DIE open access

#DIGITALISIERUNG

Fragen und Anmerkungen zur Digitalisierung in und nach der Pandemie

Entgrenzung, Dematerialisierung und Amazonisierung

INGRID SCHÖLL

Die Corona-Pandemie hat die Digitalisierung der Bildung vorangetrieben – mit unterschiedlichen Auswirkungen auf die verschiedenen Bildungsbereiche und Einrichtungstypen. Am Beispiel der kommunal verankerten Volkshochschulen diskutiert die Autorin die Gefahren einer Plattform-Ökonomie in der Bildung und fragt nach alternativen Antworten für die Entgrenzungen, die mit der Digitalisierung einhergehen.

Nicht nur Volkshochschulen haben in den letzten zwei Jahren die Erfahrung gemacht, dass Online-Kurse in vielfacher Hinsicht «entgrenzend» wirken. Für die meist kommunal verankerten Volkshochschulen war es jedoch eine neue und häufig zwiespältige Erfahrung, zu erleben, dass sich Teilnehmende auf einmal – zufällig oder wohlüberlegt unterstützt – regelmäßig auf viele Volkshochschulen verteilten. Hört man bei manch kleinerer Einrichtung fast schon Stolz heraus, dass sich «sogar Teilnehmende aus Mecklenburg im Hunsrück angemeldet haben», fragen sich größere Einrichtungen jetzt schon, wie es mit einem Kurs in einer Fremdsprache weitergehen wird, in dem von acht Teilnehmenden nur vier aus dem lokalen Umfeld kommen. Nicht wenige Einrichtungen machen zudem die Erfahrung, dass beliebte Kursleitende nicht mehr nur in der heimischen Umgebung, sondern in der gesamten Republik mit ihren Angeboten unterwegs sind, benötigen sie doch zur Vermarktung in anderen Volkshochschulen oder zur gänzlichen Freiberuflichkeit als Anbieter im digitalen Raum keine klassische Infrastruktur (Kursräume etc.) mehr. Andererseits kann man, zumindest temporär, auch Kursleitende aus dem Ausland verpflichten – die Online-Anreise kostet ja nichts.

Diese Dematerialisierung der Bildungsangebote im Netz birgt das Risiko der Konzentration auf wenige Anbieter, modifiziert Anzahl und Berufsbild der Mitarbeitenden in Pädagogik und Verwaltung, trägt zur Anonymisierung und bundesweiten Konkurrenz unter den Lehrenden und mit Drittanbietern bei (u. a. Gnaha, 2020) und fördert das ergebnisorientierte Lernen sowie eher diejenigen, die ohnehin als Bildungsgewinner gelten. Dematerialisierung durchzieht die Plattformökonomie, bei der die großen Gewinner nicht die eigentlichen Anbieter von Waren und Dienstleistungen sind, sondern die Plattformen selbst, auf denen die Waren und Dienstleistungen angeboten werden. Dabei gibt es einen gravierenden Unterschied zwischen materiellen und immateriellen Produkten: Streamingplattformen beispielsweise

1 Im Netz benötigen übrigens auch bewährte und langjährige kommunale Kooperationspartner oftmals keine Volkshochschulen mehr; es entfällt ja der manchmal beschwerliche analoge, räumliche Ein/Kurzorten, der Kooperationen erleichterte.

AUSGABE 4 — 2021 53

weiter bilden
DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung

Ingrid Schöll (corresponding author: dr.ingrid.schoell@bonn.de)

Entgrenzung, Dematerialisierung und Amazonisierung

weiter bilden. DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung 28 (4)
Seiten: 53–56
Erschienen: Dezember 2021 (Bielefeld: wbv Publikation)
Erschienen Open Access: 26. Januar 2021 (Bonn: DIE)
Zeitschriftenaufsatz
deutsch

Zitierempfehlung
Schöll, I. (2021). Entgrenzung, Dematerialisierung und Amazonisierung. DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung 28 (4), 53–56.
http://www.die-bonn.de/id/41424

Lizenz
CC-Lizenz BY-SA 3.0/4.0 deutsch

Identifier
http://www.die-bonn.de/id/41424
Reviewstatus
offene Begutachtung durch einen Fachbeirat

