



Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM FÜR BILDUNG

VERBRAUCHERBILDUNG AN ALLGEMEINBILDENDEN SCHULEN

Richtlinie des Ministeriums für Bildung



INHALTSVERZEICHNIS

	VORWORT	2
1	VERBRAUCHERBILDUNG ALS AUFGABE DER ALLGEMEIN- BILDENDEN SCHULEN IN RHEINLAND-PFALZ	4
2	KOMPETENZORIENTIERUNG UND KERNBEREICHE DER VERBRAUCHERBILDUNG	8
	2.1. Kompetenzen der Verbraucherbildung	8
	2.2. Kernbereiche der Verbraucherbildung	10
3	VERBRAUCHERBILDUNG ALS QUERSCHNITTAUFGABE	18
	3.1. Beiträge der Fächer und Schularten	19
	3.2. Schulisches Konzept zur Verbraucherbildung	23
4	VERBRAUCHERBILDUNG IM UNTERRICHT	24
	4.1. Didaktische Prinzipien	25
	4.2. Methoden und Arbeitsformen	26
	4.3. Außerschulische Kooperationen	27
5	ORGANISATIONS- UND UNTERSTÜTZUNGSSYSTEME DER VERBRAUCHERBILDUNG	28
6	CURRICULUM	30
7	LITERATUR UND HINWEISE	44

VORWORT



Stefanie Hubig

Dr. Stefanie Hubig

Ministerin für Bildung des Landes Rheinland-Pfalz

„Nachhaltig konsumieren ohne Verzicht“ oder durch „Shopper die Welt verbessern“ – diese und ähnliche Slogans verweisen auf eine gesellschaftliche Diskussion über eine Moralisierung des Konsums, die in den letzten Jahren stark zugenommen hat. Konsum ist eine wesentliche Zukunftsfrage geworden, von der Erfolg oder Misserfolg einer nachhaltigen Entwicklung abhängt.

Auch die Digitalisierung verändert unser Konsumverhalten radikal. Smarte Bestellmöglichkeiten können Kauf-, Zahlungs- und Liefervorgänge mit nur einem Tastendruck oder per Sprachkommando auslösen. Ständig verfügbare Angebote und personalisierte Werbung stärken die Einflussmöglichkeiten der Anbieter. Sammlung, Auswertung und Verwertung großer Datenmengen führen zu einem wachsenden digitalen Fußabdruck, der detaillierte Aussagen über individuelles Konsumverhalten, soziales Umfeld und Vorlieben trifft. Gleichzeitig kann durch digital aktive Konsumentinnen und Konsumenten – z. B. über Social Media und Bewertungsportale – verstärkt Druck auf Hersteller ausgeübt werden.

Die Übernahme von Verantwortung für das individuelle (Konsum-) Handeln ist eine Aufgabe, der sich Schule als Träger des Bildungsauftrags zunehmend stellen muss. Aber wie können Ethik und Konsum gemeinsam gedacht werden? Ist ethischer Konsum unter Berücksichtigung von Generationengerechtigkeit, Ressourcenverbrauch und Verantwortung gegenüber der Umwelt und anderen Lebewesen im Zeitalter von „Konsum 4.0“ überhaupt möglich?

Konzepte wie Zero Waste, Sharing Economy, Klimafasten, Urban Gardening oder Downshifting stellen den materiellen Wohlstand und den Konsum grundsätzlich infrage. Gleichzeitig werden die möglichen Wirkungen eines solchen Verhaltens kontrovers diskutiert und widersprüchliche

Informationen über das Internet für alle schnell und jederzeit zugänglich gemacht. Um sich in dieser Informationsflut sicher bewegen zu können, benötigen Schülerinnen und Schüler Kompetenzen, die ihnen die Bewertung der Herkunft, Wichtigkeit und Bedeutung von Informationen für die aktuelle Problemlösung ermöglichen. Sie müssen lernen, wie man zielgerichtet eine geeignete und unabhängige Expertise findet. Dies gilt umso mehr, wenn man berücksichtigt, dass Algorithmen und Analysetechnologien, die in den Händen großer Technologiekonzerne liegen, über die Sichtbarkeit von Inhalten entscheiden.

Verbraucherbildung kann einen wesentlichen Beitrag leisten, indem sie alltagsbezogene Problemlösungs- und Entscheidungskompetenzen auf der Basis einer fundierten fachlichen Grundbildung fördert. Damit wird Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe ein wichtiges Bindeglied zwischen den Unterrichtsfächern. Alltägliche Probleme im Umgang mit den eigenen Finanzen, der Daseinsvorsorge und des nachhaltigen Konsums in unserer Medien- und Informationswelt sind komplex und nicht einem einzelnen Fach zuzuordnen.

Verbraucherinnen und Verbraucher benötigen vielmehr Handlungsstrategien und vielfältiges Wissen aus ökologischen, ökonomischen, technischen, rechtlichen, politischen, kulturellen, sozialen, naturwissenschaftlichen, informellen und umweltbezogenen Bereichen, um an unserer Konsumgesellschaft teilhaben zu können. Durch das diesbezügliche Vernetzen von Fächern und ihrer jeweiligen Fachexpertise werden Basis-, Struktur- und Orientierungswissen vermittelt. Damit ist der Auftrag an alle Lehrerinnen und Lehrer verbunden, die Verbraucherbildung mit ihrer spezifischen Fachlichkeit zu fördern. Jedes Fach leistet dabei individuelle und exklusive Beiträge. Umgekehrt kann Verbraucherbildung im Fachunterricht auch dazu genutzt werden,

um – vom Alltag der Schülerinnen und Schüler ausgehend – komplexe fachliche Sachverhalte begreifbar zu machen.

Die vorliegende Richtlinie erläutert didaktische Prinzipien und bietet Anknüpfungspunkte für verschiedene Fächer und Wissenschaften. Diese werden im Curriculum anhand verschiedener Beispiele konkretisiert. Auf die unterschiedlichen Schularten wird dabei ebenso Bezug genommen wie auf die geltenden Lehr- und Rahmenpläne. Die Richtlinie stellt zudem das Unterstützungs- und Beratungssystem vor und gibt Hinweise zu Partnern und Netzwerken. Es ist geplant, das Unterstützungs- und Fortbildungsangebot für Lehrkräfte bedarfsgerecht weiterzuentwickeln.

Ich danke allen, die an der Neufassung der Richtlinie mitgewirkt haben, und wünsche allen Lehrerinnen und Lehrern bei der Umsetzung viel Erfolg!

Mitglieder der Richtlinienkommission:

Josephine Holzhäuser, Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz

Waltraud Fesser, Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz

Barbara Steinhöfel, Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz

Dr. Michaela Schlich, Universität Koblenz

Birgit Fink, Pädagogisches Landesinstitut

Iris Feid, Ministerium für Familie, Frauen, Jugend, Integration und Verbraucherschutz Rheinland-Pfalz

Christiane Schäfer, Ministerium für Umwelt, Energie, Ernährung und Forsten Rheinland-Pfalz

Ute Schmazinski, Ministerium für Bildung Rheinland-Pfalz (verantwortlich)

1 VERBRAUCHERBILDUNG ALS AUFGABE DER ALLGEMEIN-BILDENDEN 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 in einer zunehmend digitalen Welt die Anforderungen bezüglich der Kenntnisse des wirtschaftlichen Handelns, der privaten Vorsorge, der sozialen und ethischen Verantwortung des Konsums sowie der Ernährungs- und Gesundheitskompetenz. Damit aus diesen Herausforderungen keine Überforderung entsteht, ist Verbraucherbildung ein wichtiger Schritt zur Stärkung der Konsumkompetenzen. Sie ermöglicht Schülerinnen und Schülern, das eigene Verhalten zu reflektieren, Verantwortung dafür zu übernehmen sowie die ökonomischen, ökologischen und sozialen Folgen abzuschätzen. Der schulischen Verbraucherbildung kommt in diesem Zusammenhang eine entscheidende Rolle zu.

