

VERBRAUCHERBILDUNG AN SCHULEN – FOKUSGRUPPENBEFRAGUNG MIT LEHR- KRÄFTEN

Aktuelle Umsetzung, Probleme und Bedarfe aus Sicht der Lehrkräfte

im Auftrag des Verbraucherzentrale Bundesverbands e.V.

18. September 2023

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impressum

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**

Team Verbraucherbildung
verbraucherbildung@vzbv.de

Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. ist im Deutschen Lobbyregister und im europäischen Transparenzregister registriert. Sie erreichen die entsprechenden Einträge [hier](#) und [hier](#).

Durchführung: eye square GmbH | Schlesische Str. 29-30 | D-10997 Berlin | www.eyesquare.com

INHALT

I. INHALT	3
1. Hintergrund	3
2. Forschungsziele	3
3. Methodisches Vorgehen und Stichprobe	4
4. Ergebnisse	5
4.1 Initiales Verständnis von Verbraucherbildung	5
4.2 Resonanz zur Empfehlung der Kultusministerkonferenz	6
4.3 Einordnung der Themenfelder der Verbraucherbildung	8
4.4 Beispielhafte Umsetzung von Verbraucherbildung an den Schulen	9
4.5 Äußere Phänomene und Einflüsse auf die Umsetzung	11
4.6 Individuelle und strukturelle Probleme bei der Umsetzung	12
5. Änderungsideen und Entwicklungspotenziale für Verbraucherbildung an Schulen	17
II. ANHANG	23

I. INHALT

1. HINTERGRUND

Verbraucherbildung an Schulen ist ein wichtiger Hebel, um Kinder und Jugendliche zu befähigen, informierte Entscheidungen als Verbraucher:innen von Produkten und Dienstleistungen zu treffen, wobei im Optimalfall soziale, ökonomische und ökologische Aspekte berücksichtigt werden.

Die Empfehlung der Kultusministerkonferenz (KMK) aus dem Jahr 2013 zur Verbraucherbildung an Schulen hat das Ziel, dass Verbraucherbildung in den Unterricht integriert und während der gesamten Schulzeit der Kinder und Jugendlichen berücksichtigt wird. Nach zehn Jahren zeigt sich jedoch, dass die Umsetzung von Verbraucherbildung an Schulen noch immer nicht systematisch in allen Schulformen und Klassenstufen erfolgt. Nur in der Hälfte der Bundesländer wurde Verbraucherbildung über Rahmendokumente oder Curricula verankert. Hierbei gibt es eine Vielzahl von Umsetzungsvarianten.

Neben der curricularen Verankerung gibt es in einigen Bundesländern Unterstützungsmaßnahmen zur Etablierung von Verbraucherbildung, wie Materialsammlungen, konkrete Unterrichtseinheiten oder Beispielcurricula. Allerdings variieren die Angebote je nach Bundesland sehr stark. Es gibt zudem nur wenige explizite Aus- und Weiterbildungsangebote zu diesem Thema, wodurch angehende Lehrkräfte häufig nicht ausreichend mit den Inhalten vertraut gemacht werden und diese nicht angemessen unterrichten können.

Der Blick in die Curricula der Bundesländer zeigt ernüchternde Ergebnisse hinsichtlich der Umsetzung der KMK-Empfehlung von 2013 auf. Defizite und Herausforderungen sind offensichtlich, was die Notwendigkeit einer gründlichen Untersuchung dieses Themas unterstreicht. Die vorliegende Studie zielt darauf ab, die Probleme genauer zu untersuchen und Lösungsansätze zu entwickeln, um Verbraucherbildung an Schulen nachhaltig zu stärken. Dabei steht die Perspektive der Lehrkräfte im Fokus.

2. FORSCHUNGSZIELE

Vor dem Hintergrund der angerissenen Defizite bei der Umsetzung von Verbraucherbildung an Schulen wurden folgende Forschungsziele definiert:

❖ Identifikation von Hindernissen

Es sollen bestehende Probleme, Hindernisse und Schwierigkeiten bei der Umsetzung von Verbraucherbildung in der Schule aus Sicht der Lehrkräfte erfasst werden.

❖ Erfassung der Bedarfe von Lehrkräften

Außerdem sollen Bedarfe der Lehrkräfte hinsichtlich der Gestaltung des Verbraucherbildungsunterrichts und der Integration von Verbraucherbildung in andere Fächer, Projektarbeiten und den Lernort Schule ermittelt werden. Hierbei soll herausgefunden werden, welche Unterstützung und Ressourcen Lehrkräfte benötigen, um eine effektive Unterrichtsgestaltung und Schulentwicklung im Bereich Verbraucherbildung zu ermöglichen.

❖ Generierung von Lösungsansätzen und Veränderungsideen

Erforderliche Veränderungen an den schulischen und den strukturellen Rahmenbedingungen sollen aus Sicht der Lehrkräfte identifiziert werden. Dabei werden konkrete Ideen und Vorschläge gesammelt, wie Verbraucherbildung in der Praxis gestärkt werden kann.

Durch Einblicke in die Erfahrungen und Perspektiven der Lehrkräfte soll ein umfassendes Verständnis der Probleme, Bedarfe und Veränderungsmöglichkeiten im Bereich Verbraucherbildung erlangt werden. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen als Grundlage dafür dienen, Empfehlungen für eine verbesserte Umsetzung von Verbraucherbildung an Schulen sowie für die Optimierung der strukturellen und schulischen Rahmenbedingungen zu entwickeln.

3. METHODISCHES VORGEHEN UND STICHPROBE

Um Einblicke in die Erfahrungen und Perspektiven der Lehrkräfte zu gewinnen, wurden drei Fokusgruppen durchgeführt. Der besondere Zugewinn von Fokusgruppen liegt einerseits in der Gruppendynamik. In einer Fokusgruppe können mehrere Personen gleichzeitig ihre Meinungen, Erfahrungen und Perspektiven zu einem bestimmten Thema austauschen. Dadurch entsteht ein interaktiver Diskussionsprozess, in dem die Teilnehmenden sich gegenseitig anregen und ergänzen können. Andererseits bieten Fokusgruppen eine effiziente Möglichkeit mehrere Personen gleichzeitig befragen zu können, wobei in kurzer Zeit eine große Menge an Informationen gesammelt werden kann.

Jede Fokusgruppe orientierte sich inhaltlich an den Forschungszielen. Dabei wurde in allen Fokusgruppen folgender Ablauf eingehalten:

- Vorstellungsrunde
- Erste Assoziationen der Teilnehmenden zu Verbraucherbildung
- Präsentation der Empfehlung der Kultusministerkonferenz aus dem Jahr 2013 sowie eine generelle Beschreibung von Verbraucherbildung (an Schulen) durch die Moderator:innen, um eine gemeinsame Diskussionsgrundlage zu schaffen
- Beispiele und Diskussion aktueller Umsetzung von Verbraucherbildung an Schulen
- Reflektion der Hindernisse bei der Umsetzung von Verbraucherbildung
- Erarbeitung und Diskussion möglicher Lösungsansätze

Die Gruppen wurden am 24.05. und 25.05. sowie am 30.05.2023 realisiert. Die Länge einer Fokusgruppe betrug 120 Minuten und wurde remote durchgeführt. Insgesamt haben N=28 Lehrkräfte an der Studie teilgenommen. Die Teilnehmenden wurden in drei Fokusgruppen aufgeteilt, wobei jede Gruppe eine bestimmte Schulstufe repräsentierte.

1. (N=8) Fokusgruppe mit Lehrkräften, die an einer Grundschule tätig sind.
2. (N=10) Fokusgruppe mit Lehrkräften, die in der Sekundarstufe 1 unterrichten.
3. (N=10) Fokusgruppe mit Lehrkräften, die die Sekundarstufe 2 abdecken.

In der Stichprobe wurde außerdem eine ausgewogene Zusammensetzung im Hinblick auf Alter, Berufserfahrung und Geschlecht angestrebt. Eine weitere wichtige Dimension der Stichprobe war die Berücksichtigung verschiedener Bundesländer, um zu gewährleisten, dass die Meinungen und Erfahrungen von Lehrkräften aus verschiedenen Regionen Deutschlands berücksichtigt werden.

In jeder Fokusgruppe wurde angestrebt, dass 50 Prozent der Lehrkräfte mindestens eines der Fächer aus den Gesellschaftswissenschaften oder dem Bereich Wirtschaft-Arbeit-Technik/Arbeitslehre/ Wirtschaft-Technik-Haushalt/Soziales und Deutsch unterrichteten. Die andere Hälfte unterrichtete andere Fächer wie Ethik, Religion, Philosophie,

Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften oder Fremdsprachen. Dieser Ansatz ermöglichte es, die Vielfalt der Fachrichtungen abzudecken und unterschiedliche Perspektiven auf die Verbraucherbildung zu erhalten.

Im folgenden Bericht werden die Ergebnisse der Fokusgruppen detailliert dargestellt. Dabei werden die Ergebnisse systematisch nach der thematischen Gliederung der Fokusgruppen dargestellt, wobei allgemeinere und gemeinsame Aspekte der Schulstufen sowie spezifische Aspekte und Unterschiede herausgestellt werden.

