

Verbraucherbildung an Schulen 2020

Ein Update der Stellungnahme Nr. 39 vom 29.10.2015

12.11.2020

Verbraucherbildung ist als Leitperspektive seit 2016 im baden-württembergischen Bildungsplan verankert. Die Verbraucherkommission BW (VK) begrüßte die Einführung der Leitperspektive „Verbraucherbildung“ in ihrer Stellungnahme Nr. 39 vom 29.10.2015, nicht ohne Bedenken hinsichtlich der unterrichtlichen Umsetzung zu äußern und die Notwendigkeit eines „Ankerfaches“ für die Sekundarstufe I aufzuzeigen.

Dieses Update unterstreicht und präzisiert die Vorschläge, denn trotz der flankierenden Maßnahmen des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz sind Defizite erkennbar, insofern dass

- *Verbraucherbildung insbesondere im gymnasialen Bereich kaum Eingang in den Unterricht aller Fächer findet,*
- *die Nachfrage nach Fortbildungsangeboten durch Lehrkräfte zu gering ist.*

Die VK sieht Handlungsbedarf in allen drei Phasen der Professionalisierung der Lehrpersonen:

- *Mit der Berücksichtigung von Verbraucherbildung in allen drei Phasen könnte das beschriebene Defizit aufgefangen und die Umsetzung von Verbraucherbildung im Unterricht sichergestellt werden.*
- *Zudem empfiehlt die VK ein lebensweltbezogenes Ankerfach wie das Schulfach AES in allen Schulstufen, Schularten und Schulzweigen in Ergänzung zur Leitperspektive Verbraucherbildung festzulegen. Darunter versteht sie ein Fach, bei dem die Bildungsinhalte der Leitperspektive – hier Verbraucherbildung – zum Fachauftrag gehören. Die dann zuständigen Fachvertreterinnen und Fachvertreter in den Schulen könnten mit ihrer fachlichen Expertise die Umsetzung im Kollegium vorantreiben und für den fachlichen Dialog im Kollegium dauerhaft eine Schlüsselrolle haben.*

Die VK erhebt daher folgende konkrete Forderungen und Empfehlungen:

1. *Es sind strukturbildende Maßnahmen zur Durch- und Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung zu ergreifen, um eine ausreichende Professionalisierung aller Lehrpersonen zu gewährleisten.*
2. *Es ist die curriculare Verankerung eines lebensweltbezogenen Ankerfachs für die Verbraucherbildung als Pflichtfach für alle Schülerinnen und Schüler – auch in der Sekundarstufe I und II – in Baden-Württemberg zu sichern, um dem Bildungsanspruch der Kultusministerkonferenz 2013 gerecht zu werden.*

Im Einzelnen:

Die „Verbraucherbildung“ ist als eine von sechs Leitperspektiven im baden-württembergischen Bildungsplan 2016¹ verankert. Der Bildungsplan 2016 wurde mit dem Schuljahr 2016/17 sukzessive in den Doppeljahrgangsstufen eingeführt. Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg begrüßte die Einführung der Leitperspektive „Verbraucherbildung“ in der „Stellungnahme zur Bildungsplanreform 2016“ (Nr. 39 vom 29.10.2015) ausdrücklich, weil damit der in den UN Guidelines for Consumer Protection 1985 (erweitert 1999) und zuletzt in der Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015 (A/RES/70/Consumer Protection) sowie in Art. 169 des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Union („Europäische Verfassung“) und im Beschluss der Kultusministerkonferenz (KMK) von 2013 formulierte Anspruch auf Verbraucherbildung erstmalig verbindlich im Bildungsplan in Baden-Württemberg strukturell verankert wurde. Unsere Sorge galt in der genannten Stellungnahme

1. der Durchsetzung und Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung und
2. der Tatsache, dass in der Sekundarstufe I ein lebensweltbezogenes „Ankerfach“ als Pflichtfach fehlt.

