

Praxisorientierte Bedarfsanalyse zur schulischen Verbraucherbildung

Präsentation wichtiger Studienergebnisse
beim Netzwerktreffen des „Bündnis für Verbraucherbildung“
am 14.11.2013 in Berlin



Dr. Ingo Schoenheit

imug

Postkamp 14a
30159 Hannover

fon: +49 511 12196-0
fax: +49 511 12196-95

contact@imug.de
www.imug.de

Zentrale Fragestellungen

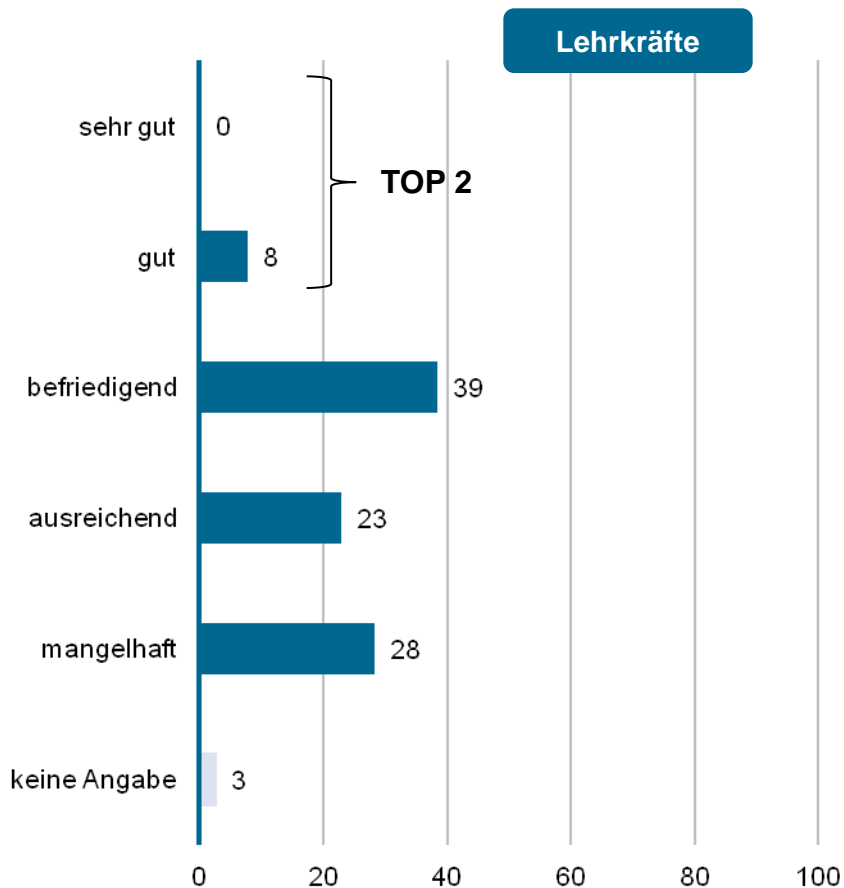
- ▶ Wie ist der gegenwärtige **Zustand** der schulischen Verbraucherbildung? Wie wird dieser bewertet?
- ▶ Wer ist für die Verbraucherbildung **zuständig** („verantwortlich“)?
- ▶ Welches sind die wichtigsten **Ursachen** für den derzeitigen Zustand?
- ▶ **Welche Ansatzpunkte** gibt es für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung? Wie werden **Lösungsvorschläge** bewertet? Welche konkrete Unterstützung bringt Lehrkräfte in ihrer Unterrichtspraxis voran?
- ▶ **Welche Akteure** sind für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung wichtig? Welche Erwartungen werden an die unterschiedlichen Akteure gerichtet?

Untersuchungssteckbriefe der Befragungen

	Experten	Lehrkräfte	Praktiker
Methode	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Telefonische Experten-Interviews ▶ qualitativ 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Online-Befragung ▶ quantitativ mit einigen offenen Fragen 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Online-Befragung ▶ quantitativ mit einigen offenen Fragen
Fallzahl	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 30 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 971 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 52
Zielgruppe	Experten in: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Lehrerbildung ▶ Politik ▶ Verbraucherorganisationen ▶ Wirtschaft ▶ Wissenschaft 	Lehrkräfte an: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Hauptschulen ▶ Realschulen ▶ Gymnasien ▶ Grundschulen ▶ Berufsschulen 	Vertreter aus: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Wirtschaft ▶ Nichtregierungsorganisationen ▶ Verbraucherorganisationen ▶ Sonstige
Feldphase	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 19.11. - 06.12.2013 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 16.01. - 25.02.2013 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 06.02. - 28.02.2013

Ist-Zustand der schulischen Verbraucherbildung in Deutschland wird durchweg kritisch beurteilt

„Wie schätzen Sie den Zustand der Verbraucherbildung in deutschen Schulen insgesamt ein?“



Lehrkräfte gruppiert nach Schulart	TOP 2
Grundschule	16 %
Hauptschule	7 %
Realschule	9 %
Gymnasium	7 %
Gesamtschule	3 %
Berufsschule	6 %
Sonstige	5 %
keine Angabe	6 %

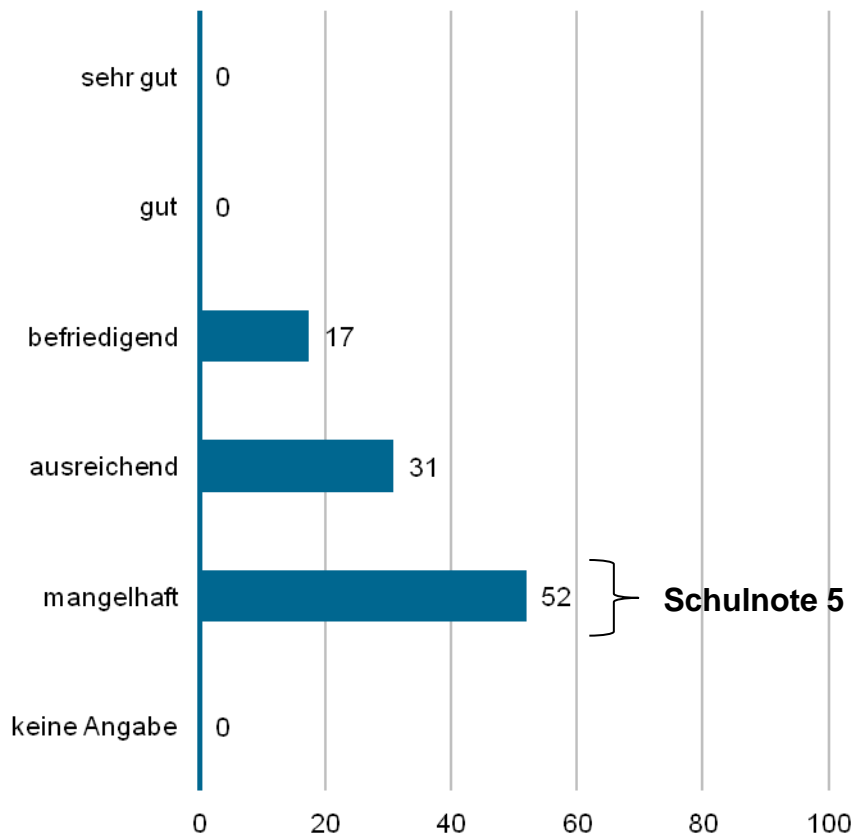
Lehrkräfte gruppiert nach Erfahrung mit Themen der Verbraucherbildung	TOP 2
Keine Erfahrung	6 %
Mittlere Erfahrung	8 %
Viel Erfahrung	8 %
keine Angabe	10 %

n = 971; Angaben in Prozent; TOP-2-Boxes (sehr gut + gut)

