

## Materialkompass Verbraucherbildung

### Unterrichtsmaterialien zur Verbraucherbildung an Schulen

Bewertetes Material: Mach-Bar-Tour: Trendgetränke - was ist dran, was ist drin

Verlag / Autor: Verbraucherzentrale NRW

Die Bewertung des Materials erfolgte im Rahmen des vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) geförderten und vom Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) durchgeführten Projektes „Bildungsinitiative Verbraucherkompetenz“.

Die Bewertung wurde von einem Expertenteam aus Wissenschaftler/-innen, Pädagogen/-innen und Fachleuten der Verbraucherzentralen aus den jeweiligen Themengebieten vorgenommen.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.verbraucherbildung.de/materialkompass](http://www.verbraucherbildung.de/materialkompass)

INDEX

Index .....	2
1 Formale Beschreibung des Materials .....	3
1.1 Bibliografische Angaben .....	3
1.2 Zielgruppen.....	3
1.3 Fach / Fächer: [Mehrfachauswahl + Freitext] .....	4
1.4 Schulform: .....	4
1.5 Materialtyp .....	5
1.6 Zusätzliche Attribute .....	5
1.7 Inhaltsangabe .....	5
2 Themenwahl, Inhalte, Schwerpunkte .....	6
2.1 Finanzkompetenz .....	6
2.2 Medienkompetenz .....	7
2.3 Ernährung.....	8
2.4 Nachhaltiger Konsum .....	9
2.5 Verbraucherrecht.....	10
3 Beurteilung des Fachlichen Inhalts.....	11
3.1 Fachlicher Inhalt Finanzkompetenz.....	11
3.2 Fachlicher Inhalt Medienkompetenz.....	12
3.3 Fachlicher Inhalt Ernährung.....	13
3.4 Fachlicher Inhalt zu Nachhaltigem Konsum.....	14
3.5 Fachlicher Inhalt Verbraucherrechte.....	15
4 Beurteilung der Methodik und Didaktik .....	16
5 Beurteilung der Formalen Gestaltung .....	17
6 Gesamtbeurteilung.....	18
6.1 Kurztext .....	18
6.2 Ausführliche Begründung .....	18
7 Gesamtauswertung .....	19

1 FORMALE BESCHREIBUNG DES MATERIALS

1.1 BIBLIOGRAFISCHE ANGABEN

Titel\*: Mach-Bar-Tour: Trendgetränke - was ist dran, was ist drin?

Untertitel: \_\_\_\_\_

Link zum Material (Bezugsquelle) \*: http://www.verbraucherzentrale-niedersachsen.de/UNIQ13032050291418

Schlagworte\*: Trendgetränke, Wellnessgetränke, Fitnessgetränke, Werbung, Zusatzstoffe, E-Nummern, Getränk

Autor/in: Christiane Rohloff, Ursula Plitzko, Nicole Schlaeger, Friederike Farsen, Debora Petrauskas

Mitarbeit: \_\_\_\_\_

Fachliche Beratung: \_\_\_\_\_

Verlag: Verbraucherzentrale NRW

ISBN: 3-938174-99-4

kostenlos  kostenpflichtig - Preis\*: 0,00

Erscheinungsjahr: 2008

Dazu gehörende Medien: CD-Rom

1.2 ZIELGRUPPEN

Klasse /Schulstufe: [Mehrfachauswahl, bitte wählen Sie mindestens eine Schulstufe aus]

- |                                    |  |   |
|------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> Vorschule | <input type="checkbox"/> 6. Klasse             | <input type="checkbox"/> 12. Klasse         |
| <input type="checkbox"/> 1. Klasse | <input checked="" type="checkbox"/> 7. Klasse  | <input type="checkbox"/> 13. Klasse         |
| <input type="checkbox"/> 2. Klasse | <input checked="" type="checkbox"/> 8. Klasse  | <input type="checkbox"/> Erwachsenenbildung |
| <input type="checkbox"/> 3. Klasse | <input checked="" type="checkbox"/> 9. Klasse  | <input type="checkbox"/> Berufliche Bildung |
| <input type="checkbox"/> 4. Klasse | <input checked="" type="checkbox"/> 10. Klasse |   |
| <input type="checkbox"/> 5. Klasse | <input type="checkbox"/> 11. Klasse            |   |

