

[17] Schönkerr, K. W.: a. a. O. S. 90.

[18] „Der Staat kann sich dem Recht und der Pflicht zur Ordnung der Dinge in den Ländern nicht entziehen, wo der Zugang zur Bildung ein verfassungsmäßig garantiertes Recht ist.“
Unesco-Konferenzbericht 1, a. a. O. S. 43.

[19] Wobei nicht unterstellt werden soll, daß der Staat in der Bildungsberatung ohne Interessen handelt, jedoch sollten diese stärker an den gesamtgesellschaftlichen Bedürfnissen orientiert sein als man

dies von einzelnen kommerziellen Bildungsunternehmen erwarten darf.

[20] Vergl. Richtlinien des BBF, a. a. O. S. 27.

[21] Vergl. Karow, W.: Zwischenbericht zur Überprüfung und Beurteilung von Fernunterrichtsmedien durch das Bundesinstitut für Berufsbildungsforschung
in: Berufliche Bildung 6/73, hrsg. von der Abteilung Berufliche Bildung im Bundesvorstand des DGB, S. 115–122.

Christel Kreigenfeld

Aspekte der Werbung im Bereich des privaten Fernunterrichtswesens (I)

Zur ökonomischen Verwertbarkeit der Inhalte von Fernlehrgängen

Der Aufsatz untersucht das Werbematerial der drei größten Fernlehrinstitute der BRD und gibt die darin enthaltenen Vorstellungen über beruflichen Aufstieg mittels Kenntnissen und Fertigkeiten, die über Fernunterricht erworben wurden, wieder. Gleichzeitig werden diese Vorstellungen im Hinblick auf ihre Realisierungschancen einer kritischen Analyse unterzogen. Darüber hinaus wird aufgezeigt, zu welchen Einschränkungen die Betonung der ökonomischen Verwertbarkeit von Fernlehrgangsinhalten führt.

Relevanz des Themas

Eine Auseinandersetzung mit dem Werbematerial von Fernlehrinstituten [1] ist zunächst relevant, weil die Konsequenzen, die sich aus dieser Bildungswerbung ergeben, weiter reichen als Werbung für Konsumartikel; letztere kann allenfalls zu Enttäuschungen über das gekaufte Produkt führen, wobei die Möglichkeit des Ausweichens auf ein anderes Produkt besteht. Anders ist es im Bildungsbereich; hier sind „Bildungsentmutigungen“ kaum wieder gutzumachen [2]. Es gilt deshalb um so mehr, sichtbar zu machen, welche Wünsche Werbung hier weckt, welche Vorstellungen sie verbreitet und ob diese einer kritischen Überprüfung im Hinblick auf Realisierungschancen standhalten [3].

Dieses Werbematerial ist aber auch deshalb von besonderer Bedeutung, weil es für die meisten Interessenten die erste Informationsquelle über die Institution Fernunterricht ist. Eine Untersuchung von Huberta KUSTERMAN zeigt, daß beim Hamburger Fern-Lehrinstitut (HFL) 74 % und beim Technischen Lehrinstitut Dr.-Ing. habil. Christiani (im folgenden Christiani) 43 % der Fernunterrichtsteilnehmer erste Informationen über die Möglichkeit des Fernunterrichts durch das Werbematerial dieser kommerziellen Bildungsunternehmen erhielten [4].

Amtliche Statistiken über Fernunterrichtsteilnehmer gibt es nicht [5]. Die herangezogenen Daten stammen aus Unter-

suchungen, die bezüglich des Erhebungszeitraumes und des befragten Personenkreises differieren, so daß auch die Daten voneinander abweichen.

Darstellung der ökonomischen Verwertbarkeit von Fernlehrgangsinhalten

Ein bedeutender Aspekt der Werbung von Fernlehrinstituten ist die permanente Betonung der ökonomischen Verwertbarkeit der durch Fernlehrgänge erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten. Hierzu einige Beispiele derartiger Argumente, mit denen der Interessent zur Teilnahme am Fernunterricht aufgefordert wird:

- „Damit Sie morgen mehr wissen, mehr sind und besser leben“ [6].
- „Wer diesen Lehrgang (Verkaufsleiter) mit Erfolg absolviert hat, kann sehr bald eine gut bezahlte Position im Verkaufswesen einnehmen“ [7].
- „Angestellte werden an Gehaltserhöhungen merken, daß sich dieser Lehrgang (Buchführung und Steuerwesen) schnell bezahlt macht“ [8].

