

## Ein Fach „Verbraucherbildung“?

Am 12.03.2013 wurde das „Bündnis für Verbraucherbildung“ von der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz ins Leben gerufen (s. [www.verbraucherstiftung.de](http://www.verbraucherstiftung.de)). Das Bündnis hat die Vision, „dass allen Kindern und Jugendlichen in Deutschland durch ein institutionell abgesichertes Angebot an schulischer und außerschulischer Verbraucherbildung, die für ihr Leben notwendigen Entscheidungs- und Konsumkompetenzen vermittelt werden.“ Zentrales Ziel ist die Etablierung eines eigenständigen Schulfaches „Verbraucherbildung“. Hierzu vier Gedanken:

- (1) Die (ökonomische) Verbraucherbildung, die neben den wirtschaftlichen Zusammenhängen auch die politischen, sozialen, ökologischen und rechtlichen Implikationen des Konsums einbezieht, stellt in Oldenburg und an anderen Standorten in Deutschland seit Jahrzehnten in der Lehreraus-, fort- und -weiterbildung sowie in Unterrichtskonzepten eine wesentliche Zielsetzung ökonomischer Bildung dar; das Inhaltsfeld „Verbraucherinnen und Verbraucher im Wirtschaftsgeschehen“ ist in vielen Lehrplänen und Kerncurricula integraler Bestandteil. Erkenntnisgewinn und authentische Erfahrungen via Praxiskontakte sind ein elementares Prinzip. Wenngleich vor diesem Hintergrund die Forderung nach Verbraucherbildung nur in Teilen eine inhaltliche Innovation darstellt, findet die vom Bündnis formulierte generelle Zielperspektive unsere grundsätzliche Unterstützung.
- (2) Der Allgemeinbildungscharakter eines Schulfaches Wirtschaft wurde vielfach belegt. Eine Ausdifferenzierung in zahlreiche inhaltlich z. T. isolierte Spezialfächer wie z. B. Verbraucher- oder Finanzbildung erscheint vor dem Hintergrund des Bildungsauftrags allgemeinbildender Schulen nicht empfehlenswert. Ein Schulfach „Verbraucherbildung“ bedeutet - neben anderen Problemen wie z. B. der Sicherstellung von fachwissenschaftlicher und fachdidaktischer Lehrerqualifikation - vor allem eine Verengung allein auf die Perspektive der Verbraucherinnen und Verbraucher in einer marktwirtschaftlichen Ordnung. Eine kritische Reflexion des eigenen Konsumverhaltens ist jedoch ohne ein grundlegendes Verständnis ökonomischer Prozesse und gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge nicht möglich. Private Haushalte und Unternehmen sind zwei Seiten einer Medaille in einer Marktwirtschaft, daher muss neben der Verbraucherperspektive zwingend auch die Unternehmensperspektive berücksichtigt werden. Nicht zuletzt ist der Akteur Staat (Ordnungsrahmen) in den Blick zu nehmen. Wie sonst sollen die Schülerinnen und Schülern ein Denken in Ordnungen, Wechselwirkungen und Kreislaufprozessen lernen?
- (3) Verbraucherbildung als reine Lebenshilfe zu konzipieren widerspricht dem Bildungsauftrag allgemeinbildender Schulen; diese können nicht als „ausgelagerte“ Verbraucherberatungsstellen fungieren. Zudem ist es nicht möglich für jede

Lebenssituation jedes Individuums gesondert und einzeln vorbereiten - es ließen sich dann noch viele weitere Lebenssituationen identifizieren und in Schulfächer münzen. Notwendig ist daher ein strukturelles Wissen über die entsprechenden Phänomene und Probleme, das nur eine Fachdisziplin bereitstellen kann.

- (4) Die unbestritten wichtige schulische Aufgabe der Verbraucherbildung kann zusammengefasst u. E. nur im Rahmen anderer Schulfächer realisiert werden. Die ökonomisch dominierten Themenfelder der Verbraucherbildung, wie z. B. nachhaltiger Konsum oder finanzielle Allgemeinbildung wären dabei systematisch in das Fach Wirtschaft zu integrieren. Dieses Fach kann einen fachwissenschaftlichen und fachdidaktischen Mantel für die Verbraucherbildung liefern. Hier stellt die multiperspektivische und damit kontroverse Auseinandersetzung nicht nur eine Möglichkeit dar, sondern ein fest verankertes didaktisches Grundprinzip.

*eg, 15. April 2013*