

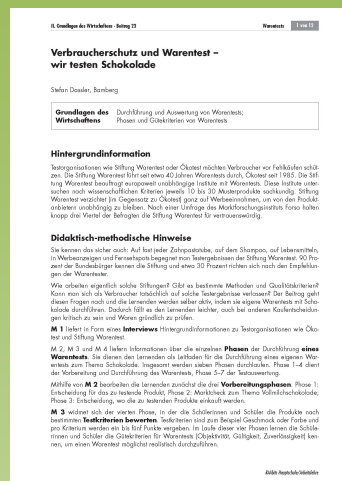
SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus: *Verbraucherschutz und Warentest*

Das komplette Material finden Sie hier:

School-Scout.de



Verbraucherschutz und Warentest – wir testen Schokolade

Stefan Dassler, Bamberg

Grundlagen des Wirtschaftens	Durchführung und Auswertung von Warentests; Phasen und Gütekriterien von Warentests
-------------------------------------	--

Hintergrundinformation

Testorganisationen wie Stiftung Warentest oder Ökotest möchten Verbraucher vor Fehlkäufen schützen. Die Stiftung Warentest führt seit etwa 40 Jahren Warentests durch, Ökotest seit 1985. Die Stiftung Warentest beauftragt europaweit unabhängige Institute mit Warentests. Diese Institute untersuchen nach wissenschaftlichen Kriterien jeweils 10 bis 30 Musterprodukte sachkundig. Stiftung Warentest verzichtet (im Gegensatz zu Ökotest) ganz auf Werbeeinnahmen, um von den Produktanbietern unabhängig zu bleiben. Nach einer Umfrage des Marktforschungsinstituts Forsa halten knapp drei Viertel der Befragten die Stiftung Warentest für vertrauenswürdig.

Didaktisch-methodische Hinweise

Sie kennen das sicher auch: Auf fast jeder Zahnpastatube, auf dem Shampoo, auf Lebensmitteln, in Werbeanzeigen und Fernsehspots begegnet man Testergebnissen der Stiftung Warentest. 90 Prozent der Bundesbürger kennen die Stiftung und etwa 30 Prozent richten sich nach den Empfehlungen der Warentester.

Wie arbeiten eigentlich solche Stiftungen? Gibt es bestimmte Methoden und Qualitätskriterien? Kann man sich als Verbraucher tatsächlich auf solche Testergebnisse verlassen? Der Beitrag geht diesen Fragen nach und die Lernenden werden selber aktiv, indem sie eigene Warentests mit Schokolade durchführen. Dadurch fällt es den Lernenden leichter, auch bei anderen Kaufentscheidungen kritisch zu sein und Waren gründlich zu prüfen.

M 1 liefert in Form eines **Interviews** Hintergrundinformationen zu Testorganisationen wie Ökotest und Stiftung Warentest.

M 2, **M 3** und **M 4** liefern Informationen über die einzelnen **Phasen** der Durchführung **eines Warentests**. Sie dienen den Lernenden als Leitfaden für die Durchführung eines eigenen Warentests zum Thema Schokolade. Insgesamt werden sieben Phasen durchlaufen. Phase 1–4 dient der Vorbereitung und Durchführung des Warentests, Phase 5–7 der Testauswertung.

Mithilfe von **M 2** bearbeiten die Lernenden zunächst die drei **Vorbereitungsphasen**. Phase 1: Entscheidung für das zu testende Produkt, Phase 2: Marktcheck zum Thema Vollmilchschokolade; Phase 3: Entscheidung, wo die zu testenden Produkte einkauft werden.

M 3 widmet sich der vierten Phase, in der die Schülerinnen und Schüler die Produkte nach bestimmten **Testkriterien bewerten**. Testkriterien sind zum Beispiel Geschmack oder Farbe und pro Kriterium werden ein bis fünf Punkte vergeben. Im Laufe dieser vier Phasen lernen die Schülerinnen und Schüler die Gütekriterien für Warentests (Objektivität, Gültigkeit, Zuverlässigkeit) kennen, um einen Warentest möglichst realistisch durchzuführen.

Mit **M 4** erarbeiten die Lernenden die **Auswertung** des Tests. Über eine Tabelle in Phase 5 berechnen sie den Testsieger und diskutieren mögliche Fehlerquellen bei diesem Warentest (Zusatzaufgabe). In Phase 6 formulieren die Schülerinnen und Schüler selbstständig eine Zusammenfassung der Ergebnisse. Möglichkeiten der Veröffentlichung der Ergebnisse des interessanten Warentests werden in Phase 7 erarbeitet.

M 5 dient der Sicherung und Festigung des Gelernten. Die Lernenden bekommen ein **Schaubild** das Lücken enthält. Entweder im Unterrichtsgespräch oder in Gruppenarbeit erarbeiten die Schülerinnen und Schüler die einzusetzenden Begriffe. Wiederholt und gefestigt werden besonders die Phasen und Gütekriterien des Warentests.

Wussten Sie schon, ...

dass es zwischen den Testorganisationen Stiftung Warentest und Ökotest gibt es gravierende Spannungen gibt?

