

Forschungsprojekt

# Transfer der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Unterricht

Entwicklung eines fachdidaktischen Transferkonzeptes und erste Umsetzungsmaßnahmen für Lehrpersonen zur Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Bildungsplan 2016



## Schlussbericht

28. Februar 2018

## **Schlussbericht zum Projekt cLEVER | 28. Februar 2018**

Forschungsprojekt „Entwicklung eines fachdidaktischen Transferkonzeptes und erste Umsetzungsmaßnahmen für Lehrpersonen zur Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Bildungsplan 2016“

### **Kurztitel**

Transfer der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Unterricht

### **Fördernde Institution**

Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg  
Referat 37, Verbraucherpolitik  
Kernerplatz 10  
70182 Stuttgart

### **Förderkennzeichen**

Projekt-Nr.: 0372 E

### **Durchführung**

Projektleitung: Prof. Dr. Silke Bartsch  
Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen: Ann-Kathrin Bauer, Heike Müller  
Pädagogische Hochschule Karlsruhe  
Bismarckstraße 10  
76133 Karlsruhe

### **Schlagworte**

Bildungsplan 2016, Leitperspektive Verbraucherbildung, Transferkonzept, Unterstützungsmaßnahmen für Lehrpersonen, Bedarfssichtung, cLEVER

Das Projektteam dankt allen, die das cLEVER-Projekt ermöglicht haben und durch ihre Expertise und konstruktive Zusammenarbeit unterstützt und begleitet haben. Das Projekt wurde vom Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR), Abteilung 3, Referat Verbraucherpolitik initiiert und gefördert. Dem Team des Referats Verbraucherpolitik danken wir ganz besonders für die konstruktive Projektbetreuung und hilfreiche Unterstützung. Unser Dank gilt auch dem Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (KM), der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. und allen Praxispartnern, -partnerinnen und Lehrpersonen, die mit ihren Rückmeldungen unseren partizipativen Ansatz fruchtbar gemacht haben.

Das Projekt hätte ohne die Hilfe von den Masterstudierenden an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe in diesem Umfang nicht realisiert werden können. Nicht zuletzt möchten wir den zahlreichen studentischen Hilfskräften, die zuverlässig mitgearbeitet haben, danken.

cLEVER-Projektteam

## Kurzbeschreibung

Kinder und Jugendliche machen täglich Konsumerfahrungen, die jedoch nicht mit Konsumkompetenzen gleichzusetzen sind. Um reflektiert und selbstbestimmt Konsumententscheidungen treffen zu können, benötigen Verbraucherinnen und Verbraucher Kompetenzen. Ziel der Verbraucherbildung ist auch die Ermöglichung der Teilhabe an der Gesellschaft im Sinne einer *Consumer Literacy*. In Baden-Württemberg wird der KMK-Beschluss vom 12.09.2013 u. a. durch die Einführung der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Bildungsplänen 2016 (KM, 2014) festgeschrieben. Damit sind Lehrpersonen aufgefordert, Verbraucherbildung in allen Fächern, Schularten und Klassenstufen umzusetzen. Auf Grundlage des Bedarfs und der Strukturen wurde im Projekt cLEVER (2016–2018) ein Transferkonzept zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Fachunterricht erarbeitet. Das Transferkonzept ist die theoretische Grundlage für die ersten Unterstützungsmaßnahmen, die erprobt und zusammen mit der Zielgruppe und in Abstimmung mit weiteren Akteuren und Akteurinnen in der Verbraucherbildung iterativ und partizipativ weiterentwickelt wurden. Kernelemente der Umsetzungsmaßnahmen sind Fortbildungsangebote für Lehrpersonen und Lehramtsanwärter und Lehramtsanwärterinnen sowie Handreichungen zur *Verbraucherbildung im Fachunterricht*.

Nach Abschluss des Projekts stehen das Fortbildungskonzept mit entsprechenden Materialien und die Handreichungen als erste Unterstützungsmaßnahmen zur Verfügung, um Lehrpersonen für Verbraucherbildung zu sensibilisieren und ihnen Möglichkeiten der Umsetzung in ihrem Fachunterricht aufzuzeigen. Zusätzlich informiert die Projektwebseite [www.leitperspektive-verbraucherbildung.de](http://www.leitperspektive-verbraucherbildung.de) über die Angebote zur Verbraucherbildung, über das Projekt und die Projektergebnisse.

## Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	I
Tabellenverzeichnis.....	II
1 Zusammenfassung.....	1
2 Problemstellung.....	3
3 Der cLEVER-Projektauftrag .....	5
4 Arbeitspaket 1: Bedarf und organisatorische Strukturen .....	6
4.1 Fragestellung.....	6
4.2 Untersuchungsmethode.....	7
4.3 Ergebnisse.....	9
4.3.1 Systematische Sichtung struktureller Bedingungen und erste Kurzbefragungen ..	9
4.3.2 Expert(inn)eninterviews .....	13
4.3.3 Fokusgruppeninterviews.....	20
4.3.4 Materialanalyse.....	28
4.4 Interpretation.....	29
5 Arbeitspaket 2: Fachdidaktisch begründetes Transferkonzept.....	31
5.1.1 Kommunikationskonzept.....	33
5.1.2 Konzeption erster Umsetzungsmaßnahmen.....	35
6 Arbeitspaket 3: Umsetzungsmaßnahmen .....	35
6.1 Fortbildungskonzept und erste Umsetzung .....	36
6.2 Handreichungen.....	38
6.3 Onlinedienst (fakultativ) .....	41
6.4 Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit.....	41
6.5 Evaluation.....	44
7 Konsequenzen für die Praxis.....	55
8 Literaturhinweise.....	56
9 Anhang.....	58
9.1 Projektmanagement .....	58
9.1.1 Meilensteinplan.....	58
9.1.2 Projektphasenplan.....	59
9.1.3 Projektstrukturplan .....	60
9.1.4 Arbeitspaket-Spezifikation.....	61

9.1.5	Terminübersicht Ergebnisse der Arbeitspakete (Deliverables).....	68
9.1.6	Terminübersicht Austausch und Vernetzung.....	69
9.1.7	Nachweis der Mittel.....	70
9.2	Sichtung des Bedarfs und der Strukturen.....	71
9.2.1	Leitfaden Expert(inn)eninterviews .....	73
9.2.2	Fokusgruppeninterviews.....	75
9.2.3	Materialanalyse.....	78
9.3	Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit.....	79
9.3.1	Webseite .....	79
9.3.2	Flyer und Faltblatt.....	79
9.3.3	Formative Evaluation.....	81
9.3.4	Icons zu den konkretisierenden Begriffen der Leitperspektive .....	82
9.4	Literaturauszüge.....	82

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mathematikaufgaben in Schulbüchern im Kontext des Verbraucheralltags, nach Anteilen der in den Leitperspektiven genannten konkretisierenden Begriffe (N = 1.432).....	29
Abbildung 2: Iteratives Transferkonzept im cLEVER-Rahmenmodell .....	32
Abbildung 3: cLEVER Logo .....	44
Abbildung 4: Auszüge aus der formativen Evaluation zur Gesamtbewertung .....	45
Abbildung 5: Auszüge aus der formativen Evaluation zur Bewertung der Arbeitsphasen.....	46
Abbildung 6: Projektstrukturplan (PSP).....	60
Abbildung 7: Leitfaden Expert(inn)eninterviews .....	74
Abbildung 8: Diskussionsanlass mit Mehrpunktentscheidung – Akzeptierte/ favorisierte Form(en) des Unterstützungsangebots .....	75
Abbildung 9: Diskussionsanlass - Inhalt der Angebote .....	75
Abbildung 10: Mehrpunktentscheidung Zielscheibe - Aufbereitung und Material .....	76
Abbildung 11: Diskussionsanlass - Bedingungen der Nutzung.....	77
Abbildung 12: Diskussionsanlass - Fortbildungsangebot.....	77
Abbildung 13: Webseite.....	79
Abbildung 14: Flyer DIN-AA6 Fortbildungseinladung.....	79
Abbildung 15: Falblatt zum cLEVER-Projekt .....	80
Abbildung 16: Icons zu den konkretisierenden Begriffen der Leitperspektive .....	82

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Deliverables zur Sichtung des Bedarfs und der Strukturen .....	7
Tabelle 2: Erhebung des Bedarfs an Unterstützungsangeboten für Lehrpersonen.....	9
Tabelle 3: Ergebnisse aus den Fokusgruppeninterviews bezogen auf Materialien .....	25
Tabelle 4: Barrieren in der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung .....	29
Tabelle 5: Kommunikationsmaßnahmen als Teil des Transferkonzepts .....	35
Tabelle 6: Konzeption erster Umsetzungsmaßnahmen .....	35
Tabelle 7: Weiterentwicklung der Angebote im Fort- und Ausbildungsbereich .....	38
Tabelle 8: Vernetzung und Kommunikation.....	41
Tabelle 9: Presseartikel zum Projekt.....	43
Tabelle 10: Informationsveranstaltungen und Fortbildungen .....	44
Tabelle 11: Übersicht zur formativen Evaluation der Grundschulbausteine .....	48
Tabelle 12: Übersicht zur formativen Evaluation der Bausteine für die Sekundarstufe I.....	51
Tabelle 12: Terminübersicht Ergebnisse der Arbeitspakete (Deliverables).....	69
Tabelle 13: Protokollierte Besprechungen, Arbeitstreffen und Abstimmungen der Akteure....	70
Tabelle 14: Zusammenfassung der Ergebnisse der Kurzbefragung .....	72
Tabelle 15: In der Materialanalyse berücksichtigte Bücher und Hefte.....	78
Tabelle 16: Zusammenfassung Beispiel formative Evaluation (Zyklus 4).....	82

Ziel der Verbraucherbildung im Sinne einer *Consumer Literacy ist es*, allen Menschen die Teilhabe an der (Konsum-) Gesellschaft zu ermöglichen und Kompetenzen für ein selbstbestimmtes und verantwortliches Konsumhandeln anzubahnen und zu fördern. Der komplexe Alltag der Verbraucherinnen und Verbraucher ist gemäß dem REVIS-Konzept (Heseker et al., 2005) der Bezugspunkt der Verbraucherbildung. Verbraucherbildung ist so vielfältig und multidisziplinär wie der Alltag der Verbraucherinnen und Verbraucher (Schlegel-Matthies, 2004, S. 7). In Baden-Württemberg wird der Beschluss der Kultusministerkonferenz zur Verbraucherbildung an Schulen vom 12.09.2013 in den Bildungsplänen 2016 für die allgemeinbildenden Schulen u. a. mit der Verankerung von Verbraucherbildung als Leitperspektive berücksichtigt (vgl. KM, 2014).

## 1 Zusammenfassung

Ziel des Projekts zur *Entwicklung eines fachdidaktischen Transferkonzeptes und erste Umsetzungsmaßnahmen für Lehrpersonen zur Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Bildungsplan 2016 (cLEVER)* ist, Lehrpersonen in der Umsetzung der *Leitperspektive Verbraucherbildung* in ihrem Fachunterricht zu unterstützen. Dies geschieht aus der Perspektive der alltagsbezogenen Lebensführung und auf Basis des beispielhaft erhobenen Bedarfs und der Strukturen. Gefördert vom Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherbildung Baden-Württemberg (2016–2018) erarbeitete die cLEVER-Projektgruppe an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe, Institut für Alltagskultur und Gesundheit, ein Transferkonzept zur Umsetzung der *Leitperspektive Verbraucherbildung* im Fachunterricht. Das Transferkonzept beinhaltet erste beispielhaft erarbeitete Maßnahmen zur Unterstützung für Lehrpersonen, die gemeinsam mit Lehrpersonen und in Abstimmung mit dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, dem Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg und weiteren Akteuren in der Verbraucherbildung (weiter-) entwickelt wurden.

Der Projektverlauf sowie die Projektergebnisse spiegeln den iterativen und partizipativen Entwicklungsprozess:

### *Arbeitspaket 1: Bedarf und organisatorische Strukturen*

Vor dem Hintergrund der Einführung der Bildungspläne 2016 mit *Leitperspektiven* als „neuem“ Bildungsauftrag für Lehrpersonen aller Fächer der allgemeinbildenden Schulen in Baden-Württemberg wurden zu Beginn des Projekts strukturelle Bedingungen systematisch gesichtet und der Bedarf von Lehrpersonen an Unterstützungsmaßnahmen explorativ erhoben. Hauptergebnisse der Bedarfssichtung sind, dass...

- ... Barrieren in der Umsetzung der Leitperspektive bestehen.
- ... eine Sensibilisierung der Lehrerinnen und Lehrer sowie der Schulleitungen für die Leitperspektive notwendig ist.
- ... Lehrpersonen Unterstützungsmaßnahmen benötigen v. a. im Bereich Fort- und Ausbildung sowie konkrete Beispiele für die Umsetzung in den Fachunterricht.

### *Arbeitspaket 2: Fachdidaktisch begründetes Transferkonzept*

Auf Grundlage des erhobenen Bedarfs wurde ein fachdidaktisch begründetes Transferkonzept zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht aus der Perspektive der alltagsbezogenen Lebensführung entwickelt. Dieses beinhaltet ein zielgruppenorientiertes Kommunikationskonzept zur Sensibilisierung sowie eine Konzeption erster beispielhaft erarbeiteter Umsetzungsmaßnahmen in Form von Fortbildungen und Handreichungen als Unterstützungsangebote für Lehrpersonen.

### *Arbeitspaket 3: Umsetzungsmaßnahmen*

Die Konzepte der Umsetzungsmaßnahmen wurden iterativ und partizipativ mit der Zielgruppe weiterentwickelt, mit beteiligten Akteuren in der Verbraucherbildung abgestimmt und realisiert. Die Umsetzungsmaßnahmen beinhalten zum einen Handreichungen zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht und zum anderen Fortbildungsangebote für Lehrpersonen und Lehramtsanwärterinnen und Lehramtsanwärter.

Die Handreichungen bieten anhand von Verbraucherthemen, die mehrperspektivisch bearbeitet wurden, exemplarische Anknüpfungspunkte und beispielhafte Ideen für die Unterrichtspraxis. Dafür wurden gemäß Projektauftrag zwei unterschiedliche Schulstufen ausgewählt. Dies waren die Grundschule und Klasse 5/6 der Sekundarstufe I, da die neuen Bildungspläne zunächst in den Eingangsstufen und sukzessiv gelten. Darüber hinaus wurde ein Fortbildungsangebot zur Leitperspektive Verbraucherbildung erarbeitet, das sich an Lehrerinnen und Lehrer nicht-haushaltsbezogener Fächer richtet und mit der Zielgruppe formativ evaluiert wurde. Ein Onlineauftritt wurde ergänzend und fakultativ aufgebaut als Informationsangebot über Verbraucherbildung, die am Projekt cLEVER beteiligten Akteurinnen und Akteure sowie das cLEVER-Projekt und die Projektentwicklung.

### *Folgerungen:*

Der Ausbau von Unterstützungsangeboten für Lehrpersonen zur schulart- und fächerübergreifenden Verbraucherbildung wird empfohlen, um Lehrpersonen für Verbraucherbildung zu sensibilisieren und zur kontinuierlichen Umsetzung in ihrem Fachunterricht zu motivieren. Schlüssel dafür ist eine Förderung der Erkenntnis, was das jeweilige Fach zur Verbraucherbildung beitragen kann und wie das Fach durch die Verbraucherbildung an Lebensnähe profitieren kann. Es wird vermutet, dass im Bereich der Fort- und Ausbildung durch Multiplikatoren und Multiplikatorinnen ein größeres Wirksamkeitspotenzial erreicht werden kann. Bei der Antragstellung des Folgeprojekts cLEVER 2 wurde entsprechend ein Schwerpunkt auf diese Zielgruppe gelegt.

## 2 Problemstellung

Kinder und Jugendliche in unserer Gesellschaft machen täglich Konsumerfahrungen. Durch ihre Kaufkraft stellen Kinder und Jugendliche eine wichtige Zielgruppe für Unternehmen dar: So verfügen beispielsweise Sechs- bis Neunjährige jährlich über 366 € (Mädchen) bzw. 394 € (Jungen) durch Taschengeld und Geldgeschenke (vgl. Blue-Ocean-Entertainment et al., 2017). Die Mehrheit gibt dabei ihr Taschengeld selbstständig aus (74 Prozent bei den Sechs- bis Neunjährigen bzw. 95 Prozent bei den Zehn- bis 13-Jährigen) (ebd.). Viele Freizeitaktivitäten können unter dem Stichwort „Konsum“ zusammengefasst werden. Während Shopping nicht für alle Jugendlichen interessant ist, nutzt eine große Mehrheit der Zwölf- bis Neunzehnjährigen Medien regelmäßig, z. B. „Internet und Smartphone“ (97 Prozent), „Musikhören“ (95 Prozent) und „Online-Videos“ (86 Prozent) (MPFS, 2017, S. 13; vgl. auch Calmbach et al., 2016; Albert et al., 2015).

Konsumerfahrungen sind jedoch nicht mit Konsumkompetenzen gleichzusetzen, die eine wichtige Voraussetzung für reflektiertes und verantwortungsbewusstes Konsumhandeln ist (vgl. Bartsch, 2012; vgl. auch Dreblow & Schönheit, 2010). Zudem stellen die stetigen Veränderungen der Konsumgesellschaften steigende Anforderungen an die Kinder und Jugendlichen (vgl. Bartsch et al., 2017; Schönheit & Dreblow, 2013). Als zentraler Lebens- und Handlungsbereich unserer Gesellschaft hat Konsum große Bedeutung für die gesellschaftliche Teilhabe und soziale Verortung (vgl. Schlegel-Matthies, 2011). Ziel der Verbraucherbildung ist es daher, Menschen im Erwerb und Ausbau ihrer Konsumkompetenzen zu unterstützen, um allen ein möglichst selbstbestimmtes und verantwortungsbewusstes Konsumverhalten zu ermöglichen. Verbraucherbildung fördert daher Kompetenzen für die alltagsbezogene Lebensführung/ Alltagskompetenzen und ist Teil der Allgemeinbildung im Sinne einer *Consumer Literacy* (vgl. Hesecker et al., 2005; Schlegel-Matthies, 2011; Bartsch & Häußler, 2016; KMK, 2013; KM, 2014).

„Verbraucherbildung ist keine Privatsache“, sondern eine Aufgabe des Verbraucherschutzes (Bartsch & Häußler, 2016, S. 103). Angesichts der zunehmend komplexer werdenden Entwicklungen und Strukturen in der Konsumgesellschaft, z. B. durch die Digitalisierung, können Kompetenzen im Bereich der Verbraucherbildung heute kaum in der Lebenswelt erworben werden. Verbraucherinnen und Verbraucher benötigen hinreichende Rahmenbedingungen wie Informations- und Beratungsangebote des Verbraucherschutzes, um bei ihren Konsumententscheidungen reflektiert handeln zu können. Dazu gehören Entscheidungs- und Handlungskompetenzen, die durch Verbraucherbildung angestrebt werden, um beispielsweise Informationsangebote nutzbar machen zu können. International begründet sich Verbraucherbildung aus verbindlich erklärten Menschenrechten und den daraus abgeleiteten Rechten für Verbraucherinnen und Verbraucher (vgl. ebd.; vgl. auch UN, 1948). Mit dem Beschluss vom 12.09.2013 zur „Verbraucherbildung an Schulen“ berücksichtigt die Kultusministerkonferenz Aspekte der Verbraucherbildung in ihren Vereinbarungen zur Lehrerbildung und die schulische Verbraucherbildung gewinnt an curricularer Verbindlichkeit (vgl. KMK, 2013).

In Baden-Württemberg wird der Beschluss der Kultusministerkonferenz u. a. mit der Einführung der *Leitperspektive Verbraucherbildung* in den Bildungsplänen 2016 festgeschrieben. Die Leitperspektive zielt auf die alters- und entwicklungsgemäß selbstbestimmte Auseinandersetzung mit individuellen und kollektiven Interessen und Bedürfnissen und soll damit zu einer selbstbestimmten, verantwortungsvollen und gesundheitsförderlichen Lebensführung beitragen (vgl. KM, 2016; 2014). Damit sind Lehrpersonen aller Schularten, Fächer und Klassenstufen beauftragt, alle Schülerinnen und Schüler im Erwerb und Ausbau von Handlungskompetenzen in allen Konsumbereichen zu fördern. Dieser Bildungsauftrag ist eine Herausforderung: Zum einen muss Schule gesellschaftliche und bildungspolitische Herausforderungen annehmen und Wege finden, jede Schülerin und jeden Schüler in Zeiten der Globalisierung, Digitalisierung etc. individuell zu fordern und zu fördern und gleichzeitig neue, eingeführte Curricula beachten. Zum anderen bieten verschiedene Fächer unterschiedliche Potenziale für die Verbraucherbildung, die die Lehrpersonen als Expertinnen bzw. Experten für ihr Fach erkennen und nutzbar machen müssen. Darüber hinaus sind Lehrpersonen in ihrer privaten Rolle als Verbraucherinnen bzw. Verbraucher angesichts des Experten-Laien-Verhältnisses gefragt, ihren Alltag möglichst selbstbestimmt und reflektiert zu gestalten. Diese Herausforderungen tragen zu dem Befund bei, dass Lehrpersonen „in vielen Fällen überfordert [scheinen] in dem Anspruch, Schülerinnen und Schülern alltagstaugliche Kompetenzen zu vermitteln, die sie auf die Rolle als Verbraucherinnen und Verbraucher angemessen vorbereiten“ (Schönheit & Dreblow, 2013, S. 18).

Die Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht erfordert eine umfassende Expertise von Lehrpersonen sowie ihre Bereitschaft, der Verbraucherbildung themenbezogen genügend Raum im Unterricht zu geben. Dazu muss im ersten Schritt die Leitperspektive zunächst in den Bildungsplänen 2016 als Teil des Unterrichts wahr- und ernstgenommen werden. Gleichzeitig bieten sich aufgrund der Mehrperspektivität der Verbraucherbildungsthematik gute Anknüpfungsmöglichkeiten für alle Altersstufen und Unterrichtsfächer an, z. B. Was ist für mich das beste Fitnessangebot? (AES, Sport). Wie kann das Smartphone unterwegs aufgeladen und wem gehört der Strom in einer öffentlichen Steckdose? (Physik, Chemie, WBS). Wie funktionieren Geschäftsmodelle von Apps, die nichts kosten? (AES, Mathematik, WBS). Um Veränderungen in der Verbraucherbildungsthematik entsprechend in das Unterrichtsangebot einarbeiten zu können, müssen Lehrpersonen das Potenzial ihres Fachs bzw. ihrer Fächer zur Verbraucherbildung erkennen, mit aktuellen Themen verknüpfen und verlässliche, in der Regel fachfremde, Informationsquellen kennen, um die notwendigen Informationen zu ausgewählten Themenbereichen recherchieren zu können.

Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg förderte das cLEVER-Projekt (2016–2018) an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe, um den Transfer von Verbraucherbildung in den Fachunterricht zu unterstützen.

### 3 Der cLEVER-Projektauftrag

Ziel der Verbraucherbildung in Schulen ist, Schülerinnen und Schüler dazu zu befähigen, als möglichst kritische und mündige Verbraucherinnen und Verbraucher reflektiert und verantwortlich Konsumententscheidungen treffen zu können. Dafür ist die Auseinandersetzung mit der Komplexität der alltäglichen Lebenswelt zentral. Zu beachten sind dabei die Prinzipien des Beutelsbacher Konsens, d. h. das Überwältigungsverbot und das Kontroversitätsgebot. Die Schülerinnen und Schüler sollen ihr Wissen über ihre Rechte als Verbraucher und Verbraucherinnen und ihre Handlungsmöglichkeiten erweitern. Dazu gehört häufig auch Fachwissen, das über die Fächer aufgebaut werden muss. Ist das Fachwissen anschlussfähig an Fragen aus dem Verbraucheralltag, kann es z. B. das Verstehen von unterschiedlichen, auch kontroversen, Standpunkten unterstützen und selbstbestimmte Konsumententscheidungen fördern. Die Verbraucherbildung umfasst alle Konsumbereiche; für die schulische Umsetzung sind insbesondere folgende Themenfelder zentral: *Ressourcen, Finanzen, Verbraucherrechte, Lebensführung (Körperbild, Ernähren, Kleiden, Wohnen, Gesundheit), Medien, Information und nachhaltiger Konsum* (vgl. KM, 2014; 2016). Der Theorie-Praxis-Transfer zur Umsetzung der Verbraucherbildung als Leitperspektive im Fachunterricht ist interessant für die Transferforschung in der Fachdomäne Ernährungs- und Verbraucherbildung.

Um Lehrpersonen in der Wahrnehmung ihres Bildungsauftrags der Leitperspektive Verbraucherbildung zu unterstützen, förderte das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg das Projekt *Entwicklung eines fachdidaktischen Transferkonzeptes und erste Umsetzungsmaßnahmen für Lehrpersonen zur Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Bildungsplan 2016* (cLEVER) an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe (2016–2018). Ziel des Projekts war es, ein fachdidaktisch begründetes und zielgruppenspezifisches Transferkonzept für Lehrpersonen aller Fächer der allgemeinbildenden Schulen aus der Perspektive der alltagsbezogenen Lebensführung sowie erste Umsetzungsmaßnahmen zur Umsetzung der *Leitperspektive Verbraucherbildung* im Bildungsplan 2016 zu erarbeiten. Dies sollte auf Basis des Bedarfs und der Strukturen erfolgen. Außerdem war eine Abstimmung mit Kooperationspartnern und -partnerinnen in der Verbraucherbildung in Baden-Württemberg vorgesehen (u. a. Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg, Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V.). Für das Projekt wurde eine iterative und partizipative Vorgehensweise gewählt, um Lehrpersonen von Anfang an in den Entwicklungsprozess der Unterstützungsmaßnahmen einzubeziehen und im Projekt praxisnah arbeiten zu können. Auf Grundlage des erhobenen Bedarfs und organisatorischer Strukturen (Arbeitspaket 1) wurde ein fachdidaktisch begründetes Transferkonzept erstellt (Arbeitspaket 2), in dessen Rahmen erste Umsetzungsmaßnahmen iterativ entwickelt und durchgeführt wurden (Arbeitspaket 3). Die Arbeitspakete wurden in Aufgaben gegliedert, die als Deliverables konkretisiert wurden (s. Kapitel 9.1.4, S. 61). Die Übersicht über die Projektplanung wird im Anhang aufgeführt, inklusive Meilensteinplan, Projektphasenplan und Projektstrukturplan (S. 58–59).

## **4 Arbeitspaket 1: Bedarf und organisatorische Strukturen**

Die Bildungspläne 2016 in Baden-Württemberg können u. a. als Antwort auf die Erfahrungen mit den Schwächen des Bildungsplans 2004, angesichts der Zieldimensionen von Schule und den sich wandelnden Herausforderungen unserer Gesellschaft, verstanden werden (vgl. Sliwka, 2016; vgl. auch Ziener, 2016). Gleichzeitig nehmen Lehrpersonen den „neuen“ Bildungsauftrag der Leitperspektiven teilweise als zusätzliche Herausforderung bzw. Belastung wahr (vgl. Kapitel 4.3.3). In Bezug auf die Leitperspektive Verbraucherbildung sind Lehrpersonen in der Regel sehr an Verbraucherbildung interessiert und von der Notwendigkeit der Umsetzung der Leitperspektive überzeugt, sobald sie die Bezüge ihres Faches zur Verbraucherbildung verstanden haben.

Aufgrund der Mehrperspektivität von Verbraucherthemen bieten sich für alle Fächer gute Anknüpfungsmöglichkeiten zur Verbraucherbildung an. Inhaltlich lässt sich Verbraucherbildung daher unterschiedlichen Fachgebieten zuordnen. „Traditionelle“ Themen der Verbraucherbildung werden insbesondere durch die Fächer der haushaltsbezogenen Bildung vertreten, wie z. B. Alltagskultur, Ernährung und Soziales, Sachunterricht, Haushalt/Hauswirtschaft, sowie durch Wirtschaft, Berufs- und Studienorientierung und Technik. Zu diesen Themen gehören z. B. Werbung, Anbieterstrategien, Verbraucherschutz, Konsum, Preisbildung oder Qualität von Konsumgütern (vgl. Schlegel-Matthies, 2004). Durch die Leitperspektive werden Lehrpersonen der vergleichsweise weniger verbraucheraffinen Fächer neu damit beauftragt, mit ihrer spezifischen „Fachlichkeit der Fächer“ zur Verbraucherbildung beizutragen. Um Möglichkeiten für diesen Transfer exemplarisch aufzuzeigen, wurde im cLEVER-Projekt ein zu bearbeitendes Fach aus dem Kanon der vergleichsweise weniger verbraucheraffinen Fächer ausgewählt (s. Kapitel 4.2).

Zu Beginn des Projekts wurden der Bedarf und institutionell begründete Strukturen gesichtet. Die Ergebnisse der Bedarfssichtung sind mitentscheidend für das im Projekt erarbeitete Transferkonzept aus der Perspektive der alltagsbezogenen Lebensführung. Das Konzept wurde mit Lehrpersonen und in Abstimmung mit den Kooperationspartnern und -partnerinnen iterativ weiterentwickelt.

### **4.1 Fragestellung**

Die Leitperspektive Verbraucherbildung ist ein Bildungsauftrag für Lehrpersonen aller Schularten, aller Fächer in allen Klassenstufen, gemäß der Bildungspläne 2016. Diese Verankerung stellt eine neue Situation in Baden-Württemberg dar. Mit dem Ziel, ein Transferkonzept zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung zu entwickeln und daraus abgeleitete, erste beispielhafte Maßnahmen zur Unterstützung für Lehrpersonen zu erarbeiten und anzubieten, wurde im Projekt zunächst eine Bedarfssichtung durchgeführt. Mit dem partizipativen Ansatz war beabsichtigt, die Zielgruppe aktiv in den curricularen Veränderungsprozess einzubeziehen und die mit Verbraucherbildung beauftragten Lehrpersonen für die Umsetzung in ihrem Unterricht zu motivieren. Bewährte Strukturen sollten identifiziert werden, um Lehrpersonen über bestehende Kommunikationswege ansprechen zu können und die Leitperspektive Verbraucherbildung in das Sichtfeld von Lehrpersonen zu rücken. Um Lehrpersonen Anknüpfungspunkte

aus ausgewählte Unterrichtsfächer beispielhaft aufzuzeigen, wurden aus dem Alltag von Verbraucherinnen und Verbrauchern Themenfelder eruiert und daraus Arbeitshypothesen abgeleitet. Erkenntnisleitende Fragestellungen der Erhebung des Ist-Stands und Bedarfssichtung waren:

- Welche Unterstützungsangebote benötigen Lehrpersonen zur fundierten Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung in ihrem Fachunterricht?
- Auf welche organisatorischen Strukturen kann zum Erreichen der Lehrpersonen zurückgegriffen werden?
- Welche Themenfelder der alltagsbezogenen Lebensführung stellen Anknüpfungspunkte an ausgewählte Unterrichtsfächer dar?
- Welche Schlussfolgerungen lassen sich für den Theorie-Praxis-Transfer ziehen?

## 4.2 Untersuchungsmethode

Ziel der Bedarfssichtung war eine Erkenntnis- und Überblicksgewinnung. Um in der Explorationsphase eine möglichst vollständige Informationserhebung und gleichzeitig die erforderliche Offenheit der Untersuchung gewährleisten zu können, wurden in einem Mixed-Methods-Design strukturelle Bedingungen systematisch gesichtet und der Bedarf von Lehrpersonen erhoben und ausgewertet. Bei divergenten Strukturen lag der Fokus auf dem Fach Mathematik. Mathematik stellt ein Beispiel für ein, im Vergleich zu anderen Fächern, weniger verbraucheraffines Fach dar, für das gleichzeitig ein vergleichsweise hohes Stundenkontingent als Unterrichtsfach im Pflichtbereich zur Verfügung steht (vgl. Verordnungen des Kultusministeriums vom 19.04.2016).

Die Deliverables in Tabelle 1 bilden die Konkretisierungen des ersten Arbeitspakets ab und verdeutlichen die Untersuchungsaufgaben innerhalb der Projektstruktur. Die dazugehörigen Einzelergebnisse werden in Kapitel 4.3 zusammenfassend vorgestellt.