Schlagwörter
Digitalisierung, Weiterbildung, Weiterbildungseinrichtung, Kooperation, COVID-19, Pandemie, Weiterbildungsangebot, Qualität, Volkshochschule, E-Learning, Qualitätssicherung

Leibniz Gemeinschaft

Fragen und Anmerkungen zur Digitalisierung in und nach der Pandemie

Entgrenzung, Dematerialisierung und Amazonisierung

INGRID SCHÖLL

Die Corona-Pandemie hat die Digitalisierung der Bildung vorangetrieben – mit unterschiedlichen Auswirkungen auf die verschiedenen Bildungsbereiche und Einrichtungstypen. Am Beispiel der kommunal verankerten Volkshochschulen diskutiert die Autorin die Gefahren einer Plattform-Ökonomie in der Bildung und fragt nach alternativen Antworten für die Entgrenzungen, die mit der Digitalisierung einhergehen.

Nicht nur Volkshochschulen haben in den letzten zwei Jahren die Erfahrung gemacht, dass Online-Kurse in vielfacher Hinsicht »entgrenzend« wirken. Für die meist kommunal verankerten Volkshochschulen war es jedoch eine neue und häufig zwiespältige Erfahrung, zu erleben, dass sich Teilnehmende auf einmal – zufällig oder werblich unterstützt – republikweit auf viele Volkshochschulen verteilten. Hört man bei manch kleinerer Einrichtung fast schon Stolz heraus, dass sich »sogar Teilnehmende aus Mecklenburg im Hunsrück angemeldet haben«, fragen sich größere Einrichtungen jetzt schon, wie es mit einem Kurs in einer Fremdsprache weitergehen wird, in dem von acht Teilnehmenden nur vier aus dem lokalen Umfeld kommen. Nicht wenige Einrichtungen machen zudem die Erfahrung, dass beliebte Kursleitende nicht mehr nur in der heimischen Umgebung, sondern in der gesamten Republik mit ihren Angeboten unterwegs sind, benötigen sie doch zur Vermarktung in anderen Volkshochschulen oder zur gänzlichen Freiberuflichkeit als Anbieter im digitalen Raum keine klassische Infrastruktur (Kursräume etc.) mehr.[1] Andersherum kann man, zumindest temporär, auch Kursleitende aus dem Ausland verpflichten – die Online-Anreise kostet ja nichts.

Diese Dematerialisierung der Bildungsangebote im Netz birgt das Risiko der Konzentration auf wenige Anbieter, modifiziert Anzahl und Berufsbild der Mitarbeitenden in Pädagogik und Verwaltung, trägt zur Anonymisierung und bundesweiten Konkurrenz unter den Lehrenden und mit Drittanbietern bei (u. a. Gnahs, 2021) und fördert das ergebnisorientierte Lernen sowie eher diejenigen, die ohnehin als Bildungsgewinner gelten. Dematerialisierung durchzieht die Plattformökonomie, bei der die großen Gewinner nicht die eigentlichen Anbieter von Waren und Dienstleistungen sind, sondern die Plattformen selbst, auf denen die Waren und Dienstleistungen angeboten werden. Dabei gibt es einen gravierenden Unterschied zwischen materiellen und immateriellen Produkten: Streamingplattformen beispielsweise

1 Im Netz benötigen übrigens auch bewährte und langjährige kommunale Kooperationspartner oftmals keine Volkshochschulen mehr; es entfällt ja der mancherorts bestehende »analoge«, räumliche Strukturvorteil, der Kooperationen erleichterte.

haben zum Verschwinden herkömmlicher Plattenläden und Videotheken geführt. Dematerialisierung in der Bildung hingegen setzt durch die Preisgabe direkter sozialer Interaktion Wesenskerne des menschlichen Miteinanders aufs Spiel – was die Volkshochschulen als kommunal verankerten Akteuren, die diese Verankerung als *Unique Selling Point* (USP) begreifen, in besonderem Maße betrifft.

Doch das Digitale bleibt. Und es bietet viele Chancen – barrierefreier zu werden, neue Zielgruppen zu erschließen, Zeitfenster durch digitale Angebote zu optimieren. Digitalisierung ermöglicht Zielgruppen Teilhabe, die vielleicht bislang nicht im Blick waren. Jungen Familien in der »Rush hour« des Lebens vielleicht ebenso wie mobilitätseingeschränkten Menschen jeglichen Alters. Oder Menschen, die in ländlichen Regionen wohnen, wo allein die Anreise zum Präsenzangebot in keiner Relation zur Kursdauer steht. Aber schon hier fängt es an, kompliziert zu werden.

