

Verbraucherumfrage: Finanzbildung an Schulen reicht nicht aus

Gerade jungen Erwachsenen fehlt laut vzbv-Befragung finanzielle Bildung an Schulen

Bericht: Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)

- Repräsentative vzbv-Befragung: Mehrheit der Verbraucher:innen ist der Ansicht, dass Verbraucherthemen in Schulen zu wenig berücksichtigt werden.
- Insbesondere die finanzielle Bildung kommt im Schulalltag zu kurz (81 Prozent der Befragten).
- vzbv fordert verbindliche Verankerung von Verbraucherthemen an Schulen und eine bessere Unterstützung von Lehrkräften.

Der kluge Umgang mit Geld und sozialen Medien, bewusstes Einkaufen und Essen: Verbraucherthemen wie diese werden in der Schule zu wenig berücksichtigt so eine Mehrheit der befragten Verbraucher:innen im Zuge einer repräsentative forsa-Befragung im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv). Insbesondere die finanzielle Bildung sei nicht ausreichend, das meinen 81 Prozent der Befragten. Trotz einer entsprechenden Empfehlung der Kultusministerkonferenz (KMK) werden Verbraucherthemen an Schulen nach wie vor nicht flächendeckend umgesetzt. Der vzbv fordert Kultus- und Verbraucherschutzministerien zum Handeln auf.

„**K**inder und Jugendliche sollten in der Lage sein, sich informiert durch den Verbraucheralltag zu bewegen. Werbeflut und Angebotsvielfalt sind große Herausforderungen, gerade für jüngere Menschen. In der aktuellen Preiskrise ist finanzielle Bildung besonders wichtig. Es überrascht daher nicht, dass Verbraucher:innen gerade dieses Thema in der schulischen Bildung zu kurz kommt“, so Ramona Pop, Vorstandin des vzbv.

Verbraucherbildung in Schulen: Hohe Relevanz, kaum Berücksichtigung

Verbraucher:innen sprechen sich mehrheitlich dafür aus, dass Kinder und Jugendliche in der Schule etwas zu den vier Themenbereichen lernen, die die KMK-Empfehlung unter Verbraucherbildung fasst: Die höchste Zustimmung erhält der Themenbereich Ernährung und Gesundheit (88 Prozent), vor dem Umgang mit Geld und Versicherungen (85 Prozent) sowie Umweltschutz und fairem Handel (82 Prozent). Dass Kinder und Jugendliche in der Schule etwas zum Umgang mit Handy und Internet lernen sollten, sagen fast drei Viertel der Verbraucher:innen (74 Prozent).

Die genannten Verbraucherthemen werden allerdings aus Sicht der Verbraucher:innen nicht ausreichend in der Schule berücksichtigt. Besonders der Umgang mit Geld und Versicherun-

gen wird nach Meinung der Befragten bisher nicht genügend vermittelt, um auf das Alltagsleben vorzubereiten (81 Prozent). Bei den 18- bis 34-Jährigen sagen dies sogar 90 Prozent.

Verbraucherbildung stärken

Diese Wahrnehmung stützt ein Blick in die Curricula der Bundesländer: Nur in acht Bundesländern ist Verbraucherbildung in Lehrplänen oder Richtlinien verankert. Dass sie aber tatsächlich den Weg ins Klassenzimmer findet, ist damit noch nicht garantiert. Der vzbv kritisiert, dass die Empfehlung der KMK, wonach Kinder und Jugendliche aller Klassenstufen und Schulformen Verbraucherbildung erhalten sollen, auch zehn Jahre nach ihrer Verabschiedung noch nicht systematisch umgesetzt ist.

„Bei der Verbraucherbildung dürfen wir uns nicht länger auf das Engagement einzelner Lehrkräfte verlassen. Kompetenzen für Alltagsthemen sind essenziell, damit sich Kinder und Jugendliche zu informierten und selbstbestimmten Verbraucher:innen entwickeln. Die Bildungs- und Verbraucherschutzministerien sind jetzt gefragt, Verbraucherbildung in Schulen voranzutreiben“, so Pop.

KMK-Empfehlung zur Verbraucherbildung weiterentwickeln

Der vzbv fordert eine Überarbeitung und Weiterentwicklung der KMK-Empfehlung, wobei eine Verknüpfung mit der nationalen Finanzbildungsstrategie hergestellt werden sollte. Zudem braucht es mehr Verbindlichkeit: Verbraucherbildung muss in allen Bundesländern in Curricula und Rahmendokumenten verankert sein. Zugleich benötigen Lehrkräfte und Schulen Unterstützung, um die Vorgaben umzusetzen. Dazu zählen systematische Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten und ein unkomplizierter Zugang zu qualitätsgeprüftem Unterrichtsmaterial. Dafür müssen Verantwortliche benannt und personelle Ressourcen innerhalb der Ministerien und der Schulverwaltung geschaffen werden.

Methodik der Umfrage

Für die Umfrage zur Verbraucherbildung führte forsa im Auftrag des vzbv eine repräsentative Telefonbefragung mit 2.002 Personen durch (CATI Dual-Frame). Berücksichtigt wurden alle deutschsprachigen Menschen ab 18 Jahren in Privathaushalten in Deutschland. Erhebungszeitraum der Umfrage zur Verbraucherbildung war der 31. August bis 6. September 2023. Die statistische Fehlertoleranz liegt bei +/- 2 Prozentpunkten in der Gesamtstichprobe.

18.9.2023

Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)

www.vzbv.de