Schwerpunkt	Nr.	Deliverable-Bezeichnung
strukturelle Bedingungen	D 1.4	Struktur Bildungspläne 2016, inkl. Leitperspektiven
	D 1.5	Übersichtstabelle Fortbildungssystem
	D 1.6*	Übersicht Curricula Verbraucherbildung
	D 2.1	Tabelle Anbieter Unterrichtsmaterial
	D 2.2	Überblick Materialkompass
	D 4.9.1	Kurzbefragungen
Bedarf der Lehrpersonen	D 2.3*	Materialanalyse
	D 2.4	Forschungsdesign
	D 2.5	Ausgearbeitetes Erhebungsinstrument
	D 2.6	Ergebnisbericht
	D 2.7	Präsentation

Tabelle 1: Deliverables zur Sichtung des Bedarfs und der Strukturen

\* = fakultativ

Strukturelle Bedingungen wurden zunächst mithilfe von freien und kriteriengeleiteten Literatur- und Onlinerecherchen sowie ersten leitfadengestützten Kurzbefragungen gesichtet. Der

Bedarf an Unterstützungsangeboten für Lehrpersonen zur Implementierung der Verbraucherbildung wurde exemplarisch für das Fach Mathematik auf dreifachem Weg untersucht (Tabelle 2):

1. Leitfadengestützte Expert(inn)eninterviews
2. Fokusgruppeninterviews
3. Materialanalyse (fakultativ)

<b>Bedarf an Unterstützungsangeboten für Lehrpersonen zur Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Unterricht</b>
Forschungsfrage: Welche Unterstützungsangebote benötigen Lehrpersonen zur fundierten Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung in ihrem Fachunterricht?
Untersuchungsart: explorativ, Mixed-Methods
Ziel: Erkenntnis- und Überblicksgewinnung als Grundlage für Transferkonzept
<p><b>Datenset 1: Expert(inn)eninterviews</b></p> <p>Datenset 1 wurde über leitfragenbasierte Expert(inn)eninterviews durch mündliches Befragen von Einzelpersonen erhoben. Die Expertinnen und Experten sind Personen mit exklusiver Stellung (purposives Sampling). Sie sind Zeuginnen und Zeugen der die Forschung interessierenden Prozesse, d. h. sie sind Personen, die Reaktionen auf die Leitperspektive Verbraucherbildung und Veränderungen in den Schulen Baden-Württembergs als Konsequenz der Einführung der Bildungspläne 2016 erleben (KM, 2016), sowie Zeuginnen und Zeugen von Unterstützungsangeboten zur Verbraucherbildung allgemein. Vier Experten und Expertinnen wurden telefonisch interviewt, eine im Vier-Augen-Gespräch. Die Interviews wurden audioaufgezeichnet, anschließend transkribiert und schließlich mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016) ausgewertet.</p>
<p><b>Datenset 2: Fokusgruppeninterviews</b></p> <p>Im Datenset 2 wurden die angebotsbezogenen Wünsche von Lehrpersonen in Fokusgruppeninterviews durch mündliches Befragen von Gruppen erhoben. Ziel der Fokusgruppeninterviews war es, die Bandbreite der gewünschten Unterstützungsmaßnahmen zu erkennen, sowie Synergieeffekte in der Gruppe zu nutzen (vgl. Krueger &amp; Casey, 2009). In einem Ein-Kategorien-Design wurden Fokusgruppenteilnehmende interviewt. Zur Teilnahme wurden Lehrpersonen eingeladen, die Mathematik nach den Bildungsplänen 2016 in Klassenstufe 1/2 und/oder 5/6 (KM, 2016) unterrichten. Die Daten wurden in Feldnotizen und Audioaufnahmen gesammelt, die gekürzt transkribiert und mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016) analysiert wurden.</p>
<p><b>Datenset 3: Materialanalyse (fakultativ)</b></p> <p>Im Datenset 3 wurden ausgewählte Unterrichtsmaterialien mithilfe einer Kriterienmatrix ausgewertet. Ziel der Materialanalyse war die Erhebung bereits vorhandener Umsetzungsangebote zur Ableitung von Hypothesen für den Theorie-Praxis-Transfer. Ausgewertet wurden</p>

Schulbücher und Arbeitshefte, die vom Landesinstitut für Schulentwicklung für den Unterricht an Grundschulen, in der Sekundarstufe I und an Gymnasien gemäß den Bildungsplänen 2016 (KM, 2016) in Baden-Württemberg zugelassen sind und auf Anfrage dem Projekt kostenlos durch die Verlage zur Verfügung gestellt wurden. In einem Mixed-Methods-Ansatz wurden inhaltsbezogenen Fachkompetenzen, die Zuordnung zu den Begriffen der Themenfelder der Verbraucherbildung sowie die Anforderungsniveaus quantitativ erfasst und die didaktische und formale Aufbereitung qualitativ bewertet.

Tabelle 2: Erhebung des Bedarfs an Unterstützungsangeboten für Lehrpersonen

## Methodenwahl

Die tragenden Methoden in der Explorationsphase und Erhebung des Bedarfs waren Methoden der qualitativen Sozialforschung: Experteninterviews (vgl. Gläser & Laudel, 2010) und Fokusgruppeninterviews (vgl. Krueger & Casey, 2009). In ihrer Schlüsselposition verfügen die ausgewählten Expertinnen und Experten über Prozess- und Deutungswissen für das berufliche Handlungsfeld der Ernährungs- und Verbraucherbildung. Damit konnten sie auf exklusive Weise zu einem Überblick über verbraucherbildungsspezifische, curriculare Transferprozesse beitragen. Das teilstandardisierte Vorgehen wurde angewendet, um die Operationalisierung der Erkenntnisinteressen in einem Leitfaden während des Interviews weiterbetreiben zu können und die Themenlogik vorab in eine geeignete Abfolge zu bringen. Mit Blick auf die zur Verfügung stehenden Ressourcen waren bei der Wahl von Experteninterviews als Erhebungsmethode spezifische forschungspraktische Vorzüge verbunden, u. a. eine dichte Datengewinnung in der Explorationsphase, durch welche aufwendige Beobachtungsprozesse abgekürzt werden konnten.

Durch Fokusgruppeninterviews erhobene Daten sind Ergebnisse von Interaktionen innerhalb der Gruppe der Teilnehmenden (vgl. z. B. Krueger & Casey, 2009). Synergieeffekte der Interaktion der Teilnehmenden nutzbar machen zu können, war für das Forschungsvorhaben insbesondere interessant, um ein möglichst breites Spektrum an Sichtweisen der Zielgruppe in der Explorationsphase abzubilden und den Teilnehmenden einen unterrichtspraktischen Nutzen zu bieten. Die Inputphasen der Gruppendiskussionen boten die Möglichkeit, Sichtweisen von Zielgruppenangehörigen auf die aus den Ergebnissen der Expert(inn)eninterviews abgeleiteten Hypothesen zu ermitteln, synergetisch zu konkretisieren und weitere Informationen und Ideen zu generieren. Mit den Ergebnissen konnten die Arbeitshypothesen weiterentwickelt werden.

## 4.3 Ergebnisse

Aufschluss über zeitliche Aspekte der Ergebnisse der Arbeitspakete (Deliverables) gibt Tabelle 13 (S. 69). Im Folgenden werden die Einzelergebnisse der Deliverables des Arbeitspakets 1 zusammenfassend vorgestellt.

### **4.3.1 Systematische Sichtung struktureller Bedingungen und erste Kurzbefragungen Leitperspektive Verbraucherbildung im Kontext der Bildungspläne 2016 Baden-Württemberg, am Beispiel Mathematik (D 1.4)**

Zu den Neuerungen des Bildungsplans 2016 (KM, 2016) gehören u. a. die Abschlussbezogenheit durch Niveaustufen (grundlegendes, mittleres, erweitertes Niveau), die Ausweisung inhaltlicher und prozessbezogener Kompetenzen und die Verankerung von drei allgemeinen und drei themenspezifischen Leitperspektiven (vgl. auch Hartkopf et al., 2016, Sliwka, 2016).

Alle Leitperspektiven haben Schnittmengen mit der Verbraucherbildung, insbesondere jedoch die Leitperspektiven *Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE)*, *Prävention und Gesundheitsförderung* und *Medienbildung*. Die Leitperspektive *Verbraucherbildung* ist in Baden-Württemberg Teil der Umsetzung des Beschlusses der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013 (KMK, 2013).

Allen Fachplänen der Bildungspläne 2016 (KM, 2016) sind Leitgedanken des jeweiligen Faches als eigenes Kapitel vorangestellt, in dem explizit Bezug auf die Leitperspektiven genommen wird. Darüber hinaus enthalten die Bildungspläne 2016 eine Verweisstruktur zu den Leitperspektiven in dem Kapitel „Standards für inhaltsbezogene Kompetenzen“ des jeweiligen Faches. Hier finden Lehrpersonen bei den Teilkompetenzen Verweise auf die Leitperspektiven als Icon (L). Durch Anklicken des Icons wird in einer Randspalte der „konkretisierende Begriff“ der jeweiligen Leitperspektive sichtbar. Damit ist eine strukturelle Verankerung der Verbraucherbildung in den Bildungsplänen 2016 erfolgt, die an die Teilkompetenzen der Fächer anknüpft.

Lehrpersonen, die die Bildungspläne aus der Perspektive ihrer Unterrichtsfächer betrachten, können die Verweise auf die Leitperspektiven gut *erkennen*; bekommen Informationen zur Verweisstruktur sowie einen kurzen allgemeinen Informationstext zur Leitperspektive Verbraucherbildung mit den konkretisierenden Begriffen, auf die mit dem Anklicken des Icons verwiesen wird. Darüber hinaus gehört es zum Auftrag der Lehrpersonen, sich mit der Leitperspektive Verbraucherbildung in der notwendigen Tiefe und Differenzierung so auseinanderzusetzen, dass eine unterrichtliche Umsetzung fachlich richtig und adäquat erfolgen kann.

Um aus der Perspektive eines ausgewählten Faches Hinweise und Bezüge zur Leitperspektive exemplarisch zu erfassen und daraus Arbeitshypothesen für die Entwicklung eines Transferkonzepts abzuleiten, sichtete eine Studentin<sup>1</sup> im Rahmen ihres Masterprojekts die Standards für inhaltsbezogene Kompetenzen in den Bildungsplänen des Faches Mathematik. Dazu stellte sie die Anzahl der Teilkompetenzen in den verschiedenen mathematischen, inhaltsbezogenen Kompetenzbereichen bzw. Leitideen der Anzahl an Verweisen zur Leitperspektive Verbraucherbildung gegenüber, jeweils mit den konkretisierenden Begriffen der Leitperspektive.

## Ergebnisse

- Grundschule: In zwei von vier inhaltsbezogenen Kompetenzbereichen wird die Verbraucherbildung in den dazugehörigen Teilkompetenzen aufgegriffen („Zahlen

---

<sup>1</sup> Die Studentin im Masterstudiengang Bildungswissenschaften hatte einen pädagogischen Hintergrund und erstellte eine Projektarbeit zum Thema „Curriculare Veränderungen. Bedarfssichtung am Beispiel der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in der Schule“ im Rahmen ihres Studiums.

und Operatoren“ und „Daten, Häufigkeiten und Wahrscheinlichkeit“). Die Teilkompetenzen werden auf die beiden konkretisierenden Begriffe „Alltagskonsum“ und „Bedürfnisse und Wünsche“ angewendet.

- Sekundarstufe I: Drei von fünf Leitideen für den Mathematikunterricht verweisen auf die Verbraucherbildung („Funktionaler Zusammenhang“, „Daten und Zufall“, „Zahl – Variable – Operation“; konkretisierende Begriffe der Leitperspektive: „Alltagskonsum“, „Medien als Einflussfaktoren“, „Finanzen und Vorsorge“, „Chancen und Risiken der Lebensführung“).
- Gymnasiale Oberstufe (Klasse 10/11): Bei einer von fünf Leitideen wird die Verbraucherbildung genannt („Daten und Zufall“) und auf die konkretisierenden Begriffe „Verbraucherrechte“ der Leitperspektive Verbraucherbildung bezogen.

Mit Blick auf die Möglichkeiten der Umsetzung aus der Perspektive des Alltags zeigt sich, dass das Potenzial der Leitperspektiven in den Verweisen des Bildungsplans Mathematik nicht voll ausgeschöpft wird. So bieten beispielsweise die Themen *ganze Zahlen* und *Brüche zur Beschreibung von Realsituationen verwenden* der „Leitidee Zahl – Variable – Operation“ (Sekundarstufe I, Klassen 5/6) Andockstellen für Verbraucherbildung, wie z. B. Preise, Füllmengen oder Verpackungsanteile; an der betreffenden Stelle gibt es jedoch keinen Verweis auf die Leitperspektive.

Das Konzept der Leitperspektiven erfordert, dass Lehrpersonen zunächst wahrnehmen, dass sie die Leitperspektiven als Bestandteil des Fachcurriculums verpflichtend umsetzen müssen, ihre bisherige Unterrichtspraxis überdenken, Ideen entwickeln und eigenständig recherchieren, wie sie die Leitperspektiven, u. a. die Verbraucherbildung, in ihren Unterricht implementieren können. Die Hinweise in den Bildungsplänen müssen knapp gehalten werden; dies birgt die Gefahr, dass Lehrpersonen die Leitperspektive Verbraucherbildung als eine von sechs Leitperspektiven neben den prozess- und inhaltsbezogenen Fachkompetenzen im Unterrichtsalltag aus den Augen verlieren.

### **Tabelle Anbieter Unterrichtsmaterial (D 2.1)**

Zur Verbraucherbildung gibt es eine Vielzahl an Unterrichtsmaterialien von unterschiedlicher Qualität und mit verschiedenen Interessen, abhängig auch vom Anbieter. Kombinierte Stichwortsuchen für das Fach Mathematik und Verbraucherbildung in Online-Suchmaschinen und im Angebot von Schulbuchverlagen liefern wenige Treffer. Der Materialkompass der Verbraucherzentrale Bundesverband sowie die Medienlisten des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg ermöglichen ein fachspezifisches Filtern des Angebots zu Verbraucherthemen. Auch hier ist die Anzahl der Treffer eher gering (Materialkompass 64 Treffer, Medienlisten 7 Treffer), da insbesondere die Trefferquote des Materialkompasses Angebote beinhaltet, die nur bedingt für den Mathematikunterricht konzipiert wurden.

Angemerkt sei, dass eine weitere Herausforderung für Lehrpersonen darin besteht, u. a. fachlich fundierte Materialien ebenso wie (versteckte) Interessen von (kostenfreien) Angeboten zu erkennen und somit das Gebot der Neutralität beachten zu können.

## **Überblick Materialkompass (D 2.2)**

Der Materialkompass ist eine Webanwendung<sup>2</sup>, die von der Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. betrieben und vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestags gefördert wurde. Als Rechercheinstrument hat der Materialkompass ein hohes Potenzial zur Unterstützung der Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung für Lehrpersonen, weil damit ein Instrument zur Recherche von bewerteten Unterrichtsmaterialien vorliegt (D 2.1). Das dem Materialkompass zugrundeliegende Bewertungsraster bietet darüber hinaus eine wissenschaftlich begründete Grundlage für die Materialanalyse (D 2.3\*). Einschränkungen der Verwendung des Materialkompasses für Lehrpersonen sind die Aktualität der Materialien und die Begrenzung auf den Schwerpunkt „Digitales“ seit 2016.

## **Kurzbefragungen (D 4.9.1)**

Potenziell bieten Staatliche Seminare für Didaktik und Lehrerbildung Ansatzpunkte zur Kommunikation von Unterstützungsmaßnahmen zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung. Daher wurden Gatekeeper telefonisch, leitfadengestützt befragt. Die Stichprobe wurde zufällig nach telefonischer Erreichbarkeit unter Berücksichtigung der gleichmäßigen Verteilung nach Schultypen (Grundschule, WHRS, Gymnasium) zusammengesetzt und ist nicht repräsentativ. Insgesamt wurden zwölf Personen befragt (sieben Seminarleitende, drei stellvertretende Seminarleitende, zwei Bereichsleitende). Durchgeführt wurden die Kurzbefragungen im Oktober 2016 von einem Masterstudenten<sup>3</sup> im Rahmen einer Projektarbeit an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe.

Zentrale Ergebnisse der Kurzbefragungen sind (vgl. Tabelle 15, S. 72): Regelmäßig Informationen über die Leitperspektive Verbraucherbildung zu erhalten, erachten zwölf von vierzehn Befragten als sinnvoll. Interessant seien dabei Begriffsklärungen und fachdidaktische Konzeptionen, Informationen zu Produkten, Gefahren und aktuellen Geschehnissen; sowie Konzepte zu handlungsorientiertem Unterricht in Anwendungsfeldern; didaktisch-aufbereitete Materialien und Forschungsergebnisse. Workshop-Angebote für Lehramtsanwärterinnen und -anwärter werden von den Befragten eher abgelehnt, während eine Zusammenarbeit zur Verbraucherbildung zwischen den Seminaren und der Pädagogischen Hochschule mehrheitlich begrüßt wird. Auffällig ist, dass der Bildungsauftrag der Leitperspektive Verbraucherbildung bislang noch nicht von allen Befragten wahrgenommen wird bzw. wurde: Zwei von vierzehn Befragten gaben an, dass die Leitperspektive nicht ihr Fach oder ihre Klassenstufe betreffe. Eine Person aus dem gymnasialen Bereich äußerte, dass die Verbraucherbildung exklusiv an andere Schularten gekoppelt sei. Die Weiterleitung an Fachbereichszuständige deutet darauf hin, dass Verbraucherbildung als Expertise und Verantwortung einzelner haushaltsbezogener Fächer angesehen wird.

---

<sup>2</sup> <https://www.verbraucherbildung.de/suche/materialkompass>

<sup>3</sup> Der Student im Masterstudiengang Bildungswissenschaften hatte einen pädagogischen Hintergrund und erstellte seine Projektarbeit im Rahmen seines Studiums zum Thema „Curriculare Veränderungen. Bedarfssichtung am Beispiel der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in der Schule“.

### **4.3.2 Expert(inn)eninterviews**

Zum weiteren Erkenntnisgewinn wurden fünf Expertinnen und Experten von den Projektmitarbeiterinnen mithilfe leitfadengestützter Interviews befragt. Die Interviews wurden audioaufgezeichnet, transkribiert und mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016) ausgewertet.

#### **Vorgehen**

Aus den Ergebnissen der Sichtung struktureller Bedingungen und ersten Kurzbefragungen wurden Arbeitshypothesen abgeleitet, die wiederum in zwei Hauptthemenblöcke eingeordnet wurden:

##### *Schulpraktisches Change-Management in Bezug auf die Verbraucherbildung*

- Erfahrungen mit allgemeinen curricularen Veränderungen, Reaktionen und Hindernissen
- Erfahrungen mit Veränderungen in der Ernährungs- und Verbraucherbildung; Faktoren und Hindernisse in der Implementierung
- Wahrnehmung und mögliche Probleme in Bezug auf die mit dem Bildungsplan 2016 eingeführte Leitperspektive Verbraucherbildung in Baden-Württemberg

##### *Unterstützungsangebot zur Leitperspektive Verbraucherbildung*

- Art von Unterstützungen zur Förderung der breitflächigen Umsetzung
- Detaillierte Beschreibung und Konkretisierungen möglicher Unterstützungsangebote
- Wahrnehmung der Sensibilisierung von Lehrpersonen für Verbraucherbildung aus verbraucheraffinen und weniger verbraucheraffinen Fächern

Der Leitfaden wurde mit Fragen zur Erwerbsbiografie und zum persönlichen Bezug zur Ernährungs- und Verbraucherbildung begonnen und mit der Möglichkeit zur Berücksichtigung ggfs. zu kurz gekommener Aspekte zur Leitperspektive Verbraucherbildung abgeschlossen (vgl. Abbildung 7: Leitfaden Expert(inn)eninterviews, Anhang S. 74).

#### **Auswahl der Teilnehmenden**

Im Rahmen der qualitativen Erhebung wurden fünf Personen anhand des Leitfadens interviewt (Dauer: ca. 40 min). Folgende Kriterien leiteten die Auswahl:

- Arbeitserfahrung im Schuldienst und
- ein inhaltlicher Schwerpunkt ihrer Arbeit im Bereich der Verbraucherbildung.

Die Teilnehmenden wurden über persönliche Kontakte akquiriert. Der inhaltliche Schwerpunkt ihrer Arbeit im Bereich der Verbraucherbildung zeigt sich auf unterschiedliche Weise, z. B. durch die Tätigkeit im Fortbildungsbereich (N = 3) oder in der Curricularentwicklung in Schulen (N = 2).

## Entwicklung der Kategorien

Nach Durchsicht der Transkriptionen wurden Antwortkategorien für die einzelnen Dimensionen gebildet und mithilfe der MAXQDA-Software kodiert und ausgewertet. Zunächst wurden im ersten Durchgang Hauptkategorien deduktiv aus dem Leitfaden abgeleitet und die entsprechenden Codiereinheiten diesen ersten Hauptkategorien zugeordnet. Im zweiten Durchgang wurden die Hauptkategorien induktiv überarbeitet, um weitere bedeutsame Merkmale abzubilden. Im dritten Durchgang wurden induktiv Subkategorien gebildet, um die Hauptkategorien zu konkretisieren. Ergebnisse ausgewählter Hauptkategorien werden nachfolgend kurz vorgestellt.

## Herausforderungen bei der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung

Die Befragten berichten von ihren Erfahrungen mit curricularen Veränderungen, z. B. Umstrukturierungen von Fächern oder Fächerverbänden, die gleichermaßen Herausforderungen für Lehrpersonen und Schülerinnen und Schülern darstellten. Die Expertinnen und Experten sehen es als Kernproblem aller Schulen an, Lehrpersonen für Verbraucherbildung zu sensibilisieren. Keine der befragten Personen spricht über die Verbraucherbildung in der Lebenswelt Schule.

### *Bildungsplanebene*

Auf *Bildungsplanebene* sind sich die Expertinnen und Experten uneinig bei der Bewertung der Einführung von Verbraucherbildung als Leitperspektive. Alle begrüßen die Verankerung von Verbraucherbildung in allen Schularten und allen Fächern, u. a. aufgrund der Relevanz der Verbraucherbildungsthematik und des vergleichsweise geringen Stellenwerts der Verbraucherbildung in den vorangegangenen Bildungsplänen in Baden-Württemberg. Zwei der Befragten sehen die Verankerung der Leitperspektive als einen „ersten Schritt in die richtige Richtung“ und plädieren für ein eigenständiges Schulfach *Verbraucherbildung*. Dagegen sprechen sich die drei weiteren Befragten für das Konzept der Leitperspektiven aus. Lehrpersonen müssten ein Bewusstsein dafür ausbilden, warum die Leitperspektiven nicht als eigenständige Fächer ausgeschrieben wurden, sondern vielmehr in jedem Fach verankert sind. Implementierungsveranstaltungen der Bezirksregierungen könnten Lehrpersonen dabei unterstützen.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Also ich würde mir ein eigenes Fach wünschen, aber das wünscht sich jede Leitperspektive. Ne, also ich bin überhaupt mal froh, dass es jetzt im Bildungsplan steht, das muss man ja auch mal sehen. Also nicht immer nur kritisch sein, sondern jetzt also auch tatsächlich mal steht es schwarz auf weiß da, man müsste es eigentlich machen. (Person C)*
- *Das eigene Unterrichtsfach wäre wünschenswert, aber wird wohl noch ein bisschen in weiter Ferne bleiben. Der jetzige Schritt in der neuen Landesregierung ist ja vielleicht ein richtiger Schritt, dass da doch noch weiter und verstärkt Verbraucherbildung als wichtiges Thema in Schulen in den Blick genommen wird. (Person A)*
- *Warum ist die Verbraucherbildung nicht nur für das Fach AES gedacht, warum ist es eine Leitperspektive, warum ist es kein Fach. (Person B)*

### *Schulebene*

Auf *Schulebene* ist es entscheidend, dass die gesamte Schulgemeinde Verbraucherbildung mitträgt. Außerdem muss Lehrpersonen und den Schulen allgemein die „Angst vor Verbraucherbildung“ genommen werden. Zentral ist dabei die Erkenntnis, dass Verbraucherbildung an sich und für die Schülerschaft wichtig ist und dass das Personal entsprechend geschult wird. Eine Finanzierung externer Expertinnen und Experten ist für viele Schulen problematisch, obgleich eine notwendige Voraussetzung. Die Botschaft, dass Lehrpersonen „nicht bei null beginnen“ müssen, ist wichtig zu verstehen. Ein wichtiges Ziel muss es sein, dass Lehrpersonen Verbraucherbildungsthemen in ihren jeweiligen Unterrichtsfächern erkennen und als Stärke für ihr Fach nutzbar machen.

Eine Herausforderung in der Umsetzung ist aus Sicht der Befragten, dass es keine detaillierten Vorgaben zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung gibt. Dadurch sind die Schülerinnen und Schüler „noch mehr der Willkür des Lehrers ausgeliefert“. Außerdem müssten Lehrpersonen viele Dokumentationsleistungen erbringen und hätten u. a. dadurch weniger Zeit für die Teilnahme an Fortbildungen.

Die Befragten betonen, dass Schulen für Veränderungen Zeit bräuchten und viele Schulen momentan überfordert seien. Schulleitende sind Schlüsselpersonen, die Lehrpersonen die Teilnahme an Fortbildungen ermöglichen oder sie dazu anregen können.

Typische  
**Zitate** zur  
Illustration

- *Wir [in NRW] haben gemerkt, zumindest von Schulsicht aus, dass es ganz wichtig ist, dass den Schulen, die jetzt mit diesen Rahmenvorgaben konfrontiert werden, die Angst genommen wird, dass sie im Prinzip das Rad von neuem erfinden müssten. Wir haben geguckt, an welchen Stellen wir in der Schule schon Verbraucherbildungsthemen in allen Unterrichtsfächern verankert haben und haben uns selber eine Struktur erarbeitet, wie man das ganze darstellen kann. (Person D)*
- *Die Fortbildungsmotivation der Lehrkräfte hängt auch sehr davon ab, wie in der Schule das Thema Fortbildung unterstützt wird und auch unterstützt werden kann. Voraussetzung ist eine geordnete Fortbildungsplanung. (Person A)*

### *Ebene der Lehrpersonen*

Auf *Ebene der Lehrpersonen* beschreiben die Befragten verschiedene Szenarien zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung. Durch den Anspruch der Leitperspektiven seien Lehrpersonen nun gefragt, mit einander das Beste aus den Leitperspektiven zu machen. Zu bedenken ist, dass Lehrpersonen eine heterogene Gesellschaft bilden. Gerade für die Verbraucherbildung ist eine fächerübergreifende Zusammenarbeit bei Lehrpersonen ein entscheidender Faktor zur Umsetzung. Aus einer Zusammenarbeit von Lehrpersonen aus verschiedenen Fächern zur Leitperspektive Verbraucherbildung können Synergieeffekte entstehen. Eine Affinität bzw. der Wille zur Verbraucherbildung sei bei Lehrpersonen häufig jedoch ausschlaggebend für die Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung. Eine wichtige Grundlage zur Umsetzung ist der Abbau von Ängsten und Überforderungsgedanken bei Lehrpersonen, „sodass alle die Verbraucherbildung auf den Schultern tragen“.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Man muss die Kolleginnen und Kollegen direkt ansprechen, das heißt, ich muss tatsächlich sagen, ok, das musst du in Deutsch machen, das musst du in Mathe machen. Wir können das aber zusammen als Projekt machen, wo jeder mal eine Woche was dazu beisteuert. [...] Also zum Beispiel den Deutsch- und Mathelehren zeigen, ok, hey schaut mal, ihr habt zwei ähnliche Themen in der Verbraucherbildung, tut euch zusammen, macht ein Projekt und ihnen dann konkrete Hilfestellungen und konkrete Anweisung geben, wie das denn aussehen könnte. (Person C)*
- *Grundsätzlich sind viele Themen fächerübergreifend und es dann auch gut für verschiedene Fächer zu gucken, wo gibt es Anknüpfungspunkte, wo kann man auch kooperieren und wo kann man auch dann voneinander lernen und Synergieeffekte bilden. (Person D)*

## Fortbildungen

Alle Befragten sehen einen *Bedarf* an Lehrerfortbildungen im Bereich der Verbraucherbildung. Ein Fortbildungsbedarf besteht sowohl zu den Leitperspektiven allgemein, als auch speziell zur Verbraucherbildung als Prinzip. Vielversprechend scheint ein Vorgehen, dass die Zielgruppe in ihren verschiedenen *Handlungsfeldern* einbezieht: Lehrpersonen sind auch Verbraucherinnen und Verbraucher, nach Meinung der Befragten aber selbst nur selten gebildete Verbraucherinnen und Verbraucher.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Lehrer brauchen Lehrerfortbildung im Bereich Verbraucherbildung. [...] Lehrkräfte haben mehr oder weniger keine Ahnung. Sie sind Verbraucher, aber sind nicht gebildet. (Person A)*
- *Wichtig wären Fortbildungsmöglichkeiten für Kollegen, um ihnen die auch Ängste zu nehmen, um sie aufzuklären, was sind denn überhaupt Verbraucherbildungsthemen, wie kann das in den Unterricht eingebunden werden? Gerade auch vielleicht bei Fächern, bei denen man denkt, ich finde da keine Anknüpfungspunkte. Das sind auf jeden Fall einmal Fortbildungen, allgemein auch zu Verbraucherbildung, aber auch zu den Leitperspektiven, um das auch ja zu erklären und auch, ja, den Willen einfach auch im Prinzip so ein bisschen zu fördern, dass man sich darauf einlässt. (Person D)*

Fortbildungen müssen sich immer für Lehrpersonen „lohnen“. Dies ist beispielsweise der Fall, wenn sie etwas Konkretes vom Tag mitnehmen können und nicht nur „berieselt“ wurden. Als Kriterien für gelungene Fortbildungen seien Materialien, Hinweise und Sequenzen für die eigene Unterrichtsplanung wichtig. Beispielsweise kleine Einheiten, am besten mit weiterführendem Unterstützungsangebot. Erfolgreich scheint ein Baukastensystem, in dem Grundlagen und optionale Einheiten kombinierbar sind und Raum für Individualität bleibt. Das Thema einer Fortbildung solle Lehrpersonen doppelt ansprechen: erstens, in ihrer Rolle als Lehrperson, um die Inhalte der Fortbildung mit ihren Schülerinnen und Schülern direkt umzusetzen, und zweitens, in ihrer Rolle als Verbraucherin bzw. Verbraucher, um etwas für den privaten Alltag mitzunehmen. Außerdem stellt der Einbezug externer Expertinnen und Experten einen Anreiz dar.

Typische  
Zitate zur

- *Ich glaube, man muss Lehrer mit einem interessanten Angebot locken. Also wir alle sind ja Verbraucher. Der Titel muss interessant sein, wo ich sage ok, da ziehe ich auch noch einen persönlichen Nutzen draus. Das Angebot muss natürlich dann qualitativ so hochwertig sein,*

Illustration	<p><i>dass ein normalgebildeter Lehrer auch noch was dazu erfährt. Und dann wird es richtig interessant, dazu brauche ich wieder Experten. (Person C)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Also die Kollegen brauchen nicht am Mittwochnachmittag den ganzen Tag kommen, um sich irgendwie berieseln zu lassen. Sie müssen unter dem Strich rausgehen aus der Veranstaltung, ob Ganztage oder Halbtage, und etwas in der Tasche haben, was sie aus der Tasche ziehen können. (Person B)</i></li> <li>➤ <i>Man müsste, könnte, so eine Fortbildungsreihe anbieten, wo man wirklich zeigt, dass man im Matheunterricht der so-und-so-vielen Klasse - es können ja mehrere sein - einzelne Sequenzen rausgreift und mal schaut, wie man die ins Leben holt, denn darum geht es ja. (Person F)</i></li> </ul>
--------------	--

Wichtige *Rahmenbedingungen* sind die Faktoren Zeit und Geld. Ressourcen werden für die Ausbildung von Fachberatern und deren Weiterqualifizierung benötigt und Lehrpersonen benötigen Zeit zur Teilnahme an Fortbildungen. Konkret könne dies mithilfe eines *Multiplikatorensystems* realisiert werden. Als Schlüssel für gelungene Fortbildungen sehen die Befragten die Fortbildenden an; sie müssten schon im Vorfeld im Fach kompetent sein, durch Tagungen weiter qualifiziert werden, für das Thema „brennen“ und die teilnehmenden Lehrpersonen mitreißen.

Typische Zitate zur Illustration	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Also dass der Lehrer wieder mal dieses Kribbeln in den Fingern bekommt, wie, das war ja mal was ganz anderes, das hat ja Spaß gemacht. Dieses selber erleben. Die Fortbildenden müssen wirklich sowas mit Freude und mit Lust machen, also nicht runterratern, sondern mit Freude und mit Lust vormachen und mitmachen und mitreißen. (Person F)</i></li> <li>➤ <i>Die Fortbildungsmotivation der Lehrkräfte hängt auch sehr davon ab, wie, sagen wir mal, in der Schule das Thema Fortbildung unterstützt wird - auch unterstützt werden kann. Dazu muss man Geld in die Hand nehmen; Geld und auch Zeit, denn Lehrerzeit kostet Geld und wenn Lehrkräfte keine Zeit bekommen, sich fortzubilden, dann werden sie das auch nicht tun. (Person A)</i></li> <li>➤ <i>Es wäre wahrscheinlich wichtig über den Weg der Multiplikatoren zu gehen; Ankerfächer, in die die Verbraucherbildungsthemen hauptsächlich verortet werden und das dann die Ankerfächer in den Schulen Verbraucherbildung an die anderen Fachdisziplinen herantagen. (Person D)</i></li> </ul>
----------------------------------	---

Intensive und qualifizierende Fortbildungen können nach den Befragten am besten durch *Fortbildungsreihen* realisiert werden. Dauer und Zeitpunkt von Fortbildungen sind dabei für die notwendige Planung der Schulen entscheidend. Ganze Tage anzubieten sehen vier von fünf Befragten als zielführend an. Nur so könnten sich die teilnehmenden Lehrpersonen in Ruhe auf die Fortbildung konzentrieren und die Themen modifizieren. Die *zeitliche Dauer* muss je nach Inhalt und Ort der Fortbildung variieren. Die Expertinnen und Experten identifizieren unterschiedliche *Zeitpunkte* als günstig, z. B. in den Schulferien, an Anfang und Ende des Schuljahres und die Wochentage Dienstag bis Donnerstag.

