



***MEDIENPÄDAGOGEN/INNEN AUF DEM  
ARBEITSMARKT – ERGEBNISSE EINER  
VERBLEIBSTUDIE***

1

**Johannes Fromme**

**Frühjahrstagung der Sektion Medienpädagogik  
Aachen, 20.3.2015**

# GLIEDERUNG

1. Einleitung
  - Pädagogen auf dem Arbeitsmarkt
  - Was wissen wir über den Arbeitsmarkt von Medienpädagogen?
2. Eckdaten der Magdeburger Studie
  - Sample, Stichprobe und methodische Anlage
3. Konzept des Studienprogramms
  - ... in Stichpunkten
4. Studienmerkmale der Absolventen
5. Merkmale der beruflichen Situation
  - Übergang in den Beruf
  - Beruflicher Status
  - Tätigkeiten und Arbeitgeber
  - Arbeitszufriedenheit
6. Diskussion

# 1. EINLEITUNG:

## PÄDAGOGEN AUF DEM ARBEITSMARKT

- Starke Expansion pädagogischer Studiengänge seit Beginn der 1970er Jahre
  - Einführung Diplomstudiengang 1969 (Rahmenordnung)
  - Etablierung von Fachhochschulen (u.a. mit Studiengängen Sozialpädagogik/ Sozialarbeit)
- Erstmals in nennenswertem Umfang Pädagogik-Studierende, die kein Staatsexamen anstrebten
  - Magisterstudium (seit Anfang 1960er Jahre) wurde bis dahin nur vereinzelt angeboten und nur wenig nachgefragt
- Groß angelegte quantitative Studie zu Studienverläufen und beruflicher Situation von Hauptfachstudierenden der EZW: Krüger & Rauschenbach (2003, 2004)

# 1. EINLEITUNG:

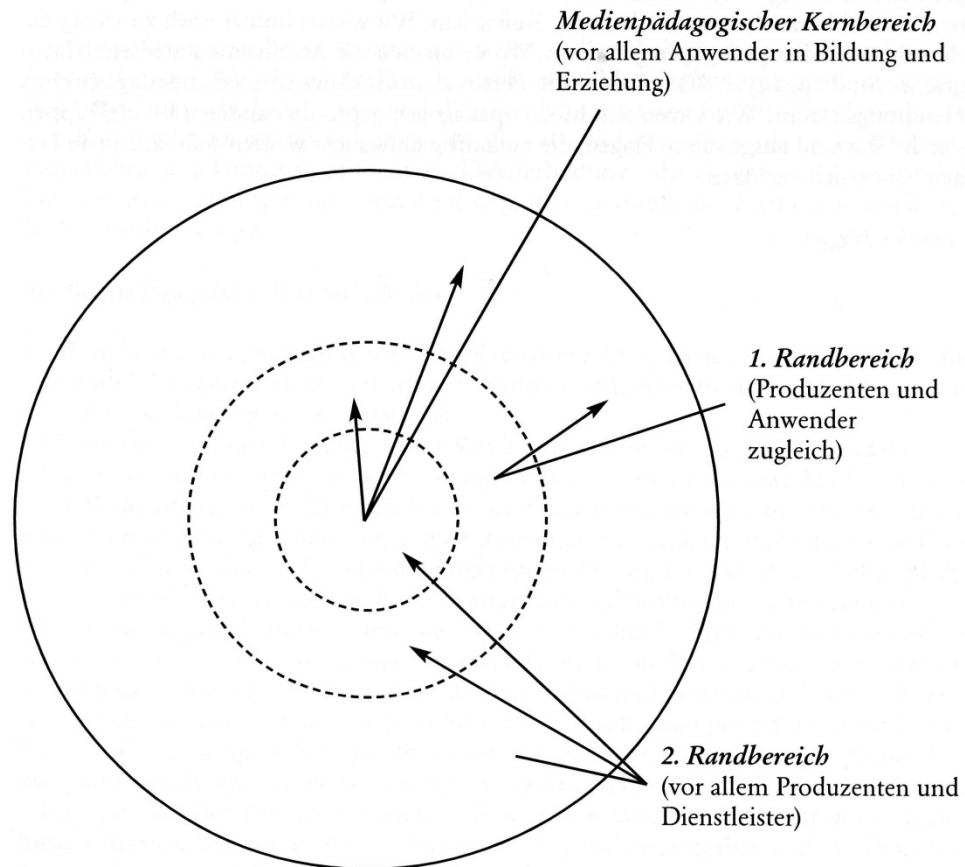
## PÄDAGOGEN AUF DEM ARBEITSMARKT

- Fazit: Platzierung der rund 60.000 universitären Hauptfach-Pädagogen (und der rund 215.000 FH-Absolventen) seit ca. 1970 wird insgesamt als gelungen bezeichnet (vgl. Rauschenbach & Züchner 2004, S. 278)
  - Arbeitsmarkt für Sozial- und Erziehungsberufe war bis zur Studie allerdings sehr expansiv
  - Gelungene Akademisierung des (oft weiblichen) Personals im Sozial-, Erziehungs- und Bildungswesen
  - Insgesamt aber eher schlechte Vergütung, was auch damit erklärt wird, dass es sich vielfach um typische Frauenarbeitsmarktsegmente handelt
  - Erwartung, dass Sozial- und Erziehungsberufe durch massiven Umbau sozialstaatlicher Leistungen unter Druck geraten werden
- Noch keine vergleichbare Studie nach Umstellung auf BA- und MA-Studienformate

# 1. EINLEITUNG: WAS WISSEN WIR ÜBER DEN ARBEITSMARKT VON MEDIENPÄDAGOGEN?

- Medienpädagogik als Teildisziplin der EZW etabliert sich seit den 1990er Jahren
- Diskussion über das Berufsbild begann bereits in den 1980er Jahren (vgl. Schorb 1989)
- Bislang keine Studien zum beruflichen Verbleib der Absolventen medienpädagogischer Studienschwerpunkte, sondern
  - Berufsfeldstudien (z.B. Aufenanger 2003; Bauer et al. 2012): fokussieren Akteure in Institutionen, die sich mit medienpädagogischen Fragestellungen befassen
  - Theoretische Überlegungen zum Berufsfeld und zum Arbeitsmarkt (z.B. Hugger 2008)

# ARBEITSMARKTBEREICHE NACH HUGGER (2008, S. 569)



- Kernbereich: Erziehungs- und Bildungseinrichtungen, die (neue) Medien anwenden
- 1. Randbereich: Medienunternehmen, die (neue) Medien (z.B. für Kinder) produzieren und anwenden
- 2. Randbereich: auf pädagogisch relevante Dienstleistungen und Produktionen spezialisierte Unternehmen

*Abb. 2: Arbeitsmarktmodell Medienpädagogik und Neue Medien unter Berücksichtigung der dynamischen Austauschverhältnisse, die zwischen den drei Arbeitsmarktbereichen bestehen*

## 2. ECKDATEN DER MADGEBURGER STUDIE

- Untersuchung der Absolventen des BA- und des MA-Studiengangs *Medienbildung*
- BA-Studiengang mit 6 Semestern RSZ seit WS 2004/05
  - 209 Absolventen bis zum Stichtag 30.6.2014
- MA-Studiengang mit 4 Semestern RSZ seit WS 2007/08
  - 60 Absolventen, davon haben 42 zuvor den BA Medienbildung absolviert
- Absolventenzahl (Grundgesamtheit): 227 Personen
- Angestrebt war eine Vollerhebung

## 2. ECKDATEN DER MADGEBURGER STUDIE

- Methode: Online-Fragebogen (SoSciSurvey.de)
  - Fragebogen u.a. am Muster des Kooperationsprojekts Absolventenstudien (KOAB) der Uni Kassel orientiert
  - Ermittlung aller aktuellen Mailadressen als Basis
  - Teilnehmer erhielten individualisierten Zugang per Serienmailfunktion des Online-Tools
  - Pretests: 17.8.-21.8.2014 (Papier) und 21.8.-30.8.2014
  - Erhebungszeitraum: 4.9. bis 3.10.2014
- Rücklauf: 191 Fragebögen (84,1%)
- Bereinigter Datensatz: 187 Fälle (Ausschöpfung 82,4%)
- Repräsentativität: keine auffälligen Unterschiede zwischen Grundgesamtheit und Stichprobe bei den Merkmalen absolvierter Studiengang, Geschlecht und Jahr des Studienabschlusses



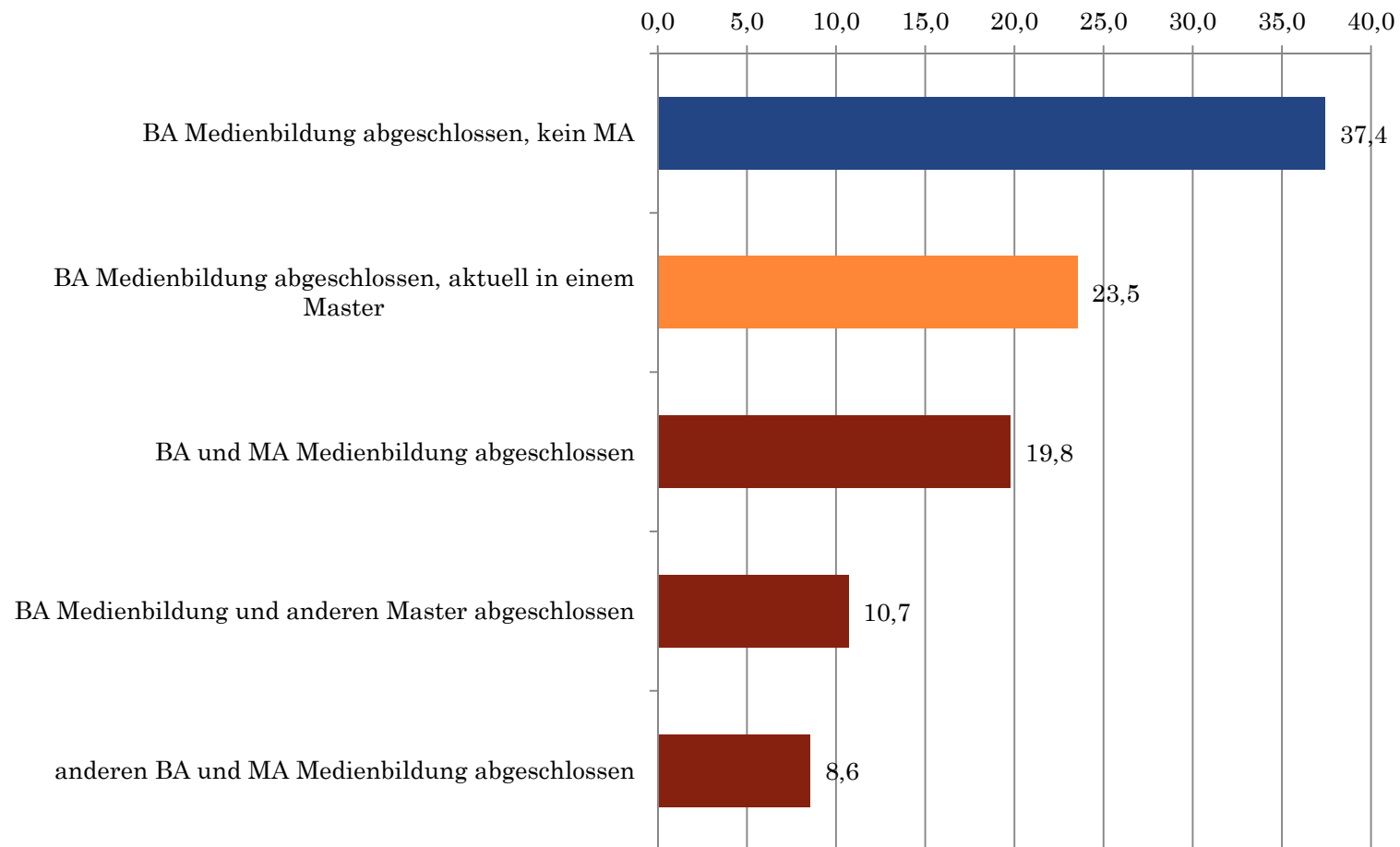
### 3. KONZEPT DES STUDIENPROGRAMMS

*Medienbildung: Audiovisuelle Kultur und Kommunikation*

- Grundständiger **BA-Studiengang**, 35 Studienplätze (örtlicher NC seit WS 2005/06)
- Konsekutiver **MA-Studiengang**, ca. 25 Studienplätze
- Medienpädagogische Hauptfachstudiengänge des IEW
  - Fokus neue Informations- und Kommunikationstechnologien
  - Schwerpunkte: Internet & Film, Game Studies, Visualisierung (nur BA), Mediale Marktkommunikation (nur MA)
  - Integration von Grundlagen der Informatik im Pflichtbereich
  - Starke Projektorientierung (prozedurales Wissen) im BA
  - Reflexion auf sozial-kulturelle Implikationen (Analyse von Medien und Medienkulturen)
  - Forschungsorientierter MA
- Vermittlung eines Basisbestands an Wissen über
  - medial mitkonstitutierte soziale Zusammenhänge
  - Methoden zur Thematisierung und Analyse medial mitkonstituierter sozial-kultureller Phänomene

