

Häußler, Angela

## **Fokus Haushalt – Überlegungen zu einer sozio-ökonomischen Fundierung der Verbraucherbildung**

*Haushalt in Bildung & Forschung 4 (2015) 3, S. 19-30*



Quellenangabe/ Reference:

Häußler, Angela: Fokus Haushalt – Überlegungen zu einer sozio-ökonomischen Fundierung der Verbraucherbildung - In: Haushalt in Bildung & Forschung 4 (2015) 3, S. 19-30 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-203785 - DOI: 10.25656/01:20378

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-203785>

<https://doi.org/10.25656/01:20378>

in Kooperation mit / in cooperation with:



<https://www.budrich.de>

### **Nutzungsbedingungen**

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### **Terms of use**

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

### **Kontakt / Contact:**

peDOCS  
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Mitglied der

  
Leibniz-Gemeinschaft

4. Jahrgang  
Heft 3  
2015

Gesundheit ♦ Umwelt ♦ Zusammenleben ♦ Verbraucherfragen ♦ Schule ♦ Beruf

# Bildung Haushalt in & Forschung

*Sozioökonomische  
Allgemein-, Ernährungs- und  
Verbraucherbildung*



ISSN 2193-8806



Verlag Barbara Budrich

<i>Werner Brandl</i> Editorial.....	2
<i>Reinhold Hedtke</i> Sozioökonomische Bildung.....	3
<i>Angela Häußler</i> Fokus Haushalt – Überlegungen zu einer sozio-ökonomischen Fundierung der Verbraucherbildung.....	19
<i>Uta Meier-Gräwe</i> Caring. Cooking. Cleaning. Warum wir die Arbeit des Alltags gesellschaftlich neu und geschlechtergerecht verteilen müssen.....	31
<i>Jana Rückert-John</i> Der Wandel des Ernährungsalltags als Herausforderung für die Ernährungs- und Verbraucherkommunikation .....	39
<i>Carolin Kölzer &amp; Volker Schwier</i> Sozioökonomische Bildung im Sachunterricht der Grundschule – mehr als „work, earn, play“.....	51
<i>Stefanie Nolte</i> Mit reflektierten Konsumententscheidungen die Zukunft <i>fair</i> ändern – eine Zukunftswerkstatt.....	59
<i>Uwe Becker</i> Alter, Armut, Schulden. Warum Prävention ein Euphemismus ist.....	71
<i>Werner Brandl</i> Reinhold Hedtke (Hrsg.). Was ist und wozu Sozioökonomie?.....	83
<i>Angela Häußler &amp; Barbara Methfessel</i> Uta Meier-Gräwe (Hrsg.). Die Arbeit des Alltags. Gesellschaftliche Organisation und Umverteilung.....	87
<i>Anna Maria Hoff</i> Jana Rückert-John (Hrsg.). Soziale Innovation und Nachhaltigkeit. Perspektiven sozialen Wandels.....	93
<i>HaBiFo-Fachtagung und Preis 2016</i> .....	96

---

Angela Häußler

## **Fokus Haushalt - Überlegungen zu einer sozio-ökonomischen Fundierung der Verbraucherbildung**

Die Vermittlung von Kompetenzen für die Lebensführung ist eine zentrale Intention der Verbraucherbildung. Dabei ist ökonomisches Handeln in der Verbraucherrolle immer durch soziale Kontexte bedingt, insbesondere durch die Handlungs- und Entscheidungsbasis des Haushalts und der Familie. Eine sozio-ökonomisch fundierte Verbraucherbildung erfasst damit auch die gesellschaftliche Bedeutung und Rahmung der Leistungen von privaten Haushalten.

**Schlüsselwörter:** Verbraucherbildung, Verbraucherrolle, Alltags- und Lebensführungskompetenzen, Haushaltswissenschaft, sozioökonomische Bildung.

---

Aus historischer Sicht hat sich unser Wirtschaftssystem aus der Ausdifferenzierung der Produktion von Gütern und Dienstleistungen, die ursprünglich in Haushalten geleistet wurden, entwickelt. Es ist jedoch kein nostalgischer Blick, wenn der Haushalt immer noch als Basisinstitution der Gesellschaft gesehen wird, sondern ein wertegeliteter Blick: Der Haushalt, d.h. die konkrete Lebensführung von und für Menschen ist Ausgangs- und Zielpunkt des wirtschaftlichen Handelns, und das gesellschaftliche System - also auch die Wirtschaft - soll dem Wohlergehen der Menschen in ihrer Gesamtheit dienen und ist kein Selbstzweck. (Methfessel & Schlegel-Matthies, 2003)

