

Prof. Dr. Thomas Lobinger*

Vom Beruf unserer Zeit für Geldmacherei und Examensvorbereitung — Zwölf Thesen zur Entbehrlichkeit kommerzieller Repetitorien

Abstract

Anknüpfend an die Podiumsdiskussion zum Thema „Rechtsdidaktik“ stellt Prof. *Dr. Thomas Lobinger* in dem Beitrag seine Thesen zur Entbehrlichkeit kommerziellen Repetitorien dar. Für eine erfolgreiche Examensvorbereitung seien sie nicht nur nicht notwendig, sondern mit ihren fehlgeleiteten Methoden sogar schädlich.

Der Beitrag steht einem Thesenpapier des anderen Diskussionsteilnehmers *Christian Bert* gegenüber.

* Der Verfasser ist seit 2004 Professor an der Universität Heidelberg und seit 2006 Inhaber des Lehrstuhls für Bürgerliches Recht, Arbeits- und Handelsrecht. Als Fakultätsbeauftragter für die Examensvorbereitung engagiert er sich als besonders für das universitäre Examensvorbereitungsprogramm HeidelPräp!. Der Beitrag knüpft an die Podiumsdiskussion zur Rechtsdidaktik an und ist eine Zusammenfassung der Kernthesen des Verfassers zur Rolle kommerzieller Repetitorien in der Examensvorbereitung.

These 1: Kommerzielle Repetitorien haben sich überlebt

Das examensspezifische Lehr- und Veranstaltungsangebot an der Universität ist heute völlig ausreichend und umfangreicher als das kommerzieller Repetitorien. Die früher bestehenden Lücken gibt es längst nicht mehr.

These 2: Kommerzielle Repetitorien leben von der Illusion, dass nur gut sein kann, was auch (viel!) kostet

Das ist nicht nur grundsätzlich fragwürdig. Tatsächlich ist der finanzielle und personelle Aufwand der Universität für ein Examensvorbereitungsprogramm wie in Heidelberg sogar deutlich höher als derjenige kommerzieller Repetitorien. Dieser Aufwand wird nur nicht in überhöhte Preise für die Studierenden umgelegt.

These 3: Kommerzielle Repetitorien sind prüfungsfern

Sie sind selbst nicht an der Staatsexamensprüfung beteiligt. Sie prüfen nicht und stellen keine Aufgaben. Dies machen Professorinnen und Professoren. Nur an der Universität kann man daher bei und von den Prüferinnen und Prüfern lernen. Nur an der Universität kann deshalb auch echte Korrektur- und Prüfungserfahrung in die Veranstaltungen einfließen und so ein wirklichkeitsgetreues Bild von den Prüfungsanforderungen vermittelt werden.

These 4: Kommerzielle Repetitorien verbreiten Irrtümer und bestärken Mythen

Das liegt nicht nur an der fehlenden eigenen Prüfungsbeteiligung. Wegen ihres ökonomischen Interesses, auf dem Markt „ihren“ speziellen und sicheren Weg zum erfolgreichen Examen anpreisen zu können, vermitteln kommerzielle Repetitorien oft ein verzerrtes Bild von den eigentlichen Prüfungsanforderungen und Erfolgsfaktoren.

These 5: Kommerzielle Repetitorien vermitteln falsche Zielvorstellungen und deshalb auch problematische Methoden

Kommerzielle Repetitorien wollen in erster Linie ein Produkt an eine verunsicherte Kundschaft verkaufen und nicht eine gemeinwohldienliche Juristenausbildung sicherstellen. Der Rechtsstaat braucht jedoch keine Strategen, die sich auf der Jagd nach möglichst vielen Punkten vor allem daran orientieren, „was man hören will“ und deshalb Vorgefertigtes schematisch reproduzieren. Der Rechtsstaat braucht selbstständig und kritisch denkende Juristinnen und Juristen, die am inhaltlichen Rechtsproblem interessiert sind und deshalb ehrlich,

offen und mit eigenen Argumenten um dessen Lösung ringen. Genau das macht in Wahrheit aber auch eine erfolgreiche und gute Examensprüfung aus.

