



**Clemens-Brentano-Gymnasium, Dülmen**

**Curriculum**

# **Verbraucherbildung in Schule**

*Sekundarstufe I*

Stand: September 2020

## Inhaltsverzeichnis

1. Vorbemerkungen.....	3
2. Rahmenbedingungen der Schule .....	4
3. Verbraucherbildung im Unterricht.....	5
Jahrgangsstufen 5/6 .....	5
Jahrgangsstufen 7/8 .....	9
Jahrgangsstufe 9 (G8) / Jahrgangsstufen 9/10 (G9) .....	13
Gymnasiale Oberstufe.....	16
4. Verbraucherbildung außerhalb des Unterrichts .....	17
5. Anhang.....	19

## 1. Vorbemerkungen

Ziel der Verbraucherbildung, so formuliert es die *Rahmenvorgabe Verbraucherbildung in Schule* von 2017, ist die „Entwicklung eines verantwortungsbewussten Verhaltens als Verbraucherinnen und Verbraucher“ (ebd., S. 7), kurz: einer reflektierten Konsumkompetenz (ebd., S. 8). Oder wie es der Verbraucherzentrale Bundesverband auf seiner Homepage formuliert: „Auch Verbraucherinnen und Verbraucher müssen durch neue Bildungsangebote besser für den Konsumalltag gerüstet werden. Am besten fängt man damit bei Kindern und Jugendlichen an: Verbraucherbildung bedeutet, theoretisches und angewandtes Alltagswissen zu vermitteln, um Licht in den immer dichterem Konsum-, Medien und Finanzdschungel zu bringen. Das gelingt am ehesten, wenn diese Themen zum unverzichtbaren Bestandteil des schulischen Unterrichts werden.“

Um dieses Ziel erreichen zu können, ist die Setzung von fachlichen und pädagogischen Schwerpunkten im Bereich der Verbraucherbildung durch die Schule zwingend notwendig. Dabei wird Verbraucherbildung als Aufgabe aller Fächer sowie der Schule insgesamt angesehen.

Der Hauptteil dieses Curriculums, die Kapitel 3 und 4, umfasst daher zum einen die Kompetenzbereiche und Inhaltsfelder, die vermittelt des Unterrichts der einzelnen Fächer berührt werden. Zum anderen werden all die außerunterrichtlichen schulischen Maßnahmen genannt, die dem Kontext Verbraucherbildung gemäß der Rahmenvorgabe zugeordnet werden können.

Die stetige Evaluation der curricularen Entscheidungen innerhalb der Fachschaften, aber auch die regelmäßige Überprüfung der außerunterrichtlichen Maßnahmen bringen es mit sich, dass dieses Curriculum ein sich stets wandelndes Dokument darstellt. Daher soll im Zweijahresrhythmus eine Überprüfung stattfinden.

## 2. Rahmenbedingungen der Schule

Als mittelgroße Stadt mit ca. 46.000 Einwohnern (inklusive der umliegenden Bauernschaften) verfügt Dülmen nicht über so viele konsumorientierte Einrichtungen wie beispielsweise manche Großstädte. Gleichwohl sind die Jugendlichen vor Ort sowohl durch die Möglichkeiten der Mobilität als auch der Medien regelmäßig mit (vermeintlichen) Konsumententscheidungen konfrontiert: Die über den öffentlichen Nahverkehr leicht erreichbaren Städte des Ruhrgebiets oder Münster bieten weitaus größere Verlockungen als Dülmen selbst oder gar die Ortschaften im Umland der Stadt; nicht zuletzt aber durch Medien (Internet, Fernsehen) werden die Heranwachsenden beeinflusst.

