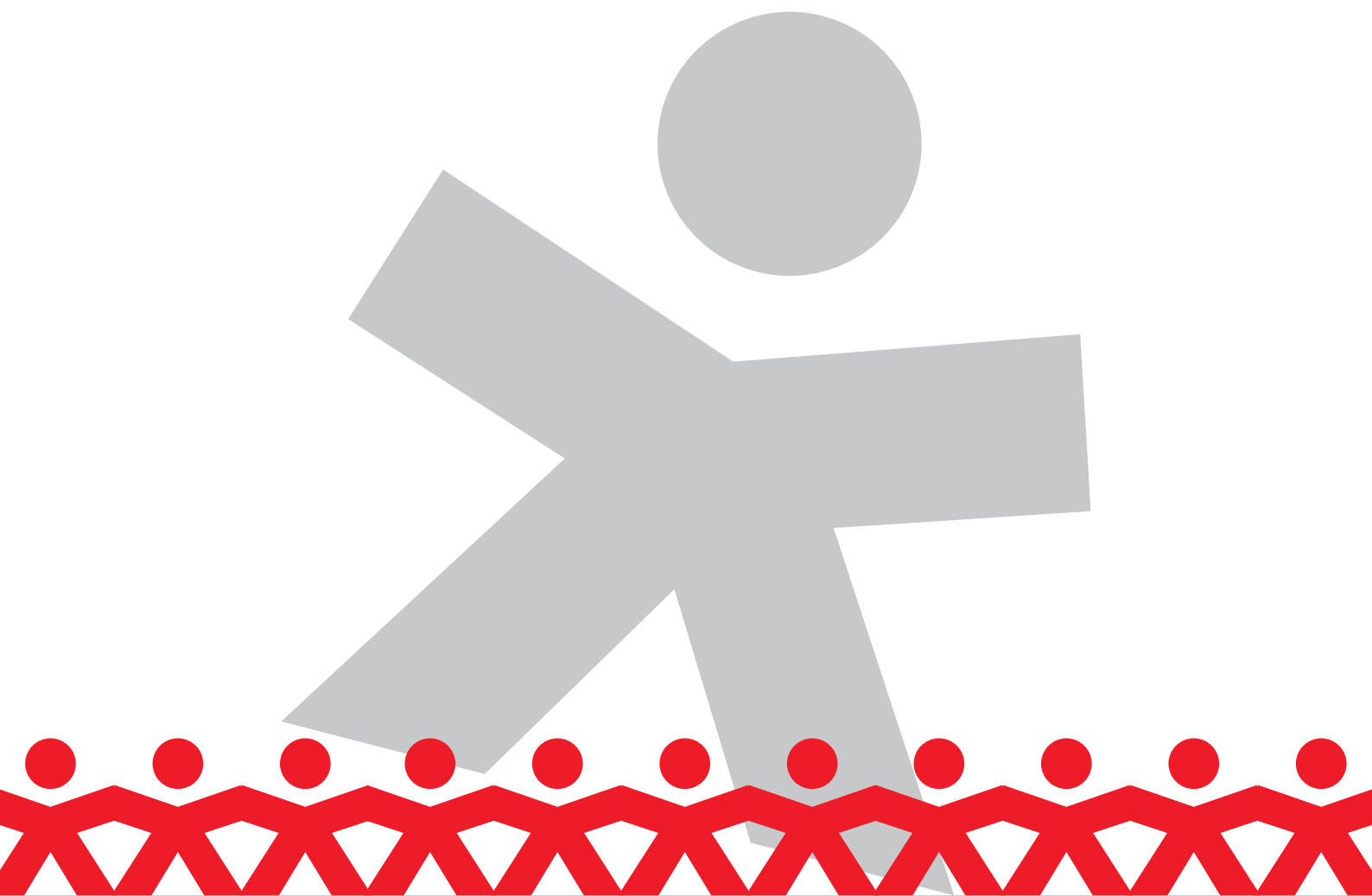


**Netzwerktreffen
Bündnis für Verbraucherbildung**



Tagungsdokumentation

4. Netzwerktreffen Bündnis für Verbraucherbildung
am 04. November 2015, Spreespeicher Berlin

Bündnis für Verbraucherbildung

Das Bündnis für Verbraucherbildung ist ein Zusammenschluss von über 40 Akteuren aus Zivilgesellschaft, Verbraucherschutz, Wirtschaft und Wissenschaft, der von der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz im Jahr 2013 initiiert wurde.

