

**Aspekte der Konsumentenerziehung in einem
vierjährigen GW-Lehrgang
der 10- bis 14-Jährigen**

BACHELORARBEIT

aus Fachdidaktik Geographie und Wirtschaftskunde

zur Erlangung des akademischen Grades

Bachelor of Education (BEd)

an der

[Pädagogischen Hochschule für Niederösterreich](#)

vorgelegt von

Markus Elian

Matr.Nr.: 1363117

Themensteller/in: **Prof. Mag. Dr. Christian SITTE**



Baden, März 2017

Kurzzusammenfassung

Konsum spielt in der Welt der Schülerinnen und Schüler eine große Rolle. Dementsprechend ist es wichtig, sie zu einem kritischen Verbraucherverhalten zu führen. Das hatte der Gesetzgeber schon 1962 mit der Einführung von *Geographie und Wirtschaftskunde* in die Wege geleitet. Eine letzte Verstärkung dieser Ansicht stellt der *Grundsatzterlass zum Unterrichtsprinzip Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung* des Unterrichtsministeriums von 2015 dar.

Die Lehrplananalyse zeigt, wie sich die Bedeutung des Themas für den Gesetzgeber darstellt. Verbrauchererziehung wird in GW sehr vielschichtig eingefordert. Die Verstärkung im Unterrichtsprinzip deutet aber auch darauf hin, dass sich auch andere Fächer entsprechend ihrer didaktischen Grundsätze damit befassen sollen.

Die GW-Schulbücher unterscheiden sich in Umfang und Methodik. Ihre Analyse zeigt aber deutlicher und konkreter als Lehrplanformulierungen die Ausfüllung dieser Anforderungen. Letztlich ist es aber von der Lehrperson abhängig, wie die Intensität dieses Ansatzes umgesetzt wird – das Schulbuch ist dabei aber ein wichtiges Leitmedium. Neben den Schulbüchern gibt es eine Vielzahl an seriösen und gut aufbereiteten externen Materialien, die sich für einen abwechslungsreichen GW-Unterricht eignen. Es zeigt sich, dass sie für eine ganzheitliche Konsumentenerziehung auch notwendig sind.

Summary

Consumption plays a major role in the life of our pupils. Therefore it seems necessary to lead them to an advised behavior. As this is the function of economic education, this work analyzes the aspects in geography and economics.

The analysis of the curriculum shows how important this topic is for the legislator. Economic education is claimed in many ways. Furthermore it becomes apparent that it is requested beyond geography and economics. So it is applied to any subject and level of education.

The educational books of geography and economics differ in volume and method, but they also mirror the requirements of the legislator. It is up to the teacher to decide which book and method seems convenient.

Beside the educational books there are many respectable and appropriate external teaching materials which are adequate for usage in geography and economics. They are essential for an integrated economic education.

Vorwort

Die vorliegende Arbeit entstand im Rahmen meines Bachelorstudiums des Lehramts für die Neue Mittelschule in den Unterrichtsgegenständen Deutsch und Geographie und Wirtschaftskunde. Ausschlaggebend bei der Themenwahl war für mich die Überlegung, welche praxis- und lebensnahen Aspekte es im GW-Unterricht gibt. Der entscheidende Impuls kam dann von meinem Betreuer Mag. Dr. Christian Sitte, der mir dabei half, das Forschungsthema zu konkretisieren. Im weiteren Verlauf stand er mir regelmäßig mit Rat und Tat zur Verfügung, wofür ich mich an dieser Stelle bedanken möchte.

Besonderer Dank gilt meiner Familie und meinen engen Freundinnen und Freunden, die mir immer ein Ohr liehen und mich dadurch zur Entwicklung dieser Bachelorarbeit motivierten.

Baden, im März 2017

Markus ELIAN

Inhalt

1	PROBLEMAUFRISS UND ZIELSTELLUNGEN	9
1.1	Zur Relevanz des Problems	9
1.2	Forschungsfragen.....	10
1.3	Methoden und Ziel der Arbeit	10
2	KONSUMENTENERZIEHUNG	12
2.1	Begriffsbestimmungen	12
2.2	Hintergründe der Verbrauchererziehung	13
2.3	Konsumentenerziehung – Warum eine Aufgabe der Schule?	15
2.4	Wirtschafts- und Verbraucherbildung als Unterrichtsprinzip	17
3	KONSUMENTENERZIEHUNG IM GW-LEHRPLAN DER NMS	20
3.1	Definition.....	20
3.2	Zur Entwicklung der GW-Lehrpläne in Österreich	20
3.2.1	GW-Lehrplan vor 1985 – eine additive Erweiterung.....	21
3.2.2	Paradigmenwechsel: GW-Lehrplan 1985/86 – die Integration des G und des W	21
3.2.3	Der aktuelle GW-Lehrplan 2000 – eine formale Verkürzung.....	22
3.2.4	GW-Lehrplan 2000 – eine Verbesserung?	28
4	DAS SCHULBUCH IM GW-UNTERRICHT	32
4.1	Quantitative Analyse.....	32
4.1.1	GW-Schulbücher der 5. Schulstufe	35
4.1.2	GW-Schulbücher der 6. Schulstufe	37
4.1.3	GW-Schulbücher der 7. Schulstufe	39
4.1.4	GW-Schulbücher der 8. Schulstufe	41

4.2	Auswertung und Beurteilung der Ergebnisse.....	43
4.2.1	Ergebnisse der 5. Schulstufe	43
4.2.2	Ergebnisse der 6. Schulstufe	48
4.2.3	Ergebnisse der 7. Schulstufe	57
4.2.4	Ergebnisse der 8. Schulstufe	60
4.2.5	Jahrgangsübergreifende Ergebnisse und Resümee	64
5	LEBENSWELTLICH ORIENTIERTER GW-UNTERRICHT	66
5.1	Lebensweltliche Orientierung in GW	66
5.2	Externe Materialien.....	68
5.2.1	Sparkasse	69
5.2.1.1	Broschüren.....	69
5.2.1.2	Film	73
5.2.2	Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz	73
5.2.2.1	Konsumentenschutz – Elternarbeit kompakt.....	74
5.2.2.2	Ausweg gesucht – Schulden und Privatkonkurs	76
5.2.2.3	Themenheftchen	76
5.2.2.4	Konsumentenfragen.at.....	77
5.2.3	Kammer für Arbeiter und Angestellte (AK)	78
5.2.3.1	Broschüren.....	78
5.2.3.2	Homepage	79
5.2.4	Verein für Konsumenteninformation (VKI).....	79
5.2.4.1	Homepage	80
5.2.4.2	Magazin „Konsument“	80
5.2.5	Das ORF-Konsumentenmagazin „Help“	80
5.2.6	Apps – Konsumentenschutz über das Lieblingsmedium der Schülerinnen und Schüler.....	81
5.2.6.1	Codecheck: Inhaltsstoffe-Check	81
5.2.6.2	Barcoo	82

5.3	Einige fachdidaktische Überlegungen.....	82
6	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....	85
7	LITERATURVERZEICHNIS.....	87
7.1	Fachdidaktische Literatur.....	87
7.2	Schulbücher.....	93

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Auseinandersetzung mit dem eigenen Wasserverbrauch	45
Abbildung 2: Fragestellung „Woher kommt dein Trinkwasser?“	45
Abbildung 3: Erdölprodukte aus <i>Durchblick 1</i>	46
Abbildung 4: Weg des Erdöls zum Konsumgut in <i>Durch die Welt 1</i>	46
Abbildung 5: Erdölprodukte aus <i>Horizonte 1 plus</i>	47
Abbildung 6: Erdölprodukte aus <i>Abenteuer GW1</i>	48
Abbildung 7: Arbeitsauftrag zur Grafik (Abbildung 6)	48
Abbildung 8: Tipps für den Supermarkt in <i>Durch die Welt 2</i>	50
Abbildung 9: Gefahren im Supermarkt in <i>unterwegs 2</i>	50
Abbildung 10: Komplexe Aufgabenstellung für die Kinder in <i>Der Mensch in Raum und Wirtschaft 2</i>	51
Abbildung 11: <i>Abenteuer GW2</i> verknüpft Arbeitsauftrag und Grafik	51
Abbildung 12: Erwähnung des externen Magazins <i>Konsument</i> in <i>Durchblick 2</i> ...	52
Abbildung 13: Funktion der Bank in <i>Leben und Wirtschaften 2</i>	54
Abbildung 14: Fehlerhafte Darstellung in <i>Horizonte 2 plus</i>	55
Abbildung 15: Geldkreislauf in <i>Horizonte 2 plus</i>	55
Abbildung 16: Arbeitsweise der Bank in <i>Abenteuer GW2</i>	56
Abbildung 17: Einnahmen-Ausgaben-Rechnung in <i>Horizonte 3 plus</i>	58
Abbildung 18: Haushaltsbuch in <i>Durch die Welt 3</i>	59
Abbildung 19: Einkommen und Kontoauszug in <i>Der Mensch in Raum und Wirtschaft 3</i>	60
Abbildung 20: Der ökologische Fußabdruck in <i>GEOProfi 4</i>	62
Abbildung 21: Der ökologische Fußabdruck in <i>unterwegs 4</i>	62
Abbildung 22: Fairtrade in <i>Geografie für alle. 4. Klasse</i>	63
Abbildung 23: Fairer Handel in <i>Der Mensch in Raum und Wirtschaft 4</i>	63
Abbildung 24: Schnittstellen der Bereiche <i>Konsum, Arbeit und Gesellschaft</i>	65
Abbildung 25: Handlungsmodell der ökonomischen Bildung.....	67
Abbildung 26: Formel zur Taschengeldeberechnung	70
Abbildung 27: Taschengeldformel für Teenager.....	71
Abbildung 28: Vorder- und Rückseite eines Infokärtchens.....	75
Abbildung 29: Geschäftsfähigkeit mündiger Minderjähriger	77

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gegenüberstellung des LP 1985/86 und LP 2000	29
Tabelle 2: Quantitative Analysetabelle für GW-Schulbücher	33
Tabelle 3: Auswertung der quantitativen Analyse (5. Schulstufe).....	36
Tabelle 4: Auswertung der quantitativen Analyse (6. Schulstufe).....	38
Tabelle 5: Auswertung der quantitativen Analyse (7. Schulstufe).....	40
Tabelle 6: Auswertung der quantitativen Analyse (8. Schulstufe).....	42
Tabelle 7: Ergebnisvergleich der Unterschiede zwischen den GW-Schulbüchern der 5. Schulstufe.....	43
Tabelle 8: Ergebnisvergleich der Unterschiede zwischen den GW-Schulbüchern der 6. Schulstufe.....	49
Tabelle 9: Ergebnisvergleich der Unterschiede zwischen den GW-Schulbüchern der 7. Schulstufe.....	57
Tabelle 10: Ergebnisvergleich der Unterschiede zwischen den GW-Schulbüchern der 8. Schulstufe	61

1 PROBLEMAUFRISS UND ZIELSTELLUNGEN

1.1 Zur Relevanz des Problems

Konsum spielt in der heutigen Zeit eine sehr große Rolle im Leben von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen. Der Begriff *Konsumgesellschaft* meint laut DUDEN eine „in ihrem Lebensstil vorwiegend auf die Sicherung und Steigerung des Konsums ausgerichtete Gesellschaft (...)“ (BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH 2016a). Eine Definition, die auf den Alltag der Menschen in Österreich und großen Teilen der restlichen Welt zutrifft. Eine weitere, durchaus dramatischere Bestimmung des Terminus nach HAUPT (2003, S. 27) lautet wie folgt:

„Unter Konsumgesellschaft wird dabei ein sozialer Zusammenhang verstanden, in dem ein bestimmtes Warensortiment einer auf bestimmte soziale Schichten begrenzten Verbraucherschicht zur Verfügung steht, die Waren für die Definition ihrer gesellschaftlichen Rolle und zur individuellen Selbstdarstellung nutzen.“

Daraus resultiert, dass Konsum nicht nur Mittel zum Zweck ist, sondern auch zur persönlichen Selbstdarstellung genutzt wird. Das Gefahrenpotenzial für Kinder und Jugendliche, die sich in ihrer persönlichen Entwicklung mit einer Vielzahl an sozialen und emotionalen Herausforderungen konfrontiert sehen, ist schnell erkennbar.

Während Erwachsene bereits über einen gewissen Reifegrad und auch Erfahrung mit Geld und Konsum verfügen, können Schülerinnen und Schüler noch nicht auf einen solchen Erfahrungs- und Wissenshintergrund zurückgreifen. Dementsprechend sind sie besonders gefährdet, in der Konsumwelt Fehler zu begehen, die möglicherweise viele Jahre bis Jahrzehnte des weiteren Lebens negativ beeinflussen.

Unternehmen sind diese Manipulationsmöglichkeiten durchaus bewusst, sie werden sogar aktiv genutzt – beispielsweise mittels Werbung. Ein Zeitungsartikel der *Neuen Zürcher Zeitung* spricht gar davon, dass ein zehnjähriges Kind im Schnitt 300 bis 400 Markennamen kennt (vgl. JÜRGENSEN 2014). Dies verdeutlicht die enorme Einbindung von Kindern und Jugendlichen in die Verbrauchergesellschaft.

Nun stellt sich die Frage, ob Schülerinnen und Schüler mit dieser Eigenverantwortung umgehen können und ob sie in der Schule auf derartige Herausforderungen vorbereitet werden. Besonders jene Jugendliche, die einen Lehrberuf anstreben und dadurch in absehbarer Zeit ein Eigeneinkommen, wie beispielsweise die Lehr-

lingsentschädigung, beziehen, scheinen gefährdet zu sein. Für sie sind in der Sekundarstufe lediglich vier bzw. fünf Jahre Zeit, für den Konsumalltag gerüstet zu werden.

Die österreichische Schule hat die Aufgabe, „*die Jugend mit dem für das Leben und den künftigen Beruf erforderlichen Wissen und Können auszustatten (...)*“ (§ 2 Abs. 1 SchOG). Da, wie bereits erläutert, der Konsum in der Gesellschaft eine große Rolle spielt, müssen die Kinder und Jugendlichen auch im Bildungswesen darauf vorbereitet werden. Wie dies nun aussieht, ist Gegenstand dieser Bachelorarbeit.

1.2 Forschungsfragen

Die zentrale Frage dieser Forschungsarbeit ist, wie Schülerinnen und Schüler in der Schule auf die Welt des Konsums vorbereitet werden. Präzisiert lautet die erste Forschungsfrage: „*Welche Aspekte der Konsumentenerziehung enthält der GW-Lehrplan in der Sekundarstufe 1?*“ Hierbei wird Geographie und Wirtschaftskunde gewählt, da der Konsumbereich in die Wirtschaftserziehung fällt. Welche Anhaltspunkte finden sich im Lehrplan? Wie soll die Umsetzung im Unterricht aussehen? Welche Ziele und Kompetenzen sollen die Lernenden erreichen?

Die zweite Forschungsfrage lautet: „*Wie lassen sich diese Aspekte in der Umsetzung in den Schulbüchern nachweisen?*“ Zweck ist, nun die praktische Umsetzung der gesetzgeberischen Vorgaben zu untersuchen. Wie bereiten österreichische GW-Schulbücher die Konsumentenerziehung auf? Welche Methoden werden eingesetzt? Welche Übereinstimmungen oder Unterschiede gibt es zwischen den einzelnen Schulbüchern? Wie ist deren Aufbereitung zu bewerten?

Neben Schulbüchern gibt es auch andere Materialien, die im Unterricht Verwendung finden (sollen). Daher lautet die dritte Forschungsfrage: „*Welche externen Materialien bieten sich für einen lebensweltlichen orientierten GW-Unterricht noch an?*“ Ziel ist herauszufinden, welche Materialien zur Verfügung stehen, wie diese gestaltet sind und auf welche Art und Weise ein Einsatz im GW-Unterricht sinnvoll erscheint.

1.3 Methoden und Ziel der Arbeit

Neben der Beantwortung der drei Forschungsfragen hat diese Bachelorarbeit das Ziel, die Konsumentenerziehung im Rahmen des GW-Unterrichts zu untersuchen, Unterschiede in Inhalt und Umsetzung vor dem fachdidaktischen Hintergrund zu beurteilen und etwaiges Verbesserungspotenzial aufzuzeigen.

Zunächst erfolgt eine Dokumentenanalyse des GW-Lehrplans, um festzustellen, wie der Gesetzgeber die Umsetzung des Themas vorsieht. Um einen Trend abschätzen zu können, wird auch die Entwicklung des Lehrplans im Kontext der Konsumentenerziehung beleuchtet, um herauszufinden, wie sich die Thematik in den letzten Jahrzehnten verändert hat.

Ein weiterer Methodenzugang ist die Analyse von GW-Schulbüchern, um die praktische Umsetzung in diesem wichtigsten Leitmedium (aber auch Ausweis des Faches nach außen) zu untersuchen und die Inhalte und Lehrmethoden zu vergleichen und kritisch zu untersuchen. Dafür wird sich einer quantitativen Methode bedient, um die Bedeutung des Themas anhand des Anteils am gesamten GW-Unterricht herauszufinden. Neben der quantitativen Menge am Unterricht werden auch ausgewählte fachdidaktische und methodische Aspekte untersucht.

Den Abschluss dieser Forschungsarbeit bildet eine Recherche der Fülle externer Materialien, die sich mit der Thematik der Verbrauchererziehung befassen und die Lehrkräfte ergänzend heranziehen sollten. Der Schwerpunkt liegt auch hier auf der fachdidaktischen Beurteilung und dem Aufzeigen von differenzierten Einsatzmöglichkeiten im GW-Unterricht, um einen lebensweltlich orientierten Unterricht zu ermöglichen.

2 KONSUMENTENERZIEHUNG

Konsumentenerziehung ist das zentrale Thema dieser Forschungsarbeit. In diesem Kapitel wird geklärt, was unter den relevanten Begriffen verstanden wird, wie diese in der Gegenwart verstanden und verwendet werden und wie sie im Kontext dieser Arbeit zu beurteilen sind.

2.1 Begriffsbestimmungen

Im engeren Sinne kann unter *Konsum* der Kauf von Konsumgütern aller Art auf Märkten verstanden werden (vgl. HEDTKE 2008, S. 321).

Während Konsum lange Zeit als lebensnotwendig galt und in erster Linie mit Nahrungs- und Haushaltsmitteln in Verbindung gebracht wurde, hat sich der Begriff in der heutigen Zeit gewandelt und dient in der westlich ausgerichteten Welt häufig der Selbstdarstellung (vgl. PIORKOWSKY 2017, S. 75). Er umfasst somit nicht nur Lebensmittel, sondern sämtliche Konsumgüter sowie auch Luxusgüter, beispielsweise Kraftfahrzeuge oder Immobilien. Konsum erfolgt also im niedrigen und hohen Preissektor und kann damit auch einem unterschiedlich hohen Finanzierungsrisiko ausgeliefert sein.

Der Begriff *Konsumentenerziehung* umfasst viele Aspekte, dementsprechend scheint es komplex, diesen Terminus genau zu definieren.

Wolfgang SITTE (vgl. 2001a, 546ff) beschreibt in der Wirtschaftserziehung des GW-Unterrichts die drei Handlungsbereiche *Konsumökonomie*, *Arbeitsökonomie* und *Gesellschaftsökonomie*. In ersterem steht die *Verbrauchererziehung* im Mittelpunkt, was er darauf zurückführt, dass sich das Konsumverhalten seit Ende des Zweiten Weltkriegs massiv verändert hat. Der Trend der langlebigen Güter flacht ab, sie werden immer kurzlebiger und durch die steigende Kaufkraft auch teurer. Die Finanzierung durch Kredite gewinnt an Beliebtheit, was zu einem erhöhten finanziellen Risiko führt. Dementsprechend wird gefordert, die Konsumentenerziehung in der Schule an Komplexität aufbauend, wie in einer Lernspirale, umzusetzen. Persönliche Bedürfnisse und Zwänge im Konsum sind offenzulegen und zu hinterfragen. Externe Materialien spielen im GW-Unterricht, dementsprechend auch in der Verbrauchererziehung, ebenfalls eine wichtige Rolle, um den Alltagsbezug zu verdeutlichen. Beispielhaft werden Kinder- und Jugendzeitschriften von Geldinstituten angeführt, die gemeinsam in der Schule untersucht werden können. Allerdings nimmt Wolfgang SITTE auch die Eltern der Schülerinnen und Schüler in die Pflicht, zu einem reflektierten Verbraucherverhalten der Kinder beizutragen. Als Beispiel

wird die Vorbildwirkung und aktive Mitwirkung, beispielsweise mittels Taschengeld, genannt.

Daraus folgt, dass Konsumentenerziehung im Kontext dieser Forschungsarbeit als Erziehung im Bereich der Konsumökonomie verstanden wird, die Teil der Wirtschaftserziehung im Geographie- und Wirtschaftskundeunterricht ist.

Im Fokus steht demnach die Verbrauchererziehung, die Wolfgang SITTE (1998) so beschreibt:

„Verbrauchererziehung (...) hat (...) ökonomisches Handeln privater Haushalte zu thematisieren. Verbraucherentscheidungen beim Kauf von Sachgütern und Dienstleistungen sind auf Präferenzen (Wünsche und Ziele inklusive der auf sie einwirkenden physischen und psychischen Einflüsse) und auf Beschränkungen bzw. Zwänge (finanzielle, soziale sowie durch marktpolitische Maßnahmen bedingte) zu untersuchen und die sich daraus ergebenden möglichen Konsequenzen zu reflektieren. Hierbei sind in angemessener Weise neben der sozialen auch die ökologische Verantwortlichkeit der Konsumenten in die Verbrauchererziehung miteinzubeziehen.“

Christian FRIDRICH (vgl. 2017, S. 113) spricht vom Begriff der *Verbraucherbildung*. Sie stellt einen wichtigen Bereich in der Thematik der ökonomischen Bildung dar und soll die Lernenden bei der Handlungsfähigkeit, besonders bei ökonomischen Entscheidungen, unterstützen. Ein weiteres Ziel, das große Priorität im Rahmen der Konsumentenerziehung genießt, ist es, Kindern und Jugendlichen das notwendige Wissen sowie die Werte für ein verantwortungsvolles Konsumverhalten zu vermitteln. Langfristig soll dies dazu führen, dass sie sich zu „*mündigen*“ Verbraucherinnen und Verbrauchern entwickeln und die dafür notwendige Handlungskompetenz erwerben (mehr dazu in Kapitel 2.2).

Zusammengefasst kann also gesagt werden, dass die Schülerinnen und Schüler befähigt werden sollen, ihr Konsumverhalten zu hinterfragen, zu erklären und zu reflektieren. Sie sollen sich der Verantwortung bewusstwerden und die möglichen Konsequenzen kennen. Dadurch sollen sie handlungskompetent werden, um – für sich selbst, die Gesellschaft und den Staat – über ein optimales Konsumverhalten zu verfügen. Neben dieser Eigenverantwortung spielt auch die ökologische Verantwortung (Stichwort: Wegwerfgesellschaft) eine Rolle.

2.2 Hintergründe der Verbrauchererziehung

Ein wichtiger Zweck des Wirtschaftens ist die eigene Bedürfnisbefriedigung mit verschiedensten Konsumgütern (vgl. HOCHHAUSER 2016, S. 667). Diese ist allerdings mit einigen Risiken verbunden, die vor allem bei mangelnder wirtschaftlicher Reife,

Reflexions- und Handlungsfähigkeit, wie beispielsweise in der Pubertät, zu großen und nachhaltigen finanziellen Problemen führen können.

Es ist von großer Bedeutung zu beachten, dass das Erreichen der Volljährigkeit keineswegs automatisch zu einem vernünftigen und reflektierten Konsumverhalten führt. Wie die ERSTE BANK AG (vgl. 2010) berichtet, sind laut einer Umfrage 53 % der Österreicherinnen und Österreicher der Meinung, dass das Thema *Geld und Wirtschaft* nur unzureichend in der Schule behandelt wird. Nur 47 % sind in der Lage, den für die Wirtschaft wichtigen Begriff *Zinsen* korrekt zu erklären. Dramatischer wird die Frage nach dem *Bruttoinlandsprodukt*, das lediglich 39 % der befragten Personen kennen und definieren können.

Wenn also die Erwachsenen nur über befriedigendes Wirtschaftswissen verfügen, wie sieht es dann mit den Kindern und Jugendlichen aus? Der BUNDESVERBAND DEUTSCHER BANKEN (vgl. 2015) hat eine Studie unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen von 14 bis 24 Jahren durchgeführt, in der genau diese Frage beantwortet wurde. So verfügen 39 % über sehr schlechtes bis schlechtes Wissen, 28 % über gute und 33 % über sehr gute Kenntnisse. Die Wichtigkeit der Rolle der Lehrperson verdeutlicht sich bei der Frage nach dem Interesse. In der Altersgruppe der 14 bis 17-Jährigen gaben 22 % an, sich sehr stark für Wirtschaft zu interessieren. Aus fachdidaktischer Sicht muss es möglich sein, das Interesse durch entsprechende Methodik zu erhöhen.

Wie in Kapitel 2.1 bereits angesprochen, spielt bei FRIDRICH (vgl. 2017, S. 123) der Begriff des „*mündigen Bürgers*“ eine zentrale Rolle. Dieser muss nicht nur über das nötige Wissen verfügen, um optimierte Konsumententscheidungen treffen zu können. Vielmehr ist es bedeutsam, dass er seine kritische und reflexive Dimension im Konsumbereich verstärkt. Allerdings ersetzt diese Kompetenz nicht die Aufgaben anderer Institutionen, wie z.B. jener des Verbraucherschutzes. Denn die staatlichen und institutionellen Aufgaben verstehen sich als komplementär zur Konsumentenerziehung.

Die Rolle des „*mündigen Bürgers*“ muss auch kritisch betrachtet werden. Der Konsumbereich kann nicht als homogen betrachtet werden, da er viele verschiedene Aspekte umfasst. So kann eine Person z.B. in Bezug auf Kreditgeschäfte mündig sein, aber beim Einkauf im Supermarkt irrationale und unvernünftige Entscheidungen treffen. (Vgl. ebd., S. 126)

Bezüglich reflexiver Dimension sei gesagt, dass sie sich auch auf Verantwortungsbewusstsein in ökologischer Hinsicht bezieht. Durch Konsum entsteht beispielsweise Müll, über den sich der bzw. die Konsumierende ebenfalls Gedanken machen sollte. (Vgl. FRIDRICH 2017, S. 124)

Somit deckt sich diese Vorstellung der Verbrauchererziehung auch mit jener von Wolfgang SITTE (vgl. 1998).

Daneben müssen die Schülerinnen und Schüler die optimale Gestaltung ihres Konsumverhaltens lernen. Hierfür können sie sich z.B. der Anwendung einer Kosten-Nutzen-Rechnung bedienen und ein für sie vorteilhaftes Verhalten ausüben. Diese Handlung darf allerdings nicht überspannt werden und wird problematisch, wenn sie auf den monetären Kosten-Nutzen-Faktor reduziert wird. (Vgl. FRIDRICH 2017, S. 127f)

2.3 Konsumentenerziehung – Warum eine Aufgabe der Schule?

Konsumentenerziehung ist nicht nur Aufgabe der Schule, insbesondere des Geographie- und Wirtschaftskundeunterrichts, sondern primär die Verantwortung der Eltern. Noch bevor Kinder in die Sekundarstufe 1 kommen, wo der GW-Unterricht beginnt, kommen sie massiv mit Konsum und Wirtschaft in Kontakt.

Eine Studie der US-Firma *Procter & Gamble* von 1993 (vgl. UNVERZAGT & HURRELMANN 2002, S. 102f) definiert drei Stufen bei der Entwicklung der Kinder zu Konsumierenden. Die erste Phase ist das Beobachten: Im Alter von sechs Monaten waren bereits 75 % der Kinder im Supermarkt. Ab dem ersten Lebensjahr können sie Details, wie beispielsweise Logos, wahrnehmen und wiedererkennen. Die Lust am Konsum wird entfacht. In der zweiten Stufe folgt das Fordern: 66 % der Kinder im Alter von drei Jahren teilen den Eltern auf verbalem Weg die eigenen Wünsche mit. Ab nun hat diese Altersgruppe eine Bedeutung für Unternehmen, was sie auch zur Zielgruppe von Werbung macht. In der letzten Phase erfolgt das Auswählen, wo Kinder nun bestimmte Produkte wählen, die sie aus diversen Gründen (z.B. Werbung oder positive Erfahrung) präferieren.

Der mögliche Weg eines Kindes, wie es mit verschiedensten Arten der Konsumentenerziehung in Kontakt tritt, wird nun skizziert.

