RheinlandPfalz
MINISTERIUM FÜR BILDUNG,
WISSENSCHAFT, JUGEND
UND KULTUR

Richtlinie Verbraucherbildung

an allgemeinbildenden Schulen in Rheinland-Pfalz

VERBRAUCHERBILDUNG 1 2 3 4 5 6

Richtlinie Verbraucherbildung

Impressum

Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur (Hrsg.)
Mittlere Bleiche 61
55116 Mainz
Telefon: 06131 16-0 (zentraler Telefondienst)
Fax: 06131 16-2997
E-Mail: poststelle@mbwjk.rlp.de
Web: www.mbwjk.rlp.de

Redaktion:
Ute Schmazinski-Damp
Konzeption und Gestaltung:
Patricia C. Krieger
Druck: Druckzentrum Lang, Mainz
Erscheinungstermin: 2010

INHALT

Vorwort 6

Verbraucherbildung als Aufgabe der Schule 8

Kernbereiche der Verbraucherbildung 12

Verbraucherbildung in den Fächern und Schularten 16

Methoden und Arbeitsformen in der Verbraucherbildung 20

Curriculum 23

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.

VORWORT

Wo lauern Kostenfallen im Internet? Kann ich meine online gekaufte DVD wieder umtauschen? Was steckt in Energydrinks? Wie schütze ich meine Privatsphäre in einem sozialen Netzwerk?

Verbraucher sein hat sich zur anspruchsvollen Aufgabe entwickelt. Tagtäglich müssen wir uns mit Produkten, Dienstleistungen und Unternehmen befassen, Qualität und Preise vergleichen und Marktentwicklungen beobachten. Wir sollen Kühlschränke und andere Elektrogeräte nach der Effizienz auswählen, Strom möglichst klimaschonend beziehen, fair produzierte Produkte kaufen und uns regional und saisonal ernähren. Dabei wird von den Konsumentinnen und Konsumenten immer mehr spezielles Wissen verlangt, das zudem sehr schnell wieder an Wert verliert.

Kinder und Jugendliche müssen auf ihre Rolle als Verbraucherin und Verbraucher vorbereitet werden. Sie sind in den letzten Jahren zu einer wichtigen Konsumentengruppe mit kontinuierlich steigender Kaufkraft geworden. Besonders in den Bereichen Lebens- und Genussmittel sowie Neue Medien und Telekommunikation werden Kinder und Jugendliche massiv beworben und zum Kauf bestimmter Produkte angeregt. „Shoppen gehen“ zählt mit zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten unter Kindern und Jugendlichen. Das nahezu unbegrenzte Warenangebot, lockende Werbeversprechungen und die eigenen Wünsche und Bedürfnisse müssen in Einklang mit den eigenen finanziellen Möglichkeiten gebracht werden. Eine große Herausforderung, dienen die erworbenen Konsumgüter doch nicht nur der Bedürfnisbefriedigung, sondern auch der sozialen Orientierung. Darüber hinaus haben sie häufig belohnende und bestätigende Funktionen und sind damit hochgradig emotional besetzt.

Damit gehört zur Verbraucherbildung neben finanzieller und gesundheitsbezogener Bildung auch politisch-gesellschaftliche Bildung. Verbraucherinnen und Verbraucher müssen sich über die Konsequenzen ihrer Konsumentscheidungen bewusst sein und damit Mitverantwortung übernehmen für künftige Entwicklungen. Bedenkliches Konsumverhalten in Bezug auf ökonomische, ökologische oder gesundheitliche Folgen verursacht erhebliche gesellschaftliche Kosten. Nicht übersehbar sind die erschreckenden Daten beispielsweise über die steigende Zahl übergewichtiger Kinder und Jugendlicher mit allen gesundheitlichen Konsequenzen. Alarmierend sind auch die zunehmende Zahl der Verbraucherinsolvenzen und die Probleme durch die allzu unbedachte Weitergabe von personenbezogenen Daten im Internet.

Schule muss sich diesen veränderten Bedingungen stellen. Verbraucherbildung ist deshalb ein wesentliches Bildungsziel. Verbraucherbildung will Kompetenzen zur Alltagsbewältigung vermitteln. Sie geht dabei über die reine Informationsvermittlung hinaus. Sie soll dazu befähigen, sich mit den Produktionsbedingungen, den sozialen und ökologischen Hintergründen von Preisen und den Folgen der eigenen Konsumgewohnheiten und Kaufentscheidungen kritisch auseinanderzusetzen. Darüber hinaus muss die Fähigkeit entwickelt werden, Sachinformationen einzuordnen, zu bewerten, zu gewichten und in Alltagshandeln umzusetzen.

Jeder Schultag bietet Kindern und Jugendlichen zahlreiche wiederkehrende Lerngelegenheiten im Hinblick auf Ernährung, Gesundheit und Konsum. Die bewusste und verantwortliche Gestaltung des Schulalltags greift diese Potenziale auf und prägt wünschenswerte Gewohnheiten als individuelle und gesellschaftliche Ressource. Eine lebens- und alltagsnahe Verbraucherbildung in allen Fächern kann dazu einen wichtigen Beitrag leisten.

Den rheinland-pfälzischen Lehrerinnen und Lehrern wünsche ich bei der Umsetzung viel Erfolg.

