



**KULTUSMINISTER
KONFERENZ**

**Bericht
zur
Verbraucherkompetenz von Schülerinnen und Schülern**

(Von der Kultusministerkonferenz am 03.12.2015 und von der
Verbraucherschutzministerkonferenz am 22.04.2016 zur Kenntnis genommen;
Anlage 1 am 24.09.2020 aktualisiert.)

Inhalt

1. Auftrag und Umsetzung.....	3
2. Zum Begriff „Verbraucherkompetenz/Verbraucherbildung“	4
3. Forschungslage.....	5
3.1. PISA-Sonderstudie zum Kreativen Problemlösen	5
3.2. Weitere Studien.....	7
3.3. Fazit	9
4. Empfehlungen der Kultusministerkonferenz und Praxis in den Ländern	9
4.1. Empfehlungen der Kultusministerkonferenz zur Verbraucherbildung an Schulen.....	9
4.2. Praxis in den Ländern	10
4.3. Gute Beispiele.....	11
5. Vorschläge für eine weiterführende Evaluierung der Entwicklung von Verbraucherkompetenz und weitere Perspektiven	11

1. Auftrag und Umsetzung

Mit Schreiben vom 12. August 2014 hatte der Vorsitzende der Verbraucherschutzministerkonferenz die Präsidentin der Kultusministerkonferenz über die 10. Verbraucherschutzministerkonferenz vom 16. Mai 2014 informiert. Danach habe die Verbraucherschutzministerkonferenz

„darauf plädiert, die Auswertung der PISA-Sonder-Studie über Alltagskompetenzen sowie weiterer wissenschaftlicher Erhebungen zum Stand der Verbraucherkompetenz von Schülerinnen und Schülern [...] in einem gemeinsamen Arbeitskreis [...] auf Fachebene vornehmen zu lassen.“

Im Übrigen begrüßt die Verbraucherschutzministerkonferenz,

„wenn hieraus – unter Berücksichtigung von best-practice-Beispielen – Vorschläge für eine weiterführende Evaluierung der Entwicklung von Verbraucherkompetenz abgeleitet werden sollen.“ (10. VSMK / TOP 22)

Hintergrund des Vorschlags der Verbraucherschutzministerkonferenz zur Errichtung eines Arbeitskreises ist ein Gespräch zwischen Vertretern der Verbraucherschutzministerkonferenz, der Kultusministerkonferenz und des Bündnisses für Verbraucherbildung vom 7. April 2014 über die Herausforderungen der schulischen und außerschulischen Verbraucherbildung. Als Ergebnis dieses Gespräches wurde festgehalten:

„Die Vertreterinnen und Vertreter der Kultusministerkonferenz, der Verbraucherschutzministerkonferenz sowie des Bündnisses für Verbraucherbildung befürworten die Auswertung der Ergebnisse zum Testbereich Kreatives Problemlösen bei der PISA-Studie 2012 sowie weiterer wissenschaftlicher Erhebungen zum Stand der Verbraucherkompetenz von Schülerinnen und Schülern in Deutschland.

Sie beschließen, der Kultusministerkonferenz und der Verbraucherschutzministerkonferenz eine solche Auswertung vorzuschlagen, die von einem gemeinsamen Arbeitskreis beider Ministerkonferenzen auf Fachebene erarbeitet werden soll. Dabei sollen auch Vorschläge für eine weiterführende Evaluation der Entwicklung von Verbraucherkompetenz ausgearbeitet und das Zusammentragen von best-practice-Beispielen berücksichtigt werden.“

Zur Bearbeitung des Auftrags/ der Aufträge hat der Schulausschuss der Kultusministerkonferenz die Länder Bayern und Nordrhein-Westfalen in den gemeinsamen Arbeitskreis (AK Verbraucherkompetenz) entsandt. Seitens der Verbraucherschutzministerkonferenz bzw. der Länderarbeitsgemeinschaft Verbraucherschutz beteiligen sich für die Arbeitsgemeinschaft Wirtschaftlicher Verbraucherschutz die Länder Baden-Württemberg, Brandenburg, Hessen, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz sowie für die Arbeitsgemeinschaft Ernährung und Ernährungsinformation die Länder Rheinland-Pfalz und Sachsen am gemeinsamen Arbeitskreis. Es fanden zwei Sitzungen auf Einladung des Sekretariats der Kultusministerkonferenz am 15. Januar 2015 und 21. Mai 2015 in Bonn statt.

Der nachfolgende Bericht geht auf die – in der Akzentuierung etwas unterschiedlichen, aber in die gleiche Richtung zielenden – Aufträge dadurch ein, dass zunächst der Begriff der „Verbraucherkompetenz“ als Ziel der Verbraucherbildung erläutert wird. Daran anschließend werden die auf diesem Gebiet zugänglichen wissenschaftlichen Studien eingeordnet. Nach einer Darstellung der Beschlusslage der Kultusministerkonferenz wird über die Verbraucherbildung in den Ländern berichtet. Abschließend werden gute Beispiele aus der Praxis vorgestellt.

2. Zum Begriff „Verbraucherkompetenz/Verbraucherbildung“

In den Empfehlungen „Verbraucherbildung an Schulen“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013, siehe auch Ziffer 4.1 des Berichts) heißt es zur Zielstellung der Verbraucherbildung und dem damit verbundenen Kompetenzerwerb (Ziffer 1.1):

„Die Verbraucherbildung hat die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens als Verbraucherinnen und Verbraucher zum Ziel, indem über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden. Dabei geht es vor allem um den Aufbau einer Haltung, die erworbenen Kompetenzen im Zusammenhang mit Konsumententscheidungen als mündige Verbraucherinnen und Verbraucher heranzuziehen und zu nutzen.“

Diese zentralen Aussagen werden von allen Bildungsministerien mitgetragen. Sie wurden im Vorfeld auch in einem Anhörungsverfahren den wichtigsten Akteuren auf diesem Gebiet, so zum Beispiel der Verbraucherschutzministerkonferenz und dem Verbraucherzentrale Bundesverband, vorgelegt und fanden deren Zustimmung.

Derzeit findet allerdings eine Debatte zur Differenzierung des Leitbilds der „mündigen Verbraucherin“ bzw. des „mündigen Verbrauchers“ statt.

Der Auftrag der Verbraucherschutzministerkonferenz und Kultusministerkonferenz stellt das Thema „Verbraucherkompetenzen“ in den Zusammenhang mit PISA-Untersuchungen. Die in den Empfehlungen der Kultusministerkonferenz verwendete Begrifflichkeit, die das Verbraucher- bzw. Konsumverhalten in den Vordergrund stellt, ist nicht deckungsgleich mit der von der OECD in den PISA-Studien verwendeten Begrifflichkeit, die auch bei der im Jahr 2012 zusätzlich getesteten Domäne „Creative Problem Solving“ vorrangig auf die künftige Beschäftigungsfähigkeit („employability“) der Schülerinnen und Schüler abzielt. Gleichwohl stellt diese einen Teilaspekt der Verbraucherbildung dar. Zur Definition der Problemlösekompetenz bei PISA vgl. Ziffer 3 des Berichts.

3. Forschungslage

3.1. PISA-Sonderstudie zum Kreativen Problemlösen

In Deutschland ist die Frage nach der Leistungsfähigkeit von Schülerinnen und Schülern seit einiger Zeit Gegenstand der öffentlichen bildungspolitischen Debatte. Mit ihrem sogenannten Konstanzer Beschluss vom Oktober 1997 und der Beteiligung an internationalen und nationalen Vergleichsuntersuchungen hat die Kultusministerkonferenz Qualitätssicherung zu einem Schwerpunkt ihrer Arbeit gemacht. Zu den internationalen Vergleichsuntersuchungen gehören auch die PISA-Untersuchungen.

„PISA“ steht für „Programme for International Student Assessment“ und wurde von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) initiiert. Generelle Zielsetzung des PISA-Projektes ist es, den teilnehmenden Staaten Indikatoren für Fähigkeiten, Kenntnisse und Fertigkeiten von 15-jährigen Schülerinnen und Schülern in den Bereichen Leseverständnis, Mathematik und Naturwissenschaften in Zeitreihe zur Verfügung zu stellen. Die Untersuchungen erfolgen in einem 3-jährigen Rhythmus und in einem Gesamterhebungszyklus von drei Erhebungswellen, in denen jeweils ein Hauptbereich gründlich getestet wird.

Bei der PISA-Studie 2012 wurde ergänzend auch der Bereich „Kreatives Problemlösen“ getestet. Die Studie wurde am Computer durchgeführt. Es haben sich rd. 85 000 Schülerinnen und Schüler in 44 Ländern und Volkswirtschaften daran beteiligt (vgl. <http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA-2012-results-volume-V.pdf> und die deutschsprachige Zusammenfassung der Ergebnisse „Sind 15-Jährige kreative Problemlöser?“: <http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/pisain-focus/pisa-in-focus-n38-%28deu%29-final.pdf>).

In der Studie „Kreatives Problemlösen“ wird folgende Kompetenz-Definition verwendet:

„Die Problemlösekompetenz ist definiert als die Fähigkeit, Prozesse kognitiv zu verarbeiten, um Problemsituationen zu verstehen und zu lösen, in denen die Lösungsmethode nicht unmittelbar auf der Hand liegt. Sie umfasst die Bereitschaft, sich mit derartigen Situationen auseinanderzusetzen, um sein Potenzial als konstruktiver und reflektierender Bürger voll auszuschöpfen.

In der Erhebung werden Problemsituationen aus dem realen Leben simuliert – wie der Umgang mit einem nicht vertrauten Fahrkartenautomaten oder einem nicht richtig funktionierenden elektronischen Gerät –, um die allgemeinen Fähigkeiten der Schülerinnen und Schüler zu schlussfolgerndem Denken, ihre Fähigkeit, Problemlösungsverfahren zu regulieren sowie ihre Bereitschaft dazu zu ermitteln. Diese Problemlösefähigkeiten sind bei allen Projekten der Schlüssel zum Erfolg und können in der Schule in den Unterrichtsfächern entwickelt und gefördert werden.“

Der hier verwendete Kompetenzbegriff stellt kognitive Fähigkeiten in den Vordergrund, die zwar ein Teil von Verbraucherbildung, aber eben nicht deckungsgleich sind mit „Verbraucherkompetenzen“ im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens.

3.2. Weitere Studien

Faktenlage zum Verbraucherwissen der Kinder und Jugendlichen

Es gibt drei Studien jüngerer Datums zum Thema „Verbraucherbildung“, die aber nur z.T. einschlägig für den Arbeitsauftrag sind:

- 1) „Praxisorientierte Bedarfsanalyse zur Verbraucherbildung“, Kurzfassung einer Studie im Auftrag der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz (2013)
- 2) „Konsumkompetenz von Jugendlichen: Ein Überblick über Kernaussagen aus aktuellen Jugendstudien“, Verbraucherzentrale Bundesverband (2010)
- 3) Ergebnis der Forsa-Umfrage „Verbraucherwissen“ im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft, Kurzzusammenfassung (2010)

Die Studien wurden bezüglich des Arbeitsauftrages zur Evaluation der Verbraucherkompetenz von Schülerinnen und Schülern hinsichtlich ihrer Methodik, Validität und Repräsentativität geprüft.

Zu den einzelnen Studien

Zu 1) „Praxisorientierte Bedarfsanalyse zur Verbraucherbildung“ (Deutsche Stiftung Verbraucherschutz)

Verfahren:

- Befragung von 30 Experten aus Wirtschaft, Politik, Bildung und von Verbraucherbänden im November 2012 in qualitativen Interviews
- Befragung von 971 Lehrkräften aller Schularten in allen deutschen Ländern im Januar und Februar 2013 anhand eines standardisierten Online-Fragebogens auf der Basis der Experteninterviews
- Befragung von 52 Praktikern (Verbraucherorganisationen, Wirtschaftsunternehmen, NGOs)

Zu 2) „Konsumkompetenz von Jugendlichen: Ein Überblick über Kernaussagen aus aktuellen Jugendstudien“ (Verbraucherzentrale Bundesverband)

Verfahren:

- Metastudie: Auswertung von Jugendstudien
- Vier Untersuchungsbereiche:
 - o Finanzen, Versicherungen und Wirtschaft allgemein (sieben Studien 2006-2010)
 - o Ernährung und Gesundheit (sieben Studien 2005-2010)
 - o Medien (18 Studien 2007-2010)
 - o Nachhaltigkeit und Umwelt (fünf Studien 2006-2010)

Zu 3) Ergebnis der Forsa-Umfrage „Verbraucherwissen“ (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft)

Verfahren:

- Bundesweite Erhebung unter 500 Schülerinnen und Schülern allgemeinbildender Schulen in Jahrgangsstufe 10 durch das Sozialforschungsinstitut forsa
- Erhebungszeitraum: 15. bis 24. September 2010

Zusammenfassende Analyse der vorliegenden Studien

Festzustellen ist,

- dass die Verbraucherkompetenz von Schülerinnen und Schülern nicht in allen Studien primärer Gegenstand ist,
- dass Faktenwissen oftmals stärker gewichtet wird als anwendungsbezogene Kompetenzen (z. B. Lösungsstrategien),
- dass einige Fragestellungen interessensgeleitete Items aufweisen oder nicht altersgemäße Fachkenntnisse abfragen,
- dass die Studien sich methodisch stark unterscheiden (z.B. Expertenbefragung, Metastudien, Online-Befragung) und nur eingeschränkt im Sinne des Arbeitsauftrags nutzbar sind,
- dass ihre Validität eingeschränkt oder nicht abgesichert ist
- und sie nicht repräsentativ für Deutschland sind (Stichprobengröße).

Hinsichtlich der Forschungslage zu Kompetenzen Erwachsener wurde das Nationale Bildungspanel befragt. Das Nationale Bildungspanel (National Educational Panel Study, NEPS) ist eine Studie am Leibniz-Institut für Bildungsverläufe e.V. an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, die Bildungsprozesse und Kompetenzentwicklung in Deutschland beginnend von früher Kindheit bis ins hohe Erwachsenenalter untersucht. Ziel des Nationalen Bildungspanels ist es, Längsschnittdaten zu Kompetenzentwicklungen, Bildungsprozessen, Bildungsentscheidungen und Bildungsrenditen in formalen, nicht-formalen und informellen Kontexten über die gesamte Lebensspanne zu erheben. Das Nationale Bildungspanel verfügt jedoch über keine Studien zu Verbraucherkompetenzen.

3.3. Fazit

Es liegen demnach keine Studien vor, die im Sinne des Arbeitsauftrages herangezogen werden können. Weder die PISA-Sonderstudie zum Kreativen Problemlösen noch die weiteren Studien bieten ausreichend geeignete Ansatzpunkte zur systematischen Evaluierung der Verbraucherkompetenz von Schülerinnen und Schülern.

4. Empfehlungen der Kultusministerkonferenz und Praxis in den Ländern

4.1. Empfehlungen der Kultusministerkonferenz zur Verbraucherbildung an Schulen

Die Kultusministerkonferenz hat 2013 nach Anhörung wichtiger Akteure die Empfehlungen „Verbraucherbildung an Schulen“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013) beschlossen.

Die Empfehlungen beschreiben Ziele und allgemeine Grundsätze der Verbraucherbildung, sowie die Maßnahmen in der Bildungsverwaltung und -politik, deren Umsetzung in der Schule und die Aufgaben der zur Verfügung stehenden Unterstützungs- und Beratungssysteme, sie geben Hinweise für eine Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern und verweisen auf weitere zentrale Beschlüsse der Kultusministerkonferenz im Umfeld der Verbrauchernerziehung.

Sie knüpfen zugleich an die unterschiedlichen Gegebenheiten in den Ländern an, betonen aber gerade die Gemeinsamkeiten der Regelungen und Aktivitäten der Länder.

4.2. Praxis in den Ländern

In einer Länderabfrage wurde 2013 der Sachstand zu Verbraucherbildung erhoben. Die Abfrage wurde 2015 aktualisiert. Erfragt wurde dabei:

- (1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?
- (1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung? Ggf. Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer.
- (2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?
- (3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?
- (4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln.
- (5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Die detaillierten Länderantworten zu den Fragen sind als Anlage 1 beigefügt.

Die Abfrage verdeutlicht die unterschiedliche Umsetzung der Verbraucherbildung in den Ländern.

Gleichwohl kann zusammenfassend festgestellt werden: In fast allen Ländern existiert ein Leitfach zur Verbraucherbildung. In allen Ländern sind Themen der Verbraucherbildung Gegenstand der Lehrpläne verschiedener Fächer und werden dort integriert unterrichtet. In einigen Ländern ist die fächer- und jahrgangsstufenübergreifende Behandlung dieser Themen in Form einer Matrix ausdrücklich sichtbar gemacht. In einem Land ist Verbraucherbildung ein Fach an Gemeinschaftsschulen mit eigenem Lehrplan. In allen Ländern besteht eine Kooperation mit Partnern und Externen, wie den Verbraucherzentralen. Ganztagschulen nutzen ihre erweiterten zeitlichen Möglichkeiten für Besuche entsprechender Einrichtungen. Die Schulen nutzen vorhandene Materialien, die die Lernmittel ergänzen.

4.3. Gute Beispiele

In Anlage 2 sind gute Beispiele aus der Praxis der Verbraucherbildung in den Ländern zusammengestellt, die als Anregung oder Unterstützung für die maßgeblichen Akteure dienen können.

Die Länder wurden gebeten, bis zu drei gelungene Beispiele zu benennen, die in besonderem Maße die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens zum Ziel haben, wo über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden. Als gutes Beispiel ist hier u. a. das Projekt „Modellschulen Verbraucherbildung“ der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz zu nennen.

In der Zusammenschau der gemeldeten Beispiele wird der Bereich Ernährung im Vergleich zu anderen Bereichen (z. B. Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht; Medien und Information; nachhaltiger Konsum) besonders häufig genannt.

5. Vorschläge für eine weiterführende Evaluierung der Entwicklung von Verbraucherkompetenz und weitere Perspektiven

Die Kultusministerkonferenz hat sich bei ihren Kompetenzanalysen ausdrücklich auf die Kernfächer Deutsch, Mathematik und Fremdsprache sowie Naturwissenschaften konzentriert, für die Bildungsstandards und Kompetenzstufenmodelle entwickelt wurden und die in Ländervergleichen überprüft werden. Entscheidend waren hier grundsätzliche, aber auch kapazitätsbezogene Überlegungen. Unabhängig von den Beschlüssen der Kultusministerkonferenz haben verschiedene Fachgesellschaften „Standards“ oder vergleichbare Empfehlungen veröffentlicht, die nicht mit Kompetenzstufenmodellen unterlegt werden und daher eine detaillierte Überprüfung erschweren. Sie dienen der länderübergreifenden Verständigung in den einzelnen Fachdomänen.

Vor diesem Hintergrund wird die Begleitung von Vorhaben der Länder und weiteren Akteuren durch wissenschaftliche Institute oder Hochschulen angeregt. Zu denken ist zum Beispiel an eine Begleitforschung bei ausgewählten Schulen wie in Nordrhein-Westfalen, bei der „Instrumente für die Qualitätsentwicklung und Evaluation in Schulen“ (IQES) eingesetzt werden.

Auch das „Forum Verbraucherbildung“, bei dem die Referentinnen und Referenten der Kultus- und Verbraucherschutzministerien und andere Akteure zum Meinungsaustausch zusammenkommen, ist eine wirksame Plattform zur Weiterentwicklung des Themas.

Als weitere Perspektive zur Befähigung von Schülerinnen und Schülern bietet sich die Unterstützung der Lehrkräfte insbesondere im Hinblick auf Auswahl und Einsatz von Unterrichtsmaterialien an. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Lehrkräfte bei Angeboten Dritter die Anbieter- und Veröffentlichungsabsicht quellenkritisch einordnen können. Angesichts eines steigenden Angebots frei erhältlicher Lehrmaterialien unterschiedlichster Anbieter ist es aber von Vorteil, geprüfte Materialien einsetzen zu können. Hier sind der „Materialkompass“ des Verbraucherzentrale Bundesverbandes und vergleichbare Angebote der Länder hilfreich.

Land: Baden-Württemberg

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Regierungsschuldirektorin
Name:	Simone Langendorf
Tel.:	0711 279-2937
E-Mail:	simone.langendorf@km.kv.bwl.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

--

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert? (in Auszügen)

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1-12 bzw. 13	Als eine von sechs Leitperspektiven ist das Thema „Verbraucherbildung“ (VB) spiralcurricular in die Fachpläne eingebunden. Die Leitperspektive greift konkrete Berührungspunkte von Verbraucherthemen im Leben der Schülerinnen und Schüler auf und umfasst folgende Themenfelder: Ressourcen, Finanzen, Verbraucherrecht; Lebensführung (Körperbild, Ernähren, Kleiden, Wohnen, Gesundheit), Medien, Information und – übergreifend – nachhaltiger Konsum. Sie thematisiert das ungleichgewichtige „Experten-Laien-Verhältnis“ und beachtet die didaktischen Prinzipien der Handlungs- und Schülerorientierung. Die Leitperspektive Verbraucherbildung trägt damit zu einer selbstbestimmten, verantwortungsvollen und gesundheitsförderlichen Lebensführung bei.	In allen Fächern verankert
1/2	Die Schülerinnen und Schüler können einfache funktionale Zusammenhänge (zum Beispiel Anzahl – Preis) mithilfe von Material veranschaulichen und beschreiben. Die Schülerinnen und Schüler können Kaufentscheidungen begründen (zum Beispiel nach verfügbaren Mitteln, persönlicher	M SU

	<p>Bedeutsamkeit, Umweltverträglichkeit, unter ernährungsbedeutenden Aspekten)</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler können Abbildungen aus ihrem Umfeld beschreiben (zum Beispiel Werbeplakate, Piktogramme, Illustrationen, Info-Grafiken in Büchern) und die Wirkung auf sie erklären (zum Beispiel Assoziationen, Wünsche, Bedürfnisse).</p>	Kunst/Werken
3/4	<p>Die Schülerinnen und Schüler können Kaufentscheidungen begründen und reflektieren (zum Beispiel in Bezug auf aktuelle Trends, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit, Preis, zur Verfügung stehende Ressourcen, gesundheitliche Aspekte).</p>	SU
7/8	<p>Konsument als Akteur im globalen Kontext: Die Schülerinnen und Schüler können die Produktion und den Handel eines Welthandelsguts hinsichtlich der Raumwirksamkeit unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit darstellen und die eigene Position als Konsument überprüfen (globale Warenströme, Welthandelsgut, Konsument, nachhaltige Produktion, Fairer Handel).</p>	Geo
7/8/9	<p>Die Schülerinnen und Schüler können</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prozentwert, Grundwert und Prozentsatz identifizieren und berechnen, • Zins und iterativ Zinseszins berechnen, • eine Tabellenkalkulation verwenden, um Zinssatz, Tilgung/Sparrate und Laufzeit näherungsweise zu bestimmen. 	M (Sek I)
7/8/9	<p>Die Schülerinnen und Schüler können (M-Niveau)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ökonomisches Handeln beschreiben (ökonomisches Prinzip, Kaufverhalten) und dabei die Möglichkeit des nachhaltigen Konsums und Verzichts einordnen (z. B. an einem globalen Produkt), • einen Haushaltsplan (Einnahmen-Ausgaben-Rechnung) erstellen sowie Haushaltspläne inhaltlich vergleichen und beurteilen, • Bestimmungsfaktoren von Nachfrage (u. a. Preise, eigene Bedürfnisse, Budgetgrenzen, Peergroup, Werbung, Lebensstil) und Angebot (Kosten für Produktionsfaktoren) nennen und dabei Verbraucherverhalten in einer Informationsgesellschaft analysieren, • die Macht des Verbrauchers bei Wettbewerb und Monopol vergleichen, • die Bedingungen (u. a. Geschäftsfähigkeit, Willenserklärung) für das Zustandekommen eines Kaufvertrags (z. B. Online-Geschäfte) mithilfe von gesetzlichen Regelungen erklären, • Instrumente der Verbraucherpolitik (Verbraucherinformation, -bildung, -schutz) beurteilen, • Gründe für und gegen <i>Sparen</i> in Abhängigkeit von verschiedenen Lebenssituationen erläutern • die Bedeutung eines <i>Girokontos</i> in den verschiedenen Lebenssituationen erklären und die Funktionsweise von Onlinebanking beschreiben, 	WBS (Sek I)

	<ul style="list-style-type: none"> • Ziele einer Vermögensanlage beurteilen (<i>magisches Dreieck</i>) und den möglichen Konflikt zwischen Sicherheit und Rentabilität darstellen, • unterschiedliche Interessen von Kapitalgeber und -nehmer analysieren und den <i>Zins</i> als Preis des Tauschverhältnisses erklären, • die Bedeutung des Anlegerschutzes beschreiben und anhand eines Beispiels erläutern, • Gründe für und gegen die Aufnahme eines <i>Privatkredits</i> in Abhängigkeit von verschiedenen Lebenssituationen beurteilen (<i>ökonomisches Prinzip</i>), • Interessen von Kreditgeber und -nehmer vergleichen, • <i>Kreditfähigkeit</i> beschreiben und Bonitätskriterien (Schufa-Auskunft) erläutern, • die Vermeidung von Überschuldung und mögliche Auswege daraus (z. B. Privatinsolvenz) unter Berücksichtigung staatlicher Schutzvorschriften (z. B. Widerrufsrecht) erörtern. 	
<p>7/8/9</p>	<p>„Konsum“ als eigenständiger Kompetenzbereich mit Aufgliederung in „Konsumententscheidung“, „Qualitätsorientierung“, „Konsum in globalen Zusammenhängen“, „nachhaltig handeln“, „Verbraucherschutz“</p> <p>Zielkompetenz „Konsumententscheidung“: Die Schülerinnen und Schüler stellen Zusammenhänge, die Konsumententscheidungen beeinflussen, dar. Sie reflektieren ihr Konsumverhalten unter Berücksichtigung soziokultureller Rahmenbedingungen und entwickeln Handlungsoptionen für situations- und bedarfsgerechte Konsumententscheidungen.</p> <p>Teilkompetenzen:</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler können (M-Niveau):</p> <ul style="list-style-type: none"> • das eigene Konsumverhalten beschreiben und Konsumententscheidungen erklären (<i>spontane, habituelle, limitierte und expansive</i>) • Bedürfnisse identifizieren und verschiedene Wege der Bedarfsdeckung erläutern • Einflussfaktoren (unter anderem Moden und Trends, Medien) auf das Konsumverhalten charakterisieren und darstellen • Marketingstrategien erläutern und Werbeversprechen auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen • Einkaufsstätten erkunden und deren Verkaufsstrategien analysieren • die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen als Folge ihres Einkaufsverhaltens erläutern. <p>Zielkompetenz „Qualitätsorientierung“: Die Schülerinnen und Schüler erkennen und verstehen zentrale Bewertungskriterien von Produkten und Dienstleistungen hinsichtlich Gesundheit, Nachhaltigkeit und Funktionalität. Sie können Produkt- und Prozessqualität von Waren und Dienstleistungen aus ihrer Alltagswelt bewerten und Konsumententscheidungen reflektiert treffen.</p>	<p>AES (Sek I)</p>

	<p>Zielkompetenz „Konsum in globalen Zusammenhängen“: Die Schülerinnen und Schüler können Prinzipien eines nachhaltigen und verantwortungsvollen Lebensstils unter Berücksichtigung von wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Zusammenhängen darstellen. Sie entwickeln nachhaltige Handlungsstrategien für selbstbestimmte private Konsumententscheidungen.</p> <p>Zielkompetenz „nachhaltig handeln“: Die Schülerinnen und Schüler können in ihrem alltagskulturellen Handeln – insbesondere hinsichtlich ihrer Ernährung, Bekleidung, Medien, Mobilität und Freizeitgestaltung – ökonomisch, ökologisch und sozial agieren und dabei ihre Ressourcen sinnvoll einsetzen.</p> <p>Zielkompetenz „Verbraucherschutz“: Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit dem Verbraucherschutz und dessen Notwendigkeit auseinander und übertragen ihre Kenntnisse auf haushaltsbezogene Handlungssituationen.</p>	
<p>8/9/10</p>	<p>Die Schülerinnen und Schüler können mögliche Verhaltensweisen bei ihren Entscheidungen als Verbraucher erörtern (I) und Interessen, Erwartungen und Handlungen in Tauschsituationen beurteilen (II). Sie können die Rolle von Verbrauchern auf Märkten bewerten und sowohl die Bedingungen auf Märkten als auch den rechtlichen Rahmen überprüfen (III).</p> <p>Die Schülerinnen und Schüler können</p> <ul style="list-style-type: none"> • ökonomisches Handeln erläutern (ökonomisches Prinzip, Kaufverhalten) und dabei die Möglichkeit des nachhaltigen Konsums und Verzichts einordnen (zum Beispiel an einem globalen Produkt), • die Bedingungen (unter anderem Geschäftsfähigkeit, Willenserklärung) für das Zustandekommen eines Kaufvertrags (zum Beispiel Online-Geschäfte) mithilfe von gesetzlichen Regelungen erklären und die Bedeutung eines Girokontos für verschiedene Zahlungsarten beschreiben, • einen Haushaltsplan (Einnahmen-Ausgaben-Rechnung) erstellen und Haushaltspläne strukturell (zum Beispiel in Bezug auf Ziele, Salden) vergleichen, • Gründe für und gegen Sparen erörtern und Ziele einer Vermögensanlage (um Wertaspekte erweitertes magisches Dreieck: Sicherheit, Rentabilität und Liquidität) bewerten, • Ursachen für Überschuldung sowie deren Folgen erläutern und die Wirkung staatlicher Schutzvorschriften (zum Beispiel Widerrufsrecht) beurteilen, • die Wechselbeziehungen im erweiterten Wirtschaftskreislauf beschreiben und mögliche Machtverhältnisse analysieren, • Bestimmungsfaktoren von Nachfrage (unter anderem Preise, eigene Bedürfnisse, Budgetgrenzen, Peergroup, Werbung, Lebensstil) und Angebot (unter anderem Kosten für Produktionsfaktoren) erläutern und dabei Verbraucherverhalten in einer Informationsgesellschaft analysieren, • anhand eines Preis-Mengen-Diagramms die Preisbildung beim Polypol auf dem vollkommenen Markt und die Grenzen dieses Modells erklären, 	<p>WBS (Gym)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Börsen als Orte des Aufeinandertreffens von Angebot und Nachfrage erläutern, • Marktversagen (zum Beispiel bei negativen externen Effekten, Informationsasymmetrien) erklären und Lösungsmöglichkeiten (zum Beispiel Selbstverpflichtung, Gesetze) beurteilen, • die Macht des Verbrauchers bei unterschiedlichen Marktformen vergleichen und Voraussetzungen für Konsumentensouveränität (unter anderem Instrumente der Verbraucherpolitik) erklären. 	
9/10	Die Schülerinnen und Schüler können ihre interkulturellen, sprachlichen und medialen Kompetenzen auf der Basis von Kenntnissen in folgenden Themenbereichen anwenden: die Beziehung des Individuums zu seinem Lebensraum (unter anderem Umgang mit Ressourcen, technologischer Wandel, <i>consumer citizenship</i>)	E (Gym)
10	Die Schülerinnen und Schüler können (M-Niveau) <ul style="list-style-type: none"> • individuelle Lebensrisiken (z. B. Armut, Krankheit) beschreiben, • die Schutzfunktion des Staates erläutern und das Grundprinzip der Unterscheidung in <i>freiwillige Versicherung</i> und <i>Pflichtversicherung</i> darstellen, • Individualversicherungen (unter anderem Haftpflicht, Risikolebensversicherung) erläutern, Vertragsangebote vergleichen und die Rollen der Vertragspartner erklären, • die Problematik der Finanzierung (für den Einzelnen, das Versicherungsunternehmen, den Staat) von Versicherungen (Eigenverantwortung versus Solidarität) erläutern. 	WBS (Sek I)
10	Kompetenzbereich „Ernährung und Gesundheit“: Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit Entwicklungen im Ernährungsbereich kritisch auseinander. Sie bewerten diese vor dem Hintergrund einer gesundheitsbewussten und nachhaltigen Lebensführung und beziehen die Überlegungen in ihr Konsumhandeln ein. In komplexen Aufgabenstellungen werden die gewonnenen Erkenntnisse erprobt und angewendet. Die Schülerinnen und Schüler können (M-Niveau) <ul style="list-style-type: none"> • die Warenkennzeichnung nutzen, um ausgewählte Lebensmittel kriteriengeleitet zu vergleichen (z. B. Gesundheit, Nachhaltigkeit), mögliche Werbeversprechen zu diskutieren und zu bewerten (z. B. Health Claims) sowie Handlungsoptionen zu entwickeln, • Informationen zu Ernährungstrends recherchieren, darstellen und anhand gesundheits- und nachhaltigkeitsrelevanter Kriterien bewerten (zum Beispiel Nahrungsergänzungsmittel, funktionelle Lebensmittel), • an ausgewählten Beispielen analysieren, wie Konsumenten politische Rahmenbedingungen beeinflussen können (Consumer Citizenship) Kompetenzbereich „Lebensgestaltung und Konsum“: Die Schülerinnen und Schüler können (M-Niveau)	AES (Sek I)

	<ul style="list-style-type: none"> den Zusammenhang und mögliche Spannungsverhältnisse von Lebensstil, Konsumverhalten und nachhaltiger Entwicklung beschreiben und Schlussfolgerungen für einen nachhaltigen Konsum ableiten und begründen (z. B. Ressourcenschonung, Flächennutzungs-Konkurrenz, Tauschbörsen, Car-Sharing), Möglichkeiten der Verwendung der finanziellen Ressourcen im Privathaushalt erörtern und Informationen zum privaten Finanzmanagement auswerten. 	
11/12	Die Schülerinnen und Schüler können Wechselwirkungen zwischen Customer Relationship Management und Konsumentensouveränität (unter anderem informationelle Selbstbestimmung) erläutern.	Wirtschaft (GYM)

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
Sek I und II	Verbraucherschutzpreis Baden-Württemberg
	Zentrale Fortbildungsveranstaltungen für Lehrkräfte
PS	Ernährungsführerschein
PS, SEK I und II	Haushaltsführerschein
PS, SEK I und II	EU-Schulprogramm: https://landeszentrum-bw.de/Lde/bilden/EU-Schulprogramm
PS, SEK I und II	Schulgarteninitiative: https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unser-service/wettbewerbe-und-auszeichnungen/schulgarteninitiative-20182019-lernen-fuer-die-zukunft-gaertnern-macht-schule/
PS, SEK I und II	Fairtrade Schools: https://sez.de/fairtrade-schools bzw. https://sez.de/themen/schule-und-globales-lernen/fairtrade-schools-kampagne-baden-w%C3%BCrttemberg
PS, SEK I und II	Biosphärenschulen: https://www.biosphaerengebiet-alb.de/index.php/lebensraum-biosphaerengebiet/bildung/biosphaerenschulen
PS, SEK I und II	Naturparkschulen: <ul style="list-style-type: none"> Naturparkschulen Schwäbisch-Fränkischer Wald: https://www.naturpark-sfw.de/der-naturpark/naturpark-schule/ Naturparkschulen Schwarzwald Mitte/Nord: https://naturparkschwarz-wald.de/gruene_projekte/naturpark-schule/?i=s Naturparkschulen Südschwarzwald: https://www.naturpark-suedschwarz-wald.de/de/freizeit-sport/naturpark-schulen.php

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

Verbraucherportal B-W (www.verbraucherportal-bw.de)

"Konsumieren mit Köpfchen" - Materialien zur Verbraucherbildung von Jugendlichen

"Money & Kids" - Finanzkompetenz in der Grundschule

Materialkompass - Materialien zur Verbraucherbildung in Sekundarstufe I und II auf dem Schulportal für Verbraucherbildung der Verbraucherzentrale Bundesverband (<http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass.html>)

Bildungsplanportal Baden-Württembergs: <http://www.bildung-staerkt-menschen.de/> Angebote des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg (LMZ): Bildungsveranstaltungen für Schüler/innen, Lehrkräfte und Eltern sowie Materialien zur Information und für den Unterricht, u.a.

„Einkaufen/Werbung“ – Informationen und Materialien rund um das Themengebiet „Einkaufen/Werbung“ auf dem LMZ-Portal (<http://www.lmz-bw.de/einkaufen-werbung.html>)

„Datenschutz“ – Informationen und Materialien rund um das Themengebiet „Datenschutz“ auf dem LMZ-Portal (<http://www.lmz-bw.de/datenschutz.html>)

„Datenschutz: Pädagogische Praxis“ – Unterrichtsmodule, Projektideen, Broschüren, Ratgeber etc. rund um das Thema „Datenschutz“ auf dem LMZ-Portal (<http://www.lmz-bw.de/datenschutz-paedagogische-praxis.html>)

„Einkaufen/Werbung: Pädagogische Praxis“ – Unterrichtsmodule, Projektideen, Broschüren, Ratgeber etc. rund um das Thema „Einkaufen/Werbung“ auf dem LMZ-Portal (<http://www.lmz-bw.de/einkaufen-werbung-paedagogische-praxis.html>)

Das LMZ hält zahlreiche Unterrichtsmodule für den direkten Einsatz im Unterricht bereit, u.a. zu Themen des Verbraucherschutzes: <http://www.lmz-bw.de/bildungsmedien/unterrichtsmodule.html> - Diese Unterrichtseinheiten sind von der Medienbegutachtung des LMZ geprüft und im Unterricht erprobt.

- Verbraucherzentrale Baden-Württemberg: <https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/verbraucherbildung-bw>
- Verbraucherportal Baden-Württemberg (MLRV), Verbraucherbildung in der Schule https://www.verbraucherportal-bw.de/,Lde/Startseite/Information_Bildung/Verbraucherbildung+in+der+Schule
- Projekt cLEVER: <https://www.leitperspektive-verbraucherbildung.de/unterstuetzungsangebot/handreichungen/>
- Der Ernährungsführerschein - Medienpaket: <https://www.ble-medienservice.de/3941/der-ernaehrungsfuehrerschein-medienpaket>
- Landeszentrum für Ernährung Baden-Württemberg:
 - BeKi Bildungs- und Informationsmaterialien: <https://landeszentrum-bw.de/,Lde/wir/Medien/BeKi+Arbeitsmaterialien/Schule>
 - Nachhaltige Ernährung: <https://landeszentrum-bw.de/,Lde/bilden/Weitere+Bildungsangebote/Nachhaltige+Ernaehung>
- Ideenkatalog zu den Aktionstagen zum EU-Schulprogramm und zur pädagogischen Begleitung im Kita- bzw. Schulalltag: https://landeszentrum-bw.de/site/machsmahl/get/documents/MLR.Ernaehrung/I-Landeszentrum/2.bilden/EU-Schulprogramm/Aktionstage2020/2020_03%20Aktionstage%20SP%202020_Bildungsmaterialien.pdf

- Landesbildungsserver Baden-Württemberg: <https://www.schule-bw.de/faecher-und-schularten/sprachen-und-literatur/deutsch/pruefungen/leitperspektiven/leitperspektive-verbraucher-bildung>
- Wir ernten was wir säen: Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg (UM): <https://www.wir-ernten-was-wir-saeen.de/>
- Themenhefte der Nachhaltigkeitsstrategie BW: https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/n-service/publikationen.html?tx_npublikationen_pi1%5b_referrer%5d%5b%40extension%5d=Npublikationen&tx_npublikationen_pi1%5b_referrer%5d%5b%40controller%5d=Publikation&tx_npublikationen_pi1%5b_referrer%5d%5b%40action%5d=listall&tx_npublikationen_pi1%5b_referrer%5d%5barguments%5d=Y-TowOnt976a52db7f8b0cc7c5d86c012f429a2fe9fbf52b7&tx_npublikationen_pi1%5b_referrer%5d%5b%40request%5d=a%3A3%3A%7bs%3A10%3A%22%40extension%22%3Bs%3A14%3A%22Npublikationen%22%3Bs%3A11%3A%22%40controller%22%3Bs%3A11%3A%22Publikation%22%3Bs%3A7%3A%22%40action%22%3Bs%3A7%3A%22listall%22%3B%7d591466df6edb1a12230a1206239bbf2d0d20b93&tx_npublikationen_pi1%5b_trustedProper-ties%5d=a%3A0%3A%7b%7d99dc68687773be92579fd4a5e550862fcfb521da&tx_npubli-kationen%5bsearch%5d=Themenheft
- BNE-Kompass: Außerschulische Bildungsangebote zur LP Verbraucherbildung: https://www.bne-kompass.de/nc/bildungsangebote/?tx_bne_angebotsliste%5Bfilter%5D%5Bleitperspektiven%5D%5B%5D=6
- KlimaNet BW (UM): <https://www.klimanet.baden-wuerttemberg.de/>
- BNE-Portal BW (UM & KM): www.bne-bw.de, insbesondere die Lehrmaterialien im Bereich Service (<https://www.bne-bw.de/service/publikationen.html>) bzw. die unter den einzelnen Schularten angeführten Materialien (<https://www.bne-bw.de/schule.html>)
- Dachverband Entwicklungspolitik Baden-Württemberg (DEAB): <https://www.deab.de/themen-programme/fair-macht-schule-fairaendere-deine-stadt/das-projekt/>

Hier außerdem ausgewählte Angebote im Detail:

- „Werbung“ (u.a. InApp- und InGame-Werbung, Kl. 3 bis 7) – Schülerworkshop im Rahmen von „101 Schulen“ (Ein Programm im Rahmen der Initiative „Kindermedienland Baden-Württemberg“) (<http://www.lmz-bw.de/landesmedienzentrum/programme/101-schulen.html>)
- „Abzocke im Internet“ (u.a. Werbung, Abofallen, Online-Shopping, Kl. 6 bis 8) – Schülerworkshop bzw. Informationsabend für Eltern im Rahmen von „101 Schulen“
- „Zwischen legal und illegal – Rechtslagen im Netz“ (Kl. 7 bis 10) – Schülerworkshop bzw. Informationsabend für Eltern im Rahmen von „101 Schulen“
- „Datenschutz und Rechtliches“ – Elternworkshop im Rahmen von „101 Schulen“
- „Daten- und Verbraucherschutz“ – eine Themenkategorie im Rahmen des Eltern-Medienmentoren-Programms (EMM) (Ein Programm im Rahmen der Initiative „Kindermedienland Baden-Württemberg“) (<http://www.lmz-bw.de/landesmedienzentrum/programme/eltern-medienmentoren-programm-emm.html>)
- „SMEP Jugendmedienschutz“ – eine 20-stündige Ausbildung von Schüler-Medienmentoren zu Themenbereichen des präventiven Jugendmedienschutzes (u.a. Umgang mit Datenschutz, Downloads) (Ein Programm im Rahmen der Initiative „Kindermedienland Baden-Württemberg“) (<http://www.lmz-bw.de/landesmedienzentrum/programme/schueler-medienmentoren-programm-smep.html>)
- „Legal oder illegal – Verbraucherschutz im Internet“ – Elternworkshop im Rahmen der SpardaSurfSafe-Kampagne „Sicherheit im Internet“ (<http://www.lmz-bw.de/surfsafe.html>)

Umsetzungsbeispiel für ein Curriculum im Wahlpflichtfach „Gesundheit und Soziales“ (GuS)
Thema: Nachhaltigkeit und Verbraucherbewusstsein

Umsetzungsbeispiel für ein Curriculum im Wahlpflichtfach „Wirtschaft und Informationstechnik“
(Wul) Thema: Konsum und Finanzen

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz	Ausschreibung und Organisation des Verbraucherschutzpreises Besprechungen mit Vertretern der Verbraucherkommission und Vertretern der Ressorts der versch. Ministerien
Verbraucherzentralen	regionale Fortbildungen in Kooperation mit der Lehrerfortbildung
Lernort Bauernhof: https://www.lob-bw.de/	4 regionale Lehrerfortbildungen/Jahr
Schulbauernhof Pfitzingen: https://www.schulbauernhofpfitzingen.de/der-schulbauernhof	Lehrerfortbildungen sowie Aufenthalte von Schulklassen
Landesschulzentrum für Umwelt- erziehung (LSZU) Adelsheim: http://www.lszu.de/	Fortbildungen zu verschiedenen verbraucherrelevanten Themen; einwöchige Aufenthalte von Schulklassen zu so genannten Schülerunterrichtswochen mit z. T. zu verbraucherrelevanten Themen für externe Klassen in Verbindung mit Lehrervorbereitungskursen.
EPIZ - Entwicklungspädagogisches Informationszentrum Reutlingen: https://www.epiz.de/startseite.html	Lehrerfortbildungen und unterrichtsbegleitende Angebote mit dem Fokus globales Lernen
Landeszentrum für Ernährung Baden-Württemberg https://landeszentrum-bw.de/Lde/Startseite	u.a. Landesinitiative Bewusste Kinderernährung in deren Rahmen der Ernährungsführerschein läuft, sowie das EU-Schulprogramm
LandFrauen https://landfrauen-bw.de/	Kooperation zur Durchführung des Haushaltsführerscheins

Verankerung des Themas Verbraucherbildung im Bildungsplan 2016

Der neue Bildungsplan, der seit dem Schuljahr 2016/17 in Kraft getreten ist, berücksichtigt das Thema Verbraucherbildung in hohem Maße. Dies wird in folgenden Aspekten verdeutlicht:

Als eine von sechs Leitperspektiven ist das Thema „Verbraucherbildung“ (VB) spiralcurricular in die Fachpläne eingebunden. Die Leitperspektive greift konkrete Berührungspunkte von Verbraucherthemen im Leben der Schülerinnen und Schüler auf und umfasst folgende Themenfelder: Ressourcen, Finanzen, Verbraucherrecht; Lebensführung (Körperbild, Ernähren, Kleiden, Wohnen, Gesundheit), Medien, Information und – übergreifend – nachhaltiger Konsum. Sie thematisiert das ungleichgewichtige „Experten-Laien-Verhältnis“ und beachtet die didaktischen Prinzipien der Handlungs- und Schülerorientierung. Die Leitperspektive Verbraucherbildung trägt damit zu einer selbstbestimmten, verantwortungsvollen und gesundheitsförderlichen Lebensführung bei.

