

Tendenzen in der Praxis der Weiterbildung

Einige polemische Anmerkungen in guter Absicht

Wolfgang Schönfeld

Zusammenfassung

Volkshochschulen und andere Weiterbildungseinrichtungen sind in der Gefahr, ihrem Ansehen und der Qualität ihrer Angebote zu schaden, indem sie vergessen, dass vieles, was heute als neu ausgegeben wird, von je her zu ihrem Repertoire gehört. Dabei geht es manchmal um Handlungsweisen manchmal auch nur um die Wortwahl. Das wird anhand weniger Beispiele kritisch beleuchtet. Die Kritik zielt vorrangig auf den Mangel an Selbstbewusstsein, der gelegentlich den Eindruck naiven Imitierens entstehen lässt.

Vorbemerkung

Dieser Beitrag geht auf jüngere Tendenzen und Entwicklungen in Erwachsenenbildungseinrichtungen ein, die überwiegend als positiv angesehen werden können. Allerdings offenbart ein kritischer Blick mit etwas Abstand auch Facetten, die neben dem Ziel der Veränderung mit bedacht werden sollten. Drei Jahre nach seinem Ausscheiden aus dem aktiven Dienst als Leiter einer Volkshochschule will der Verfasser dieser Gedanken Hinweise geben, dass häufig nicht bedachte Aspekte zu den eigentlichen Absichten hinzu kommen können. Dass dabei die Kritik überwiegt, begründet sich daraus, dass den Handelnden die Ziele und Erfolge der Veränderungen vertraut sind – also nicht angeführt werden müssen.

Rückblick

„Die Volkshochschulen verändern sich. Das war schon immer so. Das war schon immer so gewollt; und das war und ist gut. Veränderung ist in der Vergangenheit ein Qualitätsmerkmal von Volkshochschulen gewesen.“ Mit diesen Worten hat der Verfasser vor mehr als elf Jahren einen Beitrag in dieser Zeitschrift eingeleitet, der sich besorgt und kritisch mit der Qualität und der Geschwindigkeit der damals aktuellen Veränderungen auseinandersetzte. Die Veränderungen sind weitergegangen, und die Veränderungen haben sich – selbstverständlich – verändert. Damals wie heute zeigt

sich Veränderung nicht nur in den Volkshochschulen, sondern in ähnlicher Weise mindestens in dem öffentlich geförderten und verantworteten Teil der Erwachsenenbildung, dem Teil also, der jedem und jeder zugänglich ist.

Über die damaligen Veränderungen wurde überwiegend außerhalb der Einrichtungen entschieden manchmal gegen den erklärten Willen der Einrichtung: Umgründungen in eine andere Rechtsform, Kürzungen der Zuschüsse und Personalabbau wurden in aller Regel vom Träger angeordnet und von den Betroffenen, den angestellten Mitarbeiter(inne)n, den Kursleiter/-innen und den Teilnehmenden nur selten mit Freude angenommen. Rückblickend ist festzustellen, dass die Tatsache, dass damals ohne pädagogischen Sachverstand und ohne pädagogische Verantwortung allein politisch und vermeintlich betriebswirtschaftlich entschieden wurde, einer anspruchsvollen und modernen Erwachsenenbildung geschadet hat.

Der Erwachsenenbildung geschadet haben aber nicht nur die Träger der Einrichtungen: Mit dem Hessischen Weiterbildungsgesetz (HWBG), das im Juni 2001 in Kraft trat, hat der Hessische Landtag der Erwachsenenbildung in Hessen schwer geschadet nicht zuletzt wegen der drastischen Kürzungen der Zuschüsse für die Volkshochschulen um ein Drittel. Das hatte zur Folge, dass überall die Teilnahmeentgelte angehoben wurden, was wiederum die Folge hatte, dass wirtschaftlich schwächere Bevölkerungskreise noch weniger erreicht werden konnten. Dass es in dem Gesetzestext bis heute den Begriff Erwachsenenbildung nicht gibt, tut nichts zur Sache. Erwachsenenbildung wurde durch Weiterbildung ersetzt. Gesetzeskonform müsste man also sagen, der Landtag hat der Weiterbildung in Hessen Schaden zugefügt. Oder müsste man nach der Novellierung des HWBG von 2006 sagen, dem Lebensbegleitenden Lernen wurde geschadet? Gegen eine weitere Schädigung hat sich ein großer Teil der Volkshochschulen gewehrt, denn sie nennen sich weiterhin Volkshochschulen und nicht „Einrichtungen der Weiterbildung in der Trägerschaft von kreisfreien Städten, Landkreisen und kreisangehörigen Gemeinden mit mehr als 50.000 Einwohnern“, wie das Gesetz es vorgibt.

