

Zeitschrift: Schweizer Schule
Herausgeber: Christlicher Lehrer- und Erzieherverein der Schweiz
Band: 66 (1979)
Heft: 18

Artikel: Medienerziehung : und die Rolle des Schülers
Autor: Stalder, Hanspeter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-533474>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 30.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Literatur zum Arbeitsbereich «Gespräch, Gesprächserziehung»

Aus dem riesigen Angebot von Publikationen zu diesem Thema habe ich einige herausgegriffen, die ich selber kenne und genauer beschreiben kann.

In vielen praktischen Büchern zur Gruppendynamik werden in einzelnen Kapiteln auch Aufgaben über Kommunikation angeboten. Auf diese Bücher wird hier nicht hingewiesen.

BECKER, G. E. u. a.: Gespräch und Diskussion. Verlag Urban und Schwarzenberg, München. Dieses Buch, das sich vorwiegend auf verschiedene Formen des Gesprächs bezieht, ist stark auf die Schule abgestellt. Die übersichtliche Art der Darstellung und die Anleitungen zur Selbstkontrolle sind sehr hilfreich. Das Buch kann allen empfohlen werden, die sich mit der Thematik «Gespräch, Gesprächserziehung» auseinandersetzen. – Oft hat es rezepthaften Charakter, tiefere Begründungen fehlen. Aus diesem Grunde ist es mit Vorteil in Verbindung mit entsprechenden Trainings einzusetzen. Leicht zu lesen. Zirka Fr. 13.–.

BRANDL, G.: Miteinander sprechen lernen. Verlag Ehrenwirth, München. Dieses Buch bietet die anthropologischen Grundlagen der Gesprächspsychotherapie. Die Gedanken Bubers, Bollnows, Eriksons, Adlers und Rogers' werden hier einander gegenübergestellt. Sehr wertvolles, in jeder Hinsicht anspruchsvolles Buch. Fr. 14.30.

HÖLLER, H.: Theorie und Praxis des Schülergesprächs. Dieses Büchlein bietet für all jene, welche mit Kindern Gespräche führen möchten, wertvolle, konkrete Hilfen. Einzelne Beispiele aus Gesprächen illustrieren das Anliegen des Autors. Verlag Jugend und Volk, Wien, Fr. 8.80.

LATTKE, H.: Das helfende Gespräch. Lambertus Verlag, Freiburg, Fr. 41.70. «Lattke stellt das Gespräch in den Mittelpunkt sozialer Problembewältigung. Dabei versäumt er nicht, über technische und methodologische Fragestellungen hinaus Grundfragen der Sozialarbeit zu stellen.» Besonders interessant sind in diesem Buch die genau-

en Abgrenzungen einzelner Richtungen. Wertvoll, empfehlenswert.

MUCCHIELLI, R.: Kommunikation und Kommunikationsnetze. Otto Müller Verlag, Salzburg, Fr. 23.–. Das Buch bietet sowohl eine theoretische Einführung als auch ein Übungsprogramm.

ROGERS, C. R.: Die klient-bezogene Gesprächs-therapie. Kindler Verlag München, Fr. 57.80 (473 Seiten). In diesem Buch geben Rogers u. a. viele Hinweise für Gespräche in jeder Situation. Das Buch ist anspruchsvoll und nur für jene, die sich Zeit nehmen wollen, tief in die Materie einzusteigen.

VOPEL, KIRSTEN: Kommunikation und Kooperation. Verlag Pfeiffer, München, Fr. 25.90. Die beiden Autoren bieten eine Anzahl Übungen an, wie man seine Gesprächsfähigkeit verbessern kann. Die ganze Aufmachung des Buches ist ansprechend. Ein empfehlenswertes Buch, das auch leicht zu lesen ist.

WATZLAWIK u. a.: Menschliche Kommunikation. Verlag Huber, Bern. Grundlegendes Werk für jene, die sich wissenschaftlich mit Kommunikation auseinandersetzen wollen. Das Buch fordert vom Leser die Kenntnis der entsprechenden Terminologie.