Alter: [Mehrfachauswahl (optionale Angabe)]

- |                                  |  |  |
|----------------------------------|--|--|
| <input type="checkbox"/> 4 Jahre | <input type="checkbox"/> 9 Jahre             | <input checked="" type="checkbox"/> 14 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 5 Jahre | <input type="checkbox"/> 10 Jahre            | <input checked="" type="checkbox"/> 15 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 6 Jahre | <input checked="" type="checkbox"/> 11 Jahre | <input type="checkbox"/> 16 Jahre            |
| <input type="checkbox"/> 7 Jahre | <input checked="" type="checkbox"/> 12 Jahre | <input type="checkbox"/> 17 Jahre            |
| <input type="checkbox"/> 8 Jahre | <input checked="" type="checkbox"/> 13 Jahre | <input type="checkbox"/> 18 und älter        |

1.3 FACH / FÄCHER: [MEHRFACHAUSWAHL + FREITEXT]

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Alle   | <input checked="" type="checkbox"/> Ernährungslehre          | <input type="checkbox"/> Physik  |
| <input checked="" type="checkbox"/> fächerübergreifend                          | <input type="checkbox"/> Ethik / Lebenskunde                 | <input checked="" type="checkbox"/> Projekttag   |
| <input checked="" type="checkbox"/> Arbeitslehre                                | <input type="checkbox"/> Französisch                         | <input type="checkbox"/> Religion  |
| <input type="checkbox"/> Betriebswirtschaft                                     | <input type="checkbox"/> Geschichte                          | <input type="checkbox"/> Sachunterricht /<br>Heimatkunde                                   |
| <input type="checkbox"/> Biologie   | <input checked="" type="checkbox"/> Gesundheitswesen         | <input type="checkbox"/> Sozialkunde /<br>Sozialwirtschaft /<br>Gesellschaftslehre/Politik |
| <input type="checkbox"/> Chemie   | <input checked="" type="checkbox"/> Hauswirtschaft           | <input type="checkbox"/> Spanisch  |
| <input type="checkbox"/> Deutsch  | <input type="checkbox"/> Informatik / Technik                | <input type="checkbox"/> Vertretungsunterricht   |
| <input type="checkbox"/> Deutsch als Zweitsprache /<br>Deutsch als Fremdsprache | <input type="checkbox"/> Kunst / Textilgestalten /<br>Werken | <input type="checkbox"/> Wirtschaft /Wirtschaftslehre                                      |
| <input type="checkbox"/> Englisch   | <input type="checkbox"/> Mathematik                          | <input checked="" type="checkbox"/> Weitere: <input type="text" value="WAT"/>              |
| <input type="checkbox"/> Erdkunde / Geografie                                   | <input type="checkbox"/> Naturwissenschaften                 |  |

1.4 SCHULFORM:

Bitte übergeordnete Stufe ankreuzen [Mehrfachauswahl]:

- |                                      |   |   |
|--------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Primarstufe | <input checked="" type="checkbox"/> Sekundarstufe I | <input type="checkbox"/> Sekundarstufe II |
|--------------------------------------|---|---|

Bitte gegebenenfalls Schulformen ankreuzen [Mehrfachauswahl]:

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> alle                    | <input checked="" type="checkbox"/> Gesamtschule | <input checked="" type="checkbox"/> Gymnasium |
| <input type="checkbox"/> Grundschule             | <input checked="" type="checkbox"/> Förderschule | <input type="checkbox"/> Oberschule           |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mittelschule |  | <input type="checkbox"/> Berufliche Schulen   |
| <input checked="" type="checkbox"/> = schule     |  |   |
| <input checked="" type="checkbox"/> Realschule   |  |   |