In der Schrift „14 taktische Regeln für den beruflichen Aufstieg“ [9] wird der Interessent gleich im ersten Kapitel bzw. in der ersten „taktischen Erfolgsregel“ im Sinne dieses Verwertungsdenkens angesprochen:

- „Geld verdienen heißt Nutzen bieten. Wenn es Ihnen nicht darauf ankommt, Geld zu verdienen, so überschlagen Sie dieses Kapitel. Sie laufen aber dann Gefahr, in unserer Leistungsgesellschaft nicht ernstgenommen zu werden“ [10].

Zwar gibt die Studiengemeinschaft Darmstadt (SGD) für die Notwendigkeit solcher Argumente folgende – aus der Sicht der Motivationsforschung unhaltbare – Erklärung:

- „Der Antrieb des Erwachsenen zum Lernen ist schwach entwickelt. Bildungsstreben entsteht aus anderen Beweggründen. Bei den überaus meisten Menschen kann man von einem dem materiellen Denken entspringenden Streben nach Wissenserweiterung sprechen: Man muß lernen,

um im Beruf zu stehen – um vorwärtszukommen – um mehr zu verdienen“ [11].

Aber in einem System, in dem der Teilnehmer – vor allem bei umfangreicheren Lehrgängen – beachtlich hohe Lehrgangsgebühren bezahlen muß – sie schließen von vornherein diejenigen Interessenten von der Teilnahme am Fernunterricht aus, die diese Gebühren nicht bezahlen können [12] –, hat die Betonung der Verwertbarkeit des erworbenen Wissens auch eine Legitimationsfunktion für die Fernlehrinstitute; das heißt, es muß hervorgehoben werden, daß der Nutzen dem Lehrgangsteilnehmer zukommt: „Studiengebühren als lohnende Kapitalanlage“ [13].

In den Lehrgangskatalogen finden sich denn auch zahlreiche Dankschreiben, in denen Gehaltserhöhungen als Ergebnis der Teilnahme am Fernunterricht mitgeteilt werden; z. B.:

- „Christiani-Lehrgänge haben sich bezahlt gemacht“.
- „Gehalt verdreifacht“.
- „Höhere Tarifgruppe dank Christiani-Zeugnis“ [14].
- „Nach Absolvierung DM 525,- Gehaltserhöhung monatlich“.
- „Finanzielle Vorteile und Abteilungsleiter“.
- „Studium zahlt sich doppelt aus“.
- „DM 5000,- Mehrverdienst jährlich“ [15].
- „Beruflicher Aufstieg und höheres Einkommen durch HFL-Lehrgang“.
- „Gehaltsaufbesserung von DM 350,-“.
- „Heute verdiene ich doppelt so viel wie vorher“ [16].

Einwände gegen diese Werbeargumente

Verschiedentlich sind bereits Einwände gegen diese Art der Werbung erhoben worden, aufgegeben wurde sie jedoch von den Fernlehrinstituten bisher nicht. So werden Hinweise auf den finanziellen Vorteil für pädagogisch bedenklich gehalten, „nicht nur, weil durch eine solche Werbung latente Wünsche geweckt werden, die sich oftmals gar nicht in dieser Form erfüllen, sondern auch wegen der grundsätzlichen Problematik des darin zum Ausdruck kommenden Bildungspragmatismus“ [17]. Robert SLOOS fordert in einem Aufsatz zur „Ethik in der Werbung von Fernlehrinstituten“, es solle gänzlich vermieden werden, Gehaltserhöhungen zu erwähnen, die nach Abschluß eines Lehrgangs erreicht werden könnten, da diese von zahlreichen anderen Faktoren als gerade den erworbenen Zeugnissen abhängig seien [18].

Kritik der dargestellten Aufstiegschancen

Mit dem Schema von der Umsetzung erworbener Kenntnisse in finanzielle Besserstellung werden Vorstellungen von aufstiegsrelevanten Kriterien verbreitet, die der gesellschaftlichen Realität nicht entsprechen, statt dessen aber die Ideologie der „Leistungsgesellschaft“ verfestigen:

- „Man macht sich durch höhere Leistung verdient und gelangt auf diese Weise zu einem höheren Verdienst“ [19].

