

Qualitätsanalyse von Unterrichtsmaterialien anhand des „Materialkompass Verbraucherbildung“

Stand: Mai 2012

Inhalt

Informationen zum Materialkompass	2
Eckdaten	2
Auswertung	3
Verteilung der Themengebiete.....	3
Verteilung der Anbieter.....	4
Gesamtnotenspiegel	4
Notenspiegel der Anbieterkategorien	6
Gegenüberstellung der Anbieter bei der Note „sehr gut“	7
Gegenüberstellung der Anbieter bei der Note „ausreichend“	7
Notenspiegel der Anbieterkategorie „Öffentliche Hand“	8
Notenspiegel der Anbieterkategorie „Wirtschaft“	9
Notenspiegel der Anbieterkategorie „NGO“	10
Notenspiegel der Anbieterkategorie „Verlag“	11
Zusammenfassung der Ergebnisse und Interpretation.....	12
Kontakt	12

Informationen zum Materialkompass

Der Materialkompass Verbraucherbildung (www.materialkompass.de) ist eine Online-Datenbank mit Unterrichtsmaterialien zur Verbraucherbildung, in der Lehrerinnen und Lehrer geeignetes Material für die Themengebiete Finanzen, Gesundheit & Ernährung, Medien, Nachhaltiger Konsum und Verbraucherrecht recherchieren können.

Die Materialien stammen von verschiedenen Anbietern aus Öffentlicher Hand, Wirtschaft, Verbänden und Verlagen.

Alle Materialien werden auf Grundlage eines wissenschaftlichen Bewertungsrasters von einem 20-köpfigen, unabhängigen Expertenteam geprüft und bewertet.

In die Benotung fließen folgende Aspekte ein:

- Fachliche Qualität
- Methodisch-didaktische Qualität
- Gestalterische Qualität

Näheres dazu finden Sie unter <http://www.verbraucherbildung.de/bewertungskriterien.html>

Eckdaten

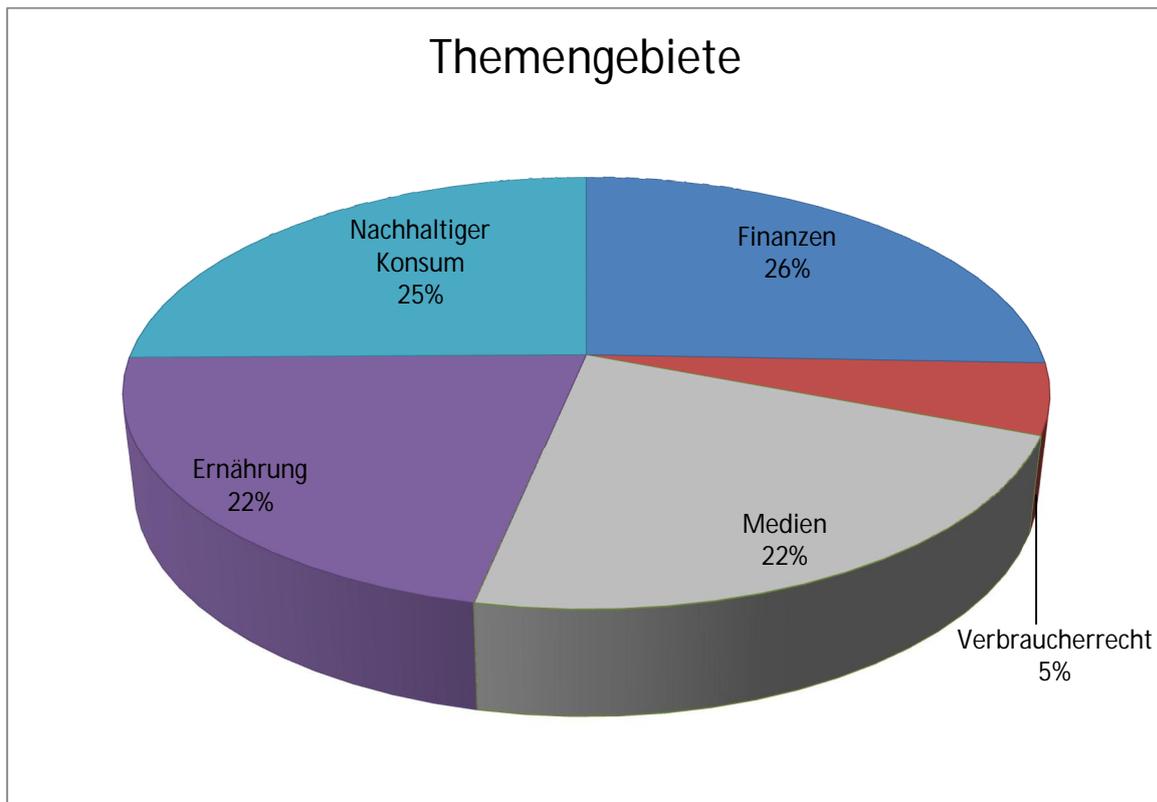
- Konzeption und Erstellung des Materialkompass Verbraucherbildung: Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. im Rahmen des BMELV-geförderten Projektes „Bildungsinitiative – Konsumkompetenz stärken“
- Launch des Materialkompass: 30.09.2011
- Materialstamm: Derzeit 220 Materialien (Stand: Mai 2012) für die Sekundarstufe. Die Bewertungen werden fortlaufend weitergeführt.
- Die Ausweitung der Materialien um die Primarstufe folgt ab Herbst 2012.

