

**Verbraucherkompetenz für einen persönlich erfolgreichen
und gesellschaftlich verantwortlichen Konsum**

*Stellungnahme
des Wissenschaftlichen Beirats
Verbraucher- und Ernährungspolitik
beim BMELV*

Bonn / Berlin, 20. November 2008

Hauptautor:

Michael-Burkhard Piorkowsky

mit Beiträgen von

Tilmann Becker, Ursula Hansen, Ingrid-Ute Leonhäuser, Lucia Reisch

Inhaltsverzeichnis

I.	Ausgangspunkt und Anliegen der Stellungnahme	3
1.	Punktuelle Diskussion über Verbraucherkompetenz	3
2.	Weitergehende Kompetenzdiskussion seit PISA	4
3.	Stellungnahme zur Verbraucherkompetenz	5
II.	Zur Konzeptualisierung von Kompetenz	6
1.	„Kompetenz“ und ähnliche Begriffe	6
2.	Bereichs-, Schlüssel- und Metakompetenzen	7
III.	Zunehmender Bedarf an Verbraucherkompetenz	8
1.	Wandel der Alltagsökonomie und der Verbraucherrolle	8
2.	Wandel des verbraucherpolitischen Leitbildes	11
3.	Nicht rationales Konsumentenverhalten	13
IV.	Zentrale bereichsspezifische Verbraucherkompetenzen und ihre Vermittlung	15
1.	Haushaltsgründung und Haushaltsführung	16
2.	Umgang mit Geld und Finanzdienstleistungen	19
3.	Ernährungsverhalten und Gesundheit	23
V.	Schlussfolgerungen	25
VI.	Verbraucherpolitische Herausforderungen und Handlungsempfehlungen	27
	Quellenangaben	29

I. Ausgangspunkt und Anliegen der Stellungnahme

I.1. Punktuelle Diskussion über Verbraucherkompetenz

(1) Seit einigen Jahren wird in Kreisen der Verbraucherpolitik und Verbraucherbildung über fehlende, aber für erforderlich gehaltene Kompetenzen von Verbrauchern diskutiert¹. Beklagt werden insbesondere Defizite im Ernährungsverhalten, im Finanzmanagement und in der Gestaltung eines umweltverantwortlichen Konsums, die durch Befragungen, Beobachtungen und Bewertung von Indikatoren ermittelt worden sind. In Frage steht vor allem, wie die Lücke zwischen dem Anspruch an kompetentes Handeln und der ermittelten Realität geschlossen werden kann. Hintergrund der Diskussion sind Veränderungen in der Alltags- und Lebensökonomie, in der damit zusammenhängenden Verbraucherrolle und dem verbraucherpolitischen Leitbild sowie Erkenntnisse über Grundlagen und Folgen des Verbraucherverhaltens.

(2) Beispielhaft genannt seien Veränderungen der privaten und öffentlichen Angebots- und Nachfragestrukturen, z. B. im Bereich der Telekommunikation mit der neuen Überfülle an Optionen bei der Wahl von Anbietern und Tarifen, sowie spektakuläre Fälle von kriminellem Angebotsverhalten, z. B. von „Gammelfleisch“ und „Schrottimmobilien“, aber auch uninformiertes und naives Nachfrageverhalten nach besonders billigen Produkten bei gleichzeitiger Erwartung einer sehr hohen Qualität, und unbedachtes Konsumverhalten, z. B. fettreiche Ernährung und ungeplante kumulative Verschuldung. Hinzu kommt ein grundlegend verändertes Verständnis in Bereichen der Wissenschaft, der Politik und der Zivilgesellschaft von den Zusammenhängen zwischen dem Aggregat des individuellen Konsums und der regionalen und globalen Umweltnutzung und Umweltbelastung.

(3) Der Wissenschaftliche Beirat für Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV hat sowohl grundsätzlich als auch für einzelne Handlungsfelder die neuen Herausforderungen und Lösungsansätze der Verbraucherpolitik beschrieben und die Verbraucherinformation und Verbraucherbildung als Mittel der Förderung von Verbraucherkompetenz angesprochen². Ein aktueller Anstoß für eine mehr grundsätzliche Befassung mit Verbraucherkompetenz war die national und international an Intensität zunehmende Debatte über Finanzkompetenz. Damit ist nicht nur die Fähigkeit gemeint, mit dem gegebenen Einkommen auszukommen. In einem umfassenden Sinn geht es um die produktive Nutzung von Finanzdienstleistungen³, wie die Eröffnung eines Girokontos, die Zwischenfinanzierung von langlebigen Haushaltsgütern, die Kreditaufnahme für ein Studium und die private Zusatzversicherung für die Rente. Im Hinblick darauf empfehlen z. B. die für das BMELV erstellte Studie der Prognos AG über „Frauen und Finanzdienstleistungen“ sowie das „Grünbuch über Finanzdienstleistungen für Privatkunden im Binnenmarkt“ der EU-Kommission vom 30.04.2007 und die Mitteilung der Kommission über „Vermittlung von Finanzkompetenz“ vom 18.12.2007 dringend einen Ausbau der finanziellen und wirtschaftlichen Allgemeinbildung zur Stärkung der Finanzkompetenz der Verbraucher⁴.

¹ Vereinfachend wird in diesem Papier auf die durchgehende Nennung beider Geschlechter verzichtet, es sind jedoch stets beide gemeint.

² Vgl. Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (Hg.): Strategische Grundsätze und Leitbilder einer neuen Verbraucherpolitik, 2003; Dass. (Hg.): Verbraucherinformation als Instrument der Verbraucherpolitik, 2003; Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hg.): Grundsatzpapier Ernährungspolitik, 2005; Dass. (Hg.): Verbraucherpolitik in der digitalen Welt, 2006, Dass. (Hg.): Stellung des Verbrauchers/Patienten im liberalisierten Gesundheitsmarkt. Berlin 2008.

³ Vgl. dazu Reifner, U.: Finanzielle Allgemeinbildung als Ergänzung zur Schuldnerberatung. In: Verbraucherzentrale Bundesverband (Hg.): Schuldenreport 2006, S. 315-339, hier S. 316.

⁴ Prognos AG: Endbericht zum Projekt Frauen und Finanzdienstleistungen. Projektnr. 05HS008. Berlin, 28. Feb. 2006; Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Grünbuch über Finanzdienstleistungen für Privatkunden

I.2. Weitergehende Kompetenzdiskussion seit PISA

(4) Eine grundsätzliche Diskussion über Kompetenzen in der globalisierten Wissensgesellschaft hat die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) mit ihren unter dem Kürzel PISA bekannten Studien angestoßen. Mit dem ersten „Programme for International Student Assessment (PISA)“ wurde im Jahr 2000 die Lesefähigkeit (reading literacy) 15-jähriger Schüler in 32 OECD-Ländern ermittelt und verglichen. Es folgten 2003 eine international vergleichende Untersuchung der Rechenfähigkeit (mathematical literacy) und 2006 eine solche mit naturwissenschaftlichem Fragenprogramm (scientific literacy). Seitdem werden die Bezeichnungen PISA und Literacy in weiteren Zusammenhängen verwendet, um auf Kompetenzmängel hinzuweisen und Bildungsstandards zu begründen⁵.

(5) Im Zusammenhang mit den PISA-Studien initiierte die OECD von 1997 bis 2003 einen international und interdisziplinär organisierten Gedankenaustausch zur Erarbeitung eines Systems von Schlüsselkompetenzen für die Bewältigung der Anforderungen der globalen Wissenschaftsgesellschaft in demokratisch verfassten Marktwirtschaften. Die Anregungen zu diesem Programm unter dem Namen „Definition and Selection of Competencies: Theoretical and Conceptual Foundations“ – kurz DeSeCo – kamen insbesondere aus dem Unternehmenssektor, der im globalen Wettbewerb steht, sowie aus den Wirtschaftswissenschaften, die seit Jahrzehnten auf die Möglichkeit und Notwendigkeit der Bildung von Humankapital durch Investitionen in Programme und Projekte der formalen Bildung hinweisen. Im Ergebnis des Diskussionsprozesses wurden solche Schlüsselkompetenzen identifiziert, die nicht nur für ein erfolgreiches Wirtschaften im persönlichen und nationalen Bereich, sondern auch und gerade für die Erreichung sozialer und ökologischer Anliegen, wie sie das Nachhaltigkeitspostulat enthält, als unverzichtbar gelten.⁶

(6) Schlüsselkompetenzen, wie sie im DeSeCo-Projekt identifiziert worden sind, bilden die Basis für bereichsspezifische Handlungskompetenzen von Verbrauchern. Sie können aber nicht als vorhanden vorausgesetzt werden⁷. In bereichsbezogenen Standards für Verbraucherbildung, z. B. für Finanzkompetenz, sind sie oft nicht ausreichend berücksichtigt. Hier werden weiter unten die im DeSeCo-Projekt erarbeiteten Schlüsselkompetenzen angesprochen. Im Mittelpunkt dieser Stellungnahme stehen aber bereichsspezifische Verbraucherkompetenzen.

im Binnenmarkt. Brüssel, vom 30.4.2007 (KOM(2007) 226 endg.; Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Mitteilung der Kommission. Vermittlung und Erwerb von Finanzwissen. Brüssel, vom 18.12.2007 (KOM(2007) 808 endgültig.

⁵ Vgl. z. B. Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. – vzbv (Hg.): „PISA“ in der Verbraucherbildung. Sind wir alle Konsum-Analphabeten? Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2005, sowie die – auch in der deutschen Fachterminologie gelegentlich verwendeten – Bezeichnungstransfers Computer Literacy, Financial Literacy, Health Literacy und Nutrition Literacy.

⁶ Rychen, D. S./Salganik, L. H. (Hg.): Defining and Selecting Key Competencies. Hogrefe & Huber Publishers, Seattle u. a. 2001; Rychen, D. S./Salganik, L. H. (Hg.): Key Competencies for a Successful Life and a Well-Functioning Society. Hogrefe & Huber Publishers, Seattle u. a. 2003.

⁷ Vgl. dazu Mantseris N.: Finanzielle Bildung als Schuldenprävention. Zu einem Konzept „Finanzkompetenz“. In: NDV – Nachrichtendienst des Vereins für öffentliche und private Fürsorge, 88. Jg., 2008, H. 5, S. 220-224.

I.3. Stellungnahme zur Verbraucherkompetenz

(7) Die weiteren Ausführungen folgen dem wissenschaftstheoretischen Roten Faden vom bereits dargelegten Entdeckungszusammenhang des Themas „Verbraucherkompetenz“ über den Begründungszusammenhang zum Verwendungszusammenhang. Zunächst wird unter II. das Konzept der Kompetenz im Anschluss an die Ergebnisse des DeSeCo-Projekts erläutert. Anschließend wird unter III. der Bedarf an Verbraucherkompetenz näher begründet. Verwiesen wird auf Wandlungen in der Alltagsökonomie und der Verbraucherrolle sowie in wissenschaftlich begründeten verbraucherpolitischen Leitbildern. Bezug genommen wird außerdem auf neuere Erkenntnisse aus empirischen Studien zum Verbraucherverhalten. Anschließend werden unter IV. bereichsspezifische Verbraucherkompetenzen für zentrale Handlungsbereiche systematisiert und zwar für die Bereiche Haushaltsgründung und Haushaltsführung, Umgang mit Geld und Finanzdienstleistungen sowie Ernährungsverhalten und Gesundheit, und dargelegt, wie diese Kompetenzen gegenwärtig vermittelt werden. Abschließend werden unter V. Handlungsempfehlungen abgeleitet. Empfohlen werden insbesondere Maßnahmen zur verstärkten Beachtung und Förderung von Verbraucherkompetenz.

(8) Die Auswahl der hier betrachteten Handlungsbereiche Haushalt, Finanzen, Ernährung und Gesundheit nimmt Bezug auf die Bedürfnisfelder und Akteure, die der Wissenschaftliche Beirat in seinem Konzeptpapier zur Verbraucherpolitik-Forschung unterschieden hat⁸, und bündelt die Bedürfnis- und Aktionsfelder unter pragmatischen Gesichtspunkten mit Blick auf die aktuelle Diskussion und die bereits verallgemeinerbaren Ergebnisse der Diskurse. Insofern hat die hier vorgelegte Stellungnahme den Charakter einer kommentierenden Zwischenbilanz zur Anregung der weiteren Entwicklung, insbesondere für die Umsetzung in Bildungskonzepten. Zwar ist Verbraucherbildung kein primäres Aufgabenfeld der Verbraucherpolitik; gleichwohl ist in Würdigung der zitierten Empfehlungen⁹ und wegen der institutionellen und regionalen Verteilung der Zuständigkeiten eine Gesamtschau geboten. Verbraucherbildung ist zwar nur ein Instrument der Verbraucherpolitik neben der Verbraucherinformation und -beratung, dem Verbraucherschutz und der Verbraucherorganisation, aber die Bildung hat eine grundlegende Bedeutung für die Wirksamkeit der anderen Instrumente¹⁰. Es ist allerdings auch zu sagen, dass nicht nur die Verbraucher, sondern auch die Anbieter lernen und verantwortlich handeln müssen, z. B. bei der Lebensmittelproduktion und bei der Kreditvergabe¹¹.

⁸ Vgl. Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hg.): Verbraucherpolitik-Forschung. Konzeptpapier des wissenschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik bei BMELV, 2004, S. 8. Die dort ausgewiesenen Bedürfnisfelder als Gegenstand der Verhaltensforschung sind: Ernährung, Mobilität, Wohnen/Bekleidung, Freizeit/Tourismus, Finanzen, Gesundheit, Bildung, Sicherheit, Altersvorsorge, Information und Kommunikation. Dass zwischen den Bedürfnisfeldern und korrespondierenden Handlungsbereichen Überschneidungen existieren, ist offensichtlich.

⁹ Vgl. Fußnote 3.

¹⁰ Vgl. z. B. Hansen, U.: Verbraucherpolitik. In: Köhler, R.; Küpper, H.-U.; Pfingsten, A. (Hg.): Handwörterbuch der Betriebswirtschaft. Sechste, vollständig neu gestaltete Aufl., Stuttgart 2007, Sp. 1871-1879.

¹¹ Vgl. dazu z. B. Reifner, U.: Finanzielle Allgemeinbildung. Bildung als Mittel der Armutsprävention in der Kreditgesellschaft. Baden-Baden 2003, S. 18.

II. Zur Konzeptualisierung von Kompetenz

II.1. „Kompetenz“ und ähnliche Begriffe

(9) In der internationalen Diskussion, aber auch national setzt sich zunehmend der Kompetenzbegriff durch, der im Rahmen des von der OECD initiierten Projekts „Definition and Selection of Competencies: Theoretical and Conceptual Foundations“ (DeSeCo) entwickelt worden ist¹². Danach beinhaltet Kompetenz – entsprechend dem verhaltenswissenschaftlichen Aktions-Kompetenz-Modell – die emotionalen, kognitiven und volitionalen Fähigkeiten der Bewältigung komplexer Anforderungen, indem in bestimmten Kontexten psycho-soziale Ressourcen aktiviert und zur Problemlösung eingesetzt werden. Im Hinblick auf die emotionale Komponente kommen alle aktivierenden Subkomponenten in Betracht, wie Emotionen, Motive, Einstellungen und Werthaltungen. Die kognitive Komponente beinhaltet insbesondere die Subkomponenten Wissen, Denken und Lernen. Für die Bewältigung von Anforderungen kommt es schließlich auf die effektive Handlung bzw. Unterlassung, also die Realisierung von Verhaltensbereitschaften und Verhaltensabsichten, an. Beispielsweise ist die so verstandene Kommunikationskompetenz eine Fähigkeit, die u. a. auf Sprachkenntnissen, Medienhandhabung, z. B. Computerfähigkeiten, und Einstellungen gegenüber Kommunikationspartnern beruht und handlungsleitend in konkrete Kommunikation umgesetzt wird. Damit beinhaltet der Kompetenzbegriff mehr als nur Können, Wissen und andere kognitive Fähigkeiten. Er geht auch über den Bewusstseinsbegriff, z. B. Umweltbewusstsein, hinaus, weil er den Handlungsaspekt betont. Damit hat der Kompetenzbegriff eine semantische Nähe zum allgemeinen Verhaltensbegriff und ist im Sinne von „richtigem Verhalten“ zu verstehen. Obwohl also unter Kompetenz mehr verstanden wird als Wissen und Können, gilt Kompetenz als erlernbar, und zwar vor allem in konkreten anforderungsbezogenen Kontexten. Kompetenzen entwickeln sich durch informelles Lernen sowie durch mehr oder weniger beabsichtigte Verarbeitung von Angeboten der Information, Bildung und Beratung.