Praktiker sind mit Zustand der schulischen Verbraucherbildung besonders unzufrieden

„Wie schätzen Sie den Zustand der Verbraucherbildung in deutschen Schulen insgesamt ein?“

Praktiker

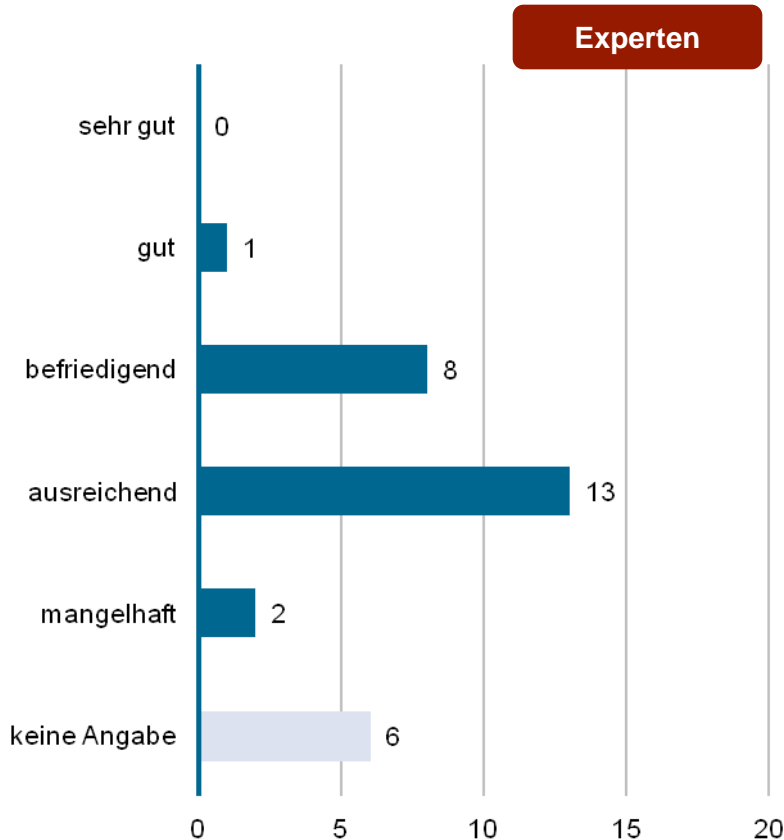


Praktiker, gruppiert nach Herkunft	Schulnote 5
NGOs	70 %
Verbraucherorganisationen	48 %
Wirtschaftsunternehmen/-verbände	20 %
Sonstige	88 %
Keine Angabe	33 %
gesamt	52 %

n = 52; Angaben in Prozent; Schulnote 5 (mangelhaft)

Experten geben der schulischen Verbraucherbildung in Deutschland die Schulnote 4+ (Skala 1-5)

„Wenn Sie die schulische Verbraucherbildung in einer Schulnoten von 1-5 ausdrücken würden, welche wäre das?“



Insgesamt "beschämend" für unser Land mit einigen Lichtblicken - einzelne gute Aktivitäten, aber unsystematisch und nicht durchschlagskräftig.

Wirtschafts-Experte

Sehr geringe schulische Verbraucherbildung, vereinzelt, unsystematisch, nicht strukturell, nicht kontinuierlich, ein Flickenteppich.

Bildungs-Experte

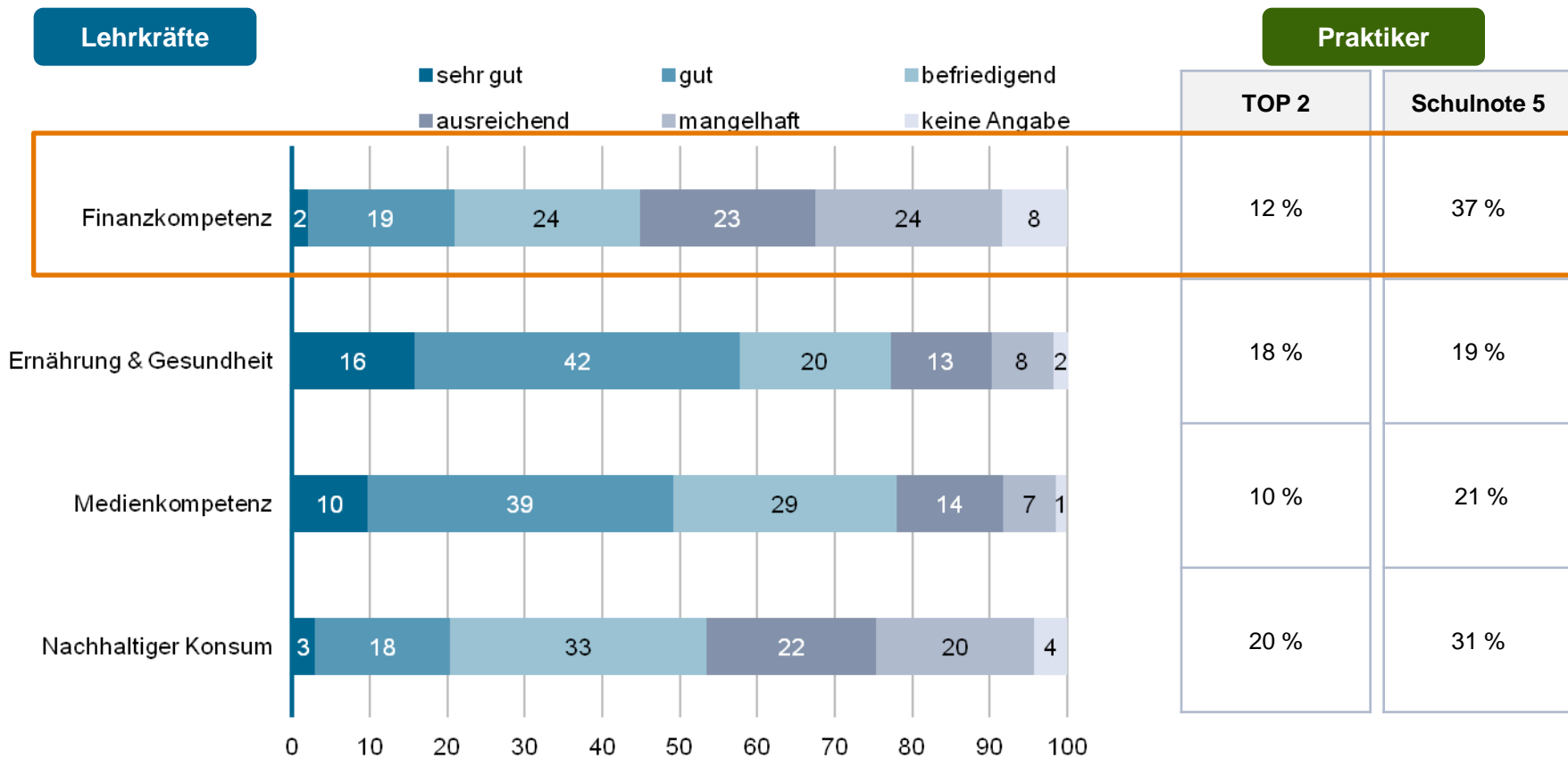
Schleswig Holstein hat zwar einen eigenen Lehrplan, aber in der Praxis ist es nicht sehr einfach.