In den frühen Lebensjahren erfolgt der Kontakt mit Geld, Wirtschaft und Konsum zumeist über die Familie (Anm.: In Österreich ist der Kindergarten erst ein Jahr vor Schuleintritt verpflichtend). Dabei muss man zwischen zwei Komponenten unter-

scheiden: aktive, erzieherische Maßnahmen sowie passive Vorbildwirkung. Aufgrund der geistigen Reife eines Kleinkindes ist es wahrscheinlicher, dass zunächst Lernen durch Nachahmung stattfindet. Das Kind beobachtet die Eltern, beispielsweise beim Einkauf von Lebensmitteln, und lernt dadurch das erste Konsumverhalten. Nehmen sich die Erziehungsberechtigten Zeit für den Einkauf? Gibt es Limits und Einschränkungen, beispielsweise bei Süßigkeiten? Oder herrscht Zeitdruck und scheinbare Grenzenlosigkeit bei der Wahl der Güter? Egal welche Verhaltensweise zutrifft, das Kind wird dadurch geprägt und erfährt, möglicherweise unbewusst, die erste Haltung zu Geld und Konsum.

Ab dann tritt auch der erste Aspekt, der aktive, erzieherische Maßnahmen impliziert, in Erscheinung. Bereits in den Kindergärten erfolgen erste Konfrontationen mit Aspekten der Verbrauchererziehung. Als Beispiel sei *Sparefroh* der ERSTEN BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG (vgl. 2016) genannt: So wird empfohlen, den Kindergartenkindern beizubringen, wie Geld entstanden ist. Der Tauschhandel, der vorherging, kann mit lebensnahen Beispielen verglichen werden (z.B. Tausch eines Spielzeugs). Solche Aspekte sollte auch der GW-Unterricht in den Themen der ersten Klasse NMS (fünfte Schulstufe) integrieren.

In der Vorschulstufe werden die verbrauchererzieherischen Maßnahmen verstärkt. Der Lehrplan der Volksschule sieht für die Vorschulstufe die Themenbereiche *Familie als Wirtschaftsgemeinschaft* und *Arbeit und Arbeitsstätten* vor. Der erste Bereich deckt einerseits den Zusammenhang zwischen Arbeit, Einkommen und Konsum, andererseits die Themen *Dinge, die wir zum täglichen Leben brauchen, unterschiedliche Wohn- und Lebensbedingungen* sowie *Wünsche und Wunscherfüllung* ab. Daneben werden die Arbeit der Eltern, ausgewählte Berufe und Arbeitsstätten sowie die Arbeitswelt generell kennengelernt. (Vgl. LEHRPLAN DER VOLKSSCHULEN 2012, S. 43)

Betrachtet man die Inhalte als Gesamtheit, ist zu erkennen, dass die Vorschulkinder bereits die Grundlagen von Arbeit, Einkommen und Konsum kennenlernen.

Nach der Vorschulstufe folgen Grundstufe und Volksschuloberstufe. Wirtschaft nimmt hierbei einen eigenen Erfahrungs- und Lernbereich ein, der die Kinder zu umfangreichen Kompetenzen im Wirtschafts- und Konsumbereich befähigen soll. Im Vordergrund stehen dabei die wirtschaftlichen Grundbedürfnisse der Kinder selbst, immer im Kontext der eigenen Lebenswelt und Realität. Wie in der Vorschulstufe auch, sollen Einblicke in die Arbeitswelt und in wirtschaftliche Zusammenhänge stattfinden. Daneben lernen die Schülerinnen und Schüler den Zweck und Nutzen der Notwendigkeit einer guten Ausbildung. Erstmals wird auch konkret auf

Konsumentenerziehung eingegangen: „Darüber hinaus soll ein überlegtes, kritisches Konsumverhalten angebahnt werden“ (LEHRPLAN DER VOLKSSCHULEN 2012, S. 85f).

Den Beginn des reflektierten Konsumentenverhaltens bildet die Auseinandersetzung mit den eigenen wirtschaftlichen Bedürfnissen und Wünschen. Dabei ist es für die Kinder eine wichtige Erkenntnis, dass nicht alle Wünsche erfüllt werden können. Neben dieser aktiven Verbrauchererziehung lernen die Volksschülerinnen und Volksschüler auch die wirtschaftliche Versorgung überblicksmäßig kennen. (Vgl. LEHRPLAN DER VOLKSSCHULEN 2012, S. 98f)

Besonders interessant wird die Kompetenzentwicklung beim eigenverantwortlichen Handeln in wirtschaftlicher Hinsicht. So setzen sich die Kinder mit Werbung und deren Einfluss auf das Konsumverhalten, mit Risikoverhalten (borgen, gewinnen, verlieren) und Geld auseinander. Letzteres inkludiert bereits den richtigen Umgang, wie den Sinn des Sparens und die Abschätzung von Kosten (z.B. Handy, Internet). Im Hinblick auf das Konsumverhalten der Jugendlichen ist eine derartige Kompetenz im Konsumbereich von enormer Wichtigkeit. In didaktischer Hinsicht ist das spielerische Lernen von großer Bedeutung: „In spielerischer Form ist kritisches Konsumverhalten zu fördern und an Hand einfacher Beispiele wirtschaftliches Handeln durchschaubar zu machen“ (ebd., S. 194).

Neben den Aspekten der Vorschulstufe lernen die Kinder auch erstmals die Herstellung von Waren und Produktionsvorgänge kennen, was ebenfalls Einfluss auf das Verbraucherverhalten hat. (Vgl. ebd., S. 90)

2.4 Wirtschafts- und Verbraucherbildung als Unterrichtsprinzip

Um auch wichtige Erziehungsaspekte außerhalb der Fachlehrpläne zu bewirken, bedient sich das BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG (vgl. 2017a) zehn verschiedener Unterrichtsprinzipien:

- Erziehung zur Gleichstellung von Frauen und Männern
- Gesundheitserziehung
- Interkulturelles Lernen
- Leseerziehung
- Medienbildung
- Politische Bildung
- Sexualerziehung
- Umweltbildung
- Verkehrserziehung
- Wirtschafts- und Verbraucherbildung

Diese zehn Aspekte sind in allen Unterrichtsgegenständen parallel zum jeweiligen Fachlehrplan zu vermitteln. Für Geographie und Wirtschaftskunde bedeutet dies, beispielsweise auch Umweltbildung zu betreiben. Durch die Vielfalt von GW stellt diese Tatsache für die Lehrkraft allerdings kein Problem dar.

Umgekehrt sollte die GW-Lehrkraft im Auge behalten, dass in diesem Zusammenhang etwa in Deutsch Werbetextanalyse, Sachtexte von Bedienungsanleitungen und anderes mehr behandelt werden (können), oder beispielsweise in Bildnerischer Erziehung grafische Elemente der Werbung einen Platz im Unterricht haben.

Im Kontext dieser Forschungsarbeit mit GW-Bezug scheint das Unterrichtsprinzip *Wirtschafts- und Verbraucherbildung* zusätzliche verstärkende Relevanz zu haben. Dahinter steckt ein Grundsatzterlass des BUNDESMINISTERIUMS FÜR BILDUNG (vgl. 2015), der nun näher beleuchtet werden soll.

Dort ist nachzulesen, dass dieses Unterrichtsprinzip das Ziel verfolgt, die Schülerinnen und Schüler *zu reflektierten und nachhaltigen Verbraucherinnen und Verbrauchern zu erziehen* (vgl. ebd, S. 2). Somit deckt sich dieser Anspruch auch mit den Vorstellungen der GW-Fachdidaktiker Christian FRIDRICH und Wolfgang SITTE (siehe Kapitel 2.2). Die Kinder und Jugendlichen sollen am Wirtschaftsleben teilhaben, eigenverantwortlich einen Haushalt führen, persönliche Bedürfnisse reflektieren, den Einfluss von Werbung kennen, Verbraucherrechte kennen, mit persönlichen Daten verantwortungsvoll umgehen und über wirtschaftliche Grundkenntnisse verfügen können (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG 2015, S. 3).

Methodisch und didaktisch werden die Möglichkeiten eröffnet, fächerübergreifend und fachbezogen zu agieren. Dabei wird Geographie und Wirtschaftskunde als *Trägerfach* angeführt, wo eine Anknüpfung an den Lehrplan stattfindet. Ausgangspunkt

für das Unterrichtsprinzip ist *die Lebenswelt* der Schülerinnen und Schüler. Fachleute aus der Praxis, wie z.B. von Verbraucherschutzorganisationen, und Eltern sollen in den Unterricht eingebunden werden. (Vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG 2015, S. 4)

Durch dieses methodisch-didaktische Konzept wird die Bedeutung von Geographie und Wirtschaftskunde im Kontext der Konsumentenerziehung deutlich. Auch die Prinzipien, wie die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen in den Vordergrund zu stellen bzw. externe Experten hinzuzuziehen, entsprechen jenen von GW bzw. dieser Forschungsarbeit (siehe Kapitel 5.1 bzw. 5.2). Das Miteinbinden der Erziehungsberechtigten wird auch vom *Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz* gefordert und mit konkreten Umsetzungsbeispielen für die Praxis unterstützt (siehe Kapitel 5.2.2.1).

Eng mit *Wirtschafts- und Verbraucherbildung* ist auch das Unterrichtsprinzip *Politische Bildung* verzahnt. Das Wahrnehmen der Rechte als Verbraucherin bzw. Verbraucher ist Ausdruck Politischer Bildung, da diese Rechte politisch verhandelt werden. Da sich auch die Europäische Union mit dieser Thematik befasst, ist sie ebenfalls in wirtschaftlicher und politischer Hinsicht von Bedeutung. (Vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG 2015, S. 5)

Ein zusätzlicher Hinweis darauf, dass Konsumentenerziehung als sehr bedeutend angesehen wird, ist die Tatsache, dass der Grundsatzterlass für sämtliche Schularten und Schulstufen gilt. Davon sind auch Einrichtungen betroffen, die außerhalb des Schulunterrichts besucht werden, wie z.B. Nachmittagsbetreuungen. (Vgl. ebd, S. 6)

3 KONSUMENTENERZIEHUNG IM GW-LEHRPLAN DER NMS

Dieses Kapitel soll Aufschluss darüber geben, welchen Stellenwert Konsumenten-erziehung im GW-Lehrplan der Neuen Mittelschule, also auf der Stufe der 10- bis 14-Jährigen, hat, wie diese verankert ist und welche Kompetenzen die Schülerinnen und Schüler diesbezüglich erreichen sollen.

3.1 Definition

Ein Lehrplan enthält die „*Ziele und Inhalte sowie Hinweise für die didaktisch-metho-dische Gestaltung eines bestimmten Unterrichtsfaches*“ (BIBLIOGRAPHISCHES INSTI-TUT GMBH 2016b). In Österreich ist dies im Schulorganisationsgesetz (SchOG) 1962 geregelt und gilt als Vorgabe des Bundesministeriums für Bildung. Er besteht aus sechs Teilen:

- Der erste Teil umfasst das allgemeine Bildungsziel, welches die Funktion des Lehrplans, den gesetzlichen Auftrag und die Aufgaben näher definiert.
- Der zweite Teil beschreibt allgemeine didaktische Grundsätze,
- der dritte Teil Schul- und Unterrichtsplanung,
- der vierte Teil die Stundentafeln und
- der fünfte Teil die Lehrpläne für den Religionsunterricht.
- Im sechsten Teil finden sich schließlich die einzelnen Fachlehrpläne für alle Unterrichtsgegenstände. (Vgl. LEHRPLAN DER NMS 2016)

Christian SITTE (vgl. 2001a, S. 213) führt an, dass sich der Lehrplan aus drei Teilen zusammensetzt: Diese sind der allgemeine Teil, die Stundentafeln und die Fach-lehrpläne. Für den Unterricht ferner relevant sind auch noch die sogenannten Un-terrichtsprinzipien, wie sie im Kapitel zuvor erläutert wurden.

3.2 Zur Entwicklung der GW-Lehrpläne in Österreich

Wie Christian SITTE (vgl. 1989, S. 47) in seiner Dissertation angibt, kam erst 1962/63 durch den Gesetzgeber die Wirtschaftskunde zum Geographie- bzw. Erdkundeun-terricht hinzu, weshalb meine Forschung auf Elemente der Konsumenten- und Ver-brauchererziehung im zeitlichen Bereich vor 1963 nicht zielführend erscheint.

3.2.1 GW-Lehrplan vor 1985 – eine additive Erweiterung

Der Lehrplan der Hauptschule von 1963 umfasst erstmals wirtschaftliche Aspekte. Allerdings sind diese zumeist mit der Erdkunde (die damals am Länderkundeparadigma ausgerichtet war) zu verknüpfen, was die Entwicklung von Verbraucherkompetenzen massiv hemmt. Die Schülerinnen und Schüler sind lediglich in der Lage gewesen, regionale, nationale und internationale Märkte kennenzulernen. Das Konsumverhalten der Einzelperson wurde nicht hinterfragt, sondern in den Kontext der gesamten Volkswirtschaft gesetzt. „*Verständnis für die Bedeutung volkswirtschaftlich richtigen Verhaltens des einzelnen und der Gesamtheit*“ lautet die Passage im Verordnungstext (LEHRPLAN DER HAUPTSCHULEN 1963, S. 734). Eine Verbrauchererziehung im eigentlichen Sinn findet demnach noch nicht dezidiert statt.

Auch Wolfgang SITTE (vgl. 2001b, S. 158) berichtet, dass mit dem Lehrplan 1963 wohl eher Wirtschaftsgeographie als richtige Wirtschaftskunde stattfand. Wirtschaftliche Themen wurden einfach an die Länderkunde angehängt. Allerdings war der Umfang der Wirtschaftskunde im Lehrplan ohnehin sehr gering, der Bedeutung wurde ebenfalls - insbesondere in der Stufe der 10- bis 14-Jährigen - wenig Aufmerksamkeit geschenkt (20-25% der Unterrichtszeit in GW sollten – so sein Befund - laut GW-Schulbuchautoren für Wirtschaftskunde verwendet werden).

3.2.2 Paradigmenwechsel: GW-Lehrplan 1985/86 – die Integration des G und des W

Mit der Reform des GW-Lehrplans von 1985/86 wurde der Grundstein für eine kompetenzorientierte Verbrauchererziehung geschaffen. Während zuvor noch das Konzept der konzentrischen Kreise vom Nahen zum Fernen maßgeblich war und sich ohnehin nahezu ausschließlich auf die Geographie im Sinne der Erdkunde und Wirtschaftsgeographie richtete, stand nun als Klammer zwischen dem G und dem W „*der Mensch im Mittelpunkt*“ des reformierten GW-Unterrichts. Bereits der zweite Satz der Bildungs- und Lehraufgabe gab einen deutlichen Hinweis darauf und läutete den Paradigmenwechsel ein:

„Dabei wird neben der bewußten [sic!] Wahrnehmung die Beschreibung und Erklärung von Sachverhalten und Zusammenhängen des menschlichen Handelns in den beiden eng verflochtenen Bereichen Raum und Wirtschaft angestrebt.“ (LEHRPLAN DER HAUPTSCHULEN 1985, S. 623)

Christian SITTE (vgl. 2011, S. 253f) beschreibt, dass einerseits damit auch die Zielorientierungen im Lehrplan deutlicher wurden, andererseits gab es durch die nun

vorherrschende Themenorientierung für die Lehrpersonen mehr didaktische Anregungen. Das Konzept der konzentrischen Kreise veränderte sich in das Konzept „vom Einfacheren zum Komplexeren“.

Eines dieser beschriebenen Ziele des GW-Lehrplans lautete:

„Die Bedeutung des Konsumverhaltens für den einzelnen und die Gesamtwirtschaft erkennen, um als Verbraucher und Staatsbürger verantwortungsbewußt [sic!] zu handeln.“ (LEHRPLAN DER HAUPTSCHULEN 1985, S. 624)

Daran lässt sich deutlich erkennen, dass sich die Schülerinnen und Schüler alle notwendigen Kompetenzen aneignen sollen, damit sie eine verantwortungsvolle und für die Einzelperson und den Staat sichere Handlungsweise in Bezug auf Konsumverhalten an den Tag legen können. Das Ziel trifft mit dieser Betrachtungsweise den Kern der Konsumentenerziehung, der in seiner Definition dasselbe Ergebnis fordert. Somit wird deutlich, dass spätestens mit der Gültigkeit dieses Lehrplans die Verbrauchererziehung einen rechtlich abgesicherten Platz im Geographie- und Wirtschaftskundeunterricht bekommen hat.

3.2.3 Der aktuelle GW-Lehrplan 2000 – eine formale Verkürzung

Wolfgang SITTE (vgl. 2001c, S. 226) berichtet, dass eine neuerliche Revision des GW-Lehrplans dazu führen sollte, das Zusammenwirken der verschiedenen Unterrichtsfächer zu verbessern, eine moderne Berufsorientierung zu ermöglichen und Schlüsselqualifikationen vermitteln zu können.

Eine der wesentlichen Gründe für die im Verordnungstext erfolgten Kürzungen war die vom Gesetzgeber verordnete Unterrichtsplanung in einen Kern- bzw. Erweiterungsbereich (vgl. SITTE Ch. 2001c). Der Lehrplan ist seither als Minimallehrplan zu interpretieren, den die Lehrkraft entsprechend der Intentionen des Erweiterungsbereichs individuell ergänzen soll.

In dieser Kürzung (vgl. in den Protokollen der Lehrplankommission, editiert von ATSCHKO 1995–2000, in der Zeitschrift GW-UNTERRICHT) wurden Themenkreise und Zielstellungen adaptiert und vereinfacht.

Auch die 1985 als Erläuterung zu den Lernzielen beispielhaft angeführten Lerninhalte fielen weg. Aus den vormals 25 Themenkreisen und 60 Zielstellungen wurden nun 17 Themenkreise und 51 Zielstellungen. (Vgl. SITTE W. 2001c, S. 227)

Die Lehrplankommission verdeutlichte aber auch, dass an dem 1985 reformierten Lehrplanparadigma nichts verändert wurde.

In der ersten Klasse (fünfte Schulstufe) werden seit 2000 die Themenkreise

1. Ein Blick auf die Erde,
2. Wie Menschen in unterschiedlichen Gebieten der Erde leben und wirtschaften,
3. Wie Menschen Rohstoffe und Energie gewinnen und nutzen und
4. Ein erster Überblick

genannt. (Vgl. auch im LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 51; Anm.: Dieser Lehrplan wurde im Zuge der Installierung der NMS als Regelschule im Fach GW – anders als in den Schularbeitsgegenständen - wortident mit dem Text der Kürzungsvariante aus 2000 weitergeschrieben.)

Betrachtet man die Titel genauer, so lässt sich erkennen, dass Konsumentenerziehung thematisch zu 2. und 3. passt.

Im 2. Thema der ersten Klasse existiert u.a. die Zielstellung:

„Erkennen, dass sich Menschen in ihren Lebens- und Konsumgewohnheiten auf regionale und kulturelle Voraussetzungen einstellen und dass die Lebensweise einem Wandel unterliegt.“ (LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 51)

Daraus ist abzuleiten, dass die eigenen Konsumgewohnheiten auf die regionalen Bedingungen abgestimmt sind. Allerdings soll auch über den Tellerrand hinausgeblickt werden und sich ebenfalls des Wandels der Lebensweise angenommen werden.

Im 3. Thema wird die Zielstellung *„Erkennen, wie Rohstoffe und Nutzenergie gewonnen und zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern gebracht werden.“* genannt (ebd., S. 51). Es fällt auf, dass bereits der Begriff *Verbraucherin* bzw. *Verbraucher* verwendet wird. Dies deutet darauf hin, im Sinne des Lehrplan-Paradigmas, den Menschen in den Mittelpunkt des GW-Unterrichts zu stellen und nicht, wie in vielen GW-Schulbüchern der ersten Klasse, die Klimazonen (vgl. SITTE Ch. 2014, S. 55). Die Schülerinnen und Schüler sollen sich selbst als Konsumentinnen und Konsumenten sehen bzw. wahrnehmen und sich bereits mit ersten Gütern auseinandersetzen, in diesem Fall mit Rohstoffen und Nutzenergie. Es ist naheliegend, dass sie sich im Kontext dieses Themas auch mit der Frage der ökologischen Nachhaltigkeit beschäftigen.

Die zweite Klasse (sechste Schulstufe) verfügt über folgende Themenbereiche (vgl. LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 52):

1. Leben in Ballungsräumen
2. Gütererzeugung in gewerblichen und industriellen Betrieben
3. Der Dienstleistungsbereich
4. Die Erde als Lebens- und Wirtschaftsraum des Menschen – eine Zusammenschau

Verbrauchererziehung findet im 2. bzw. 3. Thema statt:

In 2. existiert die Zielstellung „*Erkennen, wie Güter in Betrieben verschiedener Art und Größe in unterschiedlichen Organisationsformen erzeugt werden*“ (LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 52). Dieses Hintergrundwissen über die Organisation und Erzeugung in Betrieben ist ebenso im Sinne der verlangten Wirtschaftserziehung wichtiger Bestandteil für ein kritisches und verantwortungsvolles Konsumverhalten (vgl. SITTE W. 2001a). Es werden verschiedene Produktionsformen gegenübergestellt, die den Schülerinnen und Schülern ermöglichen, Vor- und Nachteile zu erkennen. Dadurch können sie selbst steuern, für welche Konsumgüter sie sich beim Einkauf entscheiden und welche betriebliche Organisationsform sie für nachhaltiger empfinden.

Eine weitere Zielstellung ist „*Erfassen der Auswirkungen von Betrieben und Produktionsprozessen auf die Umwelt*“ (LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 52). Es wird, verglichen mit der vorherigen Zielstellung, deutlich, dass an die Verantwortung der Kinder als Konsumierende appelliert wird. Erneut werden verschiedene Erzeugungsprozesse gegenübergestellt, aus denen die Schülerinnen und Schüler die negativen Auswirkungen auf die Umwelt ableiten können. Dies soll zu einem ökologischen Verantwortungsgefühl führen und vor allem das Bewusstsein schärfen, dass der Mensch sein Handeln selbst steuern und gewissen negativen Prozessen bewusst entgegenwirken kann, was dem Grundsatz des gesamten GW-Unterrichts entspricht, bei dem der Mensch im Mittelpunkt steht. Zudem muss Wirtschaft auch als soziales Konstrukt verstanden werden, das wandelbar ist und deshalb auch im gesellschaftlichen Kontext gesehen werden muss (vgl. HEDTKE 2015, S. 22).

Der 3. Themenbereich spiegelt die Lebenswelt der Kinder stark wider, da Dienstleistungen tagtäglich in Anspruch genommen werden. Die Themenbeispiele können von den Lehrkräften frei gewählt werden, allerdings kommen in jedem GW-Buch bestimmte Bereiche vor. Wesentlich sind darin der Bereich *Handel* (u.a. die Tricks der Supermärkte) oder der Bereich *Bank und Geld*.

Fahren Schülerinnen und Schüler mit dem Bus in die Schule, bedienen sie sich bereits einer Dienstleistung, möglicherweise ohne es bewusst wahrzunehmen. Dieser Aspekt bezieht sich auf die Zielstellung „*Erwerben grundlegender Informationen und Fertigkeiten für die richtige Wahl von Verkehrsmitteln*“ (LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 52), die wiederum die Verantwortung der Nutzerin und des Nutzers anspricht. Die erwähnte „*richtige Wahl von Verkehrsmitteln*“ wirft die Frage auf, was als „*richtig*“ erachtet wird. Einerseits kann es richtig sein, das schnellste Verkehrsmittel zu wählen, andererseits gibt es Situationen, in denen die Rücksicht auf die Umwelt als ausschlaggebend gesehen werden kann. Daraus kann abgeleitet werden, dass die Schülerinnen und Schüler selbst das Gleichgewicht zwischen persönlicher Präferenz und Umweltverträglichkeit finden müssen. Dieser Anspruch ist höchst komplex und erfordert ein hohes Maß an Handlungskompetenz, zu der die Verbrauchererziehung jedenfalls führen soll. Das simple, alltägliche Beispiel der Verkehrsmittelnutzung verdeutlicht sowohl den Lebensweltbezug als auch das reflektierte, verantwortungsvolle Konsumverhalten.

In der dritten Klasse (siebente Schulstufe) sind für den GW-Unterricht die Themenbereiche

1. Lebensraum Österreich,
2. Gestaltung des Lebensraums durch die Menschen,
3. Einblicke in die Arbeitswelt,
4. Wirtschaften im privaten Haushalt und
5. Volkswirtschaftliche Zusammenhänge: Österreich – Europa

vorgesehen. (Vgl. ebd., S. 53)

Es wird anhand des Titels bereits deutlich, dass der 4. Themenbereich stark mit Konsumentenerziehung verknüpft zu sein scheint. Gerade der Verbrauch im privaten Sektor liegt in den Händen der Schülerinnen und Schüler und ist deshalb ein ausschlaggebender Aspekt in der Verbrauchererziehung.

Die erste Zielstellung lautet „*Erkennen der Notwendigkeit, im privaten Haushalt Ausgaben den finanziellen Möglichkeiten entsprechend zu planen*“ (ebd.). Es wird ersichtlich, dass sich Konsumentenerziehung nicht nur auf den Bereich der Konsumökonomie beschränkt. Durch den Ausdruck „*finanzielle Möglichkeiten*“ lässt sich erahnen, dass auch das Einkommen thematisiert wird, das wiederum in den Handlungsbereich der Arbeitsökonomie fällt. Mehr zu derartigen Überschneidungen wird in Kapitel 4.2.5 dieser Arbeit erläutert. Ein weiterer Aspekt dieser Zielstellung sind die privaten Ausgaben, die im GW-Unterricht genauer betrachtet werden müssen.

Welche Ausgaben sind damit gemeint? Um dieser Frage nachgehen zu können, scheint es auch sinnvoll, die eigenen Wünsche und Bedürfnisse zu reflektieren und davon ausgehend die Ausgaben abzuleiten.

Dieser Ansicht kommt insofern Bedeutung zu, da HEDTKE (vgl. 2008, S. 117) davon spricht, dass rund 40-50 % der Käufe von Konsumgütern nicht geplant sind. Außerdem sind etwa 10-20 % der Käufe impulsgesteuert und finden somit auf emotionaler Ebene statt. Um vernunftbezogen konsumieren zu können, muss es also Ziel sein, derartige Ausgaben zu minimieren oder komplett zu vermeiden. Als Hilfestellung hierfür werden z.B. Haushaltsbuch oder Haushaltsplan angeführt. Damit wäre die Zielforderung der Ausgabenplanung durchaus erfüllt.

Die nächste Zielstellung, nämlich „Erfassen von Möglichkeiten für die Wahrung von Verbraucherinteressen in der Marktwirtschaft“ (LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 53), deutet darauf hin, dass Verbraucherinnen und Verbraucher nicht alleine den Bedingungen der Wirtschaft ausgeliefert sind. Scheinbar gibt es Möglichkeiten, die die eigenen Interessen schützen und unterstützen. Diese müssen von den Schülerinnen und Schülern erfasst werden, was natürlich voraussetzt, dass sie über das Wissen verfügen, was ihre eigenen Verbraucherinteressen überhaupt sind.

Dass diese scheinbar schwierig zu vereinheitlichen und definieren sind, erwähnt auch Patrick SCHWAN (vgl. 2009, S. 42). Verbraucherinteressen sind zu vielseitig, um sie – ähnlich Berufsverbänden – gebündelt und im gleichen Maße durchsetzen zu können. Dies wird auf die Heterogenität der Verbraucherinnen und Verbraucher zurückgeführt, die sich beispielsweise in ihrem Einkommen stark unterscheiden und dementsprechend auch unterschiedliche Konsumgewohnheiten und –interessen aufweisen. Dass es dennoch Möglichkeiten gibt, den Verbraucherinteressen Gewicht zu verleihen, begründet SCHWAN damit, dass es keinen homogenen Verbraucherschutzverband geben muss, sondern viele verschiedene Verbände, die sich in ihren Interessen unterscheiden und sich auf einen speziellen Aspekt konzentrieren. Als Beispiel werden Autofahrerverbände (wie der ÖAMTC, Anm.) oder Mieter-schutzverbände angeführt, die jeweils Verbraucherinteressen vertreten, sich von der Thematik und vom Schwerpunkt her aber vollkommen unterscheiden. Nicht jeder Konsument bzw. Konsumentin hat Interessen in einem der beiden Bereiche.

Diese Erläuterung SCHWANS verdeutlicht, dass allein die Definition der *Verbraucherinteressen* schwierig zu fällen ist. Wie dementsprechend die Umsetzung im GW-Unterricht auszusehen hat, bleibt unbeantwortet und scheinbar der Lehrperson überlassen.

