

Berufsperspektiven und Ausbildungserfolg im Bachelorstudiengang Medienbildung

Ralf Biermann, Johannes Fromme

Magdeburg, Dezember 2011

Der Bachelorstudigengang „Medienbildung – Visuelle Kultur und Kommunikation“ startete 2004 und wurde 2007 durch den gleichnamigen Masterstudiengang ergänzt. Pro Jahr werden 35 Studierende für das Bachelorstudium zugelassen, der Master hat eine Aufnahmekapazität von 20-25 pro Jahr. Die hohen Bewerberzahlen der letzten Jahre (deutlich über 200 pro Durchgang beim Bachelor) zeigen das starke Interesse junger Menschen an dem Studiengang, den es in dieser Form bisher nur in Magdeburg gibt (Hauptfachstudium Medienbildung mit integrierter Medieninformatik). Mittlerweile haben über 100 Studierende ihren Abschluss gemacht und (teilweise) die Hochschule verlassen. Um mehr über die Zeit nach dem Abschluss zu erfahren, haben wir Anfang 2011 eine Erhebung unter den ehemaligen Studierenden durchgeführt. Ziel war es einen Einblick in den Berufsstart und die Tätigkeiten zu erhalten, aber auch eine Einschätzung, wie gut sich die Absolventen durch das Studium auf den Berufsalltag (oder ein Masterstudium) vorbereitet fühlen.

Die Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Erhebung über die Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiengangs Medienbildung wird hier für (Studien-)Interessenten bereitgestellt.

Stichprobe

Insgesamt nahmen 54 Personen an der Umfrage teil, was bei der Zahl der erfolgreichen Abgänger zum Erhebungszeitpunkt ca. 50 Prozent aller Bachelor-Absolventinnen und Absolventen entspricht. Diese Rücklauf- bzw. Beteiligungsquote ist vergleichsweise gut, so dass die Ergebnisse als repräsentativ für die Grundgesamtheit angesehen werden können. Die Befragung wurde als fragebogengestützte Online-Erhebung durchgeführt, die Absolventen/innen wurden per E-Mail auf die Befragung aufmerksam gemacht und um Beteiligung gebeten.

Ergebnisse

Die Mehrzahl der Studierenden beendete das Studium erfolgreich nach sechs bis acht Semestern. Im Anschluss gibt es grundsätzlich zwei Optionen, die Aufnahme eines Masterstudiums oder einer Berufstätigkeit. 34 Befragte haben sich für ein Masterstudium entschieden, nahezu zwei Drittel davon wählten den Master Medienbildung in Magdeburg, gut ein Drittel ein anderes Masterstudium. Einige von den Masterstudierenden arbeiten neben dem Studium, sodass die Zahl derjenigen, die nach dem Bachelor eine Stelle gesucht haben, etwas höher liegt. Insgesamt gaben 30 Personen an, wie lange sie nach dem Abschluss gesucht haben, bis sie eine Stelle fanden:

Tabelle 1: Dauer der Stellensuche nach dem Abschluss

	Anzahl	Prozent
Direkt im Anschluss	19	63,3
Bis drei Monate	3	10,0
Bis sechs Monate	5	16,7
Bis zwölf Monate	2	6,7
Suche noch immer	1	3,3

	30	100
--	----	-----

Dass eine große Mehrheit unserer Absolventinnen und Absolventen recht schnell eine Anstellung fand oder diese sogar schon direkt im Anschluss an das Studium hatte, ist eines der erfreulichsten Ergebnisse der Umfrage. Im Vergleich zu Zahlen aus anderen Studien, bei denen eine recht große Anzahl von Berufseinsteigern mit Bachelor-Abschluss befragt wurden, befinden sich unsere ehemaligen Studierenden in einer positiv zu beurteilenden Lage. Schomburg beispielsweise führt zu diesem Thema aus:

„Im Durchschnitt (arithmetischer Mittelwert) suchten Hochschulabsolventen etwa drei Monate, bis sie eine Beschäftigung aufnehmen [...]. Insgesamt suchen

- 72 Prozent höchstens drei Monate,
- 18 Prozent über drei Monate bis zu einem halben Jahr,
- 8 Prozent über ein halbes bis zu einem Jahr und
- 2 Prozent über ein Jahr“ (Schomburg 2010, S. 21).

Zu berücksichtigen ist bei der Studie von Schomburg, dass Ingenieure i. d. R. schneller eine Stelle finden als die Absolventen/innen anderer Fächer und dass hier der Gesamtdurchschnitt aller befragten Personen betrachtet wird. Befürchtungen über hohe Arbeitslosenquoten und Akzeptanzprobleme der neuen Abschlüsse, die mit der Einführung des Bologna-Prozesses und der Bachelor und Master Studiengänge Einzug gehalten haben, werden in unserer Befragung nicht bestätigt. Dennoch lohnt sich ein genauerer Blick, in welcher Form die Anstellung erfolgt ist.

