

## Wos mog i, wos brauch i und warum? Verbraucher/innenbildung an Österreichs Schulen

Sonja Ziegelwagner

*sonja.ziegelwagner@bmukk.gv.at, BMUKK, Abt. I/6b: Wirtschaftserziehung u. Verbraucher/innenbildung, 1010 Wien*

### 1 Grundsatzüberlegungen

Die moderne österreichische Gesellschaft ist stark vom Konsum geprägt. Mit dieser Tatsache sind wir alle, insbesondere aber all jene, die mit jungen Menschen zu tun haben, konfrontiert und müssen sie in unsere Überlegungen einbeziehen.

- Was können wir den jungen Menschen mitgeben, damit sie in dieser „Welt der Verlockungen und Versprechungen“ sowohl kritisch als auch selbstkritisch als Verbraucher/innen agieren können?
- Welche Kompetenzen brauchen sie, um der wachsenden Eigenverantwortung als Konsument/ in gerecht zu werden?
- Was kann jungen Menschen helfen, ihre wirtschaftliche Situation richtig einzuschätzen und entsprechend zu handeln?
- Und vor allem, was kann der Beitrag der Schule dazu sein, sie für diese Anforderungen zu wappnen?

Schon diese wenigen beispielhaften Fragen zeigen, dass es nicht darum gehen kann, junge Menschen mit „Wissen“ zu überfrachten sondern darum, ihnen „Werkzeuge“ und Hilfestellungen zu geben, um mit dieser Komplexität umgehen zu können.

Dass diese Komplexität nicht in einem einzelnen Gegenstand „bearbeitet“ werden kann, erscheint klar. Folgerichtig ist Verbraucher/innenbildung als Unterrichtsprinzip nicht einem einzelnen Unterrichtsgegenstand zugeordnet. Geographie und Wirtschaftskunde ist das wichtigste Trägerfach, idealerweise wird Verbraucher/innenbildung aber auch in anderen Fächer oder fächerübergreifend behandelt.

Im § 2 des Schulorganisationsgesetzes (BMUKK 1962, S. 1178), der die Aufgaben der österreichischen Schule zum Inhalt hat, wird unter anderem festgehalten, dass die Schüler/innen zu „selbständigem Urteil und sozialem Verständnis geführt, [...] sowie befähigt werden sollen, am Wirtschafts- und Kulturleben Österreichs, Europas und der Welt Anteil zu nehmen [...]“.

Auch im Vertrag von Lissabon wird unter Titel XV, mit Artikel 169 dem Schutz der Verbraucher/innen Rechnung getragen und festgehalten, dass die Europäische Union einen Beitrag „zur Förderung der Interessen der Verbraucher und zur Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzniveaus [...] sowie zur Förderung ihres Rechtes auf Information, Erziehung und Bildung von Vereinigungen zur Wahrung ihrer Interessen“ leistet (Kommission der Europäischen Gemeinschaft 2008, S. C 115/124 ). In ihrer Verbraucherpolitischen Strategie 2002–2006 hat die Europäische Kommission festgehalten, dass die „Verbraucher die **Kompetenzen** besitzen [sollten, erg.], um ihre Interessen ebenso wie

andere auf EU-Ebene vertretene Interessengruppen der Zivilgesellschaft durchsetzen zu können“ (Kommission der Europäischen Gemeinschaft 2002, S. 7).

Das Europäische Parlament und der Rat haben darüber hinaus sechs Schlüsselkompetenzen für lebensbegleitendes Lernen definiert (Empfehlung Schlüsselkompetenzen). Eine dieser Kompetenzen lautet „Eigeninitiative und unternehmerische Kompetenz“, und sie soll Schüler/innen mit der Fähigkeit ausstatten, Ideen in die Tat umzusetzen. Zu den dafür notwendigen Voraussetzungen gehört unter anderen „ein umfassendes Verständnis der Funktionsweise der Wirtschaft und der Chancen und Herausforderungen, mit denen ein Arbeitgeber oder eine Organisation konfrontiert wird. Der/die Einzelne soll sich außerdem der ethischen Stellung von Unternehmen bewusst sein und wissen, wie diese durch fairen Handel oder soziale Unternehmensführung eine Vorbildfunktion ausüben können“ (Kommission der Europäischen Gemeinschaft 2006, S. L394/17).