Die Wahl des *Ortes* ist von der Zielgruppe abhängig. Ein zentraler Ort ermöglicht eine große Ausschreibung, während eine Schule auf dem Land Personen direkter vor Ort anspricht und kürzere Anfahrtswege mit sich bringt.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Man müsste schon bei der Konzeption am Anfang bedenken, dass man nicht nur einmalig etwas in den Ring wirft, sondern tatsächlich ein Konzept für mehrere Jahre hat, also tatsächlich auch die Nachhaltigkeit in der Fortbildung schon bedenkt, dass man weiß, ok da will ich hin. Das wäre schön. Und das ist das, wo die meisten Fortbildungen irgendwann scheitern und wo es tatsächlich keine Nachfrage mehr gibt, weil es keine neuen Ideen mehr gibt. Dann stirbt das Ganze. (Person C)*
- *Ich würde die Fortbildung nicht so lange machen. Ich glaube, dass viele Lehrer abgeschreckt sind, wenn sie nur nachmittags hin müssen; ein Nachmittag, der vier, fünf Stunden geht, ist denen zu lang. Also eine Ganztagesfortbildung, so dass sie tatsächlich aus dem Unterricht raus sind, dass sie nicht noch vorher unterrichten müssen. Oder man sagt, ok, man nimmt sich einfach zwei Stunden und macht das effektiv, dann kann man in zwei Stunden mehr erreichen. Also zwei Stunden oder einen ganzen Tag. (Person C)*
- *Das kann man nicht pauschal sagen. Der eine findet es furchtbar, wenn er nachmittags noch irgendwo hin muss und der nächste würde gerne am Nachmittag das machen, weil er nicht fröhlich um acht auf einer Fortbildung sein möchte. (Person F)*

Fortbildungen sollten *fachbezogen* ausgeschrieben werden, jedoch grundsätzlich für alle interessierten Lehrpersonen offenstehen. Eine *stufenbezogene* Ausschreibung wird empfohlen. Zur Frage, ob Fortbildungen für Lehrpersonen aus verbraucheraffinen und vergleichsweise weniger verbraucheraffinen Fächern getrennt durchgeführt werden sollten, werden unterschiedliche Vor- und Nachteile genannt.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Wenn Sie Verbraucherbildung sagen, dann kommen nicht die, die Sie erreichen wollen. Man muss die Lehrer anschreiben. (Person C)*
- *Es ist wirklich schwierig; man kann es durch eine Ausschreibung konkret formulieren, dass man vielleicht auf der einen Seite Kollegen anspricht, die bereits genau diese Kompetenzen in der Verbraucherbildung besitzen und dann eben eine weitere Ausschreibung für sogenannte Fachfremde, die aber sich in einer Verbraucherbildungsthematik weiterentwickeln wollen. (Person A)*
- *Sowohl als auch – Fortbildungsangebote braucht man einerseits für die Kollegen, die für das Fach AES zuständig sind. Andererseits muss man aber auch so ein Konzept entwickeln, was die Leitperspektive anbelangt, in den Fächern Deutsch und Mathe oder, oder, oder. Damit man einen Erfolg der Leitperspektive in den anderen Fächer, außer AES, verzeichnen könnte. (Person B)*

## Materialien

Lehrpersonen durch didaktisch aufbereitete *Materialien für den Unterricht* anzusprechen und zu unterstützen ist drei von fünf Befragten wichtig. Es geht um konkrete Ausführungsideen, um aufzuzeigen, wie die Leitperspektiven thematisch in den Fachunterricht integriert werden kön-

nen, um Lehrpersonen zu *inspirieren*. Spiralcurricular aufgebaute und differenzierte Materialien, getrennt nach Schulart und Klassenstufe, *fächerübergreifend* und *Leitperspektivenintegrierende*, *exemplarische* Materialien sind wünschenswert. Zudem sollten die Beispielmaterialien vor Veröffentlichung von Lehrpersonen *erprobt* werden, um kritischen Nachfragen standzuhalten.

Typische  
**Zitate** zur  
Illustration

- *Die erfolgreichsten Fortbildungen hatten wir immer, wo wir so ein Baukastensystem hatten. Wo wir gesagt haben, ok, das ist die Grundlage und dann könnt ihr eben den Baukasten noch draufnehmen. Weil dann der Lehrer gesagt hat ok, die Basis mach ich, super, damit habe ich meinen ganz kleinen Teil abgedeckt. Für die faulen Lehrer ist das dann sehr angenehm, weil die müssen dann nichts machen; haben zwei, drei Unterrichtsstunden und für die, die ein bisschen interessierter sind, die machen das dann einfach tiefer. Und wenn man da Bausteine hat, das ist einfach schön, die werden zusammenpassen. (Person C)*
- *Ich sage es mal so, verzehrfertig. Dass sich jeder Kollege auf seine Schule auf das Individuelle vor Ort, auf die örtliche Gegebenheiten entsprechend implementieren kann. (Person B)*
- *Das Material muss auf wenige, exemplarische Themen begrenzt sein, die aber so in die Tiefe ausgearbeitet und im Unterricht erprobt sind, dass sie auch kritischen Nachfragen von Lehrerinnen und Lehrer standhalten. (Person C)*

## Onlinedienst und Webinar

Eine Plattform zur Verbraucherbildung, auf der sich Lehrpersonen austauschen und konkret Fragen zu einzelnen Unterrichtseinheiten stellen können, wird von einer Expertin vorgeschlagen. Die Möglichkeit eines Webinars bezeichnet eine andere Person generell als „schöne Anregung“, die jedoch erst im Kommen sei.

Typische  
**Zitate** zur  
Illustration

- *Also wenn dann bräuchten Lehrkräfte ganz konkret eine Onlineliste mit Links, mit Adressen, wo sie sich direkt hinwenden können, also die müssten dann praktisch schon verzehrfertig sein. (Person B)*
- *Materialien online ist sicher für den einen oder anderen auch eine Möglichkeit. (Person F)*

## Kooperationen

Die Befragten erachten Kooperationen in Bezug auf Verbraucherbildung als sinnvoll. So ist es einerseits wünschenswert, dass beteiligte Akteure in der Verbraucherbildung Unterstützung kooperativ anbieten (z. B. durch gemeinsame Fortbildungen) und andererseits, dass Lehrpersonen einen Überblick bekommen können, um eigenständig Kooperationen mit außerschulischen Partnern anzustreben. Die Finanzierung außerschulischer Partner ist für Schulen wichtig, d. h. die Möglichkeit sich „Unterstützung ins Haus holen zu können, ohne, dass es viel kostet“.

Typische  
**Zitate** zur  
Illustration

- *Wir haben das Glück, dass wir eine Verbraucherzentrale vor Ort haben, die auch sehr offen ist, gerade wenn wir anfragen, gerade wenn wir Experten brauchen für zum Beispiel Mietrecht oder auch wenn es um E-Commerce geht. Manchmal ist das leider kostenpflichtig und das ist so ein Problem, was viele Schulen auch haben, dass sie sich das nicht leisten können. (Person D)*

## Themenvorschläge für Verbraucherbildung im Fachunterricht

Vielfältige Themenvorschläge für Verbraucherbildung im Fachunterricht kommen in den Interviews vor: Lebensführung und Ressourcen (z. B. biografisches Lernen, Wertschöpfungsketten, Finanzkompetenz, Bekleidung und Textilien, Verpackungsmaterial, Rohstoffe, Produktvergleiche, Renovierung), Verbraucherrecht (z. B. Mietrecht), Medien (z. B. E-Commerce, Handyverträge, Internetaktivitäten, Soziale Medien), Information (z. B. Kunststoffe, Nanoteilchen) und nachhaltiger Konsum (z. B. Müll, Verschmutzung).

Typische  
**Zitate** zur  
Illustration

- *Wenn man am Leben interessiert ist, dann findet man überall Bezüge. Da gibt es so viele Sachen, sei es die Schokolade, wo der Kakao herkommt, alle Kunststoffe und, und, und. (Person C)*
- *Ich versuche den Unterricht in das Leben reinzuholen und erkläre ihnen, dass die Zahlen nicht dazu dienen, uns ein halbes Leben lang zu ärgern, sondern dass sie ganz wichtig sind, indem man eben in einem Supermarkt zwei Produkte miteinander vergleichen kann, die vielleicht eine verschiedene Füllmenge im Duschbad haben und uns ein super Angebot vorgegaukelt wird und da muss man halt einfach diesen Dreisatz anwenden. (Person F)*

### 4.3.3 Fokusgruppeninterviews

Auf Grundlage der Erkenntnisse wurden Vorschläge ausgearbeitet, die mit Lehrpersonen in zwei Fokusgruppeninterviews diskutiert wurden. Die Gruppendiskussionen wurden audioaufgezeichnet, transkribiert und mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016) ausgewertet.

#### Vorgehen

Aus den vorangegangenen Ergebnissen, insbesondere aus den Expert(inn)eninterviews, wurden Arbeitshypothesen abgeleitet, die in zwei Hauptthemenblöcke eingeordnet wurden. Die Fokusgruppeninterviews wurden von zwei Personen moderiert, die den Teilnehmenden an einem Leitfaden orientierte Fragen und Aussagen zur Diskussion gaben.

Die Schlüsselfragen des Leitfadens zur Moderation waren:

- Welche Erfahrungen haben Sie mit der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Mathematikunterricht schon gesammelt?
- Unterstützungsangebote können ganz unterschiedlich aussehen. Wir stellen Ihnen jetzt verschiedene Aspekte vor, die wir im Anschluss mit Ihnen diskutieren möchten:
  - Welche Form der Unterstützung würden Sie wahrnehmen? (sechs vorgestellte Formen; vgl. dazu Abbildung 8, S. 75)
  - Welchen Inhalt sollte das Angebot bieten? (vgl. Abbildung 9, S. 75)
  - Unter welchen Bedingungen nutzen Sie das Angebot? (vgl. Abbildung 11, S. 77)
  - Welche Fortbildung besuchen Sie? (zwei Fallbeispiele; vgl. dazu Abbildung 12, S. 77)

Die Fokusgruppeninterviews wurden mit Eröffnungsfragen zur Person und Berufsbiografie sowie Einleitungs- und Überleitungsfragen zu den Bildungsplänen 2016 und der Leitperspektive Verbraucherbildung begonnen. Während der Interviews machte sich die zweite Moderatorin Notizen, die sie in einer Zusammenfassung am Ende vorstellte, zusammen mit der Möglichkeit zur Diskussion und Ergänzung.

### **Teilnehmendenakquise – erste Interpretation**

Über persönliche Kontakte zu Schulleitungen und Lehrpersonen sowie Schulkontakte der Schulpraktischen Abteilung in den Postleitzahlenbereichen 75 und 76 (zumeist Sekretariatskontaktdaten) wurde versucht, im Landkreis Karlsruhe breitflächig gestreut Teilnehmende für die Fokusgruppeninterviews zur Leitperspektive Verbraucherbildung im Fach Mathematik zu akquirieren. Zwei *Screening-Merkmale* wurden als Teilnahmevoraussetzung ausgewählt:

1. Die Ausübung der Tätigkeit als Lehrperson und
2. das Unterrichten des Fachs Mathematik nach dem neuen Bildungsplan (Klasse 1/2 oder Klasse 5/6).

Als *Anreizmittel* wurden den Lehrpersonen je ein Gutschein für eine geführte Spielemission (z. B. im Rahmen eines Klassenausflugs) zu ausgewählten Bildungsinhalten im Bereich der Verbraucherbildung in Aussicht gestellt, im Rahmen des Projekts MILE ([www.mile-bw.de](http://www.mile-bw.de)).

Insgesamt wurden im November 2016 ca. 380 Schulen per E-Mail kontaktiert. Aufgrund der mangelnden Resonanz wurden in der zweiten Akquiserunde 73 Schulen im Umkreis sowie weitere persönliche Kontakte telefonisch kontaktiert bzw. direkt an den Schulen geworben. Von vier angebotenen Terminen für Fokusgruppeninterviews wurden aufgrund mangelnder Resonanz nur zwei Termine durchgeführt. Eine Gruppengröße von vier bis zwölf Personen pro Fokusgruppeninterview wurde angestrebt, um Teilnehmende zur aktiven Beteiligung an der Diskussion anzuregen und gleichzeitig ein Spektrum an Meinungen abzubilden. Am ersten Fokusgruppeninterview nahmen drei, am zweiten fünf Personen teil.

Die Schwierigkeiten bei der Teilnehmendenakquise sind ein Hinweis, dass Lehrpersonen in Bezug auf die Leitperspektive Verbraucherbildung über breitflächig gestreute Kanäle schwer zu erreichen sind. Aufgrund des hohen Zeitaufwands zur Akquise und des gegebenen Projektbudgets wurde im cLEVER-Projekt davon Abstand genommen, zu weiteren Fokusgruppeninterviews einzuladen. Bestehende Kontakte zu nutzen und Personen an den Schulen persönlich einzuladen, erwies sich als zielführend, ist jedoch bezüglich der Teilnehmendenanzahl limitiert und kann nicht den Querschnitt aller Lehrpersonen erreichen.

### **Teilnehmende**

An zwei Terminen im Dezember 2016 nahmen eine Realschullehrerin und zwei Realschullehrer bzw. fünf Grundschullehrerinnen teil. Aufgrund der zur Verfügung stehenden Ressourcen wurden keine weiteren Fokusgruppeninterviews angebahnt. Mit insgesamt acht Teilnehmenden in zwei Fokusgruppeninterviews konnte methodisch eine theoretische Sättigung nicht erreicht werden. Zusammen mit den weiteren durchgeführten Erhebungen (Expert(inn)eninterviews

und Materialanalyse) können dennoch Aussagen zum Bedarf an Unterstützungsangeboten für Lehrpersonen getroffen werden.

### Entwicklung der Kategorien

Die Fokusgruppeninterviews wurden audioaufgezeichnet und transkribiert. Nach Durchsicht der Transkriptionen wurde in einem ersten Durchgang Hauptkategorien deduktiv aus den Antwortkategorien der Expert(inn)eninterviews abgeleitet und diese mithilfe der MAXQDA-Software kodiert. Die Hauptkategorien wurden in einem zweiten Durchgang induktiv überarbeitet, um weitere Aspekte und Dimensionen abzubilden und in einem dritten und vierten Durchgang um Subkategorien ergänzt. Neben den Transkripten fließt Bildmaterial aus Mehrpunktentscheidungen in die Auswertung mit ein (vgl. Abbildung 8 und Abbildung 10, S. 75f.). Ergebnisse ausgewählter Antwortkategorien werden nachfolgend zusammenfassend vorgestellt.

### Herausforderungen bei der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung

#### *Bildungsplanebene*

Auf *Bildungsplanebene* beschreibt eine Person das Gefühl, der Bildungsplan schreite weiter voran, während Schülerinnen und Schüler zunehmend weniger Voraussetzungen in die Schule mitbrächten. Grundsätzlich werten die Lehrpersonen die Einführung der Leitperspektive Verbraucherbildung als „richtig“, wünschen sich jedoch konkrete Unterstützung.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Also es ist so, dass ich teilweise gedacht hab, der Lehrplan geht schon einen Schritt weiter und eigentlich geht's bei uns einen Schritt zurück. (Person 7)*
- *Also das ist [die Leitperspektiven] für mich noch sehr theoretisch, das sind Sachen, die versuche ich ja auch den Kindern vorzuleben, aber wie das jetzt konkret als Unterricht stattfinden soll in Klasse 1/2, da habe ich null Vorstellung. Klar versuche ich die Kinder zur Nachhaltigkeit zu erziehen, aber wie genau ich das jetzt mache - . (Person 6)*
- *Aber eben wirkliche Beispiele, wie kann ich es wirklich umsetzen. [...] nicht nur was soll dabei raus kommen, sondern man braucht, also ich brauche, wirklich noch Beispiele, wie kann ich es denn direkt auch machen. Damit ich weiß: Gut, das kann ich ausprobieren[...] und dann kann ich es auch weiterentwickeln und für mich selber dran arbeiten, noch dran verändern, aber ich brauche erstmal was in der Hand, was ich direkt so nehmen kann und direkt so umsetzen kann. (Person 8)*

#### *Schulebene*

Die Umsetzung der Leitperspektiven ist auf *Schulebene* und auf *Ebene der Lehrpersonen* schwierig. Einerseits hat es schon immer fächerübergreifende Themen gegeben. Andererseits ist ein fehlendes Zuständigkeitsgefühl für die Umsetzung der Leitperspektiven ein Problem. Des Weiteren kommen häufig alte Lehrwerke zum Einsatz und bei der Anschaffung neuer Lehrwerke ist den Lehrpersonen unklar, inwiefern die Leitperspektive Verbraucherbildung in den Lehrwerken thematisiert wird. Teilweise fehlen Lehrpersonen konkrete Vorstellungen zur Umsetzung der Verbraucherbildung in ihrem Unterricht.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Das ist immer das Schwierige dabei, dass es halt eben fächerübergreifend ist und dass es dann doch eher, ich sage mal, nicht ganz so verortet ist bei einem Fach, wo man jetzt sagen kann, das ist dafür zuständig und das wird hier gemacht. [...] Kein Fach fühlt sich richtig für die Leitperspektiven zuständig und jeder macht ein bisschen was. [...] Aber es soll ja nicht so sein, dass Verbraucherbildung nur auf dem Papier steht, wie so vieles. Aber die Umsetzung ist dann halt noch eine andere Sache. (Person 1)*
- *Was jetzt natürlich auch ein enormer Vorteil wäre, wenn das jetzt alles so nach und nach einfach auch Schülerhefte und Bücher für Mathematik gäbe, die das alles schon beinhalten. (Person 4)*
- *Also ich finde es auch in manchen Fächern einfacher. Mathe finde ich jetzt sehr schwierig für Verbraucherbildung. Sachunterricht oder in WAG, AES oder wie es jetzt heißt, oder in Bio, da ist es jetzt total gut umsetzbar, da habe ich jetzt auch kein Problem damit; da habe ich auch Vorstellungen dazu. (Person 7)*

### Themenvorschläge für Verbraucherbildung im Unterricht, insbesondere Mathematik

Vielfältige Themenvorschläge für Verbraucherbildung im Fachunterricht kommen in den Fokusgruppeninterviews vor: Lebensführung und Ressourcen (z. B. Mülltrennung, Lebensmittel, Nahrungsmittelproduktion, Zahngesundheit, Urlaub, Taschengeld, Führerschein, Event- und Maßnahmenplanung, Bekleidung, Kaufentscheidungen), Medien (z. B. Handy, Werbung) und nachhaltiger Konsum (z. B. Plastiktüten, -flaschen, Schulweg). Für den Bereich Mathematik nennen die Befragten als Anknüpfungspunkte für Verbraucherbildung: Umgang mit Größen (Geld, Kosten, Wert, Angebote, Staffelpreise, Prozentrechnen, Verträge, Kredite, Zinsrechnung), Addition und Subtraktion, Variablen, Diagramme, räumliches Denken, Distanzen und Strecken, Stochastik, Verteilungen, Zuordnungen, lineare Funktionen und Häufigkeiten.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Wobei, was mir jetzt noch eingefallen ist zur Verbraucherbildung, und das finde ich, glaube ich, das Wichtige, es muss interessengeleitet sein, aus Sicht der Schüler. Also es bringt mir nichts, in eine Klasse reinzugehen, wo sich keiner beispielsweise für Handys interessiert und ich pauk' da jetzt Handyverträge durch. Das ist ja komplett verfehlt, der Gedanke der Verbraucherbildung. Also ich denke, das ist ganz wichtig, zentral, dass man da einfach interessengeleitet rangeht. (Person 2)*

### Unterstützungsmaßnahmen

Als Formen der Unterstützung zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung favorisieren die Befragten Fortbildungen, eine Publikationsreihe und einen Onlinedienst in Form eines Internetauftritts, jeweils in Verbindung mit konkreten Materialien für den Unterricht.

An Materialien stellen sie folgende Anforderungen (vgl. Tabelle 3).

Dimension	Kategorie	Anforderungen, Wertungen und Beispiele
	Qualität	- geprüft von Expertinnen und Experten
	Aufmachung	- Kinder ansprechen - möglichst plastisch

Allgemeine Anforderungen an Materialien	Aktualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beispiele in Büchern häufig nicht aktuell, Material muss aktuell sein</li> <li>- muss zeitgemäß sein</li> </ul>
	Aufbau	<ul style="list-style-type: none"> <li>- klares System (Abgrenzung zu Negativbeispielen) nachvollziehbare Struktur, um Suche nach bestimmten Inhalten zu erleichtern</li> <li>- Sortierung nach Themen; weil Klassen unterschiedlich stark sind, können Lehrpersonen themenbezogenes Material auf ihre Stufe anpassen</li> <li>- Sortierung nach Fächern</li> </ul>
	Gestaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nicht überladen</li> <li>- nicht zu bunt</li> <li>- mit Zubehör (z. B. Spielgeld)</li> </ul>
Alltagsbezug	Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schülerinteressen berücksichtigen</li> <li>- altersabhängige Themen</li> <li>- Interesse der Lehrpersonen wecken</li> <li>- Realitätsbezug/ realistisch (z. B. Lebensmittel aus Alltag der Schülerinnen und Schüler)</li> <li>- räumliches Denken fördern</li> </ul>
	Subjektorientierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schülerorientierung</li> <li>- Notwendiger Alltagsbezug, damit die Kinder sich unter den Inhalten etwas vorstellen können</li> <li>- Themen müssen die Kinder selbst betreffen, um sie zu erreichen</li> <li>- an Lebenswelt anknüpfen (Abgrenzung zu Negativbeispielen)</li> <li>- Erfahrungen der Kinder abbilden (z. B. durch Visualisierungen)</li> </ul>
Inhalt des Materials	Verweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>- auf weitere Akteure, Angebote, Materialien</li> <li>- auf Expertinnen und Experten, die in die Schule kommen</li> <li>- Verweise auf gute Online-Angebote</li> </ul>
	Sachinformationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- als Hintergrundinformationen zu beispielhaften Themen</li> <li>- „filtern“, d. h. für den Unterricht einsetzbar machen</li> <li>- über Produkte</li> <li>- über Wirtschaft und aktuelle Nachrichten (z. B. für Fremdsprachenunterricht)</li> <li>- am wichtigsten neben didaktisch aufbereitetem Material portioniert als Voraussetzung zum direkten Ausprobieren und Umsetzen</li> </ul>
	Didaktische Aufbereitung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- neben Integration der Leitperspektiven als 1. Priorität</li> <li>- neben Sachinformationen am wichtigsten</li> <li>- Anpassbarkeit (vorgefertigtes Material sei nicht immer gut)</li> <li>- kaum Vorstellungen zur Umsetzung von VB, BNE und MB in den Klassen 1/2</li> </ul>
Aufbereitung	Methodencurriculum	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Befürwortung</li> <li>- Lehrpersonen beim Erlernen neuer Methoden unterstützen</li> <li>- bekannte Methoden mit Schülerinnen und Schülern vertiefen</li> </ul>
	Projektorientierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- generell gut, jedoch Zweifel an der Realisierbarkeit in Schule (Abhängigkeit vom Kollegium)</li> <li>- Themenvorschläge für projektorientiertes Arbeiten erwünscht</li> </ul>
	Fächerübergreifend	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sinnvoll</li> <li>- Verweise auf andere Fächer als Anlass zum Austausch mit anderen Lehrpersonen</li> </ul>

		- konkrete Verweise oder Ideen für fächer- oder leitperspektivenübergreifende Aspekte
--	--	---

Tabelle 3: Ergebnisse aus den Fokusgruppeninterviews bezogen auf Materialien

## Fortbildungen

Die Befragten favorisieren Fortbildungen, bei denen die Möglichkeit zu einem intensiven und persönlichen Austausch besteht. Eine entscheidende Gelingensbedingung für Fortbildungen sei, dass das neu Erworbene direkt umgesetzt werden könne. Ziel soll sein, konkrete Ideen für den Unterricht mitzunehmen. Schon die Ausschreibung soll ein bestehendes Problem oder ein interessantes Thema benennen, zu welchem Lehrpersonen Hilfe suchen. Die Befragten erachten es mehrheitlich als sinnvoll, Fortbildungen speziell für je ein Fach anzubieten, um den Bezug zur fachlichen Thematik zu gewährleisten und einem „innerlichen Abschalten“ der Teilnehmenden vorzubeugen. Eine Person dagegen vertritt die Ansicht, dass Lehrpersonen verschiedener Fächer gemeinsam an Fortbildungsangeboten zur Verbraucherbildung teilnehmen sollten, um Synergieeffekte zu nutzen.

Typische Zitate zur Illustration	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Also ich mein, mich interessiert jetzt auch nicht was der Geschichtslehrer macht oder irgendwas. Also es soll jetzt nicht abwertend sein. Aber ich denke auch, man hat dann einfach keinen Bezug und dann hört man auch nicht zu. (Person 3)</i></li> <li>➤ <i>Das wäre jetzt etwas was mir gefallen würde, so, zwei Tage, dass man es dann - einfach nach einem halben Jahr sich nochmal trifft, mit den gleichen nochmal austauscht, wie es so lief. (Person 5)</i></li> <li>➤ <i>Ich war mal bei einer Fortbildung, die ich so lohnenswert fand. [...] Da wurde dann beim nächsten Treffen geguckt, wie wurde es umgesetzt und jeder konnte dann darüber berichten, wie es war. Also jeder hat dann so eine Aufgabe in Führungszeichen gekriegt, im nächsten Vierteljahr setzt du das um, und dann berichtet jeder einfach. Aber nicht so verkrampft und Zwang - es war irgendwie, jeder konnte sich da austauschen und jeder konnte über seine Erfahrungen sprechen und das war richtig gut. (Person 1)</i></li> </ul>
----------------------------------	--

Weite Teile der Diskussion um Fortbildungen werden inhaltlich von organisatorischen Rahmenbedingungen dominiert. Sieben von acht Befragten würden lieber selbst an einer Fortbildung zur Verbraucherbildung teilnehmen, als sich die Informationen durch Multiplikatorinnen bzw. Multiplikatoren aus dem eigenen Kollegium weitergeben zu lassen. Sie argumentieren, dass die Weitergabe in einem negativen Sinne „subjektiv eingefärbt“ sein könne oder Inhalte fehlen bzw. anders aufgenommen werden könnten. Die achte Person äußert sich interessiert an einer multiplizierenden Weitergabe innerhalb der Fachschaft, jedoch nicht im großen Rahmen der Gesamtlehrerkonferenz. Die Befragten wünschen sich „*kleine Gruppen*“. Während eine der befragten Personen eine Teilnehmeranzahl von 35 Personen als zu hoch erachtet und ausschließt, wäre dieselbe Teilnehmeranzahl für eine andere Befragte in Inputphasen „in Ordnung“, wenn anschließend in Kleingruppen gearbeitet werde.

Typische Zitate zur Illustration	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Ich möchte das nicht von irgendjemand hören, das ist dann wieder subjektiv eingefärbt. (Person 6)</i></li> </ul>
----------------------------------	--

- *Oder es fehlt wieder irgendwas oder der [Multiplikator] hat es wieder anders aufgenommen als es sein sollte. (Person 7)*
- *Ich finde 35 kein Problem, wenn es Inputphasen gibt und dann alle nochmal in Kleingruppen unterteilt sind. Aber ich wollte jetzt nicht ganztägig oder den Nachmittag oder wie lange auch immer, die ganze Zeit zu 35 dasitzen. Da kann man nicht arbeiten, da kann man sich nicht austauschen, da kommt man zu nichts. (Person 8)*

Zu den Fragen nach geeigneten Zeiträumen und der Dauer gehen die Meinungen stark auseinander. Um sich dem Thema „ausgiebig“ und „in Ruhe“ widmen zu können, seien ganztägige oder zweitägige Fortbildungen geeignet. Fortbildungsreihen als Möglichkeit zum kontinuierlichen Austausch über Erfahrungen, die zwischen den Fortbildungsveranstaltungen gemacht werden, werden von einer Minderheit positiv bewertet. In halbtägigen Fortbildungen dagegen könnte die Thematik mutmaßlich nicht durchdrungen werden. Die Befragten sind sich einig darüber, dass der Organisationsaufwand für Schulen berücksichtigt werden muss: Aufgrund der Unterrichtsversorgung sei es insbesondere für Schulen mit kleineren Kollegien schwierig, Lehrpersonen die Teilnahme an Fortbildungen zu ermöglichen. Vormittags könnten Fortbildungsangebote in der Regel eher weniger besucht werden. Gegen das Anbieten von Fortbildungen an einem Nachmittag spräche, dass Lehrpersonen nach einem Unterrichtstag „nicht mehr aufnahmefähig“ seien. Einig sind sich die Befragten in Bezug auf geeignete Zeiträume darüber, dass Fortbildungen zu Prüfungs- und Zeugniszeiten nicht möglich sind. Außerdem identifizieren sie weite Anfahrtswege als einen Hinderungsgrund zur Teilnahme.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Ich habe selber schon eine Fortbildung mitgemacht, die über zwei Tage ging. Viele sagen jetzt ‚Um Gottes Willen‘. Aber das Tolle daran fand ich, man beschäftigt sich erst miteinander darüber, man kriegt erst einen Input, beschäftigt sich dann in kleinen Gruppen und hat dann abends eigentlich Zeit sich theoretisch über was anderes zu unterhalten. Aber man spricht dann doch noch ein bisschen über das Thema. Dann kommen nochmal neue Sachen und hat dann tatsächlich am nächsten Tag wieder die Möglichkeit tiefer reinzugehen. (Person 8)*
- *Also ich tendiere sogar echt zu einem [Ganztag], dann lieber wirklich von 9 bis 15 Uhr oder bis 17 Uhr als zwei Mal dann drei Stunden. (Person 2)*
- *Also ich finde auch 9 bis 17 Uhr, dass man das alles in aller Ruhe angehen kann. (Person 5)*
- *Ich komme aus einer Schule mit 8 Lehrkräften und von daher - Unsere Vertretungsstunden sind zum Beispiel für dieses Jahr komplett aufgebraucht. Bei uns sind grad alle mit Antibiotika in der Schule, dürfen nicht mehr zu Hause bleiben. Dann geht so eine Fortbildung ab morgens um 9 Uhr einfach nicht. (Person 4)*
- *Ich fahre jetzt nicht nach Stuttgart, irgendwie für eine Fortbildung, also - . Ich denke, da ist jeder auch in seinem Alltag, also das heißt von der Schule und auch vom Privatleben - , das geht einfach auch nicht. (Person 3)*

## Publikationsreihe

In Publikationen sollten Themen exemplarisch aufgearbeitet werden und Lehrpersonen „etwas zur Hand“ geben, wie Unterrichtsmaterialien oder kopier- und veränderbare Arbeitsblätter.

Eine Befragte wünscht sich methodisch-didaktische Hinweise zum Vorgehen, um Zeit sparen zu können. Insgesamt sollten die Inhalte eine hohe Aktualität aufweisen und eher im Zeitschriftenformat veröffentlicht werden, als in Ordnern, Sammlungen oder Büchern, da letztere eher ungenutzt im Regal „verstauben“. Ein Nachteil von Publikationsreihen sei die Abhängigkeit vom Erscheinungsdatum und der Erscheinungsfrequenz, da Inhalte selten bedarfs- und situationsgerecht geliefert werden würden und Lehrpersonen selten die Zeit hätten, um Publikationsreihen beständig zu verfolgen. Eine niedrige Erscheinungsfrequenz mache eine Publikation zu „etwas Besonderem“. Neben der didaktischen Aufbereitung ist den Befragten die Struktur des Angebots inklusive einer Sortierung nach Klassenstufen und Fächern wichtig, um relevante Informationen filtern zu können.

Typische  
**Zitate** zur  
Illustration

- *Eine Publikationsreihe fände ich jetzt persönlich auch nicht schlecht, wenn aufbereitete Inhalte - . [...] Gute Unterrichtsvorschläge und Ideen drin, aber das muss natürlich umgesetzt werden erst mal. (Person 1)*
- *Das wichtigste ist, dass es ganz klar strukturiert ist. Einerseits vielleicht in den Fächern, weil mich interessiert nicht, was der Biologe, um ehrlich zu sein, macht, für die Verbraucherbildung. Sondern ich möchte wirklich speziell meine Fächer haben. Und dann einfach vom strukturellen Aufbau her und vom Material. (Person 2)*
- *Ja, ich finde so eine Publikationsreihe gut, wo dann wirklich Anleitungen drin sind. Dann kann man ja auch wirklich den Stoff aufbereiten, wenn man einfach das Werkzeug für die Grundlagen hat. (Person 6)*

## Onlinedienst

Die Befragten würden die Angebote eines Onlinediensts als Informationsangebote (z. B. Internetauftritt zur Leitperspektive Verbraucherbildung) nutzen; die Möglichkeit zum Austausch mit anderen Lehrpersonen auf einer Onlineplattform stößt jedoch auf wenig Resonanz. Die Strukturierung des Onlinedienstes spielt für die Befragten eine wichtige Rolle. Beispielsweise muss es mit wenigen Mausklicks möglich sein, Materialien nach Klassenstufen, Themen und Fächern zu ordnen. Einen großen Vorteil des Onlinediensts stellt die Möglichkeit einer schnelleren Aktualisierung und Anpassung gegenüber Printmedien dar.