Die im Bündnis zusammengeschlossenen Akteure setzen sich dafür ein, dass Kinder und Jugendliche in Deutschland eine institutionell verankerte Verbraucherbildung erhalten. Am Ende der Schullaufbahn sollen sie in der Lage sein, die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Folgen des eigenen Konsums zu reflektieren, sinnvolle Entscheidungen für ihr eigenes Leben zu treffen und umzusetzen.

Ziel des Bündnisses ist es außerdem, die Entscheidungsträger in den Bundesländern für die Relevanz und Brisanz des Themas zu sensibilisieren und die Kultusminister- und Verbraucherschutzministerkonferenz darin zu bestärken, verbindliche Rahmenrichtlinien für Verbraucherbildung in der Schule umzusetzen.

Die Bündnispartner

- Arbeiterwohlfahrt
- Bertelsmann Stiftung
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen
- Bundesarbeitsgemeinschaft Lernort Bauernhof
- Bundesverband der Deutschen Industrie
- Bundesverband deutscher Banken
- Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien
- Caritas
- Commerzbank
- Commerzbank-Stiftung
- Deutscher Evangelischer Frauenbund
- Deutscher Familienverband
- Deutscher Frauenring
- Deutscher LandFrauenverband
- Deutscher Mieterbund
- Deutsche Telekom
- Edeka
- Germanwatch
- Handelsverband Deutschland
- ING-DiBa
- Metro
- Prof. Naumann (Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft)
- REWE Group
- Tchibo
- Verbraucherservice im KDFB
- Verbraucherzentrale Baden-Württemberg
- Verbraucherzentrale Bayern
- Verbraucherzentrale Berlin
- Verbraucherzentrale Brandenburg
- Verbraucherzentrale Bremen
- Verbraucherzentrale Hamburg
- Verbraucherzentrale Hessen
- Verbraucherzentrale Mecklenburg-Vorpommern
- Verbraucherzentrale Niedersachsen
- Verbraucherzentrale NRW
- Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz
- Verbraucherzentrale Saarland
- Verbraucherzentrale Sachsen
- Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt
- Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein
- Verbraucherzentrale Thüringen

Thema des vierten Netzwerktreffens des Bündnisses für Verbraucherbildung in Berlin war die Förderung von Verbraucherbildung an Schulen und außerschulischen Lernorten. Rund 70 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Politik, Verbänden, Schulen, Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft berieten darüber, wie die Rahmenbedingungen für Verbraucherbildung verbessert werden können. Manfred Westphal (Geschäftsführender Vorstand der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz) und Dr. Melanie Weber-Moritz (Geschäftsführerin der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz) eröffneten das Netzwerktreffen.

Politische Rahmenbedingungen für mehr Verbraucherbildung an Schulen

Auf dem Vormittagspodium war eine der zentralen Diskussionsfragen, welche Rolle der Bund und die Bundesländer beim Ausbau der Verbraucherbildung einnehmen. Außerdem diskutierten die Podiumsgäste darüber, wieviel Verantwortung die Familien bei der Vermittlung von Verbraucherkompetenzen an Kinder und Jugendliche übernehmen sollten.

