



Verbraucherzentrale



Netzwerk
Verbraucherbildung

So macht Schule stark für den Alltag

**Wie Verbraucherbildung in der
Schulentwicklung gelingt**



Vorwort

Kinder und Jugendliche bewegen sich heute in einer digital geprägten Lebenswelt: Sie kommunizieren über Smartphones, nutzen KI-Tools und sind auf sozialen Medien aktiv. Der digitale Alltag hat es in sich. Angesichts von Fake News und versteckter Werbung, Kaufaufforderungen in Handy-Spielen und „Buy now, pay later“-Angeboten beim Online-Einkauf ist es wichtig, junge Menschen bereits von klein auf aktiv und praxisnah für ihre Rolle als Verbraucher:in zu sensibilisieren und für die zunehmenden Herausforderungen stark zu machen. Alltagsbildung im Klassenzimmer ermöglicht es, Kompetenzen zu erwerben, um informierte und gute Entscheidungen zu treffen und die Gesellschaft aktiv mitzugestalten.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband setzt sich deshalb dafür ein, dass Verbraucherbildung bundesweit und strukturell an Schulen verankert wird. Schule kann zu einem Ort werden, an dem alle Mitglieder der Schulgemeinschaft gemeinsam hinschauen, nachfragen und verstehen lernen, was unser aller Alltag prägt. Denn sich mit Fragen des Konsums auseinanderzusetzen, schützt junge

Verbraucher:innen nicht nur vor Werbetricks und Fehlentscheidungen, sondern schafft auch ein Bewusstsein für eine nachhaltige Zukunft. Wenn man den Blick über den Unterricht und die unmittelbare pädagogische Praxis hinaus erweitert, rückt auch die Schulentwicklung als langfristige Handlungsebene in den Fokus.

Mit dieser Publikation zeigt das Netzwerk Verbraucherbildung auf, wie Verbraucherbildung im Sinne einer zukunftsorientierten Schulentwicklung an Ihrer Schule gelingen kann. Als zentraler Lernort kann Ihre Schule alle jungen Menschen erreichen und sie dabei unterstützen, ihr Konsumhandeln zu reflektieren und ihre Zukunft mitzugestalten. Wenn Verbraucherbildung ganzheitlich gestaltet wird, entfaltet sie ihr volles Potenzial und stärkt den präventiven Verbraucherschutz.

Ich wünsche Ihnen viele Aha-Momente beim Lesen und gutes Gelingen in der Schulentwicklung!

Ramona Pop,
Vorständin des vzbv

So nutzen Sie die Handreichung

Liebe Leser:innen,

Schule ist mehr als ein Ort des Lernens. Sie ist ein Ort, an dem Zukunft gestaltet wird. Hier können Schüler:innen nicht nur Wissen erwerben, sondern auch Kompetenzen entwickeln, die sie stark machen für ein selbstbestimmtes Leben. Sicher ist es auch Ihnen ein Anliegen, junge Menschen auf diesem Weg zu begleiten.

Mit dieser Handreichung möchten wir Sie dabei unterstützen, Verbraucherbildung im Schulprofil zu verankern. Unser Ziel: Ihnen einen praxisnahen Weg aufzeigen, der sich flexibel an Ihre Schule anpassen lässt. Denn jede Schule ist anders, weshalb wir Ihnen ein Heft mit vielfältigen Inhalten und Handlungsempfehlungen an die Hand geben.

Für alle die sofort loslegen wollen, geben wir mit [„Einfach starten“ auf S. 6](#) einen kompakten Überblick über wichtige Schritte inklusive Übungen. Nutzen Sie das Kapitel, um eine Idee davon zubekommen, an welchem Punkt Ihre Schule bei der Verbraucherbildung steht und was Sie für den Prozess brauchen. In den Basiswissen-Kapiteln erhalten Sie wichtige Hintergrundinformationen zur Verbraucherbildung und Schulentwicklung.

Der Hauptteil dieser Handreichung begleitet Sie in fünf Modulen, damit Verbraucherbildung im Rahmen von Schulentwicklung gelingen kann. In dieser Handreichung begleiten wir Sie Schritt für Schritt dabei. Sie reflektieren die Bedingungen an Ihrer Schule, schaffen Raum für neue Ideen und nehmen die gesamte Schulgemeinschaft mit. Gemeinsam gestalten Sie den Schulalltag lebensweltorientiert, mit dem Ziel, Alltags- und Konsumkompetenz fest im Schulprofil zu verankern.

Wir möchten Lust auf den Prozess machen und zeigen, wie Verbraucherbildung nicht als zusätzliche Aufgabe, sondern als Chance für Ihre Schule verstanden werden kann. Dort, wo Sie junge Menschen stark für ihren Alltag und ihre Zukunft machen.

Ihr Team Verbraucherbildung



Inhalt

1. Einfach starten S. 6

Beginnen Sie mit einem kompakten Einstieg: Vier praktische Schritte zeigen, wie Sie Orientierung gewinnen und die Schulentwicklung anstoßen können.

2. Basiswissen Verbraucherbildung S. 14

Jetzt wird's konkret: Erfahren Sie, was sich hinter Verbraucherbildung verbirgt, und lernen Sie die vier Handlungsfelder kennen.

3. Basiswissen Schulentwicklung S. 19

Der Schlüssel zur Veränderung: Dieses Kapitel enthält das nötige Hintergrundwissen, um Schulentwicklung erfolgreich umzusetzen und das Schulprofil weiterzuentwickeln.

4. Der Weg zur Verbraucherbildung im Schulprofil S. 23

Vom guten Vorsatz zur gelebten Praxis: Diese fünf detaillierten Module unterstützen Sie und Ihre Schule auf dem Weg, Verbraucherbildung langfristig im Schulalltag zu verankern.

5. Unterstützung für die Praxis S. 50

Hier finden Sie Anwendungsbeispiele für fächerübergreifende Projekte, Tipps zur partizipativen Einbindung der Schüler:innen sowieso einen Wegweiser für die Zusammenarbeit mit außerschulischen Partner:innen.



Wie die Verbraucherzentrale bei Verbraucherbildung unterstützt

Stark für Schulen: Das Netzwerk Verbraucherbildung

Auf der Website www.verbraucherbildung.de finden Sie das gesamte Unterstützungsangebot des Verbraucherzentrale Bundesverbands. Neben aktuellen Terminen rund um die Verbraucherbildung finden Sie Inspiration für den Unterricht, wie etwa Good-Practice-Beispiele aus dem Schulalltag. Unser monatlicher Newsletter liefert Ihnen aktuelle Impulse direkt ins Postfach.



Unterrichtsmaterial auf dem Prüfstand: Der Materialkompass

Pädagogisch wertvoll oder bloß gut vermarktet? Im Materialkompass des Verbraucherzentrale Bundesverbands finden Sie unabhängig geprüfte Bildungsmaterialien für Ihren Unterricht. Nutzen Sie das Online-Tool für eine Hintergrundrecherche, finden Sie Inspiration für den Unterricht und erweitern Sie den Materialpool an Ihrer Schule.



Verbraucherbildung vor Ort

Wenn es um die Vermittlung von Alltags- und Konsumkompetenz bei jungen Menschen geht, sind die Verbraucherzentralen in den Bundesländern die richtigen Partner für Ihren Unterricht. Auf der Bildungsseite der Verbraucherzentralen finden Sie Unterrichtsmaterial, Workshops und Selbstlernangebote, um junge Menschen stark für ihren Alltag zu machen.



1. Einfach starten

Vier Schritte für den Praxis-Check

Schritt für Schritt bekommen Sie eine Idee davon, wie Verbraucherbildung in der Schulentwicklung gelingt. Das Kapitel bietet Orientierung und erste Impulse, damit Sie ein Gefühl dafür bekommen, wo Ihre Schule steht und wie Sie den Prozess gestalten können.



Wozu Verbraucherbildung?

Schulen versuchen implizit und explizit, junge Menschen fit für den Alltag zu machen. Um Schüler:innen die notwendigen Alltags- und Konsumkompetenzen zu vermitteln – sowohl im Unterricht als auch darüber hinaus – ist es sinnvoll, **diese Herausforderungen systematisch anzugehen** und die Verbraucherbildung fest im Schulprofil zu verankern.

Aber was ist eigentlich alles Verbraucherbildung?

Durch Verbraucherbildung erwerben Menschen Kompetenzen, die ihnen im Alltag helfen und sie vor Gefahren schützen. Je nach Bundesland ist die Verbraucherbildung in unterschiedlichen Leitfeldern verortet. Die vier ineinander verzahnten Handlungsfelder, die alle Bereiche des Konsumalltags abdecken und eng miteinander verknüpft sind, machen jedoch deutlich, dass Verbraucherbildung überfachliche Lernanlässe bietet:



1. Konsum und Lebensführung: Vielleicht analysieren Sie im Kunstunterricht gerade Werbeplakate oder Schaufenstergestaltung? Dann sind Sie schon mittendrin, denn in diesem Handlungsfeld geht es um bewusste Konsumententscheidungen und ihre Auswirkungen, also um Einkaufen und Werbung, Mode und Lifestyle, aber auch um Wohnen, Mobilität und Reisen. Dabei spielt auch immer Nachhaltigkeit eine Rolle.



2. Finanzen, Vorsorge und Verbraucherrechte: Sind Sie im Matheunterricht schon mal bei der Prozentrechnung auf das Thema Inflation oder Rabatte gestoßen? Dann machen Sie bereits Verbraucherbildung. Bei diesem Handlungsfeld steht ein bewusster Umgang mit Geld im Mittelpunkt, aber auch Verträge, Versicherungen und Verbraucherrechte sind wichtige Themen.



3. Medien und Information in einer digitalen Welt: Reflektieren Sie in Gemeinschaftskunde Propaganda und Desinformation? Auch das ist Verbraucherbildung, denn (digitale) Medien sind omnipräsent und Medienkompetenz wird immer wichtiger. Aber auch Kenntnisse zu Urheberrechten, Datenschutz und Künstlicher Intelligenz können vor Gefahren schützen und Chancen eröffnen.



4. Ernährung und Gesundheit: Haben Sie im Sportunterricht den Zusammenhang von Bewegung, Ernährung, Gesundheit und Leistungsfähigkeit besprochen? Das sind wichtige Verbraucherthemen, denn eine ausgewogene und nachhaltige Ernährung beschäftigt uns alle. Dazu gehört die Theorie, wie die Nahrungsmittelkette, Patientenrechte genauso wie praktisches Wissen zu Essgewohnheiten und Nahrungszubereitung.

Verbraucherbildung macht stark für den Alltag. Sie hilft den Schüler:innen **Fähigkeiten zu entwickeln**, um selbstbewusst und sicher ihr privates, berufliches und gesellschaftliches Leben zu gestalten. Verbraucherbildung hilft auch der Schule. Sie **stärkt die Schulgemeinschaft** durch die kollaborative Entwicklung und Schärfung von

Zielen, durch fächerübergreifende Zusammenarbeit und gemeinsame Verantwortung. Damit geht Verbraucherbildung mit Demokratiebildung einher, da das kompetente Handeln als Verbraucher:innen in den Zusammenhang mit Partizipation von mündigen Bürger:innen gestellt wird.

Verbraucherbildung ist ein **lebenslanger Lernprozess** und befähigt Menschen – ob jung oder alt – als Verbraucher:innen die Auswirkungen ihres Handelns auf das eigene Leben wie auch auf die Umwelt und die Gesellschaft zu erkennen und sinnvolle Entscheidungen zu treffen. Je früher sie Fer-

tigkeiten für einen reflektierten Konsum entwickeln, desto einfacher wird es für Kinder und Jugendliche, den steigenden Anforderungen in einer zunehmend **globalen, digitalen und komplexen Welt** der Waren und Dienstleistungen gerecht zu werden.

Wir machen alle schon Verbraucherbildung!

Beim Lesen der vorherigen Seite haben Sie sich wahrscheinlich schon gedacht: „Diese Themen machen wir doch schon längst!“ – und Sie haben völlig recht!

An jeder Schule gibt es schon zahllose Unterrichtsinhalte, Projekte und Maßnahmen, die sich mit Verbraucherbildung beschäftigen – auch wenn sie vielleicht noch nie durch diese Brille betrachtet wurden.

Als ersten Schritt auf dem Weg zur Verbraucherbildung im Schulprofil empfehlen wir daher, ein

Bewusstsein für Alltags- und Konsumkompetenz im Unterricht zu schaffen. Nehmen Sie sich ein Thema, das Sie im Unterricht, in einem Projekt oder einer AG mit den Schüler:innen behandelt haben und arbeiten Sie die Verbraucheraspekte konkret heraus.

Beispiel: Sie haben sich in der Schule bereits mit dem Thema „Werbung in sozialen Medien“ auseinandergesetzt? Erstellen Sie eine Mind Map und machen Sie auf diesem Weg deutlich, was Sie bereits umgesetzt haben.



Hilfreich können die vier Handlungsfelder der Verbraucherbildung sein. Auch Rahmenvorgaben und Lehrpläne können gute Impulse liefern, um thematische Aspekte oder Kompetenzen herauszuarbeiten.

Um einen besseren Überblick über Aktivitäten an Ihrer Schule zu bekommen, ist es hilfreich, das Vorhandene zu erfassen, zu strukturieren und darauf aufzubauen. Finden Sie aus jedem der vier Handlungsfelder der Verbraucherbildung Beispiele,

die schon an Ihrer Schule umgesetzt werden. Das können Themen sein, die sowieso im Fachunterricht stattfinden, aber auch kleine und große Projekte und Initiativen an Ihrer Schule.

I. Konsum und Lebensführung

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Beispiele

- Werbetricks der Supermärkte entlarven
- Tauschregal für Kleidung
- Energiesparen im Schulgebäude

II. Finanzen, Vorsorge und Verbraucherrechte

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Beispiele

- Taschengeldplaner: Einnahmen und Ausgaben im Blick behalten
- Kauf und Umtausch im Einzelhandel
- Nachhaltige Geldanlage

III. Medien und Information in einer digitalen Welt

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Beispiele

- Social Media und Datenschutz
- Aufklärung über Cybermobbing
- Fake News und Künstliche Intelligenz

V. Ernährung und Gesundheit

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Beispiele

- Regionale und saisonale Lebensmittel
- gesundheitsförderlicher Lebensstil
- Lebensmittelsiegel im Vergleich

Was wollen wir erreichen?

Damit Sie und Ihre Kolleg:innen den Prozess erfolgreich gestalten, ist es wichtig, sich **mit Ihrer Motivation auseinanderzusetzen** und die eigenen Ziele zu definieren. Die Ausformulierung Ihrer Ziele ermöglicht es, einen klaren Weg mit passenden Maßnahmen zu bestimmen, den Sie als Schule gehen. So entsteht ein gemeinsames Verständnis, das es Ihnen ermöglicht, den Weg mit Überzeugung zu gehen.

Wir ermutigen Sie, die von Ihnen bestimmten Ziele zu visualisieren und für Sie einen passenden Ort in Ihrem Lehrerzimmer oder Büro zu finden, an dem Sie die Ziele etwa auf einem Plakat immer wieder **vor Augen haben**.

Welche der folgenden **Ziele motivieren Sie** und Ihre Kolleg:innen?

