



Informationswege von Lehrerinnen und Lehrern zum Thema Landwirtschaft und deren Nutzung für die Öffentlichkeitsarbeit

Erstellt von

Prof. Dr. Martina Flath und Dipl.-Ökol. Johanna
Schockemöhle,
Institut für Didaktik der Naturwissenschaften, der Mathematik
und des Sachunterrichts der Hochschule Vechta

Im Auftrag von



Inhaltsverzeichnis

<u>1 EINLEITUNG</u>	3
<u>2 METHODISCHES VORGEHEN</u>	3
<u>2.1 Schriftliche Befragung</u>	3
<u>2.2 Elemente der Öffentlichkeitsarbeit</u>	8
<u>3 ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG</u>	8
<u>3.1 Die Bedeutung verschiedener Kontaktstellen bei der Informationssuche</u>	8
<u>3.2 Nutzung und Nutzungsintensität verschiedener Medien bei der Informationssuche</u>	15
<u>3.3 Zugänge zur Internetrecherche</u>	22
<u>4 KONZEPTION DER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT</u>	29
<u>4.1 Zur Zielgruppe</u>	29
<u>4.2 Integration geeigneter Kontaktstellen</u>	29
<u>4.3 Integration geeigneter Medien</u>	31
<u>5 ZUSAMMENFASSUNG</u>	38
<u>LITERATUR</u>	39
<u>ANHANG: FRAGEBOGEN</u>	40

1 Einleitung

Im Rahmen des Modellvorhabens „Bundesinitiative – Lernen auf dem Bauernhof“ verfolgt diese Studie das Ziel, Informationswege von Lehrkräften darzustellen. Durch die Identifizierung dieser Informationswege, besteht daran anknüpfend die Möglichkeiten diese für die Öffentlichkeitsarbeit von landwirtschaftlichen Betrieben, landwirtschaftlichen Verbänden, Vereinen und Koordinationsstellen zu nutzen.

Ferner können diese Wege die Lehrerinnen und Lehrer darüber informieren, wie sich ihre Kolleginnen und Kollegen informieren.

Die vorliegende Studie gliedert sich in vier Teile:

1. Zunächst wird die methodische Vorgehensweise erläutert. Diese umfasst sowohl die Durchführung einer schriftlichen Befragung von Lehrkräften zur Eruierung ihrer Informationswege als auch die Ermittlung verschiedener Kontaktstellen und Medien.
2. Die Auswertung und Interpretation der im Rahmen der Befragung ermittelten Daten erfolgt im zweiten Teil der Studie.
3. Die im folgenden Abschnitt vorgestellten Erkenntnisse für die Öffentlichkeitsarbeit knüpft direkt an die Ermittlungsergebnisse an. Es werden die Informationswege in die Öffentlichkeitsarbeit integriert, die am häufigsten von Lehrern in Anspruch genommen werden bzw. denen eine besondere Bedeutung innerhalb des Informationsflusses zukommt.
4. Eine abschließende Zusammenfassung der Ergebnisse enthält einen Übersichtsentwurf für die Öffentlichkeitsarbeit der Bundesinitiative, sowie landwirtschaftlicher Institutionen und Vereine.

2 Methodisches Vorgehen

2.1 Schriftliche Befragung

Eine vorhergehende Literaturrecherche erbrachte das Ergebnis, dass das Verhalten von Lehrern bei ihrer Suche nach Unterrichts- und Informationsmaterialien¹ nicht Gegenstand bisheriger publizierter Untersuchungen ist. Insofern kann die vorliegende Arbeit nicht an bereits aufgestellte Theorien oder Hypothesen anschließen bzw. diese überprüfen; sie stellt in diesem Sinne eine explorative Studie dar.

Im Mittelpunkt der Untersuchung stand die Aufgabe, sowohl Kontaktstellen und Medien zu ermitteln, die von Lehrern genutzt bzw. nicht genutzt werden als auch die Intensität und Rangstelle ihrer Nutzung zu erfassen. Bei der Auswahl der zu erfragenden Items wurden daher folgende Fragenstellungen berücksichtigt:

- Welche Kontaktstellen suchen Lehrer bevorzugt auf, um an Informationen zu gelangen bzw. welchen Kontaktstellen ordnen Lehrer innerhalb von Informationsströmen eine besondere Bedeutung zu?

¹ Im folgenden werden mit Informationsmaterialien bzw. Informationen allgemein immer solche zum Themenbereich Landwirtschaft & Ernährung gemeint.

- Welche Medien werden als Informationsträger besonders von Lehrern geschätzt?
- Wie und in welchem Umfang wird das Internet als Informationsquelle von Lehrern genutzt?

Alle mit der Suche nach Unterrichts- und Informationsmaterialien verbundenen Kontaktstellen und Medien wurden aufgelistet und in homogene Bereiche untergliedert. Die verschiedenen Items wurden sowohl als geschlossene als auch offene Fragestellung formuliert, wobei mit offenen Frageformen inhaltlich qualitative Merkmale abgefragt wurden, deren Kategorienanzahl begrenzt war (Frage 5 „Bundesland“, Frage 6 „Fächer“).

Die Homogenität der Zielgruppe sowie die Strukturierbarkeit der Befragungsinhalte ermöglichten als Untersuchungsvariante eine schriftliche Befragung auf postalischem Weg: Der Fragebogen wurde im Frühjahr 2003 bundesweit an 200 Lehrer zusammen mit einem Anschreiben, welches Ziel und Rahmen der Untersuchung angab, verschickt (siehe Anhang). Die anschließende Auswertung der Daten erfolgte mittels des Statistikprogramms SPSS.

Art der Stichprobenerhebung

Bei der Auswahl der zu befragenden 200 Lehrkräfte wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- Es wurden ausschließlich Lehrer angeschrieben, die an allgemein bildenden Schulen zumindest in einem Fach Erdkunde, Biologie oder Sachunterricht unterrichten, da dies die Zentrierungsfächer des Themenbereichs „Landwirtschaft & Ernährung“ an allgemein bildenden Schulen darstellen (laut Lehrpläne und Rahmenrichtlinien der einzelnen Bundesländer).
- Da es sich um eine bundesweit angelegte Untersuchung handelt, wurden gezielt Lehrer aus den verschiedenen Bundesländern angeschrieben.
- Die Verteilung des qualitativen Merkmals „Schulform“ in der Grundgesamtheit der Lehrkräfte in Deutschland fand besondere Berücksichtigung, da dieses Merkmal als relevant hinsichtlich des zu erfragenden Untersuchungsgegenstandes angesehen wird. Um eine spezifische Repräsentativität in der Zusammensetzung zu erreichen, spiegelt sich die prozentuale Verteilung dieses Merkmals innerhalb der Grundgesamtheit in der Stichprobe wider.

Die Fragebögen wurden auf postalischem Weg inkl. eines frankierten Rückumschlags an nach obigen Kriterien ausgewählten Lehrkräften gesandt. Dabei wurden vorrangig dem Untersucherteam bekannte Lehrer angeschrieben, welche in einem Anschreiben gebeten wurden, den Fragebogen auszufüllen und die weiteren beiliegenden Exemplare an Kollegen weiterzureichen, die ebenfalls Fächer unterrichteten, in denen der Themenbereich „Landwirtschaft & Ernährung“ behandelt würde.

Der Grund für diese Vorgehensweise bestand darin, dass über die persönliche Nähe der angeschriebenen Lehrkräfte zum Untersucherteam als auch über die persönliche Ansprache zwischen den Lehrerkollegen eine möglichst hohe Beteiligung an der Befragung erzielt werden sollte.

Rücklauf

Von den angeschriebenen Lehrern wurden insgesamt 118 Fragebögen zurückgesandt, was einer Rücklaufquote von 59% entspricht. Das Ziel einer möglichst hohen Resonanz unterhalb der Befragten kann somit als erreicht gelten.

Die soziodemographischen Daten unter den 118 antwortenden Lehrkräften hinsichtlich der Schulform sowie Schulstufe, dem Alter und Geschlecht werden zusammen mit der Verteilung der entsprechenden Merkmale in der Gesamtheit der Lehrkräfte in Deutschland in Tabelle 1 dargestellt. Die Verteilung der Fächer und Bundesländer in der Stichprobe veranschaulicht Tabelle 3.

Die verschiedenen Untergruppen bzw. Variablen werden in die folgende Auswertung in dem Sinne einbezogen, dass von Fall zu Fall geprüft wird, ob signifikante Unterschiede in der Informationssuche in Abhängigkeit von Schulstufe, -form, Alter, Geschlecht etc. bestehen.

Tabelle 1: Verteilung soziodemographische Daten in der Stichprobe und in der Grundgesamtheit 1998/99;
verwendete Quellen: Statistisches Bundesamt 1999, Böttcher et al. 2001

Untergruppe	Verteilung in der Stichprobe n=118		Verteilung in der Grundgesamtheit 1998/99*
	absolut	(in %)	N=541.036 (in %)
Schulform: Grundschule	29	24,6%	31,1%
Orientierungsstufe (schulartenunabhängig)	4	3,4%	4,4%
Hauptschule	16	13,6%	13,6%
Realschule	15	12,7%	12,6%
Integrierte Klassen für Haupt-, Realschüler	7	5,9%	4,5%
Gymnasium	37	31,4%	26,5%
Gesamtschule (integrierte, kooperative)	12	10,2%	7,2%
Schulstufe: Primarstufe	29	24,6%	31,3%
Sekundarstufe I	79	66,9%	57,7%
Sekundarstufe II	33	28,0%	10,9%
Altersgruppen: <25 Jahre	-	-	-
26-35 Jahre	18	15,2%	10,7%
36-45 Jahre	30	25,5%	27,1%
46-55 Jahre	53	45,0%	42,4%
56-65 Jahre	17	14,4%	19,4%
Geschlecht: männlich	54	(45,8%)	40%
weiblich	64	(54,2%)	60%
Insgesamt	118	100%	100%

* ohne Vor-, und Sonderschulen, Freie Waldorfschulen, Kollegs und Abendschulen

Die Rücklaufstatistik zeigt, dass die Verteilung der qualitativen Merkmale „Geschlecht“ und „Altersgruppe“ in der Stichprobe derjenigen in der Grundgesamtheit bis auf für die Auswertung vernachlässigbare Abweichungen entspricht (Tabelle 1). Innerhalb des Merkmals „Schulform“ werden ebenfalls zum Teil identische bzw. fast identische Anteile im Vergleich zur Grundgesamtheit erreicht (siehe Lehrkräfte der Haupt- und Realschule inklusive der Schulen mit integrierten Hauptschulklassen sowie der Orientierungsstufe). Während die Anteile der Gymnasial- und Gesamtschullehrer mit 31,4% bzw. 10,2% jedoch leicht höher ausfallen als in der Grundgesamtheit, sind Grundschullehrer in deutlich geringerem Maße

vertreten. Diese prozentuale Verschiebung erklärt sich durch unterschiedliche Rücklaufquoten aus den Untergruppen (Tabelle 2). So beteiligten sich Grundschullehrer mit einer Rücklaufquote von 47% unterdurchschnittlich an der Untersuchung. Andere Quoten liegen weit über dem Durchschnitt; die höchste erzielte die Gruppe der Gesamtschullehrer mit 86%.

Tabelle 2: Rücklaufquoten aus den Untergruppen des Merkmals „Schulform“

Schulform	Rücklaufquote
Grundschule	47%
Orientierungsstufe (schulartenunabhängig)	50%
Hauptschule	57%
Realschule	58%
Regelschule	78%
Gymnasium	70%
Gesamtschule (integrierte, kooperative)	86%
Insgesamt	59%

* ohne Vor-, und Sonderschulen, Freie Waldorfschulen, Kollegs und Abendschulen

Die Verteilung der Variable „Schulstufe“ hängt eng mit der Variable „Schulform“ zusammen. Aufgrund dessen ist auch innerhalb der Schulstufen eine Verschiebung von der Verteilung in der Grundgesamtheit festzustellen (Tabelle 1). Es wurde im Untersucherteam diskutiert, eine erweiterte Befragung unter Grundschullehrern durchzuführen, um deren Anteil demjenigen der Grundgesamtheit anzugleichen. Dies hätte jedoch eine Verschiebung anderer Anteile und somit den Verlust anderer repräsentativer Daten zur Folge gehabt. Aus diesem Grund wurde auf eine gezielte, nachträgliche Befragung verzichtet.

Die Verteilung der Merkmale „Schulstufe“ und „Schulform“ innerhalb des Rücklaufs wird in der folgenden statistischen Auswertung der Ergebnisse dadurch berücksichtigt, dass nicht der absolute Prozentanteil der verschiedenen Untergruppen Aussagen zugrunde gelegt wird, sondern der Unterschied zwischen der statistisch zu erwartenden und beobachteten Häufigkeit der Antworten je Untergruppe.

Bezüglich der Verteilung der an der Befragung teilnehmenden Lehrkräfte über das Bundesgebiet kann festgestellt werden, dass sowohl nord- und süddeutsche als auch west- und ostdeutsche Bundesländer gleichermaßen vertreten sind. Allerdings liegt ein Schwerpunkt in Niedersachsen, was auf den räumlichen Bezug zwischen der Hochschule Vechta und den ansässigen Lehrern zurückzuführen ist.

Die Fächerstruktur in der Gruppe der antwortenden Lehrkräfte entspricht dem Auswahlprinzip: Es dominieren Lehrer, zu deren Unterrichtsfächern Erdkunde, Biologie und Sachunterricht zählen (Tabelle 3). Der hohe Anteil der Erdkundelehrer, die im Zweit-, Dritt- oder Viertfach andere Fächer unterrichten, bewirken die hohe Platzierung von beispielsweise Mathematik oder Deutsch in der Liste.

Tabelle 3: Verteilung der Variablen „Bundesland“ und „Unterrichtsfach“ in der Stichprobe
(Mehrfachantworten bei „Unterrichtsfach“ möglich)

Untergruppe	Verteilung in der Stichprobe n=118 (absolute Anzahl)
Bundesland:	
Berlin	7
Baden-Württemberg	5
Bayern	14
Hessen	6
Niedersachsen	44
Nordrhein-Westfalen	8
Saarland	4
Sachsen	7
Sachsen-Anhalt	4
Thüringen	18
Keine Angabe	1
insgesamt	118
Unterrichtsfach: Erdkunde	72
Mathematik	31
Deutsch	28
Sachunterricht	28
Biologie	24
Sport	14
Englisch	10
Physik, Technik	9
Chemie	9
Religion, Werte & Normen	8
Geschichte	7
Informatik	7
Wirtschaft	6
Politik	5
Sozialkunde	4
Fächerübergreifender Fachbereich (WuK, Umwelt, GSW)	3
Französisch	3
Musik	3
Kunst	3
Werken	3
Textiles Gestalten	2
Astronomie	1
Russisch	1

Die Ergebnisse der Befragung werden in Kapitel 3 vorgestellt.

2.2 Elemente der Öffentlichkeitsarbeit

Im Anschluss an die statistische Auswertung des Datenmaterials stand die konkrete Ermittlung verschiedener Kontaktstellen und Medien, die sich in Anbetracht der Umfrageergebnisse als Plattformen für die Öffentlichkeitsarbeit eignen könnten. Die methodische Vorgehensweise variierte dabei fallspezifisch:

- Bildungsmessen und -ausstellungen wurden mittels einer Internetrecherche ermittelt;
- eine Liste der wichtigsten pädagogischen Fachzeitschriften sowohl für die Unterrichtsfächer Erdkunde, Biologie und Sachunterricht als auch für die verschiedenen Schulformen und –stufen wurde mittels einer formlosen Befragung der in den Fachbereichen Geographie, Biologie und Sachunterricht im Rahmen der Lehrerbildung tätigen Dozenten an der Hochschule Vechta erfasst;
- Adressen von Bildstellen/Medienzentren, Umweltbildungs- und Informationszentren stellen ebenfalls das Ergebnis einer Internetrecherche dar;
- die Liste potentieller Fernsehsendungen entstand mithilfe einer Übersicht über die Marktanteile verschiedener Fernsehprogramme seitens der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) im Querschnitt mit der Berücksichtigung eines entsprechenden thematischen Rahmens, welcher über eine Recherche in den Internetseiten verschiedener Sender ermittelt wurde;
- überregionale Zeitungen wurden nach den Kriterien Auflagenstärke und Zielgruppe ausgewählt (Recherche über die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) e.V.

Die nach diesen Methoden ermittelten Kontaktstellen und Medien sind integraler Bestandteil der in Kapitel 4 vorgestellten Konzeption der Öffentlichkeitskampagne.

3 Ergebnisse der Befragung

3.1 Die Bedeutung verschiedener Kontaktstellen bei der Informationssuche

Die Lehrkräfte wurden gefragt, welche Rolle verschiedene Kontaktstellen bei der Medienbeschaffung zum Thema „Landwirtschaft & Ernährung“ spielen. Auf einer 6-stufigen Rating-Skala konnten die Befragten die Bedeutung ausgewählter Kontaktstellen angeben (von „1 – spielt eine sehr große Rolle“ bis „6- spielt keine Rolle“).²

Die Auswertung der Antworten ergab, dass Bildstellen/Medienzentren im Durchschnitt die größte Bedeutung als Kontaktstelle seitens der Lehrkräfte zugewiesen wird (Abbildung 1). Knapp 84% aller antwortenden Lehrkräfte gaben an, dass Bildstellen/Medienzentren eine Rolle bei der Informationssuche spielen (Abbildung 2); bemerkenswert ist hier die hohe Zustimmung von 30,5% zur Aussage „Bildstellen/Medienzentren spielen eine sehr große Rolle“. Gründe für diese hohe Einstufung sind wahrscheinlich in der relativ guten räumlichen Erreichbarkeit der Bildstellen/Medienzentren (in jedem Landkreis vorhanden) und in ihrer Zweckgebundenheit zu suchen – nämlich für den Unterricht didaktisch-methodisch aufbereitete Filme, Folien u.ä. kostenlos zur Verfügung zu stellen. Innerhalb der Zustimmung zur hohen Bedeutung dieser Kontaktstelle liegen keine signifikanten Unterschiede zwischen

² Die Aufforderung an die teilnehmenden Lehrkräfte gegebenenfalls sonstige Kontaktstellen zu nennen wurde nur in vier Fällen wahrgenommen. Genannt wurden Arbeitskreise (zweimalige Nennung), Schüler und Exkursionen.

den Untergruppen hinsichtlich der Variablen „Schulstufe“, „Schulform“ oder „Alter“ vor – vielmehr erfolgt die Zustimmung gruppenübergreifend.