Aufgrund der bisherig gewonnenen Erfahrungen mit der Umsetzung des Bildungsplans 2016 seit dessen Einführung, möchten wir unsere Sorge diesbezüglich erneut unterstreichen und in Einzelheiten präzisieren.

Zu 1. Situation zur Durch- und Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung

Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR), Referat 37 Verbraucherpolitik, hat flankierende Maßnahmen wie (Forschungs-) Projekte initiiert, um sich zum einen Überblick über die Situation zur Durch- und Umsetzung zu verschaffen² und zum anderen die Umsetzung im Unterricht³, u. a. über den

¹ KM 2016. Der Leitfaden „Demokratiebildung“ ergänzt die sechs Leitperspektiven ab Schuljahr 2019/2020.

² Das vom Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, Ministerium für Kultus, Jugend und Sport geförderte Projekt cLEVER 1 (2016-2018) und cLEVER 2 (2018-2020) führt Studien dazu durch (vgl. Bartsch et al. 2018).

³ Der von Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, Ministerium für Kultus, Jugend und Sport und Verbraucherkommission Baden-Württemberg jährlich ausgeschriebene Verbraucherschutzpreis trägt zur Bekanntmachung der Leitperspektive Verbraucherbildung bei. Um Lehrpersonen bei der Implementierung der Verbraucherbildung in allen Fächern, Schularten und Klassenstufen zu unterstützen, fördert das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR) seit 2016 verschiedene Projekte: cLEVER (www.leitperspektive-verbraucherbildung.de) und „Leitperspektive Verbraucherbildung“ (www.verbraucherzentrale-bawue.de/unterrichtsmaterial-fuer-lehrer).

Verbraucherschutzpreis, Unterrichtsmaterialien und Fortbildungsangebote, zu unterstützen⁴. Das MLR hat sich vernetzt und kooperiert dazu u. a. mit dem Kultusministerium Baden-Württemberg und dem Landesmedienzentrum Baden-Württemberg. Die mit den Maßnahmen gemachten Erfahrungen zeigen jedoch, dass beispielsweise Verbraucherbildung kaum Eingang in den Unterricht aller Fächer, insbesondere im gymnasialen Bereich, findet und Verbraucherbildung als Fortbildungsangebot wenig nachgefragt wird.

Die in der o. g. Stellungnahme Nr. 39 geäußerte Vermutung, dass Lehrpersonen mehrheitlich nur vage Vorstellungen zum Bildungsauftrag der Leitperspektive Verbraucherbildung und den damit verbundenen unterrichtlichen Umsetzungsmöglichkeiten in ihren Fächern haben, hat sich erhärtet und dürfte einer der Gründe für die geringe Nachfrage zu den Fortbildungen sein. So zeigen die Ergebnisse der im Rahmen des Forschungsprojektes cLEVER⁵ durchgeführten Studie, dass der Bildungsauftrag der Leitperspektive Verbraucherbildung nicht von allen Lehrpersonen in Baden-Württemberg wahrgenommen wird⁶. So gibt es u. a. Lehrpersonen, denen (noch) zu wenig bewusst ist, dass sie Verbraucherbildung im Fachunterricht umsetzen müssen und auch solche, die kaum Vorstellungen dazu haben, wie die Umsetzung im Fachunterricht gelingen kann. Als eine weitere Hürde kann angenommen werden, dass die Leitperspektive Verbraucherbildung in den eingesetzten Schulbüchern nicht ausreichend berücksichtigt wird.⁷ Hinzu kommt die bis dato schwierige Fortbildungsstruktur in Baden-Württemberg⁸.

Damit untermauern die gewonnenen Erkenntnisse die Meinung der Verbraucherkommission aus der VK Stellungnahme Nr. 39, dass die Erläuterungen und Informationen zu den Leitperspektiven im Bildungsplan 2016 nur bedingt ausreichen, um eine entsprechende Umsetzung zu gewährleisten. Fortbildungsangebote zur Professionalisierung der Lehrpersonen wie sie z. B. mit dem cLEVER-Projekt zur Implementierung der Leitperspektive angeboten werden, sind eine sinnvolle Unterstützung, können jedoch nur begrenzt das beschriebene Defizit auffangen.