Doris Ahnen

Ministerin für Bildung, Wissenschaft, Jugend und Kultur

VERBRAUCHERBILDUNG ALS AUFGABE DER SCHULE

Um den täglichen Anforderungen des Konsumalltags informiert und verantwortlich zu begegnen, benötigen Verbraucherinnen und Verbraucher heute fundierte Informationen. Doch das Wissen der Konsumentinnen und Konsumenten hält mit den rasanten Entwicklungen des Angebots nicht Schritt.

Unübersichtlich viele Angebote in allen möglichen Dienstleistungsbereichen überfordern viele, vor allem junge Verbraucherinnen und Verbraucher, oder lassen sie schnell und leichtgläubig auf Versprechen von Banken, Finanzberatern oder Anbietern vermeintlich günstiger Tarife eingehen und für sie ungeeignete Verträge unterschreiben. Das Internet lockt mit vielen Angeboten, die teilweise versteckte Abos beinhalten, oder es verleitet junge Menschen zur freizügigen Herausgabe persönlicher Daten. Diese bleiben dann länger oder dauerhaft im Netz verfügbar. Junge Verbraucherinnen und Verbraucher benötigen daher entsprechende Kompetenzen, um sich selbstbestimmt und verantwortungsvoll im Internet zu bewegen.

Ein ähnliches Bild bietet sich bei Ernährungsfragen: Fachleute veranschlagen die Folgekosten, die dem deutschen Gesundheitssystem durch Fehlernährung und Übergewicht entstehen, auf fast ein Drittel aller Gesundheitskosten. Das sind mehr als 70 Milliarden Euro im Jahr. Gleiches gilt für den Klimaschutz: Ein Drittel der durch die Haushalte verursachten Emissionen ließe sich durch veränderte Konsumgewohnheiten vermeiden.

Schulische Verbraucherbildung will Kinder und Jugendliche befähigen, informiert, eigenverantwortlich und im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung zu konsumieren und zu handeln. Dabei bezieht sie sich auf alle Bereiche des Lebens, in denen Konsum stattfindet, wie z.B. Ernährung, Gesundheit, Wohnen, Freizeit, Sport, Mobilität und Mediennutzung.

Eine erfolgreiche schulische Verbraucherbildung baut auf der Erfahrungswelt der Kinder und Jugendlichen auf und bezieht das Elternhaus mit ein.

Aufgaben, Ziele und Prinzipien

Verbraucherbildung befasst sich mit den Kenntnissen, Fähigkeiten, Fertigkeiten und Einstellungen, welche benötigt werden, um in einer Konsumgesellschaft zu leben. Verbraucherbildung ist untrennbar verbunden mit den Grundfertigkeiten des Lebens.

Sie will Menschen dazu ermutigen, das persönliche Präferenz- und Wertesystem zu reflektieren und bewusste Entscheidungen im Hinblick auf eigene Wünsche und Bedürfnisse zu treffen.

Verbraucherbildung ist kompetenzorientiert, das heißt auf Alltagsbewältigung ausgerichtet. Das unterscheidet die Verbraucherbildung von der Verbraucherinformation. Menschen werden befähigt, Verbraucherinformationen zu nutzen, sodass sie letztlich begründete Entscheidungen treffen können.

Verbraucherbildung fördert die dafür benötigten Kompetenzen:

- zur gesundheitsförderlichen Ernährung,
- zum verantwortungsvollen Umgang mit der eigenen Gesundheit,
- zum reflektierten und selbstbestimmten Konsum von Gütern und Dienstleistungen,
- zum reflektierten Umgang mit Informations- und Kommunikationsangeboten.

Dabei ist Verbraucherbildung nicht als eigenes Unterrichtsfach konzipiert. Sie ist so komplex und so inter- beziehungsweise multidisziplinär wie der Alltag der Verbraucherinnen und Verbraucher. Sie ist deshalb unterschiedlichen Disziplinen zuzuordnen und muss zahlreiche Handlungsfelder wie ökologische, technische, rechtliche, politische, ethische, kulturelle, sozial- und naturwissenschaftliche Dimensionen im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung miteinander verbinden.

Vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Strukturwandels mit Globalisierung, Individualisierung, zunehmenden Handlungsoptionen und Entscheidungszwängen für jeden Verbraucher und jede Verbraucherin müssen Lernende befähigt werden, in unterschiedlichen Situationen und wechselnden Problemlagen angemessen handeln zu können.
Individuelle, soziale und globale Konsequenzen von Konsumentscheidungen, die sich neben dem Konsumfeld „Essen und Trinken“ auch auf viele andere Bereiche des täglichen Lebens erstrecken, wie z.B. Umgang mit Geld, Wohnen, Einrichten, Freizeitgestaltung, Erwerbstätigkeit, Absicherung für Alter und Krankheit bzw. Pflegebedürftigkeit, erfordern insbesondere die Übernahme von Verantwortung.

Diese Verantwortung kann aber nur übernommen werden, wenn die Bereitschaft vorhanden ist, sich wertorientiert zu entscheiden und entsprechend zu handeln. Die Einsicht in die Bedeutung und Notwendigkeit von Werten und die Übernahme in eigene Wertorientierungen ist eine der zentralen Aufgaben der modernen Verbraucherbildung.