Hierzu seien exemplarisch einige Faktoren angeführt, die diesen Vorstellungen widersprechen: Generelle Voraussetzung, auf diese Weise zu einem höheren Verdienst zu kommen, wäre die Möglichkeit der Sichtbarmachung der – etwa über einen Fernlehrgang erworbenen – Leistung, d. h., die aufstiegsrelevanten Instanzen müßten den Leistungszuwachs wahrnehmen können. Das aber ist nur dort möglich, wo höhere Positionen einen „Kern von gemeinsamen Aufgaben und

technischen Regeln zu ihrer Lösung [20] haben“ bzw. sich „als ein ‚Vielfaches‘ der Anforderungen beschreiben lassen, die an untergeordnete Organisationsmitglieder gerichtet werden“ [21].

Die Voraussetzungen hierfür nehmen jedoch ständig ab, denn „in industriellen Gesellschaften wird es ... tendenziell unmöglich, das hierarchische Status-System eines Industrie- oder Bürobetriebes auf einem technischen oder funktionalen Kontinuum abzubilden“ [22]. Bedingt durch die mit dieser Entwicklung einhergehende diskontinuierliche Qualifikationsstruktur in der Hierarchie formaler Organisationen wird jedoch eine kompetente Leistungsbeurteilung erschwert [23].

Bei der Betonung der Leistung wird überdies von den Fernlehrinstituten übersehen, daß für beruflichen Aufstieg zunehmend „normative Orientierungen“ bedeutend werden [24]. OFFE unterscheidet bei diesen „regulativen Normen“ wie „Vorsicht, Sparsamkeit“ und „extrafunktionale Orientierungen“ z. B. „Übereinstimmung mit den Normen einer berufsständischen Kultur, die Unterordnung unter ein herrschendes Interesse der Organisation, Loyalität mit den Ansichten und Interessen vorgesetzter Personen“ [25]. Normative Orientierungen sind aber als von formalen Kenntnissen unabhängige „Leistungssubstitute“ [26] zu werten; ihre Beherrschung ist dem Sozialisationsprozeß des Individuums, nicht aber der Teilnahme am Fernunterricht zuzuschreiben. Diese Fähigkeiten lassen sich überdies nicht durch Zeugnisse, „sondern nur durch ihre Ausübung“ nachweisen [27].

Weiteres Beispiel für ein aufstiegsrelevantes Leistungssubstitut ist die Bekanntheit beim Vorgesetzten [28]; sie muß jedoch entgegen der von Fernlehrinstituten vertretenen Vorstellungen über aufstiegsrelevante Kriterien nicht notwendig auf Leistung beruhen. Wie schwer diese Bekanntheit aber zu erreichen ist, wird deutlich, vergegenwärtigt man sich die Anonymität eines Großbetriebes. Von den Fernunterrichtsteilnehmern arbeitet mehr als ein Drittel in Betrieben mit über 500 Beschäftigten, und 26 % sind in Betrieben mit 1 000 und mehr Beschäftigten tätig [29]. Wie Untersuchungen zeigen, sind denn auch in vielen Fällen die Vorgesetzten der Fernunterrichtsteilnehmer nicht über deren Weiterbildungsbemühungen informiert. Bei KUSTERMANN geben 45 % [30] und in einer Untersuchung von Rüdiger BERG 64 % [31] der befragten Fernunterrichtsteilnehmer an, der Chef oder Vorgesetzte wisse von der Teilnahme am Fernunterricht. Durch den Betrieb gefördert werden aber nur 13 [32] bzw. 35 % [33] von ihnen.

Was also die Dankschreiben in den Lehrgangskatalogen allenfalls zeigen, ist nicht der Nachweis eines sozialen Aufstieges entsprechend den von den Fernlehrinstituten in ihren Werbeschriften vertretenen Vorstellungen über Aufstiegsprozesse, sondern, daß dieser dem Teilnehmer gelungen ist, obwohl diese Prozesse gerade nicht in der dargestellten Weise verlaufen. Es wäre überdies einmal die Relation der Verfasser dieser Dankschreiben zu denjenigen Teilnehmern zu überprüfen, die keinen Anlaß haben, sich derart zu äußern. Vermutlich entsprächen deren Erfahrungen eher der Realität.

