

Die Realisierung und das Potenzial der Leitperspektive Verbraucherbildung an Schulen

Das Forschungsprojekt knüpft an das Projekt cLEVER der PH Karlsruhe sowie der TU Berlin an.

cLEVER¹ steht für den Transfer der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Unterricht aller Fächer. Konkretisiert wird diese durch folgende Themenfelder:



Qualität der Konsumgüter



Chancen und Risiken der Lebensführung



Verbraucherrechte



Umgang mit eigenen Ressourcen



Alltagskonsum



Bedürfnisse und Wünsche



Finanzen und Vorsorge



Medien als Einflussfaktor

Forschungsstand und Relevanz^{2,3}

1. Unzureichende Verbraucherkompetenzen von Schülerinnen und Schülern
2. Lehrkräfte benötigen fachliche und didaktische Unterstützung
3. Stellenwert und aktuelle Situation der Verbraucherbildung muss verbessert werden

Forschungsfrage

Wie setzen die befragten Lehrkräfte die Leitperspektive Verbraucherbildung spezifisch in ihrem Fachunterricht um?
Welche Potenziale sehen sie in deren Umsetzung für ihr Fach und auch für die Verbraucherbildung?

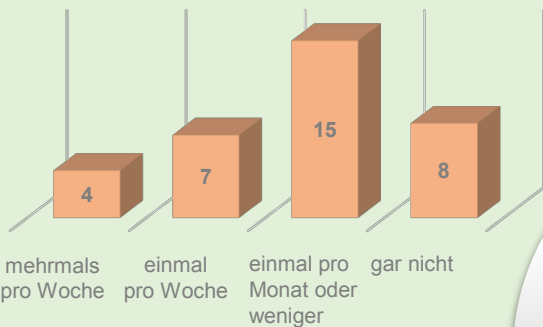
Forschungsziel

Die Erfassung der subjektiven Sichtweise der Lehrkräfte zur Umsetzung der Verbraucherbildung in ihrem Fachunterricht sowie der Potenziale dieser, mit dem Ziel die Sichtbarkeit der Leitperspektive Verbraucherbildung zu erhöhen.

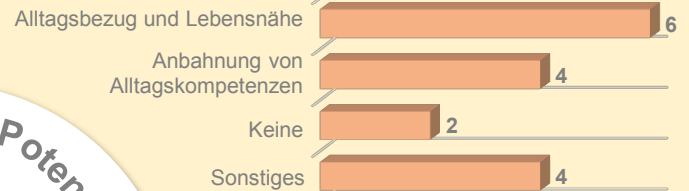
Methode⁴

Akquise von 100 Grundschulen
Online-Fragebogen (quantitativ mit offenen Fragen)
Datenauswertung: SPSS

Wie häufig beschäftigen sich Lehrkräfte mit Verbraucherbildung? (n=34; Angaben in absoluter Häufigkeit)

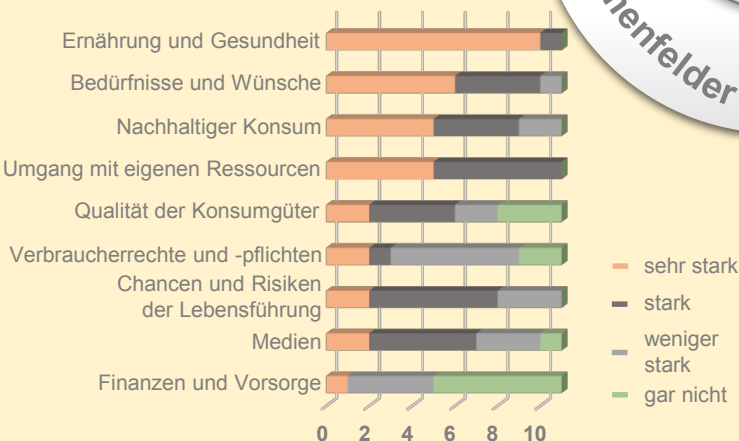


Welche Vorteile sehen Lehrkräfte in der Umsetzung der Verbraucherbildung für ihr Fach? (n=14; Angaben in absoluter Häufigkeit)



Sonstiges: Reflexion; Verankerung des Umweltschutzes im Lebensalltag der Kinder; Blickfeld der Schüler erweitern; Nachhaltigkeit