(10) Neben dem Kompetenzbegriff werden insbesondere die Begriffe Capability und Literacy verwendet, um dieselben oder ähnliche Sachverhalte zu thematisieren. Der Capability-Begriff schließt an die Arbeiten von A. K. Sen über Armut und Armutsprävention an und entspricht weitgehend dem Kompetenzbegriff¹³. Literacy ist ursprünglich ein Begriff der Bildungsforschung und Bildungspolitik. Er wurde anfänglich im Zusammenhang mit der Definition und Messung von Mindestniveaus der Lese- und Schreibfähigkeit verwendet. Später wurde Literacy zunehmend als dynamische Fähigkeit verstanden, die in unterschiedlichen thematischen Handlungsbereichen eine Rolle bei individuellen Zielbildungs- und Zielerreichungsprozessen spielt, und damit an den Kompetenzbegriff angenähert. Der Literacy-Begriff ist aber mehr an kognitiven Verhaltenskomponenten und am Bildungs-Input orientiert, während der Kompetenzbegriff wesentlich auf den Output von Bildung abstellt.

¹² Vgl. dazu Fußnote 4.

¹³ Vgl. z. B. Kotz, H.-H.: Increasing Financial Capability. Underwriting the Provision of a Public Good. Download im Internet: http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/conference/opening-address_en.pdf; dazu Sen, A. K.: Commodities and capabilities. Amsterdam, New York, Oxford 1995; Piorowsky, M.-B.: Armut, Armutsforschung und Armutsprävention. In: Hauswirtschaft und Wissenschaft, 51. Jg., 2003, H. 4, S. 204-210.

II.2. Bereichs-, Schlüssel- und Metakompetenzen

(11) Bereichskompetenzen beziehen sich auf bestimmte Handlungsbereiche. Eine abgeschlossene Liste der möglichen Handlungsbereiche und bereichsbezogenen Kompetenzen ist allerdings nicht vorhanden und auch weder theoretisch noch empirisch überzeugend zu begründen. In Frage kommen alle Aktivitätsbereiche von Menschen und Gruppen in unterschiedlichen Institutionen, Rollen und persönlichen Projekten. Je nach konzeptionellem Zugriff und Abstraktionsniveau lassen sich sehr unterschiedliche Bereichsgliederungen erstellen. Beispielhaft nennt Weinert in seinem Beitrag zum DeSeCo-Projekt als allgemein bedeutsame Handlungsbereiche: Ökonomie, Verwaltung, Politik, Massenmedien und Freizeit sowie als besondere Handlungsbereiche: Beratung, Verkauf und Schachspiel¹⁴. Die hier unter IV. unterschiedenen Handlungsbereiche und bereichsbezogenen Kompetenzen von Verbrauchern sind pragmatisch zum einen an dem noch unter III. aufzuweisenden Bedarf an Verbraucherkompetenz und zum anderen an den vorliegenden Ansätzen zur Konzeptualisierung von solchen Kompetenzen für verschiedene Bereiche, z. B. Haushaltsführung, Nachfrageverhalten und Finanzmanagement, orientiert, aber auch auf entsprechende Vorarbeiten des Wissenschaftlichen Beirats bezogen.

(12) Schlüsselkompetenzen sind nach dem Ergebnis des DeSeCo-Projekts von spezifischen Kontexten unabhängige Kompetenzen, über die alle Menschen verfügen sollten, um in einer durch Wandel, Komplexität und wechselseitige Abhängigkeit gekennzeichneten Welt erfolgreich agieren zu können; sie haben eine Verankerung in gemeinsamen Wertvorstellungen in einem Kulturkreis, wie Demokratie, Eigenverantwortung und Nachhaltigkeit; sie sind in allen oder zumindest vielen Lebensbereichen hilfreich, nicht nur am Arbeitsmarkt, sondern auch im privaten und politischen Leben; und sie tragen zu persönlichem Erfolg und einer gut funktionierenden wünschenswerten Gesellschaft bei. Drei Kategorien von Schlüsselkompetenzen werden unterschieden: Handeln in sozial heterogenen Gruppen; autonomes Handeln; interaktive Nutzung von Informations- und Kommunikationsmitteln. Den Kern der hier nur sehr kurz angesprochenen Schlüsselkompetenzen bildet die Fähigkeit zum eigenständigen Denken als Ausdruck moralischer und intellektueller Reife sowie als Voraussetzung zur Übernahme von Verantwortung für das eigene Lernen und Handeln. Dies schließt weitergehend die Fähigkeit ein, gute Beziehungen aufzubauen und zu pflegen, zu kooperieren, kollektive Interessen wahrzunehmen sowie in verantwortlicher und gerechter Weise zu handeln, auch wenn die persönlichen Folgen weniger motivierend sind, z. B. weil zusätzliche Belastungen in Kauf genommen werden müssen, wie höhere Preise und komplizierte Beschaffungs- und Entsorgungsaktivitäten für ein umwelt- und sozialverantwortliches Konsumverhalten.

(13) Metakompetenzen sind Kompetenzen, mit denen die eigene Kompetenz eingeschätzt und beeinflusst werden kann. Gemeint ist zum einen das Wissen, dass eigenes Wissen mental, also im kognitiven System verfügbar ist, wie es z. B. Spinoza in dem berühmten Satz: „Ich denke, also bin ich!“ formuliert hat, und zum anderen die Fähigkeit, die Notwendigkeit der Aneignung und Nutzung von neuem Wissen und Kompetenzen zu erkennen und zu steuern. Metakompetenzen unterscheiden sich folglich von Bereichs- und Schlüsselkompetenzen nicht nur durch den Abstraktionsgrad, sondern durch die Bewusstseins-ebene des Akteurs. Im Aktionskompetenz-Modell werden deklarative und prozedurale Metakompetenzen unterschieden. Erstere beinhalten Erkenntnisse über Wissensbestände, Generierung von Wissen und Wissensanwendung, letztere über Optimierungsstrategien bei der Lösung von Aufgaben. Bei der Suche nach Konzepten, „lernen zu lernen“, spielen Metakompetenzen eine zentrale Rolle.

¹⁴ Weinert, F. W.: Concept of Competence: A Conceptual Clarification. In: Rychen, D. S./Salganik, L. H. (Hg.): Defining and Selecting Key Competencies. Hogrefe & Huber Publishers, Seattle u. a. 2001, S. 45-65, hier S. 57.

Gegenwärtig gibt es hier aber keine überzeugenden Ergebnisse. Folglich wird es nicht als erfolgreich eingestuft, durch die ausschließliche Vermittlung von Metakompetenzen auf die Vermittlung von Schlüssel- und Bereichskompetenzen verzichten zu können. Vielmehr kann als ein Ergebnis des DeSeCo-Projekts gesehen werden, dass sich Metakompetenzen im Zuge der Erlangung von Bereichs- und Schlüsselkompetenzen entwickeln. Dies entspricht der häufigen Forderung, Bildungsmaßnahmen situationsbezogen anzubieten.¹⁵

(14) Die Differenzierung zwischen Meta-, Schlüssel- und Bereichskompetenzen hebt die herkömmliche Unterscheidung zwischen Methoden-, Sach-, Sozial- und Personalkompetenz positiv auf. Erstere Gliederung ist an einer Kompetenzhierarchie, letztere an Kompetenzdimensionen orientiert. Gegen die dimensionenorientierte Differenzierung spricht, dass die Dimensionen nicht isoliert werden können, z. B. ist Methodenkompetenz stets an Sachinhalte und Personen gebunden.

III. Zunehmender Bedarf an Verbraucherkompetenz

III.1. Wandel der Alltagsökonomie und der Verbraucherrolle

(15) Der zunehmende Bedarf an Verbraucherkompetenz ergibt sich sowohl aus den schnellen Veränderungen der privaten und öffentlichen Versorgungssysteme und den Wechselwirkungen mit der sozialen und ökologischen Umwelt als auch aus den sich wandelnden Ansprüchen der Menschen an die Gestaltung ihrer Versorgungsprozesse. Zunächst ist der beschleunigte Wandel der Märkte für Waren und Dienstleistungen, aber auch für Immobilien zu nennen. Treibende Faktoren und Resultate der Wettbewerbswirtschaft sind insbesondere die generelle Ausweitung des Angebots und die steigende Komplexität von produzierten Gütern, die Virtualisierung und Internationalisierung der Marktbeziehungen und die Erweiterung des kommerziellen Dienstleistungssektors durch Deregulierung von Märkten und Privatisierung vormals öffentlicher Versorgungsbereiche. Außerdem werden die unerwünschten Begleiterscheinungen der globalen Wettbewerbsprozesse und die Nebenwirkungen der spätindustriellen Produktions- und Konsumweise zunehmend als ernsthafte Bedrohung empfunden. Problematisiert werden insbesondere die ökologischen Folgeschäden des Wirtschaftens auf hohem Mengenniveau, aber zunehmend auch die soziale und ökonomische Ausdifferenzierung der in Deutschland zwischenzeitlich „nivellierten Mittelstandsgesellschaft“ (Helmut Schelsky) mit einem wachsenden Teil der Bevölkerung am unteren Rand der Einkommensschichtung. Daraus resultieren bereits seit Jahren Appelle, Regulierungen und – in Teilen der Gesellschaft – Verhaltensänderungen in Richtung einer individuell produktiven, unternehmerischen Orientierung in der Erwerbswelt einerseits und eines gesundheits-, sozial- und umweltverantwortlichen Konsumverhaltens andererseits. Entsprechende Kompetenzen müssen auf breiter gesellschaftlicher Basis aber noch erworben sowie unter Auflösung möglicher Konflikte handlungswirksam verinnerlicht werden, wie die Weltdekade der Vereinten Nationen 2005 bis 2014 „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ erkennen lässt. Aus all dem kann bereits an dieser Stelle gefolgert werden, dass die herkömmlich verstandene Verbraucherrolle einen

¹⁵ Beispielfhaft sei hier auf das Maßnahmenprogramm der Bundesregierung zur Armutsprophylaxe hingewiesen, z. B. auf die in diesem Rahmen entwickelten Kursprogramme und das Konzept des Haushalts-Organisations-Trainings (HOT). Durch zugehende Hilfe in Familienpflegeeinsätzen und durch Schulungsmaßnahmen von Erwachsenen in Grundfragen der Alltags- und Lebensökonomie konnten weitergehende Kompetenzen, z. B. für den Arbeitsmarkt, vermittelt werden. Etliche Teilnehmende hatten erstmals in ihrem Leben einen Lernerfolg, der sie zu weitergehender Aktivität motivierte. Vgl. dazu Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft (Hg.): Konzertrierte Aktion zur Armutsprävention. Das erste Armutspräventionsprogramm der Bundesregierung. Evaluation von hauswirtschaftlichen Praxis- und Bildungsprojekten. Aachen, Bonn 2004.

radikalen Wandel erfährt: Vom klugen Konsumenten vorgefertigter Marktgüter im Privathaushalt zum weitsichtigen Mitgestalter einer nachhaltig lebenswerten Welt im Nah- und Fernbereich. Auf ausgewählte Gründe und Folgen des Wandels wird nun näher eingegangen.

(16) Mit der Ausweitung des Güterangebots nehmen die Optionen und damit auch die Entscheidungszwänge zu. Die Komplexität der Produkte und die Anforderungen an die Auswahl und Nutzung steigen nicht nur bei traditionellen technischen Geräten, z. B. für die Küche und die Kommunikation, sondern neuerdings auch bei Nahrungsmitteln und Textilien sowie Versicherungs- und Finanzdienstleistungen, weil auch in diesen Branchen ständig neuartige Einzel- und Kombinationsprodukte entwickelt werden. Beispielhaft genannt seien sog. Nahrungsergänzungsmittel sowie Produkte für die private Risiko- und Altersvorsorge, von denen eine Vielzahl sich ergänzender und konkurrierender Produkte existieren und mit unterschiedlichen staatlichen Förderinstrumenten kombinierbar und damit zusätzlich komplexer werden. Mit Blick auf fehlende Kompetenzen sei das „legendäre“ Beispiel der Risiko- bzw. Kapitallebensversicherung genannt, deren Unterschied – Befragungen zufolge – vielen Jugendlichen und Erwachsenen nicht klar ist. Mit der generellen Ausweitung der Angebote nehmen auch die kriminellen Aktivitäten zu, insbesondere im Bereich schwer zu beurteilender Vermögensbildungsprodukte. Hier sind beispielhaft nicht nur unredliche Immobilienangebote sowie dubiose und hoch spekulative Formen der Geldanlage auf einem „Grauen Kapitalmarkt“ zu nennen, sondern auch fast „normale“ Fälle von unseriösem Verkauf von Restschuldversicherungen und im „Kleingedruckten“ versteckte Einschränkungen von groß herausgestellten Leistungszusagen¹⁶.

(17) In den genannten und weiteren Versorgungsbereichen nehmen die Virtualisierung und Internationalisierung der Marktbeziehungen zu und verstärken sich wechselseitig erheblich. Sowohl angebots- als auch nachfrageseitig werden die Europäisierung und Globalisierung der Verkaufs- und Einkaufsaktivitäten durch zunehmenden Reiseverkehr und Internetzugang vorangetrieben. Damit steigen sowohl die Anforderungen an die Kompetenzen für die Kommunikation in unterschiedlichen Kultur- und Sprachräumen als auch die vertragsrechtlichen Komplikationen für die Abwicklung von Handelsbeziehungen. Durch die Globalisierung des Handels steigen die Angebotsvielfalt und damit auch die Intransparenz der Märkte und des Wirtschaftslebens insgesamt. In der Käuferrolle werden die importierten Billigwaren begrüßt, aber in der Arbeitnehmerrolle wegen der Auswirkungen auf die heimischen Arbeitsplätze gefürchtet. Auch im Zusammenhang mit der Nutzung von Internet und E-Commerce nehmen die Chancen und Risiken und damit die Anforderungen an die Verbraucherkompetenz zu. Zum einen haben sich hier neue Lernfelder ökonomischen Denkens und Handelns und Wege in die unternehmerische Selbstständigkeit durch „Verkäufe von Privat an Privat“ bei Internetauktionen eröffnet, die zu einer Entgrenzung der traditionellen Verbraucherrolle führen, wenn zunehmend Güter für den Weiterverkauf erworben werden. Zum anderen haben sich im Internethandel neue Formen der Übervorteilung der Verbraucher herausgebildet, die schwerer zu durchschauen und zu verfolgen sind als bei herkömmlichen Käufen im Einzelhandel oder bei persönlichen Beratungen, z. B. am Bankschalter.

(18) Neue wirtschaftliche Strukturen und damit neue Anforderung an die Kompetenzen der Verbraucher ergeben sich seit einigen Jahren durch die zunehmende Deregulierung von Märkten und die Privatisierung vormals öffentlicher Angebote bzw. die marktorientierte Steuerung von öffentlichen Unternehmen und Verwaltungen und die Einforderung zusätzlicher privater Beiträge zu ehemals fast vollständig staatlich organisierten sozialen Sicherungssystemen. Dies betrifft neben den bereits genannten Bereichen der Alterssicherung und der Tele-

¹⁶ Vgl. z. B. O.V.: Beraten und Verkauft. Kreditberatung. In: Finanz-Test, 2/2007, S. 12-17.

kommunikation insbesondere die Bereiche Bahnreisen, Energieversorgung und Krankenversicherung. Problematisch sind in den genannten Bereichen z. B. ständige Änderungen der Tarife, die auch die Mitarbeitenden im Unternehmen bzw. im intermediären Callcenter nicht immer überblicken; Investitionsentscheidungen in der Eigenversorgung mit Solarstrom und Einspeisung in das öffentliche Netz, wodurch auch hier Verbraucher zu Unternehmern werden; und Anforderungen an einen mündigen Patienten, der „kontrollieren soll, was der Arzt berechnet hat“ (Bundesgesundheitsministerin Ulla Schmidt)¹⁷. Es zeichnet sich ab, dass weitere Bereiche mit zunehmender Eigenverantwortung der Verbraucher folgen werden. Beispielhaft sei die Einführung von Studiengebühren genannt, die im Finanzdienstleistungssektor zur Konstruktion spezieller Angebote an Studienkrediten geführt hat. Damit müssen von jungen Menschen angesichts der Entwicklung des Arbeitsmarktes schwer abzuwägende quasi-unternehmerische Entscheidungen getroffen werden. Am Arbeitsmarkt ist mit weiteren Herausforderungen zu rechnen.