Die letzte Zielstellung des Themenbereichs wird im Lehrplan als „*Erarbeiten der Vorteile und Herausforderungen einer gemeinsamen europäischen Währung für die Verbraucherinnen und Verbraucher*“ (LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 53) definiert. Es lässt sich erkennen, dass im Kontext der Europäischen Union der Euro thematisiert wird und entsprechende Vor- und Nachteile herausgearbeitet werden. Dabei ist schwierig zu beurteilen, ob dieses Ziel vollständig in den Bereich der Konsumentenerziehung fällt, da die europäische Währung verstärkt wirtschaftspolitische Aspekte umfasst, die sich nicht unbedingt unmittelbar auf den persönlichen bzw. privaten Konsum beziehen.

Der GW-Unterricht der vierten Klasse (achte Schulstufe) sieht die nachstehenden Themenbereiche vor:

1. Gemeinsames Europa – vielfältiges Europa
2. Zentren und Peripherien in der Weltwirtschaft
3. Leben in einer vielfältigen Welt
4. Leben in der „Einen Welt“ – Globalisierung

(Vgl. ebd., S. 53f)

In dieser Schulstufe lässt sich nur im letzten Themenbereich Konsumentenerziehung erahnen, da die dort formulierten Zielstellungen darauf hinweisen.

Die erste Zielstellung lautet

„Zunehmende Verflechtungen und Abhängigkeiten in der Weltwirtschaft und deren Auswirkungen auf die Gesellschaft erkennen. Die Bedeutung der „neuen Mächtigen“, wie multinationaler Unternehmen, internationaler Organisationen und anderer „global players“, erfassen“ (ebd., S. 54).

Es lässt sich erkennen, dass diese Ziele auch in den Handlungsbereich *Gesellschaftsökonomie* fallen. Doch die *multinationalen Unternehmen*, die unsere täglichen Konsumgüter herstellen, lassen darauf schließen, dass dieser Lehrplanaspekt durchaus Einfluss auf das Konsumverhalten hat und haben soll. Um das zu erreichen, stellt sich die Frage, was Unternehmen möchten.

HEDTKE (vgl. 2008, S. 166f) führt an, dass Unternehmen das Ziel haben, eine Maximierung des Gewinns zu erreichen. Dementsprechend scheint es zweitrangig, wie nachhaltig, umwelt- oder konsumentenfreundlich die erzeugten Güter sind. Lediglich wenn Nachfrage geweckt werden kann, indem man moralisch motivierte Produkte erzeugt, werden diese auch tatsächlich hergestellt. Die Motivation dahinter ist aber kaum ethischer Natur, sondern verfolgt primär das Ziel der Gewinnmaximierung bei möglicher Kostenminimierung. Dies betrifft aber nicht die staatlichen oder

nicht-gewinnorientierten Unternehmen, da sich diese auch an gesellschaftlichen und naturraumbezogenen Kriterien und Erwartungen orientieren.

Somit scheint es sinnvoll, dass sich die Schülerinnen und Schüler mit dieser Thematik auseinandersetzen und damit auch bestimmte Handlungsweisen für das eigene Konsumverhalten ableiten. Dass diese Erwartung an die Kinder und Jugendlichen eine sehr hohe ist, ist offensichtlich. Sie kann dennoch erfüllt werden, wenn der Lebensbezug und das Interesse hergestellt bzw. geweckt werden können.

Eng verflochten damit ist auch die zweite Zielstellung „*Die Verantwortung der Menschen für die „Eine Erde“ erkennen*“ (LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 54), da sich diese auch an die moralische Verantwortung der Menschen richtet. Im Gegensatz zum wirtschaftlichen Aspekt scheint hier der Schutz der Erde als Naturraum im Vordergrund zu stehen, der allerdings mit einem verantwortungsvollen Konsumverhalten unterstützt werden kann.

Christian FRIDRICH (vgl. 2017, S. 124f) führt diese Ansicht näher aus, indem er beschreibt, dass Partizipation ausschlaggebend für verantwortungsbewusste Mitgestaltung ist. Kommen Unternehmen den geforderten moralischen Standards nicht nach, können die Konsumentinnen und Konsumenten Druck ausüben, indem sie problematische Konsumententscheidungen kritisch hinterfragen und sich im Zweifel jenen Produkten annähern, die den geforderten Standards entsprechen. Auch die Teilnahme an Kampagnen von NGOs oder Verbraucherorganisationen kann die gewünschten Veränderungen bewirken.

Neue Medien geben hier vielfältige Möglichkeiten.

3.2.4 GW-Lehrplan 2000 – eine Verbesserung?

Bei der Analyse der Lehrpläne von 1985/86 und 2000 fällt auf, dass es beim älteren Lehrplan teilweise mehr Aspekte der Konsumentenerziehung als im aktuellen Lehrplan gibt. Inwiefern sich dieser Umstand auf den GW-Unterricht und die Qualität der Verbrauchererziehung auswirkt, bleibt dahingestellt.

Um diese Unterschiede anschaulich darstellen zu können, folgt eine Tabelle mit einer Gegenüberstellung der beiden Lehrpläne, wobei lediglich jene Inhalte verglichen werden, die sich im Kontext der Konsumentenerziehung unterscheiden.

Lehrplan 1985/86	Lehrplan 2000
2. Klasse	2. Klasse
<p><i>Verschiedene Dienstleistungen in Ballungsräumen:</i></p> <p>Verständnis für den Beitrag der öffentlichen und privaten Dienstleistungseinrichtungen zur Aufrechterhaltung des menschlichen Zusammenlebens gewinnen.</p> <p>Kenntnisse von Erscheinungsformen der heutigen Geldwirtschaft erwerben.</p> <p>Einzelne Einrichtungen zur Ver- und Entsorgung,</p> <p>Funktionen des Handels, Unterschiedliche Formen des Einzelhandels und ihre Bedeutung für den Konsumenten,</p> <p>Bedeutung des Geldes im Haushalt, Verschiedene Formen der Zahlungen,</p> <p>Einige Aufgaben der Geldinstitute.</p>	<p><i>Der Dienstleistungsbereich:</i></p> <p>Erkennen der Vielfalt des Dienstleistungsbereichs sowie Verständnis für seine zunehmende Bedeutung im Wirtschaftsleben.</p> <p>Erfassen der wirtschaftlichen Bedeutung von Freizeit und Tourismus.</p>
3. Klasse	3. Klasse
<p><i>Vom Geldausgeben und Geldanlegen:</i></p> <p>Erkennen der Notwendigkeit, im privaten Haushalt Ausgaben den finanziellen Möglichkeiten entsprechend zu planen.</p> <p>Erfassen, welche Möglichkeiten, Freiheiten und Zwänge sich für den Verbraucher in der Marktwirtschaft ergeben.</p> <p>Einkommensbeschaffung und -verwendung.</p> <p>Konsumentenverhalten, Konsumentenschutz, Wirkung der Werbung.</p> <p>Preisbildung (Markt, amtliche Preisregelung, Verbraucherpreisindex). Spar- und Kreditformen (Konto, Scheck, Kreditkarte).</p>	<p><i>Wirtschaften im privaten Haushalt:</i></p> <p>Erkennen der Notwendigkeit, im privaten Haushalt Ausgaben den finanziellen Möglichkeiten entsprechend zu planen.</p> <p>Erfassen von Möglichkeiten für die Wahrung von Verbraucherinteressen in der Marktwirtschaft.</p> <p>Erarbeiten der Vorteile und Herausforderungen einer gemeinsamen europäischen Währung für die Verbraucherinnen und Verbraucher.</p>

Tabelle 1: Gegenüberstellung des LP 1985/86 und LP 2000 (vgl. SITTE W. 2001c, S. 242ff)

Es zeigt sich, dass es zwar Gemeinsamkeiten gibt, allerdings ist der Lehrplan 1985/86 wesentlich ausführlicher (er erläuterte auch die Ziele zum besseren Verständnis noch mit exemplarischen Lerninhalten) und nennt explizit Aspekte der Verbrauchererziehung, die im Lehrplan 2000 weggekürzt wurden. Hervorzuheben ist auch noch, dass im Bundesverlag zu allen Fachlehrplänen sogenannte Lehrplan-kommentare, die Intentionen der Lehrplanarbeitsgruppen detailliert erläutert haben (vgl. ANTONI & SITTE W. 1985 & 1988) bzw. die erste Generation der damals neu herausgekommenen GW-Buchreihen oft sehr ausführliche Lehrerbegleithefte hatte. All dieses fehlt nach der Reform 2000 bzw. für den GW-Unterricht nach den Intentionen der NMS heute. Nur in den von ATSCHKO (vgl. 1995-2000) damals veröffentlichten Protokollen lassen sich indirekt Intentionen herauslesen.

Diese Feststellung tritt etwa bei den Zielstellungen der zweiten Klasse auf. Der Lehrplan 1985/86 spricht noch von *Erscheinungsformen der heutigen Geldwirtschaft*, die von den Schülerinnen und Schülern gekannt werden sollen. Dabei wird der Umgang mit Geld dezidiert als ein zentrales Thema der Verbrauchererziehung angesprochen, da ohne Geld nur schwer Konsum stattfinden kann. Dementsprechend ist es überraschend, dass Geldwirtschaft im Lehrplan 2000 nicht explizit als Thema genannt wird. Das heißt aber nicht, dass diese (traditionellerweise?) in den Schulbüchern nach 2000 noch aufscheint. Im Übrigen lässt sich dieses Thema nach der zweiten Klasse auch noch in der dritten Klasse spiralartig und vertiefend wiederaufnehmen.

Ähnlich verhält es sich mit den restlichen Zielstellungen aus dem Finanzwesen, die nach der Kürzung im Lehrplan 2000 (und heute in der NMS) nicht mehr zu finden sind. Natürlich kann im Dienstleistungsbereich immer noch das Bankgeschäft behandelt werden, allerdings ist hier schon die Frage zu stellen, warum gerade dies der Kürzung anheimgefallen ist. Ein wichtiger Ansatz sind die GW-Schulbücher, um herauszufinden, ob die weggekürzten Zielstellungen dennoch eine Rolle im Unterricht spielen (siehe Kapitel 4.2.2).

In den Zielstellungen der dritten Klasse zeigen sich ebenfalls Diskrepanzen, die schwierig zu beurteilen sind. Während das Thema zu privaten Haushalten in beiden Lehrplänen gleichwertig ist, gibt es erneut Unterschiede im Bereich des Themas *Geld*. Der Lehrplan 2000 spricht nur im Kontext der *gemeinsamen europäischen Währung*, der Lehrplan 1985/86 hingegen auch direkt von *Konsumentenverhalten, Wirkung der Werbung, Preisbildung sowie Spar- und Kreditformen*.

Betrachtet man diese Unterschiede kritisch, stellt sich die Frage, ob die gekürzten Inhalte nicht doch den negativen Effekt haben, dass sie im Unterricht weggelassen

werden oder zu wenig thematisiert werden. Diese Befürchtung ist nicht unberechtigt, da ja nach 2004 als Sparmaßnahme von Frau BM Gehrler in jedem Fach Stundenkürzungen zu erfolgen hatten. Die vom Ministerium vorgegebene Musterstundentafel kürzte GW in der zweiten Klasse auf eine Wochenstunde!

Es fällt in der Analyse auf, dass Kürzungen vor allem den Bereich der Geldwirtschaft betreffen. Dieser ist im Lehrplan 2000 überhaupt nicht mehr wörtlich vertreten, sondern nur noch im Kontext der Europäischen Union, weshalb es naheliegend ist, dass eher wirtschaftspolitisch diskutiert wird anstatt lebensweltorientierte Konsumentenerziehung zu betreiben.

Indirekt kann man natürlich diese im Kernbereich anhand der folgenden Passage einbauen: *„Ausgaben den finanziellen Möglichkeiten entsprechend zu planen“* (LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 53). Ob und wie weit eine 1985 noch deutlich sichtbare Lernspirale von der zweiten aufbauend in die dritte Klasse damit stattfindet, ist in diesem Bereich wohl eher dem Zufall überlassen bzw. liegt eine stärkere Intensität im individuellen Ermessen der Lehrkraft in Ausfüllung des Erweiterungsbereichs (vgl. SITTE Ch. 2001c).

Um diese kritische Sichtweise bestätigen oder widerlegen zu können, bedarf es einer Untersuchung unter Lehrpersonen, ob die weggekürzten Themen noch Platz im Unterricht haben oder nicht.

4 DAS SCHULBUCH IM GW-UNTERRICHT

Das Schulbuch stellt ein zentrales Medium im Schulunterricht dar (vgl. SITTE Ch. 2001b, S. 447). Es ist weit verbreitet und bietet kaum Anwendungsprobleme für die Lehrperson, weshalb diesem ein besonderes Augenmerk im Unterricht zukommt. Eine von Karin GOETZ (vgl. 1996) durchgeführte empirische Forschung, die eine Besonderheit darstellt, da sie eine der wenigen uns in Österreich vorliegenden empirischen Untersuchungen ist, bestätigt diese Situation, da sie aufzeigt, dass das Schulbuch zu dem am häufigsten verwendeten Medium im GW-Unterricht gehört.

Hinter dieser Tatsache lauert allerdings auch die „Gefahr“, dass Lehrpersonen die von ihnen gebrauchten Lehrwerke möglicherweise unreflektiert übernehmen und sich darauf verlassen, dass alle geforderten Inhalte des Lehrplans so abgedeckt sind, dass die Schülerinnen und Schüler ihre Ziele erreichen. Zwar sind alle Schulbücher geprüft und für den Unterrichtsbetrieb freigegeben (Schulbuchapprobation), sie stellen dennoch immer nur *eine* Interpretation der gesetzlichen Vorgaben dar und können teilweise stark voneinander abweichen. Das zeigen auch andere Analysen (etwa SITTE Ch. 2014), wo kritisiert wird, dass bestimmte fachdidaktische Intentionen des Lehrplans durchaus auch von den Approbationskommissionen außer Acht gelassen werden.

In diesem Kontext rückt dieses Kapitel verschiedene österreichische GW-Schulbücher in den Fokus, um sie auf Inhalte und Methoden im Bereich der Konsumentenerziehung zu untersuchen.

4.1 Quantitative Analyse

Christian FRIDRICH (vgl. 1989) und Thomas SCHNEIDER (vgl. 1989) wählten für einen objektiveren Schulbuchvergleich die Methode einer quantitativen Analyse. Auch Patrick WEIßENBÖCK (vgl. 2014) untersuchte für die erste Klasse verschiedene GW-Schulbücher, indem er auf analytische Art und Weise zunächst quantitativ Zahlen und Fakten erhob.

Durch eine quantitative Analyse wird zunächst der faktische Umfang der Konsumentenerziehung, wie er sich im Schulbuch zeigt, untersucht. Dabei wird analysiert, in welchem Mengenverhältnis, im Sinne von der für dieses Thema reservierten Buchseitenanzahl, sie zu den anderen Stoffgebieten steht und wie viele entsprechende Aufgabenstellungen dazu vorhanden sind, für deren Bewältigung unterschiedliche Kompetenzen auf dem Gebiet der Verbrauchererziehung vonnöten sind. Mit dieser Vorgehensweise ist es möglich, einen kurzen, übersichtlichen und

objektiven Blick auf das doch sehr vielfältige Angebot österreichischer GW-Schulbücher zu werfen, um einen ersten Trend in Bezug auf die Bedeutung der Konsumentenerziehung im Unterricht ableiten zu können.

Die Bücher werden dazu nach der entsprechenden Schulstufe geordnet und nur untereinander verglichen, ein direkter stufenübergreifender Vergleich wird nicht angestrebt. Alle gewählten Werke wurden nach dem derzeit gültigen Lehrplan erstellt und veröffentlicht, sodass ein aktuelles und gegenwartsbezogenes Bild geliefert werden kann. Des Weiteren wurden nur GW-Schulbuchreihen untersucht, die sich auf der Liste der Schulbücher für das Schuljahr 2016/2017 befinden und für die Verwendung in der Neuen Mittelschule geeignet bzw. empfohlen sind (vgl. SCHULBUCHAKTION 2016).

Buchtitel	Jahr	Σ Seiten	Σ Seiten Konsum	% Seiten	Σ Aufgaben

Tabelle 2: Quantitative Analysetabelle für GW-Schulbücher

Diese Tabelle bietet einen einfachen Überblick über die erhobenen Daten der unterschiedlichen Schulbücher. Um die Tabelle korrekt interpretieren zu können, folgt nun eine kurze Erläuterung zu den unterschiedlichen Spalten:

Buchtitel.....jener Titel, unter dem das GW-Schulbuch veröffentlicht wurde

Jahr.....Erscheinungsjahr des jeweiligen GW-Schulbuchs

Σ Seiten.....der Umfang des gesamten Schulbuchs, gemessen an der Seitenanzahl

Σ Seiten Konsum...der Umfang des Themenbereichs *Konsumentenerziehung*, gemessen an der Seitenanzahl

% Seiten.....Prozentanteil der Seitenanzahl des Themenbereichs *Konsumentenerziehung* zum gesamten Schulbuch

Σ Seiten.....Anzahl der Aufgabenstellungen, die in den Themenbereich *Konsumentenerziehung* fallen

Die Schulbücher werden schulstufenabhängig zusammengefasst und nach dem Buchtitel alphabetisch sortiert. Auf das Erscheinungsjahr folgt die Gesamtanzahl

der Buchseiten, unabhängig von den Themenbereichen. Danach wird die Gesamtanzahl jener Buchseiten genannt, die in Verbindung mit Konsumentenerziehung stehen und Informationen zu diesem Stoffgebiet liefern. Um das Verhältnis deutlich ablesen zu können, wird darauffolgend noch der Prozentanteil des Themas zum gesamten Schulbuch angegeben. Abschließend folgt die Anzahl jener Aufgabenstellungen, die in den Bereich der Konsumökonomie fallen und mit Kompetenzen aus der Konsumentenerziehung gelöst werden müssen.

Um die Seitenanzahl des Themenbereichs *Konsumentenerziehung* präziser abbilden zu können, wird sich halber und ganzer Seiten bedient. Diese werden nötigenfalls gerundet, um übersichtlichere Ergebnisse liefern zu können.

Die Berechnung des Prozentanteils verläuft folgendermaßen:

$$P = \frac{100}{G} \times S$$

P = Prozentsatz

G = Gesamtzahl aller Seiten des Schulbuchs

S = Gesamtzahl aller Seiten des Themenbereichs *Konsumentenerziehung*

Beispiel: Das gesamte Schulbuch umfasst 120 Seiten, insgesamt sind vier Seiten der Konsumentenerziehung zuzuordnen.

$$P = \frac{100}{120} \times 4$$

P = 3,33 %

Der Anteil des Themas *Konsumentenerziehung* am gesamten Schulbuch würde bei diesem Beispiel 3,33 % betragen.

4.1.1 GW-Schulbücher der 5. Schulstufe

Insgesamt lagen neun unterschiedliche Schulbücher für den Gegenstand *Geographie und Wirtschaftskunde* der fünften Schulstufe für die Untersuchung vor. Alle entsprechen gemäß Approbation den Anforderungen des derzeit gültigen Lehrplans.

Buchtitel	Jahr	∑ Seiten	∑ Seiten Konsum	% Seiten	∑ Aufgaben
<i>Abenteuer GW1</i> (vgl. GRATH, KOWARZ, MALCIK & SONNENBERG 2010)	2010	129	4	3,1	8
<i>Durchblick 1</i> (vgl. WOHLSCHLÄGL, HOFMANN-SCHNELLER, BERAN, FORSTER & GRAF 2008a)	2008	120	6,5	5,4	17
<i>Durch die Welt 1</i> (vgl. ATSCHKO & FÖDERMAYR 2011a)	2011	113	7	6,1	13
<i>Geografie für alle. 1. Klasse</i> (vgl. HERNDL & SCHREINER 2011)	2011	144	3,5	2,4	11
<i>Horizonte 1 plus</i> (vgl. BÖCKLE, HITZ, KUSCHNIGG, LIDAUER & SONNENBERG 2001)	2001	72	3,5	4,9	7
<i>Mehrfach Geografie 1. Teil 1 – Wissen & Verstehen</i> (vgl. GRAF, KARL & VOGELWALDHÜTTER 2013a)	2013	66	2	3,0	5
<i>Mehrfach Geografie 1. Teil 2 – Anwenden & Forschen</i> (vgl. GRAF, KARL & VOGELWALDHÜTTER 2013b)	2013	92	1	1,1	9

<i>Neugierig auf ... GEO- GRAPHIE. Geogra- phie und Wirtschafts- kunde für die 1. Klasse</i> (vgl. STRASSER & TRAWÖ- GER 2014)	2014	112	8	7,1	28
<i>Unterwegs 1</i> (vgl. FRIDRICH u.a. 2009)	2009	99	10,5	10,6	23

Tabelle 3: Auswertung der quantitativen Analyse (5. Schulstufe)

4.1.2 GW-Schulbücher der 6. Schulstufe

Insgesamt lagen neun unterschiedliche Schulbücher für den Gegenstand *Geographie und Wirtschaftskunde* der sechsten Schulstufe für die Untersuchung vor. Alle entsprechen gemäß Approbation den Anforderungen des derzeit gültigen Lehrplans.

Buchtitel	Jahr	∑ Seiten	∑ Seiten Konsum	% Seiten	∑ Aufgaben
<i>Abenteuer GW2</i> (vgl. GRATH, KOWARZ, MALCİK & SONNENBERG 2011)	2011	128	36	28,1	109
<i>Der Mensch in Raum und Wirtschaft 2</i> (vgl. BENVENUTTI, BERAN, WEILINGER & WEISCH 2010)	2010	127	14	11,0	56
<i>Durchblick 2</i> (vgl. WOHLSCHLÄGL, HOFMANN-SCHNELLER, BERAN, FORSTER & GRAF 2008b)	2008	120	16,5	13,8	34
<i>Durch die Welt 2</i> (vgl. ATSCHKO & FÖDERMAYR 2011b)	2011	113	36	31,9	22
<i>Geografie für alle. 2. Klasse</i> (vgl. HERNDL & SCHREINER 2012)	2012	144	26	19,0	35
<i>Geo-link 2</i> (vgl. KLAPPACHER, FISCHER & ZILLER 2008)	2008	96	9	9,4	24
<i>GEOprofi 2</i> (vgl. MAYRHOFER, POSCH & REITER 2011)	2011	91	10	11,0	23
<i>Horizonte 2 plus</i>	2003	88	12,5	14,2	26

(vgl. BÖCKLE, HITZ, KUSCHNIGG, LIDAUER & SONNENBERG 2003)					
<i>Unterwegs 2</i> (vgl. FRIDRICH u.a. 2014)	2014	95	11	11,6	37

Tabelle 4: Auswertung der quantitativen Analyse (6. Schulstufe)

4.1.3 GW-Schulbücher der 7. Schulstufe

Es lagen zehn unterschiedliche Schulbücher für den Gegenstand *Geographie und Wirtschaftskunde* der siebenten Schulstufe für die Untersuchung vor. Alle entsprechen gemäß Approbation den Anforderungen des derzeit gültigen Lehrplans.

Buchtitel	Jahr	∑ Seiten	∑ Seiten Konsum	% Seiten	∑ Aufgaben
<i>Abenteuer GW3</i> (vgl. GRATH, KOWARZ, MALCIK & SONNENBERG 2012)	2012	160	19	11,9	72
<i>Der Mensch in Raum und Wirtschaft 3</i> (vgl. BENVENUTTI, BERAN, WEILINGER & WEISCH 2011a)	2011	136	19	14,0	56
<i>Durchblick 3</i> (vgl. WOHLSCHLÄGL, HOFMANN-SCHNELLER, BERAN, FORSTER & GRAF 2011)	2011	136	9,5	7,0	26
<i>Durch die Welt 3</i> (vgl. ATSCHKO & FÖDERMAYR 2012)	2012	113	21	18,6	11
<i>Faszination Erde 3</i> (vgl. ZEUGNER & ZEUGNER 2011)	2011	127	11	8,7	20
<i>Geografie für alle. 3. Klasse</i> (vgl. HERNDL & SCHREINER 2013)	2013	144	9,5	6,6	17
<i>Geo-link 3</i> (vgl. KLAPPACHER, FISCHER & ZILLER 2009)	2009	112	12	10,7	23
<i>GEOprofi 3</i> (vgl. MAYRHOFER, POSCH & REITER 2012)	2012	122	10,5	8,6	18

<i>Horizonte 3 plus</i> (vgl. BÖCKLE, HITZ, KUSCH- NIGG, LIDAUER & SONNEN- BERG 2004)	2004	96	9,5	9,9	26
<i>Unterwegs 3</i> (vgl. FRIDRICH u.a. 2016)	2016	96	13,5	14,1	32

Tabelle 5: Auswertung der quantitativen Analyse (7. Schulstufe)

4.1.4 GW-Schulbücher der 8. Schulstufe

Insgesamt lagen neun unterschiedliche Schulbücher für den Gegenstand *Geographie und Wirtschaftskunde* für die Untersuchung der achten Schulstufe vor. Alle entsprechen gemäß Approbation den Anforderungen des derzeit gültigen Lehrplans.

Buchtitel	Jahr	∑ Seiten	∑ Seiten Konsum	% Seiten	∑ Aufgaben
<i>Abenteuer GW4</i> (vgl. GRATH, KOWARZ, MALCIK & SONNENBERG 2013)	2013	136	16,5	12,1	26
<i>Der Mensch in Raum und Wirtschaft 4</i> (vgl. BENVENUTTI, BERAN, WEILINGER & WEISCH 2011b)	2011	136	10	7,4	15
<i>Durchblick 4</i> (vgl. WOHLSCHLÄGL, HOFMANN-SCHNELLER, BERAN, FORSTER & GRAF 2010)	2010	135	8	5,9	12
<i>Durch die Welt 4</i> (vgl. ATSCHKO & FÖDERMAYR 2013)	2013	121	10	8,3	17
<i>Faszination Erde 4</i> (vgl. ZEUGNER & ZEUGNER 2014)	2014	128	8,5	6,6	12
<i>Geografie für alle. 4. Klasse</i> (vgl. HERNDL & SCHREINER 2015)	2015	128	5,5	4,3	3
<i>GEOprofi 4</i> (vgl. MAYRHOFER, POSCH & REITER 2013)	2013	127	6,5	5,1	18
<i>Horizonte 4 plus</i>	2005	104	10	9,6	17

(vgl. BÖCKLE, HITZ, KUSCHNIGG, LIDAUER & SONNENBERG 2005)					
<i>Unterwegs 4</i> (vgl. FRIDRICH u.a. 2017)	2017	96	7	7,3	10

Tabelle 6: Auswertung der quantitativen Analyse (8. Schulstufe)

4.2 Auswertung und Beurteilung der Ergebnisse

Die quantitative Analyse unterschiedlicher Schulbücher für den Unterricht in Geographie und Wirtschaftskunde bringt einige interessante Ergebnisse mit sich, die hier nun näher erläutert und beurteilt werden sollen. Dabei werden die Zahlen interpretiert und kritisch hinterfragt. Neben den quantitativen Ergebnissen werden auch methodisch-didaktische Unterschiede herausgearbeitet und einander gegenübergestellt.

4.2.1 Ergebnisse der 5. Schulstufe

Die Analyse der GW-Bücher für die ersten Klassen der Neuen Mittelschule zeigt deutlich, dass es teilweise große Unterschiede bezüglich der Quantität des Themas der Konsumentenerziehung gibt, was einerseits die reservierte Seitenanzahl für diesen Stoff und andererseits die Menge der entsprechenden Arbeitsaufgaben betrifft.

Hier folgen nun zusammengefasst die beiden Spitzenreiter sowie jene zwei Bücher, die quantitativ am wenigsten vorzuweisen hatten. Die jeweils höchsten bzw. niedrigsten Werte sind besonders hervorgehoben.