Auch die OECD (2005) beschäftigt sich mit Verbraucher/innenbildung und gibt zu einem Teilgebiet der Verbraucher/innenbildung, dem Thema Finanzwissen und Bewusstseinsbildung dazu, ebenfalls Empfehlungen ab (OECD-Empfehlung).

## 2 Inhalte der Verbraucher/innenbildung

Die Wirtschaftserziehung und Verbraucher/innenbildung muss auf verschiedenen Ebenen betrachtet werden und umfasst einen breiten Themenkanon:

(a) *Fragen, die individuell für Verbraucher/innen von Bedeutung sind, wie z. B.*

- Kennzeichnung, Inhaltsstoffe, Herkunft, Gütezeichen etc. für Lebensmittel
- Umgang mit Geld, Sparen, Anlageformen
- Konsum und persönliche Werte/Bedürfnisse und die eigene Macht als Verbraucher/in Auswirkungen des (Nicht)Konsums auf die Person, auf die (Welt)Gemeinschaft, Umwelt
- Werbung/Medien/Information: Wirkung/Realität, Methoden, Quellen, etc.

(b) *Fragen zu allgemeinen wirtschaftspolitischen Themen, wie z. B.*

- Finanz-, Geld- und Währungspolitik
- Wirtschaftssysteme, Produktionsfaktoren,
- wirtschaftliche Verknüpfungen (Österreich–EU–Weltwirtschaft)
- Globalisierung, ihre Auswirkungen auf die verschiedenen Gesellschaftsbereiche

Diese vielschichtige Materie kann mit bloßem Wissen nicht bewältigt werden, vielmehr müssen Schüler/innen mit Strategien und Kompetenzen ausgestattet werden, die verschiedenen Themen im Rahmen ihrer Möglichkeiten handzuhaben.

Für das Trägerfach Geographie und Wirtschaftskunde ist jedenfalls der Teilbereich der wirtschaftlichen Themen mit allen Aspekten interessant. Darüber hinausgehend können aber auch Themen wie Ressourcenknappheit, Ethik in Produktion und Konsum oder „Strategischer Konsum“ einbezogen werden; Themen, die die entwicklungspolitische Bildung, das Globale Lernen oder Umweltbildung berühren.

### 3 Zielsetzungen

Im Zentrum der Wirtschaftserziehung bzw. Verbraucher/innenbildung stehen die Schüler/innen als handelnde Verbraucher/innen, die mit verschiedenen Kompetenzen ausgestattet werden sollen. Das Kompetenzmodell der Politische Bildung von Krammer, Kühberger und Windischbauer (Krammer 2008) kann auch als Ausgangsbasis für die für Verbraucher/innenbildung zu definierenden Kompetenzen verwendet werden.

#### 3.1 Das Kompetenzmodell

Ziel eines kompetenzorientierten Unterrichts in der Verbraucher/innenbildung, ist die Vermittlung von Wissen vor dem Hintergrund eines reflektierten und (selbst)reflexiven Bewusstseins zu den angesprochenen Themen. Dabei geht es um Lernangebote, die zum Denken und Handeln befähigen und an die Lebens- und Erfahrungswelt der Schüler/innen anknüpfen. Dem Kompetenzmodell folgend, sollen folgende Kompetenzen (jene Fähigkeiten, Fertigkeiten und Bereitschaften, die es Schüler/innen ermöglichen, selbstständig Probleme zu lösen) gefördert werden:

- Urteilskompetenz
- Handlungskompetenz
- Methodenkompetenz
- Sachkompetenz

Diese vier Kompetenzbereiche müssen anhand von inhaltlichen Beispielen erworben werden. Das dafür notwendige anlassbezogene Arbeitswissen ist nicht das Ziel des Lernens, sondern es dient als Instrument zum Erwerb der angesprochenen Kompetenzen. Das Niveau der Kompetenzen in der Verbraucher/innenbildung hängt ebenso wie das der Politischen Kompetenzen von vielen Faktoren, vor allem auch außerschulischen, ab. Daher wurden für die Politische Bildung sogenannte Lernkorridore entwickelt, die die Schüler/innen bis zum Ende der Schulzeit in unterschiedlichen Geschwindigkeiten möglichst vollständig durchschreiten sollen. Diesem Modell folgend könnte man daher für die **Verbraucher/innenbildung als Ziel** formulieren:

Der/die Schüler/in soll am Ende der Pflichtschulzeit jenes Niveau erreichen, auf dem er/sie der eigenen Verantwortung als mündiger Konsument/in gemäß handeln kann. Das heißt, die Schüler/innen sollen als Verbraucher/innen selbst bestimmte, auf dem eigenen Wertekanon beruhende und ihren wirtschaftlichen Verhältnissen angepassten Entscheidungen treffen und Handlungen setzen können.

