

Ist Wirtschaft schon ein Thema für die Grundschule?

Ökonomische Bildung als Teil einer Erziehung zur Mündigkeit



Illustration: Ulla Meismeyer

► Ökonomie, Geld, Wirtschaft

Werbung, Geld, Einkaufen, Berufe – Kinder haben vielfältige Berührungspunkte mit Wirtschaft.

Deshalb sollten sie schon in der Grundschule wirtschaftliche Zusammenhänge kennenlernen und richtig einschätzen, um abwägende Entscheidungen treffen zu können.

Von Astrid Rank

Vor 25 Jahren formulierte Wolfgang Klafki als wesentliches Kennzeichen der Allgemeinbildung in der Grundschule, dass die Kinder „ein Bewusstsein von zentralen Problemen der Gegenwart und soweit vorhersehbar der Zukunft“ gewinnen sollten (Klafki 1992). Diese Ausrichtung des Sachunterrichts an „Schlüsselproblemen“ zieht zwangsläufig ökonomische Bildung nach sich. Nahezu sämtliche Schlüsselprobleme unserer Epoche berühren das Feld der Wirtschaft: Die Umweltfrage, das Wachstum der Weltbevölkerung, die gesellschaftlich produzierte Ungleichheit, die neuen Medien. Das erkennt auch der Perspektivrahmen Sachunterricht (GDSU 2013), der zum ersten Mal Ökonomie im Titel einer Perspektive nennt, der Perspektive „Politik-Wirtschaft-Soziales“. Hintergrund dafür ist, dass Schülerinnen und Schüler die Wirtschaft als eine der wesentlichen Grundfunktionen der demokratischen Gesellschaften kennenlernen sollen.

Erfahrungen der Kinder als Ausgangspunkt für vernetztes Denken

Kinder partizipieren bereits in wirtschaftlichen Zusammenhängen. Diese Erfahrungen gilt es zur Basis der unterrichtlichen Überlegungen zu machen. Erfahrungen, Konzepte und Vorwissen zu ökonomischen Themen werden aufgegriffen und ausgeweitet, so dass letztendlich aus dem persönlichen Erleben eine umfassendere Perspektive entstehen kann. Woher erhalten deine Eltern Geld? Was denkst du über Armut? Was ist dein größter Wunsch?

Handlungsorientierung, Selbsttätigkeit und kognitive Aktivierung stehen dabei ebenso im Fokus wie Reflexion und sozialer Austausch. Konkrete Beispiele aus der Lebenswirklichkeit der Kinder werden zum Ausgangspunkt genommen. Solche Erlebnisse können auch angeregt werden: Die Klasse kann außerschulische Lernorte aufsuchen (etwa Orte der Berufs-

welt oder der Produktion). Sie kann gemeinsame Aktionen mit ökonomischem Zuschnitt planen (etwa einen Flohmarkt oder ein Klassenfrühstück). Es versteht sich von selbst, dass Fächergrenzen hierbei aufgebrochen werden. Zwar scheint der Sachunterricht der geeignete Ort für ökonomische Bildung zu sein. Doch es finden sich vielfältige Bezugspunkte zu anderen Fächern, z. B.:

- Mathematik (Rechnen mit Geld)
- Kunst (Wirkung von Farben in der Werbung)
- Musik (Einflussnahme durch Musik und Geräusche in der Werbung)
- Ethik (Auseinandersetzung mit Gerechtigkeit und Ungerechtigkeit)
- Deutsch (Lesen von Sachtexten/Informationsentnahme)

Themenbereiche

Die Themenbereiche der ökonomischen Bildung finden sich in den Lehrplänen der Bundesländer wieder. Holger Arndt und Eberhard Jung (2013) teilen die ökonomischen Themen in vier große Bereiche mit Unterpunkten ein und ordnen die Lehrplanaussagen der Länder zu (siehe Abb. 1).

Beispiel: Konsum

Der Perspektivrahmen Sachunterricht betont, dass Kinder aktive Konsumenten sind, die Kaufentscheidungen anderer beeinflussen und selbst beeinflusst werden. Die Süddeutsche Zeitung schreibt am 5. Mai 2017, dass für die knapp 13 Millionen Kinder und Ju-

Abb. 1:
Vier große Themenbereiche
ökonomischer Bildung
 (vgl. Arndt/Jung 2013).

Ökonomische Themen für den Unterricht

1. Konsum

Bedürfnis
 Güter
 Konsumententscheidung
 Werbung
 Budget
 Umweltschutz
 Geld
 Handel/Märkte

2. Arbeit

Beruf, Arbeitsplatz, Arbeitstätigkeit
 Varianten der Arbeit
 Arbeitslosigkeit
 Genderaspekte

3. Produktion/Unternehmen

Herstellung eines Produkts
 Arbeitsteilung, Kooperation
 Bedeutung, Aufgaben, Arten von Unternehmen
 Regionale Wirtschaft

4. Staat

Aufgaben des Staates
 Regeln, Institutionen, Wirtschaftsordnung
 Wirtschaftskreislauf
 Globalisierung
 Ungleichheit
 Wohlstandsbedingungen
 Kosten, Nutzen
 Zielkonflikt

Die Autorin



Dr. Astrid Rank

ist Professorin am
 Lehrstuhl für Grund-
 schulpädagogik der
 Universität Regens-
 burg.

