

Ulf Schrader

Der Berliner Orientierungs- und Handlungsrahmen Verbraucherbildung

Fachtag „SCHULE UND
VERBRAUCHERBILDUNG“

Berlin, 6. Juli 2017



http://www.berlin.de/sen/bildung/unterricht/faecher-rahmenlehrplaene/faecheruebergreifende-themen/verbraucherbildung/orientierungs-und-handlungsrahmen_verbraucherbildung.pdf

verbraucherzentrale
Bundesverband

LISUM
Landesinstitut für
Schule und Medien
Berlin-Brandenburg



Senatsverwaltung
für Bildung, Jugend
und Familie

Technische
Universität
Berlin
beim Berlin

Agenda

- Hintergrund I: KMK-Beschluss zur Verbraucherbildung
- Hintergrund II: Umsetzungsprozess in Berlin
- Inhaltliche Dimensionen der Verbraucherbildung
- Kernkompetenzen der Verbraucherbildung
- Verbraucherbildungsstandards
- Themenbereiche
- Fazit und Ausblick

siehe: Schrader, Ulf (2016):
Der Berliner Orientierungs-
und Handlungsrahmen
Verbraucherbildung, in:

**Forum
Arbeitslehre**

Ausgabe Nr. 17
November 2016
Erscheint halbjährlich
ISSN 1867-3174

Zeitschrift für Berufsorientierung • Haushalt • Technik • Wirtschaft



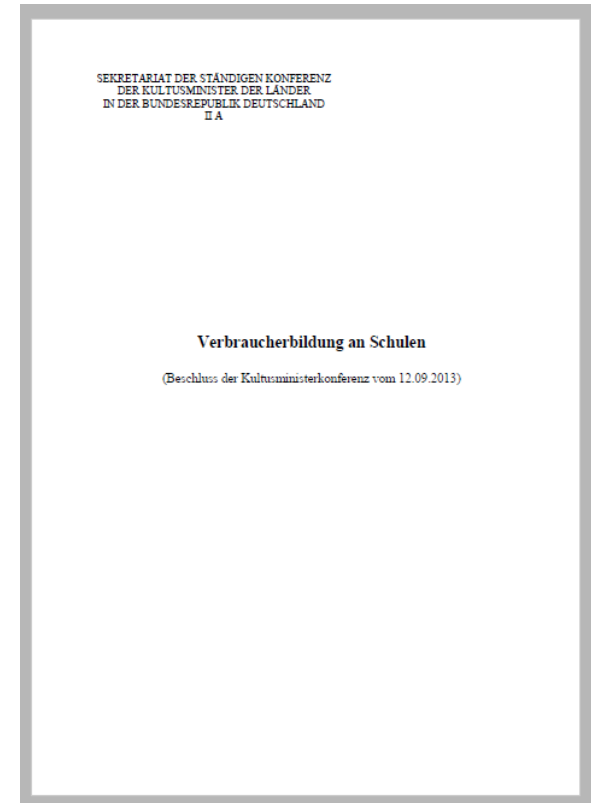
Herausgegeben von der GATWU / Preis: 7,50 € / Für Mitglieder kostenlos

http://5591547.swh.strato-hosting.eu/GATWU/wordpress/wp-content/uploads/2017/05/Forum_Arbeitslehre_17_Web.pdf

Hintergrund I:

KMK-Beschluss zur Verbraucherbildung

- Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013: Verbraucherbildung an Schulen
- „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 Konsumentscheidungen als mündige Verbraucherinnen und Verbraucher heranzuziehen und zu nutzen“



Hintergrund II: Umsetzungsprozess in Berlin

Die Hauptbeteiligten

- Senatsverwaltung: Reinhold Reitschuster und Regina Ultze (SenBJF)
- TU Berlin:
 - Karin Groth, Stephanie Grundmann (Bildung f. Nachh. Ernährung und Lebensmittelwiss.)
 - Simone Knab (Fachdidaktik Arbeitslehre)
 - Heiko Steffens, Ulf Schrader (Arbeitslehre/ Ökonomie und Nachhaltiger Konsum)
- AG Verbraucherbildung:
 - Arbeiterwohlfahrt (AWO) (Schuldner- und Insolvenzberatung): Susanne Wilkening
 - Deutsche Kinder- und Jugendstiftung (DKJS): Romy Posmik, Ellen Wallraff
 - Diakonisches Werk (Schuldner- und Insolvenzberatung): Bettina Heine
 - Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin: Erwin Seyfried
 - Philipp-Reis-Oberschule: Jörg Forßbohm
 - SPS Spandau und Fachaufsicht WAT (Wirtschaft-Arbeit-Technik): Doro Schulz
 - Verbraucherzentrale Berlin: Jessica Fischer
 - Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv): Tatjana Bielke, Peter Gnielczyk, Elke Salzmann
 - Vernetzungsstelle Schulverpflegung Berlin: Sabine Schulz-Greve