#### 3.2 Beispiele für Kompetenzen

Der/die Schüler/in

- kennt seine grundlegenden Rechte, Pflichten und Möglichkeiten als Verbraucher/in weiß wo er/sie Informationen bekommt und kann diese im realen Leben anwenden.

- ist sich der Folgen des eigenen Konsum- und Wirtschaftsverhaltens bewusst und versteht die Notwendigkeit eines eigenen nachhaltiges Konsumhandelns.
- gestaltet und bewältigt eigenverantwortlich das alltägliche Finanzmanagement und betreibt Vorsorge.
- kann grundsätzliche Wirtschaftskennntnisse und Zusammenhänge bzw. Abhängigkeiten der globalen Wirtschaft erkennen und beurteilen.
- ist sich der Rolle von Medien und Werbung, deren Wirkung und Einfluss auf das eigene Leben bewusst und reflektiert diese kritisch.
- entscheidet aufgrund der Reflexion der persönlichen Bedürfnisse und Werthaltungen verantwortlich über den eigenen Konsum.

Verbraucher/innenbildung hat demnach die Aufgabe, im Sinne der Nachhaltigkeit die Schüler/innen zu befähigen, die Rahmenbedingungen ihres Handelns selbst aktiv gestalten zu können. Sie sollen dabei unterstützt werden, für ihr Konsumhandeln Verantwortung zu übernehmen und den eigenen Bedürfnissen entsprechend reflektiert zu konsumieren.

#### **4 Umsetzung im Unterricht**

Verbraucher/innenbildung beginnt bereits in frühem Alter. Hier ist der Einfluss der Eltern sehr groß, später dann der Einfluss der Freunde und Gleichaltrigen. Die Peer-Group übernimmt häufig erzieherische und wertebildende Funktion, ebenso wie Medien und Werbung. Verbraucher/innenbildung sollte die aktiv-gestaltende Rolle der Lernenden in den Vordergrund stellen und auch die Übernahme von Verantwortung der Lernenden für eigene Lernprozesse widerspiegeln.

Ausgangspunkt für die Umsetzung des Unterrichtsprinzips können nur die Lebenswelt, der Alltag der Schüler/innen sein. Diskussionen zu bestimmten Themenbereichen in der Klasse/Schule, aber auch die Möglichkeit, sich mit Expertinnen und Experten aus der Praxis auszutauschen, sind eine Möglichkeit, Verbraucher/innenbildung/Wirtschaftserziehung erfahrbar zu machen.

##### **4.1 Anknüpfungspunkte im Lehrplan – HS, NMS und AHS-Unterstufe**

Im Geographie- und Wirtschaftskunde-Unterricht der 1. bis 4. Klasse wird u.a. angestrebt:

- „Einblick in unterschiedliche Wirtschafts- und Gesellschaftssysteme gewinnen, um sich mit aktuellen und zukünftigen politischen Fragen auseinander zu setzen sowie demokratisch und tolerant handeln zu können.“ BMUKK (2000, S. 1044)
- Im Bildungsbereich „Mensch und Gesellschaft“ sollen u.a. Urteils- und Kritikfähigkeit erworben werden, Entscheidungs- und Handlungskompetenz sowie die Einsicht in ökonomische Zusammenhänge, ebenso wie die Fähigkeit zur Bewertung ökonomischer Fragestellungen unter ethischen Gesichtspunkten. Der „Bildungsbereich: Natur und Technik“ fordert z. B. eine kritische Auseinandersetzung mit Statistiken und das Wahrnehmen von Manipulationsmöglichkeiten BMUKK (2000, S. 1045).

