

EVALUATION

„VERBRAUCHERBILDUNG IN DER GEMEINSCHAFTSSCHULE WILSTER“

In der ersten Projektphase wurde ein Schulprofil Verbraucherbildung entwickelt, ein entsprechendes Konzept und die notwendigen Fachcurricula erstellt sowie ein Schulteam Verbraucherbildung gebildet. Die zweite Projektphase war zunächst für den Zeitraum vom 01.01.2016 bis 01.03.2018 geplant und wurde bis einschließlich Juni 2018 verlängert.

Ziele der zweiten Projektphase waren die Festigung des Profils als Verbraucherschule sowie die Öffnung und Vernetzung der Schule.

Kernthemen der Verbraucherbildung:

- ❖ Finanzen (Finanzkompetenz, Verbraucherverwissen, Versicherungen, Vermögensplanung, Verantwortung, Vorsorge, Haushaltsbudget)
- ❖ Medien (Handynutzung, Smartphones, Internet, soziale Netzwerke, Verträge, Werbung, Garantie, kritischer Konsum)
- ❖ Ernährung/Gesundheit (Essgewohnheiten, Ernährungspyramide, Grundumsatz und Bodymassindex, GVO, Lebensmittelgesetze, Prävention, Hygiene, Lebensmittelkennzeichnung)
- ❖ Nachhaltigkeit (Lebenszyklus, Lebens- und Zukunftsplanung, Ressourcen, Selbst- und Zeitmanagement, Globalisierung, ökologischer Fußabdruck, Recycling, Fairer Handel)

In der Schlussphase des Projektes Verbraucherbildung (VBB) haben wir die Schule gebeten, das Projekt und seine Ergebnisse zu evaluieren. Dazu haben wir mit unterschiedlichen Fragebögen Schüler*innen der Klassenstufe 7 (50), Schüler*innen der Klassenstufe 10 (9) und Eltern (35 (33 Klassenstufe 7, 2 Klassenstufe 10)) befragt. Außerdem haben wir Lehrkräfte, die Verbraucherbildung (VBB) unterrichten (3) und Lehrkräfte, die nicht VBB unterrichten (16) befragt. 2 davon haben wir persönlich interviewt.

Die Auswertung der Antworten erfolgte in Rücksprache mit der Schulleitung, Marlis Krumm-Voeltz und der Projektkoordinatorin der Schule, Dorothea Venzke.

Die Anmerkungen der Schule sind in dunkelblau dargestellt.

Maßnahmen, auf die hier verwiesen wird, werden im Abschlussbericht zum Projekt ausführlich erläutert.

ERGEBNISSE

SCHÜLER*INNEN

Wir haben Schüler*innen gefragt, was sie besonders interessiert.

Dabei haben wir zu Beginn des Fragebogens die Themen der Verbraucherbildung aufgelistet. Die Antworten erfolgten als Freitext.

Die befragten Schüler*innen der 7. Klassen hatten in den vergangenen zwei Jahren eine Stunde pro Woche Verbraucherbildungsunterricht. Bei der Bewertung der Ergebnisse muss man berücksichtigen, dass die Schüler*innen aufgrund ihres Alters zum Zeitpunkt der Befragung wohl nicht das gesamte Spektrum der Unterrichtsinhalte im Blick gehabt, sondern sich auf die gerade behandelten Themen konzentriert hatten.

