

**Rahmenvorgabe  
Verbraucherbildung in Schule  
in der Primarstufe und der Sekundarstufe I**

in Nordrhein-Westfalen

**(Entwurf Verbändebeitiligung 27.09.2016)**

ENTWURF

## Impressum

[wird zur Inkraftsetzung eingefügt]

ENTWURF

## **Vorwort**

[wird nach Abstimmung MSW und MKULNV zur Inkraftsetzung eingefügt]

ENTWURF

## **Runderlass**

[wird zur Inkraftsetzung eingefügt]

ENTWURF

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Vorbemerkung: Die Rahmenvorgabe Verbraucherbildung als kompetenzorientierte curriculare Vorgabe</b>	<b>6</b>
<b>2. Verbraucherbildung in der Schule</b>	<b>7</b>
2.1 Aufgaben und Ziele der Verbraucherbildung	7
2.2 Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung in Schule	8
2.3 Verbraucherbildung in der Primarstufe und der Sekundarstufe I	10
<b>3. Institutionelle und schulorganisatorische Verankerungen von Verbraucherbildung</b>	<b>16</b>
3.1 Verbraucherbildung im schulischen Lernen – Unterricht	17
3.1.1 Didaktische Prinzipien der Verbraucherbildung	18
3.1.2 Fachmethoden der Verbraucherbildung	19
3.2 Verbraucherbildung – außerunterrichtlich und außerschulisch	20
<b>4. Verbraucherbildung – Kompetenzbereiche und Inhaltsaspekte</b>	<b>21</b>
4.1 Kompetenzbereiche	21
4.2 Bereiche und Inhaltsaspekte	22
<b>5. Schulinterne Planung und Umsetzung, Koordination und Weiterentwicklung</b>	<b>25</b>
<b>6. Anhang</b>	<b>27</b>

## **1. Vorbemerkung: Die Rahmenvorgabe Verbraucherbildung als kompetenzorientierte curriculare Vorgabe**

Die Kernlehrpläne der Fächer beschreiben die erwarteten Lernergebnisse in Form von fachbezogenen Kompetenzen, die fachdidaktisch begründeten Kompetenzbereichen sowie Inhaltsfeldern zugeordnet sind. Auf der Grundlage von Kernlehrplänen, Richtlinien und Rahmenvorgaben werden von den Schulen in Verbindung mit ihrem Schulprogramm schuleigene Unterrichtsvorgaben bestimmt. Die Fachkonferenzen beraten dabei bezüglich der Zusammenarbeit mit anderen Fächern.

In diesem Rahmen ist es Aufgabe aller Fächer Beiträge zu übergreifenden schulischen Erziehungs- und Bildungsaufgaben zu leisten. Eine dieser übergreifenden schulischen Erziehungs- und Bildungsaufgaben ist die Verbraucherbildung. Zentrale Aufgabe der Verbraucherbildung ist die Entwicklung einer reflektierten Konsumkompetenz von Schülerinnen und Schülern. Die Fächer tragen aus ihrer jeweils eigenständigen Perspektive kumulativ und über die Jahrgangsstufen hinweg sowie verbunden mit weiterem schulischem Lernen ihren Beitrag hierfür bei.

Die vorliegende Rahmenvorgabe ist den curricularen Vorgaben in NRW entsprechend kompetenzorientiert angelegt. Sie

- legt die Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung fest,
- definiert Kompetenzbereiche und Inhaltsaspekte der Verbraucherbildung,
- beschreibt die Beiträge der Lernbereiche und Fächer, insbesondere der Leitfächer, zur Entwicklung der Konsumkompetenz,
- gibt Hinweise zur unterrichtlichen sowie institutionellen und schulorganisatorischen Verankerung der Verbraucherbildung,
- zeigt Anknüpfungspunkte im weiteren außerunterrichtlichen und außerschulischen Lernen.

Die gültigen Kernlehrpläne, die bei der Entwicklung der Rahmenvorgabe berücksichtigt wurden, enthalten eine Fülle von fachspezifischen Anknüpfungen für eine kompetenzorientierte Verbraucherbildung – auch im Kontext einer Bildung für nachhaltige Entwicklung. Mit der vorliegenden Rahmenvorgabe liegt nun eine schulform- und bildungsgangübergreifende curriculare Grundlage vor. Sie sichert einen vernetzten und vertieften Aufbau einer reflektierten Konsumkompetenz und stellt langfristig die Grundlage für die künftige Entwicklung und Überarbeitung von Richtlinien und Lehrplänen dar. Die Rahmenvorgabe dient den Schulen als Orientierung für die Ausgestaltung und Weiterentwicklung ihrer unterrichtlichen und außerunterrichtlichen Vorhaben der Verbraucherbildung.

## 2. Verbraucherbildung in der Schule

Alle Menschen sind Konsumentinnen und Konsumenten, die täglich eine Vielfalt von bewussten bzw. auch unbewussten Konsumententscheidungen treffen. Dies geschieht im Rahmen der verfügbaren Einkommen, unter Beachtung der Preise für materielle und immaterielle Güter und unter Berücksichtigung des gesamten Bedarfs und der Vorstellungen über den Nutzen dieser Güter mit Blick auf die eigenen Bedürfnisse. Dabei werden die Konsumentinnen und Konsumenten selbst beeinflusst von gesellschaftlichen Trends, von Marketingaktivitäten sowie von ihren sozialen Gruppen oder Vorbildern und staatlichen Rahmenseetzungen. Beeinflusst werden sie auch durch ihre Position in der Gesellschaft, in der Rollenerwartungen als Frau oder Mann an sie herangetragen werden, die kritisch auf Verbraucherstereotypen untersucht werden müssen. Zugleich beeinflussen die eigenen Kaufentscheidungen nicht nur das verfügbare Güterangebot, sondern sie haben auch individuelle, soziale und ökologische Folgen. Konsumententscheidungen werden auf traditionell analogen, digitalen und beide Welten verschränkenden Märkten getroffen, die sich jeweils in ihrer Beschaffenheit, ihren Spielregeln und Chancen und Gefahren deutlich unterscheiden. Angesichts dieser Vielfalt an Konsumententscheidungen und deren Einflussfaktoren erfolgen viele Konsumententscheidungen nach spontanen Anreizen und resultieren aus erlernten Gewohnheiten wie sie gleichermaßen auch im Rahmen der gesamten haushaltsbezogenen Bedürfnisse und der zur Verfügung stehenden Mittel getroffen werden. Insofern ist sowohl eine Entscheidung für als auch ein Verzicht auf Konsum im Rahmen des gesamten Haushaltsbedarfs in Gegenwart und Zukunft unter Berücksichtigung individueller Möglichkeiten und Folgen ein komplexer, herausfordernder Vorgang.

### 2.1 Aufgaben und Ziele der Verbraucherbildung

Verbraucherbildung findet einerseits informell in familiären und in weiteren alltäglichen Kontexten statt. Andererseits ist Verbraucherbildung auch eine schulische Aufgabe. In der Schule zielt sie auf die Entwicklung und Förderung einer reflektierten Konsumkompetenz von Kindern und Jugendlichen. In diesem Zusammenhang setzen sich Schülerinnen und Schüler mit aktuellen und zukünftigen, an ihre reale und digitale Lebenswelt anknüpfenden Bereichen der Verbraucherbildung auseinander und bereiten sich auf Herausforderungen in Privat- und Berufsleben vor.

Verbraucherbildung ist dabei eingebettet in ein Konzept einer Bildung für nachhaltige Entwicklung. Vielfach zeigt sich Konsum nicht nachhaltig im Sinne des langfristigen Erhalts unserer Lebensgrundlagen. Der gesellschaftliche Diskurs über Formen und Folgen u.a. von Lebensweisen ist ebenso aktuell wie kontrovers. Bildung für nachhaltige Entwicklung fördert den demokratischen Diskurs über die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft, zeigt mögliche Alternativen einer nachhaltigen Entwicklung auf, macht Schwierigkeiten und Dilemmata in Entscheidungsprozessen deutlich, hebt Chancen und Möglichkeiten der Partizipation an gesellschaftlicher Entwicklung hervor und vermittelt Kompetenzen Entwicklungen mitzugestalten.

Ziel der schulischen Verbraucherbildung ist die Entwicklung und Förderung einer **reflektierten Konsumkompetenz**. Diese wird als bewusstes und souveränes Verhalten bei konsumbezogenen Alltags- und Lebenssituationen verstanden, das Prinzipien der Solidarität, Gerechtigkeit und Reziprozität aufgreift. Hierzu gehört auch die Einsicht in die Vielfalt und Reichweite eigener Einflussmöglichkeiten sowie die Auseinandersetzung mit Fremdperspektiven und der Perspektive genderbewussten Kon-

sums. Die Option und Wirksamkeit individueller Einflussnahme durch Konsumverhalten wird bewertet und ermöglicht bewusstes und selbstbestimmtes Handeln. Das schulische Konzept der Verbraucherbildung knüpft überdies an eine gesunde Lebensführung an. Dies beinhaltet individuelle und soziokulturelle sowie biologisch-funktionelle und psychophysische Aspekte. Ferner trägt zur reflektierten Konsumkompetenz bei, den Blick auf rechtliche Regelungen und Regelungsbedarfe in der Gesellschaft sowie für ihre politische Gestaltbarkeit zu lenken. Die Heranwachsenden werden dabei in ihrer Rolle als Wirtschaftsbürgerin oder -bürger angesprochen, neue Felder der Partizipation werden aufgezeigt, aber auch die Verantwortung staatlicher Akteurinnen und Akteure und Unternehmen wird markiert.