WEIDENMANN, B.: Diskussionstraining. Ex Libris, Zürich. Das Buch will – wie es im Untertitel heisst – überzeugen statt überreden und argumentieren statt attackieren lehren. Das Buch stammt aus der bekannten Reihe der dva und ist – wie sie alle – in einer Art konzipiert, die einen mehrmals auffordern, das Buch durchzublättern. Es bietet viele gute Übungen.

ZÖCHBAUER, HOEKSTRA: Kommunikationstraining. Ein Erfahrungsbericht. Verlag Quelle und Meyer, Heidelberg, Fr. 23.90. Die Autoren zeigen zuerst einige grundlegende Aspekte der Kommunikation und des Kommunikationstrainings. Im Anschluss daran bieten sie eine Fülle von Möglichkeiten, wie Kommunikation geübt werden kann. Sehr empfehlenswert.

Medienerziehung – und die Rolle des Schülers

Hanspeter Stalder

Vorbemerkung 1: Theorie und Praxis

Alltäglich – und deshalb normal – erscheint uns die Situation, dass in der Schule der Lehrer lehrt und die Schüler lernen. Normal und selbstverständlich, dass einem zum

Wort «Schule» schon gar nichts anderes mehr einfällt. Und doch kennen wir Lehrer alle, sofern wir wenigstens gelegentlich noch Grundsätzliches, Theoretisches zum Thema «Schule» denken, andere und bes-

sere Modelle, und sofern wir noch hin und wieder einen pädagogischen Ausbruch versuchen, andere und bessere Erfahrungen.

Die (für mich) klarste und radikalste *Theorie*, Gegenvorstellung zum lehrenden Lehrer und lernenden Schüler bietet Paulo Freire in Kapitel II von «Pädagogik der Unterdrückten» unter den programmatischen Stichworten «Das Verhältnis Lehrer – Schüler. Die Bankiers-Methode. Die problemformulierende Methode. Der Mensch: das unfertige Wesen, das sich selbst transzendiert.»

Als falsches Verhalten beschreibt er: «Die Beziehung besteht in einem übermittelnden Subjekt (dem Lehrer) und geduldig zuhörenden Objekten (den Schülern)» (73). Und als Gegen-Vorschlag postuliert er: «Durch Dialog hört der Lehrer der Schüler und hören die Schüler des Lehrers auf zu existieren, und es taucht ein neuer Begriff auf: der Lehrer-Schüler und die Schüler-Lehrer» (84). Doch nicht nur aus der Theorie gibt es Gründe für anderes Lehrer-Schüler-Verhalten. Jeder hat wohl schon erlebt, ist er nicht ganz von der Wahn-Idee des Lehrens eingenommen, welche tiefe zwischenmenschliche Begegnung möglich wird, wenn der Lehrer sich als Lerner versteht, wenn er vom Schüler lernt, wenn der Schüler ihn lehrt. Ich bin davon überzeugt, dass diese andere Kommunikationsform nicht nur mit Erwachsenen oder Mittelschülern, sondern auf allen Stufen, im Kindergarten, auf der Unter-, Mittel- und Oberstufe möglich ist. Solch seltene Momente sind für mich beglückende *Erfahrungen* der Leben-schaffenden Qualität des Dialoges.

Verstehe ich Medienerziehung als einen Teil der *Kommunikationspädagogik*, dann habe ich wohl auch diese formale Dimension meiner Erziehertätigkeit ernst zu nehmen.

Um die zwei Beispiele, die im folgenden vorgestellt werden, in den Zusammenhang meines medienpädagogischen Verständnisses hineinzustellen, folgt hier die Zielsetzung der Medienerziehung, wie ich sie für mich als verbindlich erachte.

Medienerziehung versucht, 1. durch verbesserte Kommunikation mit Massenmedien einen Beitrag zu leisten für eine persönliche Selbstverwirklichung und eine ständige Verbesserung unserer Gesellschaft sowie 2. durch eine verbesserte Gesellschaft und

persönliche Selbstverwirklichung eine Hilfe anzubieten für eine ständige Verbesserung der Kommunikation durch Massenmedien.

