

POSITION IV

FINANZIERUNG

ÖFFENTLICHE VS. PRIVATE BILDUNGS-AUSGABEN

Anteil der öffentlichen und privaten Ausgaben für Einrichtungen des Primar-, Sekundar- und postsekundären nichttertiären Bereichs¹⁾

Deutschland

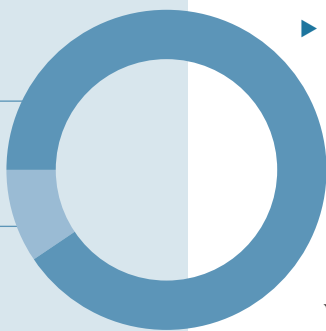
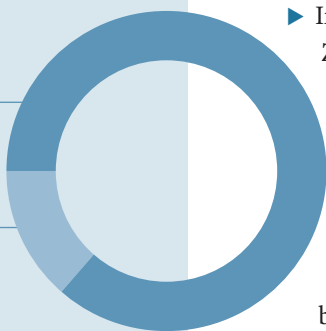
86,5%
öffentliche Mittel

13,5%
private Mittel

OECD-Durchschnitt

90,6%
öffentliche Mittel

9,4%
private Mittel



WAS IST UNS UNSERE BILDUNG WERT?

- ▶ Die Deutschen sind ein investitionsfreudiges Volk: So geben Unternehmen und Staat für Ausrüstungen – **Maschinen, Fahrzeuge, IT** – pro Jahr in Summe rund **200 Milliarden Euro** aus. In den **Bau** fließen über **300 Milliarden Euro**, in sonstige Anlagen nochmals über 100 Milliarden Euro.²⁾
 - ▶ In den **Bildungssektor** fließen pro Jahr rund **130 Milliarden Euro**. Das ist etwa ein Zehntel sämtlicher Ausgaben des Staates und der Sozialversicherungsträger.³⁾
 - ▶ Bei den jährlichen Ausgaben pro Schüler liegt Deutschland im Grundschulbereich mit rund 7.750 US-Dollar unter dem OECD-Durchschnitt (rund 8.250 US-Dollar).⁴⁾ Der Anteil der öffentlichen Ausgaben an den Gesamtbildungsausgaben liegt in Deutschland ebenfalls unter dem OECD-Durchschnitt.⁵⁾
 - ▶ Die Bildungsausgaben pro Einwohner (nur Schule und Schulverwaltung) liegen bei 770 Euro pro Jahr.⁶⁾ Zum Vergleich: Für Urlaubsreisen haben Deutschlands Bürger pro Jahr 1.020 Euro zur Verfügung. Für ihr Auto geben sie 835 Euro pro Jahr aus.⁷⁾
 - ▶ Für den geplanten Digitalpakt stehen laut Koalitionsvertrag von Union und SPD für fünf Jahre 5 Milliarden Euro zur Verfügung. Davon sollen 3,5 Milliarden Euro in dieser Legislaturperiode bereitgestellt werden. Verteilt auf 3,5 Jahre⁸⁾ sind dies weniger als 1 Prozent aller Bildungsausgaben pro Jahr – oder unter 120 Euro pro Jahr pro Schüler ...
 - ▶ Jeder Vergleich hinkt! Und doch lohnt es sich, die Frage aufzuwerfen, ob wir genug in Bildung investieren – und ob dieses Geld an der richtigen Stelle ausgegeben wird. Bildung ist – man kann es nicht oft genug wiederholen – **einer der wichtigsten Rohstoffe unseres Landes**. Bildung ist unverzichtbar für unsere **Innovations- und**

¹⁾ Die OECD in Zahlen und Fakten 2015 – 2016: Wirtschaft, Umwelt, Gesellschaft

²⁾ Deutschland in Zahlen 2017, Institut der deutschen Wirtschaft Köln, S. 28.

³⁾ Ebda., S. 74.

⁴⁾ Im Sekundarbereich liegt Deutschland mit rund 10.650 US-Dollar über dem OECD-Durchschnitt (rund 9.500 US-Dollar) (http://www.keepeek.com/Digital-Asset-Management/oecd/economics/die-oecd-in-zahlen-und-fakten-2015-2016/bildungsausgaben_factbook-2015-74-de#page2)

⁵⁾ Ebda.

⁶⁾ Deutschland in Zahlen 2017, Institut der deutschen Wirtschaft Köln, S.128.

⁷⁾ Studie der GfK, zit. nach <http://plus.faz.net/evr-editions/2017-06-17/ICiJ3aL93L8eErRCpClpF?GEPC=s3>

⁸⁾ Vgl. Koalitionsvertrag CDU, CSU, SPD vom 07.02.2018 S.29

16

Bundesländer



20

verschiedene Schulformen



12 – 13

Jahrgänge pro Schule



Ca. 10

Fächer pro Schulform



Ca. 3.000

verschiedene Lehrpläne

Wettbewerbsfähigkeit. Jeder Euro für Bildung ist ein Euro für die Zukunft unseres Landes, seiner Kinder, der Gesellschaft insgesamt. Jeder Euro für Bildung ist ein „**Investment in Köpfe**“. An Bildung zu sparen hieße, an dem Ast zu sägen, auf dem wir sitzen.