- Schule relevanter für den Alltag der Schüler:innen machen ☐
- unseren Schüler:innen wichtiges Wissen vermitteln ☐
- unsere Schüler:innen mit praktischen Fähigkeiten aufs Leben vorbereiten ☐
- Schüler:innen/Eltern stärker einbinden ☐
- Fachunterricht enger mit der Lebenssituation verknüpfen ☐
- eigenes Wissen vergrößern und dazulernen ☐
- Schulalltag durch Projektstage/-wochen auflockern ☐
- Image der Schule aufbessern ☐
- unterschiedliche Akteure innerhalb der Schule zusammenbringen ☐
- fächerübergreifende Kooperation verbessern ☐
- das Profil der Schule stärken ☐
- mit außerschulischen Partnern kooperieren ☐

•

•

•

•

☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐
☐

Wie kommen Sie ans Ziel?

Für das Erreichen von mittel- und langfristigen Zielen ist die **Formulierung konkreter Maßnahmen** hilfreich. So lässt sich auch die große Aufgabe, Verbraucherbildung im Schulprofil zu verankern, in tragbare Pakete unterteilen und **auf viele Schülern verteilen**. Dieser Schritt der Schulentwicklung ist daher der Start und mündet mit der Implementierung in Ihrem Schulprogramm. Das Schulprogramm spiegelt die Schwerpunktsetzung Ihrer Schule wider und ist eine Entwicklungsaufgabe. Damit Ihr Vorhaben gelingen kann, braucht es eine breite Akzeptanz und Möglichkeiten zur Partizipation. Daher ist es wichtig neben den Schüler:innen

auch die **erweiterte** Schulgemeinschaft in diese Aufgabe miteinzubeziehen.

Verschiedene Ziele benötigen verschiedene Maßnahmen: Wer Unterrichtsmaterial weiterentwickeln möchte, muss anders vorgehen als ein Team, das Kooperationen mit außerschulischen Partnern etablieren möchte. Erstellen Sie **einen Zeitplan** und vereinbaren Sie konkrete **Meilensteine**. Dadurch lässt sich später überprüfen, was umgesetzt wurde, und zurückverfolgen, welche Ziele erreicht wurden und eventuell auch, welche Maßnahmen liegen geblieben sind.

- Was können wir konkret innerhalb der nächsten zwölf Monate schaffen?
- Welche Maßnahmen sind notwendig/möglich, um jedes dieser Ziele zu erreichen?
- Was sind sinnvolle Zwischenschritte?
- Bis wann (Datum!) wird was erledigt?
- Welche Personen sind beteiligt und verantwortlich?
- Welche Aufgaben hat jede Person?
- Wo könnte es zu Problemen kommen?
- Wobei brauchen wir Unterstützung und von wem?
- Wie lässt sich messen, ob wir unsere Ziele erreichen?
- Wer schreibt abschließend die Verbraucherbildung in das Schulprogramm?

Wer ist alles dabei?

Falls es noch keine etablierte Steuergruppe gibt, empfehlen wir, eine zu bilden: **Ihr Schulteam.**

Überlegen Sie dafür, wer welche Kompetenzen und Perspektiven einbringen kann, aber betrachten Sie auch selbstkritisch, wer welche Kapazitäten hat.

Verbindliche Rollen und Aufgabenverteilung helfen, Missverständnissen vorzubeugen und die Arbeit effizienter zu machen.

Feste Mitglieder des Schulteams sind in der Regel diejenigen, die den Prozess initiiert haben. Wichtig ist eine gute Vernetzung zu allen Akteur:innen an Ihrer Schule. Daher bietet es sich an, Lehrkräfte aus verschiedenen **Fachbereichen, weiteres pädagogisches Personal** (Sozialpädagog:innen) sowie **weitere Mitarbeitende** (etwa aus der Küche oder dem Hausmeisterbüro) ins Schulteam aufzunehmen oder zumindest einen guten Kontakt zu ihnen zu haben.



Vorteilhaft ist auch, ein Mitglied der (erweiterten) **Schulleitung** dabei zu haben oder zumindest eine direkte Kommunikationslinie zu dieser zu schaffen.

Vereinbaren Sie einen **Rhythmus** für Ihre Treffen. Wir empfehlen eher häufige kurze Treffen als seltene lange, um Energie und Motivation zu wahren und den Aufwand der Wiederanknüpfung zu vermeiden. In der Anfangsphase werden Sie sich

häufiger abstimmen, bis die Verantwortlichkeiten klarer definiert sind und sich die Aufgaben deutlicher voneinander abgrenzen lassen.

Sehen Sie diese Zeit als wichtigen Schritt – sie legt das Fundament für eine starke Zusammenarbeit und zeigt, dass Sie gemeinsam auf dem richtigen Weg sind!

Vorschläge zur Umsetzung

Mitglieder	Rollen	Aufgaben	Struktur
Schulleitung	Leitung	Struktur schaffen und pflegen	Treffen: Wann? Wie oft? Wer? Wo?
verschiedene Fachbereiche	Kommunikation	Termine finden, kommunizieren und einhalten	Kompensation für Arbeitszeit?
päd. Personal	Inhaltliches	Inhalte entwickeln	Tipp: Etablieren Sie kurze Treffen und bringen Sie sich bei einem „Check-In Verbraucherbildung“ auf den aktuellen Stand.
weitere Mitarbeitende	Dokumentation	Projekte planen und umsetzen	
		Evaluation	

2. Basiswissen Verbraucherbildung

Was junge Menschen für ihren Alltag brauchen

Taschengeld im Blick behalten, Fake News durchschauen oder Risiken beim Online-Shopping erkennen – solche Situationen prägen den Alltag junger Menschen. Dieses Kapitel zeigt, welche Handlungsfelder hinter der Verbraucherbildung stehen und wie sie zentrale Aspekte des Konsumalltags bündeln. Nachhaltigkeit und Digitalisierung ziehen sich dabei als Leitgedanken durch alle Bereiche und machen deutlich, warum Verbraucherbildung eine Schlüsselkompetenz für die Zukunft ist.



Hintergrund: „Empfehlung zur
Verbraucherbildung an Schulen“,
Bildungsministerkonferenz, 2025

Konsum & Lebensführung

Konsum und Lebensführung bilden das Ursprungsfeld der Verbraucherbildung: Was wird gekauft? Welche Auswirkungen hat das Konsumverhalten – und wieviel Geld wird eigentlich wofür ausgegeben?

Nachhaltigkeit ist essenziell bei der Verbraucherbildung. Die Schüler:innen sollen vor allem lernen, ihren eigenen Konsum zu hinterfragen. Denn mit jedem Einkauf, jeder Reise und jeder Bestellung im Internet nehmen sie Einfluss darauf, inwieweit Ressourcen und Energie verwendet und unter welchen Bedingungen die Produkte hergestellt werden. In einer globalisierten Welt beginnt Nachhaltigkeit schon bei alltäglichen Entscheidungen.

Doch die Verantwortung liegt nicht allein beim Individuum: Verbraucherbildung vermittelt, wie Verbraucher:innen durch gesellschaftliche und politische Partizipation Einfluss auf Märkte nehmen können. Sie zeigt auf, wo Grenzen liegen und welche Rolle wei-

tere Akteure und Rahmenbedingungen spielen. Sie berücksichtigt dabei das strukturelle Ungleichgewicht zwischen Verbraucher:innen und Unternehmen und macht Handlungsspielräume deutlich.

Auch Mode und Lifestyle sind wichtige Elemente der Selbstfindung und -vergewisserung in der Jugend, weshalb sie von Unternehmen gezielt angesprochen werden. Gerade junge Menschen sind besonders empfänglich für Werbung und gezielte Marketingstrategien. Sich damit systematisch auseinanderzusetzen kann sie davor schützen, auf Werbeversprechen hereinzufallen und somit bewusstere Konsumententscheidungen zu treffen.

Konsumfelder wie für den Umgang mit Themen wie Wohnen, Energie und Mobilität, die meist erst nach der Schulzeit wichtig werden, können schon früh wichtige Grundsteine gelegt werden.

Konsum und Lebensführung im Unterricht

Es ist wichtig, sich früh bewusst zu werden, dass die Erfüllung der eigenen Bedürfnisse und die Verwirklichung des eigenen Lifestyles durch Konsum Auswirkungen hat, lokal wie global. Indem Schüler:innen sich als Teil größerer Zusammenhänge wahrnehmen, können sie bewusster leben und bewusster Konsumentscheidungen treffen. Sie werden außerdem vor problematischen Werbeversprechen geschützt und können sich freier selbst entfalten.

Welche Aspekte umfasst Konsum und Lebensführung?

Einerseits wird das Wechselspiel von individuellen Bedürfnissen und Wünschen mit Märkten, Werbung und Marketing thematisiert. Andererseits geht es um größere Zusammenhänge wie die langfristigen Auswirkungen des Konsums auf Klima und Ressourcen und die Frage, welchen Einfluss Verbraucher:innen haben und wo ihnen Grenzen gesetzt sind.



Finanzen, Vorsorge & Verbraucherrechte

Taschengeld, Geldgeschenke und Ersparnisse – viele Kinder und Jugendliche verfügen heute über eine bemerkenswerte Kaufkraft. Mehr denn je sind sie Teil der Konsumwelt und damit eine besonders attraktive Zielgruppe für die Werbewirtschaft. Influencer:innen sprechen Wünsche und Unsicherheiten junger Menschen an und versprechen ihnen vermeintlich einfache Gewinnmaximierung. Hinzu kommt, dass viele Jugendliche ihren Lifestyle auch über Konsumgüter definieren. Inzwischen ist sogar der für sie so wichtige Bereich der sozialen

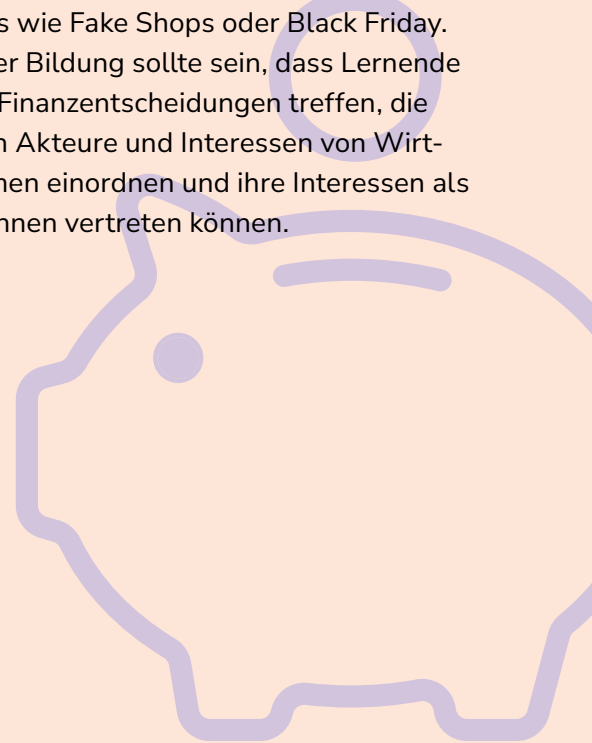
Kommunikation mit der Geld- und Konsumwelt verschmolzen, etwa wenn man direkt in sozialen Medien shoppen kann. Problematisch ist, dass Schüler:innen im Bereich der Finanzkompetenz zum Teil große Defizite aufweisen, wie Studien regelmäßig zeigen. Ein anderes Ergebnis entsprechender Untersuchungen ist allerdings auch, dass sich junge Menschen durchaus wünschen, die nötigen Grundlagen zu Finanz- und Wirtschaftsthemen für ihr weiteres Leben zu erlernen. Daran können Schulen anknüpfen.

Finanzen, Vorsorge und Verbraucherrechte im Unterricht

Mit dem eigenen Geld gut umgehen zu können ist ein wichtiger Erfolgsfaktor fürs Leben. Wer über seine Verhältnisse lebt oder Finanzangebote unzureichend prüft, kann leicht in die Verschuldung oder in Abo-Fallen geraten, auf Fake Shops oder Pseudo-Rabattaktionen reinfallen. Finanzielle Bildung vermittelt das Rüstzeug, um sich als Verbraucher:in gegenüber Unternehmen behaupten zu können, aber auch das Wissen, wie unser Wirtschaftssystem funktioniert und wer darin welche Interessen vertritt.

Welche Aspekte umfasst die finanzielle Bildung?

Die finanzielle Bildung umfasst in jüngeren Jahren Themen wie die Unterscheidung von Wünschen und Bedürfnissen, Taschengeld und einfache Kaufvorgänge. Mit älteren Lernenden können Themen wie Schuldenprävention, Finanzprodukte, Kredite, Steuern, Verträge und Versicherungen behandelt werden, aber auch Herausforderungen des Onlinehandels wie Fake Shops oder Black Friday. Ziel finanzieller Bildung sollte sein, dass Lernende unabhängige Finanzentscheidungen treffen, die verschiedenen Akteure und Interessen von Wirtschaftssystemen einordnen und ihre Interessen als Verbraucher:innen vertreten können.



Medien & Information in einer digitalen Welt

Digitale Medien sind aus unserer Welt nicht mehr wegzudenken. Vor allem für Schüler:innen gehören digitale Inhalte ganz selbstverständlich zur Lebenswirklichkeit: Sie bewegen sich in sozialen Netzwerken, streamen Serien und Filme oder nutzen KI-Assistenten. Doch nur weil Kinder und Jugendliche mit digitalen Medien aufwachsen, heißt das nicht, dass sie diese Technologien reflektiert einsetzen und mögliche Gefahren rechtzeitig erkennen. Auch die Bedrohung durch Fake News und manipulative Inhalte nimmt durch frei verwendbare KI-Tools weiterhin zu. Zudem ändern und erweitern sich die

technischen Möglichkeiten ständig, wodurch immer neue Herausforderungen entstehen, mit denen junge Menschen umgehen müssen.

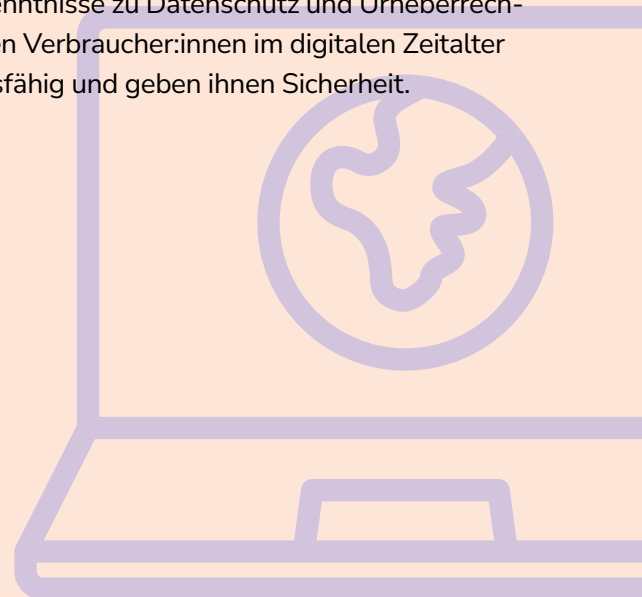
Sie dabei zu begleiten, ist auch eine Aufgabe des Lernraums Schule. Schüler:innen sollen jedoch nicht nur die Funktionsweise digitaler Medien begreifen (Medienanalyse), sondern darüber hinaus befähigt werden, das eigene Leben in einer medial geprägten Gesellschaft selbstbestimmt und sozial verantwortlich zu gestalten (Medienkonsum). Verbraucherbildung bietet dafür praktische Anknüpfungspunkte.