Vorbemerkung 2: Didaktik des situativen Ansatzes

Unter Didaktik des situativen Ansatzes verstehe ich ein erzieherisches Tun, das die Situation, in der die am Erziehungsprozess beteiligten Personen sind, ernst nimmt. In den zwei folgenden Beispielen steht je eine verschiedene Dimension dieser Situation im Vordergrund: im ersten Fall die *Wirkung der Medien auf die Schüler*, im zweiten das *Verhalten der Schüler diesen Medien gegenüber*. (Siehe dazu auch «Zoom/Filmberater», 1/78, 2–7)

1. *Disco*. Für die meisten Erwachsenen, vor allem Lehrer, ist Disco und alles, was dazu gehört, fremd und unverständlich. Für die meisten Jugendlichen jedoch bedeutet Disco viel, zum Teil sehr viel. Und Beobachter der Unterhaltungs-Szene, so Professor Richard Peterson, betrachtet Disco, nach Jazz und Rock, als den dritten dominierenden Popmusiktrend unseres Jahrhunderts. (Siehe dazu 2 Artikel in Weltwoche 44/78). Was ist Disco für meine Schüler? Was sehen sie darin? Was wird bei ihnen durch Disco befriedigt? Und weshalb?

Diesen Fragen habe ich nachzugehen, wenn ich im Sinne des situativen Ansatzes arbeiten möchte. Erst die Antworten darauf legitimieren mich zu einem schulischen oder erzieherischen Tun, erlauben mir, eine Bewusstseins- und Verhaltensveränderung zu versuchen. Die besten Auskünfte über die Schüler erhalte ich sicherlich von den Schülern selbst, und nicht aus klugen Büchern. Wie? Das soll unten in einem Beispiel gezeigt werden.

2. *Plakate*. Wir können nicht bloss Wirkungen der Medien auf die Schüler feststellen, sondern oft auch bereits ihr eigenes Reagieren, ihre Antwort auf die Medien. Wir fangen auch hier nicht bei Null an, auch wenn in der Schule noch nichts, beispielsweise zum Thema Werbung, gemacht wurde. Schüler wissen und können vieles auch ohne unser Dazutun. Dieses Wissen und Können ernst nehmen, heisst auch situationsorientiert arbeiten.

Erstens wird so die Eigentätigkeit der Schü-

ler positiv verstärkt, wenn sie ihr Wissen und Können in die Schule einbringen dürfen. Zweitens kommt mein Unterricht besser an, wenn er auf dem bereits Bekannten und Gekonnten der Schüler aufbaut, und nicht dort, wo ich glaube, dass begonnen werden muss. Drittens bieten sich durch dieses Sichtbar-Machen dessen, was die Schüler schon können und wissen, aber auch dessen, was sie noch nicht können und wissen, echte Mitbestimmungsmöglichkeiten für die Fortsetzung der Arbeit an.

Erfahrungsbericht 1: Was bedeutet für Dich Disco?

Zum zweiten Mal fand für die 3. Sekundar-klasse von Meggen eine Konzentrationswo-che zum Thema «Massenmedien» statt. Zwei Klassenlehrer und als Projektleiter der Un-terzeichnete arbeiteten mit den 45 Schülern. Die Programmgestaltung geschah folgender-massen: Die Lehrer bestimmten, dass das Fernsehen im Mittelpunkt der Woche stehen soll. Die Schüler aber setzten die Akzente, indem sie aus dem gesamten (fotokopiert ausgeteilten) Fernsehprogramm eines be-stimmten Tages sich *ihr Wunsch-Fernseh-programm* zusammenstellen konnten. Die gewünschten Sendungen wurden ausge-zählt. Und daraus ergab sich eine Priorität-enliste.

Dieses Jahr standen die Krimi-Serie, die Ta-gesschau, die Werbung (von den Lehrern bestimmt) und Disco am Fernsehen auf der Hit-Liste. Letztes Jahr waren es Science-Fiction- und Familien-Serien, die Informa-tion, die Werbung und «Aktenzeichen: XY... ungelöst» (siehe «schweizer schule» 7/79).

Wie letztes Jahr «XY . . . ungelöst», so muss-te dieses Jahr «Disco» behandelt werden. Auch wenn wir Lehrer uns unsicher fühlten und lieber eine andere Sendung gehabt hät-ten. Gerade aber diese Unsicherheit war ein fruchtbarer Einstieg. Damit wurde der Leh-rer nämlich aus seiner falschen Sicherheit herausgerissen.