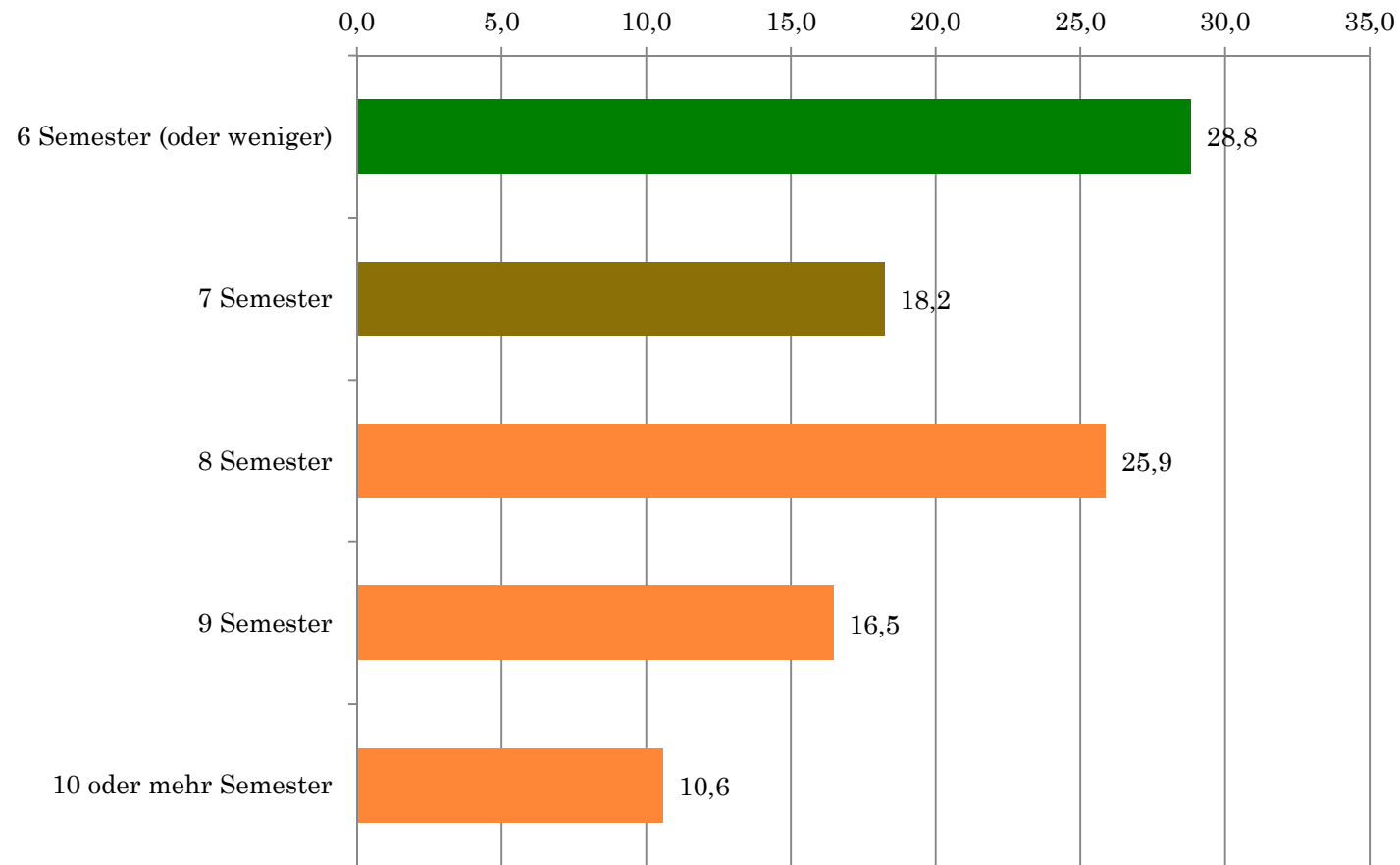
## 4. STUDIENMERKMALE DER ABSOLVENTEN

**Abgeschlossene Studiengänge (n=187) – Prozent der Fälle**



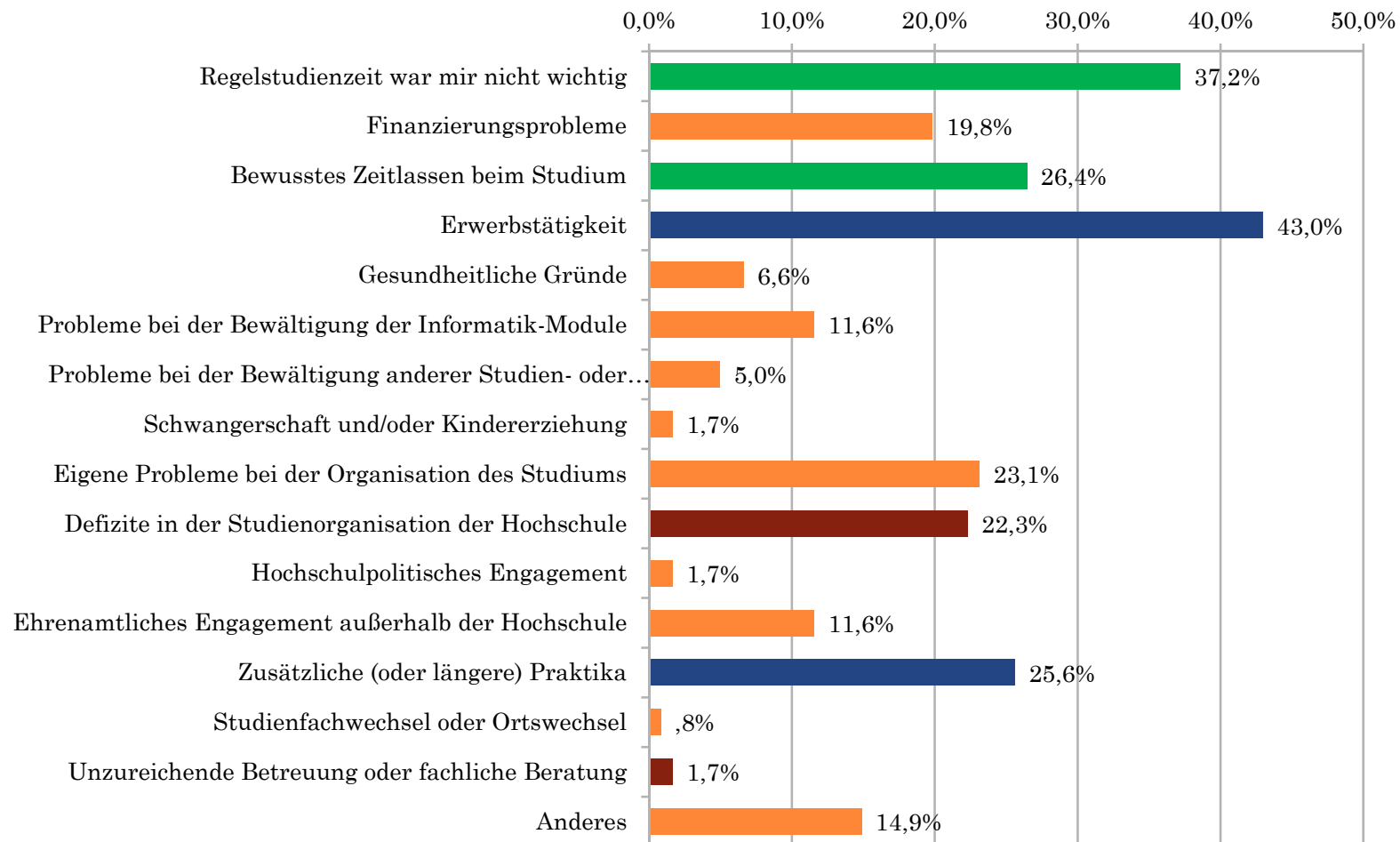
## 4. STUDIENMERKMALE DER ABSOLVENTEN

**Studiendauer BA MeBi (n=170) - in Prozent**



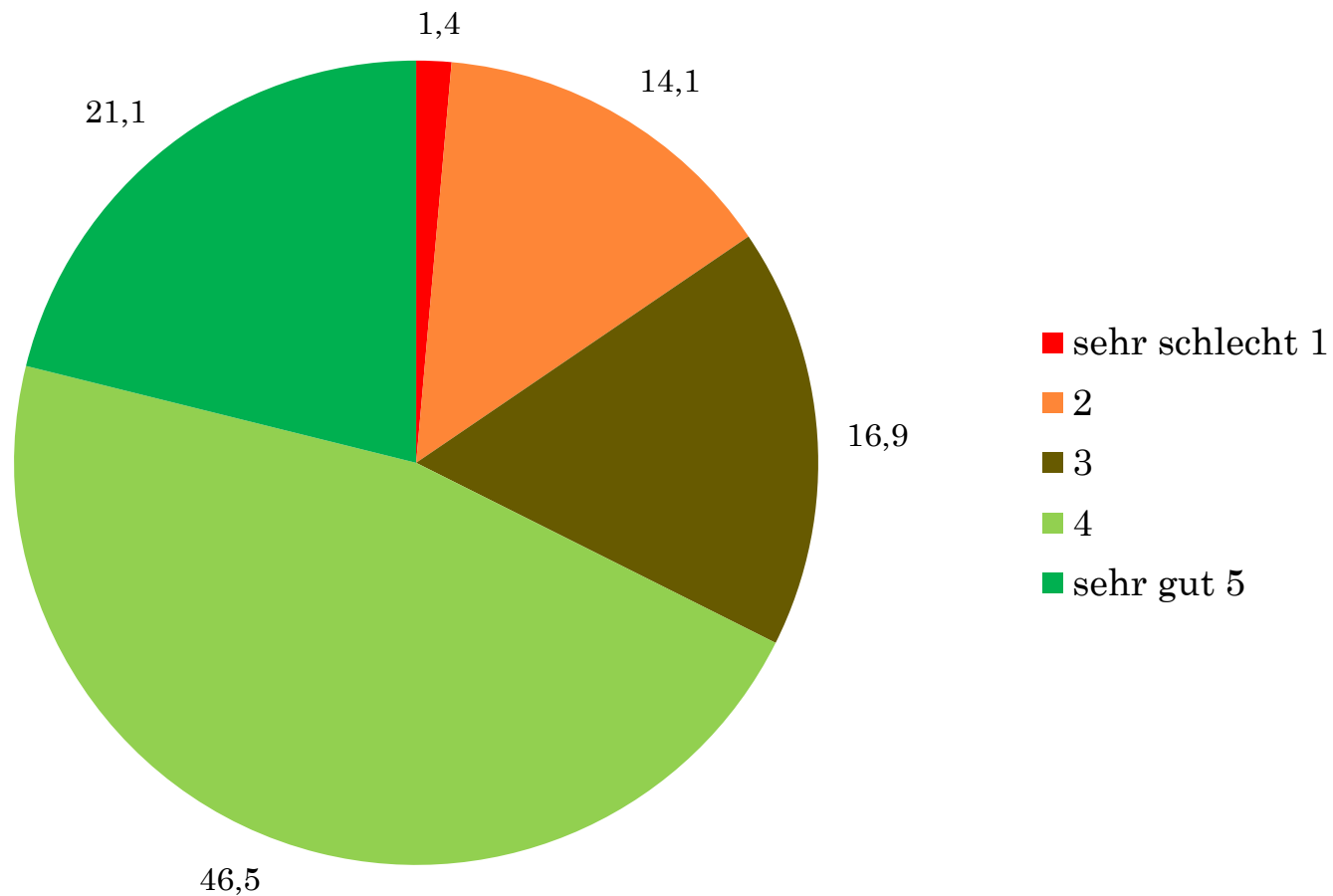
# 4. STUDIENMERKMALE DER ABSOLVENTEN

**Gründe für Überschreitung der RSZ im BA MeBi (n=121)**  
(Mehrfachnennung möglich)



## 4. STUDIENMERKMALE DER ABSOLVENTEN

Wie gut vorbereitet durch BA-Studium auf Master (n=71) -  
Prozent der Fälle



Mittelwert: 3,72

## 4. STUDIENMERKMALE DER ABSOLVENTEN

BA als Vorbereitung auf MA nach Studiengangskombination  
 Ratingskala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut)

| Wie gut fühlten Sie sich durch Ihr BA-Studium auf das folgende MA-Studium vorbereitet? | alle      |             | BA und MA MeBi | anderer BA, MA MeBi | BA MeBi, anderer MA |
|--|-----------|-------------|----------------|---------------------|---------------------|
|  | Anzahl    | %           | %              | %                   | %                   |
| 1 & 2 (sehr schlecht & schlecht)   | <b>11</b> | <b>15,5</b> | <b>11,4</b>    | <b>25,0</b>         | <b>15,0</b>         |
| 3  | 12        | 16,9        | 5,7            | 18,8                | 35,0                |
| 4 & 5 (gut & sehr gut)   | <b>48</b> | <b>67,6</b> | <b>82,9</b>    | <b>56,3</b>         | <b>50,0</b>         |
| Gesamt (Prozent)   |           | 100,0       | 100,0          | 100,0               | 100,0               |
| Gesamt (Anzahl)  | 71        |             | 35             | 16                  | 20                  |

