



Axel Krommer

# Zum „Mehrwert“ digitaler Medien

## Argumente gegen einen irreführenden Begriff

Der folgende Beitrag zeigt, dass die Forderung nach dem Mehrwert, die auch 2020 noch regelmäßig erhoben wird, kultur-, medien- und technikgeschichtlich blind ist, auf einem inadäquaten Medienbegriff beruht, bewahrpädagogisch grundiert und letztlich überflüssig ist.

Die gängige Argumentation, die zur Forderung eines Mehrwerts führt, lässt sich in drei einfachen Thesen zusammenfassen:

1. Digitale Medien sind Werkzeuge, mit deren Unterstützung man vorab festgelegte Unterrichtsziele erreichen kann.
2. Verglichen mit traditionellen Medien (Buch, Arbeitsblatt etc.) bedeutet es zu-

Wenn man die einschlägige pädagogische Literatur sichtet, fällt zum einen auf, dass es keine allgemein anerkannte Definition des Mehrwerts gibt, sondern dass der Begriff in zahlreichen Varianten mit unterschiedlichen Schwerpunkten kursiert (vgl. Stratmann 2007). Zum anderen ist bemerkenswert, dass der Mehrwert-Begriff häufig

### Mehrwert und Medienintegration

Weiterhin ist das gängige Verständnis des Mehrwerts mit einer stark verengten Perspektive auf den unterrichtlichen Mediensatz verknüpft. Denn Medien geraten erst dann in den Blick, wenn es sich um elektronische (oder digitale) Medien handelt. „Medienintegration“ meint dann, den traditionellen Unterricht durch elektronische bzw. digitale Medien zu unterstützen (vgl. These 1).

Gegen diese Sichtweise lässt sich jedoch einwenden, dass Medien nicht erst in Gestalt elektronischer (oder gar digitaler) Medien in den Unterricht integriert werden, sondern dass auch die Stimme, das Buch und die Schrift mediale Formen sind. Die (immer noch selbstverständliche) Sozialisation im Rahmen der Buchkultur macht den medialen Charakter von (menschlicher) Stimme, Buch und Schrift gleichsam unsichtbar und lässt auch vergessen, dass Buch und Schrift hochspezialisierte Technologien darstellen (vgl. Giesecke 1998, S. 67).

Das bedeutet: Es gibt keinen Unterricht ohne Medien. Oder wahlweise: Man kann nicht nichtmedial unterrichten. Vor diesem Hintergrund ergeben sich (mindestens) zwei problematische Aspekte:

Man kann nicht nicht-medial unterrichten: Denn auch die Stimme, das Buch und die Schrift sind mediale Formen.

meist einen zusätzlichen Aufwand (zeitlich, organisatorisch, technisch, finanziell, didaktisch etc.), um Unterrichtsziele mit digitalen Werkzeugen zu erreichen.

3. Dieser zusätzliche Aufwand ist nur dann gerechtfertigt, wenn sich die curricularen Ziele mit digitalen Medien schneller, besser und einfacher erreichen lassen als ohne diese Werkzeuge. Darin liegt für Lernende wie Lehrende der Mehrwert digitaler Medien.

als so selbstverständlich und alltäglich zu gelten scheint, dass er nicht einmal dann präzise bestimmt wird, wenn er eine zentrale argumentative Funktion besitzt (vgl. Fischer 2017).

Wie und in welcher Maßeinheit der Mehrwert gemessen wird und ob sich der Mehrwert auf einzelne Medien und Methoden, ganze Unterrichtskonzepte oder isolierte Lerneinheiten bezieht, bleibt unklar.

1. Es gibt keinen erkennbaren Grund, die Frage nach dem Mehrwert nur beim Einsatz bestimmter technischer Medien (z. B. beim Smartphone, nicht aber beim Buch oder Arbeitsblatt) zu stellen.
2. Es ist nicht nachvollziehbar, warum bestimmte mediale Formen einen höheren Wert haben müssen als andere, bevor sie legitimerweise im Unterricht eingesetzt werden dürfen: Würde nicht ein Gleichwert genügen?

Diese Analyse macht einen konservativ-bewahrpädagogischen Effekt sichtbar: Die selbstverständlich genutzten Medien des traditionellen Unterrichts müssen zum Mehrwert-Test entweder gar nicht antreten oder sie entscheiden den Vergleich mit digitalen Medien auch dann für sich, wenn sie lediglich gleichwertig sind: Ein Unentschieden zählt als Sieg des bewährten Systems. Progressive Prinzipien zeitgemäßer Schulentwicklung sehen gewiss anders aus.

Wie wirkmächtig die Strukturen des etablierten Schulsystems sind, lässt sich auch am Begriff des „Aufwands“ zeigen (vgl. These 3). Denn der Aufwand, der betrieben werden muss, um digitale Medien in den Unterricht zu integrieren, wird einseitig als etwas Negatives gesehen, was nur durch einen Mehrwert kompensiert werden kann. Gleichzeitig wird geflissentlich ausgeblendet, wie hoch der Aufwand zur Erlernung der traditionellen Unterrichtstechniken (insbesondere Handschrift und Lesen) ist.