In dieser Auswertung spielen konkret formulierte Aussagen der Teilnehmenden und auch die Interpretation der im Subtext mitschwingenden Emotionen und Annahmen sowie der Gesprächsdynamik eine wesentliche Rolle. Aussagen müssen immer vor dem Hintergrund einer qualitativen Stichprobe gesehen werden.

4. ERGEBNISSE

4.1 Initiales Verständnis von Verbraucherbildung

Zum Einstieg in das Thema wurden jeweils erste Assoziationen und individuelle Erklärungen zum Verständnis von Verbraucherbildung erfragt. In allen drei Gruppen weisen die Assoziationen Verbindungen zu allen Themenbereichen der Verbraucherbildung auf. Auffällig ist, dass es in der Gruppe der Grundschullehrkräfte besonders viele und treffende Assoziationen gibt. Assoziationen sind hier beispielsweise *„kompetenter Umgang mit Konsumgütern“*, *„Überproduktion von Lebensmitteln“*, *„Medienkonsum“*, *„Beeinflussung durch Werbung und Manipulation“*, *„nachhaltiger Verbrauch von Ressourcen“* (FG1). Bei den Lehrkräften der Sekundarstufe 1 und 2 wirken die Reaktionen dagegen deutlich verhaltener. Sie benennen zwar Assoziationen, wie *„auf Plastik verzichten“*, *„Fairtrade“*, *„Influencer“* und *„Durchschauen von Werbestrategien“* oder *„ökonomische Bildung“*; eine der ersten Reaktionen ist aber auch: *„Ich kenne das Wort nicht.“* (FG2)

Verbraucherbildung scheint als zusammenfassender Begriff für die unterschiedlichen Themenfelder Finanzen, Marktgeschehen & Verbraucherrecht, Medien & Information, Ernährung & Gesundheit und Nachhaltiger Konsum & Globalisierung sowie die spezielle Perspektive und Reflektion der eigenen Rolle im Konsummarkt wenig bekannt. Die Herleitung einer möglichen Bedeutung vor allem im Kontext Schule gelingt jedoch rasch.

Erwartungsgemäß orientieren sich die Assoziationen der Lehrkräfte zu Verbraucherbildung häufig an den altersabhängigen Fähigkeiten und Interessen der eigenen Schüler:innen. Aus diesem Grund liegt die Assoziation mit Themen wie z. B. Steuern oder Finanzprodukten für Lehrkräfte der Sekundarstufen 1 und 2 näher als für Lehrkräfte an einer Grundschule.

„[Name] hat vorhin gesagt, dass sie das eher auch in der Grundschule kennengelernt hat. Ich finde die Themen auch eher in der Sekundarstufe 1 wieder, weniger in der Oberstufe, aber denke schon, wenn man es über die gesamte Schullaufbahn denkt, dass man dann natürlich in der Oberstufe ja auch eine dementsprechende thematische Tiefe erreichen kann und, dass das dann die Schüler auch im Umgang mit dem Lebensalltag weiterbringen würde.“ (FG3)

„[In den Klassen] Fünf, sechs, sieben, das betrifft bei mir allerdings nur die Themen Ernährung, Gesundheit und nachhaltiger Konsum. Also was Umwelt angeht und gesunde Lebensführung, Ernährung, woher kommt das, was ich esse und auch dieses exzessive Klamottenkaufen und so was.“ (FG2)

Die Assoziationen münden in der Fokusgruppe der Grundschullehrkräfte in eine Diskussion darüber, in welchen Unterrichtsfächern Verbraucherbildung verortet werden kann. Eine erste Stimme, die eine eindeutige Zuordnung zum „Sachunterricht“ vorschlägt und Verbraucherbildung aus anderen Fächern ausklammert, wird im weiteren Verlauf von anderen überstimmt, welche der Auffassung sind, die Themen der Verbraucherbildung auch in andere Fächer, wie Gesellschaftswissenschaft, Deutsch und Mathematik gedanklich integrieren zu können.

„Ich würde der Kollegin, die fragt [was Verbraucherbildung ist], sagen, dass es im Sachunterricht verortet ist, da, ja, das war es. [Weil] Das ist das Themenfeld Markt, also es gehört im Rahmen der Planung dazu, also wenn man sich fragt, wieso im Sachunterricht dann, ja, weil, weil es nicht in Mathe oder in die anderen Fächer reinpasst.“ (FG1)

Eine ähnliche Dynamik zeigt sich auch bei Lehrkräften der höheren Stufen. Besonders Lehrkräfte, die Fächer unterrichten, bei denen Verbraucherbildungsthemen gedanklich nicht besonders naheliegen (z. B. Biologie, Sport, Englisch etc.), besteht die Tendenz, Verbraucherbildung zunächst außerhalb der eigenen Fächer zu verorten (z. B. in Fächern wie Politik oder Deutsch). Zudem manifestiert sich die gedankliche Strukturierung von Verbraucherbildung eher als separates Thema oder Fach, welches nicht unbedingt in Verbindung zu anderen Fachinhalten zu stehen scheint.

4.2 Resonanz zur Empfehlung der Kultusministerkonferenz

Im weiteren Verlauf wurde allen teilnehmenden Gruppen die Empfehlung der Kultusministerkonferenz „Verbraucherbildung an Schulen“ aus dem Jahr 2013 sowie eine kurze Definition von Verbraucherbildung vorgestellt.

Die Empfehlung ist zumeist unbekannt. Nur in wenigen Fällen wird ein explizites Wissen über die Empfehlung der Kultusministerkonferenz erwähnt. Eine einzige Lehrkraft verweist darauf, dass Verbraucherbildung in das Gesamtschulkonzept ihrer Schule integriert ist und die Schulleitung die Empfehlung vorgestellt hat.

Lehrkräfte schätzen Verbraucherbildung als äußerst wichtig für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen in der Schullaufbahn ein. *„Die Themen (sind) auf jeden Fall sehr, sehr wichtig. Aus der individuellen Perspektive der Schüler heraus sehe ich einen großen Mehrwert darin, sich auch über die Schullaufbahn hinweg eine längere Zeit damit zu beschäftigen.“* (FG3)

Besonders hervorgehoben wird dabei, dass viele Themen der Verbraucherbildung im Gegensatz zu anderen Inhalten der Curricula besonders lebensnah sind. *„Etwas mehr Leben, etwas weniger Goethe.“* (FG3)

Anknüpfend an die Einschätzung der Wichtigkeit von Verbraucherbildung stellt sich für Lehrkräfte jedoch die Frage, wie diese Themen in die aktuellen Curricula integriert werden sollen, da diese bereits jetzt zu umfangreich und häufig kaum erfüllbar erscheinen. Diskutiert wird zudem, inwiefern das Elternhaus bei diesen Themen in der Verantwortung steht und ob Eltern dies leisten können. An dieser Stelle ist zumeist eine große

Frustration der Lehrkräfte zu spüren, die den Eindruck haben „von oben“ mit zwar sinnvollen Anforderungen und guten Ideen konfrontiert zu werden, welche jedoch in der Praxis nicht umsetzbar zu sein scheinen und die Lehrkräfte damit dauerhaft unter Druck setzen. Aus diesem Grund entsteht in allen Gruppen synergetischer Zuspruch zu der Position, dass für die Integration neuer Themen zwangsläufig alte Themen wegfallen müssen.

„Ja, genau. Ich habe gerade nur noch mal nachgeguckt, was einer sagte, die Verbraucherbildung ist bei uns im Rahmenlehrplan eins von zwölf, nee, von dreizehn übergeordneten Themen. Das muss man vielleicht auch noch mal sagen. Also wenn ich noch zwölf andere habe, dann ist natürlich auch die Frage, was soll ich denn alles machen? Demokratie ... (undeutlich), Gesundheitsförderung, Gender-Mainstreaming, kulturelle Bildung, Mobilität und Verkehrserziehung ... Also das ist auch die Frage. Wenn die KMK das möchte, dann, was ist von den anderen zwölf unwichtig? Also das sind nur die übergeordneten Themen, nicht mal die Fachthemen. Also das ist manchmal, glaube ich, auch so – böse jetzt von mir – das ist so ein bisschen Name Dropping. Das lese ich und vergesse es und dann ist das auch so ein bisschen die Schwierigkeit für mich jetzt, weil ich kann nicht alles machen.“ (FG2)

„Also ich habe ganz oft das Gefühl, dass sie denken, dass wir jetzt ein bestimmtes Thema behandeln müssen, weil es sehr wichtig ist für die Schülerinnen und Schüler, aber sie machen sich nicht so 100-prozentig Gedanken über die Umsetzung. Und auch in den letzten Jahren kam immer noch mehr dazu, was wir jetzt machen müssen, was ein wichtiger Aspekt ist, aber es wurde gar nicht geschaut, ob das überhaupt alles noch machbar ist, [...]“ (FG2)

„Ja, ich denke, das deckt auf jeden Fall ziemlich wichtige aktuelle Themenfelder ab. Ist bloß die Frage wie man das jetzt noch, also fällt dafür raus aus dem Lehrplan, dass man das integrieren kann, weil das sind ja echt große Themen die man lange behandeln kann, um es den Kindern auch irgendwie realitätsnah beizubringen.“ (FG1)

Um mit diesem Druck umzugehen, wird mitunter eine passivere Position eingenommen, bei der die wahrgenommenen Anforderungen „von oben“ zurückgewiesen werden. Dabei spielt folgendes Argumentationsschema eine Rolle. *„Es wird ja schon bestimmt irgendwie in den Lehrplänen sein, wenn es zehn Jahre alt ist.“* (FG1)

Der Tendenz, Verbraucherbildungsthemen im Zusammenhang mit den eigenen Fächern zu sehen, steht im Kontext einer Integration in den eigenen Unterricht eine andere Richtung entgegen; nämlich die Suche nach anderen Verantwortlichen, z. B., weil nicht Lehrkräfte, sondern die Eltern oder Lehrkräfte anderer, der Verbraucherbildung nächstehenden Fächer, verantwortlich sein sollen. Die Notwendigkeit, Verbraucherbildung verstärkt in den Unterricht zu integrieren, wird hierdurch verneint oder zumindest in Frage gestellt.