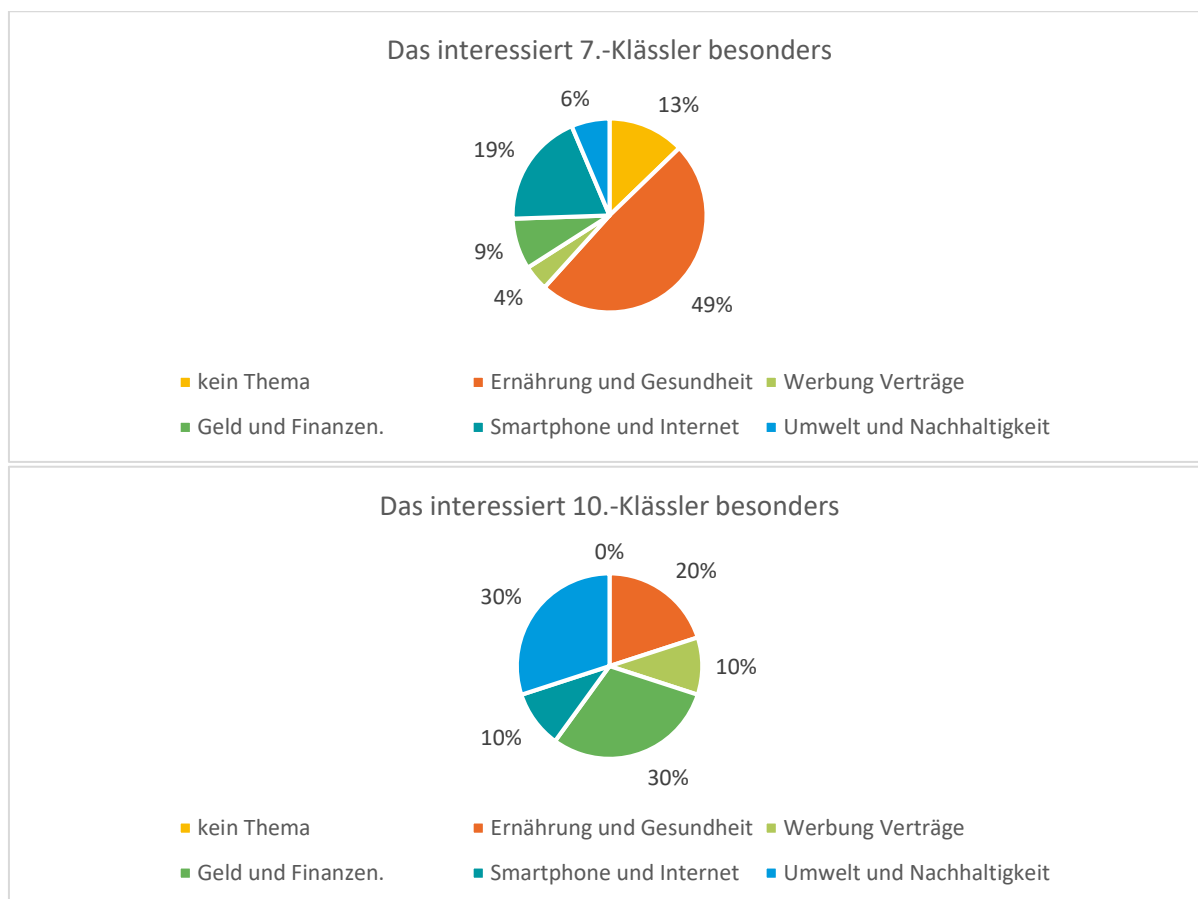
Größtenteils wurde nur ein Thema von besonderem Interesse genannt. Eine Tendenz lässt sich trotzdem gut erkennen.

Fast die Hälfte der Schüler*innen der 7. Klassen interessiert sich besonders für den Bereich Lebensmittel/Gesundheit und Ernährung. Sie kochen gern, kaufen dafür gern ein und erfahren, was gesund für sie ist. Mit 19 Prozent folgen die Themen Handy und Internet. 13 Prozent konnten sich für keines der VBB-Themen erwärmen.

Weniger gut kommen Teilthemen wie Hygiene, Tischdecken, Benimmregeln, Spülen an. Die Begründungen lauten: „Es ist langweilig“, „Das lernt man bei seinen Eltern“, „Weil ich weiß, wie ich mich zu verhalten habe“, „Es hat so gut wie jeder eine Spülmaschine.“ Hier spielt sicherlich eine pubertäre Protesthaltung eine Rolle.

