

218

Angebotsplanung – eine dialogische Reflexion zu Hans Tietgens

Karin Dollhausen, Christina Müller

1. Einleitung

Am 23. Oktober 2009 fand in der Humboldt-Universität zu Berlin ein Kolloquium zu Ehren des am 08. Mai 2009 verstorbenen Hans Tietgens statt. Hans Tietgens (* 17. Mai 1922 in Langenberg) prägte als Leiter der Pädagogischen Arbeitsstelle (PAS) des Deutschen Volkshochschul-Verbandes (DVV), der Vorläuferinstitution des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung e.V. (DIE), und als Honorarprofessor an der Philipps-Universität Marburg die Entwicklung der Erwachsenenbildung in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg in entscheidender Weise mit. Tietgens hat sich sowohl praktisch gestaltend als auch theoretisch reflektierend mit zentralen Fragestellungen der Erwachsenenbildung befasst und so zur Ausdifferenzierung der Profession und Disziplin der Erwachsenenbildung Wesentliches geleistet.¹

Im Zentrum des Berliner Kolloquiums für Hans Tietgens standen seine Schriften. Es ging darum, sie aus heutiger Sicht zu interpretieren und einer jüngeren Generation zugänglich zu machen. Hierzu wurden Vertreterinnen und Vertreter der Disziplin gewonnen, die nach eigenen Relevanzsetzungen einen Text von Hans Tietgens auswählen, ihn interpretativ vorstellen und in die Diskussion bringen sollten. Wir, die Autorinnen des vorliegenden Beitrags, entschieden uns für die Auslegung des folgenden Aufsatzes, da dieser, wenn auch schon vor fast 30 Jahren erschienen, heute immer noch wichtige Impulse gibt: Hans Tietgens: Angebotsplanung. In: Nuissl, E. (Hrsg.): Taschenbuch der Erwachsenenbildung. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, 1982. S. 122–144.

2. Angebotsplanung als Suchbewegung

Der Text „Angebotsplanung“ dokumentiert eindrücklich die Arbeitsweise von Hans Tietgens: Aus einer intensiven Auseinandersetzung mit den verschiedenen themenbezogenen Denkströmungen seiner Zeit heraus entwickelt Tietgens zunächst eine Lesart der Begriffe von „Angebot“ und „Angebotsplanung“, die die besondere Verfasstheit der Erwachsenenbildung als gesellschaftlich gewünschtes und erforderliches, auf freiwilliger Teilnahme basierendes Bildungsangebot kenntlich macht. Im weiteren Verlauf des Textes führt Tietgens dann vor, wie die Angebotsplanung im Schnittpunkt von pädagogischen Angebotsinteressen und individuellen Bildungsbemühungen etabliert werden kann.

Wie lässt sich die Argumentation von Hans Tietgens nun rekonstruieren, ohne zu einem komplexen Text einen vielleicht noch komplexeren kommentierenden Beitrag zu liefern? – Ausgehend von dieser Frage schlagen die Autorinnen vor, einmal von der gewohnten Form des Fließtextes abzuweichen und stattdessen eine Art dialogische Reflexion zu konstruieren, die sich von den Inhalten des ausgewählten Textes von Hans Tietgens inspirieren lässt und wichtige Argumentationslinien des Textes nachzeichnet. Das Ergebnis einer solchen dialogischen Reflexion ist im Folgenden dargelegt.

Stellen wir uns zwei Studentinnen mit unterschiedlichen Erfahrungen vor, die an einem Seminar zum Thema „Erwachsenenbildung als Dienstleistung“ teilneh-

¹ vgl. Nachruf zum Tod von Hans Tietgens. In: DIE-Zeitschrift (2009) 3, S. 52ff. / URL: http://www.diezeitschrift.de/32009/Tietgens_Nachruf.pdf [Stand: 23.07.2010]

men. Nach dem Seminar entwickelt sich zwischen den beiden folgendes Gespräch:

Sag mal, die Erwachsenenbildung bewegt sich doch genauso auf einem Markt, wie andere Dienstleistungen auch. Warum haben die Erwachsenenpädagogen² denn solche Schwierigkeiten damit? Das ist doch eine einfache Sache – die Nachfrage bestimmt das Angebot!