Die Professionalisierung der Lehrpersonen erfolgt in drei Phasen:

1. Phase: Lehramtsstudium an Universitäten oder Pädagogischen Hochschulen (Baden-Württemberg)
2. Phase: Referendariat oder Vorbereitungsdienst und
3. Phase: Berufsbegleitende Fort- und Weiterbildung⁹.

⁴ Vgl. auch Maier 2017, S. 468f.

⁵ Das Forschungsprojekt „cLEVER: Transfer der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Unterricht“ (2016 bis 2018) und „cLEVER 2. LEitperspektive VERbraucherbildung kompetent unterrichten“ (3/2018-6/2020) wurden bis 9/2019 an der PH Karlsruhe, dann an der TU Berlin durchgeführt. Beide Forschungsprojekte wurden bzw. werden vom Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR), Referat 37 Verbraucherpolitik, gefördert.

⁶ Im Projekt cLEVER wurde ein Transferkonzept entwickelt (vgl. Bartsch, Bauer & Müller 2018), auf dessen Basis nunmehr Fortbildungen durchgeführt werden (vgl. auch Bartsch, Henke, Müller & Penning 2019).

⁷ Es wurde eine explorative Studie zum Fach Mathematik in der Grundschule durchgeführt (Ebd.)

⁸ Vgl. Cramer, Johannmeyer & Drahmman 2019

⁹ Vgl. Drahmman & Huber, 2017.

Mit Ausnahme der beiden Studienfächer *Alltagskultur und Gesundheit* und *Wirtschaftswissenschaft* kommen die Lehramtsstudierenden wohl nur zufällig und in Ausnahmefällen mit Themen der Verbraucherbildung, u. a. über Themen der Nachhaltigen Bildung, während ihres Studiums in Berührung.

Die Professionalisierung beginnt also i. d. R. an den Hochschulen¹⁰ (Universitäten oder Pädagogische Hochschulen in Baden-Württemberg). Für die Lehramtsstudierenden des Studienfaches *Alltagskultur und Gesundheit* und z. T. *Wirtschaftswissenschaft*¹¹ ist es erfreulich, dass bei den zuletzt ausgeschriebenen Juniorprofessuren (2019 und 2020) im Studienfach *Alltagskultur und Gesundheit* – in einem Fall in Zusammenarbeit mit dem Fach Ökonomie – Verbraucherbildung Teil der Denomination ist und im anderen Fall als Schwerpunkt explizit genannt wird. Das spiegelt die Bedeutung der Verbraucherbildung als Teil der Fachidentität in der Domäne *Ernährungs- und Verbraucherbildung* wider. Das Studienfach *Alltagskultur und Gesundheit* wird dieser Domäne zugerechnet. Hierbei stehen die Alltagskompetenzen zur selbstständigen und (eigen-)verantwortlichen Lebensführung für sich, für andere und für die Gesellschaft im Mittelpunkt¹². Darüber hinaus stärkt es die Verbraucherbildung in ihrer Bedeutung für unsere demokratische Gesellschaft im Wandel¹³. Das gilt in Baden-Württemberg vorrangig für das Studienfach *Alltagskultur und Gesundheit* und kann damit zukünftig auch zu einer (noch) höheren Expertise der Lehramtsstudierenden bezogen auf die Verbraucherbildung beitragen. Diese ist an das Studienfach *Alltagskultur und Gesundheit* gekoppelt und ist ein weiteres Argument für das Fach als Ankerfach.

