



## Fragebogen zur Evaluierung der eigenen Kursplanung

Gegenüberstellung eines

Fragenkatalogs für das  
Ende der Planungsphase

und

zweier daraus entwickelter  
Evaluierungsmöglichkeiten

| Fragen an die KursleiterIn<br>für das Ende der Planungsphase   | Abgeleitete Fragen an die KursteilnehmerInnen<br>für die Evaluierung  |  |
|--|---|--|
|  | Beispiel 1  | Beispiel 2   |
| <b>Zu den TeilnehmerInnen</b>  |   |  |
| <b>Welches Alter haben die TeilnehmerInnen?</b>  | Siehe Sozialdaten am Ende des Fragebogens   | Siehe Sozialdaten  |
| Welche fachlichen Grundlagen werden die TeilnehmerInnen haben?<br><br>Welche Bedürfnisse haben die TeilnehmerInnen bezüglich der Lernsituation voraussichtlich?<br><br>Welchen sozialen Hintergrund haben die TeilnehmerInnen? | Der Kurs war vom Anspruch her passend.  | War der Kurs verständlich?<br>Haben die verwendeten Materialien für Sie Sinn gemacht?<br>Waren die Arbeitsaufträge klar? |
| Welche Interessen haben die TeilnehmerInnen?   | Die Themen bezogen sich ausreichend auf mein Alltagsleben. Die gewählten Themen erfüllten meine Erwartungen.    | Waren die Themen interessant für Ihren Alltag?<br>Waren die Themen interessant für deinen Beruf?                         |
| Was sind die Weiterbildungsschwerpunkte der TeilnehmerInnen?   | Die gewählten Schwerpunkte im Kurs nutzen mir beruflich.  | Abgedeckt durch Frage 5 und 6  |
| Was kann ich auf der inhaltlichen Ebene bei den TeilnehmerInnen voraussetzen?  | Das im Kurs vermittelte Wissen war persönlich relevant.   | Abgedeckt durch Frage 5 und 6  |
| Was wissen die TeilnehmerInnen im voraus über den Kurs?  | Die Kursinhalte entsprechen den Informationen, die ich über den Kurs hatte.                                     | Welche Kursinhalte haben Sie sich aufgrund der Vorinformationen erwartet?  |
| Welche früher gemachten Erfahrungen der TeilnehmerInnen stehen in Verbindung mit den Inhalten des Kurses?  | Ich habe den Kurs aus persönlichem Interesse besucht.<br><br>Ich habe den Kurs aus beruflichen Gründen besucht. | Warum besuchen Sie diesen Kurs?  |
| <b>Über die Kursziele</b>  |   |  |
| Hast du die Kursziele den Fähigkeiten der TeilnehmerInnen entsprechend ausgewählt?   | Siehe Frage 1   | Abgedeckt durch Frage 1-6  |



|  |  |   |
|--|--|---|
| Hast du Ziele festgelegt, die mit dem konkreten Wissen, das die TeilnehmerInnen nach dem Kurs haben sollen, in Verbindung stehen?                                      | Ich fühle mich jetzt zu bestimmten Themen als KonsumentIn besser informiert.   | Hat der Kurs für Sie brauchbares Wissen vermittelt?   |
| Hast du Ziele festgelegt, die mit den konkreten Fähigkeiten in Verbindung stehen, die die TeilnehmerInnen nach dem Kurs haben sollen?                                  | Am Ende des Kurses kann ich etwas, was ich vorher nicht so gut oder gar nicht konnte.  | Hat der Kurs dazu beigetragen, dass Sie jetzt etwas können, das Sie vorher nicht oder nicht so gut konnten?   |
| Hast du Ziele festgelegt, die mit der Einstellung und Wertorientierung in Verbindung stehen, von denen du erwartest, dass die TeilnehmerInnen sie nach dem Kurs haben? | Durch den Kurs haben sich meine Einstellungen zum Konsumieren verändert.<br><br>Persönlich finde ich Konsumenteninformation und die Arbeit an den Einstellungen zum Konsum gleich wichtig. | Hat sich bei Ihnen durch den Kurs in Ihren Einstellungen zum Konsum etwas verändert?<br><br>Kümmern Sie sich um konsumrelevante Themen jetzt mehr als vor dem Kurs? |
| <b>Zu den Inhalten</b>   |  |   |
| Hast du die Inhalte den Haupteigenschaften und -interessen der TeilnehmerInnen entsprechend ausgewählt?  | Ich finde verbraucherrelevantes Lernen sehr wichtig, um den Alltag besser meistern zu können.  | War der Kurs interessant für Sie?<br><br>Haben Sie alles verstanden?  |
| Hast du die Inhalte auf den Wissensstand abgestimmt, den die TeilnehmerInnen nach dem Kurs haben sollen?   | Siehe Frage 1  | Fühlen Sie sich als KonsumentIn jetzt nach dem Kurs besser informiert?  |
| Hast du die Inhalte auf die konkreten Fähigkeiten abgestimmt, die die TeilnehmerInnen nach dem Kurs haben sollen?  | Der Kurs hat mir zu Fähigkeiten verholfen, die ich mir vorher nicht zugetraut habe.  | Hat Ihnen der Kurs geholfen etwas zu können, das Sie sich vorher nicht zugetraut hätten?  |
| Hast du die Inhalte abgestimmt auf die konkreten Einstellungen, von denen du erwartest, dass die TeilnehmerInnen sie nach dem Kurs haben?                              | Bei mir haben sich durch das Lernen im Kurs einige Einstellungen zum Konsum geändert.  |   |
| <b>Zum Zeitplan</b>  |  |   |
| Hast du die Menge und die Vertiefung der Lerninhalte auf die Zeitplanung des Kurses abgestimmt?  | Das im Kurs eingeschlagene Tempo war angemessen.   | War das Lerntempo für Sie angemessen?   |
| <b>Zu Lernstrategien</b>   |  |   |
| Hast du die gewählten Lernstrategien dem Zeitplan des Kurses angepasst?  | Siehe Frage zur inhaltlichen Abstimmung  |   |
| Werden die Lernstrategien den Lernbedürfnissen der TeilnehmerInnen angepasst?  | Die im Kurs verwendeten Methoden waren für meine Lernstrategie unterstützend.  | Waren die im Kurs verwendeten Methoden für Sie interessant?   |