(19) Zunehmend weniger Verbraucher kommen mit den alten und schon gar nicht mit den neuen Herausforderungen zurecht. Seit Jahren steigen die Zahlen der Personen und Haushalte, die ihren Zahlungen nicht fristgerecht nachkommen, die überschuldet sind bzw. in relativer Einkommensarmut leben. Die Zahl der überschuldeten Privathaushalte hat nach qualifizierten Schätzungen für die Armuts- und Reichtumsberichterstattung der Bundesregierung von 2,8 Mio. in 1999 auf 3,1 Mio. in 2002 zugenommen; das entspricht einem Anstieg von 7,4 % auf 8,1 % der Privathaushalte. Der Anteil der einkommensarmen Bevölkerung mit weniger als 60 % des wohlfahrtsgewichteten Nettoäquivalenzeinkommens stieg von 1999 bis 2003 von 12,1 % auf 13,5 %. Zwar bestehen grundsätzliche Einwände gegen die Messung von Einkommensarmut, weil nur die Höhe des Geldzugangs, aber nicht die Geldverwendung ermittelt wird. Die Zahlen belegen aber zumindest einen steigenden Anteil von Personen mit relativ geringer Geldausstattung. Als Gründe für Überschuldung und Einkommensarmut werden weitgehend übereinstimmend mehrere, oft kumulativ auftretende Auslöser genannt, zu denen Erwerbslosigkeit, gering bezahlte Erwerbsarbeit, fehlende Kompetenzen im Marktverhalten, insbesondere im Umgang mit Geld und Kredit, sowie Trennung, Scheidung oder Tod des Partners gehören. Kompetenzmängel werden sehr häufig zumindest als Kofaktoren nachgewiesen. Die Forderung und Förderung von Finanzkompetenz und weitergehender hauswirtschaftlicher Kompetenz für die Umwandlung von Geld in letztlich nutzenstiftende personale Güter durch sachdienliches Haushaltsmanagement, z. B. Haushaltsbuchführung, und hauswirtschaftliche Tätigkeiten, z. B. Arbeitsorganisation, knüpft hier fachinhaltlich an.¹⁸

(20) Auch für Haushalte mit mittleren und höheren Einkommen nehmen die Anforderungen an die Gestaltung des Konsums zu, z. B. wenn sie sich gesundheits-, sozial- und umweltverantwortlich verhalten wollen oder sollen. Die Anforderungen von sozialer und globaler Verantwortung bei der Auswahl von Waren und Dienstleistungen für die eigene Verwendung macht aus vermeintlich individuellen Konsumententscheidungen erkennbar weitreichende politische Entscheidungen und aus Güternachfragern somit Konsumbürger, die sich an der Bereitstellung öffentlicher Umweltgüter beteiligen sollen: Aus Konsumenten privater Güter werden Koproduzenten öffentlicher Güter. Weitergehende Aktivitäten in diese Richtung schließen die

¹⁷ Vgl. dazu die Forderung nach Stärkung der Konsumkompetenz und nach Abbau der Informationsasymmetrie zwischen Nachfragern und Anbietern im Gesundheitsmarkt in der Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats für Verbraucher- und Ernährungspolitik bei BMELV: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hg.): Stellung des Verbrauchers/Patienten im liberalisierten Gesundheitsmarkt.. Berlin 2008.

¹⁸ Vgl. Fußnote 15 sowie z. B. Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung (Hg.): Lebenslagen in Deutschland. Der 2. Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung. Berlin 2005, S. 72; Angele, J.: Überschuldung privater Haushalte im Jahr 2006. In: Wirtschaft und Statistik, 2007, H. 10, S. 984-959, hier S. 953; vgl. dazu Andreß, H.-J. et al.: Wenn aus Liebe rote Zahlen werden. Über die wirtschaftlichen Folgen von Trennung und Scheidung. Berlin 2003.

Unterstützung, wenn nicht die aktive Mitwirkung oder sogar die Gründung von und die Tätigkeit in entsprechenden freien Assoziationen ein, wie sie etwa in der Lokalen Agenda 21 ange-regt werden. Die veränderte Rolle der Verbraucher als Akteure, Koproduzenten und Gestalter ihrer Lebenswelt wird hier besonders deutlich. Sie zeigt sich aber auch zunehmend in inter-mediären Austauschbeziehungen entlang der gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfungskette, wenn Nachfrager in Entwicklung und Tests von Produkten, wie Bekleidung, Kraftfahrzeuge und Computersoftware, einbezogen werden. Schließlich sei die zunehmende Bedeutung des Konsums für die Identitätsfindung und soziale Positionierung angesprochen. Sofern dies nicht mit berechtigten normativen Anforderungen an die Verbraucherrolle in Konflikt gerät, ergä-ben sich auch hier Ansatzpunkte für die Förderung von Verbraucherkompetenz mit Blick auf die Stimulierung marktförmiger oder gemeinwirtschaftlicher Produktion, Beschäftigung und Innovation.

(21) Die nicht in allen Teilen neue, aber doch insgesamt qualitativ deutlich weiterentwickelte Verbraucherrolle als eigenverantwortlicher aktiver Nachfrager am Markt, als Gestalter seiner Lebenslage im Haushaltskontext, als Koproduzent in und mit anderen Institutionen und als Konsumbürger in der Gesellschaft entspricht nicht nur dem oben bereits angesprochenen poli-tischen Konzept der Zivilgesellschaft¹⁹, sondern auch dem soziologischen Konzept der Wohl-fahrtsproduktion²⁰ und dem ökonomischen Konzept der Neuen Hauswirtschaft²¹; und sie findet sich auch in der neueren europäischen Rechtsprechung, die dem Verbraucher – zwar insgesamt uneinheitlich, aber tendenziell in einigen Feldern – zunehmend Eigenverantwor-tung zuweist, sowie im Wandel des Sozialstaatsmodells vom vorsorgenden zum aktivierenden Sozialstaat und dem korrespondierenden verbraucherpolitischen Leitbild des verantwortlich handelnden Konsumenten.

III.2. Wandel des verbraucherpolitischen Leitbildes

(22) Der Wissenschaftliche Beirat für Verbraucher- und Ernährungspolitik hat in seinem Dis-kussionspapier „Strategische Grundsätze und Leitbilder einer neuen Verbraucherpolitik“ auch ein neues verbraucherpolitisches Leitbild umrissen. Es geht von der Heterogenität der Ver-braucher aus und zielt auf eine möglichst weitgehende Autonomie und Verantwortung im Konsumverhalten.²² In diesem Leitbild sind die Verbraucher weder – wie in der liberalen Wirtschaftstheorie und einer darauf gegründeten Verbraucherpolitik als Wettbewerbspolitik – ausschließlich umfassend informierte und strikt rational handelnde Käufer von privaten Gütern am Markt und individuelle Nutzenmaximierer noch – wie im Konzept eines übermä-ßig vorsorgenden Sozialstaats – grundsätzlich schwach und ohnmächtig und deshalb maximal versorgungs- und schutzbedürftig. Vielmehr werden in dem neuen Leitbild entsprechend den internationalen Erkenntnissen der verhaltenswissenschaftlichen Verbrauchersforschung und der weltweiten Diskussion um die Zukunftsfähigkeit alternativer Wohlstandsmodelle das erweiterte Rollenspektrum im Verbraucherverhalten, die personal und situativ unterschied-lichen mentalen Fähigkeiten, insbesondere die grundsätzlich begrenzte Rationalität im wirt-schaftlichen Verhalten, das individuelle Autonomiestreben in vielen Kulturkreisen sowie die gebotene Verantwortung für sich und für andere betont.

¹⁹ Vgl. dazu Klein, A.; Kern, K.; Geißel, B.: Zivilgesellschaft und Sozialkapital. Herausforderungen politischer und sozialer Integration. Wiesbaden 2006.

²⁰ Vgl. Zapf, W.: Welfare production: Public versus private? In: Social Indicators Research, Vol. 14, 1984, S. 263-274.

²¹ Verbraucherzentrale Bundesverband (Hg.): Neue Hauswirtschaft. Ein Material für Multiplikator/innen der familien- und haushaltsbezogenen Bildung. Berlin 2005.

²² Siehe Fußnote 2.

(23) Das neue Leitbild beschreibt die Rollenvielfalt von Verbrauchern in modernen Marktgesellschaften mit parlamentarischer Demokratie und zivilgesellschaftlichen Akteuren als Normalfall. Es sind die Rollen als Bürger, Marktteilnehmer, Erwerbstätiger, Haushaltsführender, Familienmitglied und Koproduzent von privaten und öffentlichen Gütern, die in einem vielfältig verwobenen Rollenmix wahrgenommen werden. Dafür ist international der Begriff Consumer Citizen geläufig, der in seinen normativen Inhalten auf ein Konsumverhalten abstellt, dass bei Entscheidungen auch an die mögliche Verringerung negativer politischer, sozialer und ökologischer Folgen – nah und fern – denkt²³.

(24) Die Heterogenität der Verbraucher betrifft ihre unterschiedlichen mentalen und materiellen Fähigkeiten in der Gestaltung des Konsums. Diesbezüglich ist – personal und situativ differenziert – von einem breiten Spektrum von affektiven und kognitiven Dispositionen und Handlungsbereitschaften sowie von unterschiedlichen Ausprägungen der materiellen Lebenssituation auszugehen. Unabhängig von der materiellen Lebenslage reichen die Ausprägungen in der Konsumorientierung vom egoistischen Eigennutzstreben bis zur Übernahme sozialer und ökologischer Verantwortung. Allerdings ist die Praktizierung eines konsequent monothematischen Lebensstils selten. Empirisch überwiegen gemischte Einstellungs- und Handlungsmuster.

(25) Das vom Wissenschaftlichen Beirat skizzierte verbraucherpolitische Leitbild erkennt das Streben nach individueller Bedürfnisbefriedigung an, aber sieht den Erfolg dieses Strebens eng verknüpft mit der Wahrnehmung von Verantwortung für sich selbst, für die Gemeinschaft und für die natürliche Mitwelt. Zum einen ist einsichtig, dass Autonomie im Konsum, wie auch in anderen Lebensbereichen, nur auf der Grundlage einer Reflexion der Bedürfnisse und Handlungsalternativen möglich ist. Autonomes Konsumverhalten schließt folglich die Abwägung von Zielen und Mitteln ebenso ein wie die Reflexion der Gründe und Folgen des erwogenen Handelns und kann auch mit dem Entschluss zum Verzicht enden. Zum anderen können die Ergebnisse der weltweiten Diskussion um eine dauerhaft nachhaltige Entwicklung nicht ignoriert werden. Hier knüpft das verbraucherpolitische Leitbild an das politische Konzept der nachhaltigen Entwicklung an und plädiert für ein verantwortliches Konsumverhalten, das die globalen Ziele der Naturerhaltung, des sozialen Miteinanders und des ökonomischen Wohlstandsausgleichs durch lokales Handeln unterstützt.

(26) Allerdings bedürfen auch die Verbraucher in den traditionellen Wohlstandsgesellschaften der Gewissheit wirtschaftlicher, sozialer und politischer Geborgenheit, insbesondere Schutz gegen Missbrauch von Informationsüberlegenheit und Macht, um die ihnen auferlegte Verantwortung anzunehmen. Andernfalls geraten sie in das „Gefangenendilemma“ aus dem jeder durch Eigennutzmaximierung entkommen will, aber eben dadurch in eine soziale Falle der kollektiven Selbstschädigung läuft. Aber auch an diesem Handlungsrahmen der Schutzrechte und Unterstützungsinstitutionen wirken die Verbraucher als Consumer Citizen durch marktgerichtete Aktivitäten, z. B. Abwanderung und Widerspruch, durch politische Wahlentscheidungen zu Gunsten entsprechender Programme und Personen sowie durch zivilgesellschaftliches Engagement bei der Gründung und Unterstützung von Verbraucherorganisationen und entsprechenden Projekten mit.

(27) Das neue verbraucherpolitische Leitbild ist, wie jedes Leitbild, naturgemäß normativ. Es ist auch ethisch begründet, soweit es sich zu den Menschenrechten und der Überzeugung

²³ Vgl. dazu z. B. die Beiträge in Sulkunen, P. et al. (Hg.): *Constructing the New Consumer Society*. New York 1997; sowie in Micheletti, M.; Follesdal, A. (Hg.): *Shopping for Human Rights*. *Journal of Consumer Policy*, Vol. 30, No. 3, September 2007.

bekannt, dass die Menschen ihre Zukunft selber gestalten sollen. Dies gilt nicht zuletzt für die Suche nach Wegen für eine dauerhaft nachhaltige Entwicklung. Zur Erreichung dieses Ziels haben sich angesichts kaum zu bestreitender natur- und gesellschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse weltweit viele Regierungen verpflichtet, darunter auch die der Bundesrepublik Deutschland. Der von der Bundesregierung berufene Rat für Nachhaltige Entwicklung soll mit Vorschlägen zu Zielen und Indikatoren zur Fortentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie in Deutschland beitragen sowie Projekte zur Umsetzung dieser Strategie vorschlagen. Bezogen auf die Verbraucherpolitik ist dies das Leitbild der nachhaltigen Produktion und Konsumtion. Damit erhält das neue verbraucherpolitische Leitbild des selbst-, sozial- und umweltverantwortlichen Konsumbürgers eine maßgebliche politisch-praktische Begründung.

(28) Für die Beteiligung an der Suche und der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstrategien auf breiter gesellschaftlicher Basis bedarf es allerdings einer verstärkten Förderung der zur Wahrnehmung dieser anspruchsvollen Aufgabe erforderlichen Einsichten, Fähigkeiten, Handlungsbereitschaften und Handlungen, die als Verbraucherkompetenz bezeichnet werden. Dies gilt nicht nur im Hinblick auf bildungsferne und durchschnittlich gebildete Verbraucher sowie auf solche mit besonderem Förderbedarf aus anderen Gründen. Ein starkes Argument dafür liefern neuere Erkenntnisse der verhaltenswissenschaftlichen Verbraucherforschung über nicht rationales Verhalten. Deshalb werden in dieser Stellungnahme zentrale bereichsbezogene Verbraucherkompetenzen zusammengestellt, die für alle Verbraucher bedeutsam sind.

III.3. Nicht rationales Konsumentenverhalten

(29) Normales Verhalten wird in der Ökonomik üblicherweise als rationales und konsistentes Verhalten angenommen. Danach maximieren Verbraucher den erwarteten Nutzen gemäß ihren (gegebenen) Präferenzen. Die verhaltenswissenschaftlich-empirische Forschung hat jedoch grundlegende und systematische Abweichungen von diesem Modell des Erwartungsnutzens festgestellt, insbesondere in Bezug auf den Umgang mit Kosten und mit Wahrscheinlichkeiten. Zudem muss eher mit zeitinkonsistentem und kurzfristigem Verhalten gerechnet werden als mit konstanten Präferenzen und langfristigem Denken. Viele Menschen planen nicht für die Zukunft. Anknüpfend an die Arbeiten der älteren sozialökonomischen Verhaltensforschung zeigen die neueren Erkenntnisse der Behavioral Economics²⁴ und der psychologische Entscheidungsforschung²⁵, dass diese so genannten „Verhaltensanomalien“ oder „Verhaltensirrtümer“ eher die Regel als die Ausnahme sind. Nicht ökonomisch rationale Verhaltenstendenzen und „kognitive Irrtümer“ sind empirisch gut belegt. Im Folgenden werden einige Fälle zusammengestellt, darunter Entscheidungsrahmung, Überoptimismus, Risikoneigung, Bewertungsverhalten, Mentale Buchführung, Zeitpräferenz, Trägheit und Herdentrieb sowie Fairness²⁶.

(30) Das Entscheidungsverhalten wird von der Art der Darstellung von Problemen und Handlungsalternativen und der persönlichen Einordnung (framing) beeinflusst, weil die

²⁴ Vgl. etwa Maital, S. (Hg.): Recent developments in behavioural economics. The International Library of Critical Writings in Economics, No. 204, 2007.

²⁵ Jungermann, H.; Pfister, H.-R.; Fischer, K.: Die Psychologie der Entscheidung. Eine Einführung. 2. Auflage. Heidelberg 2005.