Auswertung

Die Auswertung bezieht sich auf den Materialstamm mit Stand Mai 2012.

Verteilung der Themengebiete

Einige Materialien sind mehreren Themengebieten zugeordnet, da sie themen- und/oder fächerübergreifend konzipiert sind. Die Darstellung bezieht sich auf das jeweilige Hauptthemengebiet.



Verteilung der Anbieter

Die bewerteten Materialien stammen von verschiedenen Anbietern. Die Anbieterkategorien sind folgendermaßen zu verstehen:

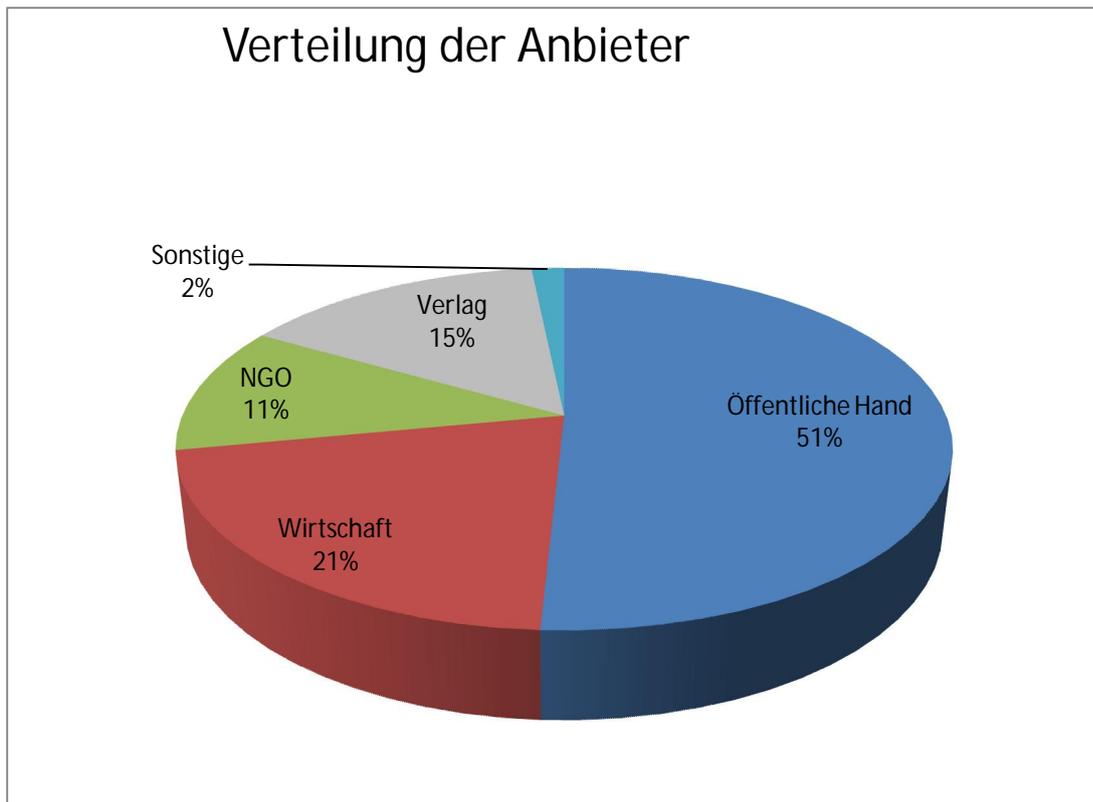
„Öffentliche Hand“: Behörden (Ministerien, Ämter, Anstalten) sowie bund- oder länderfinanzierte Institutionen

„Wirtschaft“: Wirtschaftsunternehmen und wirtschaftsnahe Stiftungen, Verbände, Institutionen

„NGO“: unabhängige Verbände, Institutionen und Nicht-Regierungsorganisationen, die keine kommerziellen Interessen verfolgen

