

<i>Silke Bartsch und Heike Müller</i> Editorial	2
<i>Ulrich Riegel & Martin Rothgangel</i> Ein Modell fachdidaktischer Forschungsformate und seine Anwendungsmöglichkeiten	3
<i>Sue L. T. McGregor</i> Consumer Education Trend Analysis: Implications for Home Economics	19
<i>Heike Müller</i> Mehr als Status quo: Anregungen für ein Bildungsmonitoring Verbraucherinnen- und Verbraucherbildung	35
<i>Marco Wedel</i> Souveränität in einer von KI-Systemen geprägten Welt: Zur Notwendigkeit von allgemeiner KI-Bildung als Voraussetzung für ein europäisches „Ökosystem des Vertrauens“	51
<i>Christine Brombach, Sigute Bechtold, Janine Kanagalingam, Franziska Stöckli, Johanna Kreher, Kirsten Krüger & Annette Bongartz</i> Kommunikationskanäle und ihre Wirkweisen auf die Culinary Practices bei Seniorinnen und Senioren. Eine explorative Fallstudie	66
<i>Stephan Walch, Martina Überall, Stefanie Albert, Stephanie Jud & Michael Zechmann-Khreis</i> One-Health und „Nachhaltige Ernährung“ in der Verbraucherbildung – ein Mysterium?	77
<i>Heike Müller, Diana Susann Böhme & Silke Bartsch</i> Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe: Ergebnisse einer Lehrpersonenbefragung zu Informationsangeboten und Rechercheverhalten	87
<i>Emma Lokies, Renán A. Oliva Guzmán, Anja Bonfig & Petra Lührmann</i> Explorative Studie zum Stellenwert und zur thematischen Verortung der Verbraucherbildung in der Lehramtsausbildung der Sekundarstufe I	97
<i>Stefanie Ortmann, Vera Plähn, Birgit Peuker & Ulrike Johannsen</i> Entwicklung von qualitätsgesicherten außerschulischen Lernorten – Erste Zwischenergebnisse der Bildungsoffensive für Landwirtschaft, Ernährung und Verbraucherschutz	105
<i>Werner Brandl</i> Rezension: Weispfennig, S. (2024). Der gewünschte Konsument. Zur Entstehung des politischen Konsums.	113

Ulrich Riegel & Martin Rothgangel

Ein Modell fachdidaktischer Forschungsformate und seine Anwendungsmöglichkeiten

Angeregt durch die Überlegungen der Gesellschaft für Fachdidaktik (GFD) wurde eine Delphi-Studie über Formate fachdidaktischer Forschung durchgeführt. Der vorliegende Beitrag skizziert die Vorgeschichte dieser Studie und legt die Struktur sowie die Funktionsweise des Modells fachdidaktischer Forschungsformate dar, das aus dieser Delphi-Studie resultiert. Darüber hinaus werden das praktische Potential, aber auch die Grenzen dieses Modells thematisiert.

Schlüsselwörter: Forschungsformat, Allgemeine Fachdidaktik, Delphi-Studie, Methodik, Bezugstheorien

A Generic Model of Research Designs in Subject Didactics and Possible Applications

Inspired by the discussions of the “Gesellschaft für Fachdidaktik” (GFD), a Delphi study was conducted on the formats of research in Subject Didactics. This article outlines the history of this study and presents the structure and functioning of the generic model of research designs in subject didactics resulting from this Delphi study. In addition, the practical potential, but also the limitations of this model are presented.

Keywords: Research Design, General Subject Didactics, Delphi Study, Methods, Reference Theories

1 Einleitung

Mit den Pisa-Studien hat sich nicht nur der Unterricht verändert, sondern auch die fachdidaktische Forschung (Bayrhuber et al., 2004). Insbesondere sind die Legitimationsanforderungen gestiegen, was wie fachdidaktisch erforscht wird. Aus diesem Grund hat die Gesellschaft für Fachdidaktik angeregt, einschlägige Forschungsformate dieser Disziplin zu rekonstruieren (Gesellschaft für Fachdidaktik, 2015). Dieser Anregung wurde in einer Delphi-Studie von den beiden Autoren dieses Beitrags gefolgt. In ihm skizzieren wir die Vorgeschichte dieser Studie (Kap. 2), erklären das Modell fachdidaktischer Forschungsformate, das aus besagter Delphi-Studie hervorgegangen ist (Kap. 3), und zeigen auf, wie dieses Modell für die Reflexion fachdidaktischer Forschung herangezogen werden kann (Kap. 4). Ein kurzer Abschnitt zu den Grenzen des Modells beschließt den Beitrag (Kap. 5). Die Überlegungen des zweiten und Teile des dritten Kapitels wurden bereits an verschiedenen Stellen veröffentlicht.

Allerdings bedarf es u. E. dieser Informationen, um den Rest des dritten Kapitels und das vierte Kapitel zu verstehen. Sie werden deshalb hier nochmals knapp dargelegt.