Als Ganztagschule steht das Clemens-Brentano-Gymnasium vor besonderen Herausforderungen bei der Verbraucherbildung, hat aber auch andere Möglichkeiten als eine Halbtagsschule: Unsere Schüler\*innen befinden sich über einen längeren Zeitraum des Tages im geschützten Bereich der Schule. Als Schule, die im Bereich der Digitalisierung vorangeht und derzeit in den Jahrgängen 5 und 6 mit einer Eins-zu-eins-Ausstattung der Schüler\*innen mit Tablets arbeitet, ist uns der kritische Umgang mit diesen Medien besonders wichtig, damit unsere Schüler\*innen für Google und andere große Digitalkonzerne nicht zu bloßen Konsumenten verkommen, sondern als kritische Nutzer des Mediums und der dargebotenen Informationen selbstständig handeln können.

Leitfach für die Verbraucherbildung ist das Fach Politik/Wirtschaft, das an unserer Schule im G9-Bildungsgang in folgenden Stufen unterrichtet wird:

5 (2 Stunden), 7 (2 Stunden), 8 (2 Stunden), 9 (eine Stunde), 10 (eine Stunde).

Im WP-II-Bereich wird außerdem regelmäßig ein Kurs „Praxis Wirtschaft“ angeboten.

Neben dem Leitfach sind – wie oben bereits erwähnt – selbstverständlich auch alle anderen Fächer an der Verbraucherbildung beteiligt.

Ansprechpartner\*innen für die Verbraucherbildung sind vorrangig die Lehrkräfte, die das Fach Politik/Wirtschaft unterrichten. Da die Verbraucherbildung eine Gesamtaufgabe der Schule darstellt, ist selbstredend die Schulleitung ebenfalls als Ansprechpartnerin zu sehen. Verantwortliche für Teilaspekte sind unten im Kapitel 4 benannt.

### 3. Verbraucherbildung im Unterricht

Die Unterrichtsvorhaben der Fächer sind in den abgedruckten Rastern jeweils einem Feld/Teilbereich zugeordnet. Es ist allerdings anzumerken, dass in vielen Fällen eine trennscharfe Abgrenzung zu anderen Feldern/Teilbereichen nicht möglich ist. Der Übersichtlichkeit halber sind die Unterrichtsvorhaben aber nicht doppelt aufgeführt, sondern einem Schwerpunkt zugeordnet.

#### Jahrgangsstufen 5/6

		Bereiche der Verbraucherbildung				
		Übergreifender Bereich: Allgemeiner Konsum	Bereich A: Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	Bereich B: Ernährung und Gesundheit	Bereich C: Medien und Information in der digitalen Welt	Bereich D: Leben, Wohnen und Mobilität
Ziele der Verbraucherbildung	Reflexion von individuellen Bedürfnissen und Bedarfen sowohl in der Gegenwart als auch in der Zukunft	Wirtschaft/Politik (5): Wirtschaftliches Handeln in der marktwirtschaftlichen Ordnung Die Schüler*innen beschreiben das Spannungsfeld zwischen Konsumwünschen und verfügbaren Mitteln vergleichen verschiedene, auch digitale, Verkaufsstrategien bewerten die eigenen Konsumwünsche und -	Englisch (6): Bildung und Reflexion einer persönlichen Haltung zum verantwortungsbewussten Umgang hinsichtlich folgender Aspekte: Umgang mit Geld Einkaufen	Biologie (UV 6.1): Die Schülerinnen und Schüler können Lebensmittel anhand von ausgewählten Qualitätsmerkmalen beurteilen  Englisch (5+6): Bildung und Reflexion einer persönlichen Haltung zum verantwortungsbewussten Umgang hinsichtlich folgender Aspekte: Essen und Trinken	Deutsch (Jg. 5, UV 1): Von Erlebnissen in Briefen schreiben – „Ich und meine Klasse!“ - <i>Elemente konzeptioneller Mündlichkeit bzw. Schriftlichkeit in digitaler und nicht-digitaler Kommunikation identifizieren, die Wirkungen vergleichen und eigene Produkte (offizieller Brief, Online-Beitrag) situations- und adressatenangemessen</i>	Englisch (5+6): Bildung und Reflexion einer persönlichen Haltung zum verantwortungsbewussten Umgang hinsichtlich folgender Aspekte: Reisen