|  |   |  |
|--|---|--|
|  | Manche im Kurs verwendeten Methoden werde ich in meiner beruflichen Arbeit einsetzen.   | Waren die im Kurs verwendeten Methoden für Sie so relevant, dass Sie manche davon auch gerne einsetzen würden? |
| <b>Zur Rolle der Kursleitung</b>   |   |  |
| Förderst du in deinem Kurskonzept die Interaktion zwischen den TeilnehmerInnen?                                      | Die Kursleitung hat die Zusammenarbeit unter den TeilnehmerInnen gefördert.   | Hat die/der KurleiterIn die Zusammenarbeit unter den TeilnehmerInnen gefördert?                                |
| Förderst du die Diskussion zwischen den TeilnehmerInnen?   | Insgesamt wurde das Arbeitsklima von der Kursleitung positiv beeinflusst.   | Hat die/der KurleiterIn Diskussionen unter den TeilnehmerInnen gefördert?                                      |
| Hilft dein Kurs den TeilnehmerInnen Vorbehalte/ Ängste bei der Annäherung an das gewählte Thema abzubauen?           | Mein Mitgestaltungswille und meine Ideen wurden akzeptiert.   | Hat die/der KurleiterIn ein angenehmes Klima geschaffen?   |
| Hast du selbst während der Planung bzw. Umsetzung als ErwachsenenbildnerIn etwas dazugelernt?                        |   |  |
| Hast du deine eigenen Fähigkeiten als ErwachsenenbildnerIn während der Planung bzw. Umsetzung des Kurses verbessert? |   |  |
| <b>Zur Evaluierung</b>   |   |  |
| Hast du geplant wer in diesem Kurs evaluiert wird?   |   |  |
| Hast du geplant was in diesem Kurs evaluiert wird?   | Die Rahmenbedingungen für den Kurs waren dem Wohlbefinden im Kurs förderlich.<br><br>Die Lernunterlagen sind meinen Erwartungen entsprechend.   |  |
| Hast du geplant wann du evaluieren wirst?  | Meine Meinung zum Kurs wurde auch während des Kurses eingeholt.<br><br>Die Kursleitung hat insgesamt flexibel reagiert.                         | Wurden Ihre Meinungen und Wünsche im Kursverlauf berücksichtigt?<br><br>War die Kursleitung flexibel genug?    |
| Hast du geplant wie du evaluieren wirst?   |   |  |
| Hast du geplant was der Zweck der Evaluierung ist?   |   |  |
| Evaluiert du, ob die TeilnehmerInnen während des Kurses ihr Wissen über Verbraucherthemen vergrößert haben?          | Im Kurs Gelerntes möchte ich in meinem Alltag integrieren.<br><br>Ich habe gelernt, klügere und nachhaltige Konsumententscheidungen zu treffen. | Wissen Sie nach diesem Kurs mehr über Konsumentthemen als vorher?  |
| Evaluiert du, ob die TeilnehmerInnen ihr Verhalten als VerbraucherInnen als Folge des Kurses ändern wollen?          | Ich habe im Kurs den Vorsatz gefasst, wenigstens in einem Bereich etwas in meinem Konsumalltag zu verändern.                                    | Werden Sie in Ihrem Alltag irgendetwas, das in Zusammenhang mit diesem Kurs steht, anders machen?              |