Bei den Schüler*innen der 10. Klassen sah das anders aus. Hier belegten die Themen Nachhaltigkeit und Geld und Finanzen mit jeweils 30 Prozent Rang eins. Darauf folgten Ernährung und Gesundheit (20 Prozent), Handy und Internet sowie Verträge mit jeweils 10 Prozent. Allerdings gaben 70 Prozent der Schüler*innen an, dass gerade Themen wie Mülltrennung und Plastikmüll zu oft wiederholt und deshalb im Unterricht langweilig würden.

Das Interesse der Schüler*innen gerade am Thema "Plastikmüll" im Unterricht ist nach Einschätzung der Lehrkräfte hoch. Der Schule geht es um verändertes Verhalten, das auch Wirkung zeigt. Die Schüler*innen machten mit ihren Antworten deutlich, dass ihnen die Thematik vertraut ist. Eine gewisse "Abgeklärtheit", man kenne alle Aspekte des Themas schon, gehört in dem Alter dazu.



Jede*r fünfte Schüler*in hat im Verbraucherbildungsunterricht nach dem eigenen Eindruck etwas gelernt, dass er oder sie ihren Eltern beibringen konnte.

Dabei ging es querbeet durch die VBB-Themen:

Entsorgung von Müll, Internet (Handy) Preise beim Einkaufen, Stiftung Warentest, Inhaltsstoffe in Lebensmitteln und nachhaltig Leben.

Die Antworten lauteten:

„Das man, wenn man einkauft, auf den Preis und auf die Herkunft von den Lebensmitteln achtet“, „Wie man einen Tisch deckt“, „Ich konnte ihnen etwas über Nachhaltigkeit beibringen“, „In verschiedenen Situationen, z.B. wie viel Zeit man hat, um Haustürverträge zu kündigen.“

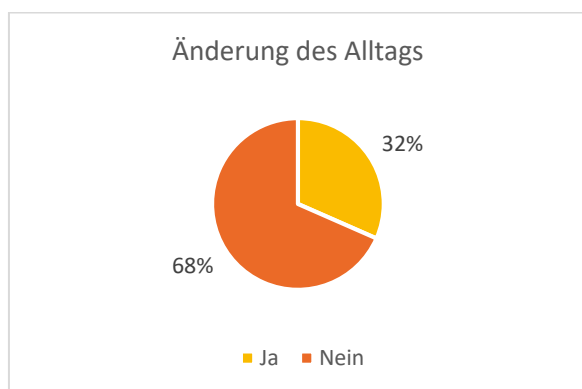
Im Gegensatz dazu gaben nur vier der 35 befragten Eltern an, dass ihr Kind ihnen etwas aus dem Bereich Verbraucherbildung beigebracht hat, das sie vorher nicht wussten. Dennoch zeigen Gespräche und Rückmeldungen der Eltern an die Schule, dass die Schüler*innen durch ihr Verhalten immer wieder unbewusst Einfluss auf die Eltern nehmen.

Schülerverbraucherberater*innen

Im Berichtszeitraum konnten 16 Schüler*innen (7. Klasse) ausprobieren, ob sie g Schülerverbraucherberater*innen werden wollen. Zehn sind am Ball geblieben. Wir wollten wissen, was Ihnen besonders gefallen hat. Die Antworten sprechen für sich:

„Das mit dem Beraten“, „Die selbstgemachten Vorträge“, „Man macht mehr und andere Themen als im Unterricht“, „Das wir gesehen haben, wie man Werbung macht“, „Dass wir selber ausprobieren konnten“, „Wir haben wirklich Bögen und einen Katalog bekommen um wirklich schon zu versuchen, es richtig zu machen.“

Ein Drittel der befragten Schüler*innen hat das Verhalten im Alltag verändert.