Buchtitel	Jahr	Σ Seiten	Σ Seiten Konsum	% Seiten	Σ Aufgaben
<i>Unterwegs 1</i>	2009	99	10,5	10,6	23
<i>Neugierig auf ... GEOGRAPHIE. Geographie und Wirtschaftskunde für die 1. Klasse</i>	2014	112	8	7,1	28
<i>Mehrfach Geografie 1. Teil 2 – Anwenden & Forschen</i>	2013	92	1	1,1	9
<i>Mehrfach Geografie 1. Teil 1 – Wissen & Verstehen</i>	2013	66	2	3,0	5

Tabelle 7: Ergebnisvergleich der Unterschiede zwischen den GW-Schulbüchern der 5. Schulstufe

Wie sich erkennen lässt, verfügt der Spitzenreiter in Bezug auf Quantität über fast zehnmal so viele Seiten für Konsumentenerziehung wie das Schulbuch mit der geringsten Seitenanzahl. Allerdings ist zu sehen, dass die beiden letzten Werke zusammengehören und insgesamt eine Einheit bilden. Addiert man diese Ergebnisse und wertet die beiden *Mehrfach Geografie 1* als ein gemeinsames Buch, sind die Ergebnisse trotzdem deutlich geringer als jene der Spitzenreiter. Denn selbst als Einheit wird *Mehrfach Geografie* von *Neugierig auf ... GEOGRAPHIE. Geographie und Wirtschaftskunde für die 1. Klasse* mit doppelt so vielen Aufgabenstellungen aus der Verbrauchererziehung überboten. Diese Erkenntnis wird besonders brisant, wenn man beachtet, dass *Neugierig auf ... GEOGRAPHIE 1* noch zusätzlich ein Arbeitsheft besitzt, welches in dieser Untersuchung nicht berücksichtigt wurde. *Mehrfach Geografie 1* jedenfalls ist, kombiniert man Teil 1 und 2, eine Mischung aus Lehr- und Übungsbuch.

Die Seiten und Aufgaben beziehen sich immer auf dieselben Lernthemen aus dem Lehrplan, die Bücher unterscheiden sich allerdings – teilweise massiv – durch die Gewichtung der Kapitel. Beim übergeordneten Thema *Wie Menschen in unterschiedlichen Gebieten der Erde leben und wirtschaften* umfassen die Lernziele einerseits die Lebens- und Konsumgewohnheiten der Menschen, bezogen auf regionale und kulturelle Voraussetzungen, andererseits auch unterschiedliche Produktionsweisen (vgl. LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 51). Diese können und sollen nach einer Reflexion der Schülerinnen und Schüler durchaus zu einem überlegten Konsumverhalten führen.

Das zweite, für die Verbrauchererziehung wichtige, Thema im Lehrplan ist *Wie Menschen Rohstoffe und Energie gewinnen und nutzen*. Auf den ersten Blick scheint es sich nicht um Stoff aus der Konsumökonomie zu handeln. Sieht man sich die untergeordneten Lernziele genauer an, wird ersichtlich, dass es Schnittstellen gibt. „*Erkennen, wie Rohstoffe und Nutzenergie gewonnen und zu den Verbraucherinnen und Verbrauchern gebracht werden*“ deutet darauf hin, dass die Schülerinnen und Schüler befähigt werden sollen, diese Prozesse zu verstehen und kritisch zu hinterfragen. (Vgl. ebd.)

Aus den beiden Lehrplankapiteln der fünften Schulstufe lässt sich ableiten, dass es sich hauptsächlich um die ökologische Verantwortung der Menschen dreht. Ein Beispiel ist das Thema *Rohstoffe*, das in manchen untersuchten Schulbüchern das eigene Trinkwasser thematisiert – auch mit entsprechenden Arbeitsaufträgen, die eine Auseinandersetzung mit dem eigenen Wasser erfordern.



Abbildung 1: Auseinandersetzung mit dem eigenen Wasserverbrauch (aus FRIDRICH u.a. 2009, S. 91)

Eine visualisierte und grafisch leicht verständliche Variante bietet *unterwegs 1* (siehe Abbildung 1). Dem Kind werden mehrere Geräte präsentiert, die es aus dem eigenen Haushalt kennt. Zumindest die Hälfte davon, wie beispielsweise WC oder Körperpflege, kennt es vom eigenen Gebrauch. Über den Wasserverbrauch dabei haben sich die Schülerinnen und Schüler vermutlich noch keine Gedanken gemacht. Um dies zu ändern, bedient sich *unterwegs 1* eines Arbeitsauftrags: Die Kinder sollen die entsprechende Anzahl der Flaschen anmalen (vgl. FRIDRICH u.a. 2009, S. 90).

Geografie für alle. 1. Klasse thematisiert das Trinkwasser der Schülerinnen und Schüler ebenfalls. Dabei wird eine offene Frage gestellt, woher das eigene Wasser komme (siehe Abbildung 2).

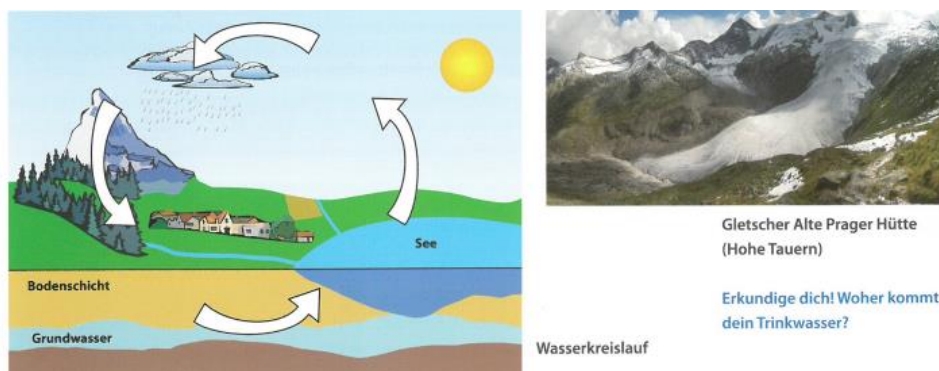
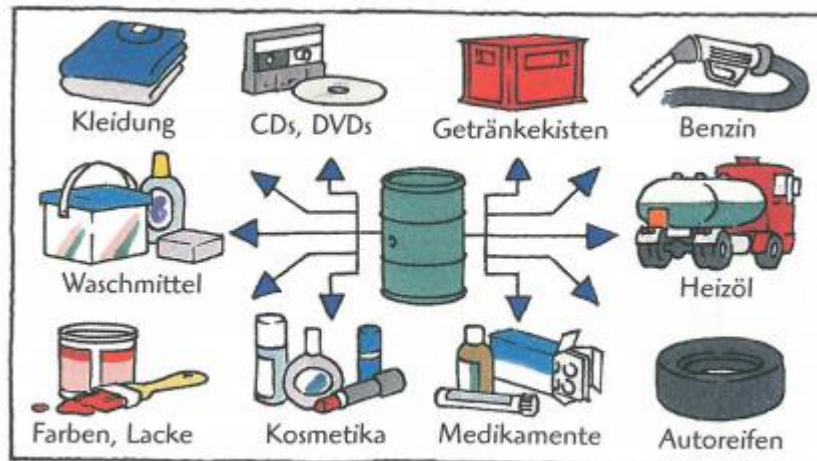


Abbildung 2: Fragestellung „Woher kommt dein Trinkwasser?“ (aus HERNDL & SCHREINER 2011, S. 133)

Das stützt die Aussagen des GW-Fachdidaktikers Wolfgang SITTE (vgl. 1998), der schreibt, dass auch die ökologische Verantwortung der Konsumentinnen und Konsumenten in die Verbrauchererziehung miteinzubeziehen ist.

In fachdidaktischer Hinsicht konnte festgestellt werden, dass der Einsatz von Bildern eine sehr häufige Methode ist. An dieser Stelle werden verschiedene Darstellungsmöglichkeiten aus den analysierten Bildern miteinander verglichen.



M 6 Produkte, die aus Erdöl erzeugt werden

Abbildung 3: Erdölprodukte aus *Durchblick 1* (aus WOHLISCHLÄGL u.a. 2008, S. 111)

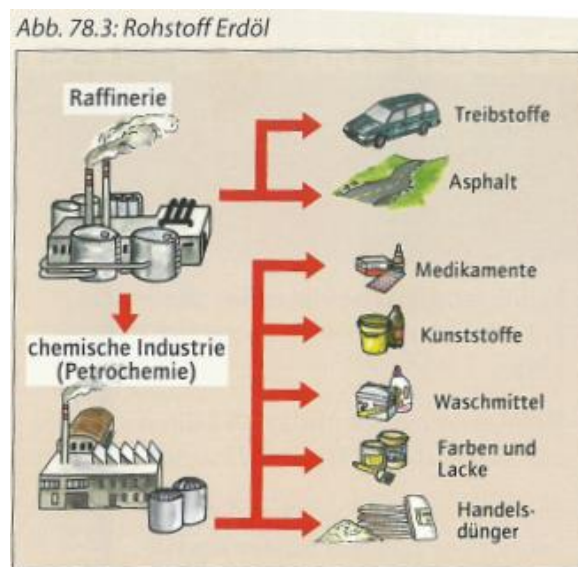


Abbildung 4: Weg des Erdöls zum Konsumgut in *Durch die Welt 1* (aus ATSCHKO & FÖDERMAYR 2011, S. 78)

Abb. 56.2: Produkte aus Erdöl

Abbildung 5: Erdölprodukte aus *Horizonte 1 plus* (aus BÖCKLE u.a. 2001, S. 56)

Anhand dieser Bilder sieht man, dass eine ähnliche Methodik und Herangehensweise herrscht. Während *Durchblick 1* und *Horizonte 1 plus* das Ölfass in die Mitte stellen und davon ausgehend verschiedene Produkte darstellen, präsentiert *Durch die Welt 1* den Weg des Erdöls von der Raffinerie bis zum Endprodukt (siehe Abbildung 4). Es fällt auf, dass sich *Durchblick 1* und *Horizonte 1 plus* eher Produkten bedienen, die aus der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler stammen (z.B. Mittel zur Schönheitspflege, Kleidung, CDs), die bei *Durch die Welt 1* nicht aufscheinen.

Eine weitere interessante Feststellung ist, dass es in keinem der drei GW-Schulbücher einen Arbeitsauftrag mit Bezug zum Bild gibt. Lediglich *Abenteuer GW1* stellt eine konkrete Anforderung an die Kinder, die mit Hilfe des Bildes gelöst werden muss (siehe Abbildung 6 und 7).

Inhaltlich stimmt auch diese Grafik mit der der anderen Schulbücher überein. Der Unterschied liegt darin, dass die Produkte nicht beschriftet sind. Die Bezeichnungen befinden sich in einem eigenen Kästchen, in dem auch der Arbeitsauftrag angegeben ist. Diese Methode führt dazu, dass sich die Schülerinnen und Schüler bewusst mit dem Bild auseinandersetzen, was zu einem kritischen Denken führen soll. Den Kindern soll klarwerden, dass es sich um alltägliche Produkte aus dem eigenen Leben handelt.

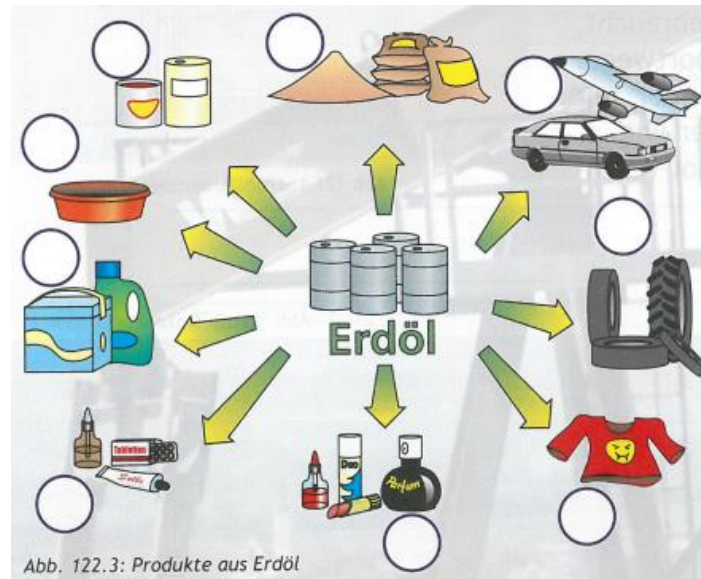


Abbildung 6: Erdölprodukte aus *Abenteuer GW1* (aus GRATH, KOWARZ, MALCIK & SONNENBERG 2010, S. 122)

A1 Ordne in Abb. 122.3. die folgenden Begriffe richtig zu!

1. Farben und Lacke	5. Reifen
2. Benzin, Diesel, Kerosin	6. Waschmittel
3. Handelsdünger	7. Kunstfaser
4. Kosmetikartikel	8. Medikamente
	9. Kunststoffe

Abbildung 7: Arbeitsauftrag zur Grafik (Abbildung 6) (aus GRATH, KOWARZ, MALCIK & SONNENBERG 2010, S. 122)

4.2.2 Ergebnisse der 6. Schulstufe

Im Gegensatz zu den GW-Schulbüchern der fünften Schulstufe zeigt sich hier, dass die Unterschiede zwischen den Werken geringer sind.

Es folgen nun zusammengefasst die beiden Spitzenreiter sowie jene zwei Bücher, die quantitativ am wenigsten vorzuweisen hatten. Die jeweils höchsten bzw. niedrigsten Werte sind besonders hervorgehoben.

Buchtitel	Jahr	Σ Seiten	Σ Seiten Konsum	% Seiten	Σ Aufgaben
<i>Durch die Welt 2</i>	2011	113	36	31,9	22
<i>Abenteuer GW2</i>	2011	128	36	28,1	109
<i>Geo-link 2</i>	2008	96	9	9,4	24
<i>Durch die Welt 2</i>	2011	113	36	31,9	22

Tabelle 8: Ergebnisvergleich der Unterschiede zwischen den GW-Schulbüchern der 6. Schulstufe

Der Unterschied in Bezug auf die Quantität der Konsumentenerziehung zwischen den Büchern ist geringer als im vorherigen Jahrgang. Allerdings zeigt sich, dass die Anzahl der Arbeitsaufträge im Bereich der Verbrauchererziehung massiv abweicht. Während *Durch die Welt 2* 22 Aufgabenstellungen gibt, sind es bei *Abenteuer GW2* fast fünfmal so viele (109). Natürlich kann dies zunächst an der Buchdicke liegen, allerdings haben die Werke nur 15 Seiten Unterschied in ihrem Umfang. Dieser Aspekt verdeutlicht, dass die Lehrperson ausgleichend eingreifen muss, um bei weniger kompetenzorientierten Arbeitsaufträgen dennoch eine zufriedenstellende Konsumentenerziehung durchführen zu können.

Ein weiterer überraschender Umstand ist, dass jenes Buch mit dem höchsten Anteil an Verbrauchererziehung (*Durch die Welt 2* mit 31,9 %) gleichzeitig jenes mit der geringsten Anzahl an themenbezogenen Arbeitsaufträgen ist (22). Besondere Brisanz kommt *Durch die Welt 2* zu, da kein Aufgabenheft angeboten wird, das dieses Defizit ausgleichen könnte.

Im GW-Lehrplan ist für die sechste Schulstufe u.a. das Thema *Dienstleistungsbereich* vorgesehen (vgl. LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 52). Alle untersuchten Schulbücher führten zu diesem Stoffgebiet auch Maßnahmen zur Konsumentenerziehung durch. Alle Werke nahmen hierfür das Beispiel des Supermarktes, lediglich *Horizonte 2 plus* ließ diesen Aspekt aus.

Die fachdidaktische Umsetzung der Verbrauchererziehung im Rahmen eines Supermarkteinkaufs ähnelt sich, dennoch gibt es Unterschiede zwischen den verschiedenen Lehrwerken. Während *geo-link 2* und *Geografie für alle. 2. Klasse* mit dezenten Hinweisen und Tipps zum Einkauf arbeiten, bedienen sich die Bücher der Konkurrenz meist verschiedener Bilder und Grafiken.

Durch die Welt 2 informiert im Fließtext über die Tricks der Supermarktketten und stellt schließlich eine Übersicht mit Tipps für die Konsumentinnen und Konsumenten zur Verfügung (siehe Abbildung 8).

Unterwegs 2 hingegen listet lediglich die Verführungen auf und fasst diese nicht grafisch zusammen (siehe Abbildung 9).

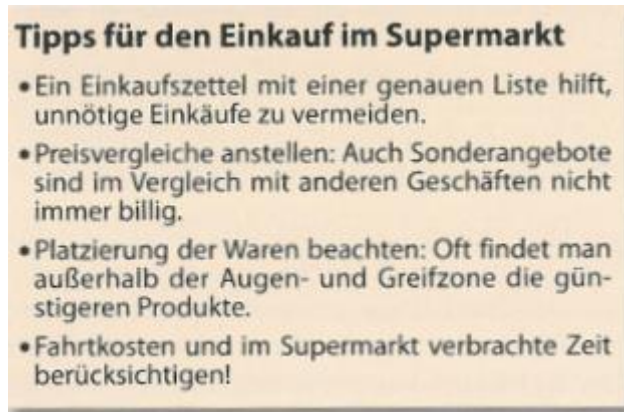


Abbildung 8: Tipps für den Supermarkt in *Durch die Welt 2* (aus ATSCHKO & FÖDERMAYR 2011b, S. 58)

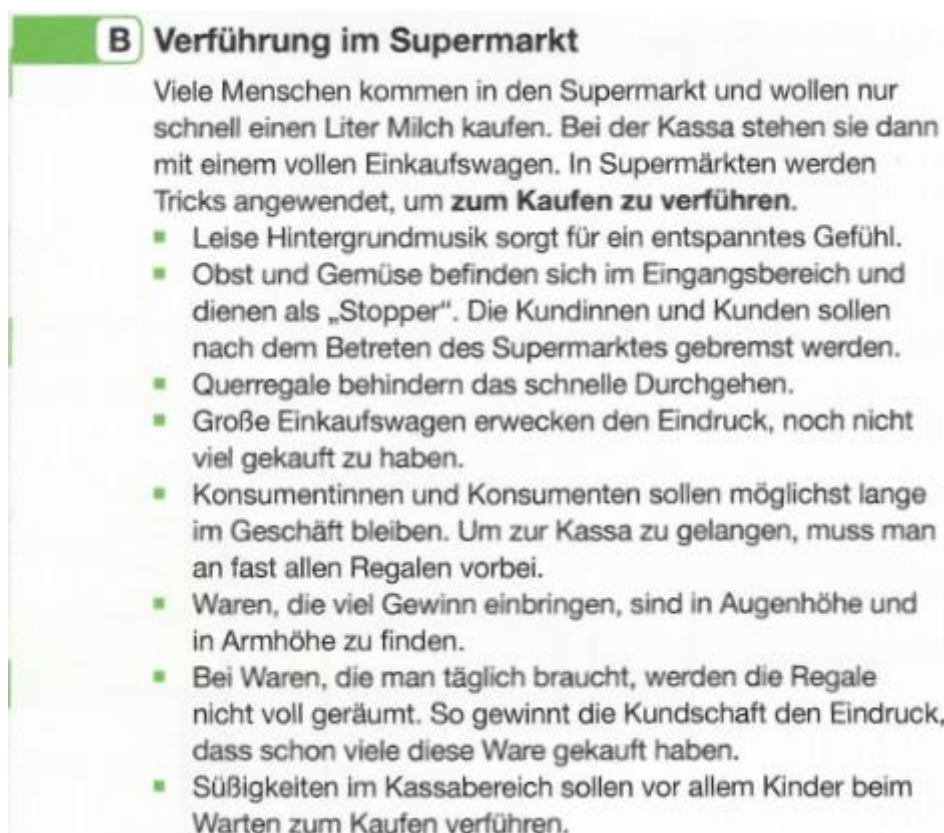


Abbildung 9: Gefahren im Supermarkt in *unterwegs 2* (aus FRIDRICH u. a. 2014, S. 42)

Auch *Der Mensch in Raum und Wirtschaft 2* bedient sich einer Auflistung im Text, stellt aber dazu einen Arbeitsauftrag, der für die Schülerinnen und Schüler aufgrund der Komplexität durchaus herausfordernd sein kann, da sie selbst für ein dargestelltes Problem (Tricks der Supermärkte) eine Lösung finden müssen, wie sich Konsumentinnen und Konsumenten schützen können (siehe Abbildung 10).

18. Wie kann man sich vor diesen „Tricks“ schützen?
Entwerft dazu gemeinsam ein Plakat.

Abbildung 10: Komplexe Aufgabenstellung für die Kinder in *Der Mensch in Raum und Wirtschaft 2* (aus BENVENUTI, BERAN, WEILINGER & WEISCH 2010, S. 60)

Abenteuer GW2 bietet als einziges GW-Buch der Untersuchung an, Bilder mit einem Arbeitsauftrag direkt zu verknüpfen (siehe Abbildung 11). Die Lernenden sollen verschiedene Aussagen den entsprechenden Bildern zuordnen. Dies führt dazu, dass die Kinder die Tricks der Supermärkte, bewusst oder unbewusst, mit Grafiken verknüpfen. Dadurch kann ein realistischer Lebensbezug hergestellt werden.



Abbildung 11: *Abenteuer GW2* verknüpft Arbeitsauftrag und Grafik (aus GRATH, KOWARZ, MALCIK & SONNENBERG 2011, S. 77)

Während die Großzahl der GW-Bücher es bei der Erwähnung der Supermarktricks und Tipps zum Konsumentenschutz belässt, blickt *Durchblick 2* über den Tellerrand und verweist auf externe Materialien, die beim richtigen Kauf unterstützen. Hierbei wird beispielsweise das Magazin *Konsument* erwähnt. Besondere Bedeutung kommt dieser Erwähnung zu, da es sogar grafisch im Buch abgebildet wird (siehe Abbildung 12).



M 5 Konsumenteninformation

Abbildung 12: Erwähnung des externen Magazins *Konsument* in *Durchblick 2* (aus WOHLSCHLÄGL u.a. 2008b, S. 81)

All diese Maßnahmen sollen zu einem bewussten und reflektierten Kaufverhalten der Schülerinnen und Schüler führen und das Bewusstsein für Gefahren in der alltäglichen Konsumwelt schärfen. Damit werden die untersuchten GW-Schulbücher der Forderung von Wolfgang SITTE (vgl. 1998), wonach die Verbraucherentscheidung beim Erwerb von Gütern, inklusive der auf die Konsumierenden einwirkenden Einflüsse, zu untersuchen und zu reflektieren sei, gerecht.

Bei der Untersuchung der Bücher fiel auf, dass manche Werke inhaltlich und thematisch teilweise den Anforderungen des Lehrplans für die siebente Schulstufe entsprechen (die im Unterschied zu der einen Wochenstunde in der zweiten Klasse in der Regel zwei Wochenstunden GW hat). So findet sich beispielsweise in *Geografie für alle. 2. Klasse* ein Arbeitsauftrag, einen Monat lang ein Haushaltsbuch zu führen. Daneben wird grafisch ein Beispiel einer Mutter dargestellt, wie sie Einnahmen (Lohn, Gehalt, Kindergeld) den Ausgaben (Miete, Strom, Gas, Wasser etc.) gegenüberstellt. (Vgl. HERNDL & SCHREINER 2012, S. 90)

Die hierbei von den Schülerinnen und Schülern geforderten Kompetenzen entsprechen dem Lernziel „*Erkennen der Notwendigkeit, im privaten Haushalt Ausgaben den finanziellen Möglichkeiten entsprechend zu planen*“ aus dem GW-Lehrplan der siebenten Schulstufe (LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 53). Diese Tatsache ist einerseits erfreulich, da die Kinder bereits zum bewussten Haushalten angeleitet werden. Andererseits muss dieser Sachverhalt kritisch betrachtet werden, da es in der sechsten Schulstufe keinerlei konkreten Rahmen für diesen Themenbereich in Geographie und Wirtschaftskunde gibt. Während sich manche Themen aus dem Dienstleistungsbereich, der – wie bereits erwähnt – in der sechsten Schulstufe bearbeitet wird, mit dem Stoffgebiet *Wirtschaften im privaten Haushalt* überschneiden (als Beispiel kann das Bankengeschäft sowie die Wirtschaftserziehung im Geldbereich angeführt werden), gilt dies für das Beispiel des Haushaltsbuches nicht. Hier kann kein Bezug zu einem Lernziel des GW-Lehrplans der sechsten Schulstufe hergestellt werden.

Wie in Kapitel 3.2.4 festgestellt, weist der Lehrplan 2000, im Gegensatz zum Lehrplan 1985/86, in der sechsten Schulstufe keine Aspekte der Geldwirtschaft mehr dezidiert im Lehrplantext auf. Dementsprechend scheint es sinnvoll, die GW-Schulbücher dieser Schulstufe darauf hin zu untersuchen, ob solches im Bereich der Dienstleistungen – deren Beispiele die Schulbuchautorenteams und Lehrkräfte selber wählen können – dennoch als wichtiger Anknüpfungspunkt für Konsumentenerziehung vorkommt.

Meine Untersuchung zeigt deutlich, dass im Rahmen des Dienstleistungs-Kapitels die Bank durchaus, wenn auch unterschiedlich stark, thematisiert wird. Diese Tatsache zeigt, dass eine Kompetenzentwicklung ähnlich einer Lernspirale, die sich in der dritten Klasse vertiefend fortsetzt, angestrebt werden kann. Die Ziele sind, dass die Schülerinnen und Schüler verstehen, wie eine Bank und das Geldwesen grundlegend funktionieren. In weiterer Folge, nämlich in der nächsten Klasse (siebente Schulstufe), wird das Thema *Wirtschaften im privaten Haushalt* behandelt, bei dem es sich um die privaten Einnahmen und Ausgaben dreht. Hierfür ist ein grundlegendes Wissen über den Geldkreislauf notwendig, das sinnvoll ist, schon in der zweiten Klasse unter dem Aspekt „Was macht die Bank mit dem Geld?“ anzusprechen (anmerken möchte ich, dass Geld bereits im Sachunterricht der Volksschule vorkommt; siehe Kapitel 2.3).

In vielen GW-Schulbüchern wird dieser Kreislauf grafisch dargestellt. In den Darstellungen und Erarbeitungsformen gibt es Unterschiede, die nun exemplarisch gegenübergestellt werden.

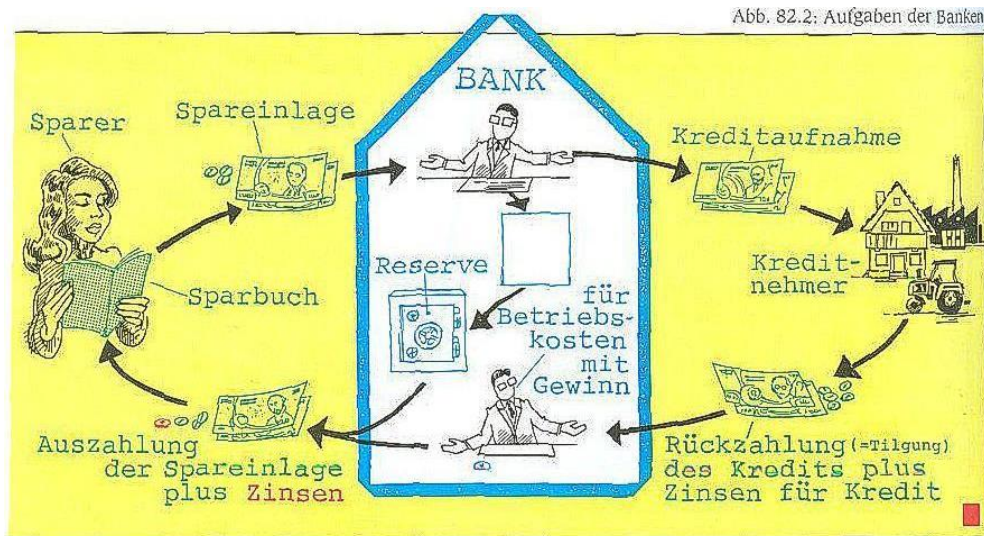


Abbildung 13: Funktion der Bank in *Leben und Wirtschaften 2* (aus SITTE W., FRIEDL G., GRAF F. & SCHNELLER M. 1988, S. 82)

In Abbildung 13 zeigt sich, dass mit Symbolen und Begriffen gearbeitet wird. Der Kreislauf ist einerseits grafisch dargestellt, andererseits sind die einzelnen Aspekte beschriftet. Eine farbliche Heraushebung von Münzen hilft, Kindern den Begriff der Zinsen altersgerecht zu vermitteln. Wesentlich sind ferner die Unterscheidungen zwischen der Höhe der Spar- bzw. Kreditzinsen. Auch die Dienstleistungstätigkeit der Bank können Schülerinnen und Schülern daraus erarbeiten! Insgesamt zeigt die Abbildung im Sinne der Konsumentenerziehung, dass Sparen durchaus positiv sein kann.

Eine Variante wäre, einzelne Begriffe in der Grafik wegzulassen, sie unten in einem „Sack“ anzuführen und sie zuordnen zu lassen.

