

Christel Balli

Werbung für Fernunterricht seit 1977

Eine erste Bilanz der Auswirkungen des Fernunterrichtsschutzgesetzes

Mehrere Analysen des Werbematerials privater Fernlehrinstitute vor Inkrafttreten des Fernunterrichtsschutzgesetzes (1. 1. 1977) liegen vor. Nachdem dieses Gesetz auch Bestimmungen zur Werbung enthält, ist es angebracht zu fragen, welche Veränderungen es bewirkt hat. Über die Antwort auf diese Frage hinaus werden staatliche Werbemaßnahmen und ihr Beitrag zur Bildungsinformation vorgestellt.

Materialauswahl und Untersuchungsmethode

Grundlage der Analyse sind Lehrgangskataloge von vier Fernlehrinstituten: Akademikergesellschaft für Erwachsenenfortbildung mbH (AKAD) [1], Technisches Lehrinstitut Dr.-Ing. P. Christiani (CHRISTIANI) [2], Institut für Lernsysteme GmbH (ILS) [3] und Studiengemeinschaft Darmstadt KG (SGD) [4]. Diese Beschränkung auf vier von über 100 Fernlehrinstituten [5] hat folgende Gründe:

- Das Lehrgangsangebot jedes Instituts hat spezifische Schwerpunkte, so daß die wichtigsten Elemente der Angebotsstruktur vertreten sind.
- Jedes dieser Institute hat eine eigene Methode, so daß typische Formen von Fernunterricht berücksichtigt sind [6].
- Durch die Zahl ihrer Teilnehmer erreichen diese Institute zusammen die Mehrheit der vom Fernunterricht direkt und indirekt Betroffenen. Lehrgangskataloge eignen sich für diese Analyse, weil
 - das Fernunterrichtsschutzgesetz (FernUSG) außer auf Vertreter und andere Formen der Werbung insbesondere auf diese Kataloge anzuwenden ist;
 - diese Kataloge ausführliche Selbstdarstellungen der Institute, ihrer Konzeption von Fernunterricht und das Lehrgangsangebot enthalten;
 - die Beschäftigung mit diesen Materialien von den Instituten ausdrücklich gewünscht wird und deshalb den nachhaltigsten Einfluß auf Fernunterrichtsinteressenten ausüben kann [7].

Dem eigentlichen Ziel der Untersuchung, wie Werbung auf Entscheidungsabläufe von Interessenten wirkt und das Verhalten von Teilnehmern beeinflusst, kann sich diese Analyse nur indirekt nähern. Da eine amtliche Statistik ebenso fehlt wie fortlaufende wissenschaftliche Untersuchungen des Teilnehmerverhaltens und da die Institute selbst einem solchen Untersuchungsinteresse reserviert gegenüberstehen [8], sind teilnehmerorientierte Ansätze zur Zeit nur begrenzt möglich. Da es um eine inhaltliche Bewertung schriftlicher Argumente geht, blieb als alleinige Untersuchungsmethode die qualitative Inhaltsanalyse. Sie erlaubt es, vorhandenes Material durch Konfrontation mit dem Gesetz und begründeten Maßstäben zu prüfen [9]. Aussagen über Gesetzeskonformität und Struktur des Werbematerials klären zugleich, ob das Ziel der Bildungspolitik erreicht ist, „daß Fernunterricht nicht durch falsche Werbungs-Versprechen und unsachgemäße Lehrmethoden Enttäuschungen verursacht und einen oftmals gerade erst geweckten Bildungswillen wieder erstickt“ [10].

Typische Elemente der Werbung vor 1977

Die Werbung vor 1977 ist bereits ausführlich und kritisch behandelt worden [11]. Allerdings war die AKAD damals nicht Teil der Untersuchungsgesamtheit. Hier kommt es darauf an, noch einmal ihre wichtigsten Elemente ins Gedächtnis zu rufen.

An erster Stelle stand die Verkündung von Bildungschancen für jeden, unabhängig von wichtigen sozialen Merkmalen, solange er nur zur Teilnahme am Fernunterricht entschlossen war. Das qualitative Problem unterschiedlicher Bildungsvoraussetzungen sollte durch eine quantitative Steigerung des Materials (größere Anzahl von Lehrbriefen) zu lösen sein. Diesem Argument folgte die mit großem Nachdruck vorgetragene Behauptung einer unmittelbaren ökonomischen Verwertbarkeit der angebotenen Inhalte, d. h. diese Art der Bildungsinvestition sollte sich direkt in ein höheres Einkommen umsetzen lassen. Schließlich sollte die Teilnahme am Fernunterricht einen Aufstiegsprozeß einleiten, der, im Gegensatz zu sozialwissenschaftlichen Befunden, als einfache Funktion bestimmter Leistungen verstanden wurde.

Es ist nachgewiesen worden, daß diese Werbeargumente weder dem Bildungsweg Fernunterricht noch der sozialen Wirklichkeit angemessen waren. Sie entsprachen dem Geschäftsinteresse der Institute sehr viel mehr als dem Interesse des Teilnehmers an einer realistischen Information.

Das Fernunterrichtsschutzgesetz und seine Bestimmungen zur Werbung

Nachfolgend werden auszugsweise die Passagen aus dem FernUSG vom 23. 8. 1976 wiedergegeben, die diesem Aufsatz zugrundeliegen.

§ 16

Werbung mit Informationsmaterial

(1) Der Veranstalter hat bei geschäftlicher Werbung für Fernlehrgänge durch Übermittlung von Informationsmaterial einen vollständigen Überblick über die Vertragsbedingungen und die Anforderungen an den Teilnehmer zu geben. Das Informationsmaterial muß insbesondere einen vollständigen Überblick über die in § 3 Abs. 2 Nr. 2 bis 4 und 6 und Abs. 3 Nr. 1 bis 3 und 5 genannten Angaben und über das Widerrufsrecht des Teilnehmers (§ 4) enthalten.

...

§ 3 Form und Inhalt des Fernunterrichtsvertrags

...

(2) Die Urkunde muß enthalten

1. Name und Anschrift des Veranstalters und des Teilnehmers,
2. die Angabe von Gegenstand, Ziel, Beginn und voraussichtlicher Dauer des Fernlehrgangs sowie von Art und Geltung des Lehrgangsabschlusses; dabei muß erkennbar sein, ob es sich um einen Abschluß des Veranstalters handelt oder ob und inwieweit der Fernlehrgang dazu vorgesehen ist, auf eine öffentlich-rechtliche oder eine sonstige bestimmte Prüfung vorzubereiten,
3. die Angabe des Gesamtbetrags der vom Teilnehmer zu entrichtenden Vergütung; ...

...

6. die Kündigungsbedingungen

(3) Die Urkunde soll enthalten

1. eine Gliederung des Fernlehrgangs sowie Angaben über die vereinbarten Zeitabstände für die Lieferung des Fernlehrmaterials und über Ort und Häufigkeit des begleitenden Unterrichts,

...