²⁶ Vgl. dazu Kahneman, D.; Tversky, A.: Advances in Prospect Theory. Cumulative Representation of Uncertainty. In: Dies. (Hg.): Choices, Values, and Frames. Cambridge 2003, S. 44-65; Nöth, M.; Weber, M.: Behavioral Finance. In: Köhler, R.; Küpper, H.-U.; Pfingsten, A. (Hg.): Handwörterbuch der Betriebswirtschaft. Sechste, vollständig neu gestaltete Aufl., Stuttgart 2007, Sp. 86-94; Gröppel-Klein, A.: Verhaltenswissenschaftliche Ansätze im Marketing. In: Ebd., Sp.1880-1888.

Wahrnehmung und Bewertung von Situationen einschließlich Restriktionen stets subjektiv erfolgt und zudem leicht erinnerliche Informationen präsenter sind als „versunkenes“ Wissen (availability bias). Dies hilft, den verbreiteten „Überoptimismus“ (overconfidence) zu erklären: Die Mehrheit der Menschen unterschätzt systematisch die Eintrittswahrscheinlichkeit negativer Ereignisse (die „Illusion, mich trifft es nicht“), beispielsweise dass sie durch Produkte oder Sportarten Schäden erleiden, und sie überschätzt die Wahrscheinlichkeit positiver Ereignisse, etwa eines Lottogewinns, sowie auch die eigenen Fähigkeiten, verglichen mit anderen Menschen. Gut belegt ist dieser Effekt für die Einschätzung der eigenen Autofahrkünste. Eng verbunden mit diesen Befunden ist die so genannte Kontrollillusion (Selbstwirksamkeitsüberzeugung): Menschen überschätzen systematisch ihre Möglichkeiten, den Ausgang eines Ereignisses beeinflussen zu können, und zwar auch in solchen Fällen, in denen dies objektiv unmöglich ist, etwa beim reinen Glücksspiel.

(31) Das Risikoverhalten variiert je nach der eingeschätzten Art und Sicherheit eines erwarteten Ereignisses. Die meisten Menschen bevorzugen bei positiven Ereignissen, z. B. Gewinnen, im Allgemeinen sichere Zahlungen gegenüber höheren, aber unsicheren Zahlungen (risc aversion). Bei bestimmten positiven Ereignissen ist aber auch eine positive Risikoneigung systematisch beobachtet worden, z. B. bei mit geringer Wahrscheinlichkeit erwarteten hohen Gewinnen. Bei negativen Ereignissen handeln die meisten Menschen ebenfalls risikozugeneigt; sie bevorzugen einen unsicheren, hohen Verlust gegenüber einem sicheren, aber geringeren Verlust (risc seeking).

(32) Im Bewertungsverhalten zeigt sich Folgendes: Im Allgemeinen werden Opportunitätskosten systematisch geringer eingeschätzt als direkte (Geld-)Kosten (out-of-pocket cost). Daher ziehen Individuen häufig attraktive Alternativen gar nicht in Betracht, etwa Taxi fahren als Alternative zum privaten PKW, und engen so ihre Handlungsmöglichkeiten unnötig ein. Zudem zeigt sich, dass sie in der Vergangenheit eingetretene, nicht mehr änderbare Kosten (sunk cost) bei ihren Entscheidungen berücksichtigen. Daher werden Tätigkeiten umso intensiver ausgeübt, je höhere Kosten im Zusammenhang damit bereits angefallen sind. Außerdem werden positive Abweichungen von einem Referenzpunkt, z. B. Gewinne, geringer gewichtet als negative Abweichungen, z. B. Verluste (loss aversion). Insgesamt haben Referenzwerte, wie Referenzpreise, eine zentrale Bedeutung als Orientierung schaffende „verankerte Bezugswerte“ (anchoring). Auch der Einfluss von Referenzniveaus, beispielsweise gesellschaftliche Referenzgruppen, spielen eine große Rolle für das individuelle Verhalten. Viele Menschen reagieren auf Preisunterschiede und auf Preisänderungen anders als es den objektiven Gegebenheiten entspricht: Für Informationssuche, Transaktionskostenakzeptanz und Kaufentscheidungen sind die relativen Unterschiede wichtiger als die absoluten Differenzen („Psychophysik der Preise“). Beispielsweise betreiben die meisten Konsumenten mehr Aufwand, um ein Mobiltelefon für 100 statt für 200 EUR zu kaufen als um ein Auto für 39.900 statt für 40.000 EUR zu bekommen.

(33) Die Eigenarten der „mentalalen Buchführung“ können für die Vernachlässigung von Entscheidungsalternativen und Handlungsoptionen herangezogen werden. Zum Normalverhalten gehört es, dass für unterschiedliche Entscheidungsbereiche verschiedene „gedankliche Konten“ existieren, so dass die Interdependenzen von Entscheidungs- und Handlungsbereichen nicht berücksichtigt werden. Dies betrifft auch das Verhältnis von Gegenwarts- und Zukunftskonsum. Die Zeitpräferenz der meisten Menschen ist gegenwartsbezogen. Gegenwartseinkommen und -konsum werden im Allgemeinen höher bewertet als Zukunftseinkommen und -konsum. Folglich erscheint Konsum attraktiver als Sparen. Hinzu kommen die generelle Unsicherheit über die Zukunft und Wissensdefizite: Ungewissheit, mehrdeutige Situationen, Informationsmangel, aber auch Informationsüberlastung können zur Absenkung des Akti-

vitätsniveaus (inertia) führen. Nichts zu unternehmen, erscheint gelegentlich als die beste Lösung. In vergleichbarer Weise nicht entscheidungsbasiert ist „Herdenverhalten“. Ohne eigene Orientierung und insbesondere in kritischen Situationen wirken sich Verhaltenstendenzen, einer Mehrheit von Handelnden zu folgen, verstärkend aus. Im Anlegerverhalten ist es besonders gut nachgewiesen worden.

(34) Die experimentelle Ökonomik hat neuerdings auch belegt, was in Psychologie, Ethnologie, Ethik und Religion schon lange vertreten wurde: Dass neben der satisfizierenden Optimierung des Erwartungsnutzens auch die Fairness von Verhalten, Verteilungen und Situationen eine wichtige Rolle spielen. Dies erklärt beispielsweise, weshalb Verbraucher Trinkgelder geben in Restaurants, in die sie sicher nicht mehr wieder gehen, weshalb sie für „fair gehandelte“ Produkte mehr zu zahlen bereit sind und letztlich auch, weshalb sie nicht nur Marktteilnehmer sind, sondern sich auch zivilgesellschaftlich engagieren.

(35) Eine besondere Form des nicht rationalen Verhaltens ist das Suchtverhalten. Suchtverhalten ist i.d.R. multifaktoriell bedingt. Aber neben genetisch bedingter Veranlagung können kognitive Irrtümer das Suchtverhalten fördern. Am pathologischen Spielen lassen sich kognitive Irrtümer der oben beschriebenen Art sowie weitere „Irrationalitäten“ besonders deutlich erkennen und Hinweise zur Therapie gewinnen; deshalb wird dies hier näher betrachtet, obwohl die oben aufgewiesenen Verhaltenstendenzen zum Normalverhalten gehören: So ist den Teilnehmern an einem Glücksspiel oft nicht bekannt, wie die Gewinn- und Verlustwahrscheinlichkeiten beschaffen sind. Je klarer die Kenntnis der objektiven Gewinn- und Verlustwahrscheinlichkeiten und damit verbunden auch die Kenntnis der Auszahlungsquote bei einem Glücksspiel sind, desto weniger Spielraum bleibt für kognitive Irrtümer und damit für pathologisches Spielverhalten. In der Regel informieren sich Spieler nicht objektiv über die jeweiligen Auszahlungsquoten bzw. Gewinnwahrscheinlichkeiten. Es bestehen oft falsche Vorstellungen über Zufallsmerkmale. Weiterhin realisieren Teilnehmer an Glücksspielen oft nicht den Zusammenhang zwischen verschiedenen Stichprobenumfängen. Kaum ein Spieler dürfte realistische Vorstellungen von den jeweiligen Wahrscheinlichkeiten haben. Pathologische Spieler unterliegen oft einer übersteigerten Kompetenzillusion. Auch bei reinen Zufallsspielen, wie Roulette oder Lotterien, werden eigene Systeme entwickelt, die helfen sollen, den Zufall zu besiegen. Bei der Therapie der Glücksspielsucht kommt daher der Veränderung spezifischer kognitiver Verzerrungsmuster, die sowohl für die Entstehung als auch die Aufrechterhaltung des Glücksspielverhaltens von Bedeutung sind, eine ganz wichtige Rolle zu.²⁷

IV. Zentrale bereichsspezifische Verbraucherkompetenzen und ihre Vermittlung

(36) Als zentrale bereichsspezifische Verbraucherkompetenzen werden hier im Folgenden Haushaltsgründung und Haushaltsführung, Umgang mit Geld und Finanzdienstleistungen sowie Ernährungsverhalten und Gesundheit betrachtet (vgl. Ziffer 8). „Haushaltsgründung und Haushaltsführung“ ist im Sinne des Wirtschaftens der Verbraucher auf der individuellen Ebene in ihrer informellen Lebenswelt zu verstehen. Die Verbraucherrolle geht – wie insbesondere unter den Ziffern 15 bis 23 dargelegt – weit über das Kaufverhalten hinaus und ist nicht nur als konsumtives Geschehen zu betrachten. Damit wird hier die Sichtweise der herkömmlichen Mikro- und Makroökonomik ergänzt. Die Betrachtung des „Umgangs mit Geld und Finanzdienstleistungen“ kann dementsprechend nicht auf das Kaufen von Markt-

²⁷ Eine Form der Therapie pathologischer Spieler besteht darin, die oftmals vorhandenen kognitiven Irrtümer dieser Spieler zu korrigieren. Vgl. dazu Petry, J.: Psychotherapie der Glücksspielsucht. Weinheim 1996.

gütern beschränkt bleiben. Hier wird entsprechend dem erweiterten Verständnis vom Verbraucher insbesondere der Gestaltungsaspekt im Sinne eines Finanzmanagements betont. Die gesonderte Betrachtung der privaten Finanzwirtschaft ist der Komplexität des Gegenstands Verbraucher bzw. Haushalt geschuldet und folgt der aktuellen intensiven Fachdiskussion. Die Betrachtung dieser beiden sozioökonomischen Handlungsbereiche wird durch den ebenfalls unter Kompetenz- und Bildungsaspekten intensiv diskutierten Handlungsbereich „Ernährungsverhalten und Gesundheit“ ergänzt.

IV.1. Haushaltsgründung und Haushaltsführung

(37) Haushaltsgründung und Haushaltsführung sind fundamentale Aktivitäten von Verbrauchern. Haushalte sind grundlegende Systeme der Selbstorganisation. Es sind umweltoffene Handlungssysteme für die unmittelbare Versorgung der Menschen in ihren primären Kontexten von Partnerschaft und Familie, die sie nach eigenen Wünschen und Möglichkeiten und auch in eigener Verantwortung gestalten. Die Gründung eines eigenen Haushalts gehört zu den wichtigsten Entwicklungsaufgaben junger Menschen²⁸. Haushaltsführung bezieht sich auf die grundlegenden Entscheidungen über die Art und Weise der Gestaltung der Strukturen und Funktionen des Haushalts einschließlich der Beziehungen zur sozioökonomischen und ökologischen Umwelt. Dies schließt die Gestaltung des Wandels der Strukturen und Funktionen ein. Ältere Menschen wollen so lange wie möglich ihren eigenen Haushalt führen.

(38) Dem Bereich Haushaltsgründung und Haushaltsführung lassen sich in Anlehnung an Erkenntnisse und Empfehlungen der allgemeinen Wirtschaftslehre und der ökonomischen Haushaltslehre die folgenden Kompetenzen zuordnen²⁹:

- Lebensmittelpunkt bestimmen,
- Lebensziele ausbalancieren,
- Ressourcen gewinnen und pflegen,
- Entscheidungsprozesse steuern,
- Lebensraum gestalten,
- Haushaltsarbeit organisieren,
- Freizeit nutzen und Vitalfunktionen regenerieren,
- Alltags- und Lebensprobleme meistern.

(39) Zum selbstständig werden gehört die Gründung eines eigenen Haushalts. Die erste eigene Wohnung ist ein Meilenstein in der Realisierung eines eigenen Lebenskonzepts. Es ist der Übergang vom Jugendlichen zum Erwachsenen. Damit dies gelingt, muss der Lebensmittelpunkt neu bestimmt werden. Dazu gehört zunächst die Wahl der sozialen Lebensform. Den Chancen der stärker selbst bestimmten Lebensgestaltung stehen die Risiken der damit verbun-

²⁸ Vgl. Seiffge-Krenke, I./Gelhaar, T.: Entwicklungsregulation im jungen Erwachsenenalter. Zwischen Partnerschaft, Berufseinstieg und Gründung eines eigenen Haushalts. In: Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie, 38. Jg., H. 1, S. 18-31.

²⁹ Vgl. dazu Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft (Hg.): Kompetent im Alltag! Memorandum für eine haushaltsbezogene Bildung: frühzeitig, aufbauend, lebenslang. Wege zu einer zeitgemäßen und zukunftsorientierten Bildung. Bonn 2001; Deutsche Gesellschaft für ökonomische Bildung (Hg.): Kompetenzen der ökonomischen Bildung für allgemein bildende Schulen und Bildungsstandards für den mittleren Schulabschluss. Mimeo. April 2004; Landesgirokasse Stuttgart (Hg.): Unternehmen Haushalt. Landesgirokasse Stuttgart, 1989; Piorkowsky, M.-B.: Armutsprävention durch Stärkung von Haushaltsführungskompetenzen. In: Hauswirtschaft und Wissenschaft, 48. Jg., 2000, H. 2, S. 82-85; Steinel, M.; Skaletzki, C.: Hauswirtschaftliches Wissen der Bevölkerung im Freistaat Sachsen. In: Hauswirtschaft und Wissenschaft, 49. Jg., 2000, H. 2, S. 71-76; Williams, F. L.; Ness, A. J.: Household activities of men and woman and their effect upon perceived sense of control and satisfaction with level of living. In: Journal of Consumer Studies and Home Economics, 22. Jg., Nr. 3, S. 169-190.

denen Entscheidungen gegenüber. Die Vor- und Nachteile der Alternativen, z. B. die Wahl des Wohnorts, sind unter Berücksichtigung ökonomischer, sozialer und ökologischer Kriterien abzuwägen. Oft bleibt es nicht bei der ersten Wahl. Die Lebensziele und die Lebensumstände ändern sich und mit ihnen verschiebt sich oft auch der Lebensmittelpunkt. Diesen Wandel produktiv anzunehmen und aktiv zu gestalten, ist eine grundlegende Kompetenz. Begründete Selbstwirksamkeitsüberzeugung ist dafür wichtig.

(40) Zur erfolgreichen Gestaltung der Lebenslage gehört es, die Lebensziele auszubalancieren. Es geht darum, die Wichtigkeit von Lebensbereichen abzuwägen und in eine Ordnung zu bringen. Damit wird eine längerfristige Perspektive erschlossen und die Gegenwartsorientierung relativiert. In Mehrpersonenhaushalten müssen die individuellen Lebensziele mit denen der anderen Haushaltsmitglieder abgestimmt werden. Die individuellen Interessen und Fähigkeiten der Haushaltsmitglieder müssen selbstverständlich auch mit den häuslichen, familiären und beruflichen Anforderungen in Übereinstimmung gebracht werden. Erfolgreiche Haushaltsführung erfordert vor allem die Kompetenz, solche Abstimmungen für sich und mit den Haushaltsmitgliedern in zufriedenstellender Weise zu organisieren, d. h. von Zeit zu Zeit bei Veränderungsbedarf zu überdenken.

(41) Die Verfolgung der Lebensziele erfordert den Einsatz von Mitteln. Klärungs- und abstimmungsbedürftig sind folglich auch die für die Zielerreichung notwendigen Ressourcen. Ursprüngliche und grundlegende Ressourcen sind die menschliche Arbeitskraft und die (übrigen) Güter der Natur. Ohne ein Mindestmaß an Eigenleistung können weder die Naturgüter noch die produzierten Güter genutzt werden. Das Wissen um die Kombinations- und Substitutionsmöglichkeiten der Ressourcen ist ein entscheidendes Mittel rationaler Haushaltsführung und verweist wiederum auf die grundlegende Bedeutung des Humanvermögens und dessen Pflege. Zu den Kompetenzen der Gewinnung und Pflege von Ressourcen gehören elementare Kenntnisse über unterschiedliche ökonomische Institutionen, wie private und öffentliche Unternehmen und Verwaltungsbetriebe, freie Assoziationen und Zwangsverbände sowie Haushalte und Familien, d. h. über ihre Funktionen und typischen Ziele sowie die Interessen der Akteure.