Sowohl den Trägern als auch dem Land ist vorzuwerfen, dass sie durch ihre Missachtung der Einwände der Fachleute an der Basis der Arbeit der Einrichtungen geschadet haben. Die Einrichtungen sehen sich traditionell als Interessenvertreter ihrer Teilnehmer/-innen und Adressat(inn)en. Auch deren Interessen wurden also außer Acht gelassen.

Die autoritäre Haltung der Entscheidungsgremien der kommunalen Träger und des Landes ließ den Einrichtungen nur die Möglichkeit, auf die Entscheidungen am Ende des vorigen und am Anfang dieses Jahrhunderts damit zu reagieren, dass sie den Schaden so klein wie möglich hielten, eben weil sie die Interessen der Teilnehmenden vertreten. Die Veränderungen, die zu den Tendenzen geführt haben, die hier angesprochen werden sollen, wurden von den einzelnen Einrichtungen aus sich heraus und ohne konkreten, äußeren Zwang vorgenommen. Man könnte allenfalls von einem Zwang sprechen, mit dem Strom zu schwimmen, also mitzumachen, was augenblicklich viele machen. Reizvoller ist die Deutung, dass mit der äußeren Vorgabe, betriebswirtschaftlich zu arbeiten, vermeintliche Elemente der Betriebswirtschaft übernommen wurden, ohne zu überprüfen, ob sie im Bildungsbereich ohne Anpas-

sung angewandt werden können oder ob sie nicht schon lange Bestandteil der Erwachsenenbildungspraxis waren. Dazu gehört z. B. Marketing, also Werbung machen.

Marketing/Werbung für die Erwachsenenbildung

In der Lokalzeitung habe ich ein Farbfoto gefunden. Es zeigt eine Gruppe erwachsener Leute – alle mit Sonnenbrille, einige mit Strohhut, einige mit farbenfrohen Girlanden um den Hals wie die, die in den fünfziger Jahren des vorigen Jahrhunderts Urlaubsfreuden auf Hawaii symbolisierten. Karneval mitten im Sommer? Nein, alle halten das Sommerprogrammheft der Volkshochschule in die Kamera, auf das offenbar aufmerksam gemacht werden soll. Die Leute sind die hauptberuflichen Pädagog(inn)en der örtlichen Volkshochschule zusammen mit dem zuständigen, ehrenamtlichen Kreisbeigeordneten.