Diese Form der grafischen Darstellung wurde in einem anderen Buch eher oberflächlich nachempfunden (Abbildung 14). Hier sind zwar ebenfalls diese Symbole und Begriffe im Einsatz, allerdings ist bei den Geldmengen für die Kinder nicht sichtbar, wie ein solcher Kreislauf wirtschaftlich sein soll: Die Bank zahlt mehr Geld aus, als sie einnimmt!

Andererseits könnte ich mir als Lehrer vorstellen, diese zweite Abbildung Schülerinnen und Schülern bei einer Stundenwiederholung vorzulegen. Eigentlich sollten sie auf diesen Fehler selbst aufmerksam werden, wenn sie das Prinzip der Zinsen für Sparende und Kreditnehmende verstanden haben.

Abb. 48.1: Was macht die Bank mit den Spareinlagen?

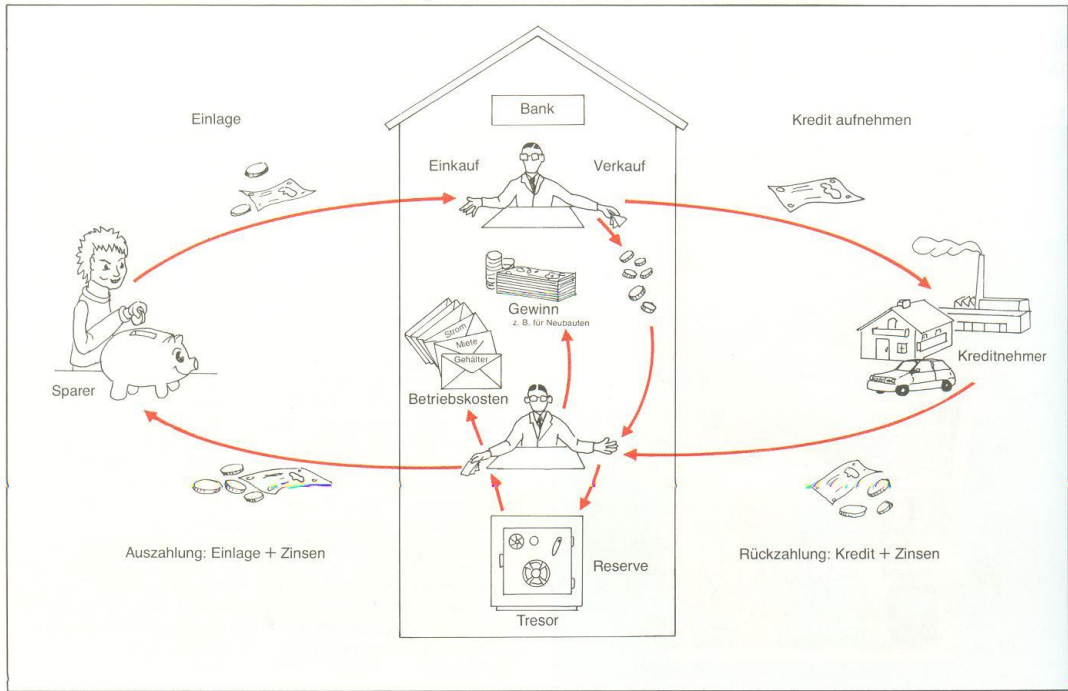


Abbildung 14: Fehlerhafte Darstellung in *Horizonte 2 plus* (aus BÖCKLE, HITZ u.a. 1991, S. 48)

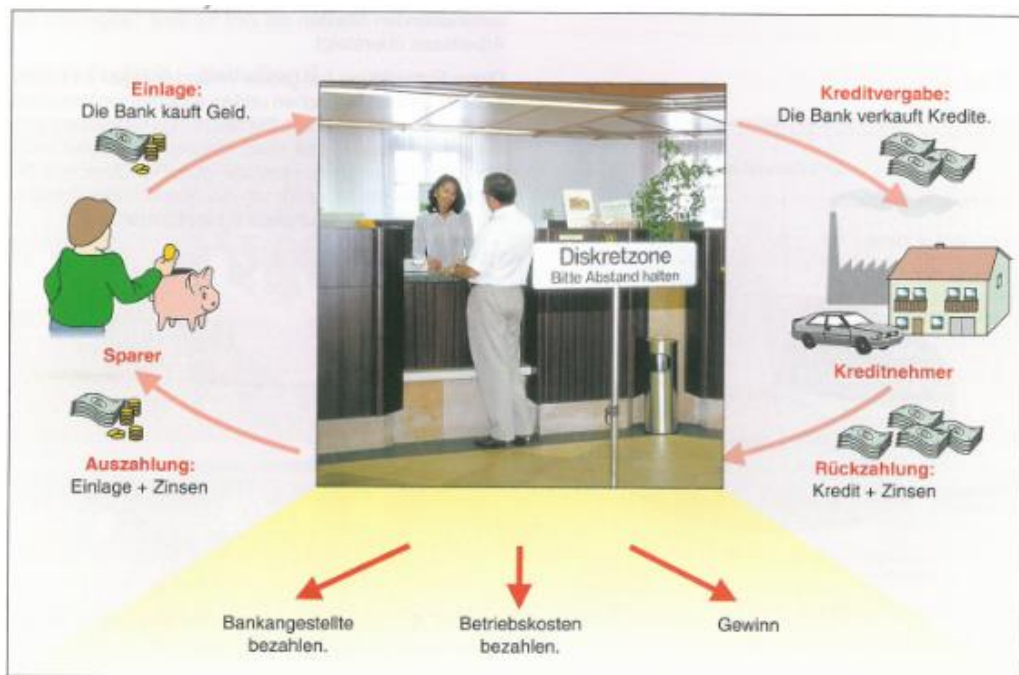


Abbildung 15: Geldkreislauf in *Horizonte 2 plus* (aus BÖCKLE, HITZ, KUSCHNIGG, LIDAUER & SONNENBERG 2003, S. 57)

Abbildung 15 zeigt, dass *Horizonte 2 plus* mittlerweile eine andere Grafik verwendet. Sie ist übersichtlicher und nun auch aus wirtschaftlicher Seite korrekt. Ich könnte als Lehrkraft aus den drei Geldpaketen der rechten Seite oben ableiten, dass Banken immer wesentlich mehr Geld als Kredite verborgen, als sie tatsächlich in ihren Sparkonten lagernd haben (Geldschöpfung). Was in dieser Abbildung aber fehlt, ist der genauere Ablauf innerhalb der Bank – dieser wird auf drei Aspekte reduziert.

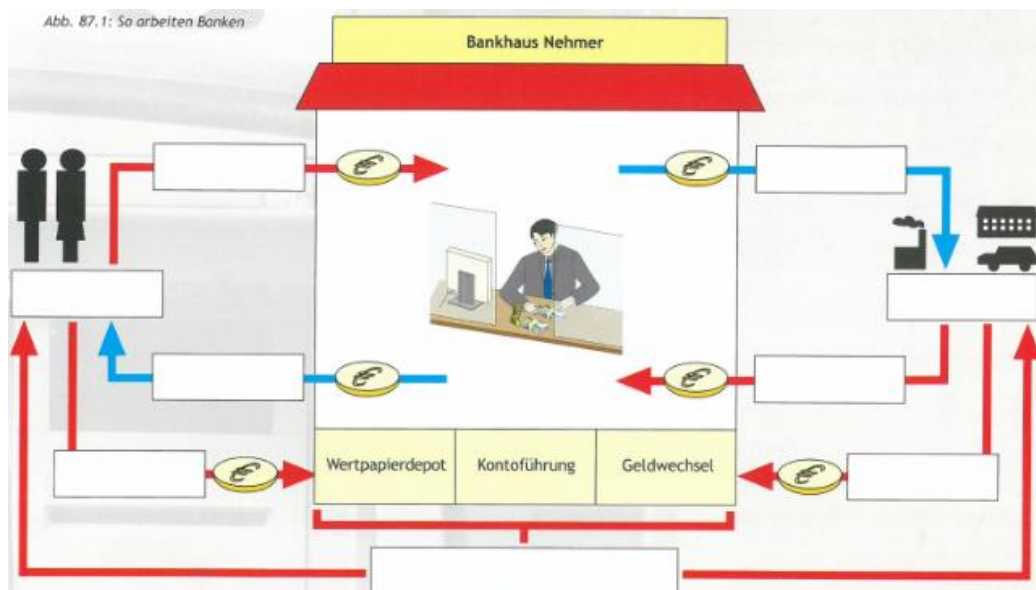


Abbildung 16: Arbeitsweise der Bank in *Abenteuer GW2* (aus GRATH, KOWARZ, MALCIK & SONNENBERG 2011, S. 87)

Aus fachdidaktischer Sicht sei zu Abbildung 16 aus *Abenteuer GW2* gesagt, dass sie – im Gegensatz zu den anderen Abbildungen – Kästchen aufweist, in die Begriffe eingesetzt werden müssen. Hierfür befindet sich unter der Grafik ein fiktives Interview, das sich mit der Funktion einer Bank befasst. Dabei sind wichtige Begriffe schon fettgedruckt und unterstrichen, welche in die Abbildung eingesetzt werden müssen. Im Sinne der Leseerziehung von Sachtexten wäre es vielleicht sinnvoller, in einer zweiten Klasse (!) dieses von den Schülerinnen und Schülern selber herausarbeiten zu lassen. Die Heraushebung wäre dann eine zweite Erleichterung im Sinne der inneren Differenzierung.

Zusammengefasst zeigt die umfangreiche Verwendung von bildlichen Darstellungen, dass es aus methodischer Sicht sinnvoll ist, einen derartigen komplexen Sachverhalt gerade in der NMS über eine nicht-textliche Ebene zu vermitteln. Es gibt aber auch Schulbücher, die die Aufgaben einer Bank in der zweiten Klasse rein textlich, garniert mit einem nur Illustrationscharakter habenden Foto, behandeln. Als Beispiel wäre die Seite 62 in der Buchreihe *GEOprofi 2* (vgl. MAYRHOFER, POSCH & REITER 2011) anzuführen. Gerade in der NMS mit ihrer heute sehr heterogenen Schülerschaft und den sprachlichen Herausforderungen, denen sich die Lehrkraft gegenüber sieht, sind solche grafischen Auflösungen eines komplexen Themas sehr hilfreich. Sie geben der Lehrperson ferner die Möglichkeit, das hier bildlich Dargestellte von den Schülerinnen und Schülern entsprechend des Handlungsablaufs zu verbalisieren. Das ist einfacher als einen mitunter komplexen Text zu decodieren. Hier müssten – was in *GEOprofi 2* nicht der Fall ist – stärker Methoden des Leseverstehens eingebunden werden.

4.2.3 Ergebnisse der 7. Schulstufe

Bei der Analyse der GW-Bücher aus der siebenten Schulstufe zeigen sich große Unterschiede zwischen den Werken.

Es folgen nun zusammengefasst die beiden Spitzenreiter sowie jene zwei Bücher, die quantitativ am wenigsten vorzuweisen hatten. Die jeweils höchsten bzw. niedrigsten Werte sind besonders hervorgehoben.

Buchtitel	Jahr	Σ Seiten	Σ Seiten Konsum	% Seiten	Σ Aufgaben
<i>Durch die Welt 3</i>	2012	113	21	18,6	11
<i>Abenteuer GW3</i>	2012	160	19	11,9	72
<i>Geografie für alle. 3. Klasse</i>	2013	144	9,5	6,6	17
<i>Durch die Welt 3</i>	2012	113	21	18,6	11

Tabelle 9: Ergebnisvergleich der Unterschiede zwischen den GW-Schulbüchern der 7. Schulstufe

Es fällt auf den ersten Blick auf, dass die beiden Spitzenreiter bei den erhobenen Werten jenen Schulbuchreihen entsprechen, die auch in der Analyse der sechsten

Schulstufe die Tabelle anführen. Außerdem ist auch diesmal *Durch die Welt*, in Bezug auf die Aufgabenanzahl, an letzter Stelle in dieser Reihung.

Die Konsumentenerziehung bezieht sich in den Werken dieses Jahrgangs meist auf das Lehrplanthema *Wirtschaften im privaten Haushalt*. Auffallend ist, dass die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung eines Haushalts in nahezu jedem GW-Schulbuch zu finden ist. *Geografie für alle. 3. Klasse* weist eine solche Rechnung beispielsweise nicht auf und ist auch eines der wenigen Bücher, die ein Haushaltsbuch nicht thematisieren. Dafür finden sich Tipps für den richtigen Einkauf und den Vergleich von Produkten, was in anderen Werken allerdings auch gegeben ist.

Neben diesen inhaltlichen Unterschieden zeigen sich auch Differenzen in Hinblick auf die Komplexität.

Tabelle 1: Werners Einnahmen und Ausgaben (in Euro)

April		ein	aus	
Taschengeld	30,-		Kino	5,-
von Oma			Poster	3,60
zum Geburtstag	10,-		Süßigkeiten	2,20
vom Paten			Taschenbuch	8,-
zum Geburtstag	15,-		Filzstifte	1,50
von der Nachbarin			Hallenbad	1,80
fürs Einkaufen	2,-		Taschenbuch	8,-
			Fotokopien	1,90
Summe			Summe	
Mai				
Taschengeld	30,-		Fußballplatz	3,-
			Poster	3,60
			Pizza	3,80
			CD	15,-
			Getränke	2,70
			Hallenbad	1,80
			Fotokopien	1,90
Summe			Summe	

Abbildung 17: Einnahmen-Ausgaben-Rechnung in *Horizonte 3 plus* (aus BÖCKLE, HITZ, KUSCHNIGG, LIDAUER & SONNENBERG 2004, S. 73)

In Abbildung 17 ist eine Haushaltsrechnung der fiktiven Person *Werner* zu sehen, die eindeutig aus der Lebenswelt eines Jugendlichen stammt. Die Einnahmen belaufen sich auf Taschengeld und Geldgeschenke, die Ausgaben belegen das durchschnittliche Konsumverhalten eines Teenagers. Diese Darstellung belegt einen für die Schülerinnen und Schüler nachvollziehbaren Lebensweltbezug, der für das Verständnis und die Reflexion des Inhalts von Bedeutung ist.

Einnahmen / Ausgaben	Mai 2012	Juni 2012
Gehalt/Lohn	1 650,-	1 650,-
Familienbeihilfe	553,-	553,-
Kinderbetreuungsgeld	450,-	435,-
Einnahmen gesamt	2 653,-	2 633,-
Miete	820,-	820,-
Strom	50,-	50,-
Kleidung	310,-	40,-
Lebensmittel	673,-	844,-
Fernsehgebühr	31,-	31,-
KFZ-Versicherung	65,-	65,-
Benzin	71,-	64,-
Zeitung	20,-	20,-
Sonstiges	560,-	440,-
Ausgaben gesamt	2 680,-	2 424,-
Einnahmen minus Ausgaben	- 27,-	+ 209,-

Abbildung 18: Haushaltsbuch in *Durch die Welt 3* (aus ATSCHKO & FÖDERMAYR 2012, S. 71)

Durch die Welt 3 hingegen bezieht sich, wie in Abbildung 18 ersichtlich, auf die Lebenswelt einer erwachsenen Person. Die Einnahmen legen ein Beschäftigungsverhältnis in Vollzeit sowie das Vorhandensein von Kindern nahe, die Ausgaben belegen die Existenz einer eigenen Wohnung und eines Kraftfahrzeugs. Auch dieses Beispiel eines Haushaltsbuches zeigt einen Lebensweltbezug, allerdings nicht jenen von Kindern und Jugendlichen. Für das Verständnis dieser Rechnungen ist umfangreicheres Vorwissen nötig (Was ist Familienbeihilfe? Was ist Kinderbetreuungsgeld?). Die Schülerinnen und Schüler müssen den abstrakten Inhalt verstehen, um ihn auf die eigene Realität umlegen zu können. Dieser Anspruch ist von hoher Komplexität und vermutlich nicht für alle Lernenden umsetzbar.

Monatsbezug für Mai 2011 Georg Schuster		Bank Austria KONTOAUSZUG			
Grundbezug	€ 2.736,90	Name: Georg SCHUSTER		Konto-Nr.: 000 123 456 789	
+ andere laufende Bezüge	€ 0,00	Datum: 08.05.2011		Ausgab. Kart./Blatt: 014/01	
+ Über-/Mehrstunden	€ 0,00	Währung: EUR		Kontostamm Account No.	
+ Sonderzahlungen	€ 0,00	Buchungsbetrag			
= Brutto	€ 2.736,90	EZE-Lastschrift a/UNIQA-			
- Sozialversicherung	€ -494,56	Sachversicherung AG			
- Lohnsteuer	€ -458,88	Gehalt 05/11 (ÖBB)			
= Einkommen netto	€ 1.783,46	Miete 05/11			
		EZE-Lastschrift a/MOBIL-			
		KOM AUSTRIA (04/11)			
		BANKOMAT 26751 30.04. UM 16:39			
		Überweisung			
		Überweisung			
		Lastschrift a/VISA-SERVICE			
		KREDITKARTEN AG			
		Alter Saldo			
		Summe Belastungen:			
		Summe Gutschriften:			
		Neuer Saldo:			

Abbildung 19: Einkommen und Kontoauszug in *Der Mensch in Raum und Wirtschaft 3* (aus BENVENUTI, BERAN, WEILINGER & WEISCH 2011a, S. 101)

Abbildung 19 zeigt sehr komplexe Grafiken, die für die Schülerinnen und Schüler der siebenten Schulstufe vermutlich nicht verständlich sind, da sie für Teenager keinen Lebensweltbezug darstellen und über viele Fachbegriffe verfügen. Dementsprechend folgt, dass für das Verständnis derartiger Grafiken eine gewisse Vorarbeit geleistet werden muss. In Hinblick auf das Leben als erwachsene Person scheint es durchaus sinnvoll, komplexere Inhalte im Unterricht zu behandeln.

Am Beispiel des Gehaltszettels wird sichtbar, wie sich die Konsumökonomie mit dem Handlungsbereich der Arbeitsökonomie überschneidet. Um die Haushaltsrechnung, insbesondere das Einkommen, verstehen zu können, muss auch die Sozialpartnerschaft und die Arbeitssituation beherrscht werden.

4.2.4 Ergebnisse der 8. Schulstufe

Auch bei der Untersuchung der GW-Schulbücher der achten Schulstufe zeigen sich Unterschiede, die jedoch – im Gegensatz zu den anderen Jahrgängen – geringer ausfallen.

Es folgt nun zusammengefasst der Spitzenreiter sowie jenes Buch, das quantitativ am wenigsten vorzuweisen hatte. Die jeweils höchsten bzw. niedrigsten Werte sind besonders hervorgehoben.

Buchtitel	Jahr	Σ Seiten	Σ Seiten Konsum	% Seiten	Σ Aufgaben
<i>Abenteurer GW4</i>	2013	136	16,5	12,1	26
<i>Geografie für alle. 4. Klasse</i>	2015	128	5,5	4,3	3

Tabelle 10: Ergebnisvergleich der Unterschiede zwischen den GW-Schulbüchern der 8. Schulstufe

Wie sich zeigt, korrelieren in dieser Analyse die Werte % *Seiten* und Σ *Aufgaben*. *Abenteurer GW4* weist mit 12,1 % die höchste Quantität bezüglich Konsumentenerziehung auf, während es auch mit 26 Aufgaben die meisten Arbeitsaufträge aus diesem Gebiet vorweist.

So verhält es sich auch mit *Geografie für alle. 4. Klasse*, da es mit 4,3 % und drei Aufgaben in beiden Kategorien die geringste Anzahl zeigt.

Auffallend ist, dass bei allen Werken die Quantität der Verbrauchererziehung eher gering ist. Vor allem in Hinblick auf das Alter und der damit verbundenen, steigenden Geschäftsfähigkeit der Schülerinnen und Schüler, das sie in der achten Schulstufe bereits haben, erscheint dieser Aspekt überraschend.

Inhaltlich ist die Konsumentenerziehung hauptsächlich im Rahmen der beiden Lehrplankapitel *Zentren und Peripherien in der Weltwirtschaft* und *Leben in der „Einen Welt“ – Globalisierung* zu finden. Dabei zeigen sich vermehrt Schnittstellen mit der Gesellschaftsökonomie, da inhaltlich verstärkt die Verantwortung der Verbraucherinnen und Verbraucher behandelt wird.

GEOprofi 4 und *unterwegs 4* thematisieren beispielsweise den ökologischen Fußabdruck (siehe Abbildungen 20 und 21). Bei beiden Büchern gibt es auch den Arbeitsauftrag, der von den Schülerinnen und Schülern verlangt, den eigenen ökologischen Fußabdruck zu ermitteln und daraus Konsequenzen zu ziehen.

Der ökologische Fußabdruck

Beim ökologischen Fußabdruck handelt es sich um ein Konzept, mit dem errechnet werden kann, wie viele ökologische Ressourcen (Hektar) von einer Person verbraucht werden. Dabei werden Kriterien wie Essensgewohnheiten, Mobilität, das Wohnen usw. berücksichtigt. Dasselbe Prinzip wird auch auf Staaten angewandt. In der Abbildung unten siehst du den „ökologischen Fußabdruck“ einiger Staaten.

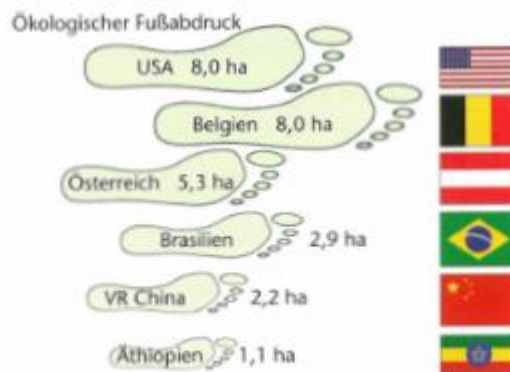


Abb. 94.2: Ökologische Fußabdrücke ausgewählter Staaten

Abbildung 20: Der ökologische Fußabdruck in *GEOprofi 4* (aus MAYRHOFER, POSCH & REITER 2013, S. 94)

A Der ökologische Fußabdruck

Österreich gehört zu den reichsten Staaten der Welt. Dank der vielfältigen Importe, die dieses Land jährlich macht, werden wir Konsumentinnen und Konsumenten gut versorgt. Aber woher kommen all diese Produkte, die uns das Leben angenehm machen? Kaffee importieren wir aus vielen Ländern des Globalen Südens zum Beispiel aus Äthiopien, Futtersoja für unser Zuchtvieh kommt aus Brasilien. Österreich importiert Holz aus Russland. Die Flächen für Kaffeeplantagen, für Sojafelder, für Wälder und für andere Produkte, die wir importieren, befinden sich im Ausland.

Für unseren Lebensstil werden in anderen Staaten Anbauflächen gebraucht. Diese gesamte Fläche ist fast drei Mal so groß wie Österreich! Das ist der ökologische Fußabdruck: Die Fläche auf unserer Erde, die für die Bedürfnisse eines Menschen genutzt wird. Wenn die Bewohnerinnen und Bewohner der gesamten Welt so leben würden wie wir Österreicherinnen und Österreicher, bräuchte man fast drei Planeten.

Abbildung 21: Der ökologische Fußabdruck in *unterwegs 4* (aus FRIDRICH u.a. 2017, S. 82)

Neben der Verantwortung als Konsumentin bzw. Konsument in Bezug auf den ökologischen Fußabdruck zeigen die Schulbücher auch auf, wie die Schülerinnen und Schüler bewusster konsumieren können. Hierbei wird sich beispielsweise des fairen

Handels Fairtrade bedient. *Geografie für alle. 4. Klasse* und *Der Mensch in Raum und Wirtschaft 4* zeigen diesen Aspekt (siehe Abbildungen 22 und 23).



Abbildung 22: Fairtrade in *Geografie für alle. 4. Klasse* (aus HERNDL & SCHREINER 2015, S. 115)

Fairer Handel
Der Norden genießt, was der Süden produziert: Bananen, Kaffee, Tee, Orangensaft, Kakao, Schokolade und vieles mehr. Leider ist es keine Selbstverständlichkeit, dass die Arbeitskräfte, die diese Produkte anbauen, ernten und verpacken, eine faire Entlohnung erhalten. Produkte, die mit dem FAIRTRADE-Gütesiegel ausgezeichnet werden, stellen sicher, dass die Produzierenden einen gerechten Preis erhalten, Sozialstandards eingehalten werden und vielfach ökologisch verträglich angebaut wird. Die Betriebe, die dieses Gütesiegel beanspruchen, müssen sich regelmäßig von unabhängigen Organisationen überprüfen lassen. In Österreich können fairer Kaffee, Tee, Orangensaft und andere faire Produkte in über 1000 Supermärkten gekauft werden. Auch Blumen sind aus fairer Produktion erhältlich (vgl. S. 96/97).

Abb. 5



Abb. 8: Fairer Handel

Abbildung 23: Fairer Handel in *Der Mensch in Raum und Wirtschaft 4* (aus BENVENUTTI, BERAN, WEILINGER & WEISCH 2011b)

Neben diesen Verantwortungen und eigenen Möglichkeiten als Konsumentin und Konsument wird das Thema der Verbrauchererziehung eher nebensächlich behandelt, was allerdings auch auf den derzeit gültigen GW-Lehrplan zurückzuführen ist.

4.2.5 Jahrgangsübergreifende Ergebnisse und Resümee

Am Beispiel der GW-Schulbuchreihe *unterwegs* (FRIDRICH u.a. 2009fff) lässt sich sehr gut erkennen, dass die Quantität der Konsumentenerziehung bis zur siebenten Schulstufe durchaus stetig zunehmen kann. Während in *unterwegs 1* die Verbrauchererziehung nur 10,6 % des gesamten Buches einnimmt, sind es in *unterwegs 2* bereits 11,6 % und in *unterwegs 3* schließlich 14,1 %. Die Entwicklung endet allerdings in der achten Schulstufe, *unterwegs 4* weist beispielsweise nur noch 7,3 % auf, was beinahe die Hälfte der vorherigen Schulstufe ist.

Diese Zunahme ist bei anderen GW-Schulbuchreihen nicht zu verzeichnen. Es ist allerdings auffällig, dass tendenziell die sechste Schulstufe über die höchste Quantität an Verbrauchererziehung verfügt, was auf den Themenbereich *Dienstleistungen* zurückzuführen ist, der in den Büchern stark konsumorientiert ausgeprägt ist.

Thematisch ist zu erkennen, dass sich die Schulbücher eines Jahrgangs stark ähneln und bei Beispielen häufig dieselben Inhalte wählen. Die Unterschiede in der Quantität ergeben sich dadurch, dass gewisse Inhalte weggelassen werden.

Allerdings muss man die Ergebnisse der quantitativen Analyse auch kritisch hinterfragen. Es öffnet sich ein Problemfeld, das zu Unschärfe führen kann, da die Konsumentenerziehung viele Schnittstellen zu anderen Themenbereichen der Geographie und Wirtschaftskunde aufweist. Die Verbrauchererziehung wird, wie bereits in Kapitel 2.1 beschrieben, primär dem Bereich der Konsumökonomie zugeordnet. Nun offenbart sich die Problematik des Abgrenzens. Die nachfolgende Grafik soll dies verdeutlichen.

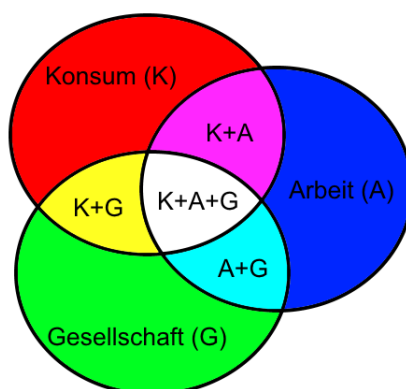


Abbildung 24: Schnittstellen der Bereiche *Konsum*, *Arbeit* und *Gesellschaft* (eigene Darstellung)

Wie ersichtlich ist, überschneiden sich alle drei Aspekte des GW-Unterrichts auf mehreren Ebenen. Einerseits gibt es Schnittstellen zwischen zwei, andererseits eine Schnittstelle zwischen allen Bereichen.

Es ist schwierig, die Konsumentenerziehung klar in den Themenbereich *Konsum* abzugrenzen. Bedenkt man, dass beispielsweise die ökologische Nachhaltigkeit auch in die Gesellschaftsökonomie gerechnet werden kann, ergibt sich die erste Schnittstelle in der Verbrauchererziehung. Andererseits korreliert das Lehrplankapitel *Wirtschaften im privaten Haushalt* sowohl mit Konsum- als auch mit Arbeitsökonomie. Als Beispiel kann das Haushaltseinkommen genannt werden, das sich auf beide Bereiche auswirkt und sich auch mit beiden Aspekten befasst.