Auftrag der Schule ist es gemäß Schulgesetz, die Schülerinnen und Schüler zu selbständigem Urteil, zu eigenverantwortlichem Handeln und zur

Leistungsbereitschaft zu erziehen. Sie „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 die 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 Konsumentscheidungen als mündige Verbraucherinnen und Verbraucher heranzuziehen und zu nutzen.“¹

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 in unterschiedlichem Maße informiert sind oder Risiken empfinden und sich zudem in verschiedenen Situationen abweichend verhalten können. Das differenzierte Verbraucherleitbild unterscheidet daher drei Typen: die „verletzlichen“, die „vertrauenden“ sowie die „verantwortungsvollen“ Verbraucherinnen und Verbraucher. Während die „Verletzlichen“ auf Schutz angewiesen sind, besitzen die „Vertrauenden“ eine sensibilisierte Verbraucherkompetenz. Die „Verantwortungsvollen“ stellen einen engagierten Typus dar, der Interesse an sozialen, politischen und ökologischen Themen zeigt und einen verantwortungsvollen Konsum favorisiert.²

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. Allen Verbrauchertypen ist gemein, dass sie vor dem Konsum von Gütern Entscheidungen auf der Basis von Informationen treffen. In diesem Prozess können Verbraucherinnen und Verbraucher aufgrund von Fehlinformationen, Informationsasymmetrien oder des Informationsumfangs Benachteiligungen 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.

¹ Kultusministerkonferenz (2013): Verbraucherbildung an Schulen; Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013; S. 2

² Micklitz, H.-W.; Oehler, A.; Piorkowsky, M.-B.; Reisch, L. A.; Strücnk, C. (2010): Der vertrauende, der verletzte oder der verantwortungsvolle Verbraucher? - Plädoyer für eine differenzierte Strategie in der Verbraucherpolitik; Wissenschaftlicher Beirat Verbraucher- und Ernährungspolitik des BMELV



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, Entwicklungen und 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 der Schule und ihrem Umfeld gegebenen Möglichkeiten.“⁴

Verbraucherbildung vermittelt 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 definiert den Rahmen für die 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. Zudem stellt sie die Grundlage für die künftige Entwicklung und Überarbeitung von Richtlinien und Lehrplänen dar.

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 einen handlungsorientierten und lebensweltbezogenen Unterricht.

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

allein die individuellen Bedürfnisse handlungsleitend sind. Das verbraucherpolitische Leitbild verbindet sich hier 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 sowie des ökonomischen Wohlstandsausgleichs durch lokales Handeln unterstützt.

³ 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 (<https://www.eesc.europa.eu/en/news-media/presentations/panel-i-consumer-citizenship-network#downloads>); siehe auch Definition des Wissenschaftlichen Beirats beim BMELV in: BMELV. Verbraucherkompetenz (2008); S. 12

⁴ Kultusministerkonferenz (2013): Verbraucherbildung an Schulen; Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013; S. 2

2 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 demzufolge Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Mensch lebenslang entwickelt, um bestimmte Prozesse und Probleme zu verstehen und verantwortlich und reflektiert lösen zu können.⁵

2.1 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.
- **Methoden- und Verfahrenskompetenz** 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** – zum einen als Fähigkeit, Wissen über nachhaltige Entwicklung anzuwenden und Probleme einer nicht nachhaltigen Entwicklung erkennen zu können; zum anderen als Bereitschaft, aus Gegenwartsanalysen und Zukunftsstudien Schlussfolgerungen bezüglich ökologischer, ökonomischer und sozialer Entwicklungen 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, selbstständig und verantwortlich zu handeln, eigenes Handeln sowie das Handeln anderer zu reflektieren und die eigene Handlungsfähigkeit weiterzuentwickeln.

Auf den immer komplexer werdenden Märkten befähigt eine umfassende Verbraucherkompetenz unter Berücksichtigung der Teilkompetenzen zu einem verantwortungsbewussten Verhalten als Verbraucherin und Verbraucher. Darüber hinaus ermöglicht sie eine verantwortliche, gleichberechtigte, mitgestaltende und erfolgreiche Teilhabe an der (Konsum-)Gesellschaft. Dazu gehört auch eine entsprechende politische Urteils-, Handlungs- und Methodenkompetenz.



⁵ Kompetenzbegriff nach Weinert, F. E.: „... 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, F. E. (Hrsg.) (2001): Leistungsmessung in Schulen. Weinheim und Basel: Beltz, S., S. 27 f.

2.2. Kernbereiche der Verbraucherbildung

Im Einklang mit dem Beschluss der Kultusministerkonferenz 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 treffen zu können.

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 Verbraucherrecht“ soll Schülerinnen und Schüler zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Finanzen und Konsum befähigen sowie für Verbraucherrechte, Verbraucherpflichten 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 Marktkompetenz. 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 sowie den angemessenen Umgang mit Geld. Hinzu kommen die Aspekte Zahlungsverkehr, Versicherungen und Altersvorsorge, Vermögensbildung, Inanspruchnahme von Krediten sowie Vermeidung und 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 der 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. Die sogenannten Prosumentinnen und Prosumenten verkaufen nicht nur im Internet Waren „von privat an privat“, sondern liefern auch gegen Entgelt überschüssigen Solarstrom von der Dachanlage an institutionelle Energieversorger oder vermieten langfristig ihre nicht selbst genutzte Wohnimmobilie. Sie beteiligen sich an Crowdsourcing- oder Sharing-Modellen 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** sowie in der Verbraucherechtsdurchsetzung aufgebaut werden. Dazu gehört u. a. die Vermittlung von Grundkenntnissen im Bereich Warenhandel und Dienstleistungen – beispielsweise zu Geschäftsmodellen, Vertragsschlüssen, Gewährleistung und Garantie, Umtausch und Widerrufsrechten sowie 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.

Eine entscheidende Rolle spielen im Unterricht zudem konsumrelevante Informationen und Kennzeichnungen von Produkten und Dienstleistungen, aber auch die Wirkung von Design, Werbung und Marketingstrategien. Hinzu kommen globale, nationale und regionale Zusammenhänge sowie deren Auswirkungen auf Konsumententscheidungen.

KERNBEREICH

„Ernährung und Gesundheit“

Verbraucherbildung im Kernbereich „Ernährung und Gesundheit“ soll zum Aufbau von Gesundheitskompetenz beitragen. Sie umfasst sowohl grundlegendes Gesundheitswissen als auch die Fähigkeiten, Gesundheitsinformationen suchen, erfassen, verstehen und im Alltag anwenden zu können. Dies soll zur Erhaltung der Gesundheit sowie einem angemessenen gesundheitsförderlichen, gesundheitsbewahrenden und krankheitsvermindernden 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.⁶

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

Health Literacy⁷ gilt als ein Schlüssel für gesundheitsförderndes Verhalten. Gesundheitskom-

petenz ist daher eng mit Bildung verknüpft. Sie umfasst Kompetenzen, Wissen und Motivation der Bevölkerung, um auf Informationen zuzugreifen, sie zu verstehen, einzuschätzen und anzuwenden. Dies soll es ermöglichen, sich ein Urteil zu bilden, im Alltag Entscheidungen in Bezug auf Therapie, Versorgung, Prävention und Gesundheitsförderung zu treffen sowie die Lebensqualität während der gesamten Lebensspanne zu fördern und zu verbessern.⁸

Food Literacy oder Ernährungskompetenz 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.“⁹

Ernährungsbildung knüpft nach diesem Verständnis in hohem Maße an gesamtgesellschaftliche und welternährungswirtschaftliche Kontexte an.

Ernährungs- und Verbraucherbildung einschließlich Schulverpflegung sind gemäß der Empfehlung der Kultusministerkonferenz zur Gesundheitsförderung und Prävention in der Schule wichtige Themen und Handlungsfelder der schulischen Gesundheitsförderung und Prävention. Damit wird die inhaltliche Schnittmenge zwischen Verbraucherbildung, 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.“¹⁰

Essen wird vorwiegend in der Kindheit – und zwar durch und beim Essen – erlernt. Das in dieser 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 von Lebensmitteln sowie deren Wertschätzung eine besondere Bedeutung zu. Gleiches gilt für die Themenbereiche Esskultur, Ernährungsphysiologie sowie die Zusammenhänge zwischen Ernährung, Essen, Wohlbefinden, Gesundheit und Bewegung.

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

die fachliche Praxis und insbesondere im Rahmen der Schulverpflegung Gestaltungsalternativen in Hinblick auf das eigene Essverhalten 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 Verpflegungskonzepts umgesetzt werden.