	entscheidungen im Hinblick auf Nutzen und zur Verfügung stehende Mittel			<i>gestalten</i> (Produktion)	
Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Einflüssen auf Konsumententscheidungen unter Berücksichtigung verschiedener Interessen	<p>Wirtschaft/Politik (5): Nachhaltige Entwicklung in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft Die Schüler*innen erläutern nachhaltige Entwicklung als Herausforderung im privaten, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Handeln beurteilen anhand vorgegebener Influencer-Video über „Nachhaltigkeit“ drehen Karikaturen analysieren Projektarbeit „Nachhaltigkeit in der Schule“</p> <p>Geschichte (6): Die SuS beurteilen den Einfluss des Im.Rom. auf die eroberten Gebiete insbesondere in der regionalen Perspektive (Römerlager Haltern: Beziehung zwischen Römern und Germanen) und vergleichen den Prozess der Romanisierung mit dem Einfluss der USA auf unser Leben und unsere Kultur (Amerikanisierung).</p>			Deutsch (Jg. 6, UV 3): Berichten: Sachliche Texte selbst verfassen – „Was ist passiert?“ - <i>selbstständig unterschiedliche mediale Quellen für eigene Recherchen einsetzen und Informationen quellenkritisch auswählen</i> (Produktion)	Deutsch (Jg. 6, UV 7): Argumentieren und überzeugen – „Wir planen unser Abschiedsfest“ - <i>beim Verfassen eines eigenen Textes verschiedene Textfunktionen (appellieren, argumentieren, berichten, beschreiben, erklären, informieren) unterscheiden und situationsangemessen einsetzen</i> (Produktion)

<p>Auseinandersetzung mit individuellen und gesellschaftlichen Folgen des Konsums</p>	<p>Erdkunde (6): Erkennen der unterschiedlichen Verfügbarkeit von Ressourcen Deutsch (Jg. 5, UV 6): Kinderbücher und ihre Verfilmungen entdecken – „Freundschaft und Vorurteile“ - <i>Texte medial umformen (Vertonung/Verfilmung bzw. szenisches Spiel) und verwendete Gestaltungsmittel beschreiben</i> (Produktion) - <i>eigene Erlebnisse und Erfahrungen sowie Geschichten geordnet, anschaulich und lebendig erzählen</i> (Rezeption)</p>		<p>Biologie (UV 6.2) Die Schülerinnen und Schüler können die Folgen des Tabakkonsums für den Organismus erläutern</p>		<p>Biologie (UV 5.3 und 5.4): Die Schülerinnen und Schüler können Umgestaltungen der Landschaft durch menschliche Eingriffe unter ökonomischen und ökologischen Aspekten bewerten und Handlungsoptionen im Sinne des Naturschutzes und der Nachhaltigkeit entwickeln Erdkunde (6): Erläutern der Auswirkungen des Tourismus in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht  Erdkunde (6): Erörtern des Konzeptes des sanften Tourismus sowie dessen räumliche Voraussetzungen und Folgen</p>
<p>Auseinandersetzung mit politisch-rechtlichen und sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen</p>	<p>Wirtschaft/Politik (5): Nachhaltige Entwicklung in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft Die Schüler*innen erläutern nachhaltige Entwicklung als Herausforderung im privaten, gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Handeln, beurteilen anhand vorgegebener Kriterien</p>				<p>Erdkunde (6): Benennen ausgewählter Aspekte des Zielkonflikts zwischen ökonomischem Wachstum und nachhaltiger Entwicklung eines Touristenortes</p>