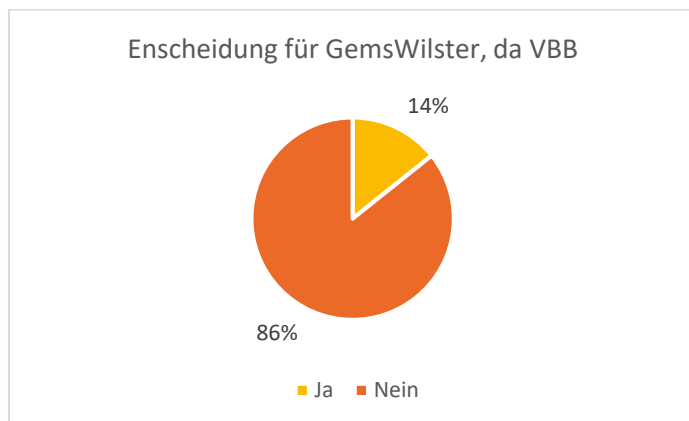


Wir wollten wissen, ob sich durch das neue Wissen aus dem Verbraucherbildungsunterricht das alltägliche Verhalten geändert hat. Das ist nach eigenen Angaben bei 32 Prozent der Schüler*innen der Fall. Die Veränderungen beziehen sich überwiegend auf das Einkaufsverhalten. Sie achten auf Preis, Verpackungsmüll und nachhaltige Produkte oder Fair Trade. Auch Essgewohnheiten werden verändert. Ein paar Schüler*innen gaben an, dass sie ihre Handyeinstellungen prüfen und vorsichtiger im Internet unterwegs sind: „Ich lese mir im Internet alles gut durch und schaue, worauf ich klicke“.

Bemerkenswert ist folgende Antwort: „Nein (Verhalten nicht geändert), aber ich habe ein schlechtes Gewissen, weil die Folgen bekannt sind. Ich bin so wie viele andere auch einfach zu faul.“