Die Leserschaft der Stiftung Warentest wird zunehmend älter (Durchschnittsalter der Abonnenten: 54 Jahre) und es werden weniger test-Zeitschriften verkauft. Der Konkurrent Ökotest mit seinem Schwerpunkt Gesundheits- und Umweltverträglichkeit macht ausgerechnet die jungen und kaufkräftigen Leser abspenstig. Während die Publikationen der Stiftung Warentest werbefrei sind, hat Ökotest beispielsweise im Jahr 2006 3,8 Mio EURO mit Inseraten eingenommen. (Quelle: Exler, Andrea: Krieg zwischen Stiftung Warentest und Ökotest. Welt online vom 30.05.2007)

Internetadressen

www.focus.de/gesundheit/ernaehrung/news/tid-7807/stiftung-warentest_aid_137062.html

Sie interessieren sich für einen tatsächlich durchgeführten Warentest von Schokolade durch die Stiftung Warentest? In diesem Beitrag werden Schokoladen von Aldi und Lidl mit den Herstellern Lindt und Milka verglichen. Besonderes Augenmerk legt die Stiftung Warentest auf Bio-Vollmilchschokolade. Es bietet sich auch an, über diesen Artikel ein Kurzreferat halten zu lassen bzw. die Informationen in den Warentest in dieser Unterrichtseinheit einzubringen.

www.test.de/unternehmen/schule_unterricht/lehmaterial/

Auf dieser Website der Stiftung Warentest finden Sie einige kostenlose Publikationen und Filme. Die Publikation *Der vergleichende Warentest* ist gegliedert in Sachinformationen, Unterrichtsvorschläge, Arbeitsblätter und Materialien. Ideal, wenn Sie das Thema Verbraucherschutz sehr ausführlich im Unterricht behandeln möchten.

www.welt.de/wirtschaft/article904772/Krieg_zwischen_Stiftung_Warentest_und_Oeko_Test.htm

Sie wünschen sich Hintergrundinformationen über die Spannungen zwischen den Testorganisationen Ökotest und Stiftung Warentest? Dieser Artikel geht detailliert auf die Konkurrenzsituation dieser Organisationen ein. Es wird auch auf Kritikpunkte an den Organisationen eingegangen. Sie könnten beispielsweise zwei Referate vergeben – zum Thema Stiftung Warentest und zum Thema Ökotest. Oder alternativ bietet sich eine Gruppenarbeit mit zwei Gruppen anhand des Artikels an.

Materialübersicht

- M 1 Ein Interview zum Thema Warentest
- M 2 Wir testen Schokolade – die Vorbereitung
- M 3 Wir testen Schokolade – die Durchführung
- M 4 Wir testen Schokolade – die Auswertung
- M 5 Welche Schokolade ist die beste? – Das Wichtigste beim Warentest

Ein Interview zum Thema Warentest

M 1

Aufgabe *Lest das Radiointerview mit Herr Müller mit verteilten Rollen.*

Reporter: Liebe Hörer, ich begrüße Sie zu unserer Sondersendung zum Thema *Was nützen Warentests?*. Dazu haben wir Herrn Müller eingeladen. Herr Müller arbeitet bei einer Verbraucherzentrale. Herr Müller, was machen Organisationen wie Stiftung Warentest oder Ökotest eigentlich genau?



© dpa Picture-Alliance

Etikett mit Testergebnis der Stiftung Warentest

Herr Müller: Testorganisationen wollen durch ihre Testergebnisse Kaufentscheidungen erleichtern. Verbraucher sollen vor Fehlkäufen geschützt werden. Ökotest führt seit 1985 Warentests durch – beispielsweise bei Shampoo, Babynahrung oder Energiesparlampen. Dabei steht die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit im Mittelpunkt. Die Stiftung Warentest macht seit über 40 Jahren Warentests zum Beispiel bei Fernsehern, Kindersitzen oder Schokolade. Europaweit beauftragt die Stiftung Warentest unabhängige Institute mit Warentests.

Reporter: Wie geht die Stiftung Warentest dabei vor?

Herr Müller: Nach wissenschaftlichen Methoden müssen jeweils 10 bis 30 Musterprodukte sachkundig untersucht werden. Die Stiftung Warentest finanziert sich durch den Verkauf ihrer Zeitschriften *test* und *Finanztest*. Sie verzichtet dabei ganz auf Werbeeinnahmen, um von den Produkthanbietern unabhängig zu bleiben.

Reporter: Kann man den Testergebnissen immer vertrauen?

Herr Müller: Nach einer Umfrage des Marktforschungsinstituts Forsa halten knapp drei Viertel der Befragten die Stiftung Warentest für vertrauenswürdig. Problematisch ist jedoch, wenn Unternehmen in Werbeanzeigen oder auf Produktverpackungen falsch mit Test-Urteilen werben. Beispielsweise dürfen die Aussagen der Stiftung Warentest nicht mit eigenen Worten des Herstellers „umschrieben“ werden. Manchmal findet man in der Werbung auch Test-Urteile, die viele Jahre zurückliegen. Bei falscher Werbung mit Test-Urteilen kann die Verbraucherzentrale gerichtliche Schritte einleiten.

Reporter: Das war Herr Müller von der Verbraucherzentrale. Wir machen jetzt erst mal weiter mit Musik.

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus: *Verbraucherschutz und Warentest*

Das komplette Material finden Sie hier:

School-Scout.de

