

Methodik: ArbeitnehmerInnen-Befragung Zukunftsszenarien

Bearbeitung: Rebecca End

11. April 2017

Im Folgenden soll die im Projekt „Therapeutic Research als berufsbegleitende Weiterbildung für Gesundheitsfachberufe“ angewandte Methode der Zukunftsszenarien zur Erhebung des Weiterbildungsbedarfs der Zielgruppe vorgestellt werden. Da es sich dabei um eine Mischform aus den Ansätzen der Produktklinik und der Szenario-Methode handelt, werden diese beiden Methoden im Vorfeld vorgestellt und auf ihre Potenziale bei der Anwendung zur Erhebung untersucht. Die Beschreibung der Durchführung der Zukunftsszenarien wird gesondert an anderer Stelle aufgeführt

1. Erhebung des Bildungsbedarfes der Zielgruppe

Von der Produktklinik zum Zukunftsszenario

Bei der im Projekt „Therapeutic Research als berufsbegleitende Weiterbildung für Gesundheitsfachberufe“ angewendeten Erhebungsmethode für die ArbeitnehmerInnen handelt es sich um ein Zukunftsszenario. Dieser Erhebungsansatz ist eng verknüpft mit der Produktklinik und der Szenario-Methode.

Die besondere Herausforderung für „Therapeutic Research“ ist die Aufgabe, bedarfsgerechte Angebote für eine heterogene Zielgruppe zu entwickeln. Hierbei ist die Orientierung am Bildungsbedarf der NutzerInnen eine unumgängliche Voraussetzung, um auf der einen Seite eine motivierende Lernumgebung zu schaffen und sich auf der anderen Seite auch auf dem Weiterbildungsmarkt zu positionieren (vgl. Hippel 2008, 42).

2. Die Produktklinik

Eine Möglichkeit genau diesen Bedarf zu erfassen bietet die Produktklinik, ein Konzept aus der Marktforschung und Produktentwicklung welches in den Bereich der Erwachsenenbildungsangebote übertragen wurde. Hierbei wird die Zielgruppe direkt in die Planung der Weiterbildung mit einbezogen, es können Wünsche und Zugangsbarrieren erhoben und das Image der durchführenden Institution kann analysiert werden (vgl. Wildemann 2005, 325; Wildemann 2006, 5f.; Hippel 2008, 42).

Die Wünsche der Zielgruppe stehen im Zentrum, da diese den Dreh- und Angelpunkt bei der Gestaltung der wissenschaftlichen Weiterbildung darstellen. Gleichzeitig handelt es sich dabei um eine methodengestützte und strukturierte Vorgehensweise, bei der die Kreativität und Fantasie der

1

Teilnehmenden gefragt sind (vgl. ebd.). Damit stellt die Produktklinik eine elegante Methode dar, um der Kritik der mangelnden Praxisnähe wissenschaftlicher Weiterbildung zu begegnen (vgl. Hippel 2008, 50).

Die Produktklinik wird im Bereich der Erwachsenenbildung durchgeführt, bevor das Weiterbildungsangebot in das Programm der jeweiligen Institution aufgenommen wird (vgl. Hippel 2008, 43). Dies geschieht in einem gemeinsamen Interaktionsprozess, häufig in Form von Gruppendiskussionen (vgl. Koepf/Langer 2015, 4).

Zwar stehen hier die Ergebnisse aus der Gruppenarbeit im Vordergrund, trotzdem sollten die häufig schwächeren Signale einzelner AußenseiterInnen Beachtung finden. Gerade ungewöhnliche oder kreative Ideen die zur Innovation führen, kommen häufig von Einzelpersonen. Es ist daher wichtig, die Befragten dazu zu ermutigen, ihre Fantasie zu benutzen (vgl. Wildemann 2008,5).

3. Die Szenario-Methode

Bei der Szenario-Methode handelt es sich im Unterschied zu der Produktklinik nicht primär um eine Möglichkeit der Bedarfserfassung, sondern um eine Technik zum Entwurf von Entwicklungsprognosen. Dabei werden systematisch verschiedene Zukunftsalternativen entwickelt und die Konsequenzen des individuellen Handelns reflektiert (vgl. bpb 2012; bpb 2017; Reich 2010).

„Ein Szenario ist eine erzählerische Darstellung einer möglichen zukünftigen Situation, die auch Hinweise auf den Entwicklungsweg gibt, der ausgehend von der heutigen Ausgangslage dorthin geführt hat.“ (bpb 2012)

Im Fokus steht dabei die Auseinandersetzung mit möglichen Gestaltungsformen unterschiedlicher Zukunftsalternativen. Anhand der auf diese Weise entstandenen Szenarien können nun entsprechende Strategien entwickelt werden.

Durch den Austausch untereinander können individuelle Wahrnehmungen und Interpretationen reflektiert und ggfs. geändert werden. Die hier ausgearbeiteten Ergebnisse sind tendenziell sehr heterogen, offen und bis zu einem gewissen Grad unvorhersehbar ausgestaltet, was wiederum der Orientierung an den Bedürfnissen der Zielgruppe zugutekommt (vgl. Meixner/Müller 2004,2).