Medien und Information im Unterricht

Medien sind ein unverzichtbarer Bestandteil des Alltags von Kindern und Jugendlichen. Allerdings schwankt die Qualität der Medienangebote erheblich: Im Internet können Inhalte ohne Einhaltung journalistischer Standards veröffentlicht werden, oft ohne sorgfältige, faktenbasierte Prüfung. Die Fähigkeit, valide und vertrauenswürdige Inhalte zu erkennen, die auch persönlich relevant sind, wird als Medienkompetenz bezeichnet. Diese Kompetenz muss erst entwickelt werden.

Welche Aspekte umfasst die digitale Bildung?

Medienkompetenz umfasst nicht nur die Nutzung und Anwendung digitaler Geräte, Software und Apps, sondern auch das Lernen über mediale Themen wie Quellenprüfung und Fake News, Social Media und Influencer:innen, Onlinehandel und -werbung sowie Gaming. Wer die Funktionsweise von Algorithmen und Künstlicher Intelligenz versteht, kann Gefahren besser einschätzen. Zugleich eröffnen sich Chancen, die digitalen Technologien für Lernen, Kreativität und gesellschaftliche Teilhabe zu nutzen. Kenntnisse zu Datenschutz und Urheberrechten machen Verbraucher:innen im digitalen Zeitalter handlungsfähig und geben ihnen Sicherheit.



Ernährung & Gesundheit

Klar, den meisten Schüler:innen, aber auch vielen Erwachsenen, schmeckt der Schokoriegel zwischendurch besser als Obst oder Gemüse – und er ist zudem einfacher zu besorgen. Gleiches gilt für zuckerhaltige Softdrinks. Für viele Jugendliche ist es außerdem einfacher, sich nach der Schule schnell eine Tiefkühlpizza zu machen, als frisch zu kochen. Es ist also nicht verwunderlich, dass Ernährungsstudien immer wieder darauf hinweisen, dass Schüler:innen zunehmend den Bezug zu gutem Essen und frischen Lebensmitteln verlieren – sei es aufgrund von fehlendem Wissen oder aus

mangelndem Interesse. Zugleich steigt die Lebensmittelverschwendung, während ein Großteil dieser Lebensmittelabfälle vermeidbar wäre. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es ein wichtiges Ziel der schulischen Verbraucherbildung, den Kindern und Jugendlichen eine verantwortungsbewusste und gesundheitsförderliche Ernährung nahe zu bringen. Schüler:innen sollen dafür sensibilisiert werden, welche Auswirkungen ihr Konsumverhalten und ihre Ernährungsentscheidungen haben – auf ihre eigene Gesundheit, ihr Wohlbefinden und auf die Umwelt.

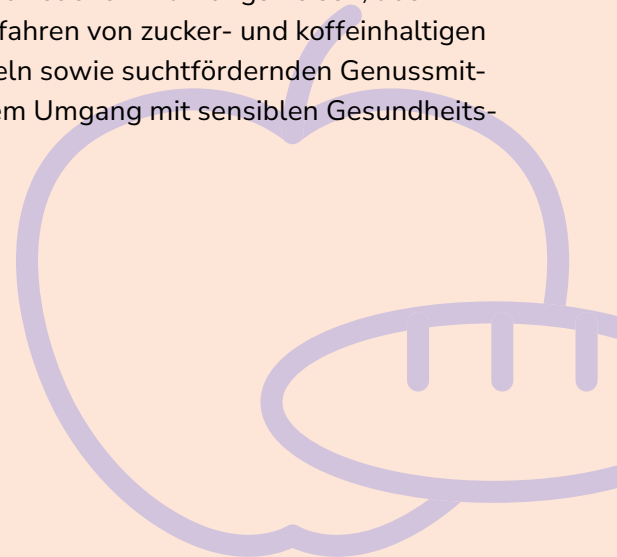
Ernährung und Gesundheit im Unterricht

Ernährung und Gesundheit hängen eng zusammen – denn eine ausgewogene und nährstoffreiche Ernährungsweise fördert auch die körperliche Gesundheit. Nicht jedes Kind bekommt im Elternhaus vermittelt, wie man sich gesund und ausgewogen ernährt. Hier kann Schule einen wichtigen Beitrag leisten. Ernährungs- und Gesundheitsbildung eignen sich besonders für praxisorientierte Arbeit – etwa durch Einkaufstouren im Supermarkt, Kochworkshops in der Mensa oder die kritische Nutzung digitaler Gesundheitshelfer wie Apps und Fitnesstracker.

Lebensmittel sind zudem unser häufigstes Konsumgut im Alltag. Im Dschungel der unterschiedlichen Siegel, Label und Scores den Durchblick zu behalten, ist nicht einfach, aber wichtig, wenn wir bewusste Kaufentscheidungen treffen wollen. Gleichzeitig erfassen junge Menschen ihre Bewegung, den Schlaf oder Ernährung, was aber Fragen zu Datenschutz, Werbung und Patientenrechten aufwirft.

Welche Aspekte umfasst die Ernährungs- und Gesundheitsbildung?

Die Ernährungsbildung umfasst Themen wie Lebensmittel und ihre Herkunft, Qualität und Kennzeichnung sowie Werbestrategien der Lebensmittelbranche, aber auch globale Fragen wie Produktionsbedingungen und Lebensmittelverschwendung. Ergänzt wird sie durch die Auseinandersetzung mit mentaler Gesundheit, digitalen Gesundheitsangeboten und Patientenrechten. Diskutiert werden können verschiedene Ernährungsweisen, aber auch die Gefahren von zucker- und koffeinhaltigen Lebensmitteln sowie suchtfördernden Genussmitteln oder dem Umgang mit sensiblen Gesundheitsdaten.



3. Basiswissen Schulentwicklung

Wie Schulen sich gezielt weiterentwickeln

Schulen entwickeln sich ständig weiter, ob durch neue Impulse oder alltägliche Routinen. In diesem Abschnitt erfahren Sie, welche Rolle die Schulentwicklung spielt und wie Verbraucherbildung darin eingebettet werden kann. Für einen gemeinsamen Weg, der von der gesamten Schulgemeinschaft getragen wird und nicht allein vom Engagement Einzelner abhängt. Die Verankerung von Verbraucherbildung im Schulprogramm macht auch nach außen deutlich, dass Ihre Schule junge Menschen gezielt auf verantwortungsbewusstes und selbstbestimmtes Handeln im Alltag vorbereitet.



Schulentwicklung – Ein Überblick

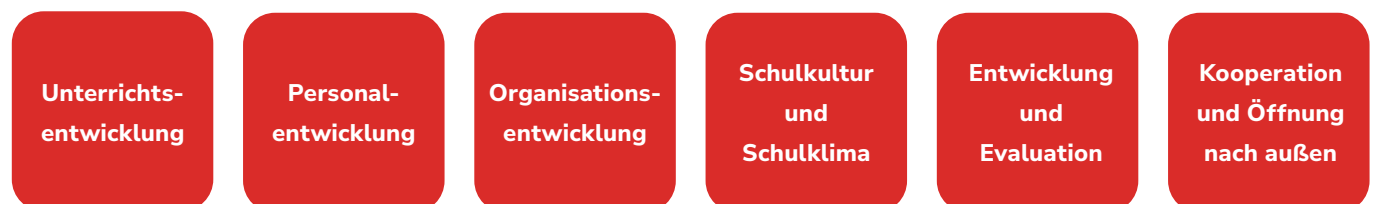
Im Folgenden beziehen wir uns auf die Handlungsfelder der Schulentwicklung gemäß dem Referenzrahmen Schulqualität Baden-Württemberg¹ und dem Orientierungsrahmen Schulqualität in Niedersachsen². In ähnlicher Form findet man das Konzept auch bei H. Lindemann³.

Schulentwicklung umfasst alle systematischen Maßnahmen, mit denen Schulen ihre Qualität langfristig sichern und stetig verbessern. Sie betrifft von der Grundschule bis zur Berufsschule alle Schulformen. Sie ist kein einmaliges Projekt, sondern ein kontinuierlicher Prozess, der darauf abzielt, Lernen und Lehren optimal zu gestalten, Strukturen effizient zu organisieren und ein wertschätzendes Miteinander zu fördern. Dies alles soll Schüler:innen dazu befähigen, mündige Bürger:innen zu werden.

Dabei wirken verschiedene Bereiche zusammen – vom Kernbereich des Unterrichts über die Gestaltung der Arbeitsbedingungen bis hin zu Kooperationen außerhalb der Schule.

Die folgenden sechs Handlungsfelder der Schulentwicklung zeigen, welche zentralen Aspekte bei einer wirksamen Schulentwicklung im Blick stehen sollten und gibt Ihnen darüber hinaus praktische Beispiele in Bezug auf die Verbraucherbildung.

Schulentwicklung ist dann besonders wirksam, wenn sie alle sechs Handlungsfelder im Blick behält. Sie gelingt, wenn Lehrkräfte, Schulleitung, Schüler:innen sowie Eltern gemeinsam daran arbeiten, Lernen und Schule immer wieder neu zu gestalten. Wenn **Verbraucherbildung** in der gesamten Schulentwicklung mitgedacht wird, gewinnt sie an Tiefe und Wirkung. Sie wird nicht zum Zusatzthema, sondern **zu einem festen Bestandteil der Schule und ihrer Entwicklung**.



1. Unterrichtsentwicklung

Im Zentrum der Schulentwicklung steht die **Verbesserung und Weiterentwicklung der Unterrichtsqualität**. Hierzu gehört, Unterricht so zu gestalten, dass er klar strukturiert, fachlich fundiert und methodisch abwechslungsreich ist. **Individualisierung und Differenzierung** ermöglichen es, die unterschiedlichen Lernvoraussetzungen der

Schüler:innen gezielt zu berücksichtigen – sei es durch flexible Aufgabenformate, unterschiedliche Lernwege oder individualisierte Förderangebote. Ein weiterer wichtiger Baustein ist die **Digitalisierung im Unterricht**. Digitale Medien und Werkzeuge eröffnen neue Zugänge zum Lernen, fördern selbstgesteuertes Arbeiten und ermöglichen vielfältige Formen der Zusammenarbeit.

¹ Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg: Referenzrahmen Schulqualität Baden-Württemberg. Ausgabe 2.1. 2023.

² Niedersächsisches Kultusministerium: Orientierungsrahmen Schulqualität in Niedersachsen. 2014.

³ Lindemann, Holger: Unternehmen Schule: Organisation und Organisationsentwicklung. V&R Göttingen/Bristol, S. 234ff., 2017.

Zugleich geht es um die gezielte **Förderung von Kompetenzen**: Neben fachlichen Fertigkeiten gehören Sprachförderung, Medienkompetenz, kritisches Denken und die Fähigkeit zur Zusammenarbeit dazu. Entscheidend ist eine ganzheitliche Kompetenzentwicklung, die alle Fächer und schulischen Zusammenhänge einbindet. So entsteht eine integrative Herangehensweise, die nicht nur Lernen vertieft, sondern auch Demokratiebildung fördert und Schüler:innen befähigt, Verantwortung in Gesellschaft und Schule zu übernehmen.

An diesem letzten Punkt lässt sich die Verbraucherbildung leicht anknüpfen, da beispielsweise das kritische Denken ebenso eine zentrale Kompetenz der **Verbraucherbildung** darstellt.

Beispiel: In Mathematik berechnen die Schüler:innen die tatsächlichen Kosten eines Handytarifs, vergleichen Angebote online und reflektieren, wie Werbung Kaufentscheidungen beeinflussen kann.

2. Personalentwicklung

Die Qualität des Unterrichts hängt maßgeblich von den Lehrkräften ab. Daher ist die Fort- und **Weiterbildung von Lehrkräften** ein zentrales Element der Schulentwicklung. Angebote sollten praxisnah sein, aktuelle pädagogische und fachliche Entwicklungen aufgreifen und Raum für kollegialen Austausch bieten.

Genauso wichtig ist die **Teamentwicklung und Zusammenarbeit** im Kollegium. Gemeinsame Zielsetzungen, regelmäßige Absprachen und gegenseitige Unterstützung stärken das pädagogische Handeln und schaffen eine einheitliche Linie im Schulalltag.

Darüber hinaus trägt die **Nachwuchsförderung**, beispielsweise durch **Mentoring neuer Lehrkräfte**, dazu bei, dass Know-how weitergegeben wird und neue Kolleg:innen gut in das Team und die Schulstruktur hineinwachsen.

Beispiel: Ein schulinterner Workshop zu „nachhaltigem Einkaufen“ bringt Kolleg:innen aus verschiedenen Fächern zusammen und inspiriert zu gemeinsamen Unterrichtsideen.

3. Organisationsentwicklung

Eine funktionierende Organisation schafft die Grundlage für reibungsloses Arbeiten. Dazu gehört es, **Schulstruktur und Abläufe zu verbessern**, etwa durch klare Zuständigkeiten, transparente Prozesse und eine sinnvolle Arbeitsteilung.

Effiziente **Kommunikationswege und Entscheidungsprozesse** stellen sicher, dass Informationen alle Beteiligten rechtzeitig erreichen und Entscheidungen nachvollziehbar sind.

Ebenso wichtig ist eine **effiziente Zeit- und Ressourcenplanung** – von der Terminorganisation über den Einsatz von Materialien bis hin zur Nutzung von Räumlichkeiten. Eine durchdachte Organisation entlastet und schafft mehr Zeit für die pädagogische Arbeit.

Beispiel: Die Schule richtet einen jährlichen „Verbraucherbildungstag“ ein, der in der Jahresplanung fest verankert ist.

4. Schulkultur und Schulklima

Die Atmosphäre in einer Schule wird stark von ihren **Werten und Normen** geprägt. Eine Schulkultur, die auf Respekt, Offenheit und gegenseitiger Unterstützung basiert, wirkt sich positiv auf Motivation und Lernbereitschaft aus.

Der **Umgang miteinander** – von Lehrkräften, Schüler:innen sowie Eltern – sollte von Wertschätzung und konstruktiver Kommunikation getragen sein. Wichtiger Bestandteil ist auch die **Partizipation und Mitbestimmung**: Wenn Schüler:innen, Lehrkräfte und Eltern aktiv in Entscheidungsprozesse einbezogen werden, steigt die Identifikation mit der Schule und die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen.

Beispiel: Der Schüler:innenrat/die Gesamtschüler:innenvertretung plant zusammen mit der Schulleitung und/oder dem entsprechenden Gremium eine Sitzung zum Thema „Bio-Lebensmittel und fairer Handel in der Cafeteria.“ in der Schule.

5. Qualitätsentwicklung und Evaluation

Eine wirksame Schulentwicklung stützt sich auf überprüfbare Grundlagen. Die **Nutzung von Daten und Evaluationsergebnissen** – etwa aus Lernstandserhebungen oder Schulinspektionen – hilft, Stärken und Entwicklungsfelder klar zu benennen.

Eine gelebte **Feedbackkultur**, beispielsweise durch regelmäßiges **Schülerfeedback**, unterstützt die Reflexion und Weiterentwicklung des Unterrichts.

Auf dieser Basis können **Zielvereinbarungen und Entwicklungsschwerpunkte** festgelegt werden, die eine klare Ausrichtung geben und Fortschritte messbar machen.

Beispiel: Nach einer Evaluation beschließt die Schule, im nächsten Jahr stärker auf das Thema „digitale Kaufverträge“ einzugehen, weil viele Schüler:innen hier unsicher sind.

6. Kooperation und Öffnung nach außen

Schulen profitieren, wenn sie nicht isoliert arbeiten, sondern den Austausch suchen. **Die Zusammenarbeit mit Eltern, Betrieben, Vereinen** und anderen Institutionen erweitert das Lernangebot und schafft zusätzliche Unterstützungsressourcen.