3. die Angabe der Vorbildungsvoraussetzungen für die Teilnahme am Fernlehrgang sowie der Zulassungsvoraussetzungen für eine

öffentlich-rechtliche oder sonstige Prüfung, wenn der Fernlehrgang zur Vorbereitung auf eine solche Prüfung vorgesehen ist,

...

§ 4

Widerrufsrecht des Teilnehmers

...

(2) Der Lauf der Frist beginnt erst, wenn der Veranstalter dem Teilnehmer die in § 3 Abs. 4 Satz 1 genannte Abschrift ausgehändigt hat und die Urkunde neben den Angaben nach § 3 Abs. 2 auch die in § 3 Abs. 3 genannten Angaben enthält. Ist streitig, ob oder zu welchem Zeitpunkt die Abschrift dem Teilnehmer ausgehändigt worden ist, so trifft die Beweislast den Veranstalter.

...

Im Gesetz sind Brüche [12] enthalten, die erst deutlich werden, wenn man die §§ 16, 3 und 4 zusammen betrachtet. Aus diesem Grund werden die §§ 3 und 4 hier angeführt, obwohl dieses Kapitel dem § 16 gilt.

Nach § 16 besteht für die Fernlehrinstitute die Pflicht, Werbematerialien zu übermitteln, die geeignet sind, Interessenten umfassend zu informieren. Diese Pflicht erstreckt sich auf Informationen über Vertragsbedingungen und Anforderungen an Teilnehmer. Dieser Werbeparagraph verlangt merkwürdigerweise mehr unverzichtbare Angaben bei der Abfassung von Informationsmaterial als der § 3 mit seinen Bestimmungen über die Gestaltung des Fernunterrichtsvertrags. In einer Umkehrung der üblichen Praxis stellt das FernUSG an die Werbung Forderungen, die weiterreichen als der Vertragsinhalt mit der Unterscheidung zwischen Muß- und Soll-Angaben. Die einzige Möglichkeit, Fernlehrinstitute zur Aufnahme der Soll-Bestimmungen von § 3 Abs. 3 Nr. 1 bis 5 zu veranlassen, liegt in der Fortdauer des Widerspruchsrechts, solange der Vertrag nicht durch diese Angaben ergänzt worden ist (§ 4 Abs. 2).

Neben diesem unbefriedigenden Kompromiß zwischen den Interessen der Fernunterrichtsinteressenten und der Anbieter steht die unzulängliche Auffassung von *Vollständigkeit*, wie sie in § 16 Nr. 1 S. 2 zum Ausdruck kommt. So wichtige Elemente wie die didaktische Konzeption werden nicht erwähnt oder nur nebenher angeführt wie etwa der Direktunterricht (im Gesetz *begleitender Unterricht*). Gerade ausführliche Informationen zur didaktischen Konzeption könnten dem Interessenten zeigen, daß gleiche Bildungsziele auf unterschiedlichen Wegen erreichbar sind und Fernunterricht eine Unterrichtsform ist, die besondere Anforderungen stellt und Belastungen mit sich bringt. Ebenso kann die genaue Darstellung der Funktion des Direktunterrichts helfen, sich rational zwischen Kursen mit bzw. ohne Direktunterricht zu entscheiden.

Das FernUSG normiert seinen Gegenstand nicht umfassend genug. Es regelt wichtige inhaltliche Fragen nicht und läßt so Formen von Werbung bestehen, die die konzeptionellen Aspekte von Fernunterricht vernachlässigen. Es ist wünschenswert, daß bei einer Novellierung dieser Mangel beseitigt und den Angaben in § 3 Abs. 3 Nr. 1 bis 5 ein unverzichtbarer Charakter gegeben wird.

Werbung privater Fernlehrinstitute seit 1977

Es ist festzustellen, daß nach 1977 veröffentlichte Lehrgangskataloge Verbesserungen enthalten, die auf gesetzliche Regelungen sowie auf die Überprüfungstätigkeit des BBF/BIBB und der ZFU zurückzuführen sind. Die Bilanz fällt allerdings gemischt aus, weil positive Veränderungen nicht weit genug reichen und überdies durch Mängel teilweise wieder aufgehoben werden. Schließlich wird ein Widerspruch zwischen Angaben zu den Lehrgängen selbst und den allgemeinen Ausführungen zum Fernunterricht als besonderer Unterrichtsform und zum jeweiligen Fernlehrinstitut sichtbar.

Verbesserungen in der Werbung

Die Liste der Verbesserungen ist sehr viel kürzer als die der Mängel. Dieses Ungleichgewicht macht klar, wie weit der Weg zu

wirklich zufriedenstellendem Informationsmaterial noch ist und wo Förder- und Kontrollmaßnahmen anzusetzen haben.

Persönlichkeitsmerkmale: Die Fernlehrinstitute haben inzwischen erkannt, daß bestimmte Persönlichkeitsmerkmale für die erfolgreiche Teilnahme am Unterricht Voraussetzung und nicht Ergebnis sind.

„Als persönliche Voraussetzungen verlangt ein Fernlehrgang . . . von Ihnen Ausdauer, Selbstdisziplin und die Fähigkeit zum selbständigen Lernen“ [2, S. 68].

„Das ILS-Zeugnis . . . zeigt, daß Sie noch neben Ihrem Beruf, in Ihrer Freizeit, Ihre Kenntnisse erweitert haben, also entschlußfähig, ausdauernd (und) zuverlässig . . . sind“ [3, S. 132].

„Das Zeugnis . . . bestätigt zugleich, daß Sie mit der Lehrgangsteilnahme Initiative und Ausdauer bewiesen haben, daß Sie etwas leisten und vorankommen wollen — also Eigenschaften besitzen, die Sie persönlich qualifizieren“ [4, S. 7].

BBF, ZFU und FernUSG: In allen untersuchten Katalogen — mit einer Ausnahme — [4] werden das FernUSG und die ordnenden Funktionen von BBF und ZFU genannt.

Dankschreiben: Verschwunden sind — mit einer Ausnahme — [13] jene Dankschreiben, die bloß subjektive Vermutungen über den Zusammenhang von Fernunterrichtsteilnahme und Erfolg wiedergaben und deren Repräsentativität niemals belegt worden ist.

Aufstieg: Behauptungen über eine ursächliche Verknüpfung von Teilnahme am Fernunterricht und beruflichem Aufstieg sind weniger geworden. Die heutigen Darstellungen sind bescheidener. „Das Zeugnis (dient) als Fortbildungsnachweis“ [14] oder stellt die Sicherung des Arbeitsplatzes als gleichwertiges Ziel neben den beruflichen Aufstieg:

„Der Lehrgang Konstruieren soll im Sinne einer Anpassungs- und Aufstiegsfortbildung Einarbeitung und Weiterkommen im Konstruktionsbüro unterstützen“ [2, S. 56].

„Das SGB-Diplom weist Ihr Studienergebnis aus und ist gleichzeitig ein wichtiger Qualifikationsnachweis für Ihre Bewerbungen“ [4, S. 7].