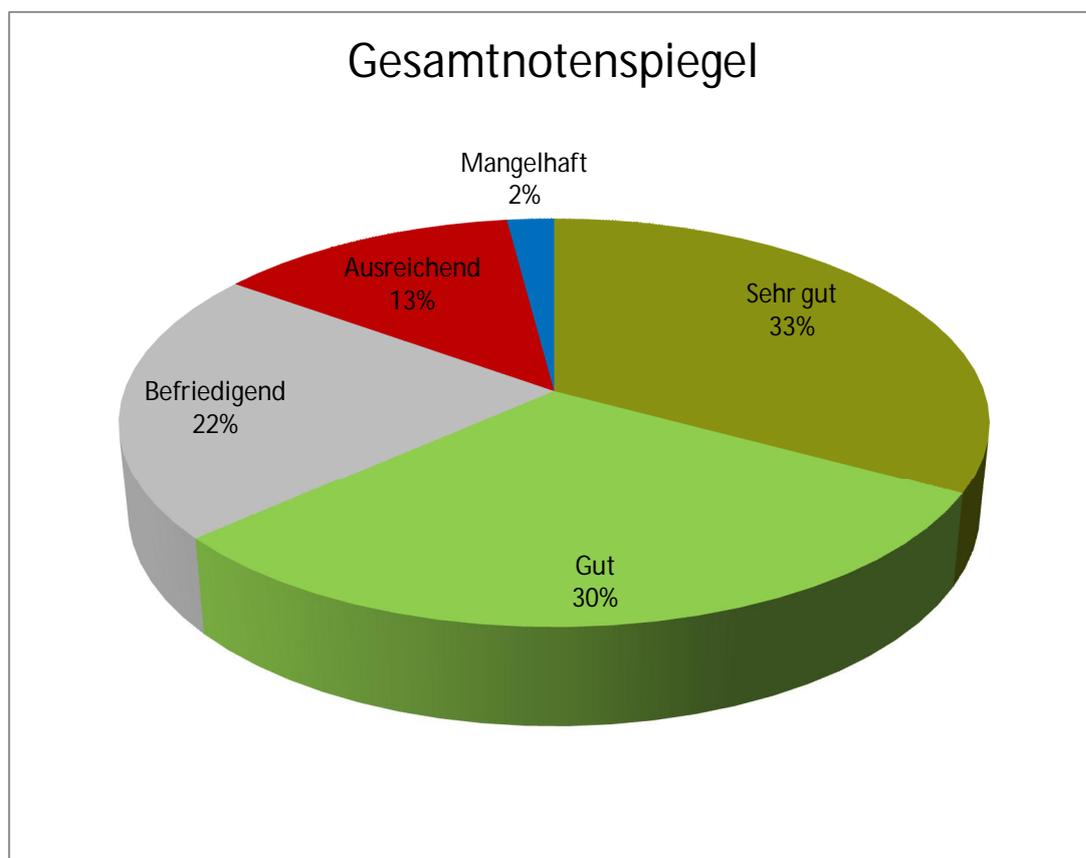
„Verlage“: Es wurden keine Schulbücher bewertet, sondern nur Publikationen, die keine Prüfung durch die Kultusministerien erhalten.

