

XXIV. GP.-NR

2434 IAB

10. Aug. 2009

zu 2361 J

**bmask**BUNDESMINISTERIUM FÜR
ARBEIT, SOZIALES UND
KONSUMENTENSCHUTZ**RUDOLF HUNDSTORFER**
BundesministerStubenring 1, 1010 Wien
Tel.: +43 1 711 00 - 0
Fax: +43 1 711 00 - 2156
rudolf.hundstorfer@bmask.gv.at
www.bmask.gv.at
DVR: 001 7001Frau
Präsidentin des Nationalrates
Parlament
1010 Wien

(5-fach)

GZ: BMASK-90180/0029-III/3/2009

Wien, 07. AUG. 2009

Sehr geehrte Frau Präsidentin!

Ich beantworte die an mich gerichtete schriftliche parlamentarische **Anfrage Nr. 2361/J der Abgeordneten Schatz ua.** wie folgt:

Vorweg darf festgehalten werden, dass Verbraucherbildung derzeit als eines von 12 Unterrichtsprinzipien im Rahmen der „Wirtschaftserziehung und Verbraucher/innenbildung“ festgelegt ist (siehe <http://www.bmukk.gv.at/schulen/unterricht/index.xml>).

Die in der Anfrage als Teil der Verbraucherbildung angeführte Gesundheitserziehung und Medienpädagogik sind eigene Unterrichtsprinzipien.

Anders als aber bei den beiden oben genannten gibt es bei „Wirtschaftserziehung und Verbraucher/innenbildung“ keinen Grundsatzterlass, der es Lehrkräften erleichtern würde, das Thema in den Unterricht zu integrieren.

Frage 1:

Wie soll die Institutionalisierung der Konsumentenbildung an den Schulen aussehen?

Antwort:

Die Art der Institutionalisierung ist im Regierungsprogramm nicht festgelegt. Aus meiner Sicht wäre aber jedenfalls eine gewisse Verbindlichkeit erforderlich, die sicher stellt, dass Kinder und Jugendliche während ihrer schulischen Ausbildung zumindest zwei mal (in den höher bildenden Schulen drei mal) mit den wesentlichen Verbrau-

cherthemen konfrontiert werden, wobei auf die jeweilige Problemstellung der Zielgruppe einzugehen ist und entsprechende Unterrichtszeiten dafür zur Verfügung stehen sollten.

Da insbesondere Werbung schon bei ganz jungen Zielgruppen angewandt wird (und dort auch am besten wirkt) sollte bereits in der Volksschule Verbraucherbildung etabliert werden.

Frage 2 :

Ist hier ein eigenständiges Fach geplant?

Antwort:

Die Form der Institutionalisierung ist mit dem BMUKK noch nicht vereinbart.

Frage 2 :

Welche Bereiche sollen thematisch von der Konsumentenbildung erfasst werden?

Antwort:

Zwischen dem BMUKK und dem BMASK gibt es Einvernehmen darüber, dass folgende Bereiche thematisch erfasst sein sollen.

Kompetenzen, die die SchülerInnen erwerben	Mögliche Inhalte anhand derer die Kompetenzen erworben werden
<p>Die wichtigsten Konsumentenrechte und –pflichten an Beispielen anwenden können;</p> <p>Die Bedeutung von verbraucherpolitischen Maßnahmen erkennen;</p> <p>Lösungsschritte für Verbraucherprobleme verstehen und umsetzen können;</p> <p>Nachhaltige Konsummodelle kennen;</p> <p>Die Auswirkungen einiger Reboundeffekte erklären können;</p> <p>Die Notwendigkeit der aktiven Teilnahme der Konsumenten am Markt begründen können (die Opfer- und Täterrolle der Konsumenten erklären können);</p>	<p>Schaffung eines Bewusstseins über die globalen Probleme des Konsums;</p> <p>Wesentliche Konsumentenrechte und –pflichten (Versicherungspflichten, Aufbewahren von Belegen, Meldepflichten, Einhalten von Verträgen etc.) kennen und anwenden;</p> <p>Grundlegende Konsequenzen von privatrechtlichen Verträgen kennen;</p> <p>Strafrechtliche Konsequenzen aufgrund der Verletzung von Konsumentenpflichten</p> <p>Produkte nach nachhaltig orientierten Gesichtspunkten auswählen können;</p> <p>Reboundeffekte auf die Mitwelt eruieren (z.B. Autos verbrauchen weniger Benzin aber Rohstoffverbrauch, Lärm, Abgase steigen weiterhin an);</p> <p>Chancen und Nutzen von Konsumentenaktivitäten auf regionaler, nationaler und globaler Ebene</p>