- Im thematischen Schwerpunkt „Markt und Wirtschaftskreisläufe“ sollen Themen wie das Wechselspiel zwischen Produktion und Konsum bzw. Angebot und Nachfrage sowie ihr Zusammenwirken für die Preisbildung und betriebswirtschaftliche und nationalökonomische Prozesse behandelt werden (BMUKK (2000, S. 1045).
- Als wichtig erachtet wird im Lehrplan auch das Erkennen der Notwendigkeit, im privaten Haushalt Ausgaben den finanziellen Möglichkeiten entsprechend zu planen, das Erfassen von Möglichkeiten für die Wahrung von Verbraucherinteressen in der Marktwirtschaft und auch das Erkennen der zunehmenden Verflechtungen und Abhängigkeiten in der Weltwirtschaft und deren Auswirkungen auf die Gesellschaft. In diesem Zusammenhang soll der/die Schüler/in auch die persönliche Rolle als Konsument bzw. Konsumentin kritisch durchleuchten und die volkswirtschaftliche Bedeutung des eigenen Konsumverhaltens erkennen (BMUKK (2000, S. 1047).
- Wichtig erscheint auch, die Wirtschaftspolitik als wesentlichen Bestandteil der Politik erkennen und ihre Modelle und deren reale Umsetzung in unterschiedlichen Systemen einschätzen zu können.

#### **4.2 Anknüpfungspunkte im Lehrplan – Oberstufe**

- „Die Bedeutung der Märkte und der Preisbildung für die Verteilung knapper Güter und für die grenzenlosen Bedürfnisse erkennen.“ (BMUKK 2004, S. 41)
- „wirtschaftliche Ungleichheiten auf der Erde anhand der Verfügbarkeit an Produktionsfaktoren (Boden, Arbeit, Kapital, Humanressourcen) sowie als Folge politischen Handelns erklären können.“ (BMUKK 2004, S. 41)
- „das Zustandekommen wichtiger wirtschaftlicher Daten kennen lernen und deren Aussagekraft beurteilen.“ (BMUKK 2004, S. 42)
- „die Prozesse der Globalisierung und ihre unterschiedlichen Interpretationen erkennen und bewerten.“ (BMUKK 2004, S. 43)
- „die Asymmetrie zwischen der ökonomischen Macht auf der einen Seite und den sozialen und politischen Interessen auf der anderen Seite erkennen.“ (BMUKK 2004, S. 43)

#### **4.3 Beispiele für konkrete Inhalte für den Unterricht**

- Welche Rechte und Pflichten habe ich als Konsument/in (Versicherungspflichten, Aufbewahren von Belegen, Meldepflichten, Einhalten von Verträgen etc.) anhand von Beispielen (Moped, Handyvertrag etc.)?
- Welche Konsequenzen (können) privatrechtlichen Verträge habe, an wen kann ich mich wenden, wenn ich Information brauche?
- Was tue ich, um Schulden zu vermeiden bzw. wie gehe ich damit um, wenn es mir passiert? (Unterstützungssysteme wie Schuldnerhilfe, Kostenrechner etc.)
- „Jemand aus meinem Umfeld ist arbeitslos geworden“ oder „Die Jugendarbeitslosigkeit in Europa beträgt 25–50 %.“ Kann es da einen Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise geben?

- Wie wirkt sich eigentlich unsere Schule auf die Wirtschaft im Ort aus?
- Wie wirken sich konkrete verbraucherpolitische Maßnahmen (z. B. Kennzeichnungspflichten, Gewährleistung etc.) aus?
- Wie schauen nachhaltige Konsummodelle aus?
- Was kann mein Handeln als Konsument/in am Markt für Folgen haben? („Opfer- und Täterrolle“, Umwelt, Ausbeutung, Versprechen von unrealistischen Gewinnen etc.).
- Was bringen Konsumentenaktivitäten auf regionaler, nationaler oder globaler Ebene?
- Welche Einrichtungen der Verbraucherinformation und -beratung gibt es, und wozu brauche ich die?
- Welche Zusammenhänge zwischen Konsumgewohnheiten und Gesundheit gibt es?
- Was kann Datenschutz und die Wahrung der Privatheit für mich für einen Wert haben (z. B. der Prozess gegen die Tierschützer/innen)
- Was sagen mir die Gefahren- und Sicherheitskennzeichen, wozu sind die gut?
- Was bedeuten all die Kennzeichnungen von Produkten und Dienstleistungen und wie verlässlich sind sie?
- Was sind meine eigenen Beurteilungskriterien für das Preis-Leistungsverhältnis?
- Wie wirken sich Werbemaßnahmen, Einfluss von Moden und Trends auf mein Konsumverhalten aus?