(42) Entscheidungsprozesse sind immer dann erforderlich, wenn neue wichtige Sachverhalte zu regeln oder herkömmliche Regelungen zu überdenken sind, also wenn nicht nach Routine, Traditionen oder Werthaltungen gehandelt werden kann oder soll. Inhaltlich handelt es sich um Entscheidungen über Ziele oder über Ziel-Mittel-Beziehungen. Notwendig für formal rationale Entscheidungen ist eine Klärung der Alternativen und der absehbaren Konsequenzen. Da die Zukunft offen und nur begrenzte Rationalität möglich ist, gibt es keine Gewähr für richtige Entscheidungen. Möglichst gut fundierte Entscheidungen sind deshalb geboten. Dabei gilt das Ökonomiepostulat der Angemessenheit der Informationssuche und -verarbeitung. In Mehrpersonenhaushalten sind – je nach Haushaltszusammensetzung von Erwachsenen und Kindern – partnerschaftlich-kooperative bzw. partizipative Entscheidungsverfahren, wie die Familienkonferenz, sowohl im Hinblick auf die Zufriedenheit der Mitglieder als auch bezüglich der Erfolgsaussichten und der Verarbeitung von Fehlentscheidungen die günstigsten Verfahren. Inhaltlich kompetente Entscheidungen erfordern die Berücksichtigung ökonomischer, sozialer und ökologischer Kriterien.

(43) Die Bedeutung des eigenen Haushalts liegt in seiner Funktion als ganz persönlicher produktiver und konsumtiver Lebensraum, d. h. als Bereich für die selbst bestimmte Lebensgestaltung, als Rückzugsbereich und als Ort, an dem eine Integration der parzellierten Lebensbereiche in den verschiedenen institutionellen Kontexten und stärker fremd bestimmten Rollen möglich sein soll. Der Haushalt ist gleichsam das Basislager für die Beteiligung an den

sozialen Aktivitäten in der näheren und fernerer Umwelt. Nur hier bietet sich die Möglichkeit, weitgehend nach der eigenen Fassung glücklich zu werden. Durch die dafür erforderlichen sozialen und ökonomischen Aktivitäten können die beschafften Güter zu einem einzigartigen Ensemble letztlich nutzenstiftender personaler Güter zusammengefügt werden, die z. B. aus einer Wohnung ein Heim und aus einer Pauschalreise ein Ferienerlebnis machen.

(44) Haushaltsarbeit ist neben den ohne Zutun zugehenden Naturgütern, wie Licht und Luft, die materielle Basis individueller Lebensgestaltung im Haushaltskontext. Ohne ein Mindestmaß an Haushaltsarbeit, insbesondere Haushaltsmanagement, steht der eigene Haushalt selbst in Frage und andere private oder öffentliche Institutionen müssen die Versorgung ersatzweise sicherstellen. Es gehört folglich zu den grundlegenden Kompetenzen der Haushaltsführung, die Haushaltsarbeit individuell bzw. im Haushaltszusammenhang zu organisieren. Faire, nicht unbedingt gleichgewichtige Arbeitsteilung im Haushalt ist ein maßgeblicher Faktor für die Zufriedenheit der Haushaltsmitglieder und damit für ein harmonisches Zusammenleben.

(45) Zu einer persönlich erfolgreichen und verantwortlichen Haushaltsführung gehört auch die Fähigkeit, freie Zeiträume zu schaffen, sinnvoll zu nutzen und die Vitalfunktionen zu regenerieren. Ein Mindestmaß an persönlicher Freizeit ist unter normalen Umständen für das innere Gleichgewicht durch Abbau von negativen und Aufbau von positiven Spannungen unabdingbar. Damit wird zugleich ein maßgeblicher Beitrag zur Erhaltung der Vitalfunktionen geleistet, neben der Gesundheitsvorsorge und der Versorgung mit Schlaf, Nahrungsenergie sowie Nährstoffen und anderen elementaren Lebensmitteln aus der natürlichen Umwelt, z. B. die Erholungswirkungen möglichst unbelasteter naturnaher Räume. Die Fähigkeit zur sinnvollen Nutzung der Freizeit und zur Erhaltung der Vitalfunktionen ist nicht selbstverständlich, wie vielfältige Formen von Fehlverhalten bis hin zur Selbst- und Umweltschädigung in diesen Bereichen belegen, angefangen von Bewegungsmangel und Fehlernährung über Alkoholmissbrauch und Rauchen bis zu risikoreichen und umweltbelastenden Sportarten, wie Skifahren. Auch für ein kompetentes Freizeitverhalten gilt es, das rechte Maß zu finden und ökonomische, soziale und ökologische Anforderungen abzuwägen und miteinander in Einklang zu bringen.

(46) Alltags- und Lebensprobleme gehören zur Realität, weil Schicksalsschläge, eigene Fehlentscheidungen und Fehlverhalten von anderen nicht ausgeschlossen werden können. Aktive Problembewältigung setzt voraus, sich ihnen zu stellen, sie zu analysieren und nach Wegen zur Lösung zu suchen. Für Beratung, Unterstützung und Zuspruch kommen nicht nur Personen aus dem näheren sozialen Umfeld in Frage, sondern insbesondere spezialisierte professionelle Angebote der einschlägigen Beratungsstellen privater und öffentlicher Träger, wie Ehe- und Familienberatung, Schuldnerberatung und Verbraucherberatung, sowie Selbsthilfegruppen für Betroffene und deren Angehörige, z. B. solche zur Beherrschung von Suchtverhalten. Um Alltags- und Lebensprobleme meistern zu können, sind folglich neben mentaler Stärke und sozialer Stützung auch Wissen um die Existenz und Aufgaben der genannten und ähnlicher Institutionen sowie elementare Kenntnisse des Familien- und Verbraucherrechts, insbesondere Kaufrecht, Mietrecht, Reiseverkehrsrecht, Telekommunikationsrecht, erforderlich, um die in Frage kommenden zuständigen Stellen zu identifizieren und sich dort aktiv, verständlich und zielführend helfen und beraten zu lassen.

(47) Die Vermittlung von Kompetenzen der Haushaltsführung beginnt stets in der Herkunftsfamilie, aber fast nur durch teilnehmende Beobachtung. In den allgemein bildenden Schulen gibt es nur in der Hauptschule ein Angebot im Fachbereich Arbeitslehre mit dem fakultativen Schwerpunkt Hauswirtschaft. Diese Hauswirtschaftslehre ist traditionell am Binnensystem des Haushalts orientiert und behandelt vorrangig Fragen der Ernährung und der Familienpfle-

ge, teilweise auch der Bekleidung und Nadelarbeit, während das grundlegende Wirtschaftshandeln der privaten Haushalte, deren Bedingungen und Folgen sowie die Beziehungen zu anderen Wirtschaftssektoren nur unvollständig abgedeckt werden³⁰. Für dieses Fach gibt es gegenwärtig Bestrebungen, die Inhalte unter dem Namen Ernährungs- und Verbraucherbildung (EVB) mit dem Schwerpunkt auf Ernährung zu modernisieren³¹. Die ökonomischen Aspekte der Haushaltsführung kommen dabei zu kurz und Haushaltsgründung wird nicht thematisiert. Auch die meist nur in einem Kombinationsfach wählbare ökonomische Bildung an allgemein bildenden Schulen, z. B. das Fach „Politik/Wirtschaft“, vermittelt ein verkürztes Verständnis vom Haushalten, da lediglich die marktbezogenen Aktivitäten betrachtet werden. Nur in Bayern und Thüringen gibt es das Fach „Wirtschaft und Recht“ als Wahlfach bzw. Leistungskurs im Gymnasium. Fragen der Gründung und Führung des Haushalts spielen in den ökonomischen bzw. wirtschaftsnahen Fächern in der Schule insgesamt keine Rolle³². Es finden sich aber zunehmend ergänzende Angebote für die Unterrichtsgestaltung von Finanzdienstleistern und Schuldnerberatungen, in denen insbesondere die Haushaltsgründung im Zusammenhang mit der ebenfalls ergänzend zu vermittelnden Finanzkompetenz thematisiert wird, weil die Haushaltsgründung als kostenträchtig und risikoreich erkannt worden ist³³. Für die Erwachsenenbildung gibt es einige Angebote, insbesondere von freien Trägern der Wohlfahrtspflege und der Verbraucherverbände, die aber insgesamt nicht ausreichend angenommen werden³⁴. Was im Hinblick auf die schulische Fächerstruktur gilt, gilt in ähnlicher Weise auch für die Zuständigkeit der Politik. Die aufgeführten Kompetenzen im Bereich Haushaltsführung lassen sich nicht nur der Verbraucherpolitik zuordnen. Vielmehr zeigt sich eine Aufgabenüberschneidung, insbesondere mit den Ressorts für Familie sowie für Wirtschaft.

IV.2. Umgang mit Geld und Finanzdienstleistungen

(48) Moderne Wirtschaftsgesellschaften sind durch massiven Geldgebrauch „binär kodiert“ (Niklas Luhmann). Zahlen oder nicht zahlen können, entscheidet über die Teilhabe an fast allen gesellschaftlichen Aktivitäten. Geld vermittelt den eigenständigen legalen Zugang zu den arbeitsteilig hergestellten Gütern des Sozialprodukts, insbesondere durch Kauf und Miete sowie Zahlung von Entgelten für private und öffentliche Dienstleistungen einschließlich Steuern. Geld ist darüber hinaus ein Mittel der Vermögensbildung und Maßstab für die Bewertung von ökonomischen Gütern und sozialen Positionen. Finanzdienstleistungen sind insbesondere die typischerweise von Kreditinstituten und Versicherungen angebotenen Produkte, wie Kontoführung und Abwicklung von Geldtransaktionen, Verkauf von Krediten, Vermögensbildungs- und (Alters-)Vorsorgeprodukten sowie Versicherungen. Solche Produkte stellen Angebote zur Problemlösung für Verbraucher dar, z. B. für die Überbrückung von Liquiditätsengpässen, für den vorgezogenen Kauf von Konsumgütern, für die Geldvermögensbildung, für die unternehmerische Existenzgründung und für die Alterssicherung. Viele Finanzdienstleistungen werden immer komplexer, weil sie in einer Welt zunehmender

³⁰ Albers, H.-J.: Die privaten Haushalte als Wirtschaftssektor. In: May, H. (Hg.): Handbuch zur ökonomischen Bildung. 8., unwesentlich veränderte Aufl., Oldenbourg Verlag, München, Wien 2005, S. 49-62, hier S. 51.

³¹ Vgl. Projektgruppe REVIS: Curriculum der Ernährungs- und Verbraucherbildung. In: Haushalt und Bildung, 83. Jg., 2006, H. 1, S. 46-54.

³² Bertelsmann Stiftung/Heinz Nixdorf Stiftung/Ludwig-Erhard-Stiftung (Hg.): Wirtschaft in der Schule. Eine umfassende Analyse der Lehrpläne für Gymnasien. Entstanden im Rahmen des Pilotprojekts „Wirtschaft in die Schule!“. Hans Jürgen Schösser, Birgit Weber. Mit einem Beitrag von Hans Kaminski. Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh 1999.

³³ Vgl. z. B. „Die Charlotte Checker Story“ der Schufa Holding AG. Download im Internet unter: <http://www.schufamachtschule.de>; „Was-was-kostet“ der Landesarbeitsgemeinschaft Schuldner- und Insolvenzberatung Berlin e. V. Download im Internet unter: <http://www.was-was-kostet.de>.

³⁴ Vgl. z. B. Verbraucherzentrale Bundesverband (Hg.): Neue Hauswirtschaft. Berlin 2005.

Risiken auf den Märkten, insbesondere auch auf den heimischen Arbeitsmärkten unter ungewissen Chancen der Einkommenserzielung, etabliert werden, wobei die Risiken auf die Verbraucher abgewälzt werden. Der Umgang mit Geld und Finanzdienstleistungen wird deshalb zunehmend anspruchsvoller: Erforderlich sind spezifische Finanzkompetenzen nicht nur für ein persönlich erfolgreiches Finanzmanagement, sondern auch für das Funktionieren der Finanzmärkte, da nur kompetente Nachfrager ihre Steuerungsfunktion, z. B. durch Kauf und Kaufverzicht sowie Abwanderung und Widerspruch, zur Geltung bringen können. Dass die Förderung von Finanzkompetenz generell und nicht nur für bestimmte Gruppen und Situationen geboten ist, ergibt sich aus den Erkenntnissen über nicht rationales Konsumverhalten (vgl. dazu III.3).

(49) Dem Bereich Umgang mit Geld und Finanzdienstleistungen lassen sich mit Bezug auf einschlägige Studien und Publikationen die folgenden Kompetenzen zuordnen³⁵:

- Alltags- und Lebensplanung finanzwirtschaftlich fundieren,
- Liquidität gewährleisten,
- Alltags- und Lebensrisiken absichern,
- Vermögensbildung lebenszielbezogen steuern,
- Alternativen der Einkommenserzielung abwägen,
- Alternativen der Nutzung von Geld und Finanzdienstleistungen bedenken,
- Kreditaufnahme und Sicherheitsleistungen sorgfältig planen,
- Schuldentilgung organisieren.

(50) Da fast alle Beziehungen des Haushalts zur sozioökonomischen Umwelt finanzwirtschaftlich mitbestimmt sind, erfordert eine verantwortliche Haushaltsführung, die Alltags- und Lebensplanung finanzwirtschaftlich zu fundieren. Dazu gehört die Fähigkeit, die Finanzierungsbedürfnisse und die Finanzierungsmöglichkeiten in einer kurz-, mittel- und langfristigen Perspektive unter ökonomisch begründeter Nutzung von Finanzdienstleistungen synchronisieren zu können, also insbesondere Einnahmen und Ausgaben, Konsum und Vorsorge finanzwirtschaftlich in Einklang zu bringen und finanztechnisch zu handhaben. Dies erfordert zunächst einen Vergleich der alternativen Angebote für die angestrebten Problemlösungen, wie Kreditkarte, Ratenkredit, Baufinanzierung, Existenzgründungsdarlehen und Altersvorsorgeprodukte, hinsichtlich ihrer finanzökonomischen Charakteristika, z. B. Gebühren, Laufzeit, Effektivzins und Kündigungsbedingungen. Ebenso wichtig ist die anschließende Reflexion der standardisierten Informationen der Anbieter mit Blick auf die voraussehbare Entwicklung der Haushaltssituation zur Abschätzung der individuellen Konsequenzen. Entscheidend ist, ob die Problemlösung für den individuellen Haushalt tragbar erscheint. Durch eine solche Planung kann der Neigung zu kurzfristigen Entscheidungen entgegengewirkt und eine langfristige Orientierung im Entscheidungsverhalten gestärkt werden.

³⁵ Vgl. dazu Fußnote 4 sowie Bruyndonckx, M.; Jérusalmy, O.: FES – Financial Education and Better Access to Adequate Financial Services. Report of the Survey on Financial Education (April 2007). Marchienne-au-Pont (Belgien). Download im Internet: <http://www.fes.today.net>. Commerzbank Ideenlabor (Hg.): Kanon der finanziellen Allgemeinbildung. Frankfurt 2002; Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft (Hg.): Finanzkompetent im Alltag! Leitsätze der Deutschen Gesellschaft für Hauswirtschaft für eine familien- und haushaltsbezogene finanzwirtschaftliche Bildung. Entschließung anlässlich der Fachtagung „Finanzielle Alphabetisierung – Strategien der dgh für neue Bildungskonzepte und gesellschaftliche Bündnisse“ am 23./24.09.2004 in Potsdam; Greenspan, A.: Financial Literacy: A Tool for Economic Progress. In: The Futurist, July/August 2002; S. 37-41; Habschick, M.; Seidel, B.; Evers, J.: Survey of Financial Literacy Schemes in the EU27. Final Report. Hamburg, November 2007; OECD: Improving Financial Literacy. Analysis of Issues and Policies. Paris 2005. Präventionsnetzwerk Finanzkompetenz: Präambel. Download im Internet: <http://www.praeventionsnetzwerk-finanzkompetenz>; Reifner, U.: Finanzielle Allgemeinbildung. Bildung als Mittel der Armutsprävention in der Kreditgesellschaft. Baden-Baden 2003; Weng, W.: Finanzkompetenz. In: May, H.; May, U. (Hg.): Lexikon der ökonomischen Bildung, 6., völlig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Aufl., München, Wien 2006, S. 225-228.

