

Impulse im Sinne der Verbraucherkompetenzen setzen

Ein Gespräch mit Vera Fricke, Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) in Berlin

PL: Frau Dr. Fricke, Sie arbeiten beim Verbraucherzentrale Bundesverband in Berlin als Referentin für Verbraucherkompetenzen. Wie können wir uns Ihre Arbeit genau vorstellen?

Ein Teil meiner Arbeit beim vzbv besteht darin, dass ich Lobbyarbeit mache, um Themen der Verbraucherkompetenz in der Schule durch Verbraucherbildung zu verankern. Verbraucherbildung vermittelt die lebenslang notwendigen Handlungskompetenzen, die jeder Mensch, ob jung oder alt, zur Bewältigung seiner Pflichten und zur Erfüllung seiner Bedürfnisse und Wünsche benötigt. Insofern ähnelt die Rolle, die Verbraucherbildung spielt, dem Erlernen einer Kulturtechnik: Ihre Kerninhalte sind für die alltägliche Lebensführung unerlässlich.

Was verstehen Sie unter Verbraucherbildung genau?

Es gibt den Beschluss der Kultusministerkonferenz (KMK) vom September 2013 zur Verbraucherbildung an Schulen¹. Dieser zeigt die Handlungsfelder sehr gut. Es geht um das Zusammenspiel zwischen den Bereichen Ernährung, Gesundheit, Finanzen, alles, was sich rund um das Thema Verbraucherrechte abspielt, ebenso die großen Bereiche Medien und nachhaltiger Konsum. Es ist uns wichtig, dass wir die Verzahnung der verschiedenen Bereiche vermitteln.

Könnten Sie konkrete Beispiele einer solchen Verzahnung erläutern?

Dabei geht es um Fragen wie beispielsweise: Inwiefern kann ich mir Lebensmittel leisten, die biologisch angebaut sind? So lässt sich aufzeigen, wie Ernährung und Finanzen zusammenhängen. Ein anderes Beispiel: Wie sieht unser Freizeitverhalten im Einzelnen aus? Hierbei lässt sich etwa Sport, Gesundheit und Medienkompetenz verzahnen. Genauso: Nachhaltiger Konsum — unter welchen Bedingungen wird mein Smartphone produziert und brauche ich nach einem Jahr tatsächlich ein neues? Wie richten wir generell unser Konsumverhalten aus?

Sie möchten Verbraucherkompetenz stärken. Das dürfte nicht ganz einfach sein, denn Ihren Ausführungen lässt sich entnehmen, dass die Vorstellungen nicht an konkrete Fächer angebunden sind. Was steckt daher hinter Ihrem Ansatz der Kompetenzstärkung?

Die nicht immer vorhandene Fächeranbindung ist der springende Punkt. Uns beschäftigt natürlich die Frage, wie Verbraucherkompetenzen im Unterricht vermittelt werden können. Verbraucherbildung sehen wir zunächst als präventiven Verbraucherschutz. Es geht darum, sich im gan-



Bildquelle (c) vzbv / Gert Baumbach

zen Informationsspektrum, das allen zur Verfügung steht, zurechtzufinden. Und was die Informationen angeht, so gibt es natürlich auch Grenzen. Mehr Informationen, ist nicht in jedem Fall besser. Denn der perfekt informierte, allwissende, mündige Verbraucher existiert so nicht. Daher lässt sich auch nicht einfach sagen: „Mit ein bisschen Verbraucherbildung werden wir zu mündigen Verbrauchern!“ Verbraucherbildung steht immer im Zusammenspiel mit den anderen verbraucherpolitischen Instrumenten.

Auf welche spielen Sie hier an?

Es geht zum Beispiel um die Rechtsdurchsetzung, zum Beispiel Unternehmen könnten abgemahnt werden. Es geht aber auch um generelle politische Interessenvertretung und Willensbildung.

„Mathe, Deutsch, Konsum“ — mit diesem Dreiklang machen sich der vzbv, die Kultusministerkonferenz (KMK) und die Verbraucherschutzministerkonferenz (VSMK) seit Sommer 2014 für Verbraucherbildung in Schulen stark. Wie kann Verbraucherbildung Ihrer Einschätzung nach in der Schule verankert werden?