„Allerdings ist die Ausbildung, die einmal . . . erworben wurde, kein ewiger Garant für ein hohes Einkommen, eine interessante Aufgabe oder einen sicheren Arbeitsplatz“ [3, S. 3].

Ein Schaubild zum Aufstieg und der dazugehörige Text [15] in demselben Katalog machen jedoch den zunächst gezeigten Realismus wieder zunichte.

Alte und neue Mängel

Die Unzulänglichkeit der Werbebestimmungen des FernUSG werden evident, wenn man die Frage an den *Inhalt* der Informationspflicht richtet. Da dieser Inhalt nicht festgelegt ist, wird den Instituten ein breiter Spielraum eingeräumt. Sie genügen dem Gesetz dann auf eine formale Weise, die nur als untere Grenze des vom Gesetzgeber Gemeinten zu bezeichnen ist.

Vorbildungsvoraussetzungen

Zwar entsprechen die Kataloge der gesetzlichen Forderung nach Angaben über Vorbildungsvoraussetzungen, setzen aber dann im allgemeinen Teil der Informationsmaterialien die alte Werbepaxis fort, nach der die Teilnahme an beliebigen Kursen eigentlich voraussetzungslos und jedem möglich sein soll.

Unberührend ist es, wenn lehrgangsbezogen angegeben wird:

„Der Lehrgang eignet sich für alle zeichnerisch Veranlagten, die sich ohne Berufserfahrung im Technischen Zeichnen ausbilden wollen“ [2, S. 65].

Da Fernunterricht die Beherrschung schriftlicher Techniken verlangt, ist es unwahrscheinlich, daß „Weiterbildungsprogramme für Anspruchsvolle“ „keine besonderen Vorkenntnisse“ [16] erfordern sollen. Die Überprüfungstätigkeit des BBF/BIBB hat ergeben, daß bei den berufsbildenden Lehrgängen dieser Weiterbildungsprogramme in der Mehrzahl eine abgeschlossene Be-

rufsausbildung und Berufserfahrung für die erfolgreiche Teilnahme sinnvoll erscheinen oder gar zu fordern sind.

Inhaltlich wird diese „Präzisierung“ auf Lehrgangsebene durch Äußerungen über eben diese Voraussetzungen, die im allgemeinen Teil der Kataloge zu finden sind, aufgehoben:

„Einer der Vorteile des Fernunterrichts liegt darin, daß jeder an einem Lehrgang teilnehmen kann“ [2, S. 38].

„In diesem Studienhandbuch wird genau erklärt, wie Ihr berufliches Fortkommen durch ein ILS-Studium erreicht werden kann — unabhängig von . . . Ihrer Vorbildung“ [3, S. 3]:

„Fernunterricht kennt keine Zulassungsbeschränkungen . . . [4, S. 4].

Es ist deshalb nicht verwunderlich, wenn am alten untauglichen Verfahren zur Lösung des Problems unterschiedlicher Vorbildungsvoraussetzungen festgehalten wird: Demjenigen, der die schlechtesten Voraussetzungen hat, wird nach wie vor die größte Zahl von Lehrbriefen (und damit die teuerste Lehrgangsversion) angeboten [17]. Die angemessene Möglichkeit, dieses Problem durch fördernde Maßnahmen im Direktunterricht zu lösen, wird nicht gesehen oder zugunsten des Fernunterrichts nicht dargestellt.

Noch unbefriedigender ist das Angebot eines *Studiums ohne Risiko* [18], eines *Teststudiums* [19] oder eines *Probemonats* [20], denn es ist somit der Interessent, der subjektiv über seine Eigenung entscheiden soll.

„Mit Ihrer Anmeldung gehen Sie keinerlei Risiko ein, können also ohne jede Gefahr den Versuch machen, ob der von uns gebotene Bildungsweg für Sie der richtige ist“ [1, S. 17].

„Ob also ein Lehrgang Ihren Erwartungen entspricht, und ob Sie selbst die notwendigen individuellen Voraussetzungen erfüllen, können Sie nur dann wirklich beurteilen, wenn Sie mit dem Lehrgang begonnen haben.

Um Ihnen dieses Urteil ohne finanzielles Risiko zu ermöglichen, gibt es das Teststudium. Sie können dabei — ohne Kosten und ohne irgendwelche Verpflichtungen einzugehen — das Lehrmaterial der ersten Lektion anfordern und mit dem Studieren beginnen“ [2, S. 66].

„Der Probemonat ist eine Einführung in den Lehrgang. Sie dürfen es einen Monat lang versuchen . . . Auf diese Weise können Sie testen, ob Ihnen ein Fernstudium bei der SGD zusagt . . . Sie können feststellen, ob Ihnen die Unterrichtsmethode gefällt . . .“ [4, S. 3].

Was zunächst wie ein großzügiges Angebot wirkt, muß bei näherer Betrachtung Kritik hervorrufen:

1. Probestudien für den, der sie wünscht, heben faktisch auf, worin doch eigentlich der Sinn des Gesetzes zu suchen wäre: eine genaue Ermittlung der Vorbildungsvoraussetzungen des Teilnehmers und Prüfung, wie weit diese den Anforderungen eines Lehrgangs entsprechen.
2. Das erste Lehrmaterial ist nicht repräsentativ für den gesamten Lehrgang, in dessen Verlauf die Ansprüche wachsen. Eine Probezeit hätte nur dann Sinn, wenn der Probierende mit einem Querschnitt bekannt gemacht würde, der z. B. auch Fremdkontrollaufgaben Direktunterricht einschloße.
3. Die Probezeit bedeutet überdies keinen vertraglosen Zustand. Der Verzicht auf die Fortführung des „Studiums“ verlangt eine formgerechte Kündigung.

Soziale Merkmale

Wie eh und je unterstreicht die Werbung die praktische Bedeutungslosigkeit von wichtigen sozialen Merkmalen wie Stellung im Beruf, Alter und Wohnort für die Fernunterrichtsteilnahme:

„Die AKAD bietet Ihnen besondere Vorteile: . . . rationelle Ausbildungsgänge, die Sie alle neben Ihrer Berufsarbeit, unabhängig von Wohnort und Alter . . . absolvieren können“ [1, S. 12].

„Sie können sich auch dann fortbilden, wenn sich in der Nähe ihres Wohnorts keine Bildungseinrichtungen für Direktunterricht befinden . . .“ [2, S. 18].

„In diesem Studienhandbuch wird genau erklärt, wie Ihr berufliches Fortkommen durch ein ILS-Studium erreicht werden kann — unabhängig von Ihrer täglichen Arbeit, Ihrem Wohnort, Ihrem Alter . . .“ [3, S. 3].

„Dabei ist es . . . ganz egal, wo Sie wohnen — in der Großstadt oder auf dem Land . . .“ [4, S. 4].