Öffentliche Präsenz der Einrichtung zu zeigen, also Menschen anzusprechen, ist für die Erwachsenenbildung nichts Neues. Öffentlichkeitsarbeit und Marketing sind seit langem für jede Erwachsenenbildungseinrichtung unverzichtbar, nicht erst seit man sagt, sie müssten sich am Weiterbildungsmarkt behaupten. Wichtig ist dabei, dass besonders um die Teilnahme derjenigen geworben werden muss, die sich bisher nicht weiterbilden. Dennoch drängt sich die Frage auf, ob man so öffentliche Aufmerksamkeit erregen sollte, auch wenn womöglich Menschen durch ein lustiges Foto angesprochen werden können. Werbemethoden, die um die Mitte des vorigen Jahrhunderts angesagt waren, vermitteln nicht den Eindruck einer dynamischen Einrichtung auf der Höhe der Zeit; und Volkshochschulen haben seit Jahrzehnten gegen das Vorurteil zu kämpfen, etwas rückständig und verstaubt zu sein. Die Kritik zielt also auf das, was neben der eigentlichen Botschaft transportiert wird. Man sollte auch an diejenigen denken, die sich beim Einstieg in die eigene Weiterbildung beraten lassen wollen, was wir ja wünschen und anraten. Angesichts der Unsicherheit, die ein Einsteiger in die Weiterbildung in der Beratungssituation mitbringt, kann die Erinnerung an das Foto der Bedeutung und der Ernsthaftigkeit des Beratungsgesprächs entgegenstehen. Diejenigen, die die vorgebrachten Bedenken nicht teilen, sollten sich aufgefordert fühlen, ein Auge darauf zu haben, dass Werbung für Bildung nicht so angelegt sein darf wie die Werbung für ein Industrieprodukt oder eine alltägliche Dienstleistung. Vor gar nicht langer Zeit veröffentlichte die gleiche Lokalzeitung ein Bild, das den Volkshochschulleiter und den Volkshochschuldezernenten mit einem Karton voller Programmhefte in einer Fahrradrickscha zeigte, die durch die Muskelkraft eines anderen Menschen angetrieben wird. Auf die Frage, was hier zusammen mit der beabsichtigten Botschaft transportiert wird, soll hier nicht eingegangen werden.

Viele Volkshochschulen in Deutschland, in Hessen sogar die meisten, haben sich für einen gemeinsamen Marktauftritt entschieden. Das ist ohne Zweifel eine gute Sache: Die Imagepflege, der Hinweis auf den Semesterbeginn oder die Verdeutlichung der Vielfalt und der Qualität des Angebotes verlangen geradezu nach gemeinsamem Handeln. Die vom Hessischen Volkshochschulverband und dem Hessischen Rundfunk (HR1) gemeinsam produzierten Radiowerbespots führen eindrucksvoll vor Au-

gen, dass und wie anspruchsvolle und moderne Werbung für die Erwachsenenbildung möglich ist. Das war ein Kooperationsprojekt: Die Volkshochschulen warben in ihren Programmheften für das Programm von HR1, und HR1 strahlte als Gegenleistung die Werbespots aus. Leider besteht die Kooperation in dieser Form nicht mehr. Im Zusammenhang mit dem gemeinsamen Marktauftritt sprechen einige von dem Konzern Volkshochschule mit fast 1.000 Filialen bundesweit. Die Menschen, die Konzernen misstrauen oder deren Gebaren aus skeptischer Distanz betrachten, werden sich lieber an ihre örtliche Bildungseinrichtung wenden als an die Filiale eines millionenschweren Konzerns. Die Filialen eines solchen Konzerns müssen wie z. B. die Filialen einer Kaufhauskette ein einheitliches Erscheinungsbild aufweisen. Daher nötigen die Schöpfer des gemeinsamen Marktauftritts die Hinzukommenden, eine vorgegebene inhaltliche Struktur ihrer Programmhefte zu übernehmen und deren äußeres Erscheinungsbild ähnlich zu gestalten und dabei wenigstens das Emblem des Konzerns zu übernehmen. Dazu musste man sich vertraglich verpflichten. Die Vorteile der ausgearbeiteten Marketingstrategie kann also nur nutzen, wer sich zur Einheitlichkeit verpflichtet. Die Begründung ist, dass es z. B. Menschen, die an einen anderen Ort umzögen, möglich sein müsste, sich sofort in dem Programm der vhs zurechtzufinden. Die Rede ist also von Leuten, die ihre vhs bereits genutzt haben und das an ihrem neuen Wohnort weiterhin tun wollen. Die Erfahrung zeigt, dass diese Weiterbildungserfahrenen in jeder halbwegs vernünftigen Programmstruktur finden, was sie suchen. Es handelt sich auch um sehr wenige Betroffene. Ihre Anzahl ist bundesweit sicher sehr viel geringer als die Anzahl derer, die durch den neuen Aufbau des Programmheftes an einer einzigen Volkshochschule irritiert wurden. Der Gedanke Einheitlichkeit statt Individualität scheint zum Glück an Einfluss zu verlieren. Man kann gegenwärtig den Eindruck gewinnen, dass Volkshochschulen zu mehr Individualität ihrer Programmhefte zurückfinden.