Die Prinzipien der Verbraucherbildung sind:

- Nachhaltigkeit
- Soziale Verantwortung und
- Gesundheit

Im Mittelpunkt steht der als Verbraucher oder Verbraucherin handelnde Mensch. Dieser benötigt:

- Sachkenntnis im Hinblick auf Konsumgüter und Dienstleistungen,
- eine grundsätzliche Orientierung zu den mit dem Konsum verbundenen Werten und Wertmaßstäben,
- ein Bewusstsein über die gesellschaftliche Funktion von Konsum und der damit verbundenen Konsumentinnen und Konsumenten,
- Kenntnis über die grundsätzlichen gesellschaftspolitischen Zusammenhänge von Wirtschaft und Konsum,
- Erkenntnisse über die Zusammenhänge und Wirkungen der Medien und Medienwirtschaft,
- ein Bewusstsein über den Zusammenhang zwischen Konsum, Ernährung und Gesundheit,
- die Fähigkeit und Bereitschaft, eigene Bedürfnisse zu reflektieren.

Grundlage der vorliegenden Richtlinie sind die Ergebnisse des REVIS-Forschungsprojektes[1] (Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung) sowie das Europäische Kerncurriculum zur Ernährungsbildung. Die Richtlinie greift die Ergebnisse, bestehend aus Bildungszielen, Kerncurriculum und Kompetenzen, auf und entwickelt daraus einen Referenzrahmen, der die fachlichen Forderungen einer Ernährungs- und Gesundheitsbildung in ein Konzept der Verbraucherbildung einbindet.

1 Das 2003–2005 vom BMELV geförderte bundesweite Modellprojekt zur Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in allgemeinbildenden Schulen (REVIS Schlussbericht, Geschäftszeichen: 113-072-686 09/2-2003) hat auf unterschiedlichen Ebenen Hilfestellungen zur Innovation und Weiterentwicklung der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen erarbeitet. Dies ist auf der Basis der aktuellen, internationalen Diskussion und unter Berücksichtigung der bildungspolitischen Bedingungen der Bundesländer erfolgt. Der entwickelte Referenzrahmen aus Bildungszielen, Kerncurriculum und Kompetenzen wurde länderspezifisch angepasst.

KERNBEREICHE DER VERBRAUCHERBILDUNG

Die Richtlinie Verbraucherbildung umfasst die Kernbereiche Finanzkompetenz und Konsum, Ernährung und Gesundheit sowie Datenschutz.

Schülerinnen und Schüler verfügen in diesen Bereichen über vielfältige unterschiedliche Erfahrungen: Sie bringen ihre eigene Essbiografie und ihre Essgewohnheiten ein, nehmen altersgemäß mit ihren eigenen finanziellen Mitteln am Konsum teil und bewegen sich selbstverständlich im Internet. Dabei sind sie maßgeblich durch das Verhalten ihres sozialen Umfelds beeinflusst.

Schulische Verbraucherbildung hat das Ziel, vor dem Hintergrund dieser Vielfalt individueller Erfahrungen die Schülerinnen und Schüler in die Lage zu versetzen, als Konsumentinnen und Konsumenten ihre Entscheidungen selbstbestimmt, gesundheitsfördernd, qualitätsorientiert, nachhaltig und sozial verantwortlich zu treffen.

Kernbereich Finanzkompetenz und Konsum

Einer großen Konsumerfahrung von Kindern und Jugendlichen steht meist eine fehlende Konsum- und Finanzkompetenz gegenüber. Um sozial- und selbstverantwortlich das eigene Leben gestalten zu können und damit einen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft zu leisten, ist es jedoch notwendig, junge Menschen auch mit den entsprechenden Kompetenzen für eine zukunftsfähige – und damit nachhaltige – Lebensgestaltung hinsichtlich Konsum und Finanzen auszustatten.

Das bedeutet, dass sie einen Überblick über die eigenen Finanzen haben müssen, sie müssen diese einteilen können und über ausreichendes Wissen über Finanzprodukte und gegebenenfalls -märkte verfügen. Handlungsbereiche sind dabei Wohnen, Bank- und Geldgeschäfte, Sparen und Geldanlage, Kredite, Versicherungen, Altersvorsorge sowie Lohn und Einkommen. Hier Handlungskompetenz zu erlangen setzt umfangreiches Wissen, Urteils- und Kritikfähigkeit voraus.

Verbraucherbildung hat dabei die Aufgabe, im Sinne der Nachhaltigkeit die Finanzkompetenz zu fördern, den Konsum unter ökonomischen, ökologischen und sozialpolitischen Aspekten zu betrachten und damit die Schülerinnen und Schüler zu befähigen, ihr Handeln bewusst zu gestalten und Verantwortung zu übernehmen.

Konsumfelder:

- Finanz- und Risikomanagement, Vorsorge
- Essen und Trinken
- Textilien und Kleidung
- Tourismus und Reisen
- Mobilität und Verkehr
- Haushalt, Wohnen und Energie
- Haushaltstechnik
- Kommunikation und Information, Datenschutz
- Freizeit, Bildung und Kultur
- Körper- und gesundheitsbewusster Konsum

Kernbereich Ernährung und Gesundheit

Gesundheitliche Bildung fördert:

- Wissen und Verständnis gesundheitsrelevanter Zusammenhänge,
- Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit der eigenen Gesundheit,
- Wissen über die Grenzen naturwissenschaftlicher Erklärungsansätze für Gesundheit sowie
- Einstellungen und Denkhaltungen zum Wert von Gesundheit.