Ja, natürlich bewegt sich die Erwachsenenbildung auch auf einem Markt. Das heißt, sie ist auch von entsprechender Nachfrage abhängig. Doch wäre es zu kurz gedacht, wenn man Bildungsangebote ausschließlich als durch die Nachfrage bestimmt betrachten würde.

Ja, aber wenn das so ist, wozu dann der Angebotsbegriff? Der verweist doch auf den Zusammenhang von Angebot und Nachfrage.

Das sicher auch, aber eben nicht nur. Nach Tietgens ist der Angebotscharakter der Erwachsenenbildung grundlegender zu verstehen. Es geht nicht nur um den Markt und die Nachfrage. Denn Erwachsenenbildung erfüllt schließlich auch eine gesellschaftliche Bildungsfunktion. Das bedeutet, dass Bildung nicht nur für eine zahlungsbereite Kundschaft möglich gemacht werden darf, sondern auch für so genannte Bildungsferne mit zumeist geringer Kaufkraft als Angebot realisiert werden muss.

Ja genau, es sollen ja nicht nur die an Erwachsenenbildung teilnehmen, die ihr ganzes Lebens lang schon eine Nähe zur Bildung hatten und für die es selbstverständlich ist, in Bildung zu investieren. Es sollen auch die an Bildung teilnehmen können, die sich keine teuren Privatkurse leisten können.

Stimmt, auch und gerade für diese Gruppen soll und muss Erwachsenenbildung ein Angebot sein. Daher erklärt sich für Tietgens der Angebotscharakter der Erwachsenenbildung zunächst und vor allem aus der Tatsache der freiwilligen Teilnahme an Erwachsenenbildung. Oder wie Lenzen und Luhmann (1997) es einmal gesagt haben: „Erziehung ist eine Zumutung, Bildung ein Angebot. Wem ein System, die Politik zum Beispiel, keine Erziehung zumuten will, dem kann es Bildung anbieten“ (Lenzen/Luhmann 1997, S. 7). Für Tietgens ist es deshalb ganz wichtig, dass die Erwachsenenbildung ihre Angebote in Orientierung an gesellschaftlichen Bildungsbedarfen und individuellen Lernbedürfnissen plant und realisiert – und eben nicht nur danach, was erfahrungsgemäß gut nachgefragt wird. Die praktische Herausforderung des Angebotscharakters der Erwachsenenbildung liegt darin, die Wahrscheinlichkeit der Bildungsteilnahme in allen Bevölkerungsgruppen zu erhöhen.

Faktisch ist es aber doch so, dass gerade die Leute, die du bildungsfern nennst, nicht teilnehmen und schon gar nicht an organisierter Erwachsenenbildung – egal was man macht!

Ja, das belegen leider die einschlägigen Studien zur Bildungsteilnahme immer wieder, und da kann man als engagierte Pädagogin schon ziemlich enttäuscht sein. Dennoch steckt in dem, was du gesagt hast, auch ein kleiner Denkfehler: Du hast jetzt so getan, als ob du von der pädagogischen Seite aus, also mit der Angebotsplanung, zugleich die Nachfrage bzw. Teilnahme bestimmen kannst.

Und wo ist da der Denkfehler?

In dem Gedanken, dass man durch das Angebot die Teilnahme mehr oder weniger zielgerichtet beeinflussen kann. In diesem Gedanken steckt eine Kausalität

² Wir verwenden hier und im Folgenden nur aus Gründen der besseren Lesbarkeit die männliche Form.

220

und Einlinearität, die die Komplexität der Anbieter-Teilnehmer-Beziehung nicht berücksichtigt. Tietgens stellt das ganz deutlich heraus. Er sensibilisiert seine Leserschaft für die Unwahrscheinlichkeit des Unterfangens, allein von der Angebotsseite aus die Bildungsteilnahme in einer gewünschten Weise beeinflussen zu wollen. Stattdessen betont er, dass das Angebot bzw. die Angebotsplanung eher eine Art Suchbewegung ist, die darauf gerichtet ist, den Lernbedürfnissen und Bildungserwartungen in der Bevölkerung zu begegnen. Gleichzeitig, so Tietgens, muss davon ausgegangen werden, dass auch bei den potenziellen Teilnehmern Suchbewegungen stattfinden – in Bezug auf das für sie jeweils richtige Angebot.