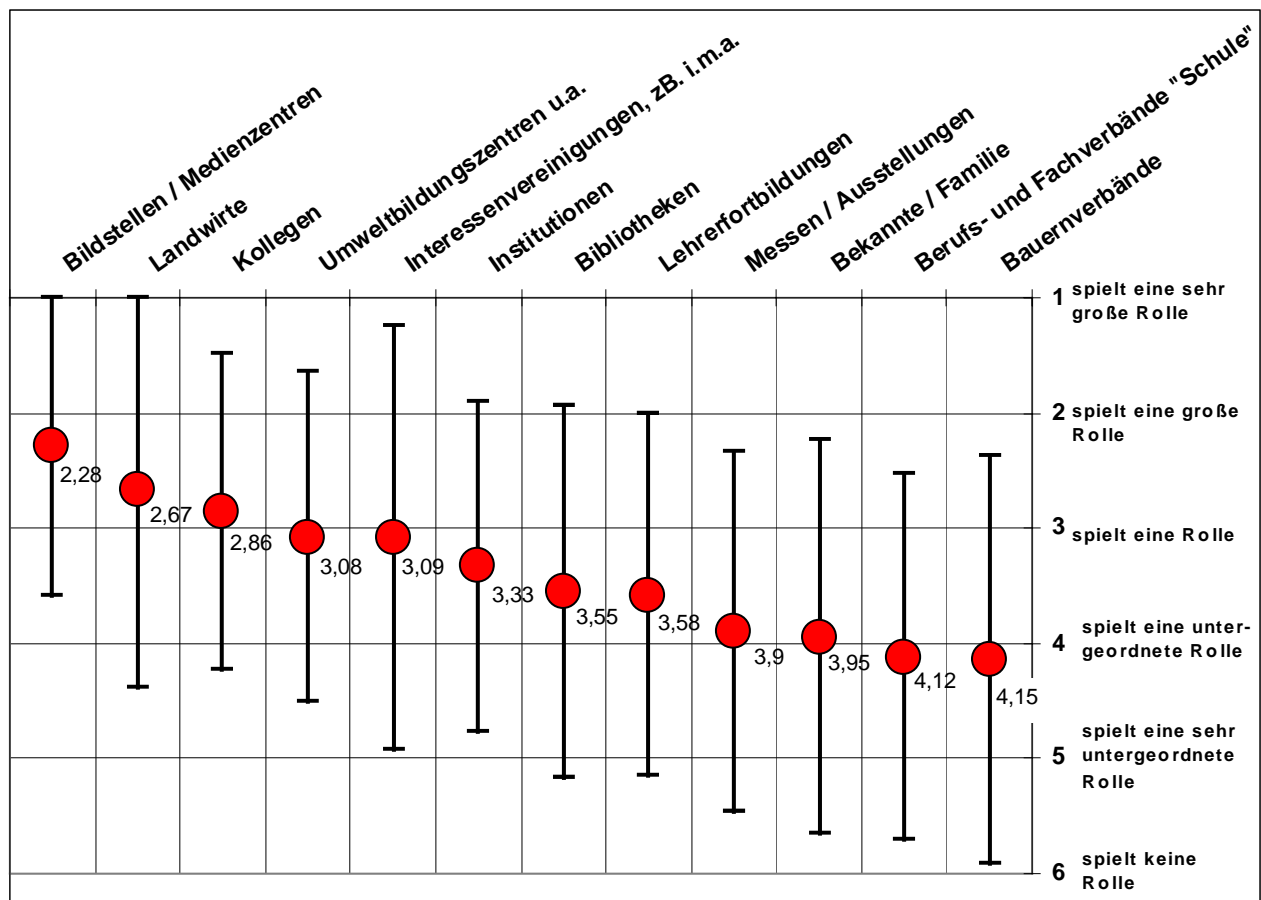


Abbildung 1: Durchschnittliche Bedeutung verschiedener Kontaktstellen
(Angabe des Mittelwertes mit Standardabweichung)

Ein weiterer Vergleich der Mittelwerte zeigt, dass vor allem persönlichen Kontakten eine große Bedeutung bei der Informationssuche zukommt: Sowohl der Kontakt zu Landwirten/Bauernhöfen in der Umgebung als auch zu Kollegen spielt eine erhebliche Rolle. Landwirte werden in diesem Zusammenhang wohl als Fachleute geschätzt, die direkte, mündliche Informationen liefern bzw. durch die Erkundung der Bauernhöfe Informationen zur Verfügung stellen: Im Vergleich zu anderen Kontaktstellen erreichen Landwirte/Bauernhöfe mit 33,9% die größte Zustimmung zur Aussage, dass sie eine sehr große Rolle spielen (Abbildung 3). Dabei weisen Lehrer der Primarstufe Landwirten die Einstufung „spielt sehr große Rolle“ eher zu als Sekundarstufenlehrer. So sagen 53,6% aller antwortenden Grundschullehrer, Landwirten seien als Kontaktstelle von besonderer Wichtigkeit, während sich dieser Anteil bei den Sekundarstufenlehrern (Sekundarstufe I und II) auf 37,5% beläuft. Der Unterschied zwischen den beiden Gruppen ist in diesem Fall signifikant ($p = 0,017$). Mittels eines Korrelationstest wird dieser Zusammenhang bestätigt, d.h. dass Primarstufenlehrer die Bedeutung der Landwirte als Kontaktstelle eher hoch einschätzen als dies Sekundarstufenlehrer tun (Korrelationskoeffizient $r = 0,222$). Dieses Ergebnis kommt wahrscheinlich durch die im Vergleich zur Sekundarstufe relativ häufigere Vermittlung landwirtschaftlicher Themen im Unterricht der Primarstufe und durch die höhere

Abbildungen 2-13: Bedeutung der verschiedenen Kontaktstellen; Häufigkeiten der Antworten in %

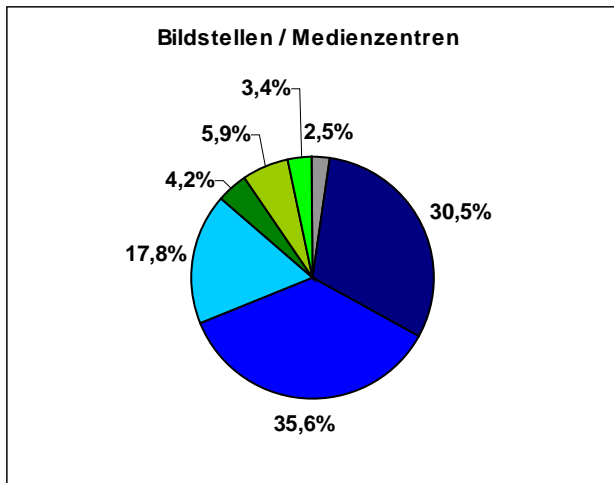


Abbildung 2

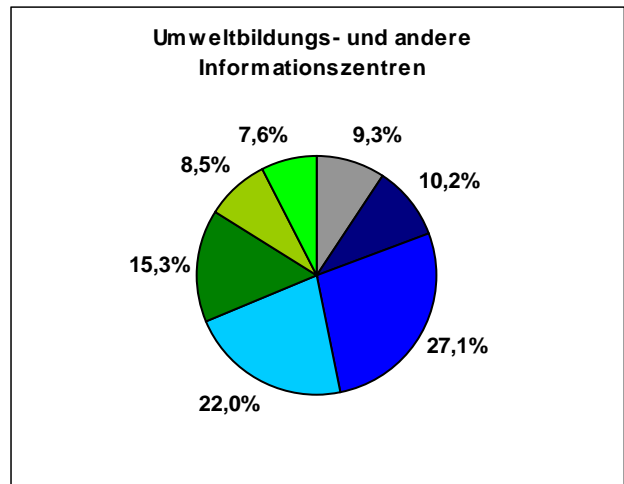


Abbildung 5

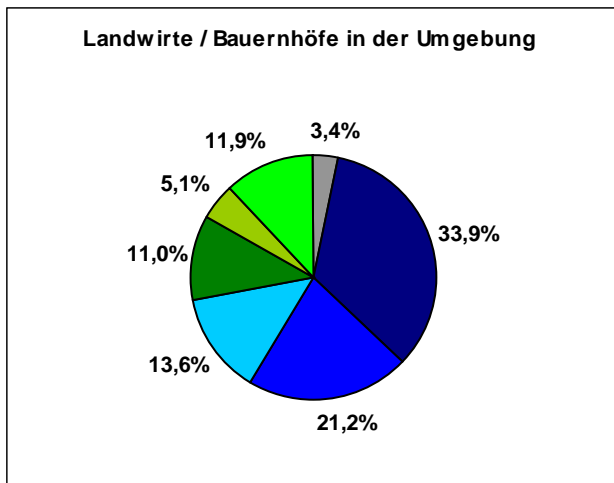


Abbildung 3

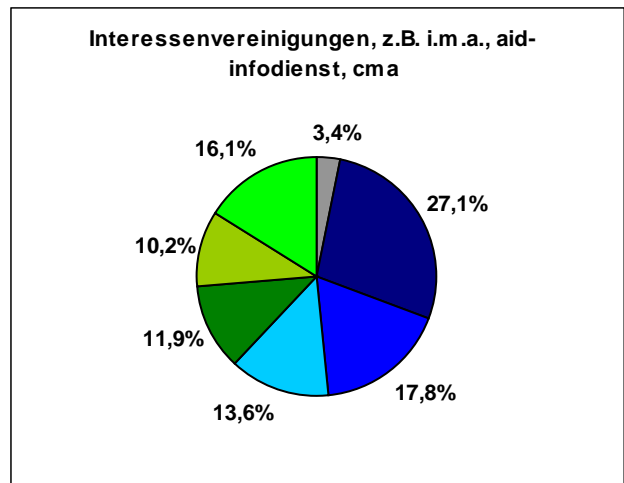


Abbildung 6

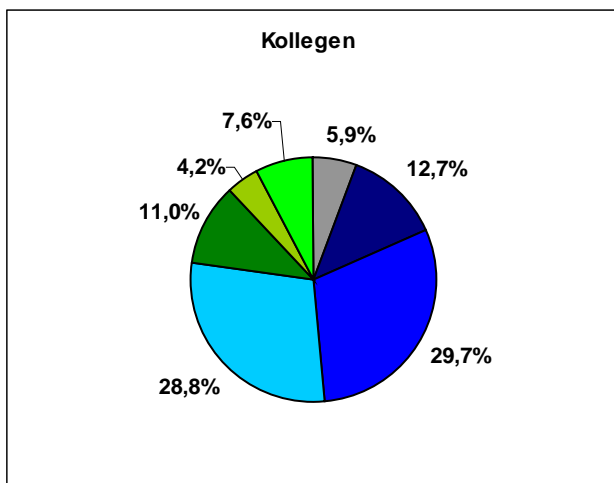


Abbildung 4

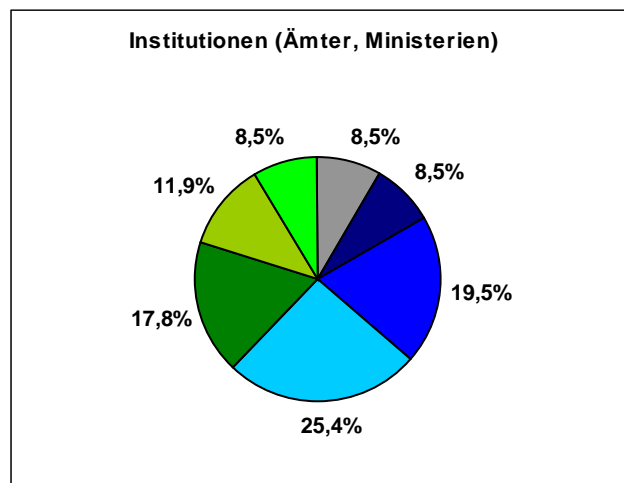


Abbildung 7

Legende:

- spielt eine sehr große Rolle
- spielt eine große Rolle
- spielt eine Rolle

- spielt eine untergeordnete Rolle
- spielt eine sehr untergeordnete Rolle
- spielt keine Rolle
- keine Angabe

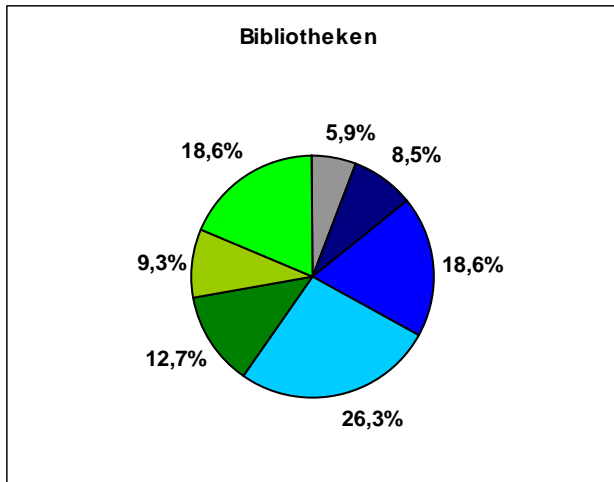


Abbildung 8

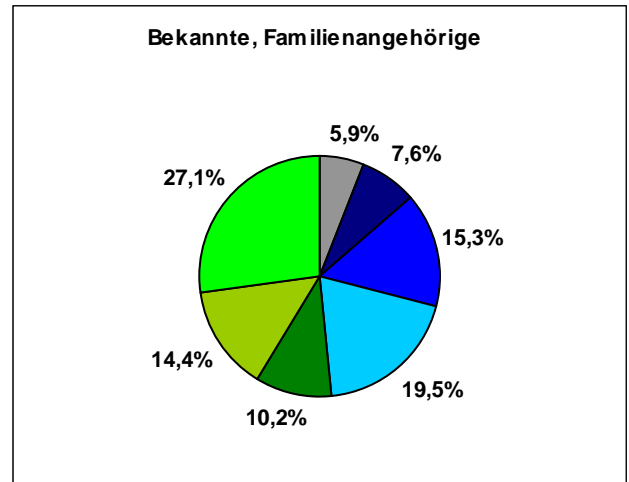


Abbildung 11

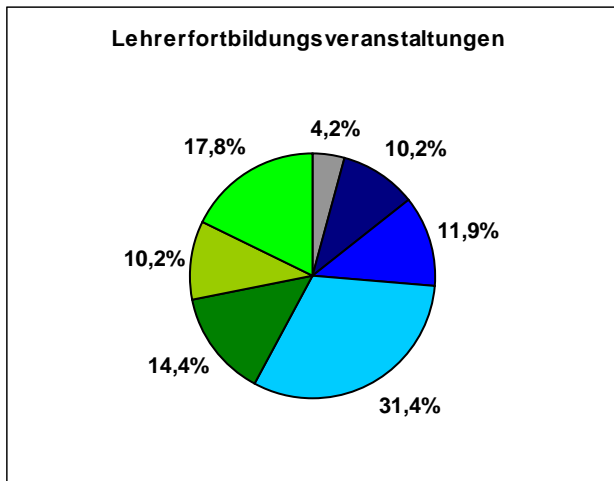


Abbildung 9

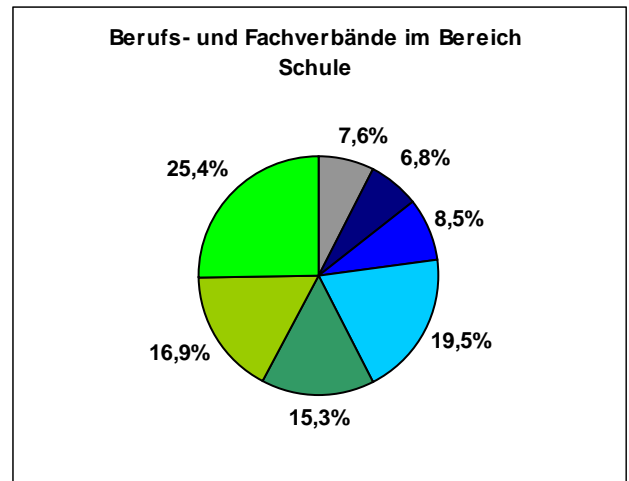


Abbildung 12

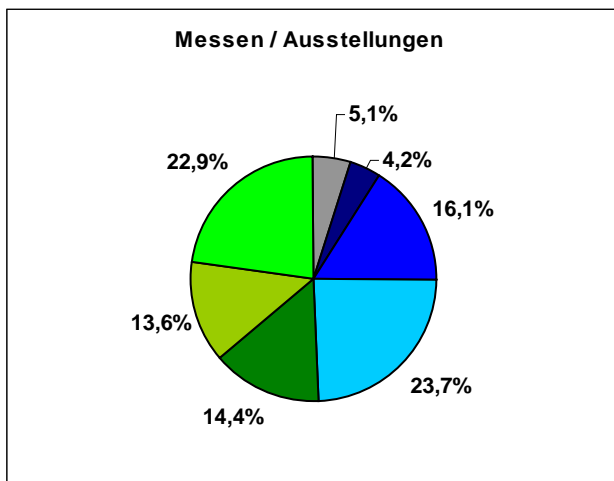


Abbildung 10

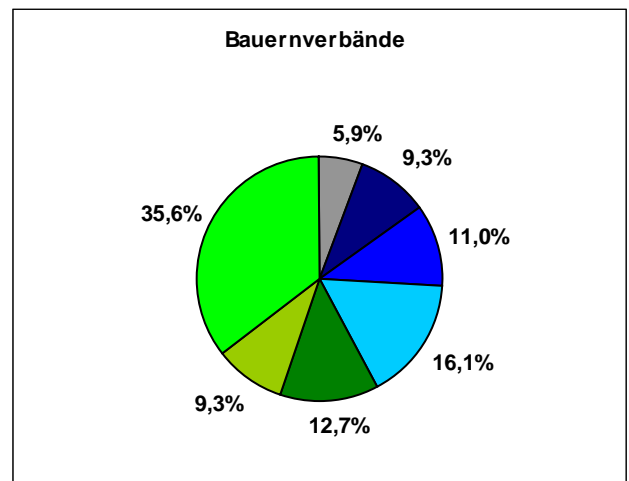









Abbildung 13

Legende:

-  spielt eine sehr große Rolle
-  spielt eine große Rolle
-  spielt eine Rolle

-  spielt eine untergeordnete Rolle
-  spielt eine sehr untergeordnete Rolle
-  spielt keine Rolle
-  keine Angabe

Aktivität der Grundschulen im Bereich des außerschulischen Lernens, konkret im Bereich des Lernens auf dem Bauernhof zustande (vgl. „Analyse der Nachfrage allgemein bildender Schulen nach pädagogischen Angeboten auf Bauernhöfen“ der Bundesinitiative, S.22f.).

Die gewichtige Bedeutung der Kollegen als Kontaktstelle – 71% alle Befragten weisen ihnen diese zu, wobei aus keiner Untergruppe eine deutlich höhere oder geringere Zustimmung erfolgt (Abbildung 4) - liegt wahrscheinlich darin begründet, dass sie einerseits Tipps bei der Informationssuche geben können bzw. Materialien ausleihen und andererseits ebenfalls direkte, mündliche Informationen weitergeben.

Umweltbildungs- und anderen Informationszentren sowie Interessenvereinigungen, wie z.B. i.m.a., aid-infodienst oder CMA werden von jeweils knapp 60% aller Antwortenden ebenfalls eine bedeutungsvolle Rolle im Rahmen der Informationssuche zugewiesen (Abbildung 5, Abbildung 6); dies zeigt sich auch im guten Mittelwert von 3,08 bzw. 3,09 (Abbildung 1). Bemerkenswert ist zudem, dass 27,1% der Antworter Interessenvereinigungen wie i.m.a. etc. eine sehr große Rolle zuschreiben – das ist die dritthöchste Zustimmung die eine Kontaktstelle auf der Skala „1“ erzielt hat. Es kann die Tendenz belegt werden, dass Primarstufenlehrer die genannten Interessenvereinigungen eher als Kontaktstelle hoch einschätzen als Lehrkräfte der Sekundarstufe (mit einem Signifikanzwert von $p = 0,087$). Signifikante Unterschiede zwischen den Untergruppen hinsichtlich der Einstufung von Umweltbildungs- und Informationszentren konnten nicht ermittelt werden.

Bei Bibliotheken und Ämtern/Ministerien ist nahezu eine Gleichverteilung der Antworten über alle sechs Stufen der Skala anzutreffen. Es überwiegt jedoch mit jeweils 53% der Teil, der diesen Kontaktstellen eine nicht unwesentliche Funktion innerhalb der Informationssuche zuschreibt (Abbildung 7, Abbildung 8). Während die Beurteilung der Ämter/Ministerien seitens der Lehrkräfte keine signifikanten gruppenspezifischen Unterschiede aufweist, werden Bibliotheken eher von Primarstufenlehrern als wichtige Kontaktstelle eingestuft; der Unterschied zu Sekundarstufenlehrern ist mit sehr signifikant ($p = 0,04$). Dass Bibliotheken insgesamt keine große Rolle als Kontaktstelle spielen, ist wahrscheinlich auf den Faktor „Erreichbarkeit“ zurückzuführen:

- a) mit Fachliteratur gut bestückte Bibliotheken finden sich nur in Universitäts- und Großstädten,
- b) Bibliotheken sind nur zu bestimmten Tageszeiten zugänglich.

Öffentliche Institutionen wie Ämter und Ministerien hingegen sind bereits auf kommunaler Ebene vertreten und relativ gut erreichbar. Sie können jedoch nur zu spezifischen Fragestellungen Informationen liefern, weshalb auch ihnen innerhalb der Informationssuche keine gewichtige Bedeutung zukommt.