Dementsprechend stellt sich die Frage, inwieweit die Quantität der Konsumentenerziehung in Schulbüchern untersucht werden kann. Die Analysemethode dieser Arbeit bietet einen Ansatz dafür, ist aber auch Abgrenzungsproblemen ausgesetzt.

5 LEBENSWELTLICH ORIENTIERTER GW-UNTERRICHT

Dieses Kapitel soll darstellen, was unter einem lebensweltlich orientierten GW-Unterricht verstanden wird und aus welchen Gründen dieser gefordert wird. Des Weiteren werden exemplarisch Materialien von externen Anbietern, die sich möglicherweise für den Einsatz im GW-Unterricht eignen, angeführt, untersucht und kritisch hinterfragt.

5.1 Lebensweltliche Orientierung in GW

Der Lehrplan von Geographie und Wirtschaftskunde fordert, dass der Mensch in den Mittelpunkt des Raums gestellt wird (vgl. LEHRPLAN DER NMS 2016, S. 49). Aus methodischer und fachdidaktischer Sicht scheint es demnach sinnvoll, die eigenen Schülerinnen und Schüler in den Fokus des GW-Unterrichts zu stellen, da diese auch die Adressatinnen und Adressaten des Unterrichtsgeschehens sind. Wie in Kapitel 1.1 dieser Arbeit bereits beschrieben, sind Kinder und Jugendliche massiv in das Wirtschafts- und Konsumleben eingebunden.

Christian FRIDRICH (vgl. 2014, S. 19) weist darauf hin, dass die ökonomische Bildung den Kindern und Jugendlichen dient, sodass sie ihren (wirtschaftlichen) Alltag bewältigen können. Daneben führt er (vgl. 2012, S. 31f) neben dem Aspekt, dass der Mensch im Fokus steht, in einem fachdidaktischen Grundsatzartikel noch an, dass die *ökonomisch geprägten Alltagswelten* unserer Schülerinnen und Schüler miteinander zubeziehen sind. Dieser Faktor ist allerdings vom Lebensalter abhängig und höchst flexibel. Die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen im Kontext des Konsums wandelt sich im Lauf der Jahre.

Während ein zehnjähriges Kind möglicherweise sein Verbraucherverhalten auf kleine Konsumgüter konzentriert, kann ein 14-Jähriger bzw. eine 14-Jährige bereits große Anschaffungen, wie z.B. ein Moped, planen, die auch bereits erste monatliche Fixkosten aufweisen können (z.B. Versicherung). Die Lehrperson sollte diese Aspekte berücksichtigen und die Vorstellungen der Schülerinnen und Schüler erheben, sammeln und gezielt im Lernprozess einsetzen.

Ein weiterer Punkt, den FRIDRICH (ebd., S. 32f) behandelt, ist das *Leitziel ökonomischer Bildung*. Kinder und Jugendliche sollen befähigt werden, im Kontext der Wirtschaft, also auch des Konsums, mündige und reflektierte Handlungen zu setzen. Neben Faktenwissen, wie es beispielsweise die ERSTE BANK AG (vgl. 2010) oder der BUNDESVERBAND DEUTSCHER BANKEN (vgl. 2015) in Umfragen erhoben haben (mehr dazu in Kapitel 2.2), ist die Entwicklung einer Orientierungskompetenz von

großer Bedeutung. Neben dem Zurechtfinden in der Lebenswelt dient sie auch als Grundlage für Reflexion, Analyse, Begründung und Urteilsfindung im wirtschaftlichen Handeln. Ein Großteil dieser ökonomischen Handlungskompetenz könnte in standardisierte Messverfahren, wie z.B. Bildungsstandards, integriert werden.

Um diese Erkenntnisse anschaulich darstellen zu können, bedient sich FRIDRICH (vgl. 2012, S. 37) einer Abbildung, die alle relevanten Faktoren einer ökonomischen Bildung inkludiert.

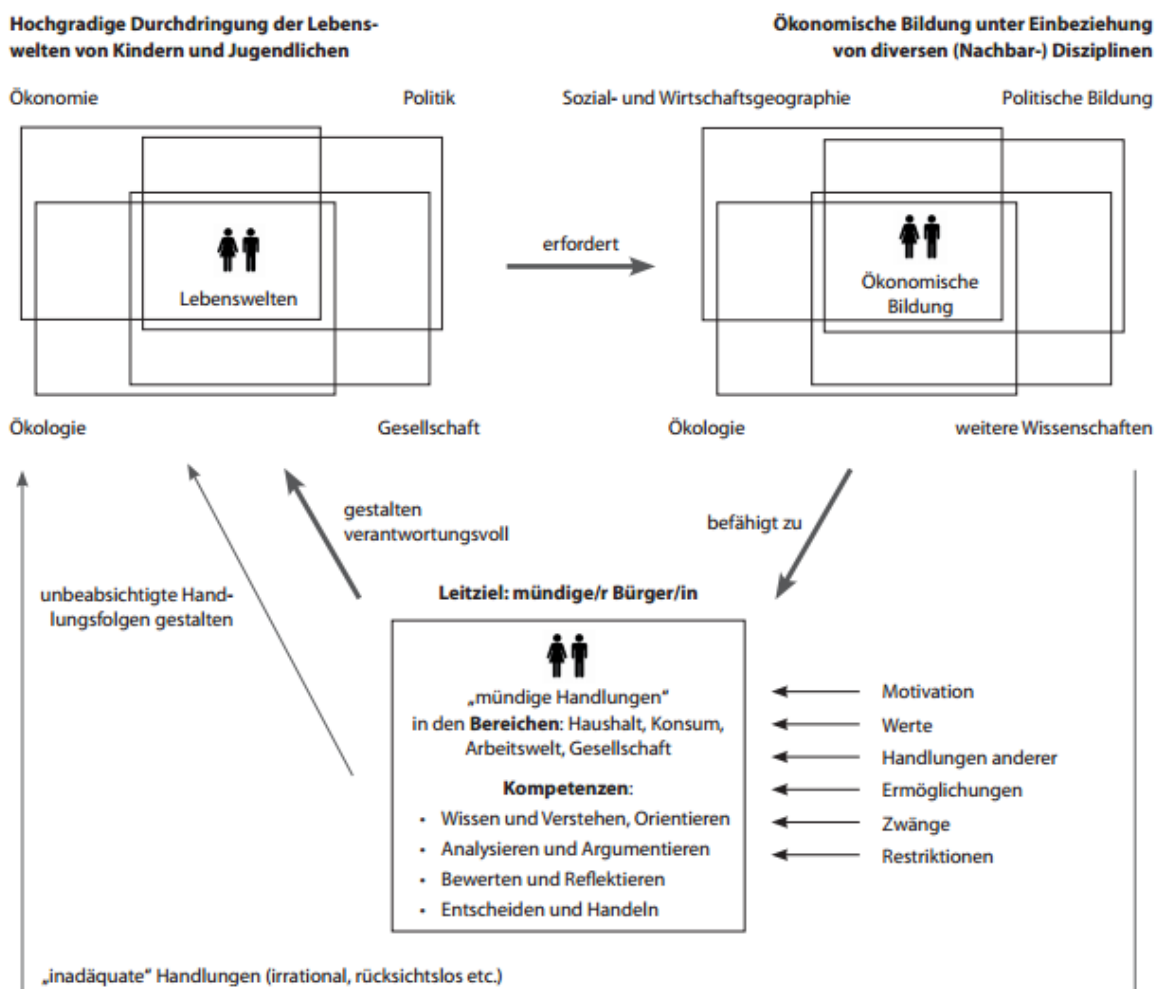


Abbildung 25: Handlungsmodell der ökonomischen Bildung (aus FRIDRICH 2012, S. 37)

Wie ersichtlich ist, befindet sich, analog zur Forderung des GW-Lehrplans, der mündige Bürger bzw. die mündige Bürgerin im Mittelpunkt der Matrix. Er bzw. sie gestaltet die eigene Lebenswelt, die in den Unterricht miteinbezogen werden muss. Eine derartige Mitgestaltung erfordert ökonomische Bildung, die Teil des GW-Unterrichts ist und erst zu jenen mündigen Handlungen befähigen kann, die auf das

eigene Leben einwirken. Die Wechselwirkung dieser Trias wird noch von externen Faktoren, wie z.B. der persönlichen Motivation oder Wertehaltung, beeinflusst. Auch wenn, aus hypothetischer Sicht, sämtliche Schülerinnen und Schüler zu mündigen Konsumierenden erzogen werden, sind inadäquate und irrationale Handlungen niemals ausgeschlossen.

Aus diesen Erkenntnissen lässt sich ableiten, dass die Lehrperson den GW-Unterricht mit konkreten lebensweltlichen Beispielen gestalten soll, um die Klasse bei ihrem Interesse abzuholen. Dadurch können die Schülerinnen und Schüler motiviert werden, sich ernsthaft und zielstrebig der Konsumentenerziehung zu widmen. Der Motivationsansatz scheint demnach eine wichtige Rolle zu spielen, um letztendlich verbraucherorientierte Handlungskompetenzen erlangen zu können. Um einen greifbaren Lebensweltbezug herstellen zu können, bieten sich auch Unterrichtsmaterialien aus ebendiesem Umfeld an. Schulbücher werden von den Kindern und Jugendlichen meist im schulischen Kontext verwendet, weshalb ein Realitätsbezug erschwert wird. Demnach scheinen Materialien externer Anbieter, wie z.B. Geldinstitute oder Organisationen, einen lebendigen und alltagsbezogenen Unterricht zu verstärken, der gerade im Kontext der Konsumentenerziehung wichtig erscheint.

5.2 Externe Materialien

Im folgenden Kapitel werden beispielhaft externe Materialien angeführt, die sich mit der Thematik der Konsumentenerziehung beschäftigen. Sie werden inhaltlich untersucht und auf ihren sinnvollen Einsatz im GW-Unterricht hinterfragt. Das ist nicht nur für einen lebensweltlich orientierten Unterricht wichtig, sondern auch aus organisatorischen Gründen notwendig. Die Schulbücher sind um Umfang begrenzt und halten sich durch die Approbation (im Prinzip) an den gültigen Lehrplan.

Der Erweiterungsbereich des Lehrplans (vgl. SITTE Ch. 2001c) gibt der Lehrperson die Möglichkeit und das Werkzeug, um auf die individuellen Bedürfnisse und Begaunungen der Schülerinnen und Schüler sowie auf die regionalen Rahmenbedingungen einzugehen. Daraus ist abzuleiten, dass es sinnvoll und auch möglich ist, Aspekte auch außerhalb des Lehrplans zu thematisieren oder Lehrplanthemen intensiver als gefordert zu erörtern bzw. zu vertiefen. Dafür bieten sich externe Materialien von spezialisierten Institutionen an. Auch der Forderung nach Einsatz der IKT im Fachunterricht kann dabei sehr gut nachgekommen werden, sind doch Smartphones ein von den Schülerinnen und Schülern auch im privaten Bereich ständig genutztes Informationsmedium.

Das BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG (vgl. 2017b) forciert einen Ausbau der digitalen Infrastruktur und eine Erweiterung der IT-Ausstattung. Des Weiteren sollen Lehrkräfte einen einfachen und kostenlosen Zugang zu digitalen Lerntools erhalten.

Dass der Einsatz der IKT viele neue Möglichkeiten eröffnet und zunehmend an Bedeutung gewinnen wird, stellt auch Bianca PRESZELLER (vgl. 2017) in ihrer Forschungsarbeit fest. Dabei lässt sich auch die Relevanz für die Konsumentenerziehung erkennen.

5.2.1 Sparkasse

Sparkassen hatten seit ihrer Gründung im 19. Jahrhundert immer schon auch Aspekte der Finanzerziehung für breitere Bevölkerungsschichten in ihrem Aufgabebereich gesehen. Es war daher für die Didaktiker (u.a. KLIMPT, KUTSCHERA) naheliegend, als 1962 die Wirtschaftskunde den Geographie-Lehrkräften in Fortbildungen und Unterrichtsbehelfen nahezubringen war, eine freudig ergriffene Gelegenheit, mit den Sparkassen eine Kooperation einzugehen. Diese waren über das Schulsparen ja in der Schule schon eingebunden. (Vgl. bei SITTE Ch. 1989, Kap. 3)

Zu nennen sind hier die erste österreichische Sparkasse und die damalige Zentralsparkasse der Gemeinde Wien (spätere Bank Austria), die vielfältige Materialien und Fortbildungsaktivitäten sponserten. Heute ist nur mehr in Wien die Erste Bank hier engagiert.

Die *Erste Bank der österreichischen Sparkassen AG* ist als Finanzdienstleistungsunternehmen und alltägliche Institution eine gute Anlaufstelle, um Informationsmaterial zu beziehen. Bereits in Kapitel 2.3 dieser Arbeit wird deutlich, dass die Sparkasse schon in Kindergarten und Volksschule aktiv bei der Geldwirtschaftserziehung tätig ist. Dabei bedient sie sich unterschiedlicher Medien, wobei in dieser Arbeit zwei davon exemplarisch näher erörtert werden.

5.2.1.1 Broschüren

Die Informationsbroschüre *Den Umgang mit Geld lernen – von Kindesbeinen an* wurde von der ERSTEN BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG (vgl. 2015) herausgegeben und umfasst 17 Seiten. Die Zielgruppe sind Erziehungsberechtigte, denen gezeigt werden soll, wie Gelderziehung idealerweise stattfindet.

Zunächst werden Vorschulkinder mit zum sechsten Lebensjahr thematisiert, danach erfolgen die 6- bis 12-Jährigen. Da diese Altersgruppe bereits in die Sekundarstufe fällt (fünfte und sechste Schulstufe), scheint ein näherer Blick sinnvoll.

Die Herausgeber führen anfangs Ziele an, welche die Kinder erreichen sollen. Bei dieser Altersgruppe sind die Ziele, den Sinn des Sparens zu erkennen, persönliche Bedürfnisse mittelfristig einzuschätzen, einen Haushaltsplan zu erstellen und den Wert eines Geldbetrags einschätzen zu können. Die Entwicklung eines ersten kritischen Konsumdenkens ist ebenfalls eines der Ziele. Um diese zu erreichen, werden Strategien und Werkzeuge vorgeschlagen, was in diesem Fall das wöchentliche Taschengeld ist. Es wird auch explizit darauf hingewiesen, dass Kinder Taschengeld benötigen, um ihnen das Verwalten von eigenem Geld näherzubringen, ohne größeren Schaden anrichten zu können. (Vgl. ERSTE BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG 2015, S. 8)

Des Weiteren informiert die ERSTE BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG (vgl. 2015, S. 9) über die Höhe des Taschengeldes. Für die Altersgruppe der 6- bis 12-Jährigen wird eine Formel angeführt, die folgendermaßen aussieht:

Formel für 6- bis 12-Jährige: 30 bis 50 Cent x Lebensjahr = Taschengeld pro Woche	
Alter	Euro pro Woche
6 Jahre	1,80 – 3,00
7 Jahre	2,10 – 3,50
8 Jahre	2,40 – 4,00
9 Jahre	2,70 – 4,50
10 Jahre	3,00 – 5,00
11 Jahre	3,30 – 5,50
12 Jahre	3,60 – 6,00

Abbildung 26: Formel zur Taschengeldeberechnung (aus ERSTE BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG 2015, S. 9)

Wie ersichtlich, möchte der Herausgeber mit dieser Formel und Tabelle aus Abbildung 26 helfen, eine Bezugsnorm für die Eltern zu schaffen. Zusätzlich dazu wird auch darauf hingewiesen, dass die Höhe des Taschengeldes auch von anderen Faktoren abhängt, wie beispielsweise von Familieneinkommen, Geschwistern und Art der Verwendung. Abschließend wird empfohlen, die Thematik mit dem Kind zu besprechen. Es soll seine Wünsche nach Wichtigkeit einordnen und das Einteilen und Verzichten trainieren. Des Weiteren ist es wichtig, dass das Kind das bewusste Treffen von Entscheidung erlernt. (Vgl. ebd.)

Als nächste Altersgruppe werden *Teenager* angeführt, die dem Alter von 13 bis 19 Jahren entsprechen. Zusätzlich zu den Zielen der 6- bis 12-Jährigen kommt hinzu, dass die Jugendlichen einen persönlichen Haushaltsplan führen, Sparen als effizientes Konzept begreifen, den Zusammenhang von Geld und Arbeitsleistung erkennen und selbstständig mit Geld umgehen können. Erneut wird ersichtlich, dass Arbeit und Konsum korrelieren und sich häufig überschneiden (vgl. Kapitel 4.2.5 dieser Arbeit). Als Strategie und Werkzeug bleibt das Taschengeld erhalten, wobei dies nun monatlich ausgezahlt werden soll, um für das Erwachsenenleben gerüstet zu sein. Eigener Verdienst, eigenes Konto und eigenes Sparen kommen hinzu. Der Herausgeber weist auch darauf hin, dass es eine Herausforderung ist, den Jugendlichen aufgrund der Pubertät einen vernünftigen Geldumgang beizubringen. (Vgl. ERSTE BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG 2015, S. 10)

Ein weiterer Punkt, den die Broschüre anführt, ist das Führen eines Haushaltsplans. Dies deckt sich nun auch mit dem GW-Lehrplan der NMS (siehe Kapitel 3.2.3 dieser Arbeit). Die Jugendlichen sollen erkennen, dass Budget und Bedürfnisse übereinstimmen sollten. Da dies häufig nicht der Fall ist, müssen Bedürfnisse nach Priorität geordnet werden, um agieren zu können. Es ist wichtig, dass die Jugendlichen diesen Prozess selbst erlernen, wobei die Erziehungsberechtigten eingreifen sollten, wenn ihr Kind die Realität aus den Augen verliert. (Vgl. ebd., S. 11)

Zur Taschengeldhöhe gibt es wieder eine Formel und Tabelle:

Formel für 13- bis 19-Jährige: 2,00 bis 3,60 Euro x Lebensjahr = Taschengeld pro Monat	
Alter	Euro pro Monat
13 Jahre	26 – 47
14 Jahre	28 – 50
15 Jahre	30 – 54
16 Jahre	32 – 58
17 Jahre	34 – 61
18 Jahre	36 – 65
19 Jahre	38 – 70

Abbildung 27: Taschengeldformel für Teenager (aus ERSTE BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG 2015, S. 11)

Zusätzlich zu dieser Hilfestellung aus Abbildung 27 wird darauf hingewiesen, dass die Taschengeldhöhe auch von anderen Rahmenbedingungen abhängt. Zu jenen der jüngeren Altersgruppe kommt noch hinzu, dass sich Teenager häufig selbst verpflegen müssen und auch notwendige Bekleidung selbst einkaufen. Treffen diese Umstände zu, sollte das bei der Höhe des Taschengeldes auch berücksichtigt werden. (Vgl. ERSTEN BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG 2015, S. 11)

In weiterer Folge werden acht Grundregeln vorgestellt, die Taschengeld zu einem erfolgreichen Konzept machen sollen (vgl. ebd., S. 12fff):

1. Taschengeld steht zur freien Verfügung:
Die Kinder sollen selbst entscheiden, wie sie das Taschengeld anwenden.
2. Taschengeld regelmäßig und pünktlich auszahlen:
Die Eltern sollen bezüglich Verlässlichkeit Vorbilder sein.
3. Kein Vorschuss und keine Nachzahlung von Taschengeld:
Das primäre Lernziel ist, mit knappen Geldmitteln die eigenen Bedürfnisse abdecken zu können, was den Kern des Wirtschaftens trifft.
4. Taschengeld ist kein Erziehungsmittel.
5. Kinder nicht zum Sparen zwingen:
Sie sollen selbst lernen, welche Vorteile das Sparen hat.
6. Zusatzleistungen gesondert abgelten:
Für Hausarbeit oder Leistungen über das übliche Maß können Belohnungen ausbezahlt werden.
7. Taschengeld ist nicht für Grundbedürfnisse gedacht.
8. Taschengeld soll dem Standard ihrer Familie entsprechen.

Diese Tipps sollen Erziehungsberechtigte dabei unterstützen, die Gelderziehung so gut wie möglich umzusetzen.

Den Abschluss der Broschüre bilden Tipps zum eigenen Verdienst, eigenen Konto und eigenen Sparen des Kindes.

Da diese Informationen die Eltern bzw. Erziehungsberechtigten als Zielpublikum haben, eignen sie sich nicht primär dafür, im GW-Unterricht mit den Schülerinnen und Schülern eingesetzt zu werden. Allerdings kann man die Gelderziehung zuhause durchaus unterstützen, indem man den Eltern so eine Broschüre zukommen lässt, was wiederum die Konsumentenerziehung im Schulunterricht erleichtert und bestärkt.

5.2.1.2 Film

Neben Broschüren kann auch das Medium der DVD verwendet werden, um Gelderziehung zu erreichen. Als Beispiel wird *Sparefroh TV. Rund um das Thema Geld* angeführt, das als DVD von der ERSTEN BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG (vgl. 2011) veröffentlicht wurde.

Der Datenträger enthält zwei Folgen, die nun näher erläutert werden.

Die erste Folge trägt den Titel *Was ist Geld?* und dauert 6:47 Minuten. Sie startet mit zwei animierten Personen, die Kathi und Klaus heißen. Die beiden berichten, gemeinsam mit der Figur des Sparefroh, über die Geschichte des Geldes, die mit einfachen Tauschgeschäften beginnt. Dabei wird in weiterer Folge neben Bargeld auch auf Naturalgeld, wie z.B. Edelsteine, eingegangen. Auch Bankomat- und Kreditkarten werden thematisiert. Den Abschluss bildet die Verwendung eines Bankomaten.

Die zweite Folge heißt *Was kauf' ich mir?* und dauert 5:30 Minuten. Es moderieren wieder die bekannten Figuren aus der ersten Folge. Nun wird das Taschengeld thematisiert, was mit der Auseinandersetzung mit eigenen Bedürfnissen startet. Dabei werden Einkaufsfallen im Supermarkt gezeigt, sodass die Kinder lernen, ihr Kaufverhalten bewusst zu steuern und sich nicht beeinflussen zu lassen. Die Figur Klaus geht darauf ein, dass viele Menschen Schulden machen. In weiterer Folge wird erklärt, was Schulden sind und welchen Nachteil sie haben. Sparen wird als gute Alternative zu einem Kredit präsentiert. Die Botschaft der Folge ist, dass die Kinder reflektieren sollen, was sie tatsächlich brauchen und welche Möglichkeiten es gibt, sich Dinge zu finanzieren.

Auf der DVD finden sich, zusätzlich zu den beiden Animationsfilmen, auch Materialien für den Einsatz im Schulunterricht. Darunter fallen Taschengeld- und Haushaltsplaner, der Euro als Währung, Wünsche und bewusste Kaufentscheidungen, Nachhaltigkeit beim Konsum („*Wie viele Kilometer legt ein Obstsalat zurück?*“) und Tricks der Werbung.

5.2.2 Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz

Konsumentenschutz ist gesetzgeberisch im Sozialministerium (BMASK) verankert. Das Sozialministerium als staatliche Institution bietet daher ebenfalls vielfältige Materialien an, die der Umsetzung von Aspekten von Konsumentenerziehung in der Schule dienen können bzw. diese unterstützen sollen. Umfangreich ist ein Service für Lehrerinnen und Lehrer, bei dem Broschüren für den Schulgebrauch bestellt

werden können, wie er unter <https://broschuerenservice.sozialministerium.at/> zu finden ist.

5.2.2.1 Konsumentenschutz – Elternarbeit kompakt

Eine dieser Broschürenreihen, die sich mit Konsumentenschutz und –erziehung befassen und an Eltern sowie Lehrkräfte der Sekundarstufe 1 gerichtet sind, soll in der Folge näher beleuchtet werden. Ziel dieser BMASK-Publikation ist es, wesentliches Wissen auf diesem Gebiet in kurzer Zeit und auf breiter Basis für jedermann zu vermitteln. Deshalb werden pro Thema in diesen Broschüren etwa 20 Minuten veranschlagt. Konkret sind fünf unterschiedliche Themenbereiche vorhanden, die nun erläutert werden.

Elternarbeit kompakt. 20 Minuten zu – Handy & Smartphone (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ 2016a) ist an die fünfte Schulstufe adressiert und befasst sich mit dem Telekommunikationszweig, der in der heutigen Zeit eine große Rolle im Leben der Schülerinnen und Schüler spielt. Die Kinder sollen das eigene Nutzungsverhalten reflektieren, während die Eltern für einen sorgsameren Umgang sensibilisiert werden sollen. So soll ein gezielter Austausch zwischen den drei Parteien entstehen, um in weiterer Folge auch gemeinsam Regeln für den Umgang mit dem Handy im schulischen Kontext zu bestimmen.

In *Elternarbeit kompakt. 20 Minuten zu – Haushalten lernen durch Taschengeld* (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ 2016b) ist die Zielgruppe die sechste Schulstufe. Den Erziehungsberechtigten soll hierbei verdeutlicht werden, welchen Einfluss Taschengeld auf den reflektieren Geldumgang haben kann und dass es positive Auswirkungen auf beide Seiten hat. Die Lehrkräfte erhalten im Gegenzug einen Informationsgewinn und können dadurch den Kenntnisstand der Schülerinnen und Schüler besser beurteilen.

Der dritte Teil, *Elternarbeit kompakt. 20 Minuten zu – Werbung & Konsum* (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ 2016c), ist an die sechste und siebente Schulstufe gerichtet. Bereits in Kapitel 1.1 dieser Arbeit wird erläutert, dass Kinder und Jugendliche zu einer wichtigen Zielgruppe der Werbebranche gehören. Daher hat diese Broschüre das Ziel, die Eltern über diese bewussten Marketingstrategien aufzuklären und ihnen Hilfestellungen zu bieten, um die Werbekompetenz der Kinder zu entwickeln.

Der vorletzte Teil der Reihe trägt den Titel *Elternarbeit kompakt. 20 Minuten zu – Soziale Netzwerke im Internet* (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ 2016d). Die Zielgruppe sind die 12- bis 13-Jährigen, was der

siebenten Schulstufe entspricht. Ähnlich wie die erste Broschüre, die sich mit Handy und Smartphone befasst, ist hier nun das Ziel, über korrektes Verhalten in sozialen Netzwerken zu informieren. Da die Jugendlichen außerhalb der Schule am ehesten Zeit und Raum für die Internetnutzung haben, müssen die Eltern über mögliche Gefahrenquellen aufgeklärt werden. Des Weiteren werden auch Hilfsangebote vorgestellt, die bei Problemen in Anspruch genommen werden können.

In der achten Schulstufe bietet das BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (vgl. 2016e) eine Broschüre zum Thema *Das erste Konto*, da in dieser Altersstufe bereits Berufsorientierung stattfindet und der Einstieg in das Berufsleben auch eine Kontoeröffnung zur Folge hat. Es wird darauf hingewiesen, dass die Schülerinnen und Schüler im Unterricht mit Banken in Kontakt kommen, beispielsweise durch einen Lehrausgang. Dementsprechend sollen nun die Eltern lernen, wo und wie sie einen Kontovergleich anstellen können, um gemeinsam mit den Kindern bewusst ein geeignetes Angebot zu wählen.

Alle fünf Broschüren richten sich an die Elternarbeit und verfolgen den Zweck, diese für die entsprechenden Themen zu sensibilisieren. Das soll dazu führen, dass auf eine Konsumentenerziehung zuhause geachtet wird. Dieser Umstand ist insofern sinnvoll, da die Schülerinnen und Schüler die meiste Zeit außerhalb der Schule verbringen und auch in dieser Freizeit konsumieren. Neben den Broschüren werden auch kleine Kärtchen angeboten, die den Kindern und Jugendlichen einen kurzen Überblick geben sollen.