### **1 Sozioökonomie für den Haushalt - zwischen den Disziplinen**

„Wirtschaft“ ist wichtig – daran lassen Tagespolitik und -presse keinen Zweifel. Sie hat einen zentralen Stellenwert für viele politische Entscheidungen, ist von Bedeutung für gesellschaftliche Entwicklungen. Die Forderung nach mehr ökonomischer Bildung an Schulen erscheint daher folgerichtig. Angesichts der sozialen und ökologischen Folgen der globalen Wirtschaftsweise wird jedoch zunehmend und von vielen Seiten angezweifelt, dass das Ziel der Wirtschaft, von der die Zeitungen berichten, auf das „Wohlergehen der Menschen in ihrer Gesamtheit“ oder der Bedürfnisbefriedigung der Gesellschaft ausgerichtet ist, wie es auch in den Lehrbüchern der Volkswirtschaftslehre zu lesen ist (Funder, 2011; Ohrem & Meier-Gräwe, 2012; Rogall, 2013). Es stellt sich daher die Frage, welche ökonomische Bildung die nächste Generation braucht, um auf die gesellschaftlichen Herausforderungen vorbereitet zu sein. Kollmann plädiert dafür, dass eine moderne Wirtschaftslehre da anset-

zen muss, wo Menschen leben und im Alltag wirtschaftliche Entscheidungen treffen: im Haushalt (Kollmann, 2012). Hier sind ökonomische und soziale Prozesse kaum voneinander zu trennen.

Ausgehend davon stellt sich die Frage, welches sozio-ökonomische Fundament eine zeitgemäße Verbraucherbildung braucht; eine Verbraucherbildung, die den Haushalt als Ort der alltäglichen Lebensführung in den Mittelpunkt stellt und die nicht aus den Augen verliert, dass „Verbraucher“ zu sein eine Rolle ist, die alle Menschen im Rahmen ihrer Alltagsversorgung immer wieder einnehmen, die ganz eng an den Haushalt und die jeweilige ökonomische und soziale Lebenssituation gebunden ist (Schlegel-Matthies, 2003). Als Intention einer solchen umfassenden Verbraucherbildung wird zugrunde gelegt, die Zusammenhänge, Folgen und Restriktionen des Verbraucherhandelns und der Verbraucherrolle zu verstehen und zu reflektieren sowie konkrete Handlungskompetenzen für den Alltag entwickeln zu können (Thiele-Wittig, 2003).

Der vorliegende Artikel identifiziert in verschiedenen sozio-ökonomisch ausgerichteten wissenschaftlichen Diskursen Anknüpfungspunkte für die Verbraucherbildung, die Perspektive der alltäglichen Lebensführung ist dabei erkenntnisleitend. Welche Themen und Erkenntnisse sind für eine haushaltsorientierte, empirisch und theoretisch fundierte Verbraucherbildung anschlussfähig?

### 1.1 Welche „Wirtschaft“ ist gemeint?

Die alltägliche Lebensführung und damit das Wirtschaften in privaten Haushalten mit dem Ziel der Versorgung der Haushaltsmitglieder ist eingebettet in das gesellschaftliche Wirtschaftssystem und mit diesem eng verwoben. In einer erwerbswirtschaftlich strukturierten Massenkongsumgesellschaft sind Haushalte zunächst auf einen Erwerbsarbeitsplatz angewiesen – unabhängig davon, ob die Tätigkeit zu ihrem eigenen oder dem gesellschaftlichen Wohlergehen beiträgt. Und als Verbraucher tragen sie durch die Art und Weise der Lebensführung zu den ökologischen und sozialen Folgen der Kongsumgesellschaft bei. Dabei sind private Haushalte mehr als eine Gruppe individueller Verbraucher und Anbieter von Arbeitskraft. Auch in einer Industrie- oder Dienstleistungsgesellschaft sind sie als Orte und Schaltstellen der alltäglichen Lebensführung zentrale Wirtschaftssubjekte, in denen nicht nur konsumiert, sondern auch produziert wird, in denen gesellschaftlich relevante Leistungen erbracht werden. Denn so, wie die Kartoffeln vom Markt oder die Tiefkühlpizzen aus dem Supermarkt kommen, können sie nicht ihren ökonomischen Zweck der Bedürfnisbefriedigung im Haushalt erfüllen. Zwischen der „Marktentnahme“, die nach dem klassischen Wirtschaftsverständnis als Konsum gilt, und dem eigentlichen Verzehr, passiert in den Haushalten noch einiges. Dabei werden das Wirtschaften und Produzieren (die „Haushaltsproduktion“) im Rahmen der Alltagsversorgung nicht als rein ökonomische Vorgänge betrachtet und empfunden. Dies ist immer untrennbar mit sozialen Kontexten, Bedingungen und Beziehungen verbunden. Ob und welche Kar-

toffeln oder Tiefkühlpizzen es gibt, hängt nicht nur vom Geldbeutel und dem Appetit der Einkaufenden ab, auch die Lebensform, das Zeitbudget für die Zubereitung oder die soziale Situation, für die die Mahlzeit geplant ist, spielen eine Rolle. Es hängt auch von sozialen Faktoren ab, wer die Versorgungsarbeiten im Haushalt übernimmt. Ziel des Haushaltens ist dabei natürlich nicht das Konsumieren oder Produzieren an sich, sondern die Versorgung und Bedürfnisbefriedigung der Haushaltsmitglieder, die Kultur des Zusammenlebens sowie die Persönlichkeitsentwicklung (Schweitzer, 1991).