ELTERN

Verbraucherbildung spielt eine kleine Rolle für die Schulentscheidung

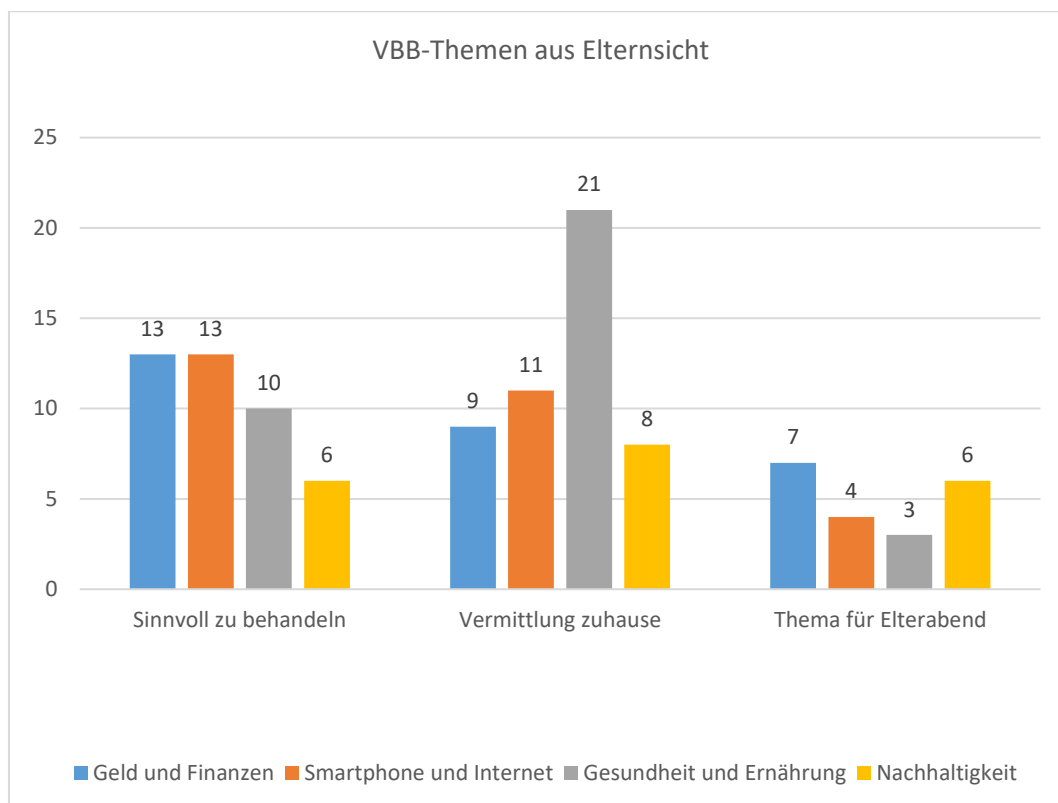


Auch wenn die meisten Eltern andere Gründe für die Wahl der Gemeinschaftsschule Wilster hatten, fiel die Entscheidung für die Schule bei immerhin 14 Prozent aufgrund des Schwerpunktes Verbraucherbildung.

Bei der Bewertung muss berücksichtigt werden, dass hier die Befragungsergebnisse überwiegend auf Rückmeldungen von Eltern der Klassenstufe 7 beruhen. Die Festigung des Profils erfolgte aber gerade in den letzten beiden Jahren. Der Eindruck der Schule aus den letzten Jahren weicht von den Ergebnissen der Befragung ab. Die Rückmeldungen, die die Schulleitung in zahlreichen Gesprächen mit Eltern mit bekommen hat, sagen, dass inzwischen der hohe Unterrichtsanteil an Verbraucherbildung und Sport für viele Eltern ein Entscheidungskriterium ist.

Die Themen, die aus Sicht der Eltern in der Schule vermittelt werden sollen, sind Geld und Finanzen sowie Smartphone und Internet. Nachhaltigkeit spielt hier nur bei etwa jedem 7. Elternteil eine Rolle. Wissen und Fähigkeiten zu Ernährung und Gesundheit vermitteln sie nach eigenen Angaben überwiegend selbst. Inwieweit damit jedoch die Lehrplaninhalte abgedeckt sind, ist nicht Untersuchungsgegenstand der vorliegenden Befragung.

Während der Projektlaufzeit sind Themenelternabende zum Thema Smartphone und Internet angeboten worden. Nur acht der Befragten haben an einem solchen Elternabend teilgenommen. Gründe für die Nicht-Teilnahme waren meist Zeitmangel oder Terminüberschneidungen. Die Eltern, die sich für einen Themen-Elternabend interessieren (20), wünschen sich als Themen dafür Geld und Finanzen sowie Themen der Nachhaltigkeit.



LEHRKRÄFTE

Die Lehrkräfte hatten verschiedene Erwartungen an das Projekt:

Diejenigen, die selbst Verbraucherbildung unterrichten (3), wollten für das Fach sensibilisieren und begeistern, das Fach in den Schulalltag integrieren und im Schneeballprinzip nach außen wirken. Sie erwarteten finanzielle und fachliche Unterstützung, Fortbildungen und Ansprechpartner. Ihre Erwartungen wurden zum Teil erfüllt: So gaben sie an, dass die erwartete Unterstützung gegeben war und während der Laufzeit die meisten der geplanten Projektbausteine umgesetzt wurden. Die Lehrkräfte stellen eine hohe Akzeptanz bei Eltern und auch einigen Schüler*innen fest. Aber es besteht auch der Eindruck, dass andere Lehrkräfte VBB als Konkurrenz empfinden. Zum Teil fehle zudem die Verankerung im Elternhaus.