Unser momentaner Fokus — auch wenn Verbraucherbildung sicher alle Altersgruppen angeht — liegt in meinem Arbeitsbereich darin, dass Verbraucherthemen in allen

¹ Der Beschluss der KMK kann heruntergeladen werden unter http://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2013/2013_09_12-Verbraucherbildung.pdf

Schulformen in den Curricula verankert werden. Es gibt verschiedene Ansätze: Schleswig-Holstein hat beispielsweise als einziges Bundesland ein eigenes Schulfach Verbraucherbildung für die Sekundarstufe I, das aus dem ehemaligen Fach Hauswirtschaft nach einer Lehrplanreform entwickelt wurde. In diesem Zuge wurde die Verbraucherbildung gestärkt. Dies hat echten Pioniercharakter.

Als Verband verfolgen wir kritisch, wie die Beschlüsse von KMK (2013) und VSMK (2014) in den Bundesländern umgesetzt werden². Das kann zum Beispiel geschehen, indem wir innerhalb der aktuellen Rahmenlehrplanreform in Berlin und Brandenburg die Entwicklung des fächerübergreifenden Themenbereichs Verbraucherbildung sehr intensiv mit begleitet haben. Als Mitglied einer ausgewählten Stakeholder-Gruppe, mit Experten aus Schule, Lehrkräfteausbildung, Senatsvertretern und Verbraucherschutz, konnten wir so unsere Expertise für Verbraucherbildung einbringen — sowohl für eine fächerübergreifende Verankerung als auch für die Bearbeitung innerhalb einzelner Leit- bzw. Ankerfächer. Auch Nordrhein-Westfalen erprobt derzeit im Rahmen des Leitprojekts Verbraucherbildung einen ähnlichen Weg. Verbraucherbildung wird sowohl innerhalb eines Ankerfachs als auch als Querschnittsthema fächerübergreifend aufgegriffen.

Spielen Sie auf das Ankerfach Arbeitslehre in NRW an oder präferieren Sie einen fächerübergreifenden Ansatz?

Verschiedene Wege sind zielführend. Beide Ansätze haben ihre Berechtigung. Beim fächerübergreifenden Vorgehen wird beispielsweise das Thema Finanzen in Mathematik aufgegriffen, Ernährung in Biologie oder Digitales in Musik und Kunst. Es geht um ein Durchdeklinieren durch verschiedene Fächer. So können Ansätze und Querverbindungen aufgezeigt werden.

Das hört sich stark nach einem Ansatz wie beim Orientierungsrahmen Globales Lernen an.

Ja, es ist ein vergleichbares Vorgehen.

Welchen Stellenwert hat Verbraucherbildung Ihrer Einschätzung nach zur Zeit in der Schule und wo sehen Sie besondere Probleme?

Chance und Herausforderung zugleich ist der Föderalismus. Wir sind als vzbv ein Bundesverband. Das macht meine Arbeit zum Teil schwierig, weil Bildung grundsätzlich ja Ländersache ist. Wir schauen daher auch, welche Anstöße aus der Bundespolitik gegeben werden können. Auf Bundesebene spielt für uns das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz eine besondere Rolle. Auf Landesebene sind neben den Bildungsministerien ebenso die Verbraucherschutzministerien gefragt, um Impulse für Verbraucherkompetenzen zu setzen.

Die Herausforderung an sich ist, dass nicht klar ist, welche gemeinsame Definition von Verbraucherbildung verwendet

² Der Beschluss zur "Stärkung der schulischen und außerschulischen Verbraucherbildung" ist im Ergebnisprotokoll der 10. Verbraucherschutzministerkonferenz am 16. Mai 2014 in Rostock-Warnemünde zum TOP 22 auf S. 31 nachzulesen: https://www.verbraucherschutzministerkonferenz.de/documents/ergebnisprotokoll10-VSMK_2.pdf

werden sollte, die von allen 16 Bundesländern unterschrieben werden würde. Es gibt zwar den KMK-Beschluss mit den vier Handlungsfeldern, den alle akzeptieren. Aber letztendlich fehlt noch die gemeinsame Definition. Daher kann das Spektrum der Inhalte, die im Rahmen von Verbraucherbildung vermittelt werden, von Bundesland zu Bundesland variieren.