Durch längeren Austausch gewinnen Lehrkräfte aller Stufen häufig den Eindruck, dass viele Aspekte der Verbraucherbildung nicht zwingend neue Themen sind, *„auch wenn es nicht (explizit) im Lehrplan steht.“* (FG1) Es entsteht der Eindruck, dass es große inhaltliche Überschneidungen zu Themen der aktuellen Lehrpläne mit Verbraucherbildung gibt und daher vieles bereits umgesetzt wird. Vor dem Hintergrund, dass Aspekte

der Verbraucherbildung in verschiedenen Fächern behandelt werden, bringt eine Lehrkraft an: *„Ist schon relativ gut im Lehrplan verortet, man müsste es vielleicht mehr zusammenführen, ähnlich wie man es bei Medienkompetenz auch macht, wo man sagt, ok, in welchem Fach können wir in welcher Jahrestufe einen Beitrag leisten.“* (FG3)

Bis auf wenige thematische Ausnahmen (v. a. Finanzen) scheint Verbraucherbildung bisher jedoch am stärksten in der Grundschule verortet. Dieser Eindruck wird durch Lehrkräfte gestützt, die früher an einer Grundschule tätig waren und dann auf weiterführende Schulen wechselten.

„[Verbraucherthemen finden vor allem in der Grundschule statt], dann geht es so *schleichend in die Oberschule und da findet es nur noch mit Biegen und Brechen statt.*“ (FG3) Diese Schiefelage des Schwerpunktes erklären Lehrkräfte teilweise mit der größeren Freiheit in der Themenwahl in der Grundschule gegenüber den späteren Stufen der Schullaufbahn, in denen ein deutlich strikterer Lehrplan mit Blick auf etwaige Abschlüsse und Prüfungen eingehalten werden muss.

4.3 Einordnung der Themenfelder der Verbraucherbildung

Lehrkräfte bewerten Verbraucherbildung generell als sehr wichtig für die Entwicklung ihrer Schüler:innen. Alle vier Themenbereiche (Finanzen, Marktgeschehen & Verbraucherrecht, Ernährung & Gesundheit, Medien & Information, Nachhaltiger Konsum & Globalisierung) werden als relevant erachtet.

Die individuelle Bewertung der Wichtigkeit der vier Themenbereiche variiert aus verschiedenen Gründen. Sie ist unter anderem davon abhängig, inwiefern die Themen bereits in die Lehrpläne integriert sind und welche Themen aus diesem Grund schon ausreichend bzw. noch nicht behandelt werden. Außerdem ist die Gewichtung abhängig von der Schulstufe und den eigenen Fächern, die eine individuelle Perspektive auf Verbraucherbildung bedingen.

Die Themen „Medien“ und „nachhaltiger Konsum“ werden über die Schulstufen hinweg dauerhaft als sehr relevant eingeschätzt, wohingegen sich die Wichtigkeit des Themas „Ernährung“ mit steigender Schulstufe verringert und die Relevanz des Themas Finanzen mit steigender Schulstufe erhöht. Diese Bewertung entsteht unter anderem durch die Annahme, dass im Kindesalter der Grundstein für das Essverhalten, eine gesunde Ernährung und die Körperentwicklung gelegt wird, weshalb das Veränderungs- bzw. Beeinflussungspotential stärker erscheint als bei Jugendlichen, die bestimmte Verhaltensmuster bereits stark verinnerlicht haben. Zudem erscheint das Thema Ernährung im ersten Moment häufig leichter zu vermitteln, was daran zu sehen ist, dass in diesem Kontext von vielen praktischen Beispielen der Umsetzung berichtet wird.

Anders beim Themengebiet Finanzen. Das Thema Finanzen kann jüngeren Kindern zwar durch konkrete Beispiele mit Taschengeld erfahrbar gemacht werden, gewinnt jedoch mit zunehmendem Alter deutlich an Relevanz und praktischer Umsetzbarkeit. Dies liegt an der Einschätzung, dass Jugendliche bewusstere Konsumententscheidungen treffen und die Zusammenhänge durch das allgemeine Verständnis der Organisation von Gesellschaft und Kultur greifbarer werden. Dieser Aspekt wird als besonders wichtiges Kriterium herangezogen, wenn entschieden werden soll, welche Themenfelder durch welche konkreten Inhalte abgebildet werden können.

„[...] bei meinen Schülern, die halt auch noch sehr jung sind, ist Finanzen vielleicht einfach noch ein bisschen komplex. Da fangen wir natürlich an mit Ernährung. Ernährung ist Alltagsdeutsch, also auch vom Deutschen her das Einfachste. Und dann

„arbeite ich mich da hoch, also ich versuche natürlich schon auch, irgendwie in Richtung Finanzen dann was zu machen. Medienwelten sowieso, also dass die schauen, wie sie/ welche Spuren sie im Internet hinterlassen. Also das ist ein ganz großes Thema und, glaube ich, auch ein dankbares Thema, weil sie da selber, ja, ihre Erfahrungen sammeln oder gesammelt haben. Also da kann, glaube ich, eigentlich fast jeder was zu sagen.“ (FG2)

„Nachhaltiger Konsum, finde ich, ist immer wichtiger. Vor allem, weil jetzt Fridays for Future in den letzten Jahren immer mehr an Aufmerksamkeit gewonnen hat. Oder die Klima-Aktivisten, das findet schon sehr viel Anklang. Aber was unheimlich wichtig ist für die Heranwachsenden, denke ich, ist so der Umgang mit Medien. Das ist auch ein großer Schwerpunkt bei uns im Fach in PoWi, und Finanzen dann ab der zehnten Klasse auf jeden Fall auch.“ (FG2)

4.4 Beispielhafte Umsetzung von Verbraucherbildung an den Schulen

Beim Vergleich der Gruppen der Lehrkräfte fiel auf, dass Lehrkräfte der Grundschule sehr viele konkrete Beispiele benennen konnten, wie Verbraucherbildung umgesetzt wird, etwa durch Ausflüge, Projektstage, bzw. -wochen oder Gesamtintegration in der Schule. Hingegen bezogen sich die Beispiele mit steigendem Alter der Schüler:innen eher auf die Einbindung einzelner Inhalte bzw. Überschneidungen mit dem Fachunterricht.

Grundschullehrkräfte berichten beispielsweise von folgenden Aktivitäten, wie Verbraucherbildung auf der Schulebene integriert wurde:

- ❖ „No sugar“ als Schulkonzept, bei dem darauf geachtet wird, dass Kinder generell keine zuckerhaltigen Lebensmittel in der Schulzeit verzehren. Auch die Eltern wurden hier verstärkt durch eine vorausgehende Bewerbung an der Schule sowie durch Elternabende in das Projekt mit eingebunden.
- ❖ Energieeinsparprogramm an Potsdamer Schulen bei dem verschiedene Klassen Energie- und Ressourceneinsparungen (z.B. Papierrecycling) durchführen und am Ende des Schuljahres Sieger gekürt werden, die am meisten eingespart oder recycled haben.

Lehrkräfte der Sekundarstufe 1 berichten beispielsweise von folgenden Maßnahmen, die auf der Schulebene integriert wurden.

- ❖ „Medienführerschein“ für alle Jahrgangsstufen, bei dem unterschiedliche Kompetenzen im Umgang mit Medien erworben werden. Der Medienführerschein ist hier unter anderem in dem Fach „IT“ integriert.
- ❖ „Schülerfirma“, bei der Schüler:innen Hot-Dogs für den Pausenverkauf anbieten und dabei die Organisation des Personals und die Finanzplanung praktisch lernen können.

In den beiden Schulstufen Grundschule und Sekundarstufe 1 existieren ebenfalls diverse kleinere Lernsettings, wie:

- ❖ Gemeinsame Zubereitung gesunder Lebensmittelalternativen (z.B. selbstgemachter statt gekaufter „Zucker-Müsliriegel“) (Grundschullehrkräfte)
- ❖ Einladen von Expert:innen oder Vertreter:innen von Unternehmen:

- „Gesundes Pausenbrot“, bei dem der Einkauf durch eine große Molkereimarkte re-finanziert wird, wenn auch deren Produkte gekauft werden und gesunde Vor-schläge für Frühstücksbrote, gemeinsam mit den Kindern, erstellt werden. (Grund-schullehrkräfte)
- Verschuldungsprävention: über 2-3 Tage besuchen Expert:innen die Schule, um den Umgang mit Geld, Verträgen, Schulden, etc. näherzubringen (Sekundarstufe 1)

Lehrkräfte der Sekundarstufe 2 berichten kaum von derartigen Projekten und Ausrich-tungen auf Schulebene, sondern beschränken sich auf einzelne Beispiele, wie Themen der Verbraucherbildung, die in einzelnen Aufgaben des regulären Unterrichts aufgegrif-fen werden, wie:

- Die Berechnung von Materialverschwendung als Extremalproblem in der Kurven-diskussion.
- Klima & Energie als wesentliches Thema der Einführungs-Phase im Fach Politik

Im Hinblick auf die unterschiedlichen Lernsettings werden diese je nach Schulstufe an-ders bewertet. Hierzu lassen sich folgende Tendenzen festhalten.

