Das Buch in der Diskussion



Barz, Heiner/Tippelt, Rudolf (Hrsg.)
Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland

Band 1: Praxishandbuch Milieumarketing
(W. Bertelsmann Verlag) Bielefeld 2004, 192 Seiten,
39,90 Euro, ISBN: 3-7639-1902-3

Band 2: Adressaten- und Milieuforschung zu Weiterbildungsverhalten und -interessen
(W. Bertelsmann Verlag) Bielefeld 2004, 144 Seiten,
39,90 Euro, ISBN: 3-7639-1903-1

(Beide Bände im Paket 69,90 Euro, ISBN: 3-7639-1904-X)

Svenja Möller:

Mit dem Doppelband „Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland" legen Heiner Barz und Rudolf Tippelt die dritte Studie zur Milieuforschung in Folge vor. Nach den regionalen Untersuchungen in Freiburg und München liegt dieser Publikation nun eine deutschlandweite Stichprobe zugrunde. Die zwei Bände gehen aus dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekt „Soziale und regionale Differenzierung von Weiterbildungsverhalten und -interessen" hervor. Ziel des auf zwei Jahre angelegten Vorhabens ist es, eine Topographie der Weiterbildungslandschaft Deutschland aus Adressaten- und Teilnehmendensicht zu erstellen. Um dies zu erreichen, besteht die Studie aus einem explorativ angelegten qualitativen Teil und einer telefonischen Repräsentativerhebung. Dabei liegt das Hauptverdienst darin, die Befragten nach einem sehr aufwändigen Prozedere aus den verschiedenen Milieus des Heidelberger Forschungsinstituts Sinus Sociovision zu rekrutieren.
Band 1 „Praxishandbuch Milieumarketing" ist von Jutta Reich, Sylva Panyr, Doris Drexl, Heiner Barz sowie Rudolf Tippelt verfasst und beinhaltet die für die Praxis aufbereiteten Ergebnisse der qualitativen Studie. Hierfür wurden 160 (!) leitfadengestützte problemzentrierte Interviews geführt und 14 Gruppendiskussionen angeleitet und ausgewertet. Herzstück dieses Bandes ist das so genannte Milieuhandbuch. Hier sind die Befunde mundgerecht für die Weiterbildungspraxis aufbereitet. Für jedes Milieu sind die Aussagen im O-Ton der Interviewten aufgelistet nach Lebenswelt und sozialer Lage, Bildungserfahrungen und -verständnis, Weiterbildungsinteressen und -barrieren, Persönlichkeitsentwicklung, Gesundheitsbildung, Kompetenzentwicklung, Informelles Lernen, Ansprüche an Methode und Ambiente, Weiterbildungsmarketing sowie Nutzung und Image von Anbietern. Anvisiert ist eine schnelle Auffindbarkeit der Ergebnisse, die durch eine suchfreundliche und großzügige Seitenaufteilung mit markierten Teilüberschriften und schattierten Grafikelementen am Seitenrand unterstützt wird. Im Anschluss daran werden nach demselben Schema didaktische Hinweise für eine milieugerechte Angebotspolitik gegeben.
Band 2 richtet sich an die Wissenschaft. Nach einer Einführung von Barz und Tippelt werden die Untersuchungsergebnisse der Repräsentativerhebung von 3008 Computer Assisted Telephone Interviews (CATI), die von Infratest Sozialforschung München durchgeführt wurden, vorgestellt und erläutert (Autor/inn/en: Helmut Kuwan, Angelika Graf-Cuiper, Rudolf Tippelt). Gefragt wurden 18- bis 75-Jährige sehr detailliert nach ihrem Weiterbildungsverhalten, ihren Weiterbildungseinstellungen und Lerninteressen. Dabei wurde unter anderem in Anlehnung an die Göttinger- und Oldenburger-Studie nach der Vorstellung von

Bildung und dem, was einen „gebildeten Menschen“ ausmacht, gefragt. Das anschließende Kapitel widmet sich dem Weiterbildungsverhalten und den -interessen – beachtenswert sind hier vor allem die milieuspezifischen Weiterbildungsbarrieren – mit Bezug auf die Milieuperspektive (Autor/inn/en: Rudolf Tippelt, Jutta Reich, Sylva Panyr, Thomas Eckert, Heiner Barz).
Während das klassische Marketing noch den Markt nach sozio- und psychographischen Kriterien in betriebswirtschaftliche (nicht pädagogisch definierte!) Zielgruppen einteilt, will der Milieuansatz die Segmentierung erweitern, indem auch die Lebenswelt und damit die Lebensstile der Adressaten erfasst werden. Diesen Milieuansatz in ein so anspruchsvolles Forschungsprojekt zu gießen, war sicherlich genauso schwierig, wie den sich dadurch ergebenden Datenberg zur Publikation aufzubereiten. Dass Heiner Barz und Rudolf Tippelt beides gelungen ist, beweist allein schon die Auszeichnung durch den neu geschaffenen Publikationstyp des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung: das „DIE spezial“.
Besonders erwähnenswert ist, dass die Transparenz des Forschungsdesigns durch eine umfangreiche Darstellung nahezu lückenlos gegeben ist. Dahingegen fallen die theoretischen Teile etwas knapp aus. Ingesamt sind beiden Bänden viele interessierte Leser/innen zu wünschen, da sie neue Einblicke in die Lebenswelt von Erwachsenen in Hinblick auf (Weiter-)Bildung eröffnen. Für die Weiterbildungsinstitutionen sind sie in jeder Hinsicht eine Fundgrube, um ihre potenzielle und existierende Teilnehmerschaft besser zu verstehen und entsprechend beim Lernen unterstützen zu können. Das Runterbrechen auf die eigenen Begebenheiten muss nun jede Institution für sich lösen. Insofern kann der nächste Band mit Fallstudien zur Implementierung von Marketingstrategien, woran die Forschergruppe bereits arbeitet, mit großer Spannung erwartet werden.

Jürgen Wittpoth:

Mit den beiden Bänden beabsichtigen die Herausgeber, „Anregungen für Planungsüberlegungen in den Weiterbildungsinstitutionen“ (Bd. 1, S. 7) zu geben. Band 1 enthält neben einleitