

„Clusteranalyse „Nachhaltige Entwicklung“ und „Soziale Marktwirtschaft“
(Abstract, 12. Februar 2013)

Dieses Abstract ist Teil des dreijährigen Forschungsprojektes „Bildungsmedien online“ an der Philosophisch-Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Augsburg unter Leitung von Prof. Dr. Eva Matthes und Prof. Dr. Dr. Werner Wiater. Die Studie wird gefördert durch Mittel des Verbandes Bildungsmedien e.V.

In den beiden Themenclustern „Nachhaltigkeit“ und „Soziale Marktwirtschaft“ wurden 20 kostenlos verfügbare Online-Materialien (Anlage I) mit Hilfe des zuvor entwickelten Analyse- und Evaluationsrasters (vgl. Abstract II vom 11. Oktober 2012) untersucht. Dabei wird gezeigt, wie sich Materialien, die der Lehrkraft zu gleichen Themengebieten angeboten werden, inhaltlich und didaktisch voneinander unterscheiden. Diese Unterschiede werden durch Prozentwerte beschrieben.

Die Materialien wurden durch eine Google-Suche und durch stichprobenartige Überprüfung der zuvor ermittelten Einzelanbieter (vgl. Abstract I vom 11. Oktober 2012) recherchiert. Im Themencluster „Nachhaltigkeit“ wurden acht über mehrere Stunden gehende Unterrichts- bzw. Materialmappen berücksichtigt sowie eine Sammlung von Arbeitsblättern und ein Stundenentwurf. Im Themencluster „Soziale Marktwirtschaft“ wurden sechs mehrere Stunden umfassende Unterrichtsmappen bzw. -materialien berücksichtigt sowie ein Arbeitsblatt, ein Schaubild/Tafelbild und ein Textblatt. Die Mehrzahl der untersuchten Materialien (14 von 20) sind also umfangreich konzipierte Materialien.

Cluster „Nachhaltigkeit“

In der Untersuchung zeigten sich Unterschiede im Bereich „Normativ-diskursive Positionierung – Werbung“. Drei der zehn im Themencluster untersuchten Materialien waren hier besonders auffällig: die Materialien von McDonald's Deutschland, Tetrapak und Zeitbild Wissen. Sie präsentierten konkrete Unternehmen oder Produkte als positive Beispiele für Nachhaltigkeits-Strategien.

Anbieterspezifische Positionen zeigten sich auch beim Setzen der Themenschwerpunkte und unterschiedlicher Co- und Subthemen. Dazu gehören unter anderem Corporate Social Responsibility, Globalisierung, Demografische Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland, Nachhaltigkeit in Unternehmen, Greenwashing, bewusster/strategischer

Konsum, Konsumverzicht oder Mobilitätskonzepte der Zukunft. So wurde unter anderem die Frage, inwiefern nachhaltiges Handeln im Unternehmen auf gesetzliche Vorgaben und/oder freiwillige Selbstverpflichtung zurückgeht, unterschiedlich beantwortet. Das führt beispielsweise beim Material der Stiftung Jugend und Bildung zu einer perspektivischen Einseitigkeit, die dem pädagogisch-didaktischen Grundprinzip der Multiperspektivität und Kontroversität widerspricht.

Alle Materialien erhielten im Bereich „Kognitive Strukturierung des Wissens und der korrespondierenden Kompetenzen“ niedrige Prozentwerte zwischen 31,1 und 62,2. Sie zeigten zwar eine erkennbare Orientierung an Handlungs-/Gestaltungskompetenz als pädagogisch-didaktischem Leitprinzip, thematisierten und vermittelten aber das dafür nötige prozedurale Wissen kaum. Das zeigt sich ebenfalls im Bereich Medienkompetenz: Sie wurde zwar – z.B. in Form von Internetrecherchen – erwartet, in 8 von 10 Materialien jedoch nicht didaktisch thematisiert, eingeübt oder vermittelt.