2 Forschungsformate als ordnende Kategorie fachdidaktischer Forschung

Die Fachdidaktik wird häufig als Vermittlungs- bzw. Integrationswissenschaft der zugehörigen Fachwissenschaft und den Bildungswissenschaften verstanden (Abraham & Rothgangel, 2017). Zahlreiche Fachdidaktiken etablierten sich erst im 20. Jahrhundert (Rothgangel 2020, S. 488–491). Auch in der universitären Systematik haben die Fachdidaktiken keinen einheitlich geregelten Ort. In vielen Fällen sind sie der jeweiligen fachwissenschaftlichen Fakultät zugeordnet, manchmal sind sie Teil der erziehungswissenschaftlichen Fakultät, in Einzelfällen wie an der TUM in München oder der FAU in Erlangen stellen sie den Kern eines eigenständigen Departments dar. Gleichfalls sind Fachdidaktiken auch international sehr unterschiedlich ausgerichtet, so dass etwa im angloamerikanischen Raum kaum von „Subject Didactics“ oder „Subject Pedagogy“, sondern von „Pedagogical Content Knowledge“ und „Curriculum Studies“ die Rede ist. Dementsprechend ist ein eigenständiges Profil fachdidaktischer Forschung nur schwer auszumachen.

Um ein solches Profil herauszuarbeiten, veröffentlichte die Gesellschaft für Fachdidaktik 2015 ein Positionspapier zu möglichen Formaten fachdidaktischer Forschung und definierte es folgendermaßen: „Als ein ‚Format fachdidaktischer Forschung‘ wird die Gesamtheit aller inhaltlichen, methodischen und forschungsorganisatorischen Aspekte bezeichnet, die bei der Planung, Durchführung, Auswertung und Ergebnisverwertung eines fachdidaktischen Forschungsvorhabens beschrieben werden können [...]. Hierzu gehören u. a. Theoriebezug, Erkenntnisinteresse, Untersuchungs- bzw. Auswertungsmethoden und Vorgehensweisen bei Verwendung der gewonnenen Erkenntnisse.“ (Gesellschaft für Fachdidaktik, 2015, S. 2). Ein Forschungsformat ist somit mehr als nur die Anwendung einer Methode. Ein Format umfasst vielmehr den gesamten Forschungsprozess, innerhalb dessen die Methode ein formatierendes Element neben anderen darstellt. Exemplarisch nennt das GFD-Papier die drei Formate der fachdidaktischen Entwicklungsforschung, der fachdidaktischen Wirksamkeitsforschung und der historischen Forschung (Gesellschaft für Fachdidaktik, 2015, S. 5–11).

Dabei wählte die GFD den wissenschaftstheoretisch eher unterbestimmten Begriff des „Forschungsformats“ und nicht den gebräuchlichen Begriff des „Forschungsdesigns“ bzw. „Research Designs“ (Blair et al., 2023; Creswell & Creswell, 2018; Gorard, 2013), um auf diese Weise frei von terminologischen Prämissen für die Fachdidaktiken genuine Formate bestimmen zu können. Insofern fachdidaktische Forschung stets domänenspezifisch ausgerichtet ist, besteht die Herausforderung darin, übergreifende Formate zu finden, die der Eigenlogik der einzelnen Domänen gerecht werden. Es geht beim Forschungsformat somit um das Allgemeine, welches das Spezifische der einzelnen Fächer nicht ausblendet. Auf diese Weise arbeiten derartige Formate das Eigene fachdidaktischer Forschung innerhalb der Bildungswissenschaften heraus, denn

Sue L. T. McGregor

Consumer Education Trend Analysis: Implications for Home Economics

A trend analysis resulted in nine consumer education trends from 13 countries. Some take consumer education approaches in subtle new directions. Others are quite Avant Garde. Some focused on augmenting formal consumer education. Others use consumer education to change the person instead of their decision making and behaviour. Whether these trends take hold remains to be seen, but home economists can be leaders in the attendant discourse on their acceptance.

Keywords: Consumer education, trend analysis, home economics

Trendanalyse zur Verbraucherbildung: Auswirkungen auf die Haushaltsökonomie

In einer Trendanalyse zur Verbraucherbildung (VB) wurden neun Trends aus 13 Ländern identifiziert. Dazu gehören avantgardistische Ansätze und auch solche, bei denen bestehende subtil in neue Richtungen gelenkt werden. Der Fokus betrifft etwa die Erweiterung formaler VB oder eine Veränderung der Person. Ob sich diese Trends durchsetzen, bleibt abzuwarten. Vorreiter im Diskurs können Personen in Haushaltswissenschaft und haushaltsbezogener Bildung sein.

