

20. Oktober 2008

**Verbraucherkompetenz frühzeitig fördern -  
mehr Alltagspraktisches in die Schulen!**

**Positionspapier des  
Verbraucherzentrale Bundesverbandes**

**zur Verankerung der Verbraucherbildung in der Schule**

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv  
Referat Fortbildung und Wissensmanagement  
Markgrafenstraße 66  
10969 Berlin  
[fortbildung@vzbv.de](mailto:fortbildung@vzbv.de)  
[www.vzbv.de](http://www.vzbv.de)

## **1. Alltagskompetenz ist keine Selbstverständlichkeit**

Im Prozess gesellschaftlicher Modernisierung und ökonomischer Globalisierung fällt den Individuen ebenso wie Familien und Haushalten eine konstitutive Rolle bei der Gestaltung der Lebensbedingungen zu. Dabei verstärken sich die Belastungen der Wirtschaftsbürger durch unübersichtliche und sich rasch wandelnde Märkte, durch zunehmende Globalisierung und Deregulierung sowie den Rückbau des Sozialstaates. Die beschleunigte Veränderung der Alltagsbedingungen erhöht den individuellen Entscheidungsdruck jedes Verbrauchers. Gleichzeitig sollen die Konsumenten zusätzliche Verantwortung für sich, für die Umwelt und weitere Bereiche des Lebensalltags übernehmen.

Diesen zunehmenden Anforderungen an den Verbraucher und seiner gestiegenen Verantwortung stehen jedoch oft fehlende oder unzureichende Alltagskompetenzen gegenüber, zu denen insbesondere die Verbraucherkompetenz (Konsumkompetenz) zählt. Bei zahlreichen rechtlichen, finanziellen oder gesundheitlichen Fragen bestehen erhebliche Wissensdefizite. Kompetenzen zur Bewältigung des Konsumalltages und zur verantwortlichen Bewältigung von Alltagsbelastungen werden vor allem in den bildungsfernen Familien nicht mehr oder nur unzureichend vermittelt, Familien mit Migrationshintergrund haben oft Orientierungsschwierigkeiten auf den unübersichtlichen und differenzierten Märkten.

Erlernete Kompetenzen sind häufig veraltet und entsprechen nicht den aktuellen Herausforderungen. Insbesondere sind die notwendigen Handlungskompetenzen für einen nachhaltigen Konsum, so wie sie in der Empfehlung der Kultusministerkonferenz vom Juni 2006 im Zusammenhang mit der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ formuliert wurden, noch nicht im Schulalltag angekommen. Mit der Förderung der „Bildung für eine nachhaltige Entwicklung“ verbindet sich die Erwartung, dass Bildung zu einem Schlüssel für eine zukunftsfähige Gesellschaft im Zeichen der Globalisierung wird.

Familien und Haushalte können angesichts des schnellen Wandels aller Lebensbedingungen nicht mehr Schritt halten mit der Vermittlung der geforderten Fähigkeiten, Fertigkeiten, Wertorientierungen und Wissensbestände. Die Zahl der Konsumenten nimmt zu, denen es nicht gelingt, eine der wesentlichen Anforderungen der Marktwirtschaft zu erfüllen: sich selbstbewusst und selbstbestimmt auf den Märkten zu bewegen.

## **2. Fehlende Konsumkompetenz schafft individuelle und gesellschaftliche Probleme**

Die zahlreichen Probleme in Wirtschaft und Gesellschaft, die auf fehlende oder unzureichende Lebens- und Alltagskompetenzen zurückzuführen sind, haben dazu beigetragen, dass die Forderungen nach schulischer Prävention lauter und eindringlicher werden. Verbraucherpolitik und Medien verweisen auf durch Fehlernährung und Übergewicht bedingte Gesundheitsstörungen hin, deren Folgekosten im Gesundheitswesen in Deutschland mit 30 Prozent, also mit fast einem Drittel, aller Gesundheitskosten kalkuliert werden. Das sind mehr als 70 Milliarden Euro jährlich. Gravierend sind zunehmende Verschuldung und mangelhafte Kenntnis der Verbraucherrechte, insbesondere von jungen Erwachsenen. 2006 konnten fast 3 Millionen Konsumenten und damit rund jeder 14. deutsche Haushalt seine Ausgaben nicht mehr bezahlen. Mangelnde finanzielle Allgemeinbildung, Unerfahrenheit und Informationslücken in Geldangelegenheiten gehören zu den Hauptgründen für Überschuldung.