<p>Die Zusammenhänge zwischen Konsumgewohnheiten und Gesundheit erkennen und erklären und mit den eigenen Gewohnheiten in Beziehung bringen können;</p>	<p>ne zur Verbesserung der Rechte der KonsumentInnen anhand von Beispielen kennen lernen;</p> <p>Einrichtungen der Verbraucherinformation und -beratung kennen;</p> <p>Zusammenhänge zwischen Lebensstilkonzepten (Bereiche Ernährung, Kleidung, Wohnen, Freizeitgestaltung, etc.) und Gesundheit;</p>
<p>Die Bedeutung des Datenschutzes und der Wahrung der Privatheit als Wert erklären können;</p>	<p>Kommunikationstechnologien bedarfsgerecht einsetzen;</p> <p>Die Auswirkungen neuer Technologien auf Lebensstile und Privatsphäre analysieren;</p>
<p>Produkte und Dienstleistungen nach einigen differenzierten Gesichtspunkten beurteilen können;</p> <p>Den Lebenszyklus eines Produktes erklären können, das eigene Konsumhandeln darin einordnen;</p> <p>Die Vor- und Nachteile der einzelnen Vertriebswege aus der Sicht der Konsumenten erklären können;</p> <p>Gefahren- und Sicherheitskennzeichen deuten können;</p> <p>Die Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen kritisch hinterfragen können;</p> <p>Verantwortung für die eigenen Gesundheit übernehmen können;</p> <p>Die Auswirkungen des eigenen Umgangs mit Gütern auf die Mitwelt berücksichtigen können;</p>	<p>Die Zusammenhänge zwischen Produktlebenszyklus Produktgestaltung, Distribution von Produkten, Warengebrauch, Entsorgung und nachhaltiger Lebensstil erkennen und verstehen;</p> <p>Vertriebswege (z.B. e-Commerce, Fachhandel, Direktmarketing, etc.) für Konsumgüter kennen lernen;</p> <p>Gefahrquellen in der Nutzung von Haushaltschemikalien kennen lernen;</p> <p>Elemente für die Beurteilung von Qualität – vorgeschriebene/freiwillige – kennen lernen;</p> <p>Qualitätszeichen (z.B. für Lebensmittel, Computer/Bildschirme, Textilien, Haushaltsgeräte) beurteilen und zuordnen;</p> <p>Kriterien zur Beurteilung von Dienstleistungen im Gesundheitswesen kennen lernen; Krankenversicherung und Patientenrechte;</p> <p>Sicherheits- und Gefahrenstoffkennzeichnungen identifizieren können (Gefahrenzeichen, Beipackzettel);</p> <p>Die Auswirkungen von rücksichtslosem Verhalten im Hinblick auf die Nutzung (Lärmquellen, Unfallgefahren, Wartung) und Entsorgung von Produkten abschätzen.</p>
<p>Produktbezogene Informationen beschaffen und nach differenzierten Gesichtspunkten bewerten;</p> <p>Waren sicher und nachhaltig nutzen können;</p> <p>Risiken bei der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen kennen;</p> <p>Beurteilungskriterien für das Preis-Leistungsverhältnis anwenden können;</p>	<p>Einflüsse auf die Produktentwicklung analysieren;</p> <p>Produkt-Testergebnisse verstehen und präsentieren;</p> <p>Kriterien zur Bewertung von Produkten /Dienstleistungen entwickeln, erproben; Warenkennzeichnung interpretieren und erklären;</p> <p>Beurteilungskriterien für das Preis- Leistungsverhältnis kennen lernen;</p>

	Marketing- und Werbungsmaßnahmen und die Wirkung auf das eigenen Konsumverhalten kennen;
Das persönliche Konsumverhalten reflektieren, bewerten und darstellen können;	Bedarf und Bedürfnis unterscheiden;
Den eigenen Bedarf reflektieren und planen können;	Moden, Trends und Einflüsse auf das Konsumverhalten kennen und zum eigenen Leben in Beziehung setzen;
Kriterien für die Entwicklung und Möglichkeiten eines eigenständigen Lebensstil kennen;	Sich auseinandersetzen mit dem Konsumverhalten verschiedener Interessens- und Altersgruppen;
Strategien zur individuellen Nutzung der finanziellen Ressourcen kennen und bedarfsgerecht nutzen können;	Die unterschiedlichen Rollen als VerbraucherIn kennen (unter besonderer Berücksichtigung der Lebensphase Kindheit und Jugend);
Das eigene Kaufverhalten analysieren können (welchen Wert habe ich als Kunde für das Unternehmen?);	Einflüsse auf das Wirtschaften (Geld und Geldwert, Mechanismen der Preisbildung, Erwerbsarbeit, Konsumausgaben, Eigenleistung) im privaten Haushalt in unterschiedlichen Lebenszyklen einschätzen können;
Die Motive für und Einflüsse auf das persönliche Konsumverhalten reflektieren;	Einflüsse auf das eigene Finanzmanagement reflektieren und bewerten können (z.B. Kosten der Kommunikation, Internetgebrauch);
Fragen für die Planung und den Abschluss von Bank- und Versicherungsgeschäften stellen können;	Kennen lernen und bewerten von Bank- und Versicherungsdienstleistungen; Versicherungspflichten; Fragen der Geldplanung stellen können und verstehen;
Einige Strategien zur Unterstützung für in finanzielle Bedrängnis geratene Personen wissen und anwenden können.	Strategien im Umgang mit Geld und Gütern entwickeln (Aufzeichnungsmöglichkeiten; psychologische Strategien; Hilfestellungen anderen beim Sparen zu helfen,...).

Frage 4.

Bis wann soll die Institutionalisierung der Konsumentenbildung an den Schulen erfolgen?

Antwort:

Für die Realisierung steht die gesamte Regierungsperiode zur Verfügung.

Frage 5.

Welche Schultypen sollen davon erfasst werden?

Antwort:

Es sollen alle Schultypen erfasst werden.


Frage 6.

Ab welcher Schulstufe ist Konsumentenbildung geplant?

Antwort:

Die Einführung ist ab der Volksschule geplant.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'K. Müller', written in a cursive style.