Modellhaft lässt sich das am Thema Essen, Ernährung und Essverhalten abbilden.

Da sich das Ernährungs- und Bewegungsverhalten in der Regel bereits im Kindesalter manifestiert und einmal erworbene Muster oft ein Leben lang beibehalten werden, kommt einer frühzeitigen, handlungsorientierten Vermittlung von Wissen über die Herkunft und Zusammensetzung der Lebensmittel, über Esskultur, Ernährungsphysiologie und die Zusammenhänge zwischen Ernährung, Essen und Wohlbefinden sowie Gesundheit und Bewegung eine besondere Bedeutung zu. Eingeübtes und reflektiertes Essverhalten, verknüpft mit Kenntnissen und Wissen schafft die Grundlagen für eine nachhaltige Gesundheitsorientierung.

Positive Beziehungen zu empfehlenswerten Lebensmitteln und Speisen fördern deren Akzeptanz. Kompetenzen zur Unterscheidung von Qualitäten sowie zur Beschaffung und zur Eigenproduktion von Mahl-

zeiten ermöglichen die Umsetzung im Alltag. Nicht zuletzt schafft ein Selbstbewusstsein bezogen auf den Umgang mit dem eigenen Körper und dem Lebens- beziehungsweise Essstil die Voraussetzung dafür, alltagsgerechte und situationsangepasste Lösungswege zu suchen und zu finden. Dieses Selbstbewusstsein fördert ein Verständnis der Verantwortung gegenüber sich selbst und der eigenen Gesundheit, aber auch gegenüber der Gesellschaft.

Dazu benötigen Kinder und Jugendliche Basis-, Struktur- und Orientierungswissen über die Nahrung und über sich, bevorzugt in didaktischen und methodischen Zusammenhängen, die den subjektiven Wunsch nach Selbstbestimmung der jungen Menschen und den objektiven Bedarf an Handlungskompetenzen ernst nehmen.

Ziel der Ernährungsbildung ist die Fähigkeit, im Alltag Entscheidungen für eine bedarfsgerechte Ernährung fällen zu können.

Der Bedarf erschließt sich dabei nicht nur aus ernährungsphysiologischen Notwendigkeiten. Die Ernährung des Menschen wird sowohl naturwissenschaftlich als auch kultur- und gesellschaftswissenschaftlich betrachtet, ökonomische Dimensionen werden mit ökologischen Herausforderungen verknüpft.

Ausgehend von einem Menschenbild, das auf der Fähigkeit zur Reflexion des Handelns aufbaut, soll die Fähigkeit und Bereitschaft, sich für eine bedarfsgerechte Ernährung entscheiden zu können, gefördert werden. Im Mittelpunkt der Betrachtung stehen der essende und trinkende Mensch, nicht die Nahrungsmittel als solche. Ernährungsbildung vermittelt Sach-, Handlungs- und Entscheidungskompetenzen, um Menschen zu befähigen, selbstverantwortlich mit der eigenen Ernährung in einzelnen Lebensbereichen und Lebensphasen umgehen zu können.

Dabei wird die Ernährung im gesamtgesellschaftlichen und welternährungswirtschaftlichen Kontext gesehen und so an die Verbraucherbildung angeknüpft. Von besonderer Bedeutung ist die Übertragung kognitiver Lernprozesse auf alltägliche Entscheidungsanlässe, sodass zwischen den Ebenen des Wissens und dem konkreten Handeln im Alltag eine Verbindung hergestellt wird.

Mit der hier vorgelegten Richtlinie sollen Einstellungen und Wertorientierungen für eine situations- und problemgerechte Anwendung des Wissens gefördert werden, die anschlussfähig für lebenslanges Lernen sind.

Kernbereich Datenschutz

Aufgrund der technologischen, jugend-, arbeitsmarkt-, gesellschafts- und bildungspolitischen Veränderungen kommt der Förderung von Medien-, Informations-, Kommunikations- und Datenschutzkompetenz eine entscheidende Bedeutung zu. In diesem Zusammenhang spielen das Recht auf informationelle Selbstbestimmung, die Verantwortung im Umgang mit persönlichen Daten und die Fähigkeit, verschiedene Formen kommerzieller Inhalte und Kommunikation kritisch zu bewerten und zu analysieren, eine entscheidende Rolle.

Das Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen zeichnet sich zwar durch technische beziehungsweise Handhabungskompetenzen aus. Ihre Fähigkeit und/oder Motivation, das eigene Medienhandeln und Medieninhalte kritisch zu hinterfragen, ist hingegen oftmals weniger stark ausgeprägt. Deshalb sind sie sich vielfach nicht bewusst, welche Datenspuren sie bei ihren alltäglichen Aktivitäten hinterlassen und welche Konsequenzen diese digitalen Spuren haben können.

