Vom Nutzen empirischer Weiterbildungsdaten in der Praxis

REFERENZEN UND IMPULSE

Wolfgang Weinrauch

Wenn empirische Erhebungen zur Verbesserung der Bildung beitragen wollen, müssen sie für alle steuernden Akteure einen Nutzen stiften. Deshalb sind neben Forschung und Politik auch die Einrichtungen im Feld als Rezeptionsorte zu addressieren: Was kann die Weiterbildungspraxis mit empirischen Daten über die Weiterbildung praktisch anfangen? Der kaufmännische Leiter eines VHS-Zweckverbands gibt Einblicke, die zeigen: Im Alltag einer Weiterbildungseinrichtung kommen die Ergebnisse empirischer Bildungsforschung zwar nicht oft, aber doch regelmäßig und zuweilen mit Macht daher.

In der operativen Steuerung einer öffentlichen Bildungseinrichtung sind statistische Jahreskennzahlen von wesentlicher Bedeutung. Hier werden besonders die Zahlen der geplanten mit denen der durchgeführten Kurse und Vortragsveranstaltungen verglichen oder die Anzahl der geplanten mit denen der durchgeführten Unterrichtseinheiten. Auch die Anzahl der Teilnahmen wird ermittelt. Alle Zahlen werden mit Vorjahreswerten in Beziehung gesetzt, und sie fließen ein in die Definition der Zielgrößen für das Folgejahr. Selbstverständlich finden die statistischen Zahlen über Kurse und ihre Entwicklung, über geleistete Unterrichtsstunden und ihre Förderfähigkeit sowie die Teilnahmestatistiken Eingang in die Gestaltung der Haushalte der Volkshochschulen. Mit Einführung des Neuen Kommunalen Finanzmanagements (NKF) auf der Grundlage der Doppelten Buchführung einschließlich der Aufstellung einer Bilanz nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten führen Zahlen zu einer größeren Transparenz des kommunalen Handelns. Die Bildung von Produkten und die sachgerechte Zuordnung der Aufwendungen und Erträge einschließlich der Overheadkosten bieten in Verbindung mit der Kosten- und Leistungs-Rechnung zuverlässige Steuerungsgrundlagen.
Unerlässlich ist im zu bildenden Kennziffernsystem, das dynamisch ausgestaltet sein muss, die Vorgabe einer Innovationsquote durch die oberste Leitung etwa bei jedem neuen Angebot. So werden Werte ermittelt, die ein für die Fachbereiche und die Verwaltungsabteilung bindendes Budgetieren erst erlauben. Soweit ist dies betriebswirtschaftlicher Alltag.
Empirische Erhebungen zur Weiterbildung schaffen hier ein Mindestmaß an Vergleichbarkeit. Für die Volkshochschulen sind zweifellos die Veröffentlichungen der Volkshochschul-Statistik

Darstellung gegenüber der Politik

einschlägig (vgl. Reichart/Huntemann 2009), eröffnen sie doch Vergleichsmöglichkeiten mit Bundes- und Landesdurchschnitten. Hilfreich sind diese Zahlen im Falle eines positiven Ergebnisses natürlich in ihrer Darstellung gegenüber den politischen Gremien. Auch die alle zwei Jahre erscheinende Trendanalyse des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung (DIE) liefert wichtige Kontextinformationen (vgl. DIE 2008; 2010). Ob veränderte Altersstrukturen in der Weiterbildungsteilnahme oder Veränderungen bei der Personalstruktur in Einrichtungen – die hier vermittelten Zahlen erlauben eine Einordnung der eigenen Einrichtung in das Gesamtgefüge der Weiterbildungslandschaft, wenn auch oft nur eine grobe.
Die Zahlen zum wachsenden Anteil älterer Teilnehmender haben so manche Volkshochschule angeregt, gezielt junge Menschen unter 30 für das Weiterbildungsangebot zu aktivieren. Angebote der »Jungen VHS« zeitigen erste Erfolge. Neben den wissenschaftlichen Erhebungen behelfen wir uns vor Ort mit eigenen Initiativen. Interkommunale Umfragen über die in anderen Einrichtungen erreichten Werte sind ein probates Mittel, die eigenen Daten einzuordnen und etwa in den Bereichen Honorare/Entgelte Bezahlbares bzw. für den Kunden noch Erschwingliches zu eruieren.
Die Konzentration auf Kennzahlen darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass deren Verwendung Grenzen hat: Als Beispiel darf hier die Prüfungspraxis der Gemeindeprüfungsanstalt NRW im Bereich der Volkshochschulen angeführt werden. In zwei Mitgliedsgemeinden des die VHS Rhein-Sieg tragenden Zweckverbandes kamen die Prüfer in der Einordnung der ermittelten Kennzahlen im Verhältnis zu den landesweit erhobenen Werten zu völlig unterschiedlichen Ergebnissen. Es zeigte sich, dass ohne Rücksicht auf die unterschiedliche Wirtschafts-, Verkehrs- und Bevölkerungsstruktur lediglich solche quantitativen Elemente zum Vergleich herangezogen wurden, die die unterschiedlichen örtlichen Strukturen in keiner Weise berücksichtigten. Es ist oftmals in Gemeinden mit niedrigeren Kurs-, Unterrichtsstunden- und Teilnahmezahlen ein im Verhältnis höherer Aufwand zu betreiben, als dies in zentral gelegenen, leicht erreichbaren Veranstaltungsorten der Fall ist.
Im Hinblick auf die zurzeit anstehende Einführung der Kosten- und Leistungsrechnung in den kommunalen Haushalten ist auch den Kontextbedingungen in den Fachbereichen Rechnung zu