Besonders bei Jüngeren bewerten die befragten Lehrkräfte eher praktische und kon-krete (zum Teil sinnlich erfahrbare) Lernsettings als deutlich geeigneter, weil damit eine höhere Aufmerksamkeit sowie ein nachhaltiges Interesse bzw. die Umsetzung des Ge-lernten wahrscheinlicher wird. Als geeignete Lernsettings werden hier beispielsweise Ausflüge oder das Einladen von externen Personen erwähnt.

„Der Unterrichtsalltag kann sehr langweilig sein für unsere Kinder oder zu einem Trott werden, und wenn dann mal externe Personen kommen und das gestalten, dann ist das für die Kinder auf einmal viel interessanter und motivierender.“ (FG1)

„Oder mit ihnen zusammen einkaufen gehen, sie sollen dann schauen, woher die/das Obst und Gemüse kommt und so weiter. Also viel mehr halt, in dem Sinne, dass man mit ihnen was Praktisches macht, als ihnen das zu erklären.“ (FG2)

Lehrkräfte der niedrigeren Schulstufen berichten von vielen Angeboten von Unterneh-men, die Exkursionen oder Schulbesuche zu bestimmten Themen offerieren. Die Be-wertung davon ist sehr heterogen. Besonders positiv wird hervorgehoben, dass hier häufig eine höhere Motivation bei den Schüler:innen erzeugt wird, weil sie mit etwas Neuem in Kontakt treten können (sei es die Vermittlung durch eine andere Person als die Lehrkraft, oder die Expert:innenperspektive durch einen Wirtschaftshintergrund). Als negativ hingegen wird die Werbefunktion für das jeweilige Unternehmen erachtet.

„Und zur gesunden Ernährung gibt es in Berlin zumindest ja dieses [Krankenkasse] Programm in den vierten Klassen, da bekommt man noch ganz, ganz viel Materia-lien. Machen so auch Theaterprojekte, wo man Kinder einlädt, wo es ihnen darum geht, was gesunde Ernährung ist und wie die Pyramide aussieht und so weiter, also das ist auch ganz gut aufbereitet.“ (FG1)

Ein anderer Aspekt ist die Wichtigkeit des Lebensweltbezugs. Lehrkräfte berichten be-sonders positive Ergebnisse beim Verständnis des Unterrichtsinhaltes (z. B. Extremal-

problem), wenn dieser mit konkreten Beispielen (z. B. Berechnung von Verpackungsverbrauch) verbunden wird. Auch ist das Engagement der Schüler:innen deutlich höher, wenn diese eigene Themen in den Unterricht einbringen dürfen (z. B. „Wie führe ich eine Überweisung aus?“, „Ich werde auch oft nachgefragt, gerade so Finanzprodukte, Geldanlage.“ [FG2])

4.5 Äußere Phänomene und Einflüsse auf die Umsetzung

Obgleich es in den Fokusgruppen viele Beispiele für die Umsetzung von Verbraucherbildung an Schulen gibt, variiert die Einschätzung der Lehrkräfte, ob ihre Schüler:innen gut auf das Leben als Konsument:in vorbereitet sind, stark.

Einfluss der sozialen Herkunft und des Elternhauses

Lehrkräfte sehen häufig eine Herausforderung durch große soziale Unterschiede. So kommt es u. a. anderem zu folgender Antwort auf die Frage, wie gut die Schüler:innen – in Noten ausgedrückt – auf das Leben als Konsument:in vorbereitet sind:

„Bei mir an der Schule, ich bin da zwischen zwei Bezirken, ist das zwischen Vier und Eins. Also es kommt darauf an, welche Postleitzahl die Kinder haben und dann kann das super oder schlecht sein. Also die einen kommen aus Prenzlauer Berg und gehen mit den Eltern immer in den Bioladen einkaufen und die anderen sind halt nicht gehobene Schicht, da ist es dann eher Vier. Da reicht das Geld am Ende zum Überleben und dann wird die Billigpizza gekauft, weil sonst gibt es nichts zu essen.“ (FG2)

Das Problem unterschiedlicher sozialer Herkunft sowie der Einfluss des Elternhauses zeigt sich besonders präsent an „Brennpunktschulen“.

„Und dann gibt es natürlich auch die anderen Kinder, die sich in der fünften Klasse immer noch nicht die Schuhe zubinden können. Die haben gerade ganz andere Sorgen als, ja, wie kann ich jetzt nachhaltig sein und wie kann ich Strom sparen.“ (FG1)

Von den Ausgangsbedingungen hängt ab, ob Kinder und Jugendliche zum einen überhaupt den Entwicklungsstand (z. B. sprachliche Fähigkeiten) mitbringen, um sich Verbraucherbildungsthemen kognitiv annähern zu können, und zum anderen, ob sie selbst Themen und Ideen mit in den Unterricht tragen.

Im Subtext schwingt bei Lehrkräften der Grundschule eine besondere Betroffenheit über diese Umstände mit, da sie sich stärker in der Pflicht sehen, Missstände in der Erziehung und Entwicklung der Kinder ausgleichen zu müssen, als Lehrkräfte der weiterführenden Schulen, die eher den Eindruck haben, durch die Elternernziehung bereits stark verinnerlichte Muster nicht mehr durchbrechen zu können.

Ablehnung und Widerstand der Schüler:innen

Ein weiterer diskutierter Aspekt ist die Offenheit der Schüler:innen gegenüber Inhalten der Verbraucherbildung. Hier wird jedoch nicht nur die soziale Herkunft, sondern auch altersspezifisches Verhalten (Pubertät) und die Relevanz für die eigene Lebenswirklichkeit in Verbindung gebracht.

Es entsteht der Eindruck, dass die Klassenstufen 1-4 deutlich einfacher im Hinblick auf Verbraucherbildungsthemen zu motivieren sind als nachfolgende Klassenstufen (v. a.

Sekundarstufe 1). In diesen Stufen beschreiben die Lehrkräfte häufig eine besonders starke Ablehnung bei einer Vielzahl von Themen, beispielsweise:

Nachhaltigkeit: „Schüler fanden das oft langweilig und auch ein bisschen belehrend mit diesem Fairtrade [...]“ Das habe „so eine Belehrung, so eine Nerv-Attitüde [...]“ (FG2)

Ernährung: „Die meisten haben Durstlöscher oder schon Schokoladenriegel in der Frühstück- und Brot-Box.“ Gesündere Ernährung bedeutet im ersten Moment häufig weniger Befriedigung, weil weniger Zucker und Fett enthalten sind, weshalb das Thema „Gesundheit und Ernährung bei Schülern wenig Freude weckt.“ (FG2)

Im Hinblick auf die Schwierigkeit andere Interessensorientierungen in der Pubertät auszugleichen, ist die Wichtigkeit des Lebensweltbezuges an dieser Stelle besonders hervorzuheben.

„[Wenn ein:e Schüler:in] etwas über Altersvorsorge in der Oberstufe erfährt, ist es in dem Moment ja eigentlich für die Schüler völlig irrelevant, solange sie eben noch nicht selbst ihr eigenes Geld verdienen, das sie überhaupt irgendwo anlegen können.“ (FG3)

4.6 Individuelle und strukturelle Probleme bei der Umsetzung

Neben den zum Teil sehr schwierigen sozialen Voraussetzungen sehen sich Lehrkräfte mit individuellen und strukturellen Hindernissen bei der adäquaten Umsetzung von Verbraucherbildung konfrontiert. Häufig sind die Probleme eng miteinander verwoben, weshalb die einzelnen Hindernisse immer als eine Stellschraube im Gesamtkonstrukt verstanden werden müssen.

Volle Lehrpläne und Curricula sowie Unterbesetzung

In allen Schulstufen wird ein genereller Zeitdruck bzw. -mangel angesprochen, der sich aus verschiedenen Aspekten speist. Dabei zeigt sich die Tendenz, dass dieser Zeitdruck bei späteren Schulstufen zunimmt. Ein Grund hierfür ist die zunehmende Fülle der Lehrpläne im Hinblick auf entsprechende Abschlüsse und Klausuren.

„[...] Geographie unterrichte ich dieses Jahr in allen Klassen nur einstündig, weil wir zu wenig Geo-Lehrer haben. Deshalb muss ich sowieso schon Dinge vom Lehrplan rausschmeißen und selber entscheiden, was Priorität hat.“ (FG2)

An vielen Schulen herrscht zudem ein (krankheitsbedingter) Personalmangel, der zu Unterrichtsausfällen führt. So können Inhalte im Vertretungsunterricht nicht über einen längeren Zeitraum behandelt werden und eigentlich getrennte Fächer müssen zusammengelegt werden, weil sie sonst nicht abgedeckt werden können.