Teilnehmer oder Kunde

Als Folge eines überzogenen Hanges zu angeblich betriebswirtschaftlichem Handeln kann auch angesehen werden, dass die etablierte und inhaltsreiche Bezeichnung Teilnehmer von etlichen (vorübergehend) durch die Bezeichnung Kunde ersetzt wurde. Die Frage, ob die Erwachsenenbildung teilnehmerorientiert oder kundenorientiert arbeiten soll, wurde nicht nur in der Wissenschaft heiß diskutiert (z. B. Nittel 1999; Bastian 2002), sondern auch zwischen den hauptberuflichen Pädagog(inn)en in den Einrichtungen. Die wissenschaftliche Diskussion ist dokumentiert und soll hier nicht referiert werden. Die Diskussionen der Praktiker sind es weniger. Kursleiter/-innen haben sich kaum für dieses Thema interessiert. Da Teilnehmerorientierung mehr eine Handlungs- als eine Planungskategorie ist, sagt die Haltung der Kursleiter/-innen: „Kümmert ihr Profis euch um die Kundenorientierung. Wir bleiben bei der etablierten und pädagogisch begründeten Teilnehmerorientierung.“ Recht haben die Kursleiter/-innen: Von wenigen Ausnahmen abgesehen haben Weiterbildungseinrichtungen schon seit langer Zeit von sich aus kundenorientiert gearbeitet. Diese Arbeitsweise wird jetzt nur durch einen in der Erwachsenenbildung neuen Begriff beschrieben.

(Die Einrichtungen haben auch schon immer betriebswirtschaftlich gearbeitet, nämlich mit dem zur Verfügung stehenden Geld ein möglichst umfangreiches und hochwertiges Programm gemacht, ohne ihren pädagogischen Auftrag rigider Betriebswirtschaftlichkeit zu opfern.) Bedenkt man, dass die Wechselbeziehung zwischen dem Kunden und dem Verkäufer einer Ware oder Dienstleistung im Vertragsabschluss ihren Höhepunkt und ihr Ende erreicht, so liegt eine zeitliche Trennung nahe: Wer seine Volkshochschule aufsucht oder anruft, hat den Anspruch, als Kunde behandelt zu werden – mit allen Implikationen heutigen Marketings. Wenn der Vertrag abgeschlossen ist, der Kunde sich zu einem Kurs angemeldet hat, wird er zum Teilnehmer – und das ist viel mehr. Selbst wer einen solchen Rollenwechsel den Teilnehmenden nicht zumuten möchte, obwohl die davon nichts merken und kein Verständnis für diese Diskussion haben, oder wer mangelnde Trennschärfe im zeitlichen Ablauf kritisiert, wird sehr schnell zu der Schlussfolgerung kommen, dass im Grunde Kundenorientierung ein Bestandteil von Teilnehmerorientierung war und bis heute ist. Die Tendenz, nicht Kurse sondern Produkte anzubieten, hat sich zum Glück nicht durchgesetzt, vielleicht auch weil Kursleiter nicht Produktleiter sein wollen.