In welchen Schulformen ist Verbraucherbildung denn derzeit zu finden?

Hier sprechen Sie eine weitere Herausforderung an. Unser Ziel ist es, dass Verbraucherbildung — sei es als eigenes Fach oder fächerübergreifend in Kombination mit einem Ankerbeziehungsweise Leitfach wie Arbeitslehre oder Sozialkunde prüfungsrelevant in allen Schulformen etabliert ist. De facto ist es so, dass momentan Verbraucherbildung primär in der Sekundarstufe I und dabei vor allem in den nicht-gymnasialen Schulformen unterrichtet wird. In der Grundschule werden Teile aufgegriffen. In der gymnasialen Oberstufe sehen wir aber großen Handlungsbedarf. Wie beeinflusst mich Werbung? Was wollen Unternehmen eigentlich von mir? Das sind für uns relevante Fragen für diese Zielgruppe. Und das fängt unserer Meinung nach schon in der Grundschule an.

Im Gymnasium können wir uns zudem mit komplexeren Themen auseinandersetzen. Ich denke da an Themen wie: verschiedene Wertschöpfungsketten und die Globalität solcher Themen, nachhaltiger Konsum oder Finanzkrise. Wie werden Gelder angelegt? Inwiefern können Unternehmen aber auch Verbraucher gesellschaftliche Verantwortung übernehmen?

Welche besonders gut geeigneten Praxisbeispiele kennen Sie denn?

Die eben genannten Länder sind da schon herausragend. Schleswig-Holstein mit einem eigenen Fach oder der fächerübergreifende Ansatz in NRW — beides ist lobenswert. Aber auch in Baden-Württemberg wurde ein neuer Ansatz entwickelt, der fächerübergreifend erprobt wird. Der fächerübergreifende Ansatz in Berlin und Brandenburg befindet sich derzeit in der Abstimmungsphase. Und Bayern hat ebenfalls eine eigene Vorgehensweise.

Und dann gibt es einzelne Schulen, die Verbraucherbildung bereits vorbildlich in ihr Schulprofil integriert haben: die sogenannten Verbraucherschulen. Das sind Projekte von den Verbraucherzentralen in Nordrhein-Westfalen und in Schleswig-Holstein gefördert von der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz. Hierbei werden modellhaft Schulen begleitet, die einen besonderen Ansatz verfolgen, Verbraucherthemen aufzugreifen — sowohl im Stundenplan verankert, aber auch durch außerunterrichtliche Aktivitäten. Das ist auch wichtig. Es bringt nichts, über gute Ernährung zu sprechen und in der Mensa eben genau das Gegenteil anzutreffen. Das muss Hand in Hand gehen. Nur das ermöglicht den Kompetenzerwerb.

Der vzbv unterstützt diesen Ansatz. Aktuell entwickeln wir eine bundesweite Schulauszeichnung, damit sich Schulen als "Verbraucherschule" auszeichnen lassen können. Im Frühjahr 2016 können sich dann Schulen bewerben, die bereits gute Ansätze der Verbraucherbildung verfolgen.

Wo sehen Sie eher Schwierigkeiten, um Verbraucherkompetenzen zu vermitteln?

Die Curricula sind gut und schön. Es kommt aber auf die konkrete Umsetzung durch die Lehrkräfte an. Besonders relevant: Wie können Lehrkräfte für die neuen Inhalte fit gemacht werden? Hierzu müssen Fortbildung flächendeckend und sinnvoll etabliert werden. Da braucht es auch neue Ansätze, die sicher Geld kosten werden.

Zudem ist die laufende Aktualität von Themen eine sehr große Herausforderung. Verbraucherbildung ist kein klassisches Schulbuch-Fach. Um den Unterricht gut gestalten zu können, bedarf es aktueller Unterrichtsmaterialien, die neue Entwicklungen aufgreifen. Zum Teil gibt es diese schon im Internet. Der vzbv hat dazu eine Datenbank entwickelt, in der Unterrichtsmaterialien zu Verbrauchertemen enthalten sind, die durch unabhängige Experten begutachtet wurden – der sogenannte Materialkompass. Die Datenbank wird auf www.verbraucherbildung.de durch Hintergrundinformationen zu Verbrauchertemen ergänzt, damit Lehrkräfte aktuelle Themen in den Unterricht tragen und ein qualitätsgeprüftes Angebot an Unterrichtsmaterialien für die Unterrichtsgestaltung nutzen können.