Ich ging deshalb wie folgt vor: Ich legte ein Packpapier (original 60x380 cm) auf den Bo-den, teilte Filzstifte aus und sagte: Schreibt oder zeichnet auf das Blatt, was Euch «Dis-co» bedeutet? Was Euch dabei in den Sinn kommt? Welche Gefühle Euch dabei auf-steigen? Welche Erinnerungen auftauchen?

Nach etwa 15 Minuten sah das Blatt folgen-dermassen aus (wörtliche Abschrift):

gute und schlechte Musik / Zeitlupen-Licht / sexy / ab 16 / alle sind durch die Musik zusam-men verbunden / Glitzer-Make-up / Pink Floyd / Tangobeleuchtung / Nazareth / erwachende, aus-geprägte Gefühle / Deep Purple / Dirty Deeds / Treff für junge Leute / vergessen der Sorgen / Disco / heiss / farbige Lampen / näheres Zusam-menkommen / Lichtorgel / Steil / trinken / Gags / Mary / Disco-Mode / neue Leute kennen lernen / 1979 / tierisch / Ohrensausen / Flimmer / Tra-volta / trinken / Liebe / Flimmer / verrückte Klei-der / lässige Leute / Discothek / Discofeeling / anziehende Musik / Lichter / Jeans / laut / Glückszustand / Effekte / Turnschuhe / plausch / Acyd / dunkel-hell / ausflippen / 16 erlaubt – ab 14 drin / Born to be alive / Rauschzustand durch Musik / Who / Punk / Kontakt / ich finde Disco-Mode scheusslich / Travolta ist absoluter Mist / sich vergnügen / Leder / Disco-Fever / Leder-hosen / 40er Jahre / Schweissausbrüche / alles vergessen / Brillantine / Satin / Puff / gute Musik / Samstagabend / ausgelassene Stimmung / John-Travolta-Frisur / erst ab 16 / Disco / Licht-orgel / Travolta / nur noch Musik / Musik, die einen mitreisst / Night Fever / Ohrensausen / tanzen / Spotlights / zusammensein / Who / Kontakt / Frisbee / alles vergessen / Show / tanzen / Members Club / Haarfrisur / Grease / Ha! / Schulfrei / laute Musik / auf Show machen / die Musik (Disco-Sound) ist akzeptabel – sehr gut / Nachfrage nach Tanzschulen / Sonnen-brille / aus dem Alltag ausschweifen / verrückte Klamotten / bin gar nicht dafür / flippig

Die durch die Schüler mitzubestimmende Weiterarbeit

Dieses Papier ist der Ausgangspunkt einer medienpädagogischen Weiterarbeit, die dem situativen Ansatz verpflichtet ist. Was der Schüler fühlt und weiss, darf sein, er muss es nicht verdrängen. Lehrer und Schüler wissen jetzt, wo die Auseinandersetzung be-ginnen kann. Durch diese Objektivierung der verschiedenen subjektiven Bedürfnisse entsteht Transparenz und wird Mitbestim-mung möglich.

Formulierungen wie «Glückszustand», «Rauschzustand in der Musik», «Alle sind durch Musik irgendwie verbunden», «Kon-takt», «erwachende, ausgeprägtere Gefüh-le», «Näheres Zusammenkommen», «Liebe» usw. bieten eine Einstiegsmöglichkeit für ein schüler-gelenktes, schüler-zentriertes Ge-

sprach über die Bedürfnisbefriedigung durch Massenmedien am Beispiel «Disco».

«Alles vergessen», «Ausflippen», «Nur noch Musik», «Freiheit», «Aus dem Alltag ausschweifen», «Flippig», «Alltag vergessen», «Vergessen der Sorgen», «Glückszustand» usw. sind Formulierungen, die Gelegenheit bieten, über eines der wichtigsten Themen der neuen Jugend-Soziologie, den Eskapismus, die Flucht aus der Wirklichkeit, zu sprechen.

Wörter wie «Satin», «Members Club», «Spotlight», «40er-Jahre», «Haarfrisuren», «Rock 'n' Roll», «Lichtorgel», «Leder», «Flimmer», «Verrückte Klamotten», «John-Travolta-Frisur», «Farbige Lampen» usw. bieten Einstiege zur Auseinandersetzung mit den Strategien, die hinter solchen Wellen stehen, mit den Querverbindungen, die solche Bewegungen charakterisieren.