Der Vorbereitungsdienst (Referendariat) für die Lehrämter an öffentlichen Schulen in Baden-Württemberg (zweite Phase der Lehrerausbildung) findet in Seminaren für Ausbildung und Fortbildung der Lehrkräfte statt. Diese zweite Phase der Professionalisierung ist für die unterrichtliche Praxis prägend. Erfreulich ist, dass die Seminarleitungen einen Bedarf für die Qualifizierung der Lehramtsanwärterinnen und -anwärter für die Leitperspektiven, also auch der Verbraucherbildung, erkennen. Aus der Bewerbung von Fortbildungen an den Seminaren etc. zeigte sich im Projekt cLEVER aber auch, dass wenig Zeit dafür ist und die Seminarleitungen diejenigen sind, die entsprechende Fortbildungen ermöglichen oder eben auch nicht. Damit bleibt es dem Zufall überlassen, ob die Leitperspektive Verbraucherbildung ein Ausbildungsinhalt ist; vermutlich bleibt es die die Ausnahme.

¹⁰ Auf die Fachlehrausbildung, die es so nur noch in Baden-Württemberg und Bayern als nicht-wissenschaftliche Ausbildung für wenige Fächer gibt, wird hier nicht eingegangen.

¹¹ Es wird hier der Begriff *Wirtschaftswissenschaft* verwendet, wie er in der Studieninformation für das Lehramt auf den Seiten des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg aktuell verwendet wird, z. B. unter <https://www.studieren-in-bw.de/waehrend-des-studiums/lehramt-berufsziel-lehrerlehrerin/lehramt-gymnasium>. An einzelnen Hochschulen, z. B. an der PH Schwäbisch Gmünd lautet die Studienfachbezeichnung *Ökonomie*.

¹² Ethische Aspekte spielen in den Fachdiskursen der Domäne Ernährungs- und Verbraucherbildung eine Rolle, insbesondere bezogen auf Gesundheit und auf nachhaltige Entwicklung (vgl. Heseker et al. 2005) ebenso wie in der ökonomischen Bildung (vgl. Engartner & Heiduk 2015). Es gibt Schnittmengen zu den anderen Leitperspektiven, bezogen auf ethische Fragen insbesondere zur Prävention und Gesundheit und BNE.

¹³ Beispiel sind die technischen Veränderungen, die Fragen zum Verbraucherschutz aufwerfen (vgl. z. B. Oehler 2017).

Anders als in der ersten und zweiten Phase, sind Lehrpersonen über die Lehrkräftefortbildung im Schulalltag schwer zu erreichen¹⁴. Das gilt nach den gemachten Erfahrungen insbesondere für „Querschnittsaufgaben“, wie es die Verbraucherbildung ist¹⁵. Die bestehende Fortbildungspflicht nach § 50 des Landesbeamtengesetzes und der Verwaltungsvorschrift des Kultusministeriums („Leitlinien zur Fortbildung und Personalentwicklung an Schulen“) in Baden-Württemberg ändert daran wenig. Nach der 2019 publizierten umfassenden Studie im Auftrag der GEW zur Fortbildungssituation in Baden-Württemberg stellt sich die Situation wie folgt dar: „Die bisherige Fortbildungsstruktur ist komplex und schwer überschaubar und die beteiligten Akteure kommunizieren auf diffusen Wegen. Mit Blick auf die Abstimmung bei der Angebotsplanung besteht Handlungsbedarf.“¹⁶. Die Teilnahme ist entsprechend v. a. durch persönliche Interessen motiviert¹⁷. Das ist fatal, da gerade Lehrpersonen in ihrer langjährigen Berufsphase wichtig für die Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung sind. Wie sich das Fortbildungsangebot weiterentwickelt, bleibt abzuwarten, da im Rahmen des Qualitätskonzepts für das Bildungssystem in Baden-Württemberg im März 2019 zwei neue Institutionen geschaffen wurden, das „Zentrum für Schulqualität und Lehrerbildung“ (ZSL) und das „Institut für Bildungsanalysen“ (IBBW).