Verschiedene sozio-ökonomisch ausgerichtete Diskurse beschäftigen sich mit Aspekten, die für die Verbraucherbildung im oben beschriebenen Sinne Beiträge leisten können: An erster Stelle ist die Haushaltswissenschaft zu nennen, in der die alltägliche Lebensführung im Mittelpunkt steht, die Leistungen der privaten Haushalte erfasst und analysiert werden, der Begriff der „Haushaltsproduktion“ wissenschaftlich verankert ist und „Wirtschaften“ in erster Linie nicht als das verstanden wird, was monetären Gewinn einbringt, sondern auf die Alltagsversorgung ausgerichtet ist und damit letztlich auf das, was der Lebensqualität der Haushaltsmitglieder zuträglich ist.

Im direkten Umfeld der klassischen Wirtschaftsdisziplinen verspricht der Diskurs über sozio-ökonomische Bildung Anschlussmöglichkeiten. Auch die Debatten von Ökonominen und Ökonomen, die dem vorherrschenden Wirtschaftsverständnis unter anderem aufgrund seiner Realitätsferne kritisch gegenüberstehen sind einen Blick wert. Besonders hervorzuheben ist dabei die feministische Ökonomie, die auf die Schieflage der gängigen ökonomischen Theorien hinweist, da diese gesellschaftlich notwendige unbezahlte Fürsorgearbeit in privaten Haushalten ökonomisch nicht erfasst. Nicht zuletzt ist es interessant, im wissenschaftlich sehr heterogenen Feld der Verbraucherbildung und -politik die sozio-ökonomischen Zugänge zur Verbraucherbildung zu identifizieren.

Im Rahmen dieses Beitrags können zunächst lediglich sozio-ökonomische Anknüpfungspunkte der genannten Diskurse als Debattenbeitrag zur Ernährungs- und Verbraucherbildung formuliert und zusammen getragen werden. Für eine theoretische Fundierung bedarf es einer vertieften und umfassenden Analyse der verschiedenen disziplinären sozio-ökonomischen Forschungsbereiche für die Verbraucherbildung.

## 1.2 Haushaltswissenschaftliche Perspektive

Den Haushalt in den Mittelpunkt der wissenschaftlichen Betrachtungen zu stellen, ist in der Haushaltswissenschaft natürlich obligatorisch. Ausgangspunkt und Ziel dieser Disziplin sind Haushalte als Basisinstitutionen für die alltägliche Versorgung<sup>1</sup>. Da die Versorgung und Bedürfnisbefriedigung spätestens seit der Industrialisierung zu großen Teilen über Waren- und Dienstleistungsmärkte stattfindet, ist die Verbraucherrolle privater Haushalte eine integrierte Perspektive der Haushaltswissenschaft.

## Fokus Haushalt

Aus Sicht des Haushalts stellt der Konsum als Marktentnahme im ökonomischen Sinne die Beschaffung von „Produktionsfaktoren“ für die Versorgung der Haushaltsmitglieder dar. Die „Haushaltsproduktion“ ist zentraler ökonomischer Gegenstand der Haushaltswissenschaft (Küster, 1994; Piorkowsky, 1997; Schweitzer, 1991). Der Konsumbegriff und das Verbraucherverständnis der Haushaltswissenschaft unterscheidet sich aufgrund der Haushaltsperspektive daher vom Konsumbegriff anderer wirtschaftswissenschaftlicher Disziplinen.

Während des Institutionalisierungsprozesses der modernen Haushaltswissenschaft in den 1960er Jahren wurde der private Haushalt explizit als „sozial-ökonomisches Gebilde eigener Art“ (Kötter, 1962, zitiert nach Richarz, 1991, S. 283) verstanden; als eine ökonomische Institution, die auf sozialen Beziehungen beruht und sozial gerahmt ist. Für eine Wissenschaft vom Haushalt war und ist sowohl die Soziologie als auch die Wirtschaftswissenschaft von Bedeutung. Seit ihren Anfängen verbindet Haushaltswissenschaft also soziale und ökonomische Perspektiven das haushälterischen Handelns miteinander und fühlt sich zudem einer Bildung für Lebensführungs- bzw. Alltagskompetenzen verpflichtet (Richarz, 1991; Schweitzer, 1991; Tornieporth, 1980). Die Verbraucherrolle wird durchgängig aus der Perspektive der alltäglichen Lebensführung und eingebettet in die vielfältigen Aufgaben der Alltagsversorgung erfasst.