Verbraucherbildung berücksichtigt, dass Heranwachsende ihr Konsumverhalten ganz wesentlich auch außerhalb der Schule entwickeln; das Elternhaus ist dabei ein ebenso bedeutsamer Erfahrungsraum wie die Peer-Group eine prägende Sozialisationsinstanz ist. Die an Konsum orientierte Verbraucherbildung in der Schule knüpft an die curricularen Vorgaben verschiedener Unterrichtsfächer an und baut im Sinne eines über die Jahrgangsstufen hinweg kumulativen Lernprozesses darauf auf.

Der in Nordrhein-Westfalen gewählte fächerübergreifende Ansatz der Verbraucherbildung befähigt die Schülerinnen und Schüler, in besonderem Maße Methoden aus verschiedenen Fächern bei der Erkenntnisgewinnung zu verknüpfen. Ebenso können die Schülerinnen und Schüler im Rahmen fachlich ganz unterschiedlicher Herangehensweisen konsumbezogene Entscheidungs- und Handlungskompetenzen festigen und weiterentwickeln. Aus der Einbettung der Verbraucherbildung in die Unterrichtsvorhaben der Fächer folgt zudem, dass eine Leistungsüberprüfung bezogen auf Verbraucherbildung im Kontext des jeweiligen Faches und Unterrichtsvorhabens oder Projekts integrativ erfolgt.

Weiterhin findet Verbraucherbildung in außerunterrichtlichen Kontexten, in außerschulischen Projekten und mit außerschulischen Partnern statt. So entwickeln die Heranwachsenden kontinuierlich Kompetenzen, die sie in konsumbezogenen Zusammenhängen anwenden können. Die Komplexität von Konsumententscheidungen erfordert Handlungsstrategien, die die Beschaffung und Bewertung von Informationen unter der Bedingung sich dynamisch verändernder Märkte und auch rechtlicher Rahmenbedingungen ermöglichen. Damit Schulen in diesem Bereich über den Unterricht hinaus erfolgreich agieren, vernetzen sie sich mit außerschulischen Bildungsträgern wie Verbraucherorganisationen, Beratungsstellen, Sozialverbänden, Behörden und Wirtschaftsverbänden. Ihr Angebot außerschulischer Lernorte ermöglicht eine weitreichende Praxisrelevanz.

Im Kontext des schulischen Bildungsauftrags folgt Verbraucherbildung dem Beutelsbacher Konsens (vgl. Kapitel 3.1.1). Die Prinzipien des Überwältigungsverbots, des Kontroversitätsgebots und der Schülerorientierung sind Grundlagen der Unterrichtsgestaltung, der Zusammenarbeit mit den Bildungsangeboten außerschulischer Partner sowie der Auswahl von Materialien.

## **2.2 Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung in Schule**

Die in der Rahmenvorgabe formulierten Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung werden auf der Grundlage der Bereiche der Verbraucherbildung (vgl. Kapitel 4.2) umgesetzt, die Lehrkräften bei der Strukturierung des Gegenstandes und bei der Anbindung an die Kernlehrpläne Orientierung ermöglichen. Die Bereiche der Verbraucherbildung lassen sich entfalten an Kompetenzerwartungen der unterschiedlichen



Inhaltsfelder und inhaltlichen Schwerpunkte in den Kernlehrplänen der Fächer, insbesondere der Leitfächer für Verbraucherbildung (vgl. Kap. 2.3) respektive des Sachunterrichts in der Primarstufe sowie der Lernbereiche Arbeitslehre, Gesellschaftslehre, Naturwissenschaften bzw. der Fächer wie Religionslehre und Sport in der Sekundarstufe I. Bei der Konzeption und Weiterentwicklung schulinterner Lehrpläne bzw. der Arbeitspläne in der Primarstufe werden mithilfe der Rahmenvorgabe die für die Verbraucherbildung relevanten Inhaltsfelder und Kompetenzen in den Unterrichtsfächern sowie in außerunterrichtlichen bzw. außerschulischen Projekten identifiziert und miteinander verknüpft. Dies ermöglicht die Entstehung und Weiterentwicklung von innovativen, interdisziplinären Unterrichtsvorhaben zu den Bereichen der Verbraucherbildung im Sinne eines vernetzenden Lernens.

Im Folgenden werden die **Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung** in Schule genannt:

- **Reflexion von individuellen Bedürfnissen und Bedarfen sowohl in der Gegenwart als auch in der Zukunft**
  - Identifikation individueller Bedürfnisse
  - Abwägung unterschiedlicher Möglichkeiten der Bedarfsdeckung
  - Identifikation von Mittelherkunft und Einkommensverwendungsbereichen zur Bedarfsbefriedigung in privaten Haushalten
  - Reflexion des Spannungsfelds zwischen verfügbaren Mitteln für unterschiedliche Verwendungszwecke und Konsumwünschen
  - Kenntnis von Lebensrisiken und Möglichkeiten der Vorsorge
  - Abwägung von Gegenwarts- und Zukunftsbedürfnissen
- **Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Einflüssen auf Konsumententscheidungen unter Berücksichtigung verschiedener Interessen**
  - Identifikation unterschiedlicher Interessen von Anbietern und Nachfragern
  - Identifikation von Hindernissen selbstbestimmten Konsums
  - Reflexion der Wirkung von Elementen des Marketing-Mix und des Wandels im Zahlungsverkehr auf das Verbraucherverhalten
  - Reflexion von demonstrativen und kompensatorischen Formen des Konsums mit Blick auf Identitätsstiftung und soziales Prestige
- **Auseinandersetzung mit individuellen und gesellschaftlichen Folgen des Konsums**
  - Identifikation und Analyse gesundheitlicher, ökologischer, finanzieller, sozialer Auswirkungen von Konsumententscheidungen
  - Identifikation von Hemmnissen und Zielkonflikten umwelt- und sozialverträglichen Konsumverhaltens (Kollektivgüter, Dilemmasituation)
  - Reflexion der Wechselwirkungen zwischen Konsum, Produktion, technologischer und ökologischer Entwicklungen auch unter globaler Perspektive
- **Auseinandersetzung mit politisch-rechtlichen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen**
  - Verständnis von verbraucherrelevanten rechtlichen Regelungen (Vertragsrecht, Geschäftsfähigkeit, Datenschutz, Urheberrecht, Verbraucherschutzbestimmungen in analogen und digitalen Lebenswelten) und für unterschiedliche politische Verantwortungsebenen

- Verständnis des individuellen Einflusses auf Marktergebnisse und dessen Restriktionen, von Verflechtungen im Wirtschaftskreislauf, für Markt und Wettbewerb
- Reflexion der Hindernisse bei der Durchsetzung von Verbraucherinteressen (mangelnde Wahlmöglichkeiten in Abhängigkeit vom Wettbewerb, Informationsasymmetrien, Erfahrungs- und Vertrauensguteigenschaften im Hinblick auf private und öffentliche Güter)
- **Reflexion von Kriterien für Konsumententscheidungen**
  - Verständnis von Produktqualität (Produkteigenschaften, Funktionalität)
  - Verständnis von Prozessqualität bzw. Lebenszyklus eines Produkts (Herstellung, Transport, Nutzung, Entsorgung)
  - Identifikation von Nutzen und Kosten (Preise, Folgekosten, ggfs. Verzichtskosten, externalisierte Kosten)
  - Reflexion von Motiven und Bedingungen einer Kreditaufnahme
  - Reflexion eigener Vorsorgemöglichkeiten unter Berücksichtigung von Lebensrisiken
  - Abwägung von Verbraucherinformationen
- **Auseinandersetzung mit individuellen, kollektiven und politischen Gestaltungsoptionen des Konsums**
  - Entwicklung von Gestaltungsoptionen für einen selbstbestimmten und verantwortlichen Konsum (z.B. Interventionsmöglichkeiten von Kauf oder Boykott (Exit), Widerspruch (Voice), Bedarfsverlagerung, Leitbilder umwelt- und sozialverträglicher Lebensstile)
  - Analyse und Reflexion von Lebensstilen
  - Reflexion von Strategien kollektiver Beeinflussung der Konsumentenposition sowie der Interessenvertretung (Verbraucherorganisation, Einkaufsgenossenschaften, Sharing Economy)
  - Reflexion politischer Strategien zur Veränderung der Konsumentenposition (z.B. Anreize/Steuern/Subventionen, Informationspflichten, Schutzrechte, Verbote, Angebot öffentlicher Güter)

### 2.3 Verbraucherbildung in der Primarstufe und der Sekundarstufe I

Verbraucherbildung stellt eine übergreifende schulische Bildungsaufgabe dar, der sich sowohl alle Schulstufen als auch alle Schulformen stellen. Damit wird sie zugleich zur Aufgabe mehrerer Lernbereiche und Fächer. In den kompetenzorientierten Kernlehrplänen lassen sich explizite Elemente und vielfältige Anknüpfungen etwa im Sachunterricht der Primarstufe oder den Fächern und Lernbereichen Naturwissenschaften, Gesellschafts- und Arbeitslehre der Sekundarstufe I finden. Verbraucherbildung ist insofern ein Querschnittsthema, das fächerübergreifendes und fächerverbindendes Lernen im Unterricht und bei außerunterrichtlichen Aktivitäten erfordert.