Die amtliche Fortbildung „... setzt bildungspolitische Entscheidungen und Bedarfe vor Ort um“¹⁸ und kann damit ein wirksames Instrument sein, auch im Hinblick auf die Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung. Daher weist die Verbraucherkommission explizit darauf hin, dass für die dritte Phase der Lehrerprofessionalisierung die amtlichen Fortbildungen für die Verbraucherbildung ausbaufähig sind und im Sinne der Verbraucherbildung – auch anlassbezogen¹⁹ – eingesetzt werden sollten.

Zu 2. Sicherung eines Ankerfach für die Verbraucherbildung mit Lebensweltbezug in Ergänzung zur Leitperspektive

Es gibt prinzipiell drei Ansätze, wie Verbraucherbildung in Schulen umgesetzt werden kann: Verbraucherbildung als Schulfach oder Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe aller Schulfächer mit oder ohne Ankerfach. Die KMK lässt das in ihrem Beschluss von 2013 prinzipiell offen; so ist die Verbraucherbildung „in den Unterricht eines oder mehrerer Unterrichtsfächer“ zu integrieren (KMK, 2013, S. 4). Die Vereinten Nationen

¹⁴ Vgl. Drahmman & Huber, 2017. Deutschlandweit nimmt nach aktuellen Studien, u. a. von Richter et al. (2018) rund ein Fünftel an keiner Fortbildung teil. Einen Überblick über die Teilnahme und Nicht-Teilnahme geben Cramer, Johannmeyer & Drahmman 2019, S. 19ff.

¹⁵ Ergebnisse dazu unter Bartsch et al. 2018 und explorative Studien im Rahmen des cLEVER 2 Projektes (noch nicht veröffentlicht).

¹⁶ Vgl. Cramer, Johannmeyer & Drahmman 2019, S. 10; S. 73.

¹⁷ Vgl. Cramer, Johannmeyer & Drahmman 2019, S. 56f.

¹⁸ Vgl. Information zur Lehrkräftefortbildung auf der Internetseite des Kultusministeriums Baden-Württemberg. <https://km-bw.de/Lde/Startseite/Schule/Lehrkraeftefortbildung>

¹⁹ Beispiel: Abschlussprüfungen mit Inhalten zur Verbraucherbildung, Link zur Handreichung: https://km-bw.de/site/pbs-bw-new/get/documents/KULTUS.Dachmandant/KULTUS/KM-Homepage/Publikationen%202019/Handreichung_novellierte-Abschlusspruefungen_190722_web.pdf.

präferieren den Querschnittsansatz: „Consumer education should, where appropriate, become an integral part of the basic curriculum of the educational system, preferably as a component of existing subjects“ (A/RES/70/186;43). Das schließt die Ergänzung durch ein Ankerfach weder aus noch stellt es dessen Notwendigkeit in Frage (vgl. VK BW, 2015). Baden-Württemberg hat sich mit der Einführung der Leitperspektive Verbraucherbildung für den Querschnittsansatz ohne Ankerfach entschieden.

Gemäß der Stellungnahme 39 versteht die Verbraucherkommission unter „Ankerfach“²⁰ ein Fach, bei dem die Bildungsinhalte der Leitperspektive – hier Verbraucherbildung – zum Fachauftrag gehören. Damit gibt es durch ein Ankerfach zum einen Fachvertreterinnen und Fachvertreter in den Schulen, die mit ihrer fachlichen Expertise die Umsetzung im Kollegium vorantreiben können und für den fachlichen Dialog im Kollegium dauerhaft eine Schlüsselrolle haben. Und zum anderen kann durch ein Ankerfach die Synthese der Querschnittsbeiträge aus den Fächern für die Schülerinnen und Schüler geleistet werden. Wie aus der Lernforschung bekannt ist²¹, bedarf es des domänenspezifischen Lernens zum Aufbau von Handlungskompetenzen im Alltag. Konsumierende agieren in einer komplexen Konsumwelt mit (zunehmendem) Experten-Laien-Ungleichgewicht²². Es bedarf daher ergänzend eines Ankerfaches, das aus der Perspektive der Konsumierenden in Haushaltszusammenhängen arbeitet. Aus den genannten Gründen ist die Zuordnung eines Faches als Ankerfach nicht beliebig, wie ebenfalls bereits in der Stellungnahme Nr. 39 dargestellt. Ein solches Ankerfach mit einer auf zentrale Handlungsfelder der Lebenswelt bezogenen Perspektive besteht nur im Schulfach *Alltagskultur, Ernährung und Soziales*²³, das lediglich als Wahlpflichtfach angeboten wird, und dort erst ab Klassenstufe 7/8 und nur bis Klassenstufe 9/10. Im Gymnasium fehlt es gänzlich.