1.5 MATERIALTYP

**Inhaltlich:** [Mehrfachauswahl + Freitext]

- Informationen (Unterlagen, Texte, Bilder, Grafiken für Lernende)
- Anregungen für die Unterrichtsgestaltung, Unterrichtsbeispiele

- Arbeitsmaterialien für Lernende: Anleitungen, Arbeitsblätter, Aufträge, Hilfsmittel
- Spiele

- Hintergrundinformationen für die Lehrpersonen
- Elternmitwirkung
- Weitere:

**Formal:** [Mehrfachauswahl + Freitext]

- Online-Material (für den Online-Gebrauch)
- Software
- Printprodukt (Druckerzeugnis zum Bestellen)

- Download (PDF, DOC etc. zum Herunterladen / Ausdrucken)
- Film /DVD / Video

- CD-ROM
- Multimedia
- Weitere:

1.6 ZUSÄTZLICHE ATTRIBUTE

[Mehrfachauswahl + Freitext]

- Hinweise auf ergänzende Medien
- Angabe von Literatur, Referenzen und Quellen (auch Linklisten)
- Weiterführende Adressen / Fachstellen

**Sonstiges:** (z.B. zum Gesamtkonzept, zur Einbettung in die Verbraucherbildung (REVIS-Referenzrahmen), unterschiedliche Konsumfelder etc.):

Material, das variabel und modular aufgebaut ist (1-4 Schulstunden oder Projekttag). Im Rahmen von REVIS eins

1.7 INHALTSANGABE

Bitte beschreiben Sie kurz die Inhalte des Materials oder bilden Sie das Inhaltsverzeichnis ab.

Trendgetränke, wie Energydrinks, Sport-, Wellness-, Softgetränke und alkoholische Mischgetränke, sogenannte Alcopops, erfreuen sich bei Jugendlichen immer größerer Beliebtheit. Die Zusammensetzung der Getränke ist jedoch nicht immer unproblematisch, da sie oft diverse Zucker, Süßstoffe, Alkohol und unnötige Zusatzstoffe enthalten. In fünf Modulen (Die Kost-Bar, Die Denk-Bar, Die Wunder-Bar, Die Nutz-Bar und Die Vorzeig-Bar) sollen die Jugendlichen am Beispiel der Trendgetränke zu einem gesundheitsbewussten und umweltorientierten Ernährungsverhalten motiviert werden.

## 2 THEMENWAHL, INHALTE, SCHWERPUNKTE

Bitte wählen Sie ein oder mehrere Hauptthemen und die entsprechenden Unterthemen aus.

### 2.1 FINANZKOMPETENZ

**Thema Finanzkompetenz** [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Zahlungsverkehr  
(z.B. Konto, Girokonto)

Budgetplanung  
z.B. Haushaltsbudget, Taschengeld)

Versicherungen

Rente / Private Vorsorge

Geldanlage und Sparen  
(z.B. auch Risikomanagement, nachhaltige Finanzanlage)

Kredite und Finanzierung

Schulden

Sonstige: \_\_\_\_\_

→Weiter zur Themenauswahl [Medienkompetenz](#) | [Ernährung](#) | [Nachhaltiger Konsum](#) | [Verbraucherrecht](#)

→Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Finanzkompetenz](#)

2.2 MEDIENKOMPETENZ

**Thema Medienkompetenz** [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Grundwissen und Recht

(z. B. Wissen über Medien (Printmedien, Fernsehen, Rundfunk, Film, neue Medien), Medienrecht, öffentlicher Auftrag von Medien, Urheber- und Persönlichkeitsrecht, informationelle Selbstbestimmung, Downloads (legal und illegal), Werberecht, Rundfunk- und Fernsehrecht, Daten- und Jugendschutz, Presserecht, Was machen Cookies?)