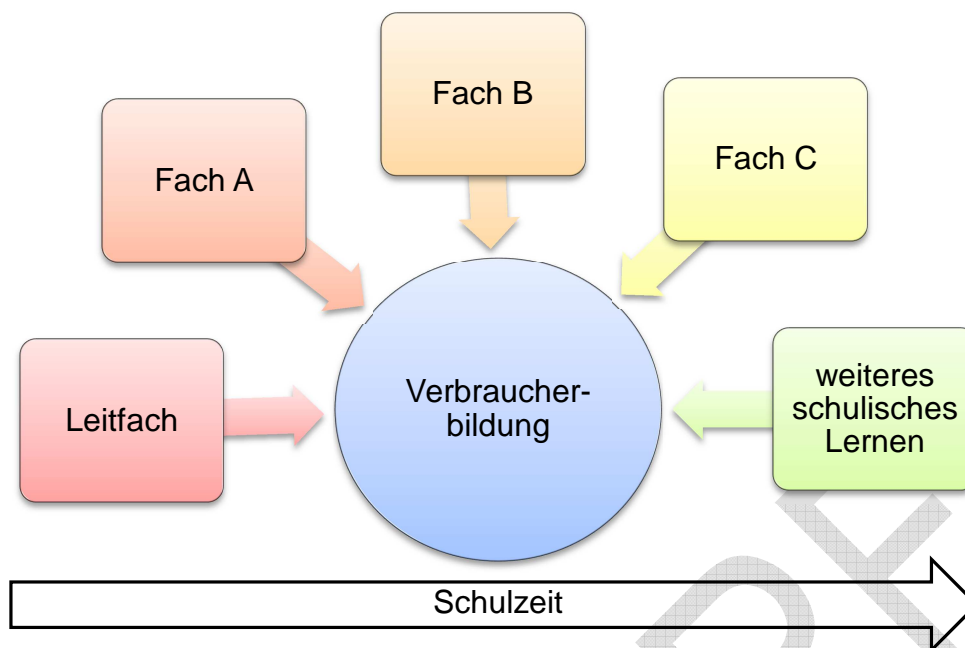


Abb. 1: Verbraucherbildung in Schule ergibt sich aus der Summe von Beiträgen einzelner Leitfächer, Fächer, fachübergreifender Vorhaben und Projekte sowie im Rahmen der Gestaltung des Schullebens und der Kooperationen mit externen Partnern durch die gesamte Schulzeit hindurch.

Ein besonderer Beitrag zur Verbraucherbildung wird durch die **Leitfächer** Sachunterricht in der Primarstufe und Hauswirtschaft und Wirtschaft integriert im Lernbereich Arbeitslehre sowie durch die Fächer Politik bzw. Politik/Wirtschaft im Pflicht- und Wahlpflichtbereich der Sekundarstufe I erbracht. Darüber hinaus ist auch eine Profilbildung in entsprechenden Fächern des Wahlpflichtbereichs möglich.

Über die Leitfächer hinaus findet Verbraucherbildung in **weiteren Fächern** der Primarstufe und der Sekundarstufe I statt. Von besonderer Bedeutung sind die naturwissenschaftlichen Fächer Biologie und Chemie, die gesellschaftswissenschaftlichen Fächer sowie Sport. Auch andere Fächer wie Deutsch, Mathematik, die Religionslehren, Musik und Kunst leisten einen Beitrag zur Verbraucherbildung (S.15 f.).

Eine spezifische Rolle kommt dem **weiteren schulischen Lernen** zu. Verbraucherbildung erfolgt in diesem Sinne im Zusammenhang mit überfachlichen Projekten, in Kooperationen mit externen Partnern, in schulkulturell etablierten Angeboten sowie innerhalb der Rahmenbedingungen oder als expliziter Gegenstand weiterer schulorganisatorischer Maßnahmen und schulischer Angebote.

Die Abbildung 2 verdeutlicht, wie die Fächer und Lernbereiche zur Verbraucherbildung beitragen. Die Bereiche der Verbraucherbildung (vgl. Kap. 4.2) greifen Aspekte der in den verschiedenen Kernlehrplänen ausgewiesenen Inhaltsfelder und inhaltlichen Schwerpunkte auf oder ergänzen diese um konsumrelevante Akzentuierungen. Die inhaltliche Verortung und thematische Ausrichtung bietet die Grundlage für Entwicklung und Vertiefung ausgewählter fachspezifischer Kompetenzen, die zugleich einen Beitrag zum Erreichen der Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung im Sinne einer reflektierten Konsumkompetenz leisten. In den Unterrichtsvorhaben, die in fachspezifischen schulinternen Lehrplänen dokumentiert sind, werden in einem ersten Schritt beide Elemente – die Ziele der Verbraucherbildung und die Kompe-

tenzerwartungen des Faches – auf gemeinsamer inhaltlicher Basis verknüpft und gekennzeichnet. In einem zweiten Schritt lassen sich diese gekennzeichneten UV in einer Übersicht zusammenstellen (Beispiel hierzu siehe Anhang S. 27ff). Die Unterrichtsvorhaben sind Teil von weiteren Maßnahmen und tragen insgesamt bei zu einem **schulischen Konzept Verbraucherbildung**. Dieses Konzept ist Ausdruck der individuellen schulspezifischen Umsetzung von Verbraucherbildung. Dabei sind ausdrücklich eigene Schwerpunktsetzungen erwünscht.

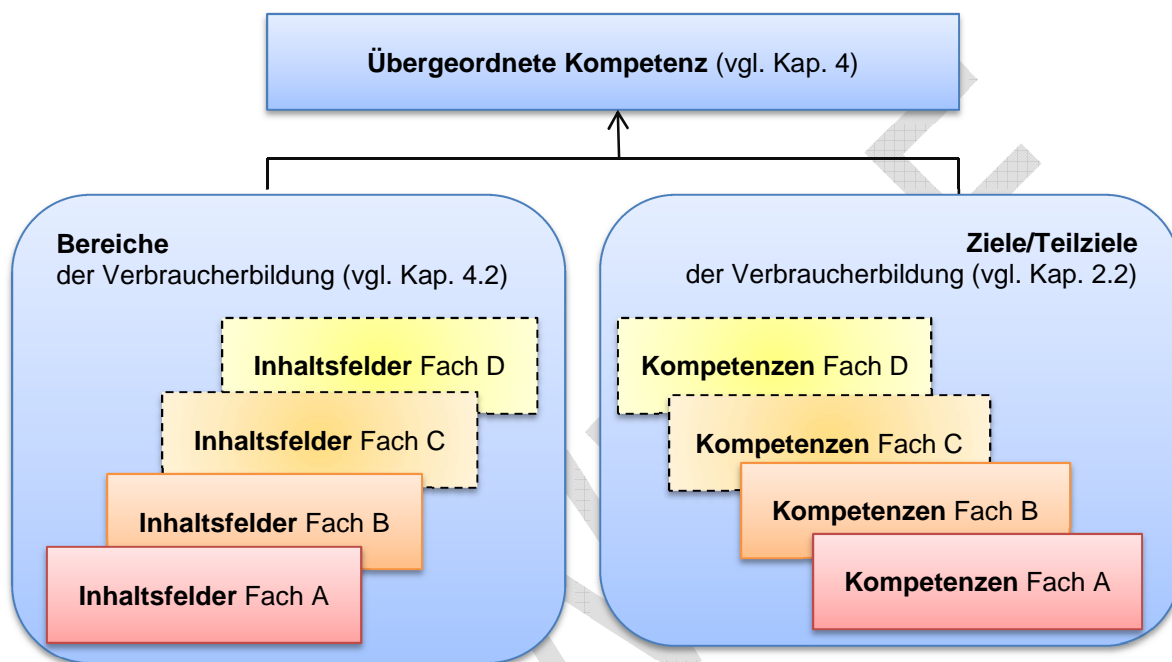


Abb. 2: Strukturmerkmale der Kernlehrpläne in Wechselbeziehung zu den Merkmalen der Verbraucherbildung. In den schulinternen Lehrplänen der Fächer und Lernbereiche der Sekundarstufe I und den Arbeitsplänen der Primarstufe werden diese verknüpft und ausgewiesen.

Im Folgenden werden die Beiträge der Fächer und Lernbereiche zur Verbraucherbildung gemäß der in den jeweiligen Kernlehrplänen ausgewiesenen fachlichen Aufgaben und Ziele dargestellt. Die Reihenfolge der in Lernbereichen integrierten Fächer folgt dabei der Struktur der Kernlehrpläne.

## A. Primarstufe

### Sachunterricht

Die Perspektiven des Faches **Sachunterricht** zielen u.a. auf die Entwicklung von Grundlagen für eine u.a. an Nachhaltigkeit orientierter Lebensführung, die naturwissenschaftliche (Leben und Natur), technische (Technik und Arbeitswelt), raum- und naturbezogene (Raum-Umwelt und Mobilität), sozial- und kulturwissenschaftliche und historische (Menschen und Gemeinschaft; Zeit und Kultur) Sachverhalte umfassen. Die Schülerinnen und Schüler setzen sich auf Basis ihrer eigenen Erfahrungen mit eigenen Konsumbedürfnissen auseinander und mit der Frage, wie diese geweckt bzw. beeinflusst werden. Dabei werden auch die Aspekte des Einkommens und Konsums unter Nachhaltigkeitskriterien angesprochen. Die Schülerinnen und Schüler entwickeln Verantwortungsbewusstsein im Umgang mit Menschen und Tieren, aber

auch mit ihrem eigenen Körper, dazu gehören auch adäquate Einstellungen und Verhaltensweisen bezüglich dessen Pflege und Ernährung. Darüber hinaus zielt der Sachunterricht auf die Auseinandersetzung der Schülerinnen und Schüler mit Fragen des Umweltschutzes sowie der Wohn- und Umfeldgestaltung. Die Bereiche des Sachunterrichts bieten dabei vielfältige Angebote, Verknüpfungen zu den anderen Fächern vorzunehmen. In dem Gesamtkonstrukt des fächerverbindenden und fachübergreifenden Lernens lassen sich die Aspekte der Verbraucherbildung multiperspektivisch aufgreifen (beispielsweise im Rahmen des Themas Kleidung: Herstellung und Bearbeitung, Tradition, wetterabhängige Alltagsverwendung von Textilien im Sachunterricht, Berechnung von Stoffmaßen und Kosten im Fach Mathematik, Gestaltungsmöglichkeiten von und mit Stoffen im Kunstunterricht, Werbebotschaften im Deutschunterricht).