## 5 Schlussgedanken

Verbraucher/innenbildung ist ein Thema, das wie alle Unterrichtsprinzipien nicht nur aus einer Perspektive betrachtet werden und sich nicht auf die Vermittlung von Fachwissen zu einzelnen Aspekt beschränken kann. Fachwissen muss die Basis für Kompetenzerwerb bieten, um mit der wachsenden Komplexität umgehen zu können. Das im Strukturmodell als „Arbeitswissen“ bezeichnete Wissen ist anlassbezogen, hat instrumentellen Charakter und ermöglicht die Lernvorgänge, die zur Entwicklung der Kompetenzen notwendig sind. Es stellt also keinen von vornherein feststehenden Wissenskanon dar, sondern resultiert aus der Notwendigkeit, sich über konkrete politische Fragestellungen und die ihnen zugrunde liegenden Sachverhalte zu informieren (siehe Kompetenzmodell Politische Bildung von Krammer, Kühberger, Windischbauer; vgl. Krammer 2008).

Verbraucher/innenbildung ist immer auch Politische Bildung und sie wird auch immer einen Bezug haben zu einer Werteerziehung. Diese Werteerziehung meint ein reflektiertes Bewusstsein dessen, was der eigene Bedarf ist, wo die eigene Verantwortung einsetzt und wie weit sie geht und auch ein Bewusstsein darüber, wie sich das eigene Handeln auf die Gesellschaft auswirkt.

Diese Gedanken führen wieder zurück an den Beginn und damit auch zum § 2 des Schulorganisationsgesetzes und den Aufgaben der Österreichischen Schulen der auch verlangt, dass Schüler/innen „befähigt werden... an den gemeinsamen Aufgaben der Menschheit mitzuwirken“ (BMUKK 1962, S. 1178).

Ihnen dies zu ermöglichen ist **unsere** gemeinsame Aufgabe. Unterstützung dafür findet sich auf der Homepage des BMUKK unter <http://www.bmukk.gv.at/wirtschaftserziehung>.

## 6 Literatur

- BMUKK (1962); Schulorganisationsgesetz. In: Bundesgesetzblatt, Nr. 242 v. 25.7.1962. S. 1178–1200. Web: <http://www.ris.bka.gv.at/Dokument.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Dokumentnummer=NOR12118405> (7.04.2012)
- BMUKK (2000) Lehrplan der AHS-Unterstufe für Geographie und Wirtschaftskunde. In: Bundesgesetzblatt II Nr. 133 v. 11.5.2000, S. 1044–1048. Web: [http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/2000\\_133\\_2/2000\\_133\\_2.pdf](http://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/2000_133_2/2000_133_2.pdf) (3.4.2012) oder <http://www.bmukk.gv.at/medienpool/784/ahs9.pdf> (3.04.2012)
- BMUKK (2004) Lehrplan der AHS-Oberstufe für Geographie und Wirtschaftskunde. In: Bundesgesetzblatt II Nr. 277 v. 8.7.2004, S. 39–43. Web: [http://www.bmukk.gv.at/medienpool/11649/lp\\_ahs\\_ost.pdf](http://www.bmukk.gv.at/medienpool/11649/lp_ahs_ost.pdf) (3.04.2012)
- Kommission der Europäischen Gemeinschaft (2002): Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Verbraucherpolitische Strategie 2002–2006. Brüssel. Web: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0208:FIN:DE:PDF> (7.04.2012)
- Kommission der Europäischen Gemeinschaft (2006): Empfehlung des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. Dezember 2006 zu Schlüsselkompetenzen für lebensbegleitendes Lernen. In: Amtsblatt der Europäischen Union vom 30.12. 2006. S. L394/10-L394/18, Web: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:394:0010:0018:DE:PDF> (7.04.2012)
- Kommission der Europäischen Gemeinschaft (2008): Konsolidierte Fassung des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union („Lissabon Vertrag). In: Amtsblatt der Europäischen Union vom 9.05.2008. S. C115/47-C115/199. Web: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0047:0199:DE:PDF> (7.04.2012)
- Krammer R. (2008): Kompetenzen durch Politische Bildung. Ein Kompetenz-Strukturmodell. In: Informationen zur Politischen Bildung, Bd. 29. S. 5–14. Web: [http://www.politischebildung.com/pdfs/29\\_basis.pdf](http://www.politischebildung.com/pdfs/29_basis.pdf) (7.04.2012).
- OECD, Directorate for Financial and Enterprise Affairs (2005): Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness, Recommendation of the Council. o.O. Web: <http://www.financial-education.org/dataoecd/7/17/35108560.pdf> (7.04.2012)