Schlüsselwörter: Verbraucherbildung, Trendanalyse, Haushaltswissenschaft

1 Introduction and Method

An important topic in the consumer education discourse in Germany is how an update of the Standing Conference of the Ministers of Education and Cultural Affairs of the Länder in the Federal Republic of Germany Recommendation on consumer education (KMK, 2013) could integrate social developments relevant to everyday life as well as current developments in research and educational practice (BMUV & MLR, 2024). Organizers for the VB2024 conference (“Verbraucherbildung im Fokus fachdidaktischer Forschung”) were interested in which social developments, current research, and subject-didactic research formats were shaping the consumer education discourse. The aim of the symposium, and annual conference of the *Haushalt in Bildung und Forschung* association¹ was to assess the current state of consumer education and open up perspectives for its further development.²

To that end, in preparation for my invited keynote, I conducted a Google Scholar search for “consumer education” confined to the last five years (2020–2024 inclusive)

| Consumer Education Trend Analysis

(e.g., articles, conference papers, book chapters, theses, and dissertations) and further searched for “transformative consumer education”.

I looked for trends – understood as a general direction in which something is changing or developing. Knowledge of trends can be used for informed decision making, strategic planning, continuous improvement (e.g., curricula development), forecasting (futureproofing), resource optimization and allocation, and as a competitive edge (Appinio Research, 2024).

Trends have their own life cycle: (a) introduction, (b) increase (acceptance), (c) peak (full saturation and uptake), (d) decline (gradual and continual loss of value) and (e) obsolescence (new trends are overshadowing or supplanting) (Crane, 2022). As a consumer educator and researcher for 50 years, I drew on my professional expertise in identifying ideas that pushed the boundaries of conventional, established consumer education trends – ideas that hovered around augmenting or replacing declining or obsolete consumer education.

2 Results of Consumer Education Trend Analysis

Nine consumer education trends were identified (theoretical, conceptual, pedagogical, and research) from 13 nations on five continents: Europe (Finland, Sweden, Germany, the Czech Republic, and the Russian Federation); Africa (South Africa, and Nigeria); United States; Oceania (New Zealand); and Asia (Indonesia, Malaysia, Pakistan, and South Korea) (see Table 1). This profile affirms an abiding global interest in consumer education (Herrmann, 1982).

Tab. 1: Nine Global Consumer Education Trends (2020–2024 Inclusive)

Global Consumer Education Trends identified through searches on Google Scholar

- revitalize and reconceptualize consumer education
 - consumer education intensity, and consumer empowerment
 - empower adults encountering a digital world (socialization, resocialization, and identity transformation)
 - consumer education via social media platforms and social influencers
 - consumer education as a journey not a destination
 - consumer education as governing the self (socio-economic consumer education, and subjectification)
 - consumer education as a branch of philosophy
 - transformative consumer education via practical consumer wisdom
 - humanizing consumer education as national security
-

Heike Müller

Mehr als Status quo: Anregungen für ein Bildungsmonitoring Verbraucherinnen- und Verbraucherbildung

Um sicherzustellen, dass in Zukunft systematisch Aussagen über die Situation der Verbraucher- und Verbraucherinnenbildung in Deutschland getroffen werden können, empfiehlt sich der Aufbau eines indikatorengestützten Monitorings. Vonnöten ist nicht allein Steuerung, sondern eine Stärkung von Reflexivität und gemeinsamer Wissensarbeit. Der Beitrag skizziert bisherige Bemühungen und neue Anregungen. Deutlich wird die Bedeutung fachdidaktischer Forschung.

Schlüsselwörter: Verbraucherinnen- und Verbraucherbildung, Fachdidaktische Forschung, Bestandsaufnahme, Bildungsmonitoring, Bildungskontexte

More than status quo: Considerations for monitoring consumer education

Setting up a monitoring system for consumer education in Germany is appropriate, if our aim is to increase the capacity for describing its situation more systematically in the future. Rather than an issue of governance and control, this undertaking is about strengthening reflexivity and joint knowledge work. This article outlines previous efforts and new suggestions for monitoring consumer education and, thus, highlights the significance of research in subject didactics.

Keywords: Consumer education, subject-matter research, monitoring and evaluation, status quo, contexts of education

1 Zur Frage nach der Situation der Verbraucherbildung

Ob sich die Situation der Verbraucherinnen- und Verbraucherbildung (VB) in Deutschland in den letzten Jahren verbessert hat, ggfs. inwiefern, ist derzeit nur grob abschätzbar. Ungebrochen hingegen besteht ein Wunsch nach klaren Antworten bei Akteurinnen und Akteuren aus Wissenschaft, Politik und Bildung. Anekdotische Evidenz hierfür bieten Veranstaltungen¹, die das Jubiläum des KMK-Beschlusses zur „Verbraucherbildung an Schulen“ als Anlass nehmen, um nach ihrem Status quo zu fragen und neue Perspektiven und Updates der VB (nicht nur an Schulen) zu diskutieren. Ähnlich wurde jüngst in einer Diskussionsrunde beim Verbraucherforschungsforum 2024² die Frage aufgeworfen, wie denn nun sichergestellt werden könne, dass die Lage der VB in zehn Jahren «besser» aussieht.

Schichtet man diese Frage ab, zeigt sich ein mehrfacher Klärungsbedarf:

| Bildungsmonitoring Verbraucher*innenbildung

- Warum und wozu ist ein *zeitlicher Vergleich* der Situation der Verbraucher- und Verbraucherinnenbildung (VB) sinnvoll?
- Wie steht es *gegenwärtig* um die VB und wie sieht es im Jahr 2035 aus?
- Woran können Entwicklungen und Tendenzen der VB *festgemacht* werden?
- Inwiefern können solche Erkenntnisse zur *Verbesserung* der VB beitragen?