## B. Sekundarstufe I

### Arbeitslehre

Der **Lernbereich Arbeitslehre** befähigt u.a. zum reflektierten und selbstbestimmten Entscheiden und Handeln als Verbraucherinnen und Verbraucher. In den eigenständigen Perspektiven der Fächer werden Kompetenzen entwickelt, die das Verstehen von haushaltsbezogenen und arbeitsrelevanten Lebenssituationen sowie aktuellen gesellschaftlichen Bedingungen ermöglichen. Die Befähigung zur Mitgestaltung im verantwortlichen Umgang mit Ressourcen wird dadurch entwickelt.

Die Perspektive des Faches **Hauswirtschaft** trägt dazu bei, dass Schülerinnen und Schüler durch den sachgerechten Umgang mit Fachwissen und die Anwendung spezifischer Verfahren konsumbezogene Sachverhalte erkennen, verstehen und reflektieren, u.a. im Bereich der Nahrungsmittelproduktion und der Ernährung. Dadurch entwickeln sie einen gesundheitsförderlichen sowie kultursensiblen Umgang und ein verantwortungsvolles Wirtschaften mit gemeinschaftlich wie individuell vorhandenen Ressourcen. Damit wird ein Beitrag zur Förderung einer hauswirtschaftlichen Grundbildung geleistet.

Die Perspektive des Faches **Technik** zielt auf die Vermittlung technischer Verfahren und Systeme, mit denen Schülerinnen und Schüler ihre Umwelt im privaten, beruflichen und öffentlichen Leben zielorientiert verändern und gestalten können. Basis für eine technische Grundbildung sind Kompetenzen zum Umgang mit technischen Sachverhalten in den Bereichen Stoff, Energie und Information, um Schülerinnen und Schülern ein vertieftes Verständnis für ein Konsumverhalten in Bezug auf technisch geprägte Bereiche zu ermöglichen.

Die Perspektive des Faches **Wirtschaft** fördert die Mündigkeit als Wirtschaftsbürgerinnen und -bürger in der Demokratie. Durch den Erwerb von ökonomischer Grundbildung werden grundlegende ökonomische Problemlagen und Prozesse verstehbar, sodass die Schülerinnen und Schüler Handlungsbereitschaft in ökonomisch geprägten Lebenssituationen in Haushalt und Beruf entwickeln können. Dabei werden sie befähigt kollektiv und individuell ihre Interessen sowie Rechte wahrzunehmen. Kompetenzentwicklung im verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen stärkt ihre Handlungsfähigkeit auf Konsum- und Faktormärkten.

## **Gesellschaftslehre**

Die Fächer des **Lernbereichs Gesellschaftslehre** leisten u.a. einen gemeinsamen Beitrag zur Entwicklung von konsumbezogenen Kompetenzen, die das Verstehen von Wirklichkeit sowie von gesellschaftlich wirksamen Strukturen und Prozessen ermöglichen und die Mitwirkung in verbraucherrelevanten gesellschaftlichen und politischen Bereichen unterstützen sollen.

Die Perspektive des Faches **Erdkunde** zielt im Sinne einer raumbezogenen Handlungskompetenz auf das Verständnis der naturgeographischen, ökologischen, politischen, wirtschaftlichen sowie sozialen Strukturen und Prozesse der räumlich geprägten Lebenswirklichkeit, die u.a. haushalts- und konsumrelevante Bereiche betreffen und eine nachhaltige Gestaltung der nah- und fernräumlichen Umwelt ermöglichen.

Die Perspektive des Faches **Geschichte** lässt für die Schülerinnen und Schüler u.a. erkennbar werden, wie sich menschliche Gesellschaften in Zeit und Raum durch sich verändernde Formen des Wirtschaftens entwickelten, und welche Entwicklungsprozesse bis in die Gegenwart hinein wirken. Damit wird - eingebettet in das Ziel eines reflektierten Geschichtsbewusstseins - mithilfe historischer Fokussierungen ein Beitrag zur Förderung einer gegenwarts- und zukunftsorientierten Konsumkompetenz geleistet.

Die Perspektive des Faches **Politik** trägt dazu bei, dass die Lernenden konsumbezogene Strukturen sowie diesbezüglich relevante Probleme und Gegebenheiten, aber auch das Handeln von Individuen und Gruppen unter Berücksichtigung der dahinterliegenden Wertvorstellungen und Interessen verstehen sowie beurteilen können. Sie hilft dabei, ihre Rollen als mündige Bürgerinnen und Bürger in der Demokratie wahrzunehmen und politische, gesellschaftliche sowie ökonomische Prozesse aktiv mitzugestalten.

## **Naturwissenschaften**

Der **Lernbereich Naturwissenschaften** trägt auch zu einem zeitgemäßen und aufgeklärten Weltbild bei, indem er Grundlagen für bedeutende technische und gesellschaftliche Fortschritte liefert, die unsere Gesellschaft prägen und auch Teile unserer kulturellen Identität bestimmen. Gefördert wird dabei durch fachspezifische Herangehensweisen auch der verantwortungsvolle Umgang der Schülerinnen und Schüler mit der natürlichen und gestalteten Lebenswelt sowie ihren Ressourcen. Für eine gesellschaftliche Teilhabe ist daher eine naturwissenschaftliche Grundbildung unverzichtbar.

Die Perspektive des Faches **Biologie** richtet sich auf die Auseinandersetzung mit dem Lebendigen. Auch mit Hilfe biologischer Fragestellungen wird Schülerinnen und Schülern die wechselseitige Abhängigkeit von Mensch und Umwelt bewusst. Der Unterricht eröffnet ihnen u.a. Einblicke in Bau und Funktion des eigenen Körpers und leistet so einen wichtigen Beitrag zur Gesundheitserziehung und Lebensplanung. Schülerinnen und Schüler formulieren Aussagen zu aktuellen biologischen, medizinischen oder technischen Entwicklungen und prüfen sie auf ihre Chancen sowie Risiken.

Die Perspektive des Faches **Chemie** richtet sich auf die Auseinandersetzung mit der natürlich und synthetisch gestalteten stofflichen Lebenswelt. Schülerinnen und Schü-

ler werden in die Lage versetzt, auf der Grundlage ihrer Kenntnisse über Stoffe und chemische Reaktionen verbraucherrelevante Sachverhalte zu erklären, zu bewerten, Entscheidungen zu treffen, Urteile zu fällen und dabei adressatengerecht zu kommunizieren. Gleichzeitig werden sie für eine nachhaltige Nutzung von Ressourcen sensibilisiert. Das schließt den verantwortungsbewussten Umgang mit Stoffen und Gerätschaften aus Haushalt, Labor und Umwelt ein.

Das Fach **Praktische Philosophie** in der Sekundarstufe I weist zahlreiche Berührungspunkte mit der Verbraucherbildung auf. So sind z.B. Fragen der globalen Arbeits- und Wirtschaftswelt oder Wertkonflikte zwischen Ökonomie, Ökologie, Gesellschaft und Kultur Gegenstand der Reflexion. Der Einfluss von Bedürfnissen, sozialen und kulturellen Bedingtheiten und bewussten wie unbewussten Emotionen auf Konsumentscheidungen kann im Fach Praktische Philosophie reflektiert werden, um mit Bezug auf Grundwerte verantwortungsvolles Handeln zu begründen.

## C. Primarstufe und Sekundarstufe I

### Sport

Das Fach **Sport** zielt auf eine sportbezogene Handlungskompetenz, die Schülerinnen und Schülern die Wirklichkeit von Bewegung, Spiel und Sport in unterschiedlichen individuellen und sozialen Zusammenhängen und mit unterschiedlichen Sinnrichtungen erschließt. Es ermöglicht ihnen u.a. im erziehenden Sportunterricht das eigene Tun und das anderer kritisch zu reflektieren, vor allem im Hinblick auf Ansätze zur Gesundheitsförderung als Beitrag zu einer gesunden Lebensführung.

### Weitere Fächer

Exemplarische weitere Fächer leisten einen Beitrag zur Verbraucherbildung, indem in ihrem Unterricht u.a. verbraucherrelevante Debatten aufgegriffen, Inhalte und Aufgaben in den Kontext der Bereiche und Ziele der Verbraucherbildung gestellt werden. Sie tragen so zum Kompetenzerwerb in der Verbraucherbildung bei.

Im Fach **Deutsch** können Schülerinnen und Schüler exemplarisch Materialien zur Verbraucherbildung auswerten und adressatengerecht weitergeben sowie mediengestützt präsentieren. Ebenso ist die argumentative Auseinandersetzung mit konsumbezogenen Sachverhalten bei der Erprobung unterschiedlicher Schreibformen möglich. Weitere Kompetenzen lassen sich trainieren, wenn Sach- und literarische Texte sowie Bilder und diskontinuierliche Texte zu verbraucherrelevanten Inhaltsaspekten (u.a. „Medien und Information“) im Hinblick auf Intention und Funktion untersucht werden.

Im Fach **Mathematik** analysieren Schülerinnen und Schüler die den Bereichen der Verbraucherbildung zugrundeliegenden mathematischen Probleme. Der Mathematikunterricht befähigt die Heranwachsenden zu einem kritischen und verantwortungsbewussten Umgang mit Statistiken und Diagrammen. Die Beschäftigung u.a. mit Prozent- und Zinsrechnung liefert einen Beitrag zum Verständnis, zur Bewertung und zum begründeten Umgang mit Geld. Die Schülerinnen und Schüler erhalten einen Einblick in die mathematischen Hintergründe verbraucherrelevanter Prozesse.