„Bei uns in Berlin in meiner Schule wurden drei Fächer (Geschichte, Sozialkunde, ein drittes Fach) zusammengelegt [...] Von daher bin ich da auch nicht in allem firm und Fortbildungen habe ich auch nicht so viele gesehen.“ (FG2)

„[...] strukturell einmal, ist einfach zu wenig Zeit und auch zu wenig Personal.“ (FG1)

„Ich bin froh, wenn der Unterricht überhaupt stattfindet.“ (FG2)

Übersetzungslücke von KMK-Empfehlung zu tatsächlichem Unterricht

Ein weiteres Problem liegt in den unklaren Verantwortlichkeiten. Obwohl sich die KMK-Empfehlung für die Verbraucherbildung ausspricht, gibt es zum Teil keine (klare) Umsetzung auf Länderebene. Lehrkräfte fühlen sich mit den Empfehlungen allein gelassen, da diese zu schwammig sind bzw. es einiger weiterer Übersetzungsschritte von der Empfehlung bis hin zu konkretem Unterrichtsmaterial und zur Umsetzung bedarf. Wenn Lehrpläne hohe Anforderungen stellen, das „Wie“ der Umsetzung jedoch offen bleibt, ist es von der Eigeninitiative der Lehrkraft abhängig, inwiefern sie Verbraucherbildung einbindet. Einige Lehrkräfte sprechen in diesem Kontext sogar von „Selbstdisziplin“: „[...] *das das so ein bisschen meine eigene Selbstdisziplin ist, das Thema nicht hinten überfallen zu lassen.*“ (FG1)

Die geforderte Eigeninitiative bezieht sich auf das Suchen und die Teilnahme an Fortbildungen und auch auf die tatsächliche Umsetzung von Verbraucherbildung im eigenen Unterricht oder an der eigenen Schule. Es wird geäußert, dass auf Schulebene kaum eine Integration von Verbraucherbildung, geschweige denn Unterstützung in Form von finanziellen oder zeitlichen Ressourcen besteht.

„Es kommt mir nur so vor, als wäre es bei uns überhaupt nicht integriert.“ (FG2)

„Bei uns gibt es seit einem Jahr das Pflichtfach Medien, was alle Klassen ein halbes Jahr belegen müssen. Das ist allerdings auch so, dass der Kollege, der das jetzt macht, vorher auf Eigeninitiative eine Fortbildung dazu gemacht hat und dann erst dieses Fach entstanden ist.“ (FG2)

„Ja vielleicht nicht immer nur gute Ideen und Ansätze liefern, sondern auch wirklich konkrete Strategien zur Umsetzung berücksichtigen. Also ich meine, das ist generell das Problem, es gibt immer viele tolle Ideen, was man noch alles machen könnte, aber bei den Ideen halt zu enden, finde ich halt nicht richtig.“ (FG3)

Fehlende Zeit für adäquate Vorbereitung

Nicht allein die Suche nach geeigneten Materialien ist zeitaufwändig, sondern auch die angemessene thematische Vorbereitung und didaktische Anpassung stellt eine bedeutende Herausforderung dar. Das Arbeitspensum der Lehrkräfte ist bereits aufgrund der Anzahl der Fächer, Klassen und Vertretungen sehr hoch.

Die Zusammenarbeit mit externen Partner:innen wird als Möglichkeit betrachtet, um den Unterricht aufzuwerten, den Schüler:innen neue Erfahrungen zu bieten und die Lehrkräfte zu entlasten. Allerdings erfordert die Organisation solcher Kooperationen zusätzliche Zeit und Aufwand.

„Dann ist es auch das Thema Zeit, was die Vorbereitung angeht, das hatte vorhin auch eine Teilnehmerin angesprochen, dass sie ihr persönliches Leben aufgegeben hatte, um da bestimmte Themen ansprechend für die Schüler aufzuarbeiten und das sehe ich auch so als persönliche Schwierigkeit, gar nicht mal unbedingt negativ, sondern ich finde es auch interessant, sich mit bestimmten Themen auseinanderzusetzen, aber es kostet eben wirklich viel Zeit sich mit Themen wie Marketing, Influencer Marketing usw. auseinanderzusetzen.“ (FG 3)

„Da denke ich auch an so ein Kooperationspartner wie z.B. grüne Klassenzimmer, also gut ich bin jetzt Biologielehrerin, das ist jetzt das erste, an was ich denke, aber

damit könnte man es super verbinden, da gibt, es vielleicht eine Pädagogin, die dort arbeitet und wo man zusammen mit der Lehrperson auch schöne Dinge aufgreifen kann und schon alleine das andere Setting nicht mehr den sterilen Klassenraum hat, der regt ja die Kinder dazu, an lernen zu wollen, wenn sie auch was erleben können, das ist halt meine Ansicht. Aber das braucht wieder so viel Organisation, wo ich verstehe das viele sich scheuen und sagen das Projekt ziehen wir uns nicht auch noch auf den Tisch.“ (FG3)

Mangelnde Grundausstattung der Schulen (z. B. Digitalisierung)

An vielen Schulen mangelt es außerdem an einer adäquaten Grundausstattung der Schuleinrichtung. Schulen haben teilweise kein funktionierendes WLAN, arbeiten noch mit Projektoren statt mit digitalen Tafeln usw. Es mangelt an adäquaten Medien und Kücheneinrichtungen, um den Schüler:innen praktische Erfahrungen zu vermitteln. Vorhandene Materialien sind oft veraltet und Digitalisierung ist kaum vorhanden.

„[...] wir haben auch kein WLAN. Also ich bin aktuell in der Steinzeit und da sollte vielleicht erst mal angesetzt werden und, ja, darauf aufbauend kann man dann auch Verbraucherthemen unterrichten. Aber wenn die Basics noch nicht mal da sind, dann wird es schwierig.“ (FG2)

Kein geeignetes Material zur schnellen Verfügung

Die Lehrkräfte berichten, dass die Materialien oft zu generisch gehalten werden, was es schwierig macht, sie in den regulären Fachunterricht zu integrieren. An dieser Stelle muss abermals auf die Schwierigkeit und den großen Bedarf verwiesen werden, dass Inhalte an das entsprechende Alter, den jeweiligen Entwicklungsstand, die Inhalte anderer Fächer usw. angepasst sein müssten.

„Dass ich das irgendwo fertig gefunden hätte, nein. Also mit Sicherheit wird es irgendwo stehen, so was steht auch im Lehrbuch, aber so aufbereitet, dass es den Schülern wirklich Spaß macht und dass man dann auch eine ökologische Diskussion daraus macht, das finde ich jetzt da nicht.“ (FG3)

„Mit dem Material ist immer schwierig und dann ist oftmals das didaktisch Reduzieren aufwändiger als es von Grund auf selber zu machen. Gerade bei solchen Sachen, die ja jetzt nicht wirklich fachspezifisch sind, also wir reden ja jetzt nicht über ein Fach Verbraucherbildung, sondern wir wollen das irgendwie einbinden in die unterschiedlichen Fächer und da dann passendes Material zu haben, zu finden, ist noch mal besonders schwierig.“ (FG2)

Zugleich scheint unklar, wo passende Materialien schnell und einfach gefunden werden können. Es wird berichtet, dass Lehrmaterialien, die über die „normalen Fachbücher“ hinausgehen, häufig sehr schwer zu finden sind und teilweise selbst lange und anstrengende Suchen erfolglos bleiben.

„Ich persönlich finde es unheimlich schwierig, gutes Unterrichtsmaterial zu finden. Um dann nicht jetzt bei einer vollen Stelle dazusitzen und alles selber zusammenzustellen, finde ich, gibt es für diesen Bereich zu wenig oder zu schlechte oder altersgerechte Materialien [...] Ich schaue auch immer mehr im Internet, da wird man auch von den Materialien, sage ich mal, überschüttet, aber das ist ja dann auch etwas, was ich jetzt filtern muss, was ich angemessen für die Schüler finde. Und das ist sehr zeitintensiv.“ (FG2)

Unzureichende Qualifizierung für Verbraucherbildung

Bereits der erste Übersetzungsschritt bei der Wissensvermittlung weist enorme Lücken auf. Lehrkräfte selbst haben häufig nicht den Eindruck, ausreichend im Hinblick auf Verbraucherbildung und deren Vermittlung vorbereitet zu sein. Aus dem eigenen Studium wird z. B. Folgendes berichtet:

„Im Studium, würde ich sagen, war das null Thema. Also vor allem in Politik habe ich die ganze Zeit über internationale Politik gesprochen, aber über solche Aspekte nie.“ (FG2)

Eine Lehrkraft aus der Grundschule berichtet, entsprechende Inhalte im Studium vermittelt bekommen zu haben. Es handelt sich in diesem Fall um eine junge Lehrkraft, die gerade das Referendariat abgeschlossen hat.

Generell findet die Position Zuspruch, dass das Lehramtsstudium in vielen Fällen zu wenig lebensnahe Aspekte aufgreift (wie Verbraucherbildung).