Cluster „Soziale Marktwirtschaft“

Die hier untersuchten Materialien unterschieden sich in Bezug auf anbieterspezifische Themenführungen in geringerem Maß. Sie sind mit Ausnahme des Materials der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft und Zeitbild Wissen nicht vereinseitigend. Unterschiede zeigten sich jedoch trotzdem bei der Bearbeitung von Co- bzw. Subthemen, beispielsweise Wirtschaftsethik, Globalisierung, Staatshaushalt, demographische Entwicklung, Corporate Social Responsibility, Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft oder Wirtschaftswachstum und Wettbewerb.

Im Bereich „Makrodidaktische bzw. bildungstheoretische Fundierung“ erhielten die Materialien im Themencluster „Soziale Marktwirtschaft“ durchschnittlich niedrigere Prozentwerte als die Materialien im Cluster „Nachhaltigkeit“. Handlungsorientierung und handlungsorientierte Methoden finden sich nur im Material des Niedersächsischen Kultusministeriums und der Martin Luther Universität Halle-Wittenberg. In allen Materialien wird ein vorstrukturierter und informationsorientierter Unterrichtsansatz verfolgt. Die Herstellung von Bezügen zu konkreten aktuellen politischen oder gesellschaftlichen Ereignissen ist jedoch häufiger: 7 von 10 Materialien weisen hier mittlere bis starke Merkmalsausprägungen auf, entgegen 4 von 10 Materialien im Cluster „Nachhaltigkeit/nachhaltige Entwicklung“.

Anlage I (Übersicht der untersuchten Materialien im Themencluster „Nachhaltigkeit“)

	Anbieterkategorie	Anbieter	Materialtitel
1	Plattformen	Lehrer Online – Jens Joachim	Nachhaltige Forstwirtschaft im tropischen Regenwald
2	Vereine und Stiftungen	Stiftung Jugend und Bildung (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz)	MitVerantwortung. Corporate Social Responsibility
3	Vereine und Stiftungen	Bremer Informationszentrum für Menschenrechte und Entwicklung (biz)	Unterrichtsmodul Nachhaltigkeit im Tourismus
4	Verlage	Zeitbild WISSEN Zeitbild Verlag und Agentur für Kommunikation GmbH (unterstützt durch den Rat für Nachhaltige Entwicklung)	„Nachhaltigkeit. Beispiele aus der Praxis für den Unterricht“
5	Unternehmen	McDonald's Deutschland Inc CARE-LINE Verlag GmbH2	„Um Welten besser. Fächerübergreifende Unterrichtsmappe zum Thema ‚Umwelt‘ für die Sekundarstufe 1“
6	Unternehmen	Tetra Pak GmbH & Co KG	„Nachhaltigkeit“
7	Öffentliche Anbieter	Verbaucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)	„Textilien – Eine Unterrichtsidee zu Nachhaltigkeit und Globalisierung“
8	Öffentliche Anbieter	Wuppertaler Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH (gemeinnützige, wissenschaftliche Einrichtung des Landes Nordrhein-Westfalen)	Kurs 21. Lernmodule für Lernpatenschaften Schule-Wirtschaft. Modul 1: Nachhaltige Entwicklung (Lernmodul 1)
9	Öffentliche Anbieter	Deutscher Sparkassen Verlag GmbH3 bzw. Sparkassen SchulService	Stadt und Nachhaltigkeit
10	Kirchen	Brot für die Welt und Evangelischer Entwicklungsdienst	Zukunfts-WG Zukunftsfähiges Deutschland – Unterrichtsmaterialien für die Sekundarstufen

Keine weiteren Funde bei: Plattformen, Verlage, Kirchen

Keine Funde bei: Privatpersonen, Kommerziellen Anbietern, Öffentlichen Anbietern

Anlage II (Prozentwerte im Themencluster „Nachhaltigkeit“)