## Mehrwert und Werkzeuge

Wenn Medien lediglich Werkzeuge sind, mit deren Hilfe man vorab definierte Ziele erreichen kann (vgl. These 1), erscheint folgende Überlegung zum Mehrwert digitaler Medien unmittelbar einleuchtend: Die Planung des Unterrichts beginnt mit der Festlegung der Lernziele, die die Lernenden erreichen sollen. Anschließend sucht man nach den Medien (und Methoden), mit denen sich diese Ziele am besten erreichen lassen. Der Mehrwert digitaler Medien kann sich dann darin zeigen, dass man mit diesen neuen Werkzeugen die festgelegten Ziele schneller, besser oder einfacher erreichen kann. Grundsätze wie „Didaktik geht vor Methodik“ (vgl. Klafki 1961) oder „Pädagogik vor Technik“ (vgl. Zierer 2017) fassen dieses Denkmuster prägnant zusammen.

Mit einer einfachen Analogie kann man jedoch zeigen, warum Medien nicht nur Werkzeuge sind und an welcher Stelle das

übliche Schema der Unterrichtsplanung einen blinden Fleck aufweist: Gesetzt den Fall, man plane statt einer Unterrichtsstunde eine Reise. Auch hier hat es den Anschein, als könne man zunächst das Ziel festlegen und müsse erst in einem zweiten Schritt darüber nachdenken, mit welchem Transportmittel sich dieses Ziel am bequemsten und schnellsten erreichen lässt. Doch dieses vermeintliche Primat des Reiseziels gegenüber dem Transportmittel ist das Resultat einer stark eingeengten Perspektive. Denn wel-

Grundlage des Werkzeug-Medienbegriffs plant.

Die Defizite des Mehrwert-Begriffs lassen sich nun knapp zusammenfassen: Der Begriff ist unklar, fußt auf einem unreflektierten Verständnis von Medienintegration, reduziert Medien in naiver Weise auf bloße Werkzeuge, verstärkt konservativ-bewahrpädagogische Tendenzen, verhindert oder verlangsamt Innovationen und ist insbesondere durch die etablierten Prüfungsformate fest in der Buchkultur verankert.

Der Mehrwert digitaler Medien besteht [...] keinesfalls darin, alte Ziele schneller, einfacher, besser, nachhaltiger etc. zu erreichen.

che Ziele realistischerweise in den Blick genommen werden, hängt in entscheidendem Maße von den verfügbaren Transportmitteln ab. Um es an einem Alltagsbeispiel zu erläutern: Wer in einer Gesellschaft lebt, in der die Postkutsche das schnellste Verkehrsmittel darstellt, kommt gar nicht auf die Idee, zum Einkaufen von Nürnberg nach München zu fahren, während dieses Reiseziel für einen Bahnfahrer mit dem ICE durchaus in Reichweite liegt (vgl. hierzu ausführlich Krommer 2015, S. 40–41).

Übertragen auf die Schule bedeutet das: Medien sind nicht nur Werkzeuge, die den (herkömmlichen) Unterricht unterstützen (vgl. These 1). Sie haben – im Sinne McLuhans (1964) – als prägende Formen grundlegende Auswirkungen auf das gesamte Bildungssystem. Es geht darum, zu verstehen, dass wir durch die Kultur der Digitalität (vgl. Stalder 2016) in eine neue Denk-Nährlösung, „a new medium to think and imagine differently“ (Manovich 2013, S. 13) getaucht werden, in der auch solche Begriffe wie „Lernen“ und „Wissen“ neue Bedeutungen erhalten.

Der Mehrwert digitaler Medien besteht daher keinesfalls darin, alte Ziele schneller, einfacher, besser, nachhaltiger etc. zu erreichen (vgl. These 3). Ihr Wert besteht vielmehr darin, als konstituierende Formen die Zieldimensionen des Unterrichts signifikant zu erweitern. Für diese entscheidenden Zusammenhänge bleibt man blind, wenn man Unterricht (implizit oder explizit) auf der

Wenn wir über Bildung unter den Bedingungen der Digitalisierung reden, sollten wir auf den Begriff „Mehrwert“ verzichten, um auch terminologisch eine angemessene Grundlage dafür zu haben, die didaktischen Potenziale unterschiedlicher Medien sinnvoll zu gewichten.

## Literatur

- Fischer, Christian (Hrsg.; 2017): Pädagogischer Mehrwert? Digitale Medien in Schule und Unterricht. Münster: Waxmann.
- Giesecke, Michael (1998): Der Buchdruck in der frühen Neuzeit. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Klafki, Wolfgang (1961): Studien zur Bildungstheorie und Didaktik. Unveränderter Nachdruck der Auflage von 1975. Weinheim/Basel: Beltz 2010.
- Krommer, Axel (2015): „Bring your own device!“ und die Demokratisierung des Beamers. Didaktische Dimensionen digitaler Technik. In: Knopf, Julia (Hrsg.): Medienvielfalt in der Deutschdidaktik. Erkenntnisse und Perspektiven für Theorie, Empirie und Praxis. Baltmannsweiler: Schneider, S. 36–47.
- Manovich, Lev (2013): Software Takes Command. New York/London/Oxford/New Delhi/Sydney: Bloomsbury.
- McLuhan, Herbert Marshall (1964): Die magischen Kanäle. In: Baltes, M./Böhler, F./Höltzsch, R./ReuB, J. (Hrsg.; 1997): Medien verstehen. Der McLuhan-Reader. Mannheim: Bollmann, S. 112–155.
- Stalder, Felix (2016): Kultur der Digitalität. Berlin: Suhrkamp.
- Stratmann, Jörg (2007): Pädagogischer Mehrwert und Implementierung von Notebooks an der Hochschule. Münster: Waxmann.
- Zierer, Klaus (2017): Lernen 4.0. Pädagogik vor Technik. Möglichkeiten und Grenzen einer Digitalisierung im Bildungsbereich. Baltmannsweiler: Schneider.