

BILDUNGSWELTEN

Bildungsmedien und
Bildungsmedienverlage
in Deutschland



VERBAND
BILDUNGS
MEDIEN

Diese Broschüre erhalten
Sie kostenlos unter

verband@bildungsmedien.de
069 9866976-0

oder zum Download auf
www.bildungswelten.info



INHALT

06 WAS SIND BILDUNGSMEDIEN?



08 WIE WERDEN BILDUNGSMEDIEN HERGESTELLT?



10 DIGITALE BILDUNGSMEDIEN



12 WER STELLT BILDUNGSMEDIEN HER?



14 BILDUNGSMEDIEN IN DER ALLGEMEINBILDENDEN SCHULE



16 BILDUNGSMEDIEN IN DER FRÜHEN BILDUNG



18 BILDUNGSMEDIENMARKT FÜR DIE ALLGEMEINBILDENDE SCHULE



20 BILDUNGSMEDIEN IN DER BERUFLICHEN BILDUNG



22 BILDUNGSMEDIEN IN DER ERWACHSENENBILDUNG



24 BILDUNGSMEDIEN IN DER LEHRERBILDUNG



26 BILDUNGSMEDIEN UND VIELFALT



28 WAS KOSTEN BILDUNGSMEDIEN?



30 BILDUNGSMEDIEN UND URHEBERRECHT



WAS SIND BILDUNGSMEDIEN?

Als Bildungsmedien bezeichnet man alle analogen und digitalen Lehr- und Lernmaterialien, die gezielt einen Lernprozess unterstützen. Diese Lernprozesse sind oft institutionalisiert: Sie finden vor allem an der Schule, beruflichen Schule, Hochschule, Volkshochschule oder an anderen Einrichtungen der Erwachsenenbildung statt. Bildungsmedien können entweder für die Hand der Lehrkraft oder für die Benutzung durch die Lernenden konzipiert sein. Es gibt spezielle Bildungsmedien für alle Teile des Lernprozesses: für die Unterrichtsvorbereitung und -durchführung, für das Üben, Vertiefen, Überprüfen und vieles mehr.

„Schulbuch“ genau definiert

An den allgemeinbildenden Schulen ist der Begriff „Schulbuch“ in den Schulbuchzulassungsverordnungen der einzelnen Bundesländer genau definiert. Schulbücher sind Druckwerke oder digitale Medien „für die Hand der Schülerin oder des Schülers, die dazu dienen, die Bildungsstandards, die Niveaustufen oder den Lehrplan eines Faches oder eines Fächerverbundes einer bestimmten Schulart oder eines bestimmten Schultyps nach den dort benannten Zielen, Kompetenzen und Inhalten zu erfüllen“, gilt z. B. für das Land Baden-Württemberg. Ein zentrales Merkmal von Schulbüchern ist also ihre curriculare Struktur: Lerninhalte bauen aufeinander auf – über ein ganzes Schuljahr

und häufiger sogar über mehrere Schuljahre bis hin zu einem bestimmten Abschluss. Schulbücher folgen Lehrplänen und Bildungsstandards und können deshalb bis zu 16 Regionalausgaben haben.

Produktvielfalt in der Lehrwerksreihe

Neben dem Lehrwerk gibt es für Lernende beispielsweise auch Arbeitshefte, Vokabelhefte, Übungssoftware, Prüfungs- und Klassenarbeitstrainer, Atlanten, Formelsammlungen, Online-Portale zur Selbsteinschätzung und Lektüren. Für die Lehrkräfte sind beispielsweise didaktische Anmerkungen, d. h. Lehrerbände oder Lehrerhandbücher, Online-Portale zur Leistungsstandmessung, Klausurvorschläge, Tests, Musterprüfungen erhältlich. Auch didaktische Handpuppen, Hör-CDs, Whiteboardsoftware oder Liederbücher sind Bildungsmedien und werden von den Bildungsmedienverlagen als Teil der Lehrwerksreihen angeboten.



Unterrichten



Unterricht, Präsenzphase, Prüfung



Unterrichtsvorbereitung



Üben, Nachholen, Vertiefen

„Redaktion und Autor/-innen“ und
„Produktion und Vertrieb“:

Videos zur Bildungsmedienherstellung
anschauen unter
www.bildungswelten.info



WIE WERDEN BILDUNGSMEDIEN HERGESTELLT?

An einem einzigen Lehrwerk können bis zu 70 Personen arbeiten. Deren Know-how läuft in der Fachredaktion im Verlag zusammen. Fachredakteurinnen und -redakteure sind oft selbst ausgebildete Lehrkräfte und zusätzlich mit der Verlagsarbeit vertraut. Sie betreuen den gesamten Prozess der Entwicklung, der Herstellung und des Vertriebs. Spezielle Fachabteilungen in den Verlagen unterstützen sie: Das Einholen und Verwalten von Rechten, die Budgetierung und das Rechnungswesen, Grafik und Gestaltung, Druckoptimierung bzw. Programmierung von Online- und Offline-Anwendungen, Werbung und Pressearbeit, Vertrieb und Kundenservice liegen beim Verlag in den Händen von Fachleuten. Besonders große oder wichtige Reihen werden zusätzlich von Herausgebern aus der Fachdidaktik oder Wissenschaft betreut. Geschrieben werden die Lehrwerke von Autorenteamen, die die Fachredaktion zusammenstellt. Lehrwerksautor/-innen sind in den meisten Fällen selbst Lehrkraft für das entsprechende Fach oder – besonders im Bereich der Fremdsprachen – Muttersprachler/-in. Oft arbeiten unterschiedliche Autor/-innen für die verschiedenen analogen und digitalen Bestandteile einer Lehrwerks-

reihe, d. h. für das Lehrwerk selbst, das Arbeitsheft, den Prüfungstrainer, das Lehrerhandbuch, das digitale Angebot etc.

Die Lehrkraft entscheidet

In der Allgemeinbildung werden neue Lehrwerke immer dann notwendig, wenn die Bildungspolitik Änderungen an den Lehrplänen oder Prüfungsanforderungen vornimmt. Da es in Deutschland keine Auftragsproduktionen durch die Bildungspolitik gibt, können dann alle Verlage ein passendes Lehrwerk entwickeln und auf den Markt bringen. Allein die Lehrkräfte an den Schulen entscheiden, welches Lehrwerk sie verwenden wollen. Die Bildungsmediaverlage tragen dadurch vollständig das wirtschaftliche Risiko bei der Entwicklung eines neuen Lehrwerks. Durch den Verkauf der analogen und digitalen Produkte erwirtschaften sie Gewinn und können so die Entwicklung neuer Lehrwerke finanzieren. Diese Wettbewerbssituation ist für die Bildungspolitik und die Lehrkräfte an den Schulen komfortabel: Sie haben die Wahl aus mehreren Produkten, müssen aber deren Entwicklung nicht selbst finanzieren und damit kein wirtschaftliches Risiko eingehen.



DIGITALE BILDUNGSMEDIEN

Seit den 1990er Jahren investieren die deutschen Bildungsmedienverlage intensiv in die Entwicklung von so genannten e-Didaktiken, d. h. der Unterstützung von konkreten didaktischen Zielen durch elektronische Lehr-/Lernmittel. Digitale Bildungsmedien gehören deshalb heute selbstverständlich zum Alltag in Kita, Schule und Instituten der beruflichen und Erwachsenenbildung.

Von interaktiver Wandkarte bis Online-Diagnose-Tool

Über den Markterfolg digitaler Bildungsmedien entscheidet vor allem das Interesse der Lehrkräfte und Schüler/-innen. Ebenso entscheidend ist aber die vorhandene technische Infrastruktur. An vielen Schulen und Instituten der Erwachsenenbildung fehlen technische Endgeräte und ein ausreichend stabiler Zugang zum Internet. Zu Hause haben Lehrende und Lernende dagegen oft bessere Bedingungen und können digitale Bildungsmedien dort leichter nutzen.