Schon beim Stadt-Land Ausgleich bedarf es einer »kollegialen Regulierung«. Wenn dies nicht gesteuert wird und wir die »Amazonisierung«, also die Um- und Durchsetzung der Plattformökonomie, einfach nur geschehen lassen, geraten nicht nur kleinere Einrichtungen im ländlichen Raum immer mehr unter Druck, bis hin zu einer existenziellen Bedrohung (Maier & Rohs, 2020, Sgodda, 2021), sondern es könnte auch zu neuen Plattform-Finanzierungsdiskursen in der interkommunalen Zusammenarbeit kommen. Wer die Jahrzehnte existierende Flächendeckung der Angebote der Volkshochschulen absichern möchte, muss in diese Debatten einsteigen. Und auch die Zielgruppenfrage sollten wir wieder lokal führen. Online-Angebote, deren mittel- bis langfristige Existenz vom überregionalen Einzugsbereich abhängen und die keiner regionalen Absprache unterliegen, können zu einer ungesteuerten Kannibalisierung führen. Wir alle erleben gerade die Veränderungen, die der Online-Handel den Innenstädten bringt. Übertragen wir die Erfahrungen auf unseren Bereich, dann sollten wir frühzeitig und kollegial über kluge Strategien sprechen.

Ein neuer Wettbewerb und die Crux, ein Alleinstellungsmerkmal haben zu wollen

Zudem gibt es in fast allen Bereichen des VHS-Kursangebotes parallel online kostenlose oder kostengünstige Angebote von Mitbewerbern. Unser USP ist neben der Kommunalität wesentlich die Bindung an gute Kursleitenden, off- wie online, die sich allerdings online in einem gänzlich anderen, entgrenzten Wettbewerbsumfeld befinden. Preisbildung auf dem Online-Markt ist für die meisten Volkshochschulen ein gänzlich neues Feld. Und die Wettbewerber sind den meisten nicht wirklich bekannt – vor Ort ist das anders. Auch hier stellt sich die »Amazon«-Frage: Wenn eine Einrichtung, die weit weg sein mag, den Online-Englischkurs online 20 Euro preiswerter anbietet als die Einrichtung vor Ort, warum sollen die Teilnehmenden dann ihrer lokalen Einrichtung die Treue halten – erst recht dann, wenn es neue Teilnehmende ohne institutionelle Bindung sind? Wir konkurrieren auf dem Online-Markt gegen große, kommerzielle Anbieter, die zum größten Teil schon länger präsent sind (u. a. Kohl & Denzl, 2020). Zusätzlich konkurrieren wir untereinander! Hier stellen sich Fragen der Sicherung eines kommunalen USP. Sie stellen sich übrigens noch radikaler, wenn wir mittelfristig Lizenzkosten refinanzieren müssen. Wie teuer werden zusätzliche Lizenzgebühren für die einzelne Volkshochschule? Haben wir finanziell günstige Zugangsbedingungen und können diese an die Teilnehmenden weitergeben, oder gibt es auch hier einen Flickenteppich mit unterschiedlicher Preisgestaltung?

Diese Probleme vermutend, treten mittlerweile immer mehr Online-Agenturen an Volkshochschulen heran und bieten das Einklinken in fertige Kurskonzepte; an die Bezahlmodelle sind unterschiedlich. Auch eine solche von Tietgens schon im »vor-digitalen« Zeitalter etikettierte »Agenturfunktion«, die im Digitalen eine entgrenzte Dimension erfährt, führt auf Dauer zur »Amazonisierung« der Volkshochschule. Es wird nicht nur gefragt, ob Fachbereichsleitende dann noch mehr sind als Online-Einkäufer, es würde, in letzter Konsequenz, sicher auch die Frage gestellt, warum ein solches Plattformverhalten noch kommunaler Unterstützung bedarf, denn man sichert unter Nutzung des eigenen Teilnehmendenstamms mit der Zubuchung in solche Plattformen eigentlich nur die Existenz eines Plattformunternehmens.