Lehrerfortbildungsveranstaltungen bewegen sich auf ähnlichem Niveau wie Bibliotheken und Institutionen (Abbildung 9), wobei hier mit 31% hauptsächlich die Stufe „3 – spielt eine Rolle“ vergeben wurde, d.h. ihnen kommt weder eine große noch eine geringe Bedeutung zu. Es kann davon ausgegangen werden, dass Lehrerfortbildungsveranstaltungen von ihren Teilnehmern als positiv und effektiv hinsichtlich der Informationssuche eingeschätzt werden, aber ein Großteil der Lehrkräfte eher selten solche Veranstaltungen aufsucht. Hier beeinflussen vor allem länderspezifische Regelungen und das Angebot der verschiedenen Bildungsträger das Verhalten (siehe Analyse der Lehrerfortbildungen zu landwirtschaftlichen Themen seitens der Bundesinitiative „Lernen auf dem Bauernhof“). Ein höchst signifikanter

Unterschied im Antwortverhalten stellt sich beispielsweise hier zwischen den Lehrergruppen aus Thüringen einerseits und Niedersachsen andererseits heraus ($p = 0,001$).

Die Positionen der wenig bedeutsamen Kontaktstellen nehmen Messen/Ausstellungen, Bekannte/Familienangehörige, Berufs- und Fachverbände im Bereich Schule und Bauernverbände ein. Alle vier Kontaktstellen zeichnen sich durch relativ geringe Prozentzahlen in der Stufe „1 – spielt sehr große Rolle“ und relativ hohe Prozentzahlen in der Stufe „6 – spielt keine Rolle“ aus (Abbildungen 10, 11, 12 und 13). Den niedrigsten Stellenwert erreichen Bauernverbände: Nur 36,4% der Antwortenden weisen ihnen eine gewisse Bedeutung zu, während 58% dies verneinen; 35,6% sagen, Bauernverbände spielten keine Rolle. Es sind in diesem Fall keine gruppenspezifische Unterschiede hinsichtlich des Alters, Geschlechts, Schulstufe oder –form festzustellen. Allerdings lehnt die Lehrergruppe aus Berlin Bauernverbände als Kontaktstelle entschiedener (nämlich zu 85,7%) ab als andere Lehrkräfte. Dieser Unterschied ist mit einem standardisierten Residuum von 2,1 signifikant. Da keine Lehrkräfte aus den Stadtstaaten Bremen bzw. Hamburg an der Befragung teilgenommen haben, kann die Hypothese, dass Lehrer aus stark urbanen Räumen gegenüber Bauernverbänden ablehnender eingestellt sind, jedoch nicht überprüft werden.

Ein wesentlicher Grund für die allgemein geringe Wertschätzung als Kontaktstelle liegt wahrscheinlich in der Wahrnehmung der Bauernverbände als ausschließliche Organisationen für den Berufsstand der Landwirte seitens vieler Lehrer. Die Funktion als Kontaktstelle ist demnach wenig transparent.

Messen/Ausstellungen zeichnen sich dadurch aus, dass sie nur sporadisch genutzt werden können und räumlich zumeist weit entfernt liegen. Ihre Einstufung als Kontaktstelle mit untergeordneter Bedeutung ist vor diesem Hintergrund zu sehen. Es liegt eine sehr geringe Korrelation zwischen dem Alter der Lehrkräfte und einer hohen Bewertung in dem Sinne vor, dass jüngere Lehrer (Altersgruppe: 26-35 Jahre) eher zu dieser Einstufung neigen als ältere ($r = 0,163$). Es besteht daher Anlass anzunehmen, diese Altersgruppe sei räumlich mobiler bzw. aktiver auf dem Feld der Informationssuche. Letztere Vermutung findet jedoch in weiteren Tests keine Bestätigung: Sowohl bei der Bewertung der Kontaktstellen als auch der Medien konnte kein allgemeiner Zusammenhang zwischen Alter und Intensität der Informationssuche belegt werden. Weder nutzen beispielsweise ältere Lehrkräfte Schulbücher und Lehrerbände intensiver als jüngere noch greifen sie generell weniger häufig auf andere Medien zurück oder weisen Kontaktstellen eine geringere Bedeutung zu (zum Zusammenhang Alter – Internet siehe S.19.). Daher ist anzunehmen, dass der Faktor „räumliche Mobilität“ eher ausschlaggebend für die leicht höhere Favorisierung der Kontaktstelle Messen/Ausstellungen seitens jüngerer Lehrkräfte ist als eine vermeintlich intensivere Informationssuche.

Die statistische Auswertung und Interpretation der Antworten auf die Frage nach der Bedeutung verschiedener Kontaktstellen innerhalb der Suche nach Informationen zum Themenbereich „Landwirtschaft & Ernährung“ führt zusammengefasst zu folgenden Ergebnissen:

- **Persönliche Kontakte spielen eine sehr große Rolle wie es die hohe Bewertung der Kontaktstellen Landwirte/Bauernhöfe und Kollegen belegt;**
- **es werden Kontaktstellen bevorzugt, die gezielt didaktisch-methodisch aufbereitete Informationsmaterialien zum Thema Landwirtschaft & Ernährung für Lehrer bereithalten (Bildstellen/Medienzentren, Umweltbildungs- und Informationszentren, Interessenvereinigungen) – dies zumeist auch kostenlos bzw. kostengünstig;**

- von besonderem Belang ist die Erreichbarkeit von Kontaktstellen: Entweder die räumliche Nähe (Bildstellen/Medienzentren, Landwirte/Bauernhöfe, Umweltbildungs- und Informationszentren) oder einfache und schnelle Kommunikationswege (postalisch, online, z.B. Interessenvereinigungen) geben den Ausschlag dafür, ob eine Kontaktstelle häufig genutzt wird oder nicht;
- die Relevanz von Kontaktstellen wird wahrscheinlich von folgenden Faktoren eingeschränkt: Sporadizität, räumliche Distanz bzw. hoher Zeitaufwand, Ungewissheit des Sucherfolges gepaart mit tageszeitlich beschränkten Zugangsmöglichkeiten sowie geringe Transparenz (siehe Tabelle 4);

Tabelle 4: Gegenüberstellung der Kontaktstellen mit hoher und geringer Bedeutung

Im Rahmen der Informationssuche relevante Kontaktstellen (mindestens 50% der Antworten im Bereich 1 bis 3 auf der Ratingskala)	Im Rahmen der Informationssuche eher unbedeutende Kontaktstellen (weniger als 50% der Antworten im Bereich 1 bis 3 auf der Ratingskala)
Bildstellen / Medienzentren	Messen / Ausstellungen
Landwirte / Bauernhöfe in der Umgebung	Bekannte / Familie
Kollegen	Berufs- und Fachverbände im Bereich Schule
Umweltbildungs- und andere Informationszentren	Bauernverbände
Interessenvereinigungen, z.B. i.m.a., aid, CMA	
Ämter / Ministerien	
Bibliotheken	
Lehrerfortbildungen	

- die Untergruppe der Primarstufenlehrer schätzt Landwirte/Bauernhöfe als Kontaktstelle signifikant höher ein als die Gruppe der Sekundarstufenlehrer. Des Weiteren liegt die Tendenz vor, dass Grundschullehrer Interessenvereinigungen wie i.m.a. etc. eher mit „1 spielt sehr große Rolle“ bewerten als Lehrer anderer Schulformen.

3.2 Nutzung und Nutzungsintensität verschiedener Medien bei der Informationssuche

In einer zweiten Frage sollte beantwortet werden, welche Medien bei der Suche nach Informations- und Unterrichtsmaterialien genutzt werden. Wiederum mit Hilfe einer 6-stufigen Rating-Skala konnten die Befragten die Nutzungsintensität ausgewählter Medien angeben (von „1 - sehr oft“ bis „6 - nie“).³ Abbildung 14 stellt die durchschnittlich erreichte Bewertung der verschiedenen Medien dar. Auf dem ersten Blick klar ersichtlich ist hier die herausragende Bedeutung von Schulbüchern und Lehrerbänden bzw. von anderen Materialien, die Schulbuchverlage zur Verfügung stellen. Nicht nur im Durchschnitt, sondern auch bei der Einstufung „1 – nutze ich sehr oft“ erlangen diese Medien mit Abstand die größte Zustimmung (Abbildung 15 und 16). Diese positive Bewertung erfolgt in allen Untergruppen der Lehrkräfte gleichermaßen. Auch bundeslandspezifische Unterschiede sind nicht auf signifikantem Niveau festzustellen.

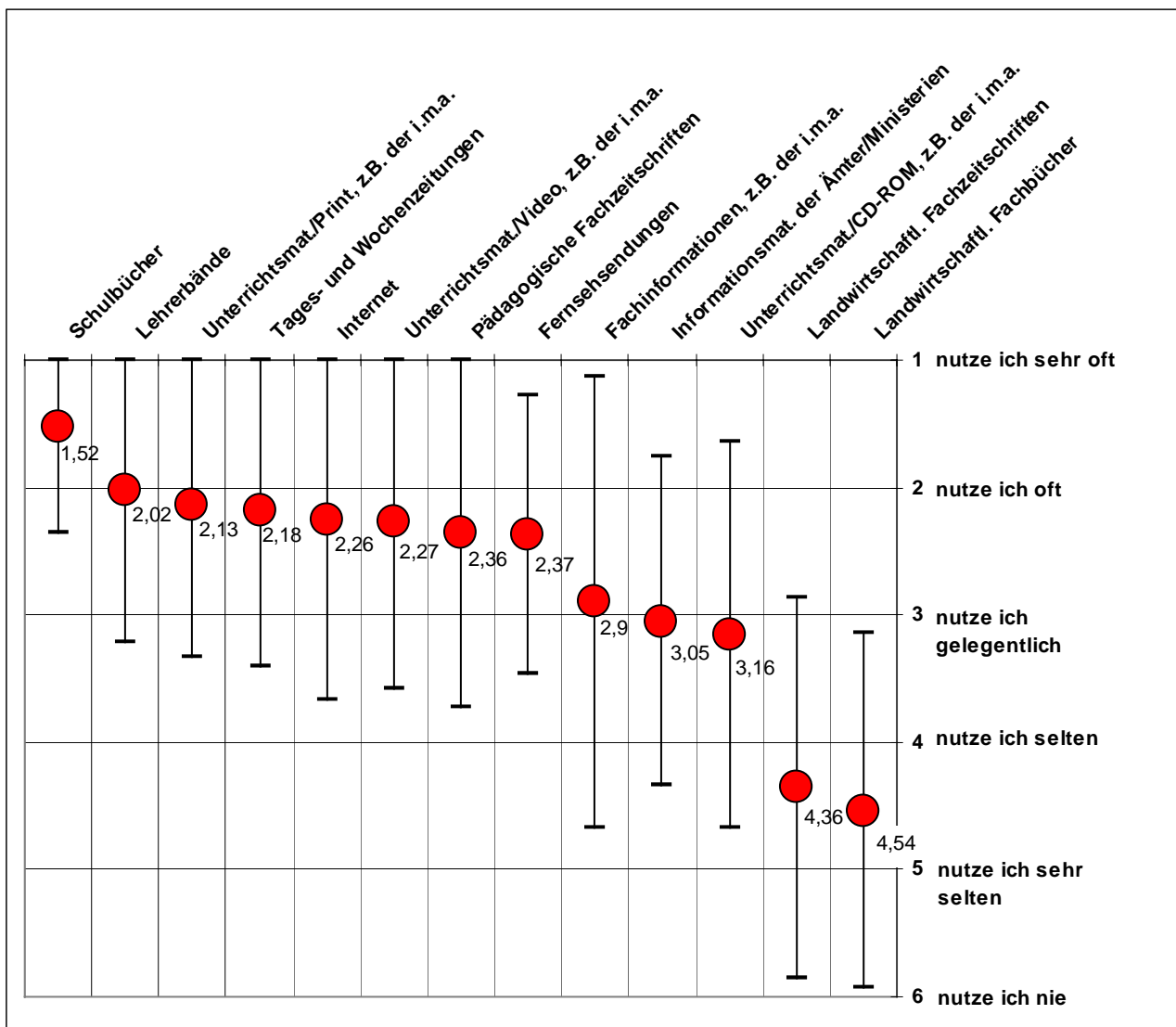


Abbildung 14: Durchschnittliche Nutzungsintensität verschiedener Medien (Mittelwerte und Standardabweichung)

³ Unter „Sonstiges“ wurden in einem Fall die Verpackungen von Lebensmittel als weiterer Informationsträger angegeben.

Abbildung 15 - 27: Nutzungsintensität der verschiedenen Medien; Häufigkeiten der Antworten in %

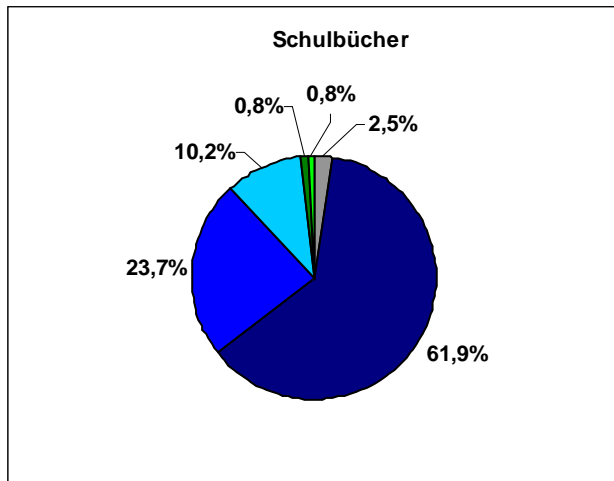


Abbildung 15

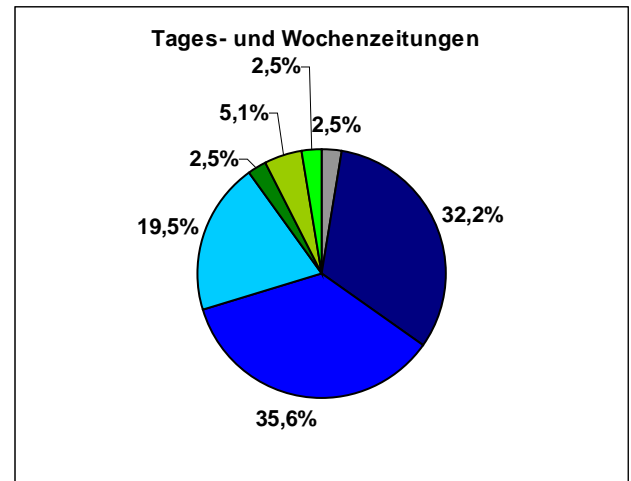


Abbildung 18

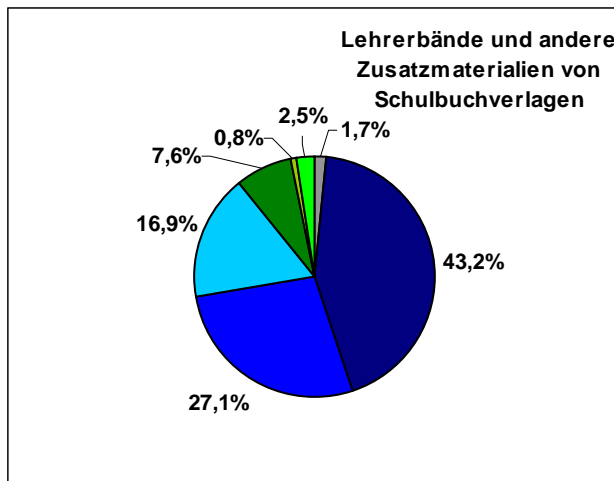


Abbildung 16

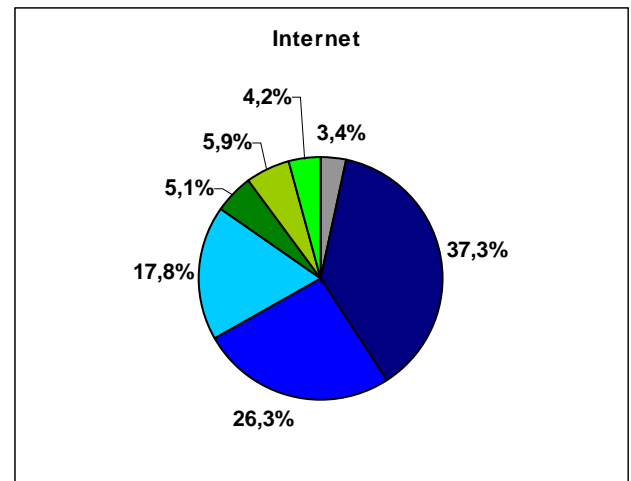


Abbildung 19

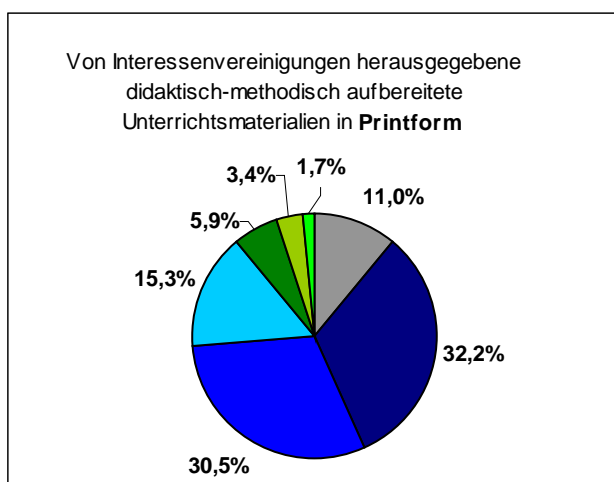


Abbildung 17

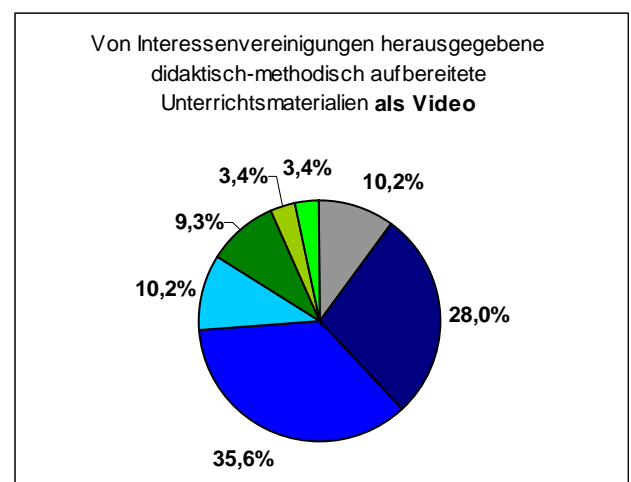


Abbildung 20

Legende:

- nutze ich sehr oft
- nutze ich oft
- nutze ich gelegentlich

- nutze ich selten
- nutze ich sehr selten
- nutze ich nie
- keine Angabe

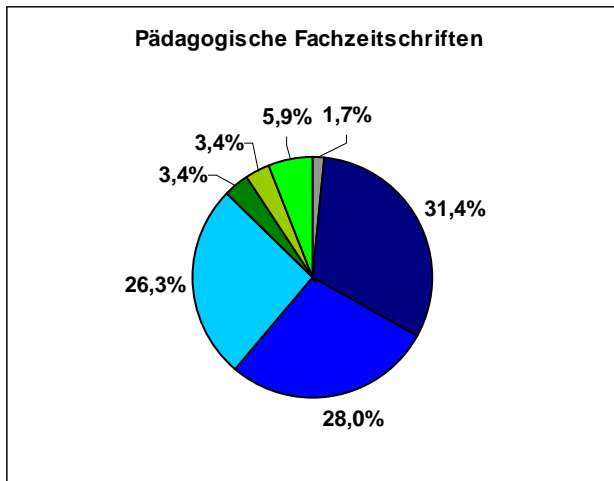


Abbildung 21

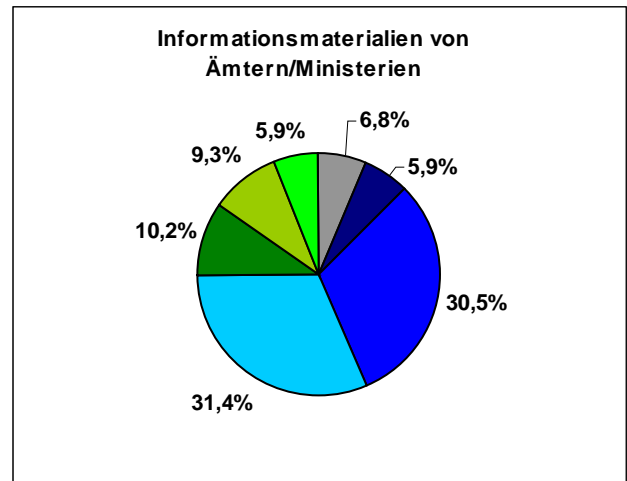


Abbildung 24

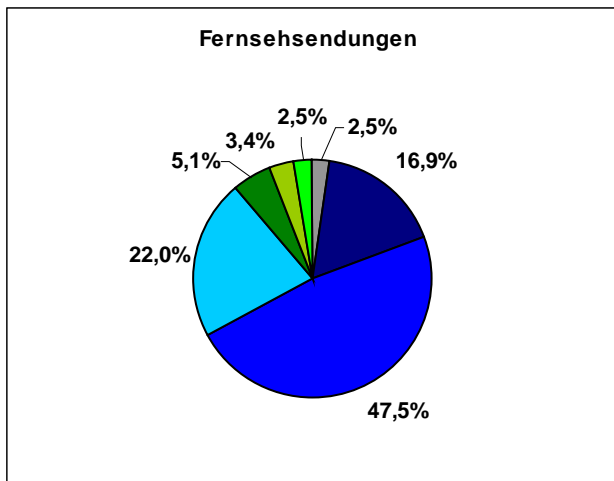


Abbildung 22

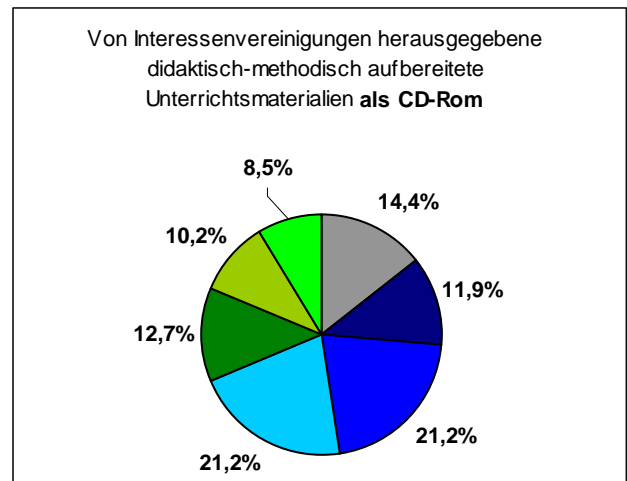


Abbildung 25

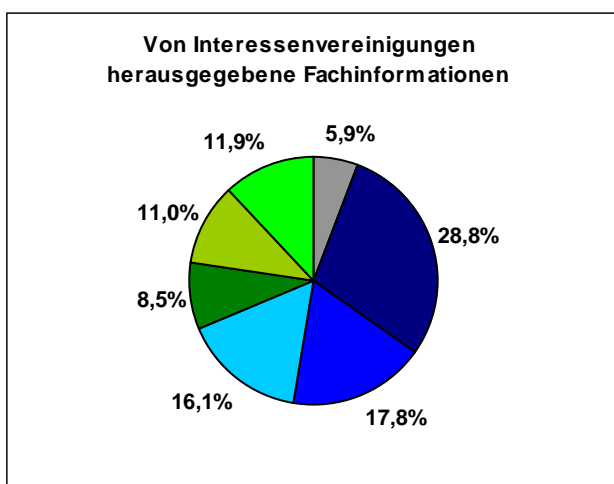


Abbildung 23

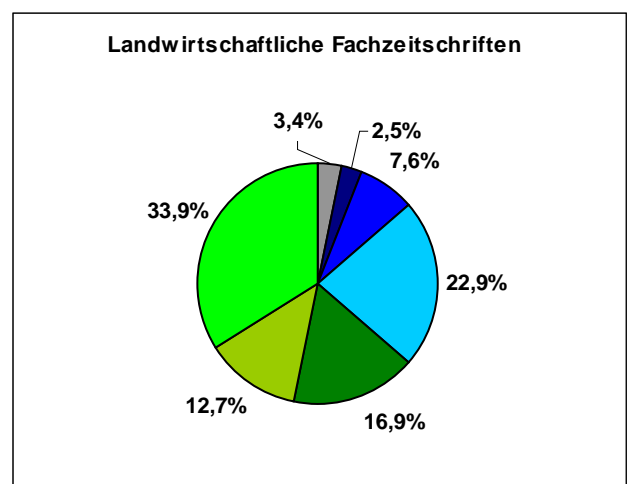


Abbildung 26

Legende:

- nutze ich sehr oft
- nutze ich oft
- nutze ich gelegentlich

- nutze ich selten
- nutze ich sehr selten
- nutze ich nie
- keine Angabe

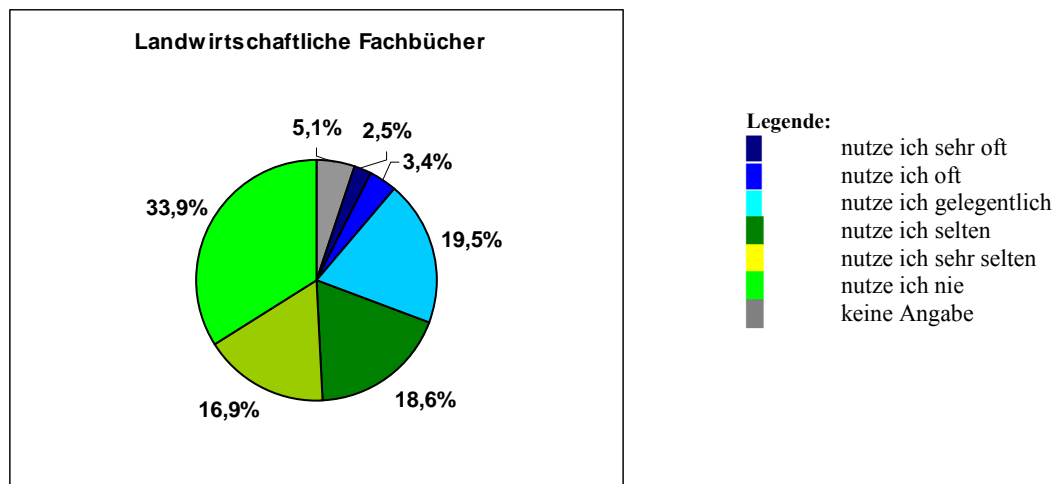


Abbildung 27

Die Relevanz dieser Medien liegt darin begründet, dass Schulbücher Basismedien sind, die jeder Schüler in der Hand und tagtäglich in der Schule und zu Hause zur Verfügung hat. Schulbücher sind Verbundmedien, die eine Vielzahl von Einzelmedien in sich vereinigen: Texte, Karten, Bilder, Diagramme usw. Lehrerbände sind speziell auf die Schulbücher abgestimmt und bieten damit eine geeignete, zeitlich effektive Grundlage für die Unterrichtsvorbereitung: die Lösungen der Aufgaben des Schulbuches, Arbeitsblätter als Kopiervorlagen, Hinweise zur Bildinterpretation und zusätzliche Materialien für die Unterrichtsgestaltung werden angeboten.

Ebenso eindeutig ist die unbedeutende Funktion landwirtschaftlicher Fachliteratur innerhalb der Informationssuche. Sowohl Fachbücher als auch Fachzeitschriften werden im Durchschnitt nur selten genutzt. 67% (bei landwirtschaftliche Fachzeitschriften) bzw. 75% (bei landwirtschaftlichen Fachbüchern) aller antwortenden Lehrkräfte geben an, diese Literatur selten bis nie zu nutzen. Dem gegenüber stehen etwa 20%, die gelegentlich zu diesen Medien greifen, und nur 10% bzw. 6%, die oft bis sehr oft Informationen aus landwirtschaftlichen Fachbüchern bzw. Fachzeitschriften verwenden (Abbildung 26 und 27). Ein Konglomerat aus Gründen wird wahrscheinlich für diese Einschätzung verantwortlich sein: Das hohe fachliche Niveau dieser Literatur, welchem häufig eher geringe Kenntnisse über landwirtschaftliche Fachthemen seitens der Lehrer gegenüberstehen, keine didaktisch-methodisch Aufbereitung der Informationen für unterschiedliche Altersstufen, zum Teil tendenziöse Darstellungen sowie eine umständliche, zeitaufwendige Suche nach bestimmten Fachinformationen in diesen Medien – treffen diese Faktoren zusammen, so ist die Motivation seitens eines Lehrers wohl eher gering, sich mit den betreffenden Medien auseinanderzusetzen. Diese Vermutung wird dadurch bestätigt, dass selbst Lehrkräfte der Sekundarstufe II keine signifikant unterschiedliche Bewertung dieser Medien abgeben, obwohl aufgrund des höheren fachlichen Anspruchs und des Auftrags, in der gymnasialen Oberstufe propädeutische Aspekte zu berücksichtigen, eher Anlass dazu bestünde.

Anders stellt sich die Situation bei Medien dar, die Träger didaktisch-methodisch aufbereiteter Informationen sind. So werden entsprechende Unterrichtsmaterialien in Printform oder als Video, wie sie von Interessenvereinigungen, z.B. i.m.a., aid-infodienst, CMA etc. vorgelegt werden, oft von Lehrkräften genutzt. Dabei wird die Printform gegenüber

dem Video leicht bevorzugt: Insgesamt sagen 78% aller Antworter, dass sie die Druckausgaben der Interessenvereinigungen sehr oft bis gelegentlich einsetzen, davon nutzen allein 32% die gedruckten Herausgaben sehr oft (Abbildung 17). Videos werden von 74% aller antwortenden Lehrer sehr häufig bis gelegentlich verwendet. Die Anzahl der sehr häufigen Nutzer beträgt hierbei allein 28% (Abbildung 20). Bei diesen Angaben muss berücksichtigt werden, dass Printmedien in viel höherer Anzahl vertreten sind als Videos bzw. dass erstere in der Regel kostengünstiger zu erwerben sind als Filmmaterialien.

Im Durchschnitt erreichen beide Unterrichtsmaterialien der Interessenvereinigungen hohe Nutzungsintensitäten: Mit einem Mittelwert von 2,13 liegen die Printmedien auf Rang 3, Videos mit einer durchschnittlichen Einstufung von 2,27 auf Rang 6 im Vergleich zur Nutzungsintensität anderer Medien (Abbildung 14). Dabei erfahren beide Medien eine mehr oder weniger gleichmäßige hohe Nutzungsfrequenz innerhalb aller Lehrerguppen.

Weniger erfolgreich stellt sich die CD-ROM als Träger pädagogischer Informationen dar. Sie wird im Durchschnitt nur gelegentlich genutzt (Mittelwert 3,16) und innerhalb der verschiedenen Stufen der Nutzungsintensität liegt nahezu einer Gleichverteilung vor (Abbildung 25). Im Gegensatz zu Videos und Printmedien hat sich scheinbar der Einsatz von CD-ROMs im Unterricht oder auch als Informationsquelle für den Lehrer bisher nicht in besonderem Maße etabliert. Während gedruckte Informationen schnell zu überblicken sind und es insofern ermöglichen, eine Informationssuche zeitlich einzugrenzen, erfordert eine CD-ROM ein zeitintensives „Durchklicken“. Darüber hinaus verlangt der Einsatz im Unterricht eine entsprechende technische Ausstattung der Schule, in deren Nutzung jeder Lehrer geschult ist und die verlässlich, d.h. nicht störanfällig ist. Hier werden wahrscheinlich noch Defizite vorliegen, derweil Videorecorder zur Standardausrüstung sowohl an Schulen als auch in Privathaushalten zählen. Es wurde getestet, ob in diesem Fall altersspezifische Unterschiede bestehen: Mit zunehmenden Alter der Lehrer nimmt die Nutzungsintensität jedoch weder signifikant zu noch ab; es liegen ebenfalls keine Tendenzen vor. Auch deutliche Unterschiede zwischen den Schulformen und –stufen sind nicht festzustellen.

Zu den oft genutzten Medien zählen des Weiteren Tages- und Wochenzeitungen wie auch das Internet. Beide zeichnen sich dadurch aus, dass sie vor allem aktuelle Informationen zur Verfügung stellen. Während die Darstellungen landwirtschaftlicher Themen in Schulbüchern und Lehrerbänden, anderen Printmedien und Videos häufig auf veralteten Daten beruhen und die Realität nur unzulänglich widerspiegeln, können Zeitungen und Internet dazu dienen, diese Diskrepanz zu überbrücken. Zudem liefern beide Medien auch kurz gefasste Informationen, was für den Einsatz im Unterricht zweckmäßig ist.

Das Internet stellt darüber hinaus eine globale Informationsquelle dar, die Auskünfte zu fast jedem Thema bereithält und zu jeder Tages- und Nachtzeit abrufbar ist. Allerdings setzt eine erfolgreiche Informationssuche die Anwendung gewisser Suchstrategien voraus, um nicht in der Flut von Informationen den Überblick zu verlieren.

In der Zusammenschau werden diese Gründe dafür ausschlaggebend sein, dass über 80% aller an der Befragung teilnehmenden Lehrkräfte Tages- und Wochenzeitungen sowie das Internet sehr oft bis gelegentlich nutzen (Abbildung 18 und 19). Innerhalb der Lehrer, die Zeitungen stark nutzen, ist die Gruppe der Biologielehrer jedoch unterproportional vertreten. Statistische Tests ergaben, dass der Unterschied zu Erdkundelehrern sehr signifikant ($p = 0,006$) und zu Lehrkräften mit dem Fach Sachunterricht signifikant ist ($p = 0,054$). Es ist zu vermuten, dass die überwiegend wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Themen der Presse für den Biologieunterricht eher selten zu nutzen sind.

Annahmen hinsichtlich möglicher Unterschiede zwischen Schulstufen und –formen konnten nicht bestätigt werden.

Die eruierte gewichtige Bedeutung des Internets wirft natürlich die Frage auf, ob ein Zusammenhang zwischen Alter und Internetnutzung aufgestellt werden kann. Die statistische Auswertung belegt eine geringe Korrelation in dem Sinne, dass Lehrer der Altersgruppe 26-35 Jahre das Internet häufiger nutzen als ältere Lehrkräfte ($r = 0,207$). Der Unterschied zwischen den Altersgruppen ist signifikant (p -Wert = $0,027$). Abbildung 28 veranschaulicht den Zusammenhang zwischen Alter und Internetnutzung anschaulich anhand eines summierten Säulendiagramms. So verwenden 66,7% aller Lehrkräfte in der Altersgruppe der 26-35 das Internet als Medium innerhalb der Informationssuche sehr oft; keine andere Altersgruppe erreicht einen ähnlichen Anteil in dieser Stufe. Zudem geben alle 26-35-jähriger Lehrer im Rahmen der Befragung an, dass sie das Internet zumindest gelegentlich nutzen; erst in der folgenden Altersgruppen sind Lehrkräfte vertreten, die seltener bis nie auf das Internet zurückgreifen.

Weitere Zusammenhänge bzw. Unterschiede in der Nutzung des Internets konnten nicht belegt werden.

Eine wichtige Rolle spielen innerhalb der verschiedenen Medien auch die pädagogischen Fachzeitschriften. 86% aller Antwortter nutzen dieses Medium sehr oft bis gelegentlich, davon allein 31% sogar sehr oft (Abbildung 21). Hier spiegelt sich die Favorisierung didaktisch-methodisch und alterstufenspezifisch aufbereiteter Informationen seitens der Lehrkräfte wider. Diese gruppenübergreifende Einstellung kommt auch dadurch zum Ausdruck, dass keine signifikanten Unterschiede zwischen den Untergruppen festgestellt werden konnten.

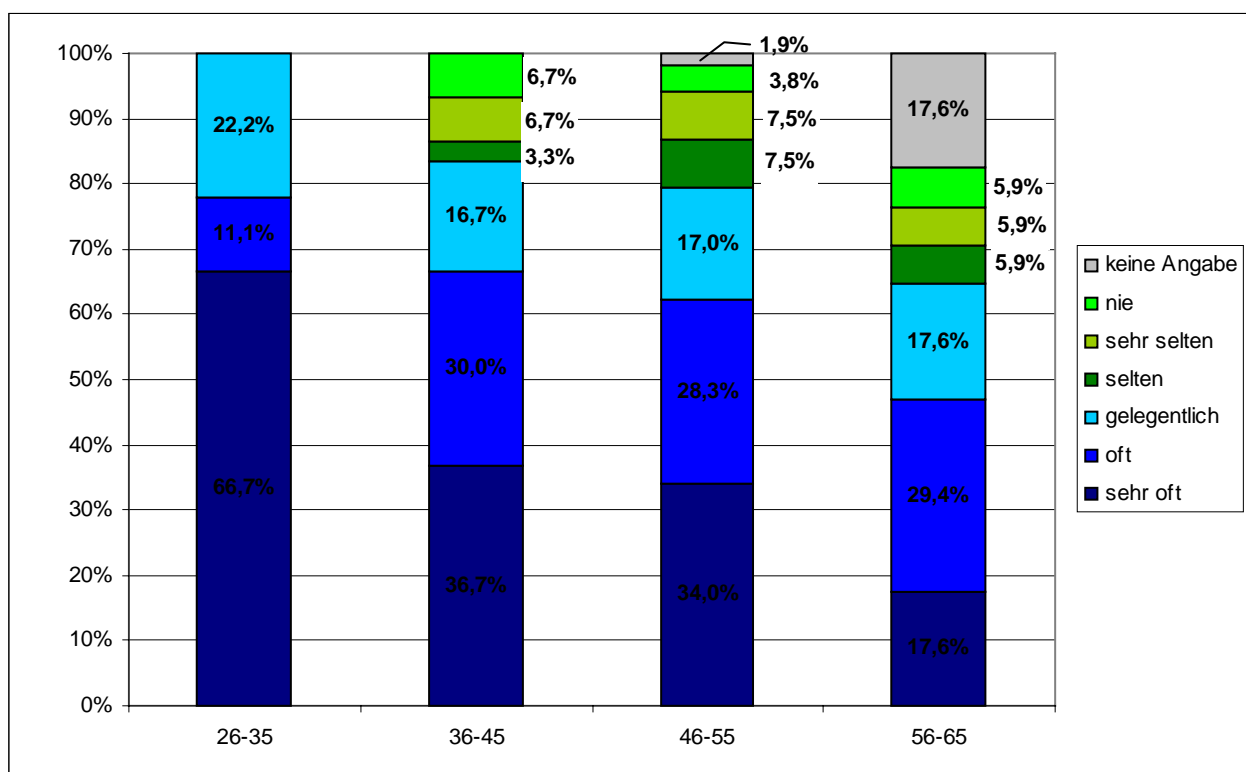


Abbildung 28: Nutzungsintensität des Internets von verschiedenen Altersgruppen innerhalb der antwortenden Lehrkräfte, Häufigkeiten der Antworten in Prozent

In der Nutzungsintensität knapp hinter den pädagogischen Fachzeitschriften liegen Fernsehsendungen, wobei der Anteil derjenigen, die Fernsehsendungen sehr oft als Informationsträger nutzen mit 16,9% relativ gering ausfällt. Es überwiegt mit 69,5% die Gruppe, die oft bis gelegentlich auf dieses Medium zurückgreift. In der Verteilung der Antworten auf der Rating-Skala treten in diesem Fall keine signifikanten Unterschiede zu Tage (Abbildung 22).

Die Aufnahme von Dokumentationen, Schulfernsehsendungen o.ä. auf Videokassette dient wahrscheinlich der anschaulichen Darstellung aktueller landwirtschaftlicher Themen, die entweder bisher nicht offiziell verfilmt wurden und über Bildstellen/Medienzentren ausleihbar sind oder die nur auf veraltetem Filmmaterial dargestellt werden.