	staatliche Maßnahmen und individuelle Handlungsmöglichkeiten zur Ressourceneffizienz.				
Reflexion von Kriterien für Konsumententscheidungen			Biologie (UV 6.1): Die Schülerinnen und Schüler können Empfehlungen zur Gesunderhaltung des Körpers unter Verwendung von biologischem Wissen entwickeln .	Mathematik (5 und 6): Bildung und Reflexion einer persönlichen Haltung zum verantwortungsbewussten Umgang hinsichtlich folgender Aspekte: Wirkung von Design, Werbung und Marketingstrategien (Diagramme, statistische Kennwerte, Symmetrie) konsumrelevante Produktinformationen und Produktkennzeichnung (Umgang mit Einheiten)	
Auseinandersetzung mit individuellen, kollektiven und politischen Gestaltungsoptionen des Konsums		Mathematik (5 und 6): Verträge, Geld und Zahlungsverkehr (Rechnen mit Geld)		Deutsch (6): Die Schülerinnen und Schüler können Internet-Kommunikation als potentiell öffentliche Kommunikation identifizieren und grundlegende Konsequenzen für sich und andere einschätzen Wirtschaft/Politik (5): Medien und Information in der digitalisierten Welt Die Schüler*innen setzen sich kritisch mit Medienangeboten und der eigenen Mediennutzung	Erdkunde 6: Verständnis von Produktqualität bzw. Lebenszyklus eines Produkts hinsichtlich Herstellung, Transport, Nutzung und Entsorgung



					auseinander ermitteln in Ansätzen den Stellenwert der interesselgeleiteten Setzung und Verbreitung von medial vermittelten Inhalten.	
--	--	--	--	--	--	--

Jahrgangsstufen 7/8

Bereiche der Verbraucherbildung						
		Übergreifender Bereich: Allgemeiner Konsum	Bereich A: Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	Bereich B: Ernährung und Gesundheit	Bereich C: Medien und Information in der digitalen Welt	Bereich D: Leben, Wohnen und Mobilität
Ziele der Verbraucherbildung	Reflexion von individuellen Bedürfnissen und Bedarfen sowohl in der Gegenwart als auch in der Zukunft	<p>Latein (7): Bildung und Reflexion einer persönlichen Haltung zum verantwortungsbewussten Umgang hinsichtlich folgender Aspekte: Freizeitverhalten (damals und heute) / Luxus vs. Armut / Menschenrechte</p> <p>Latein (8): Bildung und Reflexion einer persönlichen Haltung zum verantwortungsbewussten Umgang hinsichtlich folgender Aspekte: Was braucht man um glücklich zu sein?</p>			<p><b>Deutsch (Jg. 8, UV 6):</b> Sich und andere informieren – „Abenteuer Beruf!“ - <i>Bewerbungen – auch digital – verfassen (u.a. Bewerbungsschreiben, Lebenslauf)</i> (Produktion) - <i>Informationen auch aus selbst recherchierten Texten ermitteln und für das Schreiben eigener Texte einsetzen</i> (Rezeption)</p> <p>Wirtschaft/Politik (7): UV 7.3: Die SuS beurteilen den Einfluss der Digitalisierung auf den Arbeitsmarkt</p>	<p>Chemie (7): Wasser als Oxid - <i>Vor- und Nachteile einer ressourcenschonenden Energieversorgung auf Grundlage der Umkehrbarkeit chemischer Reaktionen am Beispiel von Wasser abwägen.</i></p> <p><b>Deutsch (Jg. 8, UV 6):</b> Längere epische Texte untersuchen – „Was das Leben verändert!“ Roman „Tschick“ zum Thema „Mobilität“ - <i>die eigene Perspektive auf durch literarische Texte vermittelte Weltdeutungen textbezogen erläutern</i> - <i>angeleitet zentrale</i></p>

