



Sächsischer  
Volkshochschulverband

# Situation und Perspektiven hauptamtlicher pädagogischer Mitarbeiter/-innen an Volkshochschulen

Weiterbildungsakademie: Arbeitsplatz Weiterbildung – Profession und Profil  
GEW Hauptvorstand/Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

23. Oktober 2014, Halle

Prof. Dr. Ulrich Klemm

Personalart	Anzahl besetzte Stellen 31.12.	Anteil	davon mit Frauen besetzt	Frauenanteil
Hauptberufliches Leitungspersonal	<b>673,9</b>	<b>8,6%</b>	<b>337,8</b>	<b>50%</b>
davon Stellenanteile für VHS-Leitung	495,9	73,6%	245,5	50%
davon Stellenanteile für pädagogisch-planende Tätigkeit in der VHS	145,0	21,5%	76,0	52%
davon Stellenanteile für andere Tätigkeit beim Träger (Personalunion)	32,4	4,8%	16,2	50%
Hauptberuflich pädagogisches Personal insgesamt	<b>3289,2</b>	<b>42,2%</b>	<b>2259,0</b>	<b>69%</b>
davon planend	2252,3	68,5%	1548,3	69%
davon unbefristet	1914,7	85,0%	1293,0	68%
davon befristet	337,6	15,0%	255,3	76%
davon lehrend	1036,9	31,5%	710,7	69%
davon unbefristet	560,8	54,1%	369,3	66%
davon befristet	476,1	45,9%	341,4	72%
davon unbefristet insg.	2475,5	75,3%	1662,3	67%
davon befristet insg.	813,7	24,7%	596,7	73%
Hauptberufliches Verwaltungspersonal insgesamt	<b>3836,4</b>	<b>49,2%</b>	<b>3088,0</b>	<b>80%</b>
davon unbefristet	3522,2	91,8%	2834,0	80%
davon befristet	314,2	8,2%	254,0	7%
<b>Hauptberufliches Personal insg.</b>	<b>7799,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>5684,8</b>	<b>73%</b>

- **Fachkräfteentwicklung als vorrangiges Bildungsthema**
- **Europa als Identifikationsraum**
- **Globalisierte und schnelllebige Märkte**
- **Migration/Flucht/Asyl wird gesellschaftlich dominanter**
- **Weiterbildung ist zum „Markt“ und zur Dienstleitung geworden**
- **Prekarisierung und Bildungsarmut verfestigen sich**
- **Atypische Beschäftigungsverhältnisse nehmen zu**
- **Überschuldung der Privathaushalte nimmt zu**
- **Lebensumbrüche bestimmen zunehmend Biografie und Lernverhalten**
- **Traditionelle Politikstile können immer weniger gesellschaftliche Probleme lösen**
- **Neue politische und unkalkulierbare Alternativen etablieren sich**
- ...

➤ **Mehrsprachigkeit und Integration**

VHS als eine zentrale und flächendeckende Sprachenschule

➤ **Beschäftigungsfähigkeit und berufliche Kompetenzentwicklung**

VHS als Ort der individuellen beruflichen Qualifizierung

➤ **Gesundheitsförderung und Gesundheitskompetenz**

VHS als Ort der Gesundheitsprävention und Salutogenese

➤ **Kreative und kulturelle Kompetenz**

VHS als Kreativzentrum

➤ **Politische Teilhabe und bürgerschaftliches Engagement**

VHS als „Schule der Bürgergesellschaft“

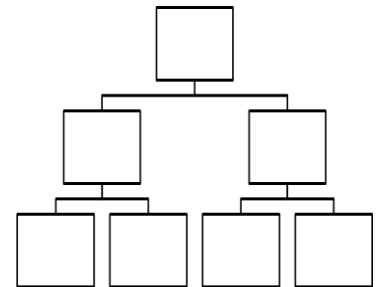
➤ **Grundbildung und Alphabetisierung**

VHS als niederschwelliger Ort gegen Bildungsarmut

- Belegungen werden **rückläufig**
- Kurse werden **kleiner und teurer**
- Das zahlungsbereite **Mittelschichtpublikum** nimmt ab
- VHS-Angebot wird sich noch weiter bedarfsorientiert **ausdifferenzieren**
- Der Bedarf an **Begegnung und Beratung** nimmt zu
- **Finanz- und Strukturunsicherheit** nehmen zu
- Stabile **Dauerstrukturen** werden die Ausnahme
- **Quantitative Entwicklungen** sind kaum noch möglich
- **Qualitative Entwicklungen** (Qualitätsmanagement, E-Learning, Marketingoptimierung, neue Zielgruppendidaktik) sind notwendig
- **Aufsuchende Bildungs- und Marketingstrukturen** ergänzen zunehmend die „Komm-Strukturen“
- **Neue Sozialpädagogisierung** der VHS-Arbeit (Alphabetisierung, Willkommenskultur, Integrationsangebote etc.)

## • Profil des HPM bis in die 1980er Jahre

- Weiterbildung ist Daseinsvorsorge
- Weiterbildung definiert sich über einen emanzipatorischen Bildungsbegriff
- Weiterbildung hat einen öffentlichen Auftrag
- Weiterbildung hat eine aktive, gestaltende Funktion
- Kernaufgaben: Planen – Beraten – Unterrichten
- Weiterbildungsangebote sind fachbereichsorientiert
- Marketing ist eindimensional: Programmheft ist dominant
- Mittelfristiger Planungshorizont ist durch Konstanz geprägt
- **Fazit: HPM als *aktiver* Angebotsplaner in einem strukturkonservativen Bildungssetting**



## • Profil des HPM ab den 1990er Jahren

- Weiterbildung wird zur Dienstleistung und Ware in einem sich selbst regulierenden Markt
- Weiterbildung orientiert sich an Angebot und Nachfrage
- Weiterbildung definiert sich über einen verwertungsorientierten Kompetenzbegriff
- Weiterbildung bekommt eine reaktive Funktion und wird marktorientiert
- Weiterbildungsangebote werden projektorientiert und drittmittelfinanziert
- Kernaufgaben: Finanzieren - Kalkulieren - Verkaufen - Evaluieren - Vernetzen
- Marketing ist mehrdimensional: analog, digital und aufsuchend
- Mittelfristiger Planungshorizont ist durch Unsicherheit geprägt
- **Fazit: HPM als *reaktiver* Projekt- und Vernetzungsmanager in einem strukturoffenen Bildungssetting**