Wenn im KMK-Beschluss von 2013 in den Allgemeinen Grundsätzen in den einzelnen Unterpunkten u. a. Folgendes ausgeführt wird, „Generell ist darauf zu achten, dass die Verbraucherbildung an Schulen,

- [...]
- die Verflechtungen und Mechanismen des Marktes unter Berücksichtigung verschiedener Perspektiven und die Einflussmöglichkeiten von Konsumentinnen und Konsumenten darlegt.
- [...]
- frei von wirtschaftlichen Interessen ist und unternehmensunabhängig den Erwerb der Kompetenzen ermöglicht, die für das Treffen von kritisch reflektierten

²⁰ In der Literatur findet sich auch Begriff „Leitfach“, der i. d. R. synonym verwendet wird.

²¹ Vgl. z. B. Funke & Zumbach 2006

²² Vgl. WBGU 2019, S. 123ff. In der Haushaltswissenschaft ist das Experten-Laien-Gefälle („Asymmetrie an den Schnittstellen“ zwischen Haushalt und Markt) seit den 1990er Jahren thematisiert, zuerst u. a. bei Thiele-Wittig 1993.

²³ VK-Stellungnahme Nr. 39, S. 2

und selbstbestimmten Marktentscheidungen der Verbraucherinnen und Verbraucher erforderlich sind.“²⁴,

dann kann ein Fach mit Haushaltbezug wie das Studienfach *Alltagskultur und Gesundheit* oder das Schulfach *Alltagskultur, Ernährung und Soziales* mit seiner interdisziplinären Fachlichkeit und didaktischen Konzeption²⁵ diesen Bildungsanspruch der KMK stärken und zum souveränen Umgang mit Konsumthemen in außerunterrichtlichen Aktivitäten in der Schule beitragen²⁶.

Wie Gutachten zur Transformation der Gesellschaft²⁷ oder einzelnen Verbraucherthemen²⁸ aufzeigen, ist die Selbstbestimmung in der digitalen (Konsum-)

Welt durch die zunehmende Asymmetrie zwischen wenigen, häufig globalen Playern auf der einen Seite und Konsumierenden (und Staaten) auf der anderen Seite mehr denn je in demokratischen Gesellschaften notwendig und gleichzeitig gefährdet und bedarf einer gesicherten Grundbildung (Consumer Literacy) für alle.

Zusammenfassend stellen wir fest:

1. Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe ist zur Umsetzung des Bildungsanspruchs der Verbraucherbildung notwendig (A/RES/70/186;43; vgl. KMK 2013). Das ist mit der Einführung der Leitperspektive Verbraucherbildung in Baden-Württemberg im Bildungsplan 2016 gelungen. Die Durch- und Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung ist nach wie vor prekär.
2. Ein Ankerfach ist in *allen* Schulstufen, Schularten und Schulzweigen in Ergänzung zur Leitperspektive Verbraucherbildung ebenfalls notwendig, um die Consumer Literacy zu fördern und Menschen zum Beispiel in die Lage zu versetzen, ihre (digitalen) Verbraucherrechte wahrzunehmen und ihren Konsum möglichst selbstbestimmt zu steuern.
3. Der Bildungsanspruch der KMK (2013) impliziert ein Verbraucherleitbild, das die Befähigung zum kritisch reflektierten und selbstbestimmten Verbraucherverhalten sowie zur gesellschaftlichen Teilhabe voraussetzt wie es das in dem zum Ankerfach geeigneten lebensweltbezogenen Schulfach wie *Alltagskultur, Ernährung und Soziales* zur Zeit in Baden-Württemberg nur als Wahlpflichtangebot für einige wenige Schülerinnen und Schüler gibt.