Bei der Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern wird das Gebot der Neutralität angewendet.

Die Verankerung der Leitperspektive im Bildungsplan wird durch folgende Begriffe konkretisiert:

- Umgang mit eigenen Ressourcen
- Chancen und Risiken der Lebensführung
- Bedürfnisse und Wünsche
- Finanzen und Vorsorge
- Verbraucherrechte
- Qualität der Konsumgüter
- Alltagskonsum
- Medien als Einflussfaktoren

(vgl. *Bildungsplan 2016 / Leitperspektiven / Verbraucherbildung* <http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/LP/VB>)

Im Folgenden sind Auszüge zur Implementierung des Themas Verbraucherbildung aus dem Bildungsplan 2016 zusammengestellt.

Im Fachplan Mathematik des Bildungsplans für die Grundschule ist für die Klassen 1 und 2 im Themenbereich 3.1.1.3 „In Kontexten rechnen“ als Teilkompetenz formuliert: (TK7) „Die Schülerinnen und Schüler können einfache funktionale Zusammenhänge (zum Beispiel Anzahl – Preis) mithilfe von Material veranschaulichen und beschreiben.“

(<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GS/M/IK/1-2/01/03>)

Im Bildungsplan für den Sachunterricht der Grundschule sind in Klassen 1/2 im Bereich 3.1.1.2 Arbeit und Konsum folgende Kompetenzformulierungen ausgewiesen: „Die Schülerinnen und Schüler können (TK4) Kaufentscheidungen begründen (zum Beispiel nach verfügbaren Mitteln, persönlicher Bedeutsamkeit, Umweltverträglichkeit, unter ernährungsbedeutsamen Aspekten)“. In den Denkanstößen zu den Bildungsstandards wird dazu ergänzt: „Wie werden die Kinder ermutigt, Kaufalternativen zu entdecken und erproben (zum Beispiel tauschen, verzichten, teilen)?“

(<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GS/SU/IK/1-2/01/02?highlightstring=Kaufentscheidungen>)?“

In Klassen 3/4 (und 3.2.1.2) können sie diese dann auch reflektieren, zum Beispiel in Bezug auf aktuelle Trends, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit, Preis, zur Verfügung stehende Ressourcen, gesundheitliche Aspekte.

<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GS/SU/IK/3-4/01/02>

Im Fach Kunst/Werken wird die Thematik im Bereich 3.1.7.3 Kinder nehmen ihre Umwelt wahr folgendermaßen konkretisiert: „Die Schülerinnen und Schüler können (TK 1) Abbildungen aus ihrem Umfeld beschreiben (zum Beispiel Werbeplakate, Piktogramme, Illustrationen, Info-Grafiken in Büchern) und (TK 2) die Wirkung auf sie erklären (zum Beispiel Assoziationen, Wünsche, Bedürfnisse).“

<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GS/KUW/IK/1-2/07/03>

Im gemeinsamen Bildungsplan der Sekundarstufe I, der für die Werkrealschule, die Realschule und die Gemeinschaftsschule gelten wird, ist die Leitperspektive Verbraucherbildung ebenfalls in Mathematik im Bereich 3.2.1 Leitidee Zahl – Variable – Operation verankert.

Die Schülerinnen und Schüler können

G	M	E
Prozent- und Zinsrechnung		
(4) <i>Prozentwert, Grundwert</i> und <i>Prozentsatz</i> identifizieren und berechnen	(4) <i>Prozentwert, Grundwert</i> und <i>Prozentsatz</i> identifizieren und berechnen	(4) Prozentwert, Grundwert und Prozentsatz identifizieren und berechnen
(5) Zins und iterativ Zinseszins berechnen	(5) Zins und iterativ Zinseszins berechnen	(5) Zins und iterativ Zinseszins berechnen
(6) eine Tabellenkalkulation verwenden, um <i>Zinssatz</i> , <i>Tilgung/Sparrate</i> und <i>Laufzeit</i>	(6) eine Tabellenkalkulation verwenden, um <i>Zinssatz</i> , <i>Tilgung/Sparrate</i> und <i>Laufzeit</i> näherungsweise zu bestimmen	(6) eine Tabellenkalkulation verwenden, um <i>Zinssatz</i> , <i>Tilgung/Sparrate</i> und <i>Laufzeit</i> näherungsweise zu bestimmen

G	M	E
näherungsweise zu bestimmen		

<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/M/IK7-8-9/01>

Im Fach Mathematik entspricht der Bildungsplan für das Gymnasium dem E-Niveau des gemeinsamen Plans.

Einen besonderen Schwerpunkt haben Aspekte der Verbraucherbildung im neuen Fach „Wirtschaft, Berufs- und Studienorientierung“. Für die Klassen 7 bis 9 sind im Folgenden zum Bereich 3.1.1.1 „Konsument“ einige Kompetenzbeschreibungen aufgeführt:

Die Schülerinnen und Schüler können

G	M	E
(1) ökonomisches Handeln beschreiben (ökonomisches Prinzip, Kaufverhalten) und dabei die Möglichkeit des nachhaltigen Konsums und Verzichts einordnen (z. B. an einem globalen Produkt)	(1) ökonomisches Handeln beschreiben (ökonomisches Prinzip, Kaufverhalten) und dabei die Möglichkeit des nachhaltigen Konsums und Verzichts einordnen (z. B. an einem globalen Produkt)	(1) ökonomisches Handeln erläutern (ökonomisches Prinzip, Kaufverhalten) und dabei die Möglichkeit des nachhaltigen Konsums und Verzichts einordnen (z. B. an einem globalen Produkt)
(2) einen <i>Haushaltsplan</i> (Einnahmen-Ausgaben-Rechnung) erstellen und inhaltlich beurteilen	(2) einen <i>Haushaltsplan</i> (Einnahmen-Ausgaben-Rechnung) erstellen sowie Haushaltspläne inhaltlich vergleichen und beurteilen	(2) einen <i>Haushaltsplan</i> (Einnahmen-Ausgaben-Rechnung) erstellen und Haushaltspläne strukturell (zum Beispiel in Bezug auf Ziele, Salden) vergleichen
(4) Bestimmungsfaktoren von Nachfrage (u. a. Preise, eigene Bedürfnisse, Budgetgrenzen, Peergroup, Werbung, Lebensstil) und Angebot (Kosten für Produktionsfaktoren) erläutern	(4) Bestimmungsfaktoren von Nachfrage (u. a. Preise, eigene Bedürfnisse, Budgetgrenzen, Peergroup, Werbung, Lebensstil) und Angebot (Kosten für Produktionsfaktoren) nennen und dabei Verbraucherverhalten in einer Informationsgesellschaft analysieren	(4) Bestimmungsfaktoren von Nachfrage (u. a. Preise, eigene Bedürfnisse, Budgetgrenzen, Peergroup, Werbung, Lebensstil) und Angebot (u. a. Kosten für Produktionsfaktoren) erläutern und dabei Verbraucherverhalten in einer Informationsgesellschaft analysieren
(6) die Macht des Verbrauchers bei Wettbewerb und Monopol vergleichen	(6) die Macht des Verbrauchers bei Wettbewerb und Monopol vergleichen	(6) die Macht des Verbrauchers bei unterschiedlichen Marktformen vergleichen

G	M	E
(8) die Bedingungen (u. a. Geschäftsfähigkeit, Willenserklärung) für das Zustandekommen eines Kaufvertrags (z. B. Online-Geschäfte) erklären	(8) die Bedingungen (u. a. Geschäftsfähigkeit, Willenserklärung) für das Zustandekommen eines Kaufvertrags (z. B. Online-Geschäfte) mithilfe von gesetzlichen Regelungen erklären	8) die Bedingungen (u. a. Geschäftsfähigkeit, Willenserklärung) für das Zustandekommen eines Kaufvertrags (z. B. Online-Geschäfte) mithilfe von gesetzlichen Regelungen erklären
(9) Instrumente der Verbraucherpolitik (<i>Verbraucherinformation, -bildung, -schutz</i>) darstellen	(9) Instrumente der Verbraucherpolitik (<i>Verbraucherinformation, -bildung, -schutz</i>) beurteilen	(9) Instrumente der Verbraucherpolitik (<i>Verbraucherinformation, -bildung, -schutz</i>) beurteilen und Voraussetzungen für <i>Konsumentensouveränität</i> erklären

[http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/WBS/IK7-8-9/01/01#bplink-infolayer\[3210263f\]/0/](http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/WBS/IK7-8-9/01/01#bplink-infolayer[3210263f]/0/)

Zum Bereich 3.1.1.2 „Geldanleger“ finden sich folgende für die Verbraucherbildung relevante Teilkompetenzen:

Die Schülerinnen und Schüler können

G	M	E
(1) Gründe für und gegen <i>Sparen</i> in Abhängigkeit von verschiedenen Lebenssituationen erläutern	(1) Gründe für und gegen <i>Sparen</i> in Abhängigkeit von verschiedenen Lebenssituationen erläutern	(1) Gründe für und gegen <i>Sparen</i> erörtern
(2) die Bedeutung eines <i>Girokontos</i> in den verschiedenen Lebenssituationen erklären und die Funktionsweise von Onlinebanking beschreiben	(2) die Bedeutung eines <i>Girokontos</i> in den verschiedenen Lebenssituationen erklären und die Funktionsweise von Onlinebanking beschreiben	(2) die Bedeutung eines <i>Girokontos</i> in den verschiedenen Lebenssituationen erklären und die Funktionsweise von Onlinebanking beschreiben
(3) Ziele einer Vermögensanlage erläutern (<i>magisches Dreieck</i>) und den möglichen Konflikt zwischen Sicherheit und Rentabilität darstellen	(3) Ziele einer Vermögensanlage beurteilen (<i>magisches Dreieck</i>) und den möglichen Konflikt zwischen Sicherheit und Rentabilität darstellen	(3) Ziele einer Vermögensanlage bewerten (um Werteaspekte erweitertes <i>magisches Dreieck</i>)
(5) unterschiedliche Interessen von Kapitalgeber und -nehmer analysieren	(5) unterschiedliche Interessen von Kapitalgeber und -nehmer analysieren und den <i>Zins</i> als Preis des Tauschverhältnisses erklären	(5) unterschiedliche Interessen von Kapitalgeber und -nehmer analysieren und den <i>Zins</i> als Preis des Tauschverhältnisses erklären

G	M	E
(7) die Bedeutung des Anlegerschutzes herausarbeiten	(6) die Bedeutung des Anlegerschutzes beschreiben und anhand eines Beispiels erläutern	(6) die Bedeutung des Anlegerschutzes beschreiben und deren Wirksamkeit anhand eines Beispiels erläutern

<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/WBS/IK/7-8-9/01/02>

Ergänzend finden sich im Bereich 3.1.1.3 „Kreditnehmer“ die Teilkompetenzen:

G	M	E
(1) Gründe für und gegen die Aufnahme eines <i>Privatkredits</i> in Abhängigkeit von verschiedenen Lebenssituationen erläutern (<i>ökonomisches Prinzip</i>)	(1) Gründe für und gegen die Aufnahme eines <i>Privatkredits</i> in Abhängigkeit von verschiedenen Lebenssituationen beurteilen (<i>ökonomisches Prinzip</i>)	(1) Gründe für und gegen die Aufnahme eines <i>Privatkredits</i> in Abhängigkeit von verschiedenen Lebenssituationen beurteilen (<i>ökonomisches Prinzip</i>)
(3) Interessen von Kreditgeber und -nehmer nennen	(3) Interessen von Kreditgeber und -nehmer vergleichen	(3) Interessen von Kreditgeber und -nehmer vergleichen und begründen
(4) <i>Kreditfähigkeit</i> und Bonitätskriterien (zum Beispiel Schufa-Auskunft) beschreiben	(4) <i>Kreditfähigkeit</i> beschreiben und Bonitätskriterien (Schufa-Auskunft) erläutern	(4) <i>Kreditfähigkeit</i> und Bonitätskriterien (Schufa-Auskunft) erläutern
(6) die Vermeidung von Überschuldung und mögliche Auswege daraus (z. B. Privatinsolvenz) unter Berücksichtigung staatlicher Schutzvorschriften (z. B. Widerrufsrecht) herausarbeiten	(6) die Vermeidung von Überschuldung und mögliche Auswege daraus (z. B. Privatinsolvenz) unter Berücksichtigung staatlicher Schutzvorschriften (z. B. Widerrufsrecht) erörtern	(6) die Vermeidung von Überschuldung und mögliche Auswege daraus (z. B. Privatinsolvenz) erörtern und die Wirkung staatlicher Schutzvorschriften (z. B. Widerrufsrecht) beurteilen

<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/WBS/IK/7-8-9/01/03#bplink-infolayerf3210523f/0/>

In Klasse 10 wird zudem der Bereich „Versicherungsnehmer“ fokussiert. Hier finden sich beispielsweise folgende Teilkompetenzen:

Die Schülerinnen und Schüler können

G	M	E
(1) individuelle Lebensrisiken (z. B. Armut, Krankheit) beschreiben	(1) individuelle Lebensrisiken (z. B. Armut, Krankheit) beschreiben	(1) individuelle Lebensrisiken (z. B. Armut, Krankheit) beschreiben

G	M	E
(2) das Grundprinzip der Unterscheidung in <i>freiwillige Versicherung</i> und <i>Pflichtversicherung</i> beschreiben	(2) die Schutzfunktion des Staates erläutern und das Grundprinzip der Unterscheidung in <i>freiwillige Versicherung</i> und <i>Pflichtversicherung</i> darstellen	(2) die Schutzfunktion des Staates erläutern und das System der <i>freiwilligen Versicherung</i> und der <i>Pflichtversicherung</i> vergleichen
(3) Individualversicherungen am Beispiel der <i>Haftpflichtversicherung</i> erläutern und Vertragsangebote vergleichen	(3) Individualversicherungen (unter anderem Haftpflicht, Risikolebensversicherung) erläutern, Vertragsangebote vergleichen und die Rollen der Vertragspartner erklären	(3) Individualversicherungen (unter anderem Haftpflicht, Risikolebensversicherung) als Möglichkeiten zur Absicherung vermögens-, sach- und personenbezogener Risiken beurteilen, Vertragsangebote vergleichen und die Rollen der Vertragspartner erklären
(4) die Problematik der Finanzierung (für den Einzelnen, das Versicherungsunternehmen, den Staat) von Versicherungen (Eigenverantwortung versus Solidarität) erläutern	(4) die Problematik der Finanzierung (für den Einzelnen, das Versicherungsunternehmen, den Staat) von Versicherungen (Eigenverantwortung versus Solidarität) erläutern	(4) die Problematik der Finanzierung (für den Einzelnen, das Versicherungsunternehmen, den Staat) von Versicherungen (Eigenverantwortung versus Solidarität) erläutern

<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/WBS/IK/10/01/01>

Auch im Fach „Wirtschaft, Berufs- und Studienorientierung“ entspricht der Bildungsplan für das Gymnasium dem E-Niveau des gemeinsamen Plans.

Im gemeinsamen Plan der Sekundarstufe I wurde mit der Bildungsplanreform 2016 auch das neue Wahlpflichtfach „Alltagskultur, Ernährung, Soziales“ (AES) eingeführt. In den Klassen 7 bis 9 widmet sich ein Kompetenzbereich vollständig dem Thema „Konsum“ (3.1.4). Er ist in folgende Teilbereiche aufgegliedert „Konsumententscheidung“, „Qualitätsorientierung“, „Konsum in globalen Zusammenhängen“, „Nachhaltig handeln“ und „Verbraucherschutz“. Alle Bereiche nehmen die Schülerinnen und Schüler als Verbraucher mit all ihren Rechten und Pflichten aber auch ihrer Verantwortung in den Blick. Aufgrund des Umfangs des Kompetenzbereichs werden hier nur die übergreifenden Kompetenzbeschreibungen angeführt, sowie ein Kompetenzbereich exemplarisch im Detail dargestellt.

Die Zielkompetenzen der Teilbereiche lauten wie folgt:

3.1.4.1 Konsumententscheidung

„Die Schülerinnen und Schüler stellen Zusammenhänge, die Konsumententscheidungen beeinflussen, dar. Sie reflektieren ihr Konsumverhalten unter Berücksichtigung soziokultureller Rahmenbedingungen und entwickeln Handlungsoptionen für situations- und bedarfsgerechte Konsumententscheidungen.“

3.1.4.2 Qualitätsorientierung

Die Schülerinnen und Schüler erkennen und verstehen zentrale Bewertungskriterien von Produkten und Dienstleistungen hinsichtlich Gesundheit, Nachhaltigkeit und Funktionalität. Sie können Produkt- und Prozessqualität von Waren und Dienstleistungen aus ihrer Alltagswelt bewerten und Konsumententscheidungen reflektiert treffen.

3.1.4.3 Konsum in globalen Zusammenhängen

Die Schülerinnen und Schüler können Prinzipien eines nachhaltigen und verantwortungsvollen Lebensstils unter Berücksichtigung von wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Zusammenhängen darstellen. Sie entwickeln nachhaltige Handlungsstrategien für selbstbestimmte private Konsumententscheidungen.

3.1.4.4 Nachhaltig handeln

Die Schülerinnen und Schüler können in ihrem alltagskulturellen Handeln – insbesondere hinsichtlich ihrer Ernährung, Bekleidung, Medien, Mobilität und Freizeitgestaltung – ökonomisch, ökologisch und sozial agieren und dabei ihre Ressourcen sinnvoll einsetzen

3.1.4.5 Verbraucherschutz

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit dem Verbraucherschutz und dessen Notwendigkeit auseinander und übertragen ihre Kenntnisse auf haushaltsbezogene Handlungssituationen.

Zielkompetenz „Konsumententscheidung“ wird anhand folgender Teilkompetenzen konkretisiert:

Die Schülerinnen und Schüler können

G	M	E
(1) das eigene Konsumverhalten beschreiben und Konsumententscheidungen charakterisieren (<i>spontane, habituelle, limitierte und expansive</i>)	(1) das eigene Konsumverhalten beschreiben und Konsumententscheidungen erklären (<i>spontane, habituelle, limitierte und expansive</i>)	(1) das eigene Konsumverhalten analysieren, eigene Konsumententscheidungen überprüfen (<i>spontane, habituelle, limitierte und expansive</i>) und den Konsumententscheidungsprozess erklären

G	M	E
(2) Bedürfnisse identifizieren und verschiedene Wege der Bedarfsdeckung erläutern	(2) Bedürfnisse identifizieren und verschiedene Wege der Bedarfsdeckung erläutern	(2) Bedürfnisse identifizieren, verschiedene Wege der Bedarfsdeckung erläutern und den Zusammenhang zwischen Bedürfnis, Bedarf und Nachfrage entwickeln
(3) Einflussfaktoren (unter anderem Moden und Trends, Medien) auf das Konsumverhalten herausarbeiten	(3) Einflussfaktoren (unter anderem Moden und Trends, Medien) auf das Konsumverhalten charakterisieren und darstellen	(3) Einflussfaktoren (unter anderem Moden und Trends, Medien) auf das Konsumverhalten charakterisieren, deren Bedeutsamkeit reflektieren und Handlungsoptionen erörtern
(4) Marketingstrategien beschreiben und Werbeversprechen auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen	(4) Marketingstrategien erläutern und Werbeversprechen auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen	(4) Marketingstrategien erläutern, diese analysieren und Werbeversprechen auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen und beurteilen
(5) ausgewählte Einkaufsstätten erkunden und deren Verkaufsstrategien beschreiben	(5) Einkaufsstätten erkunden und deren Verkaufsstrategien analysieren	(5) Einkaufsstätten erkunden, deren Verkaufsstrategien bewerten und die Ergebnisse anderen erklären
(6) die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen als Folge ihres Einkaufsverhaltens beschreiben	(6) die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen als Folge ihres Einkaufsverhaltens erläutern	(6) die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen als Folge ihres Einkaufsverhaltens diskutieren und bewerten

<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/AES/IK/7-8-9/04/01>

Für die Klasse 10 wird sich im Kompetenzbereich „Ernährung und Gesundheit“ folgende Zielkompetenz angestrebt:

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit Entwicklungen im Ernährungsbereich kritisch auseinander. Sie bewerten diese vor dem Hintergrund einer gesundheitsbewussten und nachhaltigen Lebensführung und beziehen die Überlegungen in ihr Konsumhandeln ein. In komplexen Aufgabenstellungen werden die gewonnenen Erkenntnisse erprobt und angewendet.

Folgende Teilkompetenzen werden ausgewiesen:

Die Schülerinnen und Schüler können

G	M	E
<p>(2) die Warenkennzeichnung nutzen, um ausgewählte Lebensmittel kriteriengeleitet zu vergleichen (z. B. Gesundheit, Nachhaltigkeit), mögliche Werbeversprechen zu diskutieren und zu bewerten (z. B. Health Claims) sowie Handlungsoptionen zu entwickeln</p>	<p>(2) die Warenkennzeichnung nutzen, um ausgewählte Lebensmittel kriteriengeleitet zu vergleichen (z. B. Gesundheit, Nachhaltigkeit), mögliche Werbeversprechen zu diskutieren und zu bewerten (z. B. Health Claims) sowie Handlungsoptionen zu entwickeln</p>	<p>(2) die Warenkennzeichnung nutzen, um ausgewählte Lebensmittel kriteriengeleitet zu vergleichen (z. B. Gesundheit, Nachhaltigkeit), mögliche Werbeversprechen zu diskutieren und zu bewerten (z. B. Health Claims) sowie Handlungsoptionen zu entwickeln</p>
<p>(3) Informationen zu einem Ernährungstrend beschreiben und anhand gesundheits- und nachhaltigkeitsrelevanter Kriterien materialunterstützt bewerten (zum Beispiel Nahrungsergänzungsmittel, funktionelle Lebensmittel)</p>	<p>(3) Informationen zu Ernährungstrends recherchieren, darstellen und anhand gesundheits- und nachhaltigkeitsrelevanter Kriterien bewerten (zum Beispiel Nahrungsergänzungsmittel, funktionelle Lebensmittel)</p>	<p>(3) Informationen zu Ernährungstrends recherchieren, auswerten und anhand gesundheits- und nachhaltigkeitsrelevanter Kriterien bewerten (zum Beispiel Nahrungsergänzungsmittel, funktionelle Lebensmittel)</p>
<p>(5) an ausgewählten Beispielen erläutern, wie Konsumenten politische Rahmenbedingungen beeinflussen können (Consumer Citizenship)</p>	<p>(5) an ausgewählten Beispielen analysieren, wie Konsumenten politische Rahmenbedingungen beeinflussen können (Consumer Citizenship)</p>	<p>5) an ausgewählten Beispielen erörtern, wie Konsumenten politische Rahmenbedingungen beeinflussen können (Consumer Citizenship)</p>

<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/AES/IK/10/01>

Ebenfalls für Klasse 10 ist der Bereich „Lebensgestaltung und Konsum“ vorgesehen. Dieser Bereich wird mit folgenden Kompetenzbeschreibungen hinterlegt:

Die Schülerinnen und Schüler können

G3	M3	E3
<p>(2) an ausgewählten Beispielen den Zusammenhang und mögliche Spannungsverhältnisse von Lebensstil, Konsumverhalten und nachhaltiger Entwicklung beschreiben und Schlussfolgerungen für einen nachhaltigen Konsum ableiten (z. B. Ressourcenschonung, Flächennutzungs-Konkurrenz, Tauschbörsen, Car-Sharing)</p>	<p>(2) den Zusammenhang und mögliche Spannungsverhältnisse von Lebensstil, Konsumverhalten und nachhaltiger Entwicklung beschreiben und Schlussfolgerungen für einen nachhaltigen Konsum ableiten und begründen (z. B. Ressourcenschonung, Flächennutzungs-Konkurrenz, Tauschbörsen, Car-Sharing)</p>	<p>(2) den Zusammenhang und mögliche Spannungsverhältnisse von Lebensstil, Konsumverhalten und nachhaltiger Entwicklung erklären, Schlussfolgerungen für einen nachhaltigen Konsum ableiten und bewerten (z. B. Ressourcenschonung, Flächennutzungs-Konkurrenz, Tauschbörsen, Car-Sharing)</p>

G3	M3	E3
(3) Möglichkeiten der Verwendung der finanziellen Ressourcen im Privathaushalt diskutieren und Informationen zum privaten Finanzmanagement auswerten	(3) Möglichkeiten der Verwendung der finanziellen Ressourcen im Privathaushalt erörtern und Informationen zum privaten Finanzmanagement auswerten	(3) Möglichkeiten der Verwendung der finanziellen Ressourcen im Privathaushalt erörtern und Informationen zum privaten Finanzmanagement auswerten

<http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/LS/BP2016BW/ALLG/SEK1/AES/IK/10/02>

Das Fach „Alltagskultur, Ernährung, Soziales“ (AES) wird im Gymnasium nicht angeboten.

Die Verbraucherbildung wird aber auch im Gymnasium in verschiedenen Fächern thematisiert, wie folgende Beispiele exemplarisch zeigen.

Das Fach **Wirtschaft / Berufs- und Studienorientierung** (Klassen 8/9/10) weist im Kompetenzbereich 3.1.1 Verbraucher bzw. im Teilbereich 3.1.1.1 Konsument folgende Zielkompetenz aus:

„Die Schülerinnen und Schüler können mögliche Verhaltensweisen bei ihren Entscheidungen als Verbraucher erörtern (I) und Interessen, Erwartungen und Handlungen in Tauschsituationen beurteilen (II). Sie können die Rolle von Verbrauchern auf Märkten bewerten und sowohl die Bedingungen auf Märkten als auch den rechtlichen Rahmen überprüfen (III).“

Dabei werden folgende Teilkompetenzen fokussiert:

- (1) ökonomisches Handeln erläutern (ökonomisches Prinzip, Kaufverhalten) und dabei die Möglichkeit des nachhaltigen Konsums und Verzichts einordnen (zum Beispiel an einem globalen Produkt)
- (2) die Bedingungen (unter anderem Geschäftsfähigkeit, Willenserklärung) für das Zustandekommen eines Kaufvertrags (zum Beispiel Online-Geschäfte) mithilfe von gesetzlichen Regelungen erklären und die Bedeutung eines Girokontos für verschiedene Zahlungsarten beschreiben
- (3) einen Haushaltsplan (Einnahmen-Ausgaben-Rechnung) erstellen und Haushaltspläne strukturell (zum Beispiel in Bezug auf Ziele, Salden) vergleichen
- (4) Gründe für und gegen Sparen erörtern und Ziele einer Vermögensanlage (um Werteaspekte erweitertes magisches Dreieck: Sicherheit, Rentabilität und Liquidität) bewerten
- (5) Ursachen für Überschuldung sowie deren Folgen erläutern und die Wirkung staatlicher Schutzvorschriften (zum Beispiel Widerrufsrecht) beurteilen
- (6) die Wechselbeziehungen im erweiterten Wirtschaftskreislauf beschreiben und mögliche Machtverhältnisse analysieren

(7) Bestimmungsfaktoren von Nachfrage (unter anderem Preise, eigene Bedürfnisse, Budgetgrenzen, Peergroup, Werbung, Lebensstil) und Angebot (unter anderem Kosten für Produktionsfaktoren) erläutern und dabei Verbraucherverhalten in einer Informationsgesellschaft analysieren

(8) anhand eines Preis-Mengen-Diagramms die Preisbildung beim Polypol auf dem vollkommenen Markt und die Grenzen dieses Modells erklären

(9) Börsen als Orte des Aufeinandertreffens von Angebot und Nachfrage erläutern

(10) Marktversagen (zum Beispiel bei negativen externen Effekten, Informationsasymmetrien) erklären und Lösungsmöglichkeiten (zum Beispiel Selbstverpflichtung, Gesetze) beurteilen

(11) die Macht des Verbrauchers bei unterschiedlichen Marktformen vergleichen und Voraussetzungen für Konsumentensouveränität (unter anderem Instrumente der Verbraucherpolitik) erklären

<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GYM/WBS/IK/8-9-10/01>

Im Fach **Wirtschaft** können die Schülerinnen und Schüler im Bereich 3.1.2 Grundlagen der Betriebswirtschaft „(11) Wechselwirkungen zwischen Customer Relationship Management und Konsumenten-souveränität (unter anderem informationelle Selbstbestimmung) erläutern“.

http://www.bildungsplaene-bw.de/site/bildungsplan/get/documents/lbw/export-pdf/depot-pdf/ALLG/BP2016BW_ALLG_GYM_WI.pdf

Im Fach **Ethik** wird auf allen Stufen und in vielen Bereichen die Verantwortung des Menschen als Kulturwesen für Natur und Umwelt thematisiert.

Im Fach **Geographie** wird der Konsument unter anderem als Akteur im globalen Kontext in den Blick gerückt, zum Beispiel in den Klassen 7/8 im Bereich 3.2.4.1 „Raumwirksamkeit wirtschaftlichen Handelns“ über die Teilkompetenz 1: „Die Schülerinnen und Schüler können die Produktion und den Handel eines Welthandelsguts hinsichtlich der Raumwirksamkeit unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit darstellen und die eigene Position als Konsument überprüfen (globale Warenströme, Welthandelsgut, Konsument, nachhaltige Produktion, Fairer Handel)

<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GYM/GEO/IK/7-8/04/01>

Auch in den Fremdsprachen ist die Verbraucherbildung verankert wie beispielsweise im Fach **Englisch** über das in Klassen 9/10 ausgewiesene Thema „consumer citizenship“ (3.3.1 Soziokulturelles Orientierungswissen / Themen, TK 2).

<http://www.bildungsplaene-bw.de/,Lde/LS/BP2016BW/ALLG/GYM/E1/IK/9-10/01>

Land: Bayern

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	MRin, Mitarbeiterin in Ref. IV.10 im Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus
Name:	Dr. Bettina Scherbaum
Tel.:	089-2186-2308
E-Mail:	bettina.scherbaum@stmuk.bayern.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

Nein

Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

- Grundschule (GS): „Heimat- und Sachunterricht“ (HSU)
- Mittelschule (MS): „Wirtschaft und Beruf“
- Wirtschaftsschule (WS): „Betriebswirtschaftliche Steuerung und Kontrolle“, „Wirtschaftsgeographie“
- Realschule (RS): „Wirtschaft und Recht“
- Gymnasium (GY): „Wirtschaft und Recht“
- Fach- und Berufsoberschule (FOS/BOS): „Betriebswirtschaftslehre“, „Wirtschaft aktuell“, „Wirtschaft und Recht“

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1-4	<p>LehrplanPLUS bietet im Serviceteil einen Überblick über alle relevanten Themen als schulartübergreifende Matrix an.</p> <p>https://www.lehrplanplus.bayern.de/zusatzinformationen/material/absatz/24775/uebergreifende-ziele/grundschule</p> <p>Im Rahmen des Konzepts „Alltagskompetenzen – Schule fürs Leben“ werden die Themenbereiche aus den Handlungsfeldern von „Alltagskompetenz und Lebensökonomie“ in einem eigenen Lehrplan zusammengeführt und im Rahmen des LehrplanPLUS verankert (derzeit in Vorbereitung).</p>	

	<p>Stichwort „Verbraucherbildung in der Suchfunktion zum Lehrplan-PLUS</p> <p>https://www.lehrplanplus.bayern.de/suche/lehrplan/filter/add/kapitel/Fachprofile</p>	
ab 45	<p>z.B. für die Realschule</p> <p>https://www.lehrplanplus.bayern.de/uebergreifende-ziele/realschule</p> <p>Stichwort „Verbraucherbildung“ in der Suchfunktion zum Lehrplan-PLUS; Fächerübergreifende Ziele und Fachprofile</p> <p>https://www.lehrplanplus.bayern.de/suche/lehrplan/filter/add/kapitel/Fachprofile</p>	

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
1-4 GS (auch für Jgst. 6-9)	<p>Medienführerschein Bayern: https://www.medienfuehrerschein.bayern.de/</p> <p>Initiative der Bayerischen Staatsregierung in Zusammenarbeit mit der Stiftung Medienpädagogik Bayern</p>
3 und 4 GS	<p>Erlebnis Bauernhof: www.erlebnis-bauernhof.bayern.de</p> <p>Das Programm „Erlebnis Bauernhof“ ermöglicht jedem Grundschulkind der zweiten bis vierten Jahrgangsstufe, Förderschulkindern aller Jahrgangsstufen sowie Kindern in Deutschklassen die Teilnahme an einem kostenfreien Lernprogramm auf einem Bauernhof.</p> <p>Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF)</p>
1-4 GS	<p>„Landfrauen machen Schule“: http://www.bayerischerbauernverband.de/landfrauen-machen-schule-aktuelles</p> <p>Mit dem Projekt „Landfrauen machen Schule“ vermitteln die Landfrauen im Bayerischen Bauernverband bayerischen Grund- und Förderschulkindern die Wertschätzung für eine gesunde Ernährung mit regionalen und saisonalen Lebensmitteln. Das durch das StMELF und das Bildungswerk des Bayerischen Bauernverbands geförderte Projekt hat das „Lernen mit allen Sinnen“ zum Grundsatz und besteht aus zwei Teilen: einem Hofbesuch und dem Schulunterricht mit einer Ernährungsfachfrau.</p>
5, 6 und 7 MS	<p>„Mit Wissen zum finanziellen Kissen“ – ein Projekt für Mittelschulen in der Ganztagsbetreuung: Projekt zu den Themen Finanzkompetenz, Marktkompetenz, Medienkompetenz, nachhaltiger Konsum und Verbraucherrecht des Bayerischen Landesausschusses für Hauswirtschaft unter Förderung des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz (StMUV)</p> <p>https://www.verbraucherbildung.bayern.de/initiative/partner/index.htm#projekte</p>
ab 7	<p>„Förderung von Schülerunternehmen für eine gesundheitsförderliche Schulverpflegung“: Essen was uns schmeckt; Förderung gesunder Schulverpflegung durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten</p> <p>https://www.stmelf.bayern.de/ernaehrung/gem_verpflegung/104487/index.php</p>

ab 7 RS	Wahlfach „Verbraucherprofi“ für Realschulen: Modularisiertes Wahlfach mit Modulen zu Finanz-, Konsum-, Medien- sowie Ernährungs- und Gesundheitskompetenz. Jeweils einjähriges Wahlfach für Grundmodule und Aufbaumodule mit Fokus auf Praxisbezug, abschließendem Test und Teilnahmebescheinigung https://www.isb.bayern.de/schulartspezifisches/materialien/i/verbraucherprofi/
Ab Jg 9	Wettbewerb „Deutscher Gründerpreis für Schülerinnen und Schüler“ – Planspiel für Jugendliche https://www.deutscher-gruenderpreis.de/ Planspiel Börse Online-Wettbewerb www.planspiel-boerse.de

Schulart- über- greifend	Konzept „Alltagskompetenzen – Schule fürs Leben“. Start zum Schuljahr 2020/201: Die allgemeinbildenden Schulen (einschließlich Wirtschaftsschulen) realisieren ab dem Schuljahr 2020/2021 verpflichtende, projektorientierte Module aus dem Bereich Alltagskompetenz und Lebensökonomie nach der Vorgabe: in den Jahrgangsstufen 1 - 4 eine Projektwoche, in den Jahrgangsstufen 5 - 9 eine Projektwoche. Dadurch Umsetzung des schulart- und fächerübergreifenden Bildungs- und Erziehungsziels „Alltagskompetenz und Lebensökonomie“, das im LehrplanPLUS verbindlich verankert ist; Aufschlüsselung der Inhalte der unter „Alltagskompetenz und Lebensökonomie“ subsumierten Handlungsfelder Gesundheit, Ernährung, Haushaltsführung, Selbstbestimmtes Verbraucherverhalten und Umweltverhalten. Lehrplanerläuterungen und Unterstützungsmaterialien für Schulen im Hinblick auf das Konzept derzeit in Erarbeitung (Erläuterung der Lehrplanbezüge und von Bezügen zum Schulleben, Vorschläge zur Zusammenarbeit mit externen Partnern, Kontaktdaten und Materiallisten zu den einzelnen Handlungsfeldern Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB) http://www.isb.bayern.de/schulartspezifisches/materialien/alltagskompetenz-lebensoekonomie/
	Initiative „Partnerschule Verbraucherbildung“, gemeinsame Initiative des Staatsministeriums für Unterricht und Kultus und des Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz. Aktionspartner ist der staatlich geförderte bayerische Verbraucherverband VerbraucherServiceBayern. Schulen können sich um die Auszeichnung „Partnerschule Verbraucherbildung“ durch die Bearbeitung von zwei vorgegebenen Themen bewerben (Auszeichnung gilt für ein Jahr); bei einer Verankerung der Verbraucherbildung im Schulentwicklungsprogramm ist zudem die Auszeichnung zur „PartnerschulePLUS“ möglich, die für zwei Jahre ausgesprochen wird. Die besten Einreichungen werden zudem prämiert. https://www.verbraucherbildung.bayern.de/schule/partnerschule/index.htm

- 4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

- Portal: www.verbraucherbildung.bayern.de

Portal zur Ökonomischen Verbraucherbildung mit Informationen und Materialien aus einem einschlägigen Schulversuch in Kooperation des dem StMUK nachgeordneten Staatsinstituts für Schulqualität und Bildungsforschung, - <https://www.medienfuehrerschein.bayern.de/>

- 5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Stiftung Medienpädagogik Bayern	s. o.: Erstellung und Bereitstellung von Materialien, Informationen und Kontaktangeboten für Lehrkräfte
Verband VerbraucherServiceBayern	Aktionspartner bei der Initiative „Partnerschule Verbraucherbildung“ https://www.verbraucherbildung.bayern.de/schule/partnerschule/index.htm

Land: Berlin

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Oberschulrätin
Name:	Dr. Jana Schlösser
Tel.:	-902275866
E-Mail:	jana.schloesser@senbjw.berlin.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

W-A-T Wirtschaft- Arbeit-Technik

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1-10	Das übergreifende Thema Verbraucherbildung ist im Rahmenlehrplan 1-10 Berlin-Brandenburg für alle Jahrgangsstufen und alle Fächer verbindlich verankert. Es kann sowohl Kontext für den Fachunterricht und das fächerverbindende Arbeiten, Schwerpunkt von schulischen Projekten aber auch Grundlage für die Erarbeitung von Leitideen oder Schulkonzepten sein.	
1-4	Konsumverhalten, gesunde Ernährung, Gesundheitsförderung, Suchtprohylaxe, Umgang mit Geld, Werbung, ...	Sachunterricht
5-6	Gesunde Ernährung und Energiegehalt, stoffliche und nichtstoffliche Suchtmittel, Lebensmitteltechnologie	Naturwissenschaften 5/6
7-8	Besonders intensiv ist die Verankerung im Fachteil des Faches WAT. Hier sind explizit Aspekte des Verbraucherschutzes in den fachspezifischen Standards aber auch in den Themen und Inhalten verankert. Verpflichtende Themenfelder sind mit P gekennzeichnet. Daneben werden auch Wahlpflichtthemenfelder angeboten (WP) - Ernährung, Gesundheit und Konsum (P5) - Markt, Wirtschaftskreisläufe und politische Rahmenbedingungen (P6)	WAT

9-10	<ul style="list-style-type: none"> - Ernährung und Konsum aus regionaler und globaler Sicht (P9) - Unternehmerisches Handeln (P10) <p>Zusätzlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entwickeln und Herstellen von Produkten für Kunden/Entwickeln und Anbieten von Dienstleistungen (WP1) Kleidung und Mode/Textilverarbeitung (WP2) Lebensmittelverarbeitung (WP3) Bauen und Wohnen (WP6) Mobilität und Energieversorgung (WP7) 	WAT
11	-	
12	-	
13	-	

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
5 - 10	<ul style="list-style-type: none"> - Ein fachübergreifendes Basiscurriculum Verbraucherbildung 5 – 10 (2015) wurde als Auftakt für die Erarbeitung von Basiscurricula für alle übergreifenden Themen erarbeitet. - Implementierung des üT Verbraucherbildung durch Fachtage, Fortbildungen - Herstellen eines konkreten Fächerbezuges zum üT Verbraucherbildung für alle Fächer im Rahmen fachspezifischer Fachbriefe.
11-13	<p>Im Rahmen der Neufassung der Rahmenlehrpläne der gymnasialen Oberstufe sollen in einem länderübergreifenden Projekt (Berlin/Brandenburg) entsprechend der Struktur des Rahmenlehrplanes für die Jahrgangsstufen 1-10 Berlin Brandenburg die übergreifenden Themen (auch Verbraucherbildung) verbindlich verankert werden.</p> <p>Dieses Projekt befindet sich derzeit in der Umsetzungsphase und soll zum Schuljahr 21/22 wirksam werden.</p>
	Bewerbung des Wettbewerbs Verbraucherschule

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

Eine umfangreiche Materialsammlung zum üT Verbraucherbildung ist hier zu finden: <https://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/themen/verbraucherbildung>
 Diese wird aktuell in Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale Berlin erweitert.