- ▶ Die Schuldenbremse zwingt Bund und Länder dazu, die öffentlichen Haushalte zu sanieren. So unstrittig dieses Ziel auch ist – im Bildungsbereich lautet die Herausforderung, künftig noch *mehr* Mittel als bislang zur Verfügung zu stellen. Das hat (auch) mit der **Transformation** zu tun, die das Bildungswesen durchläuft. Schule, das heißt eben nicht mehr: Tafel, Kreide, Heft. Vielmehr bestimmen **Laptop, Tablet und Lernplattformen** heute den Alltag in immer mehr Klassenzimmern. Neue Geräte und Anwendungen erleichtern den Zugang zu Wissen, fördern Kreativität, Partizipation und Interaktion, benötigen aber auch eine leistungsstarke digitale Infrastruktur. Die Kosten dafür gehen in die Milliarden.
- ▶ Zugleich ist es mit der Technik allein nicht getan: Auch und gerade im digitalen Kontext kommt es unvermindert auf qualitätsgesicherte Inhalte an, die gemäß höchsten didaktischen Standards vermittelt werden. Was wir bzw. was unsere Schulen brauchen, ist demnach eine **Balance von neuen Technologien einerseits und unverzichtbaren Inhalten andererseits**. Und genau hier, bei der Schaffung dieser Balance, kommen die Anbieter professioneller Bildungsmedien ins Spiel.

PROFESSIONELLE BILDUNGSMEDIEN – MIT AUFWAND GEMACHT, FÜR DIE ZUKUNFT ERDACHT

- ▶ Bildungsmedienverlage stellen Lehr- und Lernmittel (u. a. Schulbücher und Lernhilfen, E-Books und Bildungssoftware, Medien für Whiteboards, Online-Portale, Fachliteratur) für alle Phasen des Lernens her. Sie unterstützen und begleiten junge, heranwachsende, aber auch ältere Menschen entlang **ihrer gesamten Bildungs- oder Ausbildungsbiographie**. Dabei bieten sie ihren Kunden eine zunehmend breite Leistungs- und Angebotspalette.
- ▶ So werden den Lernenden und Lehrenden **für jeden Lehrplan, jede Schulform und jedes Schulfach** Bildungsinhalte und -medien in didaktisch und methodisch kohärenter Form analog oder digital zur Verfügung gestellt. In Deutschland bedeutet dies, Formate für nicht weniger als 3.000 Lehrpläne, 20 Schulformen, bis zu zehn Fächer pro Schulform und zwölf (G8) bzw. 13 (G9) Jahrgänge zu entwickeln – gelebter Bildungsföderalismus in 16 diesbezüglich souverän agierenden Bundesländern.
- ▶ Allein diese Zahlen lassen erahnen, welch hohen Aufwand die Erstellung qualitätsgesicherter, anforderungsgerechter Bildungsmedien bedeutet. Konzipieren, Inhalte didaktisch aufbereiten und mit den Kultusministerien abstimmen, externe Autoren einbinden, deren Texte redigieren, Rechte (an Inhalten, Bildern oder Videomaterial) einkaufen, digitale Formate entwickeln, Produktionsprozesse steuern, Distribution organisieren – die **Wertschöpfungskette** der Bildungsmedienverlage ist lang und komplex. Und sie ist kostspielig: Nicht nur zählt es zum Grundverständnis der Unternehmen, dass **Autoren für ihre Arbeit angemessen vergütet** werden. Auch **Nutzungsrechte** verlangen ihren Preis. Vor allem aber müssen die Verlage ständig in Innovationen investieren: Der Wettbewerb nimmt zu, und die Ansprüche an zeitgemäße Bildungsmedien steigen stetig. Dabei ist das **Marktvolumen nach oben begrenzt**: Alternative Vermarktungsmöglichkeiten wie in der Belletristik (Verfilmungen, Auslandsgeschäft) stehen den Bildungsmedienverlagen nicht zur Verfügung. Die Folge all dieser Einflussfaktoren: Das kaufmännische Risiko gehört zum Alltag der Bildungsmedienverlage wie der Akkusativ zum Deutschunterricht.

- ▶ Eine besondere Herausforderung besteht in den **Open Educational Resources**, kurz OER. Dies sind freie Lern- und Lehrmaterialien, die in der Regel auf Basis von Open-Source-Software zur Verfügung gestellt werden und durch ihre Nutzer verändert, kombiniert und in anderen Zusammenhängen wieder- oder weiterverwendet werden können. Zwar stellen OER keinen Ersatz für auf mehrere Jahre angelegte, curricular aufgebaute Materialsammlungen dar. Sie werden aber meist mit kostenlosen Bildungsmedien gleichgesetzt.
- ▶ Bildungsmedienverlage gestalten den Markt der OER seit Jahren aktiv mit, indem sie OER als eine Lizenzform in ihre Angebote integrieren. Dabei werden durch die Verlage nur solche OER in den Verkehr gebracht, die keine Urheberrechte verletzen und keine Datenschutzprobleme aufwerfen. Entsprechende Kontrollen und Prüfungen sind Teil des Qualitätsversprechens der Verlage. All diese Wertschöpfungsschritte sind mit entsprechenden finanziellen Aufwendungen verknüpft.
- ▶ Schließlich, ob analog oder digital: Verlage stellen sicher, dass ihre Inhalte frei von Partikularinteressen sind und Diversität zeitgemäß widerspiegeln.

