

Grundsatzverordnung zum Unterrichtsprinzip Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung



Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:

Bundesministerium für Bildung und Frauen

Minoritenplatz 5, 1010 Wien

Tel.: +43 1 531 20-0

www.bmbf.gv.at

Gestaltung: BKA | ARGE Grafik

Wien, 2015

Grundsatz erlass zum Unterrichts- prinzip Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung

Präambel

Die Ausstattung junger Menschen mit dem für das Leben und den künftigen Beruf erforderlichen Wissen und Können, die Heranbildung selbständiger Urteilsfähigkeit und die Befähigung zur Teilhabe am Wirtschafts- und Kulturleben Österreichs, Europas und der Welt gehören zu den Grundaufgaben der österreichischen Schule (vgl. § 2 des Schulorganisationsgesetzes). In Erfüllung dieses Auftrages muss Schule Menschen unter anderem dazu befähigen, ihre Rollen als Wirtschaftsbürger/innen, als Erwerbstätige und als Verbraucher/innen kompetent und moralisch verantwortlich wahrzunehmen.

Die dafür erforderlichen vielschichtigen Kompetenzen sollen aber nicht nur über die Inhalte bestimmter Fächer angesteuert werden, sondern das Unterrichtsprinzip Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung macht ökonomische Bildung vielmehr auch zu einem fächerübergreifenden komplexen und vielschichtigen Anliegen.

- Ökonomische Bildung unterstützt die Wahrnehmung der persönlichen Interessen in den verschiedenen Rollen, in denen Menschen am Wirtschaftsleben teilnehmen. Ein wichtiges Segment ist die Verbraucher/innenbildung. Die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union bekennen sich zur Förderung der Interessen der Verbraucher/innen und ihres Rechtes auf Information, Erziehung und Bildung (Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union, Art. 169).
- Wirtschaftliche Kompetenzen dienen aber nicht nur der Bewältigung der Rollen als Konsumierende, Geldanlegende, Kredit- oder Versicherungsnehmer/innen, sie tragen auch zur Beschäftigungsfähigkeit bei und können Basis für die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit sein.
- Ökonomische Bildung ist wirtschaftsbürgerliche Bildung und spricht die (künftigen) Wähler/innen und Steuerzahler/innen an. Sie ermöglicht Orientierung in einer von Wirtschaft geprägten Kultur und ist Grundlage der Teilhabe an demokratischen Willensbildungsprozessen auf nationaler und internationaler Ebene.
- Ökonomische Bildung ist politische und moralische Bildung. Denn wirtschaftliches Handeln hat gesellschaftliche und ökologische Folge- und Nebenwirkungen. Die Agenda 21, das Leitpapier der Vereinten Nationen zur nachhaltigen Entwicklung im 21. Jahrhundert, hat deshalb unter anderem die »Förderung von Verbrauchs- und Produktionsmustern, die zu einer Verringerung von Umweltbelastungen und zur Befriedigung der menschlichen Grundbedürfnisse führen« und »die Klärung der Frage, wie sich nachhaltige Verbrauchsgewohnheiten entwickeln lassen« zum Ziel.
- Ökonomische Bildung betrifft letztlich den ganzen Menschen, sie ist Arbeit an der eigenen Identität. Denn Wirtschaft und Konsum sind in unserer Gesellschaft sehr zentrale Handlungs- und Kommunikationsfelder; sie bestimmen das Selbst- und Fremdverständnis des/der Einzelnen entscheidend mit.

Das Ziel des Unterrichtsprinzips Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung erschöpft sich also nicht im Aufbau einer individuell nützlichen wirtschaftlichen Kompetenz; es geht auch darum, die Lernenden zu befähigen, als Verbraucher/innen und Wirtschaftsbürger/innen wirtschaftliches Handeln kritisch zu reflektieren und eine nachhaltig lebenswerte Welt mitzugestalten. Gelingende Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung sensibilisiert jungen Menschen für ihre Rechte, im Sinne einer »Consumer Citizenship« aber immer auch für ihre Verantwortung. In diesem Sinne ist das Leitbild des/der selbstbestimmten Verbrauchers/Verbraucherin weiterzuentwickeln »vom klugen Konsumenten vorgefertigter Marktgüter im Privathaushalt zum weitsichtigen Mitgestalter einer nachhaltig lebenswerten Welt im Nah- und Fernbereich« (Piorkowsky, 2008, S. 9).