Markenfetischismus und nicht-stofflich gebundene Süchte wie Spielsucht oder Internetsucht nehmen zu; acht Prozent der Menschen in Deutschland gelten als kaufsuchtgefährdet. Mar-

ketingdruck der Anbieter und Medieneinflüsse aller Art konstituieren einen „geheimen Lehrplan“, der die Suche nach Zufriedenheit und Glück vorrangig auf marktvermittelte Konsumgüter lenkt. Kinder und Jugendliche aus sozial benachteiligten Schichten oder mit Migrationshintergrund sind besonders von den Anforderungen und Verführungen der Konsumgesellschaft betroffen.

Ungenügende Verbraucherkompetenz steht der Verfolgung der eigenen Interessen als gleichberechtigter Marktpartner entgegen. Könnte man die täglich von vielen Konsumenten getroffenen Fehlentscheidungen auf dem Markt und im Haushalt verhindern, ergäbe sich ein beachtliches wirtschaftliches Potential. So fällt etwa den Haushalten bei der Einsparung von CO<sub>2</sub> Emissionen eine wichtige Rolle zu: Das Reduktionspotenzial liegt hier bei ca. 61 Millionen Tonnen Kohlendioxid, also einem Drittel aller haushaltsverursachten Emissionen.

Zur nachhaltigen Wirtschaftsordnung gehört das Leitbild des verantwortlichen Wirtschaftsbürgers, der nicht mehr nur schutzbedürftig ist, sondern informiert, eigenverantwortlich und im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung konsumiert und handelt.

### **3. Mehr Verbraucherbildung in der Schule**

Der gestiegenen Bedeutung des Konsumenten als Wirtschaftsfaktor müssen daher auch Bildungseinrichtungen Rechnung tragen. Basis für mündige, kompetente Verbraucher ist eine wertorientierte Verbraucherbildung, deren Notwendigkeit angesichts der genannten Entwicklungen eher noch zunimmt. Verbraucherbildung muss daher schon in der Schule anfangen. Die schulische Verbraucherbildung sollte ihren Schwerpunkt auf die Vermittlung alltagsbezogener Kompetenzen zur Bewältigung der Lebensführung legen. Es ist daher auch erforderlich, Unterrichtsfächer mit einer curricularen Verpflichtung zu den Themen der Verbraucherbildung, der „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ und allgemein zur ökonomischen Bildung einzurichten.

Die Bedeutung von Verbraucherkompetenz als elementarem Alltagswissen ist bislang unterschiedlich erkannt und bildungspolitisch umgesetzt worden. Die Situation der Verbraucherbildung an den Regelschulen ist uneinheitlich und unübersichtlich. In den Lehrplänen einzelner Bundesländer kommt Wirtschaft als Schulfach zwar vor, Verbraucherbildung ist aber unbefriedigend abgedeckt. In fast allen Lehrplänen der Gymnasien findet die Vermittlung von Konsum- und Alltagskompetenzen – insbesondere wegen der fakultativen Wahl bestimmter Fächerkombinationen – nicht statt. In einzelnen Schulfächern und Schulformen der Bundesländer sind Teile einer Ernährungs- und Verbraucherbildung – wenn auch verstreut und nicht zusammengefasst – bereits vorhanden.

Die häufige Forderung nach neuen Unterrichtsfächern – mit dann oft engem Fachfokus – muss daher differenziert werden. Eine qualifizierte Verbraucherbildung braucht zwar eine eigenständige fachliche Fundierung. Deren Einbindung kann und sollte allerdings – angepasst an die jeweiligen Bildungsstrukturen der Länder und unterschiedlichen Profilen der Schulen – unterschiedlich erfolgen. Die Schule hat in jedem Fall bestimmte Standards von Verbraucherkompetenz sicherzustellen; die Art der Umsetzung bleibt ihr überlassen.