Empirische Befunde [11] zu diesem Komplex zeigen jedoch, daß diese Bedeutungslosigkeit einen rein formalen Charakter hat. In der sozialen Wirklichkeit existieren sehr wohl Strukturen, die niemand verschweigen sollte, der Fernunterricht anbietet:

- Das Alter der Teilnehmer hängt mit Aufstiegshoffnungen zusammen.
- Die Mehrzahl der Teilnehmer sind Angestellte, die eine geringere Distanz zu schriftlichen Materialien haben als etwa Produktionsarbeiter.
- Höhere Schulbildung ist bei Teilnehmern öfter vorhanden als in der übrigen Bevölkerung.
- Die Mehrzahl der Teilnehmer kommt aus großstädtisch geprägten Gebieten.

Noch immer fehlt eine entsprechende amtliche Statistik. Angesichts der von allen Fernlehrinstituten so betonten großen Erfahrung mit Fernunterricht [21], hätte es längst möglich sein müssen, eine evaluierte Werbekonzeption zu entwickeln [22], die es Interessenten erleichtert, durch Vergleich ihrer Voraussetzungen und Bedingungen mit den für die erfolgreiche Teilnahme ermittelten, zu einer begründeten Einschätzung ihrer Chancen zu gelangen.

Kosten

Im Gesetz sind die finanziellen Beziehungen der Vertragsparteien weitgehend geregelt worden. Der Käufer eines Lehrgangs ist nun in der Lage, die ihm entstehenden Kosten insgesamt zu überschauen und seine Belastung rationaler zu kalkulieren. Die Werbematerialien bzw. die beigelegten Anmeldeformulare entsprechen diesen Mindestvoraussetzungen [23]. Dem Gebot der Transparenz genügt die Werbung jedoch auf ihre Weise. Sie kommentiert die finanziellen Angaben und suggeriert, die angebotene Ware sei preisgünstig.

„Die AKAD bietet besondere Vorteile . . . angemessene, für jedermann erschwingliche Studienhonorare und großzügige Bedingungen“ [1, S. 12].

„. . . die CHRISTIANI-Labormethode im Fernunterricht bietet Berufstätigen wertvolle Vorteile: . . . Der Fernunterricht. Weil dies der zeitsparende, der kostensparende und der bewährte Weg ist“ [24].

„Warum ist das ILS-Studium in der Regel die wirtschaftlichste Ausbildung? Wer beim ILS studiert, spart lange Anfahrtswege zu Ausbildungsstätten und damit Geld, Zeit und Kraft . . .“ [3, S. 131].

„(SGD-Fernunterricht) ist ein ausgesprochen kostensparender Weg der Weiterbildung, denn Sie haben keinen Verdienstaustausch, sparen Fahrtkosten und vieles andere“ [4, S. 6].

Dagegen findet sich an keiner Stelle der logisch gebotene Vergleich mit den Kosten für gleiche Bildungsmaßnahmen bei anderen Institutionen. Da viele Teilnehmer aus Gebieten kommen, in denen ein breites Bildungsangebot besteht, verliert z. B. der Fernunterricht eine Reihe wichtiger Vorteile. Ein wirklicher Kostenvergleich und die eindringliche Aufforderung, die finanzielle Belastung genau abzuwägen, sind für Interessenten von großer Bedeutung. Dem hat die staatliche Information Rechnung getragen:

„Neben der fachlichen Eignung der Maßnahme spielen natürlich die Preise ... eine wichtige Rolle. Gleiche Bildungsangebote können z. B. kostenlos sein, etwa bei betrieblichen Lehrgängen, sie können geringe Einschreibgebühren erfordern, etwa bei Volkshochschulen, oder sie können recht teuer sein, etwa bei kommerziellen Bildungsunternehmen ... Trotzdem kann unter Umständen ein vertraglich geregeltes und verhältnismäßig teures Angebot für Sie am ehesten in Frage kommen, weil Sie nur so die Möglichkeit haben, sich überhaupt an einer Bildungsmaßnahme zu beteiligen“ [25].

Direktunterricht

An den Materialien ist abzulesen, welche Folgen der gesetzliche Verzicht auf eine Normierung der Aussagen zu didaktischen Aspekten von Fernunterricht gehabt hat.

Geforderte Angaben über den Direktunterricht (*begleitenden Unterricht*) betreffen allein Ort und Häufigkeit. Die Aussagen über die Entscheidung, diesen Unterricht abzuhalten, seine Funktionen und seine Organisationsformen bleiben somit ins Belieben der Institute gestellt, die von dieser Freiheit denn auch Gebrauch machen. Die Begründungen für oder gegen Direktunterricht hängen in jeder Hinsicht davon ab, ob und wie man ihn anbieten will. In dieser wichtigen Frage wird so argumentiert, daß sich schließlich einander ausschließende Argumente zusammenstellen lassen.

Die AKAD, für deren Abiturlehrgang z. B. der Direktunterricht in der Schlußphase obligatorisch ist, begründet ausführlich ihre *Methodenkombination*:

„Der mündliche Unterricht ergänzt, was auch der beste Fernunterricht nicht bieten kann: Experimental-, Labor- Anschauungsunterricht in größerem Ausmaß; Gruppendiskussion (z. B. anhand von Fallstudien oder Planspielen) zur systematischen Wiederholung des im Fernunterricht erarbeiteten Wissens und zur Übung des mündlichen Ausdrucks; naturwissenschaftliche oder historische Exkursionen. Hinzu kommt die persönliche Wirkung des Lehrers und der Studiengruppe. In dieser ist der Lehrer Diskussionsleiter und Übungsleiter. Er verliert keine Zeit mit dem Vortrag von Wissenstoff, da die Teilnehmer über diesen dank dem Fernunterricht bereits verfügen. So ergibt jede Unterrichtsstunde maximalen Nutzen“ [1, S. 15].

An anderer Stelle und für einen anderen Zusammenhang erscheint der Direktunterricht mehr als notwendiges Übel; schließlich ist er während der ersten Semester noch freiwillig:

„... rationale Wissensvermittlung durch Fernunterricht, spezifische Prüfungsvorbereitung durch genau eingepaßten mündlichen Direktunterricht, der dank dem Fernunterricht auf verhältnismäßig wenig Stunden beschränkt bleiben kann“ [1, S. 13 und S. 22].

Früher vertrat die SGD den mit Direktunterricht kombinierten Fernunterricht [26]. Heute bietet sie noch im allgemeinen Teil ihres Katalogs „auf Wunsch wahlfreien Direktunterricht“ [27] an, doch werden hier bereits Einwände gegen den Direktunterricht angeführt:

„Eine Schulklasse oder ein Hörsaal ... sind sie nicht wie eine Zwangsjacke? Ob's Ihnen paßt oder nicht, Sie sitzen drin. Beim Fernunterricht ist das anders. Da bleiben Sie in Ihrer vertrauten Umgebung, zu Hause, wo Sie sich wohlfühlen. Und Sie lernen auf die Art, die Ihnen am besten gefällt. Wenn Sie wollen, bei Musik und einer Tasse Kaffee ... Mit der wichtigste Grund, warum viele Menschen nicht mehr zur Weiterbildung kommen, ist die Einförmigkeit jeder Tages- und Abendschule. Ein Klassenzimmer, ein Tempo und für jedermann dieselben Schulzeiten“ [4, S. 4].