(51) Neben der langfristigen Planung muss kurz- und mittelfristig die Liquidität kontrolliert und sichergestellt werden. Die Sicherung der ständigen Zahlungsfähigkeit ist wegen der Konsequenzen von Zahlungsstörungen dringend, weil die Gefahr besteht, in eine Abwärtsspirale der Verschuldung zu geraten, z. B. weil bei Zahlungsverzug das Konto von der Bank gekündigt und der laufende Kredit fällig gestellt wird. Damit gewinnt die alte Tugend des Sparens wieder an Bedeutung, um ein Sicherheitspolster anzulegen. Noch grundlegender und weitergehender müssen die Ansprüche an den laufenden Konsum überprüft, also die Bedürfnisse reflektiert und die Ausgaben reduziert und/oder das Einkommen erhöht werden, um die Einnahmen und Ausgaben im Gleichgewicht zu halten. Unkontrolliertes Ausgabenverhalten und dauerhaft mehr auszugeben als einzunehmen, ist ohnehin nicht verantwortlich. Eine Haushaltsbuchführung mit expliziter Erfassung der Einnahmen und Ausgaben sowie der Finanzvermögensbildung und Verschuldung unterstützt die Planung und Kontrolle und wirkt den Schwächen der „mental Buchführung“ effektiv entgegen.

(52) Die Absicherung von Alltags- und Lebensrisiken erfordert zunächst die Erkenntnis und Bewertung der unvermeidlichen Risiken sowie die Einschätzung der eigenen Risikoneigung und der Verhaltensalternativen zur Risikobeherrschung. Die angebotenen Problemlösungen der Versicherer beziehen sich z. B. auf die finanzielle Absicherung von Hinterbliebenen, auf Ausgleichszahlungen bei Berufsunfähigkeit und Einkommenseinbußen, bei Verlust von Eigentum, bei Krankheit und bei Unfallfolgen. Die Entscheidung für oder gegen eine Absicherung hängt von der Wahrnehmung, Bewertung und Akzeptanz der Risiken sowie den Alternativen der individuellen Risikobeherrschung ab; dazu gehören Risikovermeidung und Risikoverminderung sowie Selbstbehalt. Zu den Fähigkeiten der Absicherung von Risiken gehört folglich die realistische Einschätzung des persönlichen Risikotyps (individuell mehr oder weniger risikogeneigt oder risikoscheu) und der Umstände und möglichen Eigenleistungen der Lebensgestaltung und des daraus ableitbaren Sicherungsbedarfs; dazu gehört auch ein Grundverständnis der Wahrscheinlichkeitstheorie. Weit verbreitet sind unrealistische Einschätzungen der Risiken von Einkommens- bzw. Vermögenseinbußen, z. B. hinsichtlich des Risikos der Berufsunfähigkeit gegenüber Bagatellrisiken, z. B. Verlust des Reisegepäckes.

(53) Auch die Entscheidungen zur Vermögensbildung und -verwendung sind in Orientierung an den Lebenszielen und Lebensbedingungen zu treffen. Im Mittelpunkt der Überlegungen stehen Dispositionen zur Bildung und persönlichen Nutzung von Vermögen; daneben sind aber auch Vermögensübertragungen zu bedenken. Bei der Bildung von Sachvermögen steht meist der Nutzungsaspekt im Vordergrund, z. B. Haus oder Wohnung. Bei der Bildung von Finanzvermögen sind die Sicherheit und die Rendite der Anlage gegeneinander abzuwägen. Es ist eine Alltagsweisheit, Vermögensanlagen hinsichtlich Sicherheit, Rendite und Verfügbarkeit zu streuen, statt alles „auf eine Karte“ zu setzen. Das Engagement in Aktien von Unternehmen und noch mehr in komplexen Anlageformen, wie Optionsscheine und Futures, erfordern Expertenwissen und einen permanent hohen Informationsstand.

(54) Die Abwägung von Alternativen der Einkommenserzielung erlangt zunehmende Bedeutung angesichts der Unsicherheiten auf den Arbeitsmärkten und den vorausgehenden Unwägbarkeiten der Einkommenschancen alternativer Ausbildungen. Übergänge in selbstständige Erwerbstätigkeit werden nicht nur aus einem autonomen unternehmerischen Anspruch vollzogen, sondern nicht selten auch aus der Not, sich überhaupt mit einem Arbeitsplatz zu versorgen. Dies erfordert in besonderer Weise ökonomische Kompetenzen, weil Markt- und Branchenwissen erforderlich sind und einkommensorientierte Kosten-Nutzen-Überlegungen eine maßgebliche Rolle spielen müssen. Bei normaler kleinbetrieblicher Selbstständigkeit mischen sich zudem die Strukturen und Funktionen von Haushalt und eigenem Unternehmen,

so dass sich auch neue Verwendungskonkurrenzen bei Ausgabenentscheidungen im Hinblick auf Konsum für die Lebenshaltung oder Investition für das Unternehmen ergeben.

(55) Auch in einer modernen Geld- und Kreditwirtschaft gibt es Alternativen zur Nutzung von Geld und Finanzdienstleistungen. Formen der kollektiven Nutzung von Gebrauchsgütern und Tauschbörsen für Waren und Dienstleistungen haben sich in städtischen Zentren etabliert. Von den kollektiven Nutzungsformen ist das Carsharing am bekanntesten. Es ist eine Alternative zum Kauf eines privaten Autos. Auch bei anderen langlebigen Haushaltsgütern bietet sich die gemeinsame Nutzung in Kleingruppen an, z. B. bei Heimwerkergeräten. Die gemeinsame Nutzung ist zunächst einmal ökonomisch und ökologisch eine Win-Win-Situation, weil die Haushaltskasse aller Beteiligten und die Umwelt geschont werden. Dem größeren Abstimmungsaufwand steht bei verantwortlichem Gruppenverhalten ein Gewinn an sozialem Kapital gegenüber. Auch die Nutzung von Tauschringen kann ökonomische, soziale und ökologische Vorteile bieten. Vor allem aber ermöglichen Tauschgeschäfte den Zugang zu Waren und Diensten ohne Geld.

(56) Die Aufnahme von Kredit und die Gewährung von Sicherheitsleistungen für Dritte, wie Bürgschaften, müssen besonders sorgfältig überlegt werden. Durch Kreditaufnahme werden Ausgabenverpflichtungen für die Zukunft abgegeben und künftige Ausgabenstrukturen festgelegt. Sicherheitsleistungen, wie Bürgschaften, bergen das Risiko, entsprechend in die Pflicht genommen zu werden. Die Prüfung des Bedarfs und die Folgenabschätzung sind deshalb besonders sorgfältig vorzunehmen. Zu klären sind insbesondere die grundsätzliche Notwendigkeit, die Höhe der Verpflichtung und die voraussichtliche Sicherheit, die Verpflichtung aus künftigen Einkommen erfüllen zu können. Neben der Beurteilung der finanzökonomischen Merkmale des Kredits bzw. der Sicherheitsleistung sind folglich auch die Dringlichkeit des Bedarfs sowie im Fall der Bürgschaft die Zuverlässigkeit des Kreditnehmers zu beurteilen.

(57) Der Umgang mit Schulden erfordert bereits unter normalen Bedingungen eines knappen Budgets besondere Aufmerksamkeit. Eine geplante Verschuldung mit Augenmaß ist plangemäß unter günstigen Bedingungen vergleichsweise leicht abzubauen. Das Management einer Überschuldungssituation erfordert dagegen eine strenge Disziplin im Ausgabenverhalten. In der Wohlverhaltensperiode steht nur das Existenzminimum zur Verfügung. Zu den psychischen Belastungen und häufig auch sozialen Ausgrenzungen kommen drastische Einschränkungen im Konsum. Für Eltern ist dies im Hinblick auf die Wünsche der Kinder besonders schwer zu ertragen. Zu den Kompetenzen des Überschuldungsmanagements gehört deshalb nicht nur, Verzichtstrategien zu entwickeln und im Haushaltszusammenhang umzusetzen, sondern auch Alternativen der Nutzung von Geld und Finanzdienstleistungen zu erschließen sowie Rat und Unterstützung bei spezialisierten Einrichtungen und Gruppen, wie Schuldnerberatungsstellen und Selbsthilfegruppen, zu mobilisieren.

(58) Die Vermittlung von Finanzkompetenz findet fast nirgendwo systematisch statt, weder in der Herkunftsfamilie, noch im allgemein bildenden Schulwesen und nicht in der Erwachsenenbildung. Die Klagen über „finanziellen Analphabetismus“ gehen oft mit den Hinweisen einher, dass Geld ein Tabuthema sei, Finanzfragen als abstrakt und komplex gelten würden, sich viele Menschen nicht gerne mit der Suche nach Antworten auf solche Fragen auseinandersetzen würden und die Personen, die besonders bildungsbedürftig seien, die Angebote nicht wahrnehmen³⁶. Erstaunlich ist, dass auch im schulischen Wirtschaftsunterricht, der

³⁶ Diese Erkenntnisse finden sich teilweise auch in der für das BMELV erstellten Studie der Prognos AG über „Frauen und Finanzdienstleistungen“. Auch wenn gegen einzelne Studien methodische Einwände, z. B. hinsichtlich des Fragenprogramms, erhoben werden können, muss festgestellt werden, dass keine der Studien, die

grundsätzlich marktwirtschaftlich orientiert ist und die Käuferrolle der Haushaltsmitglieder betont, das Thema als vernachlässigt gilt und damit die Bereitstellung entsprechender Unterrichtsmaterialien begründet wird³⁷. Zugleich weisen insbesondere Wirtschaftsdidaktiker und etliche Experten für finanzielle Bildung darauf hin, dass eine isolierte Vermittlung von Finanzkompetenz nicht ausreicht, sondern in einen umfassenden ökonomischen Bildungskontext einzubetten sei³⁸. Eine abstrakte, modelltheoretisch verkürzte Wirtschaftslehre greift hier allerdings zu kurz. Denn der zu berücksichtigende Kontext ergibt sich vor allem aus der Selbstorganisation in der Alltags- und Lebensökonomie, ausgehend vom eigenen Haushalt und dem sozioökonomischen Nahbereich³⁹. Wenn keine Grundlagen für eine finanzwirtschaftliche Bildung im Kindes- und Jugendalter gelegt werden konnten, wird die Erreichbarkeit im Erwachsenenalter erfahrungsgemäß erschwert. Dies belegen zahlreiche Versuche, die Zielgruppe erwachsener Haushaltsmitglieder zu erreichen und ist aktuell im Hinblick auf die Förderung der privaten Altersvorsorge als Problem erkannt worden. Spezielle Programme sollen hier gezielt aufklären⁴⁰. Es gibt zwar ein sehr vielfältiges, kaum überschaubares Angebot an Programmen und Projekten der Finanzbildung für Jugendliche und Erwachsene, aber keine Qualitätsstandards und wenig gesicherte Erkenntnisse über die Wirksamkeit⁴¹.

IV.3. Ernährungsverhalten und Gesundheit

(59) Beim heutigen Angebot auf dem Lebensmittel- und Gesundheitsmarkt reicht es nicht mehr aus, Nahrungs- und Genussmittel ausschließlich nach den Entscheidungskriterien „Preis“ und „Qualität“ auszuwählen und zu kaufen. Die Diversifizierung des Produktangebots im Spannungsfeld zwischen Gesundheitsorientierung, Genussorientierung, Wellness und ökologischer Nachhaltigkeit bietet zwar vielfältige Möglichkeiten, individuelle Lebensformen und Lebensstile zu verwirklichen; dies erfordert jedoch von den Verbrauchern die Kompetenz, sich kritisch mit den neuen Produktentwicklungen im Lebensmittel- und Gesundheitsbereich auseinandersetzen zu können. Die zu erlangenden Ernährungskompetenzen sind nicht nur individuell erstrebenswert, sondern auch für die Gesellschaft bzw. das Gesundheitswesen unverzichtbar. Die Kompetenz, sich im Sinne der Salutogenese gesundheits- und genussorientiert zu ernähren, kann dazu beitragen, die aufgrund von Fehlernährung entstandenen direkten Behandlungskosten (ca. 80 Mrd. Euro in 2004) zu reduzieren.

vom Hauptautor bisher zur Kenntnis genommen werden konnten, zu dem Ergebnis kommt, das Wissen bzw. die Kompetenz in diesem Bereich sei ausreichend.

³⁷ Vgl. Kaminski, H., et al.: Unterrichtseinheit „Finanzielle Allgemeinbildung“. Handelsblatt macht Schule. Download im Internet unter <http://handelsblattmachtschule.de/>, hier S. 7.

³⁸ Vgl. z. B. die Grundsätze und Prinzipien in dem EU-Projekt von Bruyndonckx, M.; Jérusalmy, O.: FES – Financial Education and Better Access to Adequate Financial Services. Report of the Survey on Financial Education (April 2007). Marchienne-au-Pont (Belgien). Download im Internet: <http://www.fes.today.net>.

³⁹ Für die Erwachsenenbildung sei auch hier auf das Material des Verbraucherzentrale Bundesverbandes „Neue Hauswirtschaft“ hingewiesen, in dem eine solche Einbettung beispielhaft gelungen ist.

⁴⁰ Vgl. im Internet: <http://www.altersvorsorge-macht-schule.de/>.

⁴¹ Vgl. dazu z. B. Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Mitteilung der Kommission. Vermittlung und Erwerb von Finanzwissen. Brüssel, vom 18.12.2007 (KOM(2007) 808 endgültig, S. 6-7; OECD: Improving Financial Literacy. Analysis of Issues and Policies. Paris 2005, S. 54 ff. Reifner, U.: Finanzielle Allgemeinbildung als Ergänzung zur Schuldnerberatung. In: Verbraucherzentrale Bundesverband (Hg.): Schuldenreport 2006, S. 315-339, hier S. 330.

(60) Für ein gesundheitsförderndes Ernährungsverhalten können mit Bezug auf die aktuelle Diskussion die folgenden Kompetenzen als erforderlich gelten⁴²:

- Ernährung als produktiven Prozess der Lebenserhaltung, Lebensgestaltung und Persönlichkeitsbildung verstehen,
- Markt-, Produkt- und Bedarfstransparenz erlangen,
- Gesundheitsförderung hochrangig berücksichtigen,
- Kennzeichnungen von Lebensmitteln kritisch betrachten,
- Gesundheits- und Ernährungsbildung erlangen und aktuell halten.

(61) Die Ernährung dient zunächst der Erhaltung und Entwicklung der Vitalfunktionen und damit auch von Humanvermögen sowie der Gewinnung von Lebenszufriedenheit. Ein persönlich erfolgreiches Ernährungsverhalten erfordert folglich, eigene Bedürfnisse und Bedarfe mit ökonomischen, arbeitswirtschaftlichen, zeitlichen, sozialen und kognitiven Ressourcen (Humanvermögen) in Einklang zu bringen. Der von den Privathaushalten und ihren Mitgliedern entwickelte Ernährungsstil als Teil des Lebens- bzw. Haushaltsstils spiegelt diese mehr oder weniger erfolgreiche „Syntheseleistung“⁴³ wider.

(62) Die Fülle und vor allem die Differenziertheit des Angebots von Nahrungsmitteln nach Gewinnungs- und Verarbeitungsverfahren, Konsumreife (Conveniencegrad), Art der Präsentation, Bewerbung und Kennzeichnung stellen erhebliche Anforderungen an die Fähigkeit, Markt-, Produkt- und Bedarfstransparenz für sich herzustellen und insbesondere klären zu können, was lebenslage- und situationsspezifisch gesund/ungesund bzw. gesundheitsförderlich sei.

(63) Im Hinblick auf die gesundheitsbezogene Kennzeichnung geht es um das Verstehen der Lebensmittel- und Nährwertkennzeichnung auf der Grundlage der Europäischen Health Claims Verordnung. Ob und inwieweit die derzeitige Nährwertkennzeichnung und/oder das sog. Ampelsystem eine echte Entscheidungshilfe beim Abwägen und Kalkulieren der angegebenen Nährstoffzufuhr im Verhältnis zur empfohlenen Gesamtenergie- und Nährstoffzufuhr pro Tag bietet, ist zurzeit noch nicht geklärt.