Typische  
**Zitate** zur  
Illustration

- *Wenn das [beim Onlinedienst] so ist, dass praktisch so Themen aufbereitet sind, mit dem Material, dann wäre der Onlinedienst natürlich mein Favorit, ganz klar. (Person 1)*
- *Mit einem Heft ist man wieder aktueller als mit einem Buch, man hat es in der Hand; der Onlinedienst ist aber halt auch schneller zu aktualisieren. (Person 2)*
- *Wir wollen ja eigentlich ein breites Spektrum abdecken in der Schule an Lehrern. Deshalb finde ich einerseits eine Publikationsreihe gut in Verbindung mit einem Onlinedienst, weil ich bin auch einer, wenn ich daheim sitz und möchte das jetzt wissen, dann gehe ich ins Internet und möchte eigentlich auch recht schnell informiert werden. Ich möchte da nicht ewig lang suchen und rumklicken. Deshalb finde ich die zwei [Publikation und Onlinedienst] kombiniert besser. [...] Also ich muss genau wissen, ich drücke jetzt da drauf, dann habe ich für die fünfte, sechste Klasse für mein Fach, zum Thema, genau. Das muss einfach sitzen. Und das darf jetzt auch nicht eine lange Sucherei sein, sondern wirklich ganz klar strukturiert sein, dass ich mit fünf Mausklicks an meinem Ziel bin. (Person 2)*

#### 4.3.4 Materialanalyse

In der Materialanalyse wurden Unterrichtsmaterialien exemplarisch für das Fach Mathematik ausgewertet. Berücksichtigt wurden dabei Schulbücher und Arbeitshefte, die vom Landesinstitut für Schulentwicklung für den Unterricht an Grundschulen, der Sekundarstufe I und den Gymnasien gemäß den Bildungsplänen 2016 in Baden-Württemberg im Fach Mathematik zugelassen sind und dem Projekt kostenlos durch die Verlage zur Verfügung gestellt wurden. Durchgeführt wurde die Analyse von angelernten studentischen Hilfskräften, um eine Tendenz für den Theorie-Praxis-Transfer ablesen zu können und ggfs. auf Nachfrage begründete Empfehlungen ausstellen zu können.

#### Vorgehen

In einem Mixed-Methods-Ansatz wurden die Mathematikaufgaben in den berücksichtigten Schulbüchern und Arbeitsheften von zwei studentischen Hilfskräften quantitativ erfasst und in einem mehrschrittigen Verfahren den inhaltsbezogenen Fachkompetenzen, den Anforderungsniveaus sowie den konkretisierenden Begriffen der Leitperspektive Verbraucherbildung zugeordnet und die didaktische und formale Aufbereitung der Materialien qualitativ bewertet.

#### Verbraucherbildung in Materialien für den Mathematikunterricht

Von 67 zugelassenen Schulbüchern und Arbeitsheften wurden dem Projekt durch die Verlage 33 kostenlos zur Verfügung gestellt (vgl. Tabelle 16: In der Materialanalyse berücksichtigte Bücher und Hefte, S. 78). In den 33 Schulbüchern und Arbeitsheften wurden insgesamt 26.793 Aufgaben gezählt; davon hatten 5,35 % (N = 1.432) der Aufgaben einen Bezug zum Konsumalltag und waren in Alltagssituationen eingebettet, beispielsweise:

Typische  
**Aufgaben**  
zur Illustration

- *Familie Özdemir hat auf dem Markt noch 22 Euro dabei. Reicht das Geld für 4 kg Weintrauben und 20 kg Kartoffeln? Erkläre deinem Partner den Rechenweg“ (MatheKompass, S. 115)*
- *[Abbildung Skipiste mit Lift und Imbissbude] Die Kinder der Klasse 2c haben sich diese Fragen ausgedacht. Welche Fragen kannst du beantworten? U. a. Was kostet die Tageskarte für ein Kind? Wie lange braucht man bis zum Gipfel? Wie teuer sind 4 Stunden Parken? Wie viele Stunden hat die Skihütte täglich geöffnet? Wie viel Euro kosten Pommes frites und ein Glas Cola zusammen? Etc. (Mathetiger 1, S. 62)*
- *[Abbildung mit folgenden Angaben: 100 g enthalten: Kohlenhydrate 56,9 g; Fett 32,3 g; Eiweiß 7,7 g; Energie 2180 kJ] Wie viel Kohlenhydrate, Fett, Eiweiß und Energie enthält jedes einzelne Stück Schokolade? (EdM 6, S. 49)*
- *Familie May gibt von 3300 € Monatseinkommen  $\frac{1}{3}$  für die Miete und  $\frac{2}{5}$  für Essen und Bekleidung aus. Bleiben 800 € übrig? (Lambacher Schweitzer 6, S. 9)*

Die verbraucherbildungsbezogenen Aufgaben wurden im zweiten Schritt den konkretisierenden Begriffen der Leitperspektive Verbraucherbildung (Bsp. Chancen und Risiken der Lebensführung etc.) in den Bildungsplänen 2016 zugeordnet (vgl. Abbildung 1).

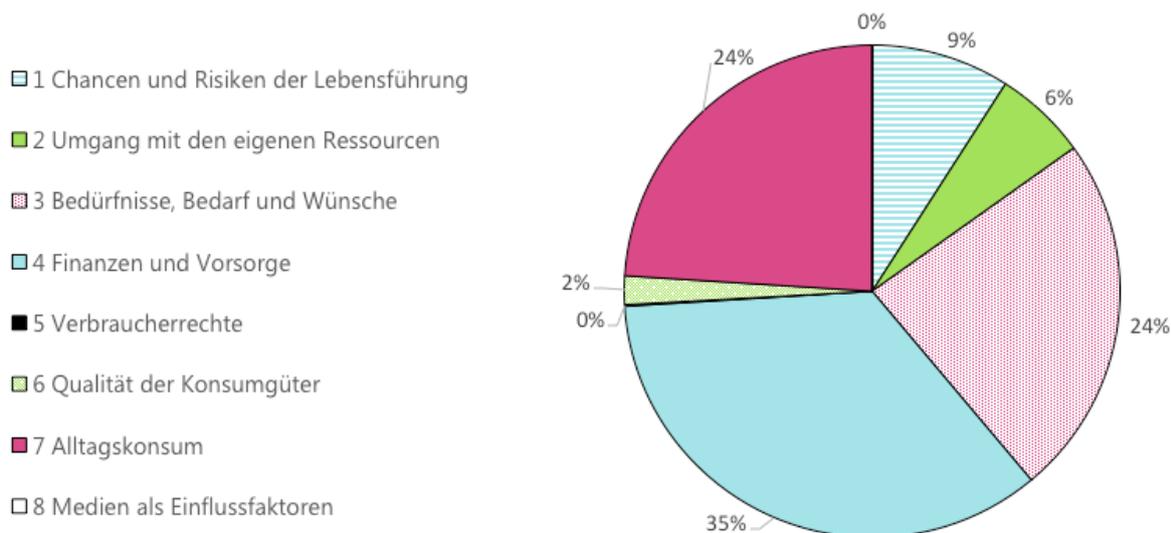


Abbildung 1: Mathematikaufgaben in Schulbüchern im Kontext des Verbraucheralltags, nach Anteilen der in den Leitperspektiven genannten konkretisierenden Begriffe (N = 1.432)

Die Ergebnisse zeigen, dass die Leitperspektive Verbraucherbildung in den Mathematikschulbüchern kaum eingebettet wird. Dabei beziehen sich 83 % der 1.432 verbraucherbildungsbezogenen Aufgaben auf lediglich drei der acht im Bildungsplan angeführten konkretisierenden Begriffe der Leitperspektive Verbraucherbildung (Finanzen und Vorsorge; Bedürfnisse, Bedarf und Wünsche; Alltagskonsum). Die Bereiche „Verbraucherrechte“ und „Medien als Einflussfaktoren“ waren in den analysierten Aufgaben an keiner Stelle vertreten.

#### 4.4 Interpretation

Die Ergebnisse lassen folgenden Schluss zu: Der Bildungsauftrag der Leitperspektive Verbraucherbildung wird zum Zeitpunkt der Erhebungen in einem doppelten Sinn (noch) nicht wahrgenommen. Zum einen haben (noch) nicht alle Lehrpersonen den Bildungsauftrag registriert und zum anderen wird der Bildungsauftrag (noch) nicht von allen Lehrpersonen, die darum wissen, erfüllt.

Folgende Barrieren für die Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung wurden identifiziert (vgl. Tabelle 4).

Barriere	Konkretisierung
Subjektive Wahrnehmung	- Die Einführung von Leitperspektiven wird als Zusatzbelastung von den befragten Lehrpersonen wahrgenommen.
Subjektiv wahrgenommene Bedeutung	- Die Relevanz von Verbraucherbildung für den Fachunterricht wird kaum von den Lehrpersonen wahrgenommen. - Es gibt viele Aufgaben im Schulalltag, die gleichzeitig erfüllt werden müssen. Die Priorisierung findet individuell statt.
Kommunikation des Bildungsplans	- Formal-strukturellen Veränderungen im neuen Bildungsplan werden Top-Down eingeführt.

Tabelle 4: Barrieren in der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung

- **Wahrnehmung:** Mit der Leitperspektiven sind alle Lehrpersonen beauftragt, die Schülerinnen und Schüler im Aufbau von Kompetenzen zur Verbraucherbildung zu unterstützen. Beispielsweise erfordert Verbraucherkompetenz Eigenverantwortung, Markt- und Fachkenntnisse und Gestaltungswillen. Um den Bildungsauftrag der Leitperspektive Verbraucherbildung erfüllen zu können, benötigen Lehrpersonen ein fachliches Grundverständnis von Verbraucherbildung sowie didaktische Konzepte, um Verbraucherbildung in den Fachunterricht zu transferieren.

Verbraucherbildung ist eine von sechs Leitperspektiven, die jeweils eine Einarbeitung in eine für die Lehrpersonen in der Regel neue Thematik erfordern.

Die befragten Lehrpersonen nehmen die Einführung der Leitperspektiven als eine Zusatzbelastung für sich und ihre jeweiligen Institutionen wahr.

- **Subjektiv wahrgenommen Bedeutung:** Die Leitperspektiven sind eine der Neuerungen in den Bildungsplänen. Auch neue Rahmen- und Fächerstrukturen der Bildungspläne müssen implementiert werden, z. B. Differenzierung nach Niveaustufen oder neue Schulfächer. Gleichzeitig müssen Lehrpersonen viele Aufgaben im Schulalltag erfüllen. Die Priorisierung der Implementierungsschritte und Aufgaben findet individuell statt, sodass die Leitperspektive Verbraucherbildung angesichts der weiteren Herausforderungen des Schulalltags für wenige Lehrpersonen eine persönliche Bedeutung trägt. Lehrpersonen nehmen kaum wahr, dass die Verbraucherbildung eine Relevanz für alle Fächer hat und welchen Beitrag Verbraucherbildung zu den jeweils unterrichteten Fächern leisten kann.
- **Kommunikation des Bildungsplans:** Angesichts der gesellschaftlichen Anforderungen an Schule enthalten die Bildungspläne 2016 zahlreiche formal-strukturelle Veränderungen. Trotz der partizipativen Entwicklung der Bildungspläne und der flankierenden Fortbildungen zur Einführung der Bildungspläne, beschäftigt sich die Mehrheit der Lehrpersonen erst anlassbezogen damit. Gleichzeitig sind sie nun beauftragt, die Veränderungen umzusetzen. Die befragten Lehrpersonen gaben an, wenige bis keine Ideen zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in ihrem Fachunterricht zu haben. Damit der Transfer gelingt, muss die Lücke zwischen der Theorie der Bildungspläne und der Praxis des Schulalltags geschlossen werden.

Zusammenfassend lässt sich folgern, dass Lehrpersonen auf zwei Ebenen Unterstützung zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Fachunterricht benötigen:

1. Sensibilisierung für den eigenen Bildungsauftrag und
2. fachbezogene Unterstützungsmaßnahmen.

Das im Projekt erarbeitete Transferkonzept bezieht sich auf die beiden Ebenen, die daher im folgenden Kapitel zum fachdidaktisch begründeten Transferkonzept ausgeführt werden.

## **5 Arbeitspaket 2: Fachdidaktisch begründetes Transferkonzept**

Auf Grundlage der Bedarfssichtung wurde ein fachdidaktisch begründetes Transferkonzept erarbeitet. Dieses wurde partizipativ und iterativ entwickelt unter Einbezug von Lehrpersonen und in Abstimmung mit den Kooperationspartnern.

Die Bedarfssichtung hat gezeigt, dass Unterstützung zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Fachunterricht auf zwei Ebenen benötigt wird:

### **Ebene 1: Sensibilisierung**

Nicht alle Lehrpersonen nehmen ihren Bildungsauftrag in Bezug auf die Leitperspektive Verbraucherbildung in Bezug auf die Relevanz für ihren Fachunterricht ausreichend wahr. Ein Ziel des Transferkonzepts ist daher, Lehrpersonen aller Fächer und aller Schularten für die Verbraucherbildung zu sensibilisieren und die Chancen der Leitperspektive Verbraucherbildung für das eigene Unterrichtsfach zu erfahren.

### **Ebene 2: Unterstützungsmaßnahmen**

Lehrpersonen benötigen fachbezogene Unterstützungsmaßnahmen zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in ihrem Fachunterricht. Ein Ziel des Transferkonzepts ist daher, mit und für Lehrpersonen entsprechende Umsetzungsmaßnahmen zu entwickeln und diese zu erproben.

Die Lehrpersonen favorisieren fach- und schulstufenbezogene Fortbildungen, Publikationen als Handreichungen und einen Onlinedienst (Internetauftritt). Diese sollten Unterrichtsbausteine und -materialien enthalten, an der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler andocken, an exemplarischen Themen didaktisch aufbereitet sein, Sachinformationen als Hintergrundwissen vermitteln und ggfs. andere Leitperspektiven berücksichtigen.

### **Entwicklung eines Transferkonzepts aus der Perspektive der alltagsbezogenen Lebensführung**

Der Beschluss „Verbraucherbildung an Schulen“ der Konferenz der Kultusminister (KMK, 2013) und die Bildungspläne 2016 Baden-Württemberg (KM, 2016) sind der maßgebliche Rahmen für das Transferkonzept. Das Transferkonzept wurde aus der Perspektive der alltäglichen Lebensführung entwickelt und beruht im Wesentlichen auf der Konzeption der Fachdidaktik der Ernährungs- und Verbraucherbildung (Heseker et al., 2005). Mittelpunkt des Lebensführungskonzepts ist der handelnde Mensch, der seinen bzw. ihren Alltag bewältigt und gestaltet. Daher wird ein mehrperspektiver Zugang gewählt. Ziel ist, das Individuum in seinen bzw. ihren Entscheidungskompetenzen zu stärken, um individuelle Handlungsalternativen zu ermöglichen und zu erweitern. Nach dem aktuellen Diskussionstand (vgl. z. B. Bartsch & Methfessel, 2016; Schlegel-Matthies, 2016; Bartsch & Brandl, 2015) spielen die Kompetenzorientierung und die Mehrperspektivität des Alltags eine zentrale Rolle in den Haushaltswissenschaften und ihrer Didaktik, ebenso wie didaktische Prinzipien wie Subjektorientierung und salutogenetisch orientiertes Lernen und Lehren. Diese wurden in der Erarbeitung des Transferkonzepts berücksichtigt.

Das Transferkonzept bettet die Ergebnisse der Bedarfssichtung unter Berücksichtigung der zwei identifizierten Ebenen zur Unterstützung in den Projektverlauf ein (vgl. Abbildung 2).

## RAHMENMODELL

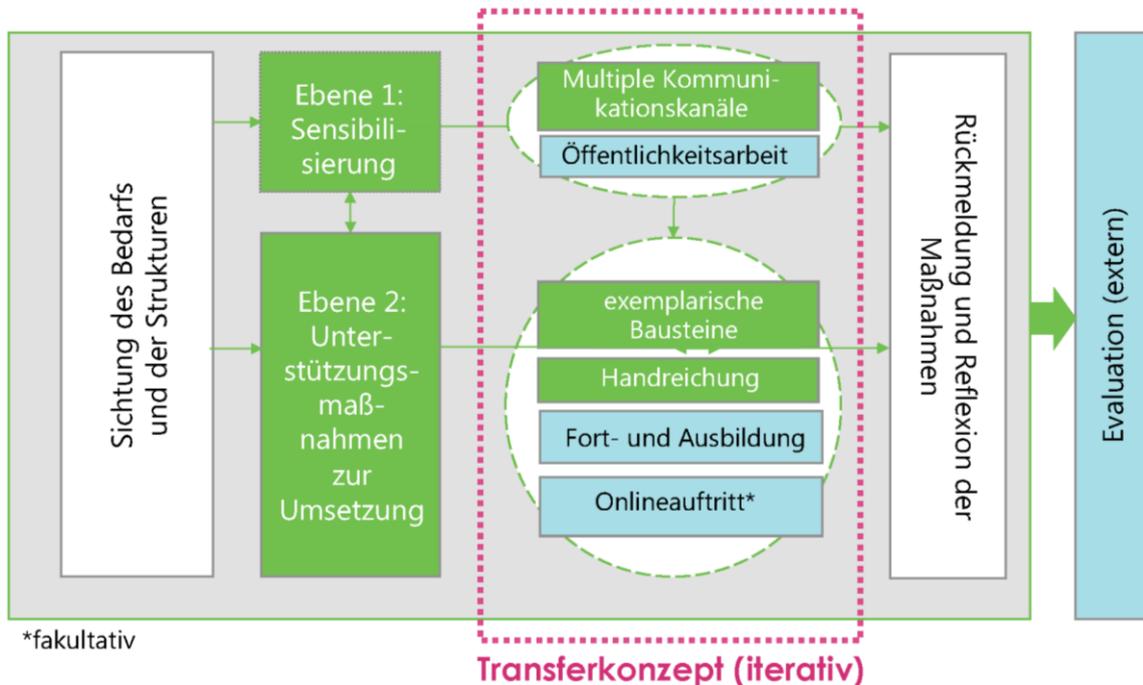


Abbildung 2: Iteratives Transferkonzept im cLEVER-Rahmenmodell

Für die Erarbeitung des Transferkonzepts wurde eine iterative und partizipative Herangehensweise gewählt. Ziel war es, Lehrpersonen als Angehörige der Zielgruppe mit ihren Bedarfen und als Expertinnen und Experten der Unterrichtspraxis im eigenen Fach in den Prozess einzubeziehen. Um auf der Ebene der Sensibilisierung die Wahrnehmung der Leitperspektive Verbraucherbildung zu stärken, wurde ein Kommunikationskonzept entwickelt, das multiple Kommunikationskanäle mit einbezieht und Öffentlichkeitsarbeit einschließt (s. Kapitel 5.1.1).

Als erste Unterstützungsmaßnahmen zur Umsetzung beinhaltet das Transferkonzept,

1. ein Fortbildungskonzept für Lehrpersonen und angehende Lehrpersonen zur Leitperspektive Verbraucherbildung,
2. zwei Handreichungen zur Verbraucherbildung im Fachunterricht mit exemplarischen Unterrichtsbausteinen und
3. einen fakultativ erarbeiteten Onlinedienst in Form eines Internetauftritts zur Kommunikation der Leitperspektive Verbraucherbildung, der im Projekt erarbeiteten Unterstützungsmaßnahmen sowie Informationen zum cLEVER-Projekt.

Kern des Fortbildungskonzepts ist es, die Lehrpersonen zur Wahrnehmung der Leitperspektive Verbraucherbildung anzuregen, ihr Grundverständnis von Verbraucherbildung zu vertiefen, die Expertise der Fächer als Beitrag zur Verbraucherbildung zu eruieren und den Beitrag der Verbraucherbildung zu den jeweiligen Fächern zu erkunden. Mit Hilfe der exemplarischen Unterrichtsbausteine sollen Lehrpersonen Möglichkeiten zur Umsetzung von Verbraucherbildung im

Fachunterricht exemplarisch aufgezeigt werden, um sie zur Umsetzung der Leitperspektive zu motivieren und zu inspirieren. Dazu wurden thematische Inhalte als Bildungsinhalte begründet und ausgewählt. Die Handreichungen, in denen die Unterrichtsbausteine gesammelt veröffentlicht wurden, können in den Fort- und Ausbildungsangeboten genutzt werden und stehen darüber hinaus allen Interessierten auf dem Internetauftritt des Projekts kostenlos zum Download zur Verfügung. Die Umsetzungsmaßnahmen wurden formativ evaluiert und weiterentwickelt (s. Kapitel 6.5).

### 5.1.1 Kommunikationskonzept

Als Teil des Transferkonzepts wurde ein Kommunikationskonzept erarbeitet, um Lehrpersonen und ein Breitenpublikum für die Leitperspektive Verbraucherbildung zu sensibilisieren. Ziele des Kommunikationskonzepts sind:

1. die Steigerung der Wahrnehmung der Leitperspektive Verbraucherbildung,
2. die Sensibilisierung für die Inhalte der Leitperspektive Verbraucherbildung und deren Potenzial für den Fachunterricht und
3. die Information über das Grundverständnis der Verbraucherbildung sowie deren Ziele.

Um Lehrpersonen aller Fächer zu erreichen, wird eine Vernetzung mit Akteuren zu den Leitperspektiven angebahnt und eine möglichst öffentlichkeitswirksame Kommunikationsstruktur aufgebaut (vgl. Tabelle 5).

Form	Inhalt
Information (Faltblatt) <i>vom cLEVER-Team an Lehrpersonen und Lehramtsanwärter/-innen in BW, Schulleitungen, Auftraggebende, Kooperationspartner, weitere Interessierte</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informationen zum Projekt,</li> <li>- Allgemeine Grundlageninformationen Verbraucherbildung und</li> <li>- zur Leitperspektive Verbraucherbildung</li> </ul>
Handreichung <i>vom cLEVER Team an Lehrpersonen und Lehramtsanwärter/-innen in BW</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulse für die Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht,</li> <li>- Allgemeine Grundlageninformationen zur Verbraucherbildung und zur Leitperspektive Verbraucherbildung,</li> <li>- Hinweise auf verlässliche Informationsmaterialien und Institutionen,</li> <li>- Fachinformationen zu exemplarischen Schwerpunktthemen,</li> <li>- Informationen zum Projekt,</li> <li>- Methodenvorschläge</li> </ul>
Fortbildung und Fortbildungsmaterialien <i>vom cLEVER Team, VZ BW, LMZ, Institutionen zu exemplarischen Schwerpunktthemen, an Lehrpersonen und Lehramtsanwärter/-innen in BW</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulse für Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht,</li> <li>- Allgemeine Grundlageninformationen Verbraucherbildung und Leitperspektive Verbraucherbildung,</li> <li>- Hinweise auf verlässliche Informationsmaterialien und Institutionen,</li> <li>- Fachinformationen zu exemplarischen Schwerpunktthemen,</li> <li>- Informationen zum Projekt,</li> <li>- Verlinkungen mit Kooperationspartnern,</li> <li>- Methodenvorschläge</li> </ul>
Aktionen (z. B. Geogames zu Verbraucherbildungsthemen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impulse für Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht,</li> </ul>

<i>vom cLEVER Team, weitere an Schulen in BW, Interessierte</i>	- Informationen zum Projekt
Presseberichte <i>an alle Beteiligten und Interessierten</i>	- Informationen zum Projekt, - Allgemeine Grundlageninformationen Verbraucherbildung und Leitperspektive Verbraucherbildung, - Aktuelle Ereignisse, - Verlinkungen mit Kooperationspartnern
Transferkonzept-Modell mit Erläuterung <i>vom cLEVER Team an Auftraggebende, Kooperationspartner</i>	- Rahmenmodell zur Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Projekt - auf Grundlage der Sichtung des Bedarfs und der Struktur
Präsentationen (z. B. EFFEKTE) <i>vom cLEVER Team an Breitenpublikum</i>	- Informationen zum Projekt, - Allgemeine Grundlageninformationen Verbraucherbildung und Leitperspektive Verbraucherbildung
Präsentationen <i>vom cLEVER Team an Experten und Expertinnen, Mitglieder Fachcommunity</i>	- Impulse für Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht, - Allgemeine Grundlageninformationen Leitperspektive Verbraucherbildung, - Informationen zum Projekt, - Wissenschaftliche Arbeit im Rahmen des Projekts
Präsentationen <i>vom cLEVER Team an Experten und Expertinnen, Mitglieder Fachcommunity</i>	- Impulse für Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht, - Allgemeine Grundlageninformationen Leitperspektive Verbraucherbildung, - Informationen zum Projekt, - Wissenschaftliche Arbeit im Rahmen des Projekts
Zwischen- und Abschlussbericht <i>vom cLEVER Team an Auftraggebende</i>	- Dokumentation der Struktur, Maßnahmen und Ergebnisse des Projekts
Runde Tische <i>vom cLEVER Team, Auftraggebende, Kooperationspartner für Auftraggebende, Kooperationspartner</i>	- Konzeptionelle Arbeit, - Ergebnisse der Begleitforschung, - Aktuelle Ereignisse - Absprachen
Arbeitstreffen <i>vom cLEVER Team und Kooperationspartner mit Kooperationspartner</i>	- Konzeptionelle Arbeit, - Zusammenarbeit, - Aktuelle Ereignisse, - Absprachen
Fachartikel <i>vom cLEVER Team an Expertinnen und Experten, Mitglieder Fachcommunity</i>	- Impulse für Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht, - Allgemeine Grundlageninformationen Leitperspektive Verbraucherbildung, - Informationen zum Projekt, - Wissenschaftliche Arbeit im Rahmen des Projekts
Kommunikationskanäle der Kooperationspartner (z. B. Esspress, Onlinepräsenzen, Rundmails und Verteilerlisten) <i>vom cLEVER Team, Auftraggebende, Kooperationspartner an alle Beteiligte und Interessierte</i>	- Allgemeine Grundlageninformationen Verbraucherbildung und Leitperspektive Verbraucherbildung, - Informationen zum Projekt, - Aktuelle Ereignisse, - Wissenschaftliche Arbeit im Rahmen des Projekts
Externe Kommunikationsstrukturen (z. B. Newsletter und Portale von Fachverbänden) <i>vom cLEVER Team, weitere an alle Beteiligten und an Interessierte</i>	- Impulse für Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht, - Allgemeine Grundlageninformationen Verbraucherbildung und Leitperspektive Verbraucherbildung, - Allgemeine Informationen zum Projekt, - Aktuelle Ereignisse, - Wissenschaftliche Arbeit im Rahmen des Projekts
Onlineauftritt	- Allgemeine Grundlageninformationen Verbraucherbildung und Leitperspektive Verbraucherbildung,

<i>vom cLEVER Team an alle Beteiligten und an Interessierte</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hinweise auf verlässliche Informationsmaterialien und Institutionen,</li> <li>- Verlinkungen mit Kooperationspartnern,</li> <li>- Informationen zum Projekt,</li> <li>- Aktuelle Ereignisse,</li> <li>- Wissenschaftliche Arbeit im Rahmen des Projekts</li> </ul>
---	---

Tabelle 5: Kommunikationsmaßnahmen als Teil des Transferkonzepts

### 5.1.2 Konzeption erster Umsetzungsmaßnahmen

Als Teil des Transferkonzepts wurden Fortbildungsangebote, Handreichungen und ein Internetauftritt als erste Maßnahmen konzipiert (vgl. Tabelle 6), um dem Bedarf von Lehrpersonen auf Ebene der Unterstützungsmaßnahmen zur Leitperspektive Verbraucherbildung möglichst zu entsprechen und die Maßnahmen zu erproben.

Nr.	Maßnahme
1. 2. 3. 4.	<p><b>Fort- und Ausbildung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung von Angeboten im Bereich der Fort- und Ausbildung</li> <li>- Anbahnung und Festigung von Kooperationsmöglichkeiten sowie Teilnehmendenakquise</li> <li>- Durchführung und Nachbereitung der Fort- und Ausbildungsangebote</li> <li>- iterative und partizipative Weiterentwicklung mit Zielgruppenangehörigen und den Kooperationspartnern</li> </ul>
5. 6. 7.	<p><b>Handreichungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erstellung und Veröffentlichung einer ersten Information (Faltblatt)</li> <li>- Erstellung und Veröffentlichung weiterer Handreichungen (zwei Publikationen mit exemplarischen Unterrichtsbausteinen, Schwerpunkt Mathematik)</li> <li>- iterative und partizipative Weiterentwicklung mit Zielgruppenangehörigen und den Kooperationspartnern</li> </ul>
8. 9.	<p><b>Onlinedienst (fakultativ)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktualisierung und Pflege der Inhalte</li> <li>- Ausbau von Verlinkungen zu anderen Akteuren der Verbraucherbildung</li> </ul>
10.	Kommunikation, Präsentation und Berichterstattung (vgl. Kommunikationskonzept)

Tabelle 6: Konzeption erster Umsetzungsmaßnahmen

Die Angebote in Fort- und Ausbildung sowie die Handreichungen wurden iterativ und partizipativ entwickelt. Die Entwicklung sowie die Endergebnisse werden im folgenden Kapitel erläutert.

## 6 Arbeitspaket 3: Umsetzungsmaßnahmen

Gemäß dem Transferkonzept wurden ein Fortbildungskonzept sowie ein Konzept für Handreichungen zur Umsetzung von Verbraucherbildung im Fachunterricht entwickelt. Diese ersten Umsetzungsmaßnahmen wurden erarbeitet, im Feld erprobt und partizipativ mit Lehrpersonen und in Abstimmung mit den Kooperationspartnern weiterentwickelt. Des Weiteren wurde gemäß der Bedarfssichtung ein Onlinedienst in Form eines Internetauftritts als Informationsangebot entwickelt. Im Folgenden werden die Einzelergebnisse des Arbeitspakets 3 zusammenfassend vorgestellt.

## 6.1 Fortbildungskonzept und erste Umsetzung

### Fortbildungskonzept

Als Zielgruppe für das Angebot im Fortbildungsbereich wurden zunächst Lehrpersonen im Fach Mathematik festgelegt, die nach dem Bildungsplan 2016 (d. h. Klasse 1/2 und Klasse 5/6) unterrichten. Mathematik wurde als Beispiel für ein vergleichsweise wenig verbraucheraffines Fach aus dem Pflichtbereich gewählt, sodass trotz der Fokussierung auf ein Fach eine möglichst große Gruppe angesprochen wird. Zur Verknüpfung von Theorie und Praxis wurden Input- und Arbeitsphasen in dem Konzept integriert. Um ein vertieftes Grundverständnis von Verbraucherbildung anzubahnen, sollten die Zieldefinition des Begriffs „Verbraucherbildung“, die geschichtliche Entwicklung der Forderung nach Verbraucherbildung und Unterrichtsbeispiele aus der Schulpraxis als Input aufgegriffen werden. Um die Lehrpersonen zur Umsetzung im eigenen Fach anzuregen, sollten die Arbeitsphasen Verweise auf Institutionen in der Verbraucherbildung, weitere Angebote und verbraucherbildungsspezifische Unterrichtsmethoden enthalten und sie dazu anregen, aus der Perspektive des eigenen Fachs die verbraucherzogene Expertise des Fachs aufzudecken und zu strukturieren. Darüber hinaus sollte die Umsetzung im eigenen Unterricht durch die Formulierung eines eigenen Vorhabens mit ersten Ideen und gefassten Schritten angebahnt werden.

### Umsetzung und iterative Weiterentwicklung

Für Lehrpersonen und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren bekannte und bewährte Strukturen im Bereich der Fortbildung wurden genutzt, um erste Unterstützungsmaßnahmen im Fortbildungsbereich anzubieten („Pilotphase“). Diese wurden in weiteren Schritten (ab 2. Zyklus) auf die zweite Ausbildungsphase des Lehramts erweitert und in einer dritten Erweiterung (nach 3. Zyklus) in Form einer neuen Konzeptionsrichtung durchgeführt. Da sich Rahmenbedingungen (u. a. Stundenpläne, Anfahrtswege) als Barrieren zur Teilnahme an Fortbildungsangeboten erwiesen, wurde das Fortbildungskonzept von fachbezogenen Angeboten auf schulspezifische Angebote erweitert. Ab August 2017 konnten Schulen Fortbildungen im Rahmen pädagogischer Tage „buchen“, bei denen schulspezifische Besonderheiten berücksichtigt und in das Fortbildungsangebot integriert wurden (z. B. Medienprofil).

Die Angebote wurden unter Berücksichtigung von Erkenntnissen der Professionalisierungsforschung sowie den Ergebnissen der formativen Evaluation der Umsetzungsmaßnahmen in Zyklen iterativ weiterentwickelt (vgl. Tabelle 7).