Auf dem Podium diskutierten:

Karin Binder (MdB, ernährungspolitische Sprecherin Die Linke)

Elvira Drobinski-Weiß (MdB, verbraucherpolitische Sprecherin SPD)

Mechthild Heil (MdB, Verbraucherschutzbeauftragte der CDU/CSU-Bundestagsfraktion)

Nicole Maisch (MdB, Sprecherin für Verbraucher- und Tierschutzpolitik Bündnis90/DieGrünen)

Klaus Müller (Vorstand Verbraucherzentrale Bundesverband)

Prof. Dr. Ulf Schrader (Technische Universität Berlin, Fachgebiet Arbeitslehre, Ökonomie und Nachhaltiger Konsum)



(v.l.n.r.: Petra Schwarz [Moderation], Prof. Dr. Ulf Schrader, Klaus Müller, Nicole Maisch, Mechthild Heil, Elvira Drobinski-Weiß, Karin Binder)

Karin Binder machte deutlich, dass die schulische Verbraucherbildung wichtig sei, um Kinder zu selbstbestimmten Konsumententscheidungen zu befähigen. Sie plädierte für eine fächerübergreifende Verbraucher- und Ernährungsbildung. Diese müsse ohne Werbung vermittelt werden. Dazu gehöre insbesondere auch Werbung, die Unternehmen durch eigene Unterrichtsmaterialien in die Schulen bringen. Karin Binder bemängelte die finanzielle Überforderung der Bundesländer und sah den Bund in der Pflicht, Verbraucherbildung bundesweit an den Schulen und auch in der Lehrkräfteausbildung voranzubringen.

Klaus Müller wertete die verschiedenen Wege der Bundesländer als vergleichenden Wettbewerb, bei dem derzeit erprobt werde, welcher der beste Weg sei, um Kinder und Jugendliche auf die heutigen Konsumanforderungen in der Gesellschaft vorzubereiten. Es sollte weniger über Strukturen und mehr über Inhalte gesprochen werden. Dies entspreche sowohl dem Wunsch vieler Bundesländer als auch der Lehrkräfte, Eltern, Schülerinnen und Schüler. Verbraucherbildung müsse prüfungsrelevant sein und die Lebenswirklichkeit der Schülerinnen und Schüler abbilden.

” Klaus Müller: Es kann sehr interessant für Jugendliche sein, eine Handyrechnung nachzurechnen oder einen Mietvertrag zu besprechen. In nahezu jedem Fach finden sich prüfungsrelevante Fragen, die Bezug zu Verbraucherschutzthemen haben.

Darüber hinaus plädierte Klaus Müller für die Vermittlung von Verbraucherkompetenzen im kritischen Diskurs. Das sei für Schülerinnen und Schüler interessanter als die einseitige Vertretung einer Meinung.

Mechthild Heil hob die Verantwortung der Familie für die Vermittlung von Verbraucherkompetenzen der Kinder hervor und warnte vor einer Überlastung der Schulen.

” *Mechthild Heil: Wir sollten die Eltern nicht aus der Verantwortung nehmen, aber sie unterstützen, wo es nötig ist.*

Karin Binder und Nicole Maisch führten dagegen an, dass Eltern selbst mit Verbraucherfragen, beispielsweise zum Versicherungsschutz oder zu Mietverträgen, überfordert seien. Die Schulen müssten dies auffangen.

” *Karin Binder: Familie kann nicht alles richten. Die Verbraucherzentralen haben das Know-How für Verbraucherbildung. Die Frage ist, wie können wir das fächerübergreifend in den Unterricht einfließen lassen und für Eltern, Lehrerinnen und Lehrer nutzbar machen?*

Nicole Maisch plädierte für eine verbindliche Verankerung von Verbraucherbildung im Unterricht und eine Qualitätssicherung der Unterrichtsmaterialien.

” *Nicole Maisch: Wir müssen Verbraucherbildung prüfungsrelevant in den Lehrplänen verankern. Sie darf sich nicht auf die letzte Schulstunde vor den Ferien beschränken.*

Elvira Drobinski-Weiß vertrat die Ansicht, dass Kinder so früh wie möglich lernen sollten, was eine gesunde Ernährung ausmache oder wie ein kompetenter Umgang mit Geld oder Medien aussehe. Sie verwies darauf, dass Fächer wie Arbeitslehre oder Sozialwissenschaften Anknüpfungspunkte für Verbraucherbildung an Schulen böten. Dies müsse verstetigt werden.