Wie stark sind folgende Themen Bestandteil des Fachunterrichts? (Bsp. Sachunterricht) (n=11; Angaben in absoluter Häufigkeit)



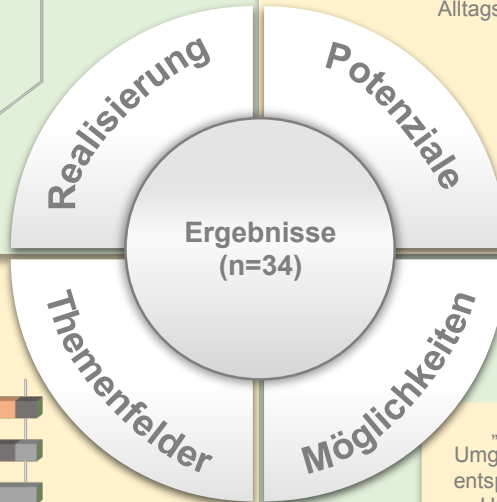
Umsetzungsmöglichkeiten der Verbraucherbildung für den Fachunterricht (Lehrerstimmen)

„Ganzheitliche Reflexion im Umgang mit Medien - Lerngänge in entsprechende Lernorte - konkreter Umgang mit Medien aller Art.“ (Bsp. Deutschunterricht)

„Ernährungsführerschein, Geschmackstest [...], wir verdienen Geld mit Altpapier [...] sammeln jährlich an Weihnachten für die Tafeln, die Schulranzen der 4.Klässler werden am Ende des Schuljahres an GAIIn* [sic] gespendet.“ (Bsp. Sachunterricht)

*GAIIn ist eine internationale Hilfsorganisation

„[...] Theologisieren mit Kindern - wozu bin ich auf der Welt? Gott hat mir mein Leben geschenkt - wie kann ich dieses Geschenk erhalten, pflegen?“ (Bsp. Religionsunterricht)



Schlussfolgerung

- Bisherige Ergebnisse unterstreichen die Relevanz des Themas
- Lehrkräfte sehen konkretes Potenzial in der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung
- Lehrkräfte nennen fachspezifische Umsetzungsmöglichkeiten

Ausblick

- Vertiefte Datenauswertung
- Erweiterung des Forschungsprojekts
- Bedarfsgerechte Optimierung der Unterstützungsangebote

Literatur

¹ Institut für Alltagskultur und Gesundheit an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe (Hg.): cLEVER Projektflyer. cLEVER Leitperspektive Verbraucherbildung. Transfer der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Unterricht aller Fächer. Online verfügbar unter <https://www.leitperspektive-verbraucherbildung.de/>, zuletzt geprüft am 22.01.2019.; ² Schönheit, Ingo; Dreblow, Miriam (2013): Praxisorientierte Bedarfsanalyse zur schulischen Verbraucherbildung. Abschlussbericht. Eine Studie erstellt im Auftrag der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz, März 2013. Online verfügbar unter https://www.verbraucherstiftung.de/sites/default/files/befragung_verbraucherbildung.pdf, zuletzt geprüft am 22.01.2019.; ³ Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein (2012/2013): Verbraucherbildung in Schulen. Eine Befragung von Lehrkräften in Schleswig-Holstein durch die Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein. Online verfügbar unter https://www.verbraucherstiftung.de/sites/default/files/studienergebnisse_verbraucherbildung_sh.pdf, zuletzt geprüft am 22.01.2019.; ⁴ Döring, N. & Bortz, J. (2015): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften in der Sozial- und Humanwissenschaften. 5. Auflage. Berlin Heidelberg: Springer.

Studie zur Realisierung und dem Potenzial der Leitperspektive Verbraucherbildung an Schulen



Wir, zwei Studierende des Masterstudiengangs Bildungswissenschaft an der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe haben im Rahmen unseres Studiums eine Befragung mit Lehrpersonen zum Thema Verbraucherbildung in der Grundschule durchgeführt.

Die Studie wurde durch das Projekt cLEVER an der Technischen Universität Berlin, sowie der Pädagogischen Hochschule Karlsruhe betreut.