Nur wenige und qualitativ unzureichende Fortbildungsoptionen bekannt

Nicht nur im Studium, sondern auch bei den Weiterbildungsmöglichkeiten fühlen sich Lehrkräfte nicht abgeholt und ausreichend unterstützt. Hier kommen mehrere Aspekte zusammen, die zu diesem Gesamteindruck führen. Die Teilnahme an einer Fortbildung in Verbraucherbildung setzt eine hohe Eigeninitiative voraus. Zum einen, wird angemerkt, dass es keinen Ort gibt, an dem Lehrkräfte gewünschte Fortbildungen etc. finden können und eine Suche nach Fortbildungen, in Anbetracht einer mühseligen Recherche, aufgegeben wird. Zum anderen werden Fortbildungen unter Umständen unter einer Vielzahl von anderen Themen, wie fachspezifischen oder pädagogischen Fortbildungen aufgeführt, weshalb die Verbraucherbildung, in Anbetracht anderer, als wichtiger oder interessanter bewerteten, Themen, wegfällt. Fortbildungen wurden zudem immer im Fächerkontext genannt und nicht für Querschnittsthemen, wie Verbraucherbildung.

Ein weiterer Aspekt ist die Qualität der Fortbildungen, die zum Teil kaum als ausreichend empfunden wird. So wurde beispielsweise die Fortbildung eines pädagogischen Instituts zu dem Thema zwar als inhaltlich spannend beschrieben, sei dabei *„aber weit entfernt davon, wie es Schülern vermittelt werden kann.“* (FG2)

„Ich habe nicht die Werkzeuge an die Hand gekriegt, die ich mir eigentlich gewünscht hätte.“ (FG2)

Mangelnde Unterstützung durch Schulleitung und / oder Kollegium

Zeit- und Personalmangel sind verbunden mit fehlendem Raum, um gedankliche Arbeit in die Unterrichtsgestaltung stecken zu können (Stichwort „Eigeninitiative“) und um zu organisieren, wie fächerübergreifende Themen sinnvoll platziert und abgestimmt werden können. Dieser Raum für Austausch und Diskurs wird zumeist nicht in der Schule (beispielsweise von der Schulleitung) etabliert, weshalb Lehrkräfte häufig keine Möglichkeit sehen und vielerorts im besten Fall als Einzelkämpfer:in zurückbleiben. Teilweise berichten die Lehrkräfte sogar davon, dass sich ihre Arbeit an der Schule eher wie ein „Überleben“ anfühlt, wobei der Blick für Inhalte anderer Fächer und Kolleg:innen unmöglich erscheint. Auch im Kollegium selbst sehen Lehrkräfte teilweise große Hürden, die mit einer Veränderungsunwilligkeit zusammenhängen. Vor allem bei „älteren“ Kolleg:innen wird eine starke Resistenz vermutet, die ein hohes Maß an Passivität

oder sogar aktiven Widerstand gegen Neuerungen wie Austausch zu und Integration von Verbraucherbildung bedeuten könnte.

„Also bei mir habe ich das Gefühl, dass da nicht so der Fokus draufgelegt wird, dass andere Fächer, wie zum Beispiel, ja, Deutsch oder Englisch, wichtiger sind als Verbraucherbildung. Und bei mir ist das Problem, also ich mache das zwar in meinem Unterricht, aber von Seiten der Fachschaft oder von Seiten der Schulleitung wird eigentlich dagegengesprochen: dass es wichtigere Sachen in der Schule gibt. Deswegen ist das für mich das größte Hindernis, sowohl die Schulleitung als auch die Fachschaft.“ (FG2)

„Ich befürchte, dass die fehlende Motivation auch noch aufgenommen werden sollte, in die Liste der Hindernisse. Weil ich mir noch nicht so richtig in der Praxis vorstellen kann, wie das dann so bei Kollegen ankommt, die jetzt so in Richtung Pension steuern und dann plötzlich dann was ganz Neues wieder machen sollen und das geht auch so ein bisschen einher mit vielen Materialien natürlich, wenn die dann vorhanden sind, dann wird da keiner ein Veto einlegen, aber ich glaube die Motivation oder wie motivieren wir uns Lehrer ist auch noch ein Punkt.“ (FG3)

Hohe Bürokratie und hoher Dokumentationsaufwand

Lehrkräfte berichten davon, dass sie bei selbst erarbeiteten Vorschlägen und Ideen für Verbraucherbildungsprojekte enorme bürokratische oder andere schulinterne Hürden meistern müssen, an denen eine tatsächliche Umsetzung scheitert.

Diese, als unnötig empfundene, Bürokratie hindert die Lehrkräfte laut eigener Aussage daran, der eigentlich wichtigen Tätigkeit, nämlich die Kinder und Jugendlichen in ihrer Entwicklung zu unterstützen, adäquat nachzugehen.

„Da habe auch ich schon langsam aufgegeben. Ich mache kaum noch Ausflüge, weil mich das nur noch nervt, mit der ganzen Bürokratie die dahintersteckt und wer in unserer Schule und für welche Kleinigkeit des Unterpunktes wieder zuständig ist usw., ja das Bürokratie-Monster ist bei uns auch leider ganz ordentlich.“ (FG3)

Fehlende Umsetzung von Verbraucherbildung im Alltag

Wie im vorigen Kapitel beschrieben, werden Verbraucherbildungsthemen in der Schule zwar teilweise kurzweilig präsentiert, jedoch im Alltag nicht ausreichend umgesetzt. Die Einbindung der Eltern wäre hierbei entscheidend, was jedoch besonders bei bildungsferneren Familien, in denen häufig keine Motivation für derartige Themen besteht, schwierig ist. Es fehlt an einer aktiven Beteiligung der Eltern bzw. des gesamten Familienkontextes, wodurch eine nachhaltige Umsetzung der Verbraucherbildung kaum möglich erscheint.

„Also ich merke in meiner Schule muss man wirklich ganz, ganz basisch anfangen, weil da nichts von der Elternschaft kommt meistens, ja.“ (FG 1)

„Wenn ich aber über private Altersvorsorge spreche und die Eltern sowas noch nicht mal haben, dann wird es denen ja nie wieder begegnen irgendwo, also erstmal.“ (FG1)

5. ÄNDERUNGSIDEEN UND ENTWICKLUNGSPOTENZIALE FÜR VERBRAUCHERBILDUNG AN SCHULEN

Im Hinblick auf diese vielseitigen und komplexen Problemfelder wurden von den Lehrkräften im Rahmen von Kleingruppendiskussionen verschiedene Lösungsvorschläge erarbeitet, die im Folgenden näher erläutert werden.

Strategie für die Übersetzung der KMK-Empfehlung in den Schulalltag

Die Lehrkräfte betonen die Bedeutung einer konkreten Umsetzung der KMK-Empfehlung und einer klaren Strukturierung in den Lehrplänen der Bundesländer. Diskutiert werden thematische Prioritäten, mögliche Kürzungen von Inhalten und die Notwendigkeit einer verbindlichen Rahmenvorgabe, die bei der Planung und Umsetzung unterstützt und eine einheitliche Struktur gewährleistet.

„Dass es vielleicht ein Verbrauchercurriculum schon gibt für die Schulen, dann handfertig.“ (FG2)

„Dann eben auch in konkreter Umsetzung in den Lehrplan der jeweiligen Bundesländer mit eingebracht wird, und man sich eben Gedanken macht wo setze ich Prioritäten und was streiche ich eben raus oder was nehme ich rein.“ (FG1)

„[...] damit es quasi auch verpflichtend ist und nicht, dass einige Kolleginnen sagen, ja, pfff, nee, mache ich halt nicht, weiß ich jetzt auch nicht so viel drüber, lass ich jetzt mal weg.“ (FG1)

„Deswegen bräuchten wir wirklich einen Leitfaden oder eine Struktur, die uns da wirklich weiterhilft und sagt „ok, das kann man verbinden, das kann man in diesem Zeitraum planen“, dann die Frage halt, ob es abiturrelevant ist oder nicht und dass da ein bisschen mehr Vorgaben für uns einfach da sind.“ (FG3)

Begleitung der Umsetzung durch Bildungsverwaltung

Es wird vorgeschlagen, feste Ansprechpartner:innen oder Teams für bestimmte Bereiche (Länder/Bezirke) zu etablieren, die Verbraucherbildung adäquater an die Bedingungen anpassen können und gleichzeitig Qualitätsmanagement vornehmen.

„Dass es vielleicht auch einen Verbraucherbeauftragten, entweder im Kultusministerium oder im Senat gibt, der dafür verantwortlich ist und der da dann vielleicht das Material, Linklisten oder Unterrichtsideen sammelt und dass die sozusagen bündeln, wenn sie die Idee haben, dass auch da vielleicht jemand dafür vor Ort verantwortlich ist, dass man da, glaube ich, profitieren würde.“ (FG2)

Mehr Austausch / Vernetzung

Lehrkräfte empfinden die aktuelle Organisation mitunter als Top-Down-Anweisung, wobei „tolle“ Empfehlungen seitens höherer Instanzen ausgesprochen werden, die jedoch im Abgleich mit der Realität (vor allem in Hinblick auf Personalmangel, Zeitdruck, soziale Ungleichheit) kaum umsetzbar scheinen.