Der vzbv kritisiert in seiner Studie “Unterrichtsmaterial unter der Lupe. Wie weit geht der Lobbyismus in Schulen?”, dass Unterrichtsmaterialien zum Teil als Werbepattform missbraucht würden. Was haben Sie in der Studie genau herausgefunden?

Im Materialkompass werden Unterrichtsmaterialien hinsichtlich deren fachlicher und methodisch-didaktischer Qualität bewertet. Eine Auswertung der im Materialkompass bewerteten Unterrichtsmaterialien von 2014 zeigt dazu interessante Ergebnisse. Insgesamt wurden 453 Materialien aus dem Materialkompass zu den Themengebieten Finanzkompetenz, Medienkompetenz, nachhaltiger Konsum und Ernährung ausgewertet. Die Kernaussage der Studie: Erfreulicherweise sind etwa 61 Prozent an Materialien mit “gut” oder “sehr gut” bewertet worden. Ein schönes Ergebnis. Etwas weniger als ein Viertel war mit “befriedigend” bewertet, etwa 15 Prozent mit “ausreichend” oder “mangelhaft”.

Gab es Unterschiede zu den Unterrichtsgegenständen wie Finanzen, Ernährung, Digitale Medien etc.?

Es gab vor allem Unterschiede zwischen den Herausgebern von Materialien. Materialien, die von der öffentlichen Hand oder von Nichtregierungsorganisationen zur Verfügung gestellt werden, schneiden deutlich besser ab als etwa der Bereich, der als Wirtschaft deklariert wurde – hier sind Akteure wie wirtschaftsnahe Stiftungen, Wirtschaftsverbände u. a. summiert. Hier werden fast 40 Prozent der Materialien mit “ausreichend” und “mangelhaft” bewertet.

Betrachtet man alle mit “mangelhaft” bewerteten Materialien, so lässt sich eine frappierende Verschiebung zum Schlechten hinsichtlich der Akteure feststellen. Schaut man sich die Verteilung der Herausgeberkategorien an, wird das große Ungleichgewicht augenscheinlicher: Von insgesamt 27 mit “mangelhaft” bewerteten Materialien finden wir 74 Prozent in der Kategorie Wirtschaft.

Aus welchen Gründen ist die Bewertung mit “mangelhaft” erfolgt?

Das hängt von den einzelnen Materialien ab. Auffällig ist aber, dass die ausgewogene Darstellung von Inhalten, mit der Schülerinnen und Schüler eine eigene, ausdifferenzierte und interessenunabhängige Einschätzung erwerben können, bei den schlecht bewerteten Materialien überdurchschnittlich bemängelt wurde.

Wie schätzen Sie abschließend die Erfolgsaussichten und Wirkungen Ihrer Arbeit ein?

Der KMK-Beschluss von 2013 und der VSMK-Beschluss von 2014 greifen die Forderungen des vzbv sehr gut auf. Und auch die aktuelle Entwicklung in der Umsetzung der Beschlüsse zeigt, dass Verbraucherbildung in den Lehrplänen Einzug hält. Damit in allen 16 Bundesländern die Verbrauchertemen in den Lehrplänen stehen und Lehrkräfte dafür fit sind, braucht es aber noch die gemeinsame Anstrengung vieler Akteure. Den Worten müssen Taten folgen.

Dr. Vera Fricke ist Referentin für Verbraucherkompetenzen in der Stabsstelle Koordination. Sie hat an der Technischen Universität Berlin angehende Lehrkräfte für das Schulfach “Wirtschaft-Arbeit-Technik” ausgebildet, das Ankerfach für Verbraucherbildung in Berlin. Dazu hat sie im Bereich nachhaltiger Konsum geforscht und promoviert.

Kontakt: Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv) Markgrafenstr. 66 10969 Berlin

Tel.: 030 / 25800-0

Email: vera.fricke@vzbv.de

Webseite: www.vzbv.de/themen/verbraucherbildung, www.verbraucherbildung.de