

Medienpädagogen/innen auf dem Arbeitsmarkt – Ergebnisse einer Verbleibsstudie

Prof. Dr. Johannes Fromme, Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Die akademische Medienpädagogik weiß relativ wenig darüber, wo die Absolventen/innen ihrer Studienprogramme tätig sind. In den einschlägigen Veröffentlichungen wird im Wesentlichen davon ausgegangen, dass sie ihren Beruf in dem Bereich finden, den Kai-Uwe Hugger einmal als medienpädagogischen „Kernbereich“ bezeichnet hat und der durch „den gesamten Bereich Bildung und Erziehung geprägt“ ist (2004, S.7). Entsprechend fokussieren die wenigen vorliegenden Berufsfeldstudien (z.B. Aufenanger 2003; Bauer u.a. 2012) diesen Bereich. Ob diese Annahme zutrifft und in welchem Umfang Absolventen/innen auch in den von Hugger identifizierten „Randbereichen“ beruflich tätig sind, also z.B. bei „Unternehmen der Medien- und Kommunikationswirtschaft“ (ebd. S.8), kann letztlich nur im Rahmen von Verbleibsstudien geprüft werden.

Eine solche Verbleibsstudie wurde 2014 an der Universität Magdeburg durchgeführt. Die quantitativ angelegte Untersuchung war zwar beschränkt auf den BA- und den MA-Studiengang *Medienbildung* in Magdeburg, sie erlaubt aber erstmals einen relativ differenzierten Einblick in die Berufseinmündung und -situation medienpädagogischer Absolventen/innen. Die Grundgesamtheit für die quantitative Onlinebefragung umfasste 227 Personen, der bereinigte Datensatz 187 Fälle, was einer Ausschöpfungsquote von 82,4% entspricht. Gut 23% der Absolventen/innen befanden sich zum Zeitpunkt der Befragung in einem Masterstudium. Von denen, die die Hochschule verlassen hatten und berufstätig waren, gaben knapp 14% an, im Bereich Bildung und Erziehung tätig zu sein. Gut 53% ordneten sich dagegen der Branche „Information, Kommunikation, Medien“ zu. Diese und weitere Ergebnisse zeigen, dass unsere Absolventen/innen mehrheitlich in den „Randbereichen“ des medienpädagogischen Arbeitsmarktes tätig sind und nicht im „Kernbereich“. Haben sie sich also untypische Arbeitsplätze erschlossen? Oder hat sich die Medienpädagogik bisher vielleicht falsche Vorstellungen vom Arbeitsmarkt gemacht?

Literatur

Aufenanger, S. (2003): MedienpädagogInnen im Beruf – Ergebnisse einer empirischen Studie. In: Neuß, N. (Hg.): Beruf Medienpädagoge. München: kopaed, S. 55-66.

Bauer, P. u.a. (2012): Berufsfeldstudie Medienpädagogik. Online: <http://www.blogs.uni-mainz.de/medienpaedagogik/berufsfeldstudie-medienpaedagogik/>

Hugger, K.-U. (2004): Was MedienpädagogInnen tun. Vortragsmanuskript. Online: http://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/hugger_medienpaedagoginnen/hugger_medienpaedagoginnen.pdf.

Krüger, H.-H./Rauschenbach, T. (Hrsg.) (2004): Pädagogen in Studium und Beruf. Empirische Bilanzen und Zukunftsperspektiven. Wiesbaden: VS.