Die Fächer der **Religionslehren** tragen zur Verbraucherbildung bei, indem u.a. der in den Fächern verankerte Schöpfungsgedanke in die Reflexion über einen bewussten Umgang mit den natürlichen Lebensgrundlagen führt. Auch die auf den Grundwert der Menschenwürde bezogenen Kontroversen über gesellschaftliche Unrechtsstrukturen weisen Bezüge zu verbraucherrelevanten Inhaltsaspekten auf. Eine den Fächern der Religionslehren eigene Perspektive auf Ernährungsverhalten oder Konsumverzicht ergibt sich aus Fragen der jeweiligen Religionsethik.

Im Fach **Musik** werden u.a. grundlegende ökonomische Zusammenhänge, u.a. in Bezug auf Produktions- und Vermarktungsstrukturen, die mediale Funktionalität und Fragen des Urheberrechts von Musik erarbeitet.

Im **Kunst**unterricht entwerfen und realisieren Schülerinnen und Schüler u.a. Alltagsobjekte mit praktischer, ästhetischer und symbolischer Funktion, erläutern Zusammenhänge zwischen Gestaltung, Gebrauchsfunktion und Zielgruppen oder erörtern Übereinstimmungen und Unterschiede zwischen Kunstwerken und ihrer konsumorientierten Verwertung sowie Fragen von deren Nutzungsrechten.

### **3. Institutionelle und schulorganisatorische Verankerungen von Verbraucherbildung**

Verbraucherbildung ist ein wichtiges Profil bildendes Element im Rahmen der Schulprogrammentwicklung. In diesem Kontext werden Aspekte von Verbraucherbildung auch in den allgemeinen Entwicklungsprozessen an jeder einzelnen Schule thematisiert. Ein schulisches Konzept Verbraucherbildung ist Teil des Schulprogramms, worin Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe verdeutlicht wird.

Bestandteil dieses schulischen Konzepts Verbraucherbildung sind einerseits die verbraucherrelevanten Elemente der fach- wie lernbereichsspezifischen schulinternen Lehrpläne einer jeden Schule, die die geltenden Kernlehrplanvorgaben für die Fächer der jeweiligen Schulform verbindlich schulspezifisch umsetzen. Da Verbraucherbildung Aufgabe mehrerer Fächer ist und die Verankerung in den schulinternen Lehrplänen den spezifischen Bedingungen einer jeden Schule gerecht werden muss, kommt der Koordination und Steuerung eine wichtige Bedeutung zu. Die Schule stellt die Verankerung von Verbraucherbildung in den schulinternen Lehrplänen sicher.

Das schulische Konzept Verbraucherbildung weist andererseits Projekte und das Schulleben gestaltende Maßnahmen zur Umsetzung der Verbraucherbildung aus. Hierzu gehören sowohl schulinterne Vereinbarungen als auch schulexterne Kooperationen mit außerschulischen Partnern, z.B. im Hinblick auf Vernetzungen in kommunalen Bildungslandschaften. Diese werden je nach innerschulischen und regionalen Bedingungen akzentuiert. Die jeweils aktuelle Schulentwicklung entfaltet dabei entsprechende Bezüge und Anknüpfungspunkte zur Verbraucherbildung. Sie bieten jeder Schule ausgehend von den Gestaltungsfreiräumen und dem offenen Handlungsrahmen der außerunterrichtlichen Verbraucherbildung vielfältige Möglichkeiten, ein individuelles Schulprofil zu entwickeln und sich mit der kommunalen Bildungslandschaft vor Ort zu vernetzen.



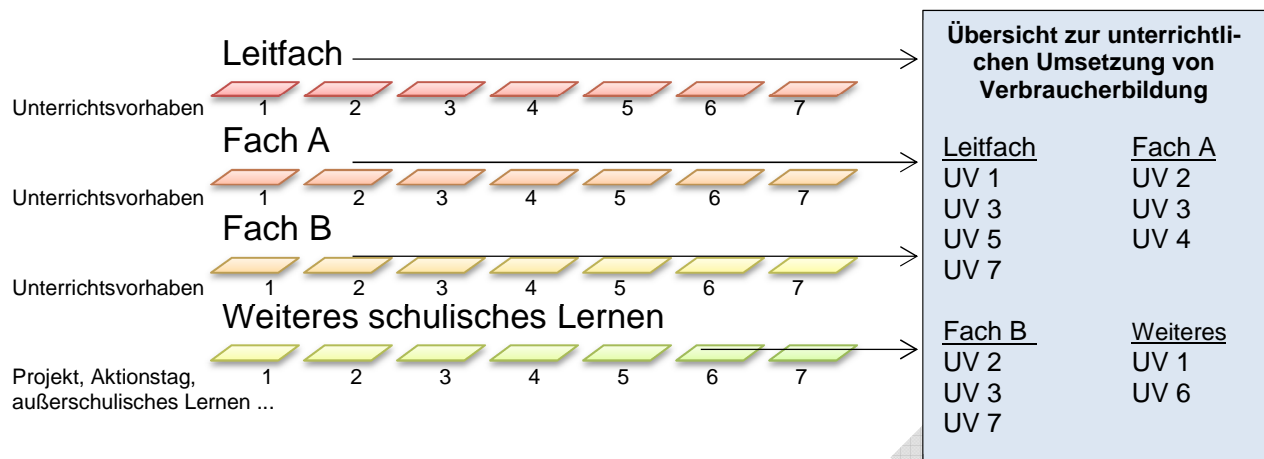


Abb. 3: Die Übersicht zur unterrichtlichen Umsetzung von Verbraucherbildung bündelt ausgewählte relevante Unterrichtsvorhaben aus den Einzelfächern sowie weitere Lernsituationen und bietet so die Möglichkeit zur Gestaltung eines kumulativen Kompetenzaufbaus unter Berücksichtigung der Ziele und Bereiche der Verbraucherbildung in Fach- und weiteren Lernkontexten.

### 3.1 Verbraucherbildung im schulischen Lernen – Unterricht

In der Primarstufe erfolgt Verbraucherbildung, indem Konsumkompetenz im übergreifenden Bereich des allgemeinen Konsums und den vier Bereichen der Verbraucherbildung angebahnt wird. In der Sekundarstufe I wird Konsumkompetenz in allen Bereichen der Verbraucherbildung über die angegebenen Inhaltsaspekte vertieft erworben (Kapitel 4.2). Verbraucherbildung wird in der Sekundarstufe II weitergeführt.

Die Bereiche der Verbraucherbildung bieten Anregungen für alle Fächer und Lernbereiche, Themen mit Lebenswelt- und mit Aktualitätsbezug zu behandeln. Dies kann in Projekten – auch mit außerschulischen Partnern – und im Fachunterricht zu verbraucherrelevanten Fragestellungen stattfinden.

In Fächern oder Fachkombinationen der Wahlpflichtbereiche, die zusätzlich gewählt werden, oder zusätzlichen Fächern können Inhalte der Verbraucherbildung weiterhin vertieft werden. Insbesondere im Wahlpflichtunterricht bieten sich für die einzelne Schule auch Gelegenheiten, spezielle Profilbildungen zu entwickeln.

Die einzelnen Schulen der verschiedenen Schulformen gestalten die Vorgaben zur Verbraucherbildung im Rahmen ihrer Fächer aus und erstellen ein schulisches Konzept Verbraucherbildung, das der Umsetzung der Rahmenvorgabe zur Verbraucherbildung an der jeweiligen Schule dient und eine effektive Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Fächern und Lernbereichen gewährleistet. Damit sollen sachgemessene, aufeinander abgestimmte kumulative Kompetenzzuwächse der Schülerinnen und Schüler sichergestellt werden.

Konkret erfordert es Entscheidungen und Festlegungen dazu,

- welche Bereiche in den einzelnen Jahrgangsstufen und Fächern behandelt werden.
- welche Themen zur kompetenzorientierten Erschließung der Bereiche geeignet sind.
- welche Beiträge die Fächer und Lernbereiche zur Verbraucherbildung leisten.
- wie kumulativer Kompetenzaufbau gewährleistet wird.
- wie standortbezogene Gesichtspunkte berücksichtigt werden.
- wie fächerübergreifender Unterricht eingeplant wird.
- welche Projekte in der Primarstufe oder Sekundarstufe I bearbeitet werden.
- wie der Ganzttag einbezogen wird.
- welche Vereinbarungen zur Kooperation mit außerschulischen Expertinnen bzw. Experten und Institutionen getroffen werden.

### 3.1.1 Didaktische Prinzipien der Verbraucherbildung

Wirksame Verbraucherbildung orientiert sich an allgemeinen didaktischen Prinzipien, die in Lernprozessen der Schülerinnen und Schüler jeweils konsumbezogen konkretisiert werden müssen.

Ausgangspunkt reflexiver Verbraucherbildung ist die Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler mit den damit verbundenen aktuellen problemorientierten Entscheidungen und Handlungen. Dabei wird in der Abwägung von Gegenwarts- und Zukunftsbedürfnissen nachhaltiges Handeln in individuellen und gesellschaftlichen Anforderungssituationen in einem kompetenzorientierten Unterricht thematisiert.