|   |  |  |
|---|--|--|
| Wirst du evaluieren, ob die TeilnehmerInnen Strategien haben, um eventuelle Vorsätze für Verhaltensänderungen als Verbraucher/innen auch nach dem Kurs beibehalten zu können? | Ich habe auch schon eine Strategie, wie ich diesen Vorsatz umsetzen werde.   | Falls Sie vorhaben etwas zu ändern, haben Sie auch schon eine Strategie dafür?   |
| Evaluiert du, ob die TeilnehmerInnen ihr eigenes Wertesystem bezüglich der Kursthemen geklärt haben?  | Siehe Frage: Gelerntes möchte ich in meine Kurse integrieren   | Sind Sie nach dem Kurs besser in der Lage nachhaltige Konsumententscheidungen zu treffen?  |
| Evaluiert du, ob der Kurs dazu beigetragen hat die Autonomie der TeilnehmerInnen zu vergrößern?   | Ich habe im Kurs (wieder, neu) gelernt, dass meine Rolle als BürgerIn einer Gemeinde/ eines Landes auch etwas mit meiner Rolle als KonsumentIn zu tun hat. | Haben Sie in diesem Kurs auch Selbstsicherheit für Ihre Konsumententscheidungen gewonnen?  |
| Evaluiert du, ob der Kurs die aktive Teilnahme am öffentlichen Geschehen fördert?   | Ich bin der Meinung, dass mein Verständnis als KonsumentIn auch für andere interessant ist.  | Gibt es jetzt für Sie Themen, die Ihnen vorher nicht so wichtig waren?<br><br>Sind Sie der Meinung, dass Ihre Ansichten so wichtig sind, dass sie auch jemanden anderen interessieren sollten? |



## Fragebogen für die KursteilnehmerInnen

### Beispiel 1

| Frage  | 1<br>trifft zu | 2<br>trifft häufig<br>zu | 3<br>trifft fast<br>nicht zu | 4<br>trifft<br>nicht zu |
|--|----------------|--------------------------|------------------------------|-------------------------|
| Die gewählten Themen erfüllten meine Erwartungen.  |                |                          |                              |                         |
| Die Kursinhalte entsprechen den Informationen, die ich über den Kurs hatte.                                  |                |                          |                              |                         |
| Das im Kurs vermittelte Wissen war für mich persönlich relevant.   |                |                          |                              |                         |
| Ich habe den Kurs aus beruflichen Gründen besucht.   |                |                          |                              |                         |
| Die gewählten Schwerpunkte im Kurs bringen mir beruflich etwas.  |                |                          |                              |                         |
| Am Ende des Kurses kann ich etwas, was ich vorher nicht so gut oder gar nicht konnte.                        |                |                          |                              |                         |
| Durch den Kurs haben sich einige meiner Einstellungen zum Konsumieren insgesamt verändert.                   |                |                          |                              |                         |
| Ich habe wichtige Informationen erhalten, die ich als KonsumentIn nutzen kann.                               |                |                          |                              |                         |
| Das Arbeitstempo im Kurs war angemessen.   |                |                          |                              |                         |
| Die im Kurs verwendeten Methoden waren für meine gewohnten Lernstrategien unterstützend.                     |                |                          |                              |                         |
| Manche im Kurs verwendeten Methoden möchte ich auch in meiner beruflichen Arbeit einsetzen.                  |                |                          |                              |                         |
| Die Kursleitung hat die Zusammenarbeit der KursteilnehmerInnen gefördert.                                    |                |                          |                              |                         |
| Die Kursleitung hat dazu beigetragen, dass Diskussionen geführt wurden und die Kommunikation gut war.        |                |                          |                              |                         |
| Das Arbeitsklima wurde von der Kursleitung positiv beeinflusst.  |                |                          |                              |                         |
| Mein Mitgestaltungswille und meine Ideen wurden akzeptiert.  |                |                          |                              |                         |
| Die Rahmenbedingungen für den Kurs waren dem Wohlbefinden förderlich.  |                |                          |                              |                         |
| Meine Meinung zur Kursqualität wurde auch während des Kurses eingeholt.                                      |                |                          |                              |                         |
| Die Kursleitung hat insgesamt flexibel agiert.   |                |                          |                              |                         |
| Die Lernunterlagen sind meinen Erwartungen entsprechend.   |                |                          |                              |                         |
| Die didaktischen Materialien sind formal ansprechend und effizient.  |                |                          |                              |                         |
| Die Arbeitsaufträge habe ich verstanden.   |                |                          |                              |                         |
| Ich habe im Kurs den Vorsatz gefasst, wenigstens in einem Bereich etwas in meinem Konsumalltag zu verändern. |                |                          |                              |                         |
| Ich habe auch schon eine Strategie, wie ich diesen Vorsatz umsetzen werde.                                   |                |                          |                              |                         |
| Ich habe gelernt, klügere, nachhaltigere Konsumententscheidungen zu treffen.                                 |                |                          |                              |                         |
| Ich kann mir vorstellen, verbraucherbildende Inhalte zukünftig stärker in meine Kurse einzubauen.            |                |                          |                              |                         |