Soziale Netzwerke

(z.B. Verhalten und Kommunikation im Internet/in sozialen Netzwerken (Facebook, Schüler-VZ etc.) Twitter, Web 2.0, Cybermobbing, Chatten (ohne Risiko), Dating-Portale, Privatsphäre, Blogging, Tauschbörsen, Dating)

Datenschutz

(z.B. Datenschutzbestimmungen, Welche Spuren hinterlasse ich im Netz? Wer speichert was wofür? Weitergabe/ Verwendung von Daten)

Kaufen im Internet

(z.B. Internetdienstleister /Anbietervergleich, Kosten(fallen), Abzocke, Onlineshops, Klingeltöne, Abos)

Risiken

(z.B. Sicherheit/Gefahren im Internet, Online Spiele, Gewalt, Pornografie, Privatsphäre, Spam)

Werbung

Handy

(z.B. Tarife, Anbieter, Telefonverhalten etc.)

Sonstige: \_\_\_\_\_

→ Weiter zur Themenauswahl [Finanzkompetenz](#) | [Ernährung](#) | [Nachhaltiger Konsum](#) | [Verbraucherrecht](#)

→ Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Medienkompetenz](#)

2.3 ERNÄHRUNG

**Thema Ernährung** [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Ernährung & Essen

(z.B. Essgewohnheiten, Esskultur, soziale Aspekte des Essens, gesundheitliche Aspekte, Diäten, Süchte)

Qualität

(z.B. Gütesiegel, Standards, Güteklassen, Richtlinien, Lebensmittelrecht, Kennzeichnung(spflicht), Zutaten, Herkunftsbezeichnung)

Haushalt

(z.B. Einkauf, Zubereitung, Lagerung, Haltbarmachung und Verderb von Lebensmitteln, Preise, Einkaufsstätten, eigenes Konsumverhalten)

Produktionsketten

(z.B. Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln, ökologischer u. konventioneller Anbau, Functional Food, Handelswege)

Ethische Fragen / Nachhaltigkeit

(z.B. faire Preise, Arbeitsbedingungen, Umweltbilanzen, Anbaubedingungen, ökologische und ökonomische Zusammenhänge, CO2-Emission, Genfood)

Agrar- & Ernährungswirtschaft

(z.B. Verordnungen, rechtliche und politische Fragen)

Sonstige: \_\_\_\_\_

→ Weiter zum Thema [Finanzkompetenz](#) / [Medienkompetenz](#) / [Nachhaltiger Konsum](#) / [Verbraucherrecht](#)

→ Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Ernährung](#)



2.4 NACHHALTIGER KONSUM

**Thema Nachhaltiger Konsum** [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Klima & Energie

(z.B. Energieversorgung, Stromanbieter, regenerative Energien, Energieverbrauch)

Produktzyklen

(z.B. in der Lebensmittel- oder Textilbranche)

Privater Haushalt

(z.B. Wohnen, Bauen, Haushalt, Lebensmittel, Grundversorgung)

Reise & Mobilität

(z.B. Flugreisen, Bahn- und Autofahren)

Freizeit

Ethischer Konsum

(z.B. Nachhaltigkeit des eigenen Konsumverhaltens, Kriterien des eigenen Konsumverhaltens)

Sonstige: \_\_\_\_\_

→ Weiter zur Themenauswahl [Finanzkompetenz](#) | [Medienkompetenz](#) | [Ernährung](#) | [Verbraucherrecht](#)

→ Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Nachhaltiger Konsum](#)

2.5 VERBRAUCHERRECHT

**Thema Verbraucherrecht** [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Verträge

(z.B. Kaufverträge, Dienstleistungsverträge, Versicherungen, eCommerce, Gewährleistung, Garantie, Umtausch, Reklamation, Schadensersatz, Versandhandel, Kostenfallen, Auktionen, Downloads, Telefonanbieterwechsel, Versorgungsanbieterwechsel, Kundenrechte etc.)