Ein zentrales Thema ist auch das **Gestalten von Übergängen** – beispielsweise von der Grundschule zur Oberschule oder von der Schule in den Beruf. Durch frühzeitige Abstimmung und gezielte Vorbereitung können Brüche vermieden und Chancen verbessert werden.

Die **Vernetzung im Sozialraum** – also die aktive Einbindung in das Umfeld der Schule – stärkt nicht nur die Schule selbst, sondern auch die Gemeinschaft, in der sie wirkt.

Beispiel: Der Workshop „Mein erstes Girokonto“ von der Verbraucherzentrale ergänzt einen praxisnahen Projekttag zum „Umgang mit dem eigenen Geld“.

4. Der Weg zur Verbraucherbildung im Schulprofil

Fünf Module für eine langfristige Verankerung

Auf den nächsten Seiten erwarten Sie fünf Module, die Sie dabei unterstützen, Verbraucherbildung im Schulprofil Ihrer Schule zu verankern. Jede Schule bringt eigene Stärken und Möglichkeiten mit und genau daran können Sie anknüpfen. Die Module bieten Freiräume, sodass Sie genau dort starten können, wo Ihre Schule gerade steht.



Modul 1: Impuls**Bereit für Verbraucherbildung**

Sensibilisierung und erste Impulse zur Verbraucherbildung im Kollegium und Schulalltag.

Modul 2: Anstoßworkshop**Den Stein ins Rollen bringen**

Schulische Akteur:innen einbeziehen, Verbraucherbildung klar kommunizieren und gemeinsam eine fundierte Basis schaffen.

Modul 3: Praxis**Vom Impuls zur Routine**

Verstetigung bestehender Aktivitäten und Integration in schulische Abläufe.

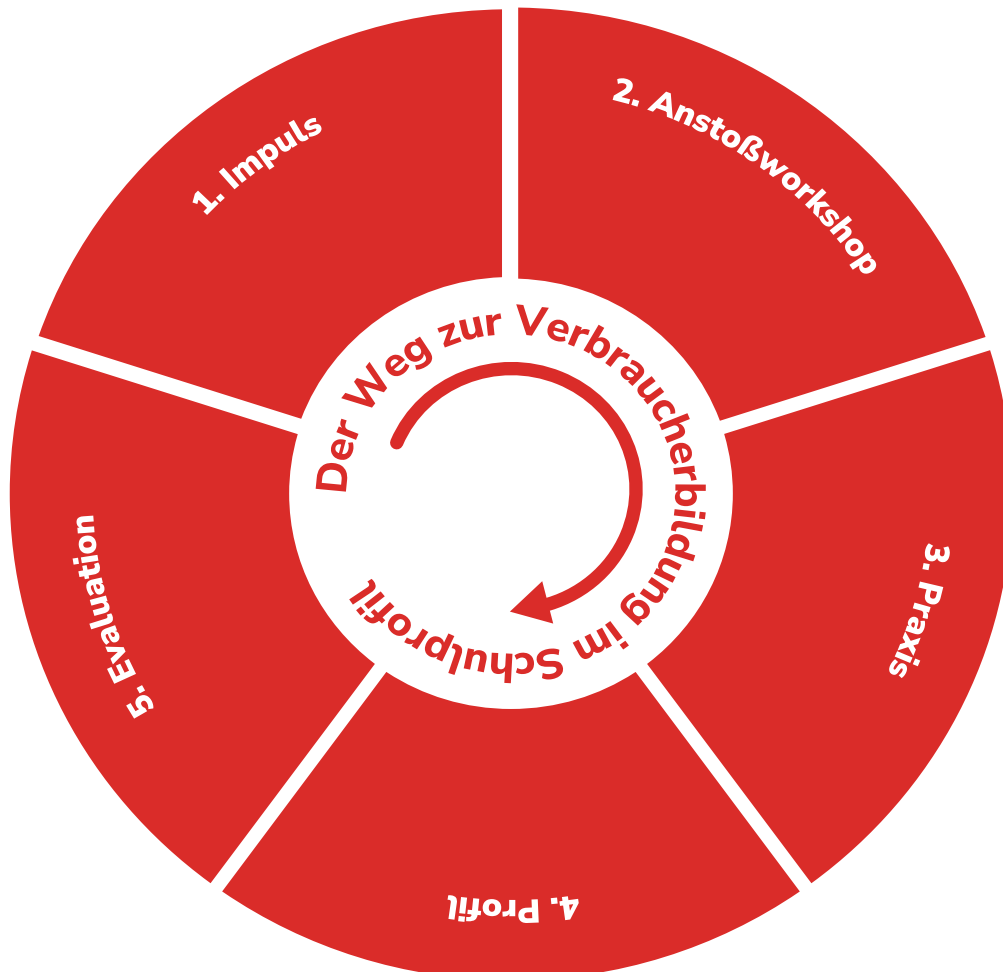
Modul 4: Profil**Kompetenz als Markenzeichen**

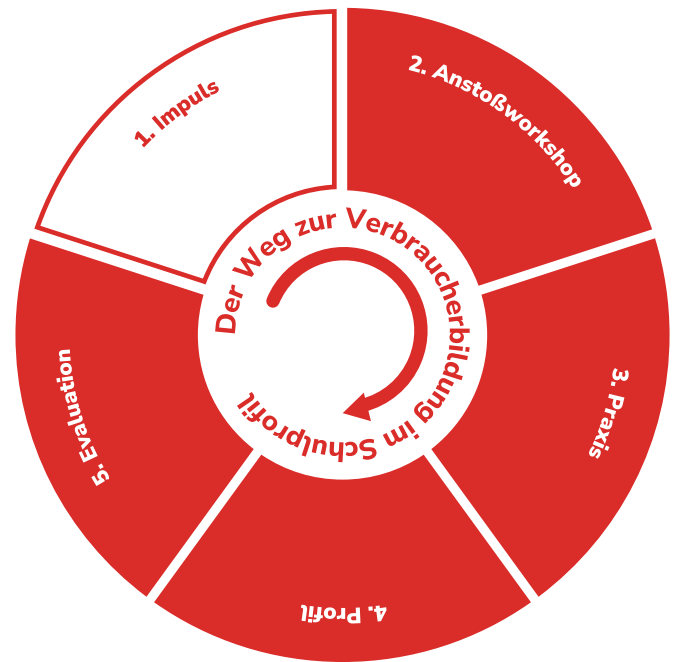
Formelle Verankerung im Schulprogramm, Leitbild oder Qualitätsentwicklungsprozess.

Modul 5: Evaluation**Weiterdenken statt stehenbleiben**

Evaluation bestehender Maßnahmen und kontinuierliche Weiterentwicklung.

Ein derart umfassender Prozess lässt sich nur gemeinsam umsetzen, deshalb raten wir Ihnen, dass Sie möglichst früh Verbündete suchen, die Sie dabei unterstützen können. Details und Tipps zur Bildung und Arbeit des Schulteams finden Sie hier in den [Modul 2](#) und [Modul 3](#).





Modul 1 : Impuls – Bereit für Verbraucherbildung

Sie möchten Verbraucherbildung an Ihrer Schule fest verankern, sind aber noch unsicher, wo Sie anfangen sollen? Dieses Modul gibt Ihnen Impulse für den Einstieg.

Zu Beginn eines Prozesses geht es vor allem darum, das Vorhaben in Ihrer Schulgemeinschaft sichtbar zu machen und die relevanten Akteur:in-

nen ins Boot zu holen. So entsteht ein gemeinsames Verständnis und Sie können einschätzen, wann der richtige Moment für den Start gekommen ist. Wichtig ist auch, frühzeitig zu überlegen, wie Verbraucherbildung für alle am Lernort Schule erlebbar wird und wie sie langfristig im Schulprogramm verankert werden kann, damit das Thema nicht nur punktuell, sondern dauerhaft Wirkung entfaltet.

Leitfragen

- Wie kann an unserer Schule vermittelt werden, dass Verbraucherbildung eine Relevanz hat?
- Wo gibt es bereits Ansatzpunkte, von denen aus wir weiterarbeiten können?
- Wie und wann beginnt der Schulentwicklungsprozess Verbraucherbildung?

Ziele

- die Attraktivität und den positiven Einfluss eines Schulprofils Verbraucherbildung für Mitarbeitende, Schüler:innen und Eltern aufzeigen
- einen ersten groben (Zeit-)Plan aufstellen, um das Thema anzugehen
- verständlich machen, dass Verbraucherbildung kein neues Thema ist, das zusätzliche Kräfte und Arbeitszeit benötigt, sondern viele bestehende Aktivitäten ordnet

Handlungsempfehlungen

Auseinandersetzung mit Verbraucherbildung

Sicherlich haben Sie schon eine Idee von Verbraucherbildung. Schauen Sie sich auch an, was die Ziele und die vier Handlungsfelder der Verbraucherbildung sind. Die Bildungsministerkonferenz hat außerdem eine [Empfehlung für die Schule](#) erarbeitet, auf die Sie zurückgreifen können.

Der Mehrwert von Verbraucherbildung für die Schulgemeinschaft

Verbraucherbildung ist ein Thema, das alle Beteiligten an der Schule betrifft und zu dem alle beitragen können. Damit Sie die notwendige Unterstützung aller Beteiligten an der Schule erhalten ist wichtig, dass Sie sich klarmachen:

- Wie greift Verbraucherbildung den aktuellen Alltag der Schüler:innen auf?
- Welche praktischen Fragen des Lebens kann Schule beantworten, um Schüler:innen stark für ihre Zukunft zu machen?
- Welche Chancen eröffnen sich für Lehrkräfte, wenn Sie diese Themen im Unterricht behandeln?
- Kann Verbraucherbildung nicht nur Schüler:innen, sondern der gesamten Schulgemeinschaft zugutekommen?
- Inwiefern ist Verbraucherbildung auch für Eltern bedeutsam?
- Welche positive Wirkung kann Verbraucherbildung über Schule hinaus entfalten?

Erster Überblick, wo Verbraucherbildung an der Schule schon stattfindet

Verbraucherbildung ist längst Teil des schulischen Alltags. Es geht nicht darum, neue Aufgaben zu erfinden, sondern darum, das bereits Gelebte sichtbar zu machen und weiterzuentwickeln. Wenn Unterricht die Lebenswelt der Schüler:innen – ihre Fragen zu Konsum, Medien oder Alltag – aufgreift, entstehen bereichernde Lernmomente, die fit fürs Leben machen. Sammeln Sie daher, welche Unter-

richtseinheiten und Aktivitäten an Ihrer Schule schon heute Verbraucherbildung fördern.

Kontakt zur Schulleitung

Wir empfehlen Ihnen, die Schulleitung frühzeitig über ihre Idee zu informieren. Um eine Veränderung an ihrer Schule anzustoßen und Verbraucherbildung zu einem gemeinsamen Vorhaben zu machen, braucht es einen passenden Rahmen. Holen Sie sich die Unterstützung der Schulleitung und den Rückhalt, bevor Sie den Prozess anstoßen. Wenn Verbraucherbildung ein Projekt sein soll und als Ziel die Implementierung im Schulprogramm hat, ist die Einbeziehung des Kollegiums und aller weiteren an Schule beteiligten Personen wichtig. Im ersten Schritt können Sie z. B. mit der Schulleitung gemeinsam überlegen, wann und in welche Gremien und Gruppen Sie gehen, um Ihr Vorhaben zu präsentieren.

Ein wertvoller Schritt kann sein, die Schulleitung oder ein Mitglied der erweiterten Schulleitung aktiv ins Team einzubinden. So gewinnt das Vorhaben an Rückhalt und stärkt die Verankerung im Schulalltag.



Hintergrundwissen und Unterrichtsbeispiele

finden sich auch in dieser Handreichung im Kapitel [Basiswissen Verbraucherbildung](#) (S. 14-18).

Austausch mit Schüler:innen

Viele Schüler:innen wünschen sich mehr praktisches Wissen, das ihnen Sicherheit im Alltag gibt. Was brauchen Ihre Schüler:innen, um nach der Schule für das eigenständige Leben gut aufgestellt zu sein? Was finden sie aktuell wichtig, um sich im Leben und in der Gesellschaft zurechtzufinden?

Befragen Sie eine Gruppe von Schüler:innen, zu der Sie einen guten Zugang und mit der Sie Zeit für ein Gespräch haben. Dies kann beispielsweise Ihre eigene Klasse oder einer Ihrer Fachkurse oder aber auch die Schüler:innenvertretung sein. Letztlich ist die Schule für die Schüler:innen da, deshalb lohnt es sich, ihre Bedürfnisse in den Blick zu nehmen.

Notizen für die Praxis

Darum ist Verbraucherbildung wichtig an unserer Schule:

Projekte und Inhalte, die wir kennen:

Planung: Die ersten Gespräche

1.	am
2.	am
3.	am

Beispiele

- Wir machen schon viel zum Thema, daher passt das zu uns.
- Verbraucherbildung ist ein roter Faden und ein sinnvolles Label.
- Unsere Schüler:innen möchten praktische Kompetenzen fürs spätere Leben lernen.

Beispiele

- In Biologie stehen in Stufe 6 Nährstoffe und ihre Funktion im Körper auf dem Lehrplan.
- Die 9. Klassen besprechen in Gemeinschaftskunde Datenschutz und Urheberrecht.
- Die 10B hat am Projekttag einen Ausflug zum Mieterschutzbund gemacht.

Beispiele

1. Gespräch mit interessierter Kollegin am 2.5.
2. Bitte um Termin bei Schulleitung am 5.5.
3. Gespräch mit meiner Klasse am 9.5.

Initiativgespräch mit Schüler:innen

Kontext

Verbraucherbildung soll dabei helfen, im Alltag zurechtzukommen. Falls Sie sich nicht sicher sind, welche Herausforderungen im Alltag ihrer Schüler:innen aktuell wichtig sind, sollten Sie mit ihnen ins Gespräch kommen.



ca. 45 Minuten



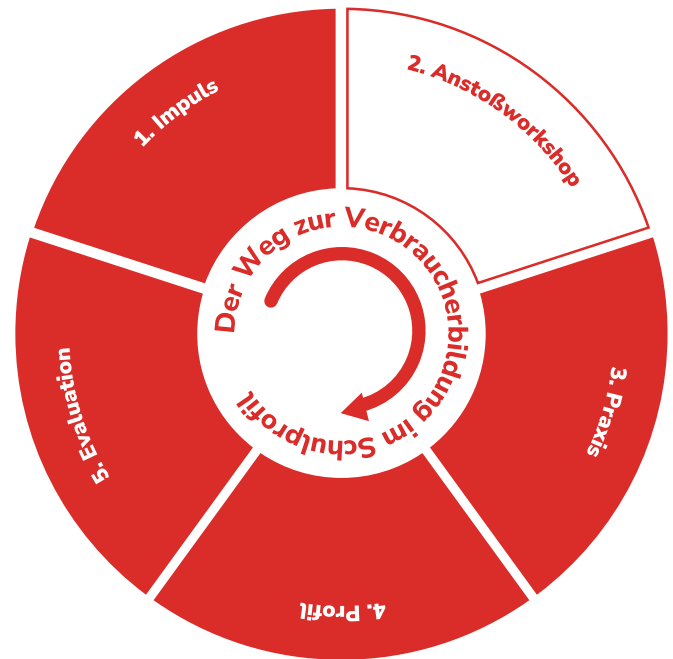
Erhebung & Dokumentation der Erfahrungen und Interessen der Schüler:innen



Moderationskarten, Pin- oder Magnetwand, dicke Stifte, Klebepunkte

Schritte

- Brainstorming: Wann sind wir Verbraucher:innen (morgens, auf dem Schulweg, in der Schule, nachmittags, am Abend)? Was wollen wir dafür wissen?
- Austausch zu den Begriffen „Verbraucher:in“ und „Verbraucherschutz“
Nutzen Sie den Moment und geben Sie den Schüler:innen einen Impuls, wann und wo sie überall Verbraucher:innen sind.
- In Gruppen und/oder Plenum: Was sind unsere bisherigen Erfahrungen in unserer Verbraucherrolle? Vor welchen Fragen und Herausforderungen stehen wir? Welche Lösungen gibt es? Was würden wir in Zukunft gerne machen? In welchen Fächern? (Mitschreiben für nächsten Schritt)
- Priorisierung durch Vergabe von drei Punkten oder Markierungen je Schüler:in
- Zusammenfassung der Ergebnisse, ggf. Ausblick auf das weitere Vorhaben



Modul 2: Anstoßworkshop – Den Stein ins Rollen bringen

Sie haben ein grundlegendes Verständnis darüber, was Verbraucherbildung bedeutet und was die vier Handlungsfelder ausmachen? Sie haben außerdem ein Gefühl dafür, wie die Lage an Ihrer Schule ist, mit wem Sie über das Thema sprechen können und was geeignete Ziele des Prozesses sein könnten?