**Sozialdaten**

|  |                          |                          |                          |                          |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Geschlecht                               |                          | Mann                     |                          | Frau                     |
|  |                          | <input type="checkbox"/> |                          | <input type="checkbox"/> |
| Alter                                    | bis                      | bis                      | bis                      | über                     |
|  | 30                       | 40                       | 50                       | 50                       |
|  | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vorkenntnisse in der Verbraucherbildung: |                          | Profi                    |                          | Laie                     |
|  |                          | <input type="checkbox"/> |                          | <input type="checkbox"/> |

*Wollen Sie uns sonst noch was sagen?*

.....

.....

.....

*Wir danken für die Mitarbeit!*



## Fragebogen für die KursteilnehmerInnen

### Beispiel 2

| Der Kurs war...   | Zu kompliziert<br>1<br><input type="checkbox"/> | 2<br><input type="checkbox"/> | 3<br><input type="checkbox"/> | Passend<br>0<br><input type="checkbox"/> | 4<br><input type="checkbox"/> | 5<br><input type="checkbox"/> | Zu anspruchslos<br>6<br><input type="checkbox"/> |
|---|---|-------------------------------|-------------------------------|--|-------------------------------|-------------------------------|--|
| Konnten Sie mit dem Kurs persönlich etwas anfangen?   | Nein<br><input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Ja<br><input type="checkbox"/>                   |
| Waren die Themen interessant für Ihren Alltag?  | Nein<br><input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Ja<br><input type="checkbox"/>                   |
| Hat Ihnen der Kurs brauchbares Wissen vermittelt?   | Nein<br><input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Ja<br><input type="checkbox"/>                   |
| Kümmern Sie sich jetzt um ein Konsumthema mehr als vor dem Kurs?  | Nein<br><input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Ja<br><input type="checkbox"/>                   |
| Hat der Kurs dazu beigetragen, dass Sie jetzt etwas können, das Sie vorher nicht oder nicht so gut konnten? | Nein<br><input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Ja<br><input type="checkbox"/>                   |
| Sind die verwendeten Methoden für Sie in Ihrem beruflichen Alltag einsetzbar?                               | Nein<br><input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Ja<br><input type="checkbox"/>                   |
| Wurden die Arbeitsaufträge im Kurs klar erklärt?  | Nein<br><input type="checkbox"/>                | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Ja<br><input type="checkbox"/>                   |
| Waren die im Kurs verwendeten Materialien sinnvoll?   | Ja<br><input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Nein<br><input type="checkbox"/>                 |
| Hat die/der KursleiterIn die Zusammenarbeit und die Diskussionen unter den TeilnehmerInnen gefördert?       | Ja<br><input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Nein<br><input type="checkbox"/>                 |
| Wurden Ihre Meinungen und Wünsche im Kursverlauf berücksichtigt?  | Ja<br><input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Nein<br><input type="checkbox"/>                 |
| Hat die/der KursleiterIn ein angenehmes Klima geschaffen?   | Ja<br><input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Nein<br><input type="checkbox"/>                 |
| Wissen Sie nach diesem Kurs mehr über Konsumentenfragen als vorher?   | Ja<br><input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Nein<br><input type="checkbox"/>                 |
| Sind Sie nach diesem Kurs besser in der Lage Konsumentscheidungen im Sinne der Nachhaltigkeit zu treffen?   | Ja<br><input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Nein<br><input type="checkbox"/>                 |
| Haben Sie vor, Verbrauchertemen in Ihren Berufsalltag zu integrieren?                                       | Ja<br><input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Nein<br><input type="checkbox"/>                 |
| Hat die/der KurleiterIn während des Kurses Ihre Meinung zum Verlauf des Kurses eingeholt?                   | Ja<br><input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Nein<br><input type="checkbox"/>                 |
| Hat die/der KursleiterIn flexibel auf Ihre Wünsche reagiert?  | Ja<br><input type="checkbox"/>                  | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Nein<br><input type="checkbox"/>                 |
| Das Lerntempo, mit dem im Kurs vorgegangen wurde, war... ..   | Zu schnell<br><input type="checkbox"/>          | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Angemessen<br><input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>      | <input type="checkbox"/>      | Zu langsam<br><input type="checkbox"/>           |