Verbraucherschutz

(z.B. Beratung, Rechtsschutz, Verbraucherzentrale, Stiftung Warentest, Anwälte, Prozesse etc.)

Information und Werbung

(z. B. unabhängige Informationen, Gütezeichen, Kennzeichnung, Sonder- und Lockvogelangebote, Wettbewerbsrecht (UWG), Rabatte und Kundenkarten, unerwünschte Werbung und Spam, Gewinnspiele und Preisausschreiben, Datenschutz)

Sonstige Konsumfelder [Freitext-Eingabe]

u M k 7 U = ‡ = M 8  
M @ 7 M M 8

→ Weiter zur Themenauswahl [Finanzkompetenz](#) | [Medienkompetenz](#) | [Ernährung](#) | [Nachhaltigem Konsum](#) →  
Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Verbraucherrecht](#)

**3 BEURTEILUNG DES FACHLICHEN INHALTS**

**3.1 FACHLICHER INHALT FINANZKOMPETENZ**

[Vergeben Sie Ihre Punkte und begründen Sie Ihre Beurteilung, wenn Sie nicht die max. Punktzahl vergeben]

Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
<b>A - Vorhandene Aspekte</b>			
Inhaltliche Aspekte werden (überwiegend) aus der Sicht der Verbraucher thematisiert.	2		
Verbraucherrechte aber auch Verbraucherplichten werden angesprochen.	2		
Inhaltliche Aspekte werden aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven dargestellt.	3		
Es werden mehrere fachliche Inhaltsbereiche abgedeckt.	2		
Die Heterogenität der Verbraucherinnen und Verbraucher wird auch inhaltlich berücksichtigt.	3		
Sonstiges (bitte erläutern)			
<b>B - Fachlich korrekte Umsetzung</b>			
Informationen sind korrekt und aktuell.	3		
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3		
Fachinformationen sind vollständig.	3		
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1		
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3		
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2		
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)		
<b>Maximale Punktzahl →</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>← Erreichte Punktzahl</b>
	(29)		( → weiter zur <a href="#">methodisch-didaktischen Beurteilung</a> )

3.2 FACHLICHER INHALT MEDIENKOMPETENZ			
[Vergeben Sie Ihre Punkte und begründen Sie Ihre Beurteilung, wenn Sie nicht die max. Punktzahl vergeben]			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
<b>A - Vorhandene Aspekte</b>			
Inhaltliche Aspekte werden (überwiegend) aus der Sicht der Verbraucher thematisiert.	2		
Verbraucherrechte aber auch Verbraucherpflichten werden angesprochen.	2		
Inhaltliche Aspekte werden aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven dargestellt.	3		
Es werden mehrere fachliche Inhaltsbereiche abgedeckt.	2		
Die Heterogenität der Verbraucherinnen und Verbraucher wird auch inhaltlich berücksichtigt.	3		
Sonstiges (bitte erläutern)			
<b>B - Fachlich korrekte Umsetzung</b>			
Informationen sind korrekt und aktuell.	3		
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3		
Fachinformationen sind vollständig.	3		
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1		
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3		
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2		
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)		
<b>Maximale Punktzahl →</b>	27 (29)	0	<b>← Erreichte Punktzahl</b> ( → weiter zur <a href="#">methodisch-didaktischen Beurteilung</a> )