Das ist wirklich eine andere Sichtweise. Tietgens spricht also davon, dass sich das Angebot und die Teilnehmer gegenseitig suchen?

Im Prinzip ja. Das kann man sich in etwa so vorstellen, wie bei der Suche nach dem richtigen Partner. Auf allen Seiten wird gesucht, auf allen Seiten bestehen Erwartungen. Das Problem ist nun, dass die Individuen auf ihrer Suche erst einmal nur mit ihren eigenen Erwartungen befasst sind. Und deshalb ist es keineswegs natürlich oder zwangsläufig, dass die Erwartungen der Partner, wenn sie sich dann finden, zueinander passen. Es ist also eher unwahrscheinlich, dass sich die richtigen Partner einfach finden.

Mal zurück zur Erwachsenenbildung: Das heißt dann, dass es auf der einen Seite eine Reihe von Angeboten gibt und auf der anderen Seite potenzielle Teilnehmer. Die suchen sich, aber es ist unwahrscheinlich, dass sie sich finden.

Ja, genau. Tietgens sagt: „Das Problem ist also, wie die beiderseitigen Intentionen des Sich-Suchens zu einem Finden führen können.“ (Tietgens 1982, S. 134) So kann man erst mal die Ausgangslage beschreiben.

Welche Rolle spielt denn dann das Angebot?

Na, eine zentrale Rolle. Denn aus pädagogischer Sicht ist erst einmal nur das Angebot eine gestaltbare Größe im Kontext dieser Suchbewegungen. Das Angebot bildet gewissermaßen die Schnittstelle der beiderseitigen Suchbewegungen und die zu gestalten ist dann die Herausforderung.

Ich verstehe – und auch wieder nicht. Denn so, wie Du das sagst, ist man ja doch wieder bei der Annahme, dass man mit dem Angebot im Prinzip die Teilnahme steuern kann.

Nein, ich denke, wir sind bei einem anderen Problem, weil der Ausgangspunkt ein anderer ist, nämlich die Unwahrscheinlichkeit eines gelingenden Zusammentreffens von Angebot, Bildungsinteresse und Nachfrage bzw. Teilnahme. Es geht nicht um Steuerung im Sinne von Beeinflussung, sondern im Sinne von Unterstützung oder Orientierung. Es geht darum, das Angebot so zu gestalten, dass es die potenziellen Teilnehmer anspricht, für die es gemacht ist, bzw. dass es an die Suchbewegungen potenzieller Teilnehmer angeschlossen ist.

Ja klar, und dann müsste das Angebot so strukturiert werden, dass es den Erwartungshorizont potenzieller Teilnehmer erreichen kann. Das Angebot muss ja verstanden werden und Interessierten eine Strukturierungs- und Entscheidungshilfe bei ihren Suchbewegungen bieten.

Genau! Das Angebot erfordert, so Tietgens, dass es über die Angabe des Bildungsinhalts hinaus weitere orientierende Hinweise bietet, die im Relevanzfilter von Adressaten erfasst werden können (vgl. a.a.O., S. 133) und so motivierend wirken.

Also, wenn ich nun davon ausgehe, dass für einen potenziellen Teilnehmer nicht nur wichtig ist, was er in einer Bildungsveranstaltung lernen kann, sondern auch, was von ihm an Motivation und Beteiligung erwartet wird, dann muss das Angebot solche Informationen enthalten.

Ja. Tietgens spricht hier von dem Erfordernis, dass in der Angebotsplanung auch bedacht werden muss, wie ein Angebot präsentiert werden kann und wie dabei die Eigenart des Angebots zu erkennen gegeben werden kann (vgl. a.a.O., S. 134f.). Tietgens fordert hier speziell, auch die vorgesehene Mitarbeit der Teilnehmer am Bildungsprozess in der Angebotspräsentation kenntlich zu machen (vgl. a.a.O., S. 138).

Aber widerspricht das nicht dem Prinzip der Mit- und Selbstbestimmung des Lernenden, wenn das Angebot von Anfang an vorgibt, welche Art der Beteiligung von ihm erwartet wird?