## Von der Verbraucherinformation zur Verbraucherbildung - Paradigmenwechsel in der Verbraucherbildung

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
| <p><b>1. Die Zeit des naiven Konsums</b><br/>(bis zum Ende der 60er Jahre)</p> <p>Im Mittelpunkt der Interessen steht der Privathaushalt;</p> <p>das Prinzip der Nützlichkeit dominiert die Hierarchie der Bedürfnisse;</p> <p>die ökonomische Nützlichkeit steht bei der Entscheidung für Produkte im Vordergrund;</p> <p>Verbraucherinformation wird vor allem über hauswirtschaftliche Bildung transportiert.</p> | <p><b>2. Die Entstehung der Konsumgesellschaft</b><br/>(bis Ende der 70er Jahre, Anfang der 80er Jahre)</p> <p>Der Fokus liegt bei den Konsumentenrechten und bei der Auseinandersetzung mit Marktstrukturen;</p> <p>Verbraucherorganisationen werden etabliert;</p> <p>Verbesserte Konsumentenrechte und -gesetze sind wesentliche politische Anliegen;</p> <p>Die bildungspolitische Annäherung an Verbraucherwissen bzw. -information erfolgt über hauswirtschaftliche Bildung, aber auch über Geographie und Wirtschaftskunde, Werken, aber auch lebenskundliche Fächer.</p> <p><b>Methoden mit KonsumentInnen zu arbeiten:</b></p> | <p><b>3. Ökologisch und sozial orientiertes Konsumieren</b><br/>(in den 80er und den 90er Jahren)</p> <p>Der Fokus liegt auf den gesellschaftlichen Zusammenhängen;</p> <p>ökologisch und sozial orientierte Konsumentscheidungen werden gefordert;</p> <p>politisch gesehen gibt es einen Perspektivenwechsel vom geschützten Konsumenten zum Konsumenten, der sich informieren muss;</p> <p>Sozialwissenschaften und die Psychologie nehmen sich der Rollen der KonsumentInnen verstärkt an.</p> <p><b>Methoden mit KonsumentInnen zu arbeiten:</b><br/>Wissen, soziale Verantwortung; Beteiligung der BürgerInnen an</p> | <p><b>4. Nachhaltig orientiertes Konsumieren und „Citizenship“</b><br/>(ab ca. 2000 und in nächster Zukunft)</p> <p>Der Fokus liegt einerseits auf der <b>Abhängigkeit der Privathaushalte</b> von der Gesamtwirtschaft; andererseits auf einer <b>nachhaltig</b> orientierten Lebensstilgestaltung innerhalb einer aktiven „Bürgerschaft“.</p> <p>in die Lebensstildiskussion wird neben den schon vorher erwähnten sozialen und ökologischen Forderungen der wirtschaftliche Aspekt mitberücksichtigt;</p> <p>der Rang der einzelnen Dimensionen muss immer wieder neu bestimmt werden; die Komplexität der Abhängigkeiten der KonsumentInnen wurde zu einem interdisziplinären Thema und befasst daher viele Wissenschaftsbereiche.</p> |
|--|---|---|--|





|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <p><b>Methode mit KonsumentInnen zu arbeiten:</b><br/>Information</p> | <p>Information,<br/>Wissensvermittlung:<br/>Organisationen schaffen, die sich der Anliegen der KonsumentInnen annehmen.</p> | <p>wichtigen Entscheidungen;<br/>Kommunikation mit den KonsumentInnen [8].</p> | <p><b>Methoden mit allen am Konsum Beteiligten zu arbeiten:</b><br/>Bildungseinrichtungen müssen das Leitbild der Nachhaltigkeit in ihre Tätigkeit aufnehmen;<br/><br/>Wissen, Fähigkeiten und Einstellungen (Werte) für die Bewältigung der komplexen Anforderungen an die Konsumenten werden als gleichrangig gesehen;<br/><br/>Der kulturelle Hintergrund muss in der Wertediskussion immer mitberücksichtigt werden.<br/><br/>Schlüsselqualifikationen wie Kommunikationsfähigkeit, Dialogbereitschaft, Teamfähigkeit, Konfliktlösungsvermögen; sollen die Konsumenten stärken.<br/><br/>Der Dialog und das Teilen der Verantwortung zwischen allen am Konsum beteiligten Partnern (Produzenten, Handel, Konsumenten) soll verstärkt gesucht werden.</p> |
|---|---|--|--|