„Sonstige“: Autorenmaterial von Einzelpersonen



Gesamtnotenspiegel

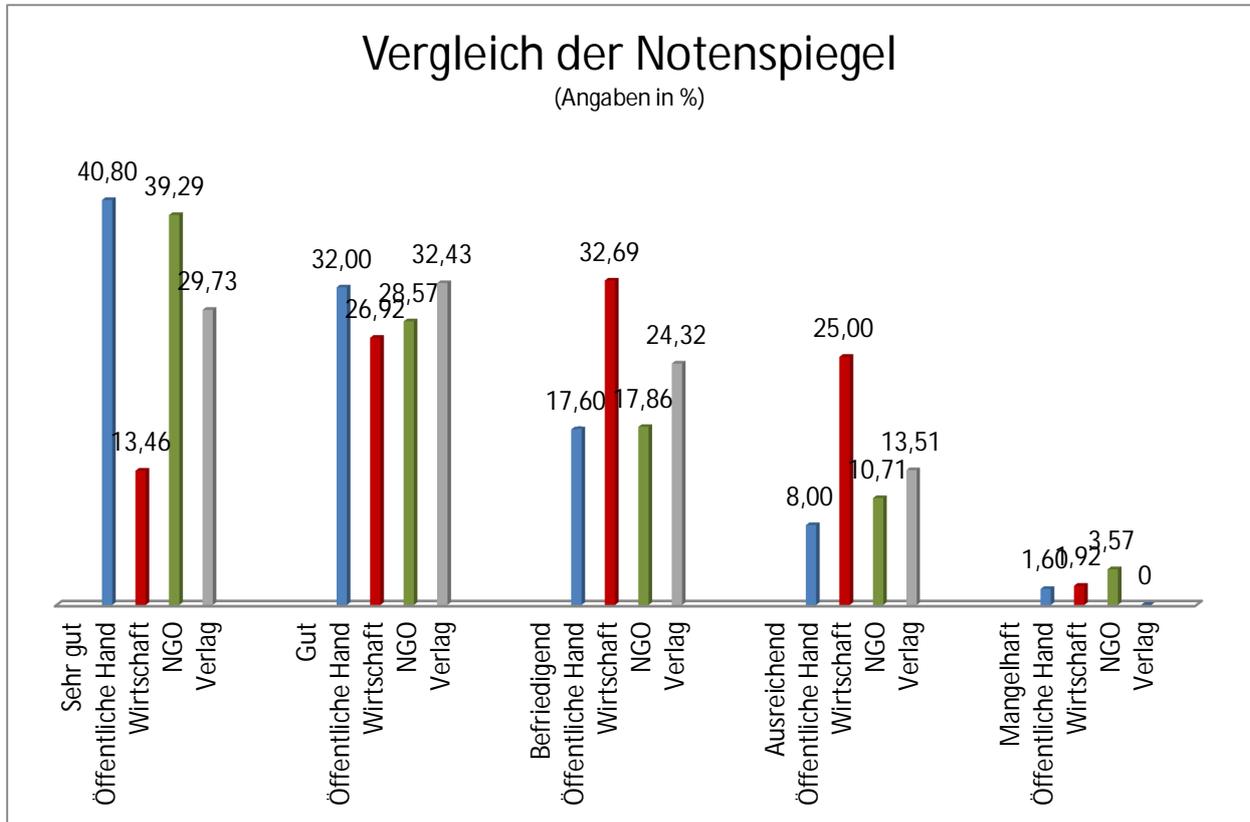
Übersicht über die Notenvergabe aller bewerteten Materialien



