

WIRTSCHAFT LUXUS FÜR LEHRER

Apples Werbefeldzug in deutschen Klassenzimmern

Von Benedikt Fuest | Veröffentlicht am 17.11.2013 | Lesedauer: 6 Minuten



Berliner Schüler bei der Arbeit an Apple-Computern: Auch Google und Microsoft drängen mit ihren Produkten in die Klassenzimmer

Quelle: Getty Images

Computerkonzerne wie Apple bieten Pädagogen enge Partnerschaften an – und zeigen sich spendabel. Fortbildungen im Fünfsternehotels gibt es inklusive. Die Länder zeigen sich alarmiert.

Lehrer, die nach Material für den Unterricht suchen, empfängt Apple mit offenen Armen: „Willkommen zu einer motivierenden Lernerfahrung“, titelt der Computerkonzern auf seiner eigens eingerichteten Bildungs-Internetseite. Fotos zeigen iPads im Klasseneinsatz, Links führen zu Lern-Apps und Unterrichtsbeispielen. Das umfassende Online-Angebot für Lehrer und Schüler enthält auch Vorschläge, Anleitungen und Vorlesungen für Unterrichtsfächer wie Mathematik, Geschichte oder Naturwissenschaften, abrufbar im Online-Store iTunes.

Die zur Nutzung unabdingbaren Apple-Geräte bietet der Konzern mit Bildungsrabatt an. Zwei Klicks weiter fordert er Lehrer auf einer eigenen Projektseite dazu auf, sich als „Apple Distinguished Educator“ zu bewerben. Doch wer als deutscher Beamter hier mitmachen möchte, sollte vorher noch einmal seine Dienstvorschriften durchlesen.

„Die innovativsten Pädagogen der Welt“, schmeichelt die Beschreibung, sollten in diesem

motivieren. Sie sind Repräsentanten für Innovationen, nehmen an bildungsbezogenen Veranstaltungen auf der ganzen Welt teil und präsentieren dort ihre Ideen“, beschreibt das Unternehmen frank und frei seine Absichten.

„In ihrer Offenherzigkeit schon fast putzig“

Mehr als 2000 Pädagogen haben bislang an dem Programm teilgenommen, darunter laut Auskunft eines Apple-Mitarbeiters auch eine dreistellige Zahl deutscher Lehrer. Berichte von Fortbildungen zeigen Lehrer in Luxusumgebungen wie dem irischen Fünf-Sterne-Resort „Fota Island“. Zwei Teilnehmer aus Deutschland berichten im Gespräch mit der „Welt am Sonntag“ von Einladungen in Hotels in London und Kongressen in Deutschland.

Wer mitmacht, zahlt die Anreise selbst und muss eine Erklärung vorlegen, wonach die Teilnahme von Vorgesetzten genehmigt wurde – dazu zählt, so erklärt Apple, ausdrücklich auch eine Freigabe des zuständigen Antikorruptionsbeauftragten. Wer nach der ersten Orientierungsveranstaltung Mitglied des Netzwerks bleibt, erklärt sich damit einverstanden, in Kooperation mit Apple auf Kongressen und Messen aufzutreten, um über seine Erfahrungen mit der Technik im Klassenzimmer zu referieren.

Einladungen von deutschen Lehrern zu Fortbildungsveranstaltungen auf der ganzen Welt, damit diese anschließend den Einsatz von Apple-Geräten im Klassenzimmer unterstützen und dafür auf Kongressen werben – dass dieses Programm eventuell gegen deutsches Beamtenrecht und länderspezifische Richtlinien zum Engagement von Unternehmen an Schulen verstoßen könnte, scheint den Strategen bei Apple nicht bewusst zu sein.

„In ihrer Offenherzigkeit schon fast putzig“ nennt Wolf-Jürgen Karle vom Ministerium für Bildung und Wissenschaft des Landes Rheinland-Pfalz die Beschreibung auf der Webseite und erklärt: „Für Lehrkräfte im Beamten- wie im Beschäftigtenverhältnis gilt das Neutralitätsgebot. Jede einseitige Unterrichtung und Information ist unzulässig.“ Deswegen sieht das Ministerium „bei einer Resonanz aus der Lehrerschaft“ auf das Apple-Programm einen Verstoß „gegen geltendes Recht in Rheinland-Pfalz“.

Werbefeldzug im Klassenzimmer

Das Schulwesen ist in Deutschland Sache der Bundesländer, entsprechend fallen die Regelungen für Lehrerfortbildungen und für Engagements von Unternehmen an Schulen unterschiedlich aus. Die „Welt am Sonntag“ hat bei allen 16 Bundesländern angefragt, inwieweit sie ihren Lehrern eine Teilnahme an Apples Programm gestatten würden, zehn antworteten eindeutig, die Teilnahme sei verboten: „Die beschriebenen Fortbildungsreisen verstoßen gegen die Antikorruptionsrichtlinien, die für alle beim Land beschäftigten Lehrkräfte gelten“, lautet die Erklärung des niedersächsischen Kultusministeriums, und

Lediglich in zwei Ländern sehen die Ministerien Herstellerfortbildungen weniger streng: In Baden-Württemberg kann die jeweilige Schulleitung selbst entscheiden, ob Lehrer für Apples Programm freigestellt werden können. Und in Sachsen-Anhalt nimmt ein Lehrer im Rahmen seiner Tätigkeit für das landeseigene Institut für Schulqualität und Lehrerbildung an dem Programm teil.

