes digitales Konsumverhalten aufweisen als die Gesamtbevölkerung.

Im Gegensatz zur starken Nutzungshäufigkeit und ihren Fähigkeiten in der digitalen Welt (Stichwort Datenschutz, Datennutzung) gibt sich der Großteil aber keine guten Noten: 70 Prozent benoten ihr Wissen lediglich mit der **Schulnote** befriedigend und schlechter.

Wir sehen also, obwohl junge Leute ganz selbstverständliche in der digitalen Welt leben, sind viele sich bewusst dass sie nicht ausreichend Bescheid wissen. Unsere Umfrage zeigt: Für eine deutliche Mehrheit der Befragten (95 Prozent) ist es sehr wichtig oder wichtig, dass **Schulen digitale Bildung vermitteln**.

Das gilt laut Meinung der Befragten sowohl für die technische Ausstattung (93 Prozent), um den Umgang mit digitale Technologien und Anwendungen zu vermitteln. Aber auch dafür, dass Schulen über Unterrichtsmaterialien verfügen, die den Umgang mit digitalen Technologien und Anwendungen angemessen vermitteln (93 Prozent).

Allerdings meinen 73 Prozent mit Blick auf die derzeitigen Institutionen, dass die **Schulen nicht ausreichend darauf vorbereitet sind**, digitale Bildung zu vermitteln.

Die Umfrage zeigt deutlich: die Wunsch und Bedarf nach digitaler Bildung ist ungemein höher als die wahrgenommenen Möglichkeiten, die zur Vermittlung in Schule bereitstehen.

Was müsste sich also verändern, um den bestehenden Bedarf und Vermittlung in Schule in Einklang zu bringen? Aus Sicht der Befragten ist besonders die **Qualifikation von Lehrkräften** in der Aus- und Weiterbildung relevant, damit Schulen den Umfang mit digitalen Technologien und Anwendungen künftig besser vermitteln kann. Eine bessere technische Ausstattung der Schulen rangiert auf Platz zwei gefolgt von besserer finanzieller Ausstattung der Schulen.

Nun stellt sich die Frage, wie Schulen im Hinblick auf knappe Bildungstöpfe die erforderliche Ausstattung erhalten. In diesem Kontext **stellen Unternehmen Schulen zunehmend technische Ausstattung und Unterrichtsmaterialien auch kostenlos zur Verfügung**. Als Gegenleistung werben Unternehmen in den Schulen mit Logos. Während sechs von zehn Befragten es befürworten, dass Unternehmen technische Ausstattung stellen, lehnen ebenfalls sechs von zehn Befragten kostenlose Unterrichtsmaterialien von Unternehmen ab. Die Befragten bewerten somit die Bereitstellung von Technik und Bildungsangeboten von Unternehmen gegensätzlich.

Beides braucht es jedoch, um guten Unterricht zu ermöglichen. Mit Blick auf den chronisch unterfinanzierten Bildungsbereich stellt sich die Frage, in wessen **Verantwortung es liegt, die Rahmenbedingungen an Schulen zu verbessern**. Aus Sicht einer Mehrheit von 68 Prozent der Befragten ist eindeutig die Politik für die Rahmenbedingungen der digitalen Bildung in den Schulen verantwortlich. Schulleitungen (13%), Lehrkräfte (8%), Eltern (6%) sind weit abgeschieden. Unternehmen sind laut einem Prozent der Bevölkerung dafür verantwortlich.

Die Politik erhält in unserer Umfrage also einen eindeutigen Handlungsauftrag. Denn die Bemühungen für eine Bildung für eine digitale Welt dürfen nicht der

Motivation einzelner Lehrkräfte und Schulleitungen geschuldet sein. Sie muss in der Schullandschaft bundesweit verankert sein.

Mit einem Blick auf die Umsetzung der Verbraucherbildung möchte ich hier festhalten, dass Verbraucherbildung noch nicht so inhaltlich und prüfungsrelevant flächendeckend umgesetzt wird, wie es vor 5 Jahren durch die KMK anvisiert wurde.

Verschiedene Ansätze wurden seitdem in Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg und Nordrhein-Westfalen initiiert. Der Handlungsbedarf ist also weiterhin groß und steigt mit der zunehmenden Digitalisierung. Für die KMK-Strategie „Bildung in der digitalen Welt“, die erst im Dezember ihren zweijährigen Geburtstag feiern wird, möchte ich an dieser Stelle ermutigen, das Rad nicht neu zu erfinden. Es kann und sollte auf die schon bestehenden Ansatzpunkte der Verbraucherbildung in den Ländern zurückgegriffen werden.

Zudem ist der bereits 2016 angekündigte DigitalPakt der Bundesregierung von Bedeutung. Er ist für die technische Ausstattung der Schulen von Relevanz und ein Schritt in die richtige Richtung. Das begrüßen wir ausdrücklich.

Jedoch werden von den ursprünglich angekündigten 5 Milliarden in dieser Legislaturperiode nur 3,5 Milliarden Euro zur Verfügung gestellt. Damit der Bund den Bildungsbereich finanziell unterstützen kann, muss zudem das Grundgesetz geändert werden. Eine Änderung des Artikel 104 c im Grundgesetz soll es ermöglichen, dass künftig der Bund die Möglichkeit hat, Länder und Kommunen bei der Investition in kommunale Bildungsinfrastrukturen unterstützen kann – die sogenannte Lockerung des Kooperationsverbots.

So weit so gut – schauen wir genauer hin, zeichnen sich eine weitere Hürde ab: Um das Grundgesetz zu ändern, müssen Bundestag und Bundesrat zustimmen. Was die notwendige Zweidrittel-Mehrheit im Bundesrat angeht bestehen bislang noch berechtigte Zweifel. Skeptiker sind die bildungsstarken Bundesländer Bayern und Baden-Württemberg.