Zyklus	Kategorie	Konkretisierung
0. Zyklus („Pilot“): Dezember 2016  Workshops für Lehrpersonen aller Fächer	Beschreibung	- Zwei Workshopangebote für Lehrpersonen aller Fächer im Rahmen einer Fachlehrertagung zu neuen Fächern in den Bildungsplänen 2016 für die allgemeinbildenden Schulen in Baden-Württemberg
	Rahmen	- externe „Buchung“, festgelegtes Zeitfenster (1 Stunde pro Workshop) - vorangegangener Impulsvortrag zur Leitperspektive Verbraucherbildung durch Mitarbeitende des cLEVER-Projekts

	Inhaltliche Schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorstellung von Unterrichtsbeispielen zur Umsetzung von Verbraucherbildung im Mathematikunterricht;</li> <li>- Verweise auf Verbraucherinstitutionen, beteiligte Akteure sowie empfehlenswerten Informationsangebote und Materialien;</li> <li>- Erarbeitung und Clustern der verbraucherbezogenen Expertise aus der Perspektive der Fächer der teilnehmenden Lehrpersonen;</li> <li>- Formulierung eines verbraucherbildungsbezogenen Vorhabens</li> </ul>
1. Zyklus: Februar 2017  Workshops für Interessierte und Fachcommunity	Beschreibung	- Workshopangebote für Interessierte und Angehörige der Fachcommunity (u. a. Lehrpersonen und Wissenschaftler/-innen im Bereich der Verbraucherbildung und Didaktik) im Rahmen der HaBiFo-CCMP-Fachtagung
	Rahmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- festgelegtes Zeitfenster (1,5 Stunden)</li> <li>- Tagungsthema „Konsum in der digitalen Welt – Herausforderungen für die Ernährungs- und Verbraucherbildung“</li> <li>- <i>entfallen wegen Krankheit</i></li> </ul>
	Schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorstellung der Umsetzung des KMK-Beschlusses in Baden-Württemberg Verbraucherbildung (2013) und Einführung in die Bildungspläne 2016</li> <li>- Vorstellung und Diskussion erster Ergebnisse aus der Bedarfssichtung; (wo möglich) Erprobung</li> <li>- Rückmeldungen und Diskussion zu ersten Konzeptionen der Umsetzungsmaßnahmen</li> </ul>
2. Zyklus: Juni 2017  Weiterbildungsangebot für Lehramtsanwärterinnen und -anwärter	Beschreibung	- Weiterbildungsangebot für Personen in der zweiten Ausbildungsphase des Lehramts im Rahmen eines Ergänzungsbereichs für natur- und kulturwissenschaftliche Fächer
	Rahmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kooperation mit dem Staatlichen Seminar für Didaktik und Lehrerbildung WHRS Karlsruhe</li> <li>- zwei Veranstaltungen zu je drei Stunden im Ergänzungsbereich</li> <li>- Gastbeitrag des Landesmedienzentrums Karlsruhe</li> </ul>
	Schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Verbraucherbildung</li> <li>- Arbeiten mit den Neuerungen in den Bildungsplänen 2016</li> <li>- Auseinandersetzung mit spezifischen Angeboten und Methoden der Verbraucherbildung</li> <li>- Eruierung der Schnittmengen und Abgrenzungen der Leitperspektiven Verbraucherbildung und Medienbildung am Beispiel E-Commerce, mit einem Gastbeitrag des Landesmedienzentrums</li> <li>- Beobachtungsaufgaben zur Umsetzung von Verbraucherbildung im Schulalltag und zur Berücksichtigung der Leitperspektive in Schulbüchern zwischen den Veranstaltungen</li> <li>- Erprobung von exemplarischen Unterrichtsbausteinen für den Mathematikunterricht</li> <li>- Planung eines konkreten Vorhabens für den eigenen Unterricht</li> </ul>
3. Zyklus: Juli 2017	Beschreibung	- Schulartbezogene Fortbildungsangebote für Mathematiklehrpersonen
	Rahmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ganztägige Fortbildungen zu exemplarischen Schwerpunktthemen (auf die Schularten abgestimmt) (je 8 Stunden)</li> <li>- Ausschreibung über das Regierungspräsidium Karlsruhe</li> </ul>

Fach- und schulartbezogene Fortbildungen für Lehrpersonen		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anmeldung über das Projekt selbst</li> <li>- Anmeldung über LFB-Online und bei den Mitarbeiterinnen des Projekts</li> <li>- <i>kurzfristig abgesagt aufgrund zu geringer Teilnehmerzahlen (u. a. krankheitsbedingte Absagen)</i></li> </ul>
	Schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Verbraucherbildung</li> <li>- Arbeiten mit den Neuerungen in den Bildungsplänen 2016</li> <li>- Aufzeigen von Möglichkeiten zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht anhand eines exemplarischen Schwerpunktthemas</li> <li>- Gastbeitrag der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.</li> <li>- Verweise auf Verbraucherinstitutionen, beteiligte Akteure sowie empfehlenswerte Informationsangebote und Materialien, verbraucherbildungsbezogene Angebote und Methoden</li> <li>- Erarbeitung der verbraucherbildungsbezogenen Expertise aus der Perspektive der Fächer der Lehrpersonen; Planung eines konkreten Vorhabens für den eigenen Unterricht</li> </ul>
4. Zyklus: Dezember 2017  Schulartbezogene Fortbildungen für Lehrpersonen (Pädagogische Tage)	Beschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortbildungsangebot für Lehrpersonen aller Fächer im Rahmen von Pädagogischen Tagen für Gesamtkollegien</li> </ul>
	Rahmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- „Buchung“ für schulspezifische Pädagogische Tage</li> <li>- Abstimmung mit den schulspezifischen Bedürfnissen und Wünschen (i. d. R. ca. 4 Stunden nachmittags)</li> <li>- Akquise über Direktkontakt</li> </ul>
	Schwerpunkte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in die Verbraucherbildung</li> <li>- Arbeiten mit den Neuerungen in den Bildungsplänen 2016</li> <li>- Aufzeigen von Möglichkeiten zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht anhand eines exemplarischen Schwerpunktthemas</li> <li>- Verweise auf Verbraucherinstitutionen, beteiligte Akteure sowie empfehlenswerte Informationsangebote und Materialien, verbraucherbildungsbezogene Angebote und Methoden, mit einem Gastbeitrag der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.</li> <li>- Erarbeitung der verbraucherbildungsbezogenen Expertise aus der Perspektive der Fächer der Teilnehmenden</li> <li>- Eruerung weiterer fachspezifischer Verbraucherbildungsthemen</li> <li>- Beginn der Planung eines konkreten Vorhabens für den eigenen Unterricht</li> </ul>

Tabelle 7: Weiterentwicklung der Angebote im Fort- und Ausbildungsbereich

## 6.2 Handreichungen

### Handreichungskonzept

Zusätzlich zu dem ersten Faltblatt als Information zur Leitperspektive Verbraucherbildung und über das cLEVER-Projekt wurden zwei weitere Handreichungen konzipiert. Je eine Handreichung sollte sich an Lehrpersonen der Klassenstufe 1/2 bzw. 5/6 richten.

## **Aufbau der Handreichungen**

Im ersten Teil der Handreichungen werden fachwissenschaftliche und fachdidaktische Hintergründe von Verbraucherbildung aus Perspektive der alltagsbezogenen Lebensführung als Beitrag zum grundlegenden Verständnis erläutert, die sich an Lehrpersonen aller Fächer richten. Im zweiten Teil werden exemplarische Unterrichtsbausteine schulart- und klassenstufenabhängig Lehrpersonen angeboten, als Beispiele für eine mögliche Umsetzung von Verbraucherbildung im Fachunterricht. Für die Bausteine im Grundschulbereich wurden alltagsbezogene Problemstellungen zum Bildungsthema „Lebensmittel Wasser“ begründet ausgewählt und dargestellt. Für die Unterrichtsbausteine in der Sekundarstufe I wurde „E-Commerce“ als Bildungsthema begründet ausgewählt und verbraucherbezogene Problemstellungen von Schülerinnen und Schülern der fünften bzw. sechsten Klasse identifiziert. Ein mehrperspektiver Zugang wurde gewählt, um an die Komplexität des Alltags von Verbraucherinnen und Verbrauchern anzuschließen und Lehrpersonen Anknüpfungspunkte zur Vertiefung der Bausteine anzubieten.

Um Lehrpersonen die Arbeit mit den Handreichungen zu erleichtern, wurden die Publikationen zunächst als gedruckte Wendehefte konzipiert, die je nach Bedarf der Lehrpersonen das Fachdidaktische bzw. die Praxisbeispiele fokussieren sollten (je nach Drehung des Wendehefts ist ein Teil vorne).

## **Weiterentwicklung**

Im iterativen Prozess wurden die beiden Teile „Grundlagen“ und „exemplarische Unterrichtsbausteine“ um einen dritten Teil „Partner in der Verbraucherbildung“ erweitert und die Konzeption als zweiteiliges Wendeheft verworfen, um die digitale Lesbarkeit zu erleichtern. Ziel des neu konzipierten dritten Teils ist es, die Kooperationspartner und -innen sowie weitere in der Verbraucherbildung tätige Institutionen den Lehrpersonen mitsamt den jeweiligen verbraucherbildungsbezogenen Angeboten vorzustellen. Zur übersichtlichen Vermittlung zusammengefasster Informationen aus verschiedenen Quellen wurde dafür ein Steckbriefformat gewählt.

In Abstimmung mit den Kooperationspartnern wurden wirtschaftliche Fragestellungen im Thema der Grundschulhandreichung verstärkt berücksichtigt (z. B. „Stimmt dein Wechselgeld?“).

Um auch in der Veröffentlichung der Handreichungen Aspekte nachhaltigen Konsums zu berücksichtigen und die Handreichungen einem möglichst breiten Publikum an Lehrpersonen zugänglich zu machen, wurde als primäres Veröffentlichungsformat eine digitale, internetbasierte Verbreitungsform gewählt (Download als .pdf). Einige wenige Exemplare wurden gedruckt, um in den Fortbildungen an Schulen ohne Internetzugang damit arbeiten zu können.

Zwei Handreichungen wurden am Ende der Projektlaufzeit veröffentlicht und sind über den Internetauftritt des Projekts kostenfrei zum Download<sup>4</sup> verfügbar:

---

<sup>4</sup> <https://www.leitperspektive-verbraucherbildung.de/unterst%C3%BCtzungsangebot/handreichungen/>

- Verbraucherbildung im Fachunterricht 1/2018: Einkauf. Umsetzung der Leitperspektive in der Grundschule. Handreichung mit exemplarischen Unterrichtsbausteinen. Karlsruhe: Pädagogische Hochschule.
- Verbraucherbildung im Fachunterricht 2/2018: E-Commerce. Umsetzung der Leitperspektive in der Sekundarstufe I. Handreichung mit exemplarischen Unterrichtsbausteinen für den Mathematikunterricht. Karlsruhe: Pädagogische Hochschule.



Die Handreichungen sind nach dem gleichen Muster jeweils in drei Teile gegliedert, um die inhaltliche Orientierung für die Lehrpersonen zu vereinfachen:

1. *Leitperspektive Verbraucherbildung:* Der erste Teil der Handreichung ist dem Grundverständnis der Verbraucherbildung und dem Leitperspektivenkonzept im Bildungsplan gewidmet. Dadurch sollen insbesondere (jedoch nicht ausschließlich) Lehrpersonen weniger verbraucherbildungsaffiner Unterrichtsfächer dazu angeregt werden, das Ziel und den Anspruch von Verbraucherbildung sowie den Bildungsauftrag der Leitperspektive vertiefend zu verstehen.
2. *Exemplarische Unterrichtsbausteine:* Die Handreichungen haben je ein exemplarisches Schwerpunktthema aus dem Konsumalltag von Kindern und Jugendlichen, um einen mehrperspektivischen Zugang als Antwort auf die Komplexität des Alltags zu ermöglichen. Neben der Einführung in die Thematik enthält dieser Teil exemplarische Unterrichtsbausteine mit Kopiervorlagen sowie didaktisch-methodischen, rechtlichen und wirtschaftlichen Hintergrundinformationen für Lehrpersonen. Aus der Perspektive der alltagsbezogenen Lebensführung ist Verbraucherbildung immer mit fächerübergreifenden Fragen verknüpft, die z. B. verbraucherrechtliche, gesundheitliche, emotionale, ökonomische, soziale Aspekte etc. betreffen. Um Verbraucherbildung in Beziehung zu den anderen Leitperspektiven sinnvoll abzugrenzen und begreifbar(er) zu machen, thematisieren die exemplarischen Unterrichtsbausteine v. a. verbraucherrechtliche und wirtschaftliche Problemstellungen.
3. *Starke Partner in der Verbraucherbildung:* Kooperationspartner und -partnerinnen und weitere beteiligte Institutionen in der Verbraucherbildung stellen sich in Steckbriefen mit ihren verbraucherbildungsbezogenen Angeboten und Materialien vor. Lehrpersonen bieten diese Verweise auf verlässliche Informationen und unabhängige und geprüfte Angebote zur Verbraucherbildung sowie die Möglichkeit, außerschulische Expertinnen und Experten und Verbraucherinstitutionen zu kontaktieren.

Die Handreichung für die Grundschule enthält Unterrichtsbausteine für den Mathematik- und Sachunterricht; die Unterrichtsbeispiele der Handreichung für die Sekundarstufe sind auf den

Mathematikunterricht ausgerichtet. Mathematik wurde exemplarisch gewählt als ein Beispiel für ein weniger verbraucheraffines Fach aus dem Pflichtbereich. Gleichwohl sind die Handreichungen ein Angebot an Lehrpersonen *aller* Fächer, denn sie sind zum einen in großen Teilen fachunabhängig und zum anderen zeigen die Unterrichtsbausteine beispielhaft Möglichkeiten der Umsetzung der Verbraucherbildung auf, die entsprechend weitere anregen sollen. Ein Transfer der Idee der Bausteine ist durch die Mehrperspektivität der gewählten Verbraucherthematiken auf weitere Fächer intendiert.

### 6.3 Onlinedienst (fakultativ)

Im Projekt wurde der Internetauftritt [www.leitperspektive-verbraucherbildung.de](http://www.leitperspektive-verbraucherbildung.de) entwickelt (s. Abbildung 13, S. 79). Die erste Konzeption des Auftritts beruhte auf einem Ergebnis des ersten Runden Tisches der Kooperationspartner und -innen zur Leitperspektive Verbraucherbildung, dass die Kommunikation der Leitperspektive und der beteiligten Akteure und Akteurinnen hohen Stellenwert hat. Die Ergebnisse der Bedarfsforschung stützen die Notwendigkeit des Angebots eines Onlinediensts aus Sicht der befragten Lehrpersonen. Ziel des Internetauftritts ist, die Leitperspektive Verbraucherbildung sowie das Projekt und Projektentwicklungen zu kommunizieren und Projektpartnerschaften als beteiligte Akteure in der Verbraucherbildung zu verlinken. Die Webseite dient als öffentliches Informationsangebot zum Projekt und zur Leitperspektive Verbraucherbildung. Neben aktuellen Terminen wurde für die Zielgruppe Lehrpersonen in Baden-Württemberg eine erste Sammlung von Internetlinks und Unterstützungsmaßnahmen eingerichtet, die Lehrpersonen bei der Recherche zur und bei der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung unterstützen soll. Mit Bewilligung des Folgeprojekts kann der Internetauftritt in cLEVER 2 weiter ausgebaut werden.

Hinweis: Bei dem gewählten Webseitenbetreiber ist eine Verlängerung der Dienste maximal zwei Jahre im Voraus möglich. Daher wurde die Domain durch cLEVER 1 bis zum 08.12.2019 gesichert.

### 6.4 Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit

Um Lehrpersonen, Multiplikatoren und Multiplikatorinnen, Schulleitungen, beteiligte Akteure und die Fachcommunity über das Projekt und Projektergebnisse zu informieren, wurden verschiedene Angebotsformate und Kanäle genutzt, um die Informationen entsprechend zu verbreiten. Eine Übersicht über die entsprechenden Deliverables bietet Tabelle 8.

Nr.	Deliverable-Bezeichnung
D 0.3	Meetingnotizen und Protokolle
D 1.7	Presseartikel
D 1.8*	Webseite
D 4.4	Kontakt, Informationsveranstaltungen/ Fortbildungen
D 4.5	Öffentliche Kommunikation
D 4.6	Fachartikel, Publikationen

Tabelle 8: Vernetzung und Kommunikation

\* = fakultativ

## Vernetzung der Akteure

Die Vernetzung der Akteure zur Implementierung der Leitperspektive Verbraucherbildung durch regelmäßige Treffen ist eine günstige Voraussetzung für den Theorie-Praxis-Transfer der Leitperspektive in den Unterricht. Die in Tabelle 14 (Anhang, S. 70) aufgeführten Besprechungstermine im Projekt, die Runden Tischen sowie die Arbeitstreffen und Telefonkonferenzen („Telko“) wurden in Form von Protokollen dokumentiert (D 0.3).

## Information der Öffentlichkeit und ausgewählter Communities

Während der Projektlaufzeit wurden mehrere Presseartikel (D 1.7) veröffentlicht, um Lehrpersonen, beteiligte Akteure und ein interessiertes Laienpublikum für Verbraucherbildung zu sensibilisieren und über das Projekt zur Verbraucherbildung in Baden-Württemberg zu informieren (Tabelle 9).

Nr.	Erscheinungsort (/-datum)	Titel
1.	PH Karlsruhe, 16.09.2016, Sonder- meldung	„START des Projekts cLEVER“ Online: <a href="https://www.ph-karlsruhe.de/aktuelles/detailansicht/article/start-des-projektes-clever/">https://www.ph-karlsruhe.de/aktuelles/detailansicht/article/start-des-projektes-clever/</a>
2.	PH aktuell 46, 2016, S. 6f	„Start des Projekts cLEVER“ Online: <a href="https://www.ph-karlsruhe.de/fileadmin/user_upload/hochschule/aktuelles/pdf/16_10_20_Okt_PH_AKTUELL_46_2.pdf">https://www.ph-karlsruhe.de/fileadmin/user_upload/hochschule/aktuelles/pdf/16_10_20_Okt_PH_AKTUELL_46_2.pdf</a>
3.	PH Karlsruhe, 10.10.2016, Projekte Alltagskultur und Ge- sundheit	„START des Projekts cLEVER“ (überarbeitete und ergänzte Version) Online: <a href="https://www.ph-karlsruhe.de/institute/ph/institut-fuer-alltagskultur-und-gesundheit/projekte/projekt-clever/">https://www.ph-karlsruhe.de/institute/ph/institut-fuer-alltagskultur-und-gesundheit/projekte/projekt-clever/</a>
4.	PH Schwäbisch Gmünd, 27.01.2017, Medieninformation Nr. 5	„Staatssekretärin Gurr-Hirsch diskutiert mit Wissenschaftlerinnen von den Pädagogischen Hochschulen über Ernährungs- und Verbraucherbildung in der Schule“ Online: <a href="http://www.ph-gmuend.de/uploads/media/Medieninformation_Nr_5.pdf">http://www.ph-gmuend.de/uploads/media/Medieninformation_Nr_5.pdf</a>
5.	Landesbildungsserver BW, 02.05.2017, Aktu- elles-Bildungsnews	„cLEVER – Verbraucherbildung im Bildungsplan 2016“ Online: <a href="http://www.schule-bw.de/service-und-tools/aktuelles/bildungsnews/clever-verbraucherbildung-im-bildungsplan-2016">www.schule-bw.de/service-und-tools/aktuelles/bildungsnews/clever-verbraucherbildung-im-bildungsplan-2016</a>
6.	PH Karlsruhe, 23.03.2017, Veranstal- tungen	„Im Rahmen des NaturVision Filmfestivals Verbraucherthemen diskutieren“
7.	J. Scheid: Junger Kul- turkanal, 12.07.2017	„NaturVision Filmfestival“ Online: <a href="http://www.jungerkulturkanal.de/thema/naturvision-filmfestival-688/">http://www.jungerkulturkanal.de/thema/naturvision-filmfestival-688/</a>
8.	PH Karlsruhe, 08.10.2017, Veranstal- tungen	„9. November 2017: Nachhaltigkeit mit Bubble Tea und Verbraucherbildung“ Online: <a href="https://www.ph-karlsruhe.de/aktuelles/detailansicht/article/9-november-2017-nachhaltigkeit-mit-bubble-tea-und-verbraucherbildung/?no_cache=1&amp;cHash=e8802b37273caee6aebec81231cd4b82">https://www.ph-karlsruhe.de/aktuelles/detailansicht/article/9-november-2017-nachhaltigkeit-mit-bubble-tea-und-verbraucherbildung/?no_cache=1&amp;cHash=e8802b37273caee6aebec81231cd4b82</a>
9.	PH Karlsruhe, 14.11.2017, Sonder- meldung	„Ästhetische Chemie und Nachhaltigkeit – Pädagogische Hochschule präsentierte sich bei ‚PH im Rathaus‘“ Online: <a href="https://www.ph-karlsruhe.de/aktuelles/detailansicht/article/aesthetische-chemie-und-nachhaltigkeit/?no_cache=1&amp;cHash=30523cab35b06b805d9a03f9a0647120">https://www.ph-karlsruhe.de/aktuelles/detailansicht/article/aesthetische-chemie-und-nachhaltigkeit/?no_cache=1&amp;cHash=30523cab35b06b805d9a03f9a0647120</a>

10.	S.-C. Danner: Junger Kulturkanal, 29.11.2017	„PH im Rathaus“ (mit Hörproben aus dem Vortrag) Online: <a href="http://www.jungerkulturkanal.de/thema/ph-im-rathaus-1051/">http://www.jungerkulturkanal.de/thema/ph-im-rathaus-1051/</a>
11.	PH Aktuell Weihnachtsausgabe (3), 2017, S. 21f.	„Ästhetische Chemie und Nachhaltigkeit“ Online: <a href="https://www.ph-karlsruhe.de/fileadmin/user_upload/hochschule/aktuelles/pdf/17_12_PH_AKTUELL_Weihnachtsausgabe.klein.pdf">https://www.ph-karlsruhe.de/fileadmin/user_upload/hochschule/aktuelles/pdf/17_12_PH_AKTUELL_Weihnachtsausgabe.klein.pdf</a>

Tabelle 9: Presseartikel zum Projekt

Zur Kommunikation des Projekts, der Projektergebnisse und Vernetzung der beteiligten Akteure wurde ein Onlinedienst in Form einer Webseite (D 1.8\*) eingerichtet (vgl. Kapitel 6.3 Onlinedienst (fakultativ), S. 41f.). Daneben informierten das cLEVER-Team auf Veranstaltungen verschiedene Communities über die Leitperspektive Verbraucherbildung und das Projekt. Tabelle 10 bietet eine Übersicht zu den geplanten und durchgeführten Veranstaltungen.

Nr.	Datum, Institution, Ort	Veranstaltungen und Angebot(e) zum cLEVER-Projekt
1.	07.12.2016, Schulamt Göppingen, Bettringen	<i>Bildungsplan 2016 – Fachtag, Wahlpflichtfächer und neue Fächer ab Klasse 7</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsreferat: „Leitperspektive Verbraucherbildung“</li> <li>• Zwei Workshops: „Aus der Perspektive des Projekts cLEVER werden Unterrichtsideen entwickelt und diskutiert“</li> </ul>
2.	14.02.-18.02.2017, Didacta, Stuttgart	Am Stand der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. wurde das cLEVER-Projekt mit einer Folie und einem Faltblatt sowie einem Flyer zu den Fortbildungen im Juni beworben
3.	18.02.2017, HaBiFo/CMMP, PH Karlsruhe	<i>HaBiFo-Jahrestagung/ CCMP Verbraucherforum</i> Workshop: „Verbraucherbildung im Bildungsplan“ (entfallen wegen Krankheit), Auslage von Faltblättern
4.	7.06.2017, NaturVision Filmfestival, Karlsruhe	<i>Schulprogramm „Film und Gespräch“</i> Film- und Gesprächsangebot zu Verbraucherbildungsthemen, in Kooperation mit Sabine Willmann (NaturVision)
5.	23.06.2017 und 07.07.2017, Staatliches Seminar für Didaktik und Lehrerbildung WHRS und PH Karlsruhe, Karlsruhe	Seminarveranstaltungen im Rahmen des Ergänzungsbereichs der zweiten Ausbildungsphase des Lehramts: „cLEVER konsumieren. Die Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht Mathematik nutzen“, in Kooperation mit dem Landesmedienzentrum Karlsruhe
6.	28.06.2017, Regierungspräsidium und PH Karlsruhe, Karlsruhe	Fortbildung: „cLEVER konsumieren. Die Leitperspektive Verbraucherbildung im Mathematikunterricht Klasse 1/2“ in Kooperation mit der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg (kurzfristig abgesagt aufgrund Teilnehmendenzahl)
7.	29.06.2017, Regierungspräsidium und PH Karlsruhe, Karlsruhe	Fortbildung: „cLEVER konsumieren. Die Leitperspektive Verbraucherbildung im Mathematikunterricht Klasse 5/6“ in Kooperation mit der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg (ca. drei Wochen vor dem Termin vom Regierungspräsidium abgesagt, weil Soll-Anzahl an Anmeldungen nicht gegeben war)
8.	28.09.2017, GFD/KOFADIS, Freiburg	<i>GFD-KOFADIS-Tagung</i> Session: „Bedarf an Unterstützungsmaßnahmen zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht an allgemeinbildenden Schulen in Baden-Württemberg“
9.	9.11.2017, PH Karlsruhe, Karlsruhe	<i>PH im Rathaus</i> Vortrag: „cLEVER konsumieren. Die Leitperspektive Verbraucherbildung im MINT Unterricht.“

10.	24.11.2017, Rennbuckel Realschule, Karlsruhe	Pädagogischer Tag zur Leitperspektive Verbraucherbildung, in Kooperation mit der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
11.	12.12.2017, Hebel Grundschule, Karlsruhe	Pädagogischer Tag zur Leitperspektive Verbraucherbildung, in Kooperation mit der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
12.	24.01.2018, PH Karlsruhe, Karlsruhe	<i>Neujahrsempfang</i> „Nachhaltig konsumieren als Verbraucherorientierung. Ein kurzes Statement aus der Perspektive der Ernährungs- und Verbraucherbildung“

Tabelle 10: Informationsveranstaltungen und Fortbildungen

## Visuelle Kommunikation zur Leitperspektive Verbraucherbildung

Zur öffentlichen Kommunikation (D 4.5) des Projekts und der Leitperspektive Verbraucherbildung wurden ein eigenes Logo mit entsprechendem Corporate-Design-Leitfaden entwickelt (vgl. Abbildung 3).



Abbildung 3: cLEVER Logo

Außerdem wurden Icons zu den konkretisierenden Begriffen zur Leitperspektive Verbraucherbildung erarbeitet und mit dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg und der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. abgestimmt (vgl. Abbildung 16: Icons zu den konkretisierenden Begriffen der Leitperspektive, S. 82).

## 6.5 Evaluation

Um das Angebot an Unterstützungsmaßnahmen iterativ weiterzuentwickeln, wurden erste Umsetzungsmaßnahmen formativ evaluiert.

### Formative Evaluation

Die formative Evaluation erster Unterstützungsangebote wurde auf zwei Wegen durchgeführt:

1. Fort- und Ausbildungsangebote: Bewertung der Durchführung der Maßnahme als Erkenntnisgewinn zur Optimierung des Angebots durch schriftliche Rückmeldungen der teilnehmenden Lehrpersonen im Anschluss an die Veranstaltungen mit anschließender qualitativer Auswertung der Daten.
2. Exemplarische Unterrichtsbauusteine: Bewertung der Eignung der Maßnahme als Unterrichtshilfe als Erkenntnisgewinn durch qualitative, leitfadengestützte Interviews mit Lehrpersonen im Anschluss an den Einsatz im Unterricht; im Rahmen von zwei wissenschaftlichen Abschlussarbeiten an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe.

### *Ergebnisse I: formative Evaluation der Veranstaltungen in Fort- und Ausbildung*

Im Anschluss an die Angebote im Fort- und Ausbildungsbereich wurden die Veranstaltungen mit den Teilnehmenden im cLEVER-Projekt evaluiert. Insgesamt bewerteten die Teilnehmenden die Fortbildungsveranstaltungen als „gut“ und „wichtig“.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

➤ *An diesem Nachmittag ist mir bewusst geworden, dass an unserer Schule im Bereich "Verbraucherbildung" viel läuft. Auch im Unterricht in verschiedenen Fächern kann man viele Themen einsetzen. (Lehrperson)*

- Ich habe einen guten Einblick gewinnen können, was Verbraucherbildung ist. Wertvoll war auch der Kontakt zur Verbraucherzentrale. (Lehrperson)
- Ich finde es sinnvoll, sich mit dem Thema Verbraucherbildung als Schule auseinanderzusetzen. (Lehrperson)
- Wichtiges Thema, für GK/EK ein paar Impulse bekommen. (Lehrperson)
- gute Einführung in LP VB => bessere Einsicht, wie in Unterricht einbauen (Lehrperson)
- Ich nehme mit, dass ich versuchen werde, in meinem Unterricht das Thema VB auch zu integrieren. (Lehrperson)

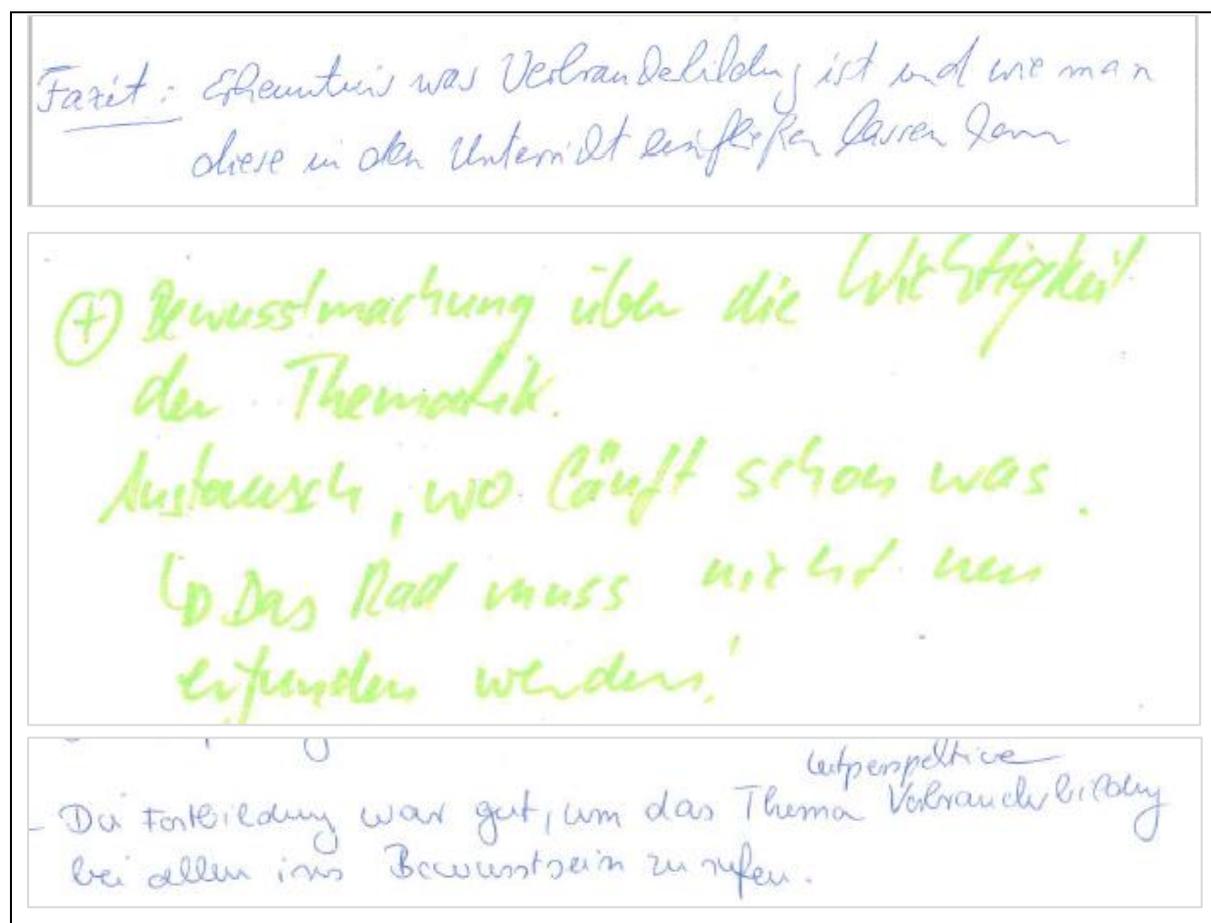


Abbildung 4: Auszüge aus der formativen Evaluation zur Gesamtbewertung

Das Verhältnis von Theorie und Praxis der Fortbildung beurteilte eine Mehrheit als ausgewogen. Einige Teilnehmenden hätten sich eine andere Verteilung gewünscht, u. a. mehr theoretischen Input oder eine längere Praxisphase. In den Praxisphasen wurden in den Veranstaltungen in der Regel in Kleingruppen exemplarische Materialien vorgestellt, wie beispielsweise die erarbeiteten cLEVER-Unterrichtsbausteine und weitere Angebote von Beteiligten in der Verbraucherbildung (z. B. Flyer des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, Unterrichtsmaterialien der Verbraucherzentralen Baden-Württemberg e. V. und des Bundesverbands, Materialien der Stiftung Warentest). Diese Angebote wurden als zielführend beschrieben, allerdings wünschten sich die Teilnehmenden, dass einzelne Fächer verstärkt

berücksichtigt werden. Darüber hinaus entwickelten die Teilnehmenden in den Praxisphasen erste Umsetzungsideen für die verschiedenen Fächer.

