

Guten Schultag!

1997 besuchte ich einen Weiterbildungskurs in Hamburg, an dem auch Professor Peter Wippermann auftrat. Ich hörte ihm so aufmerksam zu wie keinem anderen Referenten, nicht nur seines Vortrags wegen, sondern vor allem, weil er einen Traumberuf hatte: Trendforscher! Wippermann sagte damals voraus, das Informationsgeschäft werde sich demnächst aufteilen – in ein Segment mit im Überfluss verfügbarer Gratis-Information und eines mit hochwertiger Information, die nur wenigen zugänglich und sehr teuer sein werde. Die Prognose traf ins Schwarze: Für Ersteres sorgen inzwischen Google, Wikipedia und diverse



Heinz Weber  
Verantwortlicher Redaktor

Gratiszeitungen; für Letzteres sorgt unter anderem der Trendforscher selbst, indem er für 950 Euro die Teilnahme am «Deutschen Trendtag» vom 8. Mai in Hamburg anbietet. Zahlungskräftige Zeitgenossen, vermute ich, verschaffen sich hier den Wissensvorsprung, der sie Konsumentenbedürfnisse erkennen lässt, von denen die Konsumenten noch gar nicht wissen, dass sie sie haben.

Immerhin lässt Wippermann schon in der Einladung zum Trendtag die Katze ein wenig aus dem Sack gucken, und deshalb bin ich ihm bei der Recherche zum Thema «Image des Lehrberufs» (ab Seite 6) wieder begegnet. Es geht um «Identitätsmanagement». Dazu heisst es: «Früher formten uns Arbeit, Familie und Religion. Identität war statisch. Heute fehlt uns Tradition. Wir definieren Identität dynamisch. In Zeiten des Web 2.0 wird Identität zur Management-Aufgabe. Die Frage «Wer bin ich?» wird ersetzt durch «Wer will ich sein?». Je nach Publikum spielen wir unterschiedliche Rollen. Erfolgreiche Rollen optimieren wir und akzeptieren sie als Teil von uns.» In einer Zeit, wo bereits 49% der Deutschen unter 29 Jahren ihr Privatleben (respektive was sie davon preisgeben wollen) im Internet präsentieren, genüge die herkömmliche Einweg-Kommunikation («Nehmt mein Angebot zur Kenntnis und greift zu.») nicht mehr. «Statt ein statisches Bild der Marke in den Köpfen zu verankern, geht es zukünftig stärker darum, die Markenidentität in der Interaktion mit dem Kunden zu leben.»

Dass sich Sportschuhhersteller und Fluggesellschaften mit solchen Dingen befassen, leuchtet ein. Aber Schulen? Geht es wieder mal um den Unterricht als Massschneiderei? Mit Sonderausstattung gegen Aufpreis? Wer ist der Kunde und was die Marke? Braucht in Zukunft jede Schule ihre Werbeagentur? Bei solchen Diskussionen erhitzen sich die Gemüter leicht bis zum Siedepunkt. Andererseits ist Lehrerinnen und Lehrern öffentliche Anerkennung wichtig und wo sie (scheinbar) fehlt, wird das als Belastung empfunden. Erhebungen zeigen: Das Image der Lehrpersonen ist weitgehend intakt. Aber es ist vielleicht etwas zu sehr das Image einer leidenden, der Überforderung nahen Profession, die man beispielsweise den eigenen Söhnen und Töchtern nicht zumuten will. Daran wäre zu arbeiten – im eigenen Interesse und weil auch guter, motivierter Nachwuchs zur Lebensqualität am Arbeitsplatz Schule beiträgt.

## BILDUNGSSCHWEIZ

Nummer 4 | 2008 | 1. April 2008

Zeitschrift des Dachverbandes  
Schweizer Lehrerinnen und Lehrer (LCH)  
153. Jahrgang der Schweizer Lehrerinnen- und  
Lehrerzeitung (SLZ)

## Inhalt

### Aktuell

- 4 Gemeinsame Erklärung von LCH und KgCH: HarmoS nützt Kindern
- 4 ZLV-Fachtagung: «Lernen ist unser Schicksal»
- 17 Lehren an der Mittelschule – Profession mit Profil
- 19 Einblicke in die HarmoS-Werkstatt

### Image des Lehrberufs

- 6 Das Ansehen in der Öffentlichkeit und wie es auf Lehrpersonen wirkt
- 10 «Unbedingt weniger jammern» – Blicke von aussen
- 13 LCH-Kommentar: Franziska Peterhans
- 14 Die Ausbildung ist attraktiv – aber zieht sie die «Richtigen» an?

### Bildungsnetz

- 23 Irgendwann geht jedes Wort ins Netz

### Aus dem LCH

- 25 LCH persönlich: Jasmin Brändle
- 26 LCH unterwegs: Der alv kämpft für ein Glücks-Kleeblatt

### LCH MehrWert

- 32 Frühpensionierung: Die wichtigsten Informationen

### Rubriken

- 33 Bildungsmarkt
- 37 Impressum
- 39 Vorschau

### Rufnummer

- 39 Freue mich auf 2012

Titelbild:

Positiv? Negativ? – Wie steht es um das öffentliche Ansehen der Lehrerinnen und Lehrer? (Bericht Seite 6)

Archivbild: Peter Larson

 **LCH**  
Dachverband  
Schweizer  
Lehrerinnen  
und Lehrer