Hintergrund II: Umsetzungsprozess in Berlin

Der Ablauf

02/14

- Beauftragung der TU Berlin durch SenBJW (mit SenJV); Projekt-„Kick-Off“ mit der AG Verbraucherbildung
- Entwicklung einer Entwurfsfassung in enger Abstimmung mit der AG Verbraucherbildung und SenBJW

09/14

- Vorlage der vorläufigen Endfassung von „Curricularen Vorgaben“

11/15

- Veröffentlichung des neuen RLP mit „Verbraucherbildung“ als fächerübergreifendem Thema; Überarbeitungsempfehlungen für ein „Basiscurriculum“ durch SenBJW
- Abstimmung der finalen Fassung

05/16

- Publikation des „Orientierungs- und Handlungsrahmens“

09/17

- RLP wird „unterrichtswirksam“

Inhaltliche Dimensionen der Verbraucherbildung

Nachhaltiger
Konsum

Finanzen,
Marktgeschehen
und
Verbraucherrecht

Medien und
Information

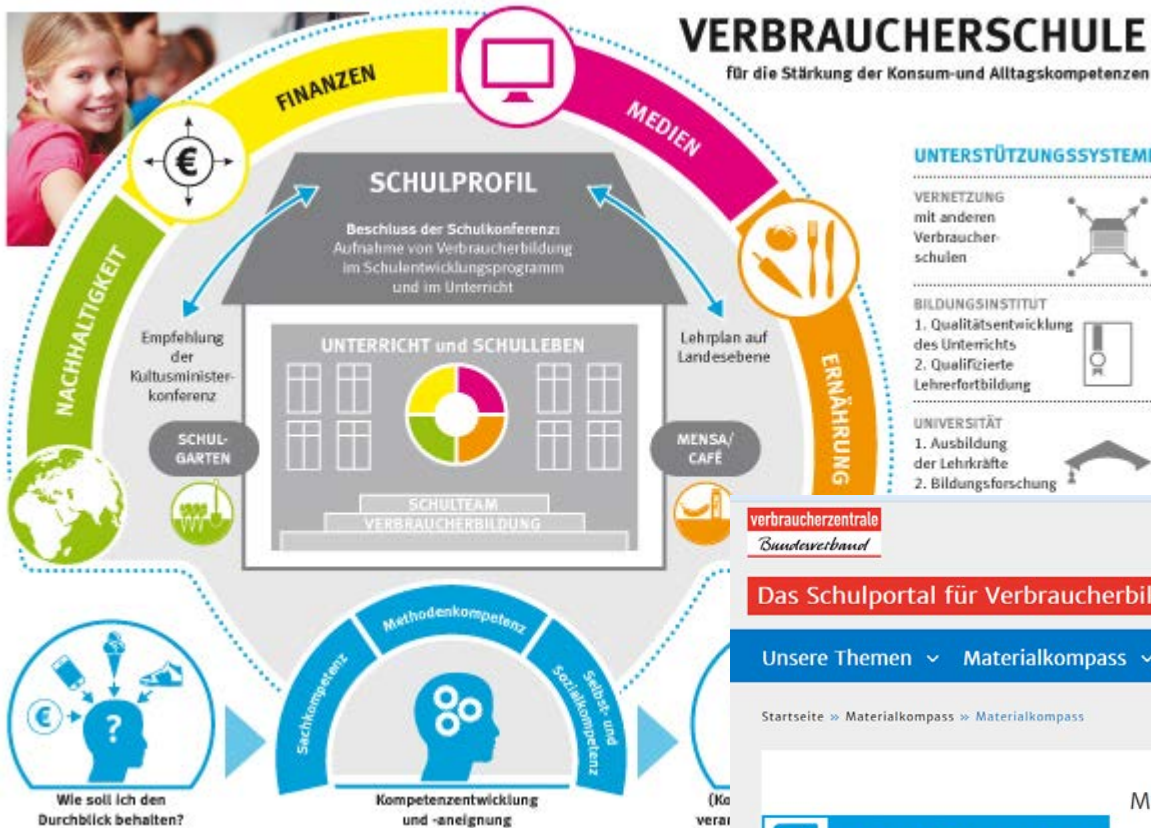
Ernährung und
Gesundheit

Workshopthemen des Fachtags:



1. **Auszeichnung Verbraucherschule: Das Schulprofil mit Verbraucherbildung stärken**
Nicole Tuletz, vzbv
2. **Verbraucherbildung im fachlichen Kontext WAT**
Dr. Ulf Holzendorf, Universität Potsdam
Karin Groth, Stephanie Grundmann, TU Berlin
3. **Verbraucherbildung im überfachlichen Kontext und Ganzttag am Beispiel Ernährung**
Sabine Schulz-Greve, Vernetzungsstelle Schulverpflegung Berlin
4. **„Jugend testet“: Schülerwarentests als Methode der Verbraucherbildung**
Bettina Dingler, Stiftung Warentest

Inhaltliche Dimensionen der Verbraucherbildung



verbraucherzentrale
Bundesverband

Newsletter | Kontakt | Team | Impressum | Ihre Suche

Das Schulportal für Verbraucherbildung

Unsere Themen ▾ Materialkompass ▾ Verbraucherbildung ▾ Verbraucherschule

Startseite » Materialkompass » Materialkompass



Materialkompass Verbraucherbildung

Unser Expertenteam prüft und bewertet Lehrmaterialien – finden Sie heraus, welches Material zu Ihrem Unterricht passt!

Hilfe bei der Suche

Thema

- Finanzen (145)
- Medien (208)
- Ernährung (207)
- Nachhaltiger Konsum (207)
- Verbraucherrecht (97)