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

⁶ WHO; The Nairobi Global Conference on Health Promotion; Kenya, October (2009)

⁷ Sørensen et al. 2015: Health Literacy in Europe; EurJPublicHealth; 2015, Dec. 26; (6) 1053-8

⁸ 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)

⁹ D-A-CH Arbeitsgruppe Ernährungs- und Verbraucherbildung

¹⁰ Empfehlung zur Gesundheitsförderung und Prävention in der Schule; Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.11.2012



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 sowie die aktive Beteiligung an politischen Prozessen. Im Zusammenhang mit der wachsenden Digitali-

sierung aller Lebensbereiche und damit auch des Konsumalltags kommt der Stärkung von Verbraucherkompetenzen eine besondere Bedeutung zu. Gleichzeitig sind digitale Medien durch ihre starke 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.“*¹¹

Das Lehren und Lernen mit und über digitale Medien ist integraler Bestandteil der gesamten Bildungskette. Vorgaben für den Erwerb der „Kompetenzen in der digitalen Welt“ im Verlauf

der Grundschulzeit enthält die Richtlinie „Digitale Bildung in der Primarstufe“¹². Diese 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, die Erarbeitung von schulischen Medienkonzepten sowie die medienbezogene Qualitäts- und Unterrichtsentwicklung.

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 sowie der möglichen Risiken in der virtuellen Welt sicher zu bewegen. Sie sollen als Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer sowie als Prosumentinnen und Prosumenten 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 gegebenenfalls 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 redaktionellen, klassischen werblichen und von Nutzern erzeugten Inhalten.¹³

Darüber hinaus stellen Bereiche des Datenschutzes und des Urheberrechts im Umgang mit im Netz bereitgestellten Informationen eine Herausforderung dar. Diese erfordert aufgrund der technologischen Entwicklungen eine entsprechend schnelle Anpassung der Kompetenzen der Nutzerinnen und Nutzer. 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 sowie den Schutz der Privatsphäre – ist ein Anliegen der Verbraucherbildung. Außerdem gilt es, ein Verständnis für die Potenziale und Risiken der zunehmenden Vernetzung von Gegenständen und Geräten im Internet der Dinge zu schaffen.

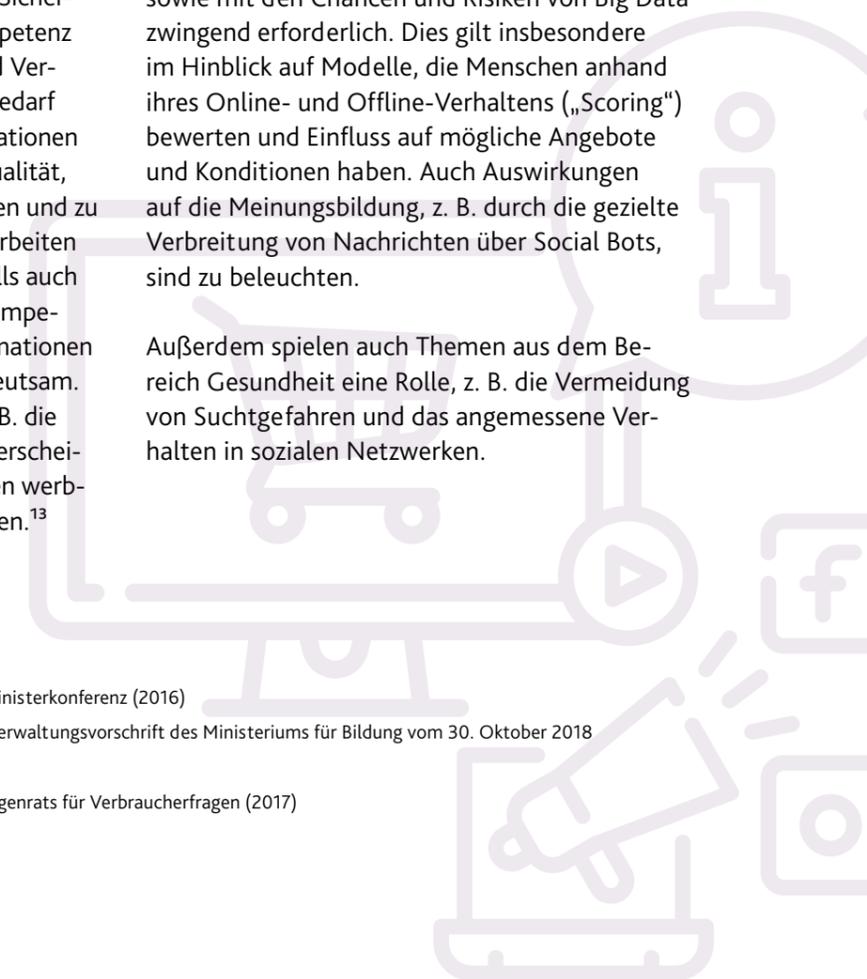
Ebenso ist eine kritische Auseinandersetzung mit den Anwendungsbereichen der künstlichen Intelligenz und der Nutzung von Algorithmen sowie mit den Chancen und Risiken von Big Data zwingend erforderlich. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf Modelle, die Menschen anhand ihres Online- und Offline-Verhaltens („Scoring“) bewerten und Einfluss 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, z. B. die Vermeidung von Suchtgefahren und das angemessene Verhalten in sozialen Netzwerken.

¹¹ Bildung in der digitalen Welt: Strategie der Kultusministerkonferenz (2016)

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

¹³ Digitale Souveränität: Gutachten des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen (2017)



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 ausrichten zu können und damit heutigen sowie künftigen Generationen gute Lebensbedingungen zu ermöglichen. Dimensionen nachhaltiger Entwicklung sind:

- 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 stellen uns vor politische, ökonomische, soziale und ökologische Herausforderungen. Dazu zählen die Gefahren der globalen Erwärmung, die Verknappung natürlicher Ressourcen und der Verlust an Biodiversität, aber auch 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.

Um diesen Entwicklungen begegnen zu können, sind einerseits Konzepte wie die Degrowth-

Idee entstanden, die das Wirtschaftswachstum hinterfragen und auf eine Verringerung von Konsum und Produktion setzen. Andererseits wurden Strategien erarbeitet, die eine Veränderung der Konsummuster in Richtung eines nachhaltigen Konsums unterstützen – beispielsweise die Effizienz-, Konsistenz- und Suffizienzstrategien. Während Effizienzstrategien darauf zielen, durch verbesserte Technik (z. B. sparsamere Heizungen) den Ressourcenverbrauch von Gütern zu senken, setzen Konsistenzstrategien auf die verstärkte Nutzung von Kräften der Natur (Solarenergie, Windenergie, ökologischer Landbau und Kreislaufwirtschaft). Der Fokus von Suffizienzstrategien richtet sich auf einen verminderten Einsatz von Ressourcen (z. B. durch Teilen bzw. Tauschen von Konsumgütern) oder die verlängerte Nutzungsdauer von Geräten (z. B. durch deren Instandsetzung in Repair-Cafés). Wird ein Gut oder eine Dienstleistung durch Effizienzsteigerung billiger, führt dies nicht zwingend zu ökologischen Entlastungen, da eingespartes Geld in den Konsum anderer Güter fließen könnte und damit keine Auswirkung auf den gesamtgesellschaftlichen Ressourcenverbrauch hätte. Ein Beispiel hierfür wäre die Verwendung von Ersparnissen aus effizienteren Heizungen für Flugreisen. Somit entstünde ein Rebound-Effekt. Studien weisen darauf hin, dass es für eine nachhaltige Entwicklung keine ultimative Strategie gibt, sondern einer Kombination verschiedener Strategien 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 Nachhaltigkeitsstrategie¹⁴ und der „Zukunftskonzeption BNE 2015+“¹⁵ des Landes Rheinland-Pfalz hingewiesen.

¹⁴ Nachhaltigkeitsstrategie Rheinland-Pfalz; <https://mwvlw.rlp.de/de/themen/wirtschafts-und-innovationspolitik/nachhaltigkeit/nachhaltigkeitsstrategie-rlp/>

¹⁵ Zukunftskonzeption BNE 2015+; <https://mueef.rlp.de/de/themen/naturschutz/bildung-fuer-nachhaltigkeit/>

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.¹⁶

Die BNE befähigt Menschen zu zukunftsfähigem Denken und Handeln auf der Basis folgender Fragestellungen: 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 knüpft an die unmittelbare 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 stellt die Schülerinnen und Schüler vor Herausforderungen – beispielsweise 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. Hierfür müssen Handlungsoptionen gefunden werden. Dies gilt u. a. für den Lebensstil, 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.

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 Werteorientierungen 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 „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (2015 bis 2019) bietet mit einem der fünf Handlungsfelder, dem „whole institution approach“ bzw. dem „whole school approach“¹⁷, konkrete Ansatzpunkte für ein schuleigenes Konzept. Dieses bezieht die gesamte Institution ein und gewährleistet, dass schulisches und außerschulisches Lernen über das alltagsnahe Thema nachhaltiger Konsum stärker miteinander vernetzt werden. Neben der Abstimmung von thematischen Bezügen in Fächern und Lernbereichen gewinnt die gesamte Bildungsinstitution durch die inhaltliche Verbindung ihrer verschiedenen Elemente an Bedeutung. Auch das 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.