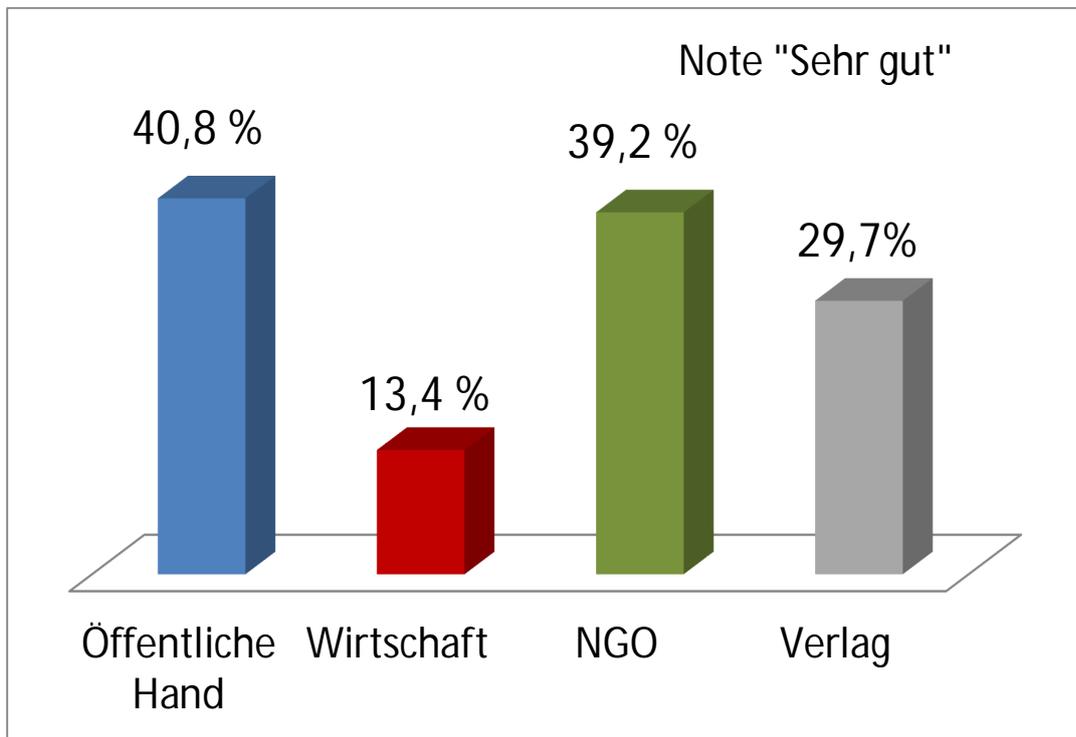
Notenspiegel der Anbieterkategorien

Vergleich der Notenspiegel der einzelnen Anbieterkategorien

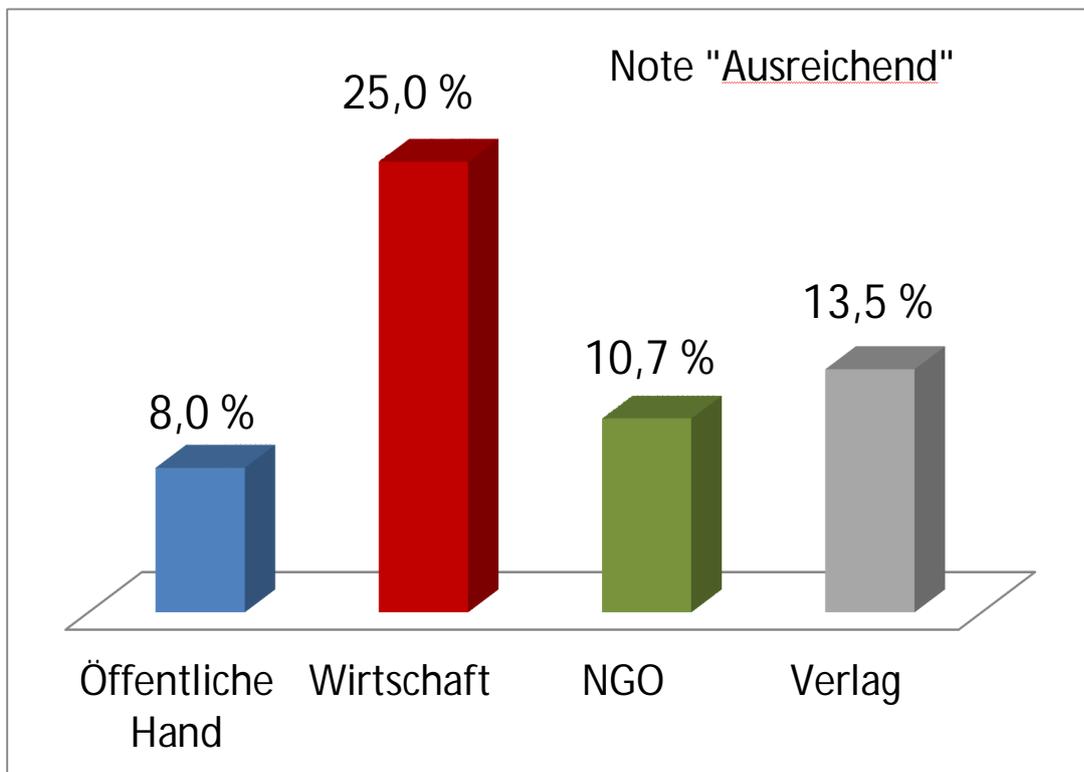
Der Gesamtnotenspiegel zeigt: Ca. 2/3 sämtlicher Materialien konnten mir „Sehr gut“ und „gut“ bewertet werden. Es gibt also eine Vielzahl empfehlenswerter Materialien für die Verbraucherbildung, die jetzt schon direkt im Unterricht eingesetzt werden können.