Die Bildungsmedienverlage bieten deshalb viele verschiedene Arten von Bildungsmedien an: Die Produktpalette reicht von interaktiven Tafelbildern und Wandkarten über digitale Unterrichtsassistenten und Online-Diagnose-Tools bis hin zu Online-Wörterbüchern und Angeboten für das Blended Learning, zu Übungssoftware und -apps, Simulationssoftware und vielem mehr.

Didaktischer Mehrwert

Die verschiedenen Arten von professionellen digitalen Bildungsmedien unterstützen so jede Phase des Lernens: unterrichten, üben, prüfen, dokumentieren, trainieren, nachschlagen ... Die didaktischen Vorteile liegen nicht nur in einer aktiven Stärkung der Medienkompetenz. Digitale Bildungsmedien sind auch häufig binnendifferenziert und ermöglichen so eine bessere individuelle Förderung. Sie haben eine höhere Aktualität als viele gedruckte Materialien und ermöglichen im Medienmix mit diesen vielfältige Zugänge zu einem Lerngegenstand.

Wie alle professionellen Bildungsmedien folgen auch die digitalen Produkte dem Indoktrinationsverbot und stellen Diversität angemessen dar. Sie enthalten ausschließlich Materialien, bei denen das Urheberrecht geklärt ist, sind oft für verschiedene Endgeräte und Betriebssysteme verfügbar und unterliegen den deutschen Datenschutzgesetzen.

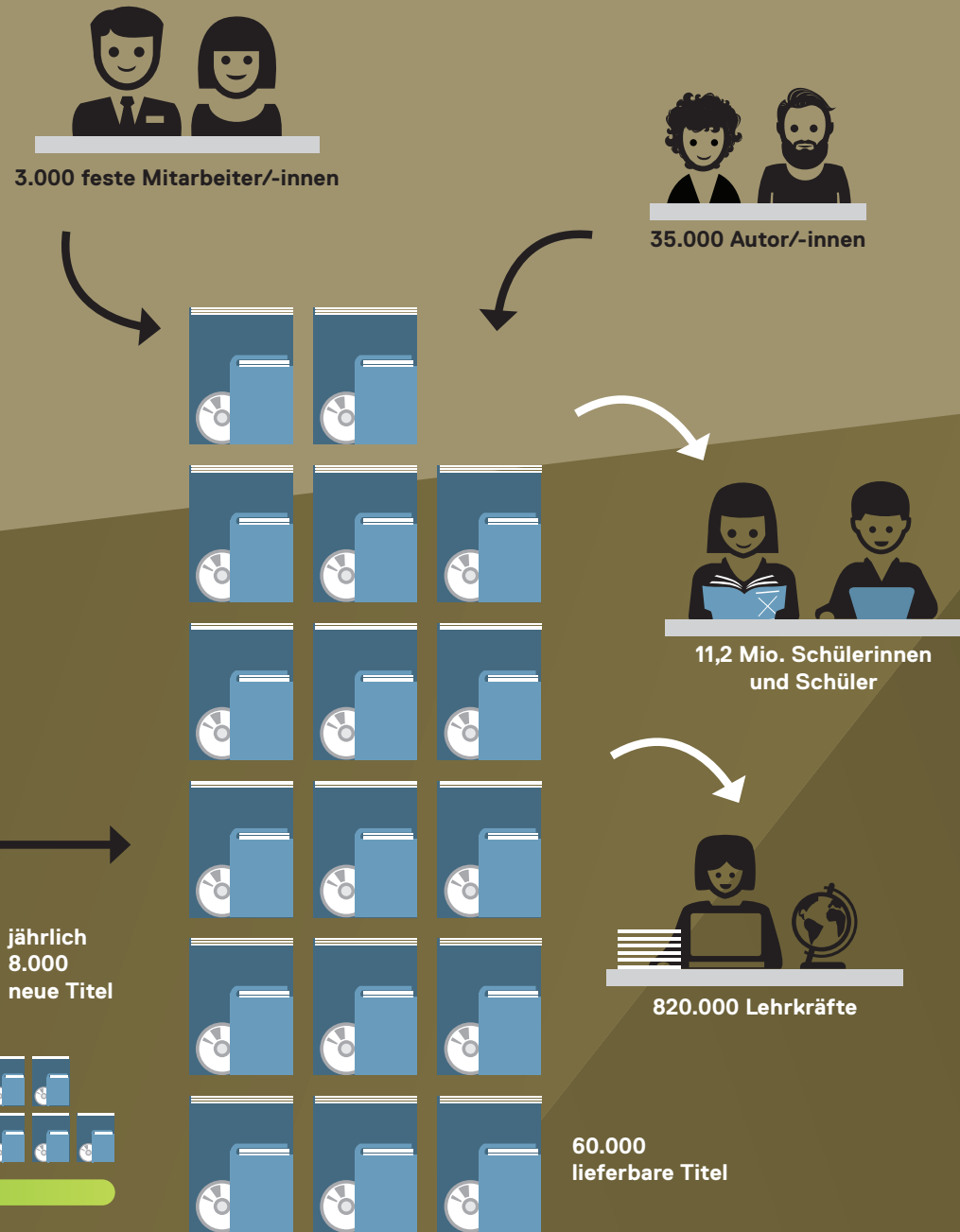


WER STELLT BILDUNGSMEDIEN HER?

In Deutschland gibt es rund 80 professionelle Bildungsmedienverlage, d. h. Wirtschaftsunternehmen, die ihr Hauptgeschäftsfeld in der Produktion von analogem und digitalem Lehr- und Lernmaterial für den Unterricht in Schule, Hochschule und Ausbildungsbetrieb haben. Die Branche beschäftigt insgesamt rund 3 000 feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und noch einmal etwa genauso viele freie Mitarbeiter/-innen. An die Bildungsmedienverlage sind rund 35 000 Autorinnen und Autoren gebunden, die meisten davon sind hauptberuflich Lehrkräfte. Die Branche bringt jährlich rund 8 000 analoge und digitale Titel neu auf den Markt. Insgesamt sind rund 60 000 Titel verfügbar.

Marken mit Geschichte

Die Bildungsmedienbranche ist mittelständisch geprägt. Die Geschichte der meisten deutschen Bildungsmedienverlage geht bis ins frühe 20., teils sogar bis ins 19. Jahrhundert zurück. Viele der noch heute bekannten Marken konnten sich schon am Anfang des 20. Jahrhunderts fest etablieren, bevor die verlegerische Tätigkeit in der Zeit des Nationalsozialismus meist völlig zum Erliegen kam. Ab 1945 vergaben die Militärregierungen in den Besatzungszonen dann wieder Verlagslizenzen, die meisten Verlage konnten aber erst ab 1949 die Arbeit wieder aufnehmen. Bedingt durch die individuelle Verlagsgeschichte und die damit verbundene langjährige Entwicklung der Produktpalette sind viele Verlage auf bestimmte Schularten oder -fächer spezialisiert.



80 Verlage

jährlich
8.000
neue Titel

60.000
lieferbare Titel

BILDUNGSMEDIEN UND ZULASSUNGSPFLICHT

In vielen Bundesländern unterliegen Schulbücher einer amtlichen Zulassungspflicht. Dabei ist unterschiedlich geregelt, ob digitale Werke und welche Arten von Bildungsmedien, zum Beispiel Atlanten, als Schulbuch gelten und einer Zulassungspflicht unterliegen. Beispielsweise Arbeitshefte gelten in vielen Bundesländern nicht als Schulbücher und sind dort nicht zulassungspflichtig. Die Prüfverfahren sind für die Verlage mit Kosten von branchenweit jährlich rund 200 000 Euro verbunden.

Von der Zulassung ...