Qualitätstestierung

In den letzten Jahren hat sich weltweit die Qualitätszertifizierung zu einem umsatzstarken Wirtschaftszweig entwickelt, in dem Qualitätsmanagementagenturen ihre Dienstleistung vermarkten. Die Welle hat frühzeitig auch die deutschen Erwachsenenbildungseinrichtungen erfasst, wobei diese eher etwas bescheidener von Qualitätstestierung sprechen. Das verbreitetste Qualitätsmanagement- und -testierungssystem für die Erwachsenenbildung ist LQW, die Lernerorientierte Qualitätstestierung in der Weiterbildung. Heute sind alle 33 Volkshochschulen in Hessen qualitätstestiert, 29 nach LQW. Wer will, kann die wirtschaftliche Blüte des Testierungsmarktes als Beleg für die Sinnhaftigkeit systematischen Qualitätsmanagements ansehen. Unternehmen profitieren von der Zertifizierung – insbesondere dann, wenn sie den Einstieg in ein kontinuierliches Qualitätsmanagement liefert. Das gilt ohne Einschränkung auch für Weiterbildungseinrichtungen. Der Verfasser hat in seiner Zeit als vhs-Leiter die Testierung seiner Einrichtung nach LQW in Gang gesetzt. Der größte Gewinn für die Mitarbeitenden und für die Einrichtung war, dass alle Abläufe, Vorgaben und Verfahrensschritte, die in Jahrzehnten entstanden und immer wieder modifiziert waren, aufgeschrieben, begründet und kritisch hinterfragt wurden. Wichtig war auch, dass die Notwendigkeit oder die Absicht, etwas zu verändern, schriftlich festgehalten wurde; die Umsetzung wird dadurch Gegenstand der Retestierung nach einigen Jahren. Qualitätstestierung ist jedoch teuer. Wesentlich teurer als die Testierungsgebühr des Instituts Artset von einigen 1.000 Euro ist die Arbeitszeit, die alle Mitarbeiter/-innen der Einrichtung aufbringen müssen. Diese Kosten schlagen im Jahresabschluss nicht zu Buche, denn sie werden in fast allen vhs durch Mehrarbeit und Arbeitsverdichtung aufgebracht. Das Qualitätsmanagement wird zusätzlich zu der betriebsüblichen Arbeit übernommen.

In Anbetracht des großen Aufwandes und des beachtlichen Ergebnisses ist es allzu verständlich, wenn die Einrichtung medienwirksam öffentlich macht, dass sie testiert ist. Die LQW-Kachel wird im Hause aufgehängt, auf die Testierung wird im Programmheft und anderen Veröffentlichungen hingewiesen. Das ist nicht verwerflich. Aber man muss wissen: Jedes Qualitätsmanagement zielt auf die Betriebsabläufe, das Qualitätstestat bescheinigt die Rationalität und Sinnhaftigkeit aller Abläufe, die im Zusammenhang mit dem Betrieb stehen. Das Qualitätszertifikat eines Unternehmens sagt nichts über die Qualität der Produkte, Dienstleistungen oder eben Bildungsveranstaltungen aus.¹ Damit soll nicht gesagt werden, dass gut organisierte Betriebsabläufe nicht zu einem besseren Angebot beitragen. Die Qualität der Lehrveranstaltungen einer Einrichtung wird fast ausschließlich durch die Leistung der Kursleiter/-innen bestimmt; und die werden von LQW (und anderen Zertifizierungen) (fast) gar nicht erfasst. Wenn Wirtschaftsunternehmen ihre Zertifizierung werbewirksam publizieren, hintergehen sie ihre Kunden zwar nicht, aber sie nehmen billigend in Kauf, dass viele das Qualitätszertifikat als Hinweis auf die Qualität der Produkte und Dienstleistungen verstehen. Angesichts des aufklärerischen Anspruchs der Erwachsenenbildung müssen Weiterbildungseinrichtungen mit einem anderen Maßstab gemessen werden. Für sie kann es nicht akzeptabel sein, Richtiges mitzuteilen und zu wissen, dass es von vielen anders verstanden wird. Sollten sie also verschweigen, dass sie qualitätstestiert sind? Keinesfalls, aber ein erläuternder Hinweis würde helfen, der sinngemäß lauten könnte: „Das Qualitätstestat bescheinigt, dass wir unseren Betrieb und unsere Arbeit optimal organisiert haben. Dadurch können wir Ihnen gute Kurse zu einem fairen Preis anbieten.“