					Aussagen mündlicher und schriftlicher Texte identifizieren und daran ihr Gesamtverständnis des Textes erläutern (Rezeption)
Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Einflüssen auf Konsumentscheidungen unter Berücksichtigung verschiedener Interessen			<b>Deutsch (Jg. 7, UV 3):</b> Sachtexte untersuchen – „Ausgefallene Sportarten“ - Sachtexte zur Erweiterung der eigenen Wissensbestände und zur Problemlösung auswerten (Rezeption)		Wirtschaft/Politik (7): UV 7.6: Die SuS diskutieren Chancen und Herausforderungen eines freien EU-Binnenmarktes für Verbraucherinnen und Verbraucher sowie für Unternehmen und Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer.
Auseinandersetzung mit individuellen und gesellschaftlichen Folgen des Konsums	Chemie (7): Recycling von Schrott - <i>die Bedeutung des Metallrecyclings im Zusammenhang mit Ressourcenschonung und Energieeinsparung beschreiben und auf dieser Basis das eigene Konsum- und Entsorgungsverhalten bewerten.</i>		Physik (7): Lautstärken den Skalenwerten des Schalldruckpegels zuordnen und Auswirkungen von Schall und Lärm auf die menschliche Gesundheit erläutern Lärmbelastungen bewerten und daraus begründete Konsequenzen ziehen geeignete Schutzmaßnahmen gegen die Gefährdungen durch helles Licht, Infrarot-strahlung und UV-Strahlung auswählen		Erdkunde (8 und 9): Erläutern der Auswirkungen des Tourismus in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht <b>Deutsch (Jg. 8, UV 1):</b> Motivgleiche Gedichte interpretieren - „Das Leben in der Stadt“ - erschließen (beschreiben und deuten) literarische Texte mit Verfahren der Textanalyse auch unter Einbeziehung historischer und gesellschaftlicher Fragestellungen (Rezeption) - verfügen über Kenntnisse in Bezug auf Funktion,

					<i>Bedeutung und Funktionswandel von Wörtern; sie reflektieren und bewerten ihre Beobachtungen (Rezeption)</i>
Auseinandersetzung mit politisch-rechtlichen und sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen	Wirtschaft/Politik (7) UV 7.3: Die SuS stellen die Bedeutung von allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie gesetzlichen Regelungen zur Geschäftsfähigkeit dar und beschreiben Regelungen zur Verbraucherinformation und Aufgaben von Verbraucherschutz-zentralen.				Erdkunde (8 und 9): Erörtern des Konzeptes des sanften Tourismus sowie dessen räumliche Voraussetzungen und Folgen
Reflexion von Kriterien für Konsumententscheidungen	Erdkunde (8 und 9): Verständnis von Produktqualität bzw. Lebenszyklus eines Produkts hinsichtlich Herstellung, Transport, Nutzung und Entsorgung	Mathematik (7 und 8): Verträge, Geld und Zahlungsverkehr (Rechnen mit positiven und negativen Geldbeträgen, lineare Funktionen und Kostenberechnung)		Mathematik (7 und 8): Bildung und Reflexion einer persönlichen Haltung zum verantwortungsbewussten Umgang hinsichtlich folgender Aspekte: Wirkung von Design, Werbung und Marketingstrategien (Diagramme, statistische Kennwerte) konsumrelevante Produktinformationen und Produktkennzeichnung (Umgang mit Einheiten, Prozentrechnung und Anteile)	