Es ist nicht möglich, an dieser Stelle einen vollständigen Überblick über die für die Verbraucherbildung relevanten Ansätze der Haushaltswissenschaft zu geben. Folgende in den letzten Jahrzehnten entwickelten theoretischen Zugänge und Fragestellungen bieten für ein sozio-ökonomisch ausgerichtetes Konzept einer zeitgemäßen Verbraucherbildung relevante und interessante Anknüpfungspunkte:

- Durch die Haushaltsperspektive werden Verbraucher konsequent in ihrem sozialen Handlungskontext betrachtet. Es geht nicht um einen individuellen Verbraucher, der unabhängig und auf Grundlage von eigenen Präferenzen entscheidet, sondern um das soziale Versorgungssystem Haushalt als Rahmung für Konsumententscheidungen und Konsumspielräume. Im theoretischen Modell des haushälterischen Handelns werden verfügbare Ressourcen, handlungsleitende Wertorientierungen und mögliche Handlungsalternativen systematisch in Beziehung gesetzt und Kontextbedingungen erfasst (Schweitzer, 1991). Es wird berücksichtigt, dass sowohl das direkte soziale Umfeld einen Einfluss auf die Art und Weise der Versorgung hat als auch die Kultur oder das jeweilige Wirtschaftssystem. So wird ein mikroperspektivischer (Handlungslogik des einzelnen Haushalt) mit einem makroperspektivischen (Handlungslogiken der Haushalte in der Gesellschaft) Blick miteinander verbunden.
- Haushaltswissenschaftliche Konzepte unterscheiden zwischen der Familie als soziales System und dem Haushalt als ökonomisches System, se-

hen beide aber in enger Wechselwirkung miteinander: Familie funktioniert ohne die Versorgungsleistungen des Haushalts nicht, und die Art und Weise des Haushaltens ist nicht unabhängig von der jeweiligen Lebens- und Familienform zu betrachten (Schweitzer, 1991).

- Alltagsversorgung ist Arbeit und daher ist auch die Verbraucherrolle mit Arbeit verbunden. Das Konzept der „Neuen Hausarbeit“ (Schlegel-Matthies, 2003; Thiele-Wittig, 2003) beschreibt, dass die Anforderungen für die Lebensbewältigung durch gesellschaftlichen Wandel und soziale Ausdifferenzierung immer komplexer werden und die Schnittstellen der Haushalte mit anderen Versorgungsinstitutionen zunehmen. Dadurch werden von den Haushalten zunehmend Koordinations-, Informations- und Synchronisationsleistung gefordert und der Orientierungsbedarf in den verschiedenen Märkten steigt. Beispielsweise haben Privatisierungs- und Liberalisierungsprozesse dazu geführt, dass die bisher weitgehend verlässlich öffentlich organisierte Alters- und Gesundheitsversorgung zunehmend in private Verantwortung übergeht und die Orientierung auf den Energie- und Telekommunikationsmärkten besonders für Familien eine besondere Herausforderung darstellt. Ein „Verbraucher“ zu sein, wird da schnell zum Vollzeitjob (Verbraucherzentrale Bundesverband [vzbv], 2009) und ist bei weitem keine passive Rolle.
- Haushalte und Familien sind durch die von ihnen erbrachten Versorgungs-, Erziehungs- und Pflegeleistungen wichtige Leistungsträger der Gesellschaft (Meier-Gräwe, 2014; Ohrem & Meier-Gräwe, 2012; Thiele-Wittig, 2003). Als Regenerations- und Sozialisationsorte sorgen sie zum Beispiel für langfristig leistungsfähige ArbeitnehmerInnen. HaushaltswissenschaftlerInnen weisen seit den Anfängen der Disziplin darauf hin, dass die unbezahlte Fürsorgearbeit in Haushalten und Familien einen enormen ökonomischen Wert hat, dieser aber in den volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen nicht erfasst wird. Dadurch entsteht eine ökonomische Schieflage, da die vermeintlich kostenlose Ressource „unbezahlte Arbeit“ nicht als systemrelevant verstanden und im Wortsinne über Gebühr in Anspruch genommen wird; vergleichbar mit der ebenfalls in ökonomischen Systemen weitgehend kostenlos verfügbaren natürlichen Ressourcen (Ohrem, Häußler & Meier-Gräwe, 2013). Dem „Reparaturbetrieb Familie“ kommt zum Beispiel die Aufgabe zu, für Ausgleich zur flexibilisierten, zunehmend verdichteten und wenig verlässlichen Arbeitswelt zu sorgen. Die ökonomische Unsichtbarkeit der unbezahlten Arbeit hat weiterhin zur Folge, dass es kaum ökonomische Anreize für gesellschaftliche Unterstützungssysteme für die Arbeit des Alltags gibt (z.B. innovative Arbeitszeitmodelle, quantitativ und qualitativ hochwer-



tige Kinderbetreuung, bezahlbare haushaltsnahe Dienstleistungen). Für eine sozioökonomisch ausgerichtete Verbraucherbildung ist eine Reflexion über die ökonomische Bedeutung unbezahlter Arbeit nicht nur insofern relevant, als dass sie grundlegende Bewertungsansätze vorherrschender Wirtschaftskonzepte sichtbar macht. Es wird auch deutlich, welche Spielräume die strukturellen Rahmenbedingungen für die Verbraucherrolle von Haushalten und Familien ermöglichen, die ja, wie weiter oben beschrieben, untrennbar mit der Arbeit des Alltags verbunden ist.