Der vorliegende Beitrag spürt diesen Fragen nur im Ansatz nach. Im Mittelpunkt indes stehen die Forschungsfragen: *Welche Anknüpfungspunkte bestehen für ein Bildungsmonitoring VB? Welche Anregungen können spezifisch für die VB gewonnen werden?*

Neben der Klärung des Monitoringbegriffs (vgl. Info: Bildungsmonitoring) ist es zunächst notwendig, die theoretische Verortung und grundlegenden Verständnisse transparent zu machen: Ausgangspunkt sind die differenzierungstheoretisch fundierten «Studien zur Charakterisierung der Situation der Verbraucherinnen- und Verbraucherbildung an Schulen» (H. Müller, 2025). Darin wurden u. a. am Beispiel einer Publikationsanalyse Ausrichtungen des Wissensbestands der VB differenziert. Der Ausblick enthält Impulse für die Fachdidaktik Haushalt und für die VB, u. a.: „Bestandsaufnahmen zur [VB] zu stärken“, den „Status quo zur schulischen [VB] zu analysieren“ und „regelmäßige Sachstandserhebungen als Bildungsmonitoring [zu] etablieren“ (a. a. O., Kap. 5). Sie werden im vorliegenden Beitrag literaturbasiert-konzeptionell vertieft und erweitert, um den Diskurs um VB im Fokus fachdidaktischer Forschung voranzubringen. Dazu werden Überlegungen zu einem Bildungsmonitoring VB angestellt, mittels narrativer Review (2) bestehende Forschungsarbeiten zur datengestützten Beobachtung der VB skizziert, (3) Anknüpfungspunkte aus der weiteren Bildungsforschung aufgezeigt und rückgebunden im (4) Fazit und Ausblick.

Info: Bildungsmonitoring

Bildungsmonitoring wird in der neueren Diskussion definiert als „die stetige Beobachtung der Rahmenbedingungen, Verlaufsmerkmale, Ergebnisse und Erträge von Bildungsprozessen mithilfe empirisch-wissenschaftlicher Methoden“ (Albers & Jude, 2024, S. 10).³ Ziel ist die Gewinnung von „Informationen über die Qualität des Bildungssystems auf unterschiedlichen Ebenen“, die durch Aufbereitung Hinweise für die Qualitätsentwicklung bieten (a. a. O., S. 11). Insofern ist Bildungsmonitoring „systembezogen“ (im Kontrast etwa zur personenbezogenen Diagnostik), auch wenn eben nicht nur nach institutionalisierten Bildungsangeboten gefragt wird, sondern ebenfalls „nach den Bildungschancen und den Bedingungen für Teilhabe aller Menschen, auch über die Lebensspanne hinweg“ (ebd.).

Die „Gesamtstrategie zum Bildungsmonitoring“ (KMK, 2015b) betrifft vier Bereiche: (1) Internationale Schulleistungsvergleiche (PISA, PIRLS/IGLU, TIMSS), (2) Überprüfung und Umsetzung von Bildungsstandards (Bildungstrends für manche Fächer), (3) Qualitätssicherung auf (Einzel-)Schulebene (Lernstandserhebungen, Leistungsvergleichsuntersuchungen, Sprachstandsmessungen, externe Evaluation) sowie (4) Bildungsberichterstattung (nationaler Bericht, Länderberichte etc.).

Marco Wedel

Souveränität in einer von KI-Systemen geprägten Welt: Zur Notwendigkeit von allgemeiner KI-Bildung als Voraussetzung für ein europäisches „Ökosystem des Vertrauens“

Der Beitrag beleuchtet die Notwendigkeit einer allgemeinen KI-Bildung als Voraussetzung für ein europäisches „Ökosystem des Vertrauens“. Im Fokus stehen Begründungen, Intentionen und mögliche Zuständigkeiten. Es wird für eine Integration von KI-Bildung in allgemeine Bildungsprogramme plädiert, um Machtasymmetrien auszugleichen und gesellschaftliche Partizipation zu ermöglichen. Die Verbraucherbildung wird als *ein* Ansatzpunkt identifiziert.

Schlüsselwörter: Künstliche Intelligenz, KI-Bildung, KI-Kompetenzen, Souveränität, Verbraucherbildung

Sovereignty in a world influenced by AI systems: On the necessity of AI education as a precondition for a European ‘ecosystem of trust’

This article emphasizes the necessity of general AI education as a foundation for a European "ecosystem of trust." The focus is on justifications, intentions, and responsibilities. It argues for an integration of AI education into general education programme and highlights its potential to counteract power asymmetries and enable active societal participation. Consumer Education is identified as a starting point.