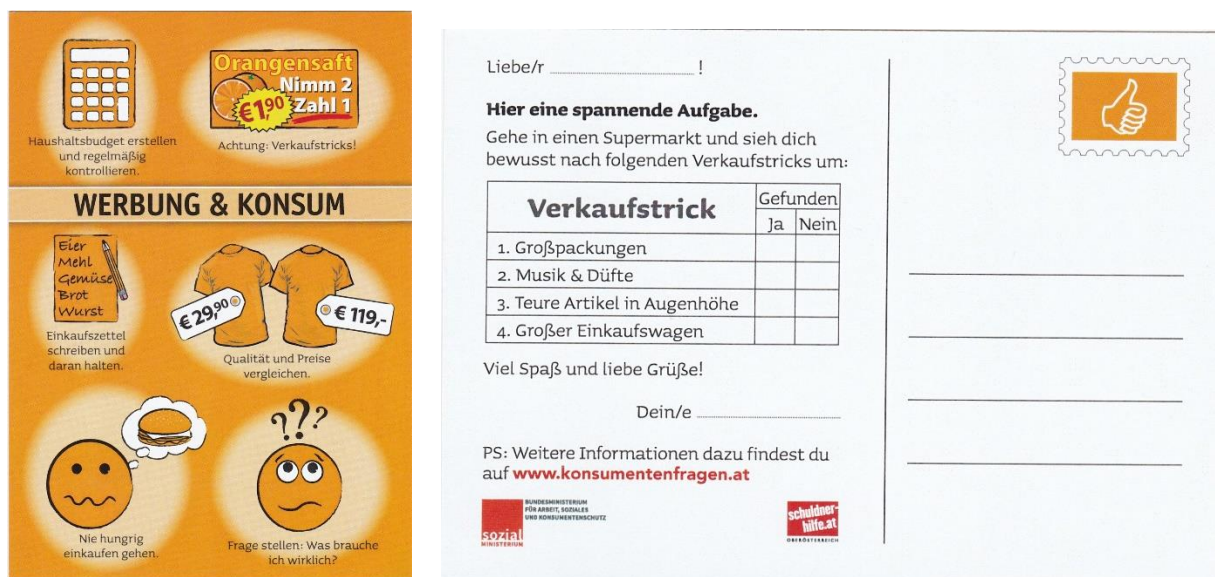


Abbildung 28: Vorder- und Rückseite eines Infokärtchens (aus BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ 2016c)

Wie in Abbildung 28 ersichtlich, finden sich auf der Vorderseite des Kärtchens sechs praktische Tipps zum Thema *Werbung & Konsum*. So wird den Kindern ermöglicht, auf einen Blick abzuklären, worauf sie zu achten haben. Auf der Rückseite befindet sich ein kleiner Arbeitsauftrag, der dazu führt, dass sie sich bewusst mit den Verkaufstricks auseinandersetzen, diese praktisch sehen und Strategien nutzen, um nicht darauf hineinzufallen.

5.2.2.2 *Ausweg gesucht – Schulden und Privatkonkurs*

Das BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (vgl. 2014) bietet mit *Ausweg gesucht. Schulden und Privatkonkurs* ein 128-seitiges Werk, das sich mit Schulden, Schuldenproblemen und Konkurs beschäftigt. Aufgrund des Umfangs und der Komplexität ist das Werk nicht unmittelbar für Schülerinnen und Schüler geeignet. Die Zielgruppe ist, geht man von der Gestaltung aus, auch jene der Erwachsenen. Allerdings stellt dieses Werk eine Stütze für die Lehrkraft in GW dar, um einerseits selbst nachzuschlagen, und andererseits im Unterricht zu differenzieren. Es kann durchaus Kinder und Jugendliche geben, die kognitiv in der Lage sind, die Aussagen zu verstehen und zu verarbeiten. Da der umfangreiche Inhalt übersichtlich nach kleinen Themenbereichen gegliedert ist, bietet es sich auch an, lediglich einzelne Seiten für den Unterricht zu verwenden.

5.2.2.3 *Themenheftchen*

Die Publikationen des Sozialministeriums sind sehr vielfältig, sodass es schwierig ist, dabei die Übersicht zu bewahren. Es gibt zahlreiche Heftchen, die sich mit einem bestimmten Thema auseinandersetzen. Beispiele dafür sind Flugreisen, Autoleasing, Internetportale für Verbraucherinnen und Verbraucher, Hilfestellungen zu Pauschalreisen oder die Geschäftsfähigkeit Jugendlicher. Auf letzteres wird nun eingegangen.

Das Heftchen *Die Geschäftsfähigkeit Jugendlicher* (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ 2016f) bietet auf 14 Seiten die wichtigsten Informationen zur rechtlichen Lage der verschiedenen Altersgruppen im Konsumbereich. Daneben werden auch Themen wie E-Banking, Bankomatkarten, medizinische Behandlungen oder Tätowieren erläutert. Ein für Schülerinnen und Schüler relevantes Beispiel zeigt die nachstehende Abbildung.

MÜNDIGE MINDERJÄHRIGE (14 BIS 18) ...mit dem 14. Geburtstag bis zu dem Tag vor dem 18. Geburtstag

Mit dem, was die nun schon mündigen Minderjährigen **zur freien Verfügung** haben, können sie tun und lassen, was sie wollen. Aber Achtung: Davon betroffen ist z.B. das Taschengeld, nicht aber Bücher, Spielzeug, Sportgeräte, Kleidung usw., denn dies ist nur zur Verwendung gegeben worden. Auch nicht zur freien Verfügung ist ein Geldbetrag, den Minderjährige zu einem bestimmten Zweck erhalten, wie z.B. € 100,- für den Kauf eines Pullovers. Wer statt des Pullovers mit 2 neuen Computerspielen zurückkehrt, hat keinen gültigen Vertrag abgeschlossen.

Mit dem Erreichen des 14. Geburtstags ist auch Folgendes zu beachten: Ab diesem Zeitpunkt (in seltenen Ausnahmefällen auch davor) können Jugendliche grundsätzlich für von ihnen verursachte Schäden herangezogen werden und sind auch strafmündig.

Abbildung 29: Geschäftsfähigkeit mündiger Minderjähriger (aus BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ 2016f, S. 6)

Der Text auf Abbildung 29 zeigt deutlich, wie auf einer A5-Seite relevante Informationen leicht fassbar gebündelt werden können. Die Sprache ist, aufgrund der juristischen Ausdrücke, für Schülerinnen und Schüler sicherlich etwas komplexer als ein Schulbuchtext, dennoch lassen sich derartige Ausschnitte in einem differenzierten Schulunterricht gezielt einsetzen. Es ist auch ein durchaus lebensweltlicher Zugang, da sie nach Abgang aus der Pflichtschule auch solche Texte lesen und verstehen können sollen.

5.2.2.4 *Konsumentenfragen.at*

Auch im Internet ist das Sozialministerium stark präsent und betreut u.a. die Webseite *Konsumentenfragen.at*. Dort werden gleich mehrere Zielgruppen angesprochen, deren Angebote nun erläutert werden. (Vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ 2017)

Diese Webseite ist sehr umfangreich und ihre didaktische Nutzung könnte in einer eigenen Forschungsarbeit behandelt werden. Sie sei hier nur in der Auflistung der Gesamtheit angeführt. Neben Alltags- und Geldthemen werden auch Unterrichtsmaterialien für Lehrkräfte angeboten. Ein spezielles Angebot für Kinder, das ein Online-Training und einen Wissens-Check umfasst, zeigt, dass auch diese Zielgruppe angesprochen wird.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt der Konsumentenerziehung stellt die Schuldnerberatung und Schuldenprävention dar. Dementsprechend ist dieses Kapitel unter

http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Mein_Geld/Verschuldung/Allgemeines/ auch umfangreich gestaltet.

Gerade im Zusammenhang mit der Verschuldung Jugendlicher, die laut BUNDESMINISTERIUM FÜR GESUNDHEIT UND FRAUEN (vgl. 2015) zunimmt, erscheint es wichtig, dass Schülerinnen und Schüler irgendwann im Rahmen ihres Unterrichts zumindest damit in Berührung kommen.

Auf der Webseite wird auf viele andere Portale verwiesen, die sich mit der Schulden thematik befassen. Unter anderem werden Haushaltsbücher und –planer, Geldratgeber, Informationen zum Privatkonkurs und weitere Schuldenratgeber angeführt. Besonders Verweise wie jene auf einen Haushaltsbudget-Rechner lassen erahnen, dass sich Konsumentenerziehung, insbesondere hier die Schuldenprävention, mit Mathematik überschneiden. Dies entspricht wiederum dem Unterrichtsprinzip *Wirtschafts- und Verbraucherbildung*, das in Kapitel 2.4 näher erläutert wird.

5.2.3 Kammer für Arbeiter und Angestellte (AK)

Die Arbeiterkammer als Körperschaft öffentlichen Rechts vertritt die österreichischen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die dort ja auch ihre Pflichtbeiträge leisten. Neben der Interessensvertretung ist auch der Verbraucherschutz eine ganz wichtige Aufgabe der AK. Dafür bedient sie sich unterschiedlicher Medien, um möglichst vielfältig informieren zu können und die auch Lehrkräften zu einer guten Konsumentenbildung Anreize liefern können.

5.2.3.1 Broschüren

Die Arbeiterkammer bietet viele verschiedene gedruckte Broschüren zu den unterschiedlichsten Themen an, von denen ein Teil auch als PDF-Datei im Internet abrufbar ist. Damit besteht für jede Lehrkraft die Möglichkeit, kostenfrei für den Unterricht in GW einen gedruckten Klassensatz anfordern zu können, als auch (vgl. PRESZELLER 2017) hier über die Informationsschiene Smartphone diese Inhalte in den Unterricht einzubinden. Von Autokauf über Lebensmittelinformationen bis zu Fremdwährungskrediten sind viele wichtige Aspekte des täglichen Lebens, die für Konsumentinnen und Konsumenten wichtig sind, abgedeckt (vgl. KAMMER FÜR ARBEITER UND ANGESTELLTE FÜR NIEDERÖSTERREICH 2017).

Ein Beispiel ist die Broschüre *Jugend und Geld*. Auf 24 Seiten wird gerade die Zielgruppe der Jugendlichen angesprochen und über Geschäftsfähigkeit, Bankgeschäfte, Handy, Apps und Internet aufgeklärt. Zu jedem Thema gibt es Tipps, die in

roter Farbe hervorgehoben und jugendgerecht formuliert sind. Den Abschluss bilden Adressen der Schuldnerberatung. (Vgl. KAMMER FÜR ARBEITER UND ANGESTELLTE FÜR NIEDERÖSTERREICH 2016)

Es ist für die Lehrkraft durchaus kein Problem, daraus bzw. dazu Arbeitsblätter individuell abgestimmt auf die Klassensituation zu erstellen.

Bezogen auf die Verschuldungsproblematik von Jugendlichen (vgl. BUNDESMINISTERIUM FÜR GESUNDHEIT UND FRAUEN 2015) sind hier leicht lebensweltliche Anknüpfungspunkte damit möglich. Die Broschüre ist in einfacher Sprache verfasst, sodass die Schülerinnen und Schüler sich auch selbst damit auseinandersetzen können. Wegen der Vielfalt an Themen bietet sich ein differenziertes Vorgehen an, das beispielsweise nach Interesse gestaltet werden kann.

5.2.3.2 *Homepage*

Neben den Broschüren werden auch auf der Homepage der Arbeiterkammer (vgl. BUNDESARBEITERKAMMER 2017) viele nützliche Informationen angeboten, die sich mit Verbraucherbildung befassen: *Achtung Falle, Auto, Bauen & Wohnen, Datenschutz, Einkauf & Recht, Energie, Essen & Trinken, Geld, Handy & Internet, Reise, Urheberrecht* und *Versicherungen*. Alle Kategorien informieren zunächst überblicksmäßig und kurz zusammengefasst über die jeweilige Thematik. Die Nutzerinnen und Nutzer können jedoch durch Weiterklicken detaillierte Informationen erhalten, die auch praktische Tipps enthalten.

Besonders in Hinblick auf den Einsatz von digitalen Medien im Unterricht bietet sich die Nutzung dieses Webauftritts an, Konsumentenerziehung damit auch im IKT-Bereich durchzuführen. Die Schülerinnen und Schüler können beispielsweise den Auftrag bekommen, themenspezifisch und selbstständig Informationen zu recherchieren, zu bewerten und in der Klasse zu präsentieren. Neben Aspekten der Verbraucherkompetenzen werden somit auch digitale Kompetenzen gefordert und gefördert.

5.2.4 **Verein für Konsumenteninformation (VKI)**

Der Verein für Konsumenteninformation ist ein unabhängiger und dem Objektivitätsgebot verpflichteter Verein, der das Ziel verfolgt, Verbraucherinnen und Verbraucher zu informieren und zu beraten. Der Verein besteht seit 1961 und als Träger firmieren die Sozialpartner: die Bundesarbeitskammer der gewerblichen Wirtschaft, der Österreichischen Gewerkschaftsbund und als außerordentlicher Träger auch

die Republik Österreich. Der VKI finanziert sich größtenteils selbst (z.B. durch Publikationen – etwa der Zeitschrift *Konsument*). (Vgl. VEREIN FÜR KONSUMENTENINFORMATION 2017a)

Daneben betreibt der VKI eine Reihe von Beratungszentren. Es ist eine wichtige Aufgabe im Rahmen der Konsumentenerziehung, Schülerinnen und Schüler auf diese aufmerksam zu machen, da dort laufend auch themenspezifische Untersuchungen veröffentlicht werden, Beratung stattfindet und sich Konsumentinnen und Konsumenten auch in Streitfällen an den VKI wenden können.

5.2.4.1 Homepage

Der VKI besitzt einen umfangreichen und aktuellen Webauftritt, der unter <https://vki.at/> erreichbar ist. Auf der Seite wird über Produkttests, Beratungsangebote, Aktionen, verschiedene Themen und den Verein selbst informiert. Die Themen sind in *Lebensmittel, Geld & Versicherung, Nachhaltig leben, Recht, Technik, Familie* und *Produktrückrufe* gegliedert.

Des Weiteren gibt es einen Blog, der regelmäßig über verschiedenste Problemfelder und Fallen in der Konsumwelt berichtet. (Vgl. VEREIN FÜR KONSUMENTENINFORMATION 2017b)

5.2.4.2 Magazin „Konsument“

Das Testmagazin *Konsument* wird vom Verein für Konsumenteninformation herausgegeben und erscheint monatlich. Mit ca. 50 Seiten pro Heft ist es durchaus umfangreich. Im Magazin werden viele verschiedene Verbraucherthemen erörtert. Im Heft 2/2017 geht es beispielsweise von Dampfbügeleisen über Medikamente bis zu Bausparen, Palmöl, Wohnungssuche und gefährlichen Produkten (vgl. VEREIN FÜR KONSUMENTENINFORMATION 2017c).

Auf der Homepage sind sämtliche Magazine seit 1999 auch online verfügbar (vgl. VEREIN FÜR KONSUMENTENINFORMATION 2017d). So besteht ein großer Fundus von Themen, die sich mit Verbraucherschutz und –information befassen.

5.2.5 Das ORF-Konsumentenmagazin „Help“

Regelmäßig wird auf dem Radiosender Ö1 am Samstag um 11:30 Uhr das Konsumentenmagazin *Help* ausgestrahlt. Die Redaktion betreibt auch eine eigene Webseite, die unter <http://oe1.orf.at/help/> erreichbar ist.

Beiträge aus diesem Magazin geben den Lehrkräften die Möglichkeit, sie über ein Audiofile (das notfalls auch über das Handy vom Radio aufgenommen werden kann) in den Unterricht einzubringen. Ebenso kann man diese Sendung projektorientiert als Arbeitsauftrag im Sinne der Medienerziehung durch die Schülerinnen und Schüler eigenständig auswerten lassen.

Da die Themen sehr vielfältig und unterschiedlich, jedenfalls aber im Kontext mit Konsumenteninformation, sind, bieten sie sich ebenfalls, analog zu den Ausführungen in Kapitel 5.3, für einen differenzierten GW-Unterricht an.

5.2.6 Apps – Konsumentenschutz über das Lieblingsmedium der Schülerinnen und Schüler

Durch die zunehmende Integration von Smartphones in den Alltag der Kinder, Jugendlichen und Erwachsenen (vgl. PRESZELLER 2017) gibt es auch hier Entwicklungen, die man als Lehrkraft nutzen kann und sollte, sodass Konsumentenerziehung über diese Mediennutzung in den Unterricht eingebunden werden kann. Aktuell ist der Markt für „Konsum-Apps“ noch nicht sehr groß, es ist allerdings zu erwarten, dass sich in diesem Bereich noch viele Entwicklungen ergeben werden. Im Schulunterricht sollten Lehrkräfte aber darauf Wert legen, ausschließlich kostenfreie Apps für solche Medieneinsätze zu verwenden. Zwei, mit denen eingestiegen werden kann, sollen hier exemplarisch vorgestellt werden.

5.2.6.1 Codecheck: Inhaltsstoffe-Check

Ein Beispiel für eine App, die für Verbraucherinnen und Verbraucher konzipiert wurde, ist *Codecheck: Inhaltsstoffe-Check*. Die Anwendung hat die EAN-Codes (Strichcodes) von rund 37 Millionen Produkten gespeichert, auf die der Konsument bzw. die Konsumentin zurückgreifen kann. Beim Einkaufen kann mittels Kamera des Smartphones (es werden die gängigen Betriebssysteme Android und iOS unterstützt) der Barcode eines Produkts gescannt werden. Darauf folgt eine Bewertung in Form eines grünen Kreises. Je mehr rote Anteile dieser Kreis enthält, desto problematischer ist das Konsumgut. Der Kreis setzt sich zu 50 % aus den Inhaltsstoffen und zu 50 % aus den Nährwerten zusammen. Neben den gesundheitlichen Aspekten werden auch jene der Nachhaltigkeit miteinbezogen. So werden gefährdete Fischarten beispielsweise auch als negativ beurteilt. (Vgl. CODECHECK AG 2017)

Gerade für Konsumentinnen und Konsumenten, die sich auf diesem Gebiet noch nicht sehr gut auskennen oder keine Zeit bzw. kein Interesse haben, sich damit

auseinanderzusetzen, scheint diese App ein Gewinn zu sein. Da die Schülerinnen und Schüler zu der Gruppe der Unerfahrenen zu rechnen sind, kann diese Smartphone-App ein guter Anreiz sein, ein reflektiertes und bewusstes Konsumverhalten an den Tag zu legen.

5.2.6.2 *Barcoo*

Barcoo ist eine App, die sich als Barcodescanner bezeichnet und ähnlich wie *Code-check* (siehe oben) funktioniert. Allerdings liegt hier der Fokus nicht auf Nachhaltigkeit und Gesundheit, sondern auf Wirtschaftlichkeit. Wird ein Produkt eingescannt, zeigt die App Bewertungen, Testberichte und Angebote an. Des Weiteren können Preise verschiedener Händler untereinander verglichen werden. Neben praktischen Informationen, wie beispielsweise Öffnungszeiten oder einen Einkaufszettel, ist in der Anwendung auch eine Lebensmittel-Ampel integriert, die sich mit den Nährwerten befasst. (Vgl. OFFERISTA GROUP GMBH 2017)

Diese Smartphone-App scheint im wirtschaftlichen Interesse durchaus sinnvoll und praktikabel zu sein, allerdings umfasst sie nicht alle Aspekte einer optimalen Verbrauchererziehung. Der Aspekt der Nachhaltigkeit wird außer Acht gelassen, was dazu führen kann, dass sich die Schülerinnen und Schüler darüber keine Gedanken machen.

5.3 Einige fachdidaktische Überlegungen

Wie gezeigt wurde, gibt es sehr viele unterschiedliche externe Materialien, die sich mit Konsumentenerziehungsaspekten auseinandersetzen. In dieser Arbeit kann aufgrund des Umfangs nur ein kleiner Teil exemplarisch herangezogen und abgebildet werden.

Viele (auch andere) Institutionen veröffentlichen Informationsbroschüren, die sich in Umfang und Komplexität voneinander unterscheiden. Material muss nicht unbedingt direkt für den Konsumentenschutz ausgerichtet sein. Alleine die Auswertung von Prospektmaterial von Elektronikmärkten, Versandhauskatalogen oder Möbelhäusern bzw. das Bewusstmachen und Analysieren der dort für eine Verkaufsförderung angebotenen Konsumfallen, wie z.B. Ratenzahlungsangebote (die sich kumulieren können = Schuldenfalle), ist ein breites Feld (für das die Lehrkraft als ebenfalls mündiger Konsument bzw. Konsumentin auch kompetent sein sollte).

Diese Vielfalt kann von der Lehrperson in methodisch-didaktischer Hinsicht immer wieder genutzt werden. Mehrere verschiedene Broschüren zu einem Thema eröffnen die Möglichkeit eines differenzierten Einsatzes im GW-Unterricht. Das bezieht sich sowohl auf die Herkunft als auch auf die Darstellungsart.

Schülerinnen und Schüler können so einerseits selbst auswählen, welches Material sie ansprechend finden, was dem Prinzip *Differenzierung nach Interesse* entspricht. Andererseits kann die Lehrperson gezielt Broschüren aushändigen, die in Bezug auf die Komplexität zum Lernstand der Lernenden passen. Wird mit mehreren Broschüren gearbeitet, können diese auch untereinander nach ihrem Informationswert bzw. ihrer Präsentation (möglicher Verschleierungen und Fallen?) verglichen werden, was eine intensive Auseinandersetzung damit und mögliche „Aha-Erlebnisse“ für die Schülerinnen und Schüler bedeuten kann.

Andere als gedruckte Medien, wie beispielsweise DVDs bzw. Filme, auch YouTube, fördern einen abwechslungsreichen und methodenvielfältigen Unterricht. In Hinblick auf unterschiedliche Lerntypen werden damit auch unterschiedliche Wahrnehmungsbereiche angesprochen. Des Weiteren ist es oft mit bewegten Bildern möglich, komplexe Sachverhalte nicht nur mit einer stärkeren Motivation, sondern auch übersichtlicher darzustellen, als es in bzw. mit Texten häufig nicht oder nur schwieriger der Fall ist.

Schülerinnen und Schüler sollen auch für ihren späteren und außerschulischen Bereich wissen, welche Internetportale seriös sind, um damit Informationen zum jeweils anstehenden Thema ihrer Konsumpräferenzen zu erhalten. Dadurch wird neben der Eigenständigkeit auch die Reflexions- und Urteilsfähigkeit der Kinder und Jugendlichen gefördert und dem Auftrag der Schule, Mündigkeit bei jungen Menschen zu entwickeln, entsprochen.

Eng verbunden mit Webseiten ist auch die Verwendung von Apps, also Anwendungen, die am Smartphone genutzt werden können. Am Beispiel der App *Codecheck* (siehe Kapitel 5.2.6.1) zeigt sich, dass es ein kritisches Verbraucherverhalten im privaten Bereich fördern kann. Das Smartphone ist ein häufiger Begleiter von Kindern und Jugendlichen und deshalb schnell und einfach verfügbar. Derartige Apps können direkt beim Einkauf im Supermarkt angewandt werden und sorgen damit für eine bewusste Auseinandersetzung mit einem reflektierten Konsumverhalten. Im Unterricht können diese Anwendungen präsentiert und gemeinsam besprochen werden. Es bieten sich auch Arbeitsaufträge an, die die Verwendung einer App voraussetzen. Dafür ist es allerdings notwendig, dass tatsächlich alle Schülerinnen und Schüler teilnehmen können.

Bei der Recherche externer Materialien zeigt sich, dass oftmals Eltern die Zielpersonen von Informationen sind. Dieser Umstand zeigt, dass sie ausschlaggebend für eine erfolgreiche Konsumentenerziehung sind. Dementsprechend scheint es sinnvoll, dass die GW-Lehrkraft derartige Angebote nutzt und die Eltern in die Verbraucherbildung miteinbezieht, da sie Teil des Alltags und Vorbilder für die Kinder sind.

Eine weitere Methode, um einen greifbaren Lebensweltbezug herzustellen, ist das Durchführen eines Lehrausgangs.

Melanie ZEMANN (vgl. 2016, S. 87f) hat sich in ihrer Bachelorarbeit mit ebendieser Methode ausführlich auseinandergesetzt. Als Fallbeispiel für einen Lehrausgang führt sie u.a. die Untersuchung eines Shoppingcenters an, die mehrere unterschiedliche Aspekte der Konsumentenerziehung umfasst. Dadurch wird den Schülerinnen und Schülern ermöglicht, das theoretische Wissen, das sie in der Schule erwerben, unter fachkundiger und pädagogischer Begleitung in der Praxis anzuwenden. Dadurch können nachhaltige Handlungskompetenzen erworben werden, die das Ziel der Verbrauchererziehung sind.

6 ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK

Der Inhalt dieser Arbeit zeigt deutlich, wie umfangreich das Thema *Verbrauchererziehung* ist und welche zahlreichen unterschiedlichen Aspekte es mit sich bringt. Der Gesetzgeber erkennt diesen Umstand und verankert die Thematik auf vergleichbar umfangreiche Art im Schul- und Unterrichtswesen. Die verschiedenen Lehrpläne zeigen, dass es eine zentrale Aufgabe von Geographie und Wirtschaftskunde ist, Schülerinnen und Schüler zu verantwortungsbewussten und reflektierten Verbraucherinnen und Verbrauchern zu erziehen. Von der Vorschulstufe an zieht sich ein roter Faden bis in die Sekundarstufe. In der achten Schulstufe wird erstmals konkret das Thema *Wirtschaften im privaten Haushalt* bearbeitet, das bereits zahlreiche Verbraucherkompetenzen voraussetzt, um ernsthaft und nachhaltig erörtert werden zu können. Doch auch außerhalb des GW-Unterrichts fordert der Gesetzgeber eine kontinuierliche Konsumentenerziehung, wie das Unterrichtsprinzip *Wirtschafts- und Verbraucherbildung* zeigt. Es verdeutlicht einerseits die Relevanz und Wichtigkeit, andererseits wird auch ersichtlich, dass der GW-Unterricht alleine dem Umfang der Konsumentenerziehung nicht gerecht werden kann. Es ist Aufgabe aller Pädagoginnen und Pädagogen, hier aktiv mitzuwirken.

Die GW-Schulbücher spiegeln die Erwartungen des Gesetzgebers auf unterschiedliche Art und Weise wider. In allen Werken sind Aspekte der Verbrauchererziehung nachweisbar und ersichtlich, sie differieren allerdings in Umfang und Komplexität. Daneben werden auch unterschiedliche methodisch-didaktische Herangehensweisen präsentiert, die von der Lehrperson kritisch betrachtet werden müssen. Es zeigt sich, dass ein Schulbuch alleine keinen zufriedenstellenden Unterricht bewirkt. Gerade im Bereich der Konsumentenerziehung wäre ein „blinder Verlass“ auf ein GW-Unterrichtswerk fatal, vergleicht man die teilweise großen Unterschiede zwischen den verschiedenen Büchern. Daraus kann abgeleitet werden, dass jedes GW-Schulbuch seinen Stärken entsprechend eingesetzt werden soll. Das setzt voraus, dass die Lehrperson sich auch mit anderen Werken als dem im eigenen Unterricht verwendeten befassen muss. Inwieweit das in der Praxis durchgeführt wird, kann nicht gesagt werden.

Neben Schulbüchern gibt es eine Vielzahl an externen Materialien, die sich für den Einsatz im GW-Unterricht eignen. Der Staat fordert eine umfangreiche Konsumentenerziehung und leistet auch hier einen Beitrag, indem staatliche Institutionen Material und Informationen zur Verfügung stellen. Daneben existieren auch private Anbieter, die sich mit der Thematik befassen. Dabei ist zu beachten, dass sie wirtschaftliche Interessen vertreten könnten und der Inhalt entsprechend kritisch beurteilt werden muss, um keine Werbung im Unterricht zu machen. Prinzipiell ist es

eine Herausforderung, aus der Fülle an Anbietern diejenigen zu finden, die das Thema für die eigenen Schülerinnen und Schüler am besten aufbereiten. Für einen lebensweltlich orientierten GW-Unterricht scheint es jedenfalls unerlässlich, auf externes Material zurückzugreifen. Dadurch eröffnen sich auch vielfältige Möglichkeiten und Methoden, die für einen abwechslungsreichen und interessanten Unterricht sorgen. Dieser Aspekt ist, neben den Sachinformationen, für einen Lernerfolg ebenfalls unerlässlich.

Abschließend kann gesagt werden, dass neben den erörterten Aspekten – Lehrplan, Schulbücher und externe Materialien – vor allem die Lehrperson selbst der wichtigste Faktor für eine befriedigende Konsumentenerziehung ist. Es ist durchaus ein hoher Anspruch, da Verbraucherbildung stark kompetenzorientiert und sehr vielfältig ist. Anhand der Ergebnisse dieser Arbeit scheint es allerdings realistisch, diesem Anspruch gerecht zu werden, indem sich die Lehrperson an der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler orientiert. Denn die Kinder und Jugendlichen sollen auf die richtige, reale Welt vorbereitet werden, in der Konsum nun mal eine wichtige Rolle spielt.