Sachinformationen, die von Interessenvereinigungen wie der i.m.a. oder von Ämtern und Ministerien herausgegeben werden, liegen mit einer durchschnittlichen Einstufung von „3 – nutze ich gelegentlich“ im unteren Mittelfeld der Nutzungsintensität (Abbildung 14). Auffallend ist jedoch, dass mit 28,8% sehr viele Antworter angeben, Fachinformationen der Interessenvereinigungen sehr oft zu nutzen, während die Prozentanteile in den weiteren Abstufungen geringer ausfallen (Abbildung 23). Der hohe Anteil der Antworten in Stufe 1 ist vor allem auf die starke Zustimmung seitens der Primarstufenlehrer zurückzuführen: 50% aller auf dieser Stufe verteilten Antworten stammen von ihnen; die statistische Erwartung liegt dem gegenüber bei knapp 31%. Der Unterschied zwischen Primar- und Sekundarstufenlehrer ist diesbezüglich jedoch noch nicht signifikant ($p = 0,185$).

Im Vergleich zu den Informationsmaterialien der Interessenvereinigungen werden diejenigen der Ämter/Ministerien nur von 5,9% der an der Befragung teilnehmenden Lehrkräfte sehr oft verwendet, hier überwiegt der Anteil derjenigen, die sich oft bis gelegentlich dieses Medium zunutze machen (Abbildung 24).

Tabelle 5: Gegenüberstellung der unterschiedlichen Nutzungsintensität von Medien

Im Rahmen der Informationssuche sehr stark genutzte Medien (mindestens 40% der Antworten im Bereich 1 auf der Ratingskala)	Im Rahmen der Informationssuche häufig genutzte Medien (mindestens 50% der Antworten im Bereich 1 bis 3 auf der Ratingskala)	Im Rahmen der Informationssuche schwach genutzte Medien (weniger als 50% der Antworten im Bereich 1 bis 3 auf der Ratingskala)
Schulbücher	Didaktisch-methodisch aufbereitete Unterrichtsmaterialien in Printform von Interessenvereinigungen	Landwirtschaftliche Fachzeitschriften
Lehrerbände	Tages- und Wochenzeitungen	Landwirtschaftliche Fachbücher
	Internet	
	Didaktisch-methodisch aufbereitete Unterrichtsmaterialien als Video von Interessenvereinigungen	
	Pädagogische Fachzeitschriften	
	Fernsehsendungen	
	Fachinformationen von Interessenvereinigungen	
	Informationsmaterialien von Ämtern / Ministerien	
	Didaktisch-methodisch aufbereitete Unterrichtsmaterialien als CD-ROM von Interessenvereinigungen	

Zusammenfassend ist festzustellen, dass zwischen sehr stark genutzten Schulbüchern und Lehrerbänden einerseits und schwach genutzter landwirtschaftlicher Fachliteratur andererseits ein großes Mittelfeld besteht, in welchem die einzelnen Medien teilweise sehr ähnliche Nutzungsintensitäten aufweisen (Tabelle 5).

Grundsätzliche Tendenzen scheinen in der Bevorzugung didaktisch-methodisch aufbereiteter Informationen in Printform oder als Video bzw. in der Favorisierung von Medien zu liegen, die (tages-)aktuelle Informationen bieten. Ansonsten entscheidet wohl eher die spezifische inhaltliche Fragestellung und damit verbunden die methodische Ausrichtung, welches Medium von Fall zu Fall ausgewählt wird – es liegt ein intermediäres Nutzungsverhalten vor.

Korrespondierend mit dem im vorherigen Kapitel ermittelten Ergebnis, dass Primarstufenlehrer tendenziell Interessenvereinigungen als Kontaktstelle höher bewerten als Sekundarstufenlehrer, fällt der Befund aus, dass vor allem Grundschullehrer Fachinformationen der Interessenvereinigungen sehr intensiv nutzen.

3.3 Zugänge zur Internetrecherche

In diesem Kapitel steht besonders das Medium „Internet“ im Fokus des Interesses. Nicht nur die Nutzungsintensität, sondern auch die Umgangsweise mit dem Internet sollte daher bei der Befragung ermittelt werden. Die nächsten Fragen betrafen insofern gesondert die Lehrkräfte, die bereits das Internet nutzen (95,6% aller antwortenden Lehrer).

Zunächst sollte die Nutzungsintensität verschiedener ausgewählter Zugänge zur Internetrecherche angegeben werden⁴; die Antwortmöglichkeiten wurden in Form einer 6-stufigen Rating-Skala („1 – sehr oft“ bis „6 – nie“) vorgegeben.

Abbildung 29 stellt die durchschnittliche Nutzungsintensität verschiedener Internetzugänge dar. Suchmaschinen werden mit einem Mittelwert von 1,84 sehr oft von den antwortenden Lehrkräften genutzt und erzielen mit Abstand die größte Zustimmung. Nur 9,3% der Lehrer geben an, diesen Zugang zur Internetrecherche selten bis sehr selten zu nutzen, während 70% sagen, dass sie ihn sehr oft bis oft verwenden; knapp 13% greifen gelegentlich auf Suchmaschinen zurück (Abbildung 30). Damit erweisen sich Suchmaschinen als die am stärksten frequentierten Startseiten innerhalb einer Informationssuche online. Die Häufigkeiten der Antworten sind dabei nicht von Variablen wie Alter, Schulstufe o.ä. abhängig.

Die zweitintensivste Nutzung erfahren Bildungsserver, doch ein Mittelwert von 3,27 drückt ihre eher untergeordnete Rolle aus. Dies betrifft ebenso den gezielten Zugriff auf Internetseiten von Ämtern/Ministerien (3,32), von der Presse (3,37) und von Interessenvereinigungen wie z.B. i.m.a., aid-infodienst, CMA etc. (3,37). Jeder dieser vier Zugangsmöglichkeiten wird zwar von etwa 50% aller antwortenden Lehrkräfte sehr oft bis gelegentlich genutzt, doch die jeweils größten Zustimmungen erfahren hierbei die Stufe „2 – nutzte ich oft“ und die Stufe „3 – nutze ich gelegentlich“ (Abbildungen 31, 32, 33 und 34).

⁴ Die Aufforderung an die teilnehmenden Lehrkräfte gegebenenfalls sonstige Zugangsmöglichkeiten zur Internetrecherche zu nennen wurde in keinem Fall wahrgenommen.

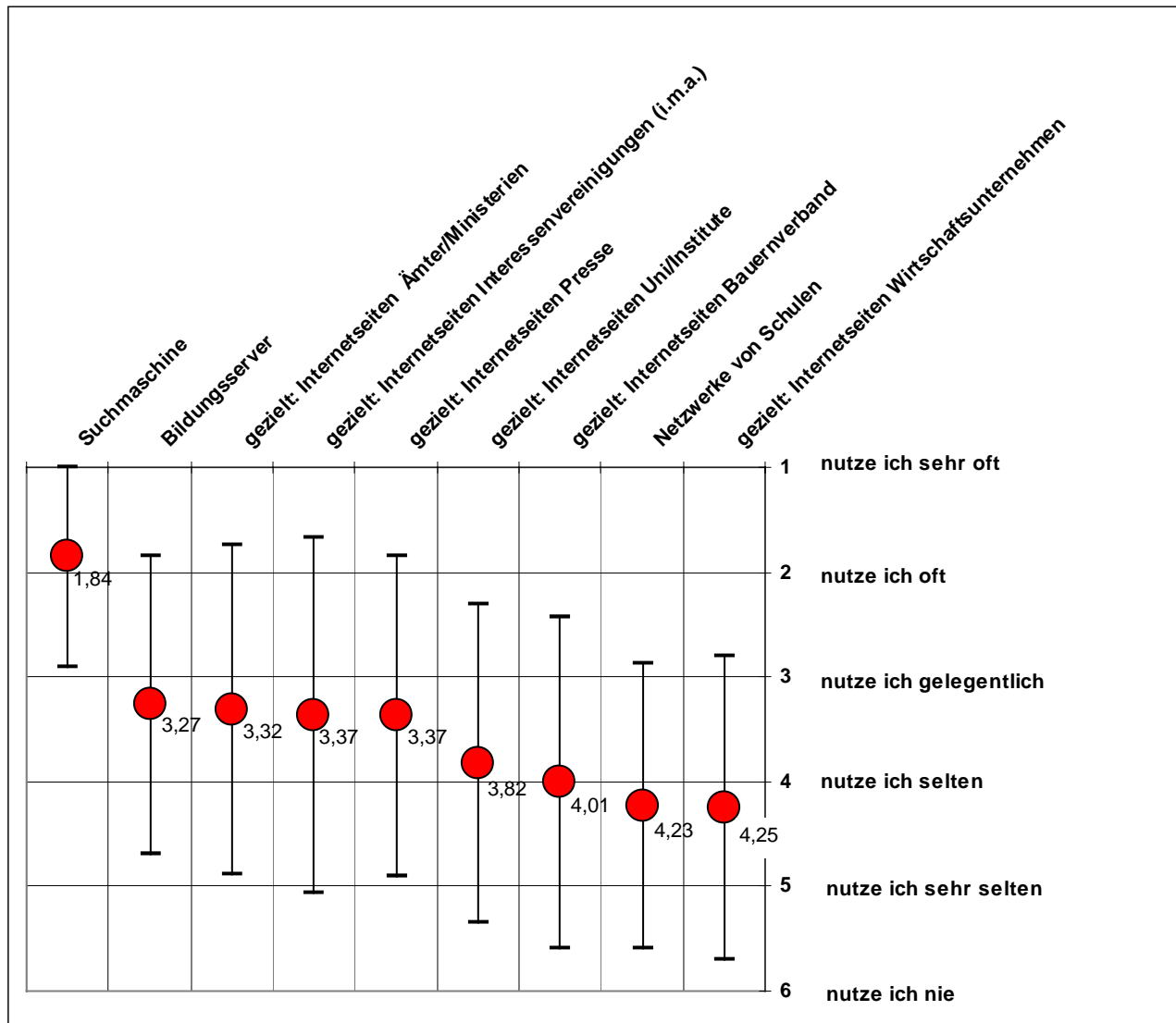


Abbildung 29: Durchschnittliche Nutzungsintensität verschiedener Internetzugänge (Mittelwerte und Standardabweichungen)

Allein die Homepages der Interessenvereinigungen erlangen bei Stufe „1 – nutze ich sehr oft“ mit 12,7% eine relativ hohe Prozentzahl (nach Suchmaschinen mit 47,5% die zweithöchste Zustimmung innerhalb dieser Stufe; Abbildungen 30 und 34). Die Ursache hierfür dürfte in der spezifischen Orientierung auf den Themenbereich Landwirtschaft & Ernährung der angesprochenen Interessenvereinigungen liegen. Die Vermutung, dass vor allem Primarstufenlehrer Internetseiten der Interessenvereinigungen als Informationsquelle sehr oft nutzen, da sie im Vergleich zu Sekundarstufenlehrern die Vereinigungen als Kontaktstelle sehr hoch einschätzen, konnte nicht verifiziert werden. Vielmehr überwiegen innerhalb der 12,7% Lehrer, die in der Sekundarstufe II vertreten sind - allerdings ist der Unterschied nicht signifikant, so dass abschließend festgestellt werden kann, dass die hohe Zustimmung zur Stufe „1 - nutze ich sehr oft“ durch alle Untergruppen der Lehrer mehr oder weniger gleichmäßig verläuft.

Abbildung 30-38: Nutzungsintensität verschiedener Internetzugänge, Häufigkeit der Antworten in %

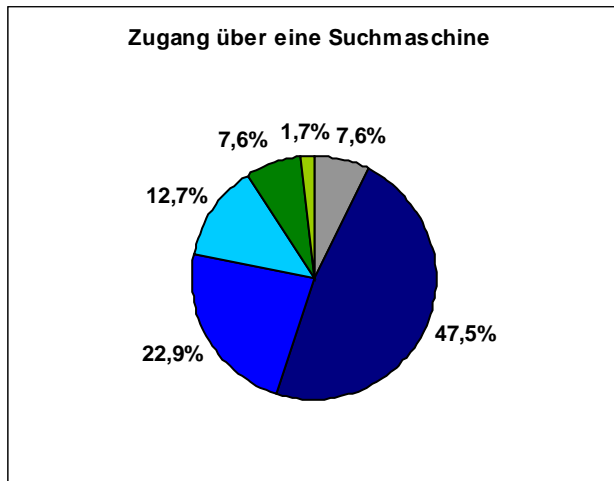


Abbildung 30

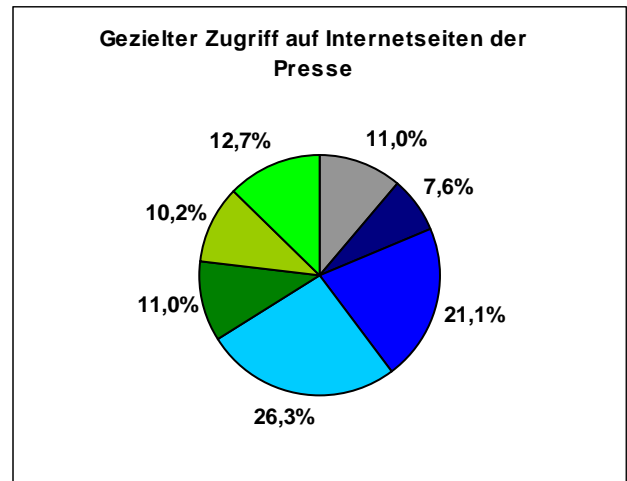


Abbildung 33

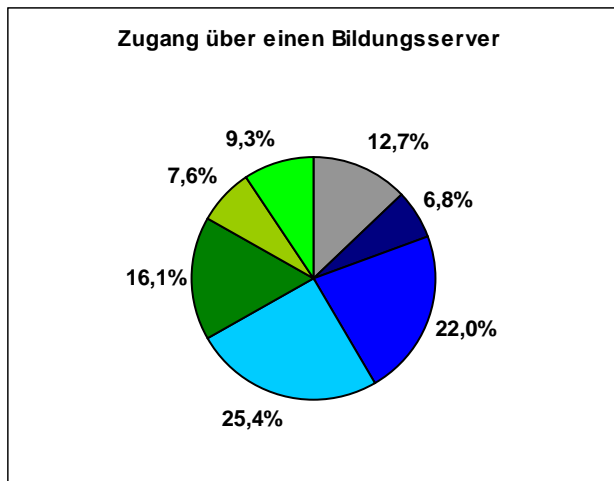


Abbildung 31

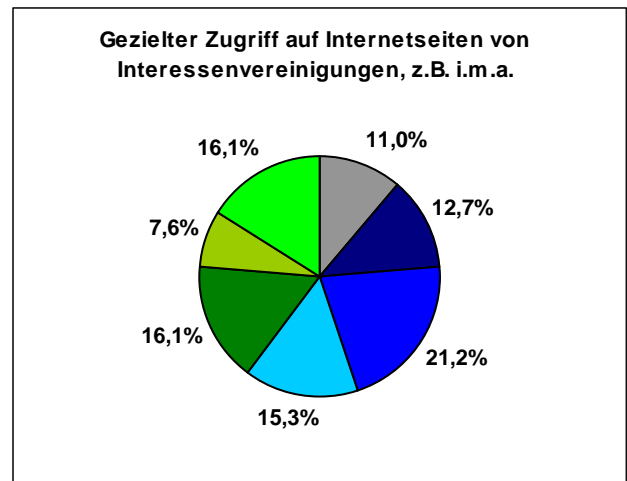


Abbildung 34

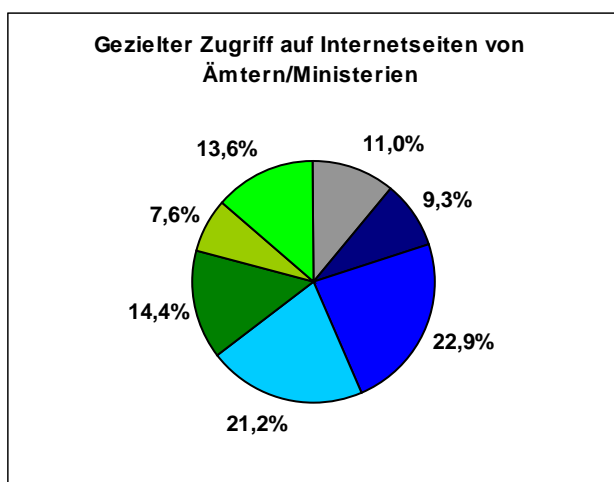


Abbildung 32

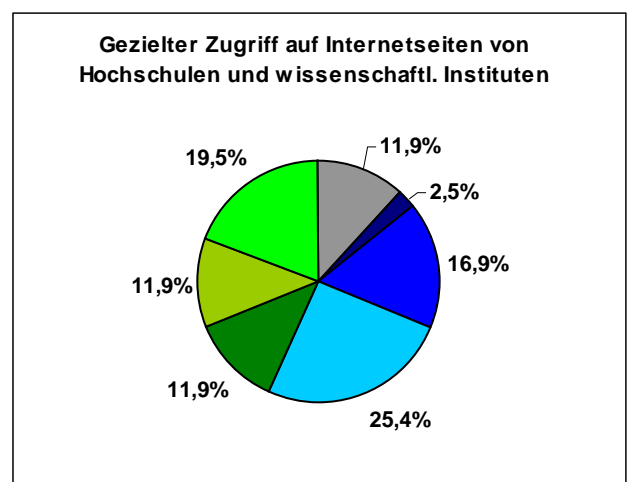


Abbildung 35

Legende:

- nutze ich sehr oft
- nutze ich oft
- nutze ich gelegentlich

- nutze ich selten
- nutze ich sehr selten
- nutze ich nie
- keine Angabe

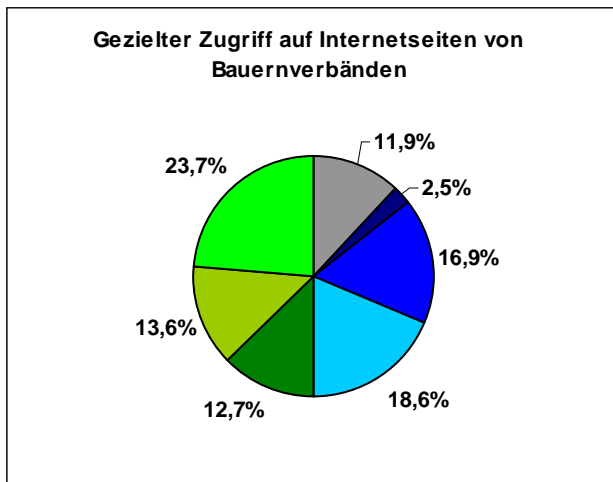


Abbildung 36

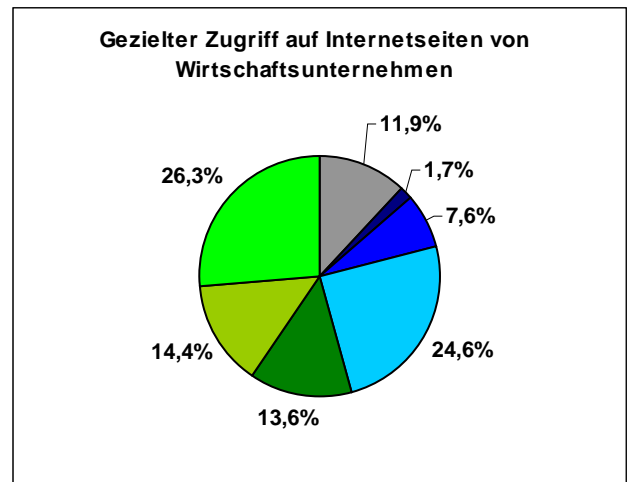


Abbildung 38

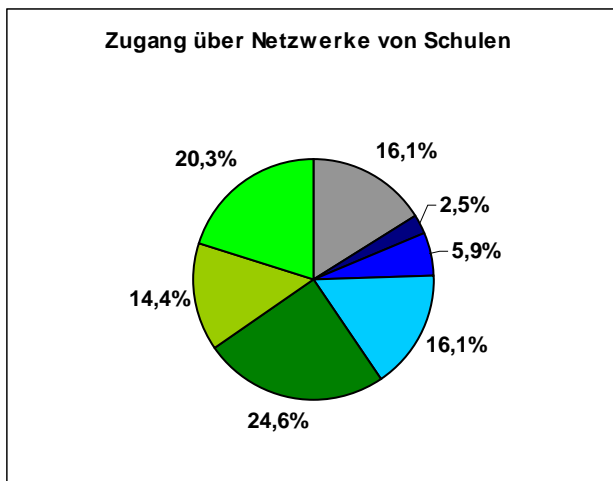
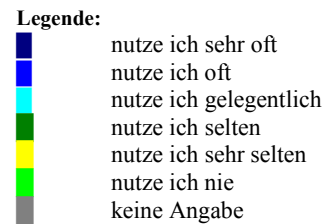


Abbildung 37



Weiteren im Fragebogen zur Auswahl gestellten Zugängen zur Internetrecherche wurde seitens der teilnehmenden Lehrern eine sehr geringe Nutzungsintensität zugewiesen: Sowohl der gezielte Zugriff auf Internetseiten von Hochschulen/Universitäten und wissenschaftlichen Instituten (Mittelwert 3,82) als auch auf diejenigen der Bauernverbände (4,01) wird im Durchschnitt selten vollzogen. Zwar gibt eine nicht unbedeutende Anzahl von Lehrern an, diese Zugänge sehr oft bis gelegentlich zu nutzen – 44,8 % tun dies bezüglich der Internetseiten von wissenschaftlichen Einrichtungen, 38% bezüglich der Homepages von Bauernverbänden – doch die Anzahl der Lehrer, die diese Möglichkeiten sehr oft wählen, ist davon verschwindend gering (jeweils 2,5%), derweil mit 43% bzw. 50% die Gruppe jeweils stark vertreten ist, welche angibt, diese Zugänge selten bis nie zu nutzen (Abbildung 35 und 36). Innerhalb der Antworthäufigkeiten aus den verschiedenen Untergruppen heraus konnten dabei keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden.