Keywords: Artificial Intelligence, AI Education, AI Literacy, Sovereignty, Consumer Education

1 Einleitung

Im Sommer des Jahres 2024 hat die Europäische Union mit Verabschiedung der Verordnung (EU) 2024/1689 (KI-Verordnung) die weltweit erste Regulierung von Künstlicher Intelligenz (KI) beschlossen (EUR-Lex, 2024). Als Verordnung mit allgemeiner Geltung wird diese in den EU-Mitgliedsstaaten ab dem 2. August 2026 unmittelbar und verbindlich anzuwenden sein. Zweck der Verordnung ist es, die Einführung einer auf den Menschen ausgerichteten und vertrauenswürdigen künstlichen Intelligenz (KI) zu fördern und gleichzeitig ein hohes Schutzniveau in Bezug auf Gesundheit, Sicherheit und die in der Charta verankerten Grundrechte, einschließlich Demokratie,

| Zur Notwendigkeit von allgemeiner KI-Bildung

Rechtsstaatlichkeit und Umweltschutz in der Union zu gewährleisten und die Innovation zu unterstützen (Artikel 1, Absatz 1; EUR-Lex 2024).

Die Gesetzgeberin greift damit die Forderungen des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss (2016), des Europäischen Parlaments (2017) und des Europäischen Rats (2017) nach einem menschenkontrollierten KI-Ansatz auf und folgt den Empfehlungen der Hochrangige Expertengruppe (HEG-KI, 2019), dass alle KI-Systeme – also nicht nur Mensch-Maschine-Systeme – auf den Menschen ausgerichtet sein müssen, auf der verpflichtenden Grundlage, die Nutzung in den Dienst der Menschheit und des Gemeinwohls zu stellen, mit dem Ziel, menschliches Wohl und menschliche Freiheit – nicht also jene der künstlichen, nicht-menschlichen Systeme – zu mehren (Hochrangige Expertengruppe, 2019, S. 5). Dies, so die HEG-KI, solle im Kern zu einer menschenzentrierten, vertrauenswürdigen KI führen, die als wertebasierter, europäischer Ansatz die Vorteile von KI-Systemen maximiert und gleichzeitig ihre Risiken minimiert (ebd.).

Wir sind der Ansicht, dass es im Kontext des schnellen technologischen Wandels unabdingbar ist, dass Vertrauen auch in Zukunft das Element bleibt, das Gesellschaften, Gemeinschaften, Wirtschaftsräume und nachhaltige Entwicklung zusammenhält. Deshalb bestimmen wir vertrauenswürdige KI als unsere grundlegende Ambition, denn Menschen und Gemeinschaften können der Entwicklung und Anwendung von Technologien nur dann vertrauen, wenn ein klarer und umfassender Rahmen existiert, der Vertrauenswürdigkeit gewährleistet. (Hochrangige Expertengruppe, 2019, S. 5 f.)

Die Europäische Kommission spricht in diesem Zusammenhang von einem viel zitierten „Ökosystem des Vertrauens“ und der „Exzellenz“ und verweist dabei explizit auf den Einbezug der Vorschriften zum Schutz der Grundrechte und der Verbraucherrechte (Europäische Kommission, 2020). Zwar liegt mit der KI-Verordnung nun ein Rechtsrahmen für vertrauenswürdige KI vor. Geschaffen ist das „Ökosystem des Vertrauens“ damit indes noch nicht. Um ein solches herstellen zu können, gilt es nun, individuelle Kompetenzen aufzubauen und die „Verbreitung der Kenntnisse über die potenziellen Auswirkungen von KI-Systemen unter der Bevölkerung sicherzustellen“, auch, um die Menschen zu befähigen, an der Gestaltung von gesellschaftlichen Entwicklungen teilzuhaben (Hochrangige Expertengruppe 2019, S. 29). Hierzu müssen „(g)rundlegende KI-Kompetenzen [...] in der gesamten Gesellschaft gefördert werden“ (ebd.).

Ein erstes Definitionsangebot, was unter KI-Kompetenz zu verstehen ist, wird in der KI-Verordnung selbst bereits vorweggenommen (Artikel 3, Absatz 56; EUR-Lex, 2024): Demnach bezeichnet KI-Kompetenz die Fähigkeiten, die Kenntnisse und das Verständnis, die es Anbietern, Betreibern und Betroffenen unter Berücksichtigung ihrer jeweiligen Rechte und Pflichten im Rahmen der KI-Verordnung ermöglichen, KI-Systeme sachkundig einzusetzen sowie sich der Chancen und Risiken von KI und möglicher Schäden, die sie verursachen kann, bewusst zu werden.

Laut Rechtsausschuss des Europäischen Parlamentes müssten hierzu Maßnahmen ergriffen werden, die zur Entwicklung eines ausreichenden Niveaus an KI-Kenntnissen, und zwar sektorübergreifend und unter Berücksichtigung der

Christine Brombach, Sigute Bechtold, Janine Kanagalingam, Franziska Stöckli, Johanna Kreher, Kirsten Krüger & Annette Bongartz

Kommunikationskanäle und ihre Wirkweisen auf die Culinary Practices bei Seniorinnen und Senioren. Eine explorative Fallstudie

Die Studie untersucht, wie verschiedene Kommunikationskanäle Motivation, Sicherheit und Kochfähigkeiten von Seniorinnen und Senioren bei pflanzenbasierter Ernährung beeinflussen. Videos und Kochdemonstrationen wirken ähnlich effektiv, während Broschüren und Rezepte allein weniger überzeugen. Langfristige Verhaltensänderungen blieben begrenzt. Interaktive Formate wie Videos oder Live-Streaming werden als vielversprechend empfohlen.