Politik-Experte

n = 30; Angaben in Häufigkeit der Nennung; Skala 1-5

Themenfeld Finanzkompetenz wird von allen Befragten besonders „kritisch“ gesehen

„Wie schätzen Sie das Unterrichtsangebot (Unterrichtsinhalte, Projekte, ...) Ihrer Schule in einzelnen Themenfeldern der Verbraucherbildung ein?“



Lehrkräfte: n = 971; Praktiker: n = 52; Angaben in Prozent; TOP-2-Boxes (sehr gut + gut); Schulnote 5 (mangelhaft)

Zentrale Fragestellungen

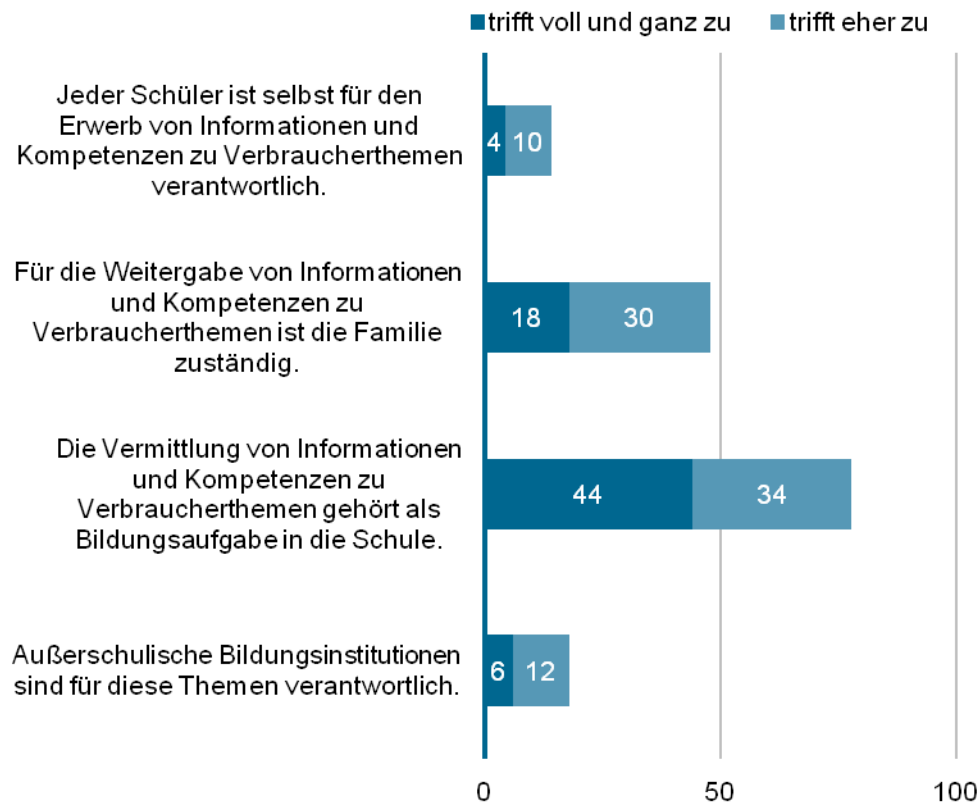
- ▶ Wie ist der gegenwärtige **Zustand** der schulischen Verbraucherbildung? Wie wird dieser bewertet?
- ▶ Wer ist für die Verbraucherbildung **zuständig** („verantwortlich“)?
- ▶ Welches sind die wichtigsten **Ursachen** für den derzeitigen Zustand?
- ▶ **Welche Ansatzpunkte** gibt es für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung? Wie werden **Lösungsvorschläge** bewertet? Welche konkrete Unterstützung bringt Lehrkräfte in ihrer Unterrichtspraxis voran?
- ▶ **Welche Akteure** sind für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung wichtig? Welche Erwartungen werden an die unterschiedlichen Akteure gerichtet?

Schulen haben die Aufgabe, Schüler auf den Verbraucheralltag vorzubereiten!

„Wie ist Ihre Meinung zu folgenden Aussagen?“

Lehrkräfte

Experten



n = 971; Angaben in Prozent

Auch die **Experten** sehen die Aufgabe Verbraucherbildung eindeutig bei der Schule:

Die Welt ist komplexer geworden. Früher wurde informelle Bildung in der Familie weitergegeben, heutzutage ist es Aufgabe der Schule.

Expertin (Sonstige)

Verbraucherbildung gehört als Thema in die Schule und sollte in Gedanken und Projekten zum Lebensalltag thematisiert werden.

Politik-Expertin

Kulturelle Veränderungen: Einfluss der Familien auf Alltagserziehung nimmt ab.

Wirtschafts-Experte

Eltern wissen selbst nicht mehr Bescheid, Familien sind kleiner geworden, können nicht mehr alles vermitteln.