Ähnlich zeigt sich die Situation bei den Unterpunkten „Netzwerke von Schulen“ (Mittelwert 4,23) und „gezielter Zugriff aus Internetseiten von Wirtschaftsunternehmen“ (4,25). Hier schrumpfen die Prozentzahlen in den Stufen „1 – nutze ich sehr oft“ bis „3 – nutze ich gelegentlich“ sogar auf 24,5% (Schulnetzwerke) bzw. 34% (Internetseiten der

Wirtschaftsunternehmen). Der Großteil der antwortenden Lehrkräfte nutzt diese Zugangsmöglichkeiten selten bis nie (60% bzw. 54%; Abbildungen 37 und 38).

Die Auswertung der Antworten zur Frage 3 „Welchen Zugang wählen sie bei der Recherche im Internet zum Thema Landwirtschaft & Ernährung“ ergibt eine klare Vorrangstellung der Suchmaschinen. Weder der gezielte Zugriff auf spezifische Internetseiten noch Bildungsserver oder Netzwerke erlangen eine ähnliche Zustimmung, wobei die relativ starke Gruppe der Lehrer, die sehr oft Homepages der Interessenvereinigungen aufsucht, auf ein gewisses Potential dieser Zugriffsmöglichkeit hinweist (Abbildung 34).

Des Weiteren sollte erfragt werden, wie die Lehrkräfte von den von ihnen häufig aufgesuchten Internetseiten zum Thema „Landwirtschaft & Ernährung“ erfahren haben (Frage 4). Es wurden sieben Antwortmöglichkeiten vorgegeben.⁵ In Abbildung 39 wird die Bedeutung verschiedener Auskunftquellen für die erfolgreiche Internetrecherche in Form einer Rangfolge dargestellt. Wiederum spielen Suchmaschinen die größte Rolle: 72,2% aller antwortenden Lehrkräfte geben an, dass sie die von ihnen häufig aufgesuchten Internetseiten über Suchmaschinen ausfindig gemacht haben. Diese Antwort korreliert mit dem oben beschriebenen Ergebnis zur Frage 3, dass zumeist auch über Suchmaschinen die Internetrecherche gestartet wird.

Aber auch entsprechende Hinweise in Zeitschriften- und Zeitungsartikel, die Empfehlungen über bestimmte Internetseiten enthalten bzw. die in der Liste der verwendeten Literatur Internetadressen angeben, stellen für über 60% der Antworter eine wichtige Auskunftquelle für die Internetrecherche dar. Dies gilt gleichermaßen sowohl für Primarstufen- als auch Sekundarstufenlehrer und gilt unabhängig von der Schulform, von Unterrichtsfächern oder vom Alter bzw. Geschlecht.

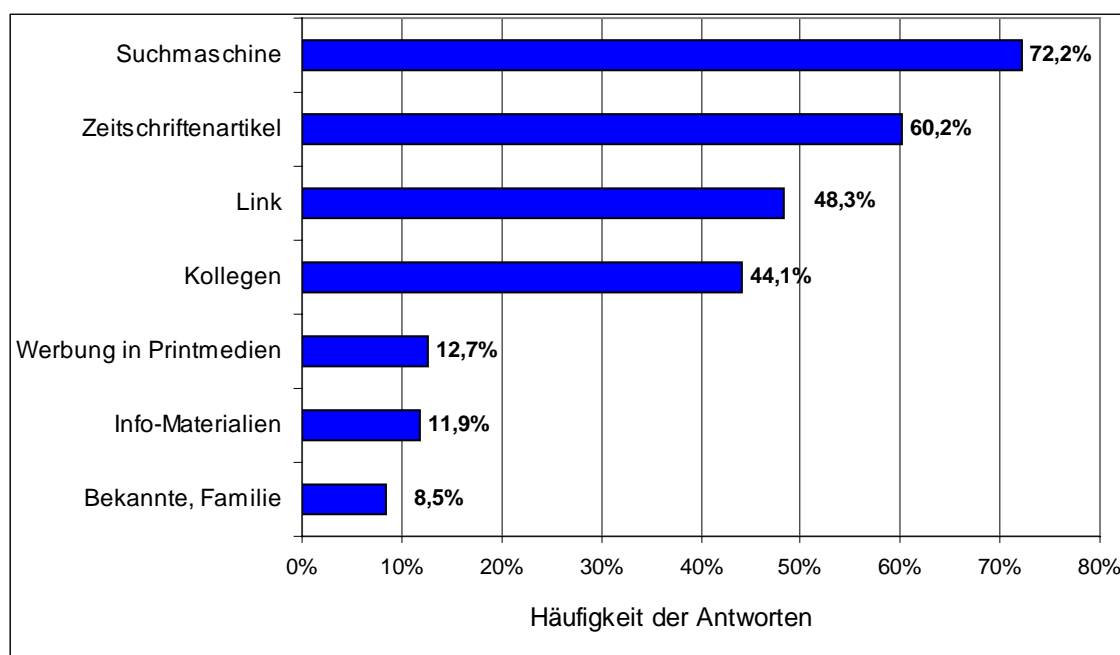


Abbildung 39: Bedeutung verschiedener Auskunftquellen für die Internetrecherche

⁵ Als weitere mögliche Auskunftquelle wurde in einem Fall Internet-Guides genannt.

In der Rangfolge auf Platz drei und vier befinden sich „Querverweise auf anderen Internetseiten (Links)“ und „Kollegen“ – in 48,3% bzw. 44,1% der Fälle haben die Lehrer über diese Auskunftsquellen von den Internetseiten erfahren, die sie seitdem häufiger aufsuchen. Eine eher unbedeutende Rolle kommt hingegen Werbung in Printmedien (12,7%), Angaben eigener Internetadressen auf Informationsmaterialien des Verfassers (11,9%) sowie Bekannten und Familienangehörigen (8,5%) als Multiplikatoren zu.

Hinsichtlich der Werbung in Printmedien muss wahrscheinlich aber auch bedacht werden, dass relativ selten über dieses Medium gezielt Werbung für Internetseiten zum Themenbereich „Landwirtschaft & Ernährung“ betrieben wird – insofern ist ein Ergebnis von 12,7% nicht überraschend. Auf die bisherige Werbung sprachen besonders jüngere Lehrer an: Ein Signifikanztest ergab, dass Lehrkräfte bis 45 Jahre deutlich öfter über Werbung von den von ihnen häufig aufgesuchten Internetseiten erfahren haben als Lehrkräfte ab 46 Jahren (sehr signifikantes Ergebnis mit $p = 0,07$).

Insgesamt sollte bei der Auswertung dieser Antworten berücksichtigt werden, dass der gezielte Zugriff auf Internetseiten für den Großteil der an der Befragung teilnehmenden Lehrer keine wesentliche Rolle spielt (Tabelle 6). Der über eine Suchmaschine gefundene „Zufallstreffer“ stellt bisher noch den Regelfall dar.

Tabelle 6: Gegenüberstellung der Internetzugänge mit unterschiedlichem Bedeutungsgrad

Internetzugänge mit hoher Relevanz im Rahmen der Informationssuche (mindestens 40% der Antworten im Bereich 1 auf der Ratingskala)	Internetzugänge mit sekundärer Bedeutung im Rahmen der Informationssuche (mindestens 50% der Antworten im Bereich 1 bis 3 auf der Ratingskala)	Internetzugänge mit schwacher Bedeutung im Rahmen der Informationssuche (weniger als 50% der Antworten im Bereich 1 bis 3 auf der Ratingskala)
Suchmaschine	Bildungsserver	Gezielter Zugriff auf Internetseiten von Interessenvereinigungen
	Gezielter Zugriff auf Internetseiten von Ämtern / Ministerien	Gezielter Zugriff auf Internetseiten von Hochschulen/Universitäten und wissenschaftlichen Instituten
	Gezielter Zugriff auf Internetseiten der Presse	Gezielter Zugriff auf Internetseiten von Wirtschaftsunternehmen
		Gezielter Zugriff auf Internetseiten von Bauernverbänden
		Netzwerke von Schulen

Durch eine Zusammenführung der Antworten zu Frage drei und vier lässt sich die Hypothese aufstellen, dass für die meisten Lehrkräfte der gezielte Zugriff auf Internetseiten nicht ausreicht, um im Rahmen der Informationssuche zu den gewünschten Ergebnissen zu gelangen. Vielmehr müssen weitere Internetseiten gesucht werden, die die angestrebten Inhalte zur Verfügung stellen. Die weiterführende Suche erfolgt dann vorzugsweise über Suchmaschinen oder Querverweise (Links). Gründe für dieses offenbare Verhalten bei der Informationssuche online könnten darin bestehen, dass

- a) häufig aufgesuchte Internetseiten nur bestimmte thematische Schwerpunkte im Bereich Landwirtschaft & Ernährung abdecken bzw. nur für bestimmte Ziel- oder Altersgruppen geeignete Informationen bereithalten (hinsichtlich

fachlichem Niveau, Sprache/Darstellungsweise und Umfang). Alters- und zielgruppenspezifische Informationsmaterialien bzw. spezielle thematische Schwerpunkte müssen in diesem Fall über eine Suchmaschine oder einen Link auf anderen Seiten gefunden werden;

- b) Lehrkräfte gewisse Homepages häufig aufsuchen, um sich selbst über einen Unterrichtsgegenstand zu informieren bzw. einen Überblick zu gewinnen – die Suche nach geeigneten Unterrichtsmaterialien wird dann über die Suchmaschine oder einen Link fortgesetzt (oder umgekehrter Fall).**

Die sehr häufige Nutzung von bestimmten Internetseiten hängt demnach davon ab wie umfassend die Informationen hinsichtlich ihres Zweckes (Sachinformationen, altersspezifische Unterrichtsmaterialien für die Hand des Schülers) und des Themenspektrums zusammengestellt sind. Dass bestimmte Internetseiten durchaus das Potential haben können, intensiv im Rahmen der Informationssuche online genutzt zu werden, darauf verweisen die Antworten von 12,7% der Lehrkräfte, die die Internetseiten der Interessenvereinigungen wie i.m.a. oder CMA sehr oft in Anspruch nehmen.

4 Nutzung der Informationswege

4.1 Zur Zielgruppe

Die Zielgruppe „Lehrer in Deutschland“ stellt kein einheitliches Bild dar. Die Auswertung der Befragung ergab, dass zum Teil signifikante Unterschiede zwischen den Untergruppen festzustellen sind. Dies ist innerhalb der Öffentlichkeitsarbeit zu berücksichtigen. So weisen Primarstufenlehrer Landwirten als Kontaktstelle eine deutlich höhere Bedeutung zu als dies Sekundarstufenlehrer tun. Auch die Interessenvereinigungen wie i.m.a., aid-infodienst oder CMA werden seitens der Grundschullehrer gewichtiger bewertet. Diese Ergebnisse können als Indiz dafür gewertet werden, dass viele Lehrkräfte der Primarstufe zum einen relativ aktiv im Bereich des Lernens auf dem Bauernhof tätig sind und zum anderen, dass die Interessenvereinigungen gerade für diese Untergruppe adäquate Informationsmaterialien bereithalten. Bestätigt werden diese Vermutungen von dem Auswertungsergebnis, dass ein statistisch unerwartet hoher Anteil der Grundschullehrer die von den Interessenvereinigungen herausgegebenen Fachinformationen sehr oft nutzt – entkräftet werden diese Annahmen jedoch von der relativ gleichmäßigen Nutzungsfrequenz der von den Vereinigungen veröffentlichten Unterrichtsmaterialien innerhalb aller Lehrergruppen. Auch die Internetseiten der Interessenvereinigungen werden nicht signifikant von einer bestimmten Untergruppe präferiert.

Fazit dieser ersten Ausführungen ist, dass die Interessenvereinigungen es bisher vermochten, Lehrer aller Schulstufen anzusprechen. Um jedoch landwirtschaftliche Themen erfolgreich in die allgemein bildenden Schulen hineinzutragen, wird es vor allem in dem Sekundarstufenbereich stärkeres Engagement bedürfen als im Primarstufenbereich. Die anschauliche Darstellung erfolgreicher verlaufener Projekte, Projektstage oder Erkundungen von Bauernhöfen seitens Sekundarstufenschüler auf Internetseiten wie die der Bundesinitiative könnte beispielsweise weitere Lehrkräfte motivieren, das Lernen vor Ort in den Unterricht zu integrieren. Auch Erfahrungsberichte von Lehrern und Schülern, konkrete Anregungen für themenspezifische Lehrgänge bzw. der Verweis auf entsprechende Medien auf den Internetseiten dienen der Motivierung und gruppenadäquaten Ansprache.

4.2 Integration geeigneter Kontaktstellen

Die Ergebnisse der Lehrerbefragung zeigen deutlich: Den verschiedenen Kontaktstellen wird im Rahmen einer Informationssuche zum Thema „Landwirtschaft & Ernährung“ eine sehr unterschiedliche Bedeutung zugewiesen (Abbildung 1). In das Konzept der Öffentlichkeitsarbeit werden daher nur diejenigen integriert, die sowohl eine zweckmäßige als auch Erfolg versprechende Verteilerfunktion übernehmen können.

Bildstellen/Medienzentren

Angesichts der zentralen Bedeutung von Bildstellen/Medienzentren innerhalb der Informationssuche der befragten Lehrkräfte und angesichts ihrer hohen Verteilungsdichte in Deutschland sollte diese Kontaktstelle in die Öffentlichkeitsarbeit integriert werden. Vorstellbar ist die Auslage von Faltprospekten, die über die Leistungen und das Angebot der Höfe, Verbände und Vereine informieren und weiterführende Internet- bzw. Bestelladressen enthalten. Ferner können Bildstellen als Multiplikator zur Informationsverbreitung dienen.

Die Adressen der bundesweit rund 600 kommunalen Kreis- und Stadtbildstellen sowie Medienzentren können über die in Tabelle 7 aufgelisteten Internetseiten abgerufen werden.

Landwirte/Bauernhöfe

Da die persönlichen Kontakte zu Landwirten bzw. Bauernhöfen in der räumlichen Umgebung der Lehrer als Kontaktstelle eine große Rolle spielen, sollten Landwirte als Multiplikator in die Öffentlichkeitsarbeit integriert bzw. selber aktiv werden. Es ist zu überlegen, die zwischen Bauernverbänden und Landwirten bestehenden Kommunikationswege zu nutzen, um gezielt Informationen über die Chancen und Möglichkeiten des Lernens auf dem Bauernhof weiterzureichen.

Tabelle 7: Online-Auskunftsquellen über Medienzentren in den Bundesländern

Bundesland	Online-Auskunftsquelle über Medienzentren
Baden-Württemberg	http://www2.lmz-bw.de/
Bayern	http://did.mat.uni-bayreuth.de/~lbn/start5.htm
Berlin	http://bebis.cidsnet.de/medien/index.html
Brandenburg	http://www.mpz.brandenburg.de/mpz/org/bildstel.htm
Bremen	http://www.lis.bremen.de/lis/med/
Hamburg	http://www.hamburger-bildungsserver.de/lmz/
Hessen	http://www.medienzentren-hessen.de/
Mecklenburg-Vorpommern	http://www.bildung-mv.de/partner/lisa/mpz/mpz-ste.htm
Niedersachsen	http://www.laknds.de/
Nordrhein-Westfalen	http://www.medienzentren-rheinland.de/index.html
Rheinland-Pfalz:	http://kmz.bildung-rp.de/
Saarland	http://www.bakmedien.de/lak/bs_sl2.htm
Sachsen	http://marvin.sn.schule.de/~ci/1024/me_ms_tabelle.html
Sachsen-Anhalt:	http://www.bildung-lsa.de/cgi-bin/portal_index.cgi?subj=224
Schleswig-Holstein	http://www.lmz.org/zentren/index.htm
Thüringen	http://www.th.schule.de/th/bildstellen/index.htm
Deutschland	http://dbs.schule.de/zeigen.html?seite=525 oder http://www.fwu.de/links/index.html

Umweltbildungs- und Informationszentren

Diese Zentren stehen auf der „Rangliste“ der verschiedenen Kontaktstellen (Abbildung 1) an vierter Stelle nach Bildstellen/Medienzentren, Landwirten und Kollegen. Aufgrund dieser relativ gewichtigen Position können damit sehr viele Lehrkräfte erreicht werden, die bereits eine Motivation aufweisen, mit Schülern vor Ort zu lernen.

Grundsätzlich sind solche Zentren auszuwählen, die keinen thematischen Schwerpunkt im Bereich Landwirtschaft & Ernährung aufweisen, um eine Überschneidung von Interessen zu vermeiden. Andererseits stellt das Angebot der Anbieter landwirtschaftlicher Themen natürlich auch für die zu diesen Inhalten arbeitenden Zentren eine wertvolle Unterstützung dar, so dass hier nicht die Besucher, sondern die Einrichtung selbst die Zielgruppe darstellen kann.

Eine Liste der Umweltbildungszentren in Deutschland ist über die Internetseite der Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung e.V. (ANU) abrufbar: <http://www.umweltbildung.de>.

Messen/Ausstellungen

Da Messen und Ausstellungen von dem Großteil der befragten Lehrkräfte als nicht relevante Kontaktstellen eingeschätzt wurden, sollten diese nur in gemäßigttem Umfang als Plattform der Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden. So bietet es sich an, auf renommierten Messen und Ausstellungen mit großer nationaler bzw. auf den deutschsprachigen Raum bezogener internationaler Anziehungskraft auszustellen. Regional begrenzte Ausstellungen mit geringem

Bekanntheitsgrad dürften jedoch nur von einem geringen Prozentsatz der ansässigen Lehrer besucht werden, so dass in diese Fällen kaum eine effektive Öffentlichkeitsarbeit ermöglicht wird. Termine in Frage kommender Messen und Ausstellungen sind in Tabelle 8 dargestellt.