Dann ist es im nächsten Schritt wichtig, dass Sie eine detaillierte Bestandsaufnahme machen: Dazu gehören einerseits die vielen verschiedenen Unterrichtsinhalte sowie Projekte und Aktivitäten, die

Alltags- und Konsumkompetenz betreffen, aber andererseits auch eine Sammlung der Ziele, mit der Sie sich und Ihre Kolleg:innen motivieren können.

Für diese Bestandsaufnahme haben wir für Sie ein Workshopformat entwickelt, das am besten mit einer Gruppe von 10 bis zu 30 Personen funktioniert. Natürlich gibt es aber auch andere Möglichkeiten, diesen Arbeitsschritten einen Rahmen zu geben und die benötigten Ergebnisse zu erzielen.

Leitfragen

- Welche gemeinsamen Ziele motivieren uns?
- Welche Inhalte und Projekte haben wir bereits an der Schule?
- Wie verteilen wir Aufgaben und Verantwortlichkeiten?
- Wie sorgen wir für transparente Kommunikation?

Ziele

- sammeln, was alles an der Schule passiert und wo noch Handlungsbedarf besteht
- die Relevanz der Verbraucherbildung und den Nutzen des Prozesses über das Thema hinaus aufzeigen
- passende Personen mit Interesse und guter Vernetzung für das Schulteam finden

Handlungsempfehlungen

Anstoßworkshop

Der Workshop dient dazu, Verbraucherbildung im Rahmen der Schulentwicklung auf eine breitere Basis zu stellen. Der Workshop gibt Ihnen Gelegenheit, im Kollegium den Vorschlag zu erläutern, Bedeutung und Handlungsfelder der Verbraucherbildung zu erklären, Ihre bisherige Bestandsaufnahme zu präsentieren und gemeinsam mit den Kolleg:innen auszubauen. Der Workshop dient aber auch dazu, die Kolleg:innen zu motivieren. Der Workshop bietet ein Forum dafür, Erfahrungen auszutauschen, neue Ideen zu generieren, gemeinsame Entwicklungsziele zu formulieren und einen Zeitplan für die nächsten Schritte zu entwickeln. Außerdem kann der Workshop eine passende Gelegenheit sein, ein Schulteam zusammenzustellen, also die Gruppe, die in Zukunft das Thema Verbraucherbildung in die Hand nimmt.

Eine wichtige Frage ist daher, wer am Workshop teilnehmen sollte. Das hängt davon ab, wie groß Ihre Schule ist. Der Kreis der Teilnehmenden sollte so umfassend sein, dass er repräsentativ für die Schule sprechen kann und eine Vernetzung in alle Bereiche sichert, aber auch so übersichtlich, dass er handlungsfähig bleibt und eine intensive Kooperation ermöglicht.

Ziele festhalten

Nutzen Sie den Anstoßworkshop und machen Sie sich bewusst, warum Sie Verbraucherbildung an Ihrer Schule betonen und ausbauen wollen. Als erstes denken Sie dabei wahrscheinlich an den Erwerb von Alltagswissen und -kompetenzen als eine wichtige Motivation. Darüber hinaus können aber auch der eigene Lernzuwachs, eine Bereicherung des Arbeitsalltags, z. B. durch Ausflüge, oder eine Verbesserung des Ansehens der Schule völlig legitime Motive sein.

Status-Quo der Schule

Der Anstoßworkshop bietet einen guten Rahmen für eine Bestandsaufnahme an Ihrer Schule. Wichtig ist in jedem Fall, dass Sie Kolleg:innen aus allen Fachbereichen an dem Prozess beteiligen. Auch wenn Sie schon einen gewissen Überblick haben, was an Ihrer Schule bereits passiert, gibt es mit Sicherheit etwas an Ihrer Schule, von dem Sie noch nichts wussten. Außerdem ist es sehr hilfreich, die verschiedenen Unterrichtsinhalte, Projekte und andere Aktivitäten in die vier Handlungsfelder der Verbraucherbildung ([siehe Kapitel 2](#)) einzuordnen und mögliche Synergien oder auch schwächer aufgestellte Bereiche zu identifizieren.

Zur Bestandsaufnahme gehört auch die Betrachtung der schulinternen Curricula: Welche Unterrichtsthemen, Ziele und Anknüpfungspunkte gibt es, bei denen Sie ansetzen können, um neue Alltagsthemen in Ihrem Unterricht unterzubringen? In welchen Fächern gibt es noch Nachholbedarf?

Etablierung einer Kommunikations-, Dokumentations- und Ressourcenplattform

Wir empfehlen Ihnen, von Beginn an Absprachen, Bestandsaufnahmen, Planungen, Hilfsmittel und Unterrichtseinheiten zentral zu sammeln. Wenn Sie als Schule schon eine elektronische Plattform nutzen, richten Sie eine Rubrik „Verbraucherbildung“ ein, zu der alle einen Zugang haben. Das kann die Kommunikation und Dokumentation erleichtern.

Für das Schulteam aktivieren

Nach dem Anstoßworkshop sollten Sie ein Schulteam bilden, also diejenigen Kolleg:innen finden, die sich in Zukunft verbindlich mit dem Thema an Ihrer Schule beschäftigen und die weitere Entwicklung koordinieren. Vereinbaren Sie beim Anstoßworkshop erste Arbeitspakete (Meilensteine), an denen sich das künftige Schulteam in der Planung orientieren kann.

Notizen für die Praxis

Vor dem Workshop: Was sind unsere Ziele für den Workshop?

Vor dem Workshop: Wer sollte am Anstoßworkshop teilnehmen ?

Was sind wichtige Meilensteine für das Vorhaben?

Beispiele

- Überblick über Inhalte und Projekte an unserer Schule
- Strukturieren des Prozesses
- Motivation der beteiligten Kolleg:innen
- einen ersten Zeitplan abstecken

Beispiele

- zwei Personen, die den Prozess initiiert haben
- alle Mitglieder der Schulleitung
- zwei Personen pro Fachbereich (sofern der nicht schon durch Initiator:innen vertreten ist)
- Schulsozialarbeiter:in

Beispiele

- Schülerbefragung zu Alltagsthemen
- interne Fortbildung zu Finanzthemen im Unterricht
- Verbraucherbildung ist in der Schuljahresplanung zu berücksichtigen
- Verankerung im Schulprofil/Leitbild

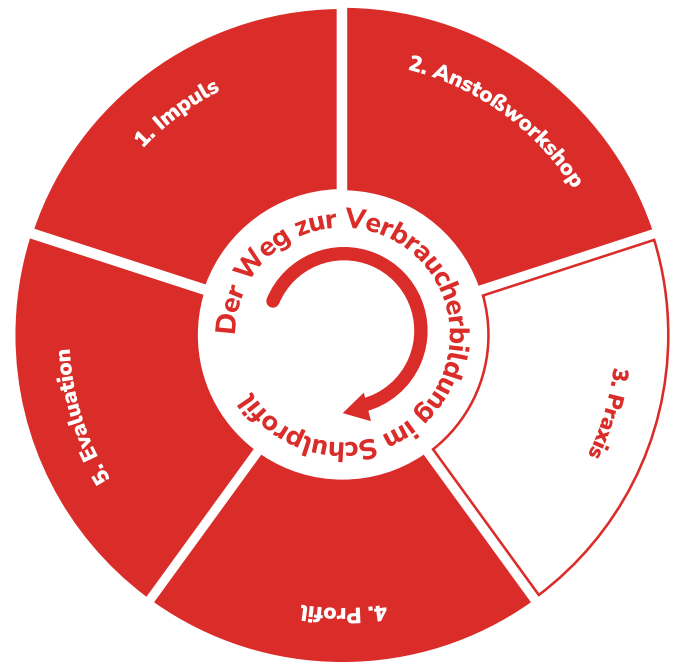
Anstoßworkshop

Wichtig

Dieser Ablauf ist nur ein Vorschlag. Bitte überlegen Sie in der Vorbereitung, wieviel Zeit Sie sich nehmen können und passen Sie die Zeiten entsprechend an. Außerdem sollten Sie unbedingt genügend Pausen einplanen und idealerweise schon vor dem Workshop eine oder zwei weitere Personen finden, die den Workshop zusammen mit Ihnen vorbereiten und anleiten.

Ablauf

Dauer	Phase	Inhalt	Format
15'	Begrüßung	Einführung, Vorhaben erläutern, Ziele des Workshops	Plenum
30'	Input	Brainstorming: Auseinandersetzung mit dem Konsumalltag Input: Was ist Verbraucherbildung und was sind ihre vier Handlungsfelder?	Plenum
10'	Motivation	Auf Karten sammeln: Wozu machen wir Verbraucherbildung? (z. B. Wissen, Empowerment, Spaß) Leitung: Einsammeln und während nächster Phase clustern	Individuell
30'	Status-Quo an der Schule	In Fachbereichsgruppen auf Karten sammeln, was bereits stattfindet – Unterrichtsinhalte, Projekte, Kooperationen...?	Gruppen
30'	Status-Quo an der Schule	Zusammentragen und in eine Matrix der vier Handlungsfelder einordnen. Analysieren: Wo sind wir gut, wo gibt es Lücken? Wo sind fächerübergreifende Synergien?	Plenum
10'	Motivation	Leitung: Geclusterte Ergebnisse präsentieren und ergänzen; Bewusstsein für Wirkung über die Schule hinaus schaffen: Jugendliche als Multiplikator:innen, Schule als Vorbild...	Plenum
45'	Werkstatt Verbraucherbildung	Gemeinsame Erarbeitung von Visionen und Meilensteinen in Gruppen basierend auf der Matrix und Motivation, z. B. Unterrichtsgestaltung, fächerübergreifende Implementierung, Kooperationen, Schulprogramm	Gruppen
45'	Werkstatt Verbraucherbildung	Aufgaben und Arbeitsschritte planen, Zeitplan skizzieren Schulentwicklung konkret: Wer bildet das Schulteam, das sich weiter um das Thema kümmert?	Gruppe/ Plenum
10'	Abschluss	Zusammentragen und Sichern der Ergebnisse, nächste Schritte	Plenum



Modul 3: Praxis – Vom Impuls zur Routine

Sie haben den Status-Quo an Ihrer Schule visualisiert und den Überblick über alle Unterrichtsinhalte, Maßnahmen und Projekte mit Bezug zur Verbraucherbildung an Ihrer Schule? Dann sollten Sie spätestens jetzt ein Schulteam aufstellen, mit dem Sie gemeinsam die Umsetzung des Prozesses zur Verankerung der Verbraucherbildung an Ihrer

Schule umsetzen können. In diesem Kapitel gibt es Empfehlungen und Hinweise für die Zusammensetzung und die Arbeit dieses Schulteams, das in den kommenden Monaten und Jahren dafür sorgen wird, dass die ganze Schule neue Verbraucherkompetenzen erlangt.

Leitfragen

- Wie arbeiten wir als Schulteam?
- Wie verteilen wir Aufgaben und Verantwortlichkeiten?
- Wie sorgen wir für transparente Kommunikation?

Ziele

- die Arbeit des Schulteams organisieren
- weitere Akteur:innen an der Schule motivieren
- im geschäftigen Schulalltag die Aufmerksamkeit für das Thema wahren und den Informationsfluss sichern

Handlungsempfehlungen

Aufgabenverteilung

Verteilen Sie untereinander verbindliche Aufgabenbereiche und legen Sie fest, wer wofür ansprechbar ist. Feste Mitglieder des Schulteams sind in der Regel diejenigen, die den Prozess initiiert haben.

Wichtig ist eine gute Vernetzung zu allen Akteur:innen an Ihrer Schule (S. 12). Um eine gesamtschulische Entwicklungsaufgabe so gut wie möglich zu gestalten, beziehen Sie Kolleg:innen verschiedener Fachbereiche, die (stellvertretende/erweiterte) Schulleitung und Schüler:innen mit ein. Bei Bedarf kann auch die Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern hilfreich sein.

Überlegen Sie im Schulteam, wer welche Kompetenzen und Perspektiven einbringen kann, aber betrachten Sie auch selbstkritisch, wer welche Kapazitäten hat. Verbindliche Rollen und Aufgabenverteilung helfen, Missverständnissen vorzubeugen und die Arbeit effizienter zu machen.

Kommunikation innerhalb des Teams und mit der ganzen Schule

Vereinbaren Sie einen Rhythmus für Ihre Treffen. Wir empfehlen eher häufige kurze Treffen als seltene lange, um Energie und Motivation zu wahren und den Aufwand der Wiederanknüpfung zu vermeiden. In der Anfangsphase werden Sie sich häufiger abstimmen, bis die Verantwortlichkeiten klarer definiert sind und sich die Aufgaben deutlicher voneinander abgrenzen lassen.

Geben Sie Ihren Kolleg:innen regelmäßige Updates und stellen Sie sicher, dass alle wissen, wer Ansprechpersonen sind und auf welche Art das Schulteam Ihre Kolleg:innen unterstützen kann, beispielsweise bei der Auswahl von Unterrichtsmaterial oder der fachbereichsübergreifenden Planung von Projekttagen.

Unterstützung bei der Umsetzung und Weiterentwicklung im Unterricht

Nachdem Sie eine Bestandsaufnahme gemacht haben, können Sie die erfassten Projekte und Unterrichtseinheiten bewusst nutzen um Neues auszuprobieren, wenn diese in den Unterrichts- und Projektrahmen passen. Vielleicht sind die Fachbereiche beim Workshop schon ins Arbeiten gekommen und haben neue Unterrichtsinhalte entwickelt, die zu den Handlungsfeldern der Verbraucherbildung gehören. Gehen Sie ins Gespräch, sammeln Sie die ersten Eindrücke und Erfahrungen mit den erprobten Inhalten und unterstützen Sie, falls es irgendwo hakt.

Vertiefende und neue Maßnahmen zur Entwicklung der Verbraucherbildung in der Schule

Die ersten Schritte sind getan und das Kollegium setzt die ersten Entwicklungsziele bereits um. Nun ist ein guter Moment, um sich Rückmeldungen aus den Fachbereichen zu holen. Schärfen Sie die festgeschriebenen Ziele und Maßnahmen. Entscheiden Sie, ob die Maßnahmen zu Ihren Schüler:innen und Ihrer Schulorganisation passen. Tipp: Warten Sie nicht zu lange, bis Sie in die erste Anpassungsphase gehen. Das Thema sollte nicht in den Hintergrund treten, sondern an möglichst vielen Stellen mitgedacht werden.