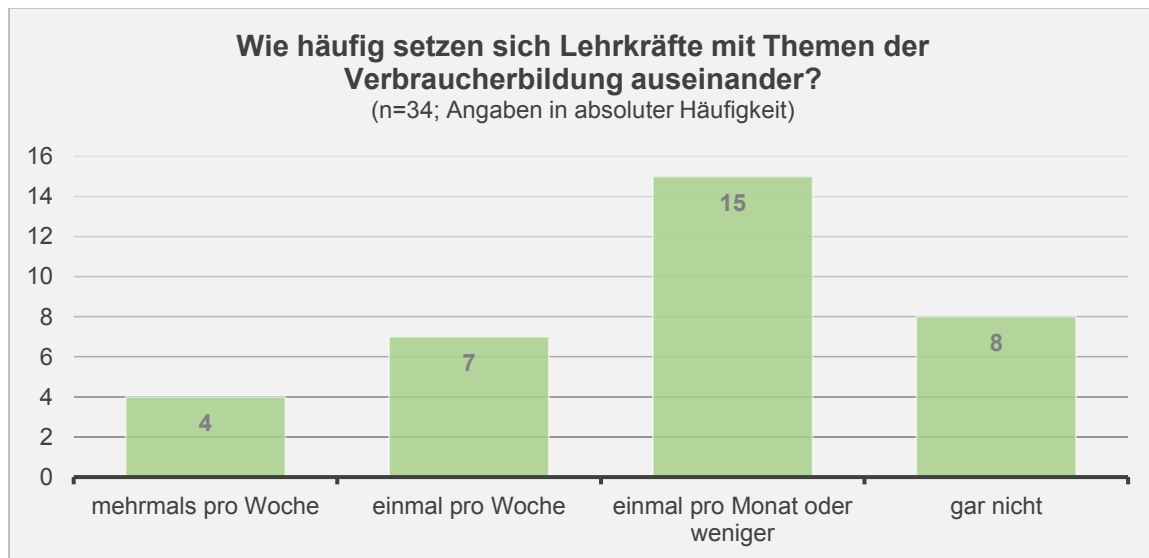
Geleitet von den Zielen, die Sichtbarkeit der Leitperspektive Verbraucherbildung zu erhöhen wie auch die subjektiven Sichtweisen der Lehrpersonen zu erfahren, hat sich folgende Forschungsfrage entwickelt:

Wie setzen die befragten Lehrkräfte die Leitperspektive Verbraucherbildung spezifisch in ihrem Fachunterricht um und welche Potenziale sehen sie in deren Umsetzung für ihr Fach und auch für die Verbraucherbildung?

Die Erhebung erfolgte mit Hilfe eines Online-Fragebogens vom 07.12.2018 bis 21.12.2018. Insgesamt wurden 100 Grundschulen postalisch wie auch per E-Mail kontaktiert, hieraus ergab sich eine Stichprobe von 34 Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

Zusammenfassend lassen sich folgende zentrale Ergebnisse darstellen:

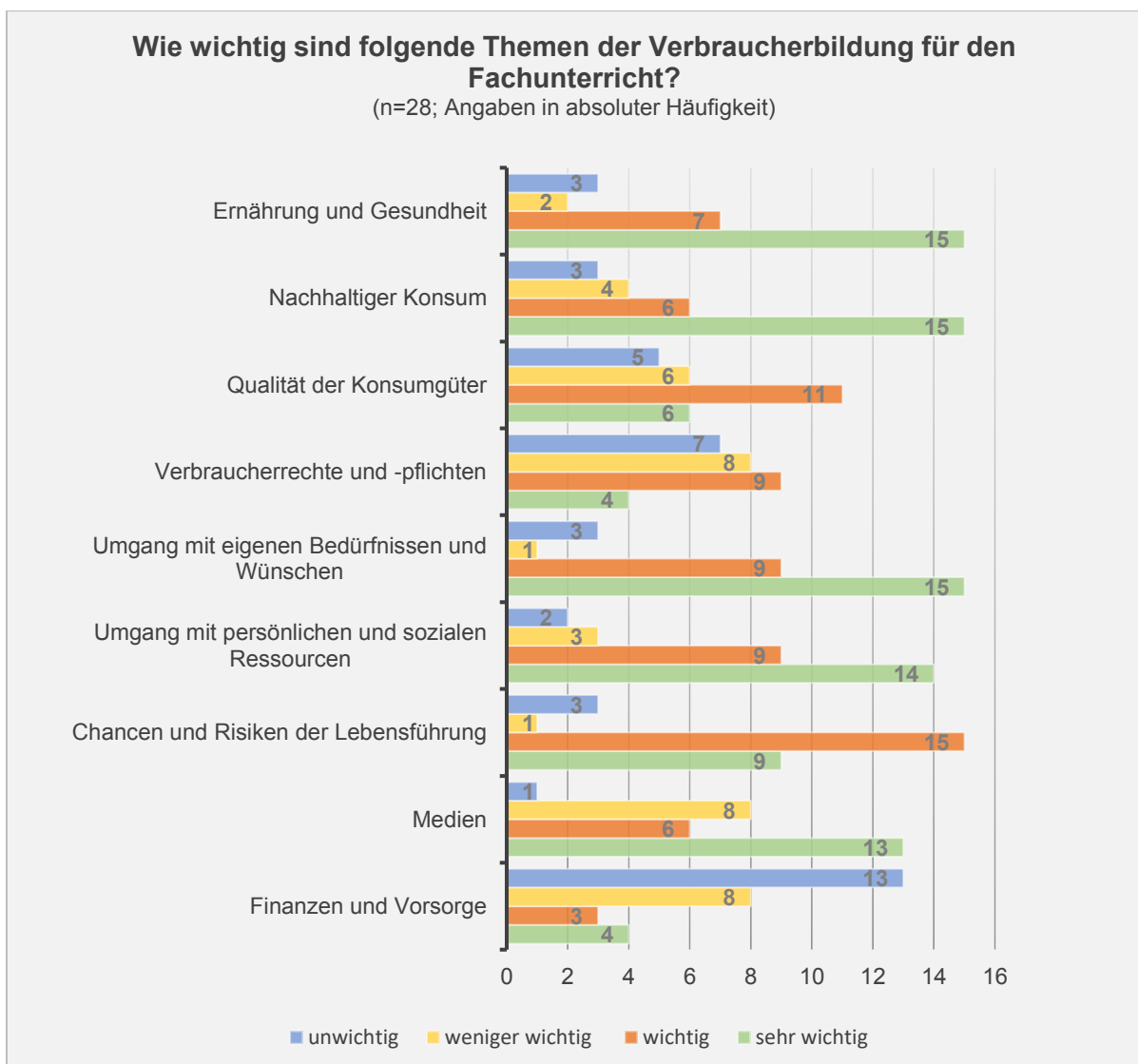
Vorab sind wir der Frage nachgegangen, **wie häufig sich Lehrpersonen mit dem Thema Verbraucherbildung beschäftigen**. Von 34 Lehrpersonen gaben 11 Personen an, sich mindestens einmal die Woche mit Themen der VB zu beschäftigen. 15 Personen setzen sich einmal pro Monat oder weniger mit dem Thema auseinander, 8 Personen gar nicht.



Zudem betrachteten wir die **Themen der Verbraucherbildung und wie häufig diese eine Rolle in dem jeweiligen Fachunterricht spielen**. Die Ergebnisse zeigen, dass bei allen Fächern die Mehrheit der Angaben bei einmal pro Monat oder weniger bzw. gar nicht liegen.