Eine Reihe von Entwicklungen lässt die konsequente und breitflächige Umsetzung des Unterrichtsprinzips zunehmend wichtiger erscheinen: das Angebot an Produkten und Dienstleistungen ist größer denn je, der Grad der Beeinflussung junger Menschen durch Peer Groups und Medien gleichzeitig sehr hoch; Märkte werden zunehmend liberalisiert und dereguliert; nahezu alle Bereiche menschlichen Lebens werden mittlerweile kommerzialisiert; empirische Studien liefern Hinweise auf Defizite in der ökonomischen Grundbildung der Bevölkerung; die Orientierung in einer durch Globalisierung und enorm beschleunigten technischen Wandel gekennzeichneten Wirtschaft fällt immer schwerer; die Einsicht in die Bedeutung nachhaltigen Wirtschaftens wächst, ohne dass dies auf individueller und politischer Ebene hinreichende Konsequenzen hätte.

1 Richtziel

Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung befähigt zur Lebensbewältigung in ökonomisch geprägten Alltagssituationen. Sie fördert den Erwerb von Kompetenzen, die zu einer aktiven und reflektierten Teilnahme am Wirtschaftsleben als Konsument/in, als Erwerbstätige/r, als Steuerzahler/in und Transferempfänger/in und als wahlberechtigte/r Wirtschaftsbürger/in und Selbständige befähigen.

Richtziel ist der in einer ökonomisch durchwirkten Lebenswelt orientierungsfähige und in wirtschaftlich geprägten Lebens- und Alltagssituationen handlungskompetente Mensch, der zu einem selbständigen Urteil fähig und bereit ist, welches sich auch moralischen Kategorien verpflichtet fühlt.

2 Kompetenzen

Die Schüler/innen

- verfügen in hinreichendem Ausmaß über altersgemäße Grund- und Schlüsselkompetenzen zur Orientierung im und zur Teilhabe am Wirtschaftsleben und insbesondere auch über dafür notwendige, altersgemäße und ihrer Lebenswelt entsprechende soziale Fähigkeiten;
- kennen Grundzüge der Haushaltsgründung und -führung in eigener Verantwortung und unter Berücksichtigung der persönlichen Lebenssituation;
- sind zur Reflexion ihrer persönlichen Bedürfnisse, ökonomischen Möglichkeiten und Werthaltungen in der Lage;
- reflektieren und relativieren den Einfluss von Medien und Werbung auf das eigene Denken und Handeln;
- können als Verbraucher/innen möglichst selbstbestimmte Entscheidungen treffen;
- bedenken die Folgen des eigenen Konsum- und Wirtschaftsverhaltens und können ihrem Entwicklungsalter entsprechend verantwortlich, politisch bewusst und nachhaltig handeln;
- kennen die grundlegenden Rechte, Pflichten und Möglichkeiten als Verbraucher/innen beim Abschluss von Verträgen;
- können, ausgestattet mit ausreichenden mathematischen Grundkompetenzen, das persönliche Finanzmanagement gestalten, den eigenen wirtschaftlichen Verhältnissen angepasste Entscheidungen treffen und Daseinsvorsorge betreiben;
- kennen Ausmaß und Auswirkungen der Verwendung und Vernetzung digitaler Daten und gehen mit ihren persönlichen Daten verantwortungsbewusst um;
- verfügen über wirtschaftliche Basiskompetenzen, die sie zur Aufnahme einer Beschäftigung befähigen;
- können grundlegende wirtschaftstheoretische und wirtschaftspolitische Kenntnisse nutzen, um sich in der nationalen, internationalen und globalen Wirtschaft zu orientieren;
- sind ihrer Altersstufe entsprechend fähig und bereit, nationale, internationale und globale ökonomische Phänomene und Zusammenhänge wirtschafts- und unternehmensethisch zu bewerten;

3 Inhalte und thematische Zugänge

Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung umfasst verschiedene Lebens- und Handlungsfelder, z. B. Finanzmanagement, Ernährung, Haushalt, Gesundheit und Regeneration, Energie und Technik, Freizeit, Sport oder Mobilität, die wiederum jeweils auf unterschiedlichen Ebenen – z. B. ökonomisch, rechtlich, psychologisch, sozial, warentkundlich, ökologisch, politisch, ethisch – bearbeitet werden können.