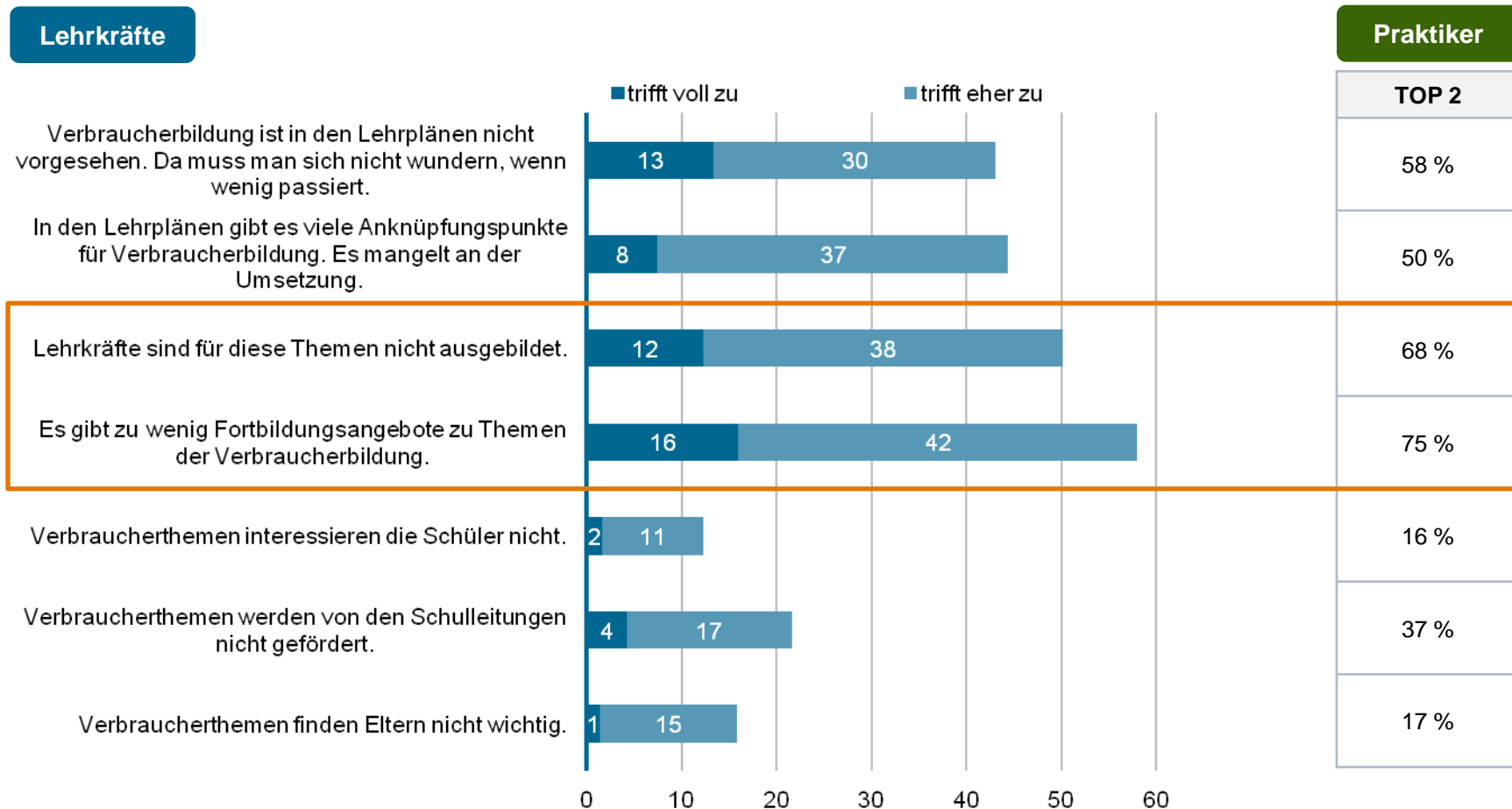
Experte (Sonstige)

Zentrale Fragestellungen

- ▶ Wie ist der gegenwärtige **Zustand** der schulischen Verbraucherbildung? Wie wird dieser bewertet?
- ▶ Wer ist für die Verbraucherbildung **zuständig** („verantwortlich“)?
- ▶ Welches sind die wichtigsten **Ursachen** für den derzeitigen Zustand?
- ▶ **Welche Ansatzpunkte** gibt es für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung? Wie werden **Lösungsvorschläge** bewertet? Welche konkrete Unterstützung bringt Lehrkräfte in ihrer Unterrichtspraxis voran?
- ▶ **Welche Akteure** sind für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung wichtig? Welche Erwartungen werden an die unterschiedlichen Akteure gerichtet?

Wichtigste Ursachen werden in Aus- und Fortbildung der Lehrkräfte gesehen

„Die schulische Verbraucherbildung steckt bundesweit laut Expertenaussagen noch „in den Kinderschuhen“. Was meinen Sie, woran könnte das liegen?“



n = 971; Angaben in Prozent; TOP-2-Boxes (trifft voll zu + trifft eher zu)

Wichtigste Ursachen

wie sehen das die Lehrerinnen und Lehrer in Schleswig-Holstein?

„Die schulische Verbraucherbildung steckt bundesweit laut Expertenaussagen noch „in den Kinderschuhen“. Was meinen Sie, woran könnte das liegen?“

■ Schleswig-Holstein

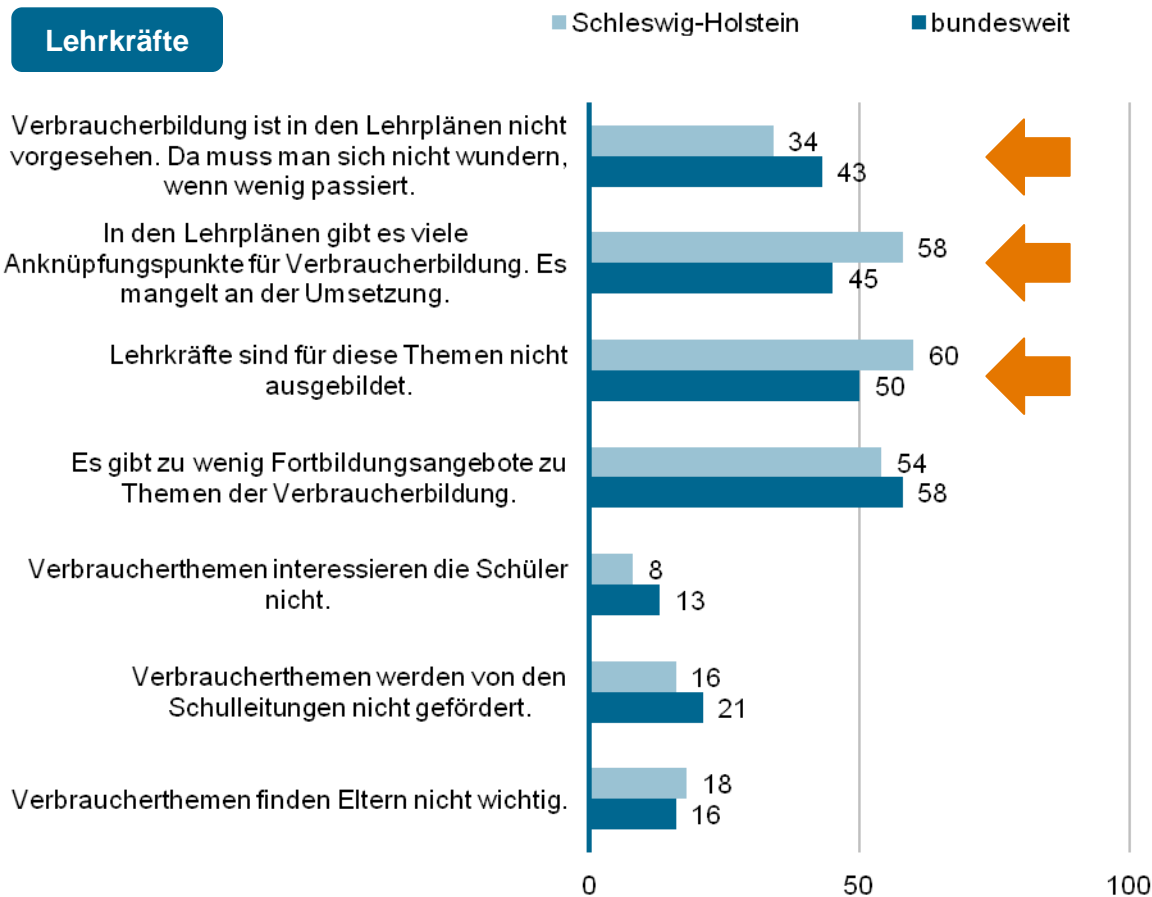
■ bundesweit



Lehrkräfte bundesweit: n = 971; Schleswig-Holstein: n = 50; Angaben in Prozent; TOP-2-Box (trifft voll zu + trifft eher zu)