Kinder und Jugendliche sind deshalb über den Wert ihrer Privatsphäre und über die Gefahren aufzuklären, die ihrer Privatsphäre vor allem durch bestimmte Internetdienste und ihr digitales Verhalten drohen. Notwendig ist es auch, sie über ihre Rechte und die Möglichkeiten des Selbstdatenschutzes zu informieren. Nur wenn ihnen diese Rechte und Möglichkeiten bewusst sind, werden sie in der Lage sein, die Kontrolle über ihre eigenen Daten zu behalten.

Wichtiger als jede technische Lösung bleibt dabei die nachhaltige Verankerung der Grundsätze Datenvermeidung und Datensparsamkeit.

Kindern und Jugendlichen muss außerdem vermittelt werden, dass es auch bei der Nutzung des Internets Verpflichtungen gibt, etwa gegenüber anderen Personen und deren persönlichen Daten, und dass auch ihr eigenes Online-Verhalten ethischen Ansprüchen genügen muss.

VERBRAUCHERBILDUNG IN DEN FÄCHERN UND SCHULARTEN

Verbraucherbildung ist in Rheinland-Pfalz eine Bildungsaufgabe, die von der Primarstufe bis zum Abschluss in allen Bildungsgängen verankert ist.

Bei der Konzeption dieser Richtlinie geht es darum, dem komplexen Bildungsbereich der Ernährungs- und Verbraucherbildung durch den in REVIS entwickelten Referenzrahmen eine Struktur zu geben, die Vernetzung fordert. Diese ermöglicht eine Konzentration auf die wesentlichen Ziele der Verbraucherbildung. Damit wird eine gemeinsame Planung und Bewertung von Unterricht in den beteiligten Fächern möglich.

Viele Inhalte finden sich bereits in den bestehenden Lehrplänen. Jedoch werden die Themen und Inhalte unter veränderten Bildungsperspektiven und didaktischen Schwerpunktsetzungen neu strukturiert.

Die Themen- und Inhaltstableaus verdeutlichen die Anschlussfähigkeit der Richtlinie für die einzelne Lerngruppe mit ihren spezifischen Bedingungen und Lernausgangslagen. Sie weisen darauf hin, dass der Erwerb einer Kompetenz über die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Themen erfolgen kann und muss. Dabei sind die vorgestellten Themen- und Inhaltsfelder nicht abgeschlossen, sondern sollen zur Weiterarbeit anregen.

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 erscheint es erforderlich, die Fachgrenzen zu öffnen und den Unterricht entweder durch Absprachen aufeinander abzustimmen oder gemeinsam zu gestalten.

Ein Problemzusammenhang, wie er bei den Inhalten der Verbraucherbildung gegeben ist, kann den Schülerinnen und Schülern auf diese Weise ganzheitlich und lebensnah vermittelt werden. Sie werden dadurch zu einer vertieften Kenntnis der komplexen Wirklichkeit geführt. Das fachliche Wissen wird vernetzt, die jeweils anderen Methoden werden bewusst und die Möglichkeiten und Grenzen der jeweiligen fachlichen Beiträge werden reflektiert.

Ausgangspunkt können gemeinsame Themen aus Fächern der jeweiligen Schulart sein, die sich mit Verbraucherbildung beschäftigen. Darüber hinaus bietet fachübergreifendes und fächerverbindendes Arbeiten mit Inhalten der Verbraucherbildung die Chance, an den Erfahrungs- und Lebenswelten der Kinder und Jugendlichen anzusetzen.

Im Mittelpunkt stehen Lebensweltbezug, Anschaulichkeit, Aktualität und Selbstständigkeit. Das Einbeziehen außerschulischer Partner und Lernorte ist ausdrücklich erwünscht. Es öffnet den Fachunterricht und verknüpft theoretisches mit praktischem Lernen.
Fächer mit besonderem Bezug und Verantwortung zur Verbraucherbildung sind Sozialkunde und Erdkunde beziehungsweise Gesellschaftslehre, Religion und Ethik, Biologie und Chemie, Hauswirtschaft und Sozialwesen, Wirtschaft und Verwaltung, Technik und Naturwissenschaften. Diese Fächer haben aufgrund ihrer Fach- und Unterrichtskonzeption eine große Nähe zu Themen der Verbraucherbildung. Aber auch allgemeine mathematisch-statistische Kompetenzen spielen eine zentrale Rolle. Vielfältige Anknüpfungspunkte bietet auch das Fach Geschichte.

In dieser Richtlinie erfolgt keine Zuordnung der Kompetenzen und Inhalte zu einzelnen Fächern und Jahrgangsstufen. Genauere Ausführungen bleiben den Rahmenplänen bzw. den Rahmenlehrplänen der jeweiligen Fächer oder der Lernbereiche sowie den schuleigenen Arbeitsplänen vorbehalten.

Primarstufe

Grundlagen der Verbraucherbildung werden schon in der Grundschule gelegt. Im Sachunterricht werden besonders in den Erfahrungsbereichen

- „natürliche Phänomene und Gegebenheiten“ – Perspektive Natur
- „Ich und andere“ – Perspektive Gesellschaft
- „Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft“ – Perspektive Zeit

Themen der Verbraucherbildung handlungsorientiert auf der Erfahrungsebene von Grundschülerinnen und Grundschülern erarbeitet.