Hier ist der Vorschlag, den Austausch zu stärken – zwischen Schulen untereinander und mit der Bildungsverwaltung sowie innerhalb einer Schule. Lehrkräfte versprechen sich hiervon eine individuelle Betreuung und Anpassung an die Gegebenheiten vor Ort. So könnte z. B. der Austausch zwischen Schulen unterstützt werden, um voneinander zu lernen und bewährte Praktiken zu teilen.

„Also das ist schon das Problem, dass es kein, also so sehe ich das, keinen Austausch gibt zwischen oben und unten.“ (FG2)

„Holt euch doch die Lehrkräfte rein, holt rein, hört drauf, was beschäftigt die im Alltag und versucht dann die verschiedenen Perspektiven zusammenzubringen, [...] Also einfach versuchen so ein realistisches zielorientiertes Denken reinzubringen und das geht nur, indem man verschiedene Ebenen zusammenholt und miteinander entwickeln lässt.“ (FG3)

„Die Idee mit dem Schulwechsel, die finde ich gigantisch, so ein Perspektivwechsel kann extrem viel zum Nachdenken anregen [...]“ (FG3)

Es sollte ein fester Diskussionspunkt im Lehrendenaustausch etabliert werden, um Verbraucherthemen in verschiedenen Fächern parallel zu behandeln. Dadurch wird eine ganzheitliche Herangehensweise gefördert sowie der Blick der Lehrkräfte für Integrationsmöglichkeiten von Themen geöffnet.

„Was ich persönlich einfach immer wieder brauche ist der Austausch und Kommunikation darüber, sei das durch Fortbildungen, durch Unterstützung der Schulleitung, Kollegen, also einfach der regelmäßige Austausch zu dem Thema.“ (FG1)

Verankerung in der Schule

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Einbindung und Verankerung von Verbraucherbildung in der Schule und im Schulkonzept. Dabei sollen alle relevanten Akteure in den Prozess einbezogen werden, um eine effektive und umfassende Verbraucherbildung zu gewährleisten. Es wird vorgeschlagen, Verantwortliche auf Schulebene zu benennen, um eine klare Verankerung der Verbraucherbildung im gesamten Schulkonzept zu gewährleisten. Dies könnte durch die Bildung eines Schulentwicklungsteams erreicht werden, das eine engere Zusammenarbeit und Abstimmung ermöglicht.

„Wir bräuchten auf jeden Fall auch Kollegen, die solche Projekte in der Schule umsetzen und stützen, weil das von der Schulleitung gerne delegiert wird, aber irgendwo passiert das ja auch mit sehr wenig Deputatsaufwand.“ (FG2)

„Wir fänden es schick, wenn es auch Koordinator, Fachgruppenleiter und dergleichen gäbe, der das übernimmt, dass nicht wirklich jeder einzelne Kollege sich damit beschäftigen sollte, also ein Koordinator klar mit den entsprechenden Anrechnungstunden, ansonsten würde es keiner machen/machen wollen, so dass der sich darum kümmert, dass das wirklich fächerübergreifend gesamtschulisch umsetzbar wäre.“ (FG3)

„[...] dass man im Prinzip nicht so der einzelne Fachkämpfer ist, sondern dass man tatsächlich dieses Gesamtkonzept ein bisschen deutlicher macht auch für die Schülerschaft und für die Kollegen natürlich, und damit dem Ganzen einen ganz anderen Stellenwert einfach bietet und das Bewusstsein für diese Verbraucherbildung damit so ein bisschen schärft.“ (FG2)

„Ich würde das tatsächlich ins Schulentwicklungsteam reingeben.“ (FG2)

Verbraucherbildung als Aus- und Fortbildungsinhalt etablieren

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die Einführung von Verbraucherbildung in die Curricula der Lehrkräfte selbst, wie z. B. im Lehramtsstudium, unabhängig von der Fachauswahl. Lücken im Studium können bei aktuell tätigen Lehrkräften nur durch regelmäßige und eventuell auch verpflichtende Fortbildungen gewährleistet werden, wobei vor allem jene Lehrkräfte mit eingebunden werden sollten, die weniger offen für die Umsetzung von neuen (Verbraucherbildungs-)Themen sind. Diese Fortbildungen müssen zum einen das generelle Verständnis und die Wichtigkeit der Verbraucherbildung näherbringen, aber noch viel wichtiger, konkrete Werkzeuge und Lernsettings vermitteln, die die Lehrer:innen in ihren Unterricht integrieren können, ohne selbst vorher einen enormen Arbeitsaufwand leisten zu müssen.

„Wir sind in der Gruppe der Meinung, dass man generell als Lehrkraft geeignete Fortbildungen braucht/benötigt, dass da noch ein Angebot fehlt. Es sollte der Zusammenhang zwischen dem Unterrichtsfach und der, ja, dem Überbegriff Verbraucherbildung hergestellt werden und dass generell Fachkompetenzen mit den Kompetenzen der Verbraucherbildung miteinander kombiniert werden sollten.“ (FG2)

„Mir ist das Wort „Fortbildung“ noch aufgefallen, das brauchen wir auch ganz dringend, das würde ich nachträglich noch ergänzen, weil auch uns Lehrern erst einmal klargemacht werden muss wie wichtig ist es eigentlich das Thema.“ (FG3)

„Es ist ganz, ganz wichtig, dass die Fortbildungsqualität sich verbessert.“ (FG3)

Es wird der Wunsch geäußert, die Flexibilität des Formats für Fortbildungen zu erhöhen, zum Beispiel indem Online-Selbstlernangebote zur Verfügung gestellt werden.

„[Ein] Zeitfenster sich fortzubilden, gerne auch selbstständig, autodidaktisch; haben wir auch kein Problem mit.“ (FG3)

„[Wir bräuchten] Zeit für Fortbildungen, vielleicht, dass die dann gerne auch online sind und nicht in Präsenz. Oder, dass man die sich individuell abrufen kann, wann man möchte, wann man Zeit hat.“ (FG2)

Plattform für Beispiele, Unterrichtsmaterial und Unterstützungsoptionen

Für die Lehrkräfte ist es wichtig, dass Materialien wissenschaftlich belegt und pädagogisch wirksam sein sollten, um eine fachnahe und altersgerechte Einbindung der Verbraucherbildung zu ermöglichen. Eine Separation von Verbraucherbildung und Fachthemen sollte vermieden werden, stattdessen sollten Verbrauchertemen in den Fachunterricht integriert werden, beispielsweise auch um zeitliche und finanzielle Ressourcen zu schonen. Lehrkräfte wünschen sich eine Datenbank / Materialsammlung, um schnell geeignete Beispiele für den Fachunterricht zu finden, ohne direkt aufwendigere Projekte planen zu müssen.

Diese Datenbank sollte weiterführende Informationen zu finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten, externen Angeboten von Stiftungen oder Unternehmen sowie einfache Antragsverfahren bereitstellen, da Lehrkräfte nicht die Ressourcen haben diese Recherche selbst durchzuführen.

„Und wir würden uns auch über Unterrichtsvorschläge freuen, die dann aber auch veränderbar sind oder editierbar sind, dass man zum Beispiel zum Thema, weiß ich

nicht, "Steuern", da gibt es vielleicht schon eine Idee oder irgendeinen Vorschlag, der für eine Klasse Zehn ist, aber, wenn ich zum Beispiel merke, ja, okay, das Niveau meiner Klasse Zehn ist ein bisschen/also ist nicht so hoch, dass ich das dann selbst verändern kann und nicht noch mal alles irgendwie neu erarbeiten muss." (FG2)

„[...] vorbereitete Materialien, die aber auch in gewisser Weise editierbar, also anpassbar auf die jeweilige Lerngruppe beispielsweise sind. Und die Inspirationen bieten, und so, dass ich dann also nicht mehr damit beschäftigt bin mir zu überlegen, was ich jetzt für Material heranschaffe dafür, um das zu visualisieren. Sondern bei den Lebensmitteln wäre das jetzt zum Beispiel einmal Material, Informationstexte und dazu zum Beispiel eine Karte die den Weg eines Lebensmittels von vom Feld bis in den Supermarkt kennzeichnet und dann noch Beispielprodukte, solche Sachen.“ (FG1)

„Na ja, das einfach schon, das wird ja teilweise auch gemacht von manchen Bundesländern das da Unterrichtsmaterial auf Webseiten zur Verfügung gestellt wird, aber das eben einfach gesagt wird, ok das ist jetzt ein großer Bereich diese Verbraucherbildung und wir stellen da zu allen Teilthemen Unterrichtsmaterialien, die über 1, 2, 3 Stunden tragen zur Verfügung, in einer Art und Weise, die man dann auch leicht bearbeiten kann. Ich will da keine fertigen PDFs hochgeladen bekommen, sondern idealerweise dann eine Word - Datei so dass ich sagen kann, ich lese mich mit einem kurzen Basisartikel in das Thema ein, kann das Thema für mich selbst greifen, bekomme darauf basierend Arbeitsblätter zur Verfügung, die ich leicht meinem eigenen Unterrichtsstil anpassen kann und dann dementsprechend auch schnell nutzen kann.“ (FG3)

„Wenn das irgendwo vom Schulamt, von wem auch immer, gebündelt auf einer Seite zu finden wäre, und ich nicht selber bei Google auf der fünften Seite suchen muss, bis ich das dann irgendwo habe. Ja, fände ich gut, wenn ich ganz genau wüsste, wo ich es finde und wo es eben auch dann pädagogisch geprüft wurde, dass ich die Mühe nicht wieder dahinter habe. Denn dann ist wieder Ressource "Zeit" ein Thema.“ (FG1)

Die Lehrkräfte wünschen sich geeignete Materialien und Leitlinien, die die thematische Integration der Verbraucherbildung in ihre jeweiligen Fächer erleichtern, beispielsweise bei Fremdsprachen. Durch die Bereitstellung von passenden Materialien und Leitlinien könnten die Lehrkräfte effektiver und zielgerichteter Verbraucherbildungsinhalte in den Unterricht einbeziehen.