Tabelle 8: Für die Öffentlichkeitskampagne geeignete Messen und Ausstellungen 2003/04

Messen und Ausstellungen/Tagungen	Termine 2003/04
54. Deutscher Geographentag Bern (Schweiz) Thema: Alpenwelt- Gebirgswelten, Inseln, Brücken, Grenzen	28.09. bis 04.10.2003
Internationale Grüne Woche Berlin	16.01. bis 25.01.2004
Didacta – die Bildungsmesse Köln	09.02. bis 13.02.2004
Deutscher Schulgeographentag Berlin Thema: Zukunftsfähiges Berlin – nachhaltige Stadtentwicklung im Spannungsfeld zwischen Kiez und Metropole	25.09. bis 01.10.2004

4.3 Integration geeigneter Medien

Wie die Ergebnisse der Befragung in Kapitel 3 zeigen konzentrieren sich Lehrer im Rahmen der Informationssuche nicht einseitig auf bestimmte Medien – vielmehr ist ihr Verhalten durch eine intermediäre Nutzung gekennzeichnet (Abbildung 14). Bemerkenswert ist jedoch auf der einen Seite die sehr intensive Nutzung von Schüler- und Lehrerbänden über alle Untergruppen der Lehrerschaft hinweg und auf der anderen Seite die Geringschätzung landwirtschaftlicher Fachliteratur als Informationsquelle. Schüler- und Lehrerbände stehen nicht als „Werbeträger“ zur Verfügung. Dementsprechend können nur die Medien in die Öffentlichkeitsarbeit mit einbezogen werden, die sowohl von Lehrern häufig genutzt werden als auch eine geeignete Plattform darstellen.

Pädagogische Fachzeitschriften

Als Teil der Öffentlichkeitsarbeit bietet sich die Veröffentlichung von Artikeln in pädagogischen Fachzeitschriften an, die Ziele, Motive und Methoden des Lernens auf dem Bauernhof thematisieren und/oder über die Arbeit der jeweiligen Anbieter informieren. Die Verbreitung der Internetadresse auf diesem Weg ist relativ Erfolg versprechend, wie die aus der Befragung ermittelten Daten in Abbildung 21 zeigen. Zu diesem Zweck sollte in den jeweiligen Redaktionen erfragt werden, welche Themenhefte in den nächsten Monaten geplant sind, um sich gezielt mit einem Beitrag einbringen zu können⁶. Auch die Bewerbung der Homepage mittels Anzeigen in diesen Zeitschriften sollte in die Überlegungen einfließen. Gerade junge Lehrer reagieren auf diese Auskunftsquelle wie in Kapitel 3.3 dargelegt wird.

Im Folgenden wird eine Auswahl pädagogischer Fachzeitschriften gelistet, die sich für die Veröffentlichung von Artikeln bzw. von Anzeigen eignet, da sie in hohem Maße von Lehrkräften der Primar- bzw. Sekundarstufe gelesen werden (Tabelle 9). Die Unterrichtsfächer Sachunterricht, Erdkunde und Biologie wurden bei der Auswahl besonders berücksichtigt.

Zeitschriften, die von Berufs- und Fachverbänden im Bereich Schule herausgegeben werden, wie beispielsweise das Blatt „Realschule in Deutschland“ des Verbandes Deutscher Realschullehrer, wurden in die Auswahl nicht einbezogen, da die Ergebnisse der Befragung eindeutig darauf hinweisen, dass die Verbände als Kontaktstelle eine untergeordnete Rolle spielen.

⁶ Die Zeitschrift „geographie heute“ plant beispielsweise für Oktober 2003 ein Themenheft „Ernährung“.

Tabelle 9: Liste der für die Öffentlichkeitskampagne geeigneter pädagogischer Fachzeitschriften

Pädagogische Fachzeitschriften für ...
... alle Schulstufen und Unterrichtsfächer:
<p>Titel: Pädagogik</p> <p><i>Eigendarstellung:</i> Führende pädagogische Fachzeitschrift mit breitem und zeitgemäßem Themenangebot und praxisbezogenen, theoretisch fundierten Diskussionsbeiträgen für alle Fächer.</p> <p><i>Herausgeber und Verlag:</i> Pädagogische Beiträge Verlag GmbH</p> <p><i>Kontakt:</i> Rothenbaumchaussee 11, 20148 Hamburg <i>Tel.:</i> 040-454595 <i>Fax:</i> 040-4108564 <i>Internet:</i> www.beltz.de <i>E-Mail:</i> gru@westermann.de</p> <p><i>Erscheinungsweise:</i> 11 x jährlich (Heft 7/8 = eine Ferienausgabe)</p>
... Grundschule allgemein und für das Unterrichtsfach Sachunterricht:
<p>Titel: Grundschulunterricht</p> <p><i>Eigendarstellung:</i> Vorwiegend praxisorientierte Beiträge, in denen neue theoretische Ansätze und reformpädagogische Erkenntnisse mit den Fragen der Unterrichtspraxis verbunden werden; umfangreiche Arbeitsmaterialien; interessante Leserbeiträge, deren individuelle Erfahrungen und Vorschläge die gesamte Grundschule mit ihren verschiedenen Profilen betreffen; Informationen über neue Fach- und Kinderliteratur, sowie Hinweise zu Tagungen und Fortbildungsangeboten</p> <p><i>Verlag und Herausgeber:</i> Pädagogischer Zeitschriftenverlag</p> <p><i>Kontakt:</i> Axel-Springer-Straße 54 B, 10117 Berlin <i>Tel.:</i> 030-20183-583 <i>Fax:</i> 030-20183-593 <i>Internet:</i> www.pzv-berlin.de <i>E-Mail:</i> info@pzv-berlin.de</p> <p><i>Erscheinungsweise:</i> 11 x jährlich (Heft 7/8 = eine Ferienausgabe), 3 Sonderhefte pro Jahr</p>
<p>Titel: Sache-Wort-Zahl. Lehren und Lernen in der Grundschule</p> <p><i>Eigendarstellung:</i> Grundschulzeitschrift für den Mathematik-, Deutsch- und Sachunterricht. Jede Ausgabe enthält einen fundiert und praxisorientiert aufbereiteten thematischen Schwerpunkt, dessen pädagogische und psychologische Grundlagen im Basisartikel erörtert wird; erprobte Unterrichtsbeispiele und Anregungen zur Gestaltung, Arbeitsblätter als Kopiervorlage für den Fachunterricht, die Projektarbeit und den fächerübergreifenden Unterricht; Informationen über Neuerscheinungen, Tagungen; bringt Tipps und Ideen für den Unterricht.</p> <p><i>Herausgeber:</i> Fischer, Hans-Joachim; Franke, Marianne; Kahlert, Joachim; Lauterbach, Roland; Meiers, Kurt; Möller, Regina</p> <p><i>Verlag:</i> Aulis Verlag Deubner</p> <p><i>Kontakt:</i> Antwerpener Straße 6-12, 50672 Köln <i>Tel.:</i> 0221-951454-0 <i>Fax:</i> 0221-518443 <i>Internet:</i> www.aulis.de <i>E-Mail:</i> zeitschriften@aulis.de</p> <p><i>Erscheinungsweise:</i> 8 x jährlich</p>
<p>Titel: Praxis Grundschule</p> <p><i>Eigendarstellung:</i> PRAXIS GRUNDSCHULE enthält Arbeits-, Anregungs-, Spiel- und Informationsbögen für alle Fächer der Grundschule und zu ausgewählten Themen. Neben diesen Bögen, die im wesentlichen Kopiervorlagen für Schülerinnen und Schüler sind und so Lehrerinnen und Lehrern einen Teil der täglichen Unterrichtsvorbereitung abnehmen, bietet die PRAXIS GRUNDSCHULE seit 1988 didaktische Kurzkomentare und methodische Anregungen, die die Umsetzung der in der GRUNDSCHULE vorgestellten pädagogischen und didaktischen Konzepte erleichtern. Hierfür wurde der bisherige Umfang erweitert. Die Hefte enthalten beispielsweise Angebote zum Experimentieren, Entdecken, Erzählen, Rechnen, Rechtschreiben, Üben, Musizieren – und darüber hinaus methodische und didaktische Überlegungen sowie Anregungen für einen individualisierten und differenzierenden Unterricht.</p> <p><i>Herausgeber:</i> Heckt, Dietlinde H.; Westermann Schulbuchverlag GmbH</p> <p><i>Verlag:</i> Westermann Schulbuchverlag GmbH</p> <p><i>Kontakt:</i> Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig <i>Tel.:</i> 0531-708-0 <i>Fax:</i> 0531-708-374 <i>Internet:</i> www.westermann.de <i>E-Mail:</i> pgru@westermann.de</p> <p><i>Erscheinungsweise:</i> 6 x jährlich</p>
<p>Titel: Die Grundschulzeitschrift. Mit Kindern Schule machen</p> <p><i>Eigendarstellung:</i> Die Grundschulzeitschrift bietet in jedem Heft: einen Basisartikel, der in den Thementeil des Heftes einführt und pädagogische Handlungsperspektiven diskutiert; lebendige Beiträge von Schulpraktikerinnen mit konkreten Beispielen und Tipps für den Unterricht; einen auf den Thementeil abgestimmten Materialteil mit Karteikarten, Arbeitsblätter, Spiele, Lesehefte, Ideen für die Gestaltung des Schullebens (Feste und Feiern im Jahreslauf, Pausenspiele, Rituale u. v. m.); die Rubrik Grundschulpädagogik mit aktuellen bildungspolitischen und grundschulpädagogischen Informationen und Diskussionen.</p> <p><i>Verlag und Herausgeber:</i> Erhard Friedrich Verlag GmbH in Zusammenarbeit mit Klett</p> <p><i>Kontakt:</i> Postfach 100150, 30917 Seelze</p>

<p>Tel.: 0511-40004-0 Fax: 0511-40004-119 Internet: www.friedrich-verlagsgruppe.de E-Mail: info@friedrich-verlag.de Erscheinungsweise: 10 x jährlich</p>
<p>Titel: Grundschule <i>Eigendarstellung:</i> Die GRUNDSCHULE ist die bedeutendste Fachzeitschrift im Primarbereich; seit über 30 Jahren wird sie von Grundschullehrern und Grundschullehrerinnen und von deren Ausbildern gelesen und eingesetzt. Sie verbindet pädagogische Reflexionen mit unterrichtspraktischen Erfahrungen. Sie bietet regelmäßig Unterrichtseinheiten und Materialien zu allen Lernbereichen an (Deutsch, Mathematik, Sachunterricht, musisch-ästhetische Erziehung, frühes Fremdsprachenlernen, Religion, Sport u. a.). Zu jeweils zwei thematischen Schwerpunkten wird über aktuelle Lehr- und Lernformen berichtet, z. B. über Wochenplanunterricht, kreatives Schreiben, frühes Fremdsprachenlernen, freie Arbeit, Lernen mithilfe neuer Medien. Diskussionen über didaktische, methodische Fragen finden in der Zeitschrift ihren Raum. Informationen über Veranstaltungen, Arbeitsmittel, Fachliteratur und Kinder- und Jugendbücher werden regelmäßig veröffentlicht. Dazu: Länderübersichten zu den wichtigsten aktuellen Fragen der Grundschulpädagogik. <i>Herausgeber:</i> Heckt, Dietlinde H.; Westermann Schulbuchverlag GmbH <i>Verlag:</i> Westermann Schulbuchverlag GmbH <i>Kontakt:</i> Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig Tel.: 0531-708-0 Fax: 0531-708-374 Internet: www.westermann.de E-Mail: gru@westermann.de Erscheinungsweise: 11 x jährlich (Heft 7/8 = eine Ferienaussgabe)</p>
<p>Titel: Grundschulmagazin. Impulse für kreativen Unterricht <i>Eigendarstellung:</i> Die große Praxiszeitschrift für die Grundschule mit interessanten und aktuellen Themen, Basiswissen und Praxistipps in einem Heft, Unterrichtsbeispielen zu allen Fächern und allen Klassen, erprobten und umsetzbaren Materialien und Arbeitsvorlagen, Trends, News, Infos aus dem Schulleben, neuen Medien und Büchern für die Grundschule <i>Herausgeber:</i> Jürgens, Eiko; Maras, Rainer <i>Verlag:</i> Oldenbourg Schulbuchverlag GmbH <i>Kontakt:</i> Rosenheimer Straße 145, 81671 München Tel.: 089-45051-0 Fax: 089-45051-3104 Internet: www.oldenbourg-bsv.de E-Mail: info@oldenbourg-bsv.de Erscheinungsweise: 6 x jährlich</p>
<p>... Sekundarstufe I und II allgemein</p>
<p>Titel: Schulmagazin 5-10. Impulse für kreativen Unterricht <i>Eigendarstellung:</i> Die führende Praxiszeitschrift für die 5. bis 10. Klasse mit interessanten und aktuellen Themen; Basiswissen und Praxistipps in einem Heft; Unterrichtsbeispielen zu allen Fächern und allen Klassen, erprobten und umsetzbaren Materialien, schülergerechten Arbeitsblättern und Kopiervorlagen, Trends, News, Infos aus dem Schulleben, neuen Medien und Büchern für den Unterricht. <i>Herausgeber:</i> Engelhardt, Heribert; Ipfling, Heinz Jürgen <i>Verlag:</i> Oldenbourg Schulbuchverlag GmbH <i>Kontakt:</i> Rosenheimer Straße 145, 81671 München Tel.: 089-45051-0 Fax: 089-45051-3104 Internet: www.oldenbourg-bsv.de E-Mail: info@oldenbourg-bsv.de Erscheinungsweise: 11 x jährlich (Heft 7/8 = eine Ferienaussgabe)</p>
<p>Titel: Praxis Schule 5-10 <i>Eigendarstellung:</i> PRAXIS SCHULE 5-10 ist eine Zeitschrift für die Sekundarstufe I, die der täglichen Unterrichtsvorbereitung dient und eine Fülle von Anregungen und Materialien für projekt- und handlungsorientiertes Arbeiten, selbstständiges Lernen, Differenzierung, offene Lernsituationen und fächerübergreifenden Unterricht beinhaltet. Pro Heft gibt es einen Themenschwerpunkt und einen Mischanteil, sodass – neben Deutsch, Mathematik und Englisch – immer auch möglichst viele andere Unterrichtsfächer Berücksichtigung finden. In jeder Ausgabe sind 20 bis 30 Kopiervorlagen (Arbeitsblätter bzw. -materialien für Schüler) und Materialseiten (für die Hand des Lehrers) enthalten, immer eingebunden in einen didaktischen Kommentar. PRAXIS SCHULE 5-10 macht also auch dort noch weiter, wo viele andere Zeitschriften aufhören: bei der Umsetzung pädagogischer und didaktischer Überlegungen in methodische Schritte und entsprechende Materialien. Ein regelmäßiger Nachrichtenteil, die Beilagen „Eine Welt in der Schule“ (4x pro Jahrgang) sowie weitere zusätzliche Artikel ergänzen das breit gefächerte Angebot. <i>Herausgeber und Verlag:</i> Westermann Schulbuchverlag GmbH <i>Kontakt:</i> Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig Tel.: 0531-708-0 Fax: 0531-708-374 Internet: www.westermann.de E-Mail: ps@westermann.de Erscheinungsweise: 6 x jährlich</p>
<p>... das Unterrichtsfach Erdkunde in der Sekundarstufe:</p>
<p>Titel: Praxis Geographie</p>

Eigendarstellung: PRAXIS GEOGRAPHIE ist eine unterrichtspraktische Zeitschrift. Für die Schulstufen Sek. I und II (5.–13. Klasse) an Gymnasien, Gesamtschulen, Haupt- und Realschulen bietet sie dem Lehrer seit über 30 Jahren konkrete Vorschläge zur Gestaltung des Geographieunterrichts. PRAXIS GEOGRAPHIE veröffentlicht erprobte Unterrichtsmaterialien und -einheiten; sie konkretisiert die fachwissenschaftliche und fachdidaktische Diskussion und versteht sich damit als aktueller Mittler zwischen Wissenschaft und Schulpraxis. Literatur- und Medienbesprechungen geben Anregungen für den beruflichen Alltag und für Aus- und Fortbildung. Das Praxis Magazin bietet eine Vielzahl von Informationen (Nachrichten, Termine, Materialhinweise, Reiseberichte, Hinweise auf aktuelle Literatur). Die einzelnen Hefte behandeln Themen wie Umwelt, Energie, Dritte Welt, Sozial- und Wirtschaftsgeographie, Physische Geographie, Länder bzw. Regionen weltweit. Außerdem werden Ausgaben mit methodischen Schwerpunkten veröffentlicht. Farbfolien, Kartenbeilagen und Kopiervorlagen machen die PRAXIS GEOGRAPHIE für den schulischen Alltag und zum privaten Nutzen hochinteressant.

Herausgeber: Heckt, Dietlinde H.; Westermann Schulbuchverlag GmbH

Verlag: Westermann Schulbuchverlag GmbH

Kontakt: Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig

Tel.: 0531-708-0

Fax: 0531-708-374

Internet: www.westermann.de *E-Mail:* gru@westermann.de

Erscheinungsweise: 11 x jährlich (Heft 7/8 = eine Ferienausgabe)

Titel: Geographie und Schule

Eigendarstellung: Fachzeitschrift für den zeitgemäßen Geographieunterricht in der Sekundarstufe II und in den Abschlussklassen der Sekundarstufe I. Jede Ausgabe bietet einen deutlichen thematischen Schwerpunkt. Aufeinander abgestimmte Beiträge beleuchten die verschiedenen Aspekte des Reihenthemas aus der Sicht der Fachwissenschaft und Fachdidaktik; Unterrichtsvorschläge, fachliche Beiträge zu aktuellen und relevanten Unterrichtsthemen; auch eine brisante Frage der Fachdidaktik oder zweimal jährlich behandelte Unterrichtsbausteine können Schwerpunktthema einer Ausgabe sein. Eine als Unterrichtsbaustein konzipierte Ausgabe enthält Vorschläge für eine komplette mehrstündige Unterrichtsreihe und die kommentierten Materialeiten sind direkt im Unterricht einsetzbar. Die Fachzeitschrift enthält Unterrichtsvorschläge mit gründlicher Sachanalyse, fachdidaktischem Kommentar, kopierfertigen Materialeiten, Vorschläge für Klausuren, Tipps für den Unterricht; der „Geographicus“ kommentiert in jedem Heft ein Problem der Zeit. In „GS-Extra“ sind aktuelle Themen der Geographie und Didaktik aufgearbeitet. Hier werden zum Beispiel Projekte oder geographische Exkursionen vorgestellt.

Herausgeber: Börsch, Dieter; Hoffmann, Reinhard; Köck, Helmuth; Ruhren, Norbert von der

Verlag: Aulis Verlag Deubner

Kontakt: Antwerpener Straße 6-12, 50672 Köln

Tel.: 0221-951454-0

Fax: 0221-518443

Internet: www.aulis.de

E-Mail: gs@aulis.de

Erscheinungsweise: 6 x jährlich

Titel: geographie heute

Eigendarstellung: geographie heute widmet sich in jeder Ausgabe schwerpunktmäßig einem Thema. Das Spektrum reicht von klassischen bis zu hochaktuellen, von rein geographischen bis zu fächerübergreifenden Themen. In jedem Heft befinden sich ein Basisartikel, der in die Gesamthematik einführt, zahlreiche Unterrichts Anregungen mit Sachinformationen sowie methodisch-didaktischen Hinweisen zur Behandlung des Themas im Unterricht sowie kopierfähige und direkt einsetzbare Materialeiten mit Aufgabenstellungen für Schülerinnen und Schüler. Neben dem thematisch orientierten Teil bietet das Magazin weitere interessante Informationen, Unterrichts Anregungen und Tipps aus den Rubriken: „unterricht aktuell“, „rätseln, üben, wiederholen“, „bilingual“, „lernen vor ort“ und „didaktisches stichwort“.