Konsumentenscheidungen sind trotz gesellschaftlicher Beeinflussung und innerhalb des Spannungsfeldes differierender Leitbilder des Konsums vom Individuum selbst zu treffen. Daraus resultiert die Notwendigkeit einer multiperspektivischen Verbraucherbildung, die sich an den Grundsätzen des „**Beutelsbacher Konsenses**“ orientiert (zit. nach: Schiele, S.; Schneider, H. [Hrsg.], Das Konsensproblem in der Politischen Bildung, Stuttgart 1977):

*Überwältigungsverbot:* „Es ist nicht erlaubt, den Schüler – mit welchen Mitteln auch immer – im Sinn erwünschter Meinungen zu überrumpeln und damit an der Gewinnung eines selbstständigen Urteils zu hindern. Hier genau verläuft nämlich die Grenze zwischen Politischer Bildung und Indoktrination. Indoktrination aber ist unvereinbar mit der Rolle des Lehrers in einer demokratischen Gesellschaft und der – rundum akzeptierten – Zielvorstellung von der Mündigkeit des Schülers.“

*Kontroversitätsgebot:* „Was in Wissenschaft und Politik kontrovers ist, muss auch im Unterricht kontrovers erscheinen. Diese Forderung ist mit der vorgenannten aufs engste verknüpft, denn wenn unterschiedliche Standpunkte unter den Tisch fallen, Optionen unterschlagen werden, Alternativen unerörtert bleiben, ist der Weg zur Indoktrination beschritten.“

*Analysefähigkeit und Interessenlage der Schüler:* „Der Schüler muss in die Lage versetzt werden, eine politische Situation und seine eigene In-

teressenlage zu analysieren sowie nach Mitteln und Wegen zu suchen, die vorgefundene Lage im Sinne seiner Interessen zu beeinflussen."

Neben dem Überwältigungsverbot, dem Kontroversitätsgebot und der Befähigung eigene Interessen zu analysieren und Situationen mitzugestalten, bedarf es auch einer multiperspektivischen sowie geschlechtersensiblen Betrachtung verbraucherrelevanter Sachverhalte. Lösungsvorschläge können strittig sein und auf unterschiedlichen Interessen und Wertorientierungen beruhen. Das Individuum muss in die Lage versetzt werden, in solchen Problemstellungen eigene Interessen zu erkennen, aber auch zu reflektieren, inwiefern solche Interessen verallgemeinerungsfähig sind. Eine multiperspektivische Betrachtung erfordert darüber hinaus, sowohl die Interessen als auch die Funktion anderer wirtschaftlicher Akteure zu erkennen und zu respektieren sowie unterschiedliche, ökonomische, ökologische, soziale und globale Kriterien bei der Bewertung von Entscheidungen anlegen zu können.

Verbraucherbildung vollzieht sich in einem kommunikativen Prozess, der Kooperation ermöglichen kann und den Schülerinnen und Schülern Felder der Partizipation im Rahmen der Institution Schule und darüber hinaus aufzeigt. Schulische und außerschulische Lehr- und Lernprozesse im Rahmen der Verbraucherbildung zeichnen sich in ihrer kommunikativen Gestaltung auch durch Kultur- und Geschlechtersensibilität aus. Diese dient der Wahrnehmung der Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Kulturen und Geschlechtern, beruht auf Gegenseitigkeit und ermöglicht bei wechselseitiger Anerkennung und Kompromissbereitschaft Achtsamkeit und Wertschätzung.

### **3.1.2 Fachmethoden der Verbraucherbildung**

Fachmethoden in konsumbezogenen Anwendungssituationen zielen auf die Förderung kognitiver und praktischer Kompetenzen. Von besonderer Bedeutung sind daher die im Folgenden aufgeführten handlungsorientierten Methoden, die reflexive Lernprozesse provozieren und einen hohen Anteil an Selbsterfahrung haben. Die genannte Auswahl an Fachmethoden knüpft an die Kernlehrpläne der Fächer und Lernbereiche an, worin sie Kompetenzerwartungen fachmethodisch präzisieren oder z.B. im Zusammenhang mit den Überprüfungsformen und Formen der Leistungsüberprüfung genannt werden.

- Bewegungs-, Ess- und Trinkprotokolle
- Konsum- und Lebensstilbiografien
- Interkulturelle Forschungsaufgaben zum Konsum
- Nachhaltige Herstellung und Verarbeitung von Produkten in Haushalten bzw. deren Analyse in Unternehmen
- Produkt- und Dienstleistungstests und -analysen
- Schülerfirmen
- Rollensimulationen
- Debatten/Diskussionen zum Konsumentenschutz
- Fallbeispiele zur Erarbeitung von Bereichen des Konsums
- Produktlinienanalysen zum nachhaltigkeitsorientierten Produktvergleich
- Expertengespräche zu konsumrelevanten Fragestellungen
- Experimente
- Erkundung von Produktionsstätten, Handelsorganisationen, Konsumentenschutzeinrichtungen, Nichtregierungsorganisationen
- Markterkundungen

## **3.2 Verbraucherbildung – außerunterrichtlich und außerschulisch**

Im Folgenden werden wesentliche Formen der außerunterrichtlichen und außerschulischen Verbraucherbildung näher erläutert.

### **Ernährung im Schulalltag**

Die Schulverpflegung sowie die Verpflegung im Rahmen von Unterrichtsgängen und Klassenfahrten bieten vielfältige verbraucherrelevante Lernanlässe, die im Unterricht und pädagogischen Alltag aufgegriffen werden können. Auch dadurch kann eigenes und fremdes Essverhalten bewusst wahrgenommen und reflektiert werden. Darüber hinaus lässt sich das Verpflegungsangebot nach unterschiedlichen Kriterien, z.B. gesundheitsförderlichen, nachhaltigen oder lebensstilrelevanten Gesichtspunkten, bewerten und ggf. erweiternd gestalten.

### **Wettbewerbe**

Wettbewerbe bieten eine wertvolle Ergänzung zu kompetenzorientiertem Unterricht in der Verbraucherbildung, können für die Schule profilbildend sein und das schulische Auftreten in der Öffentlichkeit stärken. Wettbewerbe schaffen einen Handlungsrahmen, der über die einzelne Schule hinausreicht und in dem Schülerinnen und Schüler einzeln oder im Team in besonderer Weise selbstbestimmt aktiv werden können. Dabei folgen sie forschend entdeckend, kreativ gestaltend und auf die Darstellung im öffentlichen Raum gerichtet ihren eigenen Lernwegen. In Wettbewerben wenden Schülerinnen und Schüler selbstständig vielfältige Methoden an und überschreiten dabei Fächergrenzen. Der kompetitive Charakter von Wettbewerben erhöht nicht nur die Leistungsbereitschaft, sondern fördert auch die Persönlichkeitsentwicklung und Teamfähigkeit, da sich die Schülerinnen und Schüler auf freiwilliger Basis, in einem geschützten Rahmen und unter fairen Bedingungen untereinander messen können.

### **Vernetzungen mit dem Ganztag**

Die dargestellten Angebotsformen der außerunterrichtlichen Verbraucherbildung sind auch wesentliche Bestandteile der Angebote im Ganztag. Sie kennzeichnen sowohl gebundene als auch offene Ganztagsschulen in besonderer Weise und sind in das jeweilige Ganztagskonzept der Schule integriert. Die erweiterten Gestaltungsmöglichkeiten dieser Angebote geben den Schülerinnen und Schülern Raum und Zeit, die vielfältigen Formen von Verbraucherbildung kennenzulernen, zu erfahren und mitzugestalten. So können im Ganztag angeleitete und offene Situationen angeboten werden, die die Alltagswelt der Schülerinnen und Schüler aufgreifen und selbsttätiges formelles wie informelles Lernen ermöglichen.

Die Angebote im Ganztag werden von Lehrkräften und Fachkräften unterschiedlicher beruflicher Herkunft und Qualifikation durchgeführt. Diese Verschiedenheit trägt wesentlich dazu bei, den Schülerinnen und Schülern vielfältige Zugänge zur Verbraucherbildung zu eröffnen und Förderangebote für besondere Bedarfe bereitzustellen.

### **Zusammenarbeit mit außerschulischen Akteuren**

Die Arbeit am Konzept zur Verbraucherbildung bezieht alle Bildungsakteure in den Prozess ein, die für eine Schule Verantwortung tragen. Das sind neben Schulleitung und Lehrkräften auch die Fachkräfte für Schulsozialarbeit und Fachkräfte außerschulischer Kooperationspartner. Verbraucherbildung versteht sich damit als wesentlicher Bestandteil des gesellschaftlichen Bildungsauftrags, der in enger Kooperation mit Bildungspartnern wie Verbraucherzentralen, Sportvereinen, Jugendhilfeeinrichtungen oder auch Kultureinrichtungen geleistet werden kann.

Die in NRW etablierten Bildungspartnerschaften mit kommunalen Einrichtungen wie Archiven, Bibliotheken, Gedenkstätten, Medienzentren, Museen, Musikschulen, Sportvereinen und Volkshochschulen bieten Beratungs-, Informations- und Qualifizierungsangebote sowie Projekte, Kurse und Workshops auch zu verbraucherrelevanten Inhalten. Die Kooperationsnetze *Schule – Wirtschaft* ermöglichen Schulen Projekte in verbraucherrelevanten Bereichen, die im Sinne einer systematischen und dauerhaften Lernpartnerschaft zwischen einer Schule und einem Unternehmen in fachspezifischen schulinternen Lehrplänen verankert werden. Die Zusammenarbeit mit diesen Akteuren und weiteren verbraucherbildungsrelevanten Institutionen verstärkt den Praxisbezug der schulischen Verbraucherbildung und stellt Schulen personelle und materielle Ressourcen bereit, die im Unterricht in der Regel so nicht zur Verfügung stehen.

### **Pausensport und selbstbestimmte Bewegungszeiten**

Pausen sind ein wichtiges rhythmisierendes Element im Lern- und Lebensraum Schule. Sie bieten den Schülerinnen und Schülern ein Feld für selbstbestimmte gesundheitsförderliche Bewegungsaktivitäten und Entspannung. Insbesondere in Schulen mit offenem oder gebundenem Ganzttag gibt es darüber hinaus freie, von Schülerinnen und Schülern selbstbestimmte Bewegungsaktivitäten, die in außerunterrichtlichen Situationen am Vor- und Nachmittag stattfinden können. Das informelle Lernen im Rahmen solcher nicht angeleiteter Bewegungsangebote trägt zum Erwerb einer allgemeinen Handlungskompetenz der Schülerinnen und Schüler bei. Angepasst an die Gegebenheiten des Schulstandortes sind Angebote im Pausensport und für selbstbestimmte Bewegungszeiten Teil des Bewegungs-, Spiel- und Sportkonzeptes und des Ganztagskonzeptes der Schule. Die Umsetzung solcher Angebote wird durch den Einsatz von Sporthelferinnen und Sporthelfern bereichert und unterstützt.