5) **Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?**

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Verbraucherzentrale Berlin	Kooperation zu Einzelprojekten (Verbraucherschule, Materialverlinkung, Gestaltung von Fachtagen und Fortbildungen) Punktueller Kooperationen der Schulen mit der Verbraucherzentrale.
Technische Universität Berlin, Bereich Arbeitslehre	Kooperation im Rahmen der Forschungsarbeit des Fachbereichs Arbeitslehre zu verschiedenen Projekten mit Bezug zum Verbraucherschutz für Schülerinnen und Schüler.

Land: Brandenburg

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Mitarbeiterin Referat 26
Name:	Köhn, Uta
Tel.:	0331/8663794
E-Mail:	uta.koehn@mbjs.brandenburg.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Das Übergreifende Thema (ÜT) „Verbraucherbildung“ ist Teil aller Unterrichtsfächer, u. a. Wirtschaft- Arbeit-Technik (WAT), Naturwissenschaften, Sachunterricht. Es bestehen zahlreiche Bezüge zum Basiscurriculum Medienbildung sowie zum übergreifenden Thema Nachhaltige Entwicklung/Lernen in globalen Zusammenhängen.

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1 - 4	Herkunft von Lebensmitteln/Regionalität u. Saisonalität; Einkaufsmöglichkeiten; Verarbeitung, Verpackung, Transport; Haus- u. Nutztiere; Tierhaltung/Tierprodukte; gesunde Ernährung u. Prophylaxe (z. B. Suchtprävention); Umgang mit natürlichen Ressourcen; Umgang mit Geld	Sachunterricht
Doppeljg. 5/6	Gesundheitsförderliche Lebensweise; Wirtschaften im privaten Haushalt; Gesunde Ernährung (z. B. Nahrungspyramide; Lebensmitteltechnologie); Suchtprophylaxe; artgerechte Tierhaltung; nachhaltiger Umgang mit der Natur; Abfallentsorgung; Nahrungsproduktion,-verteilung u. -mangel; Verbraucherschutz (Siegel; Verbraucherzentralen u. -schutzorganisationen); Werbe- u. Verkaufsstrategien; Umgang mit Geld; nachhaltiger Konsum; Chancen u. Gefahren der Internetnutzung u. sozialen Netzwerke (Cybermobbing)	WAT(Pflichtbereich) Naturwissenschaften; Gesellschaftswissenschaften

Doppeljg. 7/8	Ernährung, Gesundheit u. Konsum; Markt, Wirtschaftskreisläufe u. politische Rahmenbedingungen Ernährung u. gesunde Lebensweise; Suchtprävention Umgang mit natürlichen Ressourcen (Wasser, Luft, Salze)	WAT(Pflichtbereich) Biologie Chemie
Doppeljg. 7/8	Chancen u. Gefahren der digitalen Gesellschaft; Meinungs- u. Informationsfreiheit; Kontrolle u. Sicherheit/Datenschutz; staatliche Zensur; Anonymität; Quellenkritik; Globale Risiken u. nachhaltiger Ressourcenumgang	Politische Bildung
Doppeljg. 7/8	Vielfalt der Erde (Geofaktoren, Geozonen, Nutzungspotential u. Herausforderungen; Nachhaltige Entwicklung); Armut u. Reichtum (Ursachen/Folgen von Armut, Wege aus der Armut; Fairer Handel)	Geografie
7-10	Nachhaltiger Umgang mit Wasser (Lebensraum Wasser; Wasserfußabdruck); nachhaltiger Umgang mit Energie (Energiebedarf des Menschen; Energiegehalt von Nährstoffen; Energie aus nachwachsenden Rohstoffen); Ernährung u. Klima; Zusammensetzung von Nahrungsmitteln, Wege der Nahrung, Sport u. Ernährung; ernährungs- u. verhaltensbedingte Krankheiten; gesunde Ernährung; Fast Food- Slow Food-Energy-Food; Qualität von Nahrungsmitteln; Lebensmittelverschwendung; Speiseplancheck; Abgrenzung Sucht u. Genuss; Drogenprävention; nachhaltiger Umgang mit Nahrung, Kleidung, Kosmetik, Verpackungen (Untersuchung von Lebensmitteln, Arzneimitteln, Getränken, Verpackungen), Abfallproblematik; Datenschutz u. Sicherheit; Umgang mit der Informationsflut; Wirkung u. Macht von Medien; Suchtfalle Handy-Internet-Glücksspiel; Smartphone-Nutzung	Naturwissenschaften
7-10	Beschaffung u. Bewertung von Informationen aus dem Internet u. klassischen Medien; Datenschutz; rechtliche Grundlagen; Prüfung der Glaubwürdigkeit von Fundstellen, Datenaustausch in Netzwerken; Plagiate; illegale Kopien/Urheberrechtsverletzung; Überwachung; Cybermobbing; Gefahren der Nutzung von E-Mails	Informatik
7-10	Umgang miteinander (Kommunikation u. Interaktion; Mobbing u. Cybermobbing); Menschsein aus philosophischer Sicht (Subjektive u. objektive Wahrheiten; Lebensgestaltung – Konsumansprüche; Rolle des Menschen zwischen Natur u. Kultur (Umgang mit der Natur u. Naturressourcen; Tierethik, Massentierhaltung - Tierversuche - Vegetarismus	Lebensgestaltung-Ethik-Religion
Doppeljg. 9/10	Ernährung u. Konsum aus regionaler u. globaler Sicht; Lebensmitteltechnologie/Industrialisierung; Rechte u. Einwirkungsmöglichkeiten als Konsumenten; Unternehmerisches Handeln	WAT (Pflichtbereich);
Doppeljg. 7/8 sowie 9/10	Techniken der Lebensmittelverarbeitung; Preis-u. Qualitätsvergleich von Handelsprodukten; gesetzliche Regelungen beim Kauf, Lagern, Verkauf von Produkten; gesunde Ernährung u. Lebensführung; Miete u. Mietnebenkosten/Verbrauchsanalysen im privaten Haushalt (z. B. Wasser, Strom); Rechte u. Pflichten von Mietern/Vermietern; Verbraucherzentralen, Mietvereine;	WAT (Wahlpflichtbereich)

	<u>Ausnahme in BB</u> : Themenfelder Schülerfirma und Berufsfeldorientierter Unterricht (Wirtschaft u. Verwaltung; Hauswirtschaft; Sozialwesen; gewerblich-technischer Bereich) als besondere Form des WAT (WP)	
Doppeljg. 9/10	Grundlagen der sozialen Marktwirtschaft (Wettbewerbspolitik, Handelspolitik; Konjunkturpolitik; Sozialpolitik, Tarifpolitik); Ziele der Wirtschaftspolitik u. individuelle Handlungsmöglichkeiten; Verhältnis von Markt u. Staat	Politische Bildung
Doppeljg. 9/10	Verfügbarkeit, Entstehung, nachhaltige Nutzung von Ressourcen; Ressourcenschonung, Ressourcenkonflikte (z. B. konventionelle Landwirtschaft -ökologischer Landbau; fossile u. erneuerbare Energierohstoffe); nachhaltige Maßnahmen des Klimaschutzes; Globalisierung u. deren Auswirkungen auf Mensch u. Umwelt; Wertschöpfungsketten, schneller medialer Austausch, Internetbasierte Kommunikation	Geografie
Doppeljg. 9/10	Gesundheit (Bakterien, Viren, Allergien, Tiere als Krankheitsüberträger, Infektionskrankheiten); Suchtprävention Alkohole (physiologische Wirkung von alkoholischen Getränken; Suchtmittel u. Suchtprävention; Organische Säuren zur Lebensmittelherstellung u.-konservierung	Biologie Chemie
Doppeljg. 9/10	Wirkungsweise der medialen Welt (Einfluss von Medienangeboten auf Alltag u. Persönlichkeit; Internet u. Gefahr von Identitätsverlust; Information durch Medien; Entstehung u. Transformation von Nachrichten; Medienkonvergenz u.-gebrauch); Markt u. Marktmechanismus; Wirtschaftskreislauf; Geld/Zahlungsverkehr; Kinder u. Jugendliche als Verbraucher; Werbung/Werbestrategien u. Einflussnahme auf Konsumententscheidungen; Nachhaltiger Konsum; Verbraucherrechte (z. B. Datenschutz im Internet, Abo-Fallen, Handy-Verträge); Umgang mit (Taschen)-Geld; Schuldenfallen vs. Haushaltsplanerstellung; Struktur des Rechtssystems u. Rechtsprechung; Rechtsnormen in aktuellen Lebenssituationen; Jugend u. Recht (u. a. Jugendschutzgesetze, Tauschbörse Schulhof, Raubkopien u. Urheberrecht; Urheberrecht im Netz)	Sozial-/Wirtschaftswissenschaften
9-10	Verhältnis Mensch-Natur-Technik (Technik im Alltag-Veränderung des Lebens durch Technik; Natur-Welten- Veränderung der Natur durch den Menschen); medial vermittelte u. reale Welt (soziale Medien)	Philosophie
Qualifizierungsphase der Sek II¹	Bezug zur Verbraucherbildung z. B. in: 3. Kurs-Halbjahr (GK): Märkte 4. Kurs-Halbjahr (GK): Nachhaltiges Wirtschaften	Wirtschaftswissenschaft
-,,-	Bezug ist in allen Kurs-Halbjahren möglich: 1. Kurs-Halbjahr: Raumplanung 2. Kurs-Halbjahr: Europa	Geographie

¹ vgl. <https://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/curricula-gost-bb>

	3. Kurs-Halbjahr: Leben in der „Einen Welt“ 4. Kurs-Halbjahr: Ausgewählte Weltwirtschaftsregionen im Wandel	
-,-	Bezug ist in allen Kurs-Halbjahren möglich: 1. Kurs-Halbjahr: Demokratie 2. Kurs-Halbjahr: Wirtschaft 3. Kurs-Halbjahr: Gesellschaft 4. Kurs-Halbjahr: Ausgewählte Weltwirtschaftsregionen im Wandel	Politische Bildung
-,-	Bezug zur Verbraucherbildung z. B. in: 1. Kurs-Halbjahr (GK): Ethischer, moralischer und praktischer Reflexionsbereich	Philosophie
-,-	Bezug zur Verbraucherbildung z. B. in: 1. Kurs-Halbjahr: Personalwirtschaft: Grundlagen der Lohn- und Gehaltsabrechnung Buchungen: vereinfachte Verkaufspreiskalkulation	Rechnungswesen
-,-	Bezug zur Verbraucherbildung z. B. in: 1. Kurs-Halbjahr (GK): u. a. AGB 3. Kurs-Halbjahr (GK): u. a. Sachenrecht	Recht

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
1	alljährliche Bio-Brotboxaktion im Land BB der Bio-Brotbox gGmbH
3- 6	Bildungsprogramme GemüseKlasse u. AckerSchule der GemüseAckerdemie e. V.
1-12	Lehrkräfte-Fortbildung „Gründung von Mensa-AGs“ der Uni Potsdam
1-10	Lehrkräftefortbildung „Schulische Ernährungs- und Verbraucherbildung im Land BB (EVeLaB)“
1-12	alljährliche Tage der Schulverpflegung im Land BB mit Unterstützung der Vernetzungsstelle Schulverpflegung u. Netzwerkpartnern (z. B. Verbraucherzentrale BB; pro agro Brandenburg; Sarah-Wiener-Stiftung; LANDaktiv; Krankenkassen)
7-12	Bundeswettbewerb „Auszeichnung Verbraucherschule“

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

Orientierungs- und Handlungsrahmen für die übergreifenden Themen Verbraucherbildung + Nachhaltige Entwicklung/Lernen in globalen Zusammenhängen des gemeinsamen Rahmenlehrplans der Länder BB + BE für die Jahrgangsstufe 1 bis 10; Lehrerhandreichung „Reif für Regional“ zur Förderung regionaler u. saisonaler Handlungskompetenz bei SuS (Module für die Primarstufe u. Sek. I); Internetauftritt der Verbraucherzentrale BB; Materialkompass Verbraucherbildung der Verbraucherzentrale Bundesverband

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
<p>UNI Potsdam, Lehrstuhl für Wirtschaft-Arbeit-Technik; Verbraucherzentrale BB; Vernetzungsstelle Kita- und Schulverpflegung BB; Landesamt für Datenschutz BB; Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg; Ministerium für Soziales, Gesundheit, Integration und Verbraucherschutz BB; Bündnis Gesund Aufwachsen in BB</p>	<p>Mit dem Bildungsministerium und den genannten Partnern finden regelmäßig Treffen des gemeinsamen Arbeitskreises "Schulische Verbraucherbildung" statt, insbes. zur Umsetzung der Verbraucherpolitischen Strategie des Landes BB (<u>hier</u>: Maßnahmenkatalog zur Unterstützung der Schulen bei der Umsetzung der curricularen Anforderungen von Verbraucherbildung). Im Fokus stehen die vier Dimensionen von Verbraucherbildung: a) Finanzen, Marktgeschehen u. Verbraucherrecht; b) Nachhaltiger Konsum; c) Medien u. Information; d) Ernährung u. Gesundheit.</p> <p>Im Rahmen der Umsetzung der „Qualitätsoffensive Schulverpflegung Brandenburg“ hat die Uni Potsdam, Bereich WAT für Lehrkräfte die kostenlosen Fortbildungsangebote „Schulische Ernährungs- und Verbraucherbildung im Land BB (EVeLaB)“ sowie „Gründung von Mensa-AGs“ entwickelt, die vom Land BB finanziell gefördert werden.</p> <p>Die Landesregierung hat ein strategisches landesweites Bündnis aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft u. staatlichen Akteuren gegen Lebensmittelverschwendung initiiert, das Forum LebensmittelWERTschätzung. Langfristiges Ziel soll ein wertschätzender Umgang mit Lebensmitteln sein. Einige der genannten Partner sind Mitglied des Forums.</p> <p>Mit der Gründung des Ernährungsrats Brandenburg im Januar 2020 finden die zahlreichen lokalen u. regionalen Initiativen der „Tafelrunden“ und Ernährungsräte eine gemeinsame Stimme. Ziel ist die Entwicklung wirksamer, nachhaltiger Ernährungsstrategien für eine gesunde, ökologisch u. regional ausgewogene Gemeinschaftsverpflegung.</p>

Land: Bremen

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Oberschulrat
Name:	Dr. Veit Sorge
Tel.:	42136189266
E-Mail:	veit.sorge@bildung.bremen.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Sachkunde (P),
Wirtschaft-Arbeit-Technik (S I), Wirtschaftslehre (GyO)

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1	Jg. 1/2: ausgewählte Arbeitsplätze beschreiben, Geld als Gegenwert von Ware begreifen	Sachkunde
2		Sachkunde
3	Jg. 3/4: grundlegende Arbeitsabläufe und Produktionsprozesse ausgewählter Berufe beschreiben; Möglichkeiten und Wirkung von Werbung aufzeigen; Beispiele für sozial und ökologisch verantwortliches Konsumverhalten nennen	Sachkunde
4		Sachkunde
5	Jg. 5/6: Wirtschaftliches Handeln im Haushalt; Arbeitsplätze und Arbeitsorganisation; Arbeits- und Produktionsabläufe	Wirtschaft-Arbeit-Technik
6		Wirtschaft-Arbeit-Technik
7	Jg. 7/8: Rolle und Funktion des Verbrauchers; Voraussetzungen und Grenzen rationalen Verbraucherverhaltens; Preisbildung und Wettbewerb in der Marktwirtschaft; Aufbau, Aufgaben und Funktion von Betrieben/ Unternehmen	Wirtschaft-Arbeit-Technik

8		Wirtschaft-Arbeit-Technik
9	Jg. 9/10: Verbraucherschutz; Strategien der Daseinsvorsorge, insbes. Schuldenprävention; Verteilung von Gütern und Einkommen in einer globalisierten Welt; Ursachen und Folgen von Arbeitslosigkeit	Wirtschaft-Arbeit-Technik
10		Wirtschaft-Arbeit-Technik
11	Einführungsphase GyO: Vermittlung eines inhaltlichen und methodischen Basiswissens: Untersuchung grundlegender Aspekte der Wirtschaftsordnung sowie der dort tätigen Wirtschaftssubjekte; wechselseitige Abhängigkeiten und Kreislaufzusammenhänge im wirtschaftlichen Geschehen	Ein Fach des Aufgabenfelds II
12	Q 1: Elemente der Wirtschaftsordnung und Preisbildung in der sozialen Marktwirtschaft; Geld- und Währungspolitik auf nationalen und internationalen Märkten	Wirtschaftslehre
13	Q 2: Wirtschaftspolitische Konzepte und Theorien zur Beeinflussung von Konjunktur und Beschäftigung; Internationale Wirtschaftsbeziehungen und Herausforderungen für die Gestaltung der Globalisierung	Wirtschaftslehre

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
1-13	Schülerfirmen – koordiniert durch das Landesinstitut für Schule, Bremen

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

<p>„Schulportal zur Verbraucherbildung“ des Bundesverbandes Verbraucherzentralen mit dem Materialkompass. Der Kompass enthält geprüfte Unterrichtsmaterialien zur Verbraucherbildung: http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass.html</p> <p>Konzept zur Verbraucherbildung an Schulen der Senatorin für Verbraucherschutz, Förderung des Wettbewerbs um die Auszeichnung als Verbraucherschule: https://www.gesundheit.bremen.de/verbraucherschutz/verbraucherbildung/konzept_zur_staerkung_der_verbraucherbildung_an_allgemeinbildenden_schulen_im_land_bremen-31760</p>
--

5) **Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?**

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Die Senatorin für Gesundheit, Frauen und Verbraucherschutz, Bremen	Konzeptionelle Arbeit zu Verbraucher-Schulprojekten im Hause der Senatorin für Verbraucherschutz, Förderung des Wettbewerbs um die Auszeichnung als Verbraucherschule: https://www.gesundheit.bremen.de/verbraucherschutz/verbraucherbildung/konzept_zur_staerkung_der_verbraucherbildung_an_allgemeinbildenden_schulen_im_land_bremen-31760
Institut für Ökonomische Bildung, Oldenburg	Ökonomische Bildung Online, vielfältige Materialien, u.a. zur Hafenwirtschaft
WIGY e.V.	breites Angebot an digitalen Unterrichtsmaterialien
Verein Sozialökologie e.V.	Besuch von Bio-Bauernhöfen (insbesondere Primarbereich)

Anmerkung:

Die Beantwortung fokussiert den Bereich der Finanz- und Wirtschaftskompetenz, da weitere Kompetenzbereiche der Verbraucherbildung (Gesundheits- und Ernährungskompetenz, Medien-, Daten- und Informationskompetenz, Kompetenz für nachhaltigen Konsum) durch andere KMK-Dokumente berücksichtigt sind, vgl. Anschreiben des Sekretariats vom 21.12.2012.)

Land: Hamburg

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Fachreferent Politik/Gesellschaft/Wirtschaft (PGW)
Name:	André Bigalke
Tel.:	040-42863-3875
E-Mail:	andre.bigalke@bsb.hamburg.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

--

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1	<p>Vorbemerkung: In allen Schulformen und Schulstufen wird aufgrund der Bildungsplanvorgaben der Themenkomplex Verbraucherbildung bearbeitet.</p> <p>Grundschule:</p> <p>Das Thema Verbraucherbildung wird in der Grundschule (Jahrgang 1 - 4) z. B. in Form der Analyse eigener Bedürfnisse und der Beeinflussung durch Werbung behandelt.</p> <p>(vgl. Rahmenplan Sachunterricht Grundschule http://www.hamburg.de/contentblob/2481914/data/sachunterricht-gs.pdf S. 20)</p> <p>Darüber hinaus sind im Rahmenplan Aufgabengebiete Themen der Verbraucherbildung vorgegeben.</p> <p>Im Rahmen des Unterrichts zum Aufgabengebiet Gesundheitsförderung in der Grundschule wird auf gesunde Nahrungsmittel und deren Zubereitung bzw. auf Mittel zur täglichen Körperpflege eingegangen. Im Aufgabengebiet Umwelterziehung wird auf eine umweltfreundliche und klimaschützende Gestaltung von Schule und</p>	<p>Sachunterricht</p> <p>Aufgabengebiete Gesundheitsförderung, Umwelterziehung</p>

	<p>Haushalt durch eigenes Verhalten und durch die Einflussnahme auf das Verhalten anderer eingegangen.</p> <p>(vgl. http://www.hamburg.de/contentblob/2481804/data/aufgabengebiete-gs.pdf S. 17f. und S. 31f.)</p> <p>Im Rahmen des Unterrichts zum Aufgabengebiet Medienerziehung in der Grundschule knüpfen Lernsituationen entwicklungsgerecht an Medienerfahrungen – insbesondere mit digitalen Medien – von Kindern ab dem Vorschulalter an und berücksichtigen Vorwissen, Bedürfnisse und Kompetenzen.</p> <p>Schülerinnen und Schüler können am Ende der Klasse 4 über eigene Medienerfahrungen anhand von Beispielen berichten, diese mit anderen vergleichen und kritische Problembereiche der Internetnutzung benennen. Sie kennen grundlegende Schutzmöglichkeiten, insbesondere für die eigene Person.</p> <p>(vgl. http://www.hamburg.de/contentblob/2481804/data/aufgabengebiete-gs.pdf, S. 24f.)</p> <p>Die Unterrichtsmodule und Elternabende an den Internet-ABC-Schulen Hamburgs beziehen die – in dem Beschluss der KMK zur Verbraucherbildung an Schulen vom 12.09.2013 betonten – lebensweltlichen Erfahrungen der Kinder und Jugendlichen sowie ihrer Familien ein (vgl. http://li.hamburg.de/internet-abc-schule-hamburg/).</p>	<p>Aufgabengebiet Medienerziehung</p>
<p>2</p>	<p>s. o.</p>	
<p>3</p>	<p>s. o.</p>	
<p>4</p>	<p>s. o.</p>	
<p>5</p>	<p>Sekundarstufe I (Stadtteilschule und Gymnasium)</p> <p>Im Bildungsplan der Stadtteilschule, Rahmenplan Lernbereich Arbeit und Beruf (vgl. http://www.hamburg.de/contentblob/2372652/data/lb-arbeit-beruf-sts.pdf, S. 17f.) ist festgelegt, Aspekte und Fragestellungen hinsichtlich der Rolle der Lernenden als Konsumentinnen/Konsumenten und Verbraucherinnen/Verbraucher in den Unterricht zu integrieren und in lebensweltbezogenen Lernsituationen zu bearbeiten. Die verbindlichen Anforderungen enthalten zu den verschiedenen Kompetenzbereichen auch Anforderungen zum Themenbereich Verbraucherbildung.</p> <p>Ebenso wird in den Rahmenplänen für den Lernbereich Gesellschaftswissenschaften, die Fächer Recht und Wirtschaft sowie für das Aufgabengebiet Gesundheitsförderung der Fokus auf das Verbraucherrecht, einen reflektierten Konsum sowie das allgemeine Kauf- und Verbraucherverhalten gerichtet.</p> <p>Im Rahmenplan für das Fach Wirtschaft sind Anforderungen und Inhalte auch zum Themenbereich Verbraucherbildung festgelegt.</p> <p>Im Rahmen des Unterrichts zum Aufgabengebiet Medienerziehung in der Sekundarstufe I bauen die Schülerinnen und Schüler eine kritische Distanz zu medialen Welten als Grundvoraussetzung zur Teilhabe und Mitgestaltung der gegenwärtigen und</p>	<p>Lernbereich Arbeit und Beruf, Lernbereich Gesellschaftswissenschaften</p> <p>Aufgabengebiet Gesundheitsförderung</p> <p>Fächer: Recht, Wirtschaft</p>

<p>11</p>	<p>Im Bildungsplan für die gymnasiale Oberstufe sind Hinweise auf den Themenbereich Verbraucherbildung insbesondere in den Rahmenplänen der Fächer Politik, Gesellschaft, Wirtschaft (PGW) und Recht sowie im Rahmenplan für das Aufgabengebiet Gesundheitsförderung enthalten.</p> <p>(vgl. Rahmenplan Recht: http://www.hamburg.de/contentblob/2447694/data/recht-gyo.pdf S. 13,</p> <p>Rahmenplan PGW: http://www.hamburg.de/contentblob/1475228/data/p-g-w-gyo.pdf S. 15</p> <p>und Aufgabengebiet Gesundheitsförderung: http://www.hamburg.de/contentblob/1475228/data/p-g-w-gyo.pdf S. 13)</p>	<p>Recht, PGW</p> <p>Aufgabengebiet Gesundheitsförderung</p>
<p>12</p>	<p>s. o.</p>	
<p>13</p>	<p>s. o.</p>	

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
<p>übergreifend</p>	<p>In der Veröffentlichung der KMK "Empfehlung zur Gesundheitsförderung und Prävention in der Schule" (vgl. http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2012/2012_11_15-Gesundheitsempfehlung.pdf) wird auf die Verknüpfung von Ernährungs- und Verbraucherbildung hingewiesen. Im Rahmen der jährlich stattfindenden Schulmesse zum Pakt für Prävention (siehe Zielformulierungen für das Handlungsfeld Schule http://www.hamburg.de/contentblob/3110850/data/rahmenkonzept-gesund-aufwachsen-in-hamburg.pdf) werden auch Projekte zur Ernährungs- und Verbraucherbildung präsentiert (vgl. Maßnahme S. 19): http://www.hag-gesundheit.de/uploads/docs/1040.pdf, http://li.hamburg.de/contentblob/4340984/data/pdf-2014-10-01-messe-pakt-fuer-praevention.pdf).</p> <p>In der jährlich stattfindenden Ausschreibung „Gesunde Schule“ der Hamburgischen Arbeitsgemeinschaft für Gesundheitsförderung e.V. (HAG) wird regelhaft das Thema „Ernährungs- und Verbraucherbildung“ aufgegriffen (vgl.).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Die Hamburger Vernetzungsstelle Schulverpflegung hat u. a. den Auftrag, Schulverpflegung mit der Ernährungsbildung zu verknüpfen. Um eine gesundheitsförderliche Schulverpflegung unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten weiterzuentwickeln, führte die Vernetzungsstelle seit 2019 das Projekt „Gelingensfaktoren für die Schulverpflegung“ fort. Bis Ende 2020 werden die Module des Projektes „Lust auf Zukunft“ vorgestellt (vgl. https://www.hag-gesundheit.de/arbeitsfelder/gesund-aufwachsen/schule/vernetzungsstelle/in-form). <p>Ansonsten führen die Schulen Unterrichtsvorhaben und Projekte in eigener Verantwortung durch. Das Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung (LI) unterstützt die Schulen bei der Umsetzung.</p>

	Thema ‚Nachhaltiger Konsum‘: Etliche außerschulische Bildungsanbieter (NGOs) wie Open School 21, Ökomarkt Schule und Landwirtschaft, Infozentrum Globales Lernen/Bramfelder Laterne, Agrarkoordination und BUNDjugend Hamburg für Schulen unterbreiten Projektangebote zu diesem Thema.
5/6 bzw. 8-10	Das Peer-to-Peer-Projekt MedienScouts bildet Schülerinnen und Schüler der Jahrgangsstufen 8 und 9 zu MedienScouts aus, damit Sie ihr Wissen und ihre Erfahrungen an Schülerinnen und Schüler der Jahrgangsstufen 5 und 6 ihrer Schule weitergeben können. Dabei werden folgende – in dem Beschluss der KMK zur Verbraucherbildung an Schulen vom 12.09.2013 betonte – Aspekte in den Mittelpunkt gestellt: 1) Kinder und Jugendliche frühzeitig in ihren Alltagskompetenzen zu stärken und sie dabei zu unterstützen, als Verbraucherin und Verbraucher reflektierte und verantwortungsbewusste Entscheidungen zu treffen; 2) Workshops zu den Themenfeldern: Datenschutz, Urheberrechte und Mediennutzung vgl.: https://li.hamburg.de/medienscouts/
8-10 bzw. Sek II	Mit der Fortbildungsreihe für Lehrkräfte „Wirtschaftsthemen lebensnah vermitteln“ werden Lehrkräfte gesellschaftswissenschaftlicher Fächer auf die Unterrichtsarbeit u. a. zu den Themen Konsum, Verbraucherrecht und Wirtschaftsregulierung, Nachhaltiges Wirtschaften vor. Zu diesen Themen liegen ausgearbeitete Unterrichtseinheiten vor, vgl.: http://li.hamburg.de/contentblob/4147618/data/pdf-zsw-seminarreihe-wirtschaftsthemen.pdf

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

Das Hamburger Zentrum für Schule und Wirtschaft (ZSW) am Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung berät Lehrkräfte zum Thema Verbraucherbildung, stellt Materialien zur Verfügung und verweist auf geeignete Internetseiten zum Thema. (vgl.: <http://li.hamburg.de/oekonomische-bildung/> sowie <https://li.hamburg.de/contentblob/4587956/7d4883095bb9dcd943704c1b6323a258/data/download-pdf-finanzielle-allgemeinbildung-und-schuldenpraevention.pdf>)

Für das Aufgabengebiet Gesundheitsförderung stellt das Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung ebenfalls umfangreiche Materialhinweise zur Verbraucherbildung unter der Überschrift Ernährungsbildung zur Verfügung und berät die Lehrkräfte (vgl. <http://li.hamburg.de/ernaehrung/>)

Für das Aufgabengebiet Medienerziehung stellt das Landesinstitut für Lehrerbildung und Schulentwicklung Lehrkräften fünf ausgearbeitete Unterrichtsmodule zu den Themen Cybermobbing, Datenschutz & soz. Netzwerke, Computerspiele, Urheberrecht und Smartphones zum Download zur Verfügung. Die Module haben zahlreiche Schnittstellen zu - in dem Beschluss der KMK zur Verbraucherbildung an Schulen vom 12.09.2013 betonten - Aspekten der Verbraucherbildung. Z. B. greifen die Module "Computerspiele" und "Smartphones" explizit die Verflechtungen und Mechanismen des Marktes unter Berücksichtigung verschiedener Perspektiven einschließlich der Einflussmöglichkeiten von Konsumentinnen und Konsumenten auf. Umfangreiche Materialhinweise auf den Elternseiten des Hamburger Medienpasses leisten darüber hinaus einen Beitrag zur Verbraucherbildung.

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Deutsche Bundesbank in Kooperation mit dem ZSW	Lehrerfortbildung zu finanziellen Fragestellungen (vgl. http://li.hamburg.de/contentblob/3851224/data/download-pdf-zsw-seminarreihe-bundesbank.pdf)
Hamburgische Arbeitsgemeinschaft für Gesundheitsförderung e.V. (HAG), insbesondere die Hamburger Vernetzungsstelle Schulverpflegung	Maßnahmen zur Ernährungsbildung und Schulverpflegung (übergreifende und schulinterne Fachveranstaltungen und Fortbildungen sowie Beratungen) (vgl. https://www.hag-gesundheit.de/arbeitsfelder/gesund-aufwachsen/schule/vernetzungsstelle)
Ökomarkt e.V.	Fortbildungen und Unterstützung von Schulen, Schwerpunkt „Bio-Produkte“ in der Ernährung (vgl. https://www.oekomarkt-hamburg.de/schule-und-landwirtschaft/)
Verbraucherzentrale Hamburg	Maßnahmen zur Ernährungs- und Verbraucherbildung (vgl. https://www.vzhh.de/themen/verbraucherschulen/hamburger-verbraucherschulen-was-machen-die)
Zentrale für Ernährungsberatung e.V.	Maßnahmen zur Ernährungs- und Verbraucherbildung (vgl. http://www.ernaehrung-hamburg.de/)
Joachim Herz Stiftung	Fortbildungsreihe „Wirtschaft verstehen & gestalten“ (vgl. https://www.joachim-herz-stiftung.de/was-wir-tun/wirtschaft-verstehen-gestalten/)
Diakonisches Werk Hamburg	Schülerangebote zur Schuldenprävention (vgl. http://www.diakonie-hamburg.de/web/SOS-SchuelerOhneSchulden)

Land: Hessen

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	MinR 'in
Name:	Ulrike Naumann
Tel.:	0611-368-2234
E-Mail:	Ulrike.naumann@kultus.hessen.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

Nein

Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Leitfach Politik und Wirtschaft

(gymnasialer Bildungsgang, Haupt- und Realschule)

Arbeitslehre

(Haupt- und Realschule)

Sachunterricht (Primarstufe)

Fachübergreifender Ansatz:

§ 6 Abs. 4 Hessisches Schulgesetz: Besondere Bildungs- und Erziehungsaufgaben der Schulen werden in Aufgabengebieten erfasst. Diese sind insbesondere Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung, informations- und kommunikationstechnische Grundbildung, Medienbildung und Medienerziehung, (..) Gesundheitserziehung und Verkehrserziehung. Aufgabengebiete werden fachübergreifend unterrichtet.

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgst. ²	Themenkomplexe der Verbraucherbildung Inhaltsfelder Kerncurriculum Hessen für die Primarstufe und die Sekundarstufe I	Fächer
1 - 4	Inhaltsfelder (Primarstufe)	
	Natur , (Umwelterziehung, Nachhaltigkeit, Gesundheitserziehung)	Sachunterricht
	Größen und Messen (Geldwerte)	Mathematik
	Mensch und Welt (verantwortungsvoller Umgang mit der Schöpfung)	Evangelischer Religionsunterricht
	Inhaltsfeld: Mensch und Welt (Rolle des Menschen in der Schöpfung)	Katholischer Religionsunterricht
	Alle Inhaltsfelder: Zusammenhänge zwischen Bewegung, Gesundheit und Ernährung an geeigneten Beispielen beschreiben	Sport
5 - 10	Inhaltsfelder (Sekundarstufe I)	
	Wirtschaft: (kritische Verbraucherin / kritischer Verbraucher, Chancen organisierter Interessenwahrnehmung (z. B. durch Verbraucherverbände) Gesellschaft und Natur (Nachhaltigkeit)	Politik und Wirtschaft
	Inhaltsfeld: Organisation von Arbeit (Umweltschutz und Nachhaltigkeit) Ökonomisch geprägte Situationen und Strukturen des Zusammenlebens (Bedingungen individuellen Konsums in Zusammenhang mit Marketingstrategien und Marktmechanismen) Erhalt der psychischen und physischen Gesundheit (Gesundheitsschutz, Arbeitsumgebung, Ergonomie und weitere Belastungsfaktoren, „Work-Life-Balance“, gesundheitsförderliche Ernährung und Lebensstil, individuelle Vorsorge und soziale Sicherung)	Arbeitslehre (an Haupt- und Realschulen sowie an Gesamtschulen)
	Text-/Medienformen (Medienbildung) Lese- und Rezeptionsstrategien (Medienbildung): Lesen und Rezipieren - mit literarischen und Nichtliterarischen Texten/Medien umgehen	Deutsch
	Biologische Strukturen und ihre Funktion (Gesundheitserziehung)	Biologie

² In den hessischen Kerncurricula der Primarstufe und der Sekundarstufe I werden die Inhaltsfelder keiner bestimmten Jahrgangsstufe zugeordnet. Die Kerncurricula legen fest, was alle Kinder und Jugendlichen am Ende ihrer schulischen Laufbahn (bzw. nach bestimmten Abschnitten ihres Bildungsweges) können und wissen sollen. Der einzelnen Schule obliegt eine weitere Konkretisierung der Kerncurricula in Form eines schulinternen Curriculums.

	Funktionsteilung im Organismus (Gesundheitserziehung) Wechselwirkungen in Ökosystemen (Nachhaltigkeit) Stoffwechsel und Regelmechanismen (Nachhaltigkeit, Gesundheitserziehung, Ernährung, Suchtprophylaxe) Vielfalt, Veränderung und Abstammung von Lebewesen (Nachhaltigkeit)	
	Nachhaltigkeit, insbesondere in den folgenden Inhaltsfeldern: Umwelt- Gesellschaft- Beziehungen und globale Probleme Natur/ Umwelt Mensch/ Gesellschaft Geographie auf regionaler Ebene	Erdkunde
	Gesundheitserziehung, insbesondere in den folgenden Inhaltsfeldern: Bewegung gymnastisch, rhythmisch und tänzerisch gestalten Laufen, Springen, Werfen Bewegen im Wasser Fahren, Rollen, Gleiten Inhaltsfeld: Den Körper trainieren, die Fitness verbessern	Sport
	Mensch und Welt (Nachhaltigkeit)	Evangelische Religion
	Mensch und Welt (Nachhaltigkeit)	Katholische Religion
	Mensch, Natur und Technik (Nachhaltigkeit)	Ethik
	Operationen und ihre Eigenschaften (Prozent- und Zinsrechnung)	Mathematik
E/ Q1-Q4	Halbjahresthemen und Themenfelder Kerncurriculum für die Gymnasiale Oberstufe (Einführungsphase und Qualifikationsphase)	
Einführungsphase (E)	Halbjahresthemen E1/E2: Redoxreaktionen, Protolysereaktionen und ausgewählte organische Verbindungen E.4: Erdöl und Erdgas – Brennstoffe in der Diskussion	Chemie
E	Halbjahresthemen E1/E2: Mensch-Umwelt-System Erde E.1: Tourismus in Mitteleuropa – Chancen und Gefährdungen E.2: Mensch-Umwelt-Beziehungen in den Tropen E.4: Das Klima und seine Entwicklung E.6: Globale Probleme und der Syndromansatz	Erdkunde

E	Halbjahresthema E2: Grundfragen der Moralphilosophie E2.3: Anwendungsgebiete der Ethik (Nachhaltigkeit)	Philosophie
E	Halbjahresthema E1/E2: Einführung in die Informatik E.1: Internetprotokolle	Informatik
E	Halbjahresthema E2: Wachstum und Lebensqualität in marktwirtschaftlich organisierten Volkswirtschaften E2.2: Ökologische Herausforderungen der Gegenwart E2.3: Möglichkeiten und Schwierigkeiten von Umweltpolitik im politischen Mehrebenensystem E2.4: Umweltpolitik in der politischen Auseinandersetzung E2.5: Der Verbraucher entscheidet – aber wie? (u.a. Konsument-scheidungen, Verbraucherschutz)	Politik und Wirtschaft
Q1	Halbjahresthema Q1: Wirtschaft und Entwicklung (Grund- und Leistungskurs) Q1.3: Landwirtschaft in den Industrieländern – Möglichkeiten nachhaltiger Bewirtschaftung Q1.5: Globaler Wettbewerb um Arbeitsplätze und seine Folgen	Erdkunde
Q1	Halbjahresthema Q1: Fiktion und Wirklichkeit (Grund- und Leistungskurs) Q1.2: Sprache, Medien, Wirklichkeit	Deutsch
Q1	Halbjahresthema Q1: Anthropologie und Bereichsethiken Q1.5 Natur- und Umweltethik (Grundkurs)	Ethik
Q2	Halbjahresthema Q2: Erkenntnis und Wissenschaft (Grund- und Leistungskurs) Q2.3: Naturphilosophie grundlegendes Niveau (Grundkurs) Q2.4: Technikphilosophie (u.a. Medienethik)	Philosophie
Q2	Halbjahresthema Q2: Ökologische und stoffwechselphysiologische Zusammenhänge (Grund- und Leistungskurs) Q2.3: Wechselbeziehungen zwischen Umwelt und Mensch Q2.5: Biodiversität	Biologie
Q2	Halbjahresthema Q2: Datenbanken (Grund- und Leistungskurs) Q2.4: Datenschutz und Datensicherheit	Informatik
Q2	Halbjahresthema Q2: Wirtschaft und Wirtschaftspolitik in der sozialen Marktwirtschaft (Grund- und Leistungskurs) Q2.2: Nachhaltiges Wachstum und fairer Wettbewerb – Herausforderungen wirtschaftlicher Ordnungspolitik	Politik und Wirtschaft
Q2	Halbjahresthema Q2: Motive und Motivation zum Sporttreiben (Grund- und Leistungskurs) Q2.1: Bedeutung der Kraft im Fitness- und Gesundheitstraining Q2.2: Motive sportlichen Handelns	Sport
Q3	Halbjahresthema Q3: Christliche Menschenbilder und Ethik (Grund- und Leistungskurs) Q3.5: Schöpfungsethik. Wie gehen wir mit der Schöpfung um?	Evangelische Religion

Q3	Halbjahresthema Q3: Ethik – die Frage nach Gut und Böse (Grund- und Leistungskurs) Q3.5: Zukunft der Erde, Zukunft des Menschen und kirchliche Positionen	Katholische Religion
Q3	Halbjahresthema Q3: Nachhaltige Nutzung von Rohstoffen (Grund- und Leistungskurs)	Erdkunde
Q3	Halbjahresthema Q3: Internationale Beziehungen im Zeitalter der Globalisierung (Grund- und Leistungskurs) Q3.5: Weltumweltpolitik	Politik und Wirtschaft
Q4	Halbjahresthema Q4: Wahlthemen aus der Chemie (Grund- und Leistungskurs) Q4.4: Nachhaltige Chemie am Beispiel eines modernen Waschmittels	Chemie
Q4	Halbjahresthema Q4: Mensch, Natur und Technik (Grundkurs) Q4.3: Wirkungen technischer Errungenschaften Q4.5: Grundsätze einer Technikethik	Ethik
Q4	Halbjahresthema Q4: Zeitgenössische Tendenzen und Debatten (Grund- und Leistungskurs) Q4.2: Moderne Medien in der Diskussion	Deutsch

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
5-13	<p>Lehrerfortbildungen zur Finanz- und Verbraucherbildung in ganz Hessen</p> <p>Seit dem Schuljahr 2018/19 finden im Auftrag des Hessischen Kultusministeriums hessenweit Fortbildungsveranstaltungen der Hessischen Lehrkräfteakademie für Lehrkräfte (H/R/GYM) zur Finanz- und Verbraucherbildung statt. Die Fortbildungen können als regionales Angebot wahrgenommen werden (zentral und als Inhouse-Schulungen).</p> <p>Zielsetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung von Lehrkräften (PoWi, GL und AL) bei der Unterrichtsplanung (Unterrichtseinheiten) und der Materialsuche • Aufbau entsprechender Kompetenzen im Sinne einer Finanz- und Verbraucherbildung bei den Schülerinnen und Schülern (z. B. zur Einschätzung der eigenen ökonomischen Situation, Verträge, Versicherungen, etc.) • Themenfelder: Konsum und Ethik, Sparen und Versichern, Wirtschafts- und Finanzpolitik <p>Hessischer Tag der Verbraucherbildung</p> <p>Der „Hessische Tag der Verbraucherbildung“ findet u.a. in Kooperation mit der Verbraucherzentrale Hessen, der Bundesbank und dem Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMUKLV) statt. Im Rahmen dieser Veranstaltung werden Schülerworkshops zum Thema Verbraucherbildung angeboten. Die Veranstaltung ist hessenweit als Fortbildung für Lehrkräfte</p>

akkreditiert. Nach Möglichkeit soll der „Hessische Tag der Verbraucherbildung“ einmal im Jahr stattfinden.

