

Teil III

Dietmar Krafft:

Die Aus- und Weiterbildung von Lehrern an Realschulen und
Gymnasien auf dem Gebiet der Verbrauchererziehung

1.	Die Bedeutung der Aus- und Weiterbildung	3
2.	Methodische Probleme der Analyse	4
3.	Die Ausbildung von Realschullehrern und Gymnasiallehrern	6
3.1.	Die Neuordnung des Lehramtsstudiums	6
3.2.	Verbraucherrelevante Studiengänge im Rahmen des Studiums für das Lehramt am Gymnasium und an der Realschule	8
3.2.1.	Die Schulsituation	8
3.2.2.	Die Studiensituation	10
3.2.2.1.	Zum Studium des Studienganges Sozialwissenschaften	11
3.2.2.2.	Zum Studium des Faches Wirtschaftswissenschaften	17
3.2.2.3.	Zum Studium des Faches Hauswirtschaftswissen- schaft	20
3.2.3.	Die Regelungen der neuen Prüfungsordnung	21
4.	Die Weiterbildung von Realschul- und Gymnasiallehrern auf dem Gebiet der Verbrauchererziehung	26

Dokumentation:

1	Handreichungen für das Studium des Faches SOZIALWISSENSCHAFTEN und für die Erste Staatsprüfung für das Lehramt am Gymnasium	32
2	Verzeichnis der Lehrangebote in den Fächern Soziologie und Politikwissenschaft (SS 1976) der Universität Bonn, Universität Köln, Universität Münster, GHS Siegen, GHS Wuppertal	33
3	Verzeichnis der Lehrangebote im Fach Wirtschaftswissenschaft Schwerpunkt Markt und Konsum (SS 1976) der GHS Wuppertal	48
4	Handreichungen für das Studium des Faches WIRTSCHAFTSWISSEN- SCHAFTEN und für die Erste Staatsprüfung für das Lehramt am Gymnasium	51
5	Verzeichnis der Lehrangebote im Fach Haushaltswissenschaften (SS 1976) der Universität Bonn, GHS Duisburg, GHS Wuppertal	52

Karl-Heinz Schaffartzik:

Befragung von Lehrern gesellschaftswissenschaftlicher Fächer
zur Verbrauchererziehung an Realschulen und Gymnasien

Gliederung

1.	<u>Einführung</u>	60
2.	<u>Methodische Anlage der Studie</u>	61
2.1.	Fragebogenversand und Rückläufe	61
2.2.	Ausfälle	62
2.2.1.	Die demographische Struktur	62
2.2.2.	Varianzanalyse der Spätrückläufe	66
2.2.3.	Ausfallgründe	69
2.2.4.	Fazit	70
3.	<u>Ausbildung und Fortbildung der Lehrer</u>	70
3.1.	Ausbildung	70
3.2.	Fortbildung	72
3.2.1.	Die Teilnehmer an Fortbildungsveranstaltungen	73
3.2.2.	Träger von Fortbildungsveranstaltungen	75
3.2.3.	Die Behandlung von Verbraucherfragen	76
3.2.4.	Beurteilung der Veranstaltungen durch die Lehrer	78
3.2.5.	Themenwünsche der Lehrer	80
4.	<u>Der Unterricht in Verbrauchererziehung</u>	81
	<u>- Ausgewählte Aspekte -</u>	
4.1.	Die Nutzung von Richtlinien, Schulbüchern und Materialien	82
4.1.1.	Richtlinien bzw. Unterrichtsempfehlungen	82
4.1.2.	Schulbücher	84
4.1.3.	Materialien in der Hand der Schüler	85
4.2.	Kontakte mit außerschulischen Institutionen	87
4.2.1.	Einstellungen der Lehrer gegenüber Kontakten	87
4.2.2.	Die Durchführung von Kontakten	88
4.3.	Informationsaufnahme durch Massenmedien	90
4.3.1.	Der Bekanntheitsgrad von verbraucherrelevanten Zeit- schriften, Rundfunk- und Fernsehsendungen	90

	Seite
4.3.2. Unterschiede in der Mediennutzung	92
4.4. Kenntnisse bei Lehrern	93
4.4.1. Gewinnspannen im Einzelhandel	94
4.4.2. Verbraucherschutzgesetze	94
5. <u>Einstellungen der Lehrer</u>	96
5.1. Die Rolle der Verbraucherbildung im gesellschafts- wissenschaftlichen Unterricht	96
5.1.1. Der Stellenwert von Verbraucherthemen gegenüber anderen Themen	96
5.2. Verbraucherrelevante ökonomische Zusammenhänge	98
5.2.1. Die Bedürfnisproblematik	98
5.2.2. Konsumentensouveränität versus Anbietersouveränität	100
5.2.3. Marktmechanismen	102
5.2.4. Entstehung von Marktmacht der Anbieter	104
5.2.5. Werbung	106
5.3. Verbraucherpolitische Zusammenhänge	107
5.3.1. Die Existenz von Verbraucherinteressen	107
5.3.2. Die Durchsetzung von Verbraucherinteressen	108
6. Bereitschaft zu eigenem Engagement	110
Nachwort an die Lehrer	112
Quellenverzeichnis	113
Anhang I - Tabellen	114
Anhang II - Fragebogen mit Ausfüllanleitung	196