In einigen Bundesländern haben die Bildungsverantwortlichen die Bedeutung von Verbraucherkompetenzen erkannt und erste Maßnahmen in Richtung systematischer Umsetzung von Verbraucherthemen im Schulalltag ergriffen. So hat der Landtag Nordrhein-Westfalen im Mai 2008 die Bedeutung der Ernährungs- und Verbraucherbildung für alle Bildungsbereiche bekräftigt und mit Nachdruck und der Aussage, „mehr Eigenverantwortung braucht bessere

Bildung“, die Landesregierung aufgefordert, die Ernährungs- und Verbraucherbildung bei der Weiterentwicklung der Bildungsvereinbarungen NRW zu berücksichtigen. Das Land Schleswig-Holstein hat ein Fach eingeführt, das die Ernährungs- und Verbraucherbildung an den Schulen praktiziert. An der Universität Flensburg, am Institut für Ernährungs- und Verbraucherbildung, werden schon seit dem vorletzten Semester Studenten/innen mit dem neuen Unterrichtskonzept vertraut gemacht.

Das Land Baden-Württemberg geht noch einen Schritt weiter und kündigte im September 2008 an, die Verbraucherbildung an den Schulen stärker voranzutreiben und spätestens bis zum Schuljahr 2009/2010 gemeinsam mit dem Kultusministerium und den pädagogischen Hochschulen Unterrichtsmaterialien zu erarbeiten, anhand derer die Lehrer/innen den Themenkomplex in ihre Stunden integrieren können. Eine Qualifizierungsoffensive wird für die Lehrer/innen über die landeseigenen Fortbildungsinstitute mit Unterstützung der PH-Heidelberg angeboten. Alle drei Initiativen nutzen die Zielvorstellungen und den Referenzrahmen des Kooperationsprojektes „Reform der Ernährungs-Verbraucherbildung in Schulen“ (REVIS). Dieses vom BMELV geförderte Projekt wurde und wird vom vzbv unterstützt. Damit sind die wissenschaftlichen Grundlagen gelegt, um Schritte in die richtige Richtung zu machen. Dieser Linie sollten auch alle anderen Bundesländer folgen.

#### **4. Forderungen des Verbraucherzentrale Bundesverbandes**

Zur Sicherstellung des Erwerbs notwendiger Verbraucherkompetenzen von Kindern und Jugendlichen im Rahmen der schulischen Allgemeinbildung sind auf bildungspolitischer Ebene geeignete Maßnahmen zu ergreifen. Deshalb fordert der Verbraucherzentrale Bundesverband:

1. Die Verbraucherbildung muss als Pflichtunterricht an allen Schulformen und in allen Schulstufen ausgebaut werden. Verbraucherorientierte Inhalte müssen zielführend in den bestehenden Fächerkanon integriert werden. Als Referenzrahmen sollten die Ergebnisse des REVIS-Projektes sowie das Europäische Kerncurriculum zur Ernährungs- und Verbraucherbildung dienen.
2. Darüber hinaus sind auf Initiative der Kultusministerkonferenz länderübergreifende Mindeststandards für die Alltags- und Verbraucherbildung zu entwickeln, die in die Bildungs- und Lehrpläne eingearbeitet werden. Bildungsstandards haben die Aufgabe die Qualitätssicherung und -entwicklung auch im Hinblick auf Vergleiche mit dem internationalen Bildungsniveau zu gewährleisten. Dies ist für den Bereich der Verbraucherbildung besonders wichtig, da hier wie bei keinem anderen Themenkomplex Fächervielfalt und Umsetzungsstrategien so extrem zwischen den einzelnen Bundesländern divergieren.
3. Als Beitrag zur besseren Vergleichbarkeit der Anstrengungen in den Ländern und zur Aufwertung von Alltags- und Verbraucherkompetenzen müssen diese als vierter Bereich in die Prüfungen des Mittleren Schulabschlusses nach der 10. Klasse aufgenommen werden. Jeder Schulabgänger sollte über das nötige Minimum an Wissen und Fähigkeiten verfügen, um sich als Wirtschaftsbürger selbstbestimmt und verantwortungsbewusst und im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung in der Gesellschaft bewegen zu können.

4. Die Lehrkräfte müssen in verbindlicher Weise fachlich und didaktisch aus- und fortgebildet werden. Insbesondere bei der Lehrerfortbildung muss deren Finanzierung durch die bildungspolitischen Instanzen gewährleistet sein und darf nicht allein dem Gutwillen der Lehrkräfte überlassen bleiben.
5. Schulbuchverlage und Bildungsbehörden müssen bei der Erarbeitung und Genehmigung von Schulbüchern und Unterrichtsmaterialien auf die Berücksichtigung verbraucherorientierter Themen bei der Konzeption der Inhalte, sowie bei Beispielen und Übungen achten.