3.3 FACHLICHER INHALT ERNÄHRUNG			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
<b>A - Vorhandene Aspekte</b>			
Inhaltliche Aspekte werden (überwiegend) aus der Sicht der Verbraucher thematisiert.	2	2	
Orientierungen an Nachhaltigkeit oder Gesundheit werden auch inhaltlich aufgenommen.	2	2	
Inhaltliche Aspekte werden aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven dargestellt bzw. die jeweilige fachliche Perspektive wird kenntlich gemacht.	3	3	
Es werden in den fachlichen Inhaltsbereichen mögliche Widersprüche zu anderen Anforderungen thematisiert.	2	2	
Die Heterogenität der Verbraucherinnen und Verbraucher wird auch inhaltlich berücksichtigt.	3	3	
Sonstiges (bitte erläutern)			
<b>B - Fachlich korrekte Umsetzung</b>			
Informationen sind korrekt und aktuell, fachlich richtig gewichtet und nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3	2	Die Lehrkräfte müssen sich inhaltlich in einigen Bereichen (Werbung und Ökobilanzen für Trendgetränke) immer auf den aktuellen Stand
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen	3	3	
Fachinformationen sind vollständig.	3	3	
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1	1	
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3	3	
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2	2	
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)		
<b>Maximale Punktzahl →</b>	27 (29)	26	<b>← Erreichte Punktzahl</b> ( → weiter zur <a href="#">methodisch-didaktischen Beurteilung</a> )

3.4 FACHLICHER INHALT ZU NACHHALTIGEM KONSUM		
Indikatoren	Punkte	Bemerkungen – Kommentar
<b>A - Vorhandene Aspekte</b>		
Inhaltliche Aspekte werden im Hinblick auf die Ermöglichung von Gestaltungskompetenz thematisiert.	3	
Reichweite und Auswirkungen des individuellen (Konsum)Handelns werden angesprochen und Handlungsalternativen angestrebt.	2	
Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und Soziales werden einzeln oder in einer Verknüpfung behandelt.	3	
Es werden in den fachlichen Inhaltsbereichen mögliche Widersprüche zu anderen Anforderungen thematisiert.	2	
Die Inhalte behandeln gegenwärtige Situationen aus der Perspektive der Zukunft.	2	
Sonstiges (bitte erläutern)		
<b>B - Fachlich korrekte Umsetzung</b>		
Informationen sind korrekt und aktuell.	3	
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3	
Fachinformationen sind vollständig.	3	
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1	
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3	
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2	
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)	
<b>Maximale Punktzahl →</b>	27 (29)	0 <b>← Erreichte Punktzahl</b> ( → weiter zur <a href="#">methodisch-didaktischen Beurteilung</a> )

3.5 FACHLICHER INHALT VERBRAUCHERRECHTE			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
<b>A - Vorhandene Aspekte</b>			
Inhaltliche Aspekte werden (überwiegend) aus der Sicht der Verbraucher thematisiert.	2		
Verbraucherrechte werden auch im Kontext bzw. im Zusammenhang mit Verbraucherplichten angesprochen.	3		
Verbraucherrechte werden als thematischer Schwerpunkt und nicht nur randständig angesprochen.	2		
Es werden mehrere fachliche Inhaltsbereiche abgedeckt.	2		
Die Heterogenität der Verbraucherinnen und Verbraucher wird auch inhaltlich berücksichtigt.	3		
Sonstiges (bitte erläutern)			
<b>B - Fachlich korrekte Umsetzung</b>			
Informationen sind korrekt und aktuell.	3		
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3		
Fachinformationen sind vollständig.	3		
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1		
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3		
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2		
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)		
<b>Maximale Punktzahl →</b>	<b>27</b>	0	<b>← Erreichte Punktzahl</b>
	(2 )		( → weiter zur <a href="#">methodisch-didaktischen Beurteilung</a> )