## Wo liegt die Innovation des neuen Paradigmas?

Durch die Vernetzung der Beteiligten und das Teilen der Verantwortung für nachhaltige Konsumentscheidungen entstehen neue Lernorte und neue Lernanlässe, neue Methoden, neue Perspektiven und neue Kooperationsfelder (zwischen den Akteuren in der Wirtschaft, den Haushalten, der Landwirtschaft, der Wissenschaft, der Bildungseinrichtungen). Insgesamt wird dabei das, was wir zum Thema Konsumieren lernen, noch näher an unseren Alltag, an unsere psychischen Befindlichkeiten gerückt.

Wird dem neuen Paradigma in der Verbraucherbildung Folge geleistet, dann sind die Lernprozesse keine „Reparaturen“ von Schadensfällen und deren Bewältigung als betrogener oder getäuschter Konsument dienlich, sondern sie erhalten durch die Stärkung der persönlichen Kompetenzen der Konsumenten eine neue Qualität. KonsumentInnen können dann eher in der Lage sein, aktiv ihre Entscheidungen zu treffen, zu partizipieren und sich bei ihren Konsumentscheidungen PartnerInnen zu suchen, die dem gemeinsamen Ziel dienlich sind. Die Annäherung von Verbraucherbildung an politische Bildung im Sinne von „aktiver BürgerInnenschaft“ ist dabei unabdingbar notwendig, um jene Rahmenbedingungen zu definieren und jene Demokratisierungsprozesse zu schaffen, die neue Lernprozesse auch zulassen.



## Quellenangaben

- [1] Lange-Kowal, E.E (1964): Langenscheidts Taschenwörterbuch Französisch. Langenscheidt; Berlin München Zürich, S. 204
- [2] Meyer, Hilbert (1987): Unterrichtsmethoden 1. 3. Auflage, Scriptor, Frankfurt/Main, S. 214
- [3] Wells, J. (1997): Towards 2000. Forbes Publication; London, S. 18
- [4] Wells, J. (1997): Towards 2000. Forbes Publication; London, S. 22
- [5] Trommsdorff, V. (2002): Konsumentenverhalten. Kohlhammer, Stuttgart, S. 227
- [6] Umweltdachverband ÖGNU (1999): Nachhaltige Entwicklung – Gemeinsam unsere Lebensqualität verbessern. S. 17
- [7] [www.umweltbildung.at/proj/nachhaltigkeit](http://www.umweltbildung.at/proj/nachhaltigkeit) (20. Dez. 2002)
- [8] Inforundgang bei: [www.service-umweltbildung.de](http://www.service-umweltbildung.de) (20. Dez. 2002)
- [9] [www.blk21.de](http://www.blk21.de) vom 20. Dez. 2003
- [10] Umweltdachverband ÖGNU (1999): Nachhaltige Entwicklung. Gemeinsam unsere Lebensqualität verbessern. Wien, S. 38
- [11] imug (2002): Der nachhaltige Warenkorb, eine Hilfestellung für nachhaltigen Konsum. Hannover, Berlin, S. 12
- [12] [www.foodprint.ch](http://www.foodprint.ch) (27. Dez. 2002)
- [13] [www.nachhaltigkeitsrat.de](http://www.nachhaltigkeitsrat.de) (27. Dez. 2002)
- [14] Schmon, Barbara (2002): Aktive Nachhaltigkeit. In: Umwelt & Bildung, Heft 3/2002, S. 11 ff.
- [15] [www.vzbv.de](http://www.vzbv.de) (27. Dez. 2002)
- [16] Stromberger, Barbara (1998): Vom Neid. Musik Frans Smulders aus der CD KNACK; Lied Nr. 3
- [17] Klein, Gerhard (1999): Magic Moments. Campus Verlag, Frankfurt New York, S. 104
- [18] Umweltdachverband ÖGNU (Hg.) (1999) Lust auf Zukunft. In: Forum Umweltbildung; Nachhaltige Entwicklung, Handbuch Teil 2, S. 8
- [19] EUROCARD-Studie: Junge Verbraucher in Europa. Juni bis Oktober 2001, S. 3
- [20] Umweltdachverband ÖGNU (Hg.) (1999): Lust auf Zukunft. In: Forum Umweltbildung; Nachhaltige Entwicklung, Handbuch Teil 2, S. 14
- [21] Dominguez, J.; Robin, V. (1992): Your Money or your Life. Penguin Books, New York, S. 59
- [22] Karmasin, Helene (o.J.): Die geheime Botschaft unserer Speisen. Wien, S. 16 und 207
- [23] Umweltdachverband ÖGNU (Hg.) (1999): Zusammenhänge. In: Forum Umweltbildung; Nachhaltige Entwicklung, Handbuch Teil 1, S. 66
- [24] Klein, Naomi (2000): No Logo. Flamingo, London, S. 345 ff.
- [25] Schultz, Irmgard (1996): Nachhaltiger Konsum und Lebensstile. In: Stiftung Verbraucherinstitut: Nachhaltiger Konsum, S. 49 ff.
- [26] Brockhaus Enzyklopädie (1974): Wiesbaden, Brockhaus, S. 242
- [27] Stihler, Ariane (2000): Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens. In: Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert (Hrsg): Konsum Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven. Opladen, S. 176
- [28] Haubl, Rolf (1998): Geld, Geschlecht und Konsum. Psychosozial-Verlag, Gießen, S. 15 f.
- [29] Stihler, Ariane (2000): Ausgewählte Konzepte der Sozialpsychologie zur Erklärung des modernen Konsumverhaltens. In: Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert (Hrsg): Konsum Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven. Opladen, S. 176
- [30] Trommsdorff, Volker (2002): Konsumentenverhalten. Kohlhammer Verlag, 4. Auflage, Stuttgart, S. 127
- [31] Krober-Riehl, Werner; Weinberg, Peter (1999): Konsumentenverhalten. Verlag Vahlen, 7. Auflage; München, S. 457



