

Lehrer nutzen das Internet – aber kaum im Unterricht

Nutzung vor allem zur Unterrichtsvorbereitung

(Essen, 19. Mai 2008) Die meisten Lehrerinnen und Lehrer nutzen das Internet für die Unterrichtsvorbereitung. Besonders geeignet erscheint ihnen hierfür eine spezifisch an Lehrer adressierte Online-Website, die gut aufbereitete Lernmaterialien zur Unterrichtsvorbereitung bietet. Die Nutzung von Online-Angeboten im Unterricht ist an deutschen Schulen allerdings noch immer die Ausnahme. Dies bestätigt die MMB-Studie "Digitale Schule – wie Lehrer Angebote im Internet nutzen" im Auftrag des Bundesbildungsministeriums.

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung zur Nutzung von Online-Lehrer-Angeboten durch Lehrer lassen sich in zehn Thesen zusammenfassen:

1. Allgemeinbildende und berufsbildende Schulen bieten ein **großes Potenzial für die Nutzung von Online-Medien**, das noch lange nicht ausgeschöpft wird. Die erforderliche Ausstattung ist sowohl bei Lehrern als auch bei Schülern größtenteils vorhanden, aber die Nutzung könnte deutlich höher sein.
2. Die **Nutzung von Online-Angeboten** für Lehrer zur **Unterrichtsvorbereitung** ist für die meisten Lehrerinnen und Lehrer eine **Selbstverständlichkeit** geworden. Die Nutzung von Online-Angeboten **im Unterricht** ist hingegen eher die **Ausnahme**.
3. Es existiert ein großes und **umfangreiches Online-Angebot für Lehrer**. Die vorliegende Untersuchung ermittelt 36 schulspezifische Websites, die von Lehrern häufig genutzt werden. Hinzu kommen Angebote, die sich auch an andere Zielgruppen wenden.
4. Es kristallisieren sich **vier Angebots-, Typen** heraus: 1. Kostenlose Informationsangebote mit **Verweisen** auf Inhalte anderer Anbieter; 2. Bereitstellung von **Unterrichtsmaterialien** speziell für Lehrer (z.T. kostenlos); 3. **Spezialangebote** für bestimmte Lehrer-Zielgruppen oder Themen; 4. **Arbeitsumgebungen** für die Zusammenarbeit von Lehrern, Schülern und anderen schulnahen Akteuren.
5. Bei den **Angeboten und Funktionalitäten** legen Lehrer vor allem Wert auf Datenbanken mit **Lerninhalten** sowie auf **Links** und **aktuelle Informationen** für Lehrer. Geringer ist die Präferenz für **virtuelle Arbeitsumgebungen**.
6. Hauptaufgabe einer Portalredaktion ist nach Ansicht der Lehrer die **Erstellung von Contents** im eigenen Hause. Experten (Schuldirektoren und Vertreter der Länder) befürworten hingegen den Aufbau eines **Netzwerks von Lehrern, die die Inhalte** für das Portal **erstellen**.
7. Eine **Erweiterung der Zielgruppen** von Web-Angeboten für Lehrer wird **eher nicht gewünscht**, wohl aber eine gezielte **Öffnung** für Referendare und Pädagogik-Studierende, also den **Lehrer-Nachwuchs**.

8. Weitgehend **akzeptiert** werden von Lehrern „klassische“ Online-Angebote im Sinne des „**Web 1.0**“, also von professionellen Autoren erstellte Texte und Grafiken, die keine weitere Bearbeitung mehr ermöglichen oder benötigen. Eine kleine **Pioniergruppe** von Lehrern und Experten begrüßt die neuen Formen des „**Web 2.0**“, in denen alle Nutzer an den Inhalten im Web mitarbeiten.
9. Von allen Finanzierungsarten ist Lehrern und Experten das **Abonnement** bzw. die „**Flatrate**“ am **sympathischsten**. Deutlich **weniger beliebt** ist „**Pay per Download**“.
10. Nach Meinung der befragten Lehrer sollte die **Finanzierung von Lehrer-Angeboten** bei den **Bundesländern** liegen. Auch **Schulträger** und **Sponsoren** werden als Finanzierungsquelle präferiert.

Für die Untersuchung hat das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung folgendes Multimethodendesign durchgeführt: Ausgehend von einer umfangreichen Analyse von insgesamt 36 Online-Angeboten für Lehrer wurden im nächsten Schritt 30 Leitfadeninterviews mit Experten aus Schulen, Verlagen und Bildungs-Vertretern der Bundesländer geführt. Hinzu kam eine schriftliche Befragung von 186 Lehrerinnen und Lehrern aller Schularten und Schulstufen.

Die Studie liegt unter

http://www.dlr.de/pt/PortalData/45/Resources/dokumente/nmb/MMB_Veroeffentlichung_Lehrer_Online_20080505_final.pdf
zum Download bereit.

Ansprechpartner:

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung, Essen
Dr. Lutz Goertz
Tel.: ++49(0)201-72027-0
info@mmb-institut.de
www.mmb-institut.de

(Insgesamt 3.906 Zeichen)

Veröffentlichung honorarfrei, Belegexemplar oder Hinweis auf URL erbeten.