4 BEURTEILUNG DER METHODIK UND DIDAKTIK			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
Lernziele werden formuliert. Es ist ersichtlich, welche grundlegenden Kompetenzen (Inhalt / Fähigkeiten / Fertigkeiten) erworben werden können.	3	3	
Der Inhalt ist auf die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen/der Lernenden abgestimmt, Erfahrungen und Interessen der Zielgruppe werden aufgenommen.	3	3	
Echte Begegnungen, reale Erfahrungen und Reflexion werden ermöglicht, die Handlungsebene wird erreicht.	3	3	
Die Materialien sind abwechslungsreich, ermöglichen verschiedene Zugänge und sprechen unterschiedliche Lerntypen an.	3	3	Je nach Leistungsstand und Leistungsstärke der Schüler werden Variationen angeboten.
Materialien sind stufenbezogen aufbereitet sowie zweckmäßig und klar strukturiert.	3	3	
Die Materialien sind hoch aufbereitet und unterstützen eigenständiges und selbstbestimmtes Arbeiten und Lernen.	3	3	
Die Materialien unterstützen erweiterte Lehr- und Lernformen (z.B. Werkstatt, Wochenplan, Projekte), regen zu unterschiedlichen Sozialformen an und beinhalten eine große Auswahl von Unterrichtsvorschlägen.	3	3	
Die Materialien sind modular aufgebaut und ermöglichen eigene Lernwege, Anpassungen an spezielle Bedürfnisse sind möglich.	3	3	
Hinweise für Lehrerinnen und Lehrer erleichtern die Planung, Durchführung und Reflexion des Unterrichts. Sie sind themenspezifisch mit engem Bezug zu den Materialien für Schülerinnen und Schüler. Die Hinweise sind ohne spezifisches Vorwissen verständlich und minimieren den Arbeitsaufwand für die Lehrperson.	3	2	Der Arbeitsaufwand für die Lehrperson ist erheblich, da diverses Material ausgedruckt (u. a. 132 "Stoff-O-Meter" Karten + Liste mit E-Nummern + Liste mit Inhaltsstoffen usw.) werden muss, dass jedoch öfter verwendet werden kann.
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)		
<b>Maximale Punktzahl →</b>	27 (29)	26	<b>← Erreichte Punktzahl</b>



5 BEURTEILUNG DER FORMALEN GESTALTUNG											
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar								
<b>5.1 Gliederung und Struktur</b>											
Inhaltlich gut strukturiert (Inhaltsverzeichnis, Navigation etc.)	<b>3</b>	3									
Gliederung des Materials ist logisch und nachvollziehbar („Roter Faden“)	<b>2</b>	2									
<b>5.2 Gestaltung</b>											
Gestaltung ist zielgruppengerecht und stufenbezogen	<b>1</b>	1									
Informationsdesign ist logisch und zweckorientiert	<b>1</b>	1									
„Roter Faden“ spiegelt sich auch in der Gestaltung wider	<b>1</b>	1									
Gestaltungskonzept wird konsequent durchgehalten (Wiedererkennungswert)	<b>1</b>	1									
Layout (inkl. Grafiken, Tabellen, Typografie, Leseführung) ist übersichtlich und zielgruppengerecht	<b>1</b>	1									
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	<b>(1)</b>										
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: right;"><b>Maximale Punktzahl →</b></td> <td style="width: 10%; text-align: center;"><b>10</b></td> <td style="width: 10%; text-align: center;">10</td> <td style="width: 20%; text-align: left;"><b>← Erreichte Punktzahl</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">(11)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>				<b>Maximale Punktzahl →</b>	<b>10</b>	10	<b>← Erreichte Punktzahl</b>		(11)		
<b>Maximale Punktzahl →</b>	<b>10</b>	10	<b>← Erreichte Punktzahl</b>								
	(11)										

## 6 GESAMTBEURTEILUNG

### 6.1 KURZTEXT\*

Die erlebnisorientierte Aktion Mach-Bar-Tour "Trendgetränke - was ist dran, was ist drin?" für die Klassen 7 bis 10 ist ein gelungenes Beispiel wie aktuelle Inhalte und Themen in der Ernährung und Verbraucherbildung exemplarisch an aktuellen Problemstellungen, die aus der Lebenswelt der Schüler und Schülerinnen stammen, erlebnisorientiert umgesetzt werden können.

Die Schüler lernen exemplarisch eine Vielzahl von Themen, wie gesunde Ernährung, Marketing, Werbung sowie Umweltaspekte kennen. Dadurch sollen sie zu einem gesundheitsbewussten und umweltverträglichen Ernährungsverhalten motiviert werden. Desweiteren werden Alternativen für den Alltag aufgezeigt.