- Nicht zuletzt weisen haushaltswissenschaftliche Arbeiten darauf hin, dass das soziale System „Familie“ und damit auch das ökonomische System „Haushalt“ nach wie vor durch deutliche Geschlechterunterschiede geprägt sind. Die Daten der jüngsten Zeitbudgeterhebungen des statistischen Bundesamtes zeigen, dass Frauen etwa zwei Drittel ihrer Arbeit unbezahlt leisten, Männer weniger als die Hälfte (*destatis* online). Die Verbraucherrolle ist also keineswegs geschlechtsneutral und „Gender“ auch für die Verbraucherbildung eine relevante soziale Kategorie. Ein für die Arbeit des Alltags sensibilisierter Blick erfasst dabei zum Beispiel nicht nur, dass sich Männer und Frauen unterschiedlich ernähren, sondern auch, dass sie sich auf unterschiedliche Art und Weise für die Ernährungsversorgung zuständig fühlen (Leonhäuser, Meier-Gräwe, Möser, Zander & Köhler, 2009). Wer macht die Arbeit des Alltags und was bedeutet das für die Verbraucherrolle?

Diese Aspekte können eine Grundlage für empirisch-theoretische Fundierungen einer sozio-ökonomisch ausgerichteten Verbraucherbildung bieten. Die haushaltswissenschaftliche Perspektive auf die Prozesse des Konsumierens und Verbrauchens zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass sie diese immer als untrennbar mit der Arbeit des Alltags verbunden sieht und die produktive Seite des Konsumierens nicht aus dem Blick verliert. Durch die Zuweisung der Verbraucherrolle an den privaten Haushalt im Zuge der gesellschaftlichen Arbeitsteilungsprozesse während der Industrialisierung wird diese in ökonomischen Modellen in aller Regel nicht erfasst.

### 1.3 Sozioökonomische Bildung

Wenn man den Begriffen der „Sozioökonomie“, „Sozialökonomie“ oder der „sozio-ökonomischen Bildung“ nachspürt, führen die Wege auch in die Wirtschaftswissenschaften. In den ökonomischen Disziplinen werden von Beginn an Debatten über das Verhältnis zwischen der Ökonomie und ihrer sozialen Bedingtheit bzw. ihrer gesellschaftlichen Verankerung geführt, womit auch die Frage nach dem grundlegenden Verständnis von „ökonomisch“ oder „Wirtschaft“ verbunden ist (Mikl-Horke, 2015).

Aufgrund globaler ökonomischer Krisen sind innerhalb der letzten Generation sowohl in der Sozialwissenschaften als auch in den Wirtschaftswissenschaften Strömungen entstanden, die ausgehend von einer Kritik an der Neoklassik und dem volkswirtschaftlichen Mainstream verstärkt das Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft in den Blick nehmen (Hedtke, 2015). Sozioökonomische Debatten sind derzeit durchaus aktuell. Allein die Differenzierung der verschiedenen Begrifflichkeiten würde jedoch den Rahmen des Beitrags übersteigen, daher stehen in diesem Abschnitt in erster Linie die ökonomischen Bildungsdebatten im Fokus.

Für sozio-ökonomische Zugänge in der Verbraucherbildung verspricht besonders die sozio-ökonomische Bildung konkrete Anknüpfungspunkte. Welche Ziele und Intentionen verfolgt diese und welche Inhalte werden thematisiert? Besonderes Augenmerk in der Analyse liegt dabei auf dem Verständnis der Verbraucherrolle und damit der Alltags- und Lebensweltperspektive.

Die verschiedenen Vertreter/Vertreterinnen einer sozio-ökonomischen Bildung in Deutschland eint überwiegend das Ziel eines stärkeren Lebensweltbezugs und der durchgängigen Berücksichtigung sozialer Determinanten ökonomischen Handelns. Sie gehen vom Menschen, seinen Bedürfnissen, Bedingungen und Ressourcen aus und verstehen die „Wirtschaft“ nicht als ein von der Gesellschaft differenziertes System. Dazu distanzieren sie sich von der Fachwissenschaft als Bezugsdisziplin (Fischer & Zurstrassen, 2014; Hedtke, 2014; Hellmich, 2014). Die „Mainstreamökonomie“ der Wirtschaftswissenschaften, die in mathematischen Modellen idealtypische Marktprozesse nachvollzieht und dazu mit dem konsequent nutzenmaximierenden „homo oeconomicus“ rechnet, blendet Faktoren wie Verantwortung, Macht, Vertrauen, Emotionen, Ideologien... als Einflussfaktoren für wirtschaftliche Prozesse aus und bietet kein Instrumentarium, um ökonomisches Handeln als soziales Handeln zu erfassen und eine „menschenfreundliche Wirtschaftslehre“ zu etablieren (Kollmann, 2012).