Dies erschwert die Arbeit der Verbraucherbildung. Hilfreich ist es hier, dass es in der Gemeinschaftsschule Wilster gelungen ist, im Schulalltag Veränderungen zu erreichen (Mensa, Müll, Energieverbrauch etc.), die unterstützend wirken.

Die Lehrkräfte, die selbst nicht Verbraucherbildung unterrichten (16) hatten auch noch andere Erwartungen: Sie wünschten sich

- eine Erhöhung von Bedeutung, Akzeptanz und Bewusstsein der Notwendigkeit für die VBB-Themen.
- eine Identifikation mit dem Projekt, ein Wir-Gefühl.
- dass ein wichtiger und wesentlicher Themenkomplex, der für die Schüler*innen und ihr späteres Leben von erheblicher Relevanz ist, ganzheitlich und fächerübergreifend ins Bewusstsein rückt.

- eine Intensivierung des Lebensweltbezugs für die Schüler.
- dass die Kernthemen der VBB von anderen Fächern sauber getrennt werden, z.B. von WiPo. Die konträre Ansicht der Schulleitung zu diesem Punkt ist, dass es erstrebenswert ist, die Inhalte des Faches VBB in andere Fachbereiche zu integrieren. Die fächerübergreifende Behandlung ermöglicht eine Betrachtung der Themen aus unterschiedlichen Perspektiven.
- dass das Projekt Wirkung zeigt, indem beispielsweise verantwortungsvoller mit Ressourcen umgegangen wird (Wasser, Lebensmittel, Energie...) und Aufklärung betrieben wird.
- für sich selbst vielfältige Informationen, Anregungen und Fortbildungen zu den verschiedenen Themen.

Fast alle Erwartungen wurden erfüllt. Nur zwei gaben an, dass ihre Erwartungen nicht erfüllt wurden. Und zwar, weil die Themen vorher bereits in anderen Fächern unterrichtet worden wären und es systemimmanente Schwierigkeiten bei notwendigen aktuellen Planungen gegeben habe.

Letzteres bestätigt den oben genannten Eindruck der Lehrkräfte, die VBB unterrichten, dass es unter den Fächern eine Konkurrenz gibt. Nach Ansicht der Schulleitung hat sich durch den erfolgreichen Schulentwicklungstag am 28. Juni 2018 „Schüler*innen wollen es: Konsumverhalten ändern“, der gleichzeitig den Projektabschluss bildete, hier jedoch viel getan. Dort wurde der Rückhalt, den Verbraucherbildung an der Schule inzwischen von allen Lehrkräften erfährt, sehr deutlich, so dass diese Meinung nach dem Schulentwicklungstag zu vernachlässigen sei.

Zum Teil wurden die Erwartungen an das Projekt auch übertroffen. Es wurde genannt:

- die Auszeichnung als Verbraucherschule und
- das MoKi-Projekt
- gerade für die fünften und sechsten Klasse werden die Themen Smartphone und Internet als sinnvoll erachtet

Das Verhalten der Schüler*innen hat sich verändert.

Nach dem Eindruck der Lehrkräfte verhalten sich die Schüler*innen nach dem Genuss von Verbraucherbildung bewusster und kritischer. Sie hinterfragen teilweise ihr eigenes Verhalten (z.B. Kaufverhalten) und begründen ihr Handeln. Sie probieren, das Gelernte in ihre Lebenswelt zu übertragen.

Es zeige sich mehr Sensibilität für Verbrauchertemen und Wissen zu Themen, die die unmittelbare Zukunft betreffen. Auch die Schüler*innen der Flexklassen planen und beurteilen ihre Entscheidungen nach dem erarbeiteten Wissen. So werden es im Schuljahr 18/19 Schüler*innen der Flex-Klasse sein, die das MOKI-Projekt an der Grundschule durchführen.

Es wurden konkrete Beispiele genannt:

Hervorgehoben wurden hier die Initiative der Schülerverbraucherberater*innen sowie Anmerkungen der Schüler*innen in Bezug auf Datenschutz und Recht am eigenen Bild.