Wir können also nicht früh genug damit anfangen zu überlegen, wie Onlinekurse wieder in vermittelbare Strukturen zurückgeführt werden können. Hier gilt es, einen Blick in die Weiterbildungsgesetzgebung zu werfen: In einigen Bundesländern gilt für Kurse, die öffentlich gefördert werden, das »Landeskinder«-Prinzip, das angesichts der Entgrenzungserfahrungen fast schon antiquiert wirkt. Die eine oder andere Volkshochschule wird es sich leisten können, auch weiterhin digitale Kurse anzubieten, selbst wenn sie aus dem Förderungsraster des Landes herausfällt. Aber was sagt die Kommune? Auch wenn sich viele Städte momentan für die smarte Zukunft rüsten und entsprechende Digitalisierungsinitiativen starten, wird man dort sicherlich nicht begeistert – und langfristig auch nicht bereit – sein, digitale Abenteuer der Volkshochschule mit kommunalen Mitteln zu unterstützen, ganz zu schweigen von der innerverbandlichen Problematik eines gemischtwirtschaftlichen Systems von kommunaler und freier Trägerschaft von Volkshochschulen (u. a. Sgodda 2021; Klemm & Repka, 2021; Köck 2021). Für kommunal arbeitende Volkshochschulen bleibt die Frage: Wie kann der kommunale *unique selling point* nach der Pandemie mit den digitalen Erfahrungen zusammen- und in strukturierte kommunale Kontexte eingebracht werden?

Vernachlässigen wir das Kommunale, dann öffnen wir einen neuen, weiteren Raum für die bereits bestehende Plattformökonomie (Kreutzer & Land, 2015).

Fragen und Ideen für die Zukunft

Aus den geschilderten Entwicklungen ergeben sich einige Fragen bezüglich unserer Zukunft – im digitalen Raum und vor Ort. Mit Blick auf entgeltpflichtige Kurskooperationen bleibt zum Beispiel die Frage der Plattform-Ehrlichkeit und der Plattform-Gewinner: Wer strukturiert, wer administriert die gerade entstehenden Plattformen auf regionaler und/oder Landesebene? Werden die Landesverbände Verteiler von Online-Kursangeboten der Volkshochschulen (im Sinne einer Angebotsplattform) sein oder sind sie – mit welchen (temporären oder dauerhaften) Folgewirkungen für ihre Mitgliedseinrichtungen – selbst Anbieter? Werden größere Volkshochschulen Gewinner, kleinere Verlierer? Wer hat dauerhaft das Geld für Doppelinvestitionen in Präsenz (adäquate Räume, Ausstattungen) und Online (Portale, Lizenzen) (Klemm & Repka, 2021; Sgodda, 2021; Schmidt-Hertha, 2021)? Weitgehend ungelöst ist momentan auch noch die Frage, ob bzw. welche Probleme kleine, ländliche Volkshochschulen bei Online- und Hybrid-Veranstaltungen haben. Die potenziellen Probleme sind – unterschiedlich gelagert – mannigfaltig: Tools, Netzstabilität und der begrenzte Einzugsbereich umschreiben die Situation wahrscheinlich nur unvollständig. Wir sollten versuchen, die Digitaleuphorie der ersten Phase (Maier & Rohs, 2020, S. 41) zu reflektieren, ohne deshalb Angst zu haben, als altmodisch oder gar digitalfeindlich zu gelten. Es ist ein inklusives Signal, wenn wir Strukturen und Ordnungsmodelle entwickeln und die langfristigen Konsequenzen von Plattformlösungen sorgfältig analysieren, anstatt vorschnell zu agieren.