				<p>Musik (7): Manipulation durch Musik in der Werbung</p> <p>Deutsch (Jg. 8, UV 2): Schriftlich Argumentieren – „Digitale Medien – Segen oder Fluch?“ - Inhalte aus digitalen und nicht-digitalen Medien beschreiben und hinsichtlich ihrer Funktionen (Information, Beeinflussung, Kommunikation, Unterhaltung, Verkauf) untersuchen (Rezeption) - Internetkommunikation als potenziell öffentliche Kommunikation identifizieren und grundlegende Konsequenzen für sich und andere einschätzen (Rezeption)</p>	
<p>Auseinandersetzung mit individuellen, kollektiven und politischen Gestaltungsoptionen des Konsums</p>	<p>Erdkunde (8 und 9): Erkennen der unterschied- lichen Verfügbarkeit von Ressourcen</p> <p>Deutsch (Jg. 8, UV 4 ): Zeitungen und Zeitungstextsorten</p>	<p>Wirtschaft/Politik (7): (UV 7.1 und 7.3): Die SuS erläutern die Bedeutung eines funktionierenden Wettbewerbs im Rahmen der marktwirtschaftlichen Ordnung und analysieren ihr Konsumverhalten im</p>			<p>Erdkunde (8): Benennen ausgewählter Aspekte des Zielkonflikts zwischen ökonomischem Wachstum und nach- haltiger Entwicklung eines Touristenortes</p>

		<p>untersuchen – „Immer auf dem Laufenden!“</p> <p>-Medien (Printmedien, Hörmedien, audiovisuelle Medien, Website-Formate, Mischformen) bezüglich ihrer Präsentationsform beschreiben und Funktionen (Information, Beeinflussung, Kommunikation, Unterhaltung, Verkauf) vergleichen</p> <p>- Printmedien und digitale Medien gezielt auswerten und die Informationen aus verschiedenen Quellen bezüglich ihrer Qualität und Relevanz bewerten</p> <p>- Informationen und Daten aus Printmedien und digitalen Medien gezielt auswerten (Rezeption)</p>	Hinblick auf Wirtschaftlichkeit und nachhaltige Entwicklung			
--	--	---	---	--	--	--

*Jahrgangsstufe 9 (G8) / Jahrgangsstufen 9/10 (G9)*

		Bereiche der Verbraucherbildung				
		Übergreifender Bereich: Allgemeiner Konsum	Bereich A: Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht	Bereich B: Ernährung und Gesundheit	Bereich C: Medien und Information in der digitalen Welt	Bereich D: Leben, Wohnen und Mobilität
Verbrauch	Reflexion von individuellen Bedürfnissen und Bedarfen sowohl in der	Deutsch (Jg. 9, UV 5): Argumentieren und Erörtern – „Was brauche ich wirklich?“				Chemie (9): Mobilität der Zukunft, Benzin als Treibstoff - am Beispiel eines chemischen Produkts

<p>Gegenwart als auch in der Zukunft</p>	<p>- bei strittigen Fragen Lösungsvarianten entwickeln und erörtern - Informationen aus verschiedenen Quellen (u.a. kontinuierliche, diskontinuierliche Sachtexte – auch in digitaler Form) ermitteln und dem eigenen Schreibziel entsprechend nutzen (Rezeption)</p>				<p>Kriterien hinsichtlich Verwendung, Ökonomie, Recyclingfähigkeit und Umweltverträglichkeit abwägen und im Hinblick auf die Verwendung einen eigenen sachlich fundierten Standpunkt beziehen</p>
<p>Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Einflüssen auf Konsumententscheidungen unter Berücksichtigung verschiedener Interessen</p>					
<p>Auseinandersetzung mit individuellen und gesellschaftlichen Folgen des Konsums</p>					
<p>Auseinandersetzung mit politisch-rechtlichen und sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen</p>	<p>Chemie (9): Bioethanol oder Biodiesel - Vor- und Nachteile der Nutzung von fossilen und regenerativen Energieträgern unter ökologischen, ökonomischen und ethischen Gesichtspunkten diskutieren</p>				
<p>Reflexion von Kriterien für Konsumententscheidungen</p>	<p>Chemie (9): Recherche Einsatz von Säuren in Reinigungsmitteln - beim Umgang mit sauren und alkalischen Lösungen Risiken und Nutzen</p>	<p>Mathematik (9): Verträge, Geld und Zahlungsverkehr (Rechnen mit positiven und negativen Geldbeträgen, Exponentialfunktionen, Zinseszins)</p>		<p>Mathematik (9): Bildung und Reflexion einer persönlichen Haltung zum verantwortungsbewussten Umgang hinsichtlich folgender Aspekte:</p>	