Sozio-ökonomische Bildung strebt seit jeher nach personenzentrierten, problemorientierten, situationsbezogenen, erfahrungsgesättigten, kontextsensiblen, sozialwissenschaftlichen und politikbewussten Zugängen zu Theorie und Praxis der Wirtschaft und des Wirtschaftens. (Hedtke, 2014)

Wirtschaftliches Handeln wird also als sinnhaft-interpretatives Handeln aus einer Vielfalt von Motiven und Wertvorstellungen verstanden. Sozio-ökonomische Bildung akzeptiert die Gründe, die Menschen für ihr Handeln anführen. Ausgangspunkt sind dabei immer die Problemlagen der Lebenswelt. Durch die Subjektorientierung ergreift sie Partei für die Situation der Kinder und Jugendlichen und klärt sie über die strukturellen Bedingungen und Behinderungen ihrer Verwirklichungschancen auf. Sie ermöglicht einen Blick darauf, dass Bedürfnisse, Lebenslagen, Entwicklungsperspektiven und Entfaltungsmöglichkeiten durch wirtschaftliche Strukturen, Prozesse und Ansprüche eingeschränkt oder gefährdet erscheinen. Der Haushalt und die Haushaltsführung werden dabei als exemplarische Bildungsfelder

## Fokus Haushalt

betrachtet (Hedtke, 2014). Der Wirtschaftsbegriff bleibt bewusst phänomenisch und unscharf, um damit Strukturen, Prozesse und Wissensbestände bezeichnen zu können, die eine Gesellschaft als ökonomisch betrachtet (Hedtke, 2014).

Als Aufgaben einer sozio-ökonomischen Bildung formuliert Weber folgende Bildungsziele:

- *Aufklärung über ökonomisch geprägte Lebenssituationen, ihre Gefährdungen und Handlungsspielräume* - zum Beispiel zum Schutz vor prekären Beschäftigungsverhältnissen oder Überschuldungssituationen. Weber weist ausdrücklich auf die Bedeutung soziostruktureller Unterschiede wie Alter, Geschlecht und sozialer Herkunft hin, die von den Wirtschaftswissenschaften nicht erfasst werden, aber von entscheidender Bedeutung für Ressourcen und Handlungsspielräume für die Bedürfnisbefriedigung sind.
- *Ermittlung und kritische Reflexion relevanter ökonomischer Kategorien statt bloßer Legitimation* – zum Beispiel die Reflexion des Wirtschaftlichkeitsprinzips, welches sich lediglich an Nutzenmaximierung und Effizienzsteigerung als ökonomisch quantifizierbarer Größen orientiert und Ziele wie Lebensqualität außer Acht lässt.
- *Einbeziehung alternativer ökonomischer und sozialwissenschaftlicher Denkansätze und Wirtschaftsformen* (Weber, 2014)

In den Ansätzen der sozio-ökonomischen Bildung wird dabei ebenfalls für die Perspektive der Verbraucher Partei ergriffen und das ökonomische Handeln durchgängig in einen sozialen Kontext gestellt. Letztlich werden Verbraucher jedoch überwiegend als Individuen mit dem Ziel ihrer eigenen Bedürfnisbefriedigung erfasst (Engartner & Krisanthan, 2014; Weber, 2014). Die in den Haushaltswissenschaften verankerte integrierte Perspektive auf die Verbraucherrolle als Teil der alltäglichen Versorgung und der Handlungskontext des Haushalts und der Familie findet sich in den Konzepten der sozio-ökonomischen Bildung nicht.

### 1.4 Weitere Ansätze für eine sozio-ökonomische Verbraucherbildung

Zwei weitere Ansätze, die für eine sozio-ökonomische Fundierung der Verbraucherbildung interessant sind, sollen an dieser Stelle noch kurz erwähnt werden. Zum einen die feministische Ökonomie: Im Kern eint die unter diesem Begriff versammelten verschiedenen Strömungen die Überzeugung, dass die herrschenden neoklassischen Wirtschaftskonzepte nicht, wie sie vorgeben, wertneutral sind, sondern Macht- und Herrschaftsverhältnisse sowie soziale Ungleichheiten ausblenden und auf androzentrischen Wert- und Weltvorstellungen beruhen. Dadurch wird in den

darauf basierenden ökonomischen Modellen vieles ausgeblendet, was besonders die Lebenswelt von Frauen betrifft, wie zum Beispiel Fragen der unbezahlten Reproduktionsarbeit oder ungleiche Bewertungsmaßstäben von bezahlten Tätigkeiten (Mader, 2014).

Das Wirtschaften außerhalb dessen, was normalerweise ‚Wirtschaft‘ genannt wird, wurde in der Mainstream-Ökonomie als ‚Soziales‘, ‚Nicht-Ökonomisches‘ analysiert, in einer ersten feministischen Phase der feministischen Ökonomie als ‚Reproduktionssphäre‘ oder Subsistenzproduktion‘ bezeichnet. (Madörin, 2010)

Und abschließend ist noch die Perspektive der in verschiedenen Disziplinen angesiedelten Verbraucherforschung auf sozioökonomische Aspekte der Verbraucherbildung zu nennen. Hier tut sich ein komplexes Feld auf, was einer gesonderten Analyse bedarf. Grundsätzlich spielt die Verbraucherbildung in den meisten Ansätzen der Verbraucherforschung keine zentrale Rolle. Im Mittelpunkt des wissenschaftlichen Interesses stehen Forschungen und Theorien zum Verbraucherverhalten, es wird jedoch Forschungsbedarf für den Bereich der Verbraucherbildung gesehen (Oehler & Reisch, 2012). Piorkowsky plädiert dafür, Haushalte nicht auf die Verbraucherrolle zu reduzieren, sondern im Gegenteil den Verbraucherbegriff durchgängig auf Haushalte auszuweiten (Piorkowsky, 2012).