²⁴ KMK 2013, S. 3

²⁵ Vgl. Hesecker et al. 2005

²⁶ Vgl. z. B. Belova & Eilks 2014

²⁷ Vgl. WBGU 2019

²⁸ Vgl. z. B. SVRV 2017, 2016

Folgende Empfehlungen/Forderungen resultieren aus dem Update der VK-Stellungnahme Nr. 39 vom 29.10.2015:

1. Es sind strukturbildende Maßnahmen zur Durch- und Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung zu ergreifen, um eine ausreichende Professionalisierung *aller* Lehrpersonen zu gewährleisten.
2. Es ist die curriculare Verankerung eines lebensweltbezogenen Ankerfachs für die Verbraucherbildung als Pflichtfach für alle Schülerinnen und Schüler – auch in der Sekundarstufe I und II – in Baden-Württemberg zu sichern, um dem Bildungsanspruch der KMK 2013 gerecht zu werden.

Literatur

Bala, C., Buddensiek, M., Maier, P. & Schuldzinski, W. (2019). *Ein weiter Weg zum mündigen Verbraucher*. S. 7-18. In C. Bala & W. Schuldzinski (Hrsg.). Düsseldorf. Verbraucherzentrale NRW.

Bartsch, S. (2018). *Verbraucherbildung. Umgang mit Konsum will gelernt sein*. bildung & wissenschaft 07-08, S. 21-23.

Bartsch, S. & Methfessel, B. (2018). *Zukunftsfähige Ernährungsbildung in einer globalisierten Esswelt*. BZfE. Ernährung im Fokus Heft 09-10, 2018, S. 290-296 (veränderter Nachdruck aus Ernährung im Fokus 03-04/2016).

Bartsch, S., Bauer, A.-K. & Müller, H. (2018). *Transfer der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Unterricht*. Schlussbericht. Karlsruhe 2018.

Bartsch, S., Henke, K., Müller, H. & Penning, I. (2019). *Verbraucherkompetenzen für morgen durch Lehrkräftebildung heute: Professionalisierung von Lehrpersonen in der Verbraucherbildung*. In HiBiFo 4/2019, S. 90-103.

Bartsch, S., Häußler, A. & Lührmann, P. (2017). *Konsum in der digitalen Welt. Folgerungen für die Ernährungs- und Verbraucherbildung*. [Eingereichter Titel; veröffentlicht unter „Konsum in der digitalen Welt“]. In Haushalt in Bildung und Forschung, 2 (6), S. 52-65.

Belova, N. & Eilks, I. (2014). *Lernen über Werbung: Und wer hinterfragt den Inhalt?* In GW-Unterricht 133 (1/2014), S. 18-26.

Cramer, C., Johannmeyer, K. & Drahmman, M. (Hrsg.) (2019). *Fortbildungen von Lehrerinnen und Lehrern in Baden-Württemberg*. Tübingen. GWE.

Dieckmann, N. (2016): *Values and Knowledge Education (VaKE) als Methode in der nachhaltigen Konsumbildung. Der Mehrwert von Werten*. Online verfügbar unter <http://openjournals.wu.ac.at/ojs/index.php/socience/article/download/179/132>. Abgerufen am 10.08.2020.

Drahmann, M. & Huber, S. G. (2017). *Aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen in der Lehrerbildung*, Schulverwaltung Spezial, 19(5), S. 196-199.

Engartner, T. & Heiduk, N. (2015). *Reflektierter Konsum: Leitlinien einer an ethischen Prinzipien orientierten sozialwissenschaftlichen Konsumbildung*. GWP Gesellschaft-Wirtschaft-Politik 64, Nr. 3. S. 335-344. doi: 10.3224/gwp.v64i3.20753.

Funke, J. & Zumbach, J. (2006). *Problemlösen*. In H. Mandl & H. F. Friedrich (Hrsg.), Handbuch Lernstrategien. S. 206-220. Göttingen. Hogrefe.

Heidbrink, L., Schmidt, I. & Ahaus, B. (Hrsg.) (2011). *Die Verantwortung der Konsumenten: Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum*. Frankfurt am Main. Campus.

Heseker, H., Beer, S., Heindl, I., Methfessel, B., Oeppling, A., Schlegel-Matthies, K. & Vohmann, C. (2005). *Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen 2003-2005*. Schlussbericht für das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft. www.evb-online.de/docs/schlussbericht/REVIS-Schlussbericht-mit-Anhang-mit.pdf. Abgerufen am 10.08.2020.

Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (KM) (2016). *Bildungsplan 2016*. <http://www.bildungsplaene-bw.de/Lde/Startseite>. Abgerufen am 10.08.2020.

KMK (2013). *Verbraucherbildung an Schulen. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013*. <https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/pdf/PresseUndAktuelles/2013/Verbraucherbildung.pdf>. Abgerufen am 10.08.2020.

KMK (2015). *Bericht zur Verbraucherkompetenz von Schülerinnen und Schülern*. https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2015/2015_12_03-Bericht-Verbraucherbildung-VSMK-KMK.pdf. Abgerufen am 10.08.2020.

Maier, P. (2017). *Verbraucherpolitik am Beispiel des Landes Baden-Württemberg*. In P. Kenning, A. Oehler, L. A. Reisch & C. Grugel (Hrsg.). Verbraucherwissenschaften. Rahmenbedingungen, Forschungsfelder und Institutionen. S. 459-482. Wiesbaden. Springer Gabler.

Oehler, A. (2017). *Der technologische Wandel: Herausforderungen in der Digitalen Welt*. In P. Kenning, A. Oehler, L. A. Reisch & C. Grugel (Hrsg.). Verbraucherwissenschaften. Rahmenbedingungen, Forschungsfelder und Institutionen. S. 69-80. Wiesbaden: Springer Gabler.

Richter, E., Richter, D. & Marx, A. (2018). *Was hindert Lehrkräfte an Fortbildungen teilzunehmen? Eine empirische Untersuchung der Teilnahmebarrieren von Lehrkräften der Sekundarstufe I in Deutschland*. Zeitschrift für Erziehungswissenschaft. Online first.

SVRV (2016). *Verbraucherrecht 2.0 – Verbraucher in der digitalen Welt*. Veröffentlichungen des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen. Berlin. Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (SVRV).

SVRV (2017). *Digitale Souveränität*. Veröffentlichungen des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen. Berlin. Sachverständigenrat für Verbraucherfragen (SVRV).

Thiele-Wittig, M. (1993). *Schnittstellen der privaten Haushalte zu Institutionen. Zunehmende Außenbeziehungen der Haushalte im Wandel der Daseinsbewältigung*. In S. Gräbe (Hrsg.). *Der private Haushalt im wissenschaftlichen Diskurs*. Frankfurt a. M., New York.

WBGU – Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (2019). *Unsere gemeinsame digitale Zukunft*. Berlin. WBGU.

https://www.wbgu.de/fileadmin/user_upload/wbgu/publikationen/hauptgutachten/hg2019/pdf/wbgu_hg2019.pdf. Abgerufen am 10.08.2020.

Hauptautorin: Prof. Dr. Silke Bartsch

Diese Stellungnahme stellt eine Mehrheitsmeinung der Verbraucherkommission dar und spiegelt in einem Fall nicht die individuelle Meinung wider.