tragen. Sollten hier, ähnlich wie in den Berichten der Gemeindeprüfungsanstalt, lediglich quantitative Betrachtungen zu Konsequenzen in der Steuerung führen und etwa Nachteile für die Planenden zeitigen, so könnte dies zu unliebsamen Fehlentwicklungen im Programmangebot führen. Insoweit sind etwa beim Thema Budgetierung neben der reinen Betrachtung der ermittelten Zahlenwerte inhaltliche Gewichtungen und die Beachtung fachbereichsspezifischer Besonderheiten von wesentlicher Bedeutung.

Milieumarketing

Ein für unser Haus wichtiger Impuls aus der Forschung ist der Milieuansatz, der von Heiner Barz und Rudolf Tippelt für die Weiterbildung fruchtbar gemacht worden ist (vgl. Barz/Tippelt 2007; Tippelt u.a. 2008). Danach hat auf dem enger werdenden Weiterbildungsmarkt Erfolg, wer seine Programme marktgerecht konzipiert und auf geeignete Weise dafür wirbt. Die Prioritäten der verschiedenen sozialen Milieus in Bezug auf Angebotstypen und -inhalte differieren dabei zum Teil beträchtlich und zwingen Weiterbildungsträger, sich in ihren Planungen darauf einzustellen. In diesen Betrachtungen liegt der Schlüssel zu der Erkenntnis, mit welchen Größen man es in der Organisation der Weiterbildung eigentlich zu tun hat, mit welchen Mitteln ein Ergebnis zu erreichen ist und wie mit gegebenen Ressourcen ein größtmöglicher Nutzen erreicht wird.
Der VHS Rhein-Sieg fehlten und fehlen teilweise noch immer Erkenntnisse etwa darüber, welche Milieus in der Kursplanung wie zu berücksichtigen sind. Ehemals vornehme Wohngegenden mit bildungsbeflissenen – vor allem weiblichen – Kundenstämmen sind inzwischen einem jungen Publikum mit gänzlich anderem Interesse gewichen. Die Einrichtung hat nach intensivem Befassen mit dem Ansatz des Milieumarketings erste eigene Versuche empirischer Erfassungen unternommen.

Ein weiteres Thema, das sich auf empirische Bildungsforschung beziehen lässt, ist die Qualifikation der Kursleitenden. Hier ist forschungsseitig die Datenlage noch defizitär. Gerne würden wir in der Praxis mehr über die Verbreitung und die Wirksamkeit von Fortbildungen wissen, sind aber noch stark auf die eigene Überzeugungskraft angewiesen. Seit Anfang der 1990er Jahre hat die VHS Rhein-Sieg dennoch gegen manchen Widerstand ein Programm zur Kursleitendenqualifizierung aufgebaut, dessen Erfolg sich weniger in im Einzelfall messbaren Zahlen widerspiegelt als in der Zufriedenheit der Teilnehmenden. Repräsentative Umfragen in verschiedenen Kursen sowie die weiterhin sehr gute Annahme des Angebotes sind Ausdruck dieser erfolgreichen Arbeit.

Ob es um das Management der Kursleitenden, der Teilnehmenden oder der internen Organisation geht: Insgesamt scheint mir der Erfolg der Weiterbildungseinrichtungen weit mehr von der Weiterentwicklung der inhaltlichen Qualität der Arbeit abhängig zu sein als von Zahlenkolonnen, die das Wesen der Bildungsbemühungen niemals widerspiegeln können: den lebensbegleitenden Entwicklungsprozess, bei dem der Mensch seine geistigen, kulturellen und lebenspraktischen Fähigkeiten und seine personalen und sozialen Kompetenzen erweitert.

Literatur

Barz, H./Tippelt, R. (2007): Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Praxishandbuch Milieumarketing. 2. Aufl. Bielefeld

Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (2008): Trends der Weiterbildung. DIE-Trendanalyse 2008. Bielefeld

Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (2010): Trends der Weiterbildung. DIE-Trendanalyse 2010. Bielefeld

Reichart, E./Huntemann, H. (2009): Volkshochschul-Statistik 2008. URL: www.die-bonn.de/doks/reichart0902.pdf

Tippelt, R./Reich, J./Hippel, A. von/Barz, H./Baum, D. (2008): Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Milieumarketing implementieren. Bielefeld

Abstract
Was kann die Weiterbildungspraxis mit empirischen Daten über den Bereich der Weiterbildung anfangen? Der Autor, kaufmännischer Leiter eines Volkshochschul-Zweckverbandes, zeigt im Beitrag das praktische Potenzial empirischer Bildungsforschung auf. Die erhobenen Daten dienen als Vergleichsgrößen für lokale Kennzahlen und können helfen, Entwicklungsfelder zu identifizieren und zu untermauern. Er erläutert dies an den Beispielen des Milieumarketings und der Kursleiterqualifizierungen.

Wolfgang Weinrauch ist Verwaltungsleiter der Volkshochschule Rhein-Sieg mit Sitz in Siegburg.

Kontakt: Wolfgang.Weinrauch@vhs-rhein-sieg.de