## 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION

| Welche Art von Beschäftigung haben Sie unmittelbar nach dem Abschluss Ihres (letzten) Studiums aufgenommen?<br>(Mehrfachnennung möglich) | Anzahl     | Prozent      | davon zugleich arbeitssuchend (n) |
|--|------------|--------------|-----------------------------------|
| Regulär berufstätig als Angestellte/r  | 63         | 44,1         | 5                                 |
| Freiberufliche/selbstständige Beschäftigung  | 31         | 21,7         | 5                                 |
| Gelegenheitsjob  | 12         | 8,4          | 5                                 |
| Volontariat  | 11         | 7,7          | 1                                 |
| Praktikum  | 31         | 21,7         | 7                                 |
| Fort- oder Weiterbildung   | 4          | 2,8          | 1                                 |
| Promotionsvorhaben begonnen  | 6          | 4,2          | 0                                 |
| Beschäftigung als Trainee  | 4          | 2,8          | 0                                 |
| Geringfügige Beschäftigung   | 9          | 6,3          | 1                                 |
| Arbeitssuchend   | 29         | 20,3         | 0                                 |
| Sonstiges  | 11         | 7,7          | 1                                 |
| <b>Gesamt</b>  | <b>211</b> | <b>147,6</b> | <b>26</b>                         |

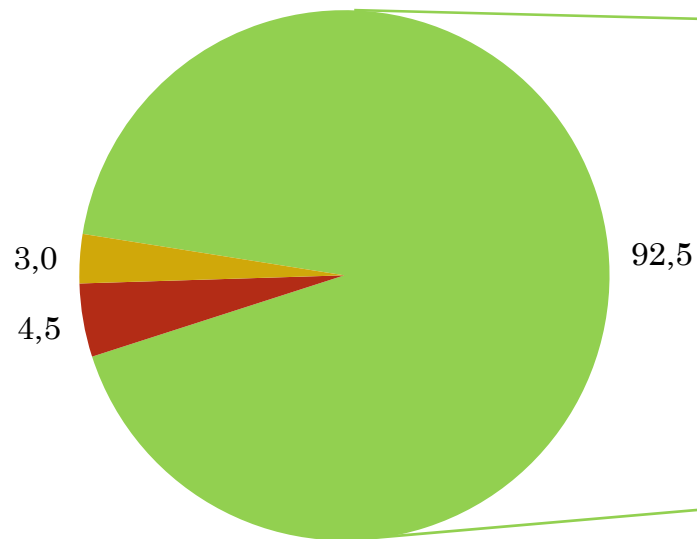
## 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION

Gefragt wurde nach der ersten Beschäftigung (auch freiberuflich),  
der nicht nur übergangsweise nachgegangen wurde