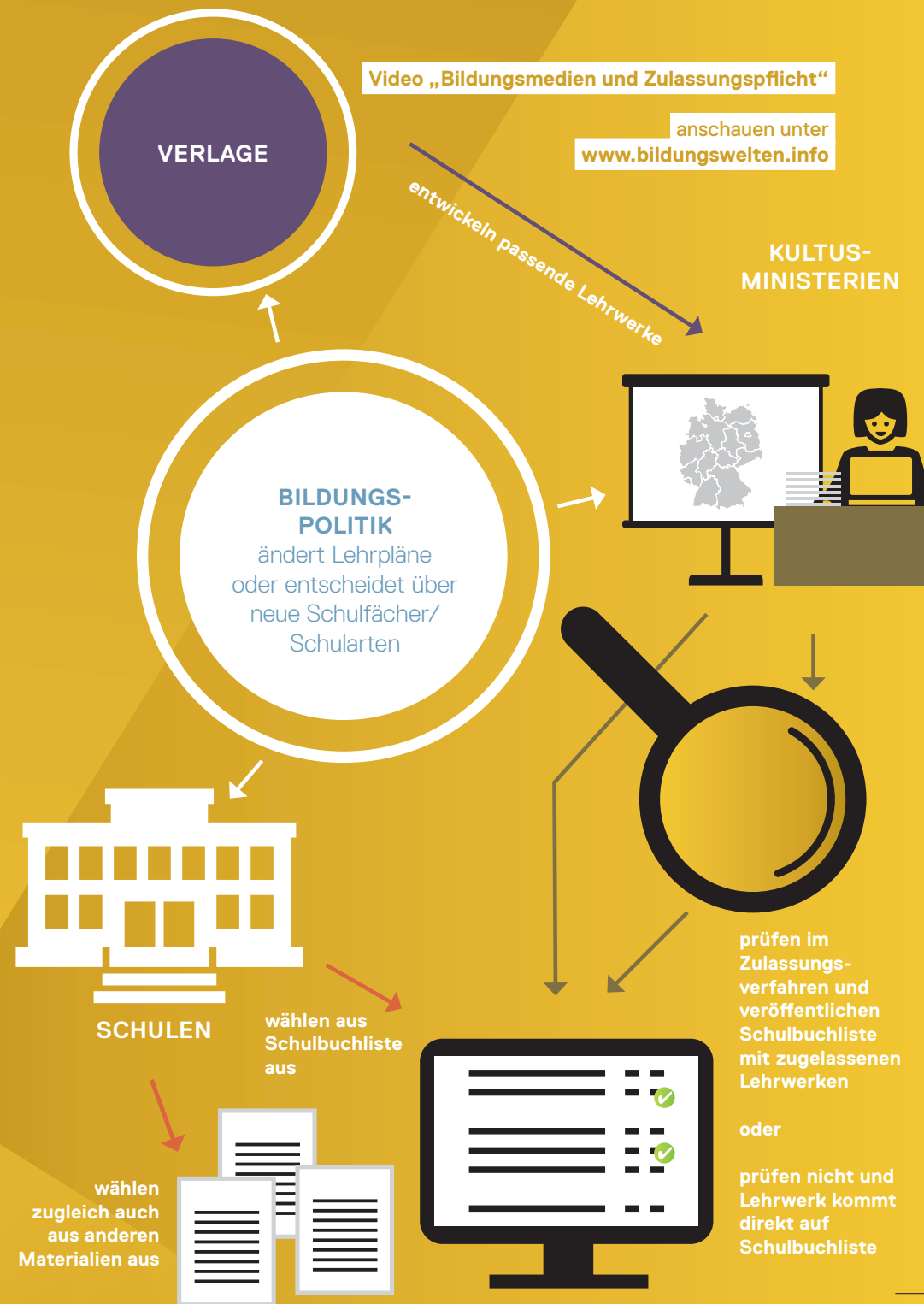
Das häufigste Prüfverfahren ist die Begutachtung. Dabei werden die Materialien mehreren unabhängigen Gutachter/-innen, zum Beispiel ausgewählten Lehrkräften, vorgelegt. In einem oft mehrere Monate dauernden Verfahren wird überprüft, ob die Vorgaben der Lehrpläne umgesetzt sind und ob didaktische Grundprinzipien wie zum Beispiel das Indoktrinationsverbot beachtet sind. In einigen Bundesländern besteht für einzelne Fächer auch die Möglichkeit eines vereinfachten Verfahrens, bei dem nur stichprobenhaft überprüft wird.

... zur Schulbuchliste

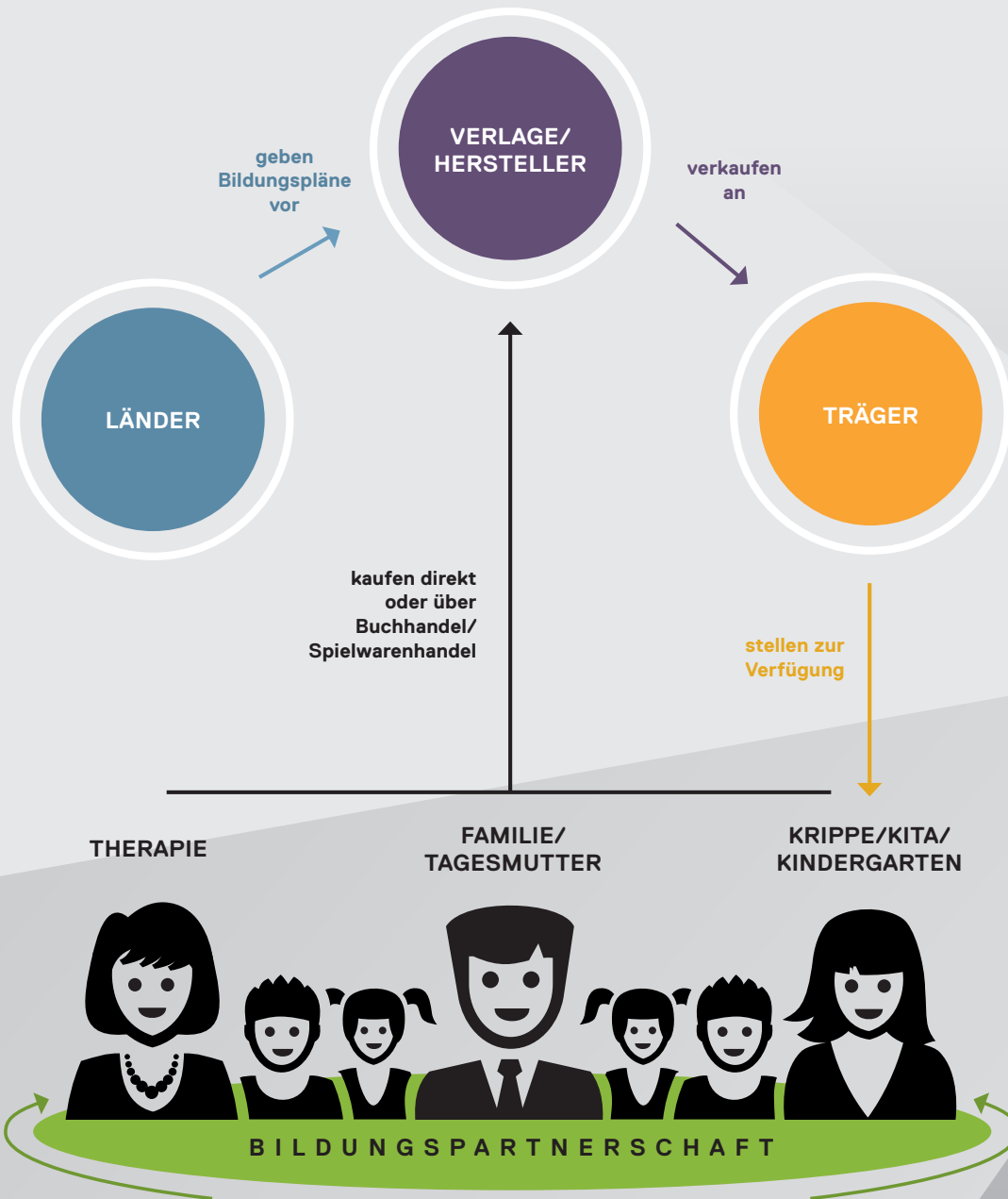
Durch die Zulassung erscheinen die Bildungsmedien auf den Schulbuchlisten der Bundesländer. Sie können dann von Lehrkräften bestellt werden. Das „Bestehen“ der Prüfverfahren ist für die Verlage deshalb eine Grundvoraussetzung beim Zugang zum Schulbuchmarkt. Eine Absatzgarantie ist das jedoch nicht. Denn die Zulassung bedeutet für die Lehrkräfte keinerlei Verpflichtung, ein bestimmtes Schulbuch – oder überhaupt ein analoges oder digitales Bildungsmedium – zu benutzen. Lehrkräfte können frei wählen, welches Konzept für sie das richtige ist.