Theoretisch ja – aber stell' dir mal praktisch ein Angebot vor oder einen Ankündigungstext in einem Programmheft, in dem gerade mal der Titel von einer Veranstaltung auftaucht – reicht dir das, um deine Entscheidung zu treffen?

Hmm – nein, da kriege ich meine Relevanzfilter noch nicht drauf eingestellt. Wenn ich wirklich für mich, also nach meinen Kompetenzen und meinem Bildungsinteresse entscheiden soll, brauche ich dann doch mehr Informationen. Also ich will mindestens wissen, „welches Wissen wird geboten? – welches Können wird vermittelt? Und – was kann ich mit dem Gebotenen bzw. dem Gelernten anfangen?“ (a.a.O., S. 135).

Das sieht Tietgens genauso. Der Angebotscharakter der Erwachsenenbildung macht solche Vorgaben unumgänglich. Denn nur so können die Suchbewegungen der Adressaten orientiert werden und zwar im Hinblick darauf, dass diese selbstbestimmt ihre Entscheidungen treffen können.

Und wie steht es mit der Teilnehmerorientierung? Wie geht Tietgens damit um?

Die ist bei Tietgens immer schon mitgedacht, weil nicht nur auf der Makroebene der Angebots- und Programmstruktur Teilnehmererwartungen eruiert und reflexiv aufgegriffen werden müssen. Auch bei der Durchführung von Veranstaltungen gebietet der Angebotscharakter, dass die Situation und das Erleben der Teilnehmer angemessen berücksichtigt werden. Tietgens betont hier die Erfahrungsorientierung als Planungskriterium auf mikrodidaktischer Ebene.

Wenn das so ist, dann ist Tietgens vielleicht doch ein verkappter Verteidiger der Markt- und Dienstleistungsorientierung? Ein Angebot ist dann gut, wenn es die Erwartungen der Teilnehmer trifft und wenn sich diese beim Besuch von Bildungsveranstaltungen in ihrer Erfahrung bestätigt fühlen und zufrieden sind.

Nein, nein, das kann man nun nicht behaupten. Im Gegenteil: Tietgens wendet sich gegen ein solches Missverstehen von Teilnehmerorientierung. Denn das unterstützt letztlich nicht das Lernen im Sinne einer Verhaltensänderung. Wenn Veranstaltungen zu wenig auf die Inhalte und zu stark auf die Erfahrung der Teilnehmer rekurrieren, dann liegt nach Tietgens die Gefahr nahe, „dass es nur zu Selbstbestätigung kommt und dass anstelle von Fachidioten Erlebnisidioten hervorgebracht werden“ (a.a.O., S. 141).

Aha – jetzt wird auch klar was Tietgens mit dem Satz meint: „Bildung ist kein verkaufbares Gut, sondern ein Prozess, den durchzustehen Hilfen angeboten werden“ (a.a.O., S. 134). Die Leute müssen sich beim Lernen halt anstrengen, da geht kein Weg dran vorbei. Und die Motivation zu schaffen, sich darauf einzulassen, ist die Aufgabe des Angebots. Ein gutes Angebot ist also eines, das dem

222

Lernenden die Sicherheit verschafft, sich auf einen nicht ganz leichten Weg zu begeben, der ihn zu seinen Zielen hinführt.

Richtig. Dennoch – und darauf weist Tietgens eben auch hin – auch die besten Angebote „funktionieren“ nicht einfach in dem gerade genannten Sinn. Denn bei jedem Angebot besteht das Risiko, dass Bildungsinhalte und die Erwartungen wie Erfahrungen der Teilnehmer nicht in ein produktives Zusammenspiel kommen. Mit diesem Risiko, so Tietgens, „ist zu rechnen unabhängig davon, wie das Angebot zustande gekommen ist – auch dann, wenn das Angebot von einer Gruppe ausgeht, die etwas lernen will und dafür organisierte Formen sucht“ (a.a.O., S. 144).

Dann liegt nach Tietgens der Clou der Angebotsplanung darin, dass sie immer eine Suchbewegung bleibt und dass darin zugleich der Antrieb und die Notwendigkeit für eine fortlaufende Verbesserung der Planung und Durchführung von Angeboten zu sehen ist.