Schlüsselwörter: Kommunikationskanäle, Motivation, Sicherheit, Culinary Practices, Seniorinnen und Senioren

Communication Channels and their Effects on Culinary Practices among Swiss Seniors. An explorative Case Study

The study investigates how different communication channels influence motivation, confidence, and cooking skills of seniors regarding plant-based nutrition. Videos and cooking demonstrations show similar effectiveness, while brochures and recipes alone are less persuasive. Long-term behavioural changes remained limited. Interactive formats such as videos or live streaming are recommended as promising approaches.

Keywords: Communication channels, motivation, confidence, culinary practices, seniors

1 Theoretischer Hintergrund

In der hier vorgelegten Fallstudie¹ sollte untersucht werden, ob bei vergleichbaren Informationen der «Kommunikationskanal» unterschiedliche Wirkungen auf Motivation, Sicherheit und die Kochfähigkeiten bei Seniorinnen und Senioren hat. Am Beispiel von Seniorinnen und Senioren sollte darüber hinaus geprüft werden, ob sich das entwickelte Studiendesign auch in anderen Privathaushaltssettings und Altersgruppen einsetzen lässt. Die Forschungsfrage, die anhand dieser Studie beantwortet werden sollte, lautet: In welcher Weise beeinflussen verschiedene Kommunikationskanäle die Motivation, Sicherheit und Möglichkeit zur Übernahme neuer Culinary Practices (Brombach et al., 2022) von Seniorinnen und Senioren? Als verhaltenstheoretisches Modell wird das COM-B-Modell (Michie et al., 2011) verwendet, das einen Rahmen

dafür bietet, bestimmte Hauptfaktoren, die für eine Verhaltensänderung treibend sind, zu untersuchen (Michie et al., 2011; Rozin, 2002).

Culinary Practices Practices wird als das Wissen und Handeln, um Lebensmittel nachhaltig und ressourcenschonend zu nutzen, zuzubereiten und in kulturelle sowie lebensweltliche Kontexte einzubetten, verstanden (Brombach et al., 2022, S. 90).

Im Folgenden wird zunächst das Verhaltensänderungsmodell COM-B dargestellt (Michie et al., 2011). Es wird innerhalb der vorliegenden Studie verwendet, um Einflussfaktoren auf das Verhalten einzuordnen. *Abbildung 1 veranschaulicht die Interdependenz zwischen dem Verhalten und den drei zentralen Ebenen des COM-B-Modells: Fähigkeit, Motivation und Möglichkeit.*

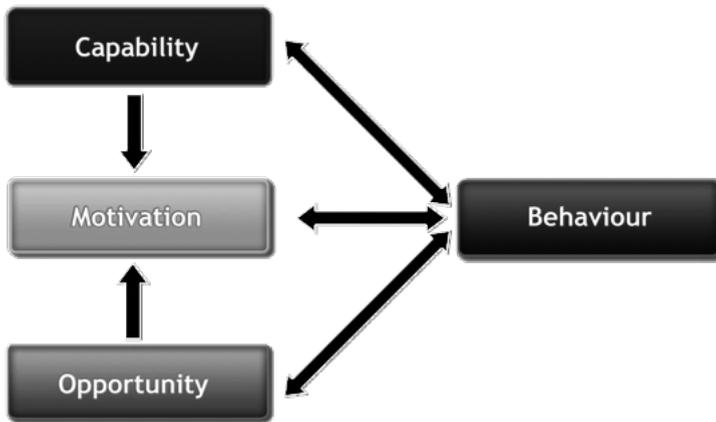


Abb. 1: COM-B Modell (Quelle: Michie et al., 2011, S.11)

Die Motivation ist zentral und beeinflusst Fähigkeiten (Capability) und den Einbezug von Möglichkeiten (Opportunity), ein Verhalten auszuüben (Michie et al. 2018). Fähigkeiten betrachten die psychologischen, physischen Fähigkeiten eines Individuums, um ein bestimmtes Verhalten auszuführen. Sie umfassen Faktoren wie Wissen, Fertigkeiten und praktische Kompetenzen, wie Culinary Practices (Brombach et al., 2022). Die Möglichkeiten berücksichtigen externe Faktoren, die das Verhalten beeinflussen können, z. B. das kulturelle und soziale Umfeld sowie verfügbare Ressourcen, die das Verhalten fördern oder hemmen können oder für wie umsetzbar und kulturell stimmig ein Rezept wahrgenommen und eingeschätzt wird (Brombach et al., 2023; Brombach et al., 2014, Breidenassel et al., 2022). Motivation befasst sich mit den psychologischen und emotionalen Motiven des Einzelnen, welche das Verhalten beeinflussen, z. B. Überzeugungen, Werte, Ziele, religiöse oder weltanschauliche Einstellungen, Geschmack, Gewohnheiten oder Traditionen. Die Intervention, die im Rahmen der hier vorgestellten vorliegenden Studie betrachtet wird, bezieht sich spezifisch auf die Kommunikationskanäle. Verhaltensziele sind Motivation, Vertrauen und Sicherheit im Umgang mit Rezepten und deren Zubereitung.