Nicht übersehen sollte man die zwar seltenen, jedoch nicht weniger persönlichen Formulierungen wie «Ich finde die Disco-Mode scheusslich», «Ohrensausen», «Auf Show machen», «Puff», «Keine andere Freizeitbeschäftigung» usw. Meinungen wie diese haben bei dieser objektivierenden Methode der Erarbeitung grössere Chance, ernst genommen zu werden, als wenn man nur darüber spricht. Doch sollte der Lehrer solche Formulierungen auch gezielt ins Gespräch bringen, nötigenfalls auch jene unterstützen, die sie aufs Blatt geschrieben haben.

Gruppen- oder Gattungsnamen und Song-Titel wie «Deep Purple», «Who», «Rock 'n' Roll», «Nazareth», «Pink Floyd», «Punk» und «Born To Be Alive» u. ä. kann die Klasse auf Diskussionen bringen, bei denen Unterschiede zwischen den einzelnen Gruppen und Stilen herausgearbeitet werden können. Und Unterscheiden ist immer ein guter, weil argumentierender Einstieg, sich mit einer Sache auseinanderzusetzen.

Erfahrungsbericht 2: Untersucht diese Plakate!

Das Thema «Werbung» wurde nicht von den Schülern gewählt, sondern von den Lehrern. Denn mit dem Planungs-Werkzeug «Macht ein Wunsch-Fernsehprogramm!» war kaum zu erwarten, dass jemand das Werbefernsehen aufführen würde. Da uns eine Video-Kamera zur Verfügung stand, und da wir

die pädagogischen und didaktischen Chancen der Video-Arbeit kannten, nahmen wir die Gelegenheit wahr, dass jede Gruppe während etwa 1½ Tagen damit arbeiten konnte.

Da jede Gruppe aus 15 Schülern bestand, teilte ich sie nochmals in drei Untergruppen auf: eine Gruppe machte «aktive Medienkunde», eine Gruppe wertete medienkundliche Filme zum Thema «Werbung» aus, und eine Gruppe bekam den Auftrag: Untersucht diese Plakate! Die erste Gruppe erhielt 10 Rauchwaren-Plakate, die zweite 10 Getränke-Plakate, und die dritte überarbeitete die Untersuchungsergebnisse der andern. Die Gruppen rotierten.

Es ging mir darum, den «*passiven Könnens- und Wissensschatz*» – analog dem passiven Wortschatz – zu *aktivieren*. Und zwar ohne Lehrer-Anleitung, nur mit dem Gespräch der Schüler in der Gruppe.

Das Denken hinter den Untersuchungs-Ergebnissen zeigt dem Lehrer und den Schülern deutlich, in welcher Richtung nach der Konzentrationswoche weiter gearbeitet werden muss.

Im allgemeinen waren pro Plakat etwa 5–10 Anmerkungen auf den Blättern. Im folgenden einige Auszüge aus den 20 Untersuchungen:

- Weckt das Gefühl von Frische: gelbe-grüne Farbe (Perriet)
- Der Name Whisky ist zu klein geschrieben: nicht gut (Black & White)
- Die drei Leute zeigen gemütliches Zusammensein, sie machen einen glücklichen Eindruck (Hürlimann Stern Bräu)
- Das überdimensional gezeichnete Glas mit dem kalten Hintergrund erzeugt den Wunsch nach einem kühlen, frischen Bier (Schweizer Bier)
- Der Stein erklärt den Namen «Mineralwasser»; es kommt aus den Sandsteinschichten (Aqui)
- Der rote Pullover und die ungewohnte Handbewegung deuten auf etwas Erfrischendes, Leichtes (San Pellegrino)
- Die Schrift «Cin Cin Cinzano» reizt zum Summen (Cinzano)
- Der dunkle Hintergrund spricht harte Männer an (Meccarillo)
- Zwei Paare stehen für Gemeinschaftsgefühl (Flint)