Volltextsuche

Sortieren

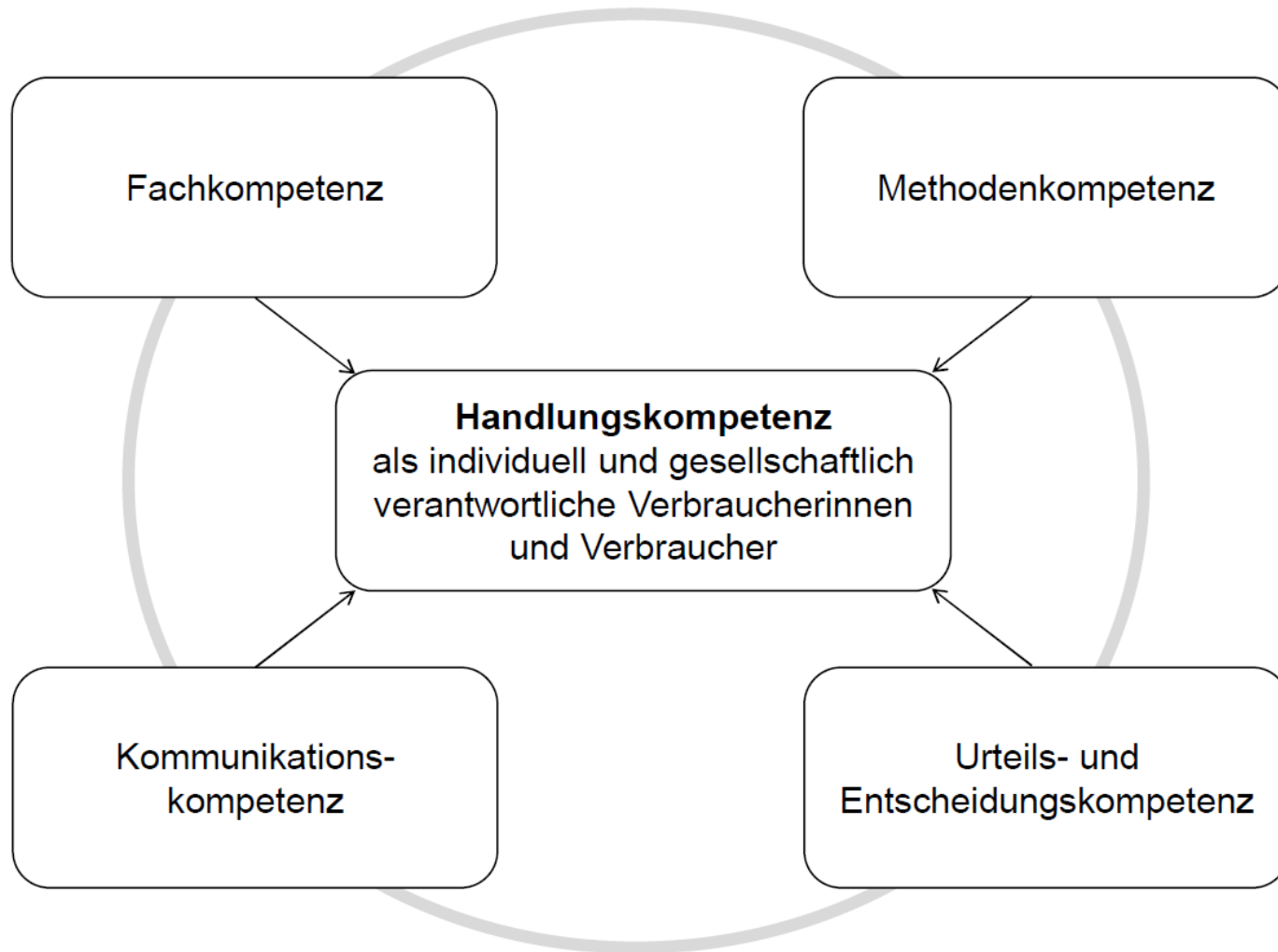
Aktuellste zuerst

Anwenden

1 - 10 von 583

Medien

Kernkompetenzen der Verbraucherbildung: Das Kompetenzmodell



Kernkompetenzen der Verbraucherbildung: Fach-, Methoden-, Urteils- und Entscheidungskompetenz

Die Schülerinnen und Schüler können	
Fachkompetenz	Fachwissen <ul style="list-style-type: none">- Lebensweltbezogene Kenntnisse über Kauf, Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen nachweisen. Systemwissen <ul style="list-style-type: none">- konsumrelevante Systemzusammenhänge beschreiben.
Methodenkompetenz	Methodenkenntnis und -verständnis <ul style="list-style-type: none">- Methoden zur Planung, Durchführung und Bewertung von Konsumhandlungen anwendungsorientiert erklären. Methodenanwendung und -weiterentwicklung <ul style="list-style-type: none">- Methoden zur Planung, Durchführung und Bewertung von Konsumhandlungen selbstständig anwenden und (weiter-)entwickeln.
Urteils- und Entscheidungskompetenz	Problemerkennung und -analyse <ul style="list-style-type: none">- konsumrelevante Fragestellungen entwickeln und auf Basis erworbener Fach- und Methodenkompetenzen angemessen analysieren. Urteilen und Entscheiden <ul style="list-style-type: none">- auf Basis eigenständiger Analyse und Reflexion konsumbezogene Fragestellungen sachgerecht beurteilen und entscheiden.

Kernkompetenzen der Verbraucherbildung: Kommunikations- und Handlungskompetenz

Die Schülerinnen und Schüler können

Kommunikations-
kompetenz

Kompetenz als Kommunikationsempfänger

- sich empathisch in andere hineinversetzen, unterschiedliche Interessenlagen verstehen und sich kritisch und respektvoll mit anderen konsumbezogenen Positionen auseinandersetzen.

Kompetenz als Kommunikationssender

- einen eigenen konsumbezogenen Standpunkt in Gesprächen, Präsentationen und Texten mit anderen abstimmen und vertreten.

Handlungs-
kompetenz

Eigenverantwortliches Handeln

- auf Basis der vorangehend genannten Kernkompetenzen ihren Bedürfnissen und Ressourcen entsprechend reflektiert konsumieren.

Übernahme gesellschaftlicher Mitverantwortung

- darüber hinaus bei Konsumententscheidungen auch soziale und ökologische Konsequenzen berücksichtigen.

Verbraucherbildungsstandards: Das Beispiel Fachkompetenz im Bereich Finanzen, Marktgeschehen...



	Fachwissen	Systemwissen
	Die Schülerinnen und Schüler können	
C	<ul style="list-style-type: none"> - die Kernaussage des ökonomischen Prinzips (Wirtschaftlichkeitsprinzip) anhand alltagspraktischer Beispiele für unterschiedliche Ressourcen (z. B. Zeit und Geld) erläutern. 	<ul style="list-style-type: none"> - den grundlegenden Zusammenhang zwischen Angebot und Nachfrage im Marktgeschehen beschreiben.
D	<ul style="list-style-type: none"> - Formen des Einzelhandels (z. B. Supermärkte, Discounter, Naturkostläden) charakterisieren und voneinander abgrenzen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reichweite und Grenzen ihrer Handlungsmöglichkeiten als Konsumentinnen und Konsumenten darlegen.
E	<ul style="list-style-type: none"> - Voraussetzungen für das Zustandekommen von Kaufverträgen sowie bestehende Rücktrittsmöglichkeiten und Gewährleistungsansprüche erläutern. 	<ul style="list-style-type: none"> - den Mechanismus der Preisbildung auf Märkten im Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage erläutern.
F	<ul style="list-style-type: none"> - Alternativen zum Neukauf von Produkten aufzeigen (z. B. Tauschen, Teilen, Leihen, Second Hand, Reparatur, Eigenproduktion). 	<ul style="list-style-type: none"> - zentrale Gründe für die Verschuldung von Kindern und Jugendlichen identifizieren und mit dem eigenen Konsumverhalten in Beziehung setzen.