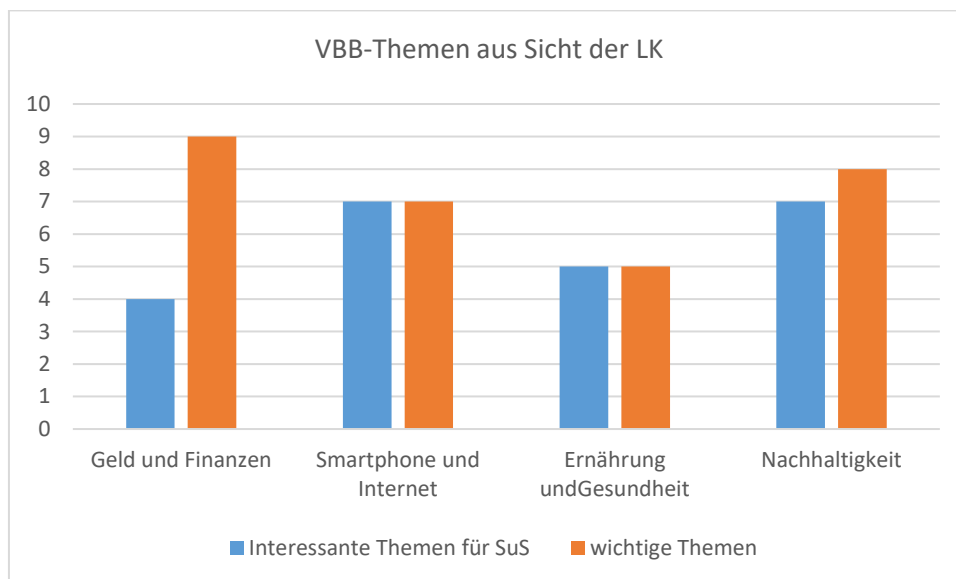
Geld und Finanzen besonders wichtig

Aus Sicht der Lehrkräfte sind die Themen Geld und Finanzen besonders wichtig. Nur ein kleinerer Teil schätzt das Thema auch als interessant für Schüler*innen ein. Nach den Erfahrungen der Lehrkräfte aus den Klassen neun und zehn zeigt sich in diesem Alter jedoch das Interesse der Schüler*innen deutlich. Das deckt sich auch mit den Ergebnissen der Befragung der Schüler*innen.

Danach folgt Nachhaltigkeit, Smartphone und Internet sowie auf Platz vier der wichtigen Themen die Ernährung.

Bei den letztgenannten drei Themen schätzen die Lehrkräfte das Interesse der Schüler*innen und die Wichtigkeit in etwa gleich ein.

Es kommt nicht nur auf die Themen an. Dinge hinterfragen ist aus Sicht der Lehrkräfte besonders wichtig: Ist die App wirklich umsonst? Ist teuer immer gut? Sich bewusst entscheiden. Es wird aber auch gesagt, dass manche Kompetenzen z.B. durch Deutsch besser gefördert würden: lesen/verstehen. „Bewusste Entscheidung für lebenspraktische Themen bringt VBB nach vorne.“



Die Einstellung hat sich verändert

Bei einigen Lehrkräften hat sich auch die Einstellung zu Verbraucherbildung während der Projektlaufzeit verändert. Wir haben nicht erhoben, wie die Einstellung zu Beginn war.

Zitate:

„Das Verständnis für die Notwendigkeit und die Vielfalt des VBB-Unterrichts hat sich vertieft.“

„Da ich vorher noch nicht so viel darüber wusste, habe ich viel dazugelernt.“

„Bewusster umgehen mit Themen (mehr Interesse usw.) wie z.B. Nachhaltigkeit und Medien und Finanzen.“

„Verantwortungsvollerer Umgang mit Ressourcen (Erst denken, dann handeln).“