Tabelle 2: Art der Stelle

	Anzahl	Prozent
Vollzeit	19	70,4
Teilzeit (20 Std. und mehr)	3	11,1
Honorar-/Werkvertrag	1	3,7
Freiberuflich/selbständig	3	11,1
Sonstiges	1	3,7
Gesamt	27	100,0

Der größte Teil (70 Prozent) arbeitet Vollzeit, nur wenige in Teilzeit oder anderen Beschäftigungsformen. Das Arbeitsverhältnis ist dabei überwiegend unbefristet. Schwierig wird natürlich die Beurteilung, wie lange Werkverträge oder freiberufliche Tätigkeiten an einen Geldgeber gebunden sind. In der Regel sind dies kurzfristige Engagements, sodass bei Betrachtung dieser Zahlen davon ausgegangen werden kann, dass die übernommenen Vollzeitstellen zu einem großen Prozentsatz unbefristet sind.

Tabelle 3: Befristung der Stelle

	Anzahl	Prozent
unbefristet	16	59,3
befristet bis 1 Jahr	5	18,5
befristet bis 2 Jahre	4	14,8
befristet bis 3 Jahre oder mehr	2	7,4
Gesamt	27	100,0

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, wie zufrieden die Berufseinsteigerinnen und -einsteiger mit ihrer Tätigkeit sind. Auch hier ist ein insgesamt positives Bild zu verzeichnen.

Tabelle 4: Zufriedenheit mit der Arbeitsstelle

	Anzahl	Prozent
Sehr unzufrieden	0	0,0
Unzufrieden	1	3,7
Geht so	3	11,1
Zufrieden	9	33,3
Sehr zufrieden	14	51,9
	27	100

Mit 85,2 Prozent ist ein großer Teil der Befragten mit der gefundenen Arbeitsstelle zufrieden oder sogar sehr zufrieden. Die große Zufriedenheit könnte auch mit den unterschiedlichen Arbeitsfeldern zu tun haben, in denen Medienbildnerinnen und Medienbildner aufgrund der Ausbildung tätig werden können. Die folgende Auflistung (Tabelle 5) macht deutlich, wie breit gefächert die Tätigkeiten der Hochschulabgänger sind. Von besonderer Relevanz sind nicht, wie man bei Absolventen/innen eines (medien-) pädagogischen Studienganges zunächst vermuten könnte, die klassischen Gebiete wie Jugendarbeit, Familien-/Elternbildung und Schule, sondern vielmehr Querschnittstätigkeiten, die unterschiedliche Aufgabenbereiche in sich vereinen. Die Daten dokumentieren, dass die Absolventen/innen auch gute Chancen haben, in der Medienberatung und der professionellen Medienproduktion eine Zukunft zu finden. Die Übersicht zeigt, in welchem Umfang die genannten Tätigkeiten bzw. Arbeitsfelder aus Sicht der Befragten anfallen..

Tabelle 5: Berufsfeldspezifische Tätigkeiten (Angaben in Prozent)

Tätigkeit	Gar nicht	Wenig	Teils teils	Viel	Sehr viel
Fort- und Weiterbildung	44,4	22,2	7,4	7,4	18,5
Film-/Medienstelle	50,0	15,4	11,5	0,0	23,1
Jugendarbeit	59,3	18,5	11,1	3,7	7,4
Behörde	70,4	11,1	11,1	7,4	0,0
Schule	63,0	14,8	7,4	7,4	7,4
Forschung	66,7	7,4	18,5	7,4	0,0
Erwachsenenbildung	60,7	7,1	10,7	10,7	10,7
Familien-/Elternbildung	85,2	7,4	0,0	3,7	3,7
Professionelle Medienproduktion	21,4	0,0	10,7	17,9	50,0
Medienberatung	10,7	10,7	39,3	14,3	25,0
Journalistische Tätigkeiten	28,6	17,9	21,4	25,0	7,1
Sonstige	6,7	0,0	26,7	13,3	53,3

Bei der Frage nach der Relevanz von Tätigkeiten, die im medienpädagogischen Umfeld anfallen, werden vor allem Beraten, Organisieren/Verwalten, Produzieren/Gestalten und Animieren/Unterstützen hervorgehoben.