¹⁶ 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

¹⁷ 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

3 VERBRAUCHERBILDUNG ALS QUERSCHNITTSAUFGABE



3.1. 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 Konzepts zur Verbraucherbildung.

Im Mittelpunkt stehen Lebensweltbezug, Anschaulichkeit, Aktualität, Partizipation und Selbstständigkeit. Das Einbeziehen außerschulischer Partner und Lernorte (s. Abschnitt 4.3) ist ausdrücklich erwünscht. Es öffnet den Sachunterricht und verknüpft theoretisches mit praktischem Lernen.

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, wobei sowohl Kosten und Nutzen bei der Befriedigung von Wünschen und Bedürfnissen als auch die sozialen, ökologischen und ökonomischen Bedingungen und Auswirkungen des Konsums berücksichtigt werden. 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.¹⁸

¹⁸ Rahmenlehrplan Grundschule, Teilrahmenplan Sachunterricht, Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur; 2006

SEKUNDARSTUFEN 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 schrittweise in jeder Jahrgangsstufe vermittelt. Dabei stehen die für die Verbraucherbildung besonders bedeutsamen **Ankerfächer** im Mittelpunkt.



Gesellschaftswissenschaftliche Fächer

Die gesellschaftswissenschaftlichen Fächer wie Sozialkunde, Geschichte, Erdkunde oder Gesellschaftslehre leisten einen gemeinsamen Beitrag zur Entwicklung von konsumbezogenen Kompetenzen. Zentraler Ausgangspunkt ist die Zukunftsorientierung im globalen Bezug. Die Inhalte und Kompetenzen enthalten 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, Produktion und 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 im Rahmen des eigenen Medienhandelns.

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

- 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?¹⁹

Das Fach **Gesellschaftslehre** hat zum Ziel, Schülerinnen und Schüler mit grundlegenden Fragestellungen gesellschaftlichen Handelns vertraut zu machen. Von zentraler Bedeutung 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.²⁰



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 ihrer Ressourcen.

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 Ebene (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 z. B. Pflege und Reinigung, Arbeitsschutz, Trinkwasser, Energieträger, Umwelt und Klima.²¹

Den Schwerpunkt im Fach **Physik** bilden 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 z. B. die Energieversorgung oder den Klimawandel. Im eigenen Handlungsspektrum ist ein elementares physikalisches Verständnis von technischen Zusammenhängen bei der überlegten Anschaffung technischer Geräte sowie bei der Wahl von Energielieferanten oder geeigneten Fortbewegungsmitteln 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. Dabei nehmen sie übergreifend Aspekte der Gesundheit und Ernährung, des partnerschaftlichen Geschlechterrollenverständnisses, der Nachhaltigkeit und Globalisierung, der digitalen Medien und Technologien sowie der Technikfolgenabschätzung und der 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 Fachs **Wirtschaft und Verwaltung** ist die Kompetenz, begründete nachhaltige ökonomische Entscheidungen unter Berücksichtigung gesellschaftlicher und globaler Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Mitgestaltung zu treffen.²²



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, insbesondere jedoch 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, um technische, natürliche, soziale sowie kulturelle Erscheinungen und Vorgänge mit Hilfe der Mathematik wahrnehmen, verstehen und unter Nutzung mathematischer Gesichtspunkte beurteilen zu können. Dazu gehören z. B. der kritische Umgang mit Statistiken und Diagrammen sowie die Prozent- und Zinsrechnung.



Deutsch

Das Fach Deutsch vermittelt Schülerinnen und Schülern grundlegende Kompetenzen, um Texte zu verstehen, daraus weiterführende und sachgerechte Informationen zu entnehmen, sich mündlich und schriftlich in unterschiedlichen Situationen zu verständigen, verschiedene Schreibformen zu beherrschen und Medien fachbezogen zu nutzen. Vor allem lernen sie, interessiert und verständig zu lesen sowie Kreativität zu entfalten.

¹⁹ Lehrplan für die gesellschaftswissenschaftlichen Fächer; Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Weiterbildung und Kultur (2016)

²⁰ Rahmenlehrplan Gesellschaftslehre für die Integrierten Gesamtschulen und Realschulen plus Rheinland-Pfalz; Klassenstufen 5 und 6 (2013) sowie Klassenstufen 7 bis 10 (2015)

²¹ Lehrpläne für die naturwissenschaftlichen Fächer in den weiterführenden Schulen in Rheinland-Pfalz; Biologie, Chemie und Physik; Klassenstufen 5 und 6 (2010) sowie Klassenstufen 7 bis 10 (2014)

²² Rahmenlehrplan Wahlpflichtbereich Realschule plus; MBWJK (2010)

Exemplarisch können Schülerinnen und Schüler Materialien zur Verbraucherbildung argumentativ auswerten, adressatengerecht aufbereiten und mediengestützt präsentieren.

Religion/Ethik

In den Fächern Religion und Ethik besteht der Beitrag zur Verbraucherbildung darin, die Persönlichkeitsentwicklung, die Gestaltungsfähigkeit im Blick auf das eigene Leben in sozialer Verantwortung und Kompetenzen der selbstbestimmten Beteiligung an demokratischen Prozessen zu fördern. Dabei werden – in Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Modellen aus Religionstraditionen oder aus philosophischen Konzepten – insbesondere Fragen existenzieller Sinn- und Werteorientierung angesprochen.

Im Religionsunterricht geschieht dies im reflektierten Rückbezug auf Semantiken (Modelle, Bilder, Geschichten, Lehren, Regeln, Ethiken, etc.) der jeweiligen Heiligen Schrift sowie der Theologie und Praxis und wie diese sich beispielsweise in einem Schöpfungsglauben, in einem Liebesgebot oder in Gotteserfahrungen und -beschreibungen artikulieren. Verbraucherbildung wird hier kritisch aus einem Wissen um und einer Auseinandersetzung mit diesen Semantiken in Kenntnis anderer Religionen, Konfessionen und Weltanschauungen gewonnen.

Im Ethikunterricht steht die Auseinandersetzung mit Werten und Normen im Mittelpunkt. Schülerinnen und Schüler setzen sich mit der objektiven Gefährdung der Wohnbarkeit der Erde auseinander und erwerben Kompetenzen, um das an Konsum orientierte Wertesystem im Sinne der Verzichtsethik kritisch hinterfragen zu können.

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. Darüber hinaus reflektieren sie die konsumorientierte Verwertung von Kunstwerken sowie Fragen zu deren Nutzungsrechten.

Musik

Im Fach Musik werden grundlegende ökonomische Zusammenhänge u. a. in Bezug auf Produktions- und Vermarktungsstrukturen, die mediale Funktionalität und Fragen des Urheberrechts 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 zunehmend so weit wie möglich gemäß der allgemeinen Bildungsstandards, Rahmenpläne und Lehrpläne konzipiert 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 – mit Ausrichtung auf die Teilhabe und Aktivität jeder einzelnen Schülerin und jedes einzelnen Schülers.

Entsprechend wird auch der Kompetenzerwerb im Querschnittsthema Verbraucherbildung angestrebt, der für die Fächer und Lernbereiche der Grundschule und der weiterführenden Schulen in der Sekundarstufe genannt ist. Auch im Lehrplan zur sonderpädagogischen Förderung von Schülerinnen und Schülern mit dem Bedarf zur Förderung einer ganzheitlichen Entwicklung findet sich das Querschnittsthema wieder (Aktivitätsbereiche Ästhetik, Freizeit- und Lebensgestaltung, Haushalt, Ich und andere).

3.2. Schulisches Konzept zur Verbraucherbildung

Das schulische Konzept zur Verbraucherbildung ist Teil des Schulprogramms und verdeutlicht den Stellenwert als Querschnittsthema. Verbraucherbildung wird damit im Rahmen der allgemeinen Qualitätsentwicklungsprozesse 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. Dabei erfolgen eine Vernetzung von Wissen sowie die Reflektion von Chancen und Risiken, die sich aus der jeweiligen Thematik ergeben.

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, auch Bezüge zur Bildung in weiteren Querschnittsthemen wie z. B. nachhaltige Entwicklung, Ökonomie, Gesundheitsförderung, Medien 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)²³ erfolgen.



²³ Vgl. www.ines.bildung-rp.de

4 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. 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.“²⁴

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

- **Kontroversitätsgebot:** Lehrkräfte stellen Themen, die in der Öffentlichkeit strittig sind, auch im Unterricht kontrovers dar und lassen diesbezügliche Diskussionen zu.
- **Indoktrinations- bzw. Überwältigungsverbot:** Die eigenen politischen und theoretischen Standpunkte der Lehrkraft sind unerheblich.