Sie arbeitet zu den Themen Bil-
 dung für nachhaltige Entwicklung (v.a.
 Ökologie und Ökonomie), Sprachbil-
 dung in Sachsituationen und Wirk-
 samkeit von Aus- und Fortbildung bei
 Lehrkräften und Erzieherinnen.

Foto: privat

gendlichen in der Bundesrepublik so viel Geld ausgegeben wird wie nie zuvor. Der Markt für Kinder ist riesig, Werbestrategien werden immer ausgefeilter – Kinder (und Eltern) sind eine lukrative Zielgruppe. Ob sich die kindlichen Konsumenten wirklich immer frei entscheiden? Grundsätzlich ließe die Überlegung von Angebot und Nachfrage darauf schließen, dass der souveräne Konsument das Angebot lenken würde. Ein Beispiel: Die Nachfrage nach Bioprodukten steigt, somit werden immer mehr Bioprodukte angeboten, selbst in Supermärkten und Discountern. Aber gerade im Bereich der Produkte für Kinder ist die Reihenfolge oft umgekehrt und Wünsche werden mitunter erst durch die Anbieter geweckt. Kinder-Marketing ist extrem attraktiv für Konzerne, u.a. da es eine lange Kundenbindung aufbaut.

Was kann die Schule hier leisten? Bereits im Grundschulalter können Kinder beispielsweise ein Klassenfrühstück planen und aufgrund beschränkter finanzieller Mittel Produktvergleiche durchführen, Kaufentscheidungen treffen und begründen. Dabei kann eine Analyse von Werbestrategien zu mehr Eigenverantwortlichkeit führen.

Dass Kaufentscheidungen auch eine wertorientierte Grundlage haben können, zeigt sich an den Überlegungen zu Fair Trade. Kinder können bereits reflektieren, dass Kaufentscheidungen nicht nur das eigene Leben beeinflussen. Unser Einkauf wirkt sich auch auf die Personen aus, die mit der Produktion, dem Transport oder dem Verkauf der Produkte zu tun haben. Der Zusammenhang zwischen eigenen Konsumententscheidungen und gesellschaftlichen Gesamtzusammen-

hängen kann den Kindern bewusst werden: So wird verdeutlicht, dass menschliches Handeln immer in einer Wechselwirkung geschieht. Es nimmt Einfluss auf die Umwelt, das eigene Leben und das anderer Menschen.

Der Aspekt „Konsum“ findet sich in allen Lehrplänen wieder. Er ermöglicht vielfältige Herangehensweisen. Wünsche und Bedürfnisse werden thematisiert. Trends können entdeckt und hinterfragt werden. Dabei kann verdeutlicht werden, dass Konsumgüter auch als Mittel der sozialen Verständigung dienen, nicht zuletzt über Geschenke. Und schließlich ist auch der Kreislauf eines Produktes kritisch zu bewerten: Die Problematik der Entsorgung sollte ein Kriterium der Wahl eines Produktes sein.

Ausblick

Der Überblick über die Lehrplaninhalte zeigt, dass das Thema „Wirtschaft“ aktuell ist. Schule hat hier einen wichtigen Auftrag: Denn durch mündigen Umgang mit und Wissen über Wirtschaft können Kinder zu souveränen Bürgerinnen und Bürgern werden. ●

Literatur

Arndt, Holger/Jung, Eberhard: Ökonomische Bildung in der Primarstufe. Hamburg 2013

GDSU Gesellschaft für Didaktik des Sachunterrichts (Hrsg.): Perspektivrahmen Sachunterricht, Bad Heilbrunn 2013

Klafki, Wolfgang: Allgemeinbildung in der Grundschule und der Bildungsauftrag des Sachunterrichtes. In: Lauterbach, Roland/Köhnlein, Walter/Spreckelsen, Kay/Klewitz, Elard (Hrsg.): Brennpunkte des Sachunterrichts. Probleme und Perspektiven des Sachunterrichts 3. Kiel 1992, S. 11–31

Das Thema „Ökonomie“ im Überblick

Unterrichtsideen in diesem Heft

Zahlungsmittel Geld

- **Warum benutzen wir Geld?**
Christian Gößinger, S. 8–12
- **Fragen über eine Welt ohne Geld werden philosophisch diskutiert**
Axel Felser, S. 42–43

Handel und Einkauf

- **Fair Trade – was bedeutet das?**
Katharina Asen-Molz S. 14–21
- **Welche Äpfel soll ich kaufen?**
Bianca Ederer, S. 22–29

Unternehmen

- **Wirtschaftliche Zusammenhänge in einem Planspiel nachvollziehen**
Alejandro Pegri/Günther Seeber, S. 30–40