Inhaltliche Einschränkungen

Bei den Einwänden gegen den Aspekt der ökonomischen Verwertbarkeit in der Werbung der Fernlehrinstitute wird bisher übersehen, daß dieses Argument zu einer fundamentalen inhaltlichen Einschränkung des Angebots von Fernlehrgängen führt: Inhalte, für deren Erarbeitung keine finanzielle Prämie in Aussicht gestellt werden kann, sind nicht Gegenstand von

Fernlehrgängen. Hierzu gehört vor allem der Bereich der politischen Bildung [34]. Vergeblich wird man – bei einem Angebot von 150 Lehrgängen der SGD [35] bzw. 205 Lehrgängen des HFL [36] – zu diesem Bereich einen eigenen Fernlehrgang suchen. Über diese Konsequenz der Werbung kann auch ein Lehrgang „Allgemeines Wissen“ [37] nicht hinwegtäuschen, in dem sich solche Inhalte laut Lehrgangsbeschreibung ansatzweise finden [38]. Dieses Lehrgangsangebot gibt es weniger wegen der Bedeutung der Inhalte, sondern weil diese auch Gegenstand von fachlichen Prüfungen, z. B. Facharbeiter-, Gesellen- und Meisterprüfungen, sind.

Umgekehrt nehmen Fernlehrinstitute Inhalte in ihr Lehrgangsangebot auf, die sie als ökonomisch verwertbar ausgeben, nämlich von ihnen konstruierte Ausbildungsziele, wie z. B. „Technischer Betriebswirt“. Hierzu heißt es in der Werbung: „Die Einsatzmöglichkeiten und damit die Berufschancen für technische Betriebswirte sind sehr groß. Sie werden benötigt im technischen Ein- oder Verkauf, in der Arbeitsvorbereitung, in der Betriebsabrechnung und Kalkulation, in der Planung, im Kundendienst. Der technische Betriebswirt kann zum technischen Direktor aufsteigen oder sich auch als Industriberater oder Sachverständiger selbständig machen“ [39].

Diese in Aussicht gestellten Möglichkeiten bestehen jedoch kaum, da die im Lehrgang „Technischer Betriebswirt“ – ein Ausbildungsziel, dem kein offizielles Berufsbild zu Grunde liegt – vermittelten Qualifikationen nicht der Bedarfsstruktur des Arbeitsmarktes entsprechen. Die Folge wird sein, daß Firmen solche Bewerber nicht einstellen bzw. wo dies doch geschieht, Unzufriedenheit mit dem Arbeitsplatz entsteht, denn dieser bietet keine der Ausbildung angemessene Beschäftigung.

Mit der ständigen Betonung der beruflichen Anwendungsmöglichkeiten von Fernlehrgangsinhalten wird zumindest bei einigen Lehrgängen nicht den Interessen der Teilnehmer entsprochen. Da die Institute ihrem eigenen Anspruch gerecht werden wollen, überfrachten sie auch Lehrgänge, an denen überwiegend zur Freizeitbeschäftigung teilgenommen wird, mit berufsbezogenen Inhalten. Bei Lehrgängen wie „Zeichnen“, „Graphik“ gibt es dadurch unter Umständen Enttäuschungen, weil diese Kurse viel kaufmännisches und technisches Wissen vermitteln. „Oft artet dann das Hobby zur ernsthaften Arbeit aus ... man verliert dann einfach die Lust“ [40].

Angesichts des Veraltens von einmal erworbenem Wissen ist es heute notwendig, ein Bewußtsein für Weiterbildung zu entwickeln, die möglicherweise nur der Erhaltung des erreichten Status dient. Werbung, in der Aufstieg und Gehaltserhöhungen Hauptargumente sind, verhindert dagegen die Motivierung für Aktivitäten im Sinne des „life long learning“.

Vernachlässigung aufstiegsrelevanter Kriterien

Die im Rahmen der Werbung erforderliche Simplifizierung gibt letztlich auch keine Aufklärung über die für beruflichen Aufstieg entscheidenden Voraussetzungen. Dieser Aufstieg ist nämlich nicht in erster Linie von Nachweisen über berufsbezogene Kenntnisse, sondern von der vorausgegangenen Schulbildung abhängig, die „in allen westlichen Gesellschaften einer der wichtigsten Aufstiegskanäle ist ...“ [41].