Es wird nicht versucht, den Schülerinnen und Schülern die eigene Meinung offen oder subtil aufzuzwingen. Ziel ist die Erziehung selbstbestimmter und 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 im Sinne von Consumer Citizenship).

Es ist anzumerken, dass das Unterrichtsmaterial durchaus eine Position vertreten darf. Allerdings muss diese inhaltlich transparent sein. Gleiches gilt für die Frage, 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.

4.1 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,
- 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 verschiedenen Sichtweisen und Standpunkten kritisch auseinander. Lösungsvorschläge können strittig sein und auf unterschiedlichen Interessen und Werteorientierungen 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.

²⁴ Kultusministerkonferenz (2009); www.kmk.org/themen/allgemeinbildende-schulen/weitere-unterrichtsinhalte/demokratieerziehung.html

4.2 Methoden und Arbeitsformen

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 insbesondere jene Methoden in den Vordergrund, die eine hohe Affinität zu fachübergreifendem und fächerverbindendem Unterricht besitzen und die oben genannten didaktischen Prinzipien berücksichtigen.

Methoden	Beispiele
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; Konsumentenschutz-einrichtungen; Nichtregierungsorganisationen
Debatten	Pro- und Kontra-Diskussionen zu Vor- und Nachteilen von Produkten; Dienstleistungen; Kostenfaktoren und Verantwortungsbereichen
Dilemmata	Globalisierung
Expertengespräche	Verbraucherberatung; Ernährungsberatung
Recherchen	Internetrecherchen; Informationssuche; weitere Quellen Analyse/Bewertung von Texten und Dokumenten
Markterkundungen	Stationärer Handel; Online-Handel; Vergleichsportale
Reflexive Methoden	Überprüfen eigener Verhaltensweisen und Einstellungen
Wettbewerbe	Jugend testet; Jugend forscht; Schüler experimentieren
Fachpraxis	Lebensmittelzubereitung; Entwicklung audiovisueller Medien; Schulgarten



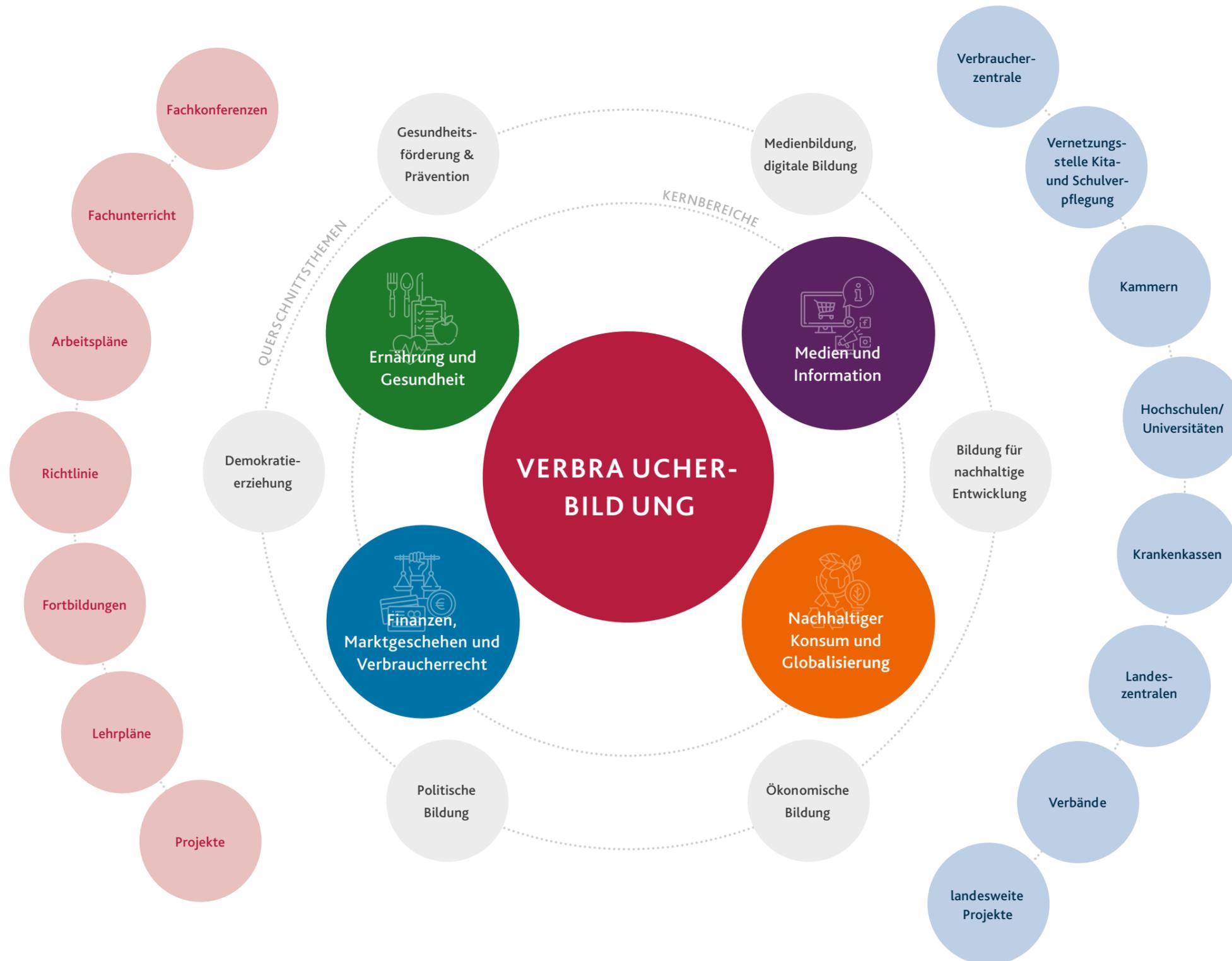
4.3 Außerschulische Kooperationen

Für eine kontextbezogene Verbraucherbildung ist eine Kooperation und Vernetzung mit verschiedensten Akteuren und Partnern sinnvoll. Dazu gehören beispielsweise Verbraucherorganisationen, Hochschulen und Universitäten, Beratungsstellen, Sozialverbände, Arbeitnehmer- und Arbeitgeberorganisationen, Behörden und Wirtschaftsverbände, Unternehmen, entwicklungspolitische Initiativen sowie Akteure aus den Bereichen Ökologie und Soziales. 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.

5 ORGANISATIONS- UND UNTERSTÜTZUNGSSYSTEME DER VERBRAUCHERBILDUNG



6 CURRICULUM

Das Curriculum beschreibt die Bildungsziele der Kernbereiche und die dazugehörigen Kompetenzen anhand exemplarisch aufgeführter Inhalte. Diese sind im Rahmen des schuleigenen Konzepts so umzusetzen, dass ein kumulativer Erwerb einer umfassenden Verbraucherkompetenz der Schülerinnen und Schüler ermöglicht wird. Dabei gilt es, Bezüge zu den weiteren Querschnittsthemen, wie z. B. Bildung für nachhaltige Entwicklung, ökonomische Bildung, Gesundheitsförderung, Medienbildung und Demokratieerziehung herzustellen sowie Kooperationen und Projekte einzubinden.

FINANZEN, MARKTGESCHEHEN UND VERBRAUCHERRECHT

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
<p>Ein persönliches Ressourcenmanagement entwickeln</p> <p>Verantwortung für sich und andere übernehmen</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind in der Lage, sich mit Zukunftschancen und Risiken der Lebensgestaltung auseinanderzusetzen. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prinzipien und Möglichkeiten des Finanz- und Vorsorgemanagements kennen, verstehen und ihre Instrumente anwenden können. • Prinzipien des kurz-, mittel- und langfristigen Ressourcenmanagements verstehen und anwenden können. • die Vielfalt von individuellen und gesellschaftlichen Ressourcen kennen sowie deren Bedeutung, Entwicklung und Grenzen verstehen. • Informations- und Beratungsangebote kennen und situationsgerecht nutzen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Finanz- und Vorsorgemanagement • Girokonto, Zahlungsverkehr, Haushaltsbudget, Kredite, Altersvorsorge, Geldanlage • Humanvermögen • Interessenvertretungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern, Beschwerde- und Durchsetzungsstellen • Lebensplanung und -gestaltung • Ressourcen (Gesundheit, Zeit, Geld, Bildung, Familie, Netzwerke, Lebensfreude, Zivilcourage, Partnerschaft) • Versicherungen • ...
<p>Konsumententscheidungen reflektiert und selbstbestimmt treffen</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, soziokulturelle Rahmenbedingungen für Konsumententscheidungen zu identifizieren und zu berücksichtigen. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedürfnisse identifizieren können, die den Konsum leiten. • verschiedene Wege der Bedarfsdeckung kennen, beurteilen und verantwortlich nutzen können. • die eigene Konsumbiografie und ihre Bedeutung für die Lebensstilentwicklung analysieren, verstehen und reflektieren können. • Marktmechanismen und das Wirtschaftssystem verstehen und reflektieren können. • Konsum- und Entscheidungsprozesse situationsgerecht sowie multiperspektivisch bewerten und gestalten können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot und Nachfrage, Marktgeschehen, Preisbildung • Arbeitsmarkt • Bedürfnisse, Bedarf, Wege der Bedarfsdeckung • Einflussfaktoren auf Konsumententscheidungen • Globalisierung • Lebensstil und Lebenslage • Marktwirtschaft, Marktvergleich • Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung • Peer-Group, soziale Gruppen • Qualität und Transparenz • Taschengeld • Warenkunde • Werbung • ...

