

» Publikationen



Christine Zeuner, Antje Pabst

Wie Bildungsurlaub wirkt

Eine subjektwissenschaftliche Studie zu langfristigen Wirkungen von Bildungsurlaub und Bildungsfreistellung

59,90 €, 616 S., Frankfurt am Main 2022
Wochenschau-Verlag
ISBN: 978-3-7344-1382-7

Nicht zum ersten Mal beschäftigt sich eine Studie mit dem Bildungsurlaub beziehungsweise der Bildungsfreistellung/Bildungszeit. Während jedoch die bekannteren Studien der letzten Jahre (zum Beispiel Robak u. a., 2015¹) sowie die Evaluationen der Länder und Träger Erkenntnisse insbesondere auf der Ebene der Akzeptanz und der Angebotsplanung oder auch der organisatorischen Rahmenbedingungen generierten, stellen die Veröffentlichungen von Christine Zeuner und Antje Pabst schon seit einigen Jahren immer wieder bildungsbiografische Wirkungen aus der Subjektperspektive in den Mittelpunkt. So auch im hier vorliegenden Studienband „Wie Bildungsurlaub wirkt“ von 2022. In ihm werden ausführlich und kompakt die Ergebnisse einer subjektwissenschaftlichen Studie zu langfristigen Wirkungen von Bildungsurlaub beziehungsweise -freistellung dokumentiert und ausgedeutet. Widmet sich beispielsweise die Bremer Studie von Robak und anderen aus dem Jahr 2015 noch schwerpunktmäßig anderen Aspekten und nimmt die Teilnehmendenperspektive auf der Basis von qualitativen Interviews lediglich als Teilstudie mit hinein², so widmet sich die hier aufbereitete Studie von Zeuner und Pabst überwiegend dieser Perspektive. Ausgangspunkt und Datengrundlage sind 25 explorativ-narrative Interviews mit unterschiedlichen Mehrfach-Teilnehmenden, also Personen, die zwischen drei und vierzig Mal eine Bildungsfreistellungsveranstaltung genutzt haben. Die Interviews wurden mit Personen in Hamburg und Rheinland-Pfalz geführt. Ziel der Studie war es, Aufschluss darüber zu bekommen, welche subjektiven Begründungen die Befragten für die mehrfache Teilnahme an Veranstaltungen im Rahmen von Bildungsfreistellungs-gesetzen anführen. Zudem ging es darum, zu erfahren, welche biografischen Bedeutungen sie ihrer Teilnahme beimessen, sowie zu verstehen, welche langfristigen (bildungs-)biografischen Wirkungen die Befragten aus ihrer subjektiven Perspektive heraus für sich rekonstruieren. Auch wenn das primäre Forschungsinteresse der Studie auf der subjektwissenschaftlichen Ebene verortet ist, beziehen die Autorinnen im Forschungsdesign und damit auch im vorliegenden Band die Makro- und Mesoebene mit ein.

Es leuchtet ein, dass die Teilnahme an Veranstaltungen zur Bildungsfreistellung die Schaffung einer entsprechenden Bildungsinfrastruktur voraussetzt und damit auch die Makroebene der rahmen-den Gesetzgebung sowie die Mesoebene der Bildungseinrichtungen mit in den Blick genommen werden muss, um zu verstehen, welche Faktoren die Mehrfachteilnahme an solchen Veranstaltungen behindern oder begünstigen. Teil der Studie waren daher auch 25 Expert:inneninterviews, die ergänzt durch Dokumenten- und Sekundärdatenanalysen eine Mehrebenenanalyse ermöglichen.

Die ersten fünf Kapitel – und damit etwa ein Drittel des Bandes – widmen sich der ausführlichen Beschreibung der Gesamtsituation (Studieninteresse, historische Entwicklung und Argumentationslinien, Forschungskontexte, Grenzen erziehungswissenschaftlicher Wirkungsforschung und Vorstellung der Erhebungsinstrumente). Es schließt sich die Analyse der Gesetzgebung in den Ländern sowie der Strukturen auf Ebene der Träger und Einrichtungen an.

Mit dem achten Kapitel wendet sich der Band dann tatsächlich den befragten Teilnehmenden zu, beschreibt diese in ihren allgemeinen demografischen Daten und gibt Einblick in die Vorgehensweise bei den explorativ-narrativen Interviews. Für einen Dokumentationsband zur Studie erscheint mir dieser „Anlauf“ angemessen und sicherlich auch notwendig; den Bildungsanbieter und Praktiker in mir musste ich auf dem Weg zu ersten Ergebnissen zur tatsächlich subjektiv empfundenen Wirksamkeit bei den Teilnehmenden allerdings einige Male zum Weiterlesen ermutigen.

