

JUNGE RUNDSCHAU

Themenvorschläge:
redaktion@rundschau-hd.de

Telefonzentrale in Heidelberg: BüroTel.: 73 90 90 Fax: 736095

TAXI DIREKT e.V.

Tel.: 73 90 90

www.taxihdirekt.de

Von hier wäre Ernest nie mehr fortgekommen ...

HEMINGWAY'S BAR

MEETING POINT CAFÉ

täglich von 9 - 2 Uhr • Fahrgasse 1 • Telefon: 16 50 33

Firma Florian Hagedorn

Bei Haushalts-, Firmenauflösung, Entrümpelung und Entsorgung bin ich für Sie da.

Neckarstädten 10A
69117 Heidelberg
Mob. Tel.: 0172/7414665
E-mail: F.hagedorn@gmx.de

Drugstore // Xara

no limits

Plöck 11 @ HD just fashion

F

FREUDENHAUS HEIDELBERG
PLOCK 5 - 7 HD - 16 66 60
www.freudenhau-hd.de

das tati

kreative Küche
die passenden Weine
- la France ici !!!

Landfriedkomplex, tägl. ab 18 Uhr, Telefon: 18 27 04

Gleich bekommen Sie ihr Fett weg

SUBWAY eat fresh.

Sandwiches und Salate ab 1,99€

Über 18.000 mal auf der ganzen Welt
Jetzt auch hier in Heidelberg

Neugasse 1
Tel.: 06221/ 65 69 65

Japanische Wohnkultur

Shoji Tatami Kimonos Möbel

Roland Lorson
Karlsruher Str. 54
69126 Heidelberg
tel. 06 221-33 97 59

www.roland-lorson.de

Kritische Pädagogen fordern einen radikalen Umbau des Schulkonzeptes Keine Chancengleichheit an Gesamtschulen



Das „Hölderlin“ bedarf keines Wandels ...

Foto: tno

Einst galt die integrierte Gesamtschule auch Ulrich Sprenger als die „faszinierendste Idee der Pädagogik“. Mit ihr, so hoffte der vom Gymnasium zu einer Gelsenkirchener Gesamtschule gewechselte leidenschaftliche Pädagoge, werde die Durchsetzung von mehr Chancengleichheit für alle Schüler möglich. Doch die Hoffnung ist dahin.

Sprenger, seit zwei Jahren pensioniert, ist inzwischen zu einem Kristallisationspunkt der bundesweiten Gesamtschulkritiker geworden, die in der Gesamtschule eine „pädagogische Fehlkonstruktion“ sehen. Am Ende der Reformbemühungen stehe eine Schule, die sich „immer deutlicher als ein nicht zu haltendes Versprechen“

erwiesen habe und die die „gesellschaftliche Ungleichheiten verstärke“, statt sie abzubauen.

Sprenger fordert alle Länderkultusminister und Kultusministerinnen in einem achtsseitigen Schreiben auf, endlich darzulegen, wie sie die „pädagogischen Probleme“ der Gesamtschule lösen wollen. Die Kritiker sind sich sicher, daß die Gesamtschulen den „allgemeinen, alle Schulformen betreffenden Erziehungsnotstand durch einen Beziehungsnotstand noch verschärfen“. Die Kritik tut weh. Davon zeugen die reflexartigen Reaktionen vieler linker Gesamtschullehrer, die die Kritiker als konservative Bildungsideologen zu denunzieren suchen. Im Kreise „der rechtskonservativen Medien“,

schreibt etwa Wolfgang Große-Brömer, Leiter einer Gesamtschule in Oberhausen, sei der Arbeitskreis „ja auch dankbar erwähnt worden“.