WAS ERWARTEN WIR VON DER POLITIK? HANDLUNGSMAXIMEN FÜR EINE ZUKUNFTSORIENTIERTE BILDUNGSFINANZIERUNG

NACHHALTIGKEIT:

- ▶ Die Finanzierung professioneller, qualitätsgesicherter Bildungsmedien muss nachhaltig sein. Bildungsausgaben dürfen nicht den Schwankungen der öffentlichen Haushaltsplanung im Sinne eines „Schulbücher (oder Laptops) je nach Kassenlage“ unterworfen werden. Vielmehr **braucht es langfristige Finanzierungszusagen**, die es Schulen, Lehrern, Eltern und Verlagen gleichermaßen erlauben, über größere Zeiträume zu planen. Gegebenenfalls sollten die Länder ihre Budgetplanungen für Lern- und Lehrmittel zu einem früheren Zeitpunkt als derzeit zugänglich machen, um den Anbietern von Bildungsmedien eine belastbare Planungsgrundlage sowie echte **Investitionsanreize** zu bieten.

AUFSTOCKUNG:

- ▶ Deutschland braucht keine konstanten, sondern steigende Bildungsetats. Anders ist die Herausforderung eines globalen, digitalisierten Wissenswettbewerbs nicht zu bestehen! Der aktuelle Bundeshaushalt weist Rekordüberschüsse auf. Durch die geplante Anpassung des Grundgesetzes soll der Bund die **Chance** erhalten, mehr in Bildung zu investieren. Die im Koalitionsvertrag angekündigte Investitionsoffensive für Schulen und die Berufliche Bildung sollte daher **schnellstmöglich mit konkreten Finanzierungszusagen unterfüttert werden**. Dies würde den wachsenden Stellenwert zum Ausdruck bringen, dem wir Bildung beimessen. Zugleich können über die freigewordenen Mittel die anfallenden Kosten für die Entwicklung, Verbreitung und stetige Verbesserung digitaler Angebote gedeckt werden.

AUSGEWOGENHEIT:

- ▶ Wesentliche zusätzliche Mittel werden für die Digitalisierung der Bildung benötigt. Die **geplanten 5 Milliarden Euro für den Digitalpakt können hierbei nur den Anfang darstellen**, um eine leistungsfähige, professionelle und digitale Bildungsstruktur zu betreiben. Zudem haben Länder und Kommunen unterschiedliche finanzielle Voraussetzungen, um die Digitalisierung in den Schulen voranzubringen. Die bereitgestellten Mittel müssen daher in ausgewogener Weise zur Verfügung gestellt werden, damit ein digitales Ungleichgewicht vermieden wird. Essenziell bleiben auch künftig qualitätsgesicherte Inhalte – sie sind es, die bei der weiteren Entwicklung des Lebensweges eines jeden und einer jeden Einzelnen „den Unterschied machen“. Die Bildungsmedienverlage plädieren daher für eine **ausgewogene Herangehensweise**, die das Beherrschen neuer Technologien adressiert, ohne die Vermittlung unverzichtbarer Grundinhalte – Rechtschreibung, Mathematik, Fremdsprachen, Literatur etc. – zu vernachlässigen. Lehrerinnen und Lehrer wiederum müssen gezielt auf die Anwendung digitaler Lern- und Lehrmedien vorbereitet und regelmäßig fortgebildet werden – auch dafür müssen die entsprechenden Mittel bereitgestellt werden.

HABEN SIE FRAGEN ODER ANREGUNGEN? – DANN MELDEN SIE SICH!

Verband Bildungsmedien e. V.
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt am Main

T +49 69 9866976-0
verband@bildungsmedien.de

WUSSTEN SIE, DASS ...

- ▶ an einem Bildungsmedium bis zu 70 Personen mitarbeiten?
- ▶ die Abnahme von Bildungsmedien durch Bildungseinrichtungen keineswegs einer Absatzgarantie gleichkommt? Vielmehr befinden sich die Bildungsmedienverlage im vollen marktwirtschaftlichen Wettbewerb und sind somit allen üblichen unternehmerischen Risiken ausgesetzt.
- ▶ der Umsatz der Bildungsmedienbranche im Jahr 2017 bei ca. 600 Millionen Euro lag?
- ▶ in der Allgemeinbildung neue Lehrwerke erst dann auf den Markt gebracht werden können, wenn die Bildungspolitik Änderungen an den Lehrplänen oder Prüfungsanforderungen vornimmt? Auftragsproduktionen durch die Bildungspolitik gibt es in Deutschland nicht.
- ▶ allein die Lehrkräfte an den Schulen entscheiden, welche Werke sie im Unterricht verwenden wollen?