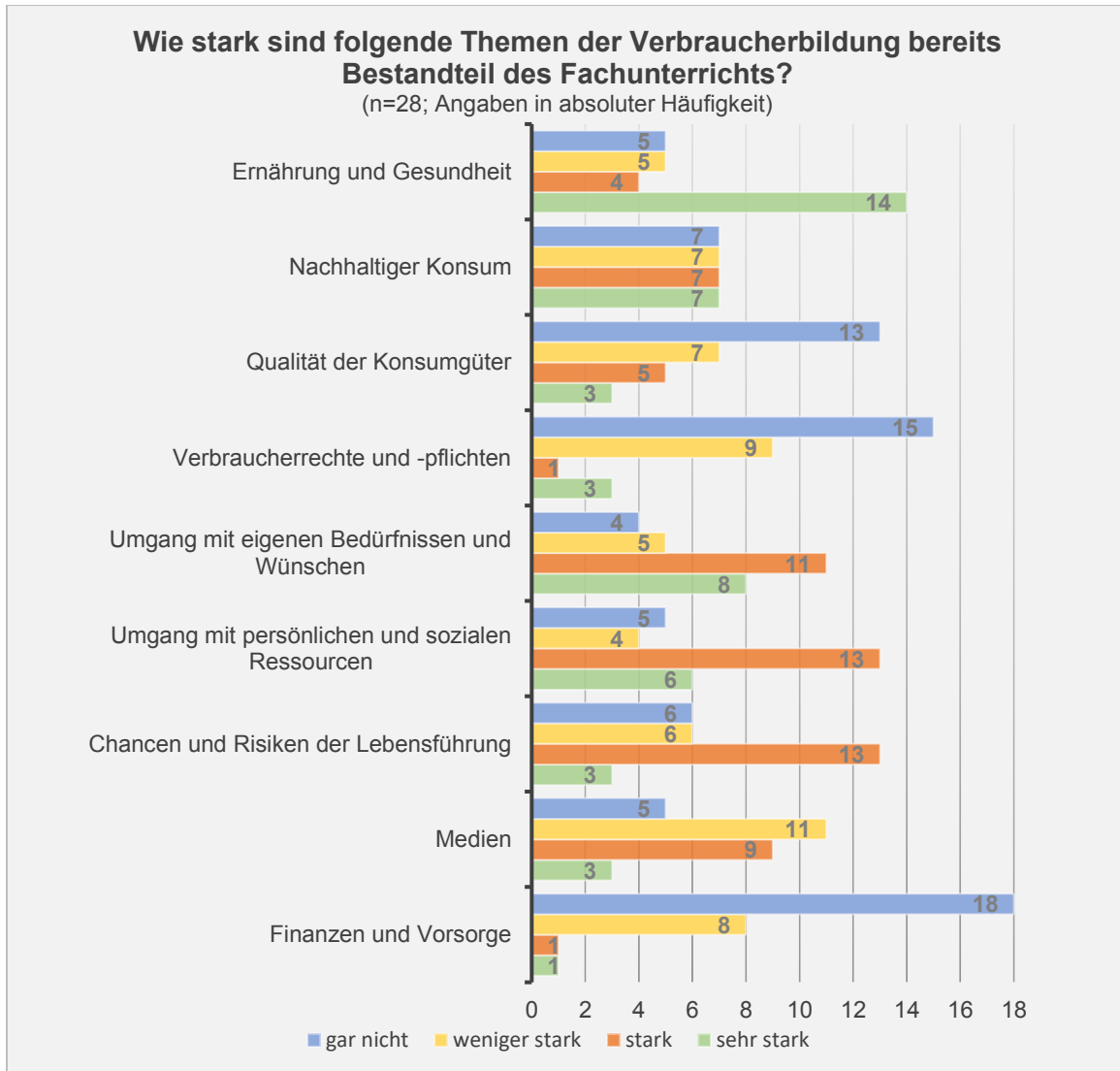
Fach	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	einmal pro Monat oder weniger	gar nicht
Deutsch (n=22)	9,09 %	22,72 %	31,81 %	36,36 %
Sachunterricht (n=19)	10,52 %	26,31 %	52,63 %	10,52 %
Mathematik (n=17)	5,88 %	17,65 %	35,29 %	41,17 %
Kunst (n=7)	0 %	14,29 %	57,14 %	28,57 %
Sport (n=5)	0 %	0 %	40 %	60 %
Musik (n=5)	0 %	0 %	20 %	80 %
Französisch (n=4)	0 %	25 %	0 %	75 %
Englisch (n=2)	0 %	0 %	0 %	100%
Religion (n=2)	0 %	50 %	50 %	0 %

Weiter mit dem Augenmerk auf den Themen der Verbraucherbildung haben wir den Lehrpersonen die Frage gestellt, **welche Wichtigkeit die Themen der Verbraucherbildung für den Fachunterricht aufweisen**. Die Ergebnisse zeigen eine besondere Bedeutung der Ernährung und Gesundheit, des Nachhaltigen Konsums, des Umgangs mit eigenen Bedürfnissen und Wünschen, des Umgangs mit persönlichen und sozialen Ressourcen wie auch der Medien. Es folgen die Themen Chancen und Risiken der Lebensführung, Qualität der Konsumgüter sowie Verbraucherrechte und -pflichten. Lediglich bei dem Themengebiete Finanzen und Vorsorge überwiegt die Angabe „weniger wichtig“ bis „unwichtig“. Bei den anderen Themenfeldern wählten die Lehrpersonen überwiegend „wichtig“ bis „sehr wichtig“.