Weiter helfen solche Repliken nicht. Dafür sind die Probleme zu virulent. Eine realistische Eindruck vermitteln selbst manche behördeninterne Papiere. So etwa ein noch nicht veröffentlichtes Gutachten aus der Hamburger Schulbehörde. Der für die 32 Gesamtschulen der Stadt zuständige Oberschulrat Riekemann kam schon 1990 zum Ergebnis, in den Gesamtschulen könnten „Schüler mit ‚gymnasialer Befähigung‘ kaum noch angemessen gefördert werden“. Die Konkurrenz der Schulformen habe dazu geführt,

daß in den fünften Klassen der Gesamtschulen von „einer Vereinzelung leistungsstarker Schüler“ gesprochen werden müsse. Fünf Jahre später, schreibt Hans Dall, seit 14 Jahren Gesamtschullehrer in Hamburg, habe sich an Riekemanns Lagebeschreibung nichts geändert.

Dessen Einschätzung decke sich mit der vieler Gesamtschullehrer, die deshalb auch „ihre eigenen Kinder lieber aufs Gymnasium – und wenn möglich gleich auf ein privates – schicken“. Ein bitteres Fazit eines Insiders, der eine Zukunft für die Gesamtschule nur sieht, wenn sich ein „radikaler Wandel“ in Richtung „kooperative Gesamtschule“ vollzieht. Gemeint ist damit eine Schule, die

unter einem Dach schulfornbezogene Klassen, also Haupt-, Real- und Gymnasia-Klassen, vereint.

Vom Lernen in einer festen Bezugsgruppe mit relativ einheitlichem Leistungsniveau erhofft man sich eine doppelte Problemlösung. Einerseits sollen alle Schüler und Schülerinnen entsprechend ihrer Leistungsfähigkeit „so besser gefördert werden können“, andererseits könne damit der „Heimatlosigkeit“ durch das Lernen in relativ festen Klassen begegnet werden.

In diese Richtung, da ist sich auch Ulrich Sprenger ziemlich sicher, müssen sich die Gesamtschulen verändern, wollen sie nicht als „besonders teure Hauptschulen“ enden. tno

Wer oder was ist verkommen. Der Musikmarkt, oder die Nutzer?

Hier spielt MP3

Derweil die Großen der Musikindustrie weiter versuchen, mit der Digitalen Revolution zurechtzukommen und Wege zu finden, dem Nutzer Onlinetauschbörsen zu verleiden, machen kleine Bands und Independentlabel mit frischen Ideen und unkonventionellen Ansätzen auf sich aufmerksam. Der neueste Streich kommt von einer einschlägig bekannten Punkband aus Sindelfingen bei Stuttgart. WIZO veröffentlichten vor einigen Tagen eine EP, wie man es im althergebrachten Jargon wohl am treffendsten ausdrücken könnte. Mehrere

bislang nicht veröffentlichte Songs der Band zuzüglich Bonusmaterial wie Fotos und Gewinnspiel werden derzeit auf einem USB-Stick verkauft. Die Musikstücke sind in hoher Qualität im ungeschützten MP3-Format gespeichert. Der Stick selbst ist in Silber gehalten und mit dem Bandlogo bedruckt. Er läßt sich problemlos löschen und mit eigenen Dateien bespielen. Prinzip auf den Kopf gestellt. Damit stellt die Band das bisherige Prinzip der Vorgehensweise der Musikindustrie auf den Kopf. Diese versuchte bislang mit allen Mitteln das Kopieren von Musik zu verhindern. CDs werden oft nur noch mit Kopierschutz ausgeliefert und digital erhältliche Musik aus den Onlineshops ist in aller Regel mit Markierungen versehen, die die Nutzung der Stücke auf eine bestimmte Anzahl von Computern beschränkt. Netzaktivisten und Verbraucherschützer haben in der Vergangenheit häufig über eine solche Gängelung des Konsumenten geklagt. Die Plattenfirmen beharren jedoch auf ihrem Vorgehen mit dem Argument, daß nur die Kontrolle über die Musik auf dem gesamten Vertriebsweg bis hin zum Kunden illegales Kopieren verhindern. Nur so sei es möglich, dem