Wollten die Fernlehrinstitute also einen gesellschaftlich adäquaten Versuch unternehmen, Aufstiegschancen zu vermitteln, dann gälte es, solange die Strukturen sich nicht geändert haben [42], vor allem die Notwendigkeit des Nachholens von

Schulabschlüssen [43] zu proklamieren, zumal nach den vorliegenden Untersuchungen 53 [44] bzw. 65 % der Fernunterrichtsteilnehmer [45] nur Volksschulabschluß haben.

Es verträgt sich jedoch nicht mit der für Werbung erforderlichen Schlagkraft, gleichsam für einen Umweg zu werben und Inhalte, obwohl sie nicht als unmittelbar gehalts- oder lohnsteigernd ausgegeben werden können, entsprechend ihrer Bedeutung für Beruf und soziale Stellung darzustellen [46]. Die Beschreibung gesellschaftlicher Strukturen entzieht sich der Werbewirksamkeit. Ein Indiz für die Verhinderung entsprechender Aufklärung kann in der Praxis zahlreicher Fernlehrinstitute gesehen werden, ihr Angebot in Katalogen darzustellen, die z. B. nach allgemeinbildenden, technischen und kaufmännischen Lehrgängen getrennt sind. Damit wird beruflicher Aufstieg alternativ verlaufend dargestellt, während es sich in der Realität um einen sukzessiven Prozeß handelt.

Wenn dennoch eine Zunahme von Teilnehmern, die sich über Fernunterricht auf schulische Abschlüsse vorbereiten, zu verzeichnen ist [47] – vorausgesetzt, sie beruht nicht auf Unterschieden im Befragtenkreise –, dann ist dies vermutlich der verstärkten Bildungswerbung von staatlicher Seite zuzuschreiben. Denn die Argumente für die Teilnahme an Lehrgängen wie „Mittlere Reife“ und „Abitur“ unterscheiden sich im Hinblick auf ihre in den Lehrgangskatalogen dargestellte Relevanz qualitativ nicht von der anderer Inhalte wie etwa „Stabrechnen“ oder „Lagerverwalter“; schließlich soll jeder angebotene Lehrgang Käufer finden.

Würde der Erfahrung Rechnung getragen, daß sich „der Zusammenhang zwischen Schulbildung und eigener Berufsposition immer mehr strafft, d. h. eine bestimmte Schul- und Vorbildung zunehmend zur Voraussetzung wird, um in bestimmte Berufspositionen eintreten zu können“ [48], dann müßten kurzfristige Werbeargumente, die den baldigen finanziellen Nutzen der Fernunterrichtsinhalte in Aussicht stellen und zur Bevorzugung berufsbezogener Lehrgänge führen, aufgegeben werden. So lange dies nicht geschieht, schränken die Fernlehrinstitute die Chance, das in ihrer Werbung meistgenannte Ziel – den beruflichen Aufstieg – tatsächlich realisieren zu helfen, selbst ein.

(Teil II folgt in ZfB 4/73)

Anmerkungen

- [1] Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf das Werbematerial in Form von Lehrgangskatalogen: Rahmenkatalog „Erfolg durch Fernstudium“, 37. Auflage/R/OE; Studienhandbuch Allgemeinbildendes Lehrinstitut, 35. Auflage/A/OE; Studienhandbuch Kaufmännisches Lehrinstitut, 35. Auflage/K/OE; Studienhandbuch Technisches Lehrinstitut, 34. Auflage/T/AF – alle vom Hamburger Fern-Lehrinstitut. Handbuch für berufsbegleitende Weiterbildung der Studiengemeinschaft Werner Kamprath KG, 3. Auflage, Darmstadt o. J. Studienführer des Technischen Lehrinstituts Dr.-Ing. habil. Christiani o. O., o. J. Außerdem werden Werbebeilagen dieser drei größten Fernlehrinstitute der BRD in illustrierten Zeitschriften herangezogen.
- [2] Sturm, H.: Masse – Bildung – Kommunikation, Stuttgart 1968, Ernst Klett Verlag, S. 206.
- [3] Die Problematik des Verlaufs von Bildung als Ware wird nicht übersehen, kann hier jedoch nicht umfassend, sondern nur im Hinblick auf einige Gesichtspunkte diskutiert werden.
- [4] Kustermann, H.: Der Fernschüler, Beltz Verlag, Weinheim, Berlin, Basel 1970, S. 4 und S. 152.
- [5] Da die statistischen Angaben der Bundesanstalt für Arbeit „Ergebnisse der Sonderauszählung von 1972“ oder in der Bundesdrucksache 7/403 „Bericht der Bundesregierung nach § 239 des Arbeitsförderungsgesetzes“ (S. 88 und S. 89) nur einen sehr kleinen Ausschnitt von Fernlehrgangsteilnehmern erfaßt, wird diese Aussage nicht eingeschränkt.
- [6] SGD-Handbuch S. 1.