Genau. In diesem Sinne liefert Tietgens hier eine Grundlage zur theoretischen Reflexion der Angebotsplanung als einen rekursiven, sich selbst steuernden Prozess, der im Kern auf die Verbesserung der Koordination und mithin Stabilisierung von Anbieter-Teilnehmer-Erwartungen gerichtet ist. Damit gewinnt die Angebotsplanung als Kernstück des professionellen erwachsenenpädagogischen Handelns und als zentrale Voraussetzung zur Etablierung von lern- und bildungsbezogenen Erwartungsstrukturen in der Gesellschaft an Gewicht.

3. Zur Aktualität des Textes „Angebotsplanung“ von Hans Tietgens

Der von Tietgens vorgelegte Text „Angebotsplanung“ ist auch heute – fast 30 Jahre nach seiner Veröffentlichung – noch relevant und aktuell. Die vorgelegte Perspektive und Argumentation kann und sollte auch den seit den 1990er Jahren anhaltenden erwachsenenpädagogischen Diskussionen über veränderte Formen der Steuerung und Handlungskoordination in der Erwachsenenbildung (vgl. Hartz/Schrader 2008) und über neue Lehr- und Lernkulturen und damit einhergehende „Entgrenzungen“ von Lernen und Bildung (vgl. Kirchhöfer 2005, Forneck 2005) wichtige Reflexionsimpulse vermitteln – und dies vielleicht gerade weil der Text vor 28 Jahren veröffentlicht, heute wichtige Differenzenerfahrungen ermöglicht. So liefert der Text sowohl der erwachsenenpädagogischen Kritik der steigenden Markt- bzw. Nachfrageabhängigkeit der Erwachsenenbildung als auch einer einseitigen Befürwortung von partizipativen Bildungskonzepten, einer Teilnehmerorientierung und offenen Angeboten für ein selbstbestimmtes Lernen (vgl. etwa: Faulstich/Ludwig 2004) eine bemerkenswerte Möglichkeit des Nachdenkens.

Begründet argumentiert Tietgens (1982, S. 9) für eine Erwachsenenbildung, die sich ihrer Marktsituation als Ausgangslage bewusst ist und die darüber hinaus auch mit beobachten kann, dass der Markt bzw. die Weiterbildungsnachfrage keine einfach von außen an die Erwachsenenbildung herangetragene Bedingung ist. Letztlich, so Tietgens, ist der Markt bzw. die Nachfrage eine durch die Erwachsenenbildung und hier speziell durch die Angebotsplanung *selbst* miterzeugte Lage. Umso wichtiger wird es, in der Erwachsenenbildung zuzugestehen, dass sich das pädagogische Planungshandeln in Erwachsenenbildungseinrichtungen stets auf einen Markt hin orientieren muss, ohne dabei den eigenen planerischen Anspruch aufzugeben bzw. die Steuerung der Erwachsenenbildung allein den Teilnehmern zu überlassen. Denn es ist die strukturierte Form des Angebots, die es ermöglicht, dass erwartbare Lerngelegenheiten erzeugt und nutz-

bar gemacht werden, die die individuelle und kollektive Aneignung von Bildungsinhalten *und* deren jeweils subjektives Erleben als Lernen ermöglichen.

Literatur

- Faulstich, P./Ludwig J. (Hrsg.): Expansives Lernen. Baltmansweiler 2004
- Forneck, H.: Kontingenz – Transformation – Entgrenzung. Über Veränderungen im pädagogischen Feld. Rostock 2005
- Hartz, S./Schrader, J. (Hrsg.): Steuerung und Organisation in der Weiterbildung. Bad Heilbrunn 2008
- Kirchhöfer, D.: Grenzen der Entgrenzung. Lernkultur in der Veränderung. Frankfurt am Main 2005
- Lenzen, D./Luhmann, N.: Einführung. In: Dies. (Hrsg.): Bildung und Weiterbildung im Erziehungssystem. Lebenslauf und Humanontogenese als Medium und Form. Frankfurt am Main 1997, S. 7–9
- Tietgens, H.: Angebotsplanung. In: Nuissl, E. (Hrsg.) Taschenbuch der Erwachsenenbildung. Baltmansweiler 1982, S. 122–144