Bildungshoheit der Länder

Mit dem Zulassungsverfahren nimmt die Bildungspolitik der Länder ihre Bildungshoheit wahr. Sie prüft die Konformität zu den Lehrplänen und verhindert z. B. eine einseitige oder falsche Darstellung von Lerninhalten.



BILDUNGSMEDIEN IN DER FRÜHEN BILDUNG



Frühe Bildung umfasst die pädagogische Arbeit mit Kindern von der Geburt bis zur Einschulung. Sie findet einerseits in der Familie und andererseits im Kindergarten/in der Kita statt. Rund 95 % der 3- bis unter 6-Jährigen besucht eine Kindertageseinrichtung. Für die Frühe Bildung gibt es zudem spezielle Therapie-Einrichtungen, z. B. für die Sprachförderung.

Schwerpunkt Sprache

Institutionelle Anbieter von Früher Bildung, d. h. die Städte, Gemeinden, Kirchen oder Sozialverbände als Träger von Krippen, Kitas und Kindergärten, sind an die Bildungspläne und Bildungsstandards der einzelnen Bundesländer gebunden. Diese basieren auf einem Bild des Kindes als „mit Kompetenzen ausgestatteten Lerner“. Familie und Kindertageseinrichtung gehen dem Kind gegenüber eine Bildungspartnerschaft ein. Eine zentrale Rolle in den Bildungsplänen spielen die Sprachentwicklung und Sprachförderung. Die professionellen Bildungsmedien für die Lebensjahre 0-3 haben darum vor allem den Zweck, durch Aufmerksamkeits- und Wahrnehmungsschulung lern- und sprachfähig zu machen. Kinder ab dem vierten Lebensjahr bereiten sich dann bereits mit Vorformen der Schulfächer Mathematik (Mengen und Größen), Musik, Bewegung, Schriftsprache und Naturwissenschaften auf das Lernen in der Grundschule vor.

Bilderbox und Fachbuch

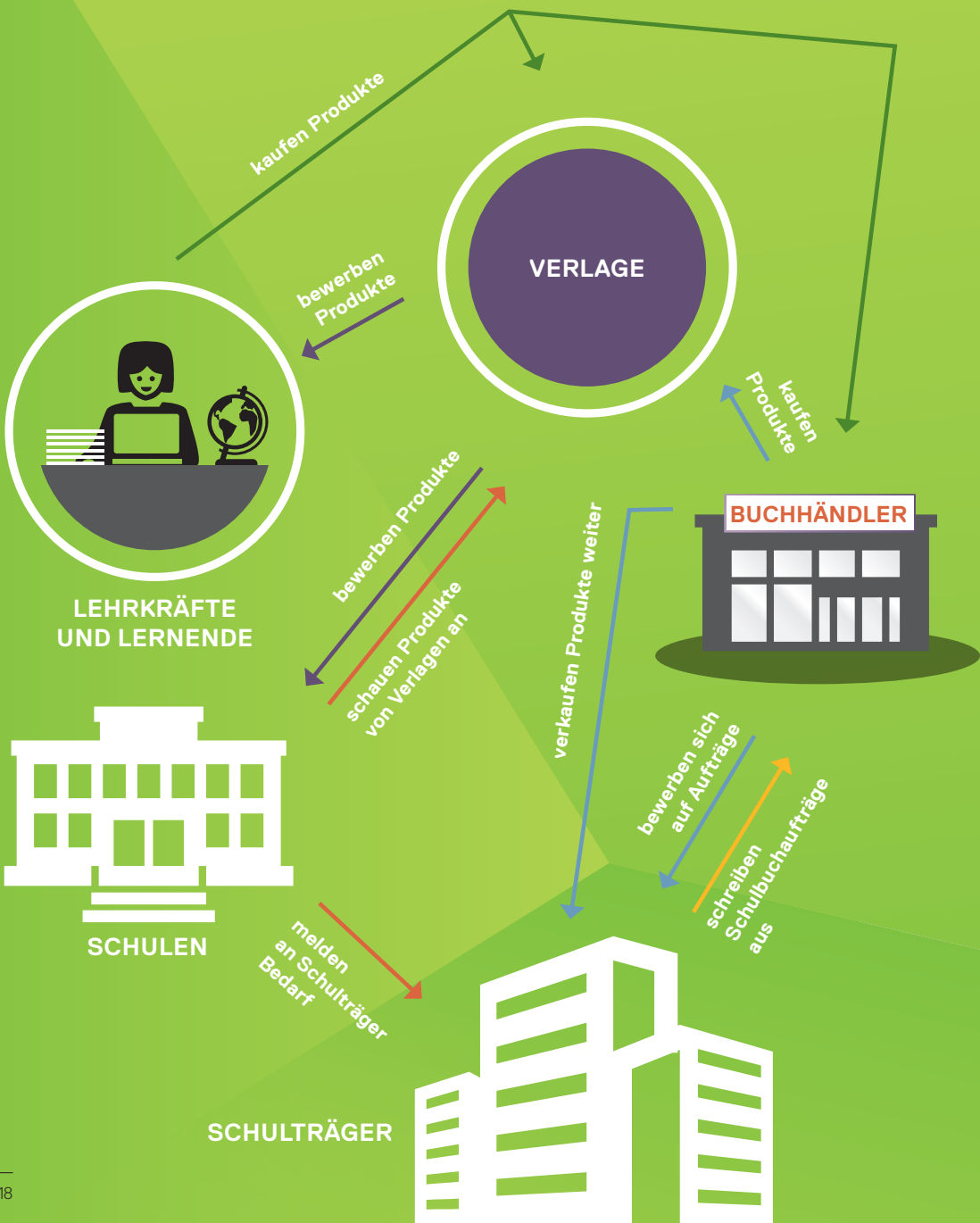
Die Arten von Bildungsmedien sind sehr vielfältig: Bei Lernspielverlagen, Ausstattern und Spielwarenherstellern erhältlich sind beispielsweise Stoffbücher und Gegenstände aus verschiedenen haptischen Materialien für das taktile Anfangslernen, wie z. B. Greifringe. Für das Einleiten kognitiver Prozesse eignen sich Bilderboxen, Lernspiele mit Selbstkontrolle, Systeme aus Holzwürfeln oder Puzzles. Eine Besonderheit der Bildungsmedienverlage sind didaktische Materialien, die sich explizit an den Bildungsplänen orientieren, zum Beispiel Lernspiele und spezielle Fördermaterialien für die Kinder sowie pädagogische Literatur für die Fachkräfte.