- [7] HFL-Studienhandbuch Kaufmännisches Lehrinstitut K/61.
- [8] HFL-Studienhandbuch Kaufmännisches Lehrinstitut K/45.
- [9] Kamprath, W.: 14 taktische Regeln für den beruflichen Aufstieg, Darmstadt o. J. Es handelt sich hierbei um eine Veröffentlichung der SGD.
- [10] Kamprath, W.: a. a. O., S. 7.
- [11] Denkschrift zu Problemen der beruflichen Fortbildung, ausgearbeitet von der Studiengemeinschaft Werner Kamprath KG, Darmstadt o. J., S. 3.
- [12] Die Anzahl der Teilnehmer an Fernlehrgängen, die z. B. nach dem Arbeitsförderungsgesetz individuell finanzielle Unterstützung erhalten, ist äußerst gering. Als Erwartungswert für 1973 werden in der Bundesdrucksache 7/403 „Bericht der Bundesregierung . . .“ (S. 135) nur 9 600 Forderungsfälle genannt; das entspricht ca. 5 Prozent der etwa 200 000 Fernunterrichtsteilnehmer.
- [13] SGD-Handbuch S. 19.
- [14] Christiani-Studienführer Z 10 und Z 11.
- [15] SGD-Handbuch S. 27 ff.
- [16] HFL-Rahmenkatalog R/30 und R/31.
- [17] Sommer, K.-H.: Der Fernunterricht, Köln 1965, S. 162.
- [18] Ethics in Publicity by Institutes for Education by Correspondence, in: Proceedings of the Eighth International Conference of the International Council On Correspondence Education, Edited by Renée Erdos, Unesco House, Paris 1969, S. 237.
- [19] Kamprath, W.: a. a. O., S. 7.
- [20] Offe, C.: Leistungsprinzip und industrielle Arbeit. Mechanismen der Statusverteilung in Arbeitsorganisationen der industriellen „Leistungsgesellschaft“. Frankfurt/Main 1970, S. 94.
- [21] Offe, C.: a. a. O., S. 171.
- [22] Offe, C.: a. a. O., S. 23.
- [23] Vgl. Offe, C.: a. a. O., S. 59.
- [24] Offe, C.: a. a. O., S. 35.
- [25] Offe, C.: a. a. O., S. 29.
„Technische Umgangs- und Verfahrensregeln“, die die Gesamtheit physischer Leistungsfähigkeit und aus Erfahrung und Übung gewonnenem Leistungskönnen und Leistungswissen beinhalten (a. a. O., S. 29) und die Offe den „normativen Orientierungen“ gegenüberstellt, verlieren dagegen an Bedeutung.
- [26] Offe, C.: a. a. O., S. 61.
- [27] Dahrendorf, R.: Industrielle Fertigkeiten und soziale Schichtung, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Jg 8, 1956, Heft 4, S. 557.
- [28] Offe, C.: a. a. O., S. 102.
- [29] Zahlen und Fakten zum Begriff „Fernschüler“, in: Epistologidaktika Band 1, 1964, S. 109.
- [30] Kustermann, H.: a. a. O., S. 148.
- [31] Berg, R.: Die Fortbildung zum Praktischen Betriebswirt durch Fernunterricht. Hamburg 1968, S. 43.
- [32] Kustermann, H.: a. a. O., S. 148.
- [33] Berg, R.: a. a. O., S. 43.
- [34] Es wird nicht übersehen, daß Lernziele aus dem Bereich der politischen Bildung auch in Diskussionen erarbeitet werden sollten, was die Möglichkeit des Fernunterrichts einschränkt, doch gilt dies ebenso für zahlreiche Lehrgangsinhalte, die im Angebot existieren.
- [35] Laut Beilage in einer illustrierten Zeitschrift.
- [36] Laut Beilage in einer illustrierten Zeitschrift.
- [37] Vgl. Christiani-Studienführer C 2–C 10.
- [38] Eine Inhaltsanalyse hätte zu überprüfen, ob es sich dabei nicht überwiegend um „Institutionenkunde“ handelt.
- [39] HFL-Studienhandbuch Kaufmännisches Lehrinstitut K/20
- [40] Äußerung eines Befragten in der Untersuchung von Kustermann, H.: a. a. O., S. 69.
- [41] Bolte, K. M.: Sozialer Aufstieg und Abstieg, Stuttgart 1959, S. 202.
- [42] Tendenzen zu einer Änderung zeichnen sich etwa in den Plänen ab, auf Grund unterschiedlicher Bildungsgänge die Hochschulreife erwerben zu können.
- [43] Dies hätte in einer Form zu geschehen, die Erwachsenen gerecht wurde, und nicht als Imitation der Tagesschule.
- [44] Nach einer von Peters, O., überlassenen Aufstellung des Instituts für Demoskopie, Allensbach, zur repräsentativen Bevölkerungsumfrage vom Juli 1962. Befragt wurden 2 206 Personen, die älter als 16 Jahre waren.
- [45] Sommer, K. H.: a. a. O., S. 52, und Kustermann, H.: a. a. O., S. 37.
- [46] Dieser Zusammenhang wird z. B. auch nicht von Beelitz gesehen; für sie „ist das Abitur für einen Berufstätigen ein Bildungsziel, das in sich kaum einen beruflichen Aufstieg beinhaltet . . .“. Beelitz, A.: Fernunterricht in der betrieblichen Bildungsarbeit. Köln 1967, S. 48.
- [47] In der repräsentativen Bevölkerungsumfrage aus dem Jahre 1962 war der Anteil derjenigen, die sich auf Prüfungen der allgemeinbildenden Schulen vorbereiteten, so gering, daß er zahlenmäßig nicht ausgewiesen wird (Peters, O.: Der Fernunterricht. Weinheim, Berlin 1965, S. 229); er beträgt in der Untersuchung von Sommer aus dem Jahre 1965, die sich auf Angaben von Fernlehrinstituten stützt, 4 Prozent (a. a. O., S. 50); die jüngste umfassende Befragung von Fernunterrichtsteilnehmern gibt knapp 10 Prozent der Stichprobe als zur Kursgruppe „Abitur“, „mittlere Reife“ gehörig an (Kustermann, H.: a. a. O., S. 46).
- [48] Bolte, K. M.: a. a. O., S. 203.