„Ich komme ja aus dem Fremdsprachenbereich, da müsste es natürlich passendes Material geben, was dann auch genau auf den Lernstand passt. Wenn ich jetzt Spanisch neu einsetzend habe, siebte, achte Klasse, dann kann ich da jetzt natürlich nicht die Klimaproblematik in ihrer Tiefe erläutern, aber ich mache zum Beispiel, wenn es das Thema Essen oder so ist, dass wir dann halt auch schon mal so die Ernährungspyramide machen auf Spanisch.“ (FG2)

„Und das Thema muss auch in den Fachunterricht integrierbar sein. Das ist für mein Verständnis etwas schwieriger, aber muss ja trotzdem irgendwie, sollte es bestenfalls, ja, irgendwie geschafft werden, dass man es cool integrieren kann.“ (FG1)

Nachhaltige Integration durch Einbindung und Mobilisierung der Eltern

Mit Blick auf das Problem der geringen Nachhaltigkeit von Inhalten, die nicht ihren Weg in den gelebten Alltag der Kinder und Jugendliche finden, erscheint die Einbindung des nahen Umkreises (z. B. Eltern) unabdingbar. Hierfür sollten Mechanismen entwickelt werden, um die Eltern stärker in die Verbraucherbildung einzubeziehen. Dies kann beispielsweise durch kurze Projektstage vor den Ferien (mit den Eltern), regelmäßige Elternabende speziell zu diesem Thema oder durch die Integration von Verbraucherthemen in das Schulkonzept erfolgen, wodurch Eltern schon in der Auswahl der Schule mit diesen Themen konfrontiert werden. Genau wie bei den Schüler:innen muss hier auf achtsame Kommunikation gesetzt werden, die den Widerstand gegen zu dogmatische Konzepte reduzieren kann.

„Und das finde ich ganz praktisch für die Kinder einfach, dass sie, ja, so, sowas auch in der Hand halten und dann auch zu Hause, mit nach Hause nehmen können, dass die Eltern damit auch vielleicht was anfangen können, mit diesem Medienführerschein.“ (FG1)

„[...] da müssen wir irgendwie eine Kooperation schaffen zwischen uns Lehrern und den Eltern, also das wir da vielleicht, weiß ich nicht, Elternabende irgendwie machen, Infoabende, irgendwie so etwas, damit da auf jeden Fall eine Vernetzung stattfindet.“ (FG3)

„[...] dass man die Eltern auch stark ins Boot holen muss.“ (FG3)

Entlastung durch zeitgemäße Ausstattung und Kooperationen mit Externen

Die Lehrkräfte betonen die Wichtigkeit einer angemessenen (technischen) Ausstattung in Schulen, um Verbraucherbildung erfolgreich in den Unterricht zu integrieren. Eine zeitgemäße Ausstattung ermöglicht den Einsatz von interaktiven Lernmaterialien und digitalen Ressourcen, fördert aktives Lernen und unterstützt die Vorbereitung des Unterrichts. Insgesamt ist eine gute technische Ausstattung unerlässlich, um Verbraucherbildung effektiv umzusetzen und den Schüler:innen moderne Lernmöglichkeiten zu bieten.

„Medienbildung braucht auf jeden Fall die passenden aktuellen Medien wie Tablets, Computer, Laptops und dergleichen oder auch interaktive Tafeln schon.“ (FG1)

Darüber hinaus wird vorgeschlagen, Expert:innen für bestimmte Fachgebiete einzubeziehen, die z. B. in Projektwochen oder -tagen mit den Schüler:innen arbeiten:

„[...] wir brauchen auch für die externen Partner entsprechende Mittel, den Kostenaspekt haben wir auch schon angesprochen.“ (FG3)

„[...] dass wir halt wirklich ja Experten für die einzelnen Gebiete uns heranziehen, damit die vielleicht in, ich weiß nicht, Projektwochen, Projekttagen mit den Schülern zusammenarbeiten können und wir dementsprechend ein bisschen entlastet werden und das nicht in einem großen Umfang vorbereiten müssen.“ (FG3)

Die Zusammenarbeit mit externen Partner:innen sollte mit möglichst geringem Aufwand verbunden sein, um einen echten Mehrwert und eine Entlastung für die Lehrkräfte darzustellen. In diesem Zusammenhang wird auch die ausreichende Ausstattung mit finanziellen Mitteln genannt.

II. ANHANG

Übersicht teilnehmende Lehrkräfte

❖ A. Grundschule

Nr.	Ge- schlecht	Alter	Bundes- land	Beschäfti- gungsstatus	Schulform	Fächer	Berufser- fahrung
1	Weiblich	56	Schleswig Holstein	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Grundschule / Förderschule	Kunst, Deutsch, Eng- lisch	0-3 Jahre
2	Weiblich	39	Nieder- sachsen	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Grundschule	Mathe, Sach- unterricht, Deutsch, Sport, Musik	0-3 Jahre
3	Männlich	28	Sachsen	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Grundschule	Mathe, Deutsch, Mu- sik, Sachun- terricht	4-10 Jahre
4	Weiblich	62	Hessen	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Grundschule	Mathe und Russisch	11-20 Jahre
5	Männlich	42	Berlin	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Grundschule	Deutsch, Ma- the, Sachun- terricht, Natur- wissenschaften	4-10 Jahre
6	Weiblich	29	Branden- burg	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Grundschule	Deutsch, Ma- the, Englisch, Sachunterricht	0-3 Jahre
7	Männlich	45	Branden- burg	Teilzeit (<30 Std / Woche)	Grundschule	Englisch, Ma- the, Natur- und Gesell- schaftswissen- schaften	11-20 Jahre
8	Männlich	39	Berlin	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Grundschule	Deutsch, Eng- lisch, Sport, Ges. Wiss.	11-20 Jahre

➔ B. Sekundarstufe I

Nr.	Ge- schlecht	Alter	Bundes- land	Beschäfti- gungsstatus	Schulform	Fächer	Berufser- fahrung
1	Männlich	38	Hessen	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Kooperative Gesamt- schule	Deutsch, Po- litik und Wirt- schaft	11-20 Jahre
2	Weiblich	34	Bayern	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Realschule	Mathe, Che- mie	4-10 Jahre
3	Weiblich	44	Bayern	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Mittelschule	Deutsch, Le- bensgestal- tung, Berufl- iche Hand- lungsfähig- keit	11-20 Jahre
4	Weiblich	47	Hessen	Teilzeit (<30 Std / Woche)	Integrierte Gesamt- schule	Mathe, Che- mie	Mehr als 20 Jahre
5	Männlich	42	Berlin	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	ISS	Spanisch, Ethik, Ge- schichte, Erdkunde, Politik	11-20 Jahre
6	Weiblich	63	Bayern	Teilzeit (<30 Std / Woche)	Realschule	Erdkunde, Englisch	Mehr als 20 Jahre
7	Männlich	32	Branden- burg	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Englisch, Spanisch	0-3 Jahre
8	Männlich	35	Branden- burg	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Oberschule	Musik, Mathe	11-20 Jahre
9	Weiblich	44	Berlin	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Englisch, Spanisch	4-10 Jahre
10	Weiblich	43	Bayern	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Realschule	Mathe, Infor- matik	11-20 Jahre

❖ C. Sekundarstufe II

Nr.	Ge- schlecht	Alter	Bundes- land	Beschäfti- gungsstatus	Schulform	Fächer	Berufser- fahrung
1	Weiblich	27	Branden- burg	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Mathematik, Biologie, Psychologie	0-3 Jahre
2	Weiblich	38	Bayern	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Englisch, La- tein, Ethik	11-20 Jahre
3	Männlich	60	Hessen	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Biologie, Ge- schichte	Mehr als 20 Jahre
4	Männlich	37	Nieder- sachsen	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Erdkunde, Politik-Wirt- schaft, DaZ	4-10 Jahre
5	Weiblich	46	Branden- burg	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	OSZ	Englisch, Sport	11-20 Jahre
6	Männlich	34	Berlin	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Philosophie, Biologie, Ethik	0-3 Jahre
7	Weiblich	40	Hessen	Teilzeit (<30 Std / Woche)	Gymnasium	Englisch, Kunst	11-20 Jahre
8	Weiblich	27	Berlin	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Geschichte, Politik, Reli- gion	0-3 Jahre
9	Männlich	41	Hessen	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Politik, Ge- schichte, evang. Reli- gion, Deutsch	11-20 Jahre
10	Weiblich	45	Berlin	Vollzeit (mind. 30 Std / Wo- che)	Gymnasium	Deutsch, Englisch	11-20 Jahre