Was Martina Schmerr, zuständige Referentin im Vorstandsbereich der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft, nicht gefällt. „Wir sehen in dem Apple-Angebot einen weiteren Werbefeldzug zum Verkauf der eigenen Produkte und zur Sicherung von Marktanteilen im stark umworbene Schulbereich. Dass dafür Lehrkräfte in Dienst genommen werden, ist zusätzlich anstößig“, kritisiert sie.

Doch Schmerr weiß: Apple ist nicht der einzige IT-Konzern, der Lehrer in Deutschland für den Einsatz seiner Produkte fortbildet. „Die Schulen werden hier zunehmend zum Feld von kommerziellen Interessen.“ Der Internetriese Google bietet ein „Certified-Teachers“-Programm an, um den Einsatz seiner Apps und Angebote an Schulen zu fördern, Microsoft zeichnet im Rahmen eines Wettbewerbs deutsche Lehrer als „Expert Educators“ aus und lädt sie zum „Innovative Teachers Forum“ unter anderem nach Barcelona ein. Hier nahmen laut Auskunft des Saarbrücker Ministeriums für Bildung und Kultur „unter Einbeziehung der Antikorruptionsbeauftragten“ in Vorjahren bereits mehrfach Lehrer aus dem Saarland teil.

Die Schüler profitieren

In den Schulen werden die Programme teils enthusiastisch aufgenommen – weil es an IT-Fortbildungsprogrammen für Lehrer mangelt. „Die Etats für Fortbildung, für die technologische Ausstattung von Schulen und für Lehr- und Lernmittel müssen aufgestockt werden“, fordert Gewerkschafterin Schmerr.

Konzerne wie Apple, Google und Microsoft stoßen auch 20 Jahre nach dem Beginn der Online-Revolution vielerorts in ein Vakuum: Laut einer Studie von TNS-Infratest nutzt nur gut ein Drittel der deutschen Schüler mehr als einmal in der Woche im normalen Unterricht moderne IT, im Vergleich der Industriestaaten belegt Deutschland damit einen der hinteren Plätze.

Das Resultat des Mangels: Nur 69 Prozent der 16- bis 24-Jährigen verfügen einer aktuellen Eurostat-Erhebung zufolge über mittlere oder gute Computerkenntnisse. Im europäischen Vergleich reicht das nur für Platz 27 von 31 Ländern. „Die IT-Ausstattung der Schulen muss modernisiert und eine nachhaltige Lehrerweiterbildung im Bereich der digitalen Medien geschaffen werden“, folgert Dieter Kempf, Präsident des IT-Fachverbandes Bitkom.

Augusta-Schule als Beispiel an, die in einem von Eltern finanzierten Projekt als erstes Gymnasium in Deutschland seit 2011 iPads im Unterricht einsetzt. „Apples geschlossenes System bietet viele Vorteile, da ich als Lehrer die Kontrolle über die Geräte behalte“, erklärt Projektleiter André Spang. „Für die Schüler ist der Umgang mit den Geräten inzwischen selbstverständlich, Papierberge im Lehrerzimmer stammen für sie aus einer anderen Welt.“

Der gewisse „Hype-Faktor“

Im Einsatz der Edel-Tablets von Apple sieht Spang durchaus „einen gewissen Hype-Faktor“. Doch genau deswegen machten auch die Schüler enthusiastisch mit, bislang wurden Geräte weder geklaut noch beschädigt. „Die Schüler erfahren eine ganz eigene Wertschätzung, wenn sie an der neuesten Hardware arbeiten dürfen, anstatt ausrangierte Spenden-PCs von Firmen zu bekommen.“

Doch auch er sieht in der Festlegung auf einen einzelnen Anbieter ein Problem: „Es besteht die Gefahr, dass man einen gewissen Akzent setzt.“ Spang könnte sich vorstellen, auch Geräte anderer Hersteller oder schülereigene Geräte in das Projekt einzubeziehen.

Mit der ersten Anschaffung legen sich die Bildungseinrichtungen in der Regel auf einen Anbieter und dessen Software fest: „Eine Schule muss sich für ein System entscheiden, wenn Lernen mit mobilen Endgeräten Bestandteil ihrer Schulentwicklung ist. Das Problem ist, dass jede Entscheidung für ein System andere Systeme ausgrenzt“, sagt Henning Lipski vom Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur Mecklenburg-Vorpommern.

Kauft die Schule Apple-Geräte, dann werden die Schüler nur daran ausgebildet. Kommt Microsoft zum Zuge, beherrschen die Schüler vor allem den Umgang mit Windows. Der Konzern, dem es gelingt, hier die richtigen Weichen zu stellen, gewinnt die Kundschaft von morgen.

Lesen Sie alles Wichtige rund um Wirtschaft – im täglichen Newsletter der WELT.

Nur noch ein Schritt:

Bitte klicken Sie den Bestätigungs-Link in der E-Mail, die wir soeben an ####eMail### geschickt haben.

hochaktuell informiert. Weitere Informationen: <http://epaper.welt.de>

Der Kurz-Link dieses Artikels lautet: <https://www.welt.de/121973337>