Beispiele für konkrete Inhaltsfelder der Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung im Unterricht sind entsprechend vielgestaltig. Einige Beispiele für solche Inhaltsfelder finden sich im Anhang.

4 Methodik und Didaktik

Das breite Themenspektrum des Unterrichtsprinzips kann sowohl fachbezogen als auch fächerübergreifend behandelt werden:

- Anknüpfungspunkte im Lehrplan ergeben sich neben den sogenannten Trägerfächern (Geographie und Wirtschaftskunde, Volkswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftslehre) in vielen anderen Unterrichtsgegenständen wie z. B. Geschichte und Sozialkunde/ Politische Bildung, Biologie, Deutsch, Mathematik, Physik, Bildnerische Erziehung, Philosophie, Religion, Haushalts- und Ernährungslehre oder Chemie.
- Ausgangspunkt für die Umsetzung des Unterrichtsprinzips sind die Lebenswelt und der Alltag der Schüler/innen. Beobachtung und Reflexion des eigenen Verhaltens sowie Bewusstseinsbildung sind von herausragender Bedeutung.
- Das Aufgreifen aktueller Themen, beispielsweise in Form von Medienbeiträgen oder auch die Thematisierung von Vorgängen an der Schule selbst, schaffen Bezug zum Leben.
- Schüler/innen können und sollen zu eigener Recherchetätigkeit im WWW, in Bibliotheken oder durch Befragungen unterschiedlicher Personengruppen angehalten werden.
- Projektunterricht, die Variation der Sozialformen (Einzel-, Partner- und Gruppenarbeit) sowie Zeit für Austausch und Meinungsbildung machen die Themen lebendig und ermöglichen kontroverse Diskussionen.
- Die Einbindung von Fachleuten aus der Praxis (Wirtschaft, Verbraucherschutzinstitutionen, NGOs, einschlägige Museen, Interessensvertretungen, etc.) kann sinnvoll sein. Dabei soll nicht Beeinflussung, sondern das Erkennen und Abwägen unterschiedlicher Interessen und Zugänge im Vordergrund stehen.
- Die Eltern prägen in bestimmten frühen Lebensphasen das Konsum- und Wirtschaftsverhalten ihrer Kinder stark, ihre Einbeziehung in Projekte und andere Aktivitäten erscheint daher sinnvoll.

5 Zusammenwirken mit anderen Unterrichtsprinzipien und Bildungsanliegen

Themen der Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung haben thematische Überschneidungen zu Bildungsanliegen und sind, wie die folgenden Beispiele zeigen, im Zusammenwirken mit anderen Unterrichtsprinzipien besonders wirkungsvoll zu bearbeiten.

Politische Bildung und Europapolitische Bildung

Verbraucher/innenrechte sind Bürger/innenrechte und werden politisch verhandelt und erreicht. Die eigenen Rechte und Pflichten als Konsumierende zu kennen und sich dafür einzusetzen, ist Folge und Ausdruck Politischer Bildung; ebenso ist die Auseinandersetzung mit Themen wie »Schutz der eigenen Daten« und »Recht auf Privatheit« Gegenstand Politischer Bildung. Demokratisches politisches Handeln ist es aber auch sich als Verbraucher/in für gesunde und klar gekennzeichnete Lebensmittel einzusetzen.

Die Europäische Union hat als Wirtschaftsunion begonnen und wandelt sich immer weiter zu einer politischen Union. Themen des Verbraucherschutzes, Geld und Währung oder die Verflechtungen zwischen Politik und Wirtschaft sind Beispielthemen, bei denen die beiden Aspekte eng miteinander verknüpft sind.

Entwicklungspolitische Bildung, Bildung für Nachhaltige Entwicklung, Globales Lernen, Umweltbildung

Verbraucher/innenhandeln und ökonomisches Handeln können in der globalisierten Welt nicht lokal betrachtet werden, sondern benötigen einen kosmopolitischen Blick. Junge Menschen sollen Bewusstsein dafür entwickeln, dass Fragen der Wirtschaft und des Konsums auch Fragen nach globaler Gerechtigkeit, nach Solidarität und Fragen der nachhaltigen Beeinflussung der Umwelt sind, aber auch wirtschaftliche Chancen bieten bzw. nach sich ziehen.