Inklusionsstrategien können gerade jetzt ein weiteres Alleinstellungsmerkmal sein. Die Pandemie hat mehr als deutlich werden lassen, dass ältere und ärmere Menschen sowie Teile der Menschen mit Migrationshintergrund zu den (Bildungs-)Verlierern der Pandemie gehören (Kohl & Denzl, 2021; Schmidt-Hertha, 2021). Oft haben sie schlicht keine Ressourcen für hochwertige Endgeräte und schnelle Internetverbindungen. Warum nutzen wir nicht diese kollektiven Erfahrungen vieler Volkshochschulen für öffentlichkeitswirksame Initiativen? Dies betrifft auch die Frage unserer Reichweite: Wenn wir einem diffusen Modernisierungsdruck folgend unsere Printprodukte zur Disposition stellen, sind wir dann wirklich inklusiv (Schöll, 2017) oder folgen wir ungeprüft einem Modernisierungsimperativ, der die Lücke zwischen Bildungsgewinnern (die mehrheitlich zu den Alt- und Neukunden der Onlinekurse zählten) und den Bildungsverlierern noch vergrößert? Online kann und muss auch nicht immer 100 Prozent online heißen. Inklusiv kann es auch sein, einzelnen Teilnehmenden, die temporär – aus welchen Gründen auch immer – nicht an Präsenzkursen teilnehmen können, eine digitale Teilhabe zu ermöglichen. Inklusion und Digitalisierung kommunal neu durchzubuchstabieren ist eine interessante Herausforderung.

Innerverbandlich thematisiert werden könnte auch der Aspekt einer intelligenten Ressourcensteuerung. Die Kosten der Pandemie müssen über einen längeren Zeitraum von der gesamten Gesellschaft getragen werden. Können wir dauerhaft analog *und* digital erfolgreich sein? Haben wir die räumlichen und personellen Ressourcen für ein solches Doppelmodell? Finden wir für alle Formate Kursleitende, deren unterschiedliche Einstellung und Vorbildung mit Blick auf digitale Formate und Einsatzmöglichkeiten eine zusätzliche Herausforderung darstellt?[2] Und wie »verteidigen« wir unseren USP, den analogen Raum, ohne ihn gleich mit ganz neuen, manchmal nicht wirklich auftragskonformen Ideen zu füllen und damit zu riskieren, ihn gegebenenfalls in letzter Konsequenz preiszugeben (Schneider, 2021)? Die Landesverbände und/oder der Bundesverband können ihre Marktmacht für den Lizenzerwerb nutzen. Warum gehen wir dabei nicht neue, innovative Wege und schließen Verträge mit Start Ups? Wonderme, Spatial oder Gather town – als Tools für Gruppenveranstaltungen mit anschließendem Small Talk – bieten erstaunliche Möglichkeiten. Durch ausgewählte Kooperationen könnte man Alleinstellungsmerkmale sichern. Und durch kluge Öffentlichkeitsarbeit kann man zudem das kollektive Selbstbewusstsein der Volkshochschulen stärken. Denn legt man eine umfassendere Definition von Digitalisierung zugrunde und rekurriert nicht nur auf die verkürzte Debatte der Pandemiephase, wenn also Digitalisierung als neuer »technologischer Gesamtkomplex« verstanden wird, bestehend aus dem Computing, der Digitalisierung medialer Formate und der Ausbildung eines globalen kommunikativen Netzes, des Internets (Reckwitz, 2017, S. 230, und Passens & Schöll, 2019), dann wird eines deutlich: Volkshochschulen waren schon früher »digital«, mehr noch, sie haben in den achtziger und neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts Hunderttausenden dazu verholfen, den Einstieg in die PC-Welt und ins Internet zu finden. Warum kann dies in einer neuen Form von Öffentlichkeitsarbeit nicht offensiv genutzt werden? Es stärkt das Innenverhältnis und es weitet den, mit der pandemiebedingt dominanten Nutzung von Videoportalen nur unzureichend beschriebenen, Blick auf die sogenannte Digitalisierungsoffensive 2020.

Und was die Plattformen angeht: Warum nutzen wir unsere Kollektivressourcen nicht, um interessante Non-Profit Plattformen zu schaffen? Ohne jegliche Profit-Absicht könnten Volkshochschulen ihre lokal angebotenen Produkte auf solchen Plattformen *gemeinsam* präsentieren. Es wäre nicht

2 Siehe u.a. https://blog.wisoak.de/personas/

nur ein Imagegewinn; es wäre auch eine innovative Netzwerkleistung in zunehmend segmentierten Gesellschaften, die mehr denn je milieuübergreifende, gemeinsame Diskursorte benötigen (Reckwitz, 2019).