Noch massiver werden die Argumente gegen Direktunterricht beim ILS. In seinem Katalog finden sich Hinweise zum freiwilligen Direktunterricht nur beim Lehrgangsangebot.

„Sie allein bestimmen Ihre Studententempo — Viele scheuen sich davor, als Erwachsene noch einmal die Zwänge der Tages- oder

Abendschule auf sich zu nehmen, wo sie sich dem Lernrhythmus des Klassenverbandes anpassen müssen. Sie haben sicherlich Ihre eigenen Erfahrungen aus der Schulzeit: einmal ging es zu langsam voran, einmal zu schnell. Und wer dann nicht mehr mitkam, der — so hieß es — versagte. Nach dem Warum wurde häufig nicht gefragt! Daß jeder sein ihm eigenes optimales Lerntempo hat, daß der eine schneller, der andere vielleicht langsamer lernt, darauf kann im Klassenunterricht nur wenig Rücksicht genommen werden.

Beim Fernstudium gibt es diese ‚anderen‘ nicht. Kein langsam lernender Schüler behindert Sie, kein schneller lernender Klassenkamerad treibt Sie zur Eile an. Sie allein bestimmen Ihr Studententempo“ [3, S. 12, und S. 14 und 18].

Christiani schließlich vertritt, nachdem keine Seminare mehr durchgeführt werden, am konsequentesten den Standpunkt des „autonomen Fernunterrichts“ [28]. Hier ist Direktunterricht vor allem Kontaktpflege.

„Der Vorteil des Direktunterrichts besteht darin, daß unmittelbare persönliche Kontakte zum Lehrer und zu anderen Lernenden möglich sind, weitere prinzipielle Vorteile hat der Direktunterricht nicht“ [2, S. 8 und S. 18].

Argumenten gegen Lernen unter persönlicher Anleitung wird breiter Raum eingeräumt. Dreizehn Einwänden gegen die am weitesten verbreitete und gewohnte Lernform sollen beweisen, warum apersonales Lernen, wie im Fernunterricht, den Bedürfnissen des erwachsenen Interessenten entspricht [29].

Obwohl Gruppenarbeit eine sinnvolle Arbeitsform ist, gerät sie hier in den Verdacht, daß der Lernende durch sie gestört und behindert wird:

„Sie arbeiten allein, Sie bauen also den Versuch selbst auf, führen alle Messungen selbst durch und werten den Versuch auch selbst aus. Bei der sonst üblichen Gruppenarbeit überblicken Sie in der Regel nur Teile des Versuchs, außerdem besteht die Gefahr, daß Sie durch andere Gruppenmitglieder abgelenkt werden“ [2, S. 32].

Bei dieser Einschätzung wird ignoriert, daß sich die Zusammenarbeit beim Experimentieren bzw. praktisch-meßtechnischen Übungen durchaus didaktisch begründen und organisieren läßt, wie es beim Modellfernlehrgang Elektronik des BIBB der Fall ist.

„Zweiergruppe zur Bearbeitung der Übungen zu Hause ... Im Vordergrund standen dabei pädagogisch-didaktische Überlegungen, nämlich die Verbesserung der Lernsituation und die Verringerung Ihrer Isolation als einzelner Fernunterrichtsteilnehmer“ [30].

Entsprechend lautet dann die Werbung: „Anmeldung zu zweit — Da Sie Übungen an der Elektronik-Box möglichst gemeinsam mit einem Partner zu Hause durchführen sollen, wird empfohlen, sich mit einem Freund oder Arbeitskollegen zusammenzutun und gemeinsam zum Lehrgang anzumelden. Finden Sie keinen Partner, wird das DAG-Technikum bemüht sein, einen Partner zu finden, der in Ihrer Nähe wohnt“ [31].

Anonymität des Lernprozesses

Auch in den neuen Werbematerialien ist die alte Technik wiederzufinden, den Interessenten durch das Versprechen eines anonymen Lernprozesses für den Kauf zu gewinnen.

„Die Teilnahme an einem Fernlehrgang bleibt weitgehend Ihre Angelegenheit, Außenstehende erfahren hiervon nichts. Sie stehen also nicht unter Zwang, nur deshalb weitermachen zu müssen; weil Sie das ‚Gesicht nicht verlieren‘ wollen“ [2, S. 21].

„Niemand außer Ihrem Privatlehrer erfährt davon, daß Sie studieren, wie Sie studieren und welche Fortschritte Sie im Studium machen“ [3, S. 12].

„Und Sie können auch so viele Fehler machen, wie Sie wollen, denn niemand, außer Ihren Lehrern erfährt davon“ [4, S. 5].

Obwohl die Aufrechterhaltung der Anonymität seiner Bildungsbe-

mühungen den Teilnehmer aufs äußerste belasten und seinen Lernerfolg beeinträchtigen kann, widmet die Werbung dieser Seite nirgendwo ein Wort. Von dieser Technik des Verschweigens unterscheidet sich radikal, wie die Fernuniversität Hagen und das BIBB das Problem der Integration des Lernprozesses in den für das Individuum bestimmenden Lebenszusammenhang behandeln.

„... Das Fernstudium wird Sie zeitlich und organisatorisch sehr stark fordern. In einer solchen Situation ist es von großem Nutzen, wenn man Unterstützung von Familienmitgliedern, von Vorgesetzten oder von Kollegen erwarten kann“ [32].

„Informieren Sie Ihre Familie, die Freunde und Bekannten über die Anforderungen, die der Fernlehrgang an Sie stellt. Teilen Sie ihnen die vorgesehenen Lernzeiten mit und bitten Sie darum, während dieser Zeit nicht gestört zu werden. Ohne eine solche Offenheit laufen Sie Gefahr, daß der Lernprozeß übermäßig belastet und verlängert wird und Sie unter Umständen Ihre Familie unnötig vernachlässigen. Auch aus diesem Grund ist es günstig, wenn Sie Ihre Arbeit für alle kalkulierbar planen und wenn Sie nicht überwiegend am Wochenende lernen“ [33].

Lernbedingungen

Als besonderer Vorteil erscheint, wie schon früher, in der Werbung die Unabhängigkeit des Lernenden von stabilen äußeren Lernbedingungen.

„... man studiert, wann und wo man kann oder will“ [1, S. 15].

„Sie studieren ... wo Sie wollen ...“ [2, S. 20].

„Beim Fernstudium können Sie lernen: in der gewohnten Umgebung, in der eigenen Wohnung, im Zug, im Bus oder wo immer es Ihnen gefällt“ [3, S. 12].

„(Sie) können Ihr Studium ... sogar im Zug oder in der Straßenbahn fortsetzen“ [4, S. 4].

Fernuniversität und BIBB verneinen dagegen eine solche Unabhängigkeit. Sie gehen davon aus, daß die Stabilität des Lernplatzes zu den Faktoren gehört, die den Lernerfolg begünstigen.