	abwägen und angemessene Sicherheitsmaßnahmen begründet auswählen			Wirkung von Design, Werbung und Marketingstrategien (Diagramme, statistische Kennwerte) konsumrelevante Produktinformationen und Produktkennzeichnung (Umgang mit Einheiten, Prozentrechnung und Anteile)	
Auseinandersetzung mit individuellen, kollektiven und politischen Gestaltungsoptionen des Konsums				Deutsch (Jg. 9, UV 4): Umgang mit Sachtexten – „Kommunikation in den Medien“ - <i>untersuchen die Informationsvermittlung und Meinungsbildung in Texten der Massenmedien und berücksichtigen dabei auch medienkritische Positionen</i> - <i>verfügen über die notwendigen Hintergrundinformationen, die Fachterminologie und die Methode zur Untersuchen medial vermittelter Texte (Rezeption)</i>	Erdkunde (9): Benennen ausgewählter Aspekte des Zielkonflikts zwischen ökonomischem Wachstum und nach- haltiger Entwicklung eines Touristenortes

## *Gymnasiale Oberstufe*

Die Rahmenvorgabe „Verbraucherbildung in Schule“ richtet sich an die Primarstufe und die Sekundarstufe I. Gleichwohl findet natürlich auch in der gymnasialen Oberstufe Verbraucherbildung statt. Hier ist das Fach Sozialwissenschaften das Leitfach.

Auch wenn also für die gymnasiale Oberstufe die Verbraucherbildung nicht extra auszuweisen ist, soll hier der an unserer Schule seit langen Jahren bestehende Projektkurs „Business-Class“ mit den Leitfächern Englisch und Sozialwissenschaften erwähnt werden. Hier geht es darum, selbstständig und kreativ Geschäftsideen zu planen und zu entwickeln, ein eigenes Unternehmen zu gründen, dieses zu präsentieren usw. Der Projektkurs nimmt regelmäßig am – auch vom CBG ausgerichteten – Business Class Contest in englischer Sprache teil sowie am Deutschen Gründerpreis. Ansprechpartner ist Herr Knapheide.



## 4. Verbraucherbildung außerhalb des Unterrichts

Im Rahmen des Ganztages gibt es zwei zentrale Bausteine, die mittelbar zur Verbraucherbildung beitragen: der Pausensport und die Mensa. Sie gehören zum Bereich B der Verbraucherbildung (Ernährung und Gesundheit).

Im Pausensport in der Mittagspause gibt es vielseitige Möglichkeiten, bei denen die Schülerinnen und Schüler, je nach Tagesform und Alter, toben, spielen und entspannen können. Dabei bestimmen die Kinder selbst, welches Angebot sie nutzen möchten. In der bewegten Pause in der Turnhalle wird getobt, gelaufen, gedribbelt, gesprungen und der Ball ins Netz gekickt. Die Schülerinnen und Schüler können sich bei verschiedenen Lauf- und Wurfspielen wie Zombieball, Völkerball, Brennball oder in Parcours austoben und ihrem Bewegungsdrang nachkommen. Wer Lust hat, kann auch ein paar Körbe werfen oder die Mitschülerinnen und Mitschüler beim Spiel anfeuern. Zudem bietet das große Schulgelände Tischtennisplatten, Grünflächen mit vielen Verstecken, Klettermöglichkeiten und Fußballtore zum freien Spiel. Wer es etwas ruhiger mag, kann auf einer der zahlreichen Sitzgelegenheiten im neu gestalteten Innenhof Platz nehmen oder im Forum zusammen mit anderen Schülerinnen und Schülern in gemütlicher Runde Gesellschaftsspiele spielen, die in der Spieleausgabe ausgeliehen werden können. Somit wird das in der Rahmenvorgabe Verbraucherbildung gesteckte Ziel, „ein Feld für selbstbestimmte gesundheitsförderliche Bewegungsaktivitäten und Entspannung“ zu bieten, erfüllt. Langfristiges Ziel ist es indes, den Bereich „bewegte Schule“ noch weiter auszubauen (vgl. Schulprogramm 2019, S. 59).

