

In einer von Wirtschaft und Konsum dominierten Gesellschaft ist das Ziel von schulischer Verbraucherbildung die Erziehung der Schülerinnen und Schüler zu kritischen und kompetenten Verbraucherinnen und Verbrauchern für einen nachhaltigen und verantwortungsvollen Konsum.

Mit diesem Handbuch der Verbraucherbildung wird ein lebensnaher, handlungsorientierter und daher spannender Unterricht unterstützt, der den Schülerinnen und Schülern wichtige Kompetenzen für ihr Leben vermittelt.

ISBN 978-3-9519897-1-6

gut leben **LERNEN** statt viel haben **WOLLEN**

Erwin Rauscher

Erwin Rauscher



gut leben **LERNEN**
statt viel haben **WOLLEN**

Handbuch der Verbraucherbildung

Diese Broschüre entstand unter Mithilfe vieler Freunde und Helfer.
Ein aufrichtiges DANKE des Autors gilt (in alphabetischer Reihenfolge):

Reinhard Ammer
Roman Auer
Beate Blaschek
Ursula Feischl
Edgar Josef Korherr
Claudia Moser
Katharine Ortner
Peter Posch
Nicole Raninger
Elisabeth Rauscher
Birgid Reimer
Johannes Riedl
Egmont Schmidt
Rupert Sodl
Rudolf Stadler
Kurt Voglhuber

Impressum:

Eigentümer und Medieninhaber:
Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur
Abt. Politische Bildung, Umweltbildung und VerbraucherInnenbildung
Minoritenplatz 5, 1014 Wien

Text und Konzept: Erwin Rauscher
Illustrationen: Yasmine Welz
Gestaltung und Layout: gokeschgrafik@bnet.at
Lektorat: Yvonne Gokesch

ISBN 978-3-9519897-1-6

Alle Rechte vorbehalten – 2008

| | |
|------------------|---|
| Impressum | 2 |
| Zum Geleit | 3 |
| Editorial | 4 |

1 Verbraucher-“Bildung“ 9

| | |
|---|----|
| 1.1 Konsumpolitik und Konsumentenschutz | 11 |
| 1.1.1 Zur Geschichte des Begriffs „Konsum“ | 11 |
| 1.1.2 Konsumentenschutz – eine umfassende Aufgabe | 12 |
| 1.2 Vom Verbraucherschutz zur Verbraucherbildung | 13 |
| 1.3 Die spezifische Aufgabenstellung der Schule | 15 |
| 1.4 Warum kein eigener Gegenstand? | 17 |
| 1.5 (Verbraucher-)Bildungsziel „Nachhaltigkeit“ | 19 |
| 1.5.1 Der Bildungsanspruch von Nachhaltigkeit | 20 |
| 1.5.2 Unterrichtsbeispiele | 22 |
| 1.5.3 Nachhaltige Bildung durch Schulentwicklung | 23 |
| 1.6 Ethos und Ethik schulischer Verbraucherbildung | 25 |
| 1.6.1 Ethik der Konsumentenerziehung | 25 |
| 1.6.2 Wirtschaft und Konsumethik – keine Gegensätze | 27 |

2 Themenfelder 29

| | |
|--|----|
| 2.1 Gesundheit | 29 |
| 2.1.1 „Gesunde Schule“ | 31 |
| 2.1.2 Ernährung | 31 |
| 2.1.3 Bewegung | 33 |
| 2.1.4 Rauchen | 35 |
| 2.1.5 Sucht-Vorbeugung | 35 |
| 2.1.6 Ergonomie am Arbeitsplatz | 36 |
| 2.1.7 Schulspezifisches Empowerment | 38 |
| 2.1.8 Lernzeitplanung | 39 |
| 2.2 Kaufverhalten | 39 |
| 2.2.1 Kaufsucht | 40 |
| 2.2.2 Schulden | 42 |
| 2.2.3 Wohnen | 44 |
| 2.2.4 Kleidung und Mode | 46 |
| 2.2.5 Reisen | 47 |
| 2.2.6 Handy | 48 |
| 2.2.7 Shopping im Internet | 51 |
| 2.2.8 eBay – die Auktionsplattform im Internet | 54 |

3 Didaktik 57

| | |
|--|----|
| 3.1 Den Unterricht „öffnen“ | 58 |
| 3.1.1 In den Organisationsformen öffnen | 58 |
| 3.1.2 In den Inhalten öffnen | 59 |
| 3.1.3 Im sozioemotionalen Bereich öffnen | 60 |
| 3.1.4 Gegenüber der Welt öffnen | 60 |
| 3.2 Dem Unterricht Raum geben | 61 |
| 3.2.1 Einflüsse des Raums auf Lehren und Lernen | 61 |
| 3.2.2 Einflüsse des Lehrens und Lernens auf den Raum | 62 |
| 3.2.3 Folgerungen für die Gestaltung von Lernräumen | 63 |
| 3.2.4 Konsumentenorientierung im „Schul-Raum“ | 64 |

