

5.3.2 Materialien für die Verbraucherbildung

73 der 84 Materialien enthalten Verbraucherbildungsthemen, die einem oder mehreren Konsumfeldern des Analyse-Rasters zugeordnet werden konnten.

Tab. 5.2: Verteilung Inhaltsfelder Verbraucherbildung in den untersuchten Materialien

Konsumfelder	Häufigkeit des Auftretens	Als Schwerpunktthema 80 – 100 %	Als gleichgewichtiges Teilthema	Als Randthema < 20 %
1. Finanz- und Risikomanagement, Vorsorge	14	10	2	2
2. Essen und Trinken	37	30	5	2
3. Freizeit, Bildung und Kultur	1	1		
4. Haushalt und Wohnen	2		2	
5. Haus- und Haushaltstechnik	7	1	2	4
6. Körper- und gesundheitsbewusster Konsum	8	5	1	2
7. Mobilität und Verkehr	4	3	1	0
8. Kommunikation und Information	6	3	3	0
9. Textilien und Kleidung	9	4	4	1
10. Tourismus und Reisen	5	5	0	0
Insgesamt	92*	62	20	11

* Da manche Materialien mehrere Konsumfelder behandeln, ist die Summe der behandelten Konsumfelder größer als die Anzahl der analysierten Materialien

Analyse

Auch bei den Verbraucherbildungsmaterialien werden alle zehn Konsumfelder zunächst abgedeckt. Eine Häufung der Materialien ist besonders in den Konsumfeldern 1. *Finanz- und Risikomanagement, Vorsorge* und 2. *Essen und Trinken* erkennbar. Hier wird nahezu die Hälfte der Nennungen aufgeführt. Diese Häufung spiegelt sich auch in der Betrachtung der Intensität der Bearbeitung wider. Die Konsumfelder 3 bis 10 sind deutlich geringer und weniger intensiv repräsentiert.

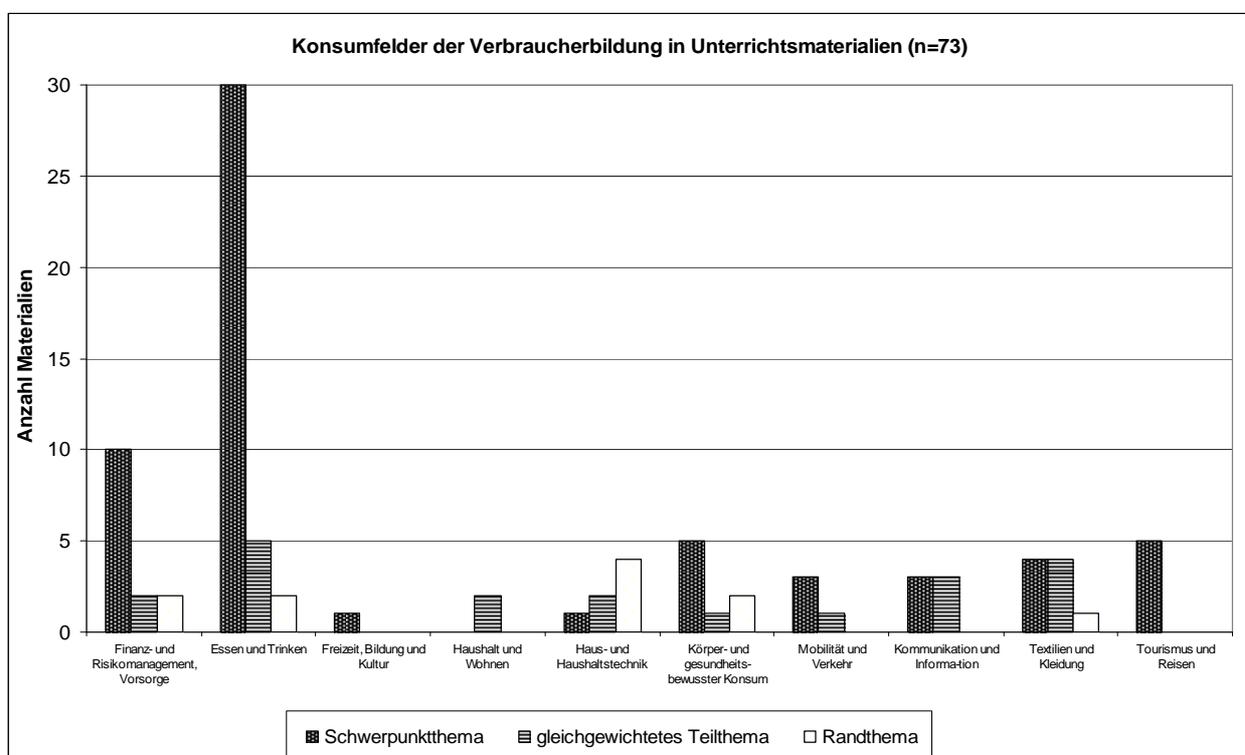
Als Schwerpunktthemen kommen mit Abstand am häufigsten vor die Konsumfelder: 1. *Finanz- und Risikomanagement, Vorsorge* und 2. *Essen und Trinken*.