### 6.2 AUSFÜHRLICHE BEGRÜNDUNG\*

Die erlebnisorientierte Aktion Mach-Bar-Tour "Trendgetränke - was ist dran, was ist drin?" für die Klassen 7 bis 10 ist ein gelungenes Beispiel wie aktuelle Inhalte und Themen in der Ernährung und Verbraucherbildung exemplarisch an aktuellen Problemstellungen, die aus der Lebenswelt der Schüler und Schülerinnen stammen, erlebnisorientiert umgesetzt werden können.

Inhaltlich liegt der Schwerpunkt auf Trendgetränken, wie Energydrinks, Sport-, Wellness-, Softgetränken und alkoholischen Mischgetränken, sogenannten Alcopops, die sich bei Jugendlichen immer größerer Beliebtheit erfreuen. Die Zusammensetzung der Getränke ist jedoch nicht immer unproblematisch, da sie oft diverse Zucker, Süßstoffe, Alkohol und unnötige Zusatzstoffe enthalten. Durch das vorliegende Material sollen die Jugendlichen exemplarisch in fünf Modulen (Die Kost-Bar, Die Denk-Bar, Die Wunder-Bar, Die Nutz-Bar und Die Vorzeig-Bar) zu einem gesundheitsbewussten und umweltorientierten Ernährungsverhalten motiviert werden.

Diverse Facetten, wie der gesundheitliche Aspekt, die Inhalts- und Zusatzstoffe, die Werbung und die Verpackungsproblematik werden aufgegriffen, aufgearbeitet und erlebnisorientiert dargeboten. Das 32-seitige Handbuch mit CD-ROM liefert sowohl fachliche als auch methodisch-didaktische und organisatorische Informationen zur Umsetzung des Themas "Trendgetränke" bei Projekttagen oder im Unterricht. Auf der beiliegenden CD-ROM befinden sich die dazu benötigten Arbeitsmittel und Arbeitsblätter sowie weiterführende Literaturhinweise und Rechercheadressen zum Themenkomplex. Zu den Stärken gehören desweiteren, dass zu jedem Modul Lernziele formuliert, der Ablauf beschrieben, eine Materialliste angegeben und Varianten angeboten werden. Trotz der sehr guten Aufbereitung ist der Arbeitsaufwand für die Lehrperson bei der ersten Durchführung nicht unerheblich, da diverses Material, wie 132 "Stoff-O-Meter" Karten (nicht wie angegeben 142), eine Liste mit E-Nummern, eine Liste mit Inhaltsstoffen usw., ausgedruckt und beschafft werden muss. Dies kann jedoch anschließend öfter verwendet werden. Außerdem sollten sich die Lehrpersonen bei dem fachwissenschaftlichen Hintergrund (Werbung und Ökobilanzen für Trendgetränke) immer auf den aktuellen Stand bringen.

Abschließend sei bemerkt, dass durch das Material eine Vielzahl von aktuellen Themen, wie gesunde Ernährung, Marketing, Werbung sowie Umweltaspekte aufgearbeitet und erlebnisorientiert dargeboten werden können. Die Lebenswelt der Schüler wird dabei berücksichtigt und es werden ihnen Alternativen im Alltag aufgezeigt. Dies ist jedoch mit einem nicht unerheblichen Arbeitsaufwand für den Lehrenden verbunden.

7 GESAMTAUSWERTUNG			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
7 @ .	27 (29)	26	
U . )	27 (29)	26	
Formale Gestaltung	10 (11)	10	
Maximale Gesamtpunktzahl →	64 (69)	62	← Erreichte Gesamtpunktzahl

Gesamturteil: Sehr gut

→ [Zurück zum Index](#)

- 64 (69) – 53 Punkte Sehr
- 52 – 41 Punkte .....8
- 40 – 30 Punkte ....."
- 29 – 20 Punkte .....°
- 19 Punkte und weniger .....U