Schüler:innenpartizipation

Halten Sie alte und neue praktische Ideen fest und evaluieren Sie Ihre Erfahrungen in Ihrem neuen Schulteam. Sprechen Sie nach Einheiten zur Verbraucherbildung mit den jeweiligen Schüler:innen über deren Eindrücke, Erfahrungen und weiteren Bedarf. Wenn Sie dies noch nicht gemacht haben, nehmen Sie Kontakt zur Schüler:innenvertretung auf und fragen Sie diese nach Bedarfen und Ideen.

Weitere Treffen mit den relevanten Akteur:innen der Schule

Kurze Meetings oder die Thematisierung in den Fachbereichen bieten eine gute Möglichkeit, alle zu informieren, zu motivieren und Ihre Ziele zu evaluieren. Es bietet sich an, dass sie mit Ihrem Schulteam die Sitzungen gemeinsam vorbereiten und moderieren. So können Sie die Aufgaben sinnvoll aufteilen und alle Teilnehmenden gut begleiten.

Im Zentrum des Treffens können Einblicke in die erprobten Unterrichtseinheiten und Projekte der Verbraucherbildung stehen. Bringen Sie die Akteur:innen auf den aktuellen Stand des Schulentwicklungsprozesses und sammeln Sie Good-Practice-Beispiele aus unterschiedlichen Bereichen am Lernort Schule.

Sicherung personeller Kontinuität und Erneuerung

Behalten Sie im Auge, dass es an einer Schule immer Fluktuation geben kann. Hat jemand eine neue Funktion oder wechselt die Schule? Geht jemand aus dem Schulteam demnächst in ein Sabbatical? Oft stehen und fallen besondere Profilthemen an Schulen mit dem persönlichen Engagement und der individuellen Begeisterung bestimmter Personen. Behalten Sie deshalb als Schulteam Kolleg:innen im Blick, die sich für das Thema interessieren und sich vielleicht auch einmal mehr engagieren möchten, und führen Sie diese schon einmal enger an das Thema heran.

Notizen für die Praxis

Wann trifft sich das Schulteam mit welchem Ziel?

1.	am
2.	am
3.	am
4.	am

Wie kommunizieren und dokumentieren wir den Prozess?

Hier sind wir thematisch und methodisch auf dem richtigen Weg:

Beispiele

- 1. Planung Projekttag „Verbraucherbildung“
- 2. Entwurf für das Schulprogramm
- 3. Update neue Unterrichtsinhalte
- 4. Planung nächstes Schuljahr

Beispiele

- Die Schule verwendet bereits moodle. Hier kann datenschutzkonform kommuniziert werden.
- Es sollte eine Rubrik Verbraucherbildung eingerichtet werden mit einem internen Bereich für Kalender, Absprachen, Evaluationen, Planungen und einem offenen Bereich für Ressourcen, Bestandsaufnahme.

Beispiele

- Im Bereich Finanzen haben wir gute Angebote, z. B. hohes Interesse der Schüler:innen an den Themen Miete, Versicherungen und Steuern.
- In Biologie beschäftigen sich die Schüler:innen mit Nährstoffen und sie wissen beim Einkauf mit den Nährstoffinformationen umzugehen.

Die eigene Rolle im Team

Kontext

Bevor die Arbeit im Schulteam so richtig losgeht, kann es hilfreich sein, die eigene Rolle im Team zu reflektieren. Ein Personal Canva, angelehnt an Ihr persönliches Profil, unterstützt bei der Visualisierung der eigenen Kompetenzen, Wünsche, Ziele und Verantwortlichkeiten. Zum ersten Treffen nehmen Sie und Ihre Kolleg:innen sich jeweils einige Minuten Zeit, um die Vorlage für sich zu bearbeiten. Nutzen Sie diese individuellen Ergebnisse, um später Ihre Rolle sowie Aufgaben für die zukünftige Arbeit im Schulteam zu definieren.



20 Minuten



Transparenz über den eigenen Beitrag, Verantwortlichkeiten und Unterstützungsbedarfe sowie Ziele



Personal Canva

Vorlage für das Personal Canva

Werkzeuge

Welche fachlichen und persönlichen Fähigkeiten bringe ich mit?

Ideen

Welche Impulse bringe ich für unsere Zusammenarbeit und unsere Ziele mit?

Meine Motivation

Was möchte ich mit meiner Arbeit im Schulteam erreichen?

Was brauche ich, um gut arbeiten zu können?

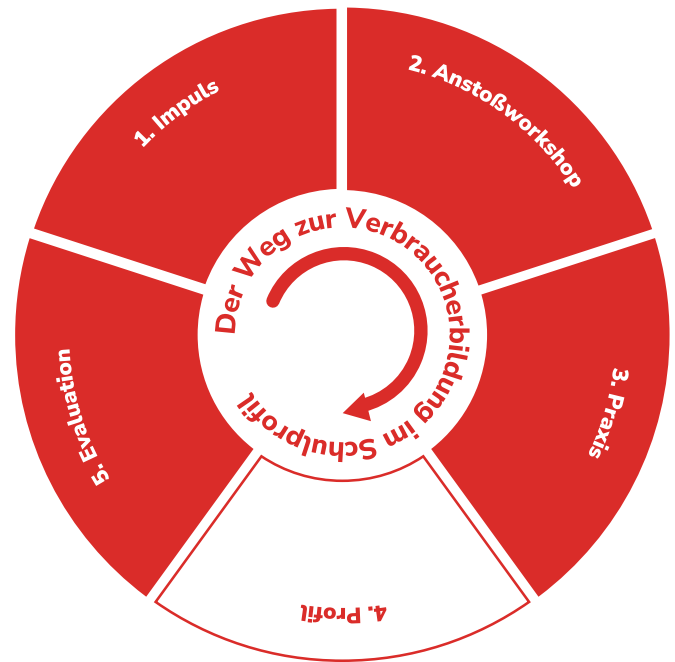
Zusammenarbeit

Welche Aufgaben übernehme ich und welche nicht?

Möglichkeiten und Grenzen



In einem zweiten Schritt nutzen Sie ihr Personal Canva als Grundlage, um gemeinsame Werte und Ziele sowie Regeln für die Zusammenarbeit festzulegen. Werfen Sie außerdem einen Blick auf Kommunikationswege und Entscheidungsfindung.



Modul 4: Profil – Kompetenz als Markenzeichen

Sie haben Aktivitäten der Verbraucherbildung an Ihrer Schule erprobt, evaluiert, systematisiert und komplettiert?

Das Schulteam ist gut aufgestellt und funktioniert?

Dann ist es an der Zeit, dass dies auch eine offizielle Form erhält und dass Ihre Schule nach außen

als eine Schule mit dem Profil Verbraucherbildung wahrgenommen wird. Nun geht es darum, die Ergebnisse und Strukturen nachhaltig zu sichern, indem Sie die ganze Schule einbeziehen und außerdem Verbraucherbildung verbindlich im Schulprogramm verankern. Dadurch wird das Thema fest im Selbstverständnis der Schule verortet und langfristig gesichert.

Leitfragen

- Wie können wir die ganze Schule erreichen?
- Mit wem müssen wir wann sprechen, um die Gremien einzubeziehen und zu überzeugen?
- Wie soll der Umfang und Inhalt zur Verbraucherbildung für das Schulprofil sein?
- Wen können wir zusätzlich gewinnbringend einladen und einbinden?

Ziele

- Implementierung der Verbraucherbildung im Schulprofil
- die gesamte Schulgemeinschaft ansprechen und aktiv beteiligen

Handlungsempfehlungen

Vorstellung in den Gremien und Annahme durch die Gremien

Um die Verbraucherbildung im Profil Ihrer Schule zu verankern, waren Sie bereits mit Beteiligten aller wichtigen Gremien der Schule im Kontakt. Daher sollten die Pläne an dieser Stelle nicht für Verwunderung sorgen. Dennoch ist die Abstimmung über die Aufnahme der Verbraucherbildung ins Schulprogramm eine neue Stufe, für die Sie Rückhalt benötigen. Bereiten Sie die Beteiligten der Gremien daher frühzeitig vor, sprechen Sie den Wunsch nicht erst kurz vor der Entscheidungsfindung in der Schulkonferenz an. Überlegen Sie gründlich,

warum dieser Schritt wichtig ist und wie Sie diesen den verschiedenen Entscheidungsträger:innen erläutern können. Nutzen Sie gegebenenfalls das Stimmungsbild der Gesamtkonferenz aller Lehrkräfte. Das ist zwar nicht zwingend nötig, aber da es sich um ein schulweites Projekt handelt, sollte es auch vom Großteil des Kollegiums getragen werden. Wenn Sie sinnvolle Änderungsvorschläge zu Ihrem Formulierungsvorschlag erhalten, können Sie diese konstruktiv aufgreifen. Nun können Sie sich mit Ihrem Vorhaben für die nächste Schulkonferenz anmelden und ihr Vorhaben dem Gremium präsentieren.

Modellhafter Ablauf der Gremienarbeit

Lehrkräfte/Lernende

Bei diesem Schritt sollten die Gesamtschüler:innenvertretung und die Gesamtlehrer:innenkonferenz über Ihr Vorhaben informiert werden. Dabei geht es noch nicht darum, konkrete Inhalte zu präsentieren, sondern über das Projekt und das Ziel zu informieren.

Eltern

Als weiteres Gremium sollte die Vertretung der Elternschaft einbezogen werden, da sie über Informationen zu externen Partner:innen verfügen können und die Schule ebenfalls mitgestalten wollen.

Lehrkräfte

Nun sollte die Gesamtlehrer:innenkonferenz wieder einbezogen werden, um eine Zustimmung aus dem Kollegium zu erhalten, bevor die finale Entscheidung getroffen wird.

Schulkonferenz

Die finale Entscheidung erfolgt im entscheidungskräftigsten Gremium. Dies ist in vielen Bundesländern die Schulkonferenz. Sie besteht aus Lehrkräften, Eltern, Schüler:innen und der Schulleitung. Hier tragen Sie Ihr Vorhaben vor und das Gremium stimmt über die offizielle Verankerung der Verbraucherbildung im Schulprofil endgültig ab.

Formulierung für das Schulprogramm

Damit Alltagskompetenz in Ihrer Schule nicht nur punktuell, sondern dauerhaft sichtbar wird und Sie dies klar nach innen wie nach außen vermitteln können, sollte die Verbraucherbildung fest im Schulprogramm verankert sein. Dafür sollten Sie sich im Schulteam einen Textvorschlag überlegen. Der Text sollte so gestaltet sein, dass er den pädagogischen Zielvorstellungen und Überlegungen gerecht wird. Gleichzeitig bleibt er bewusst knapp und abstrakt, damit zukünftige Anpassungen und Weiterentwicklungen jederzeit möglich sind.

Kommunikation des Schulprofils

Glückwunsch – Sie haben es geschafft! Verbraucherbildung ist nun fest im Schulprogramm verankert und damit ein sichtbarer Meilenstein erreicht. Teilen Sie diesen Erfolg mit der Schulgemeinschaft, denn er zeigt, dass Sie gemeinsam auf dem richtigen Weg sind. Denken Sie daran: Das Schulprogramm ist mehr als ein Dokument. Es ist Ihr Gestaltungsrahmen, an dem sich die gesamte Schule orientiert und der Wirkung in allen Bereichen entfaltet.

Schulinterne Curricula

Die Aufnahme der Verbraucherbildung in die schulinternen Curricula ist ein zentraler Schritt, um das Thema verbindlich im Unterricht zu verankern. So wird gewährleistet, dass alle Schüler:innen kontinuierlich und fächerübergreifend Kompetenzen für einen reflektierten und verantwortungsvollen Konsum erwerben, der sich nicht nur auf sie selbst, sondern auch auf Gesellschaft und Umwelt auswirkt. Durch diese curriculare Verankerung wird Verbraucherbildung nicht nur punktuell aufgegriffen, sondern als fester Bestandteil des Lernens systematisch gesichert.

Einbeziehung der Schüler:innenvertretung

Lassen Sie junge Menschen den Prozess mitgestalten! Falls Sie es noch nicht getan haben, beziehen Sie unbedingt die Schüler:innenvertretung mit ein.

Über sie erreichen Sie am besten alle Klassen und Kurse und schaffen zugleich echte Beteiligung. Darüber hinaus lohnt es sich, als Schulteam einmal durch alle Klassen zu gehen. So können Sie Ihre Motivation und Ihr Vorhaben direkt vorstellen und zeigen, dass Verbraucherbildung nicht nur ein Programmpunkt ist, sondern ein gemeinsames Projekt der ganzen Schule. Alle Schüler:innen sollten wissen, dass sie jederzeit ihre Alltagsthemen an das Schulteam herantragen können und dass ihre Ideen sowie Mitarbeit willkommen sind.

Sprechen Sie sich ab, ob Sie der Schüler:innenvertretung regelmäßig Informationen zukommen lassen.

Möchten Sie enger zusammen arbeiten? Dann schlagen Sie ein Co-Working-Treffen mit ihrem Schulteam vor!

Einbeziehung der Elternvertretung

Auf der Suche nach Kooperationspartner:innen lohnt es sich auch häufig, die Elternvertretung einzubeziehen. Viele Eltern haben Berufe, die im Rahmen der Verbraucherbildung spannende Einblicke geben können. Zudem ist es wichtig, den Elternvertreter:innen Ihre Bestandsaufnahme zu kommunizieren und mit Ihnen über Ihre Planung ins Gespräch zu kommen. Stellen Sie diese also bei einer der nächsten Sitzungen vor.

Externe Kooperationen

Es gibt viele außerschulische Akteur:innen, bei denen Ihre Schüler:innen innerhalb oder außerhalb der Schule neues Wissen erwerben, Verbraucherschutz spielerisch erleben oder Verbraucherthemen in der Praxis beobachten können. Weil solche Aktivitäten in der Vorbereitung und Durchführung meist etwas Zeit brauchen, bieten sich hierfür besonders Projektstage an. Aber auch ein fortlaufendes Studien- oder Rechercheprojekt im Austausch mit externen Partner:innen ist grundsätzlich vorstellbar.



Checkliste zur Kooperation

Im Anhang finden Sie eine Checkliste zur Kooperation mit externen Akteur:innen, die bei der Vorbereitung und Umsetzung hilfreich sein kann.

Notizen für die Praxis

Argumente für die Gremien: Warum sollte die Verbraucherbildung im Schulprogramm stehen?

Mit wem sollten wir wann sprechen?

	am
	am
	am
	am

Wie bringen wir unser Schulprofil in die Öffentlichkeit?

Dies wären interessante externe Kooperationspartner:

Beispiele

- Verbraucherbildung braucht für eine systematische Umsetzung Verbindlichkeit bei allen Mitarbeitenden und zu allen Zeiten.
- Die Integration ins Schulprogramm fördert das Profil der Schule nach innen und außen.

Beispiele

- SV bzw. Schülervertreter:innen in der Schulkonferenz am 10.3.
- Elternvertretung bzw. Elternvertreter:innen in der Schulkonferenz am 12.3.
- Lehrkräftegremium (unterschiedlicher Begriff je nach Bundesland) bzw. dessen Vertreter:innen in der Schulkonferenz am 17.3.

