

<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