Und last but not least wird über die Qualität der Angebote im Augenblick viel gesprochen. Gefordert wird, recht abstrakt, eine gute Didaktik und Methodik des Online-Betriebs. Wer bietet hier Hilfestellung? Müssen diese Konzepte von jeder Einrichtung allein entwickelt werden? Sind sie plattformgebunden oder plattformübergreifend? Bieten VHS-Verbünde oder Landesverbände Hilfestellungen? Welche Qualitätssicherungsmechanismen greifen? Auch diese Frage wird wahrscheinlich erst nach dem wirklichen Ende der Pandemie beleuchtet werden können. Aber: Was online mit den zur Verfügung stehenden Mitteln nicht zufriedenstellend zu produzieren ist, sollte man besser lassen. Der Kollateralschaden ist für alle groß, wenn eine einzelne Volkshochschule im digitalen Übereifer Produkte platziert, die bei Kunden und Mitbewerbern nur ein müdes Lächeln hervorrufen. Unsere »digital credibility« müssen wir uns erst erarbeiten. Und da sollte man nicht alles tun, was technisch möglich ist. Die Technik ist kein Selbstzweck!

Wäre es nicht gerade jetzt eine Umkehrung der Diskussion, wenn wir auf den USP des Analogen (unsere Kernkompetenz, denn die haben wir im Digitalen nicht binnen eines Jahres gleichwertig aufbauen können!) setzen und eine Imagekampagne starten, die dezidiert schöne, ansprechende, kommunikative analoge Begegnungsräume präsentiert? Analog als »das neue Bio«, nach einer langen Phase der Zoom-Fatigue, denn letztlich bleiben Zweifel, ob der digitale Raum – angesichts der nicht durch Optimierung auflösbaren Limitation der Werkzeuge – jemals ein vollwertiger Ersatz für den öffentlichen Präsenz-Raum werden wird (Brumlik, 2021).

DR. INGRID SCHÖLL

ist Direktorin der VHS Bonn.

dr.ingrid.schoell@bonn.de

Brumlik, M. (2021). Wir brauchen echte Gemeinsamkeit. Interview. Weiterbildung. *Zeitschrift für Grundlagen, Praxis und Trends, 5/2021,* 6–8.

Gnahs, D. (2021). Weiterbildung in der Krise – Krise der Weiterbildung. *Hessische Blätter für Volksbildung 71* (2), 10–18.

Köck, C. (2021). Irgendwo, irgendwie, irgendwann? Überlegungen zu Präsenz (in) der Volkshochschule. *Hessische Blätter für Volksbildung 71* (3), 85–92.

Kohl, J. & Denzl, E. (2020). Weiterbildungsanbieter in der Corona-Pandemie. *weiter bilden. DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung 27* (4), 23–26.

Klemm, U. & Repka, M. (2021). Chancen und Herausforderungen einer Online-VHS. *Hessische Blätter für Volksbildung 71* (2), 58–67.

Kreutzer, R. T. & Land, K.-H. (2015). *Dematerialisierung. Die Neuverteilung der Welt im Zeitalter des digitalen Darwinismus.* Köln: FutureVisionPress.

Maier, U. & Rohs, M. (2020). Volkshochschulen im Krisenmodus oder Corona als Chance?, *weiter bilden. DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung 28* (4), 39–41.

Passens, B. & Schöll, I. (2019) Internet für Einsteiger. In J. Schrader & E. D. Rossmann (Hrsg.), *100 Jahre Volkshochschulen. Geschichten ihres Alltags.* Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Reckwitz, A. (2017). *Die Gesellschaft der Singularitäten.* Berlin: Suhrkamp.

Reckwitz, A. (2019). *Das Ende der Illusionen. Politik, Ökonomie und Kultur in der Spätmoderne.* Berlin: Suhrkamp.

Schmidt-Hertha, B. (2021). Die Pandemie als Digitalisierungsschub. *Hessische Blätter für Volksbildung 71* (2), 19–28.

Schneider, N. (2021). VHS post Corona – ein Diskussionspapier. Wie geht's weiter? *weiter bilden. DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung 28* (1), 55–56.

Schöll, I. (2017). (Keine) Zeit für Experimente. Beobachtungen zur Digitalisierung der Volkshochschulen. *DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung 24* (3), 32–34.

Sgodda, R. (2021). Volkshochschulen und die Corona-Pandemie: Bewältigungsstrategien. *Hessische Blätter für Volksbildung 71* (2), 41–49.