FINANZEN, MARKTGESCHEHEN UND VERBRAUCHERRECHT

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
Eigene Konsumentenrolle reflektiert in rechtlichen Zusammenhängen gestalten	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, die eigene Konsumentenrolle kritisch zu reflektieren und darauf aufbauend Konsumhandeln zu gestalten. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbraucherrechte und -pflichten kennen, bewerten sowie situationsgerecht anwenden und durchsetzen können. • die Tragweite von Konsumententscheidungen in Bezug auf vertragliche Bedingungen und finanzielle Verpflichtungen einschätzen können. • selbstbewusst und selbstbestimmt gegenüber Experten und Institutionen agieren können. • Informationen und Angebote von Institutionen beschaffen, bewerten und kritisch nutzen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Geschäftsbedingungen, Geschäftsfähigkeit • Anlegerschutzvorschriften • Datenschutz, Jugendmedienschutz • Energierecht • Fernabsatzrecht • Lebensmittelrecht • Mietrecht • Persönlichkeitsrechte • Preisangaben • Produktinformationen • Reiserecht • Schutzvorschriften gegen unerwünschte Werbung • Sozialrecht • Telekommunikationsrecht • Urheberrechte, Produktpiraterie • Verbraucherkreditrecht • Versicherungsrecht • Vertragsrecht • Zahlungsverkehrsrecht • ...
Konsumententscheidungen qualitätsorientiert treffen	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, Nachhaltigkeit, Gesundheit und Funktionalität als zentrale Bewertungskriterien zu verstehen und anzuwenden. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • exemplarische Prozesse der Erzeugung, Verarbeitung, Verteilung und Entsorgung von Marktgütern kennen, verstehen und bewerten können. • die Wirkungen der handwerklichen und industriellen Be- und Verarbeitung für die Qualität des Produkts kennen, bewerten und für eigene Konsumententscheidungen beachten können. • den Faktor Arbeit in der Gütererzeugung verstehen und die Wirkungen sowohl lokal als auch global einschätzen können. • die lokalen und globalen Zusammenhänge der Produktion von Gütern bei eigenen Entscheidungen verantwortungsbewusst berücksichtigen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gentechnologie • Gütesiegel • Kinderarbeit • Löhne • Prozess-Kette (Food-Value-Chain) • Novel Food • Umwelt- und Gesundheitsaspekte • Warenkunde, Warentest • Werbung • verschiedene Konsumfelder, z. B. Textilien, Spielwaren, Elektronik, Lebensmittel • ...



ERNÄHRUNG UND GESUNDHEIT

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
Die eigene Essbiografie reflektiert und selbstbestimmt gestalten	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, sich mit den Einflussfaktoren, Begrenzungen und Gestaltungsalternativen des individuellen Essverhaltens auseinanderzusetzen. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • individuelle, kulturelle, ökologische und soziale Einflussfaktoren sowie ihre Wirkungen auf und die Bedeutungen für das Essverhalten kennen, identifizieren und verstehen können. • Alltagsvorstellungen und -theorien zur Bedeutung von Essen, Ernährung und Körper identifizieren, analysieren und bewerten können. • Handlungsmöglichkeiten situationsgerecht entwickeln und zur weiteren Gestaltung der Essbiografie nutzen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Lebensmitteln, des Essens und der Ernährung für Fitness, Schönheit, Leistungsfähigkeit • Einflussfaktoren auf das Essverhalten • Ernährung und Lifestyle • Essen unterwegs • Essgewohnheiten • Situations- und alltagsgerechte Umsetzung / Gestaltung • Soziale, historische, religiöse, familiäre Zusammenhänge • Umwelt und Klima • Vorlieben, Abneigungen, Präferenzen • ...
Ernährung gesundheitsförderlich gestalten	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, sich mit dem Zusammenhang von Ernährung und Gesundheit auseinanderzusetzen sowie Verantwortung für sich und andere zu übernehmen. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Zusammenhang von Nahrung und Ernährung für die persönliche Gesundheit, die Umwelt und das Klima herstellen und reflektieren können. • Körpersignale wie Durst, Hunger, Appetit und Sättigung wahrnehmen und verstehen können. • Lebensmittel, ihre Inhaltsstoffe und Wirkungen im Stoffwechsel kennen und verstehen können. • Ernährungsempfehlungen und Regeln kennen und sich mit ihnen sowie allgemeinen Ernährungsinformationen kritisch auseinandersetzen können. • sich mit widersprüchlichen und ideologisierten Entwicklungen sowie einer polarisierenden Diskussion auseinandersetzen können und Widersprüche aushalten lernen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bewegung • Energiebilanz • Ernährungstrends, Manipulationsstrategien, Fake News, Fake Facts • Ernährungsempfehlungen, Richtlinien, Regeln • Genussmittel • Grundlagen einer nachhaltigen Ernährung • Körpersignale • Langzeiteffekte, Gesundheit und Leistungsfähigkeit • Lebensmittelgruppen • Lebensmittelverderb und -infektionen • Schadstoffe und Rückstände • Nahrung, Nährstoffe und Nährstoffdichte • Nahrungsergänzungsmittel • Prävention • Qualitätsmerkmale für Lebensmittel • Über- und Untergewicht, Diäten • Unter-/Übersorgung • Verdauung • Zahnhygiene • ...
Nahrung und Mahlzeiten gesundheitsförderlich planen und gestalten	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, sich mit den kulturellen Voraussetzungen, der Bedeutung und Funktion von Mahlzeiten auseinanderzusetzen. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mahlzeiten nachhaltig, situations- und alltagsgerecht planen und herstellen sowie die zu leistende Arbeit und Gestaltung wertschätzen können. • Speisen und Gerichte sowie die Lebensmittelauswahl unter Berücksichtigung von Genuss, Gesundheit und Nachhaltigkeit gestalten können. • Techniken der Lebensmittelzubereitung kennen, verstehen und reflektiert anwenden können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsplanung und Organisation • Arbeitsteilung • Convenience-Produkte • Prozesse der Verarbeitung und Produktion von Lebensmitteln • Essen und Kommunikation • Grundtechniken • Hazard Analysis Critical Control Points (HACCP) • Hygiene, Konservierung, Lagerung • kreativer Umgang mit Rezepten • Lebensmittelkennzeichnung, Mindesthaltbarkeit • Tischkultur, Speisenpräsentation • Vermeidung von Lebensmittelverschwendung • Vorratshaltung • ...