„Haben Sie einen günstigen Arbeitsplatz? Oder benutzen Sie den Fernsehsessel, in dem Sie manchmal eingeschlafen sind? Bitte nicht! Sie benötigen schon einen besonderen ‚Schreibtisch‘ ... Viele Fernstudenten bevorzugen, falls sie kein eigenes Arbeitszimmer haben, einen festen Platz in der Wohnung, wo sie alles liegen lassen können ...“ [34].

„Fernunterricht ist auch dann keine geeignete Bildungsmaßnahme, wenn ... dem Teilnehmer kein Arbeitszimmer oder wenigstens ein ruhiger Arbeitsplatz zur Verfügung steht“ [35].

Schlußbemerkung

Der Katalog der Mängel ist nicht vollständig. Er ließe sich um Aussagen über die zeitliche Belastung durch die Teilnahme am Fernunterricht, die Vermarktbarkeit der Lehrgangsinhalte u. a. erweitern. An den dargestellten Strukturen von privater Werbung für Fernunterricht würde sich dennoch nichts ändern.

Zusammenfassend läßt sich sagen, daß die vom Gesetz zugelassenen Spielräume eine Art der Werbung ermöglichen, die sich von staatlicher Information deutlich unterscheidet. Stellt man allerdings so umfassende Ansprüche an den erforderlichen Aufklärungsvorgang, dann erhebt sich die Frage, ob der Begriff der Werbung nicht zugunsten des Begriffs der Information zu ersetzen ist. Die Aufgabe eines Bildungswunsches ist gravierender als der Wechsel von einem Produkt zum anderen; der Unterschied zwischen Bildung und Konsum sollte auch in der Begriffswahl deutlich werden.

Neue Ansätze — staatliche Information und Werbung zum Fernunterricht

Welche Intentionen staatliche Werbung/Information zum Fernunterricht hat, zeigen die folgenden Beispiele.

Informationsbroschüre zum Fernunterricht und „Kurzbeschreibungen“ zu Fernlehrgängen — Materialien des BIBB

Die Broschüre des BIBB ist bisher in einer Auflage von 55 000 Exemplaren an Interessenten verschickt und auf Messen verteilt worden. In Zitat zur Werbung privater Fernlehrinstitute wurde bereits diese Art der Werbung angesprochen; das Inhaltsverzeichnis verdeutlicht sie [36]. Der Interessent wird wiederholt darauf hingewiesen, sich im Zusammenhang mit dem Fernunterricht bei zuständigen Stellen zu informieren.

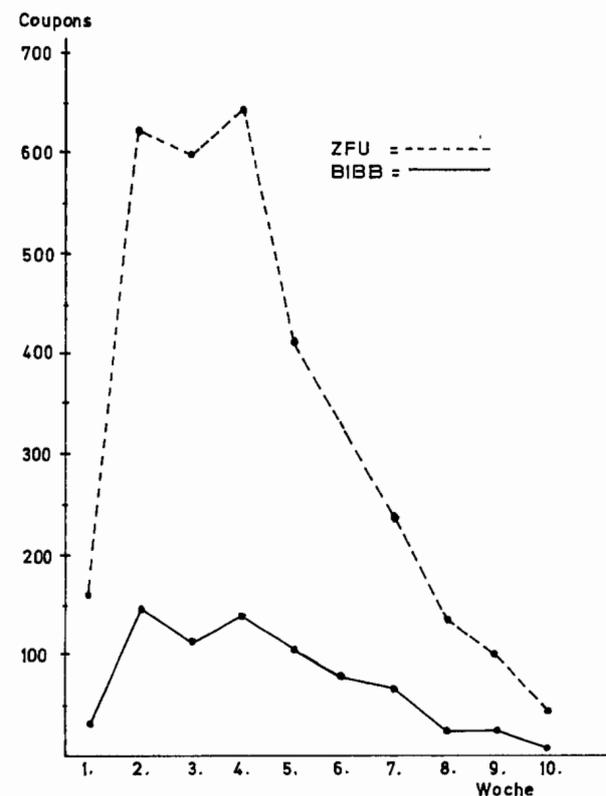
Auf Anforderung erhält er vom BIBB zu den Fernlehrgängen mit Gütesiegel Kurzbeschreibungen [37] die zu folgenden Punkten Informationen enthalten: Fernlehreinrichtung (Name, Adresse), Lehrgangsziel, Zielgruppe/Vorbildungsvoraussetzungen, Lehrgangsinhalte, Lehrgangsdauer, Umfang des Lehrmaterials, Lehrgangskosten.

Der Interessent kann bei konkurrierenden Angeboten anhand der Kurzbeschreibungen zu diesen Punkten Vergleiche anstellen. Da es keinen gemeinsamen Lehrgangskatalog — etwa der Fernlehrinstitute gibt, die Mitglieder des Arbeitskreises korrektes Fernlehrwesen (AKF) sind [38], ist es sonst sehr mühsam, sich einen solchen Überblick zu verschaffen. Hieraus wird bereits deutlich, daß es sich bei diesen Materialien natürlich nicht um Werbung für ein bestimmtes Fernlehrinstitut oder einen bestimmten Fernlehrgang handelt. Vielmehr ist das Ziel, neutral über *Fernunterricht als Bildungsweg* zu informieren und Auskunft zu geben.

Anzeigenkampagne

Dem Ziel einer neutralen Information über den Fernunterricht als Bildungsweg dienen auch Anzeigen im Rahmen des Projekts „Erprobung von Verfahren zur Motivierung potentieller Fernlehrteilnehmer“ (EFEU), das vom Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft und vom Land Nordrhein-Westfalen finanziert sowie vom Forschungs- und Entwicklungszentrum für objektivierte Lehr- und Lernverfahren (FEOLL) durchgeführt wurde und noch ausgewertet wird [39].

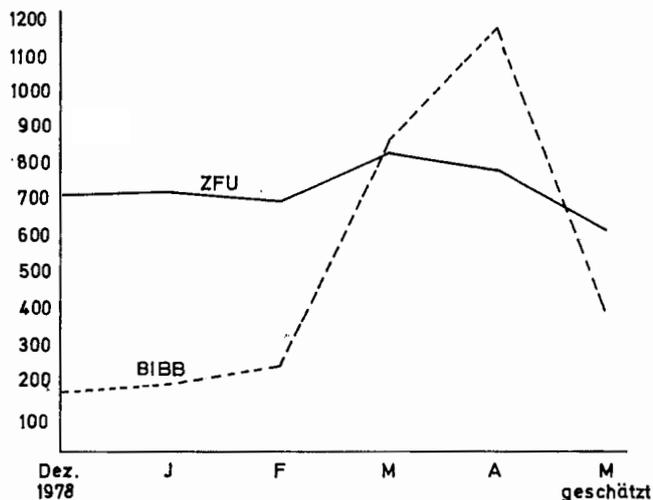
Bild 1: Couponrücklauf bei BIBB und ZFU
(pro Woche — Mitte März bis Mitte Mai 1979)



Diese Verteilung läßt sich u. a. aus dem Namen *Zentralstelle* und ihrer geographischen Lage erklären. Für Interessenten aus dem Bundesgebiet liegt Köln meistens näher als Berlin.