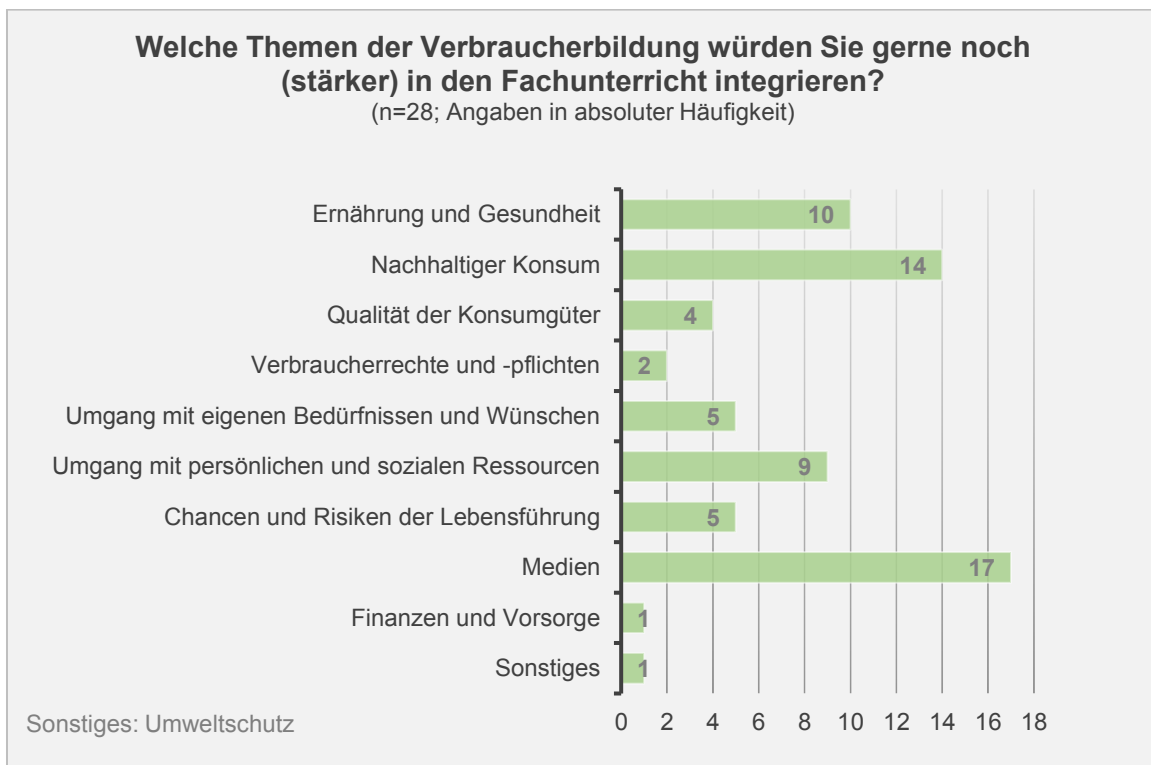
Neben der Wichtigkeit der Themen gingen wir der Frage nach, **wie stark folgende Themen der Verbraucherbildung bereits Bestandteil des Fachunterrichts der Lehrpersonen sind**. Das Themengebiete Ernährung und Gesundheit wird von 14 Lehrpersonen bereits „sehr stark“ eingeschlossen, Chancen und Risiken der Lebensführung wie Umgang mit persönlichen und

sozialen Ressourcen wird von 13 Personen „stark“ umgesetzt. Allerdings geben zu jedem Themenbereich mindestens 4 Probanden an, diese Themen noch nicht in ihrem Fachunterricht zu integrieren. Bei Finanzen und Vorsorge sind es 18 Probanden, bei Verbraucherrecht und -pflichten 15 Personen, bei Qualität der Konsumgüter 13 Lehrpersonen.