Dabei geht es z.B. um

- einen respektvollen Umgang mit der Natur und dem eigenen Körper
- die reflektierte Nutzung der Konsumangebote
- die Auswirkungen der unterschiedlichen Herstellung von Produkten und Dienstleistungen
- Wünsche und Bedürfnisse
- den Einfluss gegenwärtiger Entscheidungen und Handlungen auf zukünftige Lebensumstände

Ergänzt wird die Verbraucherbildung durch Themen in Mathematik, wo der Umgang mit Geld geübt wird.

Sekundarstufe I

In den Schularten der Sekundarstufe I wird Verbraucherbildung insbesondere in den gesellschaftswissenschaftlichen Fächern Sozialkunde, Geschichte und Erdkunde beziehungsweise Gesellschaftslehre an der Integrierten Gesamtschule und der Realschule plus sowie im mathematischen und naturwissenschaftlichen Unterricht vermittelt.
Einen besonderen Beitrag leisten die Wahlpflichtfächer der Realschule plus: Wirtschaft und Verwaltung, Hauswirtschaft und Sozialwesen sowie Technik und Naturwissenschaft.
Darüber hinaus gibt es vielfältige Anknüpfungspunkte in Religion und Ethik, aber auch in Informatik bzw. Informatischer Bildung.

Sekundarstufe II

Eine zentrale Rolle für die Verbraucherbildung haben – wie in der Sekundarstufe I – die Fächer Sozialkunde, Erdkunde und Geschichte. Sie sind in Rheinland-Pfalz im Rahmen der Gemeinschaftskunde miteinander verbunden. Ziel der gemeinschaftskundlichen Fächer ist es, eine Gesamtschau gesellschaftlich relevanter Sachverhalte zu vermitteln. Dabei kommt den Strukturen und Prozessen der Wirtschaft und des Konsumverhaltens eine besondere Bedeutung zu.

Wie in der Sekundarstufe I ist auch in der Mainzer Studienstufe die Perspektive der Verbraucherbildung darüber hinaus in allen Fächern zu verstärken. Viele Themen z.B. in Biologie, in den Fremdsprachen, in Deutsch und Mathematik und Religion knüpfen an entsprechende Sachverhalte an und können so gezielt auf ein Verständnis verbraucher- und gesundheitsrelevanter Zusammenhänge hinwirken.

METHODEN UND ARBEITSFORMEN IN DER VERBRAUCHERBILDUNG

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.

Geeignete Methoden in der Verbraucherbildung:

- Biografisches Lernen
- Reflexion anhand von Sinneseindrücken (Bilder, Gerüche, ...)
- Ess- und Trinkprotokolle
- Portfolios
- Spiele mit reflexiven Elementen
- Informationssuche unter Zuhilfenahme von verschiedenen Quellen
- Analyse von Texten und Dokumenten
- Erforschen von Produkten und Prozessen
- Experimentieren mit Produkten
- Produkttests entwickeln, durchführen und bewerten
- Schülerfirmen
- Debatten/Diskussionen zu Vor- und Nachteilen von Produkten, Dienstleistungen, Kostenfaktoren, Verantwortungsbereichen
- Rollenspiele
- Planspiele
- Fallbeispiele zur Erarbeitung von Problemfeldern des Konsums
- Kreativ- und Reproduktionsworkshops
- Produktlinienanalysen zum Produktvergleich aus nachhaltig orientierten Gesichtspunkten
- Methoden der Konfliktlösung erproben
- Expertengespräche
- Exkursionen zu Produktionsstätten, in Handelsorganisationen, zu Konsumentenschutzeinrichtungen; Nichtregierungsorganisationen (NGO`s)
- Einbeziehen von Fachexperten
- Blended-Learning-Aktivitäten zu einzelnen Problemfeldern des Konsums
- Reflexive Methoden zur Erarbeitung von eigenen Einstellungen und Verhaltensweisen
- Dilemma-Situationen
- Markterkundungen
- Zukunftswerkstatt
- Internetrecherchen

Kooperation und Vernetzung

Schule allein kann diese vielfältigen Herausforderungen nicht bewältigen. Für eine erfolgreiche Verbraucherbildung ist eine Kooperation und Vernetzung mit den Akteuren und Partnern wie Verbraucherorganisationen, Beratungsstellen, Sozialverbänden, Behörden und den Wirtschaftsverbänden notwendig. Auch Akteure aus den Bereichen Ökologie und Soziales sollten eingebunden werden.