Tabelle 6: Tätigkeiten im medienpädagogischen Umfeld (Angaben in Prozent)

Tätigkeit	Gar nicht	Wenig	Teils teils	Viel	Sehr viel
Beraten	11,1	14,8	25,9	18,5	29,6
Organisieren/ Verwalten	3,6	3,6	10,7	35,7	46,4
Unterrichten/ Lehren	40,7	18,5	14,8	14,8	11,1
Gestalten/ Pro- duzieren	3,6	3,6	14,3	28,6	50,0
Animieren/ Unterstützen	22,2	14,8	18,5	33,3	11,1
Forschen/ Ana- lysieren	40,7	25,9	18,5	14,8	0,0
Erziehen	63	22,2	11,1	0,0	3,7

Die „klassischen“ pädagogischen Tätigkeiten wie Unterrichten/Lehren oder Erziehen spielen also eine vergleichsweise geringe Rolle. Im Überschneidungsbereich von Medien und Pädagogik scheinen neue offenere Herangehensweisen gefragt zu sein und bevorzugt zu werden. Das bedeutet für die Arbeit weniger starre Muster und mehr kreative Freiheit für die eigene Tätigkeit.

Für die einzelne Person ist dies zugleich eine Herausforderung an die eigenen Kompetenzen. Diese sollten über ein Studium gefördert und ausgebaut werden. Schwierig erscheint dies vor allem vor dem Hintergrund, dass es für Medienbildnerinnen und Medienbildner (und für Medienpädagogen/innen generell) keine spezifischen Tätigkeitsfelder gibt, die klar in ihren Aufgaben umrissen und definiert sind. Medienbildung und Medienpädagogik ist – ähnlich wie z.B. Interkulturelle Bildung – eine Querschnittsaufgabe und Querschnittskompetenz, die in verschiedenen Handlungsfeldern benötigt wird. Rückblickend kann aber in Bezug auf die eigene aktuelle Tätigkeit und deren Ansprüche geklärt werden, wie nach Einschätzung der Befragten das Studium auf den Beruf vorbereitet.

Tabelle 7: Vorbereitung auf den Beruf durch das Studium (Angaben in Prozent)

	gar nicht	weniger gut	teil teils	gut	sehr gut
Kompetenzen Medienerziehung	8,7	0,0	17,4	52,2	21,7
Kommunikative Kompetenz	0,0	0,0	13,3	36,7	50,0
Methodenkompetenz	0,0	12,5	16,7	41,7	29,2
Selbstkompetenz	0,0	0,0	21,4	42,9	35,7
Reflexionskompetenz	0,0	0,0	7,7	38,5	53,8
Praktische Medienskills	0,0	6,9	20,7	27,6	44,8
Präsentationskompetenz	0,0	0,0	10,0	26,7	63,3
Organisationskompetenz	0,0	3,3	26,7	26,7	43,3

Auch hier zeigt sich mit Ausnahme von wenigen Aspekten ein positives Bild. Zu einem großen Teil bestätigen die ehemaligen Studierenden eine gute oder sehr gute Vorbereitung in den genannten Bereichen auf den Berufsalltag.

Mit der Frage, ob die Absolventinnen und Absolventen nach den gewonnenen Erfahrungen wieder im Bachelor Medienbildung studieren würden, kann ein abschließendes Fazit gezogen werden, das sehr positiv ausfällt. Auf der fünfstufigen Skala von „auf keinen Fall“ bis „auf jeden Fall“ ist eine deutliche Mehrheit von fast 80 Prozent auszumachen, die diesen Weg wieder gehen würde.

Fazit

Die beruflichen Chancen für die Absolventinnen und Absolventen der Medienbildungsstudiengänge können als sehr positiv beschrieben werden. Die zunehmende Präsenz der Medien in allen gesellschaftlichen Bereichen und deren Durchdringung des (Berufs-) Alltags werden voraussichtlich zu einer weiteren Expansion des Stellenmarktes in diesem Bereich führen. Dabei kommt der breiten Ausbildung eine besondere Bedeutung zu. Weil Medienbildung kein klar umrissenes und durch eigenen Institutionen geprägtes Berufsfeld ist, sondern eine Querschnittsaufgabe, kann die Ausbildung – zumal die akademische – thematisch und von den vermittelten Kompetenzen her nicht eng geführt bzw. auf bestimmte Arbeitsfelder ausgerichtet werden. Medienbildner sind moderne Wissensarbeiter mit speziellen Fach- und Reflexionskompetenzen im Bereich der digitalen Medien. Sie sind gerade an Schnittstellen gefragt, die unterschiedliche fachliche Perspektiven vereinen sollen und müssen. Die positive Rückmeldung unserer ehemaligen Studierenden zeigt, dass der Studiengang „Medienbildung – Visuelle Kultur und Kommunikation“ diesen Anforderungen gerecht wird und die Absolventinnen und Absolventen gut auf das Berufsleben vorbereitet. Durch weitere Absolventenstudien und den Aufbau und die Pflege eines Alumni-Netzwerkes soll sichergestellt werden, dass dies auch zukünftig so bleibt.

Literatur

Schomburg, Harald (2010): Employability and Mobility of Bachelor Graduates in Germany. Beitrag zur internationalen Konferenz EMBAC 2010 in Berlin. Online unter http://www.uni-kassel.de/wz1/absolventen/INCHER_BachelorBericht_2010_DE.pdf [06.10.2011]