Gegenüberstellung der Anbieter bei der Note „sehr gut“

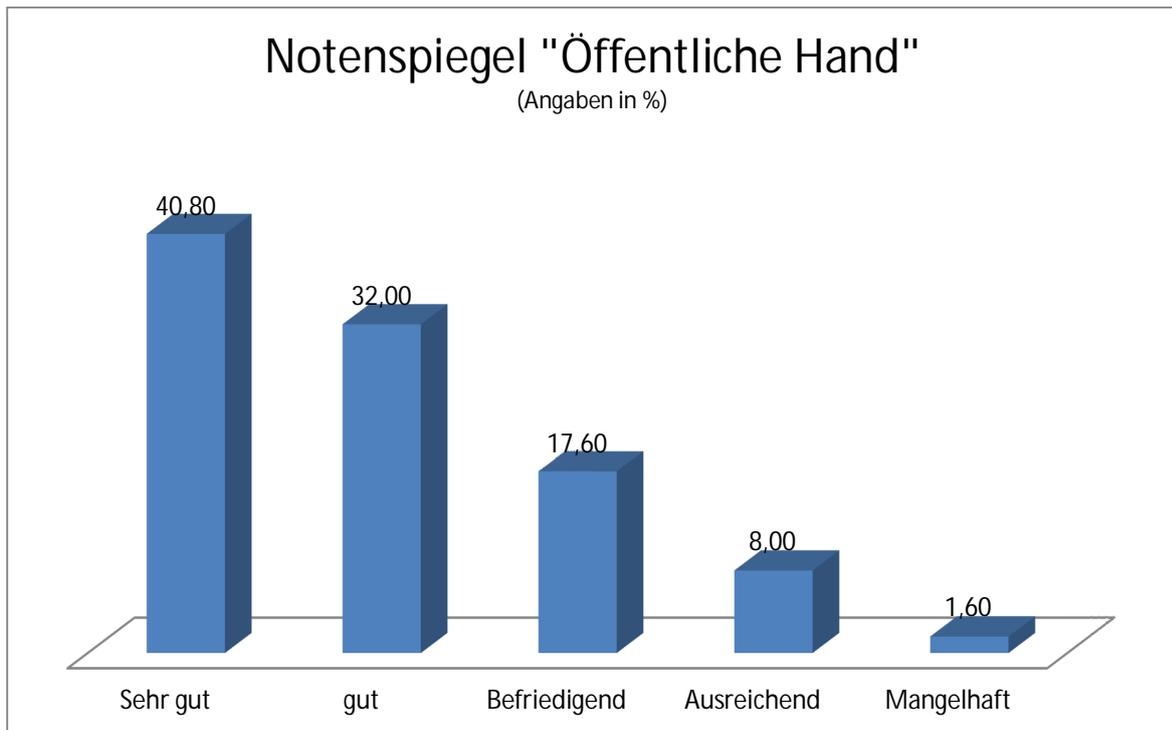


Gegenüberstellung der Anbieter bei der Note „ausreichend“



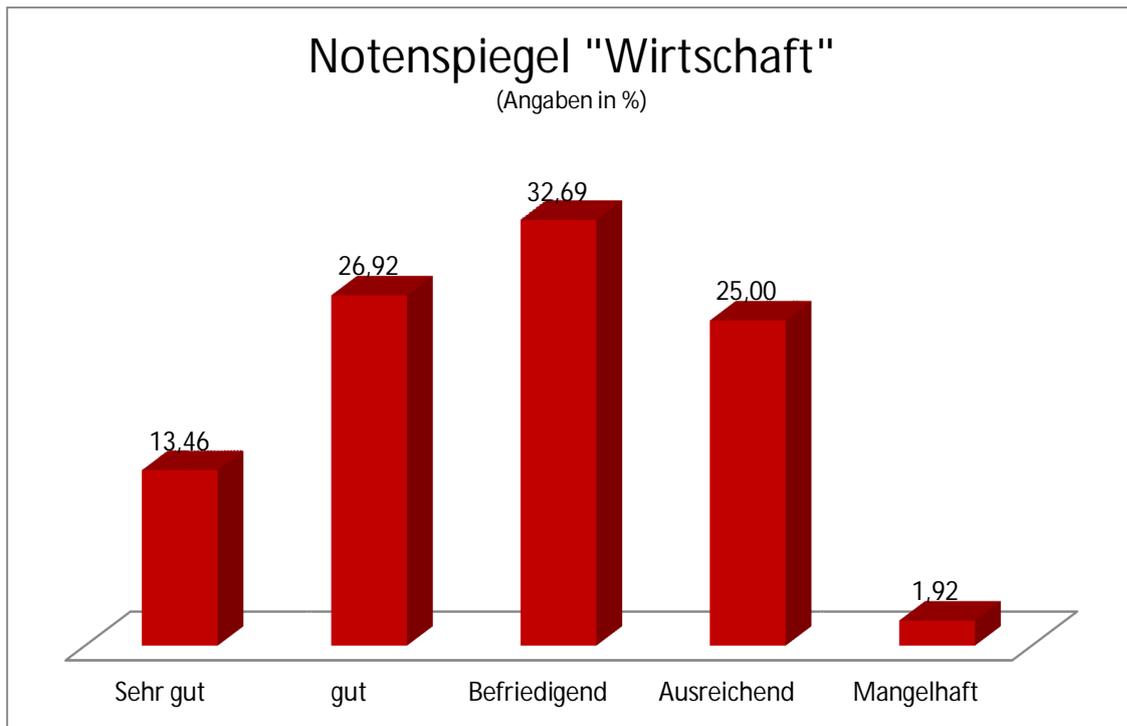
Notenspiegel der Anbieterkategorie „Öffentliche Hand“

$\frac{3}{4}$ aller Materialien von Anbietern aus Öffentlicher Hand können mit „sehr gut“ und „gut“ beurteilt werden, weniger als 10% erhielten die Noten „ausreichend“ und „mangelhaft“. Es ist festzustellen, dass diese Materialien die Fachinhalte überwiegend korrekt und im richtigen Kontext darstellen. Strittige Positionen werden genannt. Oft wird die Perspektive der Verbraucher eingenommen. Sie sind größtenteils gut didaktisch aufbereitet.