## **4. Verbraucherbildung – Kompetenzbereiche und Inhaltsaspekte**

Bei der reflektierten Konsumkompetenz handelt es sich um eine übergeordnete Kompetenz, die sich in vier Kompetenzbereiche untergliedert.

### **Reflektierte Konsumkompetenz als übergeordnete Kompetenz**

Die Entwicklung einer reflektierten Konsumkompetenz erfolgt in den Bereichen Sach-, Methoden-/Verfahrens-, Urteils-/Entscheidungs- und Handlungskompetenz sowie anhand exemplarischer multidisziplinärer Bereiche, die die Einbettung in vielfältige Lebensbereiche ermöglichen. Konsumkompetenz ermöglicht die kritische Auseinandersetzung mit verschiedenen, den Konsum prägenden Grundorientierungen moderner Gesellschaften sowie deren Ursachen und Folgen, auch auf das eigene Leben. Sie ermöglicht ausgehend davon selbstbestimmte, reflektierte und verantwortungsvolle Entscheidungen in konsumgeprägten Lebenssituationen im Bewusstsein ihrer u.a. ökonomischen, ökologischen, sozialen und globalen Folgen.

### **4.1 Kompetenzbereiche**

Bei den folgenden Kompetenzbereichen handelt es sich im Wesentlichen um Verknüpfungen der Beschreibungen der jeweils fachbezogenen Kompetenzbereiche in den Kernlehrplänen. Zu den Kompetenzbereichen finden sich in den Kernlehrplänen

jeweils übergeordnete und konkretisierte Kompetenzerwartungen, die auf die Ziele der Verbraucherbildung bezogen werden können.

### **Konsumbezogene Sachkompetenz**

Der Kompetenzbereich Sachkompetenz bezieht sich auf die Fähigkeit von Schülerinnen und Schülern, zur Lösung von Aufgaben und Problemen konsumbezogene Erkenntnisse beschreiben und in konsumrelevanten variablen Situationen berücksichtigen bzw. sich orientieren zu können.

### **Konsumbezogene Methoden- und Verfahrenskompetenz**

Zur Methoden- und Verfahrenskompetenz mündiger Verbraucherinnen und Verbraucher gehören sowohl die Wege der Erkenntnisgewinnung als auch die Sicherheit in deren Darstellung, Analyse und Präsentation sowie die selbstreflexive Bewertung ihres Einsatzes. Die Kommunikation dieser Erkenntnisse geschieht unter Anwendung argumentativer Verfahren mit Hilfe der disziplinspezifischen Fachsprache, ggf. auch unter Verwendung von Medien.

### **Konsumbezogene Urteils- und Entscheidungskompetenz**

Konsumbezogene Urteilskompetenz bezeichnet die Fähigkeit, reflektierte Entscheidungen zu treffen, die ein mündiges Konsumverhalten ermöglichen. Die Grundlage dazu bildet ein selbstständiges, begründetes und an Kriterien orientiertes Beurteilen und Bewerten auch aus unterschiedlichen Perspektiven, das die Konsequenzen von Entscheidungsoptionen bedenkt. Die Schülerinnen und Schüler werden in die Lage versetzt, in variablen und konsumrelevanten Lebenssituationen einen begründeten Standpunkt zu beziehen, der die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und die eigenen Interessen ebenso wie die anderer berücksichtigt.

### **Konsumbezogene Handlungskompetenz**

Konsumbezogene Handlungskompetenz bezeichnet die Fähigkeit, individuelle sowie kollektive Lebenssituationen selbstbestimmt zu bewältigen und zu kommunizieren. Ermöglicht wird weiterhin die aktive, verantwortungsbewusste, emanzipierte und reflektierte Teilhabe am sowie die Einflussnahme auf das gesellschaftliche Leben. Dazu gewinnen die Schülerinnen und Schüler Erfahrungen mit konsumbezogenen Aushandlungs-, Entscheidungs- und Handlungssituationen, die von ihnen aus mehreren Perspektiven gestaltet werden.

## **4.2 Bereiche und Inhaltsaspekte**

Die nachfolgende Übersicht benennt Bereiche der Verbraucherbildung, die sich an den Aspekten der KMK-Vereinbarungen zur Verbraucherbildung (KMK-Beschluss vom 12.9.2013) und Bildung für nachhaltige Entwicklung sowie an den gültigen curricularen Vorgaben in NRW anlehnen. Die Bereiche der Verbraucherbildung bilden den Rahmen für die inhaltliche Ausrichtung und Generierung von Unterrichtsvorhaben zur Verbraucherbildung innerhalb der fachspezifischen schulinternen Lehrpläne bzw. des Unterrichts.

Bereiche der Verbraucherbildung:

Übergreifender Bereich			
Allgemeiner Konsum			
Bereich A	Bereich B	Bereich C	Bereich D
Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	Ernährung und Gesundheit	Medien und Information in der digitalen Welt	Leben, Wohnen und Mobilität

Abb. 4: Strukturierung der Verbraucherbildung in vier inhaltlich differenzierbare Bereiche und einen querliegenden übergreifenden Bereich, mithilfe dessen die Bereiche A bis D weiter entfaltet werden können.

#### ▪ **Übergreifender Bereich Allgemeiner Konsum**

- Qualität und Nachhaltigkeit von Gütern und Dienstleistungen
- Konsumrelevante Produktinformationen und Produktkennzeichnung
- Wirkung von Werbung und Marketingstrategien
- Bedürfnisse und Bedarf, Lebensstil, Konsumgewohnheiten sowie Konsumverantwortung
- Verbraucherschutz, Verbraucherrechte und Möglichkeiten der Durchsetzung sowie Verbraucherplichten
- Globale, nationale und regionale Zusammenhänge und Auswirkungen von Konsumententscheidungen

Der Bereich Allgemeiner Konsum greift allgemeine Strukturen, Prinzipien, Grundannahmen und Wirkungsweisen auf. Diese können in den unterschiedlichen o.g. Bereichen zum Tragen kommen und konkretisiert werden. Die Einzelaspekte des Bereichs Allgemeiner Konsum ermöglichen gleichzeitig auch eine Querschnittsperspektive, die die in konkreten Anforderungssituationen der o.g. Bereiche erworbenen Erkenntnisse abstrahieren und übertragen lassen.

#### ▪ **Bereich A – Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht**

- Qualität und Transparenz von Finanzprodukten und -dienstleistungen
- Produkt- und Dienstleistungsmärkte sowie alternative Konsummodelle
- Lohn bzw. Einkommen, Vermögensbildung, private Absicherung und Altersvorsorge
- Verträge, Geld und Zahlungsverkehr
- Inanspruchnahme von Krediten und Vermeidung von Überschuldung

Der Bereich Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht ermöglicht die Konstruktion von Anforderungssituationen, in denen basierend auf der Kenntnis grundle-

gender rechtlicher Regelungen des wirtschaftlichen Geschehens finanzbezogene Entscheidungen getroffen werden. Einerseits geschieht dies aus den unterschiedlichen Perspektiven einer Konsumentin oder eines Konsumenten, einer Bürgerin oder eines Bürgers, einer Unternehmerin oder eines Unternehmers, einer Privatperson und anderer Entscheidungsträger. Andererseits erfolgt es im Spannungsfeld zwischen Eigenverantwortung und staatlicher Fürsorge und Regulierung sowie unter der Bedingung von Knappheit. Im Rahmen der Informationsbeschaffung und -analyse wird auf die Bedeutung von Expertise und die Beurteilung der Kompetenz und Glaubwürdigkeit der Quelle hingearbeitet.

#### ▪ **Bereich B – Ernährung und Gesundheit**

- Konsum von Lebensmitteln, Nahrungsmittelketten
- Gesundheitsförderliche Ernährung und Lebensführung
- Geschmacksbildung und Esskulturen
- Nahrungsproduktion und -zubereitung
- Lebensmittelsicherheit und -kennzeichnung
- Suchtprophylaxe und Drogenprävention

Der Bereich Ernährung und Gesundheit ermöglicht die Konstruktion von Anforderungssituationen, um sich mit der individuellen Essbiographie kritisch auseinanderzusetzen und verschiedene Ausprägungen der Esskultur sowie Einflussfaktoren auf ihr Ernährungsverhalten kennenzulernen. Davon ausgehend werden umgekehrt auch Auswirkungen des individuellen Lebensmittelkonsums auf das Klima und die globale Welt aufgegriffen. Fokussiert werden hierbei die Nahrungsmittelzubereitung unter ernährungsphysiologischen und gesundheitlichen Aspekten sowie globale Fragestellungen. Im Sinne einer gesunden Lebensführung werden Möglichkeiten der Unfall- und Verletzungsprophylaxe reflektiert, unterschiedliche Körperideale hinterfragt sowie gesundheitsförderliche Verhaltensweisen und die Gefahren von Sucht erkannt.

#### ▪ **Bereich C – Medien und Information in der digitalen Welt**

- Mediennutzung und -sicherheit
- Informationsbeschaffung und -bewertung
- Datenschutz und Urheberrechte, Verwertung privater Daten
- Cybermobbing und Privatsphäre

Im Bereich Medien und Information lassen sich mit Blick auf die Verbraucherbildung Anforderungssituationen aus den unterschiedlichen Perspektiven konstruieren. Einsatz und Nutzen sowie Gefahren und Unzulänglichkeiten in dem komplexen Bereich der Technologieentwicklung und ihrer Folgen können multiperspektivisch beleuchtet werden: als Konsumentin oder Konsument, Bürgerin oder Bürger, Unternehmerin oder Unternehmer, als Privatperson oder politisch Aktive(r) etc. In diesem Zusammenhang können auch die rollenvariablen Beeinflussungsmöglichkeiten und Handlungs- sowie Verhaltensoptionen angesichts einer hauptsächlich medial gestützten Informationsbeschaffung und -weitergabe berücksichtigt werden.