Jährliche Auszeichnung „Gütesiegel Verbraucherschule“ durch den Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)

Die Schulen werden über das Gütesiegel regelmäßig informiert bzw. es wird in den Veröffentlichungen des Hessischen Kultusministeriums (Amtsblatt, „Schule aktuell“) beworben.

Berufswahlpass

Im Berufswahlpass (<http://www.berufswahlpass.de/>), der seitens des Landes allen Schülerinnen und Schülern in der Sekundarstufe I kostenlos zur Verfügung gestellt wird, gibt es im vierten Teil Hinweise zum Umgang mit persönlichen Unterlagen und zu Themen wie „Datenschutz, eigenes Zimmer/eigene Wohnung, das Auskommen mit dem Einkommen, Versicherungen und Ämter“. Der Prozess der Berufsorientierung soll durch den Berufswahlpass von Jahrgangsstufe 7 bis zum Schulabgang für die einzelne Schülerin/ den einzelnen Schüler, für die Schule und auch für die Eltern strukturiert, planbar und transparent werden („Schülerportfolio“). Der Berufswahlpass soll kontinuierlich im Unterricht eingesetzt werden. Hierzu gibt es zudem eigens ein Fortbildungsangebot der Hessischen Lehrkräfteakademie für Lehrkräfte.

Jugendfinanzkonferenz

Die jährlich stattfindende Jugendfinanzkonferenz (<https://jugendfinanzkonferenz.de/>) bildet den Abschluss der Schuloffensive „Du hast dein Geld im Griff“ (GiG).

GiG – „Du hast dein Geld im Griff“ ist eine Offensive der genossenschaftlichen Sparda-Bank Hessen in Kooperation mit dem Hessischen Kultusministerium und der gemeinnützigen Agentur medienblau. Das Hessische Kultusministerium hat die Schirmherrschaft inne. Ziel: Stärkung der Finanzkompetenz von Schülerinnen und Schülern

Zertifizierung als „gesundheitsfördernde Schule“

Die hessischen Schulen können ihre Ergebnisse und Bemühungen zur Weiterentwicklung eines gesundheitsfördernden Schulklimas vom Hessischen Kultusministerium zertifizieren lassen. Die Verleihung des Zertifikates ist eine Wertschätzung bisher geleisteter Arbeit nach innen und eine nach außen sichtbare Anerkennung der erreichten gesundheitsbezogenen Qualität der Schule. Teilzertifikate können in Bereichen erworben werden, die für eine Schule zur Erfüllung ihrer Erziehungs- und Bildungsaufgaben besonders gesundheitsrelevant sind:

- Bewegung & Wahrnehmung
- Ernährung & Konsum
- Sucht- & Gewaltprävention
- Verkehr & Mobilität
- Lehrkräftegesundheit

<p>Gesamtzertifikat</p> <p>Auf der Grundlage von mindestens vier erworbenen Teilzertifikaten (davon sind die Teilzertifikate Ernährung & Konsum und Bewegung & Wahrnehmung verpflichtend sowie zwei weitere gesundheitsbezogene Profilelemente aus den Bereichen Sucht- & Gewaltprävention, Verkehr & Mobilität, Lehrkräftegesundheit) können sich die Schulen einer Gesamtzertifizierung als „Gesundheitsfördernde Schule“ stellen.</p> <p>Bauernhof als Klassenzimmer</p> <p>Das Land unterstützt landwirtschaftliche Betriebe dabei, Schulklassen Bauernhöfe zu zeigen. Das Programm wurde zuletzt um Elemente der Nachhaltigkeit ergänzt und finanzielle besser ausgestattet.</p> <p>Werkstatt Ernährung u.a.</p> <p>Für Schulen stehen 36 MultiplikatorInnen zur Durchführung des Ernährungsführerscheins, 36 MultiplikatorInnen zur Durchführung der Werkstatt Ernährung, 54 MultiplikatorInnen zur Durchführung der Kinderkochkurse zur Verfügung.</p> <p>Fortbildungsangebote</p> <p>Darüber hinaus existiert in Hessen ein internetgestütztes Angebotsportal der Lehrerfortbildung über die hessische Lehrkräfteakademie (https://lehrkraefteakademie.hessen.de/fortbildung/landesweiter-veranstaltungskatalog). Über das Portal finden sich zahlreiche Veranstaltungen, die Themen der "Verbraucherbildung" betreffen (Ernährung, Gesundheit, Finanzen, Marktgeschehen, Medien/Information, nachhaltiger Konsum).</p> <p>Eine Handreichung zum Jugendmedienschutz bietet Lehrkräften ein auf das Kerncurriculum abgestimmtes Materialangebot, das Unterrichtseinheiten für den Fachunterricht zum kompetenten Umgang mit Medien beinhaltet (u.a. Werbung, Kostenfallen).</p>

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

1. Lehrerinfothek der Verbraucherzentrale Hessen e.V.:

<https://www.verbraucherzentrale-hessen.de/lehrerinfothek-31660>

Die LehrerInfothek beinhaltet eine Übersicht anbieterneutraler und gut aufbereiteter Materialien für Lehrkräfte zur Finanz- und Verbraucherbildung zu den Themen „Vorsorgen und Versichern“, „Umgang mit Geld“, „Nachhaltiger Konsum“, „Einkaufen und Bestellen“ sowie „Moderne Medien und Information“. Diese Materialsammlung hat die Verbraucherzentrale Hessen neu gestaltet und um drei Unterrichtseinheiten zu den Themen „Richtig reklamieren“, „Haftpflichtversicherungen“ und „Girokonto“ ergänzt. Sowohl die Neugestaltung der Lehrerinfothek als auch die Erstellung der Unterrichtseinheiten wurden durch das Hessische Kultusministerium (HKM) und das Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMUKLV) gefördert. Die hessischen Schulen werden regelmäßig über das Angebot informiert.

2. Materialkompass des Verbraucherzentrale Bundesverband

Der „Materialkompass Verbraucherbildung“ der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) ist eine kostenlose Datenbank mit Unterrichtsmaterialien zu Finanzen, Medien, nachhaltiger Konsum und Verbraucherrecht (<https://www.verbraucherbildung.de/suche/materialkompass>). Über eine intuitive Suchmaske können die Materialien nach Fächern, Themen und Schulformen und -stufen gefiltert und so schnell geeignete Materialien für den Unterricht gefunden werden. Die Unterrichtsmaterialien stammen von verschiedenen Herausgebern.

Der Bundesverband der Verbraucherzentralen als Betreiber der Webseite lässt alle Medien von einem unabhängigen Expertenteam prüfen. Die hessischen Schulen werden regelmäßig über das Angebot informiert.

3. Angebot der Deutschen Bundesbank zur Finanzbildung und zur ökonomischen Bildung

Kostenfreie Fortbildungsangebote und Unterrichtsmaterialien (Schwerpunkt Sekundarstufe II):

<https://www.bundesbank.de/de/service/schule-und-bildung>

4. Vernetzungsstelle Schulverpflegung

<https://lehrkraefteakademie.hessen.de/service/vernetzungsstelle-schulverpflegung>

5. Informationsportal Nachhaltigkeit / Globales Lernen

<https://lernarchiv.bildung.hessen.de/erziehung/umwelterziehung/index.html>

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Verbraucherzentrale Hessen	Wechselnde Projekte und Kooperationen (Lehrerinfothek, Unterrichtseinheiten „ Hessischer Tag der Verbraucherbildung“)
Hessisches Ministerium für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMUKLV)	Kontinuierliche Zusammenarbeit mit dem Referat „Grundsatzangelegenheiten der Verbraucherpolitik, Verbraucherbildung und Öffentlichkeitsarbeit“ des Hessischen Ministeriums für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMUKLV)
Hessische Lehrkräfteakademie	Fortbildungsnetzwerk „Finanz- und Verbraucherbildung“: Hessenweites Angebot von Fortbildungen und Unterrichtsmaterialien
Deutsche Bundesbank	Fortbildungsangebot für die gymnasiale Oberstufe in Kooperation mit dem Netzwerk Finanz- und Verbraucherbildung, „Hessischer Tag der Verbraucherbildung“
Hessischer Rundfunk	Projekte und Materialien zum Thema Medienbildung und Jugendschutz, die auch Fragen der Verbraucherbildung beim Einsatz digitaler Medien berücksichtigen (www.hr.de/wissenplus)

Land: Mecklenburg-Vorpommern

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Referentin
Name:	Dr. Martina Trümper
Tel.:	0385/ 588 7725
E-Mail:	m.truemper@bm.mv-regierung.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Arbeit-Wirtschaft-Technik – AWT (Klasse 7-10),
Sachkunde (Klasse 1-4)

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1	Ziele für Klasse 1-4: a) Sich als Konsument verhalten – sich mit eigenen Konsumbedürfnissen auseinandersetzen – Kriterien für Konsumententscheidungen b) Zusammen leben – schildern die Vielfalt der Formen des Zusammenlebens bei uns und in anderen Ländern, – übernehmen Verantwortung für sich und andere sowie die Umwelt, beteiligen sich an demokratischen Entscheidungen, – analysieren Konsumbedürfnisse und Faktoren, die das Konsumverhalten beeinflussen, – nennen Beispiele für die globalisierte Produktion und beschreiben Konsequenzen	Sachunterricht
2	siehe Jahrgangsstufe 1	Sachunterricht

3	siehe Jahrgangsstufe 1	Sachunterricht
4	siehe Jahrgangsstufe 1	Sachunterricht
5		
6		
7	<p>Umsetzen der Leitlinie „Einordnen, Beschreiben und Werten ökonomischer Sachverhalte in den Systemen privater Haushalt, Unternehmen und Volkswirtschaft unter Berücksichtigung ökologischer Fragestellungen“.</p> <p>Die Schüler sollen Wissen und Können erwerben, das sie zu einer aktiven und gestaltenden und sozial verantwortlichen Teilnahme am Wirtschaftsleben als Verbraucher, künftige Berufstätige bzw. Unternehmer befähigt. (Klasse 7-10, Regionale Schule/Gesamtschule)</p>	AWT
8	<p>Die Vorbereitung der Schüler auf die Situation als Konsumenten wird angestrebt durch die exemplarische Auseinandersetzung mit den Bedingungsfaktoren des Verhaltens der Verbraucher und der privaten Haushalte.</p> <p>Verbraucherrecht und Vertragsrecht (Den Zusammenhang zwischen Grundlagen des Vertragsrechts, z. B. zwischen Konsum und rechtlichen Aspekten, Kaufverträgen und Geschäftsfähigkeit, erkennen - Rahmenplan 7-10, Gymnasium/Gesamtschule)</p>	AWT
9	<p>Warenkennzeichnung, Leerverpackungen nutzen, Analyse des eigenen Kaufverhaltens, Verbraucherschutz</p> <p>Finanzplanung, Haushaltsbuch, Kredite, Überschuldung, Vermögensbildung</p> <p>(Regionale Schule/Gesamtschule)</p> <p>Wahlpflichtunterricht "Gestaltung einer zukunftsfähigen Welt": Gegenüberstellen von umweltgerechtem und nicht umweltgerechtem Konsumverhalten</p>	AWT Wahlpflicht-unterricht
10	<p>Wahlpflichtunterricht "Gestaltung einer zukunftsfähigen Welt": Gegenüberstellen von umweltgerechtem und nicht umweltgerechtem Konsumverhalten</p>	AWT Wahlpflicht-unterricht
11		
12		
13		

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
1-12	Medienerziehung (Leitthema Werbung): "Die Schüler können Werbebotschaften entschlüsseln und auf ihren Kern hin kritisch überprüfen. Sie kennen Werbestrategien und ordnen Produktwerbung diesen zu."
1-12	Gesundheitserziehung: U. a. Wege der Nahrungsmittel, Verpackungstexte analysieren
1-4	Aid-Ernährungsführerschein: eingebettet in das Landesschulobstprogramm des LM (https://www.regierung-mv.de/Landesregierung/lm/Landwirtschaft/Landwirtschaft/EU-Schulprogramm/), dessen weitere Teilprojekte "Die Apfelkiste" und "Streuobst als Schulobst" sind. Diese Aktivitäten sind im Themenfeld "Ernährung/Gesundheit" der schulischen Verbraucherbildung fest verankert

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

www.materialkompass.de

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Verbraucherzentrale M-V e. V.	Projekte für Schülerinnen und Schüler sowie Lehrerfortbildungen aus dem Fachbereich Lebensmittel und Ernährung (z. B. „PowerKauer auf Gemüsejagd“, „Trendgetränke - Was ist dran, was ist drin?“, „Was hat Essen mit dem Klima zu tun?“), Projekt für Schülerinnen und Schüler aus dem Fachbereich Finanzen „Fit for finance- Finanzkompetenz spielerisch erarbeiten“
Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ)	Vereinbarung zwischen Stk, BM, SM und LRZ zur Förderung der Medienkompetenz in M-V

Land: Niedersachsen

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Regierungsdirektor
Name:	Peter Reinert
Tel.:	0511-1207087
E-Mail:	peter.reinert@mk.niedersachsen.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein

Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

besondere Bezugsfächer sind Sachunterricht, Wirtschaft, Hauswirtschaft, Politik, Politik/Wirtschaft, Erdkunde, Gesellschaftslehre, Arbeit-Wirtschaft-Technik

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1 / 2	<ul style="list-style-type: none">○ bewerten Tauschgeschäfte nach Kriterien der Gerechtigkeit (Tauschgeschäfte früher, Sammelbilder, Pausenbrot etc.)○ beschreiben und begründen Maßnahmen einer gesunden Lebensführung und deren Umsetzung im Alltag○ reflektieren an Beispielen aus ihrer direkten Umgebung die Achtsamkeit des Menschen gegenüber Pflanzen und Tieren○ beobachten und dokumentieren den Umgang mit Ressourcen zuhause, in der Schule und der Umgebung und reflektieren das eigene Handeln	SU
3 / 4	<ul style="list-style-type: none">○ diskutieren die ökologischen, gesundheitlichen und sozialen Folgen von Konsum○ diskutieren über die körperliche und seelische Gefährdung des Menschen und wenden geeignete Maßnahmen der Gesunderhaltung an○ diskutieren die Verantwortung des Menschen für den Schutz von Ökosystemen und reflektieren Möglichkeiten und Grenzen der eigenen Einflussnahme○ reflektieren über einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen	SU

5 / 6	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ernährung und Gesundheit ○ Über den Tellerrand schauen: Wie erlebe ich unterschiedliche (Ess-)Kulturen? 	Hauswirtschaft Gesellschaftslehre
7 / 8	<ul style="list-style-type: none"> ○ Leben, um zu arbeiten? Arbeiten, um zu leben? ○ Lebensmittelqualität und Konsumententscheidungen ○ Lebensstile und Essgewohnheiten ○ Ökonomie, Ökologie und Soziales ○ Konsumententscheidungen Jugendlicher ○ benennen Einrichtungen und Aufgaben des Verbraucherschutzes ○ charakterisieren Formen des Tourismus und analysieren ihre Folgen für eine Region im Hinblick auf eine nachhaltige Entwicklung 	Politik Hauswirtschaft Hauswirtschaft Hauswirtschaft Politik-Wirtschaft Arbeit-Wirtschaft Technik Erdkunde
9 / 10	<ul style="list-style-type: none"> ○ Umwelt und Wirtschaft: gegen- oder miteinander ○ Unternehmen und Arbeitsbeziehungen ○ Klimawandel: Wie schützen wir unseren Lebensraum? 	Politik Politik-Wirtschaft Gesellschaftslehre
11	<ul style="list-style-type: none"> ○ Globale politische und ökonomische Prozesse 	Politik-Wirtschaft

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
1 - 10	Fach- und schulformübergreifender Leitfaden auf der Grundlage der KMK-Empfehlungen zur Verbraucherbildung in der Schule
1 - 13	<p>Außerschulische Lernstandorte BNE: Eine besonders zu empfehlende Möglichkeit, Verbraucherbildung an der Schule umzusetzen, ist das Aufsuchen von außerschulischen Lernstandorten BNE (Bildung für nachhaltige Entwicklung). Derzeit besteht in Niedersachsen ein landesweites Netz aus über 60 anerkannten außerschulischen Lernstandorten BNE.</p> <p>Die wichtigsten Aufgabenbereiche sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung und Durchführung schul- und unterrichtsbezogener Bildungsangebote, • Beratung und Fortbildung von Lehrkräften, • Zusammenstellung und Ausleihe von Unterrichts-, Lehr- und Selbstlernmaterialien usw. <p>Unterstützt werden die anerkannten außerschulischen Lernstandorte durch den Einsatz erfahrener Lehrkräfte. Liste der Standorte: https://www.landesschulbehoerde-niedersachsen.de/bu/schulen/schulentwicklung/bne/lernstandorte-bne</p>

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

<ul style="list-style-type: none"> ○ www.verbraucherbildung.de; ○ www.materialkompass.de ○ Themenseite “Verbraucherbildung” auf niedersächsischem Bildungsserver (www.nibis.de)

5) **Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?**

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Verbraucherzentrale Bundesverband	Bewerbung des Netzwerks „Verbraucherschule“ sowie Unterstützung der Ausschreibungsrunden „Verbraucherschule“

Land: Nordrhein-Westfalen

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: **Abfrage der Länder**

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Pädagogischer Mitarbeiter
Name:	Wulf Bödeker, Philippe Büttner
Tel.:	0211 5867-3257 o. -3635
E-Mail:	wulf.boedeker@msw.nrw.de ; philippe.buettner@msb.nrw.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

Nein

Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Die Verbraucherbildung in den Schulen NRWs soll die Voraussetzungen dafür schaffen, dass Schülerinnen und Schüler in ihrer Rolle als jugendliche Konsumentinnen und Konsumenten wie auch für ihr späteres Leben entsprechende u.a. Sach- und Urteilskompetenzen erwerben.

Verbraucherbildung ist als übergreifendes Bildungs- und Erziehungsziel allen Kernlehrplänen vorangestellt. Zudem werden bei laufenden und geplanten Kernlehrplanentwicklungen für die Primarstufe und Sekundarstufen ausgehend von der Rahmenvorgabe Ziele und Inhalte der Verbraucherbildung fachangemessen in die curricularen Vorgaben überführt. Ein besonderer Beitrag zur Verbraucherbildung wird durch die Leitfächer Sachunterricht in der Primarstufe, Hauswirtschaft sowie Wirtschaft und durch die Fächer Politik bzw. Wirtschaft-Politik im Pflicht- und Wahlpflichtbereich der Sekundarstufe I erbracht. 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, Physik und Technik, die Religionslehren, Musik und Kunst können einen Beitrag zur Verbraucherbildung leisten

Zur Umsetzung wurden bzw. werden folgende schulpraxisnahe Grundlagen zur Implementierung der Verbraucherbildung an Schulen entwickelt.

Rahmenvorgabe „Verbraucherbildung an Schulen“ (siehe Anlage 1)

Die Rahmenvorgabe „Verbraucherbildung an Schulen“ macht die Verbraucherbildung zu einer verpflichtenden Aufgabe aller Schulen der Primar- und Sekundarstufe I. Die Rahmenvorgabe stellt eine Grundlage für die Entwicklung und Überarbeitung von Richtlinien und Lehr- bzw. Kernlehrplänen dar. Diese Umsetzung ist für die neuen Kernlehrpläne für das Gymnasium der Sekundarstufe I bereits erfolgt, zurzeit werden die Kern- bzw. Lehrpläne für die weiteren Schulformen der Sekundarstufe I und für die Primarstufe weiterentwickelt, für die die Rahmenvorgabe ebenfalls Referenzdokument ist.

In der Rahmenvorgabe finden sich fünf Inhaltbereiche (Übergreifender Bereiche: Allgemeiner Konsum, Bereich A: Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht, Bereich B: Ernährung und Gesundheit, Bereich C: Medien und Information in der digitalen Welt, Bereich D: Leben, Wohnen und Mobilität). Sowie Ziele und Unterziele zur Auseinandersetzung mit diesen Inhaltbereichen.

https://www.schulentwicklung.nrw.de/lehrplaene/upload/klp_gs/vb/Rahmenvorgabe_Verbraucherbildung_PS_SI_2017.pdf).

Synopse zur „Berücksichtigung von Verbraucherbildung in den neuen Kernlehrplänen für die Sekundarstufe I am Gymnasium (2019)“ (siehe Anlage 2)

Die Synopse zeigt exemplarisch für die Schulform Gymnasium auf, an welchen Stellen die Ziele und Inhaltbereiche der Rahmenvorgabe Verbraucherbildung Berücksichtigung in den Kernlehrplänen aller Unterrichtsfächer der Sekundarstufe I am Gymnasium gefunden haben.

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jahrgangsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
Siehe Anlage „Berücksichtigung von Verbraucherbildung in den neuen Kernlehrplänen für die Sekundarstufe I am Gymnasium (2019)“ als Beispiel. Durch die verbindlichen Vorgaben der Rahmenvorgabe Verbraucherbildung kann die exemplarische Synopse am Gymnasium auf die anderen Schulformen übertragen werden.		

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jahrgangsstufe	Projekte zur Verbraucherbildung
alle	Der Lehrplannavigator hält alle gültigen Kernlehrpläne für die allgemeinen Schulen vor. Er unterstützt zudem Schulen bei der Umsetzung der neuen Kernlehrpläne, indem er Beispiele für schulinterne Lehrpläne gibt sowie Vorgaben aus den Kernlehrplänen mit konkreten Unterrichtsmaterialien u.a. im Bereich der Verbraucherbildung verknüpft. Im Wege einer Projektförderung des MULNV hat die Universität Paderborn als Projektnehmerin 165 Projektbeispiele zu den Themen Ernährung, Finanzen und Nachhaltigkeit recherchiert, bewertet und in die Materialdatenbank des Lehrplannavigators für die Sekundarstufe I (Sek I) eingestellt. In einem Folgeauftrag wurden weitere 80 Materialien für die Sek I (46 Materialien) wie auch für die Grundschule (34 Materialien) recherchiert und Ende 2013 bereits in den Lehrplannavigator aufgenommen.
alle	Das Landesprogramm "Schule der Zukunft" unterstützt den Schwerpunkt Verbraucherbildung im Rahmen einer verstärkten Kooperation der Schulen mit außerschulischen Partnern wie u.a. mit dem Eine Welt Netz NRW und der BUND-Jugend, der Vernetzungsstelle Schulverpflegung in der Trägerschaft der Verbraucherzentrale NRW oder den „Fairtrade-Schools“. Ab dem Schuljahr 2020/21 soll die bisher in der jetzigen Form seit 2008 existierende „Kampagne Schule der Zukunft – Bildung für Nachhaltigkeit“ als „Landesprogramm Schule der Zukunft“ fortgeführt werden. Der Neustart folgt auf der Basis eines pragmatischen BNE-Verständnisses, welches in der Leitlinie BNE grundgelegt wurde.

schwerpunktmäßig Sek. I und II	Netzwerk „Finanzkompetenz NRW– in Kooperation mit dem Landesprogramm „Schule der Zukunft“ bietet Schulungen und regionale Informationsveranstaltungen für Lehrerinnen und Lehrer zum Thema „Finanzkompetenz“ an und entwickelt im Rahmen seiner Netzwerkarbeit diverse Unterrichtsmaterialien.
Sek. I und II	Die Universität Paderborn und die Verbraucherzentrale NRW haben in Kooperation die Unterrichtsreihe und Fortbildungsangebot für Lehrkräfte zum Thema „ Wertschätzung und Verschwendung von Lebensmitteln “ entwickelt. Sie richtet sich an Schülerinnen und Schüler der Primarstufe, Sekundarstufe I und II, sowie Schüler mit dem Förderschwerpunkt geistige Entwicklung und an Schülerinnen und Schüler verschiedener Ausbildungsberufe.
Sek. I und II	Integration von BNE und Verbraucherbildung in bestehende Fortbildungsmodulare aller Bezirksregierungen. Grundlage: „Standard- und kompetenzorientierten Fachunterricht“ ab 2019 Dabei: Umsetzung des Orientierungsrahmens Globale Entwicklung in NRW mit Unterstützung des BMZ/Engagement Global. Verbraucherbildung wird dabei in allen fünf Fachgruppen mitbedacht. Grundlage für die Fortbildungsinitiative ist die Leitlinie BNE, die 2019 erschienen ist.
	Darüber hinaus stellt das Land NRW den Schulen für einige verbraucherrelevante Themengebiete geeignete Unterrichtsmaterialien zur Verfügung und unterstützt Schulen im Kontext der Ernährungs- und Verbraucherbildung aktuell u.a. mit folgenden Maßnahmen: <ul style="list-style-type: none">• EU-Schulobst- und –gemüse- Programm NRW• Ernährungsportal NRW• Landesprogramm „Bildung und Gesundheit“
	Tage der Schulverpflegung – „Mensaessen macht Schule – Besser essen mit INFORM“ - Vernetzungsstelle Schulverpflegung NRW

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

www.lehrplannavigator.nrw.de

www.ganztag-blk.de

<http://www.schule-der-zukunft.nrw.de/>

<http://www.netzwerk-finanzkompetenz.de/>

<http://www.vz-nrw.de/schulverpflegung>

<http://www.bug-nrw.de/>

<http://www.aktion-zukunft-lernen.de/>

http://www.bne-portal.de/coremedia/generator/unesco/de/05_Service/Material/04_Lehr_und_Lernmaterialien/Lehr-20und_20Lernmaterialien_20Bereichsseite.html

<http://www.vzbv.de/themen/verbraucherbildung>

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
<p>Natur- und Umweltschutz-Akademie des Landes NRW, Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes NRW</p>	<p>Kooperationsvereinbarungen zwischen Schulministerium und Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes NRW.</p> <p>Gegenstand einer Kooperationsvereinbarung: Koordination und Durchführung des Landesprogrammes "Schule der Zukunft"</p> <p>Unterstützung und Vernetzung weiterer Vorreiterschulen: UNESCO-Projektschulen, FairTradeSchools, Verbraucherschulen, Nationalparkschulen.</p> <p><u>Anzahl der Schulen:</u></p> <p>„Schule der Zukunft – Bildung für Nachhaltigkeit“ mit aktuell über 600 teilnehmenden Schulen und über 30 aktiven Netzwerken gehören. Zudem die Hälfte der bundesweit über 500 Fairtrade-Schools, ca. 40 UNESCO-Projektschulen, fast 50 Nationalparkschulen Eifel und die sich etablierenden Verbraucherschulen.</p>
<p>BNE-Agentur NRW, Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes NRW</p>	<p>Eine weitere Kooperationsvereinbarung besteht im Rahmen des Leitprojektes „Verbraucherbildung an Schulen“. Die BNE-Agentur konstituiert sich als rechtlich unselbständige Arbeitsstelle in Form einer Arbeitsgemeinschaft der sie finanzierenden Landesministerien (MULNV, MSB, MBEI) und weiterer Kooperationspartner. Die Geschäftsleitung obliegt dem MULNV.</p>
<p>Serviceagentur "Ganztägig Lernen in NRW"</p>	<p>Die Serviceagentur "Ganztägig Lernen in NRW" (SAG) ist ein gemeinsames Angebot des Ministeriums für Schule und Weiterbildung, des Ministeriums für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen, der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung gGmbH sowie des Instituts für soziale Arbeit e. V.</p>
<p>Vernetzungsstelle Schulverpflegung NRW, Verbraucherzentrale NRW</p>	<p>Über die aus Bundes- und Landesmitteln geförderte Vernetzungsstelle Schulverpflegung NRW bietet das Land NRW im Rahmen der Ernährungsbildung Schulen und Schulträgern ein breites Fachinformations- und Beratungsangebot an und stellt Arbeitsmaterialien bereit. Dieses Angebot beinhaltet unter anderem die Bereitstellung von Unterrichts- und Aktionsmaterialien u. a. zu den Themen Ernährungs- und Verbraucherbildung. Die Vernetzungsstelle ist bei der Verbraucherzentrale NRW eingerichtet.</p>
<p>Landfrauenverbände NRW (Westfälisch-Lippischer LandFrauenverband e.V. und Rheinischer LandFrauenverband e. V.)</p>	<p>Rahmenvereinbarung zwischen den Landfrauenverbänden NRW und den zuständigen Landesministerien (MSB, MULNV, MKFFI) im Hinblick auf eine Ergänzung der Bildungs- und Erziehungsangebote in (Ganztags-)Schulen und Ganztagsangeboten durch Angebote im Bereich der Ernährungs- und Verbraucherbildung.</p>

Anmerkungen:

Der nordrhein-westfälischen Landesregierung ist die Förderung nachhaltiger Verbraucherkompetenz ein wichtiges Anliegen. Verbraucherbildung wird in NRW als ein Querschnittsthema, das vernetztes Denken voraussetzt und interdisziplinäres über Fächergrenzen hinausgehendes Lernen im Unterricht und bei außerunterrichtlichen Angeboten erfordert, verstanden. Fächerübergreifende Lerninhalte wie beispielsweise Fairer Handel, Essgewohnheiten, Nahrungskette, Globalisierung, Gentechnologie lassen sich an die bestehenden Kernlehrpläne verschiedener Fächer anbinden und auf die Bedürfnisse und Gegebenheiten vor Ort zuschneiden.

Die Verbraucherkompetenz ist in den Kernlehrplänen aller Schulformen verankert. Berücksichtigt werden dabei in breiter Form die Grundsätze der Verbraucherbildung, die insbesondere Kontext einer nachhaltigen Entwicklung zu sehen sind. Für die fünf Konsumfelder Ernährung und Gesundheit, Finanzen, Verbraucherrecht, Medien und Nachhaltiger Konsum/ Bildung für nachhaltige Entwicklung sind federführend verschiedene Fächer zuständig. In erster Linie sind in diesem Zusammenhang die Fächer Sachunterricht, Wirtschaft-Politik, Wirtschaft sowie die Lernbereiche Wirtschaft und Arbeitswelt, Gesellschaftslehre und Naturwissenschaften zu nennen. Über die entsprechende Unterrichtsgestaltung und die Unterrichtsorganisation entscheiden die Schulen eigenverantwortlich.

Konkrete Lehrplanbeispiele finden sich im Lehrplannavigator für die entsprechenden Fächer (www.lehrplannavigator.nrw.de).

Die 2019 erschienenen Leitlinie Bildung für nachhaltige Entwicklung hat zahlreiche Bezugspunkte zur Verbraucherbildung und ist damit als Ergänzung zur Rahmenvorgabe Verbraucherbildung eine Grundlage für zukünftige Kernlehrpläne.

Rahmenvorgabe Verbraucher- bildung in Schule

in der Primarstufe und Sekundarstufe I

in Nordrhein-Westfalen

Herausgegeben vom Ministerium für Schule und Weiterbildung
des Landes Nordrhein-Westfalen Völklinger Straße 49, 40221 Düsseldorf
Telefon 0211-5867-40
Telefax 0211-5867-3220
poststelle@schulministerium.nrw.de
www.schulministerium.nrw.de

2017

Vorbemerkung

Für Kinder und Jugendliche ist es eine große Herausforderung, in der vielfältigen und komplexen Welt der Waren und Dienstleistungen reflektiert und selbstbestimmt einen eigenen Weg zu finden. Schulen haben daher die Aufgabe, Schülerinnen und Schüler bei der Entwicklung der dafür notwendigen Urteils- und Handlungsfähigkeit zu unterstützen, begleitend zu der elterlichen Erziehung und den individuellen Sozialisationserfahrungen. Unstrittig ist, dass Schule keine Wertungen vorgibt oder Schülerinnen und Schüler mit erhobenem Zeigefinger begegnet.

Die schulische Verbraucherbildung greift mit rechtlichen, wirtschaftlichen und politischen Aspekten Grundfragen unserer Lebens- und Wirtschaftsweisen auf. Konsum ist eine Zukunftsfrage: Von dem Konsum in unserer Gesellschaft hängt auch der Erfolg oder Misserfolg einer nachhaltigen Entwicklung ab.

Alle Länder haben sich in der Kultusministerkonferenz mit ihrer Empfehlung vom 12. September 2013 verpflichtet, Verbraucherbildung als schulische Aufgabe aufzugreifen. Diese Rahmenvorgabe zielt darauf ab, in Nordrhein-Westfalen Verbraucherbildung an allen Schulen der Primarstufe und Sekundarstufe I an den Unterricht anzubinden und in einem schulischen Konzept umzusetzen. Diese anspruchsvolle Aufgabe einer breit angelegten Verbraucherbildung wird nicht nur an ein Fach delegiert oder durch ein neues Schulfach bewältigt. Sie gründet sich auf vielfältigen Kompetenzen und Methoden unterschiedlicher Fächer aller Aufgabenfelder.

Welche fachlichen und pädagogischen Schwerpunkte die Schulen für ihre Schülerschaft auswählen, wird mit der Rahmenvorgabe nicht vorgegeben. Gefragt ist die konkrete Umsetzung vor Ort nach den Bedarfen der jeweiligen Schulgemeinde, in den schulinternen Lehrplänen, in der Partnerschaft mit außerschulischen Akteuren.

Die Kernlehrpläne bieten den curricularen Rahmen für vielfältige Lernanlässe. Verbraucherbildung vermittelt Schülerinnen und Schülern das Wissen und die Kompetenzen, die reflektierte Entscheidungen ermöglichen – für ihren Alltag, in ihren Rollen als Wirtschaftsbürgerin und Wirtschaftsbürger und als Staatsbürgerin und Staatsbürger.

Runderlass

Sekundarstufe I Richtlinien und Lehrpläne Rahmen- vorgabe Verbraucherbildung in Schule – in der Primarstufe und Sekundarstufe I

RdErl. d. Ministeriums
für Schule und Weiterbildung
v. 19.04.2017 - 526-6.08.01-134989

Die Rahmenvorgabe „Verbraucherbildung in Schule – in der Primarstufe und Sekundarstufe I“ beschreibt als schulform- und bildungsgangübergreifender Referenzrahmen die Grundlagen, Ziele und Bereiche der Verbraucherbildung. Sie tritt zum 01.08.2017 in Kraft und stellt langfristig eine Grundlage für die künftige Entwicklung und Überarbeitung von Richtlinien und Lehrplänen dar.

Anlass zur Erarbeitung der Rahmenvorgabe gaben die Empfehlungen der Kultusministerkonferenz zur Verbraucherbildung vom 12.09.2013 sowie ein Landtagsbeschluss vom 18.03.2014. Die Erarbeitung und Umsetzung der Rahmenvorgabe ist darüber hinaus ein grundlegender Bestandteil zur Umsetzung der Landesstrategie „Bildung für nachhaltige Entwicklung – Zukunft lernen“ (2016 -2020).

Die Schulen werden gebeten, in Verbindung mit ihrem Schulprogramm die Ausgestaltung und Weiterentwicklung ihrer schuleigenen Unterrichtsvorgaben sowie ihre außerunterrichtlichen Vorhaben der Verbraucherbildung an der Rahmenvorgabe auszurichten. Zur Unterstützung der Schulen sind im Anhang der Rahmenvorgabe Übersichtsraster zur schulinternen Planung, Umsetzung, Koordination und Weiterentwicklung der Verbraucherbildung beigefügt.

Die Veröffentlichung der Rahmenvorgabe Verbraucherbildung in Schule – in der Primarstufe und Sekundarstufe I erfolgt online unter: <https://www.schulentwicklung.nrw.de/>.

Inhalt

1.	Die Rahmenvorgabe als kompetenzorientierte curriculare Vorgabe	6
2.	Verbraucherbildung – Grundlagen, Ziele, Bereiche.....	7
2.1	Grundlagen und Aufgaben schulischer Verbraucherbildung	8
2.2	Ziele und Teilziele	9
2.3	Kompetenzbereiche und Inhaltsaspekte	11
2.3.1	Kompetenzbereiche	11
2.3.2	Bereiche und Inhaltsaspekte	12
3.	Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe	15
3.1	Beitrag der Fächer und Lernbereiche.....	15
3.2	Schulisches Konzept zur Verbraucherbildung.....	21
4.	Verbraucherbildung im schulischen Lernen	22
4.1	Verbraucherbildung im Unterricht.....	22
4.1.1	Didaktische Prinzipien der Verbraucherbildung.....	23
4.1.2	Methoden in der Verbraucherbildung	24
4.2	Außerunterrichtliche und außerschulische Verbraucherbildung	25
5.	Schulinterne Planung und Umsetzung, Koordination und Weiterentwicklung	27
6.	Anhang.....	29

1. Die Rahmenvorgabe als kompetenzorientierte curriculare Vorgabe

Im Rahmen schulischen Lernens ist es Aufgabe aller Fächer und Lernbereiche Beiträge zu übergreifenden schulischen Erziehungs- und Bildungsaufgaben zu leisten. Die Verbraucherbildung stellt eine solche dar. Dabei besteht die zentrale Aufgabe der Verbraucherbildung in der Entwicklung bzw. Förderung einer reflektierten Konsumkompetenz von Schülerinnen und Schülern.

Die Fächer und Lernbereiche tragen aus ihrer jeweils eigenständigen Perspektive kumulativ und über die Jahrgangsstufen hinweg sowie verbunden mit weiterem schulischem Lernen ihren Teil zur Verbraucherbildung 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 inhaltliche Bereiche der Verbraucherbildung,
- beschreibt die Beiträge der Lernbereiche und Fächer, insbesondere der Leitfächer, zur Entwicklung der reflektierten Konsumkompetenz,
- gibt Hinweise zur unterrichtlichen sowie institutionellen und schulorganisatorischen Verankerung der Verbraucherbildung,
- zeigt Anknüpfungspunkte im weiteren außerunterrichtlichen und außerschulischen Lernen.

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 über Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit anderen Fächern. Die vorliegende Rahmenvorgabe Verbraucherbildung legt dar, auf welcher Grundlage eine schulspezifische Umsetzung in ein schulisches Konzept zur Verbraucherbildung erfolgen kann.

Mit dieser Rahmenvorgabe liegt eine schulform- und bildungsgangübergreifende curriculare Vorgabe 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 Kernlehrpläne enthalten eine Fülle von fachspezifischen Anknüpfungen für eine kompetenzorientierte Verbraucherbildung – auch im Kontext einer Bildung für nachhaltige Entwicklung.

2. Verbraucherbildung – Grundlagen, Ziele, Bereiche

Die Verbraucherbildung hat die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens als Verbraucherinnen und Verbraucher zum Ziel, indem über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten sowie selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden. Dabei geht es vor allem darum, diese Kompetenzen im Zusammenhang mit Konsumententscheidungen als Verbraucherinnen und Verbraucher heranzuziehen und zu nutzen (vgl. Beschluss der KMK "Verbraucherbildung an Schulen", 2013).

Alle Menschen sind Konsumentinnen und Konsumenten, die täglich eine Vielzahl von bewussten und unbewussten Konsumententscheidungen treffen. Konsumentinnen und Konsumenten verhalten sich dabei häufig widersprüchlich: Sie entscheiden in verschiedenen Konsum- und Lebensbereichen unterschiedlich und folgen nicht immer zweckrationalen Erwägungen. Einerseits handeln sie im Rahmen der gesamten haushaltsbezogenen Bedürfnisse und der ihnen zur Verfügung stehenden Mittel. Andererseits folgen sie spontanen Anreizen und persönlichen Vorlieben, Gewohnheiten, Traditionen oder Bequemlichkeiten. Konsumententscheidungen dienen auch dem Ausdruck von Persönlichkeit und der Ausprägung eines Lebensstils. Dabei beeinflussen Kommunikation, Werbung und Verkaufspraktiken das eigene Konsumverhalten zum Teil stark, ohne dass dies bewusst wird. Zusätzliche Bedeutungen wie z.B. die soziale Distinktion eines Produktes oder einer Dienstleistung sind mitunter eher kaufentscheidend als der reale Gebrauchswert einer Ware.

Individuelle Konsumententscheidungen haben darüber hinaus ökonomische, soziale und ökologische Folgen. Sie werden auf analogen, digitalen und beide Welten verschränkenden Märkten getroffen, die sich jeweils in ihrer Beschaffenheit, ihren Spielregeln, Chancen, Gefahren und Folgen deutlich unterscheiden. Insofern ist sowohl eine Entscheidung für bestimmte Konsumgüter als auch ein Verzicht eine komplexe Alltagsanforderung, die ein Abwägen zwischen gegenwärtigen und zukünftigen Folgen für das Individuum und die Gesellschaft sowie die Umwelt einbezieht. Angesichts der Vielfalt der hier angedeuteten Einflussfaktoren auf den Konsum wird deutlich, dass das Modell des autonom, nach seinem persönlichen Nutzen handelnden Individuum zu kurz greift. Konsumentinnen und Konsumenten sind nicht nur als Marktteilnehmerinnen und Marktteilnehmer zu betrachten, die Informationen über Produkte und Dienstleistungen hinsichtlich ihrer Eignung als Mittel zur Bedürfnisbefriedigung brauchen. Denn Konsumentinnen und Konsumenten nehmen auch die anderen Stationen der Wertschöpfungskette in den Blick und wollen damit Verantwortung für die Konsequenzen ihrer Konsumententscheidungen übernehmen.

Verbraucherbildung ist eingebettet in ein Konzept einer Bildung für nachhaltige Entwicklung. "Unter nachhaltiger Entwicklung verstehen wir eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten zukünftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen. Die Forderung, diese Entwicklung dauerhaft zu gestalten, gilt für alle Länder und Menschen" (Brundtland-Bericht, 1987). Mit der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung hat sich die internationale Staatengemeinschaft auf einen Fahrplan verständigt, die globalen Herausforderungen auf der Grundlage von weltweitem wirtschaftlichen Fortschritt im Einklang mit sozialer Gerechtigkeit und im Rahmen der ökologischen Grenzen der Erde zu gestalten (vgl. Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung, 2015).

Vielfach zeigt sich Konsum jedoch nicht nachhaltig im Sinne des langfristigen Erhalts unserer Lebensgrundlagen. Der gesellschaftliche Diskurs über Formen und Folgen u.a. von Lebensweisen und -stilen ist ebenso aktuell wie kontrovers. Bildung für nachhaltige Entwicklung fördert den demokratischen Diskurs über die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft, macht Schwierigkeiten und Dilemmata in Entscheidungsprozessen deutlich, hebt Chancen und Möglichkeiten der Partizipation an gesellschaftlicher Entwicklung hervor und vermittelt Kompetenzen Entwicklungen mitzugestalten (vgl. UNESCO-Weltaktionsprogramm Bildung für nachhaltige Entwicklung, 2015-2019).

2.1 Grundlagen und Aufgaben schulischer Verbraucherbildung

Einerseits werden verbraucherrelevante Kompetenzen informell in alltäglichen Kontexten erworben: Heranwachsende entwickeln ihr Konsumverhalten ganz wesentlich außerhalb der Schule, in Familie und Peer-Group, und folgen oder kreieren dabei Moden als Ausdruck ihrer Persönlichkeit bzw. ihres Lebensstils.