Während dieses Arbeitsprozesses werden drei mögliche Zukunftsbilder entworfen: 1) Ein positives Extremszenario, 2) ein negatives Extremszenario und 3) ein Trendszenario (Fortschreiten der aktuellen Situation).

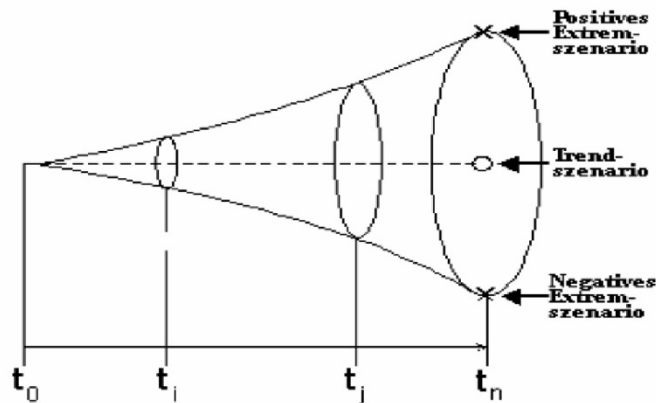


Abbildung 1: Trichtermodell der Szenario-Methode (Quelle: Geschka/Hammer 1997,468)

Im ersten Schritt erfolgt die Problemanalyse, darauf folgen die Einflussanalyse und die Deskriptorenanalyse. Anschließend werden die beiden Extremszenarien sowie ein Trendszenario entworfen. Zum Abschluss werden Strategien und konkrete Maßnahmen zur Problemlösung ausgearbeitet (vgl. ebd.).

Insgesamt ist zu beachten, dass bei der Planung für den Einsatz dieser Methode ausreichend zeitliche Ressourcen berücksichtigt werden. Die Dauer der Durchführung kann je nach Gruppe stark variieren, ebenso in Bezug auf das Ausmaß der Kreativität und somit die Qualität und Detailliertheit (vgl. Reich 2010,14).

4. Das Zukunftsszenario

In der hier zugrundeliegenden Befragungsmethode des Zukunftsszenarios handelt es sich um eine Mischform der beiden hier vorgestellten Ansätze bzw. eine Anlehnung daran.

Der Szenario-Methode entlehnt wird der Entwurf eines möglichen positiven Zukunftsbildes anhand der übergeordneten, bedingenden These:

„Sie nehmen 2017 an einer therapiewissenschaftlichen Weiterbildung teil und freuen sich schon darauf. Warum?“

Diese These wird zu Beginn der Gruppendiskussion vorgestellt und bildet den roten Faden bei der weiteren Bearbeitung. Die Begründung für die motivierte Teilnahme an dem wissenschaftlichen Weiterbildungsangebot („warum?“) soll durch die Erstellung zusätzlicher übergeordneter Fragekomplexe in Gruppendiskussionen erarbeitet werden.

In Anlehnung an die Produktklinik werden hier der Weiterbildungsbedarf sowie zielgruppenspezifische Wünsche oder Barrieren erhoben. Gleichzeitig wird durch die Verarbeitung der hier erhobenen Ergebnisse aus den Gruppendiskussionen die Zielgruppe in den Prozess der Angebotsentwicklung einbezogen, sodass ein direkter Bezug zur therapeutischen Berufspraxis entsteht.

5. Literatur-/Quellenverzeichnis

Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) (Hg.) (2012): Methoden. Offen-aktiv-handlungsorientiert. Online unter: <http://www.bpb.de/66922/methoden> [Stand: 03. April 2017]

Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) (Hg.) (2017): Szenariotechnik, Szenariomethode. Online unter: <http://www.bpb.de/lernen/formate/methoden/62269/methodenkoffer-detailansicht?mid=275> [Stand: 03. April 2017]

Hippel, A. von (2008): Die Produktklinik- eine Methode zur nachträglichen Planung von Angeboten wissenschaftlicher Weiterbildung. In: Report, 31,1, 41-51

Koepernik, C.; Langer C. (2015): Weiterbildung nach Maß?! Produktklinik für Gebärdensprachdolmetscher/innen Dokumentation. Projekt „Offene Hochschule Zwickau. Felixibel studieren: Alternativen bieten- Chancen nutzen“.

Meixner, J.; Müller, K. (2004): Angewandter Konstruktivismus. Aachen: Shaker

Reich, K. (Hg.) (2010): Unterrichtsmethoden im konstruktiven und systemischen Methodenpool. Online unter: <http://methodenpool.uni-koeln.de/> [Stand: 03. April 2017]

Wildemann, H. (2005): Produktklinik bei komplexen Produkten. In: ZWF 100,6, 325- 330

Wildemann, H. (2006): Innovation allein ist nicht genug. In: TCW Standpunkt, 42. Online unter: <http://www.tcw-news.de/uploads>