## ▪ Bereich D – Leben, Wohnen und Mobilität

- Haushaltsführung
- Wohnen und Zusammenleben
- Mobilität und Reisen
- Energie- und Ressourceneffizienz, Klimaschutz
- Trends, Lebensstile, Moden

Der Bereich ermöglicht die Auseinandersetzung mit konsumbezogenen Alltags- und Lebenssituationen, in denen Verantwortung für die eigene Person sowie ggf. für andere Mitglieder eines Haushalts übernommen werden. Hierzu stehen auch veränderte Arbeits- und Aufgabenverteilungen im Hinblick auf die Rollenverteilung der Geschlechter im Haushalt im Mittelpunkt, ebenso werden Trends, Lebensstile und Moden multiperspektivisch reflektiert. Untersucht werden weiterhin sozio-ökonomische Lebensbedingungen, die das Wohnen in unterschiedlichen Haushalten und Lebensformen beeinflussen. Von Bedeutung sind zudem die ökologischen und ökonomischen Konsequenzen der Nutzung von Verkehrsmitteln. Ermöglicht wird dabei die Auseinandersetzung mit verschiedenen Formen der Energieversorgung, u.a. unter globaler Perspektive und im Hinblick auf Klimaschutz. Betrachtet werden dazu auch staatliche Rahmenbedingungen und Regelungen, die Kinder und Jugendliche unmittelbar beeinflussen bzw. die mitgestaltet werden können.

## 5. Schulinterne Planung und Umsetzung, Koordination und Weiterentwicklung

Qualitätssicherung und -entwicklung von Verbraucherbildung an Schulen ist eine Gemeinschaftsaufgabe, an der sich die Schulleitung, Lehrerinnen und Lehrer, die schulischen Gremien und außerschulische Bildungspartner beteiligen. Der gemeinschaftliche Prozess von Planung, Koordination und Weiterentwicklung vollzieht sich auf drei Ebenen,

- der curricularen und schulprogrammatischen,
- der personalen und organisatorischen und
- der außerunterrichtlichen und außerschulischen Ebene.

Die nachfolgenden Evaluationsfragen dienen der Kommunikation über die Umsetzung der Verbraucherbildung einerseits und die Vertiefung der Zusammenarbeit im Sinne von Verbraucherbildung auf diesen Ebenen andererseits.

### *Curriculare und schulprogrammatische Ebene*

- Wurde ein schulisches Konzept Verbraucherbildung im o.g. Sinne entwickelt?
- Trägt dieses schulische Konzept Verbraucherbildung zu einem kumulativen Kompetenzerwerb im Sinne der Konsumkompetenz bei?
- Wird die verknüpfende Anwendung fachspezifischer Methoden gefördert?
- Trägt Verbraucherbildung zur Weiterentwicklung schulprogrammatischen Arbeitens bei?
- Werden Aspekte der Verbraucherbildung in den Kompetenzüberprüfungen der jeweiligen Fächer berücksichtigt?

- Werden in den fachspezifischen und lernbereichsbezogenen schulinternen Lehrplänen bzw. Arbeitslänen Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung ausgewiesen?
- Werden in den fachspezifischen und lernbereichsbezogenen schulinternen Lehrplänen Verbraucherbildung bzw. Arbeitsplänen sämtliche Bereiche der Verbraucherbildung abgedeckt?
- Wird dieses schulische Konzept Verbraucherbildung regelmäßig geprüft/weiterentwickelt?

#### *Personale und organisatorische Ebene*

- Liegt ein Arbeitsprogramm zur Entwicklung und Umsetzung eines schulischen Konzepts Verbraucherbildung vor?
- Gibt es koordinierende Ansprechpersonen für den Bereich der Verbraucherbildung?
- Findet ein regelmäßiger Austausch statt?
- Wie werden die Gremien und die an Schule Beteiligten in Verbraucherbildung einbezogen?
- Werden Impulse der Schülerinnen und Schüler berücksichtigt?
- Werden Möglichkeiten der verbraucherbezogenen Fort- und Weiterbildung von Lehrkräften genutzt?
- Schafft die Schulleitung den Rahmen für Absprachen zur Koordinierung und Weiterentwicklung der Verbraucherbildung?

#### *Außerunterrichtliche und außerschulische Ebene*

- Werden Chancen des Ganztags im Sinne der Verbraucherbildung genutzt?
- Sind Wettbewerbe und Projekte im schulischen Konzept Verbraucherbildung verankert?
- Werden standortbezogene Voraussetzungen berücksichtigt?
- Findet Kooperation mit außerschulischen Partnern statt?
- Werden außerschulische Angebote der Beratung und Unterstützung genutzt?

#### *Bezogen auf die Lehr- und Lernprozesse ergeben sich weitere Fragen:*

- Sind die Lehr- und Lernprozesse zur Verbraucherbildung an Anforderungssituationen orientiert?
- Orientieren sich die Lehr- und Lernprozesse der Verbraucherbildung am Beutelsbacher Konsens?
- Werden differente Konsumstile zugelassen und reflektiert?
- Sind die eingesetzten Materialien funktional im Sinne der Ziele der Verbraucherbildung?

## 6. Anhang

Beispielhafte Übersichtsraster als Beitrag zum schulischen Konzept Verbraucherbildung

A) *Übersicht nach Bereichen und Zielen der Verbraucherbildung.* Exemplarische und nicht vollständige Füllung mit beitragenden Leitfächern und Fächern, Projekten gemäß Kennzeichnung in den jeweiligen fachspezifischen schulinternen Lehrplänen.

		Bereiche der Verbraucherbildung (vgl. Kap. 4.2, Abb. 4)				
		Übergreifen- der Bereich Allg. Konsum	Bereich A Finanzen, Marktgeschehen und Verbrau- cherrecht	Bereich B Ernährung und Ge- sundheit	Bereich C Medien und Infor- mation in der digita- len Welt	Bereich D Leben, Wohnen und Mobili- tät
Ziele der Verbraucherbildung (Kap. 2.2)	Reflexion von indivi- duellen Bedürfnissen und Bedarfen sowohl in der Gegenwart als auch in der Zukunft	1. Leitfach, UV 1, Jgst. 7 2. Fach A, UV 4, Jgst. 9				
	Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Einflüssen auf Kon- sumentscheidungen unter Berücksichti- gung verschiedener Interessen			1. Fach C, UV 2, Jgst. 5 2. Leit- fach, UV 4, Jgst. 6 3. Projekt N.N., Jgst. 9		
	Auseinandersetzung mit individuellen und gesellschaftlichen Folgen des Konsums		1. Leitfach mit Fach C, UV 2, Jgst. 8			1. Leit- fach, UV 1, Jgst. 6 2. Fach B, UV 6, Jgst. 7 3. Fach C, UV 3 Jgst. 7
	Auseinandersetzung mit politisch- rechtlichen und sozio- ökonomischen Rah- menbedingungen					
	Reflexion von Kriterien für Konsumententschei- dungen				1. Fach C mit Fach A, UV 4, Jgst. 9	
	Auseinandersetzung mit individuellen, kol- lektiven und politi- schen Gestaltungsoptionen des Konsums		1. Fach A, UV 7, Jgst. 7 2. Fach B, UV 3, Jgst. 7			

B) Übersicht nach Fächern und Jahrgangsstufen in der Primarstufe und Sekundarstufe I

Exemplarische und nicht vollständige Füllung mit Unterrichtsvorhaben gemäß fachspezifischer schulinterner Lehrpläne unter kurz gefasster Ausweisung von Bereichen und Zielen der Verbraucherbildung.

Primarstufe

	Jgst. 1	Jgst. 2	Jgst. 3	Jgst. 4
<b>Leitfach</b>	1. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 2. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 2. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel) 2. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel) 3. UV 7 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 2. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel)
<b>Fach A</b>	1. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel) inkl. Lernen am außerschul. Lernort	1. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 2. UV 4 Thema (Bereich/ Ziel) 3. UV 7 Thema (Bereich/ Ziel)	mit außerschulischem Partner N.N. (Bereich/ Ziel)
<b>Fach B</b>				
<b>Projekt N.N.1</b>	mit außerschulischem Partner N.N. (Bereich/ Ziel)			

## Sekundarstufe I

	Jgst. 5	Jgst. 6	Jgst. 7	Jgst. 8	Jgst. 9	Jgst. 10
<b>Leitfach</b>	4. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 5. UV 4 Thema (Bereich/ Ziel) 6. UV 7 Thema (Bereich/ Ziel)	3. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 4. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel)	4. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel) 5. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel) 6. UV 7 Thema (Bereich/ Ziel)	3. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 4. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel) 2. UV 5 Thema (Bereich/ Ziel) 3. UV 6 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 2. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel)
<b>Fach A</b>	1. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel)		1. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 4 Thema (Bereich/ Ziel)		
<b>Fach B</b>	2. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel) inkl. Lernen am außerschul. Lernort	2. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel)			1. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel) 2. UV 7 Thema (Bereich/ Ziel)	
<b>Fach C</b>				3. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 4. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 4 Thema (Bereich/ Ziel)
<b>Projekt N.N.1</b>	mit außerschulischem Partner N.N. (Bereich/ Ziel)					
<b>Projekt N.N. 2</b>					mit außerschulischem Partner N.N. (Bereich/ Ziel)	