Andererseits ist Verbraucherbildung 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 sie bereiten sich auf Herausforderungen in Schule und Ausbildung, in Privat- und Berufsleben vor. Im Zusammentreffen schulischer und informeller Verbraucherbildung, etwa zwischen Elternhaus und Schule, können ggf. diskursive Aushandlungsprozesse erforderlich sein.

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 berücksichtigt. Hierzu gehört auch die Einsicht in die Vielfalt und Reichweite sowie Grenzen eigener Einflussmöglichkeiten und die Auseinandersetzung mit Fremdperspektiven, u.a. der Perspektive genderbewussten Konsums. Die Option und Wirksamkeit individueller Einflussnahme durch Konsumverhalten wird bewertet – als eine Voraussetzung für bewusstes und selbstbestimmteres Handeln.

Die schulische Verbraucherbildung unterstützt überdies eine gesunde Lebensführung und verfolgt damit auch eine präventive Zielsetzung. 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 – u.a. auf Maßnahmen des Verbraucherschutzes, die Kennzeichnungspflicht oder die Einführung von Labeln. Die Heranwachsenden werden dabei in ihrer Rolle als Staatsbürgerin oder -bürger angesprochen, neue Felder der Partizipation werden aufgezeigt, aber auch die Verantwortung staatlicher Akteurinnen und Akteure und Unternehmen wird markiert. Schließlich fördert Verbraucherbildung auch ökonomische Kompetenzen, auf die die Heranwachsenden in ihren späteren Rollen als Wirtschaftsbürgerin oder -bürger privat und beruflich zurückgreifen können.

Der in Nordrhein-Westfalen gewählte fachbezogene und fächerübergreifende Ansatz der Verbraucherbildung befähigt die Schülerinnen und Schüler, in besonderem Maße Prozesse und Gegenstände aus verschiedenen Fächern bei der

Erkenntnisgewinnung zu verknüpfen. Die schulische Verbraucherbildung knüpft an die curricularen Vorgaben verschiedener Unterrichtsfächer an und baut im Sinne eines über die Jahrgangsstufen hinweg kumulativen Lernprozesses darauf auf. Dabei 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 Projektes integrativ erfolgt.

Weiterhin findet Verbraucherbildung in außerunterrichtlichen Kontexten, in außerschulischen Projekten und mit außerschulischen Partnern statt. Damit Schulen in diesem Bereich über den Unterricht hinaus erfolgreich agieren, können sie sich mit außerschulischen Bildungsträgern wie Verbraucherorganisationen, Beratungsstellen, Sozialverbänden, Behörden und Wirtschaftsverbänden vernetzen. Ihr Angebot außerschulischer Lernorte ermöglicht eine weitreichende Praxisrelevanz. So entwickeln die Heranwachsenden kontinuierlich Kompetenzen, die sie in konsumbezogenen Zusammenhängen anwenden können.

Im Kontext des schulischen Bildungsauftrags folgt Verbraucherbildung dem Beutelsbacher Konsens (vgl. Kap. 4.1.1). Die Prinzipien des Überwältigungsverbots, des Kontroversitätsgebotes und der Schülerorientierung sind Grundlagen der Unterrichtsgestaltung, der Zusammenarbeit mit den Bildungsangeboten außerschulischer Partner sowie der Auswahl von Materialien.

2.2 Ziele und Teilziele

Die in der Rahmenvorgabe formulierten Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung werden auf der Grundlage der Bereiche der Verbraucherbildung (vgl. Kap. 2.3.2) 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 und Lernbereiche. Dies betrifft insbesondere die Leitfächer für Verbraucherbildung (vgl. Kap. 3.1):

- In der Primarstufe
 - Sachunterricht

- In der Sekundarstufe I
 - Arbeitslehre mit Hauswirtschaft
 - Gesellschaftslehre mit Politik
 - Politik/Wirtschaft bzw. Politik

Neben den o.g. Leitfächern leisten weitere Fächer bzw. Lernbereiche Beiträge zur Verbraucherbildung (vgl. Kap.3.1).

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 und Kooperationen 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
 - Reflexion von Lebensrisiken
 - Identifikation der unterschiedlichen Verfügbarkeit von Ressourcen

- **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
 - 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 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

- **Reflexion von Kriterien für Konsumententscheidungen**
 - Verständnis von Produktqualität hinsichtlich Eigenschaften und Funktionalität
 - Verständnis von Prozessqualität bzw. Lebenszyklus eines Produkts hinsichtlich Herstellung, Transport, Nutzung, Entsorgung
 - Identifikation von Nutzen und Kosten
 - Reflexion von Motiven und Bedingungen einer Kreditaufnahme
 - Reflexion von Vorsorgemöglichkeiten unter Berücksichtigung von Lebensrisiken
 - Abwägung von Verbraucherinformationen in verschiedenen Formaten und unterschiedlicher Herkunft

- **Auseinandersetzung mit individuellen, kollektiven und politischen Gestaltungsoptionen des Konsums**
 - Entwicklung von Gestaltungsoptionen für einen selbstbestimmten, verantwortlichen und nachhaltigen Konsum
 - Analyse und Reflexion von Lebensstilen und sozialen Milieus
 - Reflexion von Strategien kollektiver Beeinflussung der Konsumentenposition sowie der Interessenvertretung
 - Reflexion politischer Strategien zur Veränderung der Konsumentenposition, wie z.B. Anreize, Steuern, Informationspflichten, Schutzrechte, Verbote, Angebot öffentlicher Güter

2.3 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 der 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.

2.3.1 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, Entscheidungen zu treffen, die ein reflektiertes 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.

2.3.2 Bereiche und Inhaltsaspekte

Die nachfolgende Übersicht benennt obligatorische Bereiche der Verbraucherbildung, die sich an die Aspekte der Vereinbarungen der Kultusministerkonferenz zur Verbraucherbildung (vgl. Beschluss der KMK "Verbraucherbildung an Schulen", 2013) und Bildung für nachhaltige Entwicklung sowie an die 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 Finanzen, Markt- geschehen und Verbraucherrecht	Bereich B Ernährung und Gesundheit	Bereich C Medien und In- formation in der digitalen Welt	Bereich D Leben, Wohnen und Mobilität

Abb. 1: 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**

- Bedürfnisse und Bedarf, Lebensstil, Konsumgewohnheiten sowie Konsumverantwortung
- Wirkung von Design, Werbung und Marketingstrategien
- Konsumrelevante Produktinformationen und Produktkennzeichnung
- Qualität und Nachhaltigkeit von Gütern und Dienstleistungen
- 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 u.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 sowie Bewältigung von Überschuldung

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

- Gesundheitsförderliche und nachhaltige Lebensführung und Ernährung
- Geschmacksbildung und Esskulturen
- Nahrungsproduktion und -zubereitung, Produktionsketten
- 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. Dazu gehört u. a. auch die Auseinandersetzung mit individuellen Essbiographien in Beziehung zu verschiedenen Lebensstilen in unterschiedlichen sozialen Milieus. Davon ausgehend werden umgekehrt auch Auswirkungen des individuellen Lebensmittelkonsums auf das Klima und die globale Welt aufgegriffen. Fokussiert werden hierbei einerseits die Nahrungsmittelzubereitung unter ernährungsphysiologischen und gesundheitlichen Aspekten sowie globale Fragestellungen und andererseits Lagerung, Resteverwertung und Abfallvermeidung. Im Sinne einer gesunden Lebensführung werden Möglichkeiten der Prävention sowie Unfall- und Verletzungsprophylaxe reflektiert, unterschiedliche Körperideale hinterfragt sowie gesundheitsförderliche Verhaltensweisen und die Gefahren u.a. von Sucht erkannt. Im Bereich Ernährung und Gesundheit ist das übergeordnete Ziel eine Verbesserung der Lebensqualität der Menschen.

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

- Medienwahrnehmung, -analyse, -nutzung und -sicherheit
- Informationsbeschaffung und -bewertung
- Datenschutz und Urheberrechte, Verwertung privater Daten
- Cybermobbing und Privatsphäre
- Onlinehandel

Der Bereich Medien und Informationen in der digitalen Welt greift Themenstellungen u.a. Datenschutz, Persönlichkeitsrecht, Urheberrechte, Nutzungsrechte, Werbung und Algorithmen auf und beleuchtet diese aus unterschiedlichen Perspektiven. Bildung in der digitalen Welt hat somit auch die Aufgabe, Medienhandeln und Medieninhalte kritisch zu hinterfragen: Asymmetrien zwischen Anbieter und Nutzer digitaler Medien und Inhalte können thematisiert sowie Möglichkeiten und Grenzen eigenen Handelns

erkennbar gemacht werden. Einsatz und Nutzen sowie Gefahren und Unzulänglichkeiten in dem komplexen Bereich der Technologieentwicklung und ihrer Folgen sollen daher 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 berücksichtigt werden, die angesichts einer hauptsächlich medial gestützten Informationsbeschaffung und -weitergabe zu beachten sind.

▪ **Bereich D – Leben, Wohnen und Mobilität**

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

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. Hier stehen auch veränderte Arbeits- und Aufgabenverteilungen im Hinblick auf die Rollenverteilung der Geschlechter im Haushalt im Mittelpunkt. Ebenso werden Lebensstile und Moden bspw. bezogen auf die eigene Wohnung und das Wohnumfeld reflektiert sowie hinsichtlich Ästhetik und Funktion analysiert. Untersucht werden weiterhin sozio-ökonomische Lebensbedingungen, die das Leben und Wohnen in unterschiedlichen Haushalten und Lebensformen beeinflussen. Ermöglicht wird dabei u.a. auch die Auseinandersetzung mit dem Umgang mit Ressourcen und dem privaten Energieverbrauch im Hinblick auf Klima- und Umweltschutz sowie unter globaler Perspektive. Von Bedeutung sind zudem die ökologischen und sozio-ökonomischen Konsequenzen des Mobilitätsverhaltens in Alltag und Freizeit bzw. Urlaub. Betrachtet werden schließlich auch staatliche Rahmenbedingungen und Regelungen, die Kinder und Jugendliche unmittelbar beeinflussen bzw. die mitgestaltet werden können.

3. Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe

3.1 Beitrag der Fächer und Lernbereiche

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.

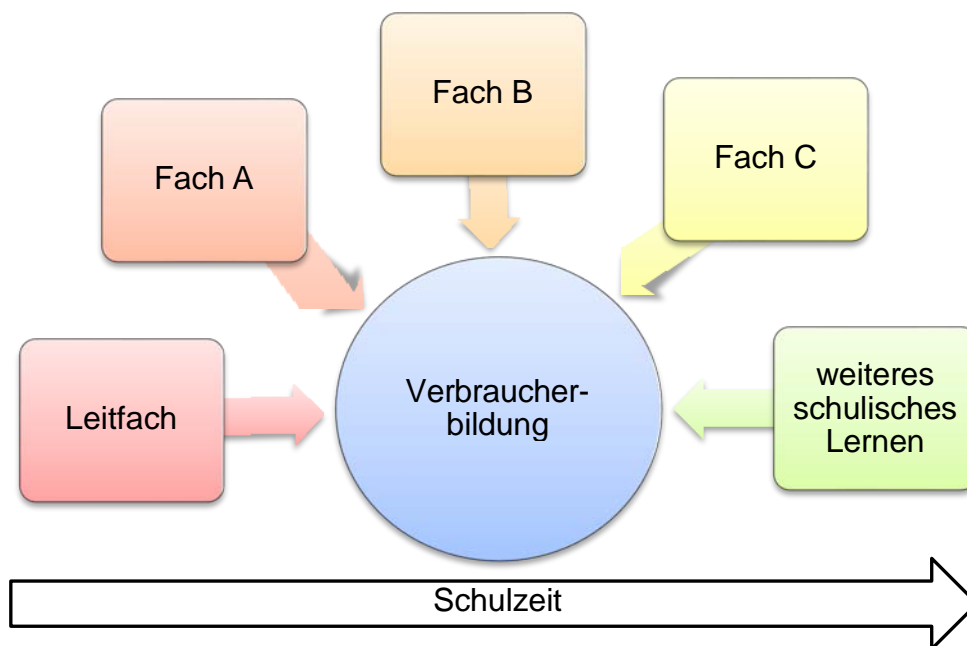


Abb. 2: Verbraucherbildung in Schule ergibt sich aus der Summe von Beiträgen einzelner Leitfächer, Fächer, fachübergreifender Vorhaben und Projekte sowie im Rahmen der Gestaltung des Schullebens und der Kooperationen mit externen Partnern durch die gesamte Schulzeit hindurch.

Ein besonderer Beitrag zur Verbraucherbildung wird durch die **Leitfächer** Sachunterricht in der Primarstufe, Hauswirtschaft sowie Wirtschaft integriert im Lernbereich Arbeitslehre und 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, Physik und Technik, die Religionslehren, Musik und Kunst können einen Beitrag zur Verbraucherbildung leisten (s.u.).

Eine spezifische Rolle kommt dem **weiteren schulischen Lernen** zu. Verbraucherbildung erfolgt in diesem Sinne im Zusammenhang mit häufig 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 3 verdeutlicht, wie die Fächer und Lernbereiche zur Verbraucherbildung beitragen. Die Bereiche der Verbraucherbildung (vgl. Kap. 2.2.2) 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 Kompetenzerwartungen des Faches – auf

gemeinsamer inhaltlicher Basis verknüpft und gekennzeichnet. In einem zweiten Schritt lassen sich diese gekennzeichneten Unterrichtsvorhaben in einer Übersicht zusammenstellen (vgl. Beispiel im Anhang). Die Unterrichtsvorhaben sind Teil von weiteren Maßnahmen und wesentlicher Bestandteil des jeweiligen **schulischen Konzeptes zur Verbraucherbildung**. Dieses Konzept ist Ausdruck der individuellen schulspezifischen Umsetzung von Verbraucherbildung. Dabei sind ausdrücklich eigene Schwerpunktsetzungen erwünscht, die schulische und lokale, personelle und unterrichtliche Voraussetzungen sowie Bedürfnisse und Interessen der Schülerschaft berücksichtigen.

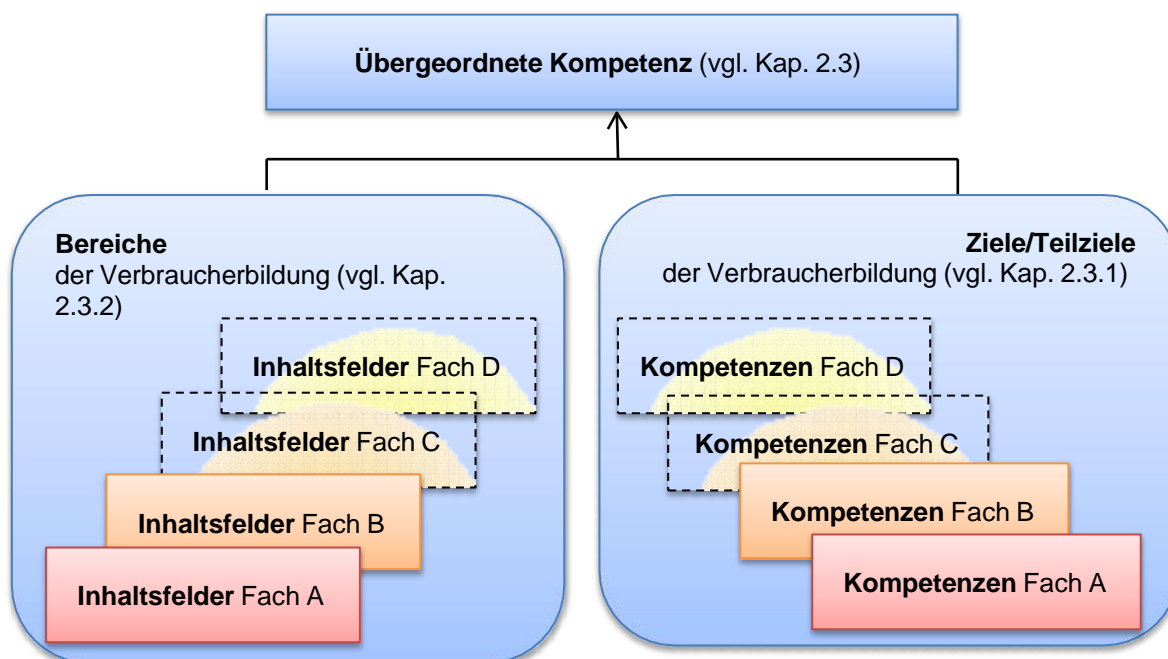


Abb. 3: Dargestellt sind die Strukturmerkmale der Kernlehrpläne in Wechselbeziehung zu den Merkmalen der Verbraucherbildung. In den schulinternen Lehrplänen der Fächer und Lernbereiche der Sekundarstufe I und den Arbeitsplänen der Primarstufe werden diese verknüpft und ausgewiesen.

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

Ausgehend von der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler zielt der Sachunterricht auf eine Integration verschiedener fachlicher Perspektiven ab und spielt bei der Vermittlung von Konsumkompetenz in der Grundschule eine zentrale Rolle. Die Perspektiven des Fachs **Sachunterricht** umfassen u.a. die Entwicklung von Grundlagen für eine auch an Nachhaltigkeit orientierten Lebensführung, 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. 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, Pflanzen 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 Gestaltung von Wohnung und Umfeld. 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. Im Rahmen des Themas Kleidung können beispielsweise die folgenden Aspekte aufgegriffen werden: 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 die Menschen in den Haushalten als Akteure sehen, die auf fundierter Grundlage Entscheidungen hinsichtlich Lebensplanung, Lebensführung und Entwicklung von Lebensstilen treffen. Durch den sachgerechten Umgang mit Fachwissen und die Anwendung spezifischer Verfahren erkennen, verstehen und reflektieren die Schülerinnen und Schüler konsumbezogene Sachverhalte in Haushalten. 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 verstehen und beurteilen sowie zielorientiert 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 unserer technisch geprägten Welt zu ermöglichen.

Die Perspektive des Faches **Wirtschaft** fördert die Mündigkeit als Wirtschaftsbürgerinnen und -bürger. Durch den Erwerb von ökonomischer Grundbildung werden grundlegende ökonomische Problemlagen und Prozesse verstehbar, sodass die Schülerinnen und Schüler Urteils- und Handlungskompetenzen 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 Schüler 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.

Die Perspektive des Faches **Physik** richtet sich auf die Untersuchung natürlicher Phänomene und Zusammenhänge sowie deren Beschreibung und Erklärung. Ein wesentliches Ziel der Physik besteht darin, gewonnene Erkenntnisse in der Anwendung technischer Verfahren nutzbar zu machen. Ein grundlegendes physikalisches Verständnis, das sich auf überprüfbare Fakten und rationales Denken gründet, bildet die Basis für eine Teilhabe an unserer durch Naturwissenschaften und Technik geprägten Welt. In gesellschaftlichen Zusammenhängen geht es dabei um Entscheidungen zu technischen Lösungen insbesondere für Probleme der Zukunft, wie etwa Weichenstellungen zur Energieversorgung oder Maßnahmen gegen die Erderwärmung. In privaten Zusammenhängen ermöglicht ein elementares physikalisches Verständnis von technischen Entwicklungen überlegte Entscheidungen bei Konsum und Lebensführung zu treffen, etwa bei der Anschaffung technischer Geräte oder der Wahl geeigneter Transportmittel.

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 Bedingungen und bewussten wie unbewussten Emotionen auf Konsumententscheidungen 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 setzen sich Schülerinnen und Schüler u.a. mit Alltagsobjekten in ihrer praktischen, ästhetischen und symbolischen Funktion auseinander, erläutern Zusammenhänge zwischen Gestaltung, Gebrauchsfunktion und Zielgruppen oder reflektieren die konsumorientierte Verwertung von Kunstwerken sowie Fragen von deren Nutzungsrechten.

3.2 Schulisches Konzept zur Verbraucherbildung

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

Bestandteil dieses schulischen Konzepts zur 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 zur 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.

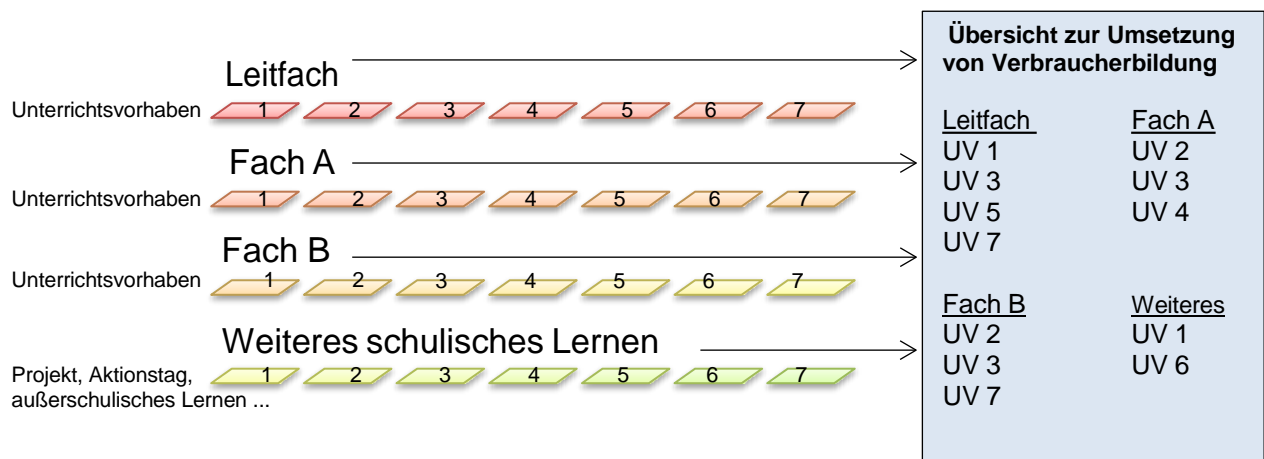


Abb. 4: Die Übersicht zur unterrichtlichen Umsetzung von Verbraucherbildung bündelt ausgewählte relevante Unterrichtsvorhaben aus den Einzelfächern sowie weitere Lernsituationen und bietet so die Möglichkeit zur Gestaltung eines kumulativen Kompetenzaufbaus unter Berücksichtigung der Ziele und Bereiche der Verbraucherbildung in Fach- und weiteren Lernkontexten.

4. Verbraucherbildung im schulischen Lernen

4.1 Verbraucherbildung im 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 2.2). 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 zur 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 sachangemessene, aufeinander abgestimmte kumulative Kompetenzzuwächse der Schülerinnen und Schüler sichergestellt werden.

Konkret erfordert es Entscheidungen und Festlegungen dazu,

- welche Ziele und Bereiche die Fächer und Lernbereiche zur Verbraucherbildung beitragen,
- welche Themen zur kompetenzorientierten Erschließung der Bereiche geeignet sind,
- 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.

4.1.1 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 für eine reflektierte Konsumkompetenz 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.

Konsumententscheidungen sind trotz gesellschaftlicher Beeinflussung und innerhalb des Spannungsfeldes differierender Leitbilder des Konsums vom Individuum selbst zu treffen. Daraus resultiert die Notwendigkeit einer multiperspektivischen Verbraucher- bildung, 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 Interessenlage 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 verschiedener 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.

4.1.2 Methoden in der Verbraucherbildung

Altersangemessen eingesetzt fördern die Methoden in konsumbezogenen Anwendungssituationen kognitive und praktische Kompetenzen. Exemplarisch werden im Folgenden handlungsorientierte Methoden genannt, die reflexive Lernprozesse provozieren und einen hohen Anteil an Selbsterfahrung haben. Die genannte Auswahl an Methoden 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-, Trinkprotokolle
- Haushaltsbuch
- 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
- (Rollen-)Simulationen
- 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

4.2 Außerunterrichtliche und außerschulische Verbraucherbildung

Im Folgenden werden wesentliche Formen der außerunterrichtlichen und außerschulischen Verbraucherbildung näher erläutert, die je nach schulischem Umfeld in unterschiedlichem Maße realisiert werden.

Ernährung im Schulalltag

Individuelle Ernährung und ggf. institutionalisierte 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 lebensstilelevanten Gesichtspunkten, bewerten und ggf. erweiternd gestalten.

Vernetzungen mit dem Ganzttag

Die dargestellten Angebotsformen der außerunterrichtlichen Verbraucherbildung sind auch wesentliche Bestandteile der Angebote im Ganzttag. Sie kennzeichnen sowohl gebundene als auch offene Ganzttagsschulen in besonderer Weise und sind in das jeweilige Ganzttagskonzept 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 Ganzttag angeleitete und offene Situationen angeboten

werden, die die Alltagswelt der Schülerinnen und Schüler aufgreifen und selbsttätiges formelles wie informelles Lernen ermöglichen.

Die Angebote im Ganzttag 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. Kooperationsnetze wie *Schule – Wirtschaft* oder *Schule und Arbeitswelt* 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. In diesem Zusammenhang müssen die Rollen und Zuständigkeiten externer Angebote geklärt sein. Die inhaltliche Vor- und Nachbereitung der jeweiligen Angebote sowie deren kritische Überprüfung in Hinblick auf eine mögliche einseitige Einflussnahme und die Qualität (u.a. sachliche Richtigkeit, Altersangemessenheit, Aktualität) obliegen der unterrichtenden Lehrkraft.

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 Ganzttagskonzeptes der Schule. Die Umsetzung solcher Angebote wird durch den Einsatz von Sporthelferinnen und Sporthelfern bereichert und unterstützt.

Wettbewerbe

Die reflektierte Teilnahme an Wettbewerben bietet eine Ergänzung zu kompetenzorientiertem Unterricht in der Verbraucherbildung und kann für die Schule profilbildend sein sowie 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.

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 zur Verbraucherbildung im o.g. Sinne entwickelt?
- Trägt dieses schulische Konzept zur 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. Arbeitsplänen Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung ausgewiesen?
- Werden in den fachspezifischen und lernbereichsbezogenen schulinternen Lehrplänen bzw. Arbeitsplänen sämtliche Bereiche der Verbraucherbildung abgedeckt?
- Wird dieses schulische Konzept zur Verbraucherbildung regelmäßig geprüft/weiterentwickelt?

Personale und organisatorische Ebene

- Liegt ein Arbeitsprogramm zur Entwicklung und Umsetzung eines schulischen Konzepts zur Verbraucherbildung vor?
- Schafft die Schulleitung den Rahmen für Absprachen zur Koordinierung und Weiterentwicklung der Verbraucherbildung?
- 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?

Außerunterrichtliche und außerschulische Ebene

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

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 zur Verbraucherbildung

Alternative A: Übersicht nach Bereichen und Zielen der Verbraucherbildung

Die Tabelle greift in gekürzter Form exemplarisch Beiträge von Leitfächern und weiteren Fächern sowie Projekten zur Verbraucherbildung aus und verweist auf jeweilige fachspezifische schulinterne Lehrpläne.

		Bereiche der Verbraucherbildung (vgl. Kap. 2.3.2, Abb. 1)				
		Übergreifender Bereich Allg. Konsum	Bereich A Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	Bereich B Ernährung und Gesundheit	Bereich C Medien und Information in der digitalität	Bereich D Leben, Wohnen und Mobilität
Ziele der Verbraucherbildung (Kap. 2.2)	Reflexion von individuellen 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 Konsumentscheidungen unter Berücksichtigung verschiedener Interessen			1. Fach C, UV 2, Jgst. 5 2. Leitfach, 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. Leitfach, 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 Rahmen-					
	Reflexion von Kriterien für Konsumentscheidungen				1. Fach C mit Fach A, UV 4, Jgst.	
	Auseinandersetzung mit individuellen, kollektiven und politischen Gestaltungso-		1. Fach A, UV 7, Jgst. 7 2. Fach B, UV 3, Jgst. 7			

Alternative B: Übersicht nach Fächern und Jahrgangsstufen in der Primarstufe und Sekundarstufe I

Die Tabelle greift in gekürzter Form exemplarisch Beiträge von Leitfächern und weiteren Fächern sowie Projekten zur Verbraucherbildung aus und verweist auf jeweilige fachspezifische schulinterne Lehrpläne.

Primarstufe

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

Sekundarstufe I

	Jgst. 5	Jgst. 6	Jgst. 7	Jgst. 8	Jgst. 9	Jgst. 10
Leitfach	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)
Fach A	1. UV 2 Thema (Bereich/ Ziel)		1. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 4 Thema (Bereich/ Ziel)		
Fach 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)	
Fach C				3. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel) 4. UV 3 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 1 Thema (Bereich/ Ziel)	1. UV 4 Thema (Bereich/ Ziel)
Projekt N.N.1	mit außerschulischem Partner N.N. (Bereich/ Ziel)					
Projekt N.N. 2					mit außerschulischem Partner N.N. (Bereich/ Ziel)	

**Integration von Zielen und Inhaltsbereichen
der Rahmenvorgabe Verbraucherbildung
in die Kernlehrpläne für die Sekundarstufe I des Gymnasiums
- Übersicht nach Fächern geordnet -
(Stand: Online-Fassung Inkraftsetzung, 23.06.2019)**

Inhaltsverzeichnis

1. Auftrag und Umsetzung.....	3
2. Zum Begriff „Verbraucherkompetenz/Verbraucherbildung“	4
3. Forschungslage	5
4. Empfehlungen der Kultusministerkonferenz und Praxis in den Ländern	9
5. Vorschläge für eine weiterführende Evaluierung der Entwicklung von Verbraucherkompetenz und weitere Perspektiven	11
Deutsche Bundesbank.....	8
Hessischer Rundfunk.....	8
1. Die Rahmenvorgabe als kompetenzorientierte curriculare Vorgabe.....	6
2. Verbraucherbildung – Grundlagen, Ziele, Bereiche	7
3. Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe.....	15
4. Verbraucherbildung im schulischen Lernen	23
Anhang 1: Bereiche der Verbraucherbildung.....	19
Anhang 2: Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung	23

Biologie

Bis zum Ende der Erprobungsstufe

Inhaltsfeld Vielfalt und Angepasstheiten von Lebewesen

Die Schülerinnen und Schüler können

- verschiedene Formen der Nutztierhaltung beschreiben und im Hinblick auf ausgewählte Kriterien erörtern. (VB Ü, VB B, Z3, Z5)

Inhaltsfeld Mensch und Gesundheit

Die Schülerinnen und Schüler können

- die Folgen des Tabakkonsums für den Organismus erläutern (UF1, UF2, K4), (VB B; Z3)
- Lebensmittel anhand von ausgewählten Qualitätsmerkmalen beurteilen (B1, B2), (VB Ü, VB B, Z5)
- Empfehlungen zur Gesunderhaltung des Körpers und zur Suchtprophylaxe unter Verwendung von biologischem Wissen entwickeln (B3, B4, K4). (VB B; Z1, Z3)

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Inhaltsfeld Ökologie und Naturschutz

Die Schülerinnen und Schüler können

- Umgestaltungen der Landschaft durch menschliche Eingriffe unter ökonomischen und ökologischen Aspekten bewerten und Handlungsoptionen im Sinne des Naturschutzes und der Nachhaltigkeit entwickeln (B2, B3, K4). (VB Ü, VB D, Z6)

Inhaltsfeld Mensch und Gesundheit

Die Schülerinnen und Schüler können

- von Suchtmitteln ausgehende physische und psychische Veränderungen beschreiben und Folgen des Konsums für die Gesundheit beurteilen (UF1, B1), (VB B; Z 1, Z 3)
- Positionen zum Thema Impfung auch im Internet recherchieren, auswerten, Strategien und Absichten erkennen und unter Berücksichtigung der Empfehlungen der Ständigen Impfkommission kritisch reflektieren. (VB B, Z3, Z6)

Chemie

Inhaltsfeld 3: Verbrennung

Die Schülerinnen und Schüler können

- Vor- und Nachteile einer ressourcenschonenden Energieversorgung auf Grundlage der Umkehrbarkeit chemischer Reaktionen am Beispiel von Wasser abwägen. (VB D, Z3, Z5)

Inhaltsfeld 4: Metalle und Metallgewinnung

Die Schülerinnen und Schüler können

- die Bedeutung des Metallrecyclings im Zusammenhang mit Ressourcenschonung und Energieeinsparung beschreiben und auf dieser Basis das eigene Konsum- und Entsorgungsverhalten bewerten. (VB Ü, VB D, Z1, Z5)

Inhaltsfeld 6: Salze und Ionen

Die Schülerinnen und Schüler können

- unter Umwelt- und Gesundheitsaspekten die Verwendung von Salzen im Alltag reflektieren. (VB B, Z3)

Inhaltsfeld 8: Molekülverbindungen

Die Schülerinnen und Schüler können

- Informationen für ein technisches Verfahren zur Industrierohstoffgewinnung aus Gasen mithilfe digitaler Medien beschaffen und Bewertungskriterien auch unter Berücksichtigung der Energiespeicherung festlegen. (VB Ü, VB D, Z3, Z5)

Inhaltsfeld 9: Saure und alkalische Lösungen

Die Schülerinnen und Schüler können

- beim Umgang mit sauren und alkalischen Lösungen Risiken und Nutzen abwägen und angemessene Sicherheitsmaßnahmen begründet auswählen, (VB D, Z5)

Inhaltsfeld 10: Organische Chemie

Die Schülerinnen und Schüler können

- Vor- und Nachteile der Nutzung von fossilen und regenerativen Energieträgern unter ökologischen, ökonomischen und ethischen Gesichtspunkten diskutieren, (VB Ü, VB D, Z1, Z3, Z5, Z6)
- am Beispiel eines chemischen Produkts Kriterien hinsichtlich Verwendung, Ökonomie, Recyclingfähigkeit und Umweltverträglichkeit abwägen und im Hinblick auf die Verwendung einen eigenen sachlich fundierten Standpunkt beziehen. (VB Ü, Z3, Z5)

Deutsch

Bis zum Ende der Erprobungsstufe

Inhaltsfeld 3: Kommunikation

Die Schülerinnen und Schüler können

- die Wirkung ihres kommunikativen Handelns – auch in digitaler Kommunikation – abschätzen und Konsequenzen reflektieren. (VB C, Z4)

Inhaltsfeld 4: Medien

Die Schülerinnen und Schüler können

- Internet-Kommunikation als potenziell öffentliche Kommunikation identifizieren und grundlegende Konsequenzen für sich und andere einschätzen, (VB C, Z4)
- angeleitet die Qualität verschiedener altersgemäßer Quellen prüfen und bewerten (Autor/in, Ausgewogenheit, Informationsgehalt, Belege). (VB C, Z2)

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Erste Stufe

Inhaltsfeld 1: Sprache

Die Schülerinnen und Schüler können

- sprachliche Gestaltungsmittel unterscheiden (u.a. Kohäsionsmittel) und ihre Wirkung erklären (u.a. sprachliche Signale der Rezipientensteuerung). (VB A, Z2)

Inhaltsfeld 3: Kommunikation

Die Schülerinnen und Schüler können

- beabsichtigte und unbeabsichtigte Wirkungen des eigenen und fremden kommunikativen Handelns – auch in digitaler Kommunikation – reflektieren und Konsequenzen daraus ableiten. (VB C, Z2)

Inhaltsfeld 4: Medien

Die Schülerinnen und Schüler können

- in Suchmaschinen und auf Websites dargestellte Informationen als abhängig von Spezifika der Internetformate beschreiben und das eigene Wahrnehmungsverhalten reflektieren, (VB C, Z2)
- den Grad der Öffentlichkeit in Formen der Internet-Kommunikation abschätzen und Handlungskonsequenzen aufzeigen (Persönlichkeitsrechte, Datenschutz, Altersbeschränkungen), (VB C, Z3, Z4)
- mediale Gestaltungen von Werbung beschreiben und hinsichtlich der Wirkungen (u.a. Rollenbilder) analysieren. (VB Ü, Z5)

Zweite Stufe

Inhaltsfeld 4: Medien

Die Schülerinnen und Schüler können

- Inhalte aus digitalen und nicht-digitalen Medien beschreiben und hinsichtlich ihrer Funktionen untersuchen (Information, Beeinflussung, Kommunikation, Unterhaltung, Verkauf), (VB C, Z2, Z5)
- Chancen und Risiken des interaktiven Internets benennen und Konsequenzen aufzeigen (öffentliche Meinungsbildung, Mechanismen der Themensetzung, Datenschutz, Altersbeschränkungen, Persönlichkeits-, Urheber- und Nutzungsrechte), (VB C, Z4)

Erdkunde

Bis zum Ende der Erprobungsstufe

Inhaltsfeld 2: Räumliche Voraussetzungen und Auswirkungen des Tourismus

Die Schülerinnen und Schüler

- erläutern die Auswirkungen des Tourismus in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht, (VB Ü, VB D, Z3)
- erörtern das Konzept des sanften Tourismus und dessen räumliche Voraussetzungen und Folgen, (VB Ü, VB D, Z3, Z6),
- erörtern ausgewählte Aspekte des Zielkonflikts zwischen ökonomischem Wachstum und nachhaltiger Entwicklung eines Touristenortes. (VB Ü, VB D, Z3)

Inhaltsfeld 3: Arbeit und Versorgung in Wirtschaftsräumen unterschiedlicher Ausstattung

Die Schülerinnen und Schüler

- erklären Chancen, mögliche Grenzen und Herausforderungen nachhaltigen Wirtschaftens in der Landwirtschaft. (VB Ü, Z3, Z4)
- erörtern in Ansätzen ihr eigenes auch durch die Digitalisierung geprägtes Konsumverhalten hinsichtlich ökologischer, ökonomischer und sozialer Folgen. (VB Ü, Z1, Z3)

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Inhaltsfeld 6: Landwirtschaftliche Produktion in unterschiedlichen Klimazonen

Die Schülerinnen und Schüler

- erörtern Gestaltungsoptionen für ein nachhaltigeres Konsumverhalten. (VB Ü, Z3, Z6)

Inhaltsfeld 9: Verstädterung und Stadtentwicklung

Die Schülerinnen und Schüler

- wägen Chancen und Herausforderungen von Stadtumbaumaßnahmen im Kontext sich verändernder sozialer, ökonomischer und ökologischer Rahmenbedingungen ab. (VB D, Z4, Z6)

Fremdsprachen

Englisch

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Zweite Stufe

Interkulturelle Kommunikative Kompetenz, fachliche Konkretisierung

- Teilhabe am gesellschaftlichen Leben: anglophone Lebenswirklichkeiten global (u.a. in einem weiteren anglophonen Land, geographische, wirtschaftlich- technologische, kulturelle, soziale und politische Aspekte); Migration und Mobilität in der globalisierten Welt; Bedeutung digitaler Medien für den Einzelnen und die Gesellschaft; Werbung, Konsum und Verbraucherschutz; gesellschaftliches Engagement; Demokratie und Menschenrechte (VB Ü, Z6)

Französisch

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Erste Stufe

Interkulturelle Kommunikative Kompetenz, fachliche Konkretisierung

- Einblicke in die Lebenswirklichkeiten von Jugendlichen: Familie, Freundschaft, Freizeitgestaltung, Schulalltag, Konsumverhalten (VB D, Z1, Z2)

Zweite Stufe

Interkulturelle Kommunikative Kompetenz, fachliche Konkretisierung

- Lebenswirklichkeiten und -entwürfe von Jugendlichen: Familie, Freundschaft, Liebe, Jugendkulturen, Freizeitgestaltung, Identität, Umgang mit Vielfalt, Engagement, Wohnen, Mobilität, Konsumverhalten, Umweltschutz (VB D, Z1, Z2)

Französisch als 3. Fremdsprache,

Interkulturelle Kommunikative Kompetenz, fachliche Konkretisierung

- Lebenswirklichkeiten und -entwürfe von Jugendlichen: Familie, Freundschaft, Liebe, Jugendkulturen, Freizeitgestaltung, Identität, Umgang mit Vielfalt, Engagement, Wohnen, Mobilität, Konsumverhalten, Umweltschutz (VB D, Z1, Z2)

Spanisch

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Erste Stufe

Text- und Medienkompetenz

Die Schülerinnen und Schüler können

- bei der Erstellung von Medienprodukten die zentralen rechtlichen Grundlagen des Persönlichkeits-, Urheber- und Nutzungsrechts beachten (VB C, Z4)

Zweite Stufe

Interkulturelle Kommunikative Kompetenz, fachliche Konkretisierung

- Alltagsleben, Familie, Freundschaft/Partnerschaft, Umgang mit Vielfalt, Freizeitgestaltung und Konsumverhalten auch unter Berücksichtigung des Umweltschutzes (VB D, Z1, Z2)

Text- und Medienkompetenz

Die Schülerinnen und Schüler können

- bei der Erstellung von Medienprodukten die rechtlichen Grundlagen des Persönlichkeits-, Urheber- und Nutzungsrechts beachten. (VB C, Z4)

Spanisch als dritte Fremdsprache

Interkulturelle Kommunikative Kompetenz, fachliche Konkretisierung

- Alltagsleben, Familie, Freundschaft/Partnerschaft, Umgang mit Vielfalt, Freizeitgestaltung und Konsumverhalten auch unter Berücksichtigung des Umweltschutzes (VB D, Z1, Z2)

Text- und Medienkompetenz

Die Schülerinnen und Schüler können

- bei der Erstellung von Medienprodukten die rechtlichen Grundlagen des Persönlichkeits-, Urheber- und Nutzungsrechts beachten. (VB C, Z4)

Geschichte

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Die Schülerinnen und Schüler

- stellen ökonomisch-soziale Lebensbedingungen, Handelsbeziehungen, kulturelle Kontakte sowie Konflikte von Menschen in der Vergangenheit dar. (VB D, Z6)

Inhaltsfeld 5: Europa wandelt sich politisch und wirtschaftlich

Die Schülerinnen und Schüler

- erläutern vor dem Hintergrund der Sozialen Frage Lebens- und Arbeitswelten von Männern, Frauen und Kindern in ländlichen und urbanen Regionen. (VB D, Z1, Z3, Z6)

Inhaltsfeld 6: Imperialismus und Erster Weltkrieg

Die Schülerinnen und Schüler

- erläutern zentrale Motive, Formen und Folgen des Imperialismus europäischer Staaten in Afrika. (VB Ü, Z3)

Inhaltsfeld 10: Gesellschaftspolitische und wirtschaftliche Entwicklungen in Deutschland seit 1945

Die Schülerinnen und Schüler

- beurteilen sozioökonomische Entwicklungen vor und nach der Wiedervereinigung. (VB Ü, Z3)

Kunst

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Inhaltsfeld 2: Bildkonzepte

Die Schülerinnen und Schüler

- erläutern exemplarisch den Einfluss bildexterner Faktoren (soziokulturelle, historische, ökonomische und ökologische) in eigenen oder fremden Gestaltungen. (VB C, Z4)

Inhaltsfeld 3: Gestaltungsfelder in Funktionszusammenhängen

Die Schülerinnen und Schüler

- bewerten das Potenzial von bildnerischen Gestaltungen bzw. Konzepten zur bewussten Beeinflussung der Rezipientinnen und Rezipienten (VB C, Z1)

Musik

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Die Schülerinnen und Schüler

- beurteilen begründet Auswirkungen digitaler Musikrezeption, Musikdistribution und Musikproduktion sowie urheberrechtliche Fragestellungen, (VB C, VB D; Z4, Z6),
- beurteilen begründet Auswirkungen ökonomischer Zusammenhänge auf Musik. (VB A, Z3, Z4)