Curriculum

Kernbereich I Finanzkompetenz und Konsum

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
Ein persönliches Ressourcenmanagement entwickeln Verantwortung für sich und andere übernehmen	Die Schülerinnen und Schüler sind in der Lage, sich mit Zukunftschancen und Risiken der Lebensgestaltung auseinanderzusetzen. Dazu gehört, dass sie ■ Prinzipien und Möglichkeiten des Finanz- und Vorsorgemanagements kennen und verstehen und ihre Instrumente anwenden können. ■ Prinzipien des kurz-, mittel- und langfristigen Ressourcenmanagements verstehen und anwenden können. ■ Vielfalt von individuellen und gesellschaftlichen Ressourcen kennen, ihre Bedeutung und Entwicklung sowie Grenzen verstehen. ■ Informations- und Beratungsangebote kennen und situationsgerecht nutzen können.	■ Humanvermögen ■ Ressourcen (Gesundheit, Zeit, Geld, Bildung, Familie, Netzwerke, Lebensfreude, Zivilcourage, Partnerschaft) ■ Zahlungsverkehr, Finanzdienstleistungen, Kredite, Vermögensplanung, Haushaltsbudget, Lebenszyklus ■ Finanz- und Vorsorgemanagement ■ Versicherungen ■ Lebensplanung und -gestaltung ■ …
Konsumentscheidungen reflektiert und selbstbestimmt treffen	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, soziokulturelle Rahmenbedingungen für Konsumentscheidungen zu identifizieren und zu berücksichtigen. Dazu gehört, dass sie ■ Bedürfnisse identifizieren, 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 Wirtschaftssystem verstehen und reflektieren können. ■ Konsum- und Entscheidungsprozesse situationsgerecht bewerten und gestalten können.	■ Bedürfnis, Bedarf, Wege der Bedarfsdeckung ■ Einflussfaktoren auf Konsumentscheidungen ■ Werbung ■ Peergroup/soziale Gruppen ■ Lebensstil und Lebenslage ■ Marktwirtschaft, Marktvergleich ■ Arbeitsmarkt ■ Warenkunde ■ Qualität ■ Taschengeld ■ Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung ■ Globalisierung ■ …
Eigene Konsumentenrolle reflektiert in rechtlichen Zusammenhängen gestalten	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 ■ Verbraucherrechte und -pflichten kennen, bewerten und situationsgerecht anwenden können. ■ die Tragweite von Konsumentscheidungen 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.	■ AGBs, Geschäftsfähigkeit ■ Sozialrecht, Mietrecht, Versicherungsrecht ■ Verbraucherkreditrecht ■ Anlegerschutzvorschriften ■ Ehe- und Familienrecht ■ Fernabsatzrecht ■ Vertragsrecht ■ Datenschutz, Jugendmedienschutz ■ Urheberrechte/Produktpiraterie ■ Lebensmittelrecht ■ Produktinformationen ■ Preisangaben ■ Energierecht ■ Telekommunikationsrecht ■ Reiserecht ■ Schutzvorschriften gegen unerwünschte Werbung ■ Persönlichkeitsrechte ■ …

Kernbereich I Finanzkompetenz und Konsum

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
Konsumentscheidungen qualitätsorientiert treffen	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 ■ 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 Produktes kennen, bewerten und für eigene Konsumentscheidungen beachten können. ■ den Faktor Arbeit in der Gütererzeugung verstehen und die Wirkungen lokal und global einschätzen können. ■ die lokalen und globalen Zusammenhänge der Produktion von Gütern bei eigenen Entscheidungen verantwortungsbewusst berücksichtigen können.	■ Verschiedene Konsumfelder, z.B. Textilien, Spielwaren, Elektronik, Nahrungsmittel ■ Gütesiegel ■ Warenkunde, Warentest ■ Kinderarbeit ■ Löhne ■ Umwelt- und Gesundheitsaspekte ■ Nahrungskette ■ Gentechnologie ■ Novel Food ■ …
Einen nachhaltigen Lebensstil entwickeln	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, sich mit den Gewohnheiten und Routinen des Konsum- und Alltagshandelns auseinanderzusetzen. Dazu gehört, dass sie ■ das Konzept der Nachhaltigkeit kennen, verstehen und reflektieren können. ■ eigenes Konsum- und Alltagshandeln auf der Grundlage des Nachhaltigkeitskonzepts analysieren und bewerten und diese Reflexion für Entscheidungen nutzen können. ■ Lebensstile und Lebensweisen identifizieren und reflektieren können und daraus Handlungsstrategien und Routinen für die eigene Lebensgestaltung verwirklichen können. ■ die Fähigkeit entwickeln, Verantwortung in Nachhaltigkeitsprozessen übernehmen zu können.	■ Fairer Handel, Tourismus, Mobilität, Ernährung, Wohnen ■ Ökobilanz ■ Agenda 21 ■ Produktlinien und Stoffkreislauf ■ Ökologische Prinzipien der Nahrungsmittelherstellung ■ Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln ■ Zusammenleben, Wohnen, Haushaltsstrukturen ■ Essgewohnheiten ■ Klima, Transport, Verpackung, Müll ■ …