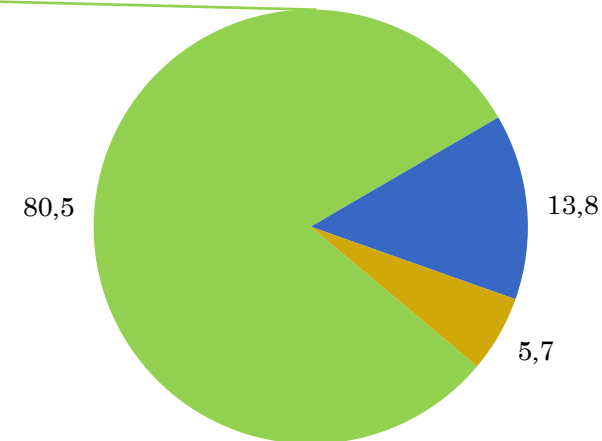
## 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION

**Aktuelle Stellensituation**  
(n=134) - Prozent der Fälle



- habe aktuell eine Stelle/Beschäftigung
- bin derzeit arbeitssuchend
- bin derzeit aus persönlichen Gründen nicht berufstätig

**Umfang der aktuellen Stelle/Beschäftigung**  
(n=123) - Prozent der Fälle



- Vollzeitbeschäftigung
- Teilzeitarbeitsstelle
- Sonstiges

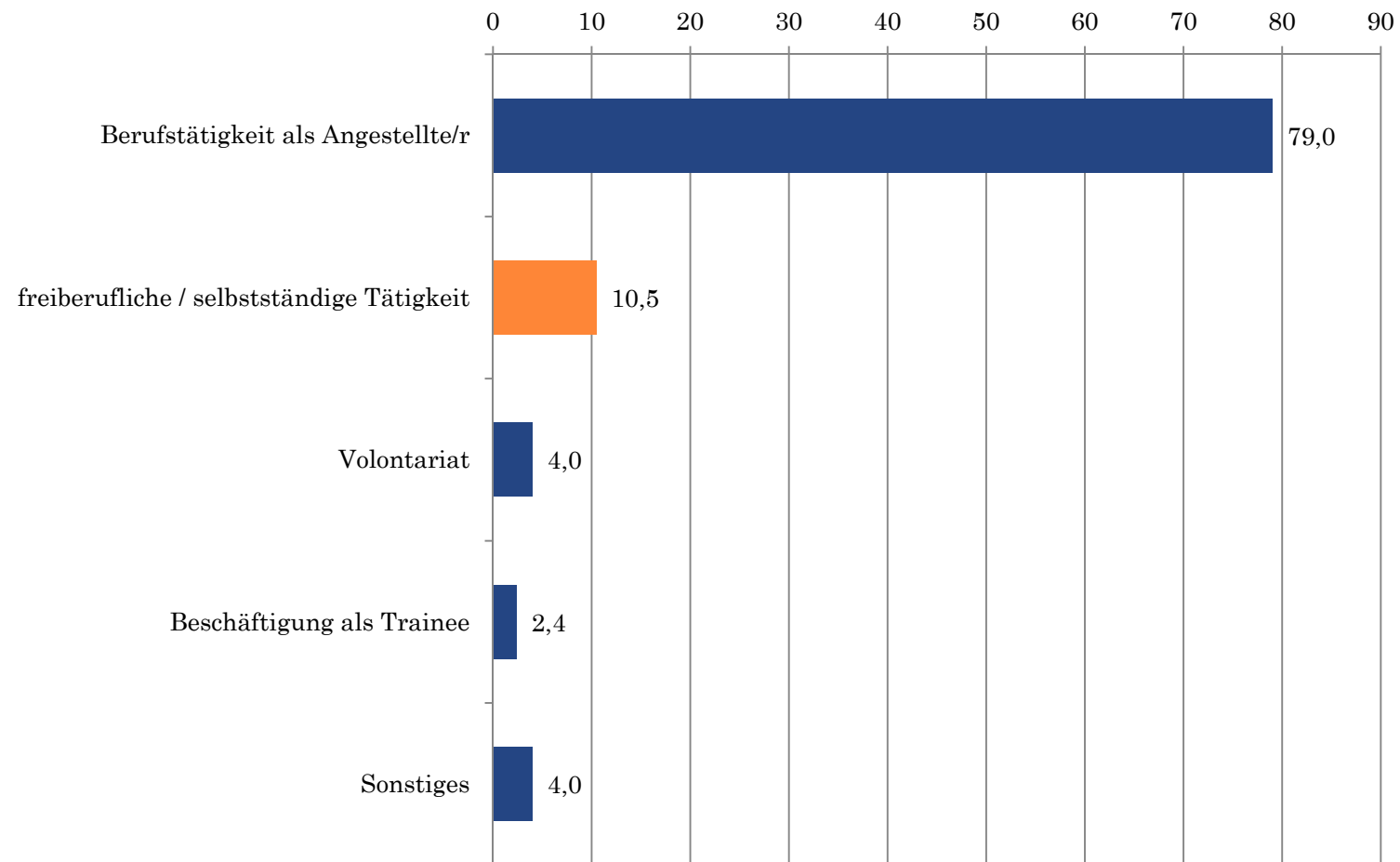
## 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION

| Ist Ihre derzeitige Arbeitsstelle befristet? | Anzahl | Prozent |
|--|--------|---------|
| nein, unbefristet                            | 81     | 65,9    |
| ja, befristet (max. 6 Monate)                | 6      | 4,9     |
| ja, befristet (max. 1 Jahr)                  | 18     | 14,6    |
| ja, befristet (max. 2 Jahre)                 | 10     | 8,1     |
| ja, befristet (über 2 Jahre)                 | 8      | 6,5     |
| Gesamt                                       | 123    | 100,0   |