Verbraucherbildungsstandards: Das Beispiel Handlungskompetenz im Bereich Nachhaltiger Konsum



	Eigenverantwortliches Handeln	Übernahme gesellschaftlicher Mitverantwortung
	Die Schülerinnen und Schüler können	
C	<ul style="list-style-type: none"> - anhand von Nachhaltigkeitskriterien beispielhaft den Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs (z. B. Schokolade, Schreibwaren) planen. 	<ul style="list-style-type: none"> - ihr eigenes Konsumverhalten in der Schule im Hinblick auf die gesellschaftliche Mitverantwortung kritisch hinterfragen und ggf. Veränderungsoptionen benennen.
D	<ul style="list-style-type: none"> - exemplarisch ein ausgewähltes Produkt nach Nachhaltigkeitskriterien beschaffen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen eines nachhaltigen Lebensstils im schulischen Raum umsetzen, indem sie z. B. ein Projekt oder eine Ausstellung (z. B. Trinkwassernutzung, Schulgarten) entwickeln und ggf. durchführen.
E	<ul style="list-style-type: none"> - beim simulierten Einkauf Aspekte eines nachhaltigen Lebensstils berücksichtigen (z. B. durch Einsatz von Einkaufsführern und Checklisten). 	<ul style="list-style-type: none"> - Aktivitäten zur Sensibilisierung für Nachhaltigkeitsprobleme des Konsums entwickeln und ggf. durchführen (z. B. durch Gestaltung von Plakaten oder des Internetauftritts).
F	<ul style="list-style-type: none"> - in simulierten Realsituationen Nachhaltigkeitsaspekte über den Einkauf hinaus in ihr Nutzungs- und Entsorgungsverhalten einbeziehen. 	<ul style="list-style-type: none"> - im schulischen Kontext Maßnahmen zur Stimulierung der Übernahme von Konsumentenverantwortung entwickeln und ggf. durchführen.

Themenbereiche:

Beispiel Ernährung und Gesundheit



z. B.:

- *Gesunde Lebensführung*
- *Nahrungsmittelkette vom Anbau bis zum Konsum*
- *Qualitäten von Lebensmitteln und ihre Kennzeichnung*
- *Wertschätzung von Lebensmitteln/ Vermeidung von Lebensmittelverschwendung*
- Hygieneregeln
- Alternative Ernährungsformen (insb. vegetarische und vegane Ernährung)
- Nahrungsmittelzubereitung
- Esskultur(en)
- Schulverpflegung
- Ernährungsassoziierte Erkrankungen (z. B. Diabetes, Essstörungen)

kursiv: Vorschläge aus dem KMK-Beschluss

Themenbereiche: Verknüpfung im schulinternen Curriculum



Nachhaltiger Konsum

—
—
—
—
—

beteiligte Fächer:

—
—
—
—
—

beteiligte Fächer:

Finanzen, Marktgeschehen und
Verbraucherrecht



Medien und Information

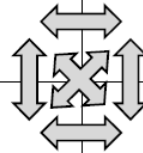
—
—
—
—
—

beteiligte Fächer:

—
—
—
—
—

beteiligte Fächer:

Ernährung und Gesundheit



Fazit und Ausblick

- Gelungener Prozess und (hoffentlich!) mindestens akzeptables Ergebnis
- Implementierung in den Pflichtbereich der neuen Studienordnung
Arbeitslehre an der TU Berlin ist gelungen
- Entscheidend für die Umsetzung ist die Schulrealität und jede/r einzelne Botschafter/in der Verbraucherbildung
- Große Bedeutung (mindestens) eines Leitfachs an jeder Schule – und der Kooperationsbereitschaft und -möglichkeit
- Hohe Relevanz von Lehrkräftefortbildungen
- Wie immer in der Bildung: Guter Wille ist wichtig – aber Ressourcen sind es auch
- Wille zur Ressourcenbereitstellung hängt an der Evaluation von Ergebnissen: „Verbraucherbildungs-PISA“ einführen!