” *Elvira Drobinski-Weiß: Ein explizites Fach Ernährungsbildung ist zu wenig. Ich hätte lieber ein Konzept, mit Hilfe dessen verschiedene Verbraucherthemen im bestehenden Unterricht integriert werden, u.a. Mediennutzung und Finanzkompetenz.*

Prof. Dr. Ulf Schrader sprach sich für ein Leitfach für Verbraucherbildung an Schulen aus, das an bestehende Schulfächer andockt und als Anker für andere Fächer fungieren sollte. Bei der Vermittlung der Inhalte im Unterricht sollte die Lösungskompetenz im Vordergrund stehen. Schülerinnen und Schüler müssten lernen, wie und wo man Informationen erhalten kann.

” *Prof. Dr. Ulf Schrader: Es sollte ein Leitfach für Verbraucherbildung an Schulen geben, zum Beispiel das Integrationsfach Wirtschaft-Arbeit-Technik. Die jeweiligen Lehrkräfte sollten sich verantwortlich für die Vermittlung der Inhalte fühlen und andere Fachkolleginnen und -kollegen ins Boot holen.*

Die Diskutanten bewerteten es als Herausforderung, die vier zentralen Themenbereiche der Verbraucherbildung – Finanzen, Ernährung und Gesundheit, Medien und Information sowie nachhaltiger Konsum – in die Schulfächer zu integrieren. Andere Kompetenzen dürften dabei nicht zu kurz kommen, waren sich die Podiumsgäste einig.

Übereinstimmend sprachen sie sich für vergleichbare und prüfungsrelevante Inhalte, Bildungsstandards und eine Qualitätssicherung sowohl der Unterrichtsmaterialien als auch bei der Ausbildung der Lehrkräfte aus.

Übereinstimmend stimmte die Podiumsrunde auch darüber, dass Verbraucherbildung Kindern und Jugendlichen Kompetenzen zur Selbstständigkeit vermitteln müsse, sie also befähigen müsse, selbstständig Informationen einzuholen und zu bewerten. Das funktioniere nach Auffassung der Diskutanten dann gut, wenn der Unterricht Spaß mache, sich an der Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen orientiere und Interesse für kritisches Nachfragen wecke.

Verbraucherbildung an Schulen

Dr. Vera Fricke, Referentin für Verbraucherkompetenz beim Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), stellte in ihrer Präsentation das Engagement des Verbraucherzentrale Bundesverbands für die Verankerung von Verbraucherbildung in Schulfächern vor. Wichtig sei, die Querbezüge zwischen den Inhalten herzustellen, damit die Schülerinnen und Schüler die Zusammenhänge, beispielsweise zwischen ihrem Mediennutzungsverhalten und gesunder Ernährung, erkennen könnten.

Die Strategie des vzbv umfasst vier Handlungsfelder: Die Evaluation von Verbraucherkompetenzen (hierzu ist eine wissenschaftliche Studie im Auftrag der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz in Planung), die Unterstützung der Lehrkräftefortbildung, die Qualitätsprüfung von Unterrichtsmaterialien (siehe Materialkompass des vzbv) und die Auszeichnung – einschließlich der Entwicklung von entsprechenden Kriterien – von Verbraucherschulen im Rahmen eines von der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz geförderten Projekts.



” Dr. Vera Fricke: Die Herausforderung besteht darin, prüfungsrelevante Inhalte in allen Schulformen so zu etablieren, dass die Inhalte die Zusammenhänge der Verbraucherthemen aufgreifen.

Berichte aus der Praxis der Verbraucherschulen

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz unterstützte im Jahr 2015 vier Schulen bei ihrer Entwicklung zur Verbraucherschule durch eine Projektförderung der Verbraucherzentralen. Über ihre Erfahrungen berichteten Selvihan Koç und Katrin Rieger von der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein, Petra Maier von der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen sowie Lehrerinnen der kooperierenden Schulen in Wilster und Paderborn-Elsen. Die Schulen zeichnen sich besonders durch ein engagiertes Kollegium und ihre enge Kooperation mit den Eltern aus. Die Fachbereiche erleben durch ihre sichtbaren Aktivitäten für Verbraucherbildung eine neue Wertschätzung.