Zu den Coupons kamen sog. *unspezifische* Anfragen hinzu; das sind Anfragen, die sich nicht ausdrücklich auf die Anzeigen bezogen. Ihren Verlauf zeigt das folgende Schaubild.

Bild 2: Unspezifische Anfragen bei BIBB und ZFU
(Januar bis Mai 1979, Mai geschätzt)



Der Beirat zu diesem Projekt [40] hat in einer Redaktionssitzung die Graphiken und Texte in den Anzeigenentwürfen kritisch geprüft, überarbeitet und sie dann zur Veröffentlichung in acht verschiedenen Presseorganen mit unterschiedlichem Leserkreis und unterschiedlicher Erscheinungsweise freigegeben.

Alle Anzeigen enthielten die Aufforderung, sich mit dem aufgedruckten Coupon über *Lehrgänge, Kosten, finanzielle Förderung und was man sonst noch alles wissen und bedenken sollte* beim BIBB oder der ZFU zu informieren.

Insgesamt sind bis September 1979 rund 4500 Coupons beim BIBB und der ZFU eingetroffen. Der Couponrücklauf war bei der ZFU erheblich größer als beim BIBB.

Nimmt man die während der Anzeigenkampagne beim BIBB und bei der ZFU eingetroffenen unspezifischen Anfragen und zieht davon die im Vorjahr, also ohne Kampagne, ermittelten ab, dann ergeben sich 1000–1500 unspezifische Anfragen, die auf die Anzeigen zurückzuführen sind. Zusammen mit den 4500 Couponanfragen ergibt das bei einer angenommenen Zielgruppe von ca. 200 000 Personen eine Erfolgsziffer von 2,75 bis 3 Prozent. Diese Erfolgsziffer ist, verglichen mit inhaltlich und organisatorisch ähnlichen Maßnahmen, positiv zu beurteilen. Von Fernlehrinstituten wurde die Maßnahme begrüßt.

Zu untersuchen wäre u. a., ob diese Werbeaktion zu einer Steigerung der Teilnehmerzahl geführt hat und ob, bedingt durch die objektive und realitätsgerechte Information, bei diesen Teilnehmern eine höhere Durchhaltequote festzustellen ist als jenen, die nicht auf diese Weise informiert wurden.

Wichtig wäre aber auch die Befragung der im Rahmen dieser Anzeigenkampagne ermittelten Interessenten zur Beurteilung dieses Informationsansatzes und im Vergleich dazu der von Fernlehrinstituten praktizierten Werbung. Daraus wäre eine Konzeption zu entwickeln, die den Wünschen der Interessenten entspricht; sie sollte dann den Fernlehrinstituten zur Verfügung gestellt werden.

Anmerkungen

[1] AKAD: Unterrichtsprogramm o. O. 1979/I.

[2] CHRISTIANI: Studienführer 3. Aufl. Konstanz 1977.

[3] ILS: Studienhandbuch 4. Aufl. o. O. o. J.

[4] SGD: Studienführer für berufsbegleitende Weiterbildung o. O. o. J.

[5] Laut Datenerfassung des BIBB, Stand vom Mai 1979, gibt es 123 Fernlehrinstitute.

[6] Übersicht über Lehrgangsangebot und didaktische Konzeption der ausgewählten Fernlehrinstitute:

Fernlehrinstitut	Lehrgangsangebot (Schwerpunkt)	didaktische Konzeption
AKAD	Schulabschlüsse, kaufm. Lehrgänge	Fernunterricht ergänzt mit Direktunterricht — „Methodenkombination“
CHRISTIANI	techn. Lehrgänge	Fernunterricht ohne ergänzenden Direktunterricht — „Methode Christiani“
ILS	breites Lehrgangsangebot	Fernunterricht, ergänzender Direktunterricht bei einigen Lehrgängen möglich/obligatorisch (bei AFG-Förderung)
SGD	breites Lehrgangsangebot	Fernunterricht, ergänzender Direktunterricht bei einigen Lehrgängen möglich/obligatorisch (bei AFG-Förderung) — „Kamprath-Methode“

[7] Das Gesetz hat dem früher sehr großen Einfluß des „Studienberaters“ enge Grenzen gesetzt. Über den Umfang und die Form der gesetzlich noch zulässigen Beratung durch Vertreter liegen keine Informationen vor. Dieser Einfluß müßte überdies mit anderen Methoden untersucht werden.

[8] S. KUSTERMANN, H.: Der Fernschüler, Weinheim, Berlin, Basel 1970, S. XI f.

[9] Im Gegensatz dazu eignet sich die quantitative Inhaltsanalyse besonders zur Ermittlung von Schwerpunkten bzw. Defiziten z. B. im Werbematerial. S. hierzu: RADKE, G.-L. u. a.: Werbeanalyse — Analyse von Werbe- und Informationsmaterialien ausgewählter Fernlehrinstitute sowie von Anfragen Ratsuchender an das Bundesinstitut für Berufsbildungsforschung (Inhaltsanalyse) 1976.

[10] Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft (Hrsg.): Fernunterrichtsschutzgesetz, S. 1, Köln 1977.

[11] Kreigenfeld, C.: Zur Soziologie des brieflichen Fernunterrichts in der Bundesrepublik Deutschland. Diplomarbeit am Institut für Sozialforschung, Frankfurt a. M. 1971.

Dies.: Aspekte der Werbung im Bereich des privaten Fernunterrichtswesens (I) — Zur ökonomischen Verwertbarkeit der Inhalte von Fernlehrgängen. In: Zeitschrift für Berufsbildungsforschung, Jg. 2 (1973), Heft 3, S. 33–36.

Dies.: Aspekte der Werbung im Bereich des privaten Fernunterrichtswesens (II) — Zur Darstellung von Bildungschancen durch Fernunterricht. In: Zeitschrift für Berufsbildungsforschung, Jg. 2 (1973), Heft 4, S. 19–24.

[12] Zur Kritik an anderen Regelungen des Gesetzes s. Grunwald, K.-H. und Karow, W.: Privater Fernunterricht in der Bundesrepublik Deutschland. In: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, Jg. 5 (1976), Heft 4, S. 2. „Das FernUSG zeigt keine Ansatzpunkte, den privaten Fernunterricht aus seiner bildungspolitischen Isolation herauszuführen. Alle wichtigen Merkmale, die eine Integration des Fernunterrichts in das Gesamtbildungswesen konstituieren könnten, wie: finanzielle Förderung, Regelung des Prüfungswesens für Absolventen von Fernlehrgängen, besonders Regelungen für den wichtigen Sektor der beruflichen Anpassungsfortbildung usw. werden — teilweise wegen der Unzuständigkeit des Bundes in weiten Bereichen des Bildungswesens — ausgelassen.“

[13] 3, S. 13.

[14] 2, S. 34.