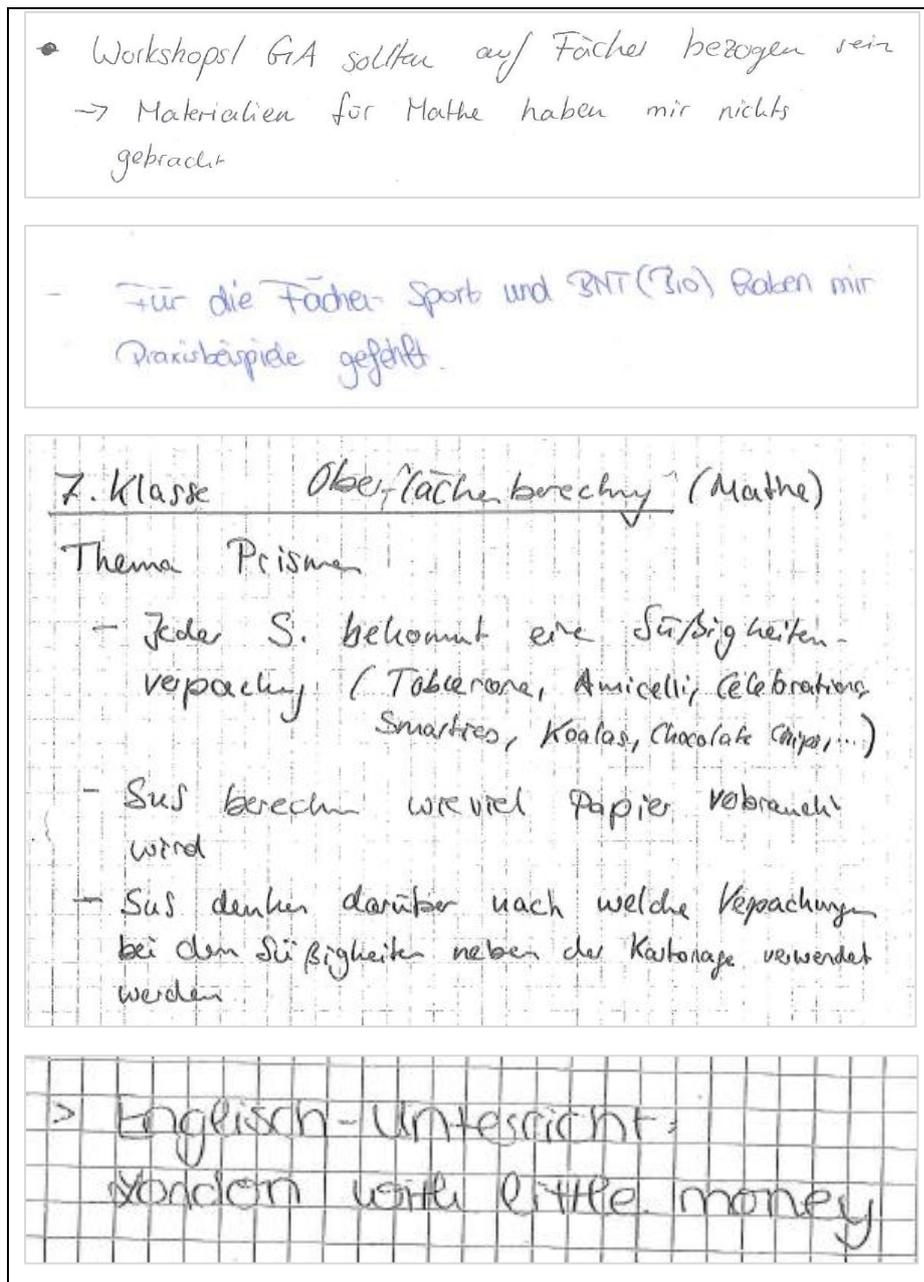


Abbildung 5: Auszüge aus der formativen Evaluation zur Bewertung der Arbeitsphasen

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- Ich habe einige Ideen mitgenommen für die Umsetzung im Unterricht. (Lehrperson)
- Thema problematisch f. einige Fächer, sollte nicht erzwungen werden, in meinen Fächern nicht den Fächern dienlich. (Lehrperson)
- Viele Anregungen zum Umsetzen. (Lehrperson)
- Material gab Impulse zur eigenen Umsetzung (gute Ansätze, die vertieft werden können). (Lehrperson)
- vorgefertigte Materialien lassen die punktuelle Umsetzung leicht/niederschwellig erscheinen. (Lehrperson).
- mehr Materialien f. versch. Fächer (Einblick, Ideensammlung). (Lehrperson)

Die digitale Sicherung der Ergebnisse mittels eines webbasierten Texteditors (Medienpad) wurde von den Teilnehmenden begrüßt: Auf der jeweiligen Webseite des Texteditors bleiben die Ergebnisse erhalten, können mithilfe eines Zugangscode eingesehen, weiterbearbeitet und -entwickelt und so auch Zukunft genutzt werden.

Typische <b>Zitate</b> zur Illustration	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ <i>die Idee der Stoffsammlung im Medienpad hat mir sehr gut gefallen. (Lehrperson)</i></li><li>➤ <i>sehr sehr gut: medienpad.de QR Code unendlich anzeigen! -&gt; Schule nimmt etwas mit! (Lehrperson)</i></li><li>➤ <i>gut: gemeinsame Arbeit am Medienpad, damit Ergebnisse für alle Fächer auch nach dem Tag abrufbar sind. (Lehrperson)</i></li></ul>
---	---

### *Ergebnisse II: formative Evaluation der exemplarischen Unterrichtsbausteine*

Im Rahmen von zwei wissenschaftlichen Abschlussarbeiten (Master und 1. Staatsexamen) evaluierten zwei Studentinnen die exemplarischen Unterrichtsbausteine mit Lehrpersonen. Für die formative Evaluation der Unterrichtsbausteine haben Lehrpersonen in der Grundschule und Sekundarstufe I die Materialien in ihrem Unterricht mit Schülerinnen und Schülern im November und Dezember 2017 ausprobiert:

- Die Bausteine „Stimmt dein Wechselgeld?“ und „Welches Getränk kaufst du?“ der Handreichung für die Grundschule zum Schwerpunktthema Einkauf wurden von drei Grundschullehrinnen und einem Grundschullehrer mit den Schülerinnen und Schülern ausprobiert.
- Die Bausteine „Geschäfte im Netz“ und „Vorsicht, Haken?!“ der Handreichung für die Sekundarstufe zum Schwerpunktthema E-Commerce wurden von einer Gymnasiallehrerin, drei Werkrealschullehrerinnen, einer Realschullehrerin und zwei Realschullehrern mit ihren Schülerinnen und Schülern ausprobiert.

Im Anschluss an den Einsatz der Bausteine im Unterricht führten die Studentinnen im Rahmen ihrer Abschlussarbeiten qualitative, leitfadengestützte Interviews mit den Lehrpersonen. Im ersten Schritt analysierten sie die Interviews inhaltlich. Im zweiten Schritt extrahierten sie die Empfehlungen der Lehrpersonen zur Überarbeitung der Unterrichtsbausteine.

Erste Teilergebnisse wurden vom cLEVER-Team bereits in die Unterrichtsbausteine eingearbeitet und sind in den zwischenzeitlich veröffentlichten Handreichungen enthalten. Die Abschlussarbeiten der Studierenden sind noch nicht ganz abgeschlossen, sodass ggfs. in einem Folgeprojekt cLEVER 2 weitere Ergebnisse aufgegriffen werden.

### **Formative Evaluation der exemplarischen Unterrichtsbausteine für die Grundschule**

Mit dem Ziel, herauszufinden, inwiefern Lehrpersonen die vom cLEVER- Projekt entwickelten, exemplarischen Unterrichtsbausteine für den Mathematikunterricht in der Grundschule als Hilfestellung und Impuls für die weitere Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in

ihrem Unterricht empfinden und ob es (ggfs. welche) Aspekte zur Weiterentwicklung gibt, evaluierte eine Studentin<sup>5</sup> im Rahmen ihres Lehramtsstudiums (Staatsexamen) die Bausteine „Stimmt dein Wechselgeld?“ und „Welches Getränk kaufst du?“ mit Lehrpersonen (vgl. Tabelle 11).

Datum	Lehrperson	Schulart	Geschlecht
07.12.2017	1	Grundschule	weiblich
07.12.2017	2	Grundschule	weiblich
19.12.2017	3	Grundschule	männlich
29.12.2017	4	Grundschule	weiblich

Tabelle 11: Übersicht zur formativen Evaluation der Grundschulbausteine

Nach der Umsetzung der exemplarischen Unterrichtsbausteine durch die Lehrpersonen im November und Dezember 2017 führte die Studentin Leitfadeninterviews mit den Lehrpersonen (Dauer: ca. 20 Minuten), transkribierte die aufgezeichneten Interviews im Anschluss an die Gespräche und wertete die Interviews inhaltsanalytisch (nach Kuckartz, 2016) aus.

Die befragten Lehrpersonen gaben an, dass es wichtig sei, dass ihre Schülerinnen und Schüler „kompetente“ Verbraucherinnen und Verbraucher werden, z. B. indem sie „eine Beziehung zu Geld entwickeln“, Vergleichen lernen, Marketingtricks erkennen und insgesamt Alltagshandlungen reflektiert und eigenständig bewältigen können. Alle Lehrpersonen betonten, dass sie die exemplarischen Unterrichtsbausteine als einen sinnvollen und hilfreichen Impuls empfanden, um die Leitperspektive Verbraucherbildung im Mathematikunterricht umzusetzen.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Also sie sollen eine Beziehung zu Geld entwickeln, sollen Vergleichen lernen und einfach auch eigenständig entscheiden können. (Person 1)*
- *Ja, dass sie im Alltag gut zurechtkommen, dass sie Alltagshandlungen gut bewältigen können. (Person 2)*
- *Was gibt es so für Tricks, um einen hereinzulegen, ja, dass man letztendlich mehr kauft oder mehr Geld ausgibt, als nötig ist. (Person 4)*
- *Einfach mal neue Ideen aufgezeigt bekommen und da bin ich auch offen dafür. Man kann ja eben nicht alle Bereiche abdecken und genau da fallen dann oft auch Themen runter, die man nicht so beachtet hat und dann ist es immer schön, neuen Input zu bekommen, wie man eben die Sachen umsetzen kann. (Person 2)*
- *Das hätte ich sicher eingebaut, wenn ich bei dem Thema gewesen wäre, weil das finde ich gut. Also gutes Material motiviert immer. (Person 3)*

Für die Umsetzung der exemplarischen Unterrichtsbausteine verwendeten die Befragten zwei bis drei Unterrichtsstunden. Alle Lehrpersonen gaben an, dass ihnen eine möglichst alltagsnahe Umsetzung dabei wichtig war. Um die Bausteine für die Bedürfnisse ihrer Schülerinnen und Schüler anzupassen, setzten die Lehrpersonen verschiedene Methoden und Techniken ein,

<sup>5</sup> Die Studentin im Studiengang Lehramt für Grundschulen erstellte als Teil zur Erreichung des ersten Staatsexamens eine Abschlussarbeit zum Thema „Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht. Evaluation von exemplarischen Unterrichtsbausteinen.“

z. B. Nutzen der Anregungsfragen für das Klassengespräch aus der Lehrerinformation der Handreichung, szenisches Spielen oder eine Vergrößerung der Abbildungen.

- |   |   |
|---|---|
| Typische<br><b>Zitate</b> zur<br>Illustration | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Ich habe erstmal Getränkeverpackungen mitgebracht und erstmal geklärt: „Wo ist wohl mehr drin? Wo ist wohl weniger drin? Was bedeutet ein Liter?“ (Person 4)</i></li> <li>➤ <i>Darum habe ich wirklich die Flaschen und die Preise, also rauskopiert, groß gemacht, einzelne Preisschilder geschrieben, sodass wir tatsächlich einmal zuerst die Flaschen ordnen konnten. (Person 1)</i></li> <li>➤ <i>Die Lehrerinformation zeigt einem, worum es geht [...], aber wie man es letztendlich umsetzt, muss man halt immer auf die Klasse abstimmen. (Person 4)</i></li> <li>➤ <i>Ich habe kurz das mit dem Vergleichen besprochen. Ich habe gefragt: „Wie vergleicht ihr Getränke, wenn es verschiedene Verpackungen sind?“ und so [...] auch zuerst mal die Fragen besprochen, die da drauf waren. (Person 3)</i></li> <li>➤ <i>Hab das eben mit einem kleinen Kaufladen gespielt, dass jemand einkaufen kommt[...] Und habe die Impulsfragen, die Sie mir gegeben haben, gestellt [...] Also habe dann so ein kleines Rollenspiel gemacht und hab sie dann an die Arbeitsblätter gelassen. (Person 2)</i></li> </ul> |
|---|---|

Die Unterrichtsbausteine sind für die erste und zweite Klasse konzipiert, jedoch waren sich alle Lehrpersonen einig, dass die Bausteine besser für eine Umsetzung in den Klassen drei und vier geeignet sind.

- |   |  |
|---|--|
| Typische<br><b>Zitate</b> zur<br>Illustration | <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Also, ich habe mich von Anfang an gewundert, wie das in Klasse 1 umgesetzt werden soll. Weil es mir für Klasse 2 schon schwierig genug erschien. (Person 1)</i></li> <li>➤ <i>Also, das „Habt ihr schon mal eingekauft?“ und das Gespräch über das Pfand anregen [...] das war schon ok. Aber das [Vergleichen] ist halt einfach ein Thema, was mit diesen Angaben so in Klasse 2, und 1 schon gar nicht, gehört [...] und Volumen und Liter ist auch in Klasse 3 angesiedelt. [...] Und darüber ins Gespräch zu kommen, das find ich schon gut. Nur ist es von der Schwierigkeit her nicht richtig. (Person 1)</i></li> <li>➤ <i>Für die zweite Klasse vielleicht noch ein bisschen anspruchsvoll. Also sie waren sehr überfordert, gerade da auch Informationen raus zu lesen und zu verstehen, was sie da machen sollen. [...] Und sie darüber hinaus in der zweiten Klasse eben auch noch keine Literanzahlen, geschweige denn Milliliterzahlen haben. (Person 2)</i></li> <li>➤ <i>Ja, dass ich einfach finde, dass das eben für die erste und zweite Klasse gar nicht geeignet ist, weil die Abstraktionsleistung von der Größe oder von den Litern auf den Preis zu schließen, das ist etwas was meiner Meinung nach Erst- und Zweitklässler überhaupt noch nicht können. Das ist eine ziemliche Abstraktionsleistung [...] eher für die dritte und vierte Klasse. Und da ist es halt noch schwer genug.“ (Person 4)</i></li> </ul> |
|---|--|

Mit einer hundertprozentigen Übereinstimmung präferierten die Lehrpersonen das Arbeitsblatt „Stimmt dein Wechselgeld?“, da dieses von den mathematischen Kompetenzen und der Aufmachung den Schülerinnen und Schüler eher entspräche, näher am Alltag und „griffiger“ war. Nur wenige Kinder hätten Probleme mit den Arbeitsaufträgen oder den Rechnungen gehabt. In der Überarbeitung der Bausteine durch das cLEVER-Team wurden daher lediglich die

10- und 20-Cent-Beträge aus den Aufgabenstellungen entfernt, um den mathematischen Kompetenzen in jüngeren Schulstufen zu entsprechen.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *[beim Wechselgeld] es für sie einfach nur eine kleine Hürde, dieses Rechnen mit Euro- und Cent-Beträgen. (Person 1)*
- *Das mit dem Wechselgeld. Das ging. Da haben sie auch ganz gut verstanden, was zu machen war. (Person 3)*
- *Erstmal war es schon sehr interessant bei dem Gespräch, dass fast jeder gesagt hat, er hätte schon einmal falsches Wechselgeld bekommen. (Person 3)*
- *Das mit dem Wechselgeld [wird präferiert] [...] Zum einen, weil ich mir sicher war, dass sie damit besser klarkommen, weil sie sich einfach mit dem Geld auskennen [...] und weil ich es von der Aufmachung her jetzt besser fand als das andere. [...] Also gut hat mir gefallen, dass man das Geld halt auch gesehen hat. Weil das was ist, was sie schon auch in dem Alter noch brauchen, dass sie das jetzt visuell sehen. (Person 4)*
- *Was ich auch gut finde ist, dass man hier Kästchen hat; dass sie ihre Rechnungen reinschreiben können. (Person 4)*

Bei dem Arbeitsblatt „Welches Getränk kaufst du?“ merkten die Lehrpersonen an, dass die Abbildungen der Getränke zu klein seien und berichteten, dass es bei den Arbeitsaufträgen immer wieder zu Verwirrungen vonseiten der Schülerinnen und Schülern gekommen sei. In der Überarbeitung des Unterrichtsbausteins wurden daher die Abbildungen auf dem Arbeitsblatt vergrößert und zusätzlich eine Folienvorlage mit vergrößerten Abbildungen hinzugefügt. Als Unterstützungsangebot für die Schülerinnen und Schülern wurden Hilfekarten erstellt, die visualisieren, wo Menge, Preis und Grundpreis am Regaletikett zu finden sind.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Grundsätzlich hat es die Kinder sehr angesprochen. Die bunten Getränke, die Flaschen, das fanden sie ganz toll. [...] Aber dann ist es schwierig geworden. Weil man einfach schon die Blätter sehr schlecht lesen konnte. Das war so klein geschrieben. Die Zahlen, die Liter [...] die Kinder haben auch nicht verstanden, was der Grundpreis ist. (Person 1)*
- *Gut hat mir gefallen, einfach die Ordnungsrelationen darzustellen mit größer, kleiner. [...] Schwierig fand ich die Menge. Weil sie erstmal das Wort nicht kannten. Also der zweite Preis, das wussten die gar nicht. Also, die [Schülerinnen und Schüler] waren: „Keine Ahnung!“ (Person 2)*
- *[...] mit der Packungsgröße und dann auch mit dem Literpreis, das haben nur ein paar verstanden. [...] ja, der Überblick. [...] Da steht dann ein zweiter Preis, dann haben die als zweiten Preis oft das Pfand genommen, anstatt den Literpreis. (Person 3)*
- *Und dann ist natürlich schwierig, die 0-Komma-Angaben [...] Manche kannten das, aber viele nicht. [...] Es gab viele Fragen. (Person 4)*
- *Also das mit den Schildchen. Das ist auch etwas, was man auch mit ihnen ziemlich ausführlich besprechen muss, weil das haben sie nicht immer gleich so entdeckt, was das zu bedeuten hat. [...] Da würde ich bemängeln, dass das zu klein geschrieben ist hier. (Person 4)*

Im Hinblick auf die Wahl der Verbraucherthemen waren sich alle Lehrpersonen einig, dass diese passend und von großer Bedeutung seien. Sie gaben an, dass es wichtig sei, die Leitperspektive

Verbraucherbildung in jeder sich bietenden Situation in den Fachunterricht zu integrieren und somit den Schülerinnen und Schülern ein „kompetentes“ Verbraucherhandeln zu ermöglichen.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Ich find die Arbeitsblätter echt super vom Inhalt her. (Person 2)*
- *Also ich find Mathe ist prädestiniert dafür. Ja genau und Sport, fächerübergreifend, kann man da denke ich schon einiges machen und das ist auch wichtig. (Person 2)*
- *Einfach bisschen mehr Entscheidungsspielraum den Kindern und nicht nur beim reinen Rechnen lassen. (Person 1)*
- *Ich finde das Thema gut, aber ich sag für mich, wenn jetzt nicht gerade die Studie gewesen wäre, dann hätte ich es irgendwann im Sommer nach der Einheit mit Volumen gemacht. Weil das Thema ist interessant. [...] Also in Deutsch könnte man es beim Lesen und sonst könnte man es im Sachunterricht und in Mathematik gut integrieren. (Person 3)*
- *Dass man, wenn man das behandelt, auch eben mit einfügt, mit der Verbrauchergeschichte. [...] Also das ist schon hier auch ein, halt auch für den Alltag, ein wichtiges Thema. [...] Und das hat auch viel mit Deutsch zu tun. Ja, dass alles eben so angepriesen wird. [...] Man kann das aber natürlich auch in Kunst reinbringen und letztendlich in jedes Fach. [...] Und eigentlich schon bei jeder Gelegenheit, die sich irgendwie bietet. (Person 4)*

### Formative Evaluation der exemplarischen Unterrichtsbausteine für die Sekundarstufe

Im Rahmen ihrer Abschlussarbeit im Rahmen des Masterstudiums evaluierte die zweite Studentin<sup>6</sup> die Unterrichtsbausteine „Geschäfte im Netz“ und „Vorsicht, Haken?!“. Ziel ihrer Arbeit war es, aus Sicht von in der Praxis tätigen Lehrpersonen die „Brauchbarkeit“ der beiden Bausteine für den Einsatz im Mathematikunterricht zu evaluieren sowie (ggfs.) Möglichkeiten der Optimierung der Bausteine zu erheben. Insgesamt probierten sieben Lehrpersonen der Sekundarstufe die beiden Unterrichtsbausteine aus (vgl. Tabelle 12).

Datum	Lehrperson	Schulart	Geschlecht
09.11.2017	1	Gymnasium	weiblich
13.11.2017	5	Werkrealschule	weiblich
20.11.2017	4	Werkrealschule	weiblich
21.11.2017	6	Werkrealschule	weiblich
27.11.2017	3	Realschule	männlich
30.11.2017	7	Realschule	männlich
04.12.2017	2	Realschule	weiblich

Tabelle 12: Übersicht zur formativen Evaluation der Bausteine für die Sekundarstufe I

Nach der Umsetzung im November und Dezember 2017 durch die Lehrpersonen mit ihren Schülerinnen und Schülern führte die Studentin leitfadengestützte Telefoninterviews mit den Lehrpersonen, transkribierte die aufgezeichneten Interviews und wertete sie mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016) aus.

<sup>6</sup> Die Studentin im Masterstudiengang Bildungswissenschaften hat bereits das erste und zweite Staatsexamen für das Lehramt an Realschulen u. a. im Fach Mathematik abgelegt. Als wissenschaftliche Mitarbeiterin war sie zudem von Beginn an Teil des cLEVER-Projekts. Ihre Masterarbeit schrieb sie zum Thema „Die Leitperspektive Verbraucherbildung im Bildungsplan 2016 in Baden-Württemberg. Evaluation von Unterrichtsbausteinen für den Mathematikunterricht in den Klassen 5/6“.

Insgesamt fielen die Rückmeldungen der Lehrpersonen zu den exemplarischen Unterrichtsbausteinen nach dem Einsatz im Unterricht positiv aus. So gaben die Befragten an, Impulse für ihren Unterricht bekommen zu haben und dass die Schülerinnen und Schüler engagierter und außergewöhnlich interessiert mitgearbeitet hätten.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Bereicherung am Unterricht (Person 7)*
- *Und, ja, ich fand es jetzt schon einfach auch wichtig, dass man das Thema Verbraucherbildung mit in den Unterricht einbauen kann, also einfach auch vom Inhalt her fand ich das geschickt und das hat mich schon motiviert, das Ganze umzusetzen. Weil man auch seine Schüler nochmal von einer anderen Seite kennenlernt und da anders herangehen kann und eben auch in so einem Fach, wie, also, ich finde es gar nicht schlecht, dass es jetzt auch Mathe war, weil Mathe sonst wirklich immer die gleichen 12 sind, die am Unterricht teilnehmen und die anderen, die dasitzen und nicht viel verstehen. Und das fand ich schon jetzt da auch motivierend, zu wissen, dass ich da alle nochmal mitnehmen kann. (Person 5)*
- *Sehr hohes Interesse [der Schülerinnen und Schüler]. Also da waren alle direkt daran beteiligt. (Person 7)*
- *Und wie gesagt, wie bei der anderen Aufgabe auch, dass viele von denen, die ich sonst immer wenig höre, die da auch wirklich dabei waren. (Person 5)*
- *Und der Anteil, wer Hausaufgaben gemacht hatte, war erstaunlich hoch. (Person 5)*
- *Das ist ja im Grunde Alltagsbezug für die Kinder. Und mir macht das persönlich auch mehr Spaß, wenn die motiviert sind. (Person 3)*
- *Es hat mich tatsächlich überrascht, dass eben keiner, also wirklich kein Schüler auf mich zukam und mich gefragt hat, hier er versteht da was nicht, genau bei diesem Blatt. Und das habe ich selten. (Person 6)*
- *Man hat auch gemerkt, der Geräuschpegel war nicht -, also war leise, das heißt die waren da bei der Sache. Aber bei beiden. Ich hatte ja mit einer Klasse beide gemacht und die waren bei beiden sehr aktiv dabei. (Person 1)*
- *Es hat ihnen total viel Spaß gemacht und ja, hat sie auch interessiert. (Person 4)*

Aus Sicht der Lehrpersonen stellen die beiden Unterrichtsbausteine ein sehr hilfreiches Unterstützungsangebot dar für die Vorbereitung und Gestaltung von schülernahen Unterrichtsstunden gemäß verschiedener Niveaustufen.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Einfach auch, dass alles dabei war, dass auch Lösungen dabei waren und auch nochmal Informationen für Lehrpersonen, dadurch war das irgendwie so eine runde Sache. (Person 5)*
- *Zusammenfassend fand ich eigentlich, dass das sehr durchdacht war, also der gesamte Baustein. Also mit dem Einstieg, mit dieser Einstiegsseite, mit dem Text, das fand ich sehr schön, dann, dass auch die, ja, die Aufgaben sehr schülernah gestellt worden sind. (Person 7)*
- *Insgesamt fand ich das sehr übersichtlich. Ich habe ja eine inklusive Klasse mit sieben, nein, sechs, Förderschülern und das hat mir gut gefallen, die Blätter waren übersichtlich, die Schriftgröße fand ich auch ausreichend und auch genügend Platz zwischen den Aufgaben, sodass sie da gut das bearbeiten konnten, weil die Förderschüler hatten jetzt nicht mehr Schwierigkeiten als Regelschüler. (Person 6)*
- *Wenn man schon so eine vorgefertigte Stunde bekommt, dann macht man die ja ganz leicht. (Person 1)*

Die Befragten gaben an, dass die gewählte Verbraucherbildungsthematik der Lebens- und Alltagswelt der Schülerinnen und Schüler gerecht wird. Eine von den Lehrpersonen empfundene erhöhte Motivation der Schülerinnen und Schüler, sich am Unterricht zu beteiligen, wurde von den Befragten auf die Alltagsorientierung und die ansprechende Gestaltung der Unterrichtsbausteine zurückgeführt. Die Lehrpersonen berichteten, dass sie aus den Bausteinen Impulse für ihren Unterricht ziehen konnten und diese „Lust auf Mehr“ machen.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Von der Sprache her absolut das Niveau getroffen, was meine Schüler betrifft. Sie konnten sich da sofort hineinversetzen. Der eine Schüler hat direkt in der Person von diesem Mike gesprochen und hat da direkt mitgefeibert, dass wenn er in dem Computerspiel oder Handyspiel ist, da auch auf diesen Schlüssel drücken möchte und konnte das sofort, sozusagen in dieser Rolle, und konnte sich da reinleben und ich glaube das war, weil das einfach ganz lebensnah ist. (Person 6)*
- *Den Alltagsbezug, das finde ich eigentlich ganz -, also das motiviert die Schüler. Ich denke, das ist für die, ja, für die Schüler einfach greifbarer, als wenn man jetzt andere Themen nimmt, die so ein bisschen künstlich erschaffen sind, sage ich jetzt mal. Also, ich glaube, da können sich alles etwas darunter vorstellen und ja, wurden auch schon mal damit konfrontiert oder haben schon mal was gehört und können sich alle dann daran beteiligen. (Person 7)*
- *Ich [fand] es eigentlich ganz gut, dass die Schüler praktisch ihre eigenen Erfahrungen oder die ihres Umfeldes direkt miteinbinden konnten. Also da ist ein richtig schönes Gespräch entstanden. (Person 2)*
- *Was ich gut fand, war eben dann die Diskussion, die das Ganze im Grunde so ein bisschen losgetreten hat. (Person 3)*
- *Als Positives einfach, dass es ein toller Start ist für Gespräche, dass da viel kommt. [...] Ich denke, dass man dadurch ja auch, wenn sie zu Hause nachfragen, dadurch auch zu Hause ein bisschen was anregt, die Eltern sich auch Gedanken gemacht haben. (Person 5)*
- *Also find ich auf jeden Fall gut, weil es einfach auch nochmal anregt. (Person 5)*
- *[...] gerne mehr Material. (Person 6)*

Dem Bezug zum Verbraucheralltag messen die Lehrpersonen große Bedeutung bei. Die Verschränkung des Mathematikunterrichts mit dem Verbraucheralltag wird als ein doppelter Gewinn erlebt. Der Mathematikunterricht gewinnt an Lebensnähe und die Verbraucherbildung ist nicht nur als Bildungsauftrag festgeschrieben, sondern wird auch umgesetzt.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *[...] Weil ja doch jeder immer auf der Suche ist, einen Alltagsbezug herzustellen. Viele Themen sind halt einfach sehr verschult, sage ich mal, sehr ver-theoretisiert. Und dann geht natürlich hier ganz schnell auch die Motivation auch abhanden. (Person 3)*
- *Ich fand da eben gerade gut, dass es eigentlich dieses Problem gab und daraus dann die mathematische Aufgabe gemacht wurde. (Person 1)*
- *Was ich da gut, fand war, die schriftliche Aufgabe, die ja als, gar nicht als Aufgabe erkennbar war, das finde ich immer super, wenn man gar nicht merkt, ich muss jetzt gerade so eine Matheaufgabe, die ich lösen soll und deswegen muss ich erstmal lesen. Das finde ich total gut, dass sie da diese beiden Kompetenzen verbinden, verbunden worden sind. (Person 4)*
- *[...] Schule den Auftrag hat, die Schüler auf das Leben vorzubereiten und das ist ja nicht damit getan, dass die dann am Ende wissen, da kommt 3/7 raus, sondern auch, wie sie irgendwelche Dinge, also, in Mathe - wird man ja ganz oft gefragt, ja für was brauche ich das denn.*

*Und das kommt ja ständig und gerade bei, je nachdem welche Altersklasse man da unterrichtet, kommt das eben öfters und gerade, um dann eben auch zu zeigen, hey, das betrifft uns eigentlich täglich überall und man kann das in jeder Hinsicht irgendwie nutzen. Bei den Beispielen war das ja jetzt auch ganz deutlich, dass man ohne bestimmte Kenntnisse das gar nicht in den Alltag integrieren kann und da würde ich schon sagen, dass das ein Faktor ist, der einen dazu bringt, zu sagen, hey, das ist eigentlich was ganz Gutes und das im Unterricht mal einzusetzen. (Person 2)*

- *Auch die Menge an Text war ich erst überrascht, dachte huch, mal schauen was, ob das gut geht, aber ich sag jetzt mal, das war dann, das hat sich schnell gelöst und am besten hat mir im Prinzip auch schon [...] dieses, wie soll man das so sagen, [...] ist die Unterschwelligkeit der Aufgabe zur Mathematik geführt zu haben, das ist im Prinzip schon das was die gerechnet haben, Dezimalzahlen, ohne da jetzt groß drüber nachzudenken, dass es jetzt ein kompliziertes Spiel sein könnte. (Person 6)*

Bisher wird Verbraucherbildung in der Unterrichtspraxis kaum berücksichtigt. Um weitere Lehrpersonen zur Umsetzung von Verbraucherbildung in ihrem Fachunterricht zu motivieren, muss der Beitrag der Verbraucherbildung zum Fachunterricht herausgestellt werden. Die Befragten stufen die Unterrichtsbausteine als geeignetes Unterstützungsangebot ein, dennoch wünschen sie sich weitere Unterstützungsangebote und erachten diese auch als notwendig, z. B. durch die verstärkte Verankerung der Leitperspektiven in den Schulbüchern oder in Form von Fortbildungen.

Typische  
Zitate zur  
Illustration

- *Also wenn ich jetzt so an meine Fächer denke, kommt das eigentlich jetzt schon relativ kurz, dieses Thema. Man ist dann meistens schon froh, wenn Schüler verstanden haben, wie man das rechnet, oder wie man irgendwelche Sachen sich erschließt, aber es kommt schon, also der Einbezug des Themas kommt schon relativ kurz. (Lehrperson 2)*
- *Das [Thema der Verbraucherbildung] lief ja quasi immer so mit, sag ich mal. Und das ist natürlich dann sehr kollegenabhängig, wie viel die jetzt da mitreinbringen oder mal eine Brücke schlagen. (Lehrperson 3)*
- *Ich denke, das Thema Verbraucherbildung ist [...] noch zu weit weg, selbst bei den Lehrern. Dass das gar nicht, das also das es nicht an, an die Schüler nahe dran getragen [...] wird. [...] Viel Eigeninitiative von Lehrerseite notwendig. (Lehrperson 6)*
- *Am Anfang, wo wir diese Leitperspektiven vom neuen Bildungsplan gesehen haben, haben wir uns gefragt, ja, ok, wie macht man das jetzt, also da bräuchten wir natürlich einfach mehr Unterstützung. (Lehrperson 7)*
- *Ich denke nicht, dass man sie gewinnen könnte mit: Ich habe hier ein Verbraucherbildungsthema für Mathe. Also der Verbraucherbildungsfokus steht glaube ich im Unterricht dann doch nicht so, sondern da steht eher der mathematische Bereich im Vordergrund. (Lehrperson 6)*
- *Wenn solche Verweise in Lehrerhandbüchern langfristig dann drin sind, dass es da zusätzlich noch Materialien, wenn man es aus den Büchern draußen lassen möchte, also, jetzt beispielsweise irgendwann der Hinweis käme, wenn ich beim Thema Prozente bin, dass dann eben kommt, naja, es gibt hierzu den Baustein „Geschäfte im Netz“, der könnte an dieser Stelle eingebaut werden. (Lehrperson 5)*
- *Fortbildungen halt einfach in dem Bereich. (Lehrperson 4)*

## 7 Konsequenzen für die Praxis

Als Leitperspektive ist Verbraucherbildung im Bildungsplan 2016 in Baden-Württemberg in allen Fächern, Schularten und Klassenstufen strukturell verankert. Der Bildungsauftrag wird jedoch noch nicht von allen Lehrpersonen ausreichend wahrgenommen und das Potenzial der Leitperspektive Verbraucherbildung entsprechend nicht voll ausgeschöpft. Die durch das Konzept gegebenen Spielräume bei der Umsetzung der Leitperspektiven kann Zuständigkeitsdiffusion schaffen. Verbraucherbildung in haushaltsbezogenen Fächer bleibt davon unberührt.

