

08.05.2012

Hintergrundpapier

Materialkompass.de – Die Adresse für Unterrichtsmaterialien in der Verbraucherbildung

Der Online-Materialkompass Verbraucherbildung (www.materialkompass.de) startete am 30.09.2011 und umfasst inzwischen über 220

Unterrichtsmaterialien zu den Themen

- Finanzkompetenz,
- Verbraucherrecht,
- Ernährung,
- Medienkompetenz und
- Nachhaltigem Konsum

Er bietet Lehrerinnen und Lehrern die Möglichkeit über eine intuitive Suchmaske schnell und effizient das passende Material zu finden. Experten haben das Lehrmaterial zuvor kritisch unter die Lupe genommen und es auf ihre fachliche, didaktische und gestalterische Qualität hin bewertet.

Die Kriterien zur Bewertung von Unterrichtsmaterial für die Verbraucherbildung

Im Internet findet man eine Fülle von Unterrichtsmaterialien zur Verbraucherbildung, deren Qualität auf den ersten Blick nicht immer ersichtlich ist und die stark variiert. Um Lehrerinnen und Lehrern eine Orientierung im Materialschubel zu bieten, wurde der Materialkompass Verbraucherbildung entwickelt.

Lehrkräfte finden eine knappe inhaltliche Beschreibung der Materialien und sehen auf den ersten Blick wie diese bewertet wurden. Die Materialien stammen von verschiedenen Anbietern (Verbänden, Verlagen, Wirtschaftsunternehmen, etc.), auf deren Angebote jeweils verlinkt wird.

Der Materialkompass Verbraucherbildung wurde im Rahmen des BMELV finanzierten Projektes „Verbraucherbildung – Konsumkompetenz für alle“ umgesetzt und gefördert. Dieses ist Teil der „Initiative Verbraucherbildung – Konsumkompetenz stärken“.

a) Die Auswahlkriterien

Berücksichtigt werden Materialien zu den oben genannten Themengebieten für die Sekundarstufe. Nach folgenden Kriterien haben wir die Materialien ausgewählt:

- a) Aktualität

- b) Abbildung einer möglichst breiten Themenpalette
- c) Berücksichtigung eines breites Anbieterspektrums

Der Materialkompass wird laufend ergänzt, sodass sich die Auswahl und das Spektrum der Materialien ständig erweitern werden.

Im laufenden Projekt wird er um Materialien der Primarstufe ergänzt.

b) Bewertung mit dem Fokus Verbraucherbildung

Die Beurteilung der Materialien bezieht sich ausdrücklich auf eine Einschätzung zur Verwendbarkeit innerhalb der Verbraucherbildung. Die Frage, wie gut das Material zur Vermittlung eines anderen Themengebietes geeignet sein könnte, ist nicht Teil der Beurteilung.

Das wissenschaftlich fundierte Bewertungsraster basiert auf den „Kriterien der Expertengruppe zur Bewertung von Unterrichtsmaterial der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE)¹“ und auf Erkenntnissen des Projektes zur „Reform der Ernährungs- und Verbraucherbildung in Schulen²“ (REVIS). Die ausführliche Bewertung ist direkt bei jedem Material veröffentlicht. Das vollständige Bewertungsraster lässt sich unter folgendem Link herunterladen: <http://www.verbraucherbildung.de/bewertungskriterien.html>.

c) Die Kriterien im Einzelnen

Innerhalb des Bewertungsrasters werden jeweils

- die fachliche,
- die methodisch-didaktische und
- die gestalterische Qualität

bewertet.

Ein Bewertungskomplex enthält verschiedene Indikatoren, für die Punkte vergeben werden. Für die methodisch-didaktische und die gestalterische Qualität sind diese immer identisch, in der fachlichen Qualitätsbewertung variieren diese nach Fachgebiet. Im Einzelnen:

Fachlicher Inhalt

Grundsätzlich gilt, dass nur Materialien aufgenommen werden, die fachlich keine groben Fehler und keine diskriminierenden Äußerungen enthalten.

Positiv bewertet wird beispielsweise, wenn sowohl Verbraucherrechte als auch Verbraucherplichten thematisiert; wenn die inhaltlichen Aspekte überwiegend aus Verbrauchersicht gezeigt werden und auch die Heterogenität der Verbraucher/-innen berücksichtigt wird. Gut benotet werden auch Aktualität und Vollständigkeit von Informationen. Minuspunkte gibt's hingegen, wenn das Material Produktwerbung enthält oder stark von den Eigeninteressen des Anbieters geleitet ist.

¹ <http://www.sge-ssn.ch/http://www.sge-ssn.ch/>

² http://www.evb-online.de/evb_revis.php

Methodik und Didaktik

Bei der methodisch-didaktischen Beurteilung legen wir Wert auf zeit- und altersgemäße Vermittlung, die den Kompetenzerwerb in den Mittelpunkt stellt.

Kriterien sind hier beispielsweise die Vermittlung der Inhalte anhand verschiedener Methoden, der Zuschnitt auf die Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler, ob Lernziele formuliert werden und ob handlungsorientiertes Lernen und selbstbestimmtes Arbeiten möglich sind.

Formale Gestaltung

Eine gute inhaltliche Strukturierung und Gliederung sowie ansprechende und zielgruppengerechte grafische Gestaltung erleichtern das Verständnis des Unterrichtsstoffes. Darum wird auch dieser Aspekt in der Beurteilung berücksichtigt. Gegenüber den anderen beiden Bereichen wird dieser allerdings insgesamt weniger gewichtet.