Zeuner und Pabst arbeiten bei der Darstellung der Ergebnisse mit sogenannten Schlüsselkategorien. Darunter verstehen sie übergeordnete Themen, die in den Interviews immer wieder von den Befragten benannt beziehungsweise ausgeführt wurden – unter anderem subjektiv empfundene Lernerfahrung, eigene Horizonterweiterung und generierte Veränderungspotenziale. Auch die gemachten Erfahrungen im Zuge der Beantragung einer Bildungsfreistellung werden hier aufgenommen. Dies erklärt, warum die Frage des betrieblichen Bedingungs- und Beziehungsgeflechts zunächst einen recht breiten Raum einnimmt. Deutlich wird, dass die Rolle der Arbeitgeber:innen in Bezug auf ihre betriebsinterne Haltung zu Weiterbildung im Allgemeinen und zur Bildungsfreistellung im Besonderen – Zeuner und Pabst sprechen hier von „Weiterbildungskultur“ – eine zentrale Rolle spielt. Dies gilt nicht nur bei der persönlichen Nutzung des Instruments „Bildungsfreistellung“, sondern eben auch bei der Akzeptanz innerhalb des Kolleg:innenkreises beziehungsweise der direkten Abteilung (vermittelt durch direkte Vorgesetzte). Das von den Befragten berichtete Spektrum reicht von einer grundsätzlichen Infragestellung des Rechts auf Bildungsfreistellung bis hin zur aktiven Unterstützung der Teilnahme. Eine Person formuliert: „[...] zum zweiten würde ich mir natürlich wünschen, dass im Arbeitgeberlager diese Betonhaltung, diese negative Betonhaltung gegen Bildungsfreistellung aufgebrochen werden könnte, weil sie überwiegend ... also sie hat mit Bildung nichts zu tun, sondern sie ist eine ideologische Haltung. [...] Aber das ist ein dickes Brett. [...]“ (Makro RLP 01_1383-1413).

Nachhaltig beeindruckt hat mich in den sich anschließenden Kapiteln insbesondere die hohe Wertschätzung, die die Teilnehmenden dem „Lernen auf Augenhöhe“, dem Mit- und Voneinanderlernen entgegenbringen. Hervorgehoben werden der gleichberechtigte Umgang zwischen Lehrenden und Lernenden, die Möglichkeit, die Inhalte mitbestimmen und gestalten zu können, sowie Gelegenheiten, um einander zu begegnen beziehungsweise als Gruppe zusammenzuwachsen. Bildung passiert in der Wahrnehmung der Befragten in einer Art Wechselwirkung – in dem, was man austauscht und wie man sich begegnet. Das eigene emotionale Befinden wird immer wieder thematisiert und scheint als wichtige Kategorie positiv wie negativ zu beeinflussen. Deutlich wird mir hier, wie wichtig es zu sein scheint, dass sich Bildungsurlaub/Bildungszeit in ihrer Methodik und Gestaltung von gemachten schulischen Erfahrungen abheben.

Veranstaltungen mit Bildungsfreistellung zeigen neue Handlungsoptionen auf und bieten Gelegenheit, über deren Realisierung nachzudenken und sich auszutauschen. Dabei geht es sowohl um Einstellungs- und Verhaltensänderungen als auch um Fragen des eigenen emotionalen Befindens. Immer wieder zeigen die dargebotenen Zita-

¹ Robak, S./Rippen, H./Heidemann, L./Pohlmann, C. (2015): Bildungsurlaub – Planung, Programm und Partizipation. Eine Studie in Perspektivverschränkung. Frankfurt/M. 2 Vgl. ebd., S. 207–272.

te aus den Interviews, dass Mehrfachteilnehmende begonnen haben, den eigenen Lebensentwurf kritisch zu hinterfragen, dass Selbstvertrauen und Selbstbewusstsein wachsen und die eigene Lernfähigkeit als gestärkt beschrieben wird.

Nicht überraschend kommen die Autorinnen – wie viele andere Studien zuvor – nicht umhin, gegen Ende des Bandes ihre Verwunderung zu formulieren, warum so wenige Berechtigte an Bildungsfreistellungsveranstaltungen teilnehmen „[...] obwohl dieses Angebot, wenn es genutzt wird, große individuelle Wirkungen entfalten kann, wie unsere Erhebung zeigt“ (S. 540).