- [32] Krober-Riehl, Werner; Weinberg, Peter (1999): Konsumentenverhalten. Verlag Vahlen, 7. Auflage; München, S. 473
- [33] Krober-Riehl, Werner; Weinberg, Peter (1999): Konsumentenverhalten. Verlag Vahlen, 7. Auflage; München, S. 584
- [34] Krober-Riehl, Werner; Weinberg, Peter (1999): Konsumentenverhalten. Verlag Vahlen, 7. Auflage; München, S. 123
- [35] Krober-Riehl, Werner; Weinberg, Peter (1999): Konsumentenverhalten. Verlag Vahlen, 7. Auflage; München, S. 356
- [36] Trommsdorff, Volker (2002): Konsumentenverhalten. Verlag W. Kohlhammer, 4. Auflage, Stuttgart, S. 291
- [37] Myzoyer, Frank (2000): Der Lidschlag der Konsumenten. In: Der Standard vom 23. Dezember 2000, S. 4
- [38] Krober-Riehl, Werner; Weinberg, Peter (1999): Konsumentenverhalten. Verlag Vahlen, 7. Auflage; München, S. 159
- [39] Haubl, Rudolf (1998): Geld, Geschlecht und Konsum. Psychosozial-Verlag, Gießen, S. 20
- [40] Stiftung Verbraucherinstitut (1995): Kleidung, Ökologie & Gesundheit. Berlin, S. 8
- [41] Südwind Agentur (Hrsg.) (1999): Kleidung aus der Weltfabrik. Wien, S. 60
- [42] Rosenkranz, Bernhard (1997): Fadenlauf. Foliensatz und Begleitheft. Hrg. Stiftung Verbraucherinstitut, S. 12
- [43] Schmidt, Eva; Rosenkranz, Bernhard (1999): In Hülle und Fülle. Hrg. Stiftung Verbraucherinstitut, Berlin, S. 102
- [44] V.Koerber; T.Männle; C.Leitzmann (1994): Vollwert-Ernährung. Verlag Haug, S. 27 ff.
- [45] AK Wien; Nohel, C.; Rützler, H.; Schöffl, H. (2000): Was steht drauf? S. 15 ff
- [46] Elmadfa, I.; Muskat, E; Fritzsche, D. (1996): E-Nummern. Verlag Gräfe und Unzer, S. 12 ff
- [47] AID (2002): Bio-Lebensmittel für Einsteiger, S. 7
- [48] AK Wien; Nohel, C.; Rützler, H.; Schöffl, H. (2000): Was steht drauf? S. 12 ff
- [49] Statistische Nachrichten 8/2002, S. 490
- [50] Stat. Nachrichten 8/2002, S. 599
- [51] Rüden, Henning; Hygieneexperte an der Technischen Universität in Berlin. Zit. In Konsument Extra (o.J.) Wohnen ohne Gift. S. 8
- [52] Konsument Extra (1995): Wohnen ohne Gift. Perlen Reihe, S. 104
- [53] Konsument Extra (1995): Wohnen ohne Gift. Perlen Reihe, S. 68
- [54] Salzgitter, R. (1994): Elektrische und magnetische Felder der Stromversorgung; zit. in: Konsument Extra (1995): Wohnen ohne Gift. Perlen Reihe, S. 71
- [55] Leitgeb, Norbert (2000): Strahlen, Wellen, Felder und ihre Auswirkungen auf unsere Gesundheit. Springer Verlag, Wien New York, S. 122
- [56] Salzgitter, R. (1994): Elektrische und magnetische Felder der Stromversorgung; zit. in: Konsument Extra (1995): Wohnen ohne Gift. Perlen Reihe, S. 72
- [57] Mattelart, Armand (2000): Kybernetik und die Folgen. Wie der Internet-Mythos entstand. Le Monde diplomatique 15.9.2000. <http://monde-diplomatique.de/mtp/2000/09/15./text?Tname=a0045&idx=10>
- [58] Riehm, Ulrich et al. (2002): TA-Projekt E-Commerce Endbericht. TAB Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag. Arbeitsbericht Nr. 78, Berlin
- [59] Kollmann, Karl (2002): Entwicklungen der Kommunikationstechnik und ihre Folgen für Haushalte. In: Hauswirtschaft und Wissenschaft 1/2002, S 6-14.
- [60] Hauchler, Ingomar; Messner, Dirk; Nuscheler; Franz (Hg.) (1999): Globale Trends 2000. Fakten, Analysen, Prognose. Stiftung Entwicklung und Frieden. Bonn, Frankfurt/Main.
- [61] Beck, Klaus; Glotz, Peter; Vogelsang, Gregor (2000): Die Zukunft des Internet. Internationale Delphi-Befragung zur Entwicklung der Online-Kommunikation. Konstanz.
- [62] Kollmann, Karl (2000): Konsument und Konsumtechnik: ein Entfremdungsparadigma? Zum Verständnis von Technik in der Alltagswelt der privaten Haushalte. Vortrag Jubiläumskongress der ÖGS (Österreichische Gesellschaft für Soziologie) Wien. <http://www.univie.ac.at/OEGS-Kongress-2000/>