Ursachen des Ist-Zustandes der schulischen Verbraucherbildung

„Die schulische Verbraucherbildung steckt bundesweit laut Expertenaussagen noch „in den Kinderschuhen“. Was meinen Sie, woran könnte das liegen?“



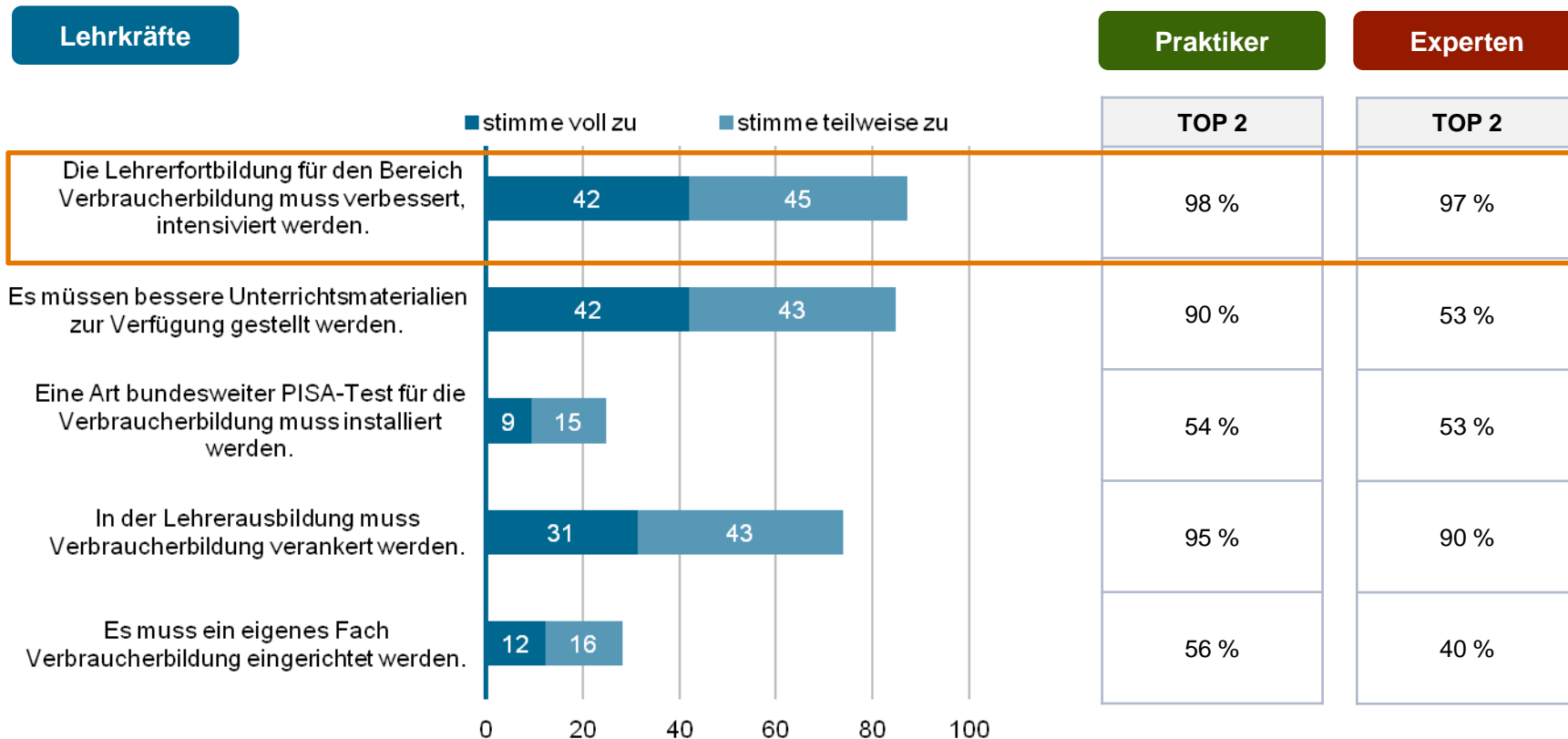
Lehrkräfte bundesweit: n = 971; Schleswig-Holstein: n = 50; Angaben in Prozent; TOP-2-Box (trifft voll zu + trifft eher zu)

Zentrale Fragestellungen

- ▶ Wie ist der gegenwärtige **Zustand** der schulischen Verbraucherbildung? Wie wird dieser bewertet?
- ▶ Wer ist für die Verbraucherbildung **zuständig** („verantwortlich“)?
- ▶ Welches sind die wichtigsten **Ursachen** für den derzeitigen Zustand?
- ▶ **Welche Ansatzpunkte** gibt es für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung? Wie werden **Lösungsvorschläge** bewertet? Welche konkrete Unterstützung bringt Lehrkräfte in ihrer Unterrichtspraxis voran?
- ▶ **Welche Akteure** sind für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung wichtig? Welche Erwartungen werden an die unterschiedlichen Akteure gerichtet?

Lehrerfortbildung wird als Lösungsansatz von allen Befragten am deutlichsten favorisiert