Beispiele

- auf der Website und Social-Media-Kanälen der Schule
- in Veröffentlichungen der Landesschulverwaltung
- bei Veranstaltungen der Schule
- bei Netzwerktreffen mit anderen Akteur:innen

Beispiele

- die Verbraucherzentrale Ihres Bundeslandes
- der Mieterschutzbund vor Ort
- die Landesmedienanstalt Ihres Bundeslandes
- der Eine-Welt-Laden vor Ort
- die Molkerei im Nachbarort

Verbraucherbildung im Schulprogramm

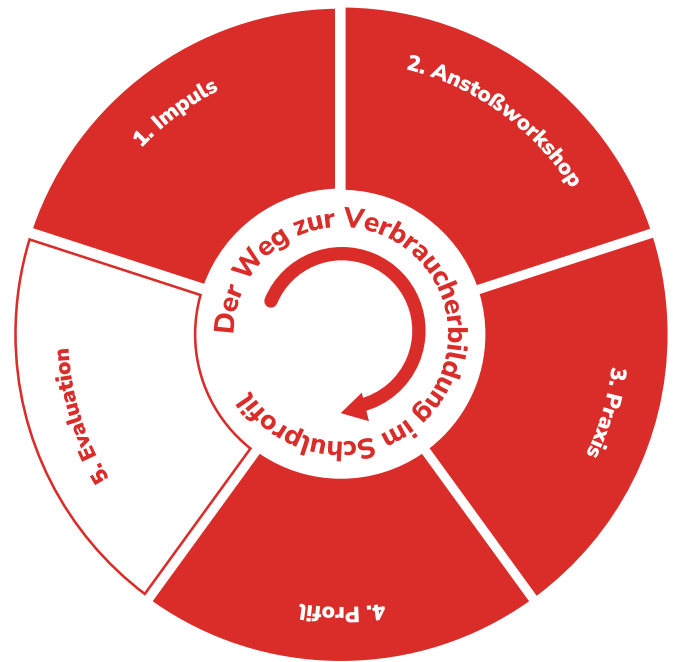
Kontext

Lesen Sie sich das bestehende Schulprogramm durch und achten Sie dabei auf den Stil sowie den Umfang, so dass sich Ihr Beitrag gut in das bestehende Schulprogramm einbetten lässt. Am Schulprogramm schreibt man nicht oft, daher möchten wir Ihnen Tipps an die Hand geben, wie der Beitrag gut gelingen kann:

- Beschreiben Sie knapp, wie die Idee zur Verankerung von Verbraucherbildung an Ihrer Schule entstand.
- Nutzen Sie die durchgeführte Bestandsaufnahme an ihrer Schule und geben Sie besonders herausstechende Projekte an, die Sie bereits zu dem Thema durchgeführt haben.
- Beschreiben Sie die Ziele ihrer Schule mit Blick auf die Verbraucherbildung, z. B.: Warum ist es für die Lernenden wichtig, dass sie Alltags- und Konsumthemen im schulischen Kontext behandeln? Werfen Sie auch hier einen Blick auf die erarbeiteten Ziele innerhalb des Schulentwicklungsprozesses.
- Nehmen Sie dabei auch die Handlungsfelder der Verbraucherbildung in den Blick ([siehe Basiswissen Verbraucherbildung](#)).
- Im Schulprogramm sind häufig bereits bestehende Leitgedanken und Konzepte festgehalten. Auch dort finden sich häufig Anknüpfungspunkte für die Verbraucherbildung, mit denen man Punkte ganz gezielt nachschärfen kann.

Wie geht es weiter?

Das Schulprogramm ist Ihr Arbeitsplan. Nehmen Sie dieses regelmäßig, am besten einmal im Jahr, zur Hand, um ihre Ziele zu überprüfen, zu aktualisieren und bei Bedarf zu erweitern. Wenn dieser Schritt getan ist, bietet sich ein idealer Moment, das Thema Verbraucherbildung auch im Leitbild der Schule zu verankern. So wird deutlich: Alltagskompetenz ist nicht nur Teil des Programms, sondern prägt die Grundhaltung der gesamten Schule.



Modul 5: Evaluation – Weiterdenken statt stehenbleiben

Sie haben es geschafft: Verbraucherbildung ist nicht nur formal, sondern auch substanziell an Ihrer Schule verankert. Glückwunsch zu diesem wichtigen Schritt, auf den Sie stolz sein dürfen. Nutzen Sie die Chance, diesen Erfolg zu feiern und Ihr neues Schulprofil strahlen zu lassen, denn Motivation steckt an!

Nun beginnt der herausfordernde Teil: Den Erfolg langfristig sichern, das Engagement lebendig halten und weiterentwickeln. Damit das Erarbeitete bleibt, lohnt es sich, regelmäßig daran anzuknüp-

fen. So geben Sie Ihren Schüler:innen immer wieder die Chance, sich mit Themen auseinanderzusetzen, die für ihren Lebens- und Arbeitsalltag wichtig sind und zeigen zugleich, dass Verbraucherbildung ein fester Bestandteil des schulischen Miteinanders ist.

Dafür sollten Sie sich regelmäßig einen Moment schaffen, in dem Sie innehalten, reflektieren und evaluieren, was Sie schon erreicht haben, wo es Verbesserungspotential gibt und welche nächsten Schritte sie umsetzen wollen.

Leitfragen

- Welche Erfolge haben wir schon erreicht und worauf können wir stolz sein?
- Wie laufen unsere Prozesse bisher und wo können wir noch besser werden?
- Welche nächsten Schritte und Themen wollen wir jetzt angehen?
- Wen können wir mit einbinden, damit wir noch stärker werden?

Ziele

- Reflexion des Prozesses
- das Interesse auch nach den ersten Erfolgen erhalten
- neue Inspiration durch Vernetzung schaffen

Handlungsempfehlungen

Evaluation

Gestalten Sie einen Rahmen, in dem Sie beispielsweise jährlich oder halbjährlich betrachten, welche Erfolge erzielt und was erreicht wurde. Das ist wichtig, um motiviert zu bleiben, aber auch um zu reflektieren, welche Prozesse gut funktionieren und wo Entwicklungschancen liegen. Dafür können Sie beispielsweise aus allen Fachbereichen drei Neuheiten sammeln und (wie im [Anstoßworkshop](#)) in die vier Handlungsfelder der Verbraucherbildung einordnen. Hilfreich ist es auch, wenn sie zwischen den Evaluationstreffen zentral und für alle zugänglich ein Stimmungsbild sammeln, z. B. mit einem Poster im Lehrerzimmer, sodass spontane Ideen und Rückmeldungen nicht verloren gehen.

Überlegen Sie, wie Sie für die Qualitätssicherung das Kollegium einbeziehen können und nutzen Sie weiterhin die Kompetenzen aller. Behalten Sie auch weiterhin interessante Fortbildungsbedarfe und -angebote im Blick. Sie können auch die Beteiligung der Schüler:innen intensivieren: Wie sind diese aktuell eingebunden und engagiert? Gibt es zum Beispiel eine AG, die Themen selbst auswählt, erarbeitet und vermittelt?

Weiterentwicklung & Innovation

Checken Sie regelmäßig (z. B. einmal im Halbjahr), ob die Inhalte ihrer Aktivitäten zur Verbraucherbildung noch aktuell sind. Bei Finanzthemen, Ernährung und Digitalthemen können sich Gesetzeslage und Trends schnell verändern. Auch die Alltagsthemen der Schüler:innen befinden sich im Wandel. Pflegen Sie daher eine Feedbackkultur: Befragen Sie Schüler:innen, Eltern und Kollegium regelmäßig, etwa über Feedbackboxen, Blitzlichter im Unterricht oder digitale Umfragen, um sichtbar zu machen, was gut läuft und wo neue Bedürfnisse entstehen.

Bleiben Sie inspiriert und setzen Sie neue Impulse: Haben Sie bei Medien & Informationen schon über digitale Nachhaltigkeit gesprochen? Haben Sie

den Greenwashing-Check im Bereich Konsum & Lebensführung erprobt? Wurden bei Ernährung & Gesundheit schon über Laborfleisch, alternative Proteine und vertikale Landwirtschaft diskutiert? Und sind bei Finanzen schon die Fallen der In-Game-Käufe thematisiert worden? Verbraucherthemen entwickeln sich weiter, sie wachsen mit den Fragen des Alltags und hören nie auf. Bei der Weiterentwicklung Ihrer Themen bietet es sich an, Kooperationen mit externen Partner:innen zu suchen, die zu dem Bereich eine besondere Expertise mitbringen. Wenden Sie sich an Verbraucherzentralen, NGOs oder Universitäten für praxisnahe Projekte.

Für Fortbildungen gibt es:

Fortbildungsinstitute der Länder

Staatlich anerkannte Bildungseinrichtungen
Universitäten, Schulen

Einrichtungen des Verbraucherschutzes
Schuldnerberatungen, Verbraucherzentralen,

Schulinterne Fortbildungen
ohne Mitwirkung externer Partner

Fortbildungen

Dort, wo Sie von Seiten der Kolleg:innen Begeisterung für ein neues Thema oder Bedarf nach mehr Information hören oder selbst Lücken in den Handlungsfeldern der Verbraucherbildung feststellen, können Sie Fortbildungsmöglichkeiten suchen und (in Absprache mit der Schulleitung) anbieten.

Auch für Schüler:innen gibt es Fortbildungsangebote, durch die Jugendliche lernen, selbst Workshops anzuleiten und Aktivitäten zu planen. Workshops, die im Sinne der Peer-to-Peer-Education von Schüler:innen für Schüler:innen angeleitet werden,

kommen oft besonders gut an. Vielleicht findet sich an Ihrer Schule eine Gruppe von Schüler:innen, die hier aktiv werden möchte.

Eine gute Möglichkeit für interne Fortbildungen bietet außerdem das Team-Teaching: Lehrkräfte, die bestimmte Themen und Methoden der Verbraucherbildung schon erprobt haben, leiten eine andere Lehrkraft an, die anschließend das Thema bzw. die Methode in ihr Repertoire aufnehmen kann.

Vernetzung

Netzwerke bringen für kleinen Aufwand oft großen Mehrwert durch neue Erkenntnisse. Zudem macht der Austausch meist großen Spaß. Sind Sie schon Mitglied in regionalen oder bundesweiten Netzwerken der Verbraucherbildung? Tauschen Sie sich mit anderen Akteur:innen über Good-Practices aus? Vielleicht möchten Sie auch andere Schulen für ein Schulprofil Verbraucherbildung begeistern und bei den ersten Schritten begleiten?

Notizen für die Praxis

Was hat uns unseren Zielen nähergebracht?

Wo sind wir noch nicht dort, wo wir hinwollen?

Für die Zukunft: Neue Ideen und Themen, die wir ausprobieren können:

Hinweise

Betrachten Sie den Schulentwicklungsprozess in drei Dimensionen.

- Inhaltlich: Welche Maßnahmen oder Aktivitäten haben die vereinbarten Ziele unterstützt? Wo gab es Lücken?
- Organisatorisch: Welche Strukturen, Abläufe oder Ressourcen haben funktioniert? Wo gab es Hindernisse?
- Prozessbezogen: Wie stimmig war der Ablauf im Vergleich zu unseren Zielsetzungen? Wo braucht es Anpassungen?

Beispiele

- die Schülerinnen waren bei einer Fortbildung und haben Lust, eine AG zu gründen
- eine jährliche Projektwoche
- ein World Café beim Schulfest
- ein Schulwettbewerb

Die Zielscheibe als Evaluationsinstrument

Kontext

Die Zielscheibe ist ein einfaches und visuelles Instrument, um einzuschätzen, ob Ihre Ziele erreicht wurden und wie die Akteur:innen den Prozess wahrnehmen. Ein Vorteil ist, dass die unterschiedlichen Segmente verschiedene Aspekte sichtbar und bewertbar machen, was bereits an Verbraucherbildung geschieht, was gut funktioniert und wo weitere Bedürfnisse liegen – schnell, übersichtlich und ohne großen Aufwand.



Individuell



Die Zielscheibe zeigt, wie Inhalte, Organisation und Prozessschritte wahrgenommen werden und wo Anpassungen nötig sind.



Vorlage einer Zielscheibe (analog oder digital),
Stifte oder Klebepunkte

Legen Sie fest, welche Ziele/Aspekte evaluiert werden sollen und ordnen Sie jedem ein Segment zu.

Beispiele

- Unterrichtsgestaltung
- Fortbildungen
- Kooperationen
- Gemeinschaftsverpflegung
- Schulprogramm
- Öffentlichkeitsarbeit...

Platzieren Sie Punkte auf der Zielscheibe. In der Mitte ist die beste Bewertung, am äußersten Rand die schlechteste.

Werten Sie die Punkte aus: Wo häuft es sich in der Mitte, wo eher am Rand? Nutzen Sie den Moment, um über das zu sprechen was gut läuft und wo Nachbesserungsbedarf besteht.



Tipp

Nutzen Sie die Zielscheibe nicht nur am Ende, sondern auch zwischendurch. So können Sie frühzeitig nachjustieren und alle Akteur:innen aktiv einbinden.

5. Unterstützung für die Praxis

Werkzeuge, die Ihren Weg stärken

Hier finden Sie Ideen für den fächerübergreifenden Unterricht und Methoden, die Beteiligung erleichtern sowie Hinweise, die Kooperationen möglich machen. Alles, was Sie auf den nachfolgenden Seiten entdecken, unterstützt Sie dabei, Verbraucherbildung langfristig in Ihrer Schule zu verankern.



Fächerübergreifende Integration von Verbraucherthemen

In diesem Kapitel stellen wir Ihnen für jedes der Handlungsfelder der Verbraucherbildung geeignete Beispiele vor, wie man Themen fächerübergreifend einbinden kann. Sie können die Eignung für die Schulstufen direkt ablesen und haben einen breiten Fundus an Möglichkeiten, den Sie mit all Ihren Errungenschaften und Projekten an Ihrer Schule erweitern können.

Konsum & Lebensführung

5. – 13. Klasse

„Upcycling-Design-Challenge“

- Kunst/Werken: Gestaltung von Gebrauchsgegenständen oder Mode aus Altmaterialien
- Naturwissenschaften: Materialkunde: Welche Stoffe sind recycelbar? Welche Stoffe sind für Umwelt oder Gesundheit problematisch?
- Gesellschaftswissenschaften: Ressourcenverbrauch und Abfallwirtschaft in Deutschland und im globalen Kontext, Nachhaltigkeitsziele
- Deutsch: Produktbeschreibungen und Werbetexte schreiben

7. – 13. Klasse

„Die wahre Geschichte eines T-Shirts“

- Gesellschaftswissenschaften: Wirtschaftliche und soziale Produktionsbedingungen in der Textilindustrie, Reise eines T-Shirts
- Naturwissenschaften: Untersuchung von und Experimente mit Materialien und Färbemitteln
- Mathematik: Vergleichende Berechnung der Kosten von Fast Fashion und Fair Fashion
- Sprachen: Interviews oder E-Mail-Kontakte mit Produzenten/Firmen auf Englisch oder einer anderen Fremdsprache
- Kunst: Gestaltung einer Fotoreportage oder Collage

6. – 9. Klasse

„Energiedetektive – unterwegs im Schulgebäude“

- Naturwissenschaften/Schulleben: Messungen von Strom- und Wärmeverbrauch im Schulgebäude (Einbeziehung Hausmeister:in)
- Mathematik: Verbrauchswerte erfassen, auswerten und Einsparpotenziale berechnen
- Gesellschaftswissenschaften: Energiewende: Stand der Gesetzgebung, globaler Vergleich, Verantwortung der Einzelnen und Verantwortung der Institutionen
- Technik/Werken: Bau einfacher Energiesparlösungen (z. B. Türschließmechanismen, LED-Beleuchtung)



Finanzen, Vorsorge & Verbraucherrechte

3. – 6. Klasse

Taschengeldplaner

- Mathematik: Gegenüberstellung von Ausgaben und Einnahmen, eigene Bedürfnisse bewusst machen, Sparziele für die kommenden Wochen setzen.
- Ethik/Sachkunde: Ausgaben für Süßigkeiten; Was kann ich mir leisten, worauf könnte ich verzichten?
- Biologie: gesündere Alternativen suchen. So können die Schüler:innen den reflektierten Umgang und die Kalkulation mit ihrem Geld lernen.