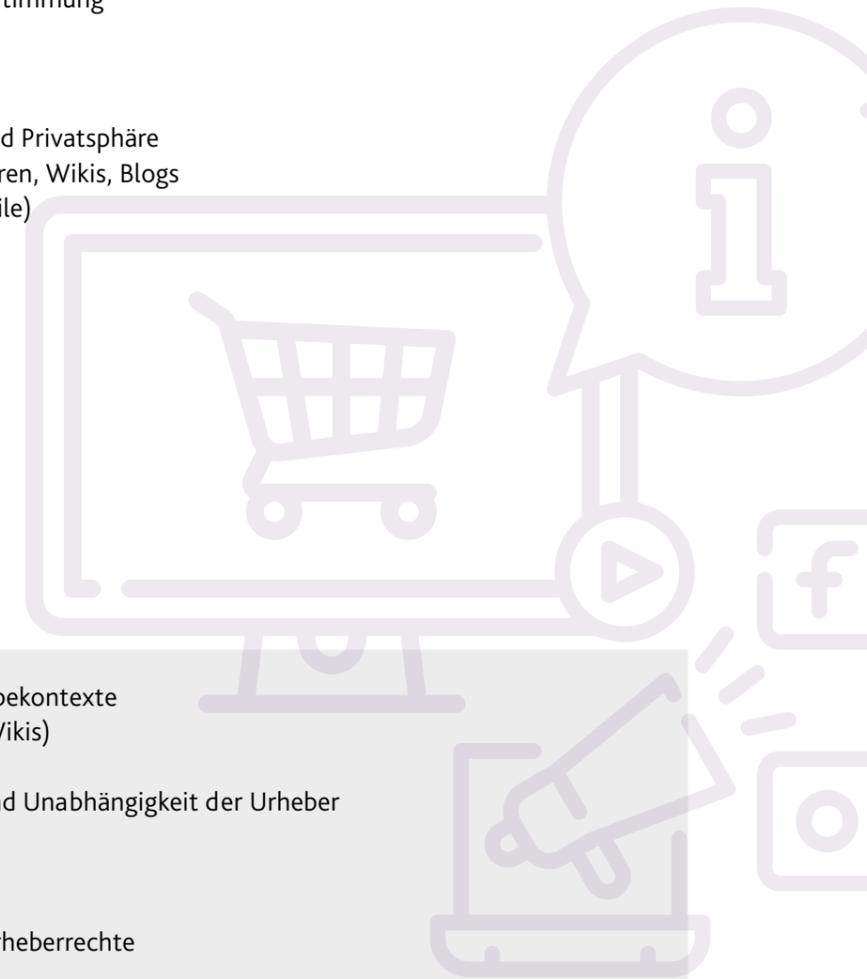


ERNÄHRUNG UND GESUNDHEIT

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
<p>Ein positives Selbstkonzept durch Essen und Ernährung entwickeln</p> <p>Ernährungsalltag genussvoll gestalten</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, sich mit den Zusammenhängen zwischen dem eigenen Körper und ihrem Essverhalten auseinanderzusetzen. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • den eigenen Körper sowie die Körperprozesse wahrnehmen, verstehen und akzeptieren können. • die Abhängigkeit der Körperbilder von gesellschaftlichen und historischen Bezügen erkennen, verstehen und reflektieren können. • die Bedeutung von Essen, Trinken und Ernährung erkennen und diese Erkenntnisse für das eigene Handeln nutzen können. • Wege zum genussvollen, sinnlichen und verantwortlichen Umgang mit dem Körper durch Essen und Trinken entwickeln und nutzen können. • Kochen und Essen als Bereicherung des Alltags erleben und wertschätzen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Essstörungen • Essen und Identität (Kultur, Religion, Generation, Alter, Geschlecht, Milieu) • Genussfähigkeit • Geschmacksentwicklung • Hunger und Durst • Körperentwicklung • Leistungsfähigkeit • Sinnlichkeit des Essens • Trends • Vorlieben und Abneigungen • Wertschätzung von Essen und Lebensmitteln • Einkaufs- und Vorratsplanung, Vorratshaltung • Mahlzeiten ressourcenschonend zubereiten • ...
<p>Das eigene Leben gesundheitsförderlich gestalten</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, mit der eigenen Gesundheit und der Gesundheit anderer verantwortungsvoll umzugehen. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • gesundheitsfördernde Handlungsmöglichkeiten und Verhaltensweisen situationsgerecht und selbstbestimmt entwickeln und diese als Mittel zur Bewältigung von Entwicklungsaufgaben sowie zur weiteren positiven Gestaltung des Lebens nutzen können. • kognitive, psychische, soziale und körperliche Kompetenzen durch Vermittlung positiver Bewältigungserfahrungen aufbauen können. • Ich-Stärke, ein positives Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen entwickeln können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bewegung, Stressbewältigung, Achtsamkeit • Lebenskompetenzen • Resilienz • Risikobereitschaft und Risikosuche • Salutogenese • Selbstwirksamkeit und Selbstbestimmung • Sexualverhalten • Umgang mit Suchtmitteln • Unfallverhütung • ...
<p>Verantwortung für die eigene Gesundheit übernehmen</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • relevante Gesundheitsinformationen in unterschiedlicher Form zu finden, zu verstehen, zu beurteilen und anzuwenden. • auf dieser Basis im Alltag in den Bereichen der Krankheitsbewältigung, Prävention und Gesundheitsförderung Urteile fällen und Entscheidungen zu treffen, die ihre Lebensqualität während des gesamten Lebensverlaufs erhalten oder verbessern. • die Rolle von Patientinnen und Patienten als aktiv Handelnde und Kooperationspartner im Gesundheitssystem anzuerkennen, die zahlreiche Mitwirkungsmöglichkeiten, Entscheidungsoptionen und Rechte haben. 	<ul style="list-style-type: none"> • Beipackzettel von Medikamenten • Compliance, Selbstmanagement • Evidenzbasierte Medizin • Impfungen • Patientenrechte • Umgang mit medizinischen Notfällen • Unterstützungsstrukturen (Selbsthilfegruppen, Präventionsangebote, Beratungsstellen) • ...

MEDIEN UND INFORMATION

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
<p>Problembewusst und sicher in digitalen Umgebungen agieren und kommunizieren</p> <p>Persönliche Daten und Privatsphäre schützen</p> <p>Verantwortung im Umgang mit eigenen Daten übernehmen</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenschutz als Bürger- und Menschenrecht anzuerkennen. • die Freiheit des Internets verantwortungsbewusst und selbstbestimmt wahrzunehmen. • Risiken und Gefahren in digitalen Umgebungen zu kennen, zu reflektieren und zu berücksichtigen. • mit eigenen personenbezogenen Daten reflektiert umzugehen und Strategien zum Schutz zu entwickeln und anwenden zu können. • personenbezogene Daten als wertvolles Gut zu betrachten und Maßnahmen für Datensicherheit zu berücksichtigen. • eigenständig und verantwortungsbewusst Internetdienste, Portalangebote, Podcasts, Wikis, Apps, Knowledge-Blogs, RSS-Feeds etc. zum Wissenserwerb zu erschließen und zur Wissenserweiterung und -weitergabe zu nutzen. • die Privatsphäre in digitalen Umgebungen durch geeignete Maßnahmen zu schützen. • Jugend- und Verbraucherschutzmaßnahmen zu berücksichtigen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recht auf informationelle Selbstbestimmung • Selbstdatenschutz • Urheberrechte • Communities, Social Networks • Einstellungen zu Berechtigungen und Privatsphäre • E-Mail, Instant Messenger, Chat, Foren, Wikis, Blogs • Identitätsmanagement (Nutzerprofile) • IT-Sicherheit • Medienethik, Datenschutz • Newsletter und Werbemails • Tracking, Scoring, Profilbildung • ...
<p>Verbraucherrelevante Recherchen durchführen und Informationsquellen prüfen</p> <p>Gewonnene Informationen und Daten analysieren, interpretieren und kritisch bewerten</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, Techniken und Strategien beim Umgang mit elektronischen Informationsquellen anzuwenden, den relevanten Informationsgehalt systematisch zu prüfen und Ergebnisse mit digitalen Werkzeugen selbstständig zu strukturieren und zu sichern. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • digitale Wissensquellen kennen und benennen, eigenständig und selbstverantwortlich mit ihnen umgehen können. • die Glaubwürdigkeit und Seriosität von Quellen anhand belastbarer Kriterien bewerten und relevant erscheinende neue Quellen ohne Hilfestellung erschließen können. • Medien eigenständig zur Erfassung und umfassenden Analyse komplexer Konsumprobleme einsetzen können. <p>Funktionen von digitalen Informationsquellen und medialen Texten selbstständig erkennen, benennen und angemessen beurteilen können.</p> <ul style="list-style-type: none"> • sich kritisch mit Wirkungen der Mediengestaltung und der Konstruktion von Wirklichkeit auseinandersetzen können. • mediengestützte Methoden der Bewertung von Konsumangeboten kritisch nutzen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Einbettung von Information in Werbekontexte • elektronische Nachschlagewerke (Wikis) • Fake News • Glaubwürdigkeit, Vollständigkeit und Unabhängigkeit der Urheber • Quellenrecherche • Sponsoring • Suchstrategien • Urheberrechte, Verletzungen der Urheberrechte • ... <p>Formen der Inszenierung (Sachinformation, Unterhaltung, Kommentar, Werbung, ...)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachrichtenvergleiche, parallele Nutzung von Quellen • Vergleichsportale, Warentests, Produktbewertungen, Blogbeiträge • ...