Die Bildungsmedien in der Frühen Bildung werden über den Spielwarenhandel, den Buchhandel oder online über die Webshops der Hersteller vertrieben. Käufer sind die Eltern der Kinder, ihre Erzieher/-innen und Kita-Fachkräfte oder die Leiter/-innen von Kindertageseinrichtungen. Viele Bildungsmedien werden zentral über den Träger der Bildungsstätte angeschafft und den Pädagog/-innen dann direkt oder im Rahmen ihrer Aus- und Fortbildung zur Verfügung gestellt.

Video „Bildungsmedien in der allgemeinbildenden Schule“

anschauen unter
www.bildungswelten.info

BILDUNGSMEDIEN IN DER ALLGEMEINBILDENDEN SCHULE



Grundsätzlich zu unterscheiden sind Bildungsmedien, die durch die staatliche Lernmittelfreiheit bezahlt werden, und solche, die nicht darüber bezahlt werden. Dies ist in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich geregelt. Oft müssen sich auch die Eltern am Schulbuchkauf beteiligen.

Schulbuchausschreibung über den Buchhandel

Die Materialien, die unter die Lernmittelfreiheit fallen, kauft in der Regel der Schulträger, nachdem die einzelnen Schulen ihm den konkreten Bedarf an digitalen oder gedruckten Büchern gemeldet haben. Träger der öffentlichen Schulen sind – je nach Schulart – beispielsweise die Kreise oder die Kommunen. Darüber hinaus gibt es private Schulen, die zum Beispiel von Stiftungen, Wirtschaftsunternehmen oder Privatpersonen getragen werden. Die Schulträger kaufen die benötigten Schulbücher direkt beim Buchhandel oder sind – ab einem bestimmten Wert – verpflichtet, den Auftrag bundesweit oder gar europaweit für den Buchhandel auszuschreiben. Wegen der Buchpreisbindung geben aber alle Buchhändler das gleiche Angebot ab, sodass der Zuschlag dann ausgelöst wird.

Verkauf an Schüler/-innen, Eltern und Lehrkräfte

Alle anderen Materialien – sowohl die, deren Anschaffung die Schulen verlangen, als auch die, die Schüler/-innen, Eltern oder Lehrkräfte aus eigenem Interesse zusätzlich erwerben – verkaufen die Verlage über den Buchhandel oder in ihren eigenen Webshops. Ein Teil der Bildungsmedien ist nicht frei verkäuflich. Dazu zählen vor allem die Lehrerbände oder Sammlungen mit Klausurvorschlägen. Diese Materialien verkaufen die Verlage nur an Lehrkräfte gegen Vorlage des Schulstempels.

Bildungsmedienbudgets

Die Mittel, die für die Anschaffung von Bildungsmedien durch die Schulträger zur Verfügung stehen, werden von den Kommunen bereitgestellt. Die Ausgaben an öffentlichen Schulen je Schülerin und Schüler betragen 2022 durchschnittlich 9 400 Euro. Davon entfielen 7 200 Euro auf Personalausgaben, rund 1 300 Euro auf den laufenden Sachaufwand und weitere 900 Euro für Investitionsausgaben. Bildungsmedien sind Teil des laufenden Sachaufwands. Der Verband Bildungsmedien schätzt ihren Anteil auf 50 Euro.

BILDUNGSMEDIEN IN DER BERUFLICHEN BILDUNG

Unter beruflicher Bildung wird vor allem die berufliche Erstausbildung verstanden. Diese findet in Deutschland meist im so genannten „Dualen System“ statt, d. h. parallel an einer beruflichen Schule und in einem Ausbildungsbetrieb. Daneben gibt es eine Vielzahl anderer Bildungseinrichtungen zur beruflichen Bildung – von der Berufsorientierung bis zur Fachhochschule, vom Ausbildungsabschluss bis zur Meisterprüfung.

In beruflicher Schule und Ausbildungsbetrieb

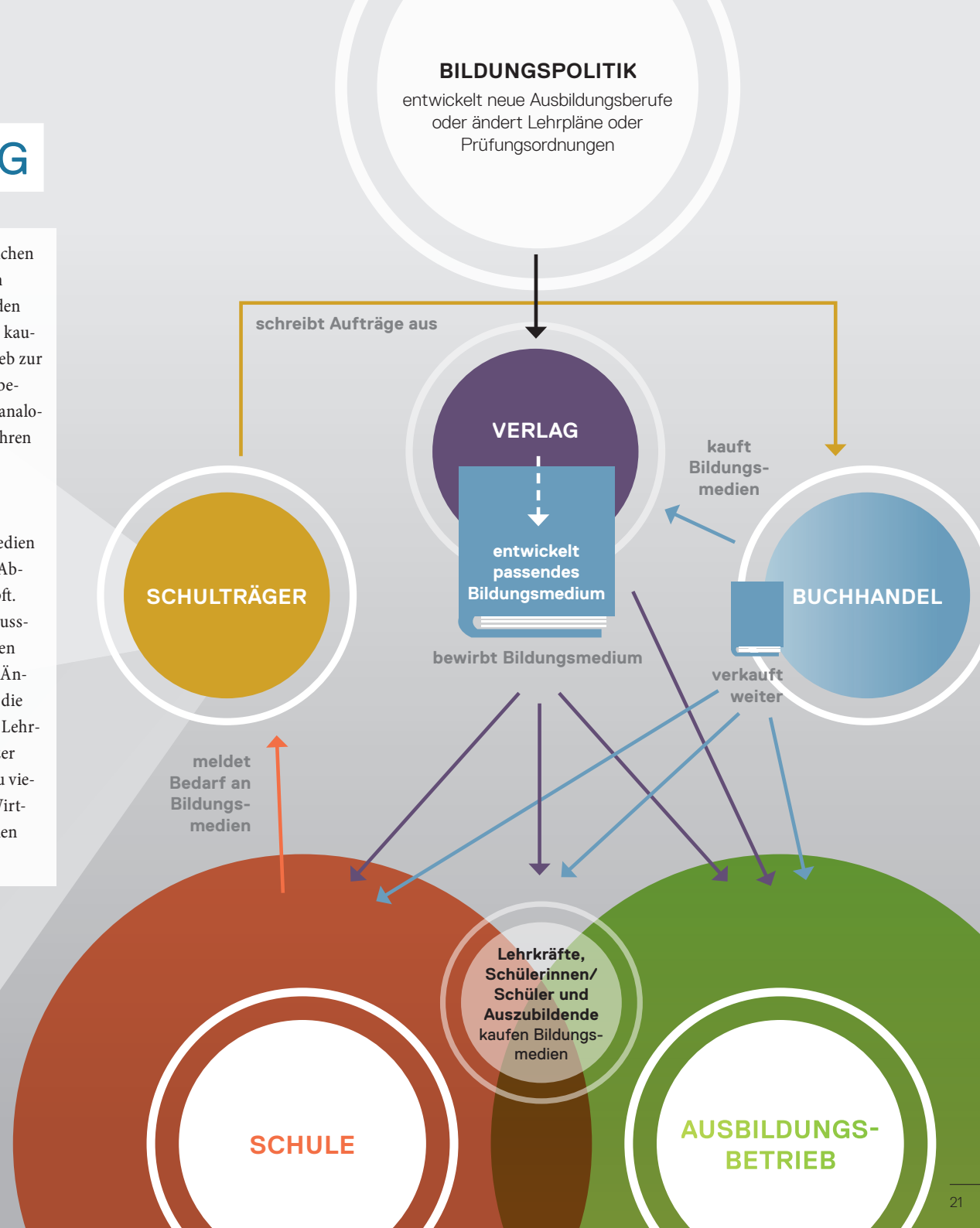
In den beruflichen Schulen gelten die gleichen Regeln für Bildungsmedien wie in den allgemeinbildenden Schulen: Die Lehrwerke unterliegen oftmals einer Zulassungspflicht; eine Absatzgarantie für die Verlage gibt es jedoch nicht. Die Schulen entscheiden frei, ob und mit welchen Lehrmedien sie arbeiten wollen. In den Fächern wie Deutsch, Fremdsprachen oder Geschichte werden oft die gleichen analogen und digitalen Bildungsmedien verwendet wie an einer allgemeinbildenden Schule.