Künstler einen gerechten Lohn für sein Werk zukommen zu lassen. Die Praxis jedoch zeigt, dass auch noch so ausgeklügelte Schutzsysteme ein Kopieren nicht verhindern können. Und auch die Einrichtung von digitalen Plattenläden im Internet als legales Gegenangebot zu den Tauschbörsen scheint noch keine stabile wirtschaftliche Grundlage zu bieten. Zwar hat Apple mit seinem iTunes-MusicStore bewiesen, daß man im Internet auch erfolgreich Musik verkaufen kann, doch bei dem derzeitigen Preis von 99 Cent pro Stück läßt sich kein Gewinn machen, was man bei Apple auch freimütig zugibt. Einen höheren Betrag sind die Kunden aber offensichtlich nicht bereit zu bezahlen, wie einige Mitbewerber feststellen mußten. So steht die Industrie weiterhin vor dem Dilemma, dass sich mit dem bloßen Verkauf von Musik momentan kein Geld verdienen lässt. Die altbekannte Reaktion darauf ist der Versuch, den Konsumenten durch Strafverfolgung zu zwingen, die Produkte zu kaufen, und mittels elektronischer Fesseln ihre unkontrollierte Weiterverbreitung zu verhindern.

Daher wird auch weiterhin nach Wegen gesucht, Musik auf herkömmliche Weise zu verkaufen. BMG startete jüngst den Versuch, mit verschiedenen ausgestatteten Varianten einer CD die Käufer wieder zu den Regalen zu locken. Die günstigste Version besteht lediglich aus einer Hülle ohne Cover und Booklet und der CD selbst, auf die die Songtitel gedruckt sind. Der Preis dafür wurde mit 9,99 Euro festgelegt. Es erscheint jedoch fraglich, ob BMG mit dieser Strategie erfolgreich sein wird. Schließlich kostet ein CD-Rohling heute nur noch ein Zehntel dieses Preises und sieht beschriftet auch nicht schlechter aus als das Original. Es geht also letztlich nicht darum, ob die Menschen Musik kaufen wollen oder nicht, sondern vor allem, was sie für ihr Geld geboten bekommen. Der Preis von 99 Cent für ein digital geschütztes Musikstück aus dem Onlinestore scheint ihnen ein angemessener Betrag zu sein; 16,99 Euro für eine normale CD mit Booklet dagegen nicht. Es zeigt sich: für den Käufer dreht es sich beim Einkauf immer um die Frage „Was bekomme ich für mein Geld?“. Entscheidend ist also der Mehrwert eines Produktes. Dieser scheint bei einem USB-Stick mit fünf Musikstücken und Bonusmaterial zum Preis einer normalen CD

gegeben zu sein. Kein Wunder, kostet ein unbespielter USB-Stick nur unwesentlich weniger. Aussagen der Band zufolge verkaufte sich der Stick innerhalb einer Woche über eintausend Mal. Allerdings räumt sie auch ein, daß die Gewinnmargen dabei sehr gering sind. Besser als ein Minusgeschäft ist das aber allemal.

Die Branche sollten sich damit vor den Kopf gestoßen fühlen. Frei kopierbare Musik auf einem nahezu an jedem Rechner anschließbaren Datenträger paßt nicht in die Philosophie ihrer Marktstrategien. Ein Umdenken wäre aber sicher nicht verkehrt. Denn daß Kunden Geld ausgeben, um über das erworbene Produkt dann doch nicht frei verfügen zu können, wird nicht eingesehen. So etwas kann nicht lange funktionieren. Stattdessen sollten ihre Marketingexperten eher über Produkte nachdenken, die einen sinnvollen Mehrwert bieten. Der zusätzliche Nutzwert einer Ware entscheidet über ihren Erfolg, das gilt auch für die Ware Musik. Allerdings wäre es angebracht, über Alternativen zum USB-Stick nachzudenken. Wer will schon in einer Kiste mit unzähligen USB-Datenträgern nach dem Lieblingsalbum vom letzten Jahr suchen? tno

vhs!
Volkshochschule Heidelberg

TOTAL ANGESAGT

das **vhs-Programm**

Tel.: 06221/911 911
www.vhs-hd.de