



humanimpact



Evaluierungsprojekt Verbraucherbildung

Fachtagung der Sektion Konsumentenpolitik

Elke Austerhuber, Toni Matosic

10.10.2013

Ziele

Ziel der Evaluation war es zu untersuchen,...

- ob die Verbraucherbildungsmaterialien den Bedarf der Zielgruppen decken,
- welche Maßnahmen zu einer besseren Inanspruchnahme der Materialien führen würden und
- ob die Materialien für die angestrebte Sensibilisierung der Jugendlichen geeignet sind.

Hauptzwecke der geplanten Evaluation waren die „Verbesserung/Optimierung“ der Verbraucherbildungsmaterialien zum anderen auch ihre Bekanntmachung bei der Zielgruppe.

Vorgehen und Methode

Vorbereitung der Datensammlung:

- Durchsicht und Analyse der Verbraucherbildungsmaterialien auf www.konsumentenfragen.at
- Erstellung eines logischen Modells für das Projekt

Sammlung quantitativer Daten:

Standardisierte schriftliche Erhebung

- bei den SchülerInnen der teilnehmenden Klassen in drei Erhebungswellen
- bei den Eltern der SchülerInnen
- bei den Lehrkräften, jeweils vor und nach der Durchführung des Verbraucherbildungsunterrichts

Sammlung qualitativer Daten:

- Qualitative Interviews mit DirektorInnen
- Fokusgruppe mit Lehrkräften

Rücklauf bzw. verwertbar

SchülerInnen Von 631 Fragebögen waren bei
t0 -> 491 verwertbar
t1 -> 464 verwertbar
t2 -> 455 verwertbar
Gesamt ca. 80% Rücklauf

LehrerInnen 23 Fragebögen bei beiden Erhebungen

Eltern Von 600 Fragebögen kamen 350 retour
Gesamt 58,3 % Rücklauf

DirektorInnen 20 Telefoninterviews

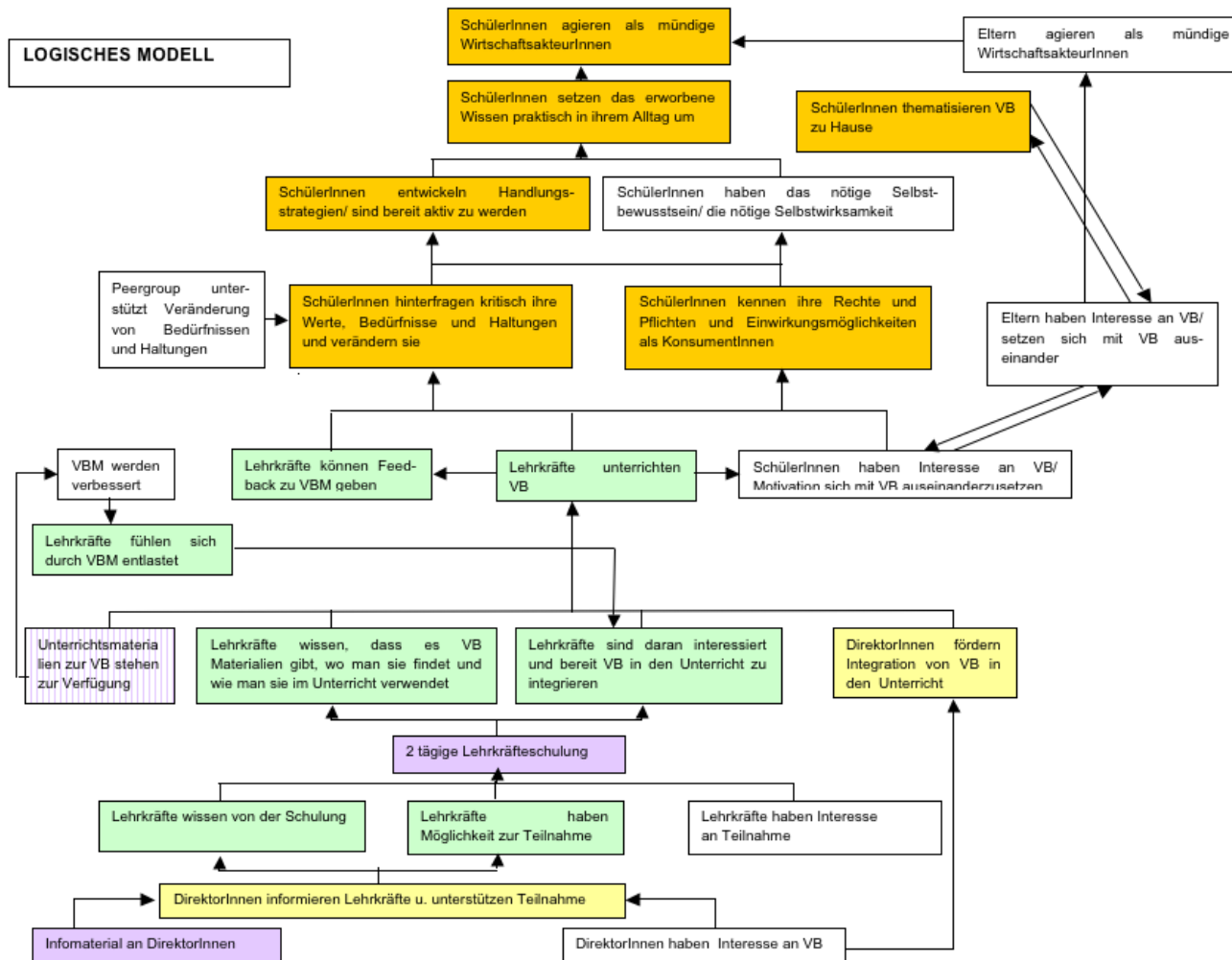
Logisches Modell

Ein „Logisches Modell“....

stellt die angestrebten Ziele in einen logisch-kausalen Zusammenhang und erlaubt damit die Konstruktion von so genannten „Wirkungs“- bzw. „Zielketten“ („chains of outcomes“/ objectives).