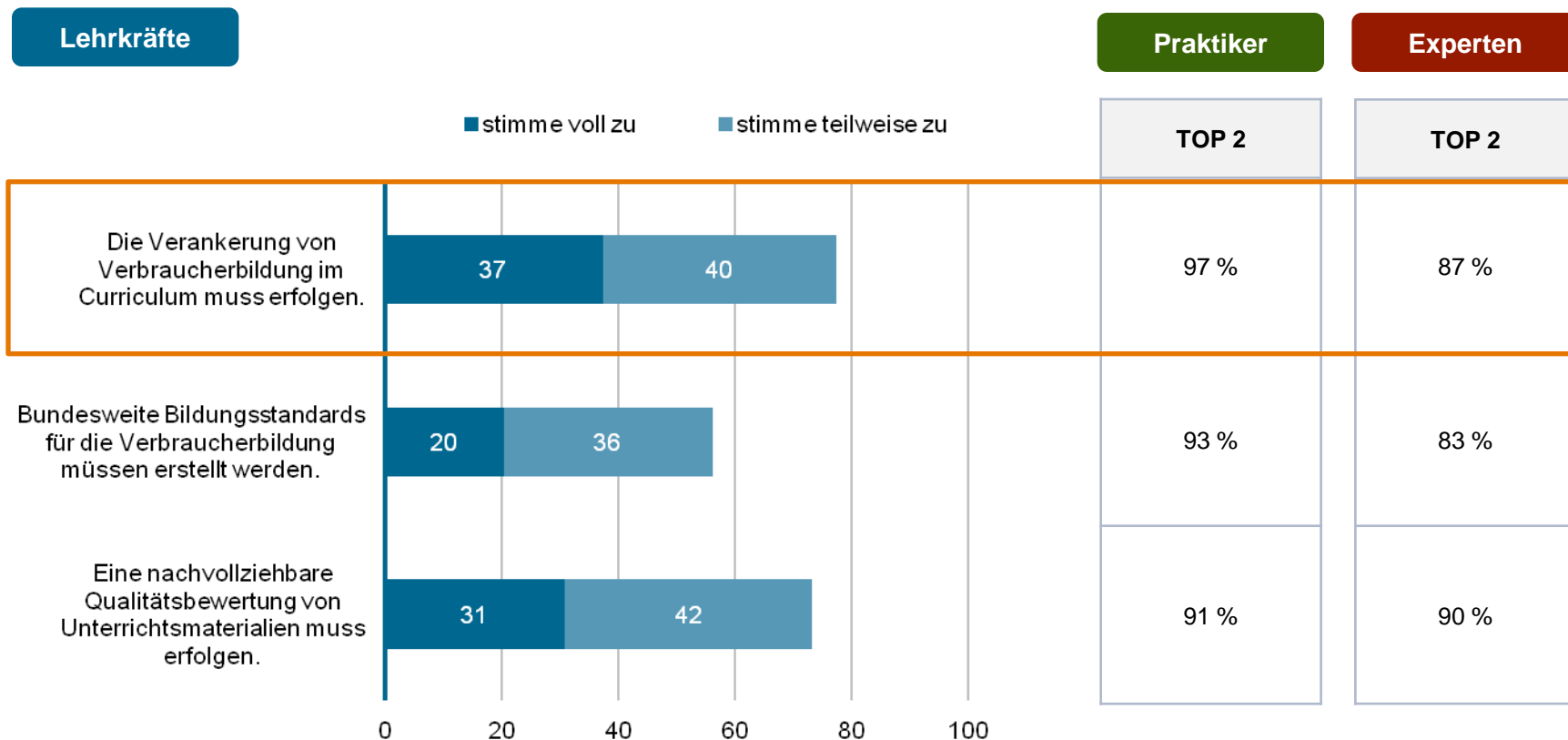
„Wie ist Ihre Meinung zu folgenden Thesen zur Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung?“



Lehrkräfte: n = 971; Praktiker: n = 52; Experten: n = 30; Angaben in Prozent; nur TOP-2-Boxes (stimme voll zu + stimme teilweise zu)

Verankerung im Curriculum wird von den Befragten ebenfalls für vordringlich gehalten

„Wie ist Ihre Meinung zu folgenden Thesen zur Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung?“



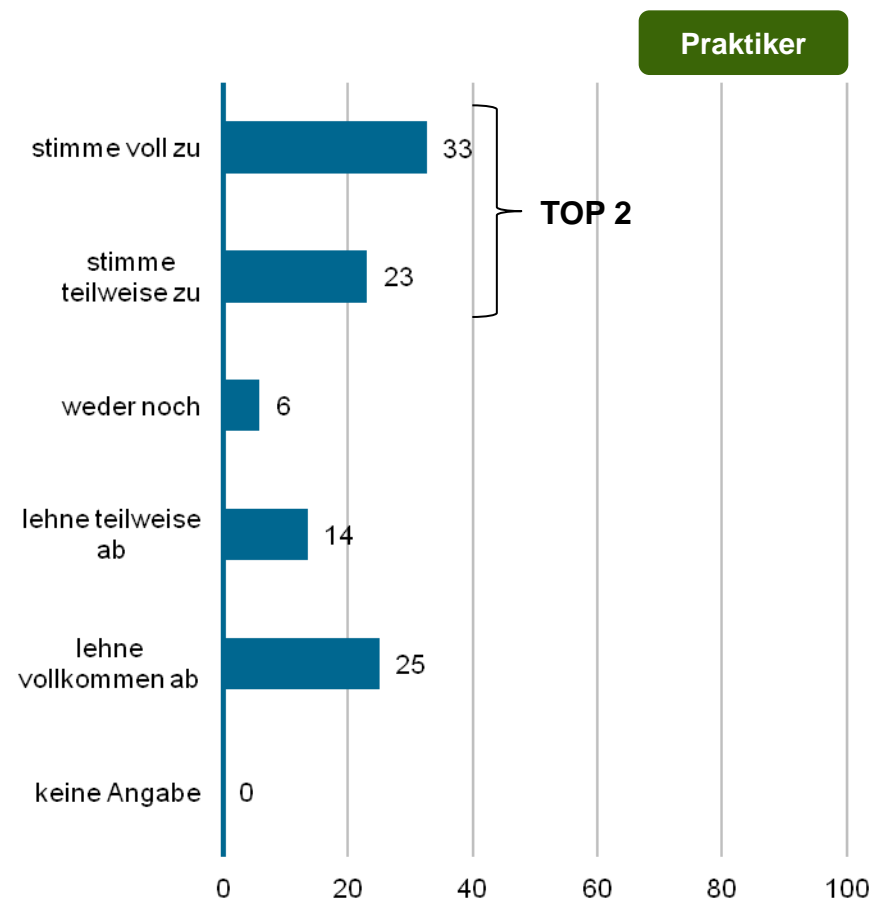
Lehrkräfte: n = 971; Praktiker: n = 52; Experten: n = 30; Angaben in Prozent; nur TOP-2-Boxes (stimme voll zu + stimme teilweise zu)

Zentrale Fragestellungen

- ▶ Wie ist der gegenwärtige **Zustand** der schulischen Verbraucherbildung? Wie wird dieser bewertet?
- ▶ Wer ist für die Verbraucherbildung **zuständig** („verantwortlich“)?
- ▶ Welches sind die wichtigsten **Ursachen** für den derzeitigen Zustand?
- ▶ **Welche Ansatzpunkte** gibt es für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung? Wie werden **Lösungsvorschläge** bewertet? Welche konkrete Unterstützung bringt Lehrkräfte in ihrer Unterrichtspraxis voran?
- ▶ **Welche Akteure** sind für die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung wichtig? Welche Erwartungen werden an die unterschiedlichen Akteure gerichtet?