Dass aus den zuständigen Landesministerien häufig zu hören ist, dass von irgendeinem Zeitpunkt an nur noch zertifizierte Einrichtungen gefördert würden, ist nur schwer zu verstehen. Die Zertifizierung bescheinigt zwar, dass die Einrichtung mit dem Geld des Trägers und der Teilnehmenden sorgfältig umgeht, aber, wenn ein Partner in der Drittfinanzierung seinen Anteil nicht einbringt und ab und an sogar kürzt, hat er kein Recht, so massiv wie oben angedeutet in den alltäglichen Arbeitsablauf hinein zu regieren. Dabei geht es um die Autonomie des Trägers und um die Autonomie der Einrichtung. An anderer Stelle war das Hessische Kultusministerium viel sensibler: Der oben angesprochene Austausch des Namens „Volkshochschule“ gegen den zitierten Wörterbandwurm im HWBG wurde damit begründet, dass man per Gesetz den Trägern nicht vorschreiben könne, wie sie ihre Weiterbildungseinrichtung zu benennen haben. Übrigens machen verschiedene öffentliche Stellen schon heute in Ausschreibungen klar, dass bei der Vergabe von Mitteln für Bildungsmaßnahmen nur zertifizierte Anbieter berücksichtigt würden.

Umgang mit politischen Entscheidungsträgern

Es ist nicht reine Bosheit, wenn man argwöhnt, dass nicht allen im Ministerium und nicht allen das Ministerium kontrollierenden Abgeordneten klar ist, dass ein Qualitätszertifikat wenig über die Qualität des Lehrangebotes aussagt. Eine Aufgabe für die Erwachsenenbildung? Die Einrichtungen scheinen auf das Unwissen der politischen

Entscheidungsträger zu setzen. Oben wurde angeregt, das mögliche Missverständnis der Adressaten auszuräumen. Auch Politiker – im Land und in der Kommune – sind Adressaten der Weiterbildung. Aber ihnen ist ein Zertifikat, das sie zu verstehen glauben, lieber als die mühsame Auseinandersetzung mit erwachsenpädagogischen Notwendigkeiten und sozialpolitischer Verantwortung.

Andererseits entscheiden gerade Kommunalpolitiker in Kreistagen und Stadträten ganz unmittelbar über die Arbeit ihrer vhs. Ist es angesichts dessen einem vhs-Leiter zu verdenken, wenn er bei der Darstellung seiner Einrichtung auf die Denkmuster der Entscheidungsträger eingeht? Schließlich gehört zu den Grundfertigkeiten eines Erwachsenenbildners, adressatengerecht zu sprechen, d. h. im Gespräch mit einer Fachkollegin, mit einem Politiker oder mit einem Teilnehmenden andere Argumentationsmuster und andere Worte zu verwenden. Das gelingt nicht jedem und nicht immer; mangelnde Fähigkeit oder Bequemlichkeit kann die Ursache sein. In einem Gespräch adressatengerecht zu kommunizieren, heißt, dem Gesprächspartner zu sagen, was er verstehen kann. Das hat etwas mit sozialem Verhalten zu tun. Häufig zeigen Politiker jedoch kein soziales Verhalten, wenn sie aufgrund ihrer politischen Machtposition Entscheidungen treffen, ohne auf fachlichen Rat zu hören. Das wurde oben bereits angesprochen. Noch mehr auf sie einzugehen, indem man nur noch über Dinge redet, die sie hören wollen und die sie verstehen, kann allenfalls im Rahmen der Legitimation gegenüber politischen Kontrollgremien gerechtfertigt sein. Die Mitglieder solcher Gremien beschäftigen sich lieber mit kleinen, überschaubaren aber öffentlichkeitswirksamen – gelegentlich auch populistischen – Projekten als mit der Begründung der Notwendigkeit und der Kosten eines umfangreichen Weiterbildungsangebotes. Die Tendenz, spektakuläre Kleinigkeiten zur Legitimation der Arbeit heranzuziehen, ist bei den Einrichtungen anderer Trägern viel stärker und viel länger verbreitet als bei Volkshochschulen. Diese Art der Darstellung fließt häufig in die Öffentlichkeitsarbeit der Einrichtung ein. So entsteht ein verzerrtes Bild: Eine Volkshochschule ist eben nicht die Organisatorin zweier schicker Kooperationsprojekte, die nebenbei noch 1.000 Kurse für die Allgemeinheit anbietet; die Volkshochschule ist vielmehr zuverlässige Anbieterin von 1.000 Kursen mit hervorragender Qualität und stellt ihre Fähigkeiten und Erfahrungen auch für andere Maßnahmen zur Verfügung. Es geht auch hier wieder um Feinheiten, um die Akzente in Darstellungen und Handlungsweisen.