Die Fachkunde dagegen ist eine Besonderheit der beruflichen Schulen: Sie bezieht sich auf den jeweiligen Ausbildungsbereich, zum Beispiel Metalltechnik oder Elektrotechnik, wobei in diesen Ausbildungsbereichen wiederum nach Berufen unterschieden wird. Die fachkundlichen Bildungsmedien kommen auch in den Ausbildungsbetrieben zum Einsatz.

Je nach Bundesland und Art der beruflichen Ausbildung werden Lehrmedien von den dortigen Schulen ausgeliehen, sind von den Schüler/-innen oder Auszubildenden zu kaufen oder werden vom Ausbildungsbetrieb zur Verfügung gestellt. Große Ausbildungsbetriebe erstellen immer häufiger eigenes analoges oder digitales Lehrmaterial, das sie ihren Auszubildenden zur Verfügung stellen.

Fit für die Prüfung

In der beruflichen Bildung sind Lehrmedien besonders stark mit dem angestrebten Abschluss – hier die Prüfungen – verknüpft. Sie bereiten zielgerichtet auf die Abschlussprüfungen Teil 1 und 2 vor und enthalten den Lernstoff, der dort abgeprüft wird. Ändern sich die Prüfungsordnungen oder die Lerninhalte – zum Beispiel durch neue Lehrpläne – bieten die Verlage in relativ kurzer Zeit aktualisierte Bildungsmedien an. Zu vielen Themengebieten, zum Beispiel der Wirtschaftskunde, müssen die Bildungsmedien deshalb ständig aktualisiert werden.



BILDUNGSMEDIEN IN DER ERWACHSENENBILDUNG



Die Themen und Lehrgegenstände in der Erwachsenenbildung sind vielfältig. Eines der wichtigsten Lernfelder sind die Sprachen, auf die rund ein Drittel der angebotenen Kurse und mehr als die Hälfte aller in Kursen erteilten Unterrichtsstunden entfällt. Die Sprachen sind damit auch einer der größten Absatzmärkte für digitale und analoge Bildungsmedien in der Erwachsenenbildung – für Lehrwerke, Übungsmaterialien und Materialien für die Lehrkraft.

Lehrwerke im Buchhandel

Über den Außendienst und durch Werbeausendungen und Präsentationen informieren die Verlage Volkshochschulen oder Betreiber von Sprachinstituten über ihr Angebot. Die Leitung oder ein Gremium aus Lehrkräften entscheidet dann frei darüber, mit welchen Bildungsmedien ihre Lehrkräfte unterrichten sollen. Lernende und Institutionen der Erwachsenenbildung schaffen die Materialien dann eigenständig an, entweder direkt beim Verlag oder über den Buchhandel.

Verbindliches Curriculum

Bildungsmedien in der Erwachsenenbildung unterliegen teilweise einer staatlichen Kontrolle oder Zulassung. Ein Beispiel sind die Integrationssprachkurse Deutsch als Zweitsprache des Bundes. Damit Bildungsmedien an den Volkshochschulen und Instituten verwendet werden können, müssen sie die Anforderungen eines verbindlichen Curriculums für Integrationssprachkurse umsetzen. So sollen die Teilnehmer/-innen von Integrationskursen nicht nur Deutsch lernen, sondern auch Wissen über Gepflogenheiten, Kultur, Recht und Geschichte erwerben. In den anderen Fremdsprachen orientieren sich die Lehrwerke am Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen des Europarats, der wiederum als Basis für sämtliche international anerkannten Sprachprüfungen dient.

BILDUNGSMEDIEN IN DER LEHRERBILDUNG

Die Lehrerbildung in Deutschland lässt sich in drei Phasen gliedern: In der so genannten „ersten Phase“ absolvieren angehende Lehrkräfte ein erziehungswissenschaftliches sowie fachdidaktisches Studium an einer Universität oder an einer Pädagogischen Hochschule. In der so genannten „zweiten Phase“ werden die Hochschulabsolventen im Vorbereitungsdienst bzw. Referendariat an die Schulpraxis herangeführt. Die „dritte Phase“ umfasst die lebenslange berufliche Weiterbildung. In allen drei Phasen kommen professionelle Bildungsmedien zum Einsatz, die von wissenschaftlichen Fachverlagen hergestellt werden.

Bildungsmedien in der ersten Phase

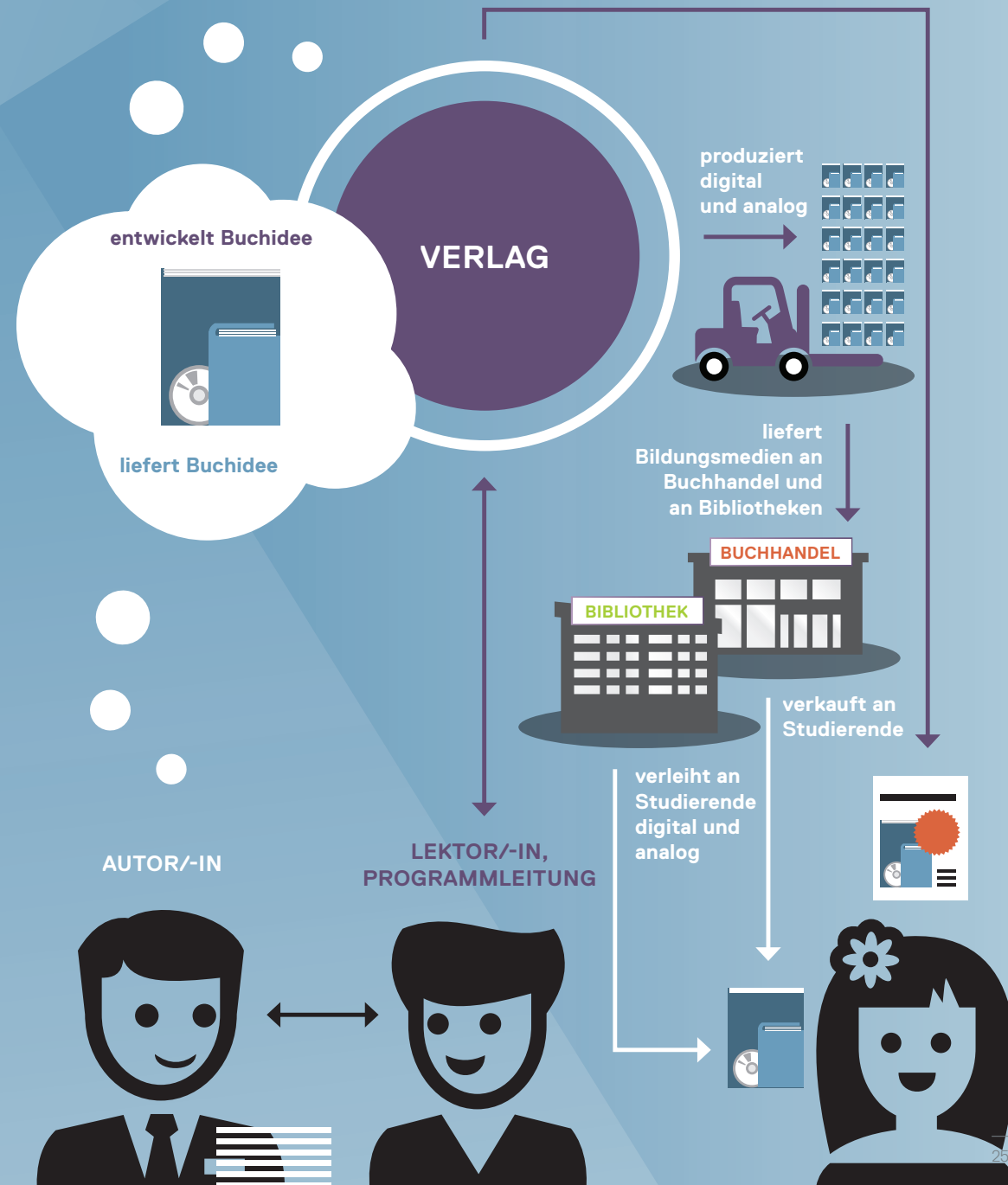
Im Wintersemester 2020/2021 gab es in Deutschland rund 1,78 Millionen Studierende an Universitäten sowie rund 1,15 Millionen Studierende an Hochschulen. Ca. 500 000 Studierende machen jedes Jahr ihren Abschluss. Knapp 10% davon sind Lehramtsprüfungen. Der größte Anteil von Prüfungen erfolgt dabei im Fach Germanistik, gefolgt von Anglistik/Amerikanistik und Mathematik. Die Lehramtsstudierenden entscheiden – oftmals auf Grundlage einer Empfehlung ihrer Dozent/-innen oder Mitstudierenden – frei, mit welchen Bildungsmedien sie arbeiten wollen. Diese sollen drei Aufgaben erfüllen: Sie bereiten fachliche Grundlagen auf, trainieren das wissenschaftliche Arbeiten und bereiten auf die Prüfungen vor.