| | |
|---|------------|
| 3.3 Dem Unterricht Zeit geben | 66 |
| 3.3.1 Themenzentrierte Blockung von Unterricht | 66 |
| 3.3.2 Fächerverbindung und Projektorientierung | 68 |
| 3.3.3 Kurse – idealtypisch nutzbar für die Verbraucherbildung. | 70 |
| 3.4 Forschen(d) lehren und lernen | 72 |
| 3.4.1 Was ist „forschendes Lernen“? | 72 |
| 3.4.2 Thema und Titel | 75 |
| 3.4.3 Schreiben und seine Formen | 77 |
| 3.4.4 Daten gewinnen | 79 |
| 3.4.5 Methoden-Mix. | 80 |
| 3.5 Das Werkstatt- oder Flächenfach | 82 |
| 3.5.1 Konzentral und dezentral unterrichten | 83 |
| 3.5.2 Paradigmenwechsel im Lehrplan 2000 | 84 |
| 3.5.3 Die Schulentwicklungs-Innovation. | 85 |
| 3.6 Portfolios | 87 |
| 3.6.1 Portfolios im schulischen Gebrauch. | 87 |
| 3.6.2 Nutzen und Ziele. | 89 |
| 3.6.3 Umfang | 90 |
| 3.6.4 Herausforderungen | 92 |
| 3.6.5 Qualität | 94 |
| | |
| 4 Gegenstände | 97 |
| | |
| 4.1 Ernährung und Haushalt (Hauptschule) | 98 |
| 4.2 Geographie und Wirtschaftskunde | 99 |
| 4.3 Deutsch | 101 |
| 4.4 Geschichte und politische Bildung | 102 |
| 4.5 Biologie und Umweltkunde | 104 |
| 4.6 Physik | 106 |
| 4.7 Chemie | 107 |
| 4.8 Religion | 108 |
| | |
| 5 Materialien | 111 |
| | |
| 5.1 Organisationen | 111 |
| 5.1.1 Konsumentenschutz im BMSK | 111 |
| 5.1.2 Der VKI (= Verein für Konsumenteninformation) | 113 |
| 5.1.3 FORUM Umweltbildung – Plattform für nachhaltigen Konsum | 115 |
| 5.1.4 Das Projekt „REVIS“ | 116 |
| 5.1.4.1 Kompetenzrahmen | 117 |
| 5.1.4.2 Verbraucherbildungsstandards | 118 |
| 5.1.4.3 Schulentwicklung | 121 |
| 5.1.4.4 Portfolios | 121 |
| 5.1.4.5 Fokus „Ernährungsbildung“ | 121 |
| 5.1.4.6 Materialien und Hilfen | 123 |
| 5.1.5 AWS (= Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule) | 123 |
| 5.1.6 Arbeiterkammerportal „Konsument“ | 124 |
| 5.1.7 Stiftung Warentest | 127 |
| 5.2 Kompendien | 129 |
| 5.2.1 Haushalt in Bildung und Forschung | 129 |
| 5.2.2 Umweltbox-Sammelaktion | 130 |
| 5.2.3 Ökologischer Landbau | 130 |
| 5.2.4 Lernen auf dem Bauernhof | 131 |
| 5.2.5 Lebensmitteltechnologie und -sicherheit | 132 |

| | |
|--|-----|
| 5.2.6 Landwirtschaft und Ernährung | 132 |
| 5.2.7 „Klasse Wasser“ | 133 |
| 5.2.8 Fairer Handel | 134 |
| 5.2.9 Taschengeld | 134 |
| 5.2.10 Bankfachwörterbuch | 135 |
| 5.2.11 Finanzkompetenz | 135 |
| 5.2.12 Bananen-, Schoko- und Kokos-Seiten | 136 |
| 5.2.13 Energiestatistiken | 137 |
| 5.2.14 Tierschutz | 138 |
| 5.2.15 Aktionsprogramm 2015 gegen globale Armut | 139 |
| 5.2.16 Global Grocery List | 139 |
| 5.2.17 Unternehmerführerschein | 140 |
| 5.2.18 Einkaufen im Internet | 141 |
| 5.2.19 European „E-zine“ by Young Consumers | 141 |
| 5.2.20 IT-Plattform für Ernährungs- und Verbraucherbildung | 142 |
| 5.2.21 Arbeit, Konsum und Zukunft | 143 |

6 Eltern **145**

| | |
|---|------------|
| 6.1 Eltern – erste und wichtigste Verbrauchernerzieher | 145 |
| 6.2 Wünsche der Kinder | 147 |
| 6.3 Herausforderungen für Eltern | 148 |
| 6.3.1 Geld | 148 |
| 6.3.2 Taschengeld | 149 |
| 6.3.3 Fernsehen und Computer | 150 |
| 6.3.4 Handy | 152 |
| 6.3.5 Marken | 152 |
| 6.3.6 Sparen | 153 |
| 6.3.7 Geschenke | 154 |
| 6.4. Was die Schule tun kann | 154 |
| 6.4.1 Thematische Elternabende | 155 |
| 6.4.2 Berufsorientierung | 155 |
| 6.4.3 Leistungsdialog | 156 |
| 6.4.4 Feedback-Dialog | 156 |
| 6.4.5 Elektronischer Dialog | 157 |
| 6.4.6 Zukunftswerkstatt | 157 |