(64) Ernährungskompetenzen werden zunächst während der Sozialisation in der Familie und in außerfamiliären Institutionen ausgebildet. Der Verlust der originären Beziehung zur Herkunft der Lebensmittel (aufgrund des überwiegenden Angebots von Halbfertig- und Fertigprodukten), der Verlust an Lebensmittelidentität (Konsumenten erleben den Erwerb von Lebensmitteln im Supermarkt nicht mehr anders als Non-Food-Produkte), der Verlust der Lebensmittel Wertschätzung („es fehlt an nichts“) sowie der Verlust der emotionalen Beziehung (kulturelle Bedeutung von Lebensmitteln)⁴⁴ hat u. a. zur Begründung einer Revision der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen (REVIS) und zu den dabei entwickelten Bildungszielen geführt. Folgende Bildungsziele seien beispielhaft genannt: „Ernährung gesundheitsförderlich gestalten“; „Sicher in Kultur und Technik der Nahrungszubereitung und

⁴² Vgl. Leonhäuser, I.-U.: Ernährungskompetenz im Kontext einer Risiko- und Erlebnisgesellschaft. In: Methfessel, B.; Schlegel-Matthies, K. (Hg): Fokus Haushalt. Beiträge zur Sozioökonomie des Haushalts. Schneider Verlag Hohengehren GmbH, Baltmannsweiler 2003, S. 117-129; Beer, S.: Nutrition Literacy and Illiteracy. In: DGE (Hg.): Aktuelle Aspekte in der Ernährungsbildung und -beratung. Tagungsband zur Arbeitstagung der DGE 2005, S. 39-43; Methfessel, B.: Bedingungen und Barrieren der Ernährungsbildung. In: DGE (Hg.): Aktuelle Aspekte in der Ernährungsbildung und -beratung. Tagungsband zur Arbeitstagung der DGE 2005, S. 43-51.

⁴³ Methfessel, B., a.a.O., S. 43.

⁴⁴ Pudiel, V.: Immer nur Pizza, Pommes und Spaghetti: was essen und trinken Kinder gerne und warum? In: Leonhäuser, I.-U.; Berg, I. (Hg): Kids & Food: Essverhalten von Kindern – Wunsch und Wirklichkeit. Schriftenreihe der AMC-Akademie für Ernährungskommunikation e. V., 1999, Band V, S. 33-46.

Mahlzeitengestaltung handeln“; „Konsumententscheidungen reflektiert, qualitätsorientiert und nachhaltig treffen“.

(65) Die Forderung im Rahmen eines neuen Ernährungs- und Verbraucherbildungskonzepts (REVIS) in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen für Kinder und Jugendliche zielt darauf ab, die sog. „Health and Nutrition Literacy“ wieder herzustellen. Das Konzept „Health and Nutrition Literacy“ wird seit der PISA Studie (OECD 2001) im deutschen Bildungssystem verfolgt. Im Mittelpunkt steht „Ernährung“, „Essen und Trinken“ als zu vermittelndes Kulturgut und zu vermittelnde Kulturtechniken⁴⁵. Da das Ess- und Gesundheitsverhalten nicht nur durch sozioökonomische und kulturelle Faktoren, sondern auch durch eine Vielzahl von psychosozialen Einflüssen bestimmt wird, sollte eine Ernährungs- und Verbraucherbildung auch dazu befähigen, sich mit der eigenen Essbiographie als Voraussetzung für selbstbewusste Lernprozesse auseinanderzusetzen. Damit verbunden ist das Ziel, das eigene Ernährungs- und Gesundheitsverhalten zur Prävention von Essstörungen und von Orthorexia⁴⁶ zu reflektieren. Dazu gehört auch, die eigene Ernährungsversorgung im Verhältnis zu den außerhäuslichen Ernährungsversorgungsangeboten in einzelnen alltäglichen Lebensräumen („Settings“) in Bezug auf Kompatibilität, Komplementarität und Substitution zu überprüfen.

V. Schlussfolgerungen

(66) Den objektiv hohen und sehr wahrscheinlich noch zunehmenden Anforderungen in den hier betrachteten Bereichen der Verbraucherkompetenz steht ein insgesamt unbefriedigendes Angebot zur Vermittlung der erforderlichen Kompetenzen gegenüber. Unwirtschaftliche Haushaltsführung, falsche Finanzentscheidungen und Fehlernährung mit Gesundheitsfolgen führen nicht nur zu individuellen Einbußen an Lebensqualität, sondern auch zu gesellschaftlichen Wohlfahrtsverlusten. Für die Verbraucherpolitik bedeutet dies, dass in einzelnen Zielbereichen mehr erreicht werden könnte, wenn die entsprechenden Kompetenzen gefördert würden. Generell ist davon auszugehen, dass ein hoher Stand an Verbraucherkompetenz nicht nur im Hinblick auf eine individuell befriedigende Konsumsituation und die Koordination des Konsums mit anderen Lebenswelten, sondern auch für die Wettbewerbs- und Konsumfreiheit und eine nachhaltige Entwicklung erforderlich ist. Durch Verbraucherinformation und Verbraucherbildung wird die Markttransparenz erhöht und das strukturelle Ungleichgewicht zwischen Anbietern und Nachfragern verringert. Da es sich hierbei nicht um ein spezifisch deutsches Problem handelt, sondern in vielen Ländern ein Mangel an Verbraucherkompetenzen konstatiert wird, gibt es nicht nur national, sondern auch auf europäischer Ebene Überlegungen und Empfehlungen, für ein ausreichendes Niveau der Verbraucherinformation und -bildung zu sorgen.

(67) Die seit Jahrzehnten bekannten Erkenntnisse der sozialökonomischen Verhaltenforschung – die von der neueren empirischen Entscheidungsforschung noch präzisiert werden (vgl. III.2) – zeigen allerdings auch, dass Verbraucher nicht in dem Sinne rational handeln können, wie es die neoklassische ökonomische Modelltheorie unterstellt, sondern unter vielfältigen Restriktionen situations- und stimmungsabhängig von Gefühlen getrieben und sozial beeinflusst agieren und höchstens begrenzte Rationalität walten lassen können. Folglich müssen die Bemühungen um die Stärkung von Kompetenzen, die auf die Förderung von vernunftgeleiteten Handlungen zielen, durch eine Gestaltung von Märkten und anderen öffentli-

⁴⁵ Vgl. dazu Projektgruppe REVIS: Curriculum der Ernährungs- und Verbraucherbildung. In: Haushalt und Bildung, 83. Jg., 2006, H. 1, S. 46-54.

⁴⁶ Orthorexia nervosa ist eine Essstörung, bei der die Betroffenen ein auffallend ausgeprägtes Verlangen danach haben, sich möglichst „gesund“ zu ernähren.

chen Versorgungsinstitutionen ergänzt werden, die den unter Abschnitt III.3 angesprochenen Verhaltenstendenzen Rechnung tragen. Hier sind insbesondere rechtliche Rahmenbedingungen zu schaffen bzw. auszubauen, die den bildungsbezogenen Anforderungsdruck auf die Nachfrager verringert. Zum einen muss der gesundheitliche und wirtschaftliche Verbraucherschutz die Verhaltenstendenzen der „Menschen, wie sie sind“, in rechtlichen Regelungen berücksichtigen. Zum anderen müssen die Anbieter für eine verantwortliche Leistungserbringung in die Pflicht genommen werden.

(68) Auch die Möglichkeiten des Bildungswesens sind begrenzt. Weder kann angebotsseitig vom Bildungssystem die Lösung aller hier genannten Probleme erwartet werden, noch ist zu erwarten, dass Bildungsmaßnahmen in diesem Bereich von allen Menschen gleichermaßen angenommen und umgesetzt werden können. Die Gestaltung von Rahmenbedingungen und Regelungen für bestimmte Bereiche ist folglich unabdingbar. Bildung ist, wie bereits einleitend gesagt, nur ein Instrument der Verbraucherpolitik. Daneben ist mit Bezug auf das hier verfolgte Anliegen einer Stärkung der Verbraucherkompetenz insbesondere die Verbraucherinformation zu optimieren. Allerdings werden Informationen umso eher aufgenommen und umso besser verarbeitet und umso effektiver umgesetzt, je mehr sie sich in bereits vorhandene Wissensbestände und Handlungsmuster einfügen. Dies gilt z. B. auch für die Akzeptanz von rechtlichen Regelungen sowie von Empfehlungen und von Warnungen, z. B. im Zusammenhang mit der Gestaltung eines gesundheitszuträglichen Konsums. Nur wenn Verbraucher wissen, welche Informationen sie haben sollten, können sie einen Mangel an Information feststellen. Es geht folglich sowohl um eine grundlegende Sensibilisierung als auch um die Schaffung von Anschlussfähigkeit.

(69) Neben dem bereits länger beklagten insgesamt nicht zufrieden stellenden Ernährungsverhalten sind in den vergangenen Jahren insbesondere die mangelhaften Kompetenzen in der Haushaltsführung im Allgemeinen und im Umgang mit Geld und Finanzdienstleistungen im Besonderen aufgefallen. Darunter leiden eine zunehmende Zahl von Haushalten, vor allem mit Finanzproblemen, aber auch die nationalen Märkte und die Entwicklung eines einheitlichen europäischen Binnenmarktes für Finanzdienstleistungen. Die Europäische Kommission hat deshalb dringend empfohlen, Maßnahmen der Finanzbildung zu ergreifen⁴⁷. Hier werden diese Empfehlungen mit Blick auf die nationalen Gegebenheiten teils verallgemeinert, teils konkretisiert.

(70) Für die Förderung von ernährungs- und gesundheitsbezogenen sowie wirtschaftlichen und finanziellen Kompetenzen im Sinne einer Allgemeinbildung bedarf es einer frühen Grundlegung, um Gewohnheiten zu entwickeln. Dafür reichen die Sozialisationsbemühungen in den Familienhaushalten erfahrungsgemäß nicht aus. Notwendig ist eine Grundbildung in den allgemein bildenden Schulen, und zwar in aufbauender Weise von der Grundschule bis zum Schulabschluss. Diese Grundbildung ist zu ergänzen durch weitergehende, problem- bzw. lebensabschnittspezifische Angebote der Erwachsenenbildung, die bei Bedarf „abgerufen“ werden können. Nur wenn tragfähige Grundlagen gelegt worden sind, kann erwartet werden, dass Sensibilität, Motivation, Bereitschaft und kognitive Aufnahmefähigkeit für die Annahme solcher Angebote im Erwachsenenalter vorhanden sind. Die Angebote der Basisbildung wie auch die der Spezialbildung müssen und können wegen der Trennung in Grundlagen und Aufbauwissen alltags- und lebensweltlich ausgerichtet sein; sie müssen zugleich in

⁴⁷ Vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Grünbuch über Finanzdienstleistungen für Privatkunden im Binnenmarkt. Brüssel, vom 30.4.2007 (KOM(2007) 226 endg.; Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Mitteilung der Kommission. Vermittlung und Erwerb von Finanzwissen. Brüssel, vom 18.12.2007 (KOM(2007) 808 endgültig).

einer sprachlich gut verständlichen und didaktisch ansprechenden Weise dargeboten werden.⁴⁸

(71) Für die Etablierung der genannten Bildungsbereiche bedarf es eines Umdenkens in der Frage, was zur Allgemeinbildung gehört. Noch ist nicht in allen Bereichen des Bildungssystems, insbesondere nicht in den allgemein bildenden Schulen, akzeptiert, dass der Umgang mit Nahrung und Gesundheit sowie mit Geld und Finanzdienstleistungen im Rahmen der Selbstorganisation als ökonomischer Akteur einer systematischen Vermittlung bedarf. Zwar gibt es Schulfächer, in denen die Vermittlung der angesprochenen Kompetenzen angestrebt wird, aber diese Fächer gehören fast nirgendwo zum Pflichtbereich und müssen um ihre Existenz ringen. Sowohl die wirtschaftlichen bzw. wirtschaftsnahen als auch die ernährungsbezogenen Schulfächer sind in Diskussionsprozessen und auf der Suche nach neuen Konzepten, die eine bessere Verankerung in den Lehrplänen und Studentafeln erhoffen lassen⁴⁹. Aber auch die Reformansätze werden aus fachlicher und didaktischer Sicht kritisch kommentiert: Die frühkindliche Ernährungserziehung ist nicht ausreichend entwicklungspsychologisch fundiert, und die schulische Wirtschaftsbildung ist mehr an der akademischen Wirtschaftstheorie orientiert als an der Ökonomie des Alltags⁵⁰.

(72) Angesichts des breiten Spektrums der hier betrachteten Verbraucherkompetenzen, von Ernährung und Gesundheit bis Wirtschaft und Finanzen, stellt sich insbesondere die Frage, ob die Vermittlung der fachlichen Grundlagen an die zukünftigen Lehrkräfte im Studium und an die Schüler in einem Schulfach „Ernährungs- und Verbraucherbildung“ oder in einem Lernfeld „Verbraucherbildung“ geleistet werden kann. Während Kompetenzen in Ernährungsfragen auf Gesundheit fokussiert sind und folglich in einen biologisch-naturwissenschaftlichen Zusammenhang gehören, steht für das Wirtschaften im Alltag und den Umgang mit Geld und Finanzdienstleistungen die Frage der ökonomischen Kosten und Nutzen im Mittelpunkt, die in haushaltswirtschaftlich-ökonomische Zusammenhänge einzubetten wäre. Fraglich ist auch, welche Zielinhalte insgesamt anzustreben sind und wie diese auf Grund- und Spezialbildung verteilt werden.

VI. Verbraucherpolitische Herausforderungen und Handlungsempfehlungen

(73) Die offenen Fragen bedürfen der Klärung, die verbraucherpolitischen Herausforderungen können bewältigt werden. Dazu werden abschließend folgende Einschätzungen und Empfehlungen gegeben:

1. Konsum hat als Aufgabe der Lebens- und Gemeinschaftsgestaltung im Leben der Menschen einen zentraleren Stellenwert gewonnen. Die Konsumgestaltung ist komplexer und strategischer geworden und bedarf daher einer stärkeren Berücksichtigung in Schulen zur Kompetenzverbesserung.

⁴⁸ Vgl. Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Mitteilung der Kommission. Vermittlung und Erwerb von Finanzwissen. Brüssel, vom 18.12.2007 (KOM(2007) 808 endgültig, S. 8-10.

⁴⁹ Vgl. dazu Fußnote 43 sowie z. B. Zöllner, H. et al. (2006): Kerncurriculum Lernbereich Beruf-Haushalt-Technik-Wirtschaft/Arbeitslehre (KecuBHTW). Mimeo, ohne Ort, 08.2006; Kaminski, H.; unter Mitarbeit von Burkhard, K.-J.: Konzeption für die ökonomische Bildung als Allgemeinbildung von der Primarstufe bis zur Sekundarstufe II. Im Auftrag des Bundesverbandes deutscher Banken. Berlin, Mai 2008.

⁵⁰ Vgl. z. B. Hassel, H.: Ernährungsbildung auf dünnem Eis? Möglichkeiten und Grenzen der pädagogischen Intervention in Kindergarten und Schule. In: Ernährung im Fokus, 8. Jg., 2008, H. 4, S. 114-121; Piorkowsky, M.-B.: Wirtschaften als fundamentale Kompetenz. In: Päd Forum: unterrichten erziehen, 34./25. Jg., 2006, H. 6, S. 342-349.