7 LITERATURVERZEICHNIS

7.1 Fachdidaktische Literatur

- ANTONI, W. & SITTE, W. (Hrsg.) (1985): *Lehrplanservice – Geographie und Wirtschaftskunde (HS & AHS). Kommentarheft 1.* Wien: ÖBV. Abgerufen am 02.03.2017, von http://www.eduhi.at/dl/Lehrplan85_Geographie_und_Wirtschaftskunde_Kommentar.pdf
- ANTONI, W. & SITTE, W. (Hrsg.) (1988): *Lehrplanservice – Geographie und Wirtschaftskunde (HS & AHS). Kommentarheft 2.* Wien: ÖBV. Abgerufen am 02.03.2017, von http://www.eduhi.at/dl/LP_Kommentar_3u4KI_1988.pdf
- ATSCHKO, G. (1995-2000): *Zur Lehrplanentwicklung auf der Unterstufe (HS/AHS) = S I in Österreich. Dokumentation der Beiträge in den Heften GW-Unterricht 58-77.* Abgerufen am 01.03.2017, von http://www.univie.ac.at/geographie/fachdidaktik/FD/LEHRPLAN_2000_SI/LP_2000_GW_Doku.htm
- BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH (2016a) (Hrsg.): *Konsumgesellschaft.* Abgerufen am 13.09.2016, von <http://www.duden.de/rechtschreibung/Konsumgesellschaft>
- BIBLIOGRAPHISCHES INSTITUT GMBH (2016b) (Hrsg.): *Lehrplan.* Abgerufen am 22.09.2016, von <http://www.duden.de/rechtschreibung/Lehrplan>
- BUNDESARBEITERKAMMER (2017): *Konsumentenschutz.* Abgerufen am 25.02.2017, von <https://arbeiterkammer.at/beratung/konsumentenschutz/index.html>
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (Hrsg.) (2014): *Ausweg gesucht. Schulden und Privatkonkurs.* Wien: Sozialministerium.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (Hrsg.) (2016a): *Elternarbeit kompakt. 20 Minuten zu – Handy & Smartphone.* Wien: Sozialministerium.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (Hrsg.) (2016b): *Elternarbeit kompakt. 20 Minuten zu – Haushalten lernen durch Taschengeld.* Wien: Sozialministerium.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (Hrsg.) (2016c): *Elternarbeit kompakt. 20 Minuten zu – Werbung & Konsum.* Wien: Sozialministerium.

- BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (Hrsg.) (2016d): *Elternarbeit kompakt. 20 Minuten zu – Soziale Netzwerke im Internet*. Wien: Sozialministerium.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (Hrsg.) (2016e): *Elternarbeit kompakt. 20 Minuten zu – Das erste Konto*. Wien: Sozialministerium.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (Hrsg.) (2016f): *Die Geschäftsfähigkeit Jugendlicher*. Wien: Sozialministerium.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT, SOZIALES UND KONSUMENTENSCHUTZ (2017): *Konsumentenfragen.at. Das Konsumentenportal*. Abgerufen am 20.02.2017, von <http://www.konsumentenfragen.at/konsumentenfragen/Startseite/>
- BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG (2015): *Grundsatz erlass zum Unterrichtsprinzip Wirtschafts- und Verbraucher/innenbildung*. Abgerufen am 26.02.2017, von https://www.bmb.gv.at/ministerium/rs/2015_15_de.pdf?5te8i2
- BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG (2017a): *Unterricht und Schule*. Abgerufen am 26.02.2017, von <https://www.bmb.gv.at/schulen/unterricht/index.html>
- BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG (2017b): *Bildungsministerium präsentiert Digitalisierungsstrategie „Schule 4.0“*. Abgerufen am 01.03.2017, von <https://www.bmb.gv.at/ministerium/vp/2017/20170123.html>
- BUNDESMINISTERIUM FÜR GESUNDHEIT UND FRAUEN (2015): *Jugendverschuldung in Österreich*. Abgerufen am 01.03.2017, von <https://www.gesundheit.gv.at/leben/psyche-seele/finanzielle-probleme/jugendverschuldung>
- BUNDESVERBAND DEUTSCHER BANKEN (Hrsg.) (2015): *Jugendstudie 2015. Wirtschaftsverständnis, Finanzkultur, Digitalisierung*. Abgerufen am 18.01.2017, von https://bankenverband.de/media/files/2015_11_20_BdB_Jugendstudie_2015_Ergebnisbericht_Langfassung-final.pdf
- CODECHECK AG (2017): *Codecheck.info. Produkte checken und gesund einkaufen*. Abgerufen am 24.02.2017, von <http://www.codecheck.info/>
- ERSTE BANK AG (Hrsg.) (2010): *Wirtschaftswissen in Österreich nur „befriedigend“*. Abgerufen am 18.01.2017, von https://www.erstegroup.com/content/dam/at/eh/www_erstegroup_com/de/Presse/Pressemeldungen/2010/pi20100929-1.pdf
- ERSTE BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG (Hrsg.) (2011): *Sparefroh TV. Rund um das Thema Geld [DVD-Video]*. Wien: Bonsai Cuts Animationsfilme.

- ERSTE BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG (Hrsg.) (2015): *Den Umgang mit Geld lernen – von Kindesbeinen an*. Wien: o. A.
- ERSTE BANK DER ÖSTERREICHISCHEN SPARKASSEN AG (Hrsg.) (2016): *Geschichte des Geldes*. Abgerufen am 03.11.2016, von <http://www.sparefroh.at/de/Eltern-und-Lehrer-Tipps/Geschichte-des-Geldes>
- FRIDRICH, Ch. (1989): *Untersuchung von Aussageweisen in GW-Lehrbüchern der 5. Schulstufe*. In: *GW-Unterricht*, H. 36. S. 44-50.
- FRIDRICH, Ch. (2012): *Wirtschaftswissen allein ist zu wenig! – oder: Plädoyer für eine lebensweltorientierte ökonomische Bildung im Unterrichtsgegenstand Geographie und Wirtschaftskunde in der Sekundarstufe I*. In: *GW-Unterricht*, H. 125, S. 21-40. Abgerufen am 02.03.2017, von http://www.gw-unterricht.at/images/pdf/gwu_125_021_040_fridrich.pdf
- FRIDRICH, Ch. (2014): *Von der Theorie zur Praxis: lebensweltorientierte ökonomische Bildung im Unterrichtsalltag*. In: *Geograz*, H. 54, S. 16-25. Abgerufen am 02.03.2017, von <http://unipub.uni-graz.at/download/pdf/196660?name=Christian%20Fridrich%20Von%20der%20Theorie%20zur%20Praxis%20-%20lebensweltorientierte%20%C3%B6konomisch>
- FRIDRICH, Ch. (2017): *Verbraucherbildung im Rahmen einer umfassenden sozio-ökonomischen Bildung. Plädoyer für einen kritischen Zugang und ein erweitertes Verständnis*. In: FRIDRICH, Ch., HÜBNER, R., KOLLMANN, K., PIORKOWSKY, M.-B. & TRÖGER, N. (Hrsg.), *Abschied vom eindimensionalen Verbraucher* (S. 113-160). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- GOETZ, K. (1996): *Wirtschaftskunde und Schulgeographie*. In: *GW-Unterricht*, H. 62, S. 23-32.
- HAUPT, H.-G. (2003): *Konsum und Handel: Europa im 19. und 20. Jahrhundert*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- HEDTKE, R. (2008): *Ökonomische Denkweisen. Eine Einführung. Multiperspektivität – Alternativen – Grundlagen*. Schwalbach/Ts.: Wochenschau Verlag.
- HEDTKE, R. (2015): *Sozioökonomische Bildung als Innovation durch Tradition*. In: *GW-Unterricht*, H. 140, S. 18-38. Abgerufen am 02.03.2017, von http://www.gw-unterricht.at/images/pdf/gwu_140_18_38_hedtke.pdf
- HOCHHAUSER, A. (2016): *Sparen, Konsum und Wohlstand*. In: WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH (Hrsg.), *Wirtschaftspolitische Blätter*, Bd. 4/2016, S. 667-668. Wien: Manz.

- JÜRGENSEN, N. (2014, November 3): „Das will ich aber!“ Aufwachsen in der Konsumwelt. Neue Zürcher Zeitung. Abgerufen am 13.09.2016, von <http://www.nzz.ch/schweiz/das-will-ich-aber-1.18417640>
- KAMMER FÜR ARBEITER UND ANGESTELLTE FÜR NIEDERÖSTERREICH (Hrsg.) (2016): *Jugend und Geld*. Abgerufen am 25.02.2017, von https://media.arbeiterkammer.at/noe/pdfs/broschueren/JugendundGeld_2016.pdf
- KAMMER FÜR ARBEITER UND ANGESTELLTE FÜR NIEDERÖSTERREICH (2017): *Konsument*. Abgerufen am 25.02.2017, von <https://noe.arbeiterkammer.at/service/broschueren/konsument/index0.html>
- LEHRPLAN DER HAUPTSCHULEN (1963): Verordnung des BMUKK vom 28. Juni 1963, *Lehrpläne der Volks-, Haupt- und Sonderschulen*, BGBl. Nr. 134/1963, i.d.F. BGBl. Nr. 134/1963. Abgerufen am 02.03.2017, von https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1963_134_0/1963_134_0.pdf
- LEHRPLAN DER HAUPTSCHULEN (1985): Verordnung des BMUKK vom 28. Juni 1963, *Lehrpläne der Volks-, Haupt- und Sonderschulen*, BGBl. Nr. 134/1963, i.d.F. BGBl. Nr. 78/1985. Abgerufen am 02.03.2017, von https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1985_78_0/1985_78_0.pdf
- LEHRPLAN DER NMS (2016): Verordnung des BMUKK vom 30. Mai 2012, *NMS-Umsetzungspaket*, BGBl. II Nr. 185/2012, i.d.F. BGBl. II Nr. 113/2016. Abgerufen am 02.03.2017, von <https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Bundesnormen/NOR40181121/NOR40181121.pdf>
- LEHRPLAN DER VOLKSSCHULEN (2012): Verordnung des BMUKK vom 28. Juni 1963, *Lehrpläne der Volks-, Haupt- und Sonderschulen*, BGBl. Nr. 134/1963, i.d.F. BGBl. II Nr. 303/2012.
- OFFERISTA GROUP GMBH (2017): *barcoo Barcode & QR Scanner*. Abgerufen am 24.02.2017, von <https://www.offerista.com/barcoo-app/>
- PIORKOWSKY, M.-B. (2017): *Konsum im Fokus der Alltags- und Lebensökonomie*. In: FRIDRICH, Ch., HÜBNER, R., KOLLMANN, K., PIORKOWSKY, M.-B. & TRÖGER, N. (Hrsg.), *Abschied vom eindimensionalen Verbraucher* (S. 73-112). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- PRESZELLER, B. (2017): *Smart dank Phone? Erfahrungen mit Smartphones im Unterricht* (Unveröffentlichte Bachelorarbeit). Baden: Pädagogische Hochschule für Niederösterreich.

- SCHNEIDER, Th. (1989): *Wie handlungsorientiert und spielgebunden sind die GW-Lehrbücher der Unterstufe (Statistische Analyse der seit 1985 neu angebotenen GW-Bücher für die HS und AHS)*. In: *GW-Unterricht*, H. 36, S. 51-56.
- SCHOG (1962): *Schulorganisationsgesetz 1962*, BGBl. Nr. 83/1963 i.d.F. BGBl. I Nr. 56/2016.
- SCHULBUCHAKTION (Hrsg.) (2016): *Schulbuchliste 0300 Neue Mittelschulen*. Abgerufen am 22.12.2016, von <https://www.schulbuchaktion.at/schulbuchlisten.html>
- SCHWAN, P. (2009): *Der informierte Verbraucher? Das verbraucherpolitische Leitbild auf dem Prüfstand. Eine Untersuchung am Beispiel des Lebensmittelsektors*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- SITTE, Ch. (1989): *Entwicklung des Unterrichtsgegenstandes Geographie, Erdkunde, Geographie und Wirtschaftskunde an den allgemeinbildenden Schulen (APS u. AHS) in Österreich nach 1945*. Wien: Unveröffentlichte Dissertation der Universität Wien. Abgerufen am 03.11.2016, von <http://homepage.univie.ac.at/Christian.Sitte/Dissinhalt.htm>
- SITTE, Ch. (2001a): *Lehrpläne I*. In: SITTE, W. & WOHLSCHLÄGL, H. (Hrsg.), *Beiträge zur Didaktik des „Geographie- und Wirtschaftskunde“-Unterrichts*, Bd. 16, S. 212-222. Wien: Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien. Abgerufen am 02.03.2017, von http://www.univie.ac.at/geographie/fachdidaktik/Handbuch_MGW_16_2001/Seite212-222.pdf
- SITTE, Ch. (2001b): *Das GW-Schulbuch*. In: SITTE, W. & WOHLSCHLÄGL, H. (Hrsg.), *Beiträge zur Didaktik des „Geographie- und Wirtschaftskunde“-Unterrichts*, Bd. 16, S. 447-472. Wien: Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien. Abgerufen am 02.03.2017, von http://www.univie.ac.at/geographie/fachdidaktik/Handbuch_MGW_16_2001/Seite447-472.pdf
- SITTE, Ch. (2001c): *Kern- und Erweiterungsbereich in GW – Helfen die bisher veröffentlichten Beiträge den Unterrichtenden bei der Konkretisierung?*. In: *GW-Unterricht*, H. 82, S. 9-15.
- SITTE, Ch. (2011): *Lernrampe „sich orientieren“ in den GW-Lehrplänen und im Geographie (und Wirtschaftskunde)-Unterricht im Hinblick auf die Kompetenzorientierung*. In: KAINZ, W., KRIZ, K. & RIEDL, A. (Hrsg.), *Wiener Schriften zur Geographie und Kartographie*, Bd. 20, S. 251-266. Wien: Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien. Abgerufen am 02.03.2017, von http://daten.schule.at/dl/9971/img/Lernrampe_orientieren_Sitte_Ch_in_WrSchrGeoundKarto_Bd20_2011.pdf

- SITTE, Ch. (2014): *12 Thesen zu Christian Fridrichs Untersuchung „Von der befremdlichen Persistenz der Länderkunde“ (GW-Unterricht 130, 17-27)*. In: *GW-Unterricht*, H. 135, S. 53-59. Abgerufen am 02.03.2017, von http://www.gw-unterricht.at/images/pdf/gwu_135_053_059_sitte.pdf
- SITTE, W. (1998): *Wirtschaftserziehung*. In: *Wissenschaftliche Nachrichten*, H. 107, S. 46-49. Abgerufen am 02.03.2017, von <http://www.gw.eduhi.at/didaktik/wowess/sittewirt.htm>
- SITTE, W. (2001a): *Wirtschaftserziehung*. In: SITTE, W. & WOHLSCHLÄGL, H. (Hrsg.), *Beiträge zur Didaktik des „Geographie und Wirtschaftskunde“-Unterrichts*, Bd. 16, S. 545-555. Wien: Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien. Abgerufen am 02.03.2017, von http://www.univie.ac.at/geographie/fachdidaktik/Handbuch_MGW_16_2001/Seite545-555.pdf
- SITTE, W. (2001b): *Geographie und Wirtschaftskunde (GW) – Entwicklung und Konzept eines Unterrichtsfachs*. In: SITTE, W. & WOHLSCHLÄGL, H. (Hrsg.), *Beiträge zur Didaktik des „Geographie und Wirtschaftskunde“-Unterrichts*, Bd. 16, S. 157-169. Wien: Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien. Abgerufen am 02.03.2017, von http://www.univie.ac.at/geographie/fachdidaktik/Handbuch_MGW_16_2001/Seite157-169.pdf
- SITTE, W. (2001c): *Lehrpläne II*. In: SITTE, W. & WOHLSCHLÄGL, H. (Hrsg.), *Beiträge zur Didaktik des „Geographie und Wirtschaftskunde“-Unterrichts*, Bd. 16, S. 223-247. Wien: Institut für Geographie und Regionalforschung der Universität Wien. Abgerufen am 02.03.2017 von http://www.univie.ac.at/geographie/fachdidaktik/Handbuch_MGW_16_2001/Seite223-232.pdf bzw. http://www.univie.ac.at/geographie/fachdidaktik/Handbuch_MGW_16_2001/Seite233-247.pdf
- UNVERZAGT, G. & HURRELMANN, K. (2002): *Wenn Kinder immer alles haben wollen. Weniger ist mehr*. Freiburg: Verlag Herder.
- VEREIN FÜR KONSUMENTENINFORMATION (2017a): *Wer sind wir*. Abgerufen am 24.02.2017, von <https://vki.at/wer-sind-wir>
- VEREIN FÜR KONSUMENTENINFORMATION (2017b): *Homepage*. Abgerufen am 24.02.2017, von <https://vki.at>
- VEREIN FÜR KONSUMENTENINFORMATION (Hrsg.) (2017c): *Konsument*, H. 2/2017. Wien: VKI.

- VEREIN FÜR KONSUMENTENINFORMATION (2017d): *KONSUMENT.AT SHOP Hefte*. Abgerufen am 24.02.2017, von <http://www.konsument.at/heftarchiv?aid=1188229794968&shopCategoryLinkNr=2>
- WEIßENBÖCK, P. (2014): *Der Einstieg in den GW-Unterricht der Sekundarstufe I: Fachdidaktisch-methodische Analyse unterschiedlicher GW-Schulbücher in der 1. Klasse beim Lehrplanthema „Ein erster Blick auf die Erde“* (Unveröffentlichte Bachelorarbeit). Baden: Pädagogische Hochschule für Niederösterreich. Abgerufen am 02.03.2017, von http://fachportal.ph-noe.ac.at/fileadmin/gwk/Forschung/BEd_Arbeit_GW_1Klasse_Weissenboeck_PHnoe2014.pdf
- ZEMANN, M. (2016): *Von der geografischen Lehrwanderung zur heute angestrebten projektorientierten „Fieldwork“ gezeigt an Umsetzungsvorschlägen im Raum südlich von Wien* (Unveröffentlichte Bachelorarbeit). Baden: Pädagogische Hochschule für Niederösterreich. Abgerufen am 02.03.2017, von http://fachportal.ph-noe.ac.at/fileadmin/gwk/Forschung/BEd_Projekt_und_Fieldwork_in_GW_Zemann2016.pdf

7.2 Schulbücher

- ATSCHKO, G. & FÖDERMAYR, H. (2011a): *Durch die Welt 1. Geographie und Wirtschaftskunde für die 1. Klasse*. Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- ATSCHKO, G. & FÖDERMAYR, H. (2011b): *Durch die Welt 2. Geographie und Wirtschaftskunde für die 2. Klasse*. Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- ATSCHKO, G. & FÖDERMAYR, H. (2012): *Durch die Welt 3. Geographie und Wirtschaftskunde für die 3. Klasse*. Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- ATSCHKO, G. & FÖDERMAYR, H. (2013): *Durch die Welt 4. Geographie und Wirtschaftskunde für die 4. Klasse*. Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- BENVENUTTI, F., BERAN, A., WEILINGER, H. & WEISCH, W. (2010): *Der Mensch in Raum und Wirtschaft 2. Geographie und Wirtschaftskunde für die 6. Schulstufe*. Wien: Westermann Wien.
- BENVENUTTI, F., BERAN, A., WEILINGER, H. & WEISCH, W. (2011a): *Der Mensch in Raum und Wirtschaft 3. Geographie und Wirtschaftskunde für die 7. Schulstufe*. Wien: Westermann Wien.
- BENVENUTTI, F., BERAN, A., WEILINGER, H. & WEISCH, W. (2011b): *Der Mensch in Raum und Wirtschaft 4. Geographie und Wirtschaftskunde für die 8. Schulstufe*. Wien: Westermann Wien.

- BÖCKLE, R., HITZ, H., KUSCHNIGG, W., LIDAUER, R., NEUBAUER, E. & SONNENBERG, Ch. (1991): *Horizonte 2 plus. Ein Unterrichtswerk für Geographie und Wirtschaftskunde. 2. Klasse der Hauptschule und der allgemeinbildenden höheren Schule.* Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- BÖCKLE, R., HITZ, H., KUSCHNIGG, W., LIDAUER, R. & SONNENBERG, Ch. (2001): *Horizonte 1 plus. Ein Unterrichtswerk für Geographie und Wirtschaftskunde im Medienverbund für die Welt von heute und morgen.* Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- BÖCKLE, R., HITZ, H., KUSCHNIGG, W., LIDAUER, R. & SONNENBERG, Ch. (2003): *Horizonte 2 plus. Ein Unterrichtswerk für Geographie und Wirtschaftskunde im Medienverbund für die Welt von heute und morgen.* Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- BÖCKLE, R., HITZ, H., KUSCHNIGG, W., LIDAUER, R. & SONNENBERG, Ch. (2004): *Horizonte 3 plus. Ein Unterrichtswerk für Geographie und Wirtschaftskunde im Medienverbund für die Welt von heute und morgen.* Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- BÖCKLE, R., HITZ, H., KUSCHNIGG, W., LIDAUER, R. & SONNENBERG, Ch. (2005): *Horizonte 4 plus. Ein Unterrichtswerk für Geographie und Wirtschaftskunde im Medienverbund für die Welt von heute und morgen.* Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- FRIDRICH, Ch., KULHANEK-WEHLEND, G., BOZKAYA, D., CHREISKA, C., SELI, M. & SONNLEITNER, J. (2009): *unterwegs 1. Geographie und Wirtschaftskunde.* Wien: Österreichischer Bundesverlag Schulbuch.
- FRIDRICH, Ch., KULHANEK-WEHLEND, G., BOZKAYA, D., CHREISKA, C., SELI, M. & SONNLEITNER, J. (2014): *unterwegs 2. Geographie und Wirtschaftskunde.* Wien: Österreichischer Bundesverlag Schulbuch.
- FRIDRICH, Ch., KULHANEK-WEHLEND, G., BOZKAYA, D., CHREISKA, C., SELI, M. & SONNLEITNER, J. (2016): *unterwegs 3. Geographie und Wirtschaftskunde.* Wien: Österreichischer Bundesverlag Schulbuch.
- FRIDRICH, Ch., KULHANEK-WEHLEND, G., BOZKAYA, D., CHREISKA-HÖBINGER, C., SELI, M. & SONNLEITNER, J. (2017): *unterwegs 4. Geographie und Wirtschaftskunde.* Wien: Österreichischer Bundesverlag Schulbuch.
- GRAF, M., KARL, Ch. & VOGEL-WALDHÜTTER, M. (2013a): *Mehrfach Geografie 1. Teil 1 – Wissen & Verstehen.* Linz: Veritas Verlag.
- GRAF, M., KARL, Ch. & VOGEL-WALDHÜTTER, M. (2013b): *Mehrfach Geografie 1. Teil 2 – Anwenden & Forschen.* Linz: Veritas Verlag.
- GRATH, H., KOWARZ, A., MALCIK, W. & SONNENBERG, Ch. (2010): *Abenteuer GW1.* Wien: Verlag Ed. Hölzel.

- GRATH, H., KOWARZ, A., MALCIK, W. & SONNENBERG, Ch. (2011): *Abenteuer GW2*. Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- GRATH, H., KOWARZ, A., MALCIK, W. & SONNENBERG, Ch. (2012): *Abenteuer GW3*. Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- GRATH, H., KOWARZ, A., MALCIK, W. & SONNENBERG, Ch. (2013): *Abenteuer GW4*. Wien: Verlag Ed. Hölzel.
- HERNDL, K. & SCHREINER, E. (2011): *Geografie für alle. 1. Klasse*. Wien: Olympe Verlag.
- HERNDL, K. & SCHREINER, E. (2012): *Geografie für alle. 2. Klasse*. Wien: Olympe Verlag.
- HERNDL, K. & SCHREINER, E. (2013): *Geografie für alle. 3. Klasse*. Wien: Olympe Verlag.
- HERNDL, K. & SCHREINER, E. (2015): *Geografie für alle. 4. Klasse*. Wien: Olympe Verlag.
- KLAPPACHER, O., FISCHER, R. & ZILLER, A. (2008): *geo-link 2. Lehr- und Arbeitsbuch. Geografie und Wirtschaftskunde für die 6. Schulstufe*. Linz: Veritas Verlag.
- KLAPPACHER, O., FISCHER, R. & ZILLER, A. (2009): *geo-link 3. Lehr- und Arbeitsbuch. Geografie und Wirtschaftskunde für die 7. Schulstufe*. Linz: Veritas Verlag.
- MAYRHOFER, G., POSCH, R. & REITER, I. (2011): *GEOprofi 2*. Linz: Veritas Verlag.
- MAYRHOFER, G., POSCH, R. & REITER, I. (2012): *GEOprofi 3*. Linz: Veritas Verlag.
- MAYRHOFER, G., POSCH, R. & REITER, I. (2013): *GEOprofi 4*. Linz: Veritas Verlag.
- SITTE, W., FRIEDL, G., GRAF, F. & SCHNELLER, M. (1988): *Leben und Wirtschaften 2. Ein Unterrichtswerk für Geographie und Wirtschaftskunde, 6. Schulstufe*. Wien: Ed. Hölzel.
- STRASSER, M. & TRAWÖGER, L. (2014): *neugierig auf ... GEOGRAPHIE. Geographie und Wirtschaftskunde für die 1. Klasse*. Wien: Westermann Wien.
- WOHLSCHLÄGL, H., HOFMANN-SCHNELLER, M., BERAN, A., FORSTER, F. & GRAF, F. (2008a): *Durchblick 1. Geographie und Wirtschaftskunde für die 5. Schulstufe*. Wien: Westermann Wien.
- WOHLSCHLÄGL, H., HOFMANN-SCHNELLER, M., BERAN, A., FORSTER, F. & GRAF, F. (2008b): *Durchblick 2. Geographie und Wirtschaftskunde für die 6. Schulstufe*. Wien: Westermann Wien.

WOHLSCHLÄGL, H., HOFMANN-SCHNELLER, M., BERAN, A., FORSTER, F. & GRAF, F. (2010): *Durchblick 4. Geographie und Wirtschaftskunde für die 8. Schulstufe*. Wien: Westermann Wien.

WOHLSCHLÄGL, H., HOFMANN-SCHNELLER, M., BERAN, A., FORSTER, F. & GRAF, F. (2011): *Durchblick 3. Geographie und Wirtschaftskunde für die 7. Schulstufe*. Wien: Westermann Wien.

ZEUGNER, K. & ZEUGNER, M. (2011): *Hölzel-GW 3. Faszination Erde. Das Unterrichtswerk für ganzheitliches Lernen im GW-Unterricht*. Wien: Verlag Ed. Hölzel

ZEUGNER, K. & ZEUGNER, M. (2014): *Faszination Erde 4. Das Unterrichtswerk für ganzheitliches Lernen im GW-Unterricht*. Wien: Verlag Ed. Hölzel

Eigenhändig unterfertigte Erklärung

„Ich erkläre ehrenwörtlich, dass ich die eingereichte Bachelorarbeit selbstständig angefertigt und die mit ihr unmittelbar verbundenen Tätigkeiten selbst erbracht habe. Ich erkläre weiters, dass ich keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Alle aus gedruckten, ungedruckten Werken oder dem Internet im Wortlaut oder im wesentlichen Inhalt übernommenen Formulierungen und Konzepte sind gemäß den Regeln für wissenschaftliche Arbeiten zitiert und durch Fußnoten bzw. durch andere genaue Quellenangaben gekennzeichnet.

Die während des Arbeitsvorgangs gewährte Unterstützung einschließlich signifikanter Betreuungshinweise ist vollständig angegeben. Die eingereichte Bachelorarbeit ist noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt worden. Ich stimme zu, dass die vorliegende Bachelorarbeit für wissenschaftliche Zwecke öffentlich zugänglich gemacht werden kann. Diese Arbeit wurde in gedruckter und elektronischer Form abgegeben. Ich bestätige, dass der Inhalt der digitalen Version vollständig mit dem der gedruckten Version übereinstimmt. Ich bin mir bewusst, dass eine falsche Erklärung rechtliche Folgen haben wird.“

2. März 2017

Lebenslauf

Name: Markus Elian
Geburtstag und -ort: 02.01.1994 in Baden
Staatsbürgerschaft: Österreich
Schulbildung: 2000 – 2004 Volksschule Weikersdorf in Baden
2004 – 2012 Bundesgymnasium Frauengasse in Baden
2013 – 2014 Fachhochschule Wiener Neustadt, Gesundheits- und Krankenpflege
2014 – dato Pädagogische Hochschule Niederösterreich in Baden
Zusatzqualifikationen: 2004 – 2016 Freiwillige Feuerwehr Baden-Leesdorf
2011 – dato Notfallsanitäter beim Roten Kreuz Baden
Berufliche Tätigkeit: 2012 – 2013 Zivildienst im Landeskrankenhaus Baden
2013 – dato Elektro Haas GmbH in Vösendorf