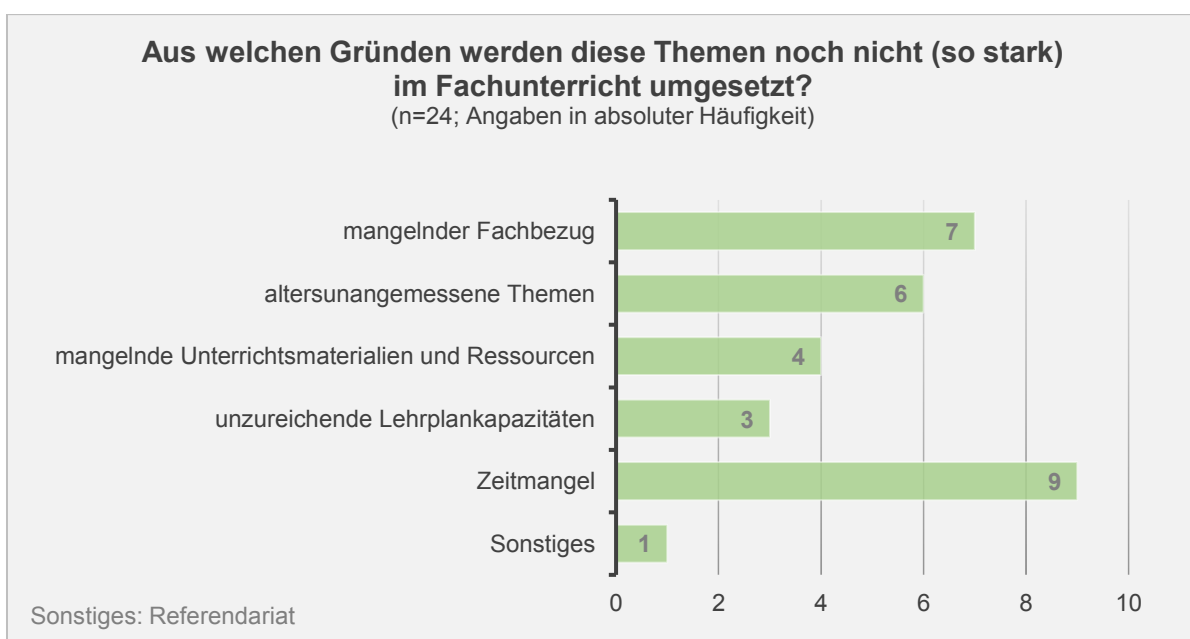


Es schließt sich an dieser Stelle die Frage an, **welche Themen der Verbraucherbildung die Lehrpersonen gerne noch (stärker) in den Fachunterricht integrieren würden.**

Medien werden hierbei von 17 Lehrpersonen angeführt und sollen noch stärker in den Fachunterricht aufgenommen werden, gefolgt von Nachhaltigem Konsum (14 Angaben), Ernährung und Gesundheit (10 Angaben), Umgang mit persönlichen und sozialen Ressourcen, Umgang mit eigenen Bedürfnissen und Wünschen (5 Angaben), Chancen und Risiken der Lebensführung (5 Angaben), Qualität der Konsumgüter (4 Angaben), Verbraucherrechte und -pflichten (2 Angaben) und Finanzen und Vorsorge (1 Angabe). Als Sonstiges wird von einer Lehrperson Umweltschutz genannt.