2. Angesichts der verstärkten Komplexität der heutzutage notwendigen Konsumkompetenz müssen Prioritäten entwickelt werden („Key Points“, „Top Ten“ u. ä.), damit die verbraucherpolitische Aufgabe der Kompetenzförderung nicht zu groß wird und die Verbraucher nicht zu sehr belastet werden.
3. Bei der Entwicklung von Strategien zur Kompetenzverbesserung ist eine Segmentierung erforderlich. Es wird nicht jeder Verbraucher gleich kompetent sein müssen und können.
4. Angesichts der zunehmenden Überschneidung der Verbraucherrolle mit anderen Lebenswelten (z. B. Verbraucher als Patient, als Bildungsempfänger, generell als Bürger) ist bei der verbraucherpolitischen Aufgabe der Kompetenzförderung eine Vernetzung innerhalb des NGO-Sektors mehr denn je erforderlich. Die aufgeführten Kompetenzen lassen sich auch nicht ausschließlich der Verbraucherpolitik zuordnen. Vielmehr überschneiden sich die Anforderungen und damit auch die Aufgaben, insbesondere mit den Ressorts für Familie sowie für Wirtschaft.
5. Über die oft engen Grenzen der Fachgesellschaften hinaus sollte ein nationaler Runder Tisch zu Fragen der Vermittlung von Verbraucherkompetenz etabliert werden. Aufgabe des Gremiums sollte es sein, die Ansätze der schulischen und außerschulischen Bildung in diesem Bereich zu sichten, zu bewerten und Vorschläge für die mittel- und langfristige Umsetzung in den Bildungseinrichtungen zu erarbeiten.
6. Zugleich sollten Empfehlungen für die kurzfristige Deckung des Bedarfs an verbraucherbezogener Bildung in den allgemein bildenden Schulen abgeleitet werden, z. B. die Einführung von alltags- und lebensweltlich ausgerichteten Basiskursen zur Fragen der Gestaltung der (Haus-)Wirtschaft und Finanzen sowie der Ernährung und Gesundheit.
7. Wegen der Bildungshoheit der Bundesländer sollte eine entsprechende Initiative über die Kultusministerkonferenz auf den Weg gebracht werden, wie dies mit dem Beschluss der Verbraucherschutzministerkonferenz am 18./19. September 2008 zur „Stärkung der Finanzkompetenz bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen“ vorgesehen ist. Wünschenswert wäre ein bundesweit abgestimmtes und vergleichbares Angebot zur Förderung von Verbraucherkompetenzen, um auch hiermit zur Gleichwertigkeit der Lebensverhältnisse beizutragen.
8. Die zunehmende Dynamik der Märkte und der Leistungsangebote führt zu einer fortlaufende Veränderung der Anforderungen an Konsumkompetenz, wie sich insbesondere am Beispiel der Informations- und Kommunikationstechnik zeigt. Daher ist der Erwerb von Konsumkompetenz zunehmend auch eine Aufgabe des lebenslangen Lernens. Es folgt daraus die Notwendigkeit einer Kooperation der Verbraucherpolitik mit Weiterbildungsinstitutionen.
9. Wenn Kompetenzvermittlung eine komplexere Aufgabe der Verbraucherpolitik wird, muss über den finanziellen Rahmen nachgedacht werden. Hier gibt es drei Strategien: (a) Entwicklung von Finanzierungsmodellen mit der Anbieterseite, die hier nicht aus der Pflicht entlassen werden darf; (b) Stärkung des „Dritten Sektors“, also der Nonprofit Organisationen, und strategische Vernetzung; (c) Hilfe zur Selbsthilfe bei der lebenslangen Aufgabe der Kompetenzverbesserung bei dem einzelnen Verbraucher, z. B. durch die Moderation von Internetdialogen.
10. Kompetenzentwicklung und -förderung ist nicht nur eine Frage der Verbraucherbildung, sondern auch der Verbraucherinformation. Durch intelligente Verbraucherinformationssysteme müssen möglichst durchgreifende Entlastungen für die Verbraucher geschaffen werden, damit sie die höhere Komplexität des Konsums und der Anforderungen an Konsumkompetenz bewältigen können. Dazu ist auf Verbraucherseite die Ausbildung von mehr Kommunikationsfähigkeit als eine Metakompetenz erforderlich.

Quellenangaben

- Albers, H.-J.: Die privaten Haushalte als Wirtschaftssektor. In: May, H. (Hg.): Handbuch zur ökonomischen Bildung. 8., unwesentlich veränderte Aufl., Oldenbourg Verlag, München, Wien 2005, S. 49-62.
- Andreß, H.-J. et al.: Wenn aus Liebe rote Zahlen werden. Über die wirtschaftlichen Folgen von Trennung und Scheidung. Berlin 2003.
- Angele, J.: Überschuldung privater Haushalte im Jahr 2006. In: Wirtschaft und Statistik, 2007, H. 10, S. 984-959.
- Baumert, J. et al. (Hg.): PISA 2000. Basiskompetenzen von Schülerinnen und Schülern im internationalen Vergleich. Deutsches PISA-Konsortium. Verlag Leske und Budrich, Opladen 2001.
- Beer, S.: Nutrition Literacy and Illiteracy. In: DGE (Hg.): Aktuelle Aspekte in der Ernährungsbildung und -beratung. Tagungsband zur Arbeitstagung der DGE 2005, S. 39-43.
- Bertelsmann Stiftung/Heinz Nixdorf Stiftung/Ludwig-Erhard-Stiftung (Hg.) (1999): Wirtschaft in die Schule. Eine umfassende Analyse der Lehrpläne für Gymnasien. Entstanden im Rahmen des Pilotprojekts „Wirtschaft in die Schule!“. Hans Jürgen Schlösser, Birgit Weber. Mit einem Beitrag von Hans Kaminski. Verlag Bertelsmann Stiftung, Gütersloh 1999.
- Bruyndonckx, M.; Jérusalmy, O.: FES – Financial Education and Better Access to Adequate Financial Services. Report of the Survey on Financial Education (April 2007). Marchienne-au-Pont (Belgien). Download im Internet: <http://www.fes.today.net>.
- Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung (Hg.): Lebenslagen in Deutschland. Der erste Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung. Berlin, April 2002.
- Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (Hg.): Strategische Grundsätze und Leitbilder einer neuen Verbraucherpolitik. Diskussionspapier des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik bei BMVEL. Berlin 2003.
- Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (Hg.): Verbraucherinformation als Instrument der Verbraucherpolitik Konzeptpapier des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik bei BMVEL. Berlin 2003.
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hg.): Verbraucherpolitik-Forschung. Konzeptpapier des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik bei BMVEL. Berlin 2004.
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hg.): Grundsatzpapier Ernährungspolitik des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik bei BMVEL. Berlin 2005.
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hg.): Verbraucherpolitik in der digitalen Welt. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik bei BMELV. Berlin 2006.
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Hg.): Stellung des Verbrauchers/Patienten im liberalisierten Gesundheitsmarkt. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik bei BMELV. Berlin 2008.
- Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung (Hg.): Lebenslagen in Deutschland. Der 2. Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung. Berlin, April 2005.
- Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (Hg.): Strategische Grundsätze und Leitbilder einer neuen Verbraucherpolitik. Berlin 2003.
- Commerzbank Ideenlabor (Hg.): Kanon der finanziellen Allgemeinbildung. Frankfurt 2002.

- Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft (Hg.): *Kompetent im Alltag! Memorandum für eine haushaltsbezogene Bildung: frühzeitig, aufbauend, lebenslang. Wege zu einer zeitgemäßen und zukunftsorientierten Bildung.* Bonn 2001.
- Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft (Hg.): *Finanzkompetent im Alltag! Leitsätze der Deutschen Gesellschaft für Hauswirtschaft für eine familien- und haushaltsbezogene finanzwirtschaftliche Bildung.* Entschließung anlässlich der Fachtagung „Finanzielle Alphabetisierung – Strategien der dgh für neue Bildungskonzepte und gesellschaftliche Bündnisse“ am 23./24.09.2004 in Potsdam.
- Deutsche Gesellschaft für Hauswirtschaft (Hg.): *Konzertierte Aktion zur Armutsprävention. Das erste Armutspräventionsprogramm der Bundesregierung. Evaluation von hauswirtschaftlichen Praxis- und Bildungsprojekten.* Aachen, Bonn 2004.
- Deutsche Gesellschaft für ökonomische Bildung (Hg.): *Kompetenzen der ökonomischen Bildung für allgemein bildende Schulen und Bildungsstandards für den mittleren Schulabschluss.* Mimeo. April 2004.
- Greenspan, A.: *Financial Literacy: A Tool for Economic Progress.* In: *The Futurist*, July/August 2002, S. 37-41.
- Gröppel-Klein, A.: *Verhaltenswissenschaftliche Ansätze im Marketing.* In: Köhler, R.; Küpper, H.-U.; Pfingsten, A. (Hg.): *Handwörterbuch der Betriebswirtschaft.* Sechste, vollständig neu gestaltete Aufl., Stuttgart 2007, Sp.1880-1888.
- Hansen, U.: *Verbraucherpolitik.* In: Köhler, R.; Küpper, H.-U.; Pfingsten, A. (Hg.): *Handwörterbuch der Betriebswirtschaft.* Sechste, vollständig neu gestaltete Aufl., Schäffer-Poeschel-Verlag, Stuttgart 2007, Sp. 1871-1879.
- Hassel, H.: *Ernährungsbildung auf dünnem Eis? Möglichkeiten und Grenzen der pädagogischen Intervention in Kindergarten und Schule.* In: *Ernährung im Fokus*, 8. Jg., 2008, H. 4, S. 114-121.
- Jungermann, H./Pfister, H.-R./Fischer, K.: *Die Psychologie der Entscheidung. Eine Einführung.* 2. Aufl., Elsevier Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg 2005.
- Kahneman, D./Tversky, A.: *Advances in Prospect Theory. Cumulative Representation of Uncertainty.* In: Dies. (Hg.): *Choices, Values, and Frames.* Cambridge University Press, Cambridge 2003, S. 44-65.
- Kaminski, H.; unter Mitarbeit von Burkhard, K.-J.: *Konzeption für die ökonomische Bildung als Allgemeinbildung von der Primarstufe bis zur Sekundarstufe II.* Im Auftrag des Bundesverbandes deutscher Banken. Berlin, Mai 2008.
- Klein, A./Kern, K./Geißel, B./Berger, M.: *Zivilgesellschaft und Sozialkapital. Herausforderungen politischer und sozialer Integration.* VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2004.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften: *Grünbuch über Finanzdienstleistungen für Privatkunden im Binnenmarkt.* Brüssel, vom 30.4.2007 (KOM(2007) 226 endg.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften: *Mitteilung der Kommission. Vermittlung und Erwerb von Finanzwissen.* Brüssel, vom 18.12.2007 (KOM(2007) 808 endgültig.
- Kotz, H.-H.: *Increasing Financial Capability. Underwriting the Provision of a Public Good.* Download im Internet: http://ec.europa.eu/internal_market/finservices-retail/docs/capability/conference/opening-address_en.pdf.
- Landesarbeitsgemeinschaft Schuldner- und Insolvenzberatung Berlin e. V. : *Was-was-kostet.* In: Download im Internet unter: <http://www.was-was-kostet.de>.
- Landesgirokasse Stuttgart (Hg.): *Unternehmen Haushalt.* Landesgirokasse Stuttgart, 1989.

- Leonhäuser, I.-U.: Ernährungskompetenz im Kontext einer Risiko- und Erlebnisgesellschaft. In: Methfessel, B.; Schlegel-Matthies, K. (Hg.): Fokus Haushalt. Beiträge zur Sozioökonomie des Haushalts. Schneider Verlag Hohengehren GmbH, Baltmannsweiler 2003, S. 117-129.
- Maital, S. (Hg.): Recent developments in behavioural economics. The International Library of Critical Writings in Economics, No. 204. Edward Elgar. 2007.
- Mantseris N.: Finanzielle Bildung als Schuldenprävention. Zu einem Konzept „Finanzkompetenz“. In: NDV – Nachrichtendienst des Vereins für öffentliche und private Fürsorge, 88. Jg., 2008, H. 5, S. 220-224.
- Methfessel, B.: Bedingungen und Barrieren der Ernährungsbildung. In: DGE (Hg.): Aktuelle Aspekte in der Ernährungsbildung und -beratung. Tagungsband zur Arbeitstagung der DGE 2005, S. 43-51.
- Micheletti, M.; Follesdal, A. (Hg.): Shopping for Human Rights. Journal of Consumer Policy, Vol. 30, No. 3, September 2007.
- Nöth, M.; Weber, M.: Behavioral Finance. In: Köhler, R.; Küpper, H.-U.; Pflingsten, A. (Hg.): Handwörterbuch der Betriebswirtschaft. Sechste, vollständig neu gestaltete Aufl., Stuttgart 2007, Sp. 86-94.
- Organisation for Economic Co-operation and Development: Measuring student knowledge and skills: The PISA 2000 assessment of reading, mathematical, and scientific literacy. Paris 2000.
- Organisation for Economic Co-operation and Development: Improving Financial Literacy. Analysis of Issues and Policies. Paris 2005.
- O.V.: Beraten und Verkauft. Kreditberatung. In: Finanz-Test, 2/2007, S. 12-17.
- Petry, J.: Psychotherapie der Glücksspielsucht. Beltz Verlag, Weinheim 1996.
- Piorkowsky, M.-B.: Armutsprävention durch Stärkung von Haushaltsführungskompetenzen. In: Hauswirtschaft und Wissenschaft, 48. Jg., 2000, H. 2, S. 82-85.
- Piorkowsky, M.-B.: Armut, Armutsforschung und Armutsprävention. In: Hauswirtschaft und Wissenschaft, 51. Jg., 2003, H. 4, S. 204-210.
- Piorkowsky, M.-B.: Wirtschaften als fundamentale Kompetenz. In: Päd Forum: unterrichten erziehen, 34./25. Jg., 2006, H. 6, S. 342-349.
- Piorkowsky, M.-B.: Best Practice in finanzieller Allgemeinbildung. In: Bank und Markt. Zeitschrift für Retailbanking, 37. Jg., 2008, H. 6, S. 29-31.
- Präventionsnetzwerk Finanzkompetenz: Präambel. Download im Internet: <http://www.praeventionsnetzwerk-finanzkompetenz.de>.
- Projektgruppe REVIS: Curriculum der Ernährungs- und Verbraucherbildung. In: Haushalt und Bildung, 83. Jg., 2006, H. 1, S. 46-54.
- Prognos AG: Endbericht zum Projekt Frauen und Finanzdienstleistungen. Projektnr. 05HS008. Berlin, 28. Feb. 2006.
- Pudel, V.: Immer nur Pizza, Pommes und Spaghetti: was essen und trinken Kinder gerne und warum? In: Leonhäuser, I.-U.; Berg, I. (Hg.): Kids & Food: Essverhalten von Kindern – Wunsch und Wirklichkeit. Schriftenreihe der AMC-Akademie für Ernährungskommunikation e. V., 1999, Band V, S. 33-46.
- Reifner, U.: Finanzielle Allgemeinbildung. Bildung als Mittel der Armutsprävention in der Kreditgesellschaft. Nomos Verlag, Baden-Baden 2003.
- Reifner, U.: Finanzielle Allgemeinbildung als Ergänzung zur Schuldnerberatung. In: Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (Hg.): Schuldenreport 2006, S. 315-339.

- Rychen, D. S./Salganik, L. H. (Hg.): Defining and Selecting Key Competencies. Hogrefe & Huber Publishers, Seattle u. a. 2001.
- Rychen, D. S./Salganik, L. H. (Hg.): Key Competencies for a Successful Life and a Well-Functioning Society. Hogrefe & Huber Publishers, Seattle u. a. 2003.
- Schufa Holding AG: Die Charlotte Checker Story. Download im Internet unter: <http://www.schufamachtschule.de>.
- Seiffge-Krenke, I./Gelhaar, T.: Entwicklungsregulation im jungen Erwachsenenalter. Zwischen Partnerschaft, Berufseinstieg und Gründung eines eigenen Haushalts. In: Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie, 38. Jg., H. 1, S. 18-31.
- Sen, A. K.: Commodities and capabilities. Amsterdam, New York, Oxford 1995.
- Steinel, M.; Skaletzki, C.: Hauswirtschaftliches Wissen der Bevölkerung im Freistaat Sachsen. In: Hauswirtschaft und Wissenschaft, 49. Jg., 2000, H. 2, S. 71-76.
- Sulkunen, P. et al. (Hg.): Constructing the New Consumer Society. New York 1997.
- Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. – vzbv (Hg.): Neue Hauswirtschaft. Ein Material für Multiplikator/innen der familien- und haushaltsbezogenen Bildung. Berlin 2005.
- Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. – vzbv (Hg.): „PISA“ in der Verbraucherbildung. Sind wir alle Konsum-Analphabeten? Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2005.
- Weinert, F. W.: Concept of Competence: A Conceptual Clarification. In: Rychen, D. S./Salganik, L. H. (Hg.): Defining and Selecting Key Competencies. Hogrefe & Huber Publishers, Seattle u. a. 2001, S. 45-65.
- Weng, W.: Finanzkompetenz. In: May, H.; May, U. (Hg.): Lexikon der ökonomischen Bildung, 6., völlig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Aufl., Oldenbourg Verlag, München, Wien 2006, S. 225-228.
- Williams, F. L.; Ness, A. J.: Household activities of men and woman and their effect upon perceived sense of control and satisfaction with level of living. In: Journal of Consumer Studies and Home Economics, 22. Jg., Nr. 3, S. 169-190.
- Zapf, W.: Welfare production: Public versus private? In: Social Indicators Research, Vol. 14, 1984, S. 263-274.
- Zöllner, H. et al. (2006): Kerncurriculum Lernbereich Beruf-Haushalt-Technik-Wirtschaft/Arbeitslehre (KecuBHTW). Mimeo, ohne Ort, 08.2006.