[63] Kollmann, Karl; Zimmer, Daniela (Hg.) (1996): Neue Kommunikations- und Informationstechnologien für Verbraucher, Wien, S. 177 ff.

[64] Kollmann, Karl (1999): Verbraucherprobleme beim Schutz personenbezogener Daten. Datenschutz aus Verbrauchersicht. Im Auftrag des österreichischen Bundesministeriums für Wissenschaft und Verkehr. Wien. <FTP://ftp.wu-wien.ac.at/wuw/kollmann/da-u-ko.doc>

[65] Bleich, Holger; Schüler, Peter (2001): Digitale Fußspuren. Was Surfer so alles über sich preisgeben. In: c't 8/2001, 9.4.2001, S 200 ff.;

[66] Otto, Ulrich: Abschied vom privaten Leben. In: Die Zeit 38, 14. 9. 2000, S 15.

## Methodisch-didaktische Materialien

[1] Manufactum Katalog Nr. 15, S. 237

[2] Hess Natur, Katalog Herbst/Winter 2002/2003, S. 82/8

[3] Nachhaltigeissspiel: Umweltdachverband ÖGNU (Hg.) (1999): Zusammenhänge. In: Forum Umweltbildung; Nachhaltige Entwicklung, Handbuch Teil 1, S. 66

[4] A K Steiermark (2003): Geld beherrscht die Welt! Beherrschen Sie Ihr Geld? Materialsammlung Stufe 1-4

[5] Statistische Nachrichten 8/2002, S. 562 ff.

[6] Stat. Nachrichten 8/2002, S. 599

[7] Agentur Südwind: Das Spiel zur bittersüßen Schokolade

[8] Steffens, Heiko (1995): Evolution of Consumer Education. In: NICE Mail 3/1995, S. 18 – 24

[9] Rosenkranz, Bernhard (1997): Fadenlauf, Foliensatz und Begleitheft. Hrg. Stiftung Verbraucherinstitut.

[10] Checkliste nach einer Anregung von G. Zwingler, Steyr



## Photos und Zeichnungen

### Bildnachweis

Kühlschrank: Uli Zimmermann  
Kleiderschrank: Uli Zimmermann  
Fuß: Uli Zimmermann  
Computer: Uli Zimmermann  
Agrarindustrie: Maria Schuh  
„Da könnte man fast süchtig werden“: Maria Schuh  
Kein Auskommen mit dem Einkommen: Maria Schuh  
Müll so weit das Auge sieht: Maria Schuh

### Zeichnungen

Einkaufstasche: B. Karré  
Der intelligente Haushalt (Smart-Home): B. Karré  
Symbolwert von Gütern: B. Karré  
Was gehört zu meinem Lebensstil? B. Karré  
Gesundheitsgefährdungen im Haus: Paul Maier