Beteiligung von Wirtschaftsunternehmen an schulischer Verbraucherbildung

„Wirtschaftsunternehmen sollten sich aus der schulischen Verbraucherbildung ganz raushalten.“

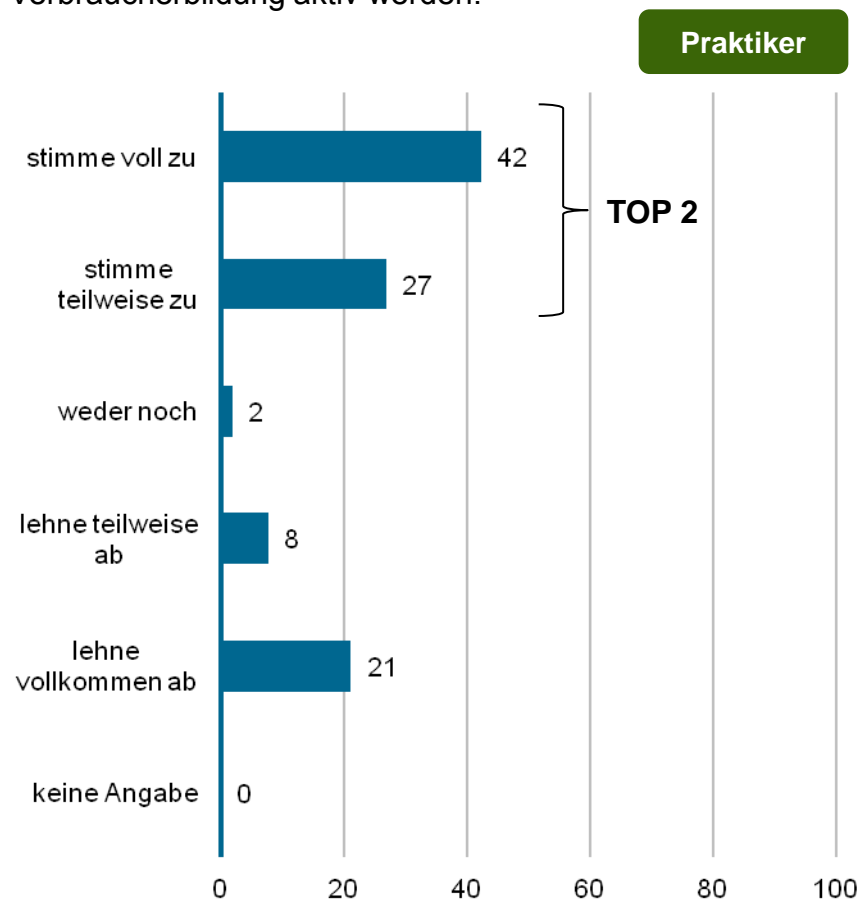


Praktiker, gruppiert nach Herkunft	TOP 2
NGOs	50 %
Verbraucherorganisationen	81 %
Wirtschaftsunternehmen/-verbände	20 %
Sonstige	50%
Keine Angabe	33 %
gesamt	56 %

n = 52; Angaben in Prozent; TOP-2-Boxes (stimme voll zu + stimme teilweise zu)

Beteiligung wirtschaftsunabhängige Organisationen (z.B. Verbraucherzentralen)

„Nur wirtschaftsunabhängige Organisationen (zum Beispiel Verbraucherzentralen) sollten in der schulischen Verbraucherbildung aktiv werden.“

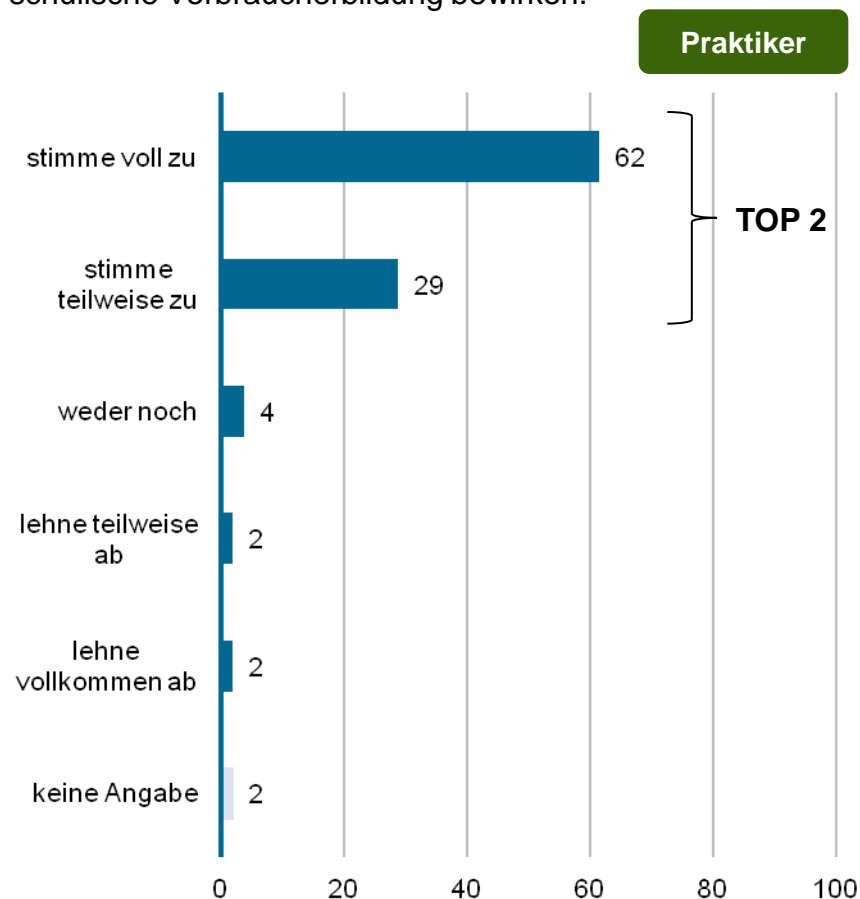


Praktiker gruppiert nach Herkunft	TOP 2
NGOs	70 %
Verbraucherorganisationen	86 %
Wirtschaftsunternehmen/-verbände	20 %
Sonstige	75 %
Keine Angabe	100 %
gesamt	69 %

n = 52; Angaben in Prozent; TOP-2-Boxes (stimme voll zu + stimme teilweise zu)

Gemeinsames Vorgehen von Wirtschaftsunternehmen und wirtschaftsunabhängigen Organisationen

„Wenn sich Wirtschaft und Verbraucherverbände auf ein gemeinsames Vorgehen einigen, könnten sie viel für die schulische Verbraucherbildung bewirken.“