Im Projekt wurde auf Grundlage der Ergebnisse der durchgeführten Bedarfssichtung ein Transferkonzept zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Unterricht weniger verbraucheraffiner Fächer erarbeitet und partizipativ mit der Zielgruppe Lehrpersonen weiterentwickelt. Identifiziert wurden zunächst zwei Ebenen, auf denen gleichermaßen Unterstützung notwendig ist:

1. Sensibilisierung für Verbraucherbildung; dazu gehört auch die Wahrnehmung als eigenständige Leitperspektive,
2. Unterstützungsangeboten mit Umsetzungsideen.

Bei der Konzeption und Entwicklung erster Umsetzungsmaßnahmen zur Unterstützung als Teil des Transferkonzepts wurden diese Ebenen berücksichtigt. Ein Fortbildungskonzept wurde erarbeitet, erprobt, formativ evaluiert und zyklisch weiterentwickelt (vgl. Kapitel 6.1, S. 36). Um Lehrpersonen Möglichkeiten der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung aufzuzeigen, wurden zwei Handreichungen zur Verbraucherbildung im Fachunterricht erarbeitet (vgl. Kapitel 6.2, S. 38). Ausgewählte Auszüge der Handreichungen wurden in den Fortbildungen eingesetzt. Die vollständigen Handreichungen wurden veröffentlicht und stehen auf der Projektwebseite kostenfrei zum Download zur Verfügung ([www.leitperspektive-verbraucherbildung.de](http://www.leitperspektive-verbraucherbildung.de)).

Auf beiden identifizierten Ebenen ist eine an die Projektergebnisse anknüpfende Unterstützung notwendig; entsprechend wurde ein Folgeprojekt cLEVER 2 mit dem Schwerpunkt Kommunikationsplattform Webseite und Ausbau der Fortbildungsangebote beantragt. Ziel ist es, die Sichtbarkeit der Leitperspektive Verbraucherbildung bei den Lehrpersonen aller Schulfächer zu erhöhen, Lehrpersonen zur kontinuierlichen Umsetzung der in der Leitperspektive Verbraucherbildung zu motivieren und sie bei der unterrichtlichen Umsetzung zu unterstützen. Hierzu ist angedacht, in cLEVER 2 ein weitergehendes Fortbildungspaket zu erarbeiten, das sich bevorzugt an Multiplikatorinnen und Multiplikatoren der Fächer richtet, weil hier ein höheres Wirksamkeitspotenzial vermutet wird. Das im Projekt cLEVER 1 dazu entwickelte Unterstützungsmaterial mit Schwerpunkt für die Schulstufen 1/2 und 5/6 im Fach Mathematik wird dafür eingesetzt und für die Schulstufen 3/4 und 7/8 erweitert.

Die Vernetzung der beteiligten Akteure zur Verbraucherbildung hat sich als zielführend erwiesen. Im Folgeprojekt cLEVER 2 soll die Abstimmung und Vernetzung beibehalten werden.

## 8 Literaturhinweise

- Albert, M., Hurrelmann, K., Quenzel, G. & TNS Infratest. (2015). *Jugend 2015. 17. Shell-Jugendstudie, hrsg. v. Shell Deutschland*. Frankfurt a. M.: Fischer TB
- Bartsch, S. (2012). Subjektorientierung. Ein Beitrag zur kompetenzorientierten Aufgabengestaltung in der Verbraucherbildung. *Haushalt in Bildung und Forschung, 1* (3), 52-64.
- Bartsch, S. & Brandl, W. (2015). Von der Didaktischen Rekonstruktion zu einer Didaktik subjektorientierten Lernens und Lehrens. *Haushalt in Bildung und Forschung, 3* (2), 116-125.
- Bartsch, S. & Häußler, A. (2016). Fürs Leben lernen in der Schule – Verbraucherbildung ist mehr als Unterricht. *SchVw Spezial 3*, 103-106.
- Bartsch, S., Häußler, A. & Lührmann, P. (2017). Konsum in der digitalen Welt. *Haushalt in Bildung und Forschung 6* (2), 52-65.
- Bartsch, S. & Methfessel, B. (2016). Ernährungskompetenz in einer globalisierten (Ess-)Welt. *Ernährung im Fokus 16* (03-04), 68-73.
- Bauer, A.-K., Bartsch, S. & Müller, H. (2017). Verbraucherbildung im Bildungsplan 2016. *Haushalt in Bildung und Forschung 6* (2), 91-94.
- Blue Ocean Entertainment AG, Egmont Ehapa Media GmbH, Gruener + Jahr, Panini Verlags GmbH, SPIEGEL-Verlag und ZEIT Verlag (Hrsg.) (2017). Kinder-Medien-Studie. Presseinformationen. Online: [www.kinder-medienstudie.de/?page\\_id=246](http://www.kinder-medienstudie.de/?page_id=246) (abgerufen am 10.12.2017).
- Calmbach, M., Borgstedt, S., Borchard, I., Thomas, P. M. & Flaig, B. B. (2016). *Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland*. Wiesbaden: Springer.
- Dreblow, M. & Schönheit, I. (2010). Konsumkompetenz von Jugendlichen. Ein Überblick über Kernaussagen aus aktuellen Jugendstudien. Berlin: Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv).
- Gläser, J. & Laudel, G. (2010). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. 4. Auflage*. Wiesbaden: VS.
- Hartkopf, L., Hoffmann, Th., Jaklin, P., Langendorf, S., Schenk, Th. & Ziener, G. (2016). Die „Leitperspektiven“ des Bildungsplan 2016. *Lehren und Lernen 42* (3), 16-21.
- Heseker, H., Beer, S., Heindl, I., Methfessel, B., Oepping, A., Schlegel-Matthies, K. & Vohmann, C. (2005). *Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen 2003 – 2005. Schlussbericht für das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft*. Online: [www.evb-online.de/docs/schlussbericht/REVIS-Schlussbericht-mit-Anhang-mit.pdf](http://www.evb-online.de/docs/schlussbericht/REVIS-Schlussbericht-mit-Anhang-mit.pdf) (abgerufen am 01.12.2017).
- Krueger, R. A.; Casey, M. A. (2009). *Focus groups. A practical guide for applied research. 4. Auflage*. Thousand Oaks u. a.: Sage Publications Inc.
- Kuckartz, U. (2016). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 3., überarbeitete Auflage*. Weinheim/Basel: Beltz Juventa.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.) (2017). *JIM 2017 – Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart. Online: [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM\\_2017.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf) (abgerufen am 12.01.2018).
- Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (KM) (Hrsg.) (2014). Arbeitspapier für die Hand der Bildungsplankommission als Grundlage und Orientierung zur Verankerung von Leitperspektiven (Stand: 08. April 2014). Online: nicht länger verfügbar, Auszug im Anhang.
- Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (KM) (Hrsg.) (2016). Bildungsplan der Grundschule. Villingen-Schwenningen: Neckar-Verlag GmbH.
- Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (KM) (Hrsg.) (2016). Bildungsplan des Gymnasiums. Villingen-Schwenningen: Neckar-Verlag GmbH.
- Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (KM) (Hrsg.) (2016). Bildungsplan für die Sekundarstufe I. Villingen-Schwenningen: Neckar-Verlag GmbH.
- Schlegel-Matthies, K. (2004). Verbraucherbildung im Forschungsprojekt REVIS – Grundlagen. *Paderborner Schriften zur Ernährungs- und Verbraucherbildung, Band 2*. Universität Paderborn.

- Schlegel-Matthies, K. (2011). Was ist Verbraucherbildung? Was kann sie leisten? *Haushalt & Bildung* 88 (4), 3-10.
- Schlegel-Matthies, K. (2016). Zwischen Wissenschaft und Lebenswelt. Entwicklung, Stand und Zukunftsperspektiven haushaltsbezogener Bildung. *Paderborner Schriften zur Ernährungs- und Verbraucherbildung, Band 10*. Online: [www.evb-online.de/docs/10\\_2016\\_Zwischen Wissenschaft und Lebenswelt.pdf](http://www.evb-online.de/docs/10_2016_Zwischen_Wissenschaft_und_Lebenswelt.pdf) (abgerufen am 02.12.2017).
- Schönheit, I. & Dreblow, M. (2013). Praxisorientierte Bedarfsanalyse zur Verbraucherbildung. Abschlussbericht. Eine Studie erstellt im Auftrag der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz. Online: [https://www.verbraucherstiftung.de/sites/default/files/befragung\\_verbraucherbildung.pdf](https://www.verbraucherstiftung.de/sites/default/files/befragung_verbraucherbildung.pdf) (abgerufen am 11.01.2017).
- Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland IIA (KMK) (Hrsg.) (2013). Verbraucherbildung an Schulen. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 12.09.2013. Online: [http://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen\\_beschluesse/2013/2013\\_09\\_12-Verbraucherbildung.pdf](http://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2013/2013_09_12-Verbraucherbildung.pdf) (abgerufen am 28.02.2017).
- Sliwka, A. (2016). Der neue Bildungsplan 2016: Professionelle Rollen von Lehrkräften. (Vortrag). Präsentation online: [https://rp.baden-wuerttemberg.de/rpk/Documents/kongress\\_rolle\\_lehrkraefte.pdf](https://rp.baden-wuerttemberg.de/rpk/Documents/kongress_rolle_lehrkraefte.pdf) (abgerufen am 09.01.2018).
- United Nations (Hrsg.) (1948). Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte. Resolution 217 A (III) vom 10.12.1948. Online: <http://www.ohchr.org/EN/UDHR/pages/Language.aspx?LangID=ger> (abgerufen am 12.01.2018).
- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv (Hrsg.) (o. J.). Materialkompass Verbraucherbildung. Online: <http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass> (abgerufen am 11.01.2017).

## 9 Anhang

### 9.1 Projektmanagement

#### 9.1.1 Meilensteinplan

Nummer	PSP-Code	Bezeichnung	Verifikation durch	Plantermin	Adaptierter Plantermin	Isttermin
M1	AP 1.1.1 – AP 1.4.2	Projektanlauf	D 1.1, D 1.2, D 1.3*, D 1.4, D 1.5, D 1.6*, D 1.7, D 1.8*	30.09.2016	30.10.2016	30.10.2016
M2	AP 2.1.1 – AP 2.2.5	Ergebnis Bedarfsstudien	D 2.1, D 2.2, D 2,3*, D 2.4, D 2.5, D 2.6, D 2.7, D 2.8*	28.02.2017	24.03.2017	30.04.2017
M3.1	AP 3.1.1- AP 3.1.2	Transferkonzept	D 3.1, D 3.2	02.08.2017	31.08.2017	31.08.2017
M3.2	AP. 3.2.1 - AP 3.2.2	Umsetzung 1/2	D 3.4, D3.5.1, D 3.5.2	24.09.2017	18.10.2017	18.10.2017
M3.3	AP 3.3.1 - AP 3.3.2	Umsetzung 5/6	D 3.6, D 3.7.1, D 3.7.2	24.09.2017		24.09.2017
M3.2*	AP 3.4.1	Folgeprojekt	D 3.8*	31.10.2017	06.12.2017	06.12.2017
M4.1	AP 4.1.1 – AP 4.1.3	Handreichung	D 4.1, D 4.2, D 4.3, D 4.4, D 4.5, D 4.6	22.10.2017	31.01.2018	31.01.2018
M4.2	AP 4.2.1 – AP 4.2.3	Unterstützung der Lehrperson	D 4.7, D 4.8, D 4.9.1, D 4.9.2	31.12.2016 laufend	14.12.2017	14.12.2017
M4.3	AP 4.3.1 – AP 4.3.2	Öffentlichkeitsarbeit	D 4.5, D 4.6	31.12.2016 laufend	31.01.2018	31.01.2018
M 0	AP 0.1.1 – AP 0.2.2	Projektmanagement	D 0.2 D 0.1, D 0.3	01.12.2016 laufend	31.01.2018	04.11.2016; lau- fend bis 31.01.2018

\* = fakultativ

### 9.1.2 Projektphasenplan



Gemäß der Bewilligung des Antrags auf kostenneutrale Projektverlängerung vom 05.12.2017 wurde das Projekt einen Monat später, d. h. zum 31.01.2018, abgeschlossen.

9.1.3 Projektstrukturplan

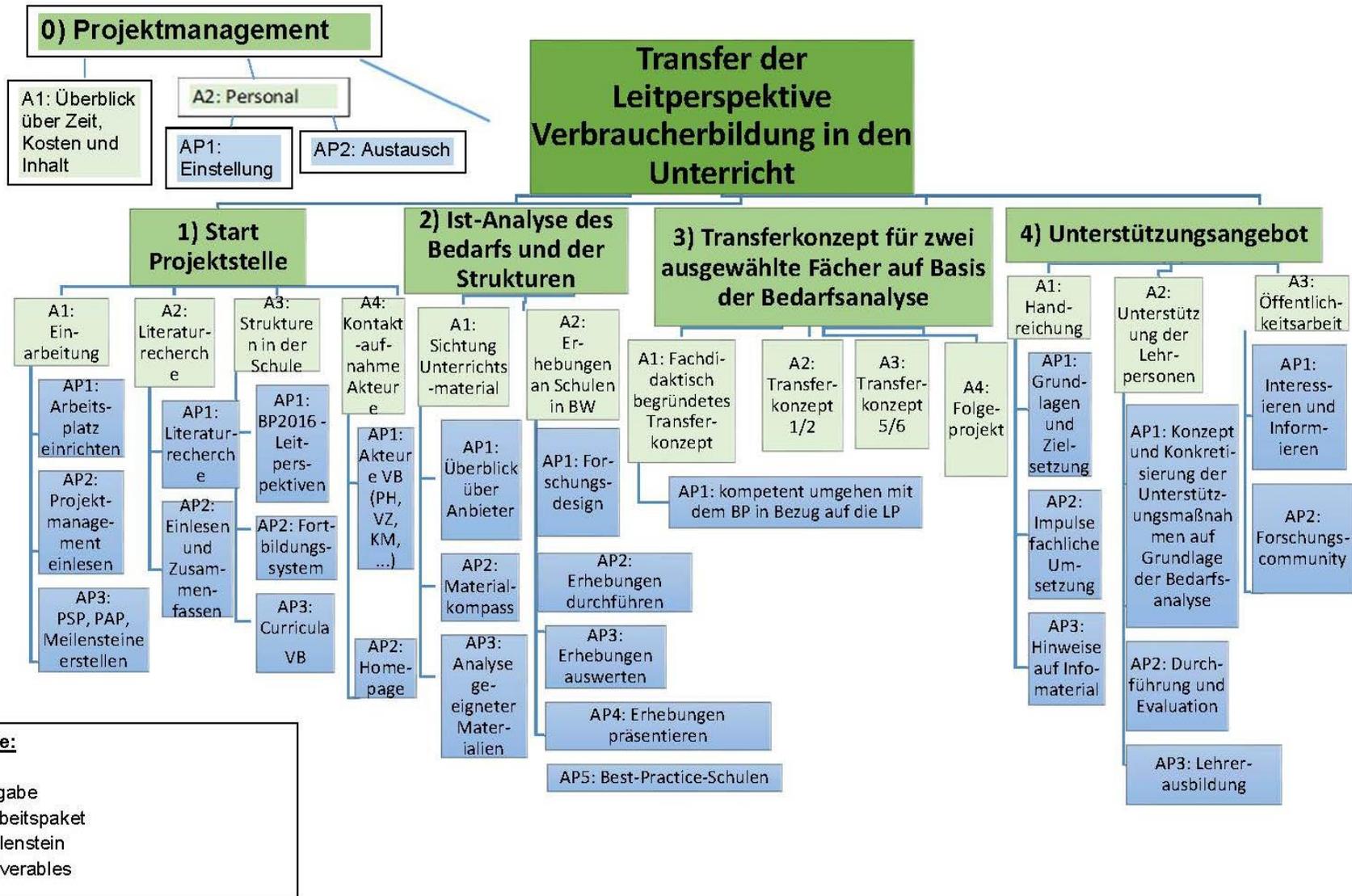


Abbildung 6: Projektstrukturplan (PSP)

## 9.2 Sichtung des Bedarfs und der Strukturen

Zusammenfassung der Ergebnisse der Kurzbefragungen (D. 4.9.1) mit Gatekeepern an Staatlichen Seminaren für Didaktik und Lehrerbildung (N = 12):

Person	Regelmäßiges Informieren	Workshops*	*wenn ja, Spezifikation der Art und Informationen	Zusammenarbeit	geeignete Zeiträume
1.	Ja	Nein, aufgrund hoher Aufgabenbelastung der Lehramtsanwärter/-innen.	-	Ja, Innovation durch „neue“ Lehrendengeneration anregen.	Keine, wegen hoher Aufgabenbelastung der Lehramtsanwärter/-innen
2.	Ja	Ja	Leitperspektiventag gibt es bereits; für Lehramtsanwärter/-innen neue Infos zu Produkten, Gefahren, Aktuellem.	Ja/nein, Lehramtsanwärter/-innen haben wenig Zeit.	Freiwilliges Angebot im 1. Phase des Ausbildungsabschnitts (Febr.-Juli); HaBiFo nicht aufgrund von Prüfungen
3.	Ja	Nein	-	Idee gut, eher Infomails	Interessiert an HaBiFo Einladung
4.	Eher weniger	Ja	Allg. Sensibilisierung für Thema, Bedeutung, Bereiche, Gefahren des VB.	Ja	Nicht in 1. Phase des Ausbildungsabschnitts; Okt./Nov. möglich o. wenn Vorkurse laufen
5.	Ja	Ja, es gibt aber bereits viele Seminarangebote für Lehramtsanwärter/-innen.	Kooperation auf Ausbilder- und Dozentenebene; drohender Qualitätsverlust durch Informationsüberflutung	Eher nicht	-
6.	Ja	Ja	Didaktisch aufbereitete Unterrichtsmaterialien	Ja, Kooperation wäre sehr gut.	Anfangs, Februar ungünstig (Prüfungen); HaBiFo ungünstiger Zeitraum
7.	Ja	Ja, kompetente Personen & Standortnähe; Abstimmung vorhandener Angebote mit den eigenen.	Nicht für Lehramtsanwärter/-innen (zeitlicher Aufwand), sondern für Auszubildende	Zusammenarbeit Hochschule und Seminare, sollte eigenen Ansichten entsprechen.	Nach Pfingsten, in 1.Phase des Ausbildungsabschnitts schwierig; HaBiFo schwieriger Zeitraum
8.	Ja	Ja, Bereitschaft ist da.	-	Ja	Sept.-Dez.; nicht Feb.-Mai: HaBiFo nicht (Prüfungen)

9.	Ja	Eher nicht, evtl. punktuell und angepasst an Ausbildungsstruktur	-	Ja, Multiplikator(inn)en ansprechen, nicht Lehramtsanwärter/-innen	Apr-Dez
10.	Ja	Ja	Ergebnisse aus empirischer Forschung und allgemeine, inhaltliche Informationen zur VB	Ja	14-18 h, Unterricht nicht stören; in den Ferien; gerne zu HaBiFo einladen
11.	Nein	Mitarbeitende werden bereits geschult; Bedarf besteht aber auch bei Lehramtsanwärter/-innen	Zusammenarbeit mit PH Weingarten besteht, prinzipiell immer gut.	Mittwoch u. Freitag für Mitarbeiter u. Lehramtsanwärter/-innen	HaBiFo: Nein, da 2. Staatsexamen läuft.
12.	Ja	Ja	An Fachdidaktik andocken, z. B. im Ergänzungsbereich; Unterrichtsarbeit im inhaltlichen Fokus	Ja	März-Juli

Tabelle 15: Zusammenfassung der Ergebnisse der Kurzbefragung

## 9.2.1 Leitfaden Expert(inn)eninterviews

Leitfaden Expert(inn)eninterview

### Leitfaden Expert(inn)eninterview

#### Vorbemerkung

Das Experteninterview findet im Rahmen des Forschungsprojektes cLEVER statt. Wir wollen die im Bildungsplan 2016 in Baden-Württemberg neu eingeführte Leitperspektive Verbraucherbildung für den allgemeinbildenden Unterricht an Lehrkräfte aller Schularten kommunizieren und diese bei der Umsetzung unterstützen.

Das Ziel der Untersuchung ist ein Transferkonzept für die Leitperspektive Verbraucherbildung zu erstellen. Das Ziel des Interviews ist herauszufinden, welche Unterstützung sich Lehrkräfte wünschen, damit sie die Leitperspektive Verbraucherbildung in ihrem Fachunterricht fachlich fundiert implementieren.

Besteht das Einverständnis einer Tonbandaufzeichnung?

#### 1) Einstieg - Person

- Was ist Ihre aktuelle berufliche Tätigkeit?
  - Und die damit verbundene Position?
  - Wie sind Sie dahin gekommen?
- Inwieweit beschäftigen Sie sich mit der Ernährungs- und Verbraucherbildung?
  - Was ist da Ihnen wichtig?

#### 2) Umgang mit Veränderungen in der Schule

- Bevor wir zur aktuellen Situation in Baden-Württemberg kommen möchte ich Sie kurz zu allgemeinen Einstellungen bezüglich Veränderungen in der Schule befragen.
  - Welche curriculare Veränderungen haben Sie innerhalb Ihrer Karriere miterlebt und wie waren die Reaktionen der Betroffenen?
  - Welche Hindernisse gab es?
  - Welche Veränderungen haben Sie in der Ernährungs- und Verbraucherbildung in der Schule miterlebt und wie liefen sie ab?
    - Was waren wichtige Faktoren bei der Implementierung?
      - Was hat die Lehrkräfte unterstützt und motiviert?
    - Was waren hier Hindernisse?
- Wie in vielen Bundesländern gibt es nun auch seit Beginn dieses Schuljahres 2016/7 in Baden-Württemberg einen neuen Bildungsplan. Eine Neuerung sind die Leitperspektiven. Verbraucherbildung soll nun als Leitperspektive in allen Fächern vermittelt werden – im Bildungsplan sind an passenden Stellen kleine Verweise dazu, jedoch ohne weitere Konkretisierungen.
  - Aus Ihrer Erfahrung heraus: Welche weitere Unterstützung brauchen die Lehrkräfte, damit sie in ihrem Fachunterricht die LP VB fachlich fundiert implementieren?
  - Welche Probleme sehen sie?

Leitfaden Expert(inn)eninterview

### 3) Unterstützungsangebot Leitperspektive Verbraucherbildung

- Welche Art von Unterstützungen würde aus Ihrer Erfahrung die meisten Lehrkräfte ansprechen und somit die Umsetzung der Leitperspektive fördern?
  - Mail
  - Onlineangebote
  - Workshops
  - Materialien
  - ...
- Warum?
- Wie können Sie die Ihnen vorschwebende Unterstützung genauer beschreiben?
  - Sachinformationen
  - Didaktikangebote
  - ...
- In welchem Umfang und zu welcher Zeit darf das Unterstützungsangebot sein, damit es von vielen Lehrkräften angenommen wird?
  - Umfang in Stunden, Tage
  - Zeiten: Wochentage, Uhrzeiten
- In welchem Rahmen sollte das Unterstützungsangebot für die Lehrkräfte angeboten werden?
  - Mit den anderen Leitperspektiven zusammen
  - Nach Fächern geordnet, wie LP VB in meinem Fach
  - Punktueller alle Fachrichtungen ansprechendes Angebot
- Warum?
- KollegInnen der Ernährungs- und Verbraucherbildung sind vermutlich im Bereich der LP VB anders sensibilisiert als Kollegen, die kein solches Fach unterrichten.
  - Würden Sie diese Vermutung unterstreichen?
  - Falls ja: Wie könnte man dies abfangen?

### 4) Abschluss

- Gibt es aus Ihrer Sicht weitere wichtige Aspekte zur Leitperspektive Verbraucherbildung, die Sie nennen möchte, die Ihrem Gefühl nach im Interview zu wenig berücksichtigt wurden?
- Falls wir später konkrete Äußerungen mit gegebenenfalls Namen veröffentlichen möchten, würde wir Sie vorher erneut kontaktieren, damit Sie uns Ihre Einverständnis geben.

Abbildung 7: Leitfaden Expert(inn)eninterviews

## 9.2.2 Fokusgruppeninterviews



Abbildung 8: Diskussionsanlass mit Mehrpunktentscheidung – Akzeptierte/ favorisierte Form(en) des Unterstützungsangebots

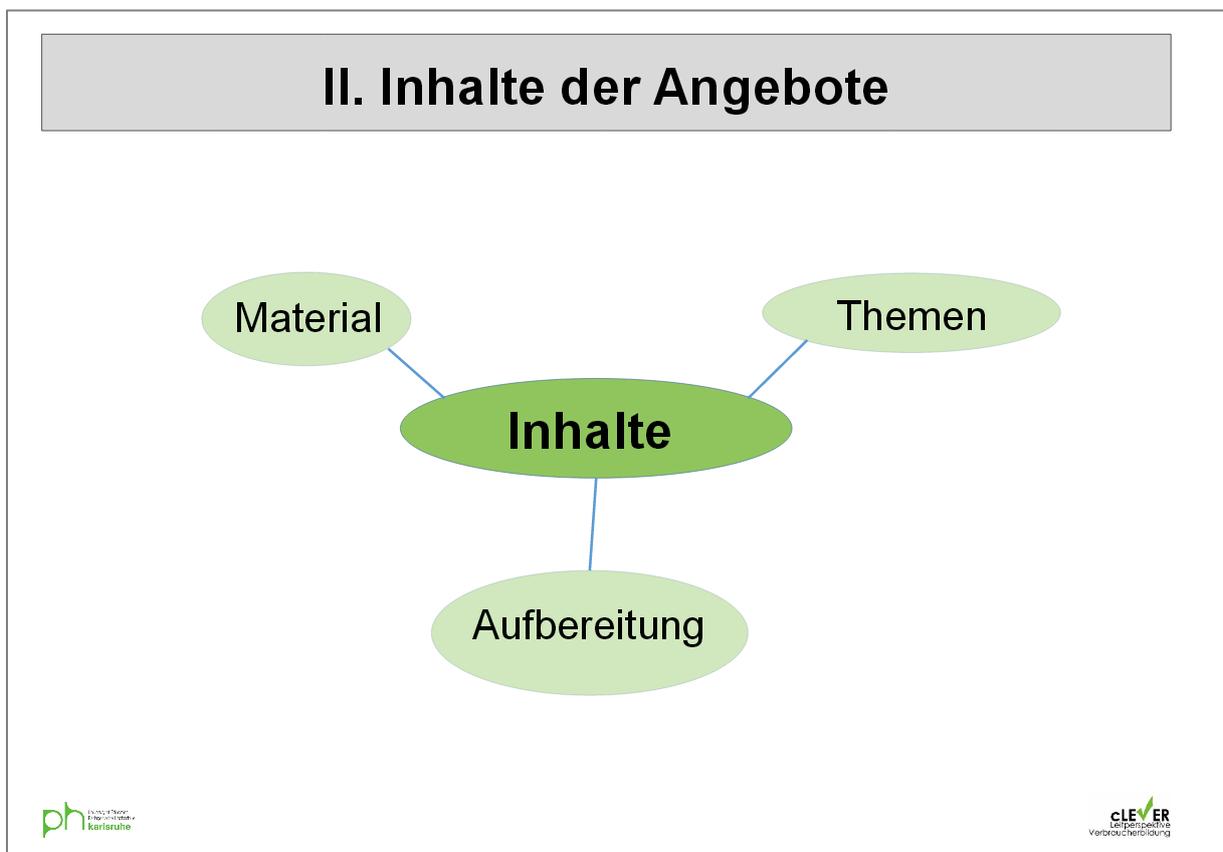


Abbildung 9: Diskussionsanlass - Inhalt der Angebote

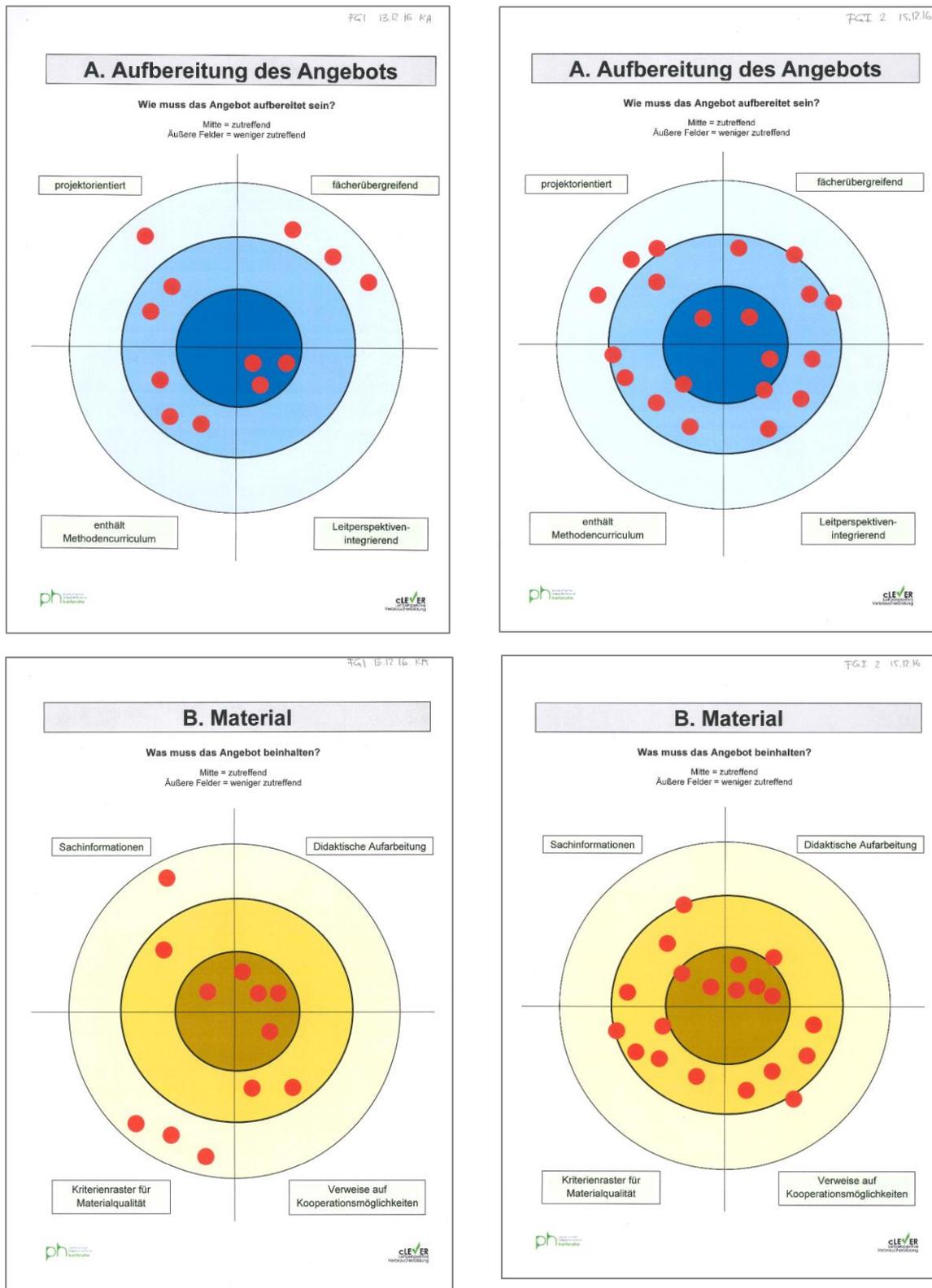


Abbildung 10: Mehrpunktentscheidung Zielscheibe - Aufbereitung und Material

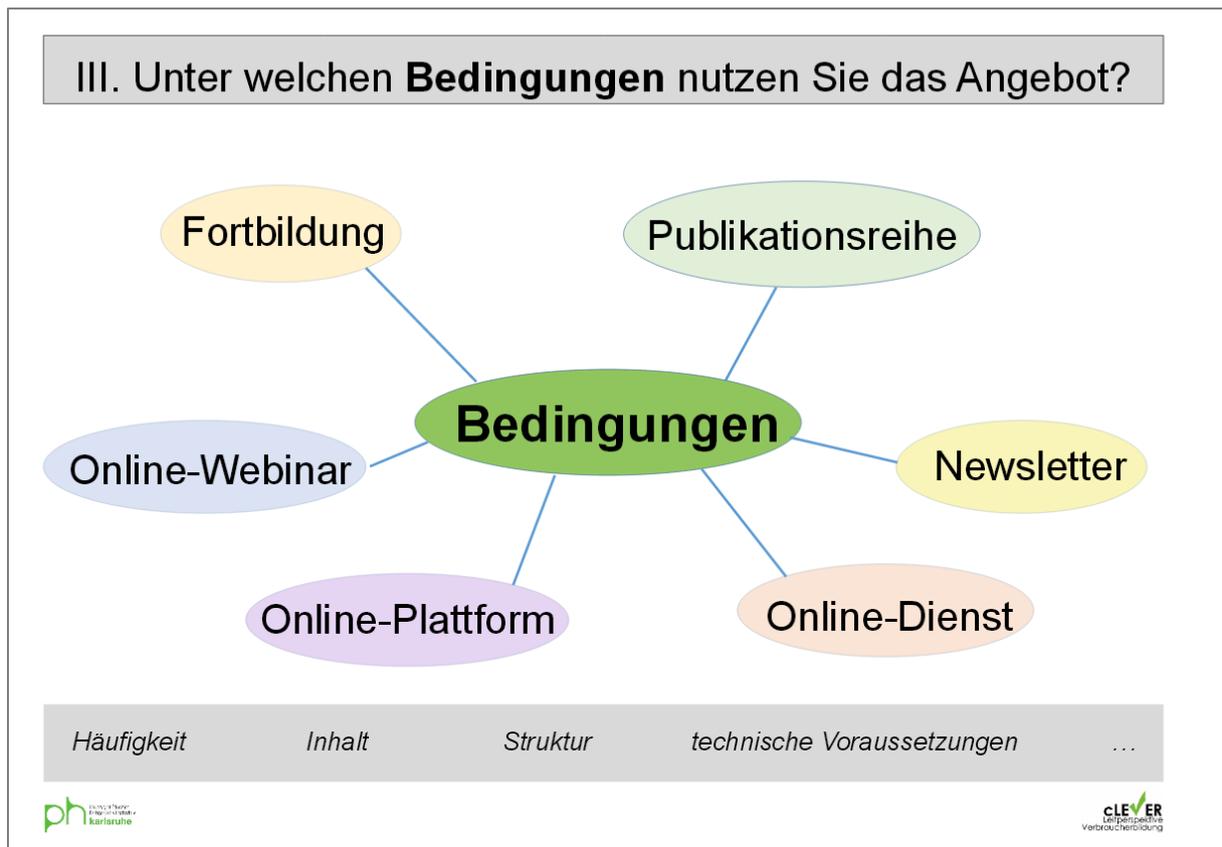


Abbildung 11: Diskussionsanlass - Bedingungen der Nutzung

**IV. Welche Fortbildung besuchen Sie?**

<b>Fortbildung A: cLEVER konsumieren Mathematik kalkuliert mit Verbrauchertemen</b>		<b>Fortbildung B: cLEVER konsumieren Verbraucherbildung im Fachunterricht</b>	
Ziel	Anregungen zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Mathematikunterricht.	Ziel	Anregungen zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht.
Zielgruppe	Mathematiklehrkräfte	Zielgruppe	Lehrkräfte aller Fächer
Basis	Verpflichtung zur Teilnahme	Basis	Freiwillige Teilnahme
Anzahl der Teilnehmenden	10	Anzahl der Teilnehmenden	35
Teilnehmende	Multiplikatorinnen/ Multiplikatoren	Teilnehmende	Lehrkräfte
Format	Einmalige Fortbildung	Format	Fortbildungsreihe
Zeit	9:00-17:00 Uhr	Zeit	15:00-17:00 Uhr
Veranstaltungs-ort	Schule im Landkreis	Veranstaltungs-ort	Regierungspräsidium Stuttgart

ph **ph** Institut für Empirische Sozialwissenschaft  
Karlsruhe cLEVER  
Leitperspektive  
Verbraucherbildung ph **ph** Institut für Empirische Sozialwissenschaft  
Karlsruhe cLEVER  
Leitperspektive  
Verbraucherbildung

Abbildung 12: Diskussionsanlass - Fortbildungsangebot

### 9.2.3 Materialanalyse

Von 66 zugelassenen Büchern für das Fach Mathematik wurden 33 Bücher dem Projekt kostenlos durch die Verlage zur Verfügung gestellt und in der Materialanalyse berücksichtigt.