7. – 10. Klasse

„Kauf oder Falle?“ – Verbraucherrechte im Alltag

- Gesellschaftswissenschaften: Rechte bei Online- und Offline-Käufen, Rückgabefristen, Garantien
- Deutsch: Analyse von Vertragsbedingungen und AGBs auf Verständlichkeit
- Informatik: Erkennen unseriöser Websites und sicherer Bezahlmethoden
- Kunst/Mediengestaltung: Entwicklung einer Plakat- oder Social-Media-Kampagne zu „Sicher shoppen im Internet“

9. – 13. Klasse

Die erste eigene Wohnung

- Deutsch: Analyse von Wohnungsanzeigen, Bewerbungsschreiben an den Vermieter
- Politik/Wirtschaft: Mietrecht, soziale Wohnungsbaupolitik, Marktmacht von Immobilienkonzernen, Preisbildung am Wohnungsmarkt, Versicherungen und Finanzplanung
- Geografie: Stadtentwicklung, Vergleich vom Wohnungsmarkt in Ballungsräumen vs. ländlichen Regionen
- Kunst: Gestaltung von Grundrissen, Visualisierung von Wohn(t)räumen



Medien & Information in einer digitalen Welt

5. – 13. Klasse

„Werbung unter der Lupe“

- Deutsch: Analyse von Sprache, Emotionen und Argumentationsstrategien in Print- und Online-Werbung
- Kunst: Untersuchung der visuellen Gestaltungsmittel (Farben, Bildaufbau, Licht, Erscheinungsbild der Personen)
- Gesellschaftswissenschaften: Rechtliche Aspekte von Werbung (Kennzeichnungspflicht, Verbraucherschutz), Nutzung von Klischees und Vorurteilen, Manipulation durch Rabattaktionen
- Musik: Analyse von Jingles und Soundbranding

8. – 13. Klasse

„Fakt oder Fake? Check it out“

- Deutsch/Sprachen: Analyse von Nachrichtenquellen und sprachlicher Manipulation, ggf. in unterschiedlichen Sprachen
- Gesellschaftswissenschaften: Diskussion über Meinungsfreiheit, Medienethik und Demokratiegefährdung
- Informatik: Techniken zur Überprüfung von Bildern/Videos (Reverse Image Search, Metadaten-Analyse), Nutzung von Künstlicher Intelligenz
- Kunst/Mediengestaltung: Entwicklung eigener Social-Media-Beiträge, die Faktencheck-Ergebnisse anschaulich darstellen

7. – 13. Klasse

Datenschutz und digitale Spuren

- Deutsch: Analyse von AGBs und Datenschutzerklärungen, Diskussion über Social Media und Auswirkungen auf die Privatsphäre
- Gesellschaftswissenschaften: Datenschutz und Rechte im Netz; Algorithmen und personalisierte Werbung; Welche Daten nutzt meine App?
- Informatik: Passwortsicherheit; Daten-Tracking sichtbar machen; Statistik in der Klasse zu beliebten Social-Media-Apps
- Ethik: Verantwortung im Umgang mit persönlichen Daten; Selbstbestimmung, Freiheit und Vertrauen im digitalen Zeitalter



Ernährung & Gesundheit

1. – 10. Klasse

Gemeinsam Frühstücken mit Durchblick

- Beim Mitbring-Frühstücksbuffet können die Schüler:innen neue Frühstücksgerichte ausprobieren und andere Ernährungsweisen kennen lernen.
- Betrachten Sie kulturelle und soziale Aspekte des gemeinsamen Essens und die Ernährungspyramide (Vollkorn- vs. Weißbrot, Portionsgrößen etc.).
- Nach Möglichkeit sollte das Buffet vegane, vegetarische, glutenfreie und laktosefreie Lebensmittel beinhalten. Ein guter Moment, um über Warenkennzeichnungen zu sprechen.
- Thematisieren die Hygieneregeln im Umgang mit Essen und wenden Sie diese direkt an.
- Auch die ökonomische Dimension kann hier platziert werden: Wo kaufen wir ein und warum? Wer bestimmt die Preise unserer Lebensmittel?

1. – 13. Klasse

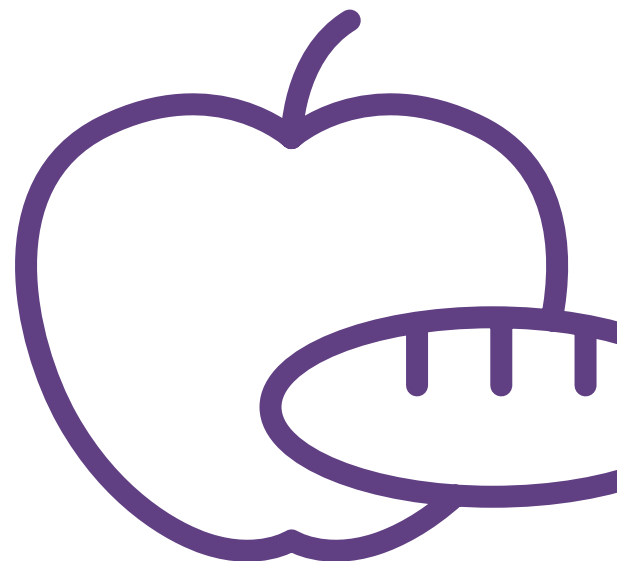
„Unser Schulimbiss – fair und gesund“

- Naturwissenschaften: Nährwertanalyse häufiger Snacks und gesunder Alternativen
- Gesellschaftswissenschaften: Preisgestaltung als Ergebnis von Angebot und Nachfrage, globale Lieferketten, Fair-Trade-Kriterien
- Mathematik: Kostenkalkulation und Gewinnspanne
- Kunst: Werbung für einen Kiosk und neue Produkte
- Schulleben: Überlegungen zu Aufgaben bei der Umsetzung. Gespräche mit den Entscheidungsträger:innen der Schule, Verteilung der Verantwortung

5. – 10. Klasse

„Halt mal – ist das haltbar?“

- Naturwissenschaften: Untersuchung und Erläuterungen zur Haltbarkeit von Lebensmitteln, Lagerungsexperimente
- Gesellschaftswissenschaften: Produktionsketten der Lebensmittelerzeugung, Ursachen und Folgen von Lebensmittelverschwendung, globale Verteilung von Lebensmitteln
- Deutsch/Sprachen: Öffentlichkeitskampagne entwerfen (Slogans, Social-Media-Beiträge)
- Kunst: Gestaltung kreativer Infografiken oder kurzer Animationsclips



Partizipative Einbindung der Schüler:innen in den Schulentwicklungsprozess

Die Einbindung von Schüler:innen in den Entwicklungsprozess ist im Sinne der Demokratiebildung sehr wichtig. Die Partizipation der Schüler:innen kann den Prozess inhaltlich voranbringen und ihm Sinn und Legitimation geben. Die folgenden Formate eignen sich, um die Schüler:innen mit inspirierenden Veranstaltungen und/oder kontinuierlichen Dialog einzubeziehen.

World Café

Austausch- und ideenfördernd, ermöglicht niedrigschwellig Beteiligung

- umfassender Austausch über ein Thema in Gruppen von 20 – 80 Personen
- Kleingruppendiskussionen an Thementischen zu verschiedenen Aspekten eines Themas, Ergebnisse werden rotierend ergänzt

Thema z. B. Unterrichtsthemen, außerunterrichtliche Lernorte, Exkursionen, Workshops und Projekte.

Marktplatz der Ideen

Sichtbarkeit von Ideen, direkter Dialog dazu

- Präsentation bestehender Ideen, Einholung von Feedback bei Gruppen in sehr flexibler Größe, ggf. auch als Teil einer anderen Veranstaltung
- Offenes Forum, in dem Schüler:innengruppen ihre Vorschläge vorstellen und Feedback von Mitschüler:innen einholen können

Thema z. B. die thematische Ausgestaltung einer AG oder die Ziele einer Exkursion

Zukunftswerkstatt

Kreativ, strukturiert, motivierend

Ideenentwicklung und Umsetzungsplanung in Gruppen von 15 – 50 Personen

1. Kritikphase (Probleme sammeln),
2. Phantasiephase (Visionen entwickeln),
3. Realisierungsphase (Maßnahmen planen)

Thema z. B. mangelnde Sichtbarkeit der Verbraucherbildung an der Schule.

Ideen-Pinnwand

Niedrigschwelliges kontinuierliches Feedback, jederzeit und von allen Schüler:innen

Board an einem festen Platz in der Schule oder auf einer digitalen Plattform, auf dem die Schüler:innen anonym Vorschläge, Fragen oder Wünsche anbringen können.

Wegweiser für die Zusammenarbeit mit außerschulischen Partner:innen

Kooperation gestalten

Die Zusammenarbeit mit außerschulischen Partner:innen unterstützt und liefert wertvolle Impulse, wenn es um praxisnahe Expertise in der Verbraucherbildung geht. Sie trägt außerdem dazu bei, Verbraucherbildung langfristig im Schulalltag zu verankern. Es gibt eine große Vielfalt an frei zugänglichen Unterrichtsmaterialien, ob von Unternehmen, Verlagen, Stiftungen oder NGOs. Diese Materialien können eine wertvolle Ergänzung sein, doch ihre Qualität ist sehr unterschiedlich. Manche Inhalte sind interessengeleitet, einseitig oder sogar fehlerhaft. Während Schulbücher vor ihrer Zulassung sorgfältig geprüft werden, gelangen andere Materialien oft ohne Kontrolle direkt in den Unterricht. Deshalb lohnt es sich, genau hinzuschauen und kritisch zu prüfen: Welche Perspektiven stecken dahinter? Stimmen die Fakten? Kooperationen sollen achtsam gestaltet werden: Wirtschaftliche Einflussnahme hat im schulischen Kontext keinen Platz.

Wir geben Ihnen einige Tipps an die Hand, wie Verbraucherbildung ohne Einflussnahme gelingen kann:

Werbung im Unterricht thematisieren

Machen Sie das Thema „Einflussnahme von Unternehmen durch Werbung“ selbst zum Lerngegenstand:

- Nutzen Sie vorhandene Materialien, Wettbewerbe oder Lernangebote – und nehmen Sie die Werbeinhalte kritisch unter die Lupe.
- Lassen Sie Ihre Schüler:innen eigene Beispiele recherchieren: Wo begegnet ihnen Werbung im schulischen Umfeld? Welche Formen von Lobbyismus gibt es?

Angebote kritisch prüfen

Prüfen Sie Materialien und Kooperationen kritisch, bevor Sie sie einsetzen:

- Welche Interessen verfolgt der Anbieter und spiegeln sich diese im Angebot wider? Passt das Angebot wirklich zum Bildungsauftrag der Schule?
- Entstehen Abhängigkeiten, z. B. durch Sponsoring oder die Weitergabe von Daten?
- Setzen Sie Expert:innen, Sponsoring und Wettbewerb bewusst ein.
- Holen Sie externe Partner ins Boot, aber bleiben Sie kritisch.
- Achten Sie auf Multiperspektivität – ganz im Sinne des Beutelsbacher Konsens.
- Fragen Sie offen nach: Warum möchte der Akteur in der Schule aktiv sein? Thematisieren Sie diese Motivation auch mit den Schüler:innen.

Transparenz schaffen

Reden Sie über das Thema – nicht nur im Unterricht, sondern auch im Kollegium, mit Eltern und Schüler:innen.

Je offener die Diskussion, desto klarer wird: Schule ist ein Raum, in dem junge Menschen – vor Lobbyismus und Einflussnahme geschützt – Kompetenzen erweitern und die eigene Haltung entwickeln können.

Kurz gesagt: Kooperationen sind wertvoll, wenn sie kritisch begleitet werden. Mit einem wachen Blick und offener Kommunikation bleibt Verbraucherbildung unabhängig – und Schüler:innen lernen, Werbung und Einflussnahme selbstbewusst zu hinterfragen.

Inhalt

Vorwort	2
So nutzen Sie die Handreichung	3
Inhalt.....	4
 1. Einfach starten	 6
Wozu Verbraucherbildung?	7
Wir machen alle schon Verbraucherbildung!	8
Was wollen wir erreichen?	10
Wie kommen Sie ans Ziel?	11
Wer ist alles dabei?	12
Vorschläge zur Umsetzung	13
 2. Basiswissen Verbraucherbildung	 14
Konsum & Lebensführung	15
Finanzen, Vorsorge & Verbraucherrechte	16
Medien & Informationen in einer digitalen Welt.....	17
Ernährung & Gesundheit.....	18
 3. Basiswissen Schulentwicklung	 19
Schulentwicklung – Ein Überblick.....	20
 4. Der Weg zur Verbraucherbildung im Schulprofil	 23
Modul 1 : Impuls – Bereit für Verbraucherbildung	25
Modul 2: Anstoßworkshop – Den Stein ins Rollen bringen	30
Modul 3: Praxis – Vom Impuls zur Routine.....	34
Modul 4: Profil – Kompetenz als Markenzeichen	39
Modul 5: Evaluation – Weiterdenken statt stehenbleiben	45
 5. Unterstützung für die Praxis.....	 50
Fächerübergreifende Integration von Verbraucherthemen	51
Partizipative Einbindung der Schüler:innen in den Schulentwicklungsprozess	55
Wegweiser für die Zusammenarbeit mit außerschulischen Partner:innen.....	56



Verbraucherzentrale

Stark für mich.

Impressum

Herausgegeben von:

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)
Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin
T +49 30 258000
verbraucherbildung@vzbv.de
verbraucherbildung.de

Für den Inhalt verantwortlich:

Ramona Pop, Vorstandin des vzbv

Redaktion und Text:

Cara Bohn-Petersen, vzbv; Anne de Vries, vzbv; Heidi
Ness, polyspektiv; Johannes Mieth, polyspektiv; Nadine
Heilmann, polyspektiv

Gestaltung:

Paik Jahnscheck | triagonale – studio für produkt- und
kommunikationsdesign Halle/Saale

Bildnachweise:

Titel – elenamedoks/123RF
Seite 2 – Dominik Butzmann/vzbv
Seite 4 – Laura Rivera/unsplash
Seite 6 – peopleimages12/123RF
Seite 14 – Larisa Stefanuyk/iStock
Seite 19 – annastills/123RF
Seite 23 – rido/123RF
Seite 50 – Wayhome Studio/AdobeStock

Danksagung:

Ein herzliches Dankeschön an Sabine Gans von der
Realschule plus Am Schlossberg Westerbürg und Huber-
tus Gosmann vom Hubertus-Schwartz-Berufskolleg sowie
an das Kollegium der Realschule Kollnau und der Stemwe-
der-Berg-Schule, die mit ihrem Wissen, ihrem Engagement
und ihrer Zeit diese Handreichung bereichert haben.

Stand:

Januar, 2026