These 6: Kommerzielle Repetitorien verkaufen falsche Sicherheit

Die Vermittlung vorgefertigter, schematischer und damit „lernbarer“ Problemlösungen, wie sie bei kommerziellen Repetitorien vielfach Geschäftsmodell ist, verschafft ein trügerisches Gefühl von Sicherheit. Der Stoff ist viel zu umfangreich, als dass man mit der Reproduktion von Auswendiggelerntem erfolgreich sein könnte. Deshalb geht es im Examen auch gerade nicht um die eine, vermeintlich erwartete und deshalb zu lernende Antwort, sondern um eine offene, methodengeleitete und argumentativ unterlegte Lösung. Die damit naturgemäß verbundene Unsicherheit bewältigt man nicht durch Schematismus, sondern durch Training in einem diskursiven Umfeld und in Veranstaltungen mit Prüferinnen und Prüfern, die ein authentisches Feedback geben können und so das Vertrauen in die eigenen Fertigkeiten stärken.

These 7: Kommerzielle Repetitorien verkaufen einen Einheitsweg zum erfolgreichen Examen, den es nicht geben kann

Sie verhindern so die notwendige Selbstreflexion der Studierenden über den für sie individuell besten Weg. Weil man von einem Weg, für den man teuer bezahlt hat, zumeist auch nicht mehr abweicht, verhindern sie zudem eventuell notwendige Kurskorrekturen auf der eigenen Strecke zum Examen.

These 8: Kommerzielle Repetitorien verleiten zur Abgabe von Eigenverantwortung

Sie versprechen für Geld die Entlastung von den Mühen einer eigenständigen Planung und Organisation des Lernens und der Prüfungsvorbereitung. Der Erwerb auch solcher Kompetenzen aber ist gerade für junge Juristinnen und Juristen als künftigen Verantwortungsträgern unverzichtbar.

These 9: Kommerzielle Repetitorien machen ihre Kundschaft vielfach „klein“

Nicht selten vermitteln sie Ihren Adressaten, an der Universität eigentlich nichts von dem gelernt zu haben, was es für ein gutes Examen braucht. Das ist nicht nur vermessen, sondern auch kontraproduktiv, weil gute Examensvorbereitung das Selbstbewusstsein stärken und nicht schwächen soll.

These 10: Kommerzielle Repetitorien bieten vor allem zeitlich eng getakteten Frontalunterricht

Sie schaffen keinen Raum für eine dialogische und diskursive Stoffbehandlung und Falllösung, wie das in den verschiedenen universitären Veranstaltungsformaten geschieht. Erst in solchen dialogischen und diskursiven Formaten aber schult man das für gute Noten unverzichtbare Problembewusstsein und Argumentationsvermögen.

These 11: Kommerzielle Repetitorien verkaufen Scheinerfolge

Die verbreitete Werbung mit der Behauptung, dass in laufenden Kampagnen geprüfte Probleme in den Kursen behandelt wurden, ist wohlfeil. Zum einen könnte sie ebenso auf Werbezetteln der universitären Kursangebote stehen, wenn es solche Zettel gäbe. Zum anderen nützt es den Teilnehmenden wenig, wenn der sogenannte Examenstreffer einzig aus einem Hinweis auf eine Gerichtsentscheidung in einer Fußnote im Skript besteht. Vor allem aber schmücken sich kommerzielle Repetitorien vielfach zu Unrecht mit den guten Ergebnissen ihrer Kundschaft. Denn für solche guten Ergebnisse ist die frühzeitige und regelmäßige Teilnahme an den Probeexamina und Klausurenkursen der Universität vermutlich noch wichtiger als das sonstige Kursangebot. Dieses universitäre Angebot aber nützen auch fast alle Kundinnen und Kunden der kommerziellen Repetitorien.

These 12: Kommerzielle Repetitorien rauben Lebensqualität

Wer für die hohen Preise der kommerziellen Anbieter arbeiten muss, hat noch mehr Stress in der Examensvorbereitung. Aber auch für diejenigen, die das Geld haben, gilt: Wie gut könnte man über 2.000 € einsetzen, um die Zeit nach einem erfolgreichen Examen ohne kommerzielles Repetitorium etwa mit einer tollen Reise oder einem erholsamen Urlaub zu genießen und reicher zu machen.