

17. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten Irene Köhne (SPD)

vom 29. Juni 2014 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 04. Juli 2014) und **Antwort**

Lieber Heute als Morgen – wann kommt die Verbraucherbildung endlich in den Schulen an?

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Wie weit sind die Vorbereitungen, das Thema Verbraucherschutz/Verbraucherbildung umfassend in die Lehrpläne der Berliner Schulen einzuarbeiten, in den zuständigen Senatsverwaltungen vorangeschritten?

Zu 1.: Der Senat von Berlin hat bereits im Jahr 2011 eine Arbeitsgruppe (AG) ins Leben gerufen, um die Verbraucherbildung an Berliner Schulen über das bisherige Maß hinaus zu fördern. Beteiligt an dieser AG sind u.a. Vertreterinnen und Vertreter der Berliner Universitäten, der Verbraucherzentrale Bundesverband, der Verbraucherzentrale Berlin, der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung, des Diakonischen Werks, der Vernetzungsstelle Schulverpflegung, Vertreterinnen und Vertreter des Faches Wirtschaft-Arbeit-Technik (WAT) u.a.m.

Die Senatsverwaltung für Justiz und Verbraucherschutz fördert die Entwicklung der „Curricularen Vorgaben für die Jahrgangsstufen 5 – 10 – Grundschule, Integrierte Sekundarschule, Gymnasium für den Lernbereich Verbraucherbildung“ finanziell.

Da Themen der Verbraucherbildung an der Berliner Schule über verschiedene Fächer verteilt sind, wurde die Entwicklung von curricularen Vorgaben für einen Lernbereich „Verbraucherbildung“ in die Wege geleitet und die Technische Universität Berlin, Bereich Arbeitslehre, beauftragt einen Entwurf zu entwickeln. Der o.a. Arbeitskreis begleitet diese Entwicklung mit seiner Fachexpertise. Im Rahmen der Überarbeitung der Rahmenlehrpläne der Länder Berlin und Brandenburg wird zudem das fachübergreifende Querschnittsthema „Verbraucherbildung“ verbindlich für die Fächer definiert.

Berlin war zudem an der Erarbeitung der Empfehlungen der Verbraucherschutzministerkonferenz sowie der Kultusministerkonferenz beteiligt. Auf der bundesweiten Tagung der Verbraucherzentrale Bundesverband am 11.06.2014 zum Stand der Entwicklung der Verbraucher-

bildung in den Ländern war Berlin ebenfalls vertreten und hat in Workshops erste Konzepte zum geplanten Lernbereich Verbraucherbildung gemeinsam mit der TU vorgestellt und auf der Ebene von Fachexpertinnen und Fachexperten diskutiert. Eine Inkraftsetzung der Curricularen Vorgaben ist für das Schuljahr 2015/2016 geplant.

2. Wie sehen die konkreten Vorschläge für die beiden Varianten „eigenes Unterrichtsfach“ und „Integration der Themen in bereits bestehende Fächer“ aus? Welche dieser beiden Varianten wird momentan präferiert?

Zu 2.: Aspekte der Verbraucherbildung waren und sind immer schon Bestandteil von Unterricht in der Berliner Schule gewesen, schwerpunktmäßig in den Fächern Wirtschaft-Arbeit-Technik, Biologie und Sozialkunde. An eine Ausweitung des Fächerkanons vor dem Hintergrund der bereits heute vollen Stundentafel für die Schülerinnen und Schüler ist nicht gedacht. Die Curricularen Vorgaben werden neben den notwendigen verbraucherorientierten Kompetenzen und Standards sowie den thematischen Schwerpunktsetzungen fachübergreifende und fächerverbindende Möglichkeiten des Unterrichtens aufzeigen und damit die zzt. in der Überarbeitung befindlichen Rahmenlehrpläne ergänzen.

Die Rahmenlehrpläne werden länderübergreifend für Berlin und Brandenburg durch das Landesinstitut für Schule und Medien Berlin-Brandenburg (LISUM) entwickelt. Um einheitliche curriculare Grundlagen für den Bereich der Verbraucherbildung zu schaffen, werden auch die Brandenburger Leitlinien in das Berliner Konzept einbezogen.

3. Welche Themen sollen zukünftig behandelt werden? Bitte auflisten nach Jahrgangsstufen und Themen.

4. Inwieweit wird auch der Themenblock „Umgang mit Werbung“ in die Lehrpläne eingearbeitet? Bitte ebenfalls nach entsprechenden Unterthemen und Jahrgangsstu-

fen auflisten.