Dabei darf zweierlei nicht übersehen werden: Heutzutage ist keine vhs personell üppig ausgestattet. Die Arbeit für ein zusätzliches Projekt geht daher zu Lasten der Arbeit für das Kernangebot und dessen Qualität. Damit wird nicht gegen die Übernahme von zusätzlichen Aufgaben gesprochen. Alle sollten jedoch daran denken, dass jede Übernahme einer neuen Aufgabe weniger Zeit für die Erfüllung der vorhandenen Aufgaben übrig lässt. Man kann auch sagen, man sollte bedenken, wem wie viel genommen wird und wem wie viel gegeben wird – ein sozialpolitischer Balanceakt. Auf die Arbeitsverdichtung für die Mitarbeiter/-innen durch zusätzliche Arbeitsfelder soll hier nur hingewiesen werden.

Begriffe

Die bisher vorgebrachten kritischen Hinweise können als Warnung an die Erwachsenenbildner verstanden werden, sich in Handlungs- und Argumentationsweisen und bei Begrifflichkeiten leichtfertig auf das zu stützen, was sich in anderen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens – häufig leider nur der Wirtschaft – bewährt zu haben scheint. Wenige Kleinigkeiten sollen noch angesprochen werden, bei denen Bewährtes zweifelhaften Neuerungen gewichen ist:

Vor vielen Jahren war es üblich, dass insbesondere Volkshochschulen die Öffentlichkeit durch ihren „Arbeitsplan“ informierten, welche Weiterbildungsangebote sie vorbereitet hatten. „Arbeitsplan“ war aus der Sicht des Amtes einer Gebietskörperschaft eine zutreffende Bezeichnung: Die Arbeit der Pädagog(inn)en wurde vorgestellt. Unter dem Blickwinkel der Adressat(inn)en war der Begriff eher irreführend. Wenn heute überwiegend von dem Programmheft gesprochen wird, ist das Ausdruck von mehr Adressatenorientierung. Auf der anderen Seite war den Adressat(inn)en einsehbar, dass ihre örtliche Weiterbildungseinrichtung durch den Leiter der Volkshochschule geführt werden musste. Die Frage, ob sich jemand Volkshochschulleiter oder Volkshochschuldirektor nannte, hing und hängt von den Vorgaben des Trägers ab und von der Eitelkeit des Leiters. Im Falle von Eigenbetrieben wird in den Veröffentlichungen von Einrichtungen – vor allem auch im Programmheft – „Volkshochschulleiter“ immer häufiger durch „Betriebsleiter“ ersetzt. So steht es zwar in den Eigenbetriebsgesetzen, aber ist der Austausch nicht ein Rückschritt, was die Adressatenorientierung betrifft? Noch schwerer wiegt, dass, wenn die Volkshochschule Betrieb genannt wird, verwischt wird, dass Bildung keine Ware oder Dienstleistung ist, wie Betriebe sie anbieten. Manchmal ist das vielleicht gewollt.

Ein anderer Austausch von Begriffen ist vergleichsweise harmlos: Seit Jahrzehnten gibt es in den Landesverbänden der Volkshochschulen und beim Deutschen Volkshochschul-Verband ein gewachsenes und etabliertes System von Konferenzen. Dabei sind z. B. Leiterkonferenzen und Fachbereichskonferenzen überwiegend für die Mitglieder der Verbände und deren Volkshochschulen bestimmt. Es gab von jeher trägerübergreifende Fachkonferenzen zu thematischen Schwerpunkten der Weiterbildung. Kuratorien für Weiterbildung auf örtlicher und überörtlicher Ebene bemühten sich, die Arbeit der verschiedenen Träger untereinander abzustimmen. Die Intensität dieser Kooperationsbemühungen war und ist allerdings von Ort zu Ort und von Region zu Region sehr unterschiedlich. Das dieses alles heute unter dem Sammelnahmen „Vernetzung“ zusammengefasst wird, ist eine Frage der Sprachökonomie, vielleicht sogar der sprachlichen Klarheit. Aber betreibt ein Pädagoge, der seine Kollegin in einer anderen Volkshochschule um Rat fragt, deswegen Netzwerkarbeit – oder die Leiterin einer Einrichtung, die sich mit dem Leiter einer anderen Einrichtung am gleichen Ort abspricht? Netzwerken klingt neu und ist positiv besetzt. Also nenne ich das, was ich schon immer getan habe, Netzwerkarbeit.