Stephan Walch, Martina Überall, Stefanie Albert, Stephanie Jud & Michael Zechmann-Khreis

One-Health und „Nachhaltige Ernährung“ in der Verbraucherbildung – ein Mysterium?

Dieser Beitrag stellt ein interdisziplinäres Projekt der PH Tirol vor, das darauf abzielt, Lernende durch Design-Based-Research zur Entwicklung innovativer Lernmaterialien – sogenannter Mysterys – zu befähigen. Im Zentrum steht die Förderung einer nachhaltigen Ernährung im Sinne der One-Health-Education. Die wissenschaftliche Begleitung und Evaluation des Projekts basieren auf dem Scholarship of Teaching and Learning-Ansatz.

Schlüsselwörter: One-Health-Education, Mystery-Methode, nachhaltige Ernährung, Scholarship of Teaching and Learning, Design-Based-Research

One-Health and “Sustainable Nutrition” in Consumer Education – A Mystery?

This article presents an interdisciplinary project of the PH Tirol that aims to enable learners to develop innovative learning materials – so-called mysteries – through Design-Based Research. The focus is on promoting sustainable nutrition in the sense of One Health Education. The scientific monitoring and evaluation of the project are based on the Scholarship of Teaching and Learning approach.

Keywords: One-Health-Education, mystery method, sustainable nutrition, Scholarship of Teaching and Learning, Design-Based-Research

1 Einleitung

Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) zielt darauf ab die eigenen Lebenswirklichkeit und gesellschaftlicher Realitäten kritisch zu hinterfragen, um Verantwortung und Mündigkeit des Einzelnen zu stärken (Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBWF, 2023). Die Ernährungs- und Verbraucherbildung (EVB) verfolgt ebenso das Ziel, Menschen zu befähigen, ihre Ernährung eigenständig, nachhaltig und verantwortungsbewusst zu gestalten (Methfessel, 2005). Beide Ansätze fördern nicht nur den Wissenszuwachs, sondern auch die Entwicklung von gesundheitsförderlichen und nachhaltigen Verhaltensweisen (Bartsch et al., 2024), ein Ziel, welches auch das One-Health-Konzept unterstützt. One-Health ist ein interdisziplinärer Ansatz, der die Gesundheit von Menschen, Tieren und Umwelt als miteinander verbunden betrachtet (Gruetzmacher et al., 2021). Die Ernährung Jugendlicher gilt als

Heike Müller, Diana Susann Böhme & Silke Bartsch

Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe: Ergebnisse einer Lehrpersonenbefragung zu Informationsangeboten und Rechercheverhalten

Als Querschnittsaufgabe betrifft Verbraucherbildung die Arbeit von Lehrkräften aller Fächer. Untersucht wurden in der cLEVER-3-Studie u. a. das Rechercheverhalten und die Nutzung einschlägiger Informationsangebote. Im Ergebnis zeigt sich u. a., dass Lehrpersonen Anregungen für Verbraucherbildung im Alltag finden und zur Unterrichtsvorbereitung bevorzugt das Internet nutzen; und das unterschiedlich nach Schularten und Schulfächern.

Schlüsselwörter: Verbraucherbildung, Professionalisierung, Lehrpersonenbildung, Unterrichtsvorbereitung, Rechercheverhalten

Consumer Education as a Cross-Curricular Theme: Results of a teacher survey on information services and their usage

Consumer education as a cross-curricular theme affects all subjects and thus all teachers. As part of the cLEVER-3-study, we explored whether and how teachers from several subjects obtain impulses for consumer education and use specific information services. The results show the relevance of everyday life input and of the internet in preparing their lessons – yet with emerging differences related to the types of schools and subjects.

Keywords: Consumer education, professional development, lesson studies, teaching practices

1 Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe

Verbraucherbildung ist eine Bildungsaufgabe, die in den Bundesländern umgesetzt werden muss (KMK, 2013). Aus fachdidaktischer Sicht verbinden sich damit nicht nur Fragen nach curriculärer Innovation, sondern auch nach Professionalisierung und Transfers (vgl. GFD & ÖGFD, 2023). Bevorzugt wurde Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe in den Bundesländern etabliert, allerdings mit unterschiedlicher Verbindlichkeit. Dabei ist diese in Baden-Württemberg durch die Einführung der Leitperspektive Verbraucherbildung in den Bildungsplan 2016 vergleichsweise hoch; Lehrerinnen und Lehrer aller Fächer, aller Schularten und Klassenstufen müssen Verbraucherthemen in ihren Unterricht integrieren¹ (Bartsch, 2025). Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg begrüßt zwar die Integration der Verbraucherbildung als Querschnittsaufgabe, sieht aber auch Handlungsbedarf, u. a. um die Professionalisierung aller Lehrpersonen zu gewährleisten (VKBW, 2020). Um „dem