Inhaltsfeld 3: Verwendungen

Die Schülerinnen und Schüler

- analysieren und interpretieren musikalische Gestaltungselemente in der Werbung im Hinblick auf ihre Wirkungen, (VB Ü; Z1, Z2)
- entwerfen und realisieren adressatengerecht Musik für eine Werbeproduktion mit digitalen Werkzeugen. (VB Ü; Z1, Z2)

Physik

Bis zum Ende der Erprobungsstufe

Inhaltsfeld 2: Elektrischer Strom und Magnetismus

Die Schülerinnen und Schüler können

- Möglichkeiten zur sparsamen Nutzung elektrischer Energie im Haushalt nennen und diese unter verschiedenen Kriterien bewerten. (VB Ü, VB D, Z1, Z3, Z5)

Inhaltsfeld 3: Schall

Die Schülerinnen und Schüler können

- Maßnahmen benennen und beurteilen, die in verschiedenen Alltagssituationen zur Vermeidung von und zum Schutz vor Lärm ergriffen werden können, (VB B, VB D, Z3)

- Lärmbelastungen bewerten und daraus begründete Konsequenzen ziehen. (VB B, VB D, Z1, Z3)

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Inhaltsfeld 7: Bewegung, Kraft und Energie

Die Schülerinnen und Schüler können

- Zugänge zu Gebäuden unter dem Gesichtspunkt Barrierefreiheit beurteilen, (VB Ü, VB D, Z2, Z4, Z6)
- Nahrungsmittel auf Grundlage ihres Energiegehalts bedarfsangemessen bewerten. (VB B, Z1)

Inhaltsfeld 9: Elektrizität

Die Schülerinnen und Schüler können

- Energiebedarf und Leistung von elektrischen Haushaltsgeräten ermitteln und die entsprechenden Energiekosten berechnen, (VB D, Z3, Z5)
- Kaufentscheidungen für elektrische Geräte unter Abwägung physikalischer und außerphysikalischer Kriterien treffen. (VB Ü, VB D, Z1, Z3, Z5)

Inhaltsfeld 10: Ionisierende Strahlung und Kernenergie

Die Schülerinnen und Schüler können

- Daten zu Gefährdungen durch Radioaktivität anhand der effektiven Dosis (Einheit SV) unter Berücksichtigung der Aussagekraft von Grenzwerten beurteilen, (VB B, Z3, Z4)
- Nutzen und Risiken radioaktiver Strahlung und Röntgenstrahlung auf der Grundlage physikalischer und biologischer Erkenntnisse begründet abwägen. (VB Ü, VB B, Z2, Z3, Z4, Z5)

Inhaltsfeld 11: Energieversorgung

Die Schülerinnen und Schüler können

- Daten zur eigenen Nutzung von Elektrogeräten (u.a. Stromrechnungen, Produktinformationen, Angaben zur Energieeffizienz) auswerten, (VB Ü, VB D, Z3, Z6)
- im Internet verfügbare Informationen und Daten zur Energieversorgung sowie ihre Quellen und dahinterliegende mögliche Strategien kritisch bewerten. (VB Ü, VB C, Z2, Z3)

Religionslehren

Katholische Religionslehre

Bis zum Ende der Erprobungsstufe

Inhaltsfeld 1: Menschsein in Freiheit und Verantwortung

Die Schülerinnen und Schüler

- erörtern bezogen auf ihren Alltag die Möglichkeiten eines nachhaltigen Umgangs mit den Ressourcen der Erde vor dem Hintergrund der Schöpfungsverantwortung. (VB Ü, VB D, Z1, Z3, Z5, Z6)

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Inhaltsfeld 1: Menschsein in Freiheit und Verantwortung

Die Schülerinnen und Schüler

- erörtern persönliche und gesellschaftliche Konsequenzen einer an biblisch-christlicher Ethik orientierten Lebens- und Weltgestaltung, auch im Hinblick auf Herausforderungen durch den digitalen Wandel der Gesellschaft. (VB Ü, Z3)

Evangelische Religionslehre

Bis zum Ende der Erprobungsstufe

Inhaltsfeld 1: Menschliches Handeln in Freiheit und Verantwortung

Die Schülerinnen und Schüler

- erörtern bezogen auf ihren Alltag die Möglichkeiten eines nachhaltigen Umgangs mit den Ressourcen der Erde vor dem Hintergrund der Verantwortung für die Schöpfung. (VB Ü, VB D, Z3, Z5, Z6)

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Inhaltsfeld 1: Menschliches Handeln in Freiheit und Verantwortung

Die Schülerinnen und Schüler

- erklären den Einsatz für Menschenwürde, Frieden und für die gerechte Gestaltung der Lebensverhältnisse aller Menschen als Konsequenz des biblischen Verständnisses von Gerechtigkeit, (VB Ü, Z2, Z6)
- erörtern persönliche und gesellschaftliche Konsequenzen einer am biblischen Freiheits-, Friedens- und Gerechtigkeitsverständnis orientierten Lebens- und Weltgestaltung, auch im Hinblick auf Herausforderungen durch den digitalen Wandel der Gesellschaft. (VB Ü, Z2, Z6)

Sport

Bis zum Ende der Sekundarstufe I:

Inhaltsfeld f: Gesundheit

Die Schülerinnen und Schüler können

- Auswirkungen gezielten Sporttreibens auf die Gesundheit grundlegend beschreiben, (VB B, Z3)

- Muster des eigenen Bewegungsverhaltens (im Alltag und in sportlichen Handlungssituationen) auch unter Nutzung digitaler Medien erfassen und im Hinblick auf den gesundheitlichen Nutzen und mögliche Risiken analysieren, (VB B, Z1, Z3)
- gesundheitliche Auswirkungen sportlichen Handelns unter besonderer Berücksichtigung medial vermittelter Fitnesstrends und Körperideale auch unter Geschlechteraspekten kritisch beurteilen. (VB Ü, VB B, Z1, Z2, Z3, Z6)

Wirtschaft-Politik

Leitfach Verbraucherbildung gemäß Rahmenvorgabe Verbraucherbildung

Bis zum Ende der Erprobungsstufe

Die Schülerinnen und Schüler

- benennen grundlegende Aspekte des Handelns als Verbraucherinnen und Verbraucher, (VB Ü, Z1, Z3)
- beurteilen verschiedene Optionen ökonomischen, politischen und konsumrelevanten Handelns, (VB Ü, Z6)
- begründen in Ansätzen den Stellenwert verschiedener Medien für ökonomische, politische und gesellschaftliche Entscheidungen und Prozesse. (VB C, Z2, Z4)

Inhaltsfeld 1: Wirtschaftliches Handeln in der marktwirtschaftlichen Ordnung

Die Schülerinnen und Schüler

- beschreiben das Spannungsfeld zwischen Konsumwünschen und verfügbaren Mitteln, (VB Ü, VB A, Z1, Z2)
- vergleichen verschiedene, auch digitale, Verkaufsstrategien, (VB Ü, VB C, Z2)
- bewerten die eigenen Konsumwünsche und -entscheidungen im Hinblick auf Nutzen und zur Verfügung stehende Mittel, (VB Ü, Z1, Z2)
- beurteilen Grenzen und Folgen ihres Konsumentenhandelns, auch unter rechtlichen Aspekten, (VB Ü, Z4)
- beurteilen den Einfluss von Werbung und sozialen Medien auf das eigene Konsumverhalten. (VB Ü, Z2)

Inhaltsfeld 3: Nachhaltige Entwicklung in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft

Die Schülerinnen und Schüler

- erläutern nachhaltige Entwicklung als Herausforderung im privaten, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Handeln, (VB Ü, VB D, Z5, Z6)
- beurteilen anhand vorgegebener Kriterien staatliche Maßnahmen und individuelle Handlungsmöglichkeiten zur Ressourceneffizienz. (VB Ü, Z6)

Inhaltsfeld 5: Medien und Information in der digitalisierten Welt

Die Schülerinnen und Schüler

- setzen sich kritisch mit Medienangeboten und der eigenen Mediennutzung auseinander, (VB C, Z1, Z2)
- ermitteln in Ansätzen den Stellenwert der interessen geleiteten Setzung und Verbreitung von medial vermittelten Inhalten. (VB C, Z2)

Bis zum Ende der Sekundarstufe I

Die Schülerinnen und Schüler

- analysieren aspektgeleitet das Handeln als Verbraucherinnen und Verbraucher, (VB Ü, Z1, Z3)
- beurteilen den Stellenwert verschiedener Medien für ökonomische, politische und gesellschaftliche Entscheidungen und Prozesse. (VB C, Z2, Z4)

Inhaltsfeld 1: Wirtschaftliches Handeln in der marktwirtschaftlichen Ordnung

Die Schülerinnen und Schüler

- beschreiben die Bedeutung der Digitalisierung von Märkten und des Zahlungsverkehrs, (VB A, Z4, Z5)
- beurteilen Chancen und Risiken der Digitalisierung in der Sozialen Marktwirtschaft. (VB C, Z4, Z5, Z6)

Inhaltsfeld 8: Handeln als Verbraucherinnen und Verbraucher

Die Schülerinnen und Schüler

- beschreiben Möglichkeiten des Einsatzes von Algorithmen in Onlineangeboten von Unternehmen, (VB C, Z1, Z5)
- beurteilen Chancen und Risiken im Onlinehandel für Verbraucherinnen und Verbraucher, (VB C, Z3, Z5)
- bewerten die Durchsetzungsmöglichkeiten der Interessen von Verbraucherinnen und Verbrauchern, (VB Ü, A, Z1, Z4)
- bewerten ihr Handeln als Verbraucherinnen und Verbraucher in Bezug auf nachhaltige Entwicklung. (VB D, Z5, Z6)

Anhang 1: Bereiche der Verbraucherbildung

(RV Verbraucherbildung, S. 13 – 15)

Übergreifender Bereich (Ü)			
Allgemeiner Konsum			
Bereich A	Bereich B	Bereich C	Bereich D
Finanzen, Markt- geschehen und Verbraucherrecht	Ernährung und Gesundheit	Medien und Information in der digitalen Welt	Leben, Wohnen und Mobilität

Abb. 1: 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**

- Bedürfnisse und Bedarf, Lebensstil, Konsumgewohnheiten sowie Konsumverantwortung
- Wirkung von Design, Werbung und Marketingstrategien
- Konsumrelevante Produktinformationen und Produktkennzeichnung
- Qualität und Nachhaltigkeit von Gütern und Dienstleistungen
- Verbraucherschutz, Verbraucherrechte und Möglichkeiten der Durchsetzung sowie Verbraucherpflichten
- 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 u.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 sowie Bewältigung von Überschuldung

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

- Gesundheitsförderliche und nachhaltige Lebensführung und Ernährung
- Geschmacksbildung und Esskulturen
- Nahrungsproduktion und -zubereitung, Produktionsketten
- 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. Dazu gehört u. a. auch die

Auseinandersetzung mit individuellen Essbiographien in Beziehung zu verschiedenen Lebensstilen in unterschiedlichen sozialen Milieus. Davon ausgehend werden umgekehrt auch Auswirkungen des individuellen Lebensmittelkonsums auf das Klima und die globale Welt aufgegriffen. Fokussiert werden hierbei einerseits die Nahrungsmittelzubereitung unter ernährungsphysiologischen und gesundheitlichen Aspekten sowie globale Fragestellungen und andererseits Lagerung, Resteverwertung und Abfallvermeidung. Im Sinne einer gesunden Lebensführung werden Möglichkeiten der Prävention sowie Unfall- und Verletzungsprophylaxe reflektiert, unterschiedliche Körperideale hinterfragt sowie gesundheitsförderliche Verhaltensweisen und die Gefahren u.a. von Sucht erkannt. Im Bereich Ernährung und Gesundheit ist das übergeordnete Ziel eine Verbesserung der Lebensqualität der Menschen.

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

- Medienwahrnehmung, -analyse, -nutzung und -sicherheit
- Informationsbeschaffung und -bewertung
- Datenschutz und Urheberrechte, Verwertung privater Daten
- Cybermobbing und Privatsphäre
- Onlinehandel

Der Bereich Medien und Informationen in der digitalen Welt greift Themenstellungen u.a. Datenschutz, Persönlichkeitsrecht, Urheberrechte, Nutzungsrechte, Werbung und Algorithmen auf und beleuchtet diese aus unterschiedlichen Perspektiven. Bildung in der digitalen Welt hat somit auch die Aufgabe, Medienhandeln und Medieninhalte kritisch zu hinterfragen: Asymmetrien zwischen Anbieter und Nutzer digitaler Medien und Inhalte können thematisiert sowie Möglichkeiten und Grenzen eigenen Handelns erkennbar gemacht werden. Einsatz und Nutzen sowie Gefahren und Unzulänglichkeiten in dem komplexen Bereich der Technologieentwicklung und ihrer Folgen sollen daher 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 berücksichtigt werden, die angesichts einer hauptsächlich medial gestützten Informationsbeschaffung und -weitergabe zu beachten sind.

▪ **Bereich D – Leben, Wohnen und Mobilität**

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

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. Hier stehen auch veränderte Arbeits- und Aufgabenverteilungen im Hinblick auf die Rollenverteilung der Geschlechter im Haushalt im Mittelpunkt. Ebenso werden Lebensstile und Moden bspw. bezogen auf die eigene Wohnung und das Wohnumfeld reflektiert sowie hinsichtlich Ästhetik und Funktion analysiert. Untersucht werden weiterhin sozio- ökonomische Lebensbedingungen, die das Leben und Wohnen in unterschiedlichen Haushalten und Lebensformen beeinflussen. Ermöglicht wird dabei u.a. auch die Auseinandersetzung mit dem Umgang mit Ressourcen und dem privaten Energieverbrauch im Hinblick auf Klima- und Umweltschutz sowie unter globaler Perspektive. Von Bedeutung sind zudem die ökologischen und sozio-ökonomischen Konsequenzen des Mobilitätsverhaltens in Alltag und Freizeit bzw. Urlaub. Betrachtet werden schließlich auch staatliche Rahmenbedingungen und Regelungen, die Kinder und Jugendliche unmittelbar beeinflussen bzw. die mitgestaltet werden können.

Anhang 2: Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung

(RV Verbraucherbildung, S. 10 – 11)

Ziele und Teilziele der Verbraucherbildung in Schule genannt:

- **Reflexion von individuellen Bedürfnissen und Bedarfen sowohl in der Gegenwart als auch in der Zukunft (Z1)**
 - 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
 - Reflexion von Lebensrisiken
 - Identifikation der unterschiedlichen Verfügbarkeit von Ressourcen

- **Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Einflüssen auf Konsumententscheidungen unter Berücksichtigung verschiedener Interessen (Z2)**
 - 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 (Z3)**
 - Identifikation und Analyse gesundheitlicher, ökologischer, finanzieller, sozialer Auswirkungen von Konsumententscheidungen
 - Identifikation von Hemmnissen und Zielkonflikten umwelt- und sozialverträglichen Konsumverhaltens
 - Reflexion der Wechselwirkungen zwischen Konsum, Produktion, technologischer und ökologischer Entwicklungen auch unter globaler Perspektive

- **Auseinandersetzung mit politisch-rechtlichen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen (Z4)**
 - Verständnis von verbraucherrelevanten rechtlichen Regelungen 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

- **Reflexion von Kriterien für Konsumententscheidungen (Z5)**
 - Verständnis von Produktqualität hinsichtlich Eigenschaften und Funktionalität
 - Verständnis von Prozessqualität bzw. Lebenszyklus eines Produkts hinsichtlich Herstellung, Transport, Nutzung, Entsorgung
 - Identifikation von Nutzen und Kosten
 - Reflexion von Motiven und Bedingungen einer Kreditaufnahme
 - Reflexion von Vorsorgemöglichkeiten unter Berücksichtigung von Lebensrisiken
 - Abwägung von Verbraucherinformationen in verschiedenen Formaten und unterschiedlicher Herkunft

- **Auseinandersetzung mit individuellen, kollektiven und politischen Gestaltungsoptionen des Konsums (Z6)**
 - Entwicklung von Gestaltungsoptionen für einen selbstbestimmten, verantwortlichen und nachhaltigen Konsum
 - Analyse und Reflexion von Lebensstilen und sozialen Milieus
 - Reflexion von Strategien kollektiver Beeinflussung der Konsumentenposition sowie der Interessenvertretung
 - Reflexion politischer Strategien zur Veränderung der Konsumentenposition, wie z.B. Anreize, Steuern, Informationspflichten, Schutzrechte, Verbote, Angebot öffentlicher Güter

Land: Rheinland-Pfalz

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Ministerialrätin
Name:	Ute Schmazinski
Tel.:	-6131164574
E-Mail:	ute.schmazinski@bm.rlp.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

Grundlage ist die Richtlinie Verbraucherbildung für allgemeinbildende Schulen in RLP

- Neue Richtlinie tritt im August 2020 in Kraft: Weiterentwicklung der gesamten Richtlinie von 2010, Anpassung an aktuelle Entwicklungen
 1. Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht
 2. Ernährung und Gesundheit
 3. Medien und Information
 4. Nachhaltiger Konsum und Globalisierung
- Vernetzung des verbraucherpolitischen Leitbildes mit dem politischen Konzept der nachhaltigen Entwicklung
- Kern: Entwicklung eines schuleigenen Konzeptes zur Verbraucherbildung Dieses soll Teil des Schulprogramms werden. Dazu muss Verbraucherbildung in den allgemeinen Qualitätsentwicklungsprozess an der Schule eingebunden und damit zu einem wichtigen profilbildenden Element im Rahmen der Schulprogrammentwicklung werden. Das schuleigene Konzept zur Verbraucherbildung verbindet die Vorgaben der Richtlinie Verbraucherbildung mit den Lehrplanvorgaben für die Fächer der jeweiligen Schulformen und setzt diese in den schuleigenen Arbeitsplänen um.

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Sachunterricht, Biologie und Chemie,
Sozialkunde bzw. Wirtschaftslehre, Gesellschaftslehre, Religion/Ethik
Hauswirtschaft und Sozialwesen, Technik und Naturwissenschaften, Wirtschaft und Verwaltung

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1	s. Richtlinie Verbraucherbildung für allgemeinbildende Schulen in Rheinland-Pfalz August 2020	
2	s. o.	
3	s. o.	
4	s. o.	
5	s. o.	
6	s. o.	
7	s. o.	
8	s. o.	
9	s. o.	
10	s. o.	
11	s. o.	
12	s. o.	
13	s. o.	

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte/Maßnahmen zur Verbraucherbildung
Alle	<p>Landesweite schulische Netzwerke mit Bezug zur Verbraucherbildung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Netzwerk BNE-Schulen • Netzwerk FairTrade-Schools • Netzwerk Schulgarten • Aktion Bien an Schulen <p>Medienbildung: Medienkompetenz macht Schule (10 Punkte-Programm):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienkompetenznetzwerke (MKN) • MedienkomP@ss Rheinland-Pfalz: Kompetenzorientiertes Medienbildungskonzept für Schülerinnen und Schüler der Primarstufe und der Sekundarstufe

I. Er berücksichtigt in altersgemäßer Form alle Kompetenzen, die von der KMK in der Strategie „Bildung in der Digitalen Welt“ (12/2016) definiert werden

- Medienscouts
- Medien sicher nutzen

Ernährung/Nachhaltigkeit

- **Lernort Bauernhof:** Landwirtschaft entdecken, erleben und begreifen – dazu haben landwirtschaftliche Betriebe spezielle pädagogische Angebote auf ihren Betrieben entwickelt.
Schülerinnen und Schüler erhalten Einblicke in moderne Landwirtschaft und erfahren, woher Lebensmittel kommen und wie sie erzeugt werden. Das Besondere an diesem Ansatz ist, dass landwirtschaftliche Betriebe als außerschulische Lernorte aktiv werden. Die Schülerinnen und Schüler verlassen ihre Klassenzimmer und lernen, abgestimmt auf die jeweiligen Lehrpläne, auf den Bauernhöfen. So erleben sie die Zusammenhänge von Theorie und Praxis. Die Betriebsleiter/innen sind qualifiziert und bieten pädagogische Lerneinheiten für Schulklassen unterschiedlicher Altersstufen an.
- Kids an die Knolle: Schulgartenprojekt mit dem Kartoffelhandelsverband
- Qualifizierungsprozess Schulverpflegung (Vernetzungsstelle Schulverpflegung)
- Tage der Schulverpflegung (jährlich mit Wettbewerben)
- Lernorte Nachhaltigkeit: z.B. Forstämter, Naturerlebniszentren, ökologische Stationen, Naturparkzentren,

Finanzen/Markt/Verbraucherrecht

- **Schülerfirmen (z.B. JUNIOR):** Die JUNIOR-Unternehmen werden von 10 bis 15 Schülerinnen und Schülern gegründet, eine echte Geschäftsidee wird entwickelt und anschließend umgesetzt. Durch den hohen Praxisbezug werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu wirtschaftlichen Denken und Handeln angeregt.
- **Schülergenossenschaften** (nachhaltig wirtschaften, solidarisch handeln) Schülergenossenschaften sind von Schülerinnen und Schülern eigenverantwortlich geführte Schülerunternehmen, die auf dem genossenschaftlichen Unternehmerprinzip beruhen. Im Rahmen ihres Schülerprojektes erarbeiten sie eigene Geschäftsideen, Organisationsstrukturen und Arbeitsabläufe. Die Schülerinnen und Schüler entwickeln Produkte und/oder Dienstleistungen, die sowohl schulintern als auch außerhalb der Schule vertrieben werden können.
- **Unterrichtskonzept Geld und Finanzen:** Umgang mit dem eigenen Geld Banktour
- **Planspiel Börse:** Online-Wettbewerb, bei dem die Teilnehmer ein Wertpapierdepot mit einem virtuellen Spielkapital eröffnen. Dieses Spielkapital gilt es durch geschickte Transaktionen an der Börse zu vermehren. Die fiktiven Käufe und Verkäufe werden dabei fortlaufend mit den realen Kursen während der Börsenöffnungszeiten abgerechnet.

	<ul style="list-style-type: none">• Jugend gründet: Online-Wettbewerb für Schüler*innen und Auszubildende, sie entwickeln eine innovative Geschäftsidee und führen im Online-Planspiel ein virtuelles Unternehmen mit nachhaltigen Entscheidungen möglichst erfolgreich
Klasse 1-4	<ul style="list-style-type: none">• ABC der Lebensmittel: Unterrichtsreihe für Grundschülerinnen und Grundschüler. Sie besteht aus insgesamt neun Unterrichtseinheiten, die sich über die vier Grundschuljahre verteilen. Jede Unterrichtseinheit hat einen theoretischen und einen praktischen Teil.• Ernährungsführerschein: In sechs bis sieben Doppelstunden lernen Dritt- und Viertklässler, Lebensmittel mit allen Sinnen wahrzunehmen, zuzubereiten und zu genießen. Es geht auch um wertschätzendes, umwelt- und klimafreundliches Handeln.• EU-Schulprogramm (Programmteile Obst und Gemüse sowie Milch) mit verpflichtenden pädagogischen Begleitmaßnahmen zur Ernährungsbildung• Klasse2000
ab Kl. 7	<ul style="list-style-type: none">• Ernährung nachhaltig gestalten – Was ist uns unser Essen wert? Unterrichtsprojekt zur nachhaltigen Ernährungsbildung in Theorie und Praxis
Lehrkräfte aller Schularten	<ul style="list-style-type: none">• Ökonomische Bildung online: Modulares Fortbildungsprogramm für Lehrkräfte in fünf Bausteinen
	<ul style="list-style-type: none">• OMEGA - Schule, Medien, Materialien• Landesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft• Beraterinnen und Berater für ökonomische Bildung (Pädagogisches Landesinstitut RLP)• Beraterinnen und Berater „Bildung für nachhaltige Entwicklung“• Beraterinnen und Berater „Prävention und Gesundheitsförderung“

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

www.verbraucherbildung.bildung-rp.de

<https://bildung-rp.de/unterricht/medienbildung.html>

<https://nachhaltigkeit.bildung-rp.de/>

<https://mueef.rlp.de/de/themen/ernaehrung/schule-isst-besser/>

<https://www.ernaehrungsberatung.rlp.de/>

<https://omega.bildung-rp.de/>

www.verbraucherbildung.de/materialkompass

http://www.consumerclassroom.eu/dehttps://ec.europa.eu/chafea/consumers/information-education/consumer-classroom/index_en.htm

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz	Angebote von Projekten für Schulen, besonders im Bereich Medien, Finanzen und Gesundheit/Ernährung; Fortbildungen für Lehrkräfte Mitglied in der landesweiten Steuerungsgruppe Verbraucherbildung an Schulen
Universität Koblenz	Aus- und Fortbildung für Lehrkräfte zur Verbraucherbildung Mitglied in der landesweiten Steuerungsgruppe Verbraucherbildung an Schulen
Ernährungsberatung der Dienstleistungszentren ländlicher Raum DLR	Angebote von Projekten und Materialien zur Ernährungsbildung für Schulen aller Schularten und Jahrgangsstufen;
Vernetzungsstelle Schulverpflegung	Fachinformation und Beratung, Unterstützung bei Konzepten zur Ernährungsbildung; Materialien; die Vernetzungsstelle ist beim DLR angesiedelt
Lernort Bauernhof/Landwirtschaftskammer/ LandFrauen Rheinland-Pfalz	Bauernhöfe als pädagogische Lernorte: Kooperationsvereinbarung zwischen Landwirtschaftskammer, Landwirtschafts- und Bildungsministerium Angebote zur Ernährungsbildung (auch im Ganztags schulbereich); Organisation und Durchführung Ernährungsführerschein; Mitglied in der landesweiten Arbeitsgruppe im Netzwerk gesund aufwachen (Präventionsgesetz)
Landesarbeitsgemeinschaft SchuleWirtschaft	Praxisorientierte Fortbildungen in Kooperation mit der Landesvereinigung der Unternehmerverbände, dem Wirtschafts- und Bildungsministerium
Schuldnerfachberatungszentrum der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz	Projekte und Fortbildungsveranstaltungen zur Schuldenprävention, finanzieller Allgemeinbildung
Krankenkassen	Angebote zur Gesundheitsförderung/Ernährungsbildung Kooperationsvereinbarungen mit einzelnen oder mehreren Krankenkassen zu unterschiedlichen Projekten; Umsetzung Präventionsgesetz im Netzwerk gesund aufwachsen der Landesregierung
Unimedizin Mainz	Kooperationsvereinbarungen zu Projektes zur Gesundheitsförderung und Prävention/Ernährung/Hygiene
Landeszentralen	- Gesundheitsförderung (LZG): Kooperationen im Bereich Ernährungsbildung, psychische Gesundheit, Sexualerziehung, Suchtprävention - politische Bildung (LpB): Koordination „Schule ohne Rassismus-Schule mit Courage“ (Demokratiebildung)

	- Umweltaufklärung
--	--------------------

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass es sich bei den unter Frage 3 genannten Maßnahmen in erster Linie nicht um Projekte, sondern um dauerhafte Maßnahmen bzw. fortlaufende Angebote handelt. Die hier aufgeführten Maßnahmen, Projekte und Kooperationen bilden einen Ausschnitt aus den wichtigsten Angeboten für Schulen, sind aber nicht abschließend zu betrachten.

Land: Saarland

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	StR
Name:	Patrick Maurer
Tel.:	06815017422
E-Mail:	p.maurer@bildung.saarland.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

Nein

Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Sachunterricht,
Arbeitslehre, Sozialkunde/Politik bzw. Gesellschaftswissenschaften,
Beruf und Wirtschaft

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1	Konsumfeld Essen und Trinken: Gesunde Lebensmittel; verbraucherbewusstes Einkaufen von Lebensmitteln	Sachunterricht
2	Konsumfeld Essen und Trinken: Erzeugung von Nahrungsmitteln; wertschätzender Umgang mit Nahrungsmitteln	Sachunterricht
3	Konsumfeld Körper- und gesundheitsbewusster Konsum: Gesundheitsbewusstes Verhalten, Gesunde Ernährung, wichtige Grundnahrungsmittel: Bestandteile, Herkunft und Verarbeitung, Herstellung gesunder Mahlzeiten	Sachunterricht
4	Konsumfeld Körper- und gesundheitsbewusster Konsum: Bedeutung abwechslungsreicher, gesunder Ernährung und regelmäßiger Essenszeiten	Sachunterricht
5	Konsumfeld Essen und Trinken: Pflanzen in unserer Umgebung, Hinweise: Kartoffel als Grundnahrungsmittel, gesundes Frühstück,	Naturwissenschaften,

	<p>Kinderkaffee (Malzkaffee), Vom Korn zum Brot; Herstellung von Lebensmitteln und verantwortungsbewusster Umgang</p> <p>ökonomische und ökologische Prinzipien anwenden: material- und ressourcensparend arbeiten, Kriterien zur Wirtschaftlichkeit, (Preis, Qualität, Haltbarkeit), bei der Auswahl von Materialien und Werkzeugen anwenden</p>	Arbeitslehre
6	<p>Konsumfeld Kommunikation und Information: Informationstechnische Grundbildung; Datenschutz; Virenschutz</p>	Arbeitslehre
7	<p>Klassen 7/ 8: Funktionen von Geld, Einkommensarten; Zahlungsverkehr, Möglichkeiten des Sparens, Zinsen, Planung eigener Ausgaben, bargeldloser Zahlungsverkehr; grundlegende Prinzipien der Buchführung, Probleme der Kleinkredite, Dienstleistungsverträge; eigene Finanzsituation analysieren Vor- und Nachteile aktueller Marktformen und nennen Verbraucherrechte von Jugendlichen; Umweltkonflikte und Nachhaltigkeit, Umgang mit Wertstoffen: unterscheiden Ressourcen, Wertstoffe und Müll, beschreiben den Wandel im Umgang mit Müll, und Wertstoffen, beschreiben und bewerten regionale und globale, Entsorgungs- und Recyclingwege sowie Entsorgungsprobleme, reflektieren ihr eigenes Konsumverhalten, gehen bewusst mit Ressourcen um</p> <p>positive eigene Darstellung in sozialen Netzwerken; Datenschutz; Urheberrecht, Recht am eigenen Bild</p> <p>Kaufentscheidung, Kennzeichnung von Lebensmitteln, Organisationen des Verbraucherschutzes, Verbraucherberatung</p>	<p>Gesellschaftswissenschaften</p> <p>Beruf und Wirtschaft</p>
8	<p>Klimaveränderung und anthropogener Klimawandel: Handlungsfelder in ihrem unmittelbaren Umfeld (z. B. Müllvermeidung, Einkauf heimischer Produkte, fleischarme Ernährung, energiebewusstes Handeln, Konsumkonflikte) und stellen Handlungsmöglichkeiten dar.</p> <p>Fairer Handel: Merkmale fair gehandelter Produkte, Vergleich von Preis, Qualität, Verfügbarkeit und Produktionsbedingungen von Fair-Trade-Produkten mit Produkten, die nicht aus fairem Handel stammen.</p> <p>Bedürfnisse reduzieren, statt Befriedigung ihrer Wünsche zu suchen, betrachten und verweilen statt konsumieren</p>	<p>Gesellschaftswissenschaften,</p> <p>Religion</p>
9	<p>Euro: Unterscheidung von der Funktionen des Geldes als Tausch- und Zahlungsmittel, Recheneinheit und Wertaufbewahrungsmittel, benennen die Geldformen und unterscheiden verschiedene Zahlungsarten, beurteilen mehrperspektivisch die Vor- und Nachteile einer gemeinsamen europäischen Währung</p> <p>Soziale Netzwerke im Internet, Begriff Cyber-Mobbing, virtuelle Freundschaften, auseinander, Fallanalysen und eigene Erfahrungen, die Gefahren der Kommunikation in sozialen</p>	<p>Gesellschaftswissenschaften</p> <p>Sozialkunde</p>

	<p>Netzwerken, stellen die Gefahren der Preisgabe persönlicher Daten im Internet dar, Diskutieren eigener Erfahrungen mit Mobbing im Internet und Erörterung von Möglichkeiten, sich erfolgreich dagegen zur Wehr zu setzen;</p> <p>Rechtsstellung von Kindern und Jugendlichen, Rechtsfähigkeit, deliktsfähigkeit, Geschäftsfähigkeit, Kaufvertrag, Jugendschutzgesetz; Datenschutz und Internet</p>	
10	<p>Klassen 9/ 10:</p> <p>Einkommensarten, Kalkulation von Preisen, Möglichkeiten des elektronischen Zahlungsverkehrs, Möglichkeiten der Geldanlage, Planung von Investitionen in eigene Projekte; Finanzierung eigener Vorhaben, Investitionskredit vs. Konsumkredit; Ermittlung des eigenen finanziellen Spielraums;</p> <p>Rechtsvorschriften in sozialen Netzwerken (Urheberrecht, Bildrechte), allgemeine Geschäftsbedingungen sozialer Netzwerke; Aspekte nachhaltigen Wirtschaftens; Optimierung des Energie- und Ressourcenverbrauchs;</p> <p>Urheber- und Vertragsrechte; richtige Zitierweisen;</p> <p>verbraucherfreundliche, nachhaltig produzierte Produkte; Wertschöpfungsketten, Verbraucherrechte</p>	Beruf und Wirtschaft

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
	Tag der Schulverpflegung; Projekttag zur gesunden Ernährung und des bewussten Umgangs mit Nahrungsmitteln
	Lehrerfortbildung am Landesinstitut für Pädagogik und Medien (LPM)
	Saarland picobello

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

<p>Konsumwelt kompakt - Angebot des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen;</p> <p>Unterrichtsmaterialien zur Verbraucherbildung: http://www.test.de/unternehmen/schule_unterricht/lehmaterial/konsumwelt/</p> <p>Überschuldungsprävention für junge Menschen; Materialien des Diakonischen Werkes: http://www.diakonisches-werk-saar.de/php/themen_detail.php?themen_id=399&niederlassungen_id=10&language_id=1&parent_id=399</p> <p>Schufa macht Schule - Unterrichtsmaterialien zur Überschuldung von Jugendlichen: http://www.schufamachtschule.de/de/home/</p> <p>Netzwerk Entwicklungspolitik im Saarland e.V.: http://www.nes-web.de/</p> <p>Materialien für Unterricht und Projekttag im Rahmen der Kampagne „Verantwortung und Nachhaltigkeit. Mach mit!“ (http://www.saarland.de/118686.htm)</p>
--

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Diakonisches Werk Saarland	Überschuldungsprävention; Unterrichtsmaterialien
Verbraucherzentrale Saarland	Angebote für Schulen z.B. Powerkauer auf Gemüsejagd; Die Mach Bar Tour. Kostenfalle Handy & Co.
Verbraucherzentrale Saarland	Schokologie; Workshop zum Thema fairer Handel; verantwortliches Verbraucherverhalten
Verbraucherzentrale Saarland	Dein Handy und der Krieg im Kongo; verantwortungsbewusster Umgang des Verbrauchers mit Rohstoffen,
Verbraucherzentrale Saarland	Kostenfalle Handy und Co.
Verbraucherzentrale Saarland	Schuldenfrei - Lösungen für die Großregion
Entsorgungsverband Saar (EVS)	"Alles Müll oder was?" Verbraucherverhalten und der verantwortungsbewusste Umgang mit den natürlichen Ressourcen
Entsorgungsverband Saar (EVS)	bewusster Umgang der Verbraucher mit der natürlichen Ressource Wasser
Ministerium für Umwelt und Verbraucherschutz	Vernetzungsstelle Schulverpflegung; bewusstes und gesundes Essen
Netzwerk Entwicklungspolitik im Saarland (NES)	Konsumkritische Stadtrundgänge im Saarland; Auf den Spuren des eigenen Konsums, Schaffung eines verantwortlichen Verbraucherbewusstseins, Angebot für Schulklassen
Landesmedienanstalt des Saarlandes	Kinder telefonieren mit "Polly und Fred"; Gefahren des Mobiltelefons
Landesmedienanstalt des Saarlandes	Internet ABC: Mit Spaß und Sicherheit ins Internet

Land: Sachsen

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Sächsisches Staatsministerium für Kultus, Referate 44 und 33
Name:	Frau Dr. Marx (Ref. 44 - Schulfachliches), Herr Hegewald (Ref. 33 – Gesundheitsförderung übergreifend)
Tel.:	0351 564-69411 (Frau Dr. Marx), -68314 (Herr Hegewald)
E-Mail:	martina.marx@smk.sachsen.de juergen.hegewald@smk.sachsen.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Sachunterricht (SU), Mathematik (MA), Biologie (BIO), Wirtschaft-Technik-Haushalt/Soziales (WTH), Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung (GK) und Gemeinschaftskunde/Rechtserziehung/Wirtschaft (G/R/W)

Das Thema Verbraucherbildung wird in verschiedenen Fachlehrplänen ausgewählter Klassenstufen thematisiert und kann somit aus den unterschiedlichen fachlichen Perspektiven behandelt und diskutiert werden. Damit ist eine ganzheitliche und facettenreiche Beschäftigung mit dem Thema im Unterricht gesichert.

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1	s. Lernfeld "Rolle der Verbraucher" unter: www.lernportal-sachsen-genieessen.de (Einteilung in Elementarphase, Primarphase, Sekundarphase I, Sekundarphase II) - s. auch unter Punkt 4 "Lernportal-Sachsen-genießen" s. Eintrag bei Kl. 4	
2	s. o.	
3	s. o.	

4	Kl. 1 bis 4: Gebrauch von Münzen und Geldscheinen; Auswahl gesunder Lebensmittel, Produkte aus der Region, Transportwege, fairer Handel, Kinder als Konsumenten	MA; SU
5	s. Eintrag Kl. 10	
6	s. o.	
7	s. o.	
8	s. o.	
9	s. o.	
10	<p>Kl. 7 bis 9 Oberschule: Umgang mit Gütern und Geld, Bedürfnisse und knappe Mittel, Konsumtion und Produktion, Produktion im privaten Haushalt; Kl. 5 bis 10 Oberschule/Gymnasium: Ernährungserziehung; Kl. 9/10 Oberschule/Gymnasium: globale Themen der Verbraucherbildung</p> <p>Kl. 5 bis 9/10 Lernbereich „Me als consumer“</p> <p>Jahrgangsübergreifend sind in den Lehrplänen der Fächer Informatik und Technik/Computer z. B. die Themen Datenschutz und Urheberrecht enthalten.</p> <p>"Lebendige Elbe" - Bewusstseinsbildung für Schüler/innen zu Wasser als Lebensmittel und schützenswertes Gut/Kooperation mit der Deutschen Umwelthilfe</p>	<p>WTH; BIO; GK(MS); G/R/W(GY)</p> <p>EN (OS) INF,TC</p>
11	s. Eintrag Jgst. 12	
12	Jgst. 11/12 Gymnasium: Themen der Globalisierung, Chancen und Risiken	G/R/W
13		

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
übergreifend	<p>s. LERNFELD ROLLE DER VERBRAUCHER</p> <p><u>PROJEKTANGEBOTE/PROJEKTPARTNER</u> Online-Portal zur Förderung von Ernährungs- und Verbraucherkompetenzen bei Kindern und Schülern im Alter von 3 bis 18 Jahren „Junge Sachsen genießen – Fit mit Genuss in Kita und Schule“ (www.lernportal-sachsen-geniessen.de)</p> <p>Es sind systematisiert aufbereitete und ausgewählte sächsische sowie bundesweite Projektangebote, Materialien, Inhalte und Links zu den für das Lernfeld relevanten Partnern und Fachverbänden enthalten. Das Onlineprotal zur Förderung von Ernährungs- und Verbraucherkompetenzen ist gegliedert in drei Bereiche: (1) Bildungsphasen/Altersgruppen (2) Lernfelder und (3) Wissenschaftliche Grundlagen.</p>

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

<http://www.lernportal-sachsen-geniessen.de/> Der Träger des Portals wird überwiegend aus öffentlichen Mitteln gefördert. Die im Portal aufgeführten Angebote unterliegen einem Qualitätscheck.