Das nachfolgend präsentierte Logische Modell wurde gemeinsam mit der Schuldnerhilfe OÖ im Rahmen eines Workshops am 04.09.2012, d.h. im Rahmen der Vorbereitungsphase der Evaluation entwickelt.

Evaluierungsprojekt Verbraucherbildung



Ergebnisse

Lehrkräfte: der Dreh- und Angelpunkt

Die Lehrkräfte nehmen eine Sonderstellung ein, da es in erster Linie ihre Entscheidung ist, ob VB-Inhalte überhaupt unterrichtet werden.

Positiver Einfluss durch folgende Faktoren:

- **DirektorInnen** (Freistellung, Gestaltungsfreiheit, MotivatorIn).
- **Interesse** bei den SchülerInnen.
- Zusätzlicher **Zeitaufwand** bei Integration in den Unterricht
 - > niederschwellige Vorbereitung erleichtert die Integration
 - > intensive Auseinandersetzung im Unterricht erhöht die Nachhaltigkeit bei den SchülerInnen („LLL“).
- **Lehrkräfteschulung:** Wichtig für erfolgreiche Umsetzung im Unterricht.

Ergebnisse

Integration in den Unterricht

- **Strukturelle Einbettung** in den Lehrplan erwünscht.
- Alle Fächer enthalten grundsätzlich einen gewissen **Gestaltungsspielraum**. Die frei gestaltbare Unterrichtszeit kann erheblich sinken, wenn man mit dem „vorgeschriebenen“ Lehrplan zurückliegt. Außerdem gibt es auch andere „zusätzliche, wichtige“ Themen.
- Teilweise gibt es **enge inhaltliche Bezüge** zum Lehrstoff eines bestimmten Faches (z.B. Berechnen von Zinsen in Mathematik).
- Andererseits können die Inhalte der Verbraucherbildungsmodule so gestaltet werden, dass sie **fächerübergreifend** unterrichtet werden können -> weniger Stunden pro Fach notwendig.

Ergebnisse

Unterrichtsmaterialien: sehr positives Feedback ohne Hinweis auf gravierende Hindernisse für Verwendung

Positiv sind:

- **inhaltliche Qualität:** Eins-zu-eins einsetzbar, laufende Aktualisierung wichtig
- **zielgruppenorientierte** Ausgestaltung: einfache Sprache und Praxisnähe (aus der Welt der SchülerInnen).
- **handlungsorientiertes** Arbeiten (selbstständig und spielerisch zum Ziel).
- die permanente und leichte **Zugänglichkeit** („VB-Koffer“)
- unmittelbar ohne längere **Vorbereitungszeit** einsetzbar.

Ergebnisse

Sensibilisierung der Jugendlichen: Wissenszuwachs

In Hinblick auf den objektiven Wissensstand zeigten sich leichte Veränderungen:

- Von den sechs Thematiken für die **8./9. Schulstufe**, zu denen Wissensfragen gestellt wurden, ließen sich für drei Wissenssteigerungen nachvollziehen, von denen zwei zugleich auch über mehrere Monate hinweg nachhaltig waren.
- Von den sechs Wissensbereichen für die **10./11. Schulstufe** hat der Verbraucherbildungs-Unterricht in fünf zu Wissenssteigerungen geführt, die in vier dieser Themenbereiche auch als nachhaltig betrachtet werden können.

Ergebnisse

Eltern: geringer Einfluss der familialen Faktoren

- **Auffällige Diskrepanz** zwischen Wahrnehmung der SchülerInnen und deren Eltern im Hinblick auf Umgang mit Geld.
- Selbsteinschätzung der Eltern wie gut sie sich selbst im Umgang mit Geld und Konsum auskennen schlägt sich **nicht** im **objektiven Wissensstand** der Kinder nieder.
- Familialer Hintergrund, Erziehung, Kommunikation hat nur geringen Einfluss.
- **Auseinandersetzung in der Familie** bringt Vorabsensibilisierung und führt zu gesteigertem Interesse am VB-Unterricht und an den Materialien (VB-Modulen).

Ergebnisse

Schulleitung: unterstützt und fördert

Teamorientierter Führungsstil: Verbraucherbildung vermitteln und fördern

Unterstützend bei VB-Vorbereitung und Organisation:

- Rolle der **Informationsquelle** und des/der **MotivatorIn**.
- Ermöglichen geeigneter **Rahmenbedingungen**: Freistellung für Schulung, Projektunterricht, etc.
- Entscheidung bei konkurrierenden (Zusatz)Themen.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!