Material-Nr.	Kriterien						
	NdP	UA	BT	Ad	KS	MU	MBF
1	88,6	82,9	34,0	41,8	40,0	47,3	32,0
2	77,1	51,4	36,0	47,3	53,3	47,3	38,0
3	91,4	88,6	-	25,5	48,9	56,4	42,0
4	14,3	20,0	42,0	50,9	40,0	36,4	28,0
5	31,4	48,6	60,0	60,0	42,2	34,5	24,0
6	54,3	74,3	55,0	72,7	62,2	43,6	30,0
7	68,6	48,6	22,2	38,2	42,2	9,1	54,0
8	82,9	37,1	52,0	45,5	35,6	18,2	52,0
9	71,4	34,3	36,0	40,0	31,1	23,6	20,0
10	88,6	63,3	42,2	45,5	37,8	38,2	62,0

Legende:

NdP: Normativ-diskursive Positionierung / Ideologiekritische Perspektive

UA: Unterrichtspraktische Anwendbarkeit

BT: Bild- und Textkomposition

Ad: Aufgabendesign

KS: Kognitive Strukturierung des Wissens und der korrespondierenden Kompetenzen

MU: Mikrodidaktische Umsetzung

MBF: Makrodidaktische bzw. bildungstheoretische Fundierung

Anlage III (Übersicht der untersuchten Materialien im Themencluster „Soziale Marktwirtschaft“)

	Anbieterkategorie	Anbieter	Materialtitel
11	Plattformen	Lehrer Online – Dr. Peter Kührt	Soziale Marktwirtschaft im Wandel
12	Plattformen	4teachers – „vicka“	Soziale Marktwirtschaft
13	Plattformen	4teachers – „moni967“4	Soziale Marktwirtschaft
14	Vereine und Stiftungen	Stiftung Jugend und Bildung (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz)	Corporate Social Responsibility und Soziale Marktwirtschaft
15	Verlage	Zeitbild WISSEN - Zeitbild Verlag und Agentur für Kommunikation GmbH Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie)	60 Jahre Soziale Marktwirtschaft
16	Verlage	Aulis Verlag in der STARK Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG	Arbeitsblatt aktuell – Soziale Marktwirtschaft in globalisierter Welt
17	Unternehmen	Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft GmbH (INSM)	Soziale Marktwirtschaft
18	Unternehmen	Handelsblatt macht Schule (in Zusammenarbeit mit dem Institut für Ökonomische Bildung an der Carl von Ossietzky Universität Oldenbourg)	Unterrichtseinheit „Unsere Wirtschaftsordnung“
19	Öffentliche Anbieter	Niedersächsisches Kultusministerium	Materialien für das Unterrichtsfach Volkswirtschaft im Fachgymnasium Wirtschaft
20	Öffentliche Anbieter	Universität Halle-Wittenberg (Christian Fischer und Sascha Conrad)	Planspiel Marktwirtschaft

Keine weiteren Funde bei: Vereine und Stiftungen

Keine Funde bei: Privatpersonen, Kirchen, Kommerziellen Anbietern

Anlage IV (Prozentwerte im Themencluster „Soziale Marktwirtschaft“)

Material-Nr.	Kriterien						
	NdP	UA	BT	Ad	KS	MU	MBF
11	97,1	77,1	-	60,0	57,8	52,7	32,0
12	48,6	0,0	18,0	-	5,0	0,0	0,0
13	65,7	4,0	48,0	-	20,0	0,0	0,0
14	68,6	60,0	56,7	49,1	53,3	29,1	14,0
15	42,9	60,0	71,7	41,8	44,4	34,5	32,0
16	74,3	45,7	38,3	49,1	55,6	23,6	22,0
17	37,1	74,3	41,7	40,0	57,8	43,6	18,0
18	82,9	63,3	48,3	43,6	48,9	21,8	24,0
19	74,3	54,3	28,3	34,5	35,6	54,5	16,0
20	97,1	77,1	43,6	52,7	55,6	41,8	40,0

Legende:

NdP: Normativ-diskursive Positionierung / Ideologiekritische Perspektive

UA: Unterrichtspraktische Anwendbarkeit

BT: Bild- und Textkomposition

Ad: Aufgabendesign

KS: Kognitive Strukturierung des Wissens und der korrespondierenden Kompetenzen

MU: Mikrodidaktische Umsetzung

MBF: Makrodidaktische bzw. bildungstheoretische Fundierung