Stufe	Name	Verlag
Klasse 1	Das Mathebuch	Mildenberger
	Mathetiger 1 Heftausgabe	Mildenberger
	Mathetiger 1 Buchausgabe	Mildenberger
	Welt der Zahl 1	Schroedel
	Denken und Rechnen 1	Westermann
	MiniMax 1 (Themenhefte)	Klett
	Das Zahlenbuch 1	Klett
	Flex und Flo 1 Gesamtpaket	Diesterweg
	NussKnacker 1	Klett
Klasse 2	Das Mathebuch	Mildenberger
	Mathetiger 2 Heftausgabe	Mildenberger
	Mathetiger 2 Buchausgabe	Mildenberger
	Welt der Zahl 2	Schroedel
	Denken und Rechnen 2	Westermann
	MiniMax 2 (Themenhefte)	Klett
	Das Zahlenbuch 2	Klett
	Flex und Flo 2 Gesamtpaket	Diesterweg
	NussKnacker 2	Klett
Klasse 5	Lambacher Schweizer 5	Klett
	Elemente der Mathematik EdM 5	Schroedel
	Mathematik. Neue Wege 5	Schroedel
	mathe live 5	Klett
	Schnittpunkt Mathematik 5 - Differenzierende Ausgabe	Klett
	Mathe Kompass 5	Schroedel
	Mathematik heute 5. Differenzierende Ausgabe	Schroedel
	Sekundo 5 Mathematik	Schroedel
Klasse 6	Elemente der Mathematik EdM 6	Schroedel
	Mathematik. Neue Wege 6	Schroedel
	Lambacher Schweizer 6	Klett
	mathe live 6	Klett
	Schnittpunkt Mathematik 6 - Differenzierende Ausgabe	Klett
	Mathematik heute 6. Differenzierende Ausgabe	Schroedel
	Sekundo 6 Mathematik	Schroedel

Tabelle 16: In der Materialanalyse berücksichtigte Bücher und Hefte

## 9.3 Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit

### 9.3.1 Webseite

Die Webseite ist erreichbar unter [www.leitperspektive-verbraucherbildung.de](http://www.leitperspektive-verbraucherbildung.de).



Abbildung 13: Webseite

### 9.3.2 Flyer und Faltpapier



Abbildung 14: Flyer DIN-AA6 Fortbildungseinladung

### Unterstützungsangebot für Lehrerinnen und Lehrer

Mit Impulsen und Informationen möchten wir Sie als Lehrperson bei der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung in Ihrem Fachunterricht unterstützen, z. B. in der Fortbildung cLEVER konsumieren – die Leitperspektive Verbraucherbildung im Mathematikunterricht.

#### Kontinuierlich cLEVER

Gemeinsam mit Vertretenden des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport (KM), des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR) sowie unseren Kooperationspartnerschaften an den Pädagogischen Hochschulen Heidelberg und Schwäbisch-Gmünd, der Verbrauchzentrale Baden-Württemberg e.V. (VZ BW) und dem Landesmedienzentrum Baden-Württemberg (LMZ) wird das cLEVER Unterstützungsangebot laufend weiterentwickelt.

Weitere Informationen und aktuelle Meldungen rund um das Projekt sowie Informationen zur Verbraucherbildung finden Sie im Internet unter [www.leitperspektive-verbraucherbildung.de](http://www.leitperspektive-verbraucherbildung.de)

#### Der Verbraucherschutzpreis

Die Teilnahme am Verbraucherschutzpreis schafft ideale Voraussetzungen, um die Leitperspektive Verbraucherbildung fächerübergreifend, praxisnah und handlungsorientiert im Unterricht zu verankern.

Er wird regelmäßig, gemeinsam vom Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, vom Ministerium für Kultus, Jugend und Sport und der Verbraucherkommission Baden-Württemberg ausgeschrieben, um den Verbraucherschutz und die Verbraucherbildung an den baden-württembergischen Schulen zu stärken.

Schülerinnen und Schüler aller Klassenstufen der allgemeinbildenden Schulen können ihre Aktionen und Projekte mit alltagsnahen Themen, aber auch einzelne Schülerarbeiten rund um die Verbraucherbildung einreichen. Weitere Informationen finden Sie unter [www.verbraucherschutzpreis-bw.de](http://www.verbraucherschutzpreis-bw.de) im Verbraucherportal BW.



Leitperspektive Verbraucherbildung


University of Education  
Pädagogische Hochschule  
Karlsruhe

Institut für Alltagskultur und Gesundheit


MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM  
UND VERBRAUCHERSCHUTZ


[www.leitperspektive-verbraucherbildung.de](http://www.leitperspektive-verbraucherbildung.de)



### Transfer der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Unterricht aller Fächer



### Was ist cLEVER?

cLEVER steht für den Transfer der Leitperspektive Verbraucherbildung. Im Bildungsplan 2016 für die allgemeinbildenden Schulen in Baden-Württemberg ist Verbraucherbildung eine der sechs Leitperspektiven. cLEVER ist ein Projekt mit dem Ziel, Lehrpersonen bei der kontinuierlichen Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung im Fachunterricht praxisnah und bedarfsgerecht zu unterstützen.





Umgesetzt wird cLEVER unter der Leitung von Prof. Dr. Silke Bartsch am Institut für Alltagskultur und Gesundheit an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe.

Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR) finanziert das Projekt cLEVER.



### Was ist Verbraucherbildung?

Ziel der Verbraucherbildung ist es, den Erwerb und Ausbau von Alltagskompetenzen zu fördern. In unserer arbeitsteilig organisierten, hochdifferenzierten Gesellschaft ist Konsum ein zentraler Lebens- und Handlungsbereich. Kinder haben bereits vielfach Konsumerfahrung, was jedoch nicht mit Konsumkompetenzen gleichzusetzen ist: z. B. haben zahlreiche der 13- bis 24-Jährigen in unserer Bundesrepublik Schulden.

Verbraucherbildung bezieht sich auf Konsumfragen und Themen aus der Sicht der konsumierenden Menschen. Um Kindern und Jugendlichen jetzt und zukünftig Teilhabe an unserer Konsumgesellschaft zu ermöglichen, ist Verbraucherbildung ein wichtiger Teil der Allgemeinbildung. Sie zeigt Handlungsspielräume der Einzelnen auf und schafft damit Voraussetzungen für ein möglichst selbstbestimmtes und verantwortungsbewusstes Konsumverhalten.

In den neuen Bildungsplänen 2016 ist die Verbraucherbildung als eine von sechs Leitperspektiven verankert. Durch alltagsnahe Themen knüpft Verbraucherbildung an nahezu alle Schulfächer an und hat große Schnittmengen mit anderen Leitperspektiven, wie z. B. Bildung für nachhaltige Entwicklung, Medienbildung oder Prävention und Gesundheitsförderung.

### Themen der Verbraucherbildung

-  **Chancen und Risiken der Lebensführung**  
Wie gestalte ich meinen Alltag? Wie plane ich meine Zukunft? Wie verbringe ich meine Freizeit? ...
-  **Umgang mit den eigenen Ressourcen**  
Welche Fähigkeiten habe ich? Welche sozialen Kontakte? Wofür übernehme ich Verantwortung? Wie bleibe ich gesund? ...
-  **Bedürfnisse, Bedarf und Wünsche**  
Was brauche ich? Was benötige ich? Was wünsche ich mir? Ist Verzicht ein Optimum? Welchen Weg gehe ich, um mir meinen Wunsch zu erfüllen? ...
-  **Finanzen und Vorsorge**  
Wie gehe ich mit meinem Geld um? Wie kann ich für mein Leben im Alter vorsorgen? Was ist, wenn ich krank bin? ...
-  **Verbraucherrechte**  
Welche Rechte habe ich? Wann und wie reklamiere ich ein Produkt? Wo kann ich mich informieren? Wer hilft mir weiter? ...
-  **Qualität der Konsumgüter**  
Wie treffe ich bewusste Entscheidungen? Was ist es mir wert? Welche Kriterien sind mir wichtig? Auf welcher Basis treffe ich meine Kaufentscheidungen? ...
-  **Alltagskonsum**  
Welche Konsequenzen hat mein Konsum jetzt und in Zukunft auf andere Menschen und auf die Umwelt? ...
-  **Medien als Einflussfaktoren**  
Wie bewege ich mich im Internet? Was ist erlaubt und was nicht? Was passiert mit meinen Daten? Was gebe ich preis? ...

Abbildung 15: Faltblatt zum cLEVER-Projekt

### 9.3.3 Formative Evaluation

Person	Struktur des Nachmittags		Materialien	Umsetzung Unterricht, Unterrichtsbeispiele	Verbesserungsvorschläge, Bewertung, Weiteres
	Ablauf/ Einstieg/ Vortrag	Medienpad/ World-Café			
1	Einstieg zu lang und zu theoretisch.		Gute Infos zu Webseiten/ Material; Material für Klasse 3/4 schwer zu finden.	Möglichkeiten zur Umsetzung aufgezeigt.	
2	Negativ: Theorieteil zu Beginn zu lang -> Wissen bereits vorhanden oder kein Bedarf sich zu informieren		Positiv: Materialinput		
3	Strukturiert gut dargestellt.	Betreuung Gruppenarbeit hilfreich, gut organisiert.	Angebot v. Material und Adressen vielfältig	Viele Anregungen zum Umsetzen.	Nachmittag sehr informativ, gutes Klima.
4	Abwechslungsreich; Überblick verschaffend, methodisch vielfältig; lebendiger Vortrag	Anregung über Medienpad zu arbeiten super!			VZ-Info nicht notwendig, Info über Portal dennoch wichtig!
5	Gut strukturierter Vortrag	Eigene Erarbeitung/Projekt benötigen größeren Zeitrahmen und thematische Vorbereitung.	Gutes Angebot an weiterführenden Materialien (schnell einsetzbare Arbeitsblätter)		Positiv: Fachpersonal der VB
6	Gut: Präsentation kurz und knackig, eigenes Hineinfinden können machte Zugang gut möglich	Gut: Medienpad für Austausch/ gemeinsames Erarbeiten wertvoll	Material gab Impulse zur eigenen Umsetzung (gute Ansätze zum Vertiefen)		Gut/wertvoll: Kontakt zu VZ; gelungener, gewinnbringender Tag; guter Einblick, was VB ist
7	Anfangs schwierig in Verbraucherbildung hineinzufinden; Präsentation eher sachlich, weniger Inspiration	Medienpad hat Spaß gemacht.	vorgefertigte Materialien lassen punktuelle Umsetzung leicht erscheinen		Begriff "Pädagogischer Tag" abschreckend; Engagement der Referentinnen
8		World-Café sehr informativ	Finden v. Material im Internet anfänglich schwierig; wenig Material 3./4. Klasse	einige Ideen f. Umsetzung im Unterricht erhalten	sehr kurzweilige, informative Fortbildung
9	Folieninput zu lang, nicht zu kurz; knackig und informativ	Prima: Internetadressen/Kontakte/Anlaufstellen, Medienpad speziell f. unsere Schulen.			Referentinnen kompetent; Kooperation mit VB gut; nicht alle Teilnehmer brauchen Infos (bei Ausschreibung berücksichtigen)

10	Interessant, kurzweilig durchdacht	World-Café gut durchdacht; Internetplattform innovativ	gutes konkretes Arbeitsmaterial		
11	Leerer Bogen (keine Rückmeldung)				
12	Leerer Bogen (keine Rückmeldung)				

Tabelle 17: Zusammenfassung Beispiel formative Evaluation (Zyklus 4)

### 9.3.4 Icons zu den konkretisierenden Begriffen der Leitperspektive

Die Icons dienen als Visulisierungshilfe zu den konkretisierenden Begriffen zur Leitperspektive Verbraucherbildung. Eine erste Version der Icons wurde von Kevin Springmann (PH Karlsruhe) umgesetzt (Dezember 2016). In Abstimmung mit dem Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg sowie der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. wurde eine Überarbeitung vom cLEVER-Team angestrebt. Die zweite, überarbeitete Version wurde von Felix Schorn realisiert (PH Karlsruhe, Januar 2018). Die Icons stehen für eine übergreifende Kommunikation der Leitperspektive Verbraucherbildung zur Verfügung.



Abbildung 16: Icons zu den konkretisierenden Begriffen der Leitperspektive

## 9.4 Literatúrauszüge

Das „Arbeitspapier für die Hand der Bildungsplankommission als Grundlage und Orientierung zur Verankerung von Leitperspektiven (Stand: 08. April 2014)“ ist online nicht länger verfügbar. Im Folgenden werden deshalb Auszüge mit eingereicht.

Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg (KM) (Hrsg.) (2014): Arbeitspapier für die Hand der Bildungsplankommission als Grundlage und Orientierung zur Verankerung von Leitperspektiven (Stand: 08. April 2014). Online: nicht länger verfügbar.

**– Arbeitspapier für die Hand der Bildungsplan-  
kommissionen als Grundlage und Orientierung zur  
Verankerung von Leitperspektiven –**

Stand: 08. April 2014

**Bildungsplanreform – Verankerung von Leitperspektiven**

**Hinweis zum Umgang mit diesem Arbeitspapier:**

Das vorliegende Papier stellt eine Arbeitsgrundlage für die Bildungsplankommissionen dar. Die Leitperspektiven sind übergreifend und nicht einem einzelnen Fach zuzuordnen. Die Bildungsplankommissionen haben daher die Aufgabe, für deren spiralcurriculare Verankerung in den einzelnen Fächern zu sorgen. Die unter den einzelnen Leitperspektiven vorgeschlagenen Kompetenzformulierungen sind demnach mit fachbezogenen prozessualen und inhaltsbezogenen Kompetenzen abzugleichen. Das kann auch eine sinngemäße Einarbeitung bedeuten. Ziel des Abgleichs sind altersgerechte und fachdidaktisch begründete Kompetenzformulierungen in den Standardstufen der jeweiligen Fachpläne. Nicht intendiert ist eine Übernahme der vorgeschlagenen Kompetenzformulierungen in vollem Umfang und Wortlaut. Die in diesem Arbeitspapier enthaltenen "möglichen Inhalte" sind als Vorschläge und Anregungen zu begreifen.

**1. Vorbemerkung**

Zukunftsorientierte Bildung beinhaltet die Begleitung und Förderung der nachwachsenden Generation mit allem, was diese für ein Leben in Selbstbestimmung, Teilhabe und Gerechtigkeit in der Welt von heute und morgen benötigt. Junge Menschen stehen dabei vor großen Herausforderungen angesichts einer zunehmenden Komplexität der Gesellschaft im Zeichen von Globalisierung, demografischem Wandel und wachsender Diversität.

Bildung und Erziehung sollen vor diesem Hintergrund Kinder und Jugendliche dazu befähigen, Orientierung und eine eigene Position in dieser Welt zu finden sowie gleichermaßen Verantwortungsbereitschaft zu entwickeln. Schülerinnen und Schüler sollen in die Lage versetzt werden, eigene Wertvorstellungen und Haltungen zu reflektieren und weiterzuentwickeln, Probleme und Konflikte friedlich zu lösen bzw. auszuhalten, Empathie für andere zu entwickeln und sich selbst bezüglich des eigenen Denkens und Fühlens zu artikulieren wie auch zu relativieren. Maßstab für Identitätsbildung und Dialog sind die Würde

des Menschen und das christliche Menschenbild, wie sie in Grundgesetz, Landesverfassung und Schulgesetz niedergelegt sind.

In diesem Sinne werden für die neuen Bildungspläne Leitperspektiven formuliert, die einerseits auf die Stärkung der Persönlichkeit, Teilhabe und Gemeinschaftsbildung (**allgemeine Leitperspektiven**) und andererseits auf konkrete Orientierung in der modernen Lebenswelt (**themenspezifische Leitperspektiven**) abzielen.

#### a) Allgemeine Leitperspektiven

Jahrgangsübergreifend, altersentsprechend fachspezifisch und jeweils adaptiert an die Fachdidaktiken werden berücksichtigt:

- **Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE)** im Sinne der Befähigung zur verantwortungsvollen und aktiven Gestaltung einer zukunftsfähigen Welt;
- **Bildung für Toleranz und Akzeptanz von Vielfalt (T)** im Sinne der Befähigung zu Toleranz und Akzeptanz von sowie zum diskriminierungsfreien Umgang mit Vielfalt in personaler, religiöser, geschlechtlicher, kultureller, ethnischer und sozialer Hinsicht;
- **Prävention und Gesundheitsförderung (PG)** im Sinne einer Stärkung der Persönlichkeit durch die Förderung eines sozial kompetenten und gesundheitsbewussten Umgangs mit sich selbst und anderen.

#### b) Themenspezifische Leitperspektiven

Fächerübergreifend, jahrgangsspezifisch sowie fachdidaktisch begründet werden berücksichtigt:

- **Berufliche Orientierung (B)** im Sinne einer Unterstützung und Vorbereitung von tragfähigen, begabungs- und entwicklungsgerechten Entscheidungen und Weichenstellungen für kommende Berufswege sowie für lebenslanges Lernen;
- **Medienbildung (M)** im Sinne der Befähigung, Medien sinnvoll auszuwählen, das Medienangebot kritisch zu reflektieren, die Medien verantwortlich zu nutzen sowie die eigene mediale Präsenz selbstbestimmt zu gestalten;
- **Verbraucherbildung (V)** im Sinne einer Reflexion und Entwicklung eines verantwortungsbewussten Konsumentenverhaltens.

Die im Folgenden erläuterten sechs Leitperspektiven sowie die dazugehörigen Kompetenzen tauchen in den Fachplänen spiralcurricular zum Ziel des kumulativen Kompetenzaufbaus auf.

## **2. Leitperspektiven im Überblick**

### **a) Allgemeine Leitperspektiven**

#### ***Bildung für nachhaltige Entwicklung***

Bildung für nachhaltige Entwicklung vermittelt Kompetenzen, die Personen befähigen, nachhaltige Entwicklung in vielfältigen Kontexten und Lebensbereichen zu gestalten. Das betrifft vor allem den Umgang mit natürlichen Grenzen der Belastbarkeit des Erdsystems sowie mit wachsenden sozialen und globalen Ungerechtigkeiten, der intelligente Lösungen, Kreativität und Weitsicht benötigt. Nachhaltige Entwicklung setzt einen mentalen und kulturellen Wandel voraus, der sich in Lernprozessen äußert. Neben dem Erwerb von Wissen über (nicht-) nachhaltige Entwicklungen geht es insbesondere um folgende Kernanliegen: Bereitschaft zum Engagement, Umgang mit Risiken und Unsicherheit, Einfühlungsvermögen in Lebenslagen anderer Menschen und solide Urteilsbildung in Zukunftsfragen.

Bildung für nachhaltige Entwicklung soll Schülerinnen und Schüler vermitteln, wie sie als Konsumenten, im Beruf, durch zivilgesellschaftliches Engagement und politisches Handeln einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten können. Es geht daher nicht allein darum, auf die existenten Problemlagen reagieren zu können, sondern vor allem auch darum, mit Zukunft vorausschauend umzugehen sowie an innovativen Lebens- und Gesellschaftsentwürfen mitzuwirken, die einen zukunftsweisenden und verantwortlichen Übergang in eine nachhaltige Welt möglich machen.

#### ***Bildung für Toleranz und Akzeptanz von Vielfalt***

Der konstruktive Umgang mit Vielfalt stellt eine wichtige Kompetenz für die Menschen in einer zunehmend von Komplexität und Differenziertheit geprägten modernen Gesellschaft dar. In der modernen Gesellschaft begegnen sich Menschen unterschiedlicher Staatsangehörigkeit, Nationalität, Ethnie, Religion oder Weltanschauung, unterschiedlichen Alters, psychischer, geistiger und physischer Disposition sowie geschlechtlicher Identität und sexueller Orientierung. Kennzeichnend sind Individualisierung und Pluralisierung von Lebensentwürfen.

Kernanliegen der Leitperspektive ist es, Respekt sowie die gegenseitige Achtung und Wertschätzung von Verschiedenheit zu fördern. Grundlagen sind die Menschenwürde, das christliche Menschenbild sowie die staatliche Verfassung mit dem besonderen Schutz von Ehe und Familie.

Schule als Ort von Toleranz und Weltoffenheit soll es jungen Menschen ermöglichen, die eigene Identität zu finden und sich frei und ohne Angst vor Diskriminierung zu artikulieren. Indem Schülerinnen und Schüler sich mit anderen Identitäten befassen, sich in diese hineinversetzen und sich mit diesen auseinandersetzen, schärfen sie ihr Bewusstsein für ihre

eigene Identität. Dabei erfahren sie, dass Vielfalt gesellschaftliche Realität ist und die Identität anderer keine Bedrohung der eigenen Identität bedeutet.

Die Leitperspektive zielt auch auf die Fähigkeit der Gesellschaft zum interkulturellen und interreligiösen Dialog und zum dialogorientierten, friedlichen Umgang mit unterschiedlichen Positionen bzw. Konflikten in internationalen Zusammenhängen. Erziehung zum Umgang mit Vielfalt und zur Toleranz ist damit auch ein Beitrag zur Friedenserziehung und für die Verwirklichung einer inklusiven Gesellschaft.

### ***Prävention und Gesundheitsförderung***

Oberstes Ziel der Verwirklichung der Leitperspektive "Prävention und Gesundheitsförderung" ist eine gesundheitsfördernde Schule. Gesundheit wird in der Tradition der Weltgesundheitsorganisation (WHO) als umfassendes körperliches, seelisches und soziales Wohlbefinden gesehen, das sowohl die Verminderung oder Vermeidung von krankheitsverursachenden Verhaltensweisen und Risikofaktoren als auch den Aufbau von gesundheitsstärkenden Ressourcen beinhaltet.

Prävention und Gesundheitsförderung zielen auf die Förderung von Lebenskompetenzen und Stärkung von Resilienzfaktoren (persönlichen Schutzfaktoren) ab. Kinder und Jugendliche sollen dabei unterstützt werden, altersspezifische Entwicklungsaufgaben bewältigen zu können. Eine Voraussetzung dafür ist eine Haltung, die es Kindern und Jugendlichen ermöglicht, sich im täglichen Handeln als selbstwirksam zu erleben.

Zentrale Lern- und Handlungsfelder sind für alle Beteiligten:

- Selbstregulation: Gedanken, Emotionen und Handlungen selbst regulieren;
- ressourcenorientiert denken und Probleme lösen;
- wertschätzend kommunizieren und handeln;
- lösungsorientiert Konflikte und Stress bewältigen;
- Kontakte und Beziehungen aufbauen und halten.

Die Selbstregulation spielt für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen in diesen Lern- und Handlungsfeldern eine grundlegende Rolle. Die Unterstützung und Begleitung der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen erfolgt in den genannten Feldern im Unterrichts- bzw. Schulalltag. Unterstützend können ausgewählte Lebenskompetenzprogramme hinzugezogen werden.

## **b) Themenspezifische Leitperspektiven**

### ***Berufliche Orientierung***

Berufliche Orientierung ist wesentlicher Bestandteil individueller Förderung und basiert auf festgestellten Kompetenzen, Potenzialen und Interessen der Schülerinnen und Schüler. Jugendliche werden dabei in die Lage versetzt, ihre Bildungs- und Erwerbsbiografie eigenverantwortlich zu gestalten. Selbstbestimmung, kritische Urteilsbildung, Mitbestimmung, Solidarität sowie Wertschätzung von Vielfalt spielen hier eine wichtige Rolle.

Integration und Koordination der Inhalte und Maßnahmen von Ausbildungs- und Studienorientierung erfolgen jeweils an der einzelnen Schule im Rahmen durchgängig festgelegter Strukturen und eindeutiger Verantwortlichkeiten. Die Berufsberatung der Agenturen für Arbeit und die weiteren Partner aus Kammern und Verbänden der Wirtschaft, der Sozialpartner, der Unternehmen, der Hochschulen, kommunaler Institutionen und Träger unterstützen die Schulen bei Planung, Gestaltung und Umsetzung der Beruflichen Orientierung.

### ***Medienbildung***

Die Entwicklung unserer Gesellschaft zu einer Mediengesellschaft macht Medienbildung zu einer wichtigen Schlüsselqualifikation junger Menschen. Ziel von Medienbildung ist es, Kinder und Jugendliche so zu stärken, dass sie den neuen Anforderungen sowie den Herausforderungen dieser Mediengesellschaft selbstbewusst und mit allen erforderlichen Fähigkeiten begegnen können. Dazu gehören eine sinnvolle, reflektierte und verantwortungsbewusste Nutzung der Medien sowie eine überlegte Auswahl aus der Medienvielfalt in Schule und Alltag. Um diese Kompetenzen zu vermitteln, muss Medienbildung fächerintegrativ unterrichtet werden. Die grundlegenden Felder der Medienbildung sind Information, Kommunikation, Präsentation, Produktion, Analyse, Reflexion, Mediengesellschaft, Jugendmedienschutz, Persönlichkeits-, Urheber-, Lizenzrecht und Datenschutz.

### ***Verbraucherbildung***

Verbraucherbildung hat die Entwicklung eines selbstbestimmten und verantwortungsbewussten Verbraucherverhaltens zum Ziel. Verbraucherbildung als lebenslanger Prozess stärkt Kinder und Jugendliche in ihren Alltagskompetenzen. Die Leitperspektive greift konkrete Berührungspunkte von Verbraucherthemen im Leben der Schülerinnen und Schüler auf und umfasst folgende Themenbereiche: Ressourcen, Finanzen, Verbraucherrecht; Lebensführung: Ernähren, Kleiden, Wohnen, Gesundheit; Medien, Information, "Web 2.0"-Gesellschaft; nachhaltiger Konsum. Sie thematisiert das ungleichgewichtige "Experten-Laien-Verhältnis" und beachtet die Prinzipien des Beutelsbacher Konsens' (Überwältigungsverbot, Kontroversitätsgebot) sowie die didaktischen Prinzipien der Handlungs- und Schülerorientierung. Bei der Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern wird das Gebot der Neutralität angewendet. Die Leitperspektive "Verbraucherbildung" kann zusätzlich im Rahmen eines eigenen Schulprofils vertieft werden.

**Verbraucherbildung**

Kompetenzen	Mögliche Inhalte
1. Schülerinnen und Schüler erkennen die Vielfalt an individuellen, sozialen und natürlichen Ressourcen und berücksichtigen sie in ihrem Handeln.	Materielle (Geld und Güter) und immaterielle, (personale und soziale) Ressourcen und ihre Wechselbeziehung
2. analysieren und reflektieren ihr eigenes Alltagshandeln und ihren Umgang mit Bedürfnissen und Wünschen, u.a. im Umgang mit Geld.	Konsum Taschengeld eigenes Konto Zahlungsverkehr Haushaltsbudget
3. setzen sich mit Zukunftschancen und Risiken der Lebensgestaltung auseinander und kennen Möglichkeiten der finanziellen Vorsorge, der finanziellen Absicherung sowie Finanzdienstleistungen und können sie bewerten.	Sparen Versicherungen Altersvorsorge Kreditformen Ver- und Überschuldung
4. kennen ihre Verbraucherrechte und -pflichten und können sie situationsgerecht einsetzen. Sie können dazu Unterstützungsangebote von Verbraucherinstitutionen kritisch nutzen.	Vertragsrecht Widerrufsrecht Gewährleistungsrecht (Internet-) Einkäufe Verbraucherinstitutionen
5. reflektieren ihre eigenen Bedürfnisse, ihr Körperbild und Verhalten in Bezug auf die von der Umwelt (z.B. durch Medien, Peer) geprägten Vorstellungen.	Lebensstil Werbung Mode Trends Konsum Kosten-Nutzen-Überlegungen Handynutzung Mediennutzung Verbraucherfallen
6. treffen Konsumententscheidungen selbstbestimmt und qualitätsorientiert und können sie in Bezug auf Bedarfsdeckung, Nachhaltigkeit, Finanzen und Gesundheit bewerten.	Wunsch, Bedarf und Bedürfnis Konsum und Ressourcengebrauch, -verbrauch, -schonung Energie Qualität und Qualitätskriterien Materialqualität Dienstleistungsqualität Prüf- und Qualitätssiegel Warentests Nachhaltigkeit Fair Trade Wertschöpfungskette (z. B. Lebensmittel, Textilien) Abfallvermeidung Abfallverwertung

	Wieder- und Weiterverwertung von Materialien Reparaturen
7. verstehen die physischen, psychischen, sozialen und kulturellen Funktionen von Ernährung und reflektieren ihre Konsumentscheidungen, auch im Zusammenhang mit der Entwicklung der Alltagskultur.	Essverhalten Esskulturen und Ernährungsstile Ernährung Inhaltsstoffe der Nahrung Kennzeichnung von Lebensmittel Gentechnik Gesundheitsrisiken Genuss- und Suchtmittel Moden
8. verstehen die physischen, psychischen, sozialen und kulturellen Funktionen von Kleidung und Wohnen und reflektieren ihre Konsumentscheidungen, auch im Zusammenhang mit der Entwicklung der Alltagskultur.	Bekleidungsverhalten Kennzeichnung von Materialien Gesundheitsrisiken Moden
9. kennen die Einflüsse von äußeren Faktoren und reflektieren die Wirkung von Lebensgewohnheiten.	Lebensführung und Lebensstile Räumliche, soziale und technische Umwelt Freizeit Körperumgang Genuss und Sucht Kleidung Mode Trends Körperpflege
10. kennen die Vorteile und die Gefahren ihrer Mediennutzung in ihrer Rolle als Konsumierende und setzen Medien kritisch und reflektiert zur Alltagsgestaltung und -bewältigung ein.	Datenschutz Urheberrecht Jugendmedienschutz Informationsbeschaffung Web 2.0 Interneteinkäufe Soziale Netzwerke