Ausschließlich als Schwerpunktthema wird das Konsumfeld 10. *Tourismus und Reisen* bearbeitet. Die Konsumfelder 6. *Körper- und gesundheitsbezogener Konsum*, 7. *Mobilität und Verkehr*, 8. *Kommunikation und Information* und 9. *Textilien und Kleidung* werden überwiegend als Schwerpunktthemen oder als gleichgewichtete Teilthemen behandelt.

Das Konsumfeld 3. *Freizeit, Bildung und Kultur* wird nur in einem (!) Material thematisiert, dieser Bereich ist erst in jüngster Zeit – genau wie der Bereich 6. *Körper- und gesundheitsbezogener Konsum* – überhaupt als Konsumfeld wahrgenommen worden.

Die Konsumfelder 4. *Haushalt und Wohnen* und 5. *Haus- und Haushaltstechnik* werden überwiegend als gleichgewichtete Teilthemen oder als Randthemen bearbeitet.

Grafik 5.2: Konsumfelder der Verbraucherbildung in Unterrichtsmaterialien



Diskussion

Die Konsumfelder 1. *Finanz- und Risikomanagement, Vorsorge* und 2. *Essen und Trinken* sind die „klassischen“ Felder der schulischen Verbraucherbildung, dies spiegelt sich auch in der ausführlichen Behandlung vor allem der Bildungsinhalte: Recht und Verbraucherschutz, Marktverständnis und Marktübersicht, Entscheidungsprozesse sowie Qualität wider. Materialien zu diesen Konsumfeldern werden durch zahlreiche Institutionen aus unterschiedlichen Interessen bereitgestellt (von den Verbraucherzentralen über verschiedene Ministerien bis hin zu Bankenverbänden etc. gilt dies für das Konsumfeld 1; für das Konsumfeld 2 werden zahlreiche Materialien z.B. von der DGE über den AID, CMA bis hin zu Angeboten der Lebensmittelindustrie bereitgestellt.)

Die Konsumfelder *4. Haushalt und Wohnen*, *5. Haus- und Haushaltstechnik* sowie *9. Textilien und Kleidung* werden traditionell in den Unterrichtsfächern¹⁰ Hauswirtschaft und Textilkunde auch durch Schulbücher abgedeckt und dort eher selten aus Sicht einer kritisch reflektierten Verbraucherbildung thematisiert.

Eine kritische Betrachtung der inhaltlichen Aspekte der Konsumfelder macht deutlich, dass trotz der auf den ersten Blick durchgehenden Behandlung aller Konsumfelder in den Materialien eine Reihe von Desideraten bleibt.

Inhaltliche Bearbeitung der einzelnen Konsumfelder

In den zehn Konsumfeldern werden wesentliche inhaltliche Aspekte sehr ungleichgewichtig berücksichtigt. Im Folgenden werden zu den jeweiligen Konsumfeldern vor allem die Desiderate benannt.

1. Finanz- und Risikomanagement, Vorsorge

Eigenverantwortliche Vorsorge, mittel- und langfristige Lebens- und Finanzplanung unter Berücksichtigung der eigenen Bedürfnisse in unterschiedlichen Lebensphasen sowie die Auswirkungen möglicher Wechselfälle auf die Finanzplanung und finanzielle Situation werden kaum bearbeitet.

2. Essen und Trinken

Schwerpunkt bleiben einzelne Nahrungsmittel. Unterschiedliche Lebenslagen und Lebensstile sowie die Einflüsse unterschiedlicher Esskulturen werden gar nicht bzw. nur marginal thematisiert. Eine stärkere Auseinandersetzung mit dem Außer-Haus-Verzehr bleibt ebenfalls ein Desiderat.

3. Freizeit, Bildung und Kulturkonsum

Dieses Konsumfeld ist weitgehend Desiderat. Fort- und Weiterbildungsangebote oder Kulturkonsum werden nicht, Breitensport nur in einem Material thematisiert. Zusammenhänge zur Perspektive der sozialen Verantwortung sowie zur Lebenswelt der handelnden Personen fehlen.

4. Haushalt und Wohnen und 5. Haus- und Haushaltstechnik

Auffallend sind Lücken in den Inhaltsbereichen Einrichtung und Mobiliar, Haus- und Wohnungspflege, Ausstattung, Haustechnik sowie Werkzeuge sowohl unter Nachhaltigkeitsaspekten als auch unter Gesundheitsaspekten. Zusammenhänge von Lebenslagen und Lebensstilkonzepten mit individuellem Verhalten fehlen.

6. Körper- und gesundheitsbezogener Konsum

Es fehlen Materialien zu den Perspektiven Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung. Eigenverantwortliche Gesundheitsversorgung wird nicht thematisiert.

¹⁰ Die Bezeichnungen für beide Fächer sind je nach Bundesland und / oder Schulform unterschiedlich.