Die Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein begleitet die Pestalozzischule in Neumünster bei ihrer Entwicklung zur Verbraucherschule. Die Pestalozzischule ist eine Schule mit rund 320 Schülerinnen und Schülern. Die Stiftung fördert das Engagement der Schule seit September 2015. Die Maßnahmen zur Förderung von Verbraucherbildung an der Schule umfassen u.a. die Beratung der Schulleitung, Fortbildungen für das Kollegium, eine AG Verbraucherbildung für Schülerinnen und Schüler und Informationsabende für Eltern. Die Schule organisierte gemeinsam mit der Verbraucherzentrale eine Veranstaltung zum Thema gesunde Pausensnacks. Im Laufe des Projekts werden

außerdem noch Veranstaltungen zu den Themen Mediennutzung und nachhaltiger Konsum stattfinden. Im nächsten Schritt werden Unterrichtseinheiten entwickelt, ein Fachcurriculum erstellt sowie Prüfbausteine für Verbraucherbildung bestimmt.



” Selvihan Koç: Wichtig ist, dass auch die Eltern die in der Schule vermittelten Verbraucherbildungskompetenzen unterstützen.

Über ihre Erfahrungen beim Aufbau der ersten Verbraucherschule in Deutschland berichteten Dorothea Venzke, Lehrerin an der Gemeinschaftsschule Wilster, und Katrin Rieger von der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein. Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz fördert das Projekt „Verbraucherbildung in der Gemeinschaftsschule Wilster“ seit 2013. Die Gemeinschaftsschule Wilster integriert Verbraucherbildung im Unterricht der Klassen 5 bis 10 und als Basis für FLEX-Klassen (jahrgangsübergreifende Klassen). Im Rahmen des Projektes wurden Kinder und Jugendliche zu Schülerverbraucherberatern qualifiziert. Außerdem wurden mit Unterstützung des Instituts für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein (IQSH) und der Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein Lehrkräfte weitergebildet. Der Erfolg stellte sich bald ein: Das Fach Verbraucherbildung sei respektiert, berichtete Dorothea Venzke. Immer mehr Kollegen und Kolleginnen zeigten Interesse, sich über Verbrauchertemen zu informieren. Die Fortschritte zeigten sich auch durch ein wachsendes Interesse der Medien und der Politik, u. a. besuchte die Landesbildungsministerin die Schule. Außerdem erhielt die Schule eine Einladung des ungarischen Amtes für Verbraucherschutz, das Projekt auf einem EU-Kongress in Budapest vorzustellen. Den größten Erfolg sah Dorothea Venzke jedoch bei den Schülern.



” Dorothea Venzke: Was uns am meisten freut ist, dass unsere Schülerinnen und Schüler im Alltag wahrnehmbare Selbstsicherheit als Verbraucherinnen und Verbraucher entwickeln. Sie sagen heute: ‚Ich weiß jetzt, was im Netz passiert und welche Versicherung ich wirklich brauche.‘

Die gleichen Erfahrungen machte auch Sandra Büttner, didaktische Leiterin an der Gesamtschule Paderborn-Elsen.

” Sandra Büttner: Man merkt, dass die Schülerinnen und Schüler mündiger werden und kritischer nachfragen. Wir orientieren uns im Unterricht an der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler.

Die Deutsche Stiftung Verbraucherschutz unterstützt seit 2013 das Projekt „Modellschule Verbraucherbildung Paderborn-Gesamtschule Elsen“, das die Schule in Kooperation mit der Verbraucherzentrale NRW umsetzt. In der Schule wird Verbraucherbildung als Wahlpflichtfach mit Schwerpunkt Ernährung, Konsum und Gesundheit angeboten. Darüber hinaus werden Themen der Verbraucherbildung u. a. in den Fächern Gesellschaftslehre, Biologie, Arbeitslehre Wirtschaft, Hauswirtschaft und Sport integriert. Außerdem gibt es Angebote außerhalb des Unterrichts zu den Themen Medien und Gesundheit. Auch in diesem Projekt werden Lehrkräfte mit Unterstützung der Universität Paderborn und der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen qualifiziert, um Verbraucherbildung zu unterrichten.