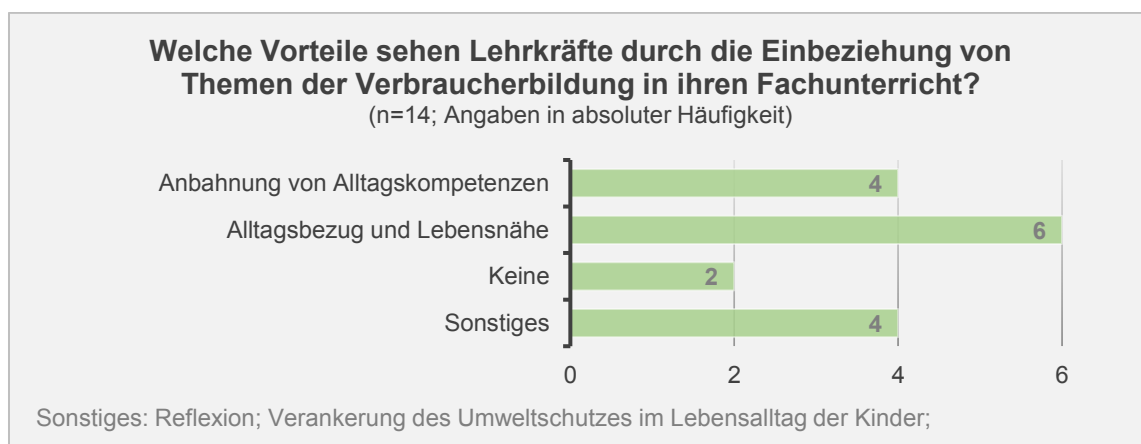
Die Frage: „**Aus welchen Gründen werden die Themen der Verbraucherbildung noch nicht so stark im Fachunterricht umgesetzt?**“ beantworteten 9 Lehrpersonen mit Zeitmangel, 7 Personen mit mangelnden Fachbezug, 6 Probanden mit altersunangemessenen Themen, 4 Lehrer mit mangelnden Unterrichtsmaterialien und Ressourcen und 3 Personen mit unzureichenden Lehrplankapazitäten. Als Sonstiges wurde das Referendariat angeführt.



Als weiterer relevanter Fragebogenblock wurden **die Umsetzungsmöglichkeiten** betrachtet. Die nachstehenden Beispiele sollen einen Einblick in die Ergebnisse geben.

- Bsp.: Deutschunterricht
„Ganzheitliche Reflexion im Umgang mit Medien – Lerngänge in entsprechende Lernorte – konkreter Umgang mit Medien aller Art.“
- Bsp.: Religionsunterricht
„[...] Theologisieren mit Kindern – wozu bin ich auf der Welt? Gott hat mit mein Leben geschenkt – wie kann ich dieses Geschenk erhalten, pflegen?“
- Bsp.: Sachunterricht
„Ernährungsführerschein, Geschmackstest [...], wir verdienen Geld mit Altpapier [...] sammeln jährlich an Weihnachten für die Tafeln, die Schulranzen der 4. Klässler werden am Ende des Schuljahres an GAIN [sic] gespendet.“ (GAIN ist eine internationale Hilfsorganisation)

In Bezug auf die Potenziale der Verbraucherbildung richteten wir die Frage: „**Welche Vorteile sehen Lehrkräfte durch die Einbeziehung von Themen der Verbraucherbildung in ihren Fachunterricht?**“ an die Lehrpersonen. Dabei ließen sich folgende Kategorien aus den Antworten bilden. 6 Personen sehen einen Vorteil in der Einbeziehung der Verbraucherbildung in ihren Fachunterricht darin, dass der Unterricht an Lebensnähe gewinnt und ein Alltagsbezug hergestellt werden kann. Darüber hinaus gaben 4 Probanden an, einen Vorteil darin zu sehen, dass sich Alltagskompetenzen anbahnen. Als Sonstiges werden Reflexion, Verankerung des Umweltschutzes im Lebensalltag der Kinder, Blickfeld der Schüler erweitern wie Nachhaltigkeit genannt. Lediglich 2 Lehrpersonen (von insgesamt 14 Angaben) sehen keine Vorteile in der Einbeziehung der Verbraucherbildung in ihren Fachunterricht.



Schlussfolgernd ist anzuführen, dass die gewonnenen Ergebnisse in Hinblick auf die Verbraucherbildung an Grundschulen die Relevanz des Themas unterstreichen. Weiter kann festgehalten werden, dass Lehrpersonen konkrete Potenziale in der Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung sehen. Darüber hinaus werden fachspezifische Umsetzungsmöglichkeiten von den Lehrpersonen genannt, welche die Weiterentwicklung der Verbraucherbildung fördern.

Die Studie wird seit März 2019 mit dem Fokus auf die Sekundarstufe I der allgemeinbildenden Schulen weitergeführt und befindet sich ab dem 20.05.2019 bis 17.06.2019 mit einem Online-Fragebogen in der Erhebungsphase.

Verfasst von Jill Miler und Marie Tuchscherer