Kernbereich II Gesundheit und Ernährung

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
Die eigene Essbiografie reflektiert und selbstbestimmt gestalten	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, sich mit den Einflussfaktoren, Begrenzungen und Gestaltungsalternativen der individuellen Essweise auseinanderzusetzen. Dazu gehört, dass sie ■ soziokulturelle Einflussfaktoren, ihre Wirkungen auf und 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.	■ Essgewohnheiten ■ Einflussfaktoren auf das Essverhalten ■ Bedeutung von Lebensmitteln, des Essens und der Ernährung für Fitness, Schönheit, Leistungsfähigkeit ■ Vorlieben, Abneigungen, Präferenzen ■ Situations- und alltagsgerechte Umsetzung/Gestaltung ■ Soziale, historische, religiöse, familiale Zusammenhänge ■ Essen unterwegs ■ …
Ernährung gesundheitsförderlich gestalten	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, sich mit dem Zusammenhang von Ernährung und Gesundheit auseinanderzusetzen und Verantwortung für sich und andere zu übernehmen. Dazu gehört, dass sie ■ den Zusammenhang von Nahrung und Ernährung für die persönliche Gesundheit herstellen und reflektieren können. ■ Körpersignale wie Durst, Hunger, Appetit, Sättigung wahrnehmen und verstehen können. ■ Lebensmittel, ihre Inhaltsstoffe und Wirkungen im Stoffwechsel kennen und verstehen können. ■ Ernährungsempfehlungen und -regeln kennen und sich kritisch mit ihnen auseinandersetzen können.	■ Nahrung und Nährstoffe ■ Verdauung ■ Langzeiteffekte, Gesundheit und Leistungsfähigkeit ■ Ernährungsempfehlungen, -richtlinien, -regeln ■ Energiebilanz ■ Bewegung ■ Lebensmittelgruppen ■ Nährstoffdichte ■ Prävention ■ Zahnhygiene ■ Unter-/Überversorgung ■ Genussmittel ■ Über- und Untergewicht, Diäten ■ Körpersignale ■ Qualitätsmerkmale für Lebensmittel ■ Lebensmittelverderb und -infektionen ■ Nahrungsergänzungsmittel ■ …
Nahrung und Mahlzeiten gesundheitsförderlich planen und gestalten	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 ■ Mahlzeiten situations- und alltagsgerecht planen und herstellen und 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 Nahrungszubereitung kennen, verstehen und reflektiert anwenden können.	■ Arbeitsplanung und Organisation ■ Arbeitsteilung ■ Essen und Kommunikation ■ Tischkultur, Speisenpräsentation ■ Kreativer Umgang mit Rezepten ■ Grundtechniken ■ Hygiene, Konservierung, Lagerung ■ Lebensmittelkennzeichnung, Mindesthaltbarkeit ■ Vorratshaltung ■ HACCP und Hygienekonzepte ■ Convenience-Produkte ■ …

Kernbereich II Gesundheit und Ernährung

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
Ein positives Selbstkonzept durch Essen und Ernährung entwickeln	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, sich mit dem Verhältnis vom eigenem Körper und Essverhalten auseinanderzusetzen. Dazu gehört, dass sie ■ den eigenen Körper und Körperprozesse wahrnehmen, verstehen und akzeptieren. ■ die Abhängigkeit der Körperbilder von gesellschaftlichen und historischen Bezügen erkennen, verstehen und reflektieren können. ■ die Bedeutung von Essen, Trinken und Ernährung erkennen und diese Erkenntnis für das eigene Handeln nutzen können. ■ Wege zum genussvollen und verantwortlichen Umgang mit dem Körper durch Essen und Trinken entwickeln und nutzen.	■ Hunger und Durst ■ Sinnlichkeit des Essens ■ Geschmacksentwicklung ■ Vorlieben und Abneigungen ■ Essstörungen ■ Körperentwicklung ■ Trends ■ Leistungsfähigkeit ■ Genussfähigkeit ■ Wertschätzung von Essen ■ Essen und Identität (Kultur, Religion, Generation, Alter, Geschlecht, Milieu) ■ …
Das eigene Leben gesundheitsförderlich gestalten	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, mit der eigenen Gesundheit und der Gesundheit anderer verantwortungsvoll umzugehen. Dazu gehört, dass sie ■ gesundheitsfördernde Handlungsmöglichkeiten und Verhaltensweisen situationsgerecht und selbstbestimmt entwickeln und diese als Mittel zur Bewältigung von Entwicklungsaufgaben und zur weiteren positiven Gestaltung des Lebens nutzen können. ■ kognitive, psychische, soziale und körperliche Kompetenzen durch Vermittlung positiver Bewältigungserfahrungen aufbauen. ■ Ich-Stärke, ein positives Selbstwertgefühl und Selbstvertrauen entwickeln.	■ Salutogenese ■ Resilienz ■ Lebenskompetenzen ■ Work-Life-Balance ■ Selbstwirksamkeit und Selbstbestimmung ■ Bewegung, Stressbewältigung ■ Umgang mit Suchtmitteln ■ Risikobereitschaft und Risikosuche ■ Unfallverhütung ■ Sexualverhalten ■ …

Kernbereich III Datenschutz

Bildungsziele	Kompetenzen	Inhalte
Datenschutz- und Datensicherheitsrisiken erkennen und minimieren	Die Schülerinnen und Schüler sind bereit und in der Lage, ■ Datenschutz als Bürger- und Menschenrecht anzuerkennen. ■ die Freiheit des Internets verantwortungsbewusst und selbstbestimmt wahrnehmen zu können. ■ selbstbestimmt und verantwortungsvoll medial basiert zu kommunizieren. ■ mit eigenen personenbezogenen Daten reflektiert umzugehen. ■ personenbezogene Daten als ein wertvolles Gut zu betrachten.	■ Recht auf informationelle Selbstbestimmung ■ Selbstdatenschutz ■ Urheberrechte ■ Communities/Social Networks ■ Selbstdarstellung im Netz ■ …

RheinlandPfalz

MINISTERIUM FÜR BILDUNG,
WISSENSCHAFT, JUGEND
UND KULTUR

Mittlere Bleiche 61
55116 Mainz
Poststelle@mbwjk.rlp.de
www.mbwjk.rlp.de