Verlag und Herausgeber: Erhard Friedrich Verlag GmbH in Zusammenarbeit mit Klett

Kontakt: Postfach 100150, 30917 Seelze

Tel.: 0511-40004-0

Fax: 0511-40004-119

Internet: www.friedrich-verlagsgruppe.de *E-Mail:* info@friedrich-verlag.de

Erscheinungsweise: 10 x jährlich, ein Jahreshaft

Titel: Geographische Rundschau

Eigendarstellung: Die GEOGRAPHISCHE RUNDSCHAU ist die führende deutsche Fachzeitschrift für Geographie. Sie richtet sich an Lehrende und Lernende an Hochschulen, Universitäten und Schulen; an die wachsende Zahl derer, denen Verstehen, Planung, Ordnung und Erhaltung unserer Umwelt zum Beruf oder zum Interesse geworden sind. Die GEOGRAPHISCHE RUNDSCHAU bringt Ergebnisse länder- und landeskundlicher Forschung Fallstudien zu ausgewählten Ländern und Regionen, Beiträge zu gegenwartsbezogenen Problemen der Allgemeinen Geographie, der Sozial- und Wirtschaftsgeographie, der Entwicklungszusammenarbeit, der Umweltwissenschaften sowie der Stadt- und Regionalplanung. Didaktik und Methodik der Geographie in Hochschule und Schule haben im Redaktionsprogramm einen festen Platz. Dokumentationen mit aktuellen Daten und Informationen, Diskussionen über mehrere Hefte hinweg, Literaturhinweise und -besprechungen sind Hilfen und Anregungen für den beruflichen Alltag und dienen der Aus- und Fortbildung. Interessante Beiträge enthält das „Geogramm“ mit Reiseschwerpunkten. Zu beachten sind auch die Farbigkeit und die diversen Kartenbeilagen.

Herausgeber und Verlag: Westermann Schulbuchverlag GmbH

Kontakt: Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig

Tel.: 0531-708-0

Fax: 0531-708-374

Internet: www.westermann.de *E-Mail:* gru@westermann.de

Erscheinungsweise: 11 x jährlich (Heft 7/8 = eine Ferienausgabe)

... für das Unterrichtsfach Biologie in der Sekundarstufe:

Titel: Unterricht Biologie

Eigendarstellung: Fachzeitschrift für alle Schulstufen. Ein moderner Biologieunterricht muss Antworten auf aktuelle Fragen von

Jugendlichen liefern. Die Themenpalette von Unterricht Biologie umfasst klassische Unterrichtsthemen wie "Fortpflanzung" und "Evolution", fächerübergreifende Aspekte wie "Weltraum" oder "Biologie im Krimi", gesellschaftliche Diskussionsfelder wie "Stress" und "Nachhaltigkeit" sowie methodische Zugänge wie "Lernen an Stationen" oder "Versuchs- und Experimentierkästen". Unterricht Biologie stellt Arten und Lebensräume vor wie z. B. "Amphibien" und "Streuobstwiesen" und greift Probleme des Alltags auf, z. B. die Frage nach "Alternativen Wegen in der Medizin". Jedes Themenheft bietet fundierte fachliche Informationen, bewährte Unterrichtskonzepte und vor allem kopierfähige Materialien: Experimentier- und Bastelanleitungen, Informationstexte, Arbeitsblätter und Folienvorlagen, Klausur- bzw. Abituraufgaben für die Sekundarstufe II, farbige Arbeitshefte, Bestimmungshilfen oder Spiele, die Sie auch im Klassensatz nachbestellen können.

Verlag und Herausgeber: Erhard Friedrich Verlag GmbH in Zusammenarbeit mit Klett

Kontakt: Postfach 100150, 30917 Seelze

Tel.: 0511-40004-

Fax: 0511-40004-119

Internet: www.friedrich-verlagsgruppe.de *E-Mail:* info@friedrich-verlag.de

Erscheinungsweise: 10 x jährlich, ein Jahresheft

Titel: Praxis der Naturwissenschaften – Biologie in der Schule

Eigendarstellung: Alle Ausgaben der Zeitschrift erscheinen als Themenhefte. Jedes Heft bietet fundierte Beiträge zu einem aktuellen Thema. Dabei werden die neuesten theoretischen Ansätze und pädagogischen Konzepte berücksichtigt. Didaktisch aufbereitete Berichte - unabhängig von der Thematik des Heftes - behandeln Themen mit unmittelbarem Bezug zur Gegenwart. Die dazu beiliegenden Arbeitsblätter erleichtern die Unterrichtsvorbereitung. In den heftübergreifenden Serien werden Themen behandelt, die von allgemeiner Relevanz für den Unterricht sind wie kleinere Beiträge zu anderen interessanten Bereichen aus dem Fachgebiet, Rezensionen zu aktuellen Neuerscheinungen, Informationen über Veranstaltungen sowie nützliches Orientierungswissen; die „Materialien“ enthalten kopierfertige Arbeitsblätter und Vorlagen für Klausur - und Testaufgaben, Bauanleitungen für Modelle, Vorschläge für Experimente und Vorlagen für Projektionsfolien.

Herausgeber: Gerhardt-Dirksen, Almut; Hartmann, Annett; Jungbauer, Wolfgang; Rottländer, Elke; Scharf, Karl-Heinz; Stripf, Rainer

Verlag: Aulis Verlag Deubner

Kontakt: Antwerpener Straße 6-12, 50672 Köln

Tel.: 0221-951454-0

Fax: 0221-518443

Internet: www.aulis.de

E-Mail: PdN-Biologie@aulis.de

Erscheinungsweise: 8 x jährlich

Tages- und Wochenzeitungen

Die ständige Suche nach aktuellen Informationen seitens der Lehrer (zur Erweiterung des eigenen Sachwissens oder für den Einsatz im Unterricht) führt dazu, dass Tages- und Wochenzeitungen als Informationsträger oft von Lehrkräften genutzt werden (Abbildung 14). Durch die Veröffentlichung eines Artikels in überregional verbreiteten Blättern, der über Leistung und Angebot der Anbieter informiert, könnten insofern viele Lehrer erreicht werden. Als überregionale und auflagenstarke Zeitungen kommen für diesen Zweck folgende in Frage (Tabelle 10):

Tabelle 10: Leserschaft und Auflagen ausgewählter Tages- und Wochenzeitungen,

Quelle: Media-Analyse 2002; IVW 2003

Zeitungstitel	Anteil der Leser mit Abitur / Studium (in Prozent; Ø BRD = 15%)	Durchschnittlich verkaufte Auflage (Ausgaben Mo-Sa, 1. Quartal 2003)
Frankfurter Allgemeine Zeitung	57%	379.101
Frankfurter Rundschau	47%	185.865
Süddeutsche Zeitung	52%	429.667
Die Welt	51%	209.137
Die Zeit	65%	456.125

Fernsehsendungen

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit sollte auch erwogen werden, gezielt ausgewählte Fernsehsendungen als Plattform zu nutzen, da die befragten Lehrkräfte mehrheitlich angaben, oft auf Fernsehsendungen innerhalb der Informationssuche zurückzugreifen (Abbildung 14). Vorstellbar wären in diesem Zusammenhang die Regionalmagazine der so genannten Dritten Programme. Diese Sendungen im Vorabendprogramm erreichen zumeist relativ hohe Marktanteile (Abbildung 40) und bieten einen breiten thematischen Rahmen. Die folgende Tabelle 11 gibt einen Überblick über die verschiedenen Magazine.

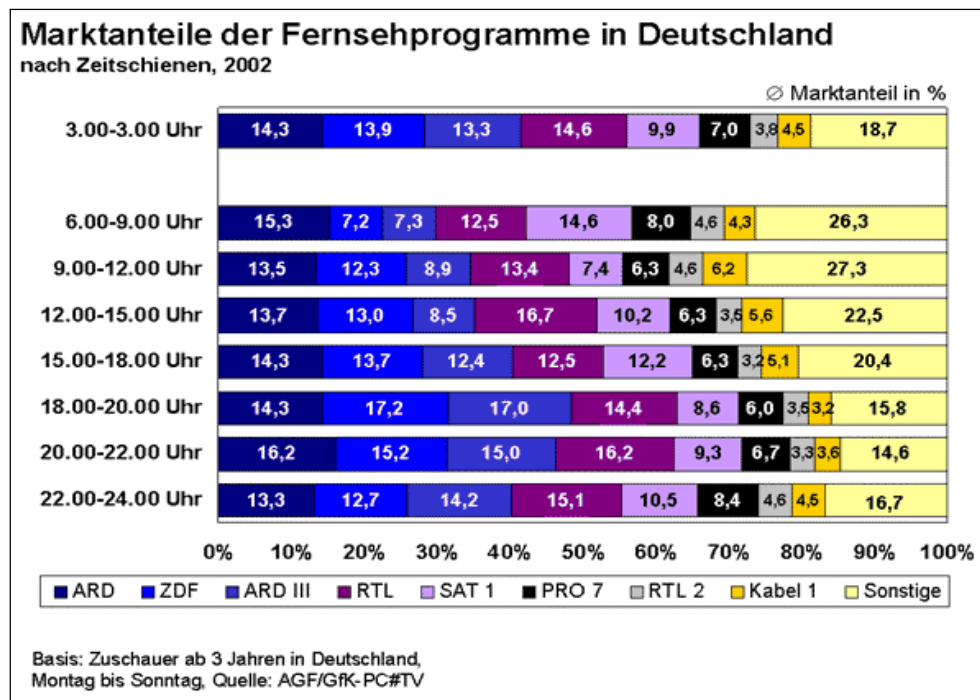


Abbildung 40: Marktanteile der Fernsehprogramme in Deutschland nach Zeitschienen 2002

Tabelle 11: Regionalmagazine in den einzelnen Bundesländern

Bundesland	Regionalmagazin	Sendezeit	Sender
Baden-Württemberg	Landesschau Baden-Württemberg heute	Mo-Sa, ab 18.45 Uhr	SWR
Bayern	Die Abendschau	Mo-Sa, ab 17.45 Uhr	BR
Berlin	Abendschau	täglich ab 19.30 Uhr	RBB
Brandenburg	Brandenburg Aktuell	täglich ab 19.30 Uhr	RBB
Bremen	Buten & Binnen	täglich ab 19.20 Uhr	NDR
Hamburg	Hamburg Journal	täglich ab 19.30 Uhr	NDR
Hessen	Hessenschau	täglich ab 19.30 Uhr	HR
Mecklenburg-Vorpommern	Nordmagazin	täglich ab 19.30 Uhr	NDR
Niedersachsen	Hallo Niedersachsen	täglich ab 19.30 Uhr	NDR
Nordrhein-Westfalen	Aktuelle Stunde	Mo-Sa ab 18.50 Uhr, So ab 19.10 Uhr	WDR
Rheinland-Pfalz	Landesschau Rheinland-Pfalz	Mo-Sa, ab 19.20 Uhr	SWR
Saarland	Aktueller Bericht	täglich ab 19.20	SR
Sachsen	Sachsen Spiegel	täglich ab 19.00 Uhr	MDR
Sachsen-Anhalt	Sachsen-Anhalt heute	täglich ab 19.00 Uhr	MDR
Schleswig-Holstein	Schleswig-Holstein Magazin	täglich ab 19.30 Uhr	NDR
Thüringen	Thüringen Journal	täglich ab 19.00 Uhr	MDR

Internet

Als Informationsträger spielt das Internet gerade unter jüngeren Lehrern, aber auch unter älteren eine gewichtige Rolle. Zusammen mit der Tatsache, dass die Anbieter ihre Informationen vorrangig über das Internet Lehrern zur Verfügung stellen möchten, stellt dieses Medium einen unverzichtbaren Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit dar.

Suchmaschinen stellen den am häufigsten gewählten Zugang zur Internetrecherche dar. Dies ist das wenig überraschende Ergebnis der Lehrerbefragung (Abbildung 29). Erstaunlich ist dabei jedoch, dass der gezielte Zugriff auf Internetseiten allgemein eine solch nebensächliche Rolle spielt. Für die Öffentlichkeitsarbeit werden empfohlen ,

- a) die Internetseite der Anbieter suchmaschinengerecht zu gestalten. Durch die Auswahl strategischer Schlüsselwörter und ein gezieltes Design der Seiten ist es möglich, dass die Homepage eine Top-Position innerhalb der Trefferlisten erhält. Dies ist besonders wichtig, da nur weniger als 5% der Suchmaschinennutzer mehr als die ersten 200 gelisteten Seiten ansieht, um zum gewünschten Suchergebnis zu gelangen (<http://www.suchmaschinentips.de/ueberblick/einfuehrung.htm>, Download vom 28.5.03). Die Seite sollte zudem in mehreren deutschen Suchmaschinen angemeldet werden. Einige Suchmaschinen-Eintragsdienste bieten als Service den Eintrag der Seite in verschiedenen Suchmaschinen an, beispielsweise
 - <http://www.klug-suchen.de/mteilen.html> (private Einträge kostenlos bei Bannerübernahme) für deutschsprachige Suchmaschinen,
 - <http://www.submit-it.com/> (kostenpflichtig),
 - <http://www.e-promotion.at>: Einträge kostenpflichtig (ab 35 Euro), aber mit kostenloser Beratung.
- b) umfassende altersspezifische Sachinformationen als auch didaktisch-methodisch aufbereitete Informationen auf der Internetseite bereitzuhalten, um Lehrer, die mehr oder weniger zufällig auf die Internetseite gestoßen sind, nachhaltig als Nutzer zu binden. Diese Informationen können in Form eines Links, als Download oder als Medienhinweis auftreten. Dass hier Potential seitens der Internetseiten der Interessenvereinigungen besteht, zeigen die in Kapitel 3.3 diskutierten Ergebnisse.

Aufgrund der überragenden Bedeutung von Schulbüchern, Lehrerbänden und anderen Zusatzmaterialien von Schulbuchverlagen sollte auch in diesem Zusammenhang das Internet als Kommunikationsweg genutzt werden. So bieten Schulbuchverlage einen fach- oder schulstufenspezifischen Newsletter-Service an, den Lehrkräfte kostenlos in Anspruch nehmen können. Die Newsletter informieren über das Verlagsangebot hinausgehend über interessante Links und Neuigkeiten. Ein Bericht über das Angebot der Höfe, landwirtschaftlichen Verbände etc. mit einem entsprechenden Verweis auf die Internetseite in solch einem Newsletter stellt eine weitere Möglichkeit dar, über ein erfolgreiches Medium gezielt Kontakt zu Lehrkräften aufzunehmen.

5 Zusammenfassung

Die Öffentlichkeitsarbeit zu landwirtschaftlichen Themen und Angeboten fußt auf verschiedenen Strategien und integriert diverse Plattformen. Auf diese Weise können die Informationswege zusammengeführt werden, die am häufigsten von Lehrern in Anspruch genommen werden. Anhand der folgenden Graphik (Abbildung 41) soll ein Gesamtüberblick gegeben werden. Die Nummerierung gibt die Priorität der einzelnen Maßnahmen an; diese Einstufung basiert auf der im Rahmen der Befragung ermittelten Rangfolgen der verschiedenen Kontaktstellen und Medien.

Tabellarische Übersicht der Öffentlichkeitsarbeit zu landwirtschaftlichen Themen und Angeboten

<p style="text-align: center;">Internet</p>	<p style="text-align: center;">Landwirte</p>	<p style="text-align: center;">Bildstellen Medienzentren Umweltbildungszentren</p>
<ul style="list-style-type: none"> - adäquate Ansprache und Motivation der Lehrergruppen mittels einer Internetseite - umfassendes Informationsangebot auf der Internetseite - Top-Positionierung der Seite in per Suchmaschinen ermittelten Suchergebnisse 	<ul style="list-style-type: none"> - Information der Landwirte über Chancen des Angebotes - Landwirte als Multiplikatoren nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> - Auslage von Faltprospekten für die Hand der Lehrer, die als Besucher der Einrichtungen auftreten
<p style="text-align: center;">Zeitschriften und Zeitungen</p>	<p style="text-align: center;">Fernsehen</p>	<p style="text-align: center;">Messen/Ausstellungen</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Veröffentlichung von Artikeln in ausgewählten pädagogischen Fachzeitschriften und Tageszeitungen - Werbung in pädagogischen Fachzeitschriften über Anzeigen 	<ul style="list-style-type: none"> - Beiträge in Regionalmagazinen der Dritten Programme, die über das jeweilige Angebot informieren 	<ul style="list-style-type: none"> - Vertrieb von Broschüren bzw. Verbreitung von Faltprospekten über Informationsstände auf renommierten Messen und Ausstellungen/Tagungen

Literatur

Böttcher, Wolfgang; Klemm, Klaus; Rauschenbach, Thomas (Hrsg.) (2001): Bildung und Soziales in Zahlen. Statistisches Handbuch zu Daten und Trends im Bildungsbereich. Weinheim und München.

Statistisches Bundesamt (1999): Bildung und Kultur. Fachserie 11. Wiesbaden.

Bortz, Jürgen; Döring, Nicola (2002): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin.

Anhang: Fragebogen

1. Welche Kontaktstellen spielen bei der Medienbeschaffung zum Thema „Landwirtschaft & Ernährung“ eine Rolle?

Bitte setzen Sie zu jeder Aussage ein Kreuz.

	spielt sehr große Rolle			spielt keine Rolle		
	1	2	3	4	5	6●
Bibliotheken						
Bildstelle, Medienzentrum						
Lehrerfortbildungsveranstaltungen						
Umweltbildungs- und andere Informationszentren						
Messen, Ausstellungen						
Berufs-, Fachverbände im Bereich Schule						
Bauernverbände						
Interessenvereinigungen, z.B. i.m.a., aid, cma						
Institutionen (Ämter, Ministerien)						
Landwirte / Bauernhöfe in der Umgebung						
Kollegen						
Bekannte, Familienangehörige						
Sonstige (bitte nennen):						

2. Welche Medien nutzen Sie bei der Suche nach Informations- und Unterrichtsmaterialien?

Bitte setzen Sie zu jeder Aussage ein Kreuz.

	sehr oft				nie	
	1	2	3	4	5	6
Pädagogische Fachzeitschriften						
Landwirtschaftliche Fachzeitschriften						
Landwirtschaftliche Fachbücher						
Tages- und Wochenzeitungen						
Schulbücher						
Lehrerbände und andere Zusatzmaterialien von Schulbuchverlagen						
Von Interessenvereinigungen, z.B. i.m.a., aid, cma, herausgegebene						
a) Fachinformationen						
b) didaktisch-methodisch aufbereitete Unterrichtsmaterialien ...						
... in Printform						
... als CD-Rom						
... als Video						
Informationsmaterialien von Ämtern, Ministerien						
Fernsehsendungen						
Internet						
Sonstige (bitte nennen):						

Wenn Sie das Internet bei der Suche nach Informations- und Unterrichtsmaterialien nutzen, beantworten Sie bitte auch die 3. und 4. Frage!

3. Welchen Zugang wählen Sie bei der Recherche im Internet zum Thema „Landwirtschaft & Ernährung“?

Bitte setzen Sie zu jeder Aussage ein Kreuz.

	sehr oft				nie	
	1	2	3	4	5	6
Suchmaschine						

Bildungsserver						
Netzwerke von Schulen						
gezielter Zugriff auf Internetseiten ...						
... von Ämtern, Ministerien						
... von Bauernverbänden						
... von Interessenvereinigungen, z.B. i.m.a., aid, cma						
... von der Presse						
... von Hochschulen/Universitäten und wissenschaftlichen Instituten						
... von Wirtschaftsunternehmen						
Sonstige (bitte nennen):						

4. Wie haben Sie von den von Ihnen häufig aufgesuchten Internetseiten zum Thema „Landwirtschaft & Ernährung“ erfahren?

Mehrfachantworten möglich.

Ermittlung über Suchmaschine	
Querverweis auf anderen Internetseiten	
Hinweis in Zeitschrift-, Zeitungsartikel	
Angabe auf eigenen Informationsmaterialien des Verfassers	
Werbung in Printmedien	
Kollegen	
Bekannte, Familienangehörige	
Sonstiges (bitte nennen):	

Zum Schluss noch ein paar kurze Fragen zur Ihrer Person:**5. In welchem Bundesland unterrichten Sie?**

6. Welche Fächer unterrichten Sie?

7. In welcher Schulform unterrichten Sie?

Grundschule	
Orientierungsstufe (schulartenunabhängig)	
Hauptschule	
Realschule	
Gymnasium	
Integrierte Gesamtschule	
Freie Schule (Waldorfschule)	
Sonderschule	
Sonstige (bitte nennen):	

8. In welcher Schulstufe unterrichten Sie vorwiegend?

Primarstufe	
Sekundarstufe I	
Sekundarstufe II	

9. Ihre Altersgruppe:

20 bis 25	
26 bis 30	
31 bis 35	
36 bis 40	
41 bis 45	
46 bis 50	
51 bis 55	
56 bis 60	
61 bis 65	

10. Ihr Geschlecht:

weiblich	
männlich	