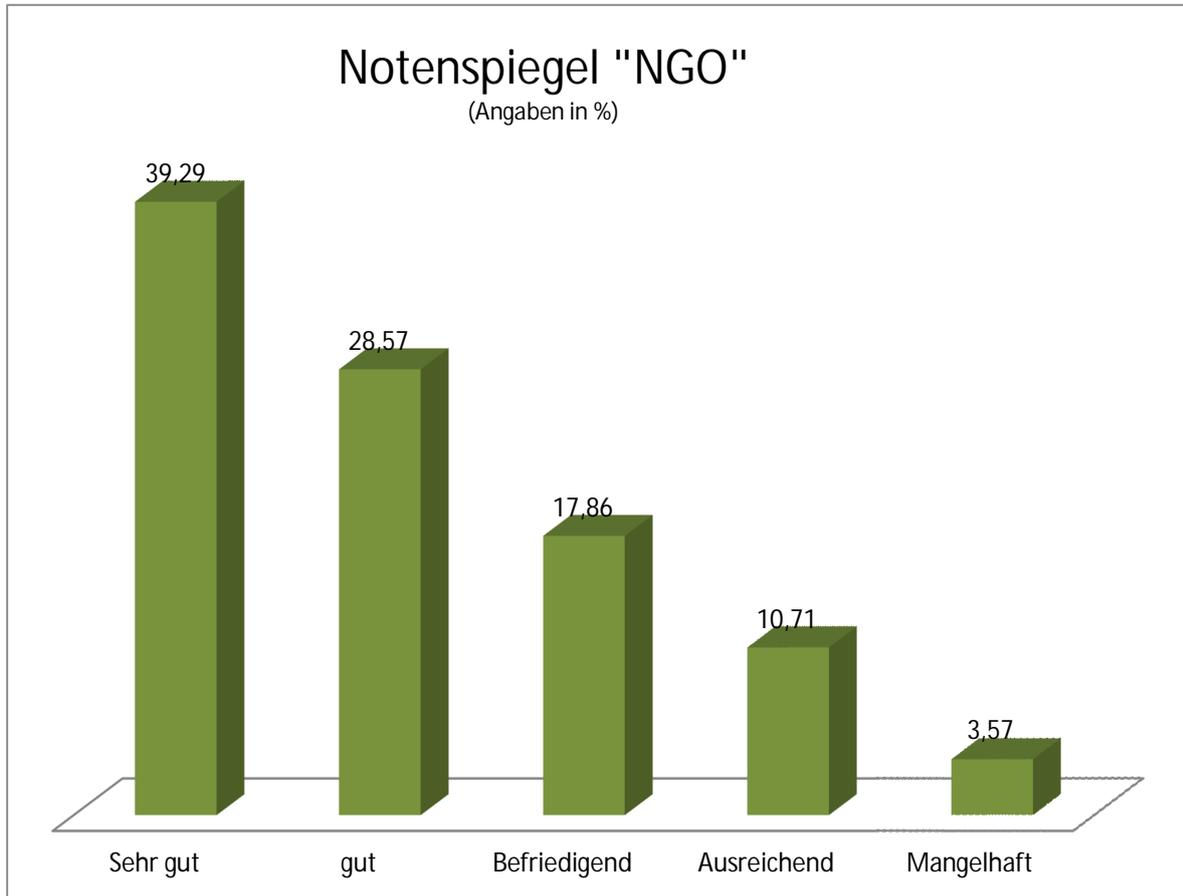
Notenspiegel der Anbieterkategorie „Wirtschaft“

Nur 40% konnten mit „sehr gut“ und „gut“ beurteilt werden, aber über ¼ der Materialien erhielt die Noten „ausreichend“ und „mangelhaft“. Defizite zeigen sich bei den Fachinhalten vor allem in der interessengeleiteten Darstellung von Sachverhalten, dem Weglassen von für den Verbraucher wichtigen Informationen und in der oft schlechten didaktischen Aufbereitung. Ein gutes Drittel bewegt sich qualitativ im Mittelfeld und wurde mit „befriedigend“ benotet.