Mit Tietgens verweisen Zeuner und Pabst auf den Mix vielfältiger Ursachen einer Nichtteilnahme, formulieren jedoch zudem im zwölften Kapitel unterschiedliche Handlungsmodi – sowohl auf der Ebene der Teilnehmenden als auch auf der der Einrichtungen beziehungsweise der Gesetzgebung. Deren Zuspitzung nehme ich als hilfreich wahr, um „gefühlte Einsichten“ der Praxis unserer Bildungseinrichtung noch einmal strukturiert und geleitet mit Blick auf das Bedingungsgefüge anzuschauen.

Im Schreiben dieser Rezension stoße ich immer wieder auf eine Schwierigkeit, die an dieser Stelle noch benannt sein will. Das Forschungsinteresse der Studie und die Herangehensweise sind aus meiner Perspektive in hohem Maße relevant für die Praxis in einer Bildungseinrichtung wie der unsrigen, die etwa 20 bis 25 Prozent ihrer Bildungsangebote im Rahmen der Bildungsfreistellung organisiert. Die 580 Seiten des Studienbands sind jedoch für Praktiker:innen vermutlich allein aufgrund des Umfangs und der Detailtiefe nur mit viel Mühe und ausgeprägtem eigenen wissenschaftlichen Interesse zugänglich. Der Versuch, zentrale Erkenntnisse zum Ende der Studie zusammenzufassen, erfolgt in den resümierenden Kapiteln elf bis dreizehn; auch das erscheint mir sehr ausführlich geraten zu sein und pointiert die durchaus gewonnenen praxisrelevanten Erkenntnisse nicht wirklich. Als hilfreich empfinde ich die zusammenfassend formulierten Paradoxien, die Zeuner und Pabst gegen Ende des Bandes zur Diskussion anbieten.

Formuliert wird eine Diskrepanz zwischen den Erwartungen von Politik und Wirtschaft, dass die Individuen eigenverantwortlich lebenslang lernen, und einer mangelnden Unterstützung in Bezug auf Information, Beratungsangebot, Freistellung und „gefühlter“ Zustimmung und Unterstützung (Unterstützungsparadox). Die Studie weist nach, dass die daraus resultierenden Selbst- und Fremdexklusionsmechanismen die Weiterbildungsteilnahme einschränken. Als Förderungsparadox formulieren die Autorinnen, dass der postulierte hohe Stellenwert der Bildungsfreistellung kaum nennenswert Fördermittel und immaterielle Förderung seitens der Wirtschaft und des Staates nach sich ziehe. Für das Feld der politischen Bildung spitzen beide zu, dass sich hier die teilnehmenden- und erfahrungsorientierten Methoden in der Wahrnehmung der Befragten mehr als bewährten und als besondere Qualität ausgemacht würden. Eine Konzeption und Herangehensweise, die unbedingt zu fördern sei. Dem gegenüber steht eine stark ausbaufähige Unterstützung für den Bereich der politischen Bildung (Demokratieparadox). Abschließend wird festgehalten, dass gesamtgesellschaftlich wenig Anerkennung für Weiterbildungsteilnahme spürbar ist. Zeuner und Pabst wünschen sich für die Teilnehmenden, dass deren Bemühungen im Feld des lebenslangen Lernens mehr wahrgenommen, unterstützt, begrüßt, geschätzt und honoriert werden.

Der Studienband belegt damit zentrale Schwierigkeiten im Feld der Bildungsfreistellung und allgemein der Weiterbildungsteilnahme. Für die erwachsenenpädagogische Praxis könnte es hilfreich sein, sich die Ergebnisse der Studie in einem der bereits im Studienverlauf und im Vorfeld dieses Bandes veröffentlichten Formate zu erschließen.

Dieter Niermann

Bildungswissenschaftler M. A.

Leiter des Evangelischen Bildungswerks Bremen

Dieter.niermann@kirche-bremen.de

» **schwerpunkt – Strategisches Marketing**

Svenja Möller

Marketingstrategien der Erwachsenenbildung in ihrer Entwicklung 15

Der Artikel wirft die Frage auf, weshalb sich die Fachliteratur kaum noch mit der Marketingrezeption auseinandersetzt. Hierfür wird die Genese des Marketings in der Erwachsenenbildung kurz skizziert und eine empirisch gestützte Marketingstrategie – ergänzt um das Element des Social Media – vorgestellt. Dabei werden die Entwicklungen des Erwachsenenbildungsmarketings erläutert.

Ingrid Schöll

Konkurrenzfähiges, mehrkanaliges Non-Profit Marketing 20

Betrachtet man – abgesehen von Pandemie- und Kriegsfolgen – allein die Problematiken der Digitalisierung, des demographischen Wandels, der Migration und Nachhaltigkeit und wie sie alle auf das organisationale und pädagogische Selbstverständnis der öffentlichen Erwachsenenbildung einwirken, so wird deutlich, dass diese vor einer längeren Phase des Umbruchs steht. Skizziert wird, welche Umbrüche im Selbstverständnis und in den Vermarktungsmöglichkeiten der Einrichtungen sich abzeichnen.