Des Weiteren stellt sich die Frage, ob allein eine Unterstützung der Infrastruktur durch den Bund, das in den Ländern bestehende Problem zu lösen, schnellstmöglich gute Bildung für eine digitale Welt umzusetzen. Die Fraktionen FDP und Die Grünen haben daher im Bundestag einen Antrag gestellt, der erheblichen Änderungsbedarf für die Grundgesetzänderung vorsieht. Sie heben hervor, dass die „neuen Aufgaben und Möglichkeiten im Zuge der Digitalisierung sowie Qualifizierung und medienkompetente Weiterqualifizierung des pädagogischen Personals“ eine entsprechende Ressourcenausstattung benötigt, die Bund und Länder nur gemeinsam stemmen können. Damit dies möglich ist fordern sie eine weitreichendere Grundgesetz-Änderung.

Wir begrüßen diesen Antrag ausdrücklich. Denn ein DigitalPakt, der allein auf die Bildungsinfrastruktur abzielt, greift zu kurz. Sie haben die Zahlen der Umfrage gesehen: was an erster Stelle benötigt wird sind qualifizierte Lehrkräfte. Auch hierfür müssen die Länder die Möglichkeit erhalten, finanzielle Unterstützung durch den Bund zu bekommen. Denn wie sollen Lehrkräfte guten Unterricht leisten,

wenn sie weder im Studium noch in der Fortbildung hierauf vorbereitet wurden? Es sind Qualifizierungsmaßnahmen in allen Phasen der Lehrkräftebildung notwendig. Hier muss dringend nachgebessert werden.

Meine Vorstellung dazu ist: Bundesmittel für Qualifizierung. Denn wenn es über alle Bundesländer hinweg die gleichen Herausforderungen gibt Fortbildungen umzusetzen, dann wäre es doch nur logisch über Bundesmittel solche Qualifizierungsmaßnahmen anzubieten. Diese können von den einzelnen Lehrkräften so adaptiert werden, dass sie auf die Curricula in den verschiedenen Bundesländern angepasst werden. Hier würde sich eine Lockerung des Kooperationsverbots als sinnvoll erweisen, um die Kassen der Länder zu entlasten und mit effizient gebündelten Fortbildungen Lehrkräfte zu qualifizieren.

Während die Politik diskutiert, wachsen die Bedarfe und Notwendigkeiten bei Schulen und Lehrkräften. Dies hat auch die Digitalwirtschaft erkannt. Sie entwickeln diverse Programme im Bildungsbereich, um Schulen mit Technik auszustatten, Lehrkräfte zu qualifizieren, Unterrichtsmaterialien anzubieten. Ein im Anbetracht der bestehenden Lücken gern angenommenes „Rundumsorglos“-Paket.

Mir bereiten diese Angebote hingegen große Sorgen. Das Schulwesen hat einen öffentlichen Bildungsauftrag. Schule ist ein Ort mit hoher Glaubwürdigkeit. Kindern und Jugendlichen soll sie die Möglichkeit bieten, sich Wissen und Fähigkeiten anzueignen, sich selbstbestimmt und mündig in der Lebenswelt zu bewegen. Dazu zählt auch, sich unabhängig von Werbung eine eigene Meinung zu bilden. Daher darf Schule nicht als Einfallstor von Unternehmen genutzt werden, um ihre Produkte – auch unter einem vermeintlich guten Zweck – zu platzieren. Die Ausstattung von Schulen darf nicht allein der Digitalwirtschaft überlassen werden. Auch die Befragung unterstreicht, dass die Ausstattung mit Unterrichtsmaterialien aus der Wirtschaft von einem Großteil abgelehnt wird.

Es ist die Aufgabe der Kultusbehörden der Länder, die Unabhängigkeit von Schulen zu wahren. Dabei kann es nicht sein, auch nicht bei klammen Kassen, dass einzelne Bundesländer komplette Fortbildungspakete für digitale Bildung bei großen Digitalunternehmen in Auftrag geben. Dadurch ist die Unabhängigkeit des Bildungswesens nicht mehr gewährleistet. Dies zeigt, dass die aktuellen Werbungs- und Sponsoring-Leitlinien der Länder Lücken aufweisen, die gerne von Unternehmen genutzt werden. Daher wäre ein bundesweiter KMK-Beschluss relevant, der hier klare Rahmenbedingungen für alle Bundesländer vorgibt.

Schlussendlich braucht Bildung für eine digitale Welt Qualität: Das gilt sowohl für die Inhalte, die die bestehende Expertise des Verbraucherschutzes aufgreifen muss, damit ein reflektiertes Konsumverhalten ermöglicht wird – ohne Indoktrination und mit Multiperspektivität. Und hierzu braucht es qualitativ hochwertige Materialien. Um dieses Ziel zu fördern hat der vzbv den „Materialkompass Verbraucherbildung“ ins Leben gerufen. Ich freue mich sehr, dass nach einer Pause, aufgrund mangelnder Fördermittel, dieses bewährte und mehrfach evaluierte Instrument in 2019 wieder aktiviert werden kann.

Sehr geehrte Gäste, Bildung für eine digitale Welt ist eine gigantische Chance. Sie löst nicht alle Probleme. Damit eine so verstandene digitale Bildung präventiver Verbraucherschutz ist muss sie unabhängig sein. Sie darf nicht von Unternehmen oder Wirtschaftsverbänden missbraucht werden, um sich unter dem Deckmantel der Bildung im Klassenzimmer zu positionieren. Das gilt für die digitale als auch für die analoge Welt.

Herzlichen Dank und ich freue mich auf die Diskussion!