## 2 Schlussfolgerungen für die Verbraucherbildung

Sozio-ökonomischen Zugänge zur Verbraucherbildung, so wie sie in diesem Beitrag erarbeitet wurden, stellen weniger ein Programm als eine spezifische Perspektive auf die Verbraucherrolle und die Kompetenzen für Lebensführung dar. Als durchgängige Erkenntnis über die verschiedenen analysierten Disziplinen hinweg zeigt sich, dass es nicht möglich ist, soziale und ökonomische Aspekte der Verbraucherrolle für die Bildung voneinander zu trennen. Gerade die didaktische Vorgabe des Lebensweltbezugs gibt die Verknüpfung geradezu vor, denn auch im Alltag ist ökonomisches Handeln untrennbar mit sozialem Handeln verwoben.

Die Bildungsinhalte in den Fächern der Ernährungs- und Verbraucherbildung für die alltägliche Lebensführung berühren immer auch sozio-ökonomische Aspekte. Eine durchgängige haushaltsbezogene, sozio-ökonomische Perspektive, die sich aus der Verbraucherrolle ableitet, kann als „roter Faden“ durch die Themen der Verbraucherbildung Zusammenhänge aufzeigen und ein vertieftes Verständnis für Strukturen, Ressourcen und Restriktionen für die Alltags- und Lebensbewältigung entwickeln. Dieses lässt sich auf Fragen des nachhaltigen Konsums, der Ernährung, Gesundheit oder auch auf Aspekte der eigenen Lebens- und Familienplanung anwenden (Thiele-Wittig, 2003).

## Anmerkungen

- 1 Ein Zweig der Haushaltswissenschaft beschäftigt sich dabei auch mit hauswirtschaftlichen Dienstleistungsbetrieben; die für die Verbraucherbildung besonders relevanten Aspekte sind jedoch in der Wirtschaftslehre des privaten Haushalts angesiedelt.

## Literatur

- Engartner, T. & Krisanthan, B. (2014). Ökonomische Bildung in Zeiten der Ökonomisierung - oder: Welche Anforderungen muss sozio-ökonomische Bildung genügen? In A. Fischer & B. Zurstrassen (Hrsg.), *Sozioökonomische Bildung* (Schriftenreihe Bundeszentrale für Politische Bildung, Bd. 1436, S. 155-176). Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Fischer, A. & Zurstrassen, B. (2014). Annäherungen an eine sozioökonomische Bildung. In A. Fischer & B. Zurstrassen (Hrsg.), *Sozioökonomische Bildung* (Schriftenreihe Bundeszentrale für Politische Bildung, Bd. 1436, S. 7-31). Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Funder, M. (2011). *Soziologie der Wirtschaft. Eine Einführung*. München: Oldenbourg.
- Hedtke, R. (2014). Was ist sozioökonomische Bildung? Perspektiven einer pragmatischen fachdidaktischen Philosophie. In A. Fischer & B. Zurstrassen (Hrsg.), *Sozioökonomische Bildung* (Schriftenreihe Bundeszentrale für Politische Bildung, Bd. 1436, S. 81-127). Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Hedtke, R. (2015). Was ist und wozu Sozioökonomie? Topographie eines unübersichtlichen Feldes. In R. Hedtke (Hrsg.), *Was ist und wozu Sozioökonomie?* (SpringerLink : Bücher, S. 16-69). Wiesbaden: Springer VS.
- Hellmich, S. N. (2014). Was ist Sozioökonomie? Eine Annäherung. In A. Fischer & B. Zurstrassen (Hrsg.), *Sozioökonomische Bildung* (Schriftenreihe Bundeszentrale für Politische Bildung, Bd. 1436, S. 23-62). Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Kollmann, K. (2012). Wie Wirtschaftslehre beginnen sollte – und nicht nur in der Hauswirtschaftswissenschaft. *Haushalt in Bildung & Forschung*, 1(2), 7-21.
- Küster, C. (1994). *Leistungen von privaten Haushalten und ihre Erfassung in der Zeitbudgetforschung*. Baltmannsweiler: Schneider Verlag.
- Leonhäuser, I.-U., Meier-Gräwe, U., Möser, A., Zander, U. & Köhler, J. (2009). *Essalltag in Familien. Ernährungsversorgung zwischen privatem und öffentlichem Raum*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mader, K. (2014, Mai). *Feministische Ökonomie. Möglichkeiten und Herausforderungen*. Ringvorlesung "Jenseits der Geschlechtergrenzen", Universität Hamburg.