Die meisten Bildungsmedien müssen die Studierenden nicht selbst kaufen, weil sie in den Institutsbibliotheken verfügbar sind. Dabei handelt es sich auch zunehmend um digitale Produkte: Viele Bildungsmedienverlage bieten digitale Versionen ihrer Zeitschriften und Bücher an oder entwickeln Kombi-Produkte mit digitalen Arbeitsaufträgen oder Linksammlungen.

Starke Autor/-innen für die Praxis

Die Arbeit in den Fachverlagen ähnelt der in belletristischen Verlagen: Programmleitungen und Lektorate erhalten von interessierten Autoren oder Autorinnen Buchkonzepte, die sie auf ihre Marktchancen prüfen. Inhalt und Struktur eines neuen Buches müssen zu den Bedürfnissen der Studierenden passen. Es muss neue didaktische Trends aufgreifen, Fachwissen sinnvoll strukturieren und reduzieren und die Studierenden auf ihre spätere Arbeit an Grundschulen oder weiterführenden Schulen vorbereiten. Entscheidet sich der Verlag zur Umsetzung, unterstützt das Lektorat den Autor bzw. die Autorin bei der Weiterentwicklung und Ausarbeitung. Autor oder Autorin sind jedoch selbst für den Inhalt ihres Buches verantwortlich. Oftmals werden Bildungsmedien in der Lehrerbildung deshalb von Dozenten und Dozentinnen an Universitäten und Hochschulen verfasst.

Ist das Buch fertig, kümmert sich der Verlag um die digitale und analoge Produktion und organisiert Werbung, Verkauf und Vertrieb. Der Buchhandel spielt dabei eine wichtige Rolle.





BILDUNGSMEDIEN UND VIELFALT

Bildungseinrichtungen – von der frühkindlichen Bildung über allgemeinbildende und berufliche Schulen bis hin zu Instituten der Erwachsenenbildung – vermitteln nicht nur Wissen, sondern haben auch einen erzieherischen Auftrag: Sie vermitteln Lernenden Werte wie Toleranz, Akzeptanz und Achtung vor dem Anderen und legen damit eine wichtige Grundlage des gesellschaftlichen Miteinanders. Zugleich arbeiten Lehrende und Lernende in Schulen in einem gesellschaftlichen Miteinander. Professionelle Bildungsmedien orientieren sich deshalb an der so genannten „Pädagogik der Vielfalt“.

Akzeptanz und Wertschätzung

Die unterschiedlichen Voraussetzungen der Lernenden werden dabei als Chance begriffen und so genutzt, dass alle Schüler/-innen davon profitieren. Kooperative Lern- und Arbeitsformen fördern beispielsweise die Wahrnehmung, Akzeptanz und Wertschätzung anderer. Lerngegenstände sind möglichst vielfältig und thematisieren unterschiedliche Sichtweisen und Erfahrungen. Das betrifft Unterschiede bei der Herkunft der Lernenden ebenso wie bei Geschlecht, sozialem Status, Kultur, Religion und im Hinblick auf ihre individuellen Potentiale und Begabungen.

Vielfalt, Diversität und Heterogenität spielen in professionellen Bildungsmedien eine wichtige Rolle: Das reicht von individuellen Lernangeboten über unterschiedliche Perspektiven in Texten, Bildern, Medienangeboten und Arbeitsaufträgen. Die Vielfalt der Gesellschaft wird in allen Schulfächern so dargestellt, dass alle Schüler/-innen sich damit positiv identifizieren können. Auf diese Weise unterstützen Bildungsmedien den pädagogischen Alltag in Schule und Unterricht.

Verlage im Dialog

Die Gesellschaft verändert sich stetig und so müssen auch die Bildungsmedien fortlaufend weiterentwickelt werden. Die Bildungsmedienverlage sind deshalb in einem engen Dialog mit vielen religiösen, kulturellen und sozialen Gruppen: Vielfalt bildet sich auch bei ihren eigenen Redakteur/-innen und Autor/-innen ab. Wissenschaftliche Studien und Analysen helfen ihnen, dem eigenen Anspruch gerecht zu werden und ihre Positionen weiterzuentwickeln.

WAS KOSTEN BILDUNGSMEDIEN?

Herstellung/
Lagerung

Handel

kalkulierter Gewinn

Verlagsgemeinkosten:
Personal + Infrastruktur

Honorare für
Autor/-innen

Bildungsmedien liegen je nach Art in einer Preisspanne von wenigen Euro (z. B. Stempel) bis zu mehreren hundert Euro (z. B. digitale Wandkarte als Schullizenz). Auch die Lehrwerke kosten unterschiedlich viel, je nachdem, ob es sich um Halbjahres-, Jahres- oder Mehrjahresbände handelt, wie aufwändig die materielle Verarbeitung ist, welche Zusatzmaterialien enthalten sind und wie allgemein oder spezialisiert das dargestellte Schulfach oder Themengebiet ist.

Personalkosten, Handelsrabatt & Co.
Die Entwicklung eines Lehrwerks und der dazugehörigen Materialien für Lehrkraft und Lerner dauert für einen Jahrgang üblicherweise mindestens ein Jahr und verursacht in dieser Zeit enorme Kosten, die der Verlag vorfinanzieren muss. Die größten Posten sind dabei mit jeweils rund 30 Prozent des späteren Ladenpreises die Verlagsgemeinkosten (Personalkosten im Verlag, Miete, Transport und Lagerung etc.), die Herstellungskosten (Personalkosten für zusätzliche Dienstleister, Fremdrechte, z. B. für Texte und Bilder) und die Kosten für Buchhandelsrabatte und Vertrieb. Die Honorare für Autorinnen und Autoren machen ca. 7 Prozent aus. Die Herstellung von digitalen Bildungsmedien gegenüber gedruckten bringt den Verlagen keine Ersparnis – statt der Druckkosten fallen dann Kosten für Pressung oder Hosting an. Zusätzlich muss für die Herstellung oft neue Software angeschafft oder gar entwickelt werden. Auch der Einkauf von Fremdrechten im Text- und Bildbereich ist für digitale Bildungsmedien oft teurer als für gedruckte Bücher.

Jährlich steigende Kosten

Jährlich steigen die Preise für Bildungsmedien um ca. 3 Prozent. Diese Preissteigerung ergibt sich durch die jährlich steigenden Kosten für beispielsweise Energie oder Personal, die Herstellung oder die Nutzung von urheberrechtlich geschützten Texten und Abbildungen. Der durchschnittliche Preis für ein Schulbuch (Hardcover) lag 2021 bei 17,81 Euro.