Weichen für mehr Verbraucherbildung

Im Mittelpunkt der Diskussionsrunde am Nachmittag des Netzwerktreffens stand die Frage, wie die verschiedenen Akteure aus Politik, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Wirtschaft Verbraucherbildung im schulischen und außerschulischen Kontext unterstützen können und welche Grenzen gesetzt werden müssen, um die Unabhängigkeit der Bildungsinstitutionen zu wahren.

Auf dem Podium diskutierten:

Matthias Anbuhl (Abteilungsleiter Bildungspolitik und Bildungsarbeit, DGB Bundesvorstand)

Stefan Dierks (Category Leader CR Product & Strategy CR, Tchibo GmbH)

Sylvia Löhrmann (Ministerin für Schule und Weiterbildung Nordrhein-Westfalen)

Ulrike von der Lüche (Vorstand Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz und Mitglied im Vorstand der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz)



(v.l.n.r.: Petra Schwarz [Moderation], Matthias Anbuhl, Sylvia Löhrmann, Stefan Dierks, Ulrike von der Lüche)

Ministerin Sylvia Löhrmann erinnerte daran, dass Verbraucherbildung in erster Linie durch das Engagement der Akteure vor Ort umgesetzt werde. Die „Vernetzungsstellen Schulverpflegung“ seien gute Beispiele, die zeigen, wie über Bund-Länder-Grenzen hinweg Informationen über Verbraucherbildungsangebote ausgetauscht werden können. Man müsse Wege finden, diese Inhalte zu verstetigen, so Löhrmann.

Als Partner im Bündnis für Verbraucherbildung erläuterte Stefan Dierks die Sicht von Tchibo auf das Thema Verbraucherbildung. Das Unternehmen sieht sich als Mitgestalter bei den Themen Verbraucherbildung und Nachhaltigkeit. Die Unterstützung von Verbraucherbildungskompetenzen von Jugendlichen sei auch aus Sicht von Unternehmen wichtig. Verbraucherkompetenz stärke wichtige Fähigkeiten, die in der Wirtschaft, besonders in der Ausbildung, gesucht würden. Dazu gehörten die Fähigkeiten, ein eigenes Urteil treffen zu können, sich verantwortlich zu fühlen und sich zu trauen etwas umzusetzen. Dierks plädierte für einen regelmäßigen Austausch zwischen Wirtschaft und Bildungseinrichtungen, auch um Schülerinnen und Schülern sowie Studierenden zu zeigen, wie Unternehmen Themen wie Nachhaltigkeit oder soziales Engagement umsetzen. Dies solle gerne im kritischen Diskurs geschehen.

” *Stefan Dierks: Ich werbe dafür, gefühlte Mauern zu durchbrechen und in einen Dialog mit der Wirtschaft über Verbraucherbildung zu treten. Miteinander zu reden ist besser als übereinander zu reden.*

Die Podiumsgäste diskutierten anschließend über außerschulische Unterrichtsmaterialien. Zwar sei es üblich, dass Lehrerinnen und Lehrer auch mit Materialien Dritter, z.B. aus der Wirtschaft, arbeiteten. Diese müssten jedoch von den Lehrkräften geprüft werden, waren sich alle einig. Insbesondere bei Unterrichtsmaterialien von Unternehmen wurde eine kritische Überprüfung sowie Transparenz und die strikte Einhaltung des Werbeverbots gefordert. Die Podiumsgäste sprachen sich für eine strenge Kontrolle der Schulmaterialien aus der Wirtschaft aus.