<http://www.bildung.sachsen.de/bne>

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Landesarbeitsstelle Schule - Jugendhilfe Sachsen e. V.	Erstellung und Pflege eines Online-Portals für Schulen und Kindertagesstätten zur Förderung von Ernährungs- und Verbraucherkompetenz bei Kindern und Schülern im Alter von 3 bis 18 Jahren „Junge Sachsen genießen – Fit mit Genuss in Kita und Schule“ (www.lernportal-sachsen-geniessen.de); systematisiertes Aufzeigen relevanter Materialien, Projekte und Inhalte
Verbraucherzentrale Sachsen e. V.	Maßnahmen und Angebote zur Fort- und Weiterbildung von Lehrkräften sowie für Klassen verschiedener Schularten zu Lebensmitteln und zur Ernährung
Sächsische Landesvereinigung für Gesundheitsförderung e. V.	Partner zur Entwicklung von Schule als gesunde Lebenswelt, Träger der Vernetzungsstelle Kita- und Schulverpflegung Sachsen
Landesmedienanstalt	kostenfreie Nutzung der Sächsischen Ausbildungs- und Erprobungskanäle
Landeskriminalamt	Beratungsangebote im Rahmen der polizeilichen Präventionsarbeit
Träger der freien Wohlfahrtspflege	Angebote für Klassen verschiedener Schularten, insbesondere Berufsschulen, sowie Lehrkräfte zu Themen: Umgang mit Geld, Bankwesen, Verbraucherrechte (Kontext Schuldenprävention)
Entwicklungspolitisches Netzwerk Sachsen e. V.	Vernetzung zum Austausch, Entwicklung von Fortbildungen
Lokale Agenda 21 für Dresden e. V.	Vernetzung zum Austausch von Fortbildungen
Netzwerk Umweltbildung Sachsen	Vernetzung zum Austausch, Entwicklung von Fortbildung
Sächsisches Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie	Kooperation mit regionalen Anbietern zur Verbraucherbildung und Förderung von Nachhaltigkeit im Primarbereich „EU-Schulprogramm für Obst, Gemüse und Milch“ (https://www.smul.sachsen.de/foerderung/eu-schulprogramm-fuer-obst-gemuese-und-milch-5522.html)

Land: Sachsen-Anhalt

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Referatsleiter
Name:	Winfried Nahrstedt
Tel.:	0391 567-3742
E-Mail:	winfried.nahrstedt@sachsen-anhalt

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

--

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1	Vorrangig im Sachunterricht der Grundschule gibt es folgende die Verbraucherbildung betreffenden Schwerpunkte: <ul style="list-style-type: none">• Eigene Konsumbedürfnisse darstellen• Sinnvoller Umgang mit Taschengeld• Maßnahmen zum Schutz des eigenen Körpers ergreifen• Kritisch das eigene Konsumverhalten bewerten Umwelt und Gesundheit• Lebenswichtigen Fragen nachgehen• Nachrichtenübermittlungen früher und heute	Deutsch, Mathematik, Sachunterricht, Ethikunterricht
2	siehe Schuljahrgang 1	s. o.
3	siehe Schuljahrgang 1	Deutsch, Mathematik, Sachunterricht, Ethikunterricht

4	siehe Schuljahrgang 1	Mathematik, Sachunterricht, Ethikunterricht
5	<p>Im Hauswirtschaftsunterricht der Sekundarschule fließt die Verbraucherbildung in folgende Kompetenzbereiche ein: Schuljahrgang 5/6 Kompetenzschwerpunkt: im Haushalt gesund leben und sich wohlfühlen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einkäufe unter Beachtung ausgewählter Einflussfaktoren planen und ausführen • Textilkennzeichnung als Orientierungshilfe nutzen • Das eigene Konsumverhalten kritisch bewerten • Leben mit Medien • Gesundes Leben 	Hauswirtschaft Deutsch, Kunsterziehung, Mathematik, Physik, Biologie, Religionsunterricht
6	siehe Schuljahrgang 5	Hauswirtschaft Deutsch, Kunsterziehung, Mathematik, Physik, Biologie, Religionsunterricht
7	<p>Arbeiten im Haushalt ausführen und Ressourcen nutzen, Lebensmittel auswählen und den Gesundheitswert beurteilen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ressourcensituationen von Haushalten dokumentieren • Lebensmittel nach Qualitätsmerkmalen und nach Elementen der Lebensmittelkennzeichnung auswählen • Die Gesundheit unterstützende Wirkung von Lebensmitteln beurteilen • Leben mit Medien • Aktiv das Leben gestalten • Nachhaltiger Umgang mit natürlichen Ressourcen <p>Ab Schuljahrgang 7 bis einschließlich Schuljahrgang 10 werden im Rahmen von fächerübergreifenden Kursen wie Moderne Medienwelten, Planen, Bauen und Gestalten und Rechtskunde weitere Themen behandelt.</p>	Hauswirtschaft, Wirtschaft, Deutsch, Geographie, Chemie, Biologie, Religionsunterricht, Musik, Physik
8	<ul style="list-style-type: none"> • Einen privaten Haushalt unter wirtschaftlichen Aspekten analysieren • Einkommensquellen und Einkommensverwendung beschreiben • Das Spannungsfeld zwischen verfügbaren Mitteln und Konsumwünschen untersuchen • Einflussfaktoren auf das Kaufverhalten nennen 	Wirtschaft, Deutsch, Geographie, Chemie, Biologie, Religionsunterricht, Physik

	<ul style="list-style-type: none"> • Aus Kaufverträgen die Rechte und Pflichten beider Vertragspartner ableiten • Den Informationsgehalt verschiedener Formen von Werbung erschließen 	
9	<ul style="list-style-type: none"> • Vertragsformulare nutzen • Vertragsangebote bewerten • Problemlösungen für ausgewählte Lebenssituationen (z.B. Wohnraumbeschaffung, Wohnraumgestaltung) bewerten • Verbraucherrelevante Informationen aus verschiedenen Quellen entnehmen, bewerten und nutzen • Verschiedenen Angebote für einen Kreditvertrag einholen, prüfen und einen geeigneten auswählen • Rechtliche Grundlagen für Ware-Geld-Geschäfte nennen • Möglichkeiten und Grenzen ausgewählter Ernährungsformen und Diäten • Einfache Dienstleistungs- oder Warentests vorbereiten, durchführen und auswerten • Ernährungsverhalten untersuchen und 	Wirtschaft, Deutsch Chemie, Biologie, Religionsunterricht, Technik
10	<p>siehe auch Schuljahrgang 9</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gewollte und ungewollte Auswirkungen von Alltagstechnik und Großtechnologien erkennen und Handlungsmöglichkeiten abwägen • Leben mit Medien • Unternehmerisches Handeln erkunden und erproben; 	Technik, Wirtschaft, Deutsch, Geographie, Sozialkunde
11	<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit zum kritisch differenzierten Umgang mit vielfältigen Darstellungen rechtlich relevanter Probleme in den Medien • Mediennutzung zum selbstorganisierten Lernen • Medienkompetenz in relevanten Lebenssituationen sach- und zielgerichtet anwenden • Ökologische Gestaltung der sozialen Marktwirtschaft • Globalisierung der Märkte • Geld und Kredit • Privat- und Arbeitsrecht • Gesund leben in einer gesunden Umwelt 	Deutsch, Geographie, Sozialkunde, Biologie, Physik, Chemie Wirtschaftslehre, Rechtskunde, Religionsunterricht
12	siehe Schuljahrgang 11	Deutsch, Geographie, Sozialkunde, Biologie, Physik, Chemie Wirtschaftslehre, Rechtskunde, Reli- gionsunterricht

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
1-12	Umweltpreiswettbewerb; Landeswettbewerb der Stiftung Umwelt, Natur und Klimaschutz
1-12	Materialkompass Verbraucherbildung, Materialien für den Unterricht
6-12	"Gründer Kid's"; Schülerfirmenprojekt
1-12	"Gestaltungskompetenz für einen nachhaltigen Schulalltag"- Aufklärung über Möglichkeiten des nachhaltigen Konsums; Projektarbeit an Schulen
1-12	"Ernährung auf dem Prüfstand" - Information und Aufklärung über gesundheitsfördernde Ernährung und nachhaltig erzeugte Lebensmittel
1-12	Einsatz von Medienberatern an den Schulen
1-12	Energiesparschule
1-12	Projekte Öko-Schulen (http://www.bildunglsa.de/themen/ausserschulische_lernorte/lernort_oeko-schule.html)

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

Durch Veröffentlichungen auf dem Landesbildungsserver des Landesinstituts für Schulqualität und Lehrerbildung (www.bildungsserver.de) haben Lehrkräfte in einem passwortgeschützten Bereich die Möglichkeit, diverse Materialsammlungen (z. B. Materialkompass), komplette Unterrichtsvorbereitungen bis hin zu Angeboten außerschulischer Partner (Verbraucherzentrale, Eine Welt Netzwerk, Landesenergieagentur etc.) zu nutzen. Die Angebote werden regelmäßig aktualisiert und ergänzt. Zugleich werden über den Bildungsserver entsprechende Fortbildungsangebote für Lehrkräfte sowie Wettbewerbsaufrufe veröffentlicht.

- Materialkompass;
- Ernährungsführerschein;
- "Medienbildung - ein kompetenzorientiertes Konzept für die Grund- und Sekundarschule mit Beispielaufgaben"

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt e. V.	Projekte
Unabhängiges Institut für Umweltfragen e. V.	Projekte

Umweltzentren	Fortbildung und Projekte
Eine Welt Netzwerk	Projekte
Medienanstalt Land Sachsen-Anhalt	Unterrichtsmaterialien
Lexi-TV	Unterrichtsmaterialien
Landesvereinigung für Gesundheit Sachsen-Anhalt e. V.	Projekte
Landesvereinigung für Suchtfragen Sachsen-Anhalt e. V.	Projekte
Landesenergieagentur Sachsen-Anhalt	Projekte
Deutschen Umwelthilfe	Projekt "Gärten in der Zukunft"

Land: Schleswig-Holstein

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Ministerialrätin
Name:	Barbara Weber
Tel.:	0431-988 5791
E-Mail:	barbara.weber@bimi.landsh.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja, an Gemeinschaftsschulen

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja, an Gemeinschaftsschulen (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Verbraucherbildung

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1-4	Gesundheit und Ernährung Natürlich Lebensräume sowie Tiere und Pflanzen Arbeit und Wirtschaft	Sachunterricht (SU)
2	s.o.	SU
3	s.o.	SU
4	s.o.	SU
5	s. Fachanforderungen SEK I	Verbraucherbildung (VBB)
6	s. Fachanforderungen SEK I	VBB
7	s. Fachanforderungen SEK I	VBB oder WPU
8	s. Fachanforderungen SEK I	VBB oder WPU
9	s. Fachanforderungen SEK I	VBB oder WPU

10	s. Fachanforderungen SEK I	VBB oder WPU
11		
12		
13		

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
1-4	Schulobst und gesundes Frühstück, Deutsche Gesellschaft für Ernährung
1-13	Schulklassen auf dem Bauernhof, Landwirtschaftskammer
	Verbraucherschulen, Verbraucherzentrale

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

Fachportal vom IQSH, Materialkompass des VZBV, Seiten der Verbraucherzentralen, Seiten des Bundeszentrums für Ernährung, Seiten des BLE (Medienservice), Seiten in-form, Schuldnerberatung SH
www.wissen-rechnet.sich.de
www.unterrichtshilfe-finanzkompetenz.de
www.schuldnerberatung-sh.de
www.verbraucherbildung.de/materialkompass
www.vzbv.de
www.aid.de

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
Landwirtschaftskammer SH	Programmbegeleitung Schulklassen auf dem Bauernhof
Verbraucherzentrale SH	Fortbildung
Bundeszentrum für Ernährung	Fortbildung, Materialien

Anmerkung:

Verbraucherbildung ist in SH ein Fach in der SEK I an Gemeinschaftsschulen mit eigenen Fachanforderungen. An den Gymnasien gibt es das Fach Verbraucherbildung nicht. Dort wird Verbraucherbildung in unterschiedlichen Zusammenhängen im Rahmen des Unterrichts im Fach Wirtschaft/Politik unterrichtet und ist darüber hinaus eine Querschnittsaufgabe.

Das Schulfach „Verbraucherbildung“ hat 2009 das alte Schulfach „Hauswirtschaft“ abgelöst. Ideen für den neuen Lehrplan kamen aus dem Forschungsprojekt „REViS“ (Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in allgemein bildenden Schulen, 2003 – 2005). Im

Forschungsprojekt REViS wurden Bildungsziele und Kompetenzen für eine zukunftsfähige Ernährungs- und Verbraucherbildung definiert.

Das Projekt entstand aus der Erkenntnis, dass angesichts der gesellschaftlichen Entwicklung Basiskompetenzen im Bereich Essen und Ernährung und Umgang mit Geld und Konsum immer dringlicher werden. Gleichzeitig werden jedoch diese Kompetenzen in Familien und Schulen immer weniger und weniger zukunftsgerecht vermittelt.

Seit dem Schuljahr 2019/2020 ist ein aktualisierter Lehrplan für das Fach an SEK I an Gemeinschaftsschulen in Kraft getreten:

Fachanforderungen Verbraucherbildung SEK I für die Gemeinschaftsschulen mit und ohne Oberstufe

Eine Handreichung für die Lehrkräfte ist kurz vor ihrer Fertigstellung und Veröffentlichung: Leitfaden Verbraucherbildung.

https://fachportal.lernnetz.de/files/Fachanforderungen%20und%20Leitfaden/Sek.%20I/Fachanforderungen/Fachanforderungen_Verbraucherbildung.pdf

Das Fach Verbraucherbildung zielt darauf ab, Schülerinnen und Schüler in die Lage zu versetzen, Entscheidungen als Konsumenten selbstbestimmt, gesundheitsfördernd, qualitätsorientiert, nachhaltig und sozial verantwortlich zu treffen und umzusetzen.

Lernfelder:

Rolle als Verbraucherin/Verbraucher

Wirtschaftliche und nachhaltige Lebensführung

Lebensführung als Potenzial

Esskultur und Techniken der Nahrungszubereitung

Ernährung und Gesundheitsförderung

Didaktische Leitlinien:

Kompetenzorientierung

Subjektorientierung

Handlungsorientierung

Lernfeldverknüpfung

Dazu geben sich die Schulen ein eigenes, schulinternes Curriculum. Eine Vernetzung mit dem Fach "Wirtschaft/Politik" bietet sich dabei an.

Fachanforderungen Verbraucherbildung

Kommission Fachanforderungen

Bere Bethge, Sabine Dörnhaus, Katrin Hilbert, Silke Pfieler



Fachanforderungen Verbraucherbildung

1. Das Fach Verbraucherbildung in der Sek.1
2. Ziel des Verbraucherbildungsunterrichts
3. Die Didaktischen Leitlinien
4. Lernfelder
5. Das Kompetenzmodell
6. Medienkompetenz
7. Anforderungsbereiche und –ebenen
8. Frage-/Aufgabenstellung
9. Ein Beispiel für die Praxis
10. Leistungsbewertung
11. Schulinternes Fachcurriculum
12. Ausblick: Leitfaden



1. Das Fach Verbraucherbildung in der Sek. I



→ s. FA S. 10

2. Ziel des Verbraucherbildungsunterrichts

Das Fach Verbraucherbildung zielt darauf ab SuS in die Lage zu versetzen Entscheidungen als Konsumenten selbstbestimmt, gesundheitsfördernd, qualitätsorientiert, nachhaltig und sozialverantwortlich zu treffen und umzusetzen.

3. Didaktische Leitlinien

- Im Außenring werden die didaktischen Leitlinien genannt:
 - Kompetenzorientierung
 - Subjektorientierung
 - Handlungsorientierung
 - Lernfeldverknüpfung

→ s. FA S. 12f



4. Lernfelder Wirtschaftliche und nachhaltige Lebensführung

Kompetenzen	Mögliche Themen und Inhalte	Hinweise
Komplexer Alltags-, Zusammenhänge und Strukturen in Gesellschaft und Wirtschaft erkennen und differenziert analysieren sowie deren begründet Konsequenzen für die eigene Handlung ableiten.	- Lebensstil und Konsumgewohnheiten im globalen und regionalen Zusammenhang - Der kritische und ökologische Konsum - Strukturwandel in Familie und Wirtschaft - ...	Interdisziplinäre Abhängigkeiten vom Internet und von der Technik, Nahrungsmittelkette „Überflüssig“ Historisch
Eigenen Konsum- und Alltagsverhalten auf der Grundlage von Nachhaltigkeit analysieren und verantwortungsbewusst handeln.	- Ökologischer Fußabdruck - Ökonomisches und ökologisches Handeln - Der kritische Konsum - Mobilität - Wohnen - ...	Bio- u. konventionelle Landwirtschaft national & regional Fahrrade Abfallvermeidung Recycling Lebensmittelverschwendung
Prinzipien und Möglichkeiten des Finanz- und Risikomanagements, Normen und Ethik anwenden.	- Einzahlen und Ausgaben - Vorsorge - ...	Sparregeln Handy Konto Schuldenrisiken Versicherungen

→ s. FA S. 17



4. Lernfelder Lebensführung als Potenzial

Kompetenzen	Mögliche Themen und Inhalte	Hinweise
Die Vielfalt der individuellen und gesellschaftlichen Ressourcen umfassend und differenziert erkennen und nutzen.	<ul style="list-style-type: none"> - Individuelle und gesellschaftliche Ressourcen - Haushalts-, Familien und Selbstmanagement - Kinder- und Jugendrecht - Lebensstile - ... 	<ul style="list-style-type: none"> Bildung Lebenszyklus Achtsamkeitstraining Glücksunterricht Erwachsenwerden Humanvermögen
Verantwortung für das eigene Handeln und das Leben in der Gemeinschaft initiativ übernehmen.	<ul style="list-style-type: none"> - Umgang mit Konflikten - Gleichstellung, Diversität - Du und ich als Teil der Gesellschaft - ... 	<ul style="list-style-type: none"> Kommunikation Konfliktstrategien Zivildourage Ehrenamt Sozialverantwortung
Einfluss und Tragweite der eigenen Entscheidungen für sich und andere erkennen und differenziert begründen.	<ul style="list-style-type: none"> - Lebensplanung und Gestaltung - ... 	<ul style="list-style-type: none"> Zukunftsplanung Ressourcen

→ s. FA S. 18

4. Lernfelder Esskulturen und Techniken der Nahrungszubereitung

Kompetenz	Mögliche Themen und Inhalte	Hinweise
Mehrfach in selbstständig-situations- und alltagstauglich planen und kreieren, dabei Techniken der Nahrungszubereitung kennen, verstehen, reflektieren und anwenden.	<ul style="list-style-type: none"> - Arbeitsteilung, -planung und -organisation, - sachgerechter Umgang mit Lebensmitteln, Arbeitsmaterialien und Werkstoffen, - Grundtechniken und -rezepte, - Lebensmittelwahl, -qualität und -sicherheit - ... 	<ul style="list-style-type: none"> Grundtechniken der Nahrungszubereitung
Ess- und Tischkulturen differenziert kennen und anwenden.	<ul style="list-style-type: none"> - Ess- und Tischkulturen - ästhetisch-kulinarische Speisengestaltung - ... 	<ul style="list-style-type: none"> Finger Food
Lebensmittel und Produkte durch Sinnverknüpfung mit eigenen Kriterien unterscheiden und erkennen sowie dies für die eigene Ernährung kritisch nutzen.	<ul style="list-style-type: none"> - Sinnexperimente - Kräuter und Gewürze - ... 	<ul style="list-style-type: none"> Beschreibungshilfen für Sinneindrücke

→ s. FA S. 20

5. Das Kompetenzmodell



→ s. FA S. 15

6. Medienkompetenz

- Medienkompetenz als Aufgabe **ALLER** Fächer
- verankert in jedem Lernfeld
- fachbezogene Aspekte im Lernfeld "Rolle als Verbraucherin/Verbraucher"
- Ergänzung zu den Fachanforderung „Digitale Medien im Fachunterricht“

□ Landesfachtag 18. Mai 2019 in Kiel

→ s. FA S. 30

7. Anforderungsbereiche und -ebenen

- Anforderungsebenen: ESA, MSA und ÜO
 - Anforderungsbereiche:
 - Anforderungsbereich I: **Nachvollziehen und Reproduzieren**
 - Anforderungsbereich II: **Verarbeiten und Verstehen**
 - Anforderungsbereich III: **Reflektieren und Handeln**
- Für jeden SuS müssen alle Anforderungsbereiche angemessen angeboten und berücksichtigt werden

→ s. FA S. 13

8. Frage- / Aufgabenstellung

- ... bietet Anlass im Unterricht Fähigkeiten und Fertigkeiten zu vermitteln, um die Kompetenzen zu erweitern bzw. vertiefen (Kompetenzorientierung)
- ... hat die Bedeutsamkeit und den Bezug zur Lebens- und Erfahrungswelt der SuS im Blick (Subjektorientierung)
- ... bietet Gelegenheit, die erworbenen Kompetenzen problemorientiert anzuwenden (Handlungsorientierung)
- ... Wechselbeziehung der Lernfelder wird berücksichtigt (Lernfeldverknüpfung)

→ s. FA S. 12

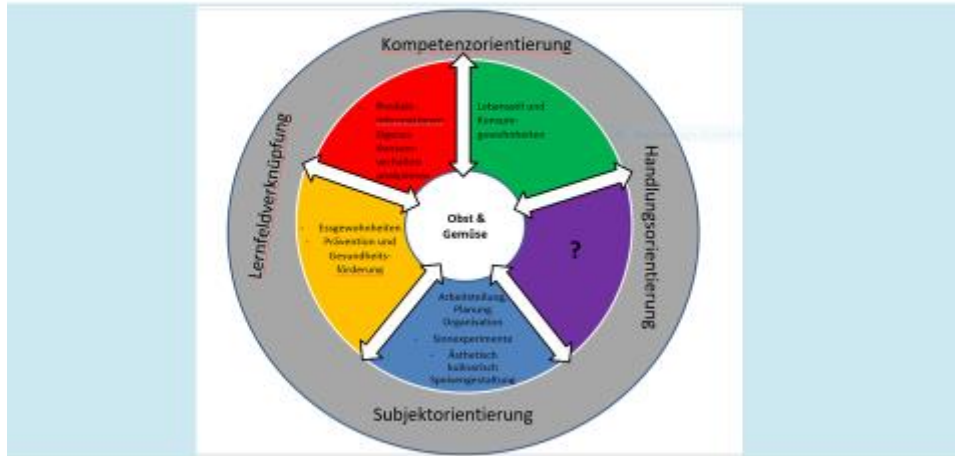
9. Ein Beispiel für die Praxis



9. Beispiel für die Praxis: Frage-/ Aufgabenstellungen

- Wie setze ich die Empfehlungen der AiD-Pyramide um?
- Warum sind die Erdbeeren im Winter so teuer?
- Was mache ich mit übriggebliebenem Obst und Gemüse?
- Was kann ich bei einer reichhaltigen Apfelernte mit den ganzen Äpfeln machen?
- ...

9. Ein Beispiel für die Praxis



10. Leistungsbewertung Überblick

- Klassenarbeitserlass
- Bewertet werden Unterrichtsbeiträge

mündliche	schriftliche	praktische
z. B. <ul style="list-style-type: none"> - Ergebnis der Handlungsprodukte - Teilleistungen im Arbeitsprozess 	z. B. <ul style="list-style-type: none"> - Verwendung von Fachsprache - UG mit zielführenden Beiträgen - Logische Darstellung von Zusammenhängen - Präsentationen 	z. B. <ul style="list-style-type: none"> - Lernzielkontrollen, Tests - Reflexion durch Selbst- und Fremdeinschätzung - Materialsammlungen

→ s. FA S. 24f.

10. Leistungsbewertung Grundsätze

- transparent
- produkt- und prozessorientiert
- prozessbegleitend
- Berücksichtigung aller Kompetenzbereiche

11. Schulinternes Fachcurriculum als Aufgabe der Fachkonferenz

Kategorie	Kernkernaufgaben
inhalte	Konkretisierung der Fachlehrpläne und Fachlehrpläne, soweit es sich um alle Lernfelder und Lernkompetenzen Umsetzung der Lernfelder Auswahl von geeigneten Inhalten Umsetzung der Themen und Inhalte auf die Jahrgangsstufe Etablierung alternativer Lernwege und -prozesse
Fachsprache	einheitliche Verwendung von Bezeichnungen und Begriffen
Digital-Media / Medienkompetenz	Beitrag des Faches zur Medienkompetenz (Bridg), Anknüpfungspunkte, Einbindung in die Digitalstrategie
Fördern und Fordern	Differenzierungsmaßnahmen für alle Schülerinnen und Schüler
Methoden, Materialien und Medien	Entwicklung und Nutzung von Lehrplänen, Fachlernplänen, Leitlinien, Filmen und anderen Materialien, Lernhilfen Vorrat für Ausstattung der Fachräume
Lehrplangestaltung	Umsetzung auf Besondere Lernleistungen Festlegung der Anzahl der Leistungsbeurteilungen pro Jahrgangsstufe (z.B. 6 auf 4) und der Anzahl der Vorklassenarbeiten Festlegung der Anzahl der Tests als Lernfortschrittskontrolle Umsetzung von Lern- und Leistungsplänen
Überprüfung und Weiterentwicklung	regelmäßige Überprüfung und Weiterentwicklung der Fachkonferenz

12. Ausblick: Leitfaden – Konkretisierung der Fachanforderungen

- Praxisbeispiele zu exemplarisch ausgewählten komplexen Themen
- Kriterien guten Verbraucherbildungsunterrichts
- Digitale Medien im Verbraucherbildungsunterricht
-

ANREGUNG

Ein Fächerportal (<https://fachportal.lernnetz.de/informationen-verbraucherbildung.html>) mit methodischen und inhaltlichen Handreichungen befindet sich im Aufbau; daneben steht eine weitere Internetplattform mit Beispiel-Curricula zur Verfügung. Eine Handreichung als Zusammenfassung von Zielsetzungen und Umsetzungsmöglichkeiten ist in Arbeit.

Land: Thüringen

Fragebogen

Verbraucherbildung an Schulen

hier: Abfrage der Länder

Ansprechpartner:

Amtsbezeichnung:	Referent
Name:	Andreas Gentsch
Tel.:	0361/57-3411-792
E-Mail:	andreas.gentsch@tmbjs.thueringen.de

1a) Ist Verbraucherbildung in den Stundentafeln bzw. Lehrplänen als verbindliches Thema vorgesehen?

- Nein
 Ja

1b) Existiert ein Leitfach bzw. gibt es mehrere Leitfächer zur Verbraucherbildung?

- Nein
 Ja (Bezeichnung des Leitfachs bzw. der Leitfächer)

Gymnasium, Gemeinschaftsschule:

- Wirtschaft und Recht (ab Klassenstufe 9)

Regelschule, IGS, KGS:

- Wirtschaft-Recht-Technik, Wahlpflichtfächer: Wirtschaft-Umwelt-Europa, Informatik (ab Klassenstufe 7)

alle Schularten:

- Kurs Medienkunde

2) In welchen Jahrgangsstufen werden welche Aspekte der Verbraucherbildung in Lehr- oder Bildungsplänen und entsprechenden Handreichungen thematisiert?

Jgsstufe	Themenkomplexe der Verbraucherbildung	Fach
1	Individuum und Medien	Heimat- und Sachkunde (HSK)
2		
3	Individuum und Medien	HSK
4		
5	siehe Anmerkungen	Kurs Medienkunde
6		
7		

8	privater Haushalt	Wirtschaft-Recht-Technik (WRT)
9	Wirtschaftliches und rechtliches Handeln im Haushalt	Wirtschaft und Recht
10	Informatik-Mensch-Gesellschaft	Informatik
11	Angewandte Informatik	Informatik
12	Leistungsstörungenrecht	Wirtschaft und Recht
13	entfällt	

3) Gibt es zentral gesteuerte Projekte zur Verbraucherbildung?

Jgsstufen	Projekte zur Verbraucherbildung
	<p>Die Thüringer Lehrpläne sind standard- und kompetenzorientiert aufgebaut. Sie beschränken sich auf die Beschreibung verbindlicher zentraler fachspezifischer bzw. aufgabenfeldspezifischer Kompetenzen und die Ausweisung zentraler Inhalte. Die Konzentration der Lehrpläne auf zentrale Kompetenzen und zentrale Inhalte sowie die ergebnisbezogene Formulierung von Zielen des Kompetenzerwerbs haben zur Folge, dass Ziele und Inhalte nicht mehr kleinschrittig dargestellt sind. Es liegt grundsätzlich in der pädagogischen Verantwortung der Lehrkraft und der Fachkonferenz der Schule, die einzelnen Themen unter Berücksichtigung aktueller Bezüge, regionaler Gegebenheiten und Schülerinteressen auszuarbeiten und so zu vermitteln, dass die Schülerinnen und Schüler anwendungsbereites Wissen erwerben können.</p> <p>Angebotene Projekte von unterschiedlichen Trägern können hierbei in die Unterrichtsgestaltung integriert werden.</p>
alle	Nachhaltig wirtschaftende Schülerfirmen

4) Welche Materialpools bzw. Links oder Internetseiten zur Verbraucherbildung können als positive Beispiele angeführt werden? (Es sollte sich nach Möglichkeit um geprüfte „Produkte“ staatlicher Institutionen handeln)

Thüringer Schulportal (<https://www.schulportal-thueringen.de/start>), Thüringer Schulcloud (https://www.schulportal-thueringen.de/thueringer_schulcloud), Materialkompass des Bundesverbandes der Verbraucherzentrale

5) Existieren Kooperationen mit externen Partnern zur Verbraucherbildung?

Nein

Ja

Name des externen Partners	Art & Umfang der Kooperation
	Das Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport (TMBJS) und das Thüringer Institut für Lehrerfortbildung, Lehrplangentwicklung und Medien (ThILLM) unterhalten zahlreiche Kooperationen.
Agethur Landesvereinigung für Gesundheitsförderung Thüringen e.V. (https://agethur.de/)	
Thüringer Landesmedienanstalt	<p>Medienpraktische Projektarbeit in Kindertagesstätten und Schulen</p> <p>Medienpädagogische Fortbildung für Erzieherinnen und Erzieher in Kindergarten und Hort sowie für Lehrerinnen und Lehrer</p> <p>Medienpraktisches Jahr in den Thüringer Bürgersendern für Absolventen der Staatlichen Studienseminare in Thüringen</p> <p>Medienpädagogische Elternarbeit</p> <p>Praxispartnerschaft mit Thüringer Hochschulen</p> <p>Medienbildungsprojekte zur Unterstützung der Leseinitiative</p> <p>Kulturelle Bildung</p>
Thüringer Landesbeauftragte für Datenschutz	<p>Unterstützung bei den Lehrerfortbildungsangeboten</p> <p>Unterstützung bei der Lehrplanarbeit</p> <p>Implementation von Bildungsinhalten zu Themen des Datenschutzes und der Datensicherheit in der Zweiten Phase der Lehrerbildung</p>
Zeitungsgruppe Thüringen	
Nachhaltig wirtschaftende Schülerfirmen arbeiten beispielsweise intensiv mit der Fair-Handelsberatung Thüringen, dem Eine-Welt-Netzwerk Thüringen (EWNT) zusammen, teilweise mit Kooperationsvertrag.	<p>fairer Handel</p> <p>nachhaltiger Konsum</p>

Anmerkungen:

Allen Lehrplänen beigeordnet sind Leitgedanken. Diese stellen den Bezug zum Thüringer Schulgesetz her, erläutern das zugrundeliegende Bildungsverständnis und gehen dabei auf die verschiedenen Schularten ein. Sie stellen ausführlich den Kompetenzansatz dar, weisen auf die schulinterne Lehr- und Lernplanung hin und geben Hinweise zur Leistungseinschätzung. Damit stellen sie die Basis für die Arbeit mit dem Fachlehrplan dar.

* Leitgedanken zu den Thüringer Lehrplänen für die Grundschulen und für die Förderschule mit dem Bildungsgang Grundschule:

**** Leitgedanken zu den Thüringer Lehrplänen für den Erwerb der allgemein bildenden Schulabschlüsse

Ebenfalls wird der spezifische Beitrag jedes Faches zur Entwicklung der **Medienkompetenz** ausgewiesen, so dass im Ergebnis der Schüler in der Lage ist,

- Informationen, die Grundlage für den Erwerb und die Anwendung von Wissen sind, zu erkennen und zu nutzen,
- den Zugriff auf Informationsquellen sowie die Auswahl und Verwertung von Informationen sachgerecht, reflektiert und selbstbestimmt zu gestalten,
- auf der Grundlage von Kenntnissen medialer Kommunikation und ihren Regeln zu kommunizieren,
- eigene Lern- und Arbeitsergebnisse sach-, situations-, funktions- und adressatengerecht zu präsentieren,
- eigene Medienproduktionen auf der Grundlage des sachgerechten Einsatzes unterschiedlicher Medientechniken vorzunehmen,
- auf der Grundlage gesicherter Kenntnisse medialer Codes, Symbole und Zeichensysteme und der darauf basierenden Inhalt/Form/Struktur-Beziehungen unterschiedliche Medienangebote zu analysieren, zu erörtern und zu interpretieren und
- die Rolle der Medien bei der Gestaltung des individuellen und gesellschaftlichen Lebens sowie die die Wirklichkeit konstruierende Funktion und die Bedeutung der Medien für die Berufs- und Arbeitswelt zu verstehen und einzuschätzen.

Erfolgreiche fächerübergreifende Arbeit erfordert eine kontinuierliche schulinterne Lehr- und Lernplanung, die in jeder Klassenstufe fächerübergreifende Frage- bzw. Problemstellungen verbindlich ausweist.

In diesem Zusammenhang sind schul-interne Entscheidungen darüber notwendig, welche Lerngelegenheiten und Lernanreize zu schaffen sind, damit Schüler Kompetenzen für ein zukünftiges Leben in einer sich schnell verändernden und zunehmend globalisierten Welt erwerben können. Dabei sind Schlüsselthemen einer Bildung für nachhaltige Entwicklung, wie

- Umgang mit Ressourcen,
 - Klimaschutz,
 - Konsum- und Lebensstile,
 - kulturelle Vielfalt,
 - natürliche Lebensgrundlagen und
 - Menschenrechte
- angemessen zu integrieren.

Diese Schlüsselthemen stehen im engen Bezug zu den in den Thüringer Schulen etablierten fächerübergreifenden Themen:

- Erziehung zu Gewaltfreiheit, Toleranz und Frieden,
- Umwelterziehung,
- Gesundheitsförderung,
- Umgang mit Medien und Informationstechniken,
- Verkehrs- und Mobilitätserziehung,
- Berufsorientierung.

► Medienkunde:

Ab Klassenstufe 5 wird der Kurs Medienkunde im Umfang von mindestens zwei Jahreswochenstunden pro Doppelklassenstufe verbindlich unterrichtet. Er ist in die Fächer zu integrieren und in der Lehr- und Lernplanung der Klassenstufen 5 bis 10 auszuweisen

Der Kursplan Medienkunde vereint, konkretisiert und systematisiert die in den Fachlehrplänen enthaltenen Medienkompetenzerwartungen. Eine Empfehlung zur Implementierung des Kurses Medienkunde in den einzelnen Fächern unter: https://www.schulportal-thueringen.de/bildung_medien/medienkunde

Die Kompetenzerwartungen sind im Kursplan Medienkunde in sieben Lernbereichen beschrieben.

Die Lernbereiche

- Information und Daten,
- Kommunikation und Kooperation sowie
- Präsentation

können vorrangig dem methodisch-didaktischen Lernen mit Medien, die Lernbereiche

- Medienproduktion, informatische Modellierung und Interpretation,
- Analyse, Begründung und Bewertung,
- Recht, Datensicherheit und Jugendmedienschutz sowie
- Mediengesellschaft

dem inhaltlichen Lernen über Medien zugeordnet werden.

Kursplan Medienkunde unter:

<https://www.schulportal-thueringen.de/web/guest/media/detail?tspi=1897>

Im Jahr 2017 wurde der Kursplan Medienkunde in der Grundschule herausgegeben (<https://www.schulportal-thueringen.de/web/guest/media/detail?tspi=6214>). Er legt die Grundlagen für den Kurs Medienkunde ab Klassenstufe 5.

Die Thüringer Lehrpläne sind unter <https://www.schulportal-thueringen.de/lehrplaene> einsehbar.

Einzelbeispiele aus den Fachlehrplänen – Übersicht nicht vollständig

► Auszüge aus Lehrplan HSK für die Grundschule und die Förderschule mit dem Bildungsgang der Grundschule Schuleingangsphase: Lernbereich Individuum und Medien
(<https://www.schulportal-thueringen.de/media/detail?tspi=1264>)

Der Schüler kann

- verschiedene Medien nennen in Bezug auf
 - o Erfahrung,
 - o Wirkung,
 - o Nutzung,
- Möglichkeiten ausgewählter Medienangebote für das Lernen und die Freizeitgestaltung nennen.
- sich über den Medienkonsum mit Schülern austauschen
- Medien zur Kommunikation, zur Information und zur Unterhaltung auswählen und nutzen.

- Medienbotschaften verstehen.

► Auszüge aus Lehrplan WRT für den Erwerb des Hauptschul- und des Realschulabschlusses
Klassenstufen 7/8: Lernbereich: privater Haushalt
(<https://www.schulportal-thueringen.de/media/detail?tspi=2852>)

Der Schüler kann:

- sich als Verbraucher charakterisieren,
- seine Rechte als Verbraucher nennen– Informationen zu Werbungen und Verbraucherschutz aus den Medien
- entnehmen,
- bearbeiten bzw. verarbeiten,
- zusammenfassen,
 - verschiedene Formen von Werbung analysieren und anschaulich darstellen,
 - Wege zur Verhinderung von Schulden anhand von Beispielen erläutern,
 - für sich Rückschlüsse im Umgang mit Geld ziehen und Regeln für sein eigenes Verhalten ableiten,
 - den Einfluss von Werbung auf sein Verbraucherverhalten erkennen und Schlussfolgerungen aufzeigen.

► Auszüge aus Lehrplan Wirtschaft und Recht für den Erwerb der allgemeinen Hochschulreife
Klassenstufen 9/10: Wirtschaftliches und rechtliches Handeln im Haushalt
(<https://www.schulportal-thueringen.de/media/detail?tspi=2843>)

Der Schüler kann:

- das Spannungsverhältnis zwischen Bedürfnisvielfalt und Güterknappheit beschreiben,
- das Wirtschaftlichkeitsprinzip erklären,
- die Bedeutung des Einkommens in einer arbeitsteiligen Wirtschaft beschreiben,
- Aufgaben und Funktionen des Geldes sowie aktuelle Entwicklungen des Zahlungsverkehrs erklären,
- Kreditarten und Geldanlagemöglichkeiten vergleichen,
- Ursachen der Verschuldung erklären und Lösungswege aufzeigen,
- mit Gesetzestexten arbeiten,
- zwischen Eigentum und Besitz unterscheiden,
- den Abschluss von Verträgen am Beispiel der Kaufhandlung darstellen,
- die Notwendigkeit des Verbraucherschutzes an Beispielen begründen,
- Rechts-, Geschäfts- und Deliktsfähigkeit definieren,
- ausgewählte Verbraucherrechte aus der Sachmangelhaftung und den Fernabsatzgeschäften erklären und auf einfache Sachverhalte anwenden,
- den Einfluss der Werbung auf Kaufentscheidungen beschreiben,
- die Folgen seines Konsumverhaltens für die Umwelt erklären,
- Aspekte ökologisch orientierten Verbraucherverhaltens diskutieren,
- einfache Fälle aus dem Vertragsrecht lösen,
- die Notwendigkeit des Verbraucherschutzes an Beispielen begründen.

► Auszüge aus Lehrplan Informatik für den Erwerb der allgemeinen Hochschulreife Klassenstufen 11/12: Lernbereich Angewandte Informatik
(<https://www.schulportal-thueringen.de/media/detail?tspi=3657>)

Der Schüler kann:

- gesellschaftliche und ethische Aspekte der Nutzung sozialer Netzwerke beurteilen,
- Nutzen und Sicherheit aktueller Internetdienste diskutieren,
- Fallbeispiele zum Datenschutz, zur Datensicherheit und Urheberrecht diskutieren.

Länderabfrage „Beispiele guter Praxis zur Verbraucherbildung in Schulen“

Land: Brandenburg

Berichtersteller/in:	Carsten Hinz
Telefon:	0331/977-2780
E-Mail:	evelab@uni-potsdam.de

Beispiele guter Praxis zum Erwerb der Verbraucherkompetenz

- (a) Bitte benennen Sie nun *ein bis drei* gelungene Maßnahmen (Programme, Projekt, Initiativen, ...) aus Ihrem Land, die in besonderem Maße die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens zum Ziel hat, wo über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden (vgl. KMK-Empfehlung 2013).

Maßnahme / Titel (sofern möglich bitte mit Quellenangabe, z. B. Downloadadresse)	
1.	Lehrkräfte-Fortbildung „Ernährungs- u. Verbraucherbildung im Land Brandenburg (EVeLaB)“
2.	
3.	

- (b) Bitte wählen Sie **eine** der o. g. Maßnahmen aus und beantworten Sie die Fragen zu den entsprechenden Kriterien von „Good Practice“ zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen:

Titel der Maßnahme:

Ernährungs- und Verbraucherbildung im Land Brandenburg (EVeLaB)“

<p>Konzeption, Selbstverständnis Liegt eine schriftliche Konzeption zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen vor?</p>	<p>Ja</p>	
<p>Handlungsfelder der KMK-Empfehlung „Verbraucherbildung“</p>	<p>Handlungsfeld</p>	<p>Bitte markieren</p>
	<p>a) Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht</p>	
	<p>b) Ernährung und Gesundheit</p>	<p>X</p>
	<p>c) Medien und Information</p>	
<p>d) Nachhaltiger Konsum</p>	<p>X</p>	
<p>Durchführende Schule</p>	<p>Grund- u. weiterführende Schulen im Land BB (Jg. 5-10)</p>	
<p>Zielgruppenbezug Ist die Zielgruppe in der Maßnahme präzise bestimmt? Wie viele Schülerinnen und Schüler werden in welchen Jahrgangsstufen erreicht?</p>	<p>Fortbildungsangebot für Lehrkräfte im Selbsterfahrungsformat (mit Landesmitteln geförderte Maßnahme zur Umsetzung der Qualitätsoffensive Schulverpflegung BB) Anschließend sollen die Lehrkräfte als Multiplikatoren die erworbenen Ernährungs- und Verbraucherbildungskompetenzen im Rahmen der Übergreifenden Themen (ÜT) Gesundheitsförderung u. Verbraucherbildung des Rahmenlehrplans 1 bis 10 an die SuS weitervermitteln.</p>	
<p>Verknüpfung der Maßnahme mit dem Lehrplan</p>	<p>Schulform/-stufe</p>	<p>alle Klassenstufen u. Schulformen</p>
	<p>Jahrgang / Klasse</p>	<p>Schwerpunkt Jg. 5-10</p>
	<p>Fach / Fächer</p>	<p>ÜT Gesundheitsförderung u. Verbraucherbildung sind Teil aller Unterrichtsfächer, insbesondere Sachunterricht, Naturwissenschaften, Biologie, Wirtschaft-Arbeit-Technik</p>
	<p>Art des Unterrichts (regulärer U., Projekt(-</p>	<p>Fachbezogener u. fachübergreifender</p>

	woche), Unterrichtsgang,...)	Unterricht; Projektwoche
Ziele, Darstellung des Erreichens von Fach-, Methoden-, Selbst-, und/oder Sozialkompetenz	12 kostenfreie Workshops für Lehrkräfte zu den Themen nachhaltiger u. ökologischer Lebensmittelkonsum, Vermeidung von Lebensmittelverschwendung, Fairer Handel, Inklusion u. Ethik in der Lehrküche, religiöse, ethische u. moralische Aspekte von Ernährung; Workshops im Selbsterfahrungsformat: Förderung der Sach- u. Methodenkompetenz der Lehrkräfte zur unterrichtlichen Umsetzung von Ernährungs- u. Verbraucherbildung; hoher Anteil küchenpraktischer u. teambildender Arbeit durch Nahrungsmittelzubereitung; kostenfreies, einsatzbereites u. schülergerechtes Unterrichtsmaterial/Methodenbox (u. a. Arbeitsblätter, Rezepte, Spiele) zu den Themen aller Workshops); Anknüpfungspunkte für fachbezogene u. fächerübergreifende Ernährungs- u. Verbraucherbildungsinhalte unter Berücksichtigung der Inhaltsdimensionen des Orientierungs- u. Handlungsrahmens des RLP 1-10 zum ÜT Verbraucherbildung; Förderung der Fach-, Methoden-, Urteils-, Entscheidungs-, Kommunikations- u. Handlungskompetenz der SuS im Sinne einer gesunden u. nachhaltigen Ernährungs- u. Lebensweise	
Einbindung externer Partner (z. B. Eltern, Verbraucherzentrale, Suchtberatungsstelle, Landesvereinigungen für Gesundheitsförderungen, Ämter, Förderverein)		
Organisation, Ablauf (Phasen: Planung, Umsetzung)	Schuljahr 2017/18 bis 2020/21 (1. Halbjahr)	
Zeit (Anzahl Unterrichtsstunden, zeitliche Planung)	Aus Kapazitätsgründen Teilnahme von max. 25 Schulen u. bis zu drei Lehrkräften pro Schule; jede Lehrkraft hat mindestens drei der 12 angebotenen Workshops absolviert. Individuelle Zielvereinbarung mit den Teilnehmerschulen (bzgl. Anzahl der Lehrkräfte, verpflichtende TN an mindestens 3 Workshops, Implementation neuer Unterrichtsmethoden)	
Erfahrungen	Durchführung der Workshops zentral an Uni Potsdam wegen unterschiedlichem Ausstattungsgrad der Schul-Lehrküchen u. hohem organisatorischem Aufwand (Transport von Material u. Lebensmitteln). Selbsterfahrungsformat u. Methodenbox zur Umsetzung der Methoden	

	u. Ideen zur Vermittlung von Ernährungs- u. Verbraucherbildungskompetenz wurde von den Lehrkräften sehr begrüßt.
Implementierung	Gemäß dem seit Schuljahr 2017/18 gültigen RLP 1 bis 10 verpflichtende Umsetzung der ÜT Gesundheitsförderung u. Verbraucherbildung fachbezogen, fächerübergreifend u. in Projekten
Modifikation	Aufgrund Corona-bedingter Schulschließung u. sukzessivem Wiedereinstieg in Schulbetrieb zum Schuljahr 2020/21 Umstellung von drei Workshops auf Digitalformat via Zoom; TN der Lehrkräfte an zwei statt drei digitalen Workshops; neu entwickelter Workshop zum Tierwohl in Kooperation mit dem Landestierschutzbeauftragten
Link(s) zur Information	www.evelabildung.wordpress.com

Länderabfrage „Beispiele guter Praxis zur Verbraucherbildung in Schulen“

Land: Brandenburg

Berichtersteller/in:	Claudia Stringman
Telefon:	0331/8663815
E-Mail:	claudia.stringman@mbjs.brandenburg.de

Beispiele guter Praxis zum Erwerb der Verbraucherkompetenz

- (a) Bitte benennen Sie nun *ein bis drei* gelungene Maßnahmen (Programme, Projekt, Initiativen, ...) aus Ihrem Land, die in besonderem Maße die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens zum Ziel hat, wo über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden (vgl. KMK-Empfehlung 2013).