Emma Lokies, Renán A. Oliva Guzmán, Anja Bonfig & Petra Lührmann

Explorative Studie zum Stellenwert und zur thematischen Verortung der Verbraucherbildung in der Lehramtsausbildung der Sekundarstufe I

Die Untersuchung analysiert den Stellenwert der Verbraucherbildung in der Lehramtsausbildung der Sekundarstufe I. Eine Befragung von angehenden Lehrkräften zeigt, dass die Thematisierung von Verbraucherbildung an der Hochschule je nach Studienfach unterschiedlich wahrgenommen wird. Trotz der empfundenen Relevanz fühlen sich die Befragten kaum vorbereitet, die Leitperspektive Verbraucherbildung in der Schule umzusetzen.

Schlüsselwörter: Verbraucherbildung, Lehramtsausbildung, Sekundarstufe I

Importance and thematic positioning of consumer education in the teacher education at lower secondary level

The research analyses the importance of consumer education in teacher training at lower secondary level. A survey of trainee teachers shows that how consumer education is addressed at the university is perceived differently depending on the subject being studied. Despite the acknowledged relevance, the participants hardly feel able to implement the guiding perspective of consumer education in schools.

Keywords: consumer education, teacher education, lower secondary level

1 Hintergrund

Kinder und Jugendliche wachsen in einer immer komplexer werdenden und sich schnell verändernden Konsumgesellschaft auf und sind in ihrem Alltag mit vielfältigen Konsumententscheidungen konfrontiert. Um den Konsumalltag in einer Kultur der Digitalität reflektiert und verantwortungsbewusst gestalten zu können, sind entsprechende Kompetenzen gefragt. Vor diesem Hintergrund ist Verbraucherbildung in der Schule wichtiger denn je (vgl. Oliva Guzmán et al. 2023; vgl. Bala et al. 2019). Verbraucherbildung wurde mit dem Beschluss der Kultusministerkonferenz (KMK) im Jahr 2013 zu einer zentralen länder- und schulformübergreifenden Bildungsaufgabe erklärt. Im Bildungsplan Baden-Württemberg erfolgt die Umsetzung durch eine Leitperspektive Verbraucherbildung, die in allen Schulfächern als Querschnittsaufgabe verankert ist. Formuliertes Ziel der Leitperspektive ist es, Schülerinnen und Schüler zu kritischen und verantwortungsbewussten Konsumententscheidungen zu befähigen (KMK o. D.).

Stefanie Ortmann, Vera Plähn, Birgit Peuker & Ulrike Johannsen

Entwicklung von qualitätsgesicherten außerschulischen Lernorten

Erste Zwischenergebnisse der Bildungsoffensive für Landwirtschaft, Ernährung und Verbraucherschutz

Außerschulische Lernorte können schulischen Unterricht anschaulich unterstützen und seine Qualität verbessern. Im Zusammenhang mit der Wertschöpfungskette von Lebensmitteln wurde in Schleswig-Holstein eine Bildungsoffensive ins Leben gerufen. Deren zugrundeliegenden Qualitätskriterien und ihre Umsetzbarkeit bei der Entwicklung und Durchführung der außerschulischen Bildungsangebote stehen im Fokus dieses Beitrages.

Schlüsselwörter: außerschulische Lernorte, Qualitätskriterien, partizipative Bildungskonzepte

Development and quality assurance of teaching locations outside of standard premises

First Interim Results of the Education Initiative for Agriculture, Nutrition, and Consumer Protection

Teaching locations outside of standard premises can support school teaching and improve its quality. In the context of the food value chain, an educational initiative has been launched in Schleswig-Holstein. This article focuses on the underlying quality criteria of this initiative and their feasibility in the development and implementation of extracurricular educational offerings.

Keywords: teaching locations outside of standard premises, quality criteria, participatory educational concepts

1 Hintergrund

Die Bildungsoffensive Landwirtschaft, Ernährung und Verbraucherschutz (BiLEV) – welche in Kooperation zwischen dem Ministerium für Landwirtschaft, ländliche Räume, Europa und Verbraucherschutz in Schleswig-Holstein und der Europa-Universität Flensburg (EUF) umgesetzt wird – hat das Ziel, außerschulische Bildungsformate für junge Menschen entlang der Wertschöpfungskette von Lebensmitteln zu entwickeln und hierbei insbesondere im Bereich der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) aktiv zu werden. Seit dem Frühjahr 2023 werden die Bildungsformate partizipativ in Zusammenarbeit zwischen den Betrieben entlang der Wertschöpfungskette und der EUF entwickelt. Zudem ist die EUF für die interne Evaluation des Projektes zuständig. Als Grundlage für die partizipative Entwicklung