- Madörin, M. (2010). Care Ökonomie. Eine Herausforderung für die Wirtschaftswissenschaften. In C. Bauhardt & G. Caglar (Hrsg.), *Gender and Economics* (Feministische Kritik der politischen Ökonomie, S. 81-104). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Meier-Gräwe, U. (2014). Hauswirtschaftliche Tätigkeiten als produktive Arbeit. Eine kurze Geschichte aus haushaltswissenschaftlicher Perspektive. In K. Scheiwe & J. Krawietz (Hrsg.), *(K)Eine Arbeit wie jede andere? Die Regulierung von Arbeit im Privathaushalt* (Juristische Zeitgeschichte Abteilung 2, v. 20, S. 135-164). Berlin/Boston: De Gruyter.
- Methfessel, B. & Schlegel-Matthies, K. (Hrsg.). (2003). *Fokus Haushalt. Beiträge zur Sozioökonomie des Haushalts* (1. Aufl.). Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Mikl-Horke, G. (2015). Traditionen, Problemstellungen und Konstitutionsprobleme der Sozioökonomie. In R. Hedtke (Hrsg.), *Was ist und wozu Sozioökonomie?* (SpringerLink: Bücher, S. 95-123). Wiesbaden: Springer VS.
- Oehler, A. & Reisch, L. A. (2012). Sie lebt! Zur Verbraucherforschung im deutschsprachigen Raum. Eine empirische Analyse. *Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit*, 7(2), 105-115.
- Ohrem, S., Häußler, A. & Meier-Gräwe, U. (2013). Von der Nationalökonomie zur Care-Ökonomie. Geschlechtergerechte Arbeitsteilung und ihre Bedeutung für nachhaltige Wirtschaftskonzepte. *Jahrbuch für Christliche Sozialwissenschaften*, 54, 227-248.
- Ohrem, S. & Meier-Gräwe, U. (2012). Jenseits der Nationalökonomie. Welches Wirtschaftskonzept brauche Haushalt und Familie im 21. Jahrhundert? *Haushalt in Bildung & Forschung*, 1(2), 22-32.
- Piorkowsky, M.-B. (1997). Haushaltsökonomie. In T. Kutsch, M.-B. Piorkowsky & M. Schätzke (Hrsg.), *Einführung in die Haushaltswissenschaft. Haushaltsökonomie, Haushaltssoziologie, Haushaltstechnik* (UTB Haushalts- und Ernährungswissenschaften, Bd. 1978, S. 13-183). Stuttgart (Hohenheim): Ulmer.
- Piorkowsky, M.-B. (2012). Ja, sie lebt - aber sie ist halbseitig gelähmt und auf einem Auge blind. *Journal für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit*, 7(4), 387-391. Ein Kommentar zur Verbraucherforschung sowie zur Verbrauchertheorie und Verbraucherpolitik.
- Richarz, I. (1991). *Oikos, Haus und Haushalt. Ursprung und Geschichte der Haushaltsökonomik*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Rogall, H. (2013). *Volkswirtschaftslehre für Sozialwissenschaftler* (Einführung in eine zukunftsfähige Wirtschaftslehre). Wiesbaden: Springer VS Verlag.  
[DOI:dx.doi.org/10.1007/978-3-658-01980-8].
- Schlegel-Matthies, K. (2003). Bildung für Lebensführung - eine neue Aufgabe für die Schule? In B. Methfessel & K. Schlegel-Matthies (Hrsg.), *Fokus Haushalt*.

## Fokus Haushalt

- Beiträge zur Sozioökonomie des Haushalts* (1. Aufl., S. 71-84). Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Schweitzer, R. v. (1991). *Einführung in die Wirtschaftslehre des Privathaushalts*. Stuttgart: UTB.
- Thiele-Wittig, M. (2003). Kompetent im Alltag: Bildung für Haushalt und Familie. In Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), *Aktivierende Gesellschaftspolitik. Aus Politik und Zeitgeschichte*. 2003 (9/2003) [Themenheft]. Bonn.
- Tornieporth, G. (1980). *Haushaltslehre* (Texte zur Fachdidaktik). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Verbraucherzentrale Bundesverband. (Mai 2009). *Familien in der modernen Marktgesellschaft: Der ganz normale Wahnsinn? Analyse zur Belastung von Familien im heutigen Konsumalltag*. zum Deutschen Verbrauchertag am 12. Mai 2009 in Berlin. Berlin: Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv).
- Weber, B. (2014). Grundzüge einer Didaktik sozioökonomischer Allgemeinbildung. In A. Fischer & B. Zurstrassen (Hrsg.), *Sozioökonomische Bildung* (Schriftenreihe Bundeszentrale für Politische Bildung, Bd. 1436, S. 128-152). Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.

## Verfasserin

Prof.<sup>in</sup> Dr. Angela Häußler

Pädagogische Hochschule Heidelberg

Im Neuenheimer Feld 561

D-69120 Heidelberg

E-Mail: a.haeussler@ph-heidelberg.de