- [15] ILS, a. a. O., S. 134: „Sie können auch erkennen, wie eine bessere Ausbildung Sie für eine völlig neue und höhere Position qualifiziert. Im Wirtschaftsleben werden Ihnen mehr und bessere Möglichkeiten offenstehen, wenn Sie schon jetzt mit Ihrer Fortbildung beginnen. Je früher Sie beginnen, desto größer wird Ihr Gewinn sein!“
- [16] 1, S. 86.
- [17] 3, z. B. S. 29.
- [18] 1, S. 17.
- [19] 2, S. 66.
- [20] 4, S. 3.
- [21] 1, S. 8, 11, 13, 17; 2, S. 36; 3, S. 19; 4, S. 3.
- [22] Ein Ansatz hierzu findet sich bei Christiani, a. a. O., S. 38—40.
- [23] Es wäre allerdings wünschenswert, wenn die Kosten für Direktunterricht bei den Lehrgangsgebühren angegeben würden, so daß dessen Anteil klar erkennbar würde.
- [24] Christiani, Prospekt 8099.
- [25] Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Fernunterricht. Dokumentationen und Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 1, Berlin 1979, S. 5; s. auch a. a. O., S. 17.
- [26] „Kombistudium“ — s. Handbuch für berufs begleitende Weiterbildung Studiengemeinschaft Werner Kamprath KG, 3. Aufl., Darmstadt o. J., S. 5.
- [27] 4, S. 6.
- [28] Studienführer des Technischen Lehrinstituts Dr.-Ing. habil. Christiani, o. O., o. J., S. 13.
- [29] 2, S. 18, 20, 21; s. auch S. 8 und 10.
- [30] Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Lernen mit dem Fernlehrgang ELEKTRONIK — Studienanleitung, Berlin 1979, S. 41 f.
- [31] Balli, C.; Chegade, A.; Karow, W.; Lietzau, E.; Ross, E.; Storm, U.: Informationen zum Fernlehrgang Elektronik, Berlin 1978, S. 23.
- [32] Fritsch, H. und Schuch, A.: Studieren an der Fernuniversität Hagen 1978, S. 15.
- [33] Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Lernen . . . , a. a. O., S. 35.
- [34] Fritsch, H. u. a., a. a. O., S. 40.
- [35] Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Fernunterricht . . . , a. a. O., S. 17.
- [36] Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.): Fernunterricht . . . , a. a. O.
- Inhaltsverzeichnis der Broschüre des BIBB zum Fernunterricht
- | | |
|--|---------------------------|
| 1. Worüber will diese Broschüre informieren? | Einführung |
| 2. Welches Bildungsziel wird angestrebt? | Ziel |
| 3. Was ist Fernunterricht und wie ist er organisiert? | Definition |
| 4. Wann sollte Fernunterricht mit Nahunterricht verbunden werden? | Nahunterricht |
| 5. Wofür ist Fernunterricht geeignet? | Möglichkeiten |
| 6. Wann ist Fernunterricht nicht geeignet? | Grenzen |
| 7. Welche Vorteile hat Fernunterricht? | Vorteile |
| 8. Welche Nachteile hat Fernunterricht? | Nachteile |
| 9. Ist die Vorbildung für die Teilnahme am Fernunterricht wichtig? | Vorbildung |
| 10. Was muß man über Prüfungen wissen? | Prüfungen |
| 11. Welche finanzielle Förderung gibt es? | Förderung |
| 12. Unter welchen Voraussetzungen bekamen Fernlehrgänge bisher ein Gütezeichen und wie werden sie zukünftig zugelassen werden? | Gütezeichen/
Zulassung |
| 13. Welche Fernlehrgänge gibt es? | Fernlehrgänge |
| 14. Welche Fernlehrinstitute gibt es? | Fernlehrinstitute |
| 15. Welche Institutionen geben Auskunft und beraten in besonderen Fragen? | Auskunft/
Beratung |
- Das Bundesinstitut für Berufsbildung BIBB
- [37] BBF (Hrsg.): Fernunterricht — Informationen des Bundesinstituts für Berufsbildungsforschung („Kurzbeschreibungen“), Berlin 1975 mit lfd. Erg.
- [38] In USA gibt das National Home Study Council (NHSC) ein gemeinsames Lehrgangsverzeichnis seiner Mitglieder heraus.
- [39] Informationen zur Anzeigenkampagne stammen aus der eigenen Mitarbeit im Beirat und aus: Wangen, E.: Kosten und Wirkung der Bildungsmaßnahme EFEU, Paderborn 1979 (masch. verv.).
- [40] Im Beirat waren vertreten: BIBB, BMBW, BMVtdg, FEOLL, KM NRW, ZFU.
- [41] Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht der Länder der Bundesrepublik Deutschland (ZFU) (Hrsg.): Fernunterricht bringt weiter. Hinweise, Bildungsangebote, Verzeichnis der Fernlehrinstitute, Köln 1979.

Eberhard Müller-Steineck

Berufsausbildung in Israel*)

Die berufliche Bildung in Betrieb und Berufsschule, die wir als *duales System* der Berufsausbildung bezeichnen, hat in Israel keine Tradition, da es — historisch bedingt — nicht genügend Handwerker und Facharbeiter gibt und diese oft zu schlecht ausgebildet sind, um selbst ausbilden zu können. Außerdem fehlt seit Gründung des Staates Israel ein wichtiger Anreiz für junge Menschen, sich zum Facharbeiter ausbilden zu lassen: der stetige Arbeitskräftemangel im Land hat die Lohndifferenz zwischen gelernter und ungelernter Arbeit stets gering gehalten [1].

Die Berufsausbildung in Israel findet daher vorwiegend in Schulen statt:

*) Mit dem Bericht über die Berufsausbildung in Israel beginnt *Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis* eine lose Folge von Berichten über die Berufsausbildung in den verschiedensten Ländern. Diese Berichte sollen weniger Ansprüchen einer streng vergleichenden Wissenschaftlichkeit einlösen, als vielmehr aktuelle Eindrücke vermitteln.

- Im Schuljahr 1976/77 besuchten 66 307 Schüler eine berufsbildende Sekundarschule; das sind 49 v. H. aller Sekundarschüler nach Beendigung der Pflichtschulzeit.
- 28 288 Jugendliche und junge Erwachsene erhielten 1976 eine vom Arbeitsministerium geförderte Berufsausbildung, die überwiegend in enger Zusammenarbeit mit den Betrieben durchgeführt wird; davon durchliefen 19 409 Teilnehmer eine Erstausbildung und 8879 eine ergänzende berufliche Bildung [2, 3].

Beide Ausbildungswege sind jedoch nur in Grenzen miteinander vergleichbar. Berufliche Sekundarschulen sind teilweise hoch selektiv und ermöglichen in der Regel auch eine Doppelqualifikation (Abitur und berufliche Qualifikation), während die vom Arbeitsministerium geförderten Ausbildungsgänge von mehr praktisch Begabten in Anspruch genommen werden. Die Ausbildung in berufsbildenden Sekundarschulen hat sich seit 1960 fast auf das