Christian Buchholz

Beispiel für eine moderne Lehrmethode in der Lehrerausbildung

Bericht über ein Forschungsprojekt der PU/UT-Gruppe an der Technischen Universität Berlin

Vorbemerkung

Seit etwa 3 Jahren arbeitet die PU/UT-Gruppe*) am II. Institut für Allgemeine Elektrotechnik an der Technischen Universität Berlin mit der Zielsetzung, den Programmierarten Unterricht in die Lehrveranstaltungen, insbesondere in den Experimentalunterricht, des Instituts einzubeziehen.

Diese Zielsetzung impliziert die Entwicklung der dafür notwendigen Hard- und Teachware, d. h. des technischen Lehrsystems und der Lehrprogramme, mit dem dazugehörigen Begleitmaterial.

Der Adressatenkreis für diesen Unterricht besteht aus Studenten mit der Studienrichtung Elektrotechnik und Studenten für das Höhere Lehramt mit technisch-wissenschaftlichem Fach. Im Rahmen der Grundlagenausbildung absolvieren die Studenten Übungen im Elektrolabor, wobei sie das in Vorlesungen und Seminaren erworbene Wissen bei der Lösung praxisorientierter Problemstellungen der Elektrotechnik anwenden sollen. Die Effizienz solcher Übungen hängt beson-

*) Der Forschungsgruppe Programmierter Unterricht/Unterrichtstechnologie gehören folgende Mitglieder an: K. Albert, Chr. Buchholz, D. Gronwald, E. Kerwien, K. v. Krueger, W. Martin, H. J. Retzlaff, E. Schweiggert.