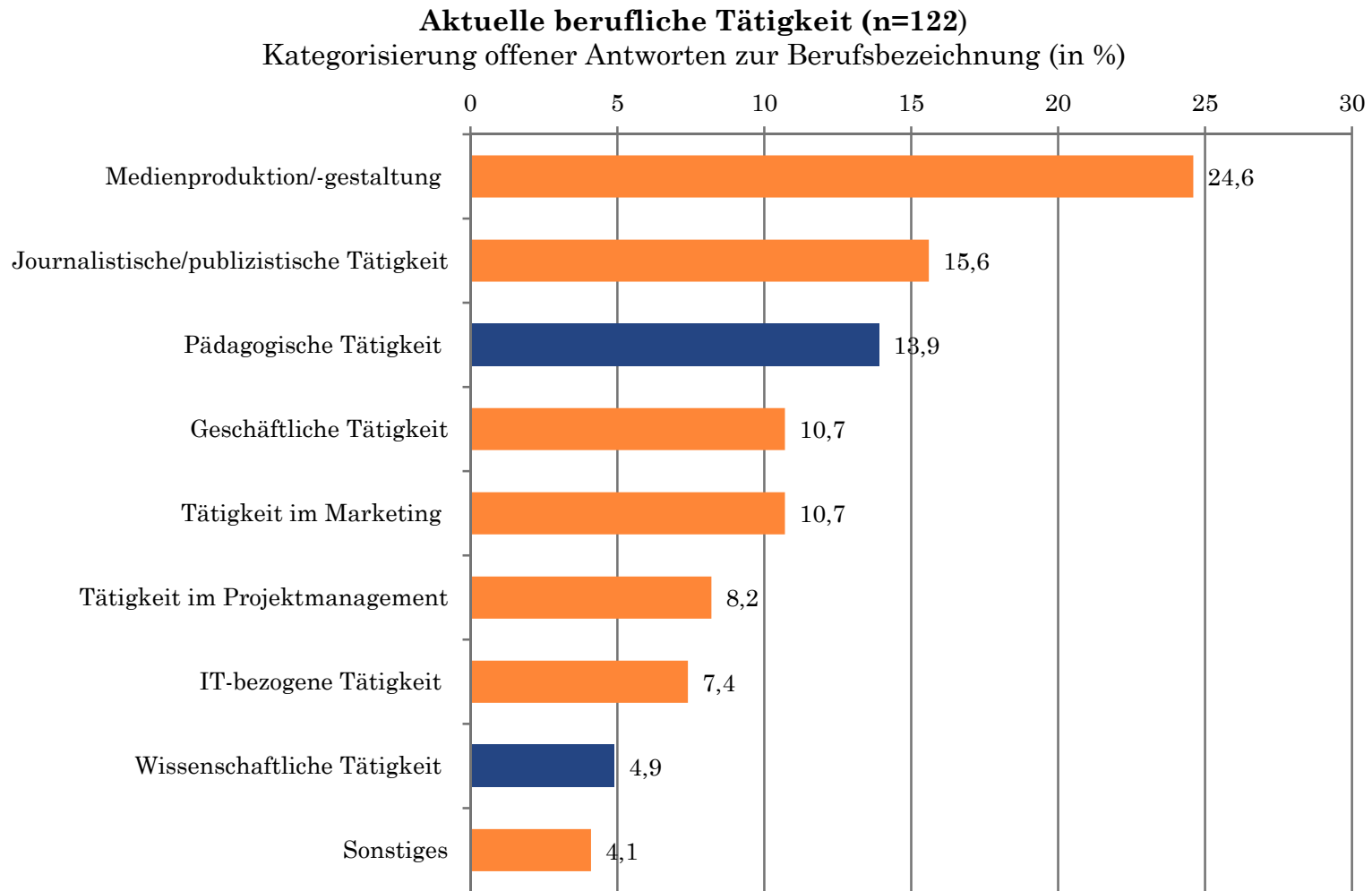
- Verknüpfung der Angaben zum Stellenumfang und zur Befristung: 58,2% sind unbefristet und in Vollzeit beschäftigt (ohne freiberuflich Tätige: 52,2%)
- Repräsentativerhebung 2001: Diplomabsolventen 46,0% und Magisterabsolventen 46,8% (vgl. Fuchs 2004, S. 81)