Alter Wein in neuen Schläuchen – auch das ist nicht neu in der Erwachsenenbildung. Die Umweltbildung, auch ökologische Bildung genannt, und die Frauenbildung haben für Inhalte weniger für die Form wichtige Akzente für die heutige Erwachse-

nenbildung gesetzt. Rückblickend mutet es geradezu niedlich an, dass gerade die eifrigsten Verfechter/-innen beider Bewegungen bemüht schienen, die Erwachsenenbildung neu zu erfinden. Beide reklamierten unabhängig voneinander entdeckt zu haben, dass die Teilnehmenden dort abgeholt werden müssen, wo sie sich befinden. Teilnehmerorientierung war damals schon ein altbewährter Begriff. Kritisch könnte man von einem Hang der Erwachsenenbildner sprechen, was sie schon immer getan haben mit anderen Worten zu beschreiben und als gänzlich neu darzustellen.

Resümee

Auch wenn, wie bereits angesprochen, unkundige Laien die Volkshochschulen und die Erwachsenenbildung insgesamt für etwas altertümlich halten, täten die Erwachsenenbildner gut daran, mehr Selbstbewusstsein zu zeigen. Viel Grundlegendes, was in der jungen Geschichte der Erwachsenenbildung entstanden ist, hat nach wie vor Gültigkeit und ist nach wie vor ein Qualitätsmerkmal. Anderes wurde im Laufe der Jahre modifiziert. Wenn Bewährtes durch modische Begriffe und Handlungsweisen ersetzt wird, ist in aller Regel leicht zu erkennen, dass es sich um ein Imitat handelt. Der Eindruck, dass unzureichend imitiert wird, was gerade Mode ist, kann vermieden werden, wenn Erwachsenenbildungseinrichtungen darauf verweisen, dass das, was schon lange zu ihrem Repertoire gehört, heute nur anders benannt wird. Ein solches Selbstbewusstsein schützt auch davor, tatsächlich nur zu imitieren und Bewährtes außer Acht zu lassen. Die Erwachsenenbildung in den Volkshochschulen ist modern und Vorreiter für andere Bildungsbereiche – nach wie vor.

Anmerkungen

- 1 So könnte ein Betrieb, der Schwimmwesten aus Beton herstellt, qualitätstestiert werden, weil das Testat nichts über die Brauchbarkeit oder die Qualität des Produktes aussagt. In Bezug auf LQW gilt folgendes: Eine Einrichtung, die ihre Lehrveranstaltungen evaluiert, kann das Testat erhalten, auch wenn die Evaluation ihr schlechte Kurse bescheinigt. Eine Einrichtung, die hervorragende Kurse durchführt aber nicht evaluiert, könnte das Testat nicht erhalten.

Literatur

- Bastian, Hannelore: „Der Teilnehmer als Kunde – der Bildungsauftrag als Dienstleistung“ in Bastian/Beer/Knoll: Pädagogisch Denken – wirtschaftlich handeln (2002)
- Nittel, Dieter in: Arnold: Qualitätssicherung in der Erwachsenenbildung, S. 163–184
- Nittel, Dieter in: Arnold/Giesecke: Die Weiterbildungsgesellschaft, Band 1, S. 161–184
- Schönfeld, Wolfgang: Quo vadis Volkshochschule? In: Hessische Blätter für Volksbildung 4/1998; S. 252–261