- Plakat in Form eines Zigarettenpaketes (Marlboro)
- Gute Raumverteilung: Symbole für Glück und Freiheit über der einen Hälfte, Zigarette über der anderen (Brunette)
- Amerika ist unser Vorbild, darum ist alles englisch geschrieben, aber dennoch, oder gerade deshalb: «made in Switzerland» (L & M)
- Sie ist billig, darum ist der Preis aufgeführt (Stella)
- «Export», deshalb weltweit bekannt, deshalb wohl gut (Villiger)
- Je mehr das Blau schwimmt, desto mehr ist man beschwipst, d. h. Campari ist ein stark alkoholisches Getränk (Campari)
- Napoleon war ein berühmter und furchtloser Mann, also auch ein Trinker dieses Getränks (Napoléon)
- Die vornehme Etikette weist auf die hohe Qualität des Whisky hin (White Horse)
- Der Stumpfen ist sehr hervorgehoben, scheint mächtig gross. Und in Wirklichkeit? (Rössli)
- Die Pfeife daneben verstärkt noch den Wunsch zum Rauchen (Borkum Riff)
- Die Zigarette verspricht mehr Geschmack: Aroma plus (Muratti 2000)

Die Analysen-Ergebnisse können von allen Schülern gelesen, befragt, begründet, hinterfragt werden. Aus der Art, die Plakate und die dahinter stehenden Strategien zu beschreiben, stellen sich Fragen für die Weiterarbeit:

Detail-Untersuchung eines einzelnen Plakates oder Inserates durch die ganze Klasse? Darbietung einiger bekannter Werbe-Strategien der Werber? Wahrnehmungs- oder Assoziations-Tests über die Rezeption von Werbung? Auswertung und Anwendung der

Erkenntnisse der medienkundlichen Filme zum Thema (Werbung am Beispiel «Persil», «Public Relations», «Image» usw.)?

Jetzt können die *Schüler kompetent mit-planen*, was in den folgenden Stunden untersucht, d. h. gelernt werden soll.

Schlussbemerkungen

Was hier vorliegt, ist keine abstrakte Theorie, sondern ein Erfahrungsbericht (samt Überlegungen zur Weiterarbeit) und die dazu gemachten Grundsatzüberlegungen. Der Text sollte nicht als Vorbild wirken, sondern zur eigenen, d. h. auch immer verschiedenen medienpädagogischen Arbeit animieren oder provozieren.

Vielleicht machen diese kurzen Erfahrungsberichte aber auch deutlich, dass Medienerziehung nicht gleich Medienerziehung ist. Auch hier gibt es ein *je verschiedenes Bewusstsein* hinter der Arbeit. Es kann dies partnerschaftlich, emanzipatorisch, autorität-abbauend, befreiend sein – oder nicht.

Weiter gefragt: Es kommt – nach meiner Auffassung – gar nicht darauf an, dass ein Lehrer in seiner Klasse Medienerziehung betreibt. *Entscheidender ist es, dass er Schule als Erziehung, Erziehung als Befreiung, Befreiung als gemeinschaftliches Tun nimmt.*

Dann wird nämlich Medienerziehung eo ipso als Kommunikationspädagogik verstanden und betrieben. Andererseits kann man in der Schule noch so viele schöne Filmchen ansehen und noch so viel Technik einsetzen: Es geschieht nichts im Sinne von «*Erziehung als Praxis der Freiheit*» (Paulo Freire). Dann ist Erziehung – nach meiner Auffassung – nicht nur sinnlos, dann ist sie (im Sinne von Ivan Illich) schädlich.

Umschau

Die Ausbildung von Berufswahllehrern

Seit dem Jahre 1974 wird die Ausbildung von Berufswahllehrern vom Schweizerischen Verband für Berufsberatung in Zusammenarbeit mit den interessierten kantonalen Erziehungsdirektionen vorgenommen.

Ziel dieser Zusatzausbildung für Lehrkräfte aller Stufen ist die Vermittlung einer umfassenden, in sich geschlossenen Ausbildung, die es einem Lehrer ermöglicht, die Berufswahlvorbereitung in einer Schule selbständig durchzuführen und den Berufswahlprozess der Schüler individuell zu fördern.

Die Ausbildungsdauer wurde auf 500 Stunden festgelegt. Davon entfallen 320 Stunden auf fachspezifischen Unterricht und 180 Stunden sind für