## 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION

Art der Beschäftigung (n=124) - Prozent der Fälle

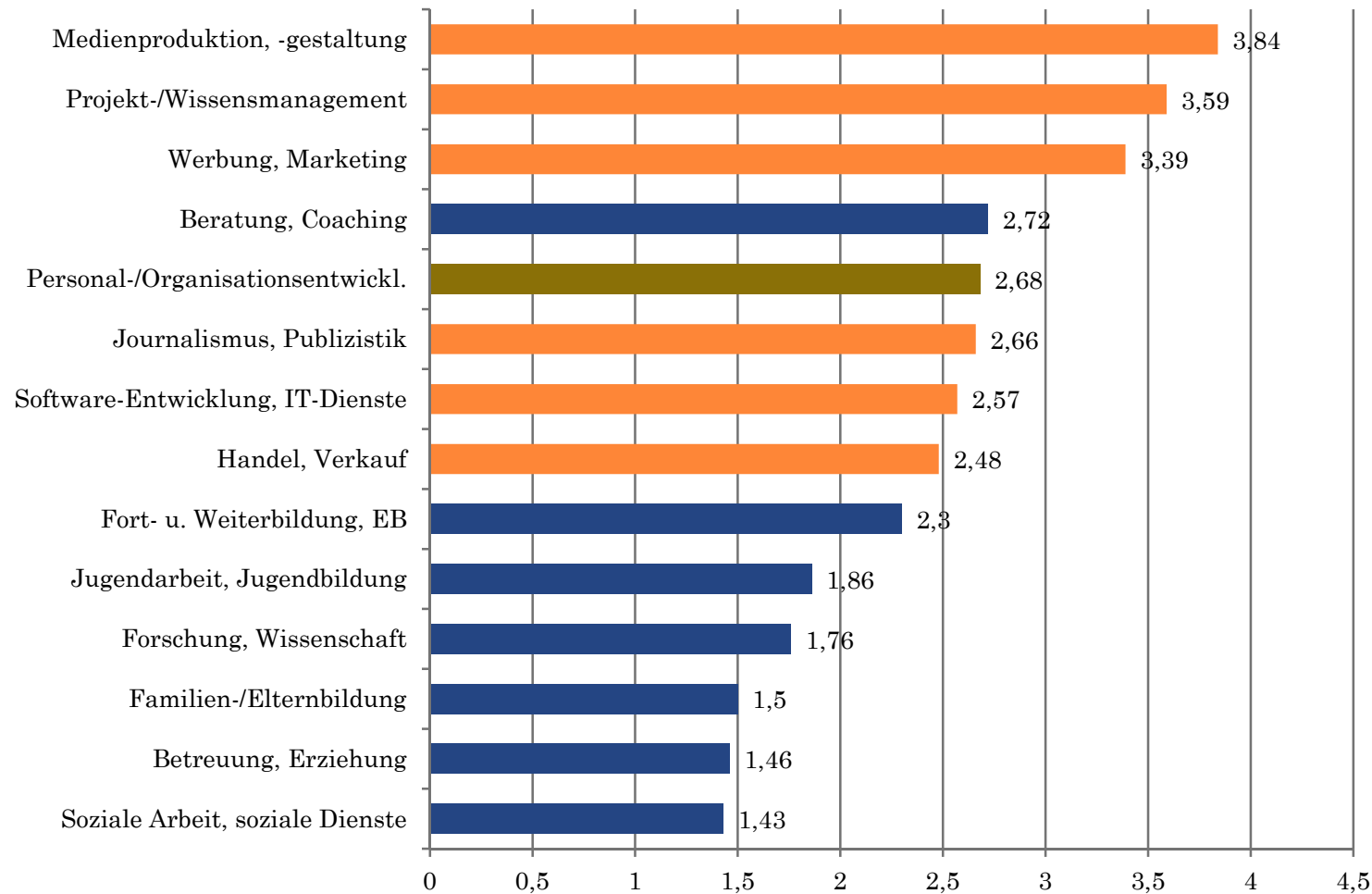


# 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION

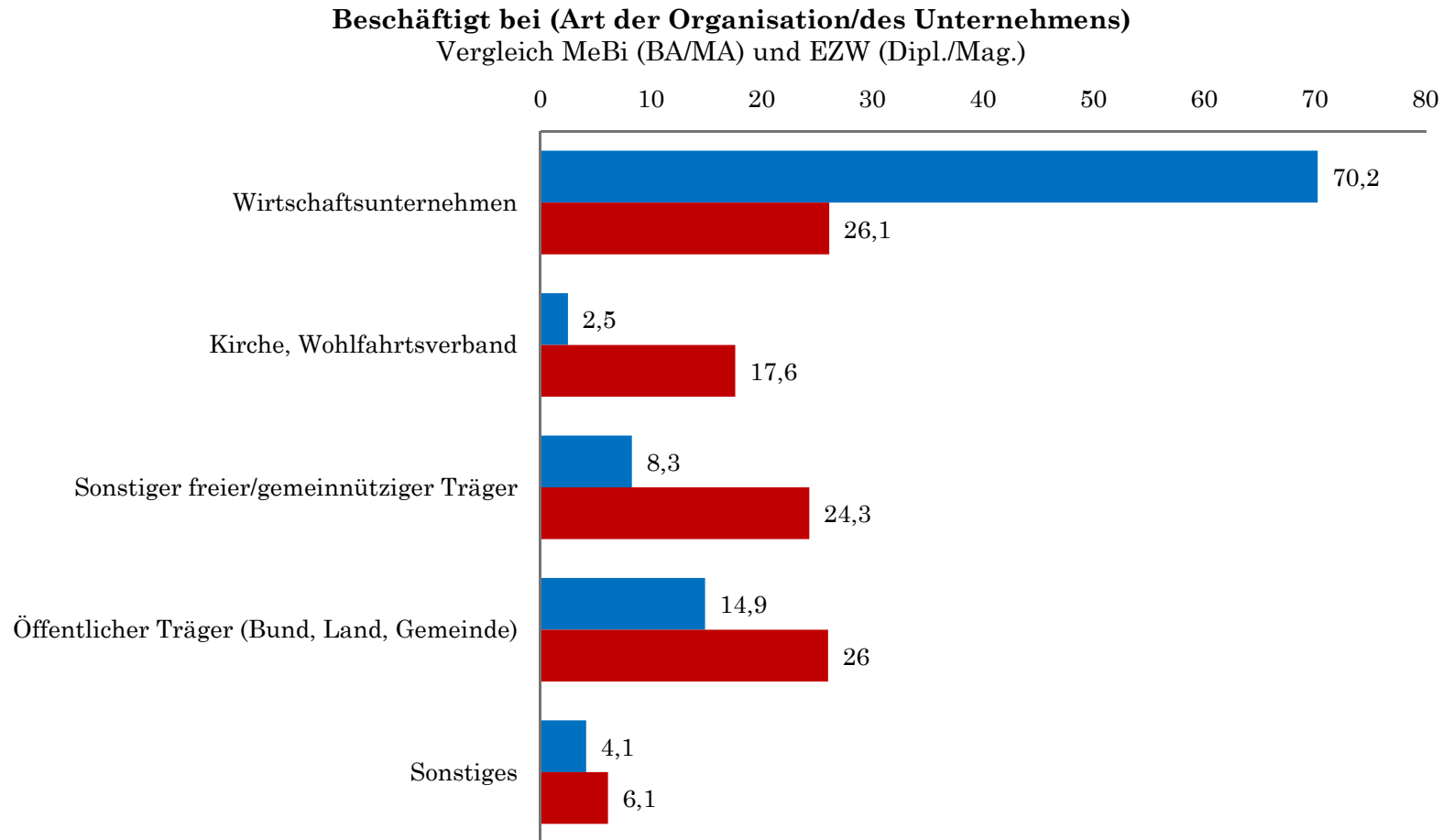


# 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION

**Art der Tätigkeiten (Mittelwerte)**  
Ratingskala 1 (gar nichts) bis 5 (sehr viel)



# 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION



**Blaue Balken:** Absolventen Medienbildung (n=121)

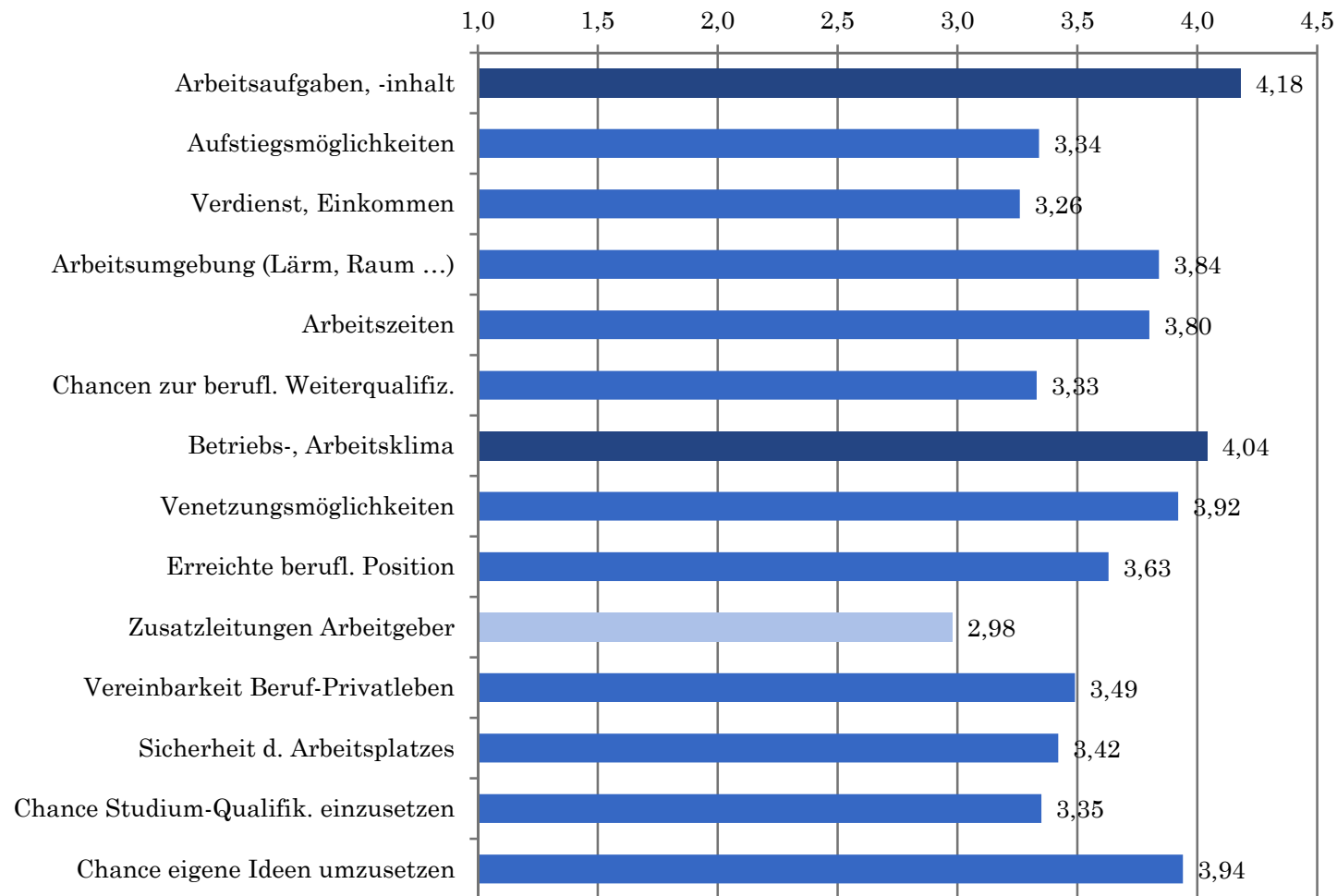
**Rote Balken:** Absolventen erziehungswissenschaftlicher Diplom- und Magisterstudiengänge (vgl. Fuchs 2004, S. 84)

## 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION

| Vergleich Herkunft und akt. Arbeitsort (in Prozent) | Akt. Arbeitsort | Herkunft |
|---|-----------------|----------|
| Ausland   | 5,6             | 0,8      |
| Baden-Württemberg                                   | 3,2             | 2,4      |
| Bayern  | 1,6             | 0,8      |
| Berlin  | 25,0            | 4,9      |
| Brandenburg   | 3,2             | 3,3      |
| Hessen  | 2,4             | 0,0      |
| Hamburg   | 3,2             | 0,0      |
| Mecklenburg-Vorpommern                              | 1,6             | 0,8      |
| Niedersachsen                                       | 4,0             | 6,5      |
| Nordrhein-Westfalen                                 | 6,5             | 5,7      |
| Sachsen   | 7,3             | 4,1      |
| Sachsen-Anhalt                                      | 33,1            | 67,5     |
| Schleswig-Holstein                                  | 3,2             | 0,0      |
| Thüringen   | 0,0             | 3,3      |
| Gesamt (Prozent)                                    | 100,0           | 100,0    |
| Gesamt neue Bundesländer (ohne Berlin) (%)          | 45,2            | 79,0     |
| Gesamt (Anzahl)                                     | 124             | 123      |