Das Expertenteam

Die Bewertungen der Unterrichtsmaterialien wurden und werden von Wissenschaftlern/-innen, Pädagogen/-innen, Fachreferenten aus Verbraucherzentralen, Lehrern/-innen und Dozenten /-innen aus der Lehrerfortbildung vorgenommen. Die vorliegenden Beurteilungen sind eine individuelle Einschätzung dieser Experten/-innen auf Grundlage des Bewertungsrasters. Die teilnehmenden Experten/-innen haben für die Beurteilung der Materialien Ihre Unabhängigkeit erklärt.

Was leistet der Materialkompass für die schulische Verbraucherbildung?

Zahlreiche Studien³ zeigen, dass es immer mehr Jugendlichen und jungen Erwachsenen an so genannten Konsumkompetenzen mangelt. Viele verschulden sich, weil sie nicht in der Lage sind, den für sie passenden Handyvertrag abzuschließen, sie lassen sich von gewieften Vertretern Versicherungen aufschwätzen, die sie nicht brauchen oder verschulden sich wegen zu vieler und zu hoher Ratenzahlungen für Lifestyle-Produkte.

Aber nicht nur bei der Finanzkompetenz gibt es große Lücken, auch im Bereich der Medienkompetenz gibt es Nachholbedarf. Denn obwohl sich Jugendliche meist sehr versiert im Netz bewegen, fehlt es noch an Wissen über die Gefahren, Risiken und Rechte. Arglos laden sie illegal Filme oder Musik herunter oder publizieren persönliche Daten im Social Net ohne die Folgen abschätzen zu können. Medienkompetenzen müssen also systematisch erlernt und Jugendliche für Unrechtsverhalten sensibilisiert werden.

³ Siehe „Expertise – Konsumkompetenzen bei Jugendlichen“ der Marktforschungs- und Beratungsgesellschaft imug, http://www.vzbv.de/mediapics/konsumkompetenz_jugendliche_studie_imug_vzbv_2010.pdf

Im Ernährungsbereich sieht es nicht besser aus: Kinder und Jugendliche haben oft nicht gelernt, sich gesund und ausgewogen zu ernähren, wirtschaftlich zu haushalten oder Aspekte der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen.

Die genannten Themengebiete kommen im Schulalltag bisher nicht genügend vor. Zwar hat in jüngster Zeit in vielen Bundesländern eine Modernisierung der traditionellen Ankerfächer der Verbraucherbildung wie Hauswirtschaft, Arbeitslehre etc. stattgefunden. Aber gerade deshalb ist es wichtig, den Lehrkräften jetzt auch den Zugang zu Materialien mit den auch für sie noch neuen Inhalten zu erleichtern.

Zumal eine große Anzahl von Pädagoginnen und Pädagogen diese Themen fachfremd unterrichten müssen und darum besonders auf inhaltliche Unterstützung angewiesen sind. Auch als Querschnittsthema in klassischen Fächern wie zum Beispiel Deutsch, Biologie oder Sozialkunde können Verbraucherbildungsthemen für einen anschaulichen, an der Lebenswelt der Schüler orientierten Unterricht sorgen. Die Auswahl des Materialkompass liefert dazu viele Anregungen.

Mit dem Materialkompass leistet der vzbv also einen sinnvollen Beitrag zur Orientierung. Die formale Beschreibung des Materials gibt den Lehrkräften Anhaltspunkte zum praktischen Einsatz im Unterricht und über die fachliche und didaktische Bewertung können sie die Qualität einschätzen.

Bildungssponsoring und Produktwerbung

Ein besonderes Augenmerk liegt für den vzbv außerdem auf den Interessen, die hinter der Publikation von (kostenfreien) Unterrichtsmaterialien stecken, insbesondere von Wirtschaftsunternehmen. Denn obwohl Werbung in der Schule in fast allen Bundesländern verboten ist, drängen Unternehmen mit Materialien, die mehr oder weniger offensiv ihre Unternehmensinteressen vertreten, in die Schulen. In fast allen Bundesländern (außer Bremen und Berlin) gibt es Gesetze und Richtlinien zu Werbeverboten an Schulen. Oft ist es aber so, dass die Schulleitungen einen Ermessensspielraum haben, der Werbung und Bildungssponsoring erlaubt, wenn der Bildungsauftrag nicht gefährdet oder beeinträchtigt ist.

Unternehmen werben in Bildungsmaterialien offen oder versteckt für Ihre Produkte und Dienstleistungen. Oft „verstecken“ sich ihre Interessen aber auch in gezieltem Weglassen oder Überbewerten bestimmter Aspekte. Hier müssen Lehrer/-innen und Schulleitung besonders aufmerksam sein und sensibilisiert werden. Werbung und Interessensleitung sind darum auch Bestandteil der Bewertung im Materialkompass.

Mehr zum Thema „Bildungssponsoring und Werbung in Schulen“ finden Sie im blog.verbraucherbildung.de.

Ansprechpartner/-innen

Materialkompass Verbraucherbildung

Tatjana Bielke

Projektleiterin Materialkompass

bielke@vzbv.de

Tel: 030 – 25800 - 235

Allgemeine Verbraucherbildung und Bildungssponsoring

Elke Salzmann

Referentin für Verbraucherbildung

salzmann@vzbv.de

Tel: 030 – 25800 – 212

Allgemeine Presseanfragen

Steffen Küßner

Fachbereich Kommunikation

kuessner@vzbv.de

Tel: 030 25800 – 524