” *Matthias Anbuhl: Es gibt ein großes Angebot an Unterrichtsmaterialien. Es muss transparent sein, wer diese erstellt und finanziert.*

Matthias Anbuhl und Ulrike von der Lühe betonten das Werbeverbot an Schulen und sprachen sich für den Materialkompass des vzbv als Qualitätscheck für Unterrichtsmaterialien verschiedener Akteure aus. Mit dem Materialkompass auf www.verbraucherbildung.de bietet der vzbv Lehrerinnen und Lehrern Hilfe bei der Suche nach Unterrichtsmaterialien an, deren Qualität von unabhängigen Expertinnen und Experten bewertet wird.

Sylvia Löhrmann bekräftigte den Beutelsbacher Konsens, der das Kontroversitätsgebot und das Überwältigungsverbot in den Mittelpunkt stellt.

” *Sylvia Löhrmann: Was in der Gesellschaft kontrovers diskutiert wird, muss auch in der Schule kontrovers diskutiert werden. Die Schüler sollen aus eigenem Urteilsvermögen heraus entscheiden können.*

Ulrike von der Lühe berichtete anschließend aus der Arbeit der Verbraucherzentralen. Sie bieten Schulen die Möglichkeit an, die Einrichtungen zu besuchen und über Themen aus ihrer Lebenswelt zu sprechen. Auch beim Thema Lehrkräfteausbildung und -weiterbildung zeige sich, wie wichtig Erfahrungen aus der Praxis der Verbraucherzentralen seien. Denn sie lieferten konkrete Beispiele und zeigten Fallstricke auf.

” *Ulrike von der Lühe: Die Verbraucherzentralen bieten Schulen schon seit langem die Möglichkeit, die Beratungsstellen zu besuchen. Das wird gerne angenommen. So erfahren Schülerinnen und Schüler, wo sie sich über Themen wie Datenschutz und Gewährleistungsansprüche informieren können.*

Die Entwicklung von Verbraucherbildung in den verschiedenen Schulen erfordert aus Sicht der Podiumsgäste ein jeweils eigenes und auf die Bedürfnisse der Schulen zugeschnittenes Konzept. Alle sahen die Notwendigkeit, die Schulen in ihren individuellen Ausprägungen und Ausbaumöglichkeiten zu unterstützen.

Sylvia Löhrmann erinnerte abschließend daran, dass sich die Kultusministerkonferenzempfehlung zur Verbraucherbildung an alle Bundesländer richte und es nun an ihnen liege, sie umzusetzen. Sie betonte, dass es sich bei der Entwicklung von Lern- und Lehrinhalten um einen gesellschaftlichen Prozess handele, bei dem alle Akteure mitgenommen werden müssten. Dabei sei die Orientierung an Best-Practice-Beispielen eine bessere Methode als den Schulen Verbraucherbildung zu verordnen.

” *Sylvia Löhrmann: Jede Schule muss ihren eigenen Entwicklungsweg gehen, in ihrem Tempo und mit ihrer Zielsetzung. Der Erfolg wird sich herumsprechen und zu einem Markenzeichen der Schule werden.*



Zum Abschluss des Netzwerktreffens gab die Geschäftsführerin der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz, Dr. Melanie Weber-Moritz, einen Ausblick auf die zukünftigen Vorhaben der Stiftung zum Themenschwerpunkt Verbraucherbildung: In dem von der Stiftung aktuell geförderten Projekt des vzbv werden 2016 Qualitätskriterien für Verbraucherschulen aufgestellt und Schulen ausgezeichnet. Darüber hinaus werden weiterhin Modellschulen sowie ihre Vernetzung untereinander gefördert, aktuell sind es vier Schulen. Anfang 2016 startet ein Cluster-Projekt zur Unterstützung von weiteren vier miteinander vernetzten Modellschulen in einer Region. Außerdem wird die Stif-

tung in 2016 eine Studie zur Erhebung von Verbraucherbildungskompetenzen in Auftrag geben. Und schließlich ist – nach 2014 – eine zweite Fachtagung Verbraucherbildung geplant.

Weitere Informationen über das Bündnis für Verbraucherbildung:

www.verbraucherstiftung.de/verbraucherbildung/buendnis-fuer-verbraucherbildung

Die Webseite der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz unter:

www.verbraucherstiftung.de