Matthias Alke

Strategien und Herausforderungen des digitalen Bildungs- und Personalmarketings in der Erwachsenenbildung 27

Aufgrund der angespannten Personalsituation wird aktuell neben dem Bildungs- auch das Personalmarketing für die Erwachsenenbildung zunehmend relevanter. Man möchte Mitarbeitende finden oder langfristig binden können. Der Beitrag beleuchtet, weswegen Marketingstrategien im Zuge der digitalen Transformation eine klare Positionierung und Perspektivierung für beide Dimensionen erfordern.

Wolfgang Schnell

Long Covid in der gemeinwohlorientierten Erwachsenenbildung? 32

Mit der Pandemie wurde es offensichtlich: Das Marketing öffentlicher Weiterbildungsanbieter greift zu kurz. Der Beitrag erläutert die neue Lage der Branche, benennt die langanhaltenden Veränderungen und zieht Konsequenzen für die Entwicklung neuer Handlungsstrategien.

Peter J. Weber

Marketingtrends, -irrtümer und -herausforderungen gemeinwohlorientierter Erwachsenenbildung 36

Die Digitalisierung zeigt auch im Marketing der Weiterbildungseinrichtungen ihre positiven und negativen Seiten: Wer Tools beherrscht und es sich leisten kann, erfährt viel mehr über seine potenzielle Kundschaft – zugleich fragt sich, inwieweit die gemeinwohlorientierte Bildung sich noch jener Ökonomisierung erwehren kann, die unter dem Deckmantel der „Nachfrage- und Teilnahmeorientierung“ rasant voranschreitet.

Annika Goeze

Von der Personalbeschaffung zur Personalgewinnung
Aktuelle Rekrutierungswege und -methoden in der Erwachsenenbildung 40

In der gemeinwohlorientierten und öffentlich mitfinanzierten Erwachsenenbildung hat sich bei der Rekrutierung insbesondere von Lehrkräften der Angebotsmarkt in einen Nachfragemarkt gewandelt. In Reaktion darauf werden von EB-Einrichtungen auch weniger konventionelle Rekrutierungswege beschritten, die dem „Active Sourcing“ zugerechnet und in diesem Artikel vorgestellt werden.

» **editorial***Steffen Kleint*

Liebe Leserin, lieber Leser, 3

» **aus der praxis***Gina Buchwald-Chassée*Aktuelle Marketingstrategien der Evangelischen Erwachsenenbildungspraxis im Gespräch
Vielfältige Maßnahmen für diverse Zielgruppen? 6*Hans Jürgen Luibl & Sabine Löcker*Klappern gehört zum Handwerk
Strategische Marketingansätze in der (Evangelischen) Erwachsenenbildung 10*Beate Schmidtgen & Oliver T. Streppel*

Kirchliches Bildungsportal für mehr Marketing 12

» **europa***Christine Bertram*

Wir sind alle Influencer 14

» **grundbildung***Cornelius Sturm*

Grundbildung in der konfessionellen Erwachsenenbildung verankern 45

» **einblicke***Hans Jürgen Luibl*Bonanza. Eine Heilige Familie im Wilden Westen
Vor 60 Jahren eroberte die Wild-West-Serie das deutsche Fernsehpublikum 46*Yves Gensterblum & Jessica Böcker*

Passgenaue wissenschaftliche Weiterbildung durch adaptive Lernformate 50

» **jesus – was läuft?***Hans Jürgen Luibl*

Die Pornographie der Wunde 52

» **service**

Filmtipps 55

Publikationen 56

Veranstaltungstipps 60

Impressum 62



Mehr **forum erwachsenenbildung**?

Hat dieser Artikel Ihnen gefallen?

Wenn Sie regelmäßig über Bildung im Lebenslauf aus wissenschaftlicher, praxisnaher, bildungspolitischer und evangelischer Perspektive informiert werden möchten, abonnieren Sie **forum erwachsenenbildung**:

Abo bestellen Print oder online

(öffnet eine E-Mail-Vorlage an info@waxmann.com)

- Print:** 4 Ausgaben pro Jahr, Jahresabo 27,50 € zzgl. Versandkosten, inkl. Online-Zugang (freier Zugriff auf alle Ausgaben ab 2015)
- Online:** 4 Ausgaben pro Jahr (PDF), Jahresabo 20,- € (freier Zugriff auf alle Ausgaben ab 2015)



www.waxmann.com/forumerwachsenenbildung

DEAE WAXMANN