Kein Zuschuss vom Staat

Bildungsmedien sind nicht staatlich bezuschusst und es gibt auch keine Absatzgarantie durch die Schulbuchzulassung o. ä. Im Gegenteil: In der Allgemeinbildung sind die Bildungsmedienverlage in einem hohen Maß davon abhängig, dass von den Schulträgern jedes Jahr wieder Mittel bereitgestellt werden, über die die Lehrkräfte an den Schulen verfügen können. Fehlen diese Mittel, können die Verlage auch ein gelungenes Lehrwerk, von dem die Lehrkräfte überzeugt sind, nicht refinanzieren. Auch in der Erwachsenenbildung gibt es keine staatliche Bezuschussung – die Lerner kaufen die Lehrwerke im Handel und die Lehrkräfte besorgen ihre Arbeitsexemplare direkt beim Verlag. In der beruflichen Bildung werden Bildungsmedien von den dortigen Schulen ausgeliehen, sind von den Schüler/-innen oder Auszubildenden zu kaufen oder werden vom Ausbildungsbetrieb zur Verfügung gestellt.

BILDUNGSMEDIEN UND URHEBERRECHT

Sowohl für die Herstellung als auch für die Nutzung von analogen und digitalen Bildungsmedien gilt eine Vielzahl von rechtlichen Rahmenbedingungen. Diese sind – auch durch die große Variation an Bildungsmedien und Nutzungsszenarien in Allgemeinbildung, Erwachsenenbildung und beruflicher Bildung – komplex.

Nutzung und Vergütung

Zentral ist das Urheberrecht. Es gibt dem Urheber bzw. der Urheberin eines Textes, Fotos o. ä. das Recht, selbst über die Nutzung zu entscheiden und für die Nutzung eine Vergütung zu verlangen. Wer die Texte, Bilder o. ä. von anderen nutzen will, muss dies also in den meisten Fällen vom Urheber oder der Urheberin genehmigen lassen und ihr oder ihm für die Nutzung etwas bezahlen. Bildungsmedien enthalten oft bis zu 1.000 Texte und Fotos verschiedener Urheber/-innen. Die Honorare und Gebühren für die entsprechenden Nutzungsformen in gedruckten und digitalen Medien haben sich zu einem gravierenden Kostenfaktor in der Verlagskalkulation entwickelt.

Besonderer Schutz für Bildungsmedien

Gleichzeitig sind Materialien für den Unterrichtsgebrauch vom Gesetzgeber besonders geschützt: Sie dürfen grundsätzlich nicht ohne Zustimmung des Rechteinhabers vervielfältigt werden. Denn Bildungsmedienverlage entwickeln Materialien ausschließlich für das Bildungswesen, Nebenmärkte gibt es nicht. Anders als zum Beispiel bei Romanen gibt es für Schulbücher keine so genannte Zweitverwertung in Form von Sonderausgaben, Taschenbüchern, Vergabe von Verfilmungsrechten oder ähnlichem. Schulbücher werden ausschließlich für den Schulgebrauch hergestellt und können nur an Schulen, Lehrkräfte und Schüler/-innen verkauft werden.

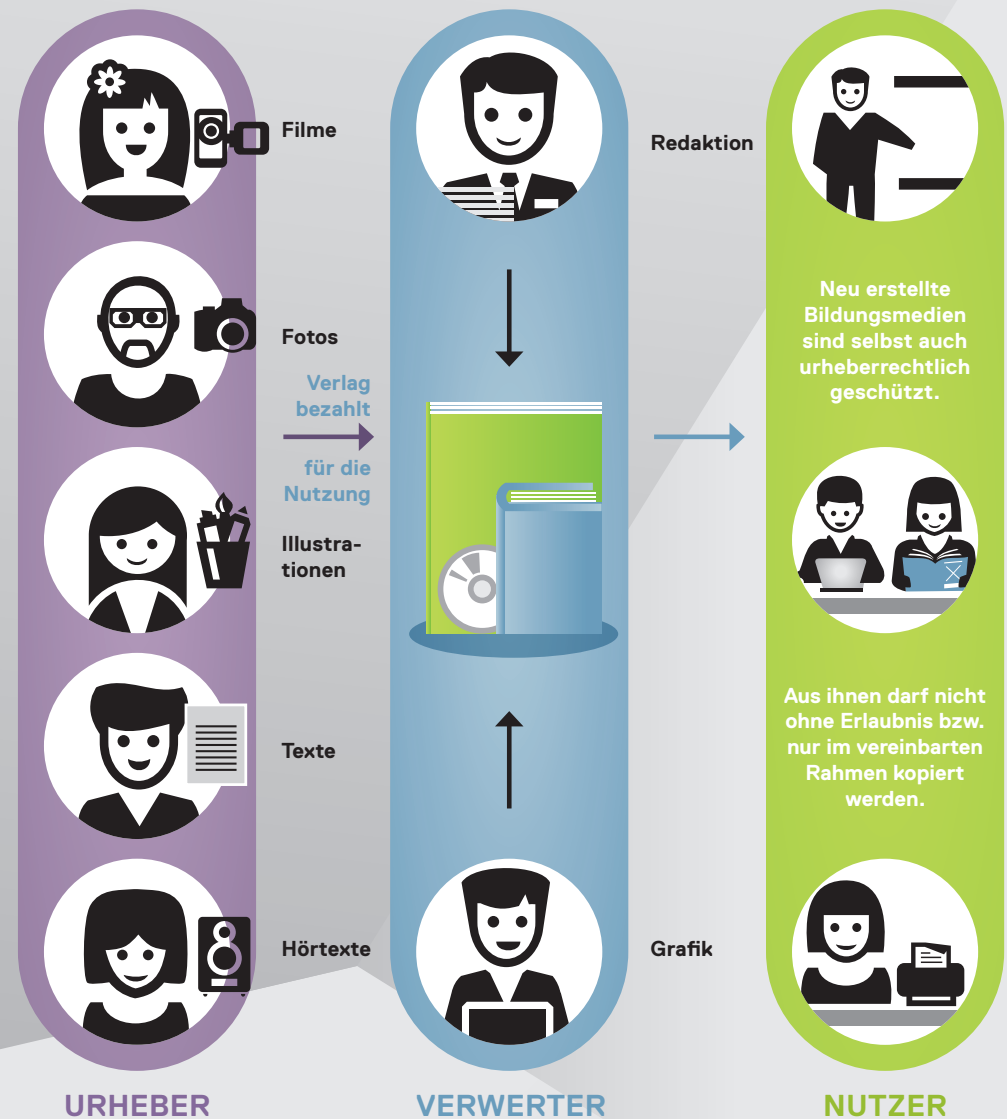
Digital und analog kopieren in der Schule

Um den Lehrkräften dennoch digitale und analoge Kopien zu ermöglichen, gibt es praxisnahe und einfache Regelungen speziell für die Allgemeinbildung und berufliche Bildung: www.schulbuchkopie.de. Außerdem bieten die Bildungsmedienverlage spezielle Produkte an, z. B. Kopiervorlagen, bei denen die Rechte geklärt sind und die Lehrkräfte problemlos vervielfältigen und verwenden können.

An deutschen Schulen werden jährlich 483 Millionen Kopien und 40 Millionen Scans aus Schulbüchern und Unterrichtsmaterialien angefertigt.

Video „Urheberrecht und Bildungsmedien“

anschauen unter
www.bildungswelten.info



Verband Bildungsmedien e. V.

Kurfürstenstraße 49

60486 Frankfurt am Main

verband@bildungsmedien.de

www.bildungsmedien.de

www.bildungswelten.info

Stand: März 2024