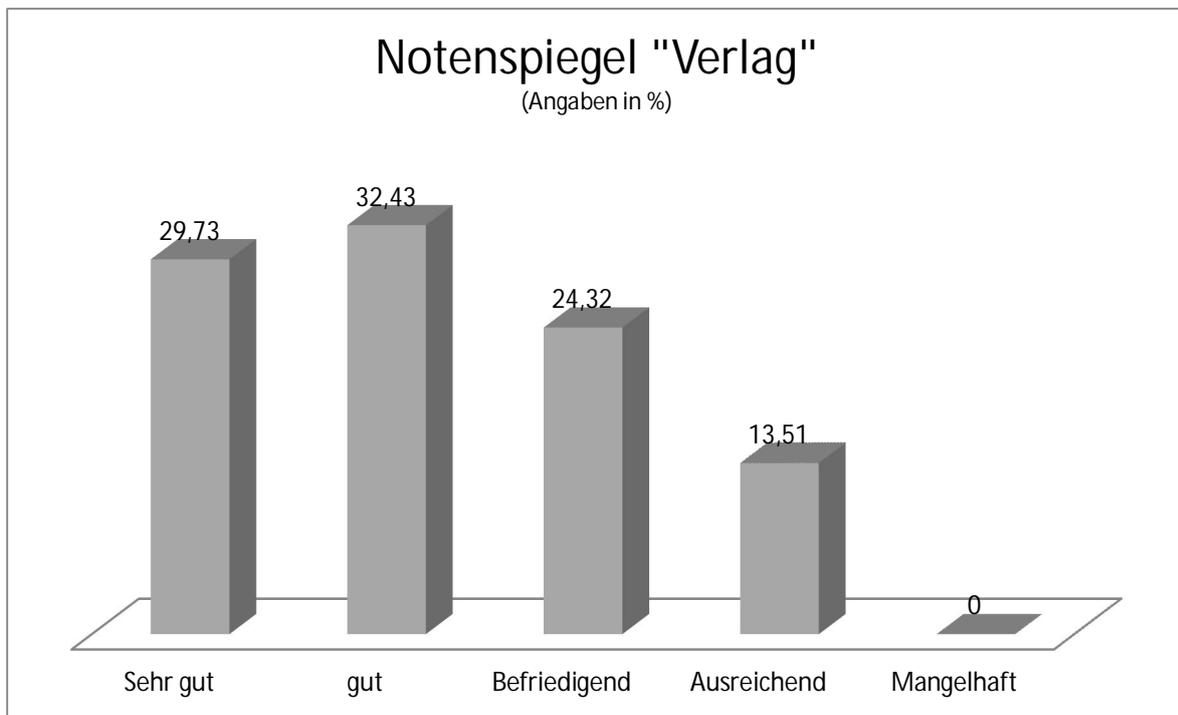
Notenspiegel der Anbieterkategorie „NGO“

Ähnlich wie bei den Materialien aus Öffentlicher Hand punkten die Materialien durch ausgewogene Fachinformation und durchdachte didaktische Vermittlung. Mehr als 2/3 können mit „sehr gut“ und „gut“ bewertet werden, weniger als 15% erhalten die Noten „ausreichend“ und „mangelhaft“.



Notenspiegel der Anbieterkategorie „Verlag“

Über 60% der Medien sind „sehr gut“ und „gut“, ca. ¼ erhält die Note befriedigend und nur ca. 13% mussten mit „ausreichend“ benotet werden. Die Gründe für die Auf- und Abwertung in dieser Anbieterkategorie sind sehr unterschiedlich. Es können keine signifikanten Gründe genannt werden.



Zusammenfassung der Ergebnisse und Interpretation

Insgesamt konnte mit Hilfe des „Materialkompass Verbraucherbildung“ gezeigt werden, dass es viele gute und sehr gute Materialien auf dem Markt gibt, die für den Einsatz im Verbraucherbildungsunterricht zu empfehlen sind. Der größte Teil davon (3/4) stammt aus Institutionen, die von öffentlicher Hand finanziert werden. Das verwundert nicht, da diese Anbieter oft im Auftrag von Kultusministerien oder anderen öffentlichen Institutionen handeln, die keine interessenspolitischen oder kommerziellen Ziele verfolgen.

Die Gründe für das signifikant schlechter abschneidende Material von Wirtschaftsunternehmen liegen oft in verkürzten oder tendenziösen Darstellung von Fachinhalten und einer unzureichenden didaktischen Aufbereitung. Letzteres lässt sich vielleicht damit erklären, dass Didaktik in der Regel nicht zu den Kernkompetenzen von Wirtschaftsunternehmen zählt. Ersteres lässt vermuten, dass hinter dem Vertrieb von (kostenlosen) Unterrichtsmaterialien letztlich doch direkte oder indirekte kommerzielle Interessen stehen. Diese äußern sich z.B. in Versuchen, das Image bestimmter Produktlinien oder ganzer Branchen zu verbessern oder Ansichten zu propagieren, die bestimmten ökonomischen Denkschulen verpflichtet sind. Das geht dann zu Lasten umfassend dargestellter Fachinformation.

Interessant ist hingegen das gute Abschneiden von NGOs. Obwohl diese schon qua Definition *Interessensverbände* sind, die bestimmte politische oder gesellschaftliche Ziele verfolgen, gelingt es ihnen dennoch, ausgewogene Sachinformationen zu geben und diese aus verschiedenen Perspektiven darzustellen, die eine kritische Betrachtung zulassen.

Vergleicht man die Darstellung der Fachinhalte in den Materialien von Wirtschaftsunternehmen und NGOs, lässt sich feststellen, dass es NGOs mehrheitlich wesentlich besser gelingt, kontroverse Inhalte entsprechend darzustellen. Offenbar ist die Gefahr größer, dass die fachliche Qualität leidet, sobald *kommerzielle* Interessen ins Spiel kommen.

Kontakt

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
Markgrafenstraße 66
10969 Berlin

Ansprechpartnerin:

Tatjana Bielke
materialkompass@vzbv.de
www.materialkompass.de