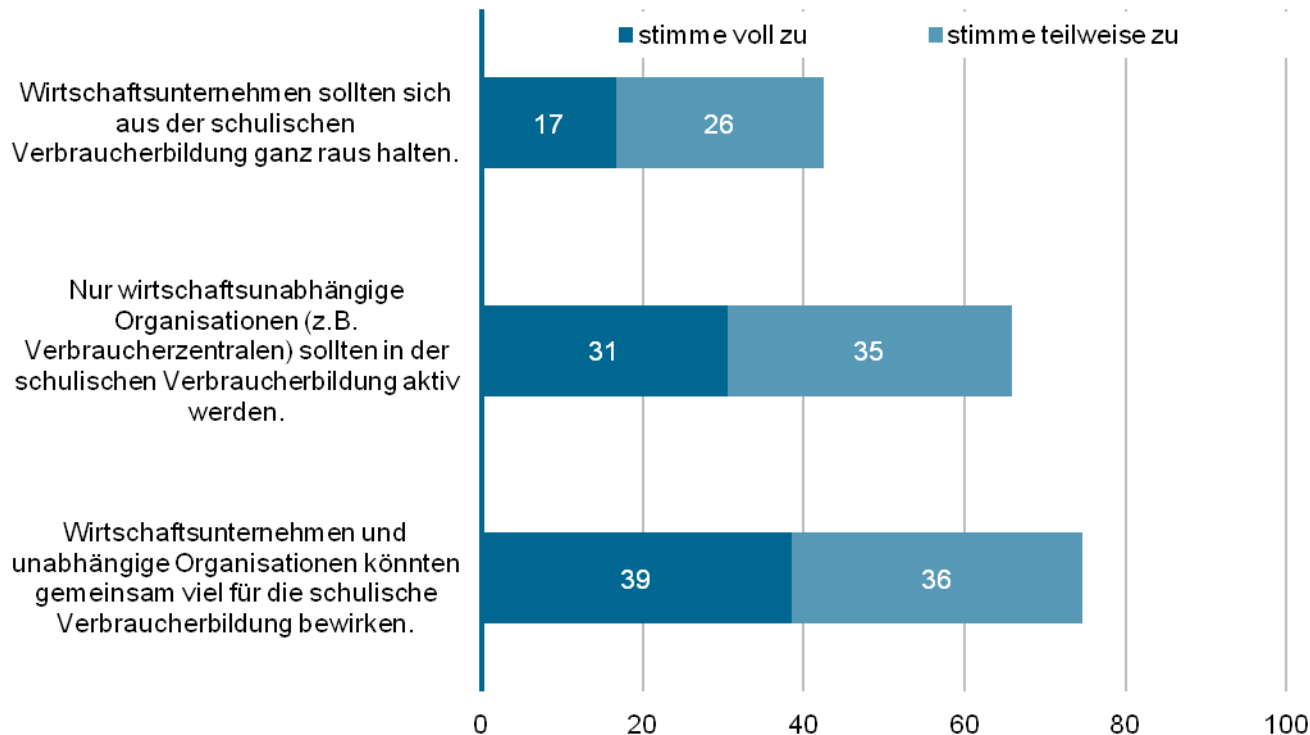
Praktiker, gruppiert nach Herkunft	TOP 2
NGOs	100 %
Verbraucherorganisationen	86 %
Wirtschaftsunternehmen/-verbände	100 %
Sonstige	100 %
Keine Angabe	33 %
gesamt	91 %

n = 52; Angaben in Prozent; TOP-2-Boxes (stimme voll zu + stimme teilweise zu)

Gemeinsames Vorgehen von Wirtschaft und unabhängigen Organisationen findet deutliche Zustimmung

„Ein weiterer Vorschlag zur Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung ist, die Zusammenarbeit von Schulen und Lehrern mit außerschulischen Partnern (Verbraucherverbänden, NGOs, Wirtschaftsunternehmen) zu intensivieren. Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu?“

Lehrkräfte



n = 971; Angaben in Prozent; TOP-2-Boxes (stimmte voll zu + stimmte teilweise zu)

Experten befürworten stärkeres Engagement der Wirtschaft in der schulischen Verbraucherbildung: Aber mit klaren Regeln und Leitlinien

„In welcher Weise könnte sich die Wirtschaft stärker in der Verbraucherbildung engagieren?“

Experten

Wirtschaftsunternehmen sind nicht unabhängig, es braucht Partnerschaften mit klaren Inhalten und einen besseren Dialog.

Politik-Experte

Wirtschaft soll sich engagieren! Kooperationen mit Verbraucherorganisationen nutzen, gemeinsame Unterrichtsmaterialien entwickeln, etc.

Verbraucher-Experte

Inhaltlich sollte sich die Wirtschaft gar nicht einbringen, nicht einmischen, sondern raushalten. Bildung ist Hoheit der Länder. Ich sehe aber finanzielle Chancen für die Lehrerfortbildung. Außerdem die Chance, Verbraucherbildung in den gesellschaftlichen Diskurs einzubringen, Lobbyarbeit machen.

Bildungs-Experte

Wirtschaftsunternehmen können sich in einem Bündnis für Verbraucherbildung politisch und finanziell engagieren.

Wirtschafts-Experte

Finanzielle Beteiligung in Fonds oder Stiftungen, um Verbraucherbildung zu fördern. Eine Bedingung wäre keine namentliche Nennung bei Themen, Nennung als Stifter wäre ok. Darüber hinaus keine Unterrichtsbeteiligung (schlechte Beispiele von A. und N.), denn es bleibt das Risiko der unkritischen Lehrkräfte.

Politik-Experte

Wichtig sind ein ehrlicher Umgang und Transparenz (Clearing Stelle), eine Poolfinanzierung und eine neutrale Plattform. Zum Beispiel McDonalds, die hatten gutes Unterrichtsmaterial, aber sind wegen ihrem Logo gescheitert, vor ca. 5 Jahren.

Wirtschafts-Experte

Lehrkräfte n = 971; Angaben in Prozent

Wer oder was hat den stärksten Einfluss auf die Verbesserung der schulischen Verbraucherbildung

Experten

- ▶ Politik hat mit Top-Down-Ansatz größten Einfluss (17)
- ▶ Bildung der Lehrkräfte prägt Verbraucherbildung wesentlich (14)
- ▶ Bottom-Up-Ansatz hat starken Einfluss / Engagement von Lehrkräften und Schulleitungen (10)
- ▶ Verankerung in schulischen Lehrplänen ist zentral (8)
- ▶ bundesweite Bildungsstandards haben Relevanz (6)
- ▶ Bewusstsein / Verständnis in der Gesellschaft sind von hoher Wichtigkeit (3)
- ▶ Kooperationen / Aktionsbündnisse sind maßgebend (3)
- ▶ Einfluss von Schülern und Eltern ist bedeutsam (2)

Sehr gut ausgebildete Lehrkräfte sind nötig, um nicht deduktives Wissen hervorzubringen, sondern Eigenrecherche und -bewertung bei Schülern zu fördern.

Politik-Expertin

Es braucht eine gesellschaftliche Stimmung dafür. Das heißt, dass es als zentrales Thema angesehen wird. Es nutzt nichts, wenn der vzbv nur etwas dazu sagt, dass muss weiter gehen.

Politik-Experte

Eine Gesamtstrategie, die auf Kooperation von Verbraucherorganisationen, Wirtschaft und Politik setzt, ist erfolgversprechend.

Wirtschafts-Experte

Den größten Einfluss hat der politische Wille, ohne den können sich alle anderen abstrampeln.

Bildungs-Experte

Experten: n = 30; Mehrfachnennungen möglich

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Ingo Schoenheit

imug Beratungsgesellschaft
für sozial-ökologische Innovationen mbH

Brühlstraße 11
30169 Hannover

T 0511. 12196-0
F 0511. 12196-95

www.imug.de