# 5. MERKMALE DER BERUFLICHEN SITUATION

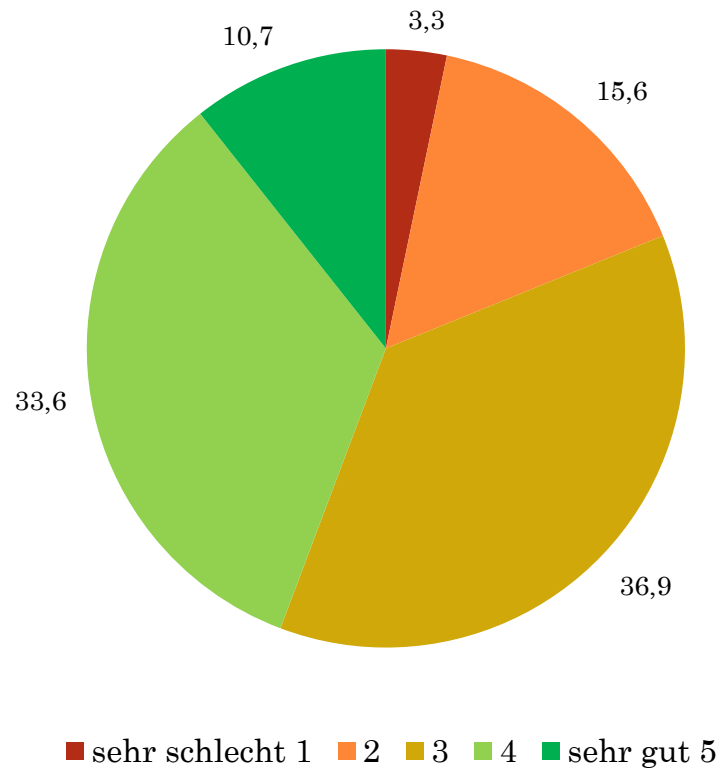
## Arbeitszufriedenheit - Mittelwerte (Skala 1 bis 5)



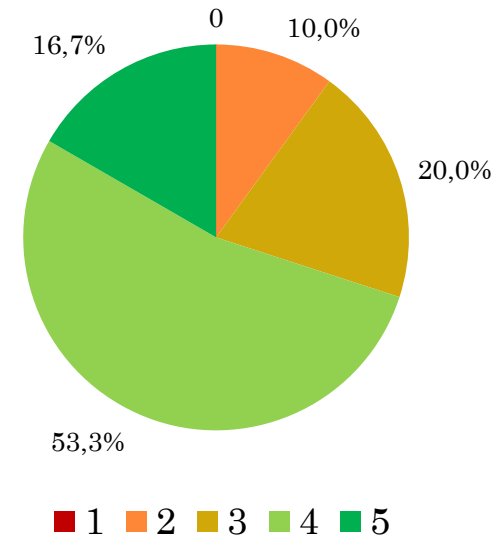


# 5.1 STUDIUM UND BERUFSTÄTIGKEIT

**Wie gut durch Studium MeBi  
vorbereitet auf aktuelle Tätigkeit -  
Prozent aller Fälle (n=122)**



**Wie gut durch Studium MeBi  
vorbereitet auf aktuelle Tätigkeit  
- Prozent der Fälle (BA & MA MeBi  
abgeschlossen; n=30)**



## 6. ZUSAMMENFASSUNG

- Erste Auswertungen mit deskriptivem Fokus
- Übergang in Beruf scheint überwiegend innerhalb eines Jahres zu gelingen
  - 27,5% haben bereits vor Studienabschluss eine Beschäftigung, die keine Übergangstätigkeit ist
  - 15% Einstieg über Praktikum
- Berufssituation mehrheitlich nicht prekär
  - Lediglich 4,5% aktuell arbeitssuchend
  - 80% der Berufstätigen Vollzeit beschäftigt
  - 52% der Beschäftigten unbefristet vollzeitbeschäftigt (ohne freiberuflich Tätige) – 6% mehr als bei Diplom- und Magisterabsolventen EZW (vgl. Fuchs 2004)
  - Beachtenswert auch weil 45% der Absolventen in den neuen Bundesländern (ohne Berlin) berufstätig sind

## 6. ZUSAMMENFASSUNG

- Absolventen sind vielfach nicht primär pädagogisch (im Sinne von Erziehen, Unterrichten, Bilden) tätig
  - 14% geben eine pädagogische Berufsbezeichnung an
  - Aber hohe Relevanz übergeordneter Tätigkeiten (z.B. Projekt- und Wissensmanagement)
  - Mehrheit ist in der Medien- und Kommunikationsbranche tätig (53%)
  - Absolventen erschließen in erstaunlichem Umfang Berufsfelder in der Privatwirtschaft
- Absolventen fühlen sich auf die Tätigkeiten durch das Studium relativ gut vorbereitet
  - Alle Absolventen: 44,3% gut oder sehr gut
  - Wenn BA und MA Medienbildung absolviert wurde, steigt der Wert auf 70%
- Insgesamt hohe Arbeitszufriedenheit, vor allem bezogen auf die Inhalte und Aufgaben (MW=4,2)

## 6. LITERATUR

- Aufenanger, S. (2003), MedienpädagogInnen im Beruf – Ergebnisse einer empirischen Studie. In N. Neuß (Hrsg.), *Beruf Medienpädagoge* (S. 55-66). München: Kopaed.
- Bauer, P. u.a. (2012). *Berufsfeldstudie Medienpädagogik*. Eine Studie der AG Medienpädagogik am Institut für Erziehungswissenschaft der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Online: <http://www.blogs.uni-mainz.de/medienpaedagogik/berufsfeldstudie-medienpaedagogik/> (zuletzt geprüft: 3.3.2015).
- Fuchs, K. (2004). Magister-PädagogInnen im Beruf. Empirische Befunde einer bundesweiten Befragung. In H.-H. Krüger & T. Rauschenbach (Hrsg.), *Pädagogen in Studium und Beruf* (S. 75-105). Wiesbaden: VS.
- Hugger, K.-U. (2008). Berufsbild und Arbeitsmarkt für Medienpädagogen. In U. Sander, F. von Groß & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 564-570). Wiesbaden: VS.
- Krüger, H.-H. & Rauschenbach, T. (Hrsg.) (2004). *Pädagogen in Studium und Beruf. Empirische Bilanzen und Zukunftsperspektiven*. Wiesbaden: VS.
- Rauschenbach, T. & Züchner, I. (2004). Das Ende einer Erfolgsgeschichte? Zur Zukunft pädagogisch-sozialer Berufe. In H.-H. Krüger & T. Rauschenbach (Hrsg.), *Pädagogen in Studium und Beruf* (S. 277-284). Wiesbaden: VS
- Schorb, B. (1989). Berufsbild, Berufsfeld, Arbeitsfeld? Was sollen, können und sind Medienpädagogen, wer braucht sie und wer will sie? In *merz* 43(1), S. 46-47.