Maßnahme / Titel (sofern möglich bitte mit Quellenangabe, z. B. Downloadadresse)	
1.	Schulische Medienentwicklungsplanung u. Medienberatung: medienfit ©Grundschule (2016-2019) + medienfit_sek I (2018-2020)
2.	Pilotprojekt Schulcloud Brandenburg (2019-2021 geplant)
3.	

- (b) Bitte wählen Sie **eine** der o. g. Maßnahmen aus und beantworten Sie die Fragen zu den entsprechenden Kriterien von „Good Practice“ zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen:

Titel der Maßnahme:

Investitions- und Schulentwicklungsprojekte „medienfit©Grundschule“ + „medienfit_sek I“

Konzeption, Selbstverständnis Liegt eine schriftliche Konzeption zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen vor?	ja	
Handlungsfelder der KMK-Empfehlung „Verbraucherbildung“	Handlungsfeld	Bitte markieren
	e) Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	
	f) Ernährung und Gesundheit	
	g) Medien und Information	X
	h) Nachhaltiger Konsum	
Durchführende Schule	Grundschulen; Weiterführende Schulen Sek. I	
Zielgruppenbezug Ist die Zielgruppe in der Maßnahme präzise bestimmt? Wie viele Schülerinnen und Schüler werden in welchen Jahrgangsstufen erreicht?	Medienfit©Grundschulen (2016-2019): 42 Grundschulen Medienfit_sek I (2018-2020): 50 weiterführende Schulen Sek. I	
Verknüpfung der Maßnahme mit dem Lehrplan	Schulform/-stufe	Alle Schulformen
	Jahrgang / Klasse	7-10
	Fach / Fächer	Basiscurriculum Medienbildung u. ÜT Verbraucherbildung
	Art des Unterrichts (regulärer U., Projekt(-woche), Unterrichtsgang,...)	Fachbezogener u. fächerübergreifender Unterricht
Ziele, Darstellung des Erreichens von Fach-, Methoden-, Selbst-, und/oder Sozialkompetenz	Medienfit©Grundschulen: Unterstützung bei Implementierung des Basiscurriculums Medienbildung des RLP 1 bis 10. Exemplarische Erprobung fächerintegrativer Umsetzung von definierten Kompetenzen u. Standards. Medienfit_sek I: Entwicklung innovativer didaktischer Konzepte u. Unterrichtsentwürfe für das Lernen mit u. über Medien. Auswahl von Schwerpunktthemen mit Angebot zur externen Unterstützung:	

	<ul style="list-style-type: none"> • Pilotierung der Schulcloud BB • Selber machen – Einstieg ins Coding u.- Making • Verbraucherbildung in der digitalen Welt • Filmbildung als Einstieg in eine zeitgemäße Medien- u. Wertebildung <p>Ziel ist ebenso der flächendeckende Transfer von best practice Beispielen sowie die regionale schwerpunktbezogene Vernetzung der medienfit-Schulen.</p> <p>Parallel Beratung u. thematische Qualifizierung der Schulleitungen u. Lehrkräfte beim Prozess der Medienentwicklungsplanung durch das LISUM u. BeraterInnen des BUSS-Systems; auf Antrag der Schulträger Fördermittel zur Verbesserung der technischen Ausstattung der TN-Schulen (Basisförderung + Förderung pro Schüler/in)</p>
Einbindung externer Partner (z. B. Eltern, Verbraucherzentrale, Suchtberatungsstelle, Landesvereinigungen für Gesundheitsförderungen, Ämter, Förderverein)	LISUM; Landesfachverband Medienbildung Brandenburg e.V.; Medienanstalt Berlin-Brandenburg; Universität Potsdam; Verbraucherzentrale BB; Schulträger; schulische Gremien u. Schulförderverein
Organisation, Ablauf (Phasen: Planung, Umsetzung)	Medienfit©Grundschulen: 2016-2019; Medienfit_ sek I: 2018-2020; Phase 1: Bildung einer Steuergruppe an der Schule Phase 2: Erarbeitung eines Curriculums zur Medienbildung im Kollegium Phase 3: Umsetzung des erarbeiteten Curriculums
Zeit (Anzahl Unterrichtsstunden, zeitliche Planung)	
Erfahrungen	Externe Evaluierung der schulischen Medienbildung in BB im Auftrag des MBSJ durch das mmb Institut- Gesellschaft für Medien- u. Kompetenzforschung mbHM; Evaluationsbericht Januar 2018.
Implementierung	Entwicklung der Medienkompetenz von SuS ist seit Schuljahr 2017/18 verbindlich festgeschrieben im Basiscurriculum Medienbildung als Teil des gemeinsamen Rahmenlehrplans 1-10.

	Umsetzung des vom Bund initiierten DigitalPakts Schule 2019-2024 in BB baut auf den erprobten Inhalten u. Verfahrensweisen aus beiden „medienfit-Programmen“ auf
Modifikation	
Link(s) zur Information	https://bildungserver.berlin-brandenburg.de/medienfit

Länderabfrage „Beispiele guter Praxis zur Verbraucherbildung in Schulen“

Land: Brandenburg

Berichtersteller/in:	Uta Köhn
Telefon:	0331/866-3794
E-Mail:	uta.koehn@mbjs.brandenburg.de

Beispiele guter Praxis zum Erwerb der Verbraucherkompetenz

- (a) Bitte benennen Sie nun *ein bis drei* gelungene Maßnahmen (Programme, Projekt, Initiativen, ...) aus Ihrem Land, die in besonderem Maße die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens zum Ziel hat, wo über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden (vgl. KMK-Empfehlung 2013).

Maßnahme / Titel (sofern möglich bitte mit Quellenangabe, z. B. Downloadadresse)	
1.	Bundeswettbewerb „Auszeichnung Verbraucherschule“
2.	
3.	

- (b) Bitte wählen Sie **eine** der o. g. Maßnahmen aus und beantworten Sie die Fragen zu den entsprechenden Kriterien von „Good Practice“ zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen:

Titel der Maßnahme: Bundeswettbewerb „Auszeichnung Verbraucherschule“

<p>Konzeption, Selbstverständnis Liegt eine schriftliche Konzeption zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen vor?</p>	<p>Ja; Schulprofil zur Verbraucherkompetenzbildung</p>	
<p>Handlungsfelder der KMK-Empfehlung „Verbraucherbildung“</p>	<p>Handlungsfeld</p>	<p>Bitte markieren</p>
	<p>i) Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht</p>	<p>X</p>
	<p>j) Ernährung und Gesundheit</p>	<p>X</p>
	<p>k) Medien und Information</p>	<p>X</p>
<p>l) Nachhaltiger Konsum</p>	<p>X</p>	
<p>Durchführende Schule</p>	<p>Allgemein- u. berufsbildende Schulen</p>	
<p>Zielgruppenbezug Ist die Zielgruppe in der Maßnahme präzise bestimmt? Wie viele Schülerinnen und Schüler werden in welchen Jahrgangsstufen erreicht?</p>	<p>Schulen, die Verbraucherbildung im Schulcurriculum u. am Lernort Schule verankern u. umsetzen; Anmeldung im „Netzwerk Verbraucherschulen“</p>	
<p>Verknüpfung der Maßnahme mit dem Lehrplan</p>	<p>Schulform/-stufe</p>	<p>Alle Schulformen allgemein u. berufsbildende Schulen</p>
	<p>Jahrgang / Klasse</p>	<p>Schwerpunkt 7-12</p>
	<p>Fach / Fächer</p>	<p>ÜT Verbraucherbildung; Gesundheitsförderung; BNE</p>
	<p>Art des Unterrichts (regulärer U., Projekt(-woche), Unterrichtsgang,...)</p>	<p>Fachbezogener, fächerübergreifender Unterricht; Projekte; Projektwoche</p>
<p>Ziele, Darstellung des Erreichens von Fach-, Methoden-, Selbst-, und/oder Sozialkompetenz</p>	<p>Konsum- u. Alltagskompetenzen praxisnah u. unter Einbeziehung der Lebenswelt der SuS vermitteln (z.B. sicheres Surfen im Internet, Energie sparen, Umgang mit Geld, Handyvertragsabschluss, gesunde Ernährung; lebensmittelwertschätzung); Berücksichtigung der vier Inhaltsdimensionen von Verbraucherbildung: ①Finanzen, Marktgeschehen u. Verbraucherrecht; ②Ernährungs- u. Gesundheit; ③Nachhaltiger Konsum; ④Medien u. Information;</p>	

	Beitrag zur verpflichtenden Umsetzung der ÜT Verbraucherbildung, Gesundheitsförderung, BNE gemäß Rahmenlehrplan 1-10 durch die Schulen
Einbindung externer Partner (z. B. Eltern, Verbraucherzentrale, Suchtberatungsstelle, Landesvereinigungen für Gesundheitsförderungen, Ämter, Förderverein)	Verbraucherzentrale Bund; Verbraucherzentrale BB; Uni Potsdam, Vernetzungsstelle Schulverpflegung
Organisation, Ablauf (Phasen: Planung, Umsetzung)	Bundesweiter Wettbewerb seit 2016; Interessenbekundungsverfahren durch Verbraucherzentrale Bundesverband u. Preisverleihung durch eine Expertenjury; Anmeldung der TN-Schulen im „Netzwerk Verbraucherschulen“ u. Bewerbung für „Auszeichnung Verbraucherschule Gold/Silber/Bronze“: Gold: Verankerung Verbraucherbildung im Schulcurriculum u. Schulalltag sowie dauerhafte Umsetzung Silber: Umsetzung von Verbraucherbildung durch Einzelmaßnahmen in den vier Inhaltsdimensionen Bronze: Umsetzung von Maßnahmen mit besonderem Bezug zum Umwelt- u. Ressourcenschutz
Zeit (Anzahl Unterrichtsstunden, zeitliche Planung)	
Erfahrungen	Teilnahme von Schulen mit Schulentwicklungsschwerpunkt Verbraucherbildung, Gesundheitsförderung, BNE u. Engagement in Projekten (EVeLaB; Gründung einer Mensa-AG; Schülerfirma, Energiesparen)
Implementierung	Entwicklung von Kompetenzen zum Verbraucherschutz, zur Gesundheitsförderung, BNE u. Medienkompetenz sind seit Schuljahr 2017/18 verbindlich festgeschrieben in den jeweiligen ÜT sowie im Basiscurriculum Medienbildung als Teil des RLP 1-10
Modifikation	
Link(s) zur Information	https://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/themen/verbraucherbildung

Länderabfrage „Beispiele guter Praxis zur Verbraucherbildung in Schulen“

Land: Mecklenburg-Vorpommern

Berichtersteller/in:	Dr. Martina Trümper
Telefon:	0385/588 7725
E-Mail:	m.trueemper@bm.mv-regierung.de

Beispiele guter Praxis zum Erwerb der Verbraucherkompetenz

- (a) Bitte benennen Sie nun *ein bis drei* gelungene Maßnahmen (Programme, Projekt, Initiativen, ...) aus Ihrem Land, die in besonderem Maße die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens zum Ziel hat, wo über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden (vgl. KMK-Empfehlung 2013).

Maßnahme / Titel (sofern möglich bitte mit Quellenangabe, z. B. Downloadadresse)	
1.	Richtig essen – Werbung vergessen (https://www.verbraucherzentrale-mv.eu/sites/default/files/2020-04/46501.pdf)
2.	Ess-Kult-Tour: Entdecke die Welt der Lebensmittel
3.	Fit for finance – Finanzkompetenz spielerisch erarbeiten (https://www.verbraucherzentrale-mv.eu/sites/default/files/2019-12/42250.pdf)

- (b) Bitte wählen Sie **eine** der o. g. Maßnahmen aus und beantworten Sie die Fragen zu den entsprechenden Kriterien von „Good Practice“ zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen:

Titel der Maßnahme: **Ess-Kult-Tour: Entdecke die Welt der Lebensmittel**

<p>Konzeption, Selbstverständnis Liegt eine schriftliche Konzeption zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen vor?</p>	<p>Das interaktive Lernen an sechs Stationen motiviert Schülerinnen und Schüler, ihr Einkaufs- und Essverhalten zu reflektieren. Ziel ist es, ihre Konsumkompetenz zu stärken. Auf dem Parcours erfahren die Jugendlichen Wissenswertes rund um Lebensmittel - von Kennzeichnung und Zusatzstoffen bis zu Nährstoffbedarf, Werbung und nachhaltigem Konsum. Grundgedanke der Ess-Kult-Tour ist es, Jugendlichen Wissen und Kompetenzen über nachhaltige Ernährung näher zu bringen, so dass sie ihre Konsumententscheidungen in Zukunft selbstbestimmt und informiert treffen können. Die Vermittlung von Erkenntnissen, aber auch von Fertigkeiten und Gestaltungskompetenz stehen im Mittelpunkt dieses Bildungsprojektes. Die Stationen fördert die aktive und partizipative Auseinandersetzung der Jugendlichen mit den jeweiligen Themen.</p>	
<p>Handlungsfelder der KMK-Empfehlung „Verbraucherbildung“</p>	<p>Handlungsfeld</p>	<p>Bitte markieren</p>
	<p>m) Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht</p>	<p>X ansatzweise Verbraucherrecht</p>
	<p>n) Ernährung und Gesundheit</p>	<p>X</p>
	<p>o) Medien und Information</p>	<p></p>
<p>p) Nachhaltiger Konsum</p>	<p>X</p>	
<p>Durchführende Schule</p>	<p>Erfolgt durch externen Partner (s. u.).</p>	
<p>Zielgruppenbezug Ist die Zielgruppe in der Maßnahme präzise bestimmt? Wie viele Schülerinnen und Schüler werden in welchen Jahrgangsstufen erreicht?</p>	<p>Ja: Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I (ab Jahrgangsstufe 8) in Regional- und Gesamtschulen sowie Gymnasien; Jugendliche und junge Erwachsene in beruflichen Schulen. Durch den flexiblen Einsatz der einzelnen Stationen mit unterschiedlichen Aufgabenstellungen kann das Niveau aber der jeweiligen Zielgruppe angepasst werden. 2019 wurden 420 Schülerinnen und Schüler in 23 Klassen erreicht.</p>	
<p>Verknüpfung der Maßnahme mit dem Lehrplan</p>	<p>Schulform/-stufe</p>	<p>s. o.</p>
	<p>Jahrgang / Klasse</p>	<p>8-10</p>
	<p>Fach / Fächer</p>	<p>Biologie (Nährwerte, Energiebedarf, Essverhalten)</p>

		AWT (Werbung, Kaufmotivation)
	Art des Unterrichts (regulärer U., Projekt(-woche), Unterrichtsgang,...)	Für Projektunterricht wegen zeitlicher Flexibilität besonders geeignet.
Ziele, Darstellung des Erreichens von Fach-, Methoden-, Selbst-, und/oder Sozialkompetenz	<p>Ein wesentliches Ziel der Ess-Kult-Tour ist die Stärkung der Konsumkompetenzen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Bereich der Ernährung. Hierzu soll die Zielgruppe für Fragen der Ernährung sensibilisiert, ein Nachdenken und eine Reflexion über das eigene Ernährungsverhalten angeregt sowie eine Wissensvermittlung hinsichtlich einer gesunden und nachhaltigen Ernährung betrieben werden. In den Veranstaltungen gelingt es, bei der großen Mehrheit der Jugendlichen Irritationen der Ernährungspraktiken sowie Überraschungen auszulösen, die eine Reflexion des eigenen Ernährungsverhaltens in Gang gesetzt haben. Viele Jugendliche bestätigen, sich neues Wissen angeeignet zu haben. Eine weitere Zielsetzung der Ess-Kult-Tour richtet sich auf ihren interaktiven und projektbezogenen Charakter sowie den Einsatz verschiedener Kommunikationsmedien. Es sind gerade die interaktiven und projektbezogenen Methoden der Ess- Kult- Tour die auf breite Resonanz bei den Jugendlichen stoßen und die Innovation des Programms maßgeblich bestimmen.</p>	
Einbindung externer Partner (z. B. Eltern, Verbraucherzentrale, Suchtberatungsstelle, Landesvereinigungen für Gesundheitsförderungen, Ämter, Förderverein)	Verbraucherzentrale M-V e. V., Projekt: Lebensmittel und Ernährung	
Organisation, Ablauf (Phasen: Planung, Umsetzung)	Vorabsprachen mit betreuender Lehrkraft bzw. Organisator an der Schule	
Zeit (Anzahl Unterrichtsstunden, zeitliche Planung)	Am Tag der Veranstaltung eine Unterrichtsstunde Aufbau; drei Unterrichtsstunden Durchführung; 30 min Abbau	
Erfahrungen		
Implementierung		
Modifikation		
Link(s) zur Information	Evaluationsbericht	

Länderabfrage „Beispiele guter Praxis zur Verbraucherbildung in Schulen“

Land: Niedersachsen

Berichtersteller/in:	Peter Reinert
Telefon:	0511-120 7087
E-Mail:	peter.reinert@mk.niedersachsen.de

Beispiele guter Praxis zum Erwerb der Verbraucherkompetenz

- (a) Bitte benennen Sie nun *ein bis drei* gelungene Maßnahmen (Programme, Projekt, Initiativen, ...) aus Ihrem Land, die in besonderem Maße die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens zum Ziel hat, wo über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden (vgl. KMK-Empfehlung 2013).

Maßnahme / Titel (sofern möglich bitte mit Quellenangabe, z. B. Downloadadresse)	
1.	Veröffentlichung eines Materialienbands "Verbraucherbildung" (s. Anlage)
2.	Auszeichnungsrunde "Verbraucherschule" http://www.planspiel-boerse.de/toplevel/main/deutsch/index.html https://www.verbraucherbildung.de/artikel/carl-friedrich-gauss-schule-niedersachsen
3.	Planspiel Börse

- (b) Bitte wählen Sie **eine** der o. g. Maßnahmen aus und beantworten Sie die Fragen zu den entsprechenden Kriterien von „Good Practice“ zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen:

Titel der Maßnahme: Planspiel Börse

Konzeption, Selbstverständnis Liegt eine schriftliche Konzeption zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen vor?	Planspiel Börse - Online-Wettbewerb der Sparkassen	
Handlungsfelder der KMK-Empfehlung „Verbraucherbildung“	Handlungsfeld	Bitte markieren
	a) Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	X
	b) Ernährung und Gesundheit	
	c) Medien und Information	X
Durchführende Schule	Schulen des Sekundarbereichs I und II	
Zielgruppenbezug Ist die Zielgruppe in der Maßnahme präzise bestimmt? Wie viele Schülerinnen und Schüler werden in welchen Jahrgangsstufen erreicht?	Jeweils Gruppen von zwei bis vier Schülerinnen und Schülern vornehmlich ab Schuljahrgang 9 aus einer Schule der Schulformen Hauptschule, Realschule, Oberschule, Gesamtschule, Gymnasium und Berufsbildende Schule nehmen teil.	
Verknüpfung der Maßnahme mit dem Lehrplan	Schulform/-stufe	HS, RS, OBS, IGS, GYM, BBS
	Jahrgang / Klasse	ab Schuljahrgang 9
	Fach / Fächer	Wirtschaft, Profil Wirtschaft (RS/ObS), Arbeit-Wirtschaft-Technik, Politik-Wirtschaft
	Art des Unterrichts (regulärer U., Projekt(-woche), Unterrichtsgang,...)	Es handelt sich um ein Projekt, das von vielen Schulen im Rahmen des Unterrichts oder fächerübergreifender Angebote bzw. Profilunterricht durchgeführt wird, freiwillige Teilnahme der Schülergruppen.

<p>Ziele, Darstellung des Erreichens von Fach-, Methoden-, Selbst-, und/oder Sozialkompetenz</p>	<p>Die an dem Planspiel teilnehmenden Schülerinnen und Schüler erwerben Kompetenzen in mehrfacher Hinsicht: Sozialkompetenz durch Entscheidungsfindung in der Gruppe, Fach- und Methodenkompetenzen hinsichtlich Analyse und Interpretation von Konjunkturentwicklungen, Statistiken und Börsenspiegel</p>
<p>Einbindung externer Partner (z. B. Eltern, Verbraucherzentrale, Suchtberatungsstelle, Landesvereinigungen für Gesundheitsförderungen, Ämter, Förderverein)</p>	<p>Sparkassen</p>
<p>Organisation, Ablauf (Phasen: Planung, Umsetzung)</p>	<p>Jährlich Wettbewerb für Schülergruppen einzelner Schulformen. Lernende nehmen in Teams von zwei bis vier Personen am Wettbewerb teil, Schülerteams nehmen in der Regel über die Schule teil und werden von einer Lehrkraft betreut.</p>
<p>Zeit (Anzahl Unterrichtsstunden, zeitliche Planung)</p>	<p>Der zeitliche Umfang des Planspiels beträgt elf Wochen. Rückmeldungen aus den Schulen haben gezeigt, dass die dafür einzuplanenden Unterrichtsstunden abhängig von der Anzahl der teilnehmenden Schülergruppen variieren.</p>
<p>Erfahrungen</p>	<p>Über den Unterricht hinaus entwickelt sich eine hohe Motivation bei den teilnehmenden Schülerinnen und Schülern.</p>
<p>Implementierung</p>	<p>Hinweis: Das Planspiel Börse ist nicht vom Kultusministerium initiiert bzw. implementiert worden. Es handelt sich um einen von den Sparkassen angebotenen Wettbewerb.</p>
<p>Modifikation</p>	<p>---</p>
<p>Link(s) zur Information</p>	<p>http://www.planspiel-boerse.de/toplevel/main/deutsch/index.html</p>

Länderabfrage „Beispiele guter Praxis zur Verbraucherbildung in Schulen“

Land: Saarland

Berichtersteller/in:	Patrick Maurer
Telefon:	0681/ 501-7422
E-Mail:	p.maurer@bildung.saarland.de

Beispiele guter Praxis zum Erwerb der Verbraucherkompetenz

- (a) Bitte benennen Sie nun *ein bis drei* gelungene Maßnahmen (Programme, Projekt, Initiativen, ...) aus Ihrem Land, die in besonderem Maße die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens zum Ziel hat, wo über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden (vgl. KMK-Empfehlung 2013).

Maßnahme / Titel (sofern möglich bitte mit Quellenangabe, z. B. Downloadadresse)	
1.	Berücksichtigung der Thematik bei der Entwicklung der Lehrpläne für die Gemeinschaftsschule; Schwerpunkte werden in den Unterrichtsfächern Arbeitslehre und Beruf und Wirtschaft gebildet. https://www.saarland.de/mbk/DE/portale/bildungsserver/themen/unterricht-und-bildungsthemen/lehrplaenehandreichungen/lehrplaeneallgemeinbildende/Gemeinschaftsschule/gemeinschaftsschulen_node.html
2.	Qualifizierungsmaßnahme für Lehrkräfte des Unterrichtsfaches Arbeitslehre an Gemeinschaftsschulen; diese erstreckt sich über eineinhalb Jahre und beinhaltet als ein wesentliches Element die Fortbildung im Bereich der Verbraucherbildung und -erziehung.
3.	Projektarbeit in Kooperation mit unterschiedlichen Partnern, wie z. B. der Verbraucherzentrale des Saarlandes

- (b) Bitte wählen Sie **eine** der o. g. Maßnahmen aus und beantworten Sie die Fragen zu den entsprechenden Kriterien von „Good Practice“ zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen:

Titel der Maßnahme:

Lehrplan "Beruf und Wirtschaft" für die Gemeinschaftsschulen im Saarland, Klassenstufen 7 – 10
https://www.saarland.de/SharedDocs/Downloads/DE/mbk/Lehrplaene/Lehrplaene_Gemeinschaftsschulen/Beruf_und_Wirtschaft/LP_BW_7-10_2014.pdf?__blob=publicationFile&v=1

Kriterien guter Praxis	Beantwortung mit konkreten Erläuterungen / Hinweisen / Anmerkungen / Begründungen sowie - ggf. - Quellenangaben										
<p>Konzeption, Selbstverständnis Liegen eine schriftliche Konzeption zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen sowie eine hierauf basierende Zielformulierung vor?</p>	<p>Die Maßnahme ist Teil des Lehrplans des Unterrichtsfaches Beruf und Wirtschaft der Gemeinschaftsschulen für die Klassenstufen 7 bis 10. Entsprechende Kompetenzerwartungen sowie Vorschläge für konkrete Projekte sind im Lehrplan formuliert.</p>										
<p>Welche der 4 Themen der KMK-Empfehlung werden umgesetzt?</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">Thema</th> <th style="text-align: center;">Partner</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;">a) Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht</td> <td style="padding: 5px;">Bei der Umsetzung können Schulen externe Partner aus der Wirtschaft, aus Kammern und Verbänden einbeziehen.</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">b) Ernährung und Gesundheit</td> <td style="padding: 5px;">s.o.</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">c) Medien und Information</td> <td style="padding: 5px;">s.o.</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">d) Nachhaltiger Konsum</td> <td style="padding: 5px;">s.o.</td> </tr> </tbody> </table>	Thema	Partner	a) Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	Bei der Umsetzung können Schulen externe Partner aus der Wirtschaft, aus Kammern und Verbänden einbeziehen.	b) Ernährung und Gesundheit	s.o.	c) Medien und Information	s.o.	d) Nachhaltiger Konsum	s.o.
Thema	Partner										
a) Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	Bei der Umsetzung können Schulen externe Partner aus der Wirtschaft, aus Kammern und Verbänden einbeziehen.										
b) Ernährung und Gesundheit	s.o.										
c) Medien und Information	s.o.										
d) Nachhaltiger Konsum	s.o.										
<p>Zielgruppenbezug Ist die Zielgruppe in der Maßnahme präzise bestimmt? Wie viele SuS werden erreicht? In welchen Jahrgangsstufen? Werden Eltern beteiligt? Welche außerschulischen Partner sind beteiligt?</p>	<p>Jahrgangsstufen 7 bis 10 der Gemeinschaftsschulen, alle dortigen Schülerinnen und Schüler, die nicht zweite Fremdsprache gewählt haben; außerschulische Partner können beteiligt werden, z. B. aus der Wirtschaft, aus Kammern und Verbänden sowie die Verbraucherzentrale des Saarlandes.</p>										
<p>Wo / Wie ist die Maßnahme unterrichtlich verortet?</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;">Schulform/-stufe</td> <td style="padding: 5px;">Gemeinschaftsschule</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">Jahrgang / Klasse</td> <td style="padding: 5px;">7 bis 10</td> </tr> </tbody> </table>	Schulform/-stufe	Gemeinschaftsschule	Jahrgang / Klasse	7 bis 10						
Schulform/-stufe	Gemeinschaftsschule										
Jahrgang / Klasse	7 bis 10										

	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="762 185 1042 264">Fach / Fächer</td> <td data-bbox="1042 185 1337 264">Beruf und Wirtschaft</td> </tr> <tr> <td data-bbox="762 264 1042 521">Art des Unterrichts (regulärer U., Projekt(-woche), Unterrichtsgang,...)</td> <td data-bbox="1042 264 1337 521">regulärer Unterricht, Unterrichtsprojekte, Projekt-tage, Unterrichtsgänge, Präsentationen externer Partner</td> </tr> </table>	Fach / Fächer	Beruf und Wirtschaft	Art des Unterrichts (regulärer U., Projekt(-woche), Unterrichtsgang,...)	regulärer Unterricht, Unterrichtsprojekte, Projekt-tage, Unterrichtsgänge, Präsentationen externer Partner	
Fach / Fächer	Beruf und Wirtschaft					
Art des Unterrichts (regulärer U., Projekt(-woche), Unterrichtsgang,...)	regulärer Unterricht, Unterrichtsprojekte, Projekt-tage, Unterrichtsgänge, Präsentationen externer Partner					
<p>Innovation und Nachhaltigkeit Hat die Maßnahme einen innovativen Ansatz und strebt sie eine kontinuierliche, nachhaltige Fortführung erfolgreicher Angebotskomponenten an?</p>	<p>Ein innovativer Ansatz ist dadurch gegeben, dass die Schülerinnen und Schüler eigene Erfahrungen konkret darstellen und in den Unterricht einfließen lassen können. Die nachhaltige Fortführung erfolgt, indem die jeweiligen Kompetenzerwartungen bezogen auf die einzelne Jahrgangsstufe in Form von Teilkompetenzen operationalisiert werden, wobei die Prinzipien der Kumulation und der Progression zum Tragen kommen.</p>					
<p>Multiplikatorenkonzept Gibt es ein auf die Maßnahme bezogenes Multiplikator/inn/enkonzept (für Fort-, Weiterbildung, Qualifizierung)?</p>	<p>Fortbildung in diesem Bereich erfolgt u. a. mit Unterstützung der Verbraucherzentrale. Im Saarland findet nun zum dritten Mal eine anderthalbjährige Qualifizierungsmaßnahme für Lehrkräfte des Unterrichtsfaches Arbeitslehre statt. In dieser bildet die Thematik „Verbraucherbildung, Verbraucherkompetenz“ einen Schwerpunkt. Die beiden Fächer Arbeitslehre und Beruf und Wirtschaft sind eng miteinander verzahnt.</p>					
<p>Partizipation Wird die aktive Teilhabe konkret realisiert a) mit den SuS', b) in der Schule selbst, c) an außerschulischen Lernorten, d) mit Partnern?</p>	<p>Die aktive Teilhabe wird durch praxis- und projektorientierten Unterricht, beim Unterrichtsgang und durch Vorträge, Präsentationen und entsprechende Aktivitäten der Schülerinnen und Schüler realisiert. Oft werden dabei auch externe Experten wie z. B. die Verbraucherzentrale einbezogen.</p>					
<p>Empowerment Zielt der Erwerb von Verbraucher-kompetenzen auf den Ausbau und die Stärkung der eigenen Fähigkeiten ab?</p>	<p>Das Fach Beruf und Wirtschaft bildet die Basis für eine ökonomische und nachhaltige Grundbildung, welche die Schülerinnen und Schüler zu wirtschaftlichem Handeln und unternehmerischem Tun anleitet. Es werden wichtige Kompetenzen zu den Themenbereichen Konsum, Nachhaltigkeit und Verbraucherbildung erworben. Zentral für das Fach ist hierbei der handlungsorientierende Ansatz eines mehrperspektivischen Unterrichtsverständnisses.</p>					
<p>Setting-Ansatz Drei zentrale Aspekte:</p>	<p>Bei dem Unterrichtsangebot werden die drei zentralen Aspekte berücksichtigt.</p>					

<p>Werden</p> <p>a) die Verhaltensprävention (individuelle Ebene),</p> <p>b) Verhältnisprävention (strukturelle Ebene) und</p> <p>c) die Beteiligung aller Personen(gruppen) im Setting Schule berücksichtigt?</p> <p>Zusatzfrage: Wie wird der Bezug zur Alltags- und Lebenswelt hergestellt?</p>	<p>Der Bezug zur Alltags- und Lebenswelt wird durch die eigenen Erfahrungen und den selbstständigen Umgang z. B. mit Geld hergestellt. Das Unterrichtsfach lebt von der aktiven Beteiligung der Schülerinnen und Schüler, den Lehrkräften und durch die Interaktion mit Dritten, wie z. B. externe Experten.</p> <p>Praxisbeispiele aus dem Alltag der Schülerinnen und Schüler bilden einen wichtigen Bestandteil des Unterrichts und stellen auf diese Art und Weise einen direkten Bezug zur Alltags- und Lebenswelt her.</p>
<p>Integriertes Handlungskonzept / Vernetzung</p> <p>Wird eine systematische und dauerhafte Vernetzungsarbeit gefördert?</p>	<p>Eine dauerhafte Vernetzung erfolgt durch die Möglichkeit externe Partner strukturell einzubinden und dadurch die entsprechende Nachhaltigkeit herzustellen.</p>
<p>Qualitätsmanagement / Qualitätsentwicklung</p> <p>Erfolgt die Qualitätsentwicklung im Sinne einer zielgruppenorientierten Planung, Umsetzung und Weiterentwicklung?</p>	<p>Da die Thematik Teil des offiziellen Lehrplans ist, ist die Qualitätsentwicklung durch die Weiterentwicklung des Lehrplanes im angegebenen Sinne sicher gestellt.</p>

Länderabfrage „Beispiele guter Praxis zur Verbraucherbildung in Schulen“

Land: Sachsen

Berichtersteller/in:	Jürgen Hegewald
Telefon:	0351/564-68314
E-Mail:	Juergen.Hegewald@smk.sachsen.de

Beispiele guter Praxis zum Erwerb der Verbraucherkompetenz

- (a) Bitte benennen Sie nun *ein bis drei* gelungene Maßnahmen (Programme, Projekt, Initiativen, ...) aus Ihrem Land, die in besonderem Maße die Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens zum Ziel hat, wo über konsumbezogene Inhalte informiert wird und Kompetenzen im Sinne eines reflektierten und selbstbestimmten Konsumverhaltens erworben werden (vgl. KMK-Empfehlung 2013).

Maßnahme / Titel (sofern möglich bitte mit Quellenangabe, z. B. Downloadadresse)	
1.	<p>Lernportal zur Förderung von individueller Ernährungs- und Verbraucherkompetenz von 3 bis 18 Jahren „Junge Sachsen genießen – Fit mit Genuss in Kita und Schule“ (s. www.lernportal-sachsen-genieessen.de)</p> <p>Das Portal setzt sein Motto in einem ganzheitlichen und umfassenden Sinn von Ernährungs- und Verbraucherbildung in vier Lernfeldern um. Ernährungs- und Verbraucherbildung ist eines von drei großen Handlungsfeldern der vorschulischen und schulischen Gesundheitsförderung und Förderung von Lebenskompetenz.</p> <p>Neben dem Sächsischen Curriculum der Ernährungs- und Verbraucherbildung als wissenschaftliche Grundlage werden systematisiert aufbereitete und ausgewählte sächsische sowie bundesweite Projektangebote, Materialien und Inhalte sowie Links zu den für das Lernfeld relevanten Partnern und Fachverbänden aufgezeigt. Das Onlineportal zur Förderung von Ernährungs- und Verbraucherkompetenzen ist gegliedert in drei Bereiche: (1) Bildungsphasen/Altersgruppen (2) Lernfelder und (3) Wissenschaftliche Grundlagen.</p> <p>Ziel ist die Unterstützung der schulprogrammatischen und programmatischen Arbeit in Kindertagesstätten zum Schwerpunkt Förderung von Ernährungs- und Verbraucherkompetenzen.</p> <p>Zudem werden Inhalte zur Ernährungs- und Verbraucherbildung für die <u>Bildungsphasen/Altersgruppen</u> von 3 – 18 Jahren in den Gesamtzusammenhang der sächsischen Ernährungs- und Verbraucherbildung eingeordnet. In <u>vier Lernfeldern</u> (1) Essen und Ernährung, (2) Ernährung und Gesundheitsförderung, (3) Kultur und Technik der Nahrungszubereitung, (4) Rolle der Verbraucher) wird im Sächsischen Curriculum über anzustrebende Kompetenzen im Verlauf der kindlichen Entwicklung informiert, wobei entwicklungspsychologische Erkenntnisse ebenso wie sächsische Bildungs- und Lehrplananforderungen Beachtung finden. Die Bildungsphase bzw. Altersgruppe wird dabei als zeitlicher Ausdruck der Entwicklung und/oder als Einflussfaktor betrachtet (vgl. PAYR 2011).</p>

	<p>Lernfelder werden in die vier o. g. thematische Bereiche untergliedert. Sie sind didaktisch begründet und fassen komplexe Aufgabenstellungen zusammen, deren unterrichtliche Bearbeitung u. a. in handlungsorientierten Lernsituationen erfolgen kann. Des Weiteren werden sie durch Zielformulierungen im Sinne von Kompetenzbeschreibungen sowie durch Inhaltsangaben ausgelegt. (vgl. INGWERTSEN o.J.).</p> <p>Die Zusammenstellung der vier Lernfelder orientiert sich u. a. an den Lernbereichen der Sächsischen Lehrpläne (2004/2009/2011/2019) und des Sächsischen Bildungsplans für Kindertagesstätten (2007). Lernfeldübergreifende Inhalte und damit Mehrfachnennungen einzelner Themen werden in der Mehrdimensionalität der Lernfelder begründet.</p> <p>Die wissenschaftliche Grundlagen werden im Sächsischen Curriculum der Ernährungs- und Verbraucherbildung abgebildet. Dieses bildet die wissenschaftliche Struktur für das Lernportal. Das Sächsische Curriculum der Ernährungs- und Verbraucherbildung ist eine Adaptation des Europäischen Kerncurriculum zur (vor-)schulischen Ernährungs- und Verbraucherbildung (Heindl 2003) sowie der fachlichen Konkretion Verbraucherbildung des Ministeriums für Bildung und Frauen des Landes Schleswig-Holstein (2009). Das Sächsische Curriculum der Ernährungs- und Verbraucherbildung ist institutionenübergreifend aufgestellt und umfasst den Altersbereich von 3 bis 18 Jahren. Seine Legitimierung erhielt das Curriculum 2012 durch das Sächsische Staatsministerium für Kultus.</p>
2.	<p>Regionaler Zirkel „Schulische Gesundheitsförderung“</p> <p>Der Regionale Zirkel versteht sich als Plattform und Impulsgeber für das komplexe Thema der Schulischen Gesundheitsförderung in Sachsen. Die drei Handlungsfelder „Bewegung und Sport“, „Ernährungs- und Verbraucherbildung“ sowie „Lebenskompetenz“ bilden den inhaltlichen Rahmen. Zweimal im Jahr werden durch den Zirkel Lehrerinnen/Lehrer mit den neuesten Entwicklungen und Erkenntnissen in diesen Handlungsfeldern bekannt gemacht und bei der Erstellung und Umsetzung von Konzeption und Angeboten zur schulischen Gesundheitsförderung unterstützt. Die Zirkel zielen auf die Vermittlung theoretischer Grundlagen sowie praxisbewährter Angebote und Konzepte ab. Sie bieten einen Rahmen für das Aufwerfen kritischer Fragestellungen sowie für einen konstruktiven und lösungsorientierten Austausch.</p> <p>Die aktuellen Regionalen Zirkel "Schulische Gesundheitsförderung" setzen sich mit dem Handlungsfeld Ernährungs- und Verbraucherbildung und speziell mit dem Themenfeld ROLLE DER VERBRAUCHER auseinander.</p> <p>Ziel ist die Erweiterung der pädagogischen Handlungskompetenz von Multiplikatoren.</p> <p>Anhand des (lebens)wichtigen Themas Wasser wird ein kritischer Blick auf Verbrauchergewohnheiten geworfen und Möglichkeiten aufgezeigt, was jede und jeder durch Verhalten und Engagement bewirken kann - ob Wasserverbrauch oder verstecktes Wasser in unseren täglichen Konsumprodukten, der Blick hinter die Werbeversprechen der Lebensmittelindustrie oder die Auseinandersetzung mit eigenen Vorurteilen und Weltbildern.</p>
3.	

- (b) Bitte wählen Sie **eine** der o. g. Maßnahmen aus und beantworten Sie die Fragen zu den entsprechenden Kriterien von „Good Practice“ zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen:

Titel der Maßnahme: Regionaler Zirkel „Schulische Gesundheitsförderung“

Konzeption, Selbstverständnis Liegt eine schriftliche Konzeption zum Erwerb von Verbraucherkompetenzen vor?	s. Sächsisches Curriculum zur Ernährungs- und Verbraucherbildung, speziell: http://www.lernportal-sachsen-genies-sen.de/pages/ernaehrungsportal/LEF/LEF4_kompetenzen.html	
Handlungsfelder der KMK-Empfehlung „Verbraucherbildung“	Handlungsfeld	Bitte markieren
	q) Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	
	r) Ernährung und Gesundheit	X
	s) Medien und Information	
t) Nachhaltiger Konsum	X	
Durchführende Schule	Für alle Schulen verfügbar	
Zielgruppenbezug Ist die Zielgruppe in der Maßnahme präzise bestimmt? Wie viele Schülerinnen und Schüler werden in welchen Jahrgangsstufen erreicht?	Lehrer, Erzieher, außerschulische Akteure	
Verknüpfung der Maßnahme mit dem Lehrplan	Schulform/-stufe	X
	Jahrgang / Klasse	X
	Fach / Fächer	X
	Art des Unterrichts (regulärer U., Projekt(-woche), Unterrichtsgang,...)	Fortbildung, ganztägig
Ziele, Darstellung des Erreichens von Fach-, Methoden-, Selbst-, und/oder Sozialkompetenz	Ziel ist die Erweiterung der pädagogischen Handlungskompetenz von Multiplikatoren. Anhand des (lebens)wichtigen Themas Wasser wird ein kritischen Blick auf Verbrauchergewohnheiten geworfen und Möglichkeiten aufgezeigt, was jede und jeder durch Verhalten und Engagement bewirken kann - ob Wasserverbrauch oder verstecktes Wasser in unseren täglichen Konsumprodukten, der Blick hinter die Werbeversprechen der	

	Lebensmittelindustrie oder die Auseinandersetzung mit eigenen Vorurteilen und Weltbildern.
Einbindung externer Partner (z. B. Eltern, Verbraucherzentrale, Suchtberatungsstelle, Landesvereinigungen für Gesundheitsförderungen, Ämter, Förderverein)	Fachstelle Globales Lernen Sachsen, Wasserwerke
Organisation, Ablauf (Phasen: Planung, Umsetzung)	5 Zirkel in den Standorten Chemnitz, Dresden, Bautzen, Zwickau und Leipzig der Sächsischen Bildungsagentur
Zeit (Anzahl Unterrichtsstunden, zeitliche Planung)	Ganztägige Fortbildung: 9.30 – 16.00 Uhr
Erfahrungen	Evaluation der jeweiligen Zirkel
Implementierung	Regionale Zirkel werden seit 2010 durchgeführt
Modifikation	
Link(s) zur Information	http://www.lsj-sachsen.de/pages/gesundheit/newszirkel/news.php