Zu 3. und 4.: Da sich die curricularen Vorgaben für einen Lernbereich Verbraucherbildung noch im Entwicklungsstadium befinden, sind Aussagen zu Themen und ihren Zuordnungen nach Jahrgangsstufen noch nicht abschließend möglich. Sie werden sich orientieren an den Dimensionen „Nachhaltiger Konsum“, „Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht“, „Ernährung und Gesundheit“ sowie an „Medien und Information“.

5. Soll es in diesem Zusammenhang auch zu einer Thematisierung von „Werbung an Schulen“ kommen? Ist geplant, hier eine kritische Auseinandersetzung der Schüler mit eventuell kostenlos zur Verfügung gestelltem Unterrichtsmaterial aus der Wirtschaft anzuregen?

Zu 5.: Eine kritische Auseinandersetzung mit kostenlos den Schulen zur Verfügung gestellten Unterrichtsmaterialien aus der Wirtschaft gehört selbstverständlich zum Auftrag der Schulen und wird Bestandteil der Kompetenzentwicklung der Schülerinnen und Schüler im Rahmen der Dimension „Medien und Information“ sein. Diese Auseinandersetzung mit der Herkunft von Materialien und Texten (Quellenanalyse) gehört im gesellschaftswissenschaftlichen Unterricht zu den Basiskompetenzen.

Vor dem Hintergrund der Förderung der größtmöglichen Eigenverantwortung der Schulen im Land Berlin wurde allerdings auch die Möglichkeiten für Werbung und Sponsoring geschaffen (insbes. mit den Verwaltungsvorschriften über Werbung, Handel, Sammlungen und politische Betätigung in und mit Einrichtungen des Landes Berlin (VV Werbung) vom 11. Januar 2011 (ABl. S. 126)), ob und in welchem Umfang jedoch davon Gebrauch gemacht wird, entscheidet jeweils die Schulkonferenz in eigener Verantwortung (§ 76 Absatz 2 Nummer 8 b) SchulG). Selbstverständlich muss immer der Grundsatz beachtet werden, dass jede Form der Unterstützung staatlichen Handelns (insbes. beim Sponsoring) für die Öffentlichkeit erkennbar und nachvollziehbar sein muss. Eine vollständige Transparenz des Umfangs und der Art des Sponsorings ist daher unverzichtbar. Grundsätzlich gilt, dass die Interessen des Landes Berlin durch Werbung oder Sponsoring nicht beeinträchtigt werden dürfen und insbesondere die Unabhängigkeit und Aufgabenerfüllung der öffentlichen Verwaltung gewahrt bleiben müssen. Darüber hinaus muss die Maßnahme immer mit dem staatlichen Bildungs- und Erziehungsauftrag zu vereinbaren sein und hinter diesem zurück stehen. Von Werbung und Sponsoring unberührt bleibt daher als staatliche Aufgabe nach wie vor die personelle und sächliche Ausstattung der Schulen einschließlich der erforderlichen Lehr- und Lernmittel.

6. Ist es geplant, das Thema Verbraucherschutz auch in die Leitfäden der Kindertagesstätten mit aufzunehmen (Berliner Bildungsprogramm)?

Zu 6.: In der aktualisierten Fassung des Berliner Bildungsprogramms „Berliner Bildungsprogramm für Kitas und Kindertagespflege“, das jüngst erschienen ist, lässt sich das Thema ‚Verbraucherschutz‘ unter den Abschnitt ‚Bildung für eine nachhaltige Entwicklung‘ sowie unter den Bildungsbereich ‚Natur – Umwelt – Technik‘ einordnen. Kinder werden ermutigt und angeregt, Zusammenhänge aus ihrer Erfahrungswelt zu erkennen, zu beschreiben und zu hinterfragen.

Allgemein zielt Bildung und Erziehung in Kindertageseinrichtungen und Kindertagespflege auf eine Stärkung der Persönlichkeit und die Entwicklung von Selbstbewusstsein – Merkmale, die gute Voraussetzungen für die Wahrnehmung von Verbraucherrechten darstellen.

Berlin, den 21. Juli 2014

In Vertretung

Dr. Knut Nevermann
Senatsverwaltung für Bildung,
Jugend und Wissenschaft

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 23. Juli 2014)