Das Mittagessen selbst können die Schüler\*innen in der hellen Mensa einnehmen, in der der Caterer ein an den Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) orientiertes Menü im Free-Flow-System anbietet. Zudem steht den Kindern und Jugendlichen hier den ganzen Tag über ein vom Förderverein der Schule gesponserter Trinkwasserspender zur Verfügung, sodass nicht auf mitgebrachte, eventuell limonadenhaltige Getränke zurückgegriffen werden muss.

Um in ständigem Austausch mit anderen Schulen im Ganztage sowie der obersten Schulaufsicht über Fragen der Ernährung zu sein, haben Vertreter unserer Schule bis jetzt stets an den Fokusgesprächen teilgenommen, die in Düsseldorf in Zusammenarbeit von Schul- und Verbraucherschutzministerium stattgefunden haben (im Juni 2019 Herr Dr. Kewitz, im September 2019 Herr Dr. Kewitz sowie Herr Düttmann).

Wichtige Größe im Bereich der Verbraucherbildung ist unsere Schulsozialarbeiterin, Frau Biströn, die zahlreiche diesbezügliche Aktionen im Laufe eines Schuljahres initiiert und durchführt. Insbesondere erwähnt sei hier die Alkoholprävention im Jg. 8 (Bereich B: Ernährung und Gesundheit) sowie die medienpädagogischen Angebote in Jg. 7 (Bereich C: Medien und Information in der digitalen Welt). Gemeinsam mit der Schülermitverwaltung unserer Schule hat es im Sommer 2019 einen schulweiten Aktionstag zum Thema „Plastik“ gegeben, bei dem vor allem der Aspekt der Nachhaltigkeit eine Rolle gespielt hat (Übergreifender Bereich: Allgemeiner Konsum).

Weiterhin bildet unsere Schule regelmäßig Medienscouts aus. Bei ihnen handelt es sich um Schüler\*innen höherer Jahrgangsstufen, die nach der Ausbildung als Expert\*innen für jüngere

Schüler\*innen in vielen Fragen der Medienerziehung, insbesondere des Umgangs mit sozialen Medien, in den „Lernen lernen“-Stunden zur Verfügung stehen. Geleitet werden die Medienscouts derzeit von Herrn Terstegge und Frau Schlingmann-Bergmann (Bereiche A und C: „Finanzen, Marktgeschehen und Verbraucherrecht“ sowie „Medien und Information in der digitalen Welt“).

Und schließlich gibt es schon seit vielen Jahren den Baustein „Fair Friends“: Im Forum der Schule wird ein Laden von Schüler\*innen aus den Jahrgangsstufen 6 bis 10 betrieben. Mit diesem Laden setzen sich die Jugendlichen dafür ein, dass an unserer Schule der faire Handel bekannt gemacht und gefördert wird. Dazu arbeitet man mit dem regionalen Fairtrade-Zentrum in Münster sowie dem „Eine-Welt-Laden“ in Dülmen zusammen und verkauft entsprechende Produkte. Auch bei Veranstaltungen und Aktionen außerhalb des Unterrichts wird das Thema Fairtrade vorgestellt. Unsere Schule ist auch als „Fairtrade-School“ ausgezeichnet. Aus den Bereichen der Verbraucherbildung ist hier vorrangig der übergreifende Bereich „Allgemeiner Konsum“ berührt. Ansprechpartnerin ist Frau Battefeld.

## 5. Anhang

./.