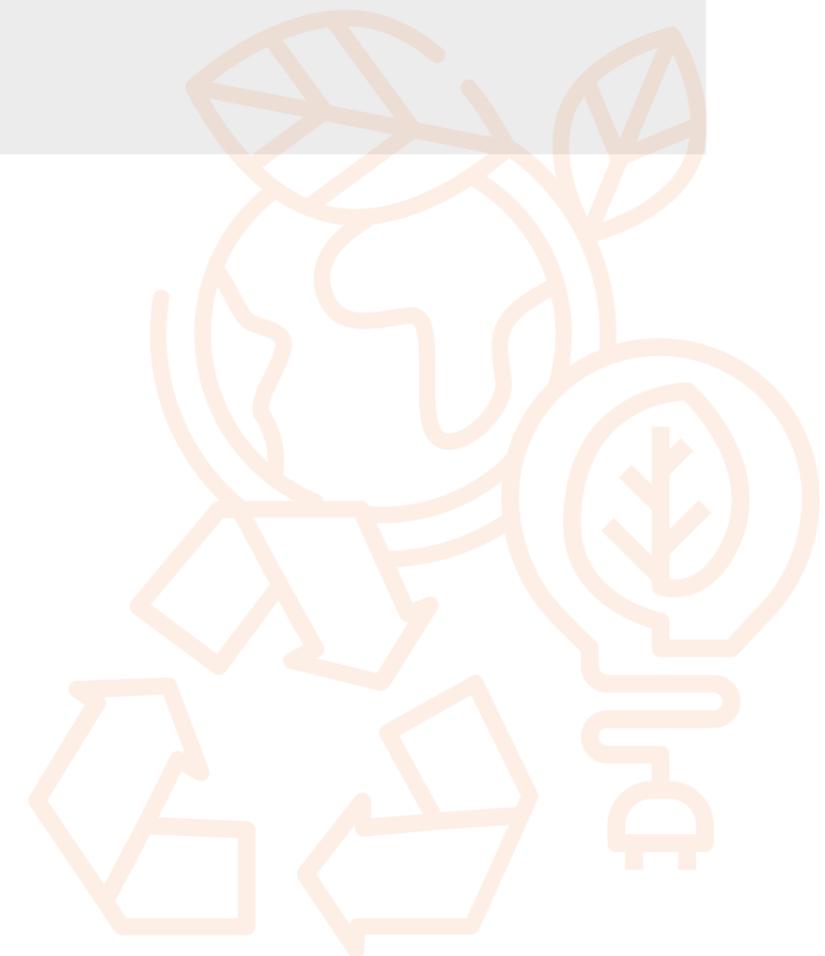


MEDIEN UND INFORMATION

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
<p>Rolle der Medien sowie deren Einfluss auf das Konsumverhalten und das soziale Miteinander bewerten</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage die eigenen Mediengewohnheiten sowie Motive der Mediennutzung zu reflektieren. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Einfluss des digitalen Wandels auf den Alltag beschreiben, einordnen und bewerten können. • Vor- und Leitbilder der Medien beschreiben sowie Stereotype erkennen, untersuchen und bewerten können. • Chancen und Risiken der ständigen Verfügbarkeit digitaler Medien sowie deren spezifische Machart einschätzen, beschreiben und bewerten können. • kritisch zu problematischen Inhalten und Darstellungen Stellung nehmen können. • die wichtigsten Anlaufstellen und Beratungsangebote kennen und im Bedarfsfall nutzen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • digitale Dienstleistungen • Extremismus, Pornographie, Gewalt im Internet, Sexismus, Populismus • Selbstinszenierung im Internet • Tracking/zielgruppen- und nutzerorientierte Werbung, „Datenkraken“, In-App-Käufe • versteckte Kosten • Wechselwirkungen von technologischen Neuerungen und gesellschaftlichen Entwicklungen (z. B. Influencer und Blogger) • ...
<p>Potenziale und Risiken der Digitalisierung für die eigene Weiterentwicklung sowie für soziale und politische Teilhabe reflektieren und dem eigenen Handeln zugrunde legen</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, die Folgen der Digitalisierung für den privaten und beruflichen Alltag zu beschreiben, einzuordnen und zu bewerten. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veränderungen der Medienwelt analysieren und in Beziehung zu Schule, Berufs- und Lebenswelt setzen können. • die Rolle des Internets und der digitalen Medien als Instrumente demokratischer Teilhabe und politischer Veränderungen beschreiben und bewerten sowie Missbrauchspotenziale erkennen können. • die Machtkonzentration der großen Internet-Konzerne sowie weiterer Medienproduzenten beschreiben, einordnen und kritisch hinterfragen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bewegungsprofile, Persönlichkeitsprofile, Scoring, Algorithmen und algorithmenbasierte Entscheidungen, Datensammlung • Bildung wirtschaftlicher Monopole • Digitale Gesellschaft, eDemocracy • E-commerce • soziale Netzwerke, Instant-Messaging-Dienste und andere Möglichkeiten der Vernetzung, Organisation von politischem Widerstand • ...

NACHHALTIGER KONSUM UND GLOBALISIERUNG

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
Konsum im globalen Wandel gestalten	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, sich mit Lebensweisen auseinanderzusetzen, die einen nachhaltigen Konsum, eine umwelt- und sozialverträgliche Mobilität sowie eine nachhaltige Freizeitgestaltung fördern und die Gesundheit sichern. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Kriterien der Produktion, des Kaufs, der Nutzung und Entsorgung von Produkten unter ökologischen, ökonomischen und sozialen Gesichtspunkten verstehen und anwenden können. • die Hintergründe und Auswirkungen des Lebensstils auf die Lebens- und Arbeitssituation der Menschen sowie auf die Biosphäre ermitteln und beurteilen können. • Strategien und Maßnahmen einer nachhaltigen Konsumpolitik kritisch hinterfragen und ganzheitlich beurteilen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Energieeffizienz und erneuerbare Energien • KFZ-Steuer, Ausbau ÖPNV • Klimawandel, klimagerechter Lebensstil • Nachhaltige Gestaltung von Klassen- und Schulfesten, Klassenfahrten • nachhaltiger Warenkorb • Nachhaltigkeitssiegel • Nichtkonsum • Nudging • ökologischer Fußabdruck • Online-Käufe • Ressourcenschonung (Energie, Wasser, virtuelles Wasser) • Verbote (Plastik, Glühbirnen, ...) • ...
Verantwortung übernehmen und eigene Handlungsspielräume nutzen	<p>Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, ihre persönlichen Rechte, Bedürfnisse und Interessen zu reflektieren. Dazu gehört, dass sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grenzen vor dem Hintergrund des Ziels nachhaltiger Entwicklungsprozesse sowie der Rechte anderer Menschen beschreiben und Möglichkeiten entwickeln können, für die Rechte künftiger Generationen einzutreten. • Bereiche persönlicher Mitverantwortung für Mensch und Umwelt erkennen und als Herausforderung annehmen können. 	<ul style="list-style-type: none"> • Corporate Social Responsibility (CSR) • Effizienz und Suffizienz • gerechte Preise, gerechte Löhne • Sharing Economy • Verwendungsvermeidung • ...



7 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 des Bundesministeriums 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 – Medienkompass Rheinland-Pfalz** Richtlinie zur digitalen Bildung in der Primarstufe; Verwaltungsvorschrift des Ministeriums für Bildung vom 30.10.2018 (9413 B – Tgb.-Nr. 3073/18)

IMPRESSUM

Herausgeber

Ministerium für Bildung
Adresse:
Mittlere Bleiche 61
55116 Mainz
www.bm.rlp.de

Telefon: 06131 16 - 0
Fax: 06131 16 - 29 97
E-Mail: poststelle@bm.rlp.de

Redaktion

Ute Schmazinski

Gestaltung

cüvee – Empathisches Design, Wiesbaden

Lektorat

Markus Esser

Bildnachweis

Cover; Seite 5, 6, 13, 25: Adobe Stock
Vorwort: ©Peter Bajer
Seite 14, 18, 23, 27: iStock

Druck

W.B. Druckerei GmbH, Hochheim am Main

Stand

August 2020

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Rheinland-Pfalz herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch Wahlbewerberinnen und -bewerbern oder Wahlhelferinnen und -helfern im Zeitraum von sechs Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Kommunal-, Landtags-, Bundestags und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.





Rheinland-Pfalz

MINISTERIUM FÜR BILDUNG

Mittlere Bleiche 61
55116 Mainz

poststelle@bm.rlp.de
www.bm.rlp.de