Nachhaltige Konsummodelle und eine Auswahl von nachhaltigen Produkten zu kennen, innovative Ideen umzusetzen – dies alles unterstützt die Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung.

Die Bearbeitung von Dilemmata, die sich aus diesen Spannungsverhältnissen ergeben, hilft den Schüler/inne/n, mehrdimensionale Sichtweisen zu entwickeln und sich eigener Werte bewusst zu werden bzw. diese erst zu entwickeln.

Gesundheitserziehung

Die Auswahl von Produkten und Dienstleistungen kann die Gesundheit fördern oder aber auch gefährden. Besonders die Bereiche Ernährung sowie Gebrauch von Kosmetika oder Medikamenten zeigen im Hinblick auf Inhaltsstoffe, Herkunft und das Hinterfragen von Produktkennzeichnungen und Gütezeichen die Überschneidungen zur Gesundheitsbildung auf. Die richtige Deutung von Gefahren- und Sicherheitskennzeichen kann lebens- und gesundheitsentscheidend sein. Auch die Zusammenhänge zwischen Angeboten, den eigenen Konsumgewohnheiten und der Gesundheit können in beiden Unterrichtsprinzipien thematisiert werden.

Medienerziehung

Junge Menschen konsumieren Medien und produzieren zunehmend auch selbst Inhalte, die sie über soziale Medien kommunizieren. Umso wichtiger ist es, dass sie sich der Bedeutung des Datenschutzes und der Wahrung der Privatsphäre als Wert bewusst werden. Medienerziehung kann auch durch die Analyse von Marketing- und Werbemaßnahmen und die Diskussion über

den Einfluss von Moden und Trends Bewusstsein für das eigene Konsum- und Wirtschaftshandeln schaffen.

Verkehrserziehung

Überschneidungen finden sich bei Themen wie Umweltfreundlichkeit und Kostenwahrheit im Verkehr oder auch Gesamtkostenabschätzung von Verkehr und Mobilität. Beispielsweise können auch öffentliche Verkehrsmittel thematisiert werden, was zur Schaffung von Bewusstsein bei der Wahl des Verkehrsmittels beiträgt.

Entrepreneurship-Education

Entrepreneurship umfasst im weiteren Sinn alle Bildungsmaßnahmen zur Weckung unternehmerischer Einstellungen und Fertigkeiten. Eine der Basiskompetenzen ist die Einschätzung der Chancen und Risiken selbständiger wirtschaftlicher Tätigkeit. Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung unterstützt dies durch den Erwerb von Sach-, Urteils- und Handelskompetenz die – neben anderen – Voraussetzungen für die Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit darstellen. Sie unterstützen z. B. das Bewerten und Umsetzen von Geschäftsideen.

Im Rahmen von Entrepreneurship-Education ist es durchaus empfohlen, dass Schüler/innen wenigstens eine altersgemäße reale unternehmerische Erfahrung in allen Schulformen von Primarstufe bis Sekundarstufe II haben sollten, wie zum Beispiel an einer Schülerfirma teilzunehmen. Allerdings ist dabei auf die Rahmenbedingungen des Schullalltags Bedacht zu nehmen.

6 Anwendung des Erlasses

Der Grundsaterlass gilt für alle Schulstufen aller Schularten.

Er gilt auch für die im Rahmen der schulischen Tagesbetreuung eingesetzten Erzieher/innen bzw. Freizeitpädagoginnen und -pädagogen. Inhalte und Zielsetzungen des Grundsaterlasses sind in der Aus-, Fort- und Weiterbildung der Pädagogischen Hochschulen, der Bildungsanstalten für Kindergartenpädagogik sowie der Bildungsanstalten für Sozialpädagogik umzusetzen.

Die Inhalte und Zielsetzungen sind als Empfehlung auch an alle anderen Einrichtungen gerichtet, in denen Lehrer/innen aus- oder fortgebildet werden.

Literatur und Quellen

Agenda 21 (<http://www.agenda21-treffpunkt.de/archiv/ag21dok/index.htm>)

Empfehlungen der deutschen Kultusministerkonferenz zur Verbraucherbildung:
www.kmk.org > Presse und Aktuelles > Archiv > 2013 > Verbraucherbildung an Schulen
(12.9.2013)

Neuweg, G. H. (2013). Konturen moderner Verbraucherbildung. Erweiterte Fassung eines Vortrages auf der Fachtagung »Lernen fürs Leben, Konsumentenschutz macht Schule«, 10. Oktober 2013, Wien.

Piorkowsky, M.-B. u. a. (2008). Verbraucherkompetenz für einen persönlich erfolgreichen und gesellschaftlich verantwortlichen Konsum. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik beim Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. www.bmel.de

Rauscher, E. (2008). Gut leben lernen statt viel haben wollen, Handbuch der Verbraucherbildung, BMUKK

Referenzrahmen für die Ernährungs- und Verbraucherbildung in Österreich:
<http://www.thematischesnetzwerkernaehrung.at/downloads/referenzrahmenev.pdf>

Schulorganisationsgesetz: www.ris.bka.gv.at > Bundesrecht konsolidiert > Titel, Abfrage: Schulorganisationsgesetz

Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union: eur-lex.europa.eu > EU-Recht und damit verbundene Dokumente > Verträge > Vertrag über die Arbeitsweise der europäischen Union (Konsolidierte Fassung 2012)

Anhang

Beispiele für konkrete Inhaltsfelder der Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung

- Geld und Währung
- Angebotsvergleich, Beurteilungskriterien für das Preis-Leistungsverhältnis
- Grundlagen des Vertragsrechts (Wesen und Arten von Verträgen, Rechte und Pflichten, Geschäftsfähigkeit, Gewährleistung, Produkthaftung, Zahlungsverzug, Lieferverzug, Rücktrittsrechte, spezielle Probleme im E-Commerce usw.)
- Unterstützungs- und Beratungsstrukturen für Verbraucher/innen sowie Formen der Rechtsdurchsetzung und Streitbeilegung (Schlichtungsstellen, Verbraucherschutzorganisationen, Gerichte usw.)
- Strategien und Wirkung von Werbung und Marketing
- Risiken moderner Zahlungsmittel
- Gefahren der Ver- und Überschuldung, Führen eines Haushaltsbuches, persönliches Finanzmanagement
- Finanzdienstleistungen (Risikoabsicherung/Versicherungen, Vermögensbildung/Anlageprodukte, Finanzierung/Kredite und Darlehen, Daseinsvorsorge) finanzmathematische Grundprinzipien, z. B. Zinseszins
- Miete versus Eigentum
- Berufe, Passung zwischen persönlichen Interessen und Anforderungen, Wege der Berufsorientierung und Berufsbildung
- Auffinden von Geschäftsideen, Bewerten und Umsetzen von Marktchancen, Businesspläne
- Arbeit, Arbeitsmarkt, Beschäftigung, Einkommensverteilung sowie deren Zusammenhang mit Bildungsabschlüssen im 21. Jahrhundert
- Finanzmärkte, Kapitalmärkte, Derivate, Finanz- und Wirtschaftskrisen
- Funktionsweise des Sozialversicherungssystems
- staatliche Ausgaben und Einnahmequellen, Steuern als Beitrag zur Erstellung öffentlicher Güter
- Wirtschaftspolitik, Verhältnis von Politik, Staat und Wirtschaft
- Regulierung und Liberalisierung von Märkten
- Europäischer Binnenmarkt, Europäische Wirtschafts- und Währungsunion
- Abbau-, Produktions- und Arbeitsbedingungen in anderen Staaten
- Wirtschaftssysteme und ihre ideellen Grundlagen (z. B. Märkte als Ordnungsprinzip; Freiheit, Solidarität und Gerechtigkeit als Leitideen)
- alternative Wirtschaftsmodelle, Gemeinwohlökonomie, Nachhaltigkeit bei Konsum, in Unternehmen und Wirtschaft
- Auseinandersetzung mit alternativen Möglichkeiten der Bedürfnisbefriedigung und mit Strategien der Selbstbescheidung (z. B. Verzicht, Eigenproduktion, Förderung der regionalen Wirtschaft, stärkere Konzentration auf nicht-materielle Formen der Bedürfnisbefriedigung, Wegwerfen oder Reparieren)
- Zusammenhänge zwischen Güterkonsum und Lebensglück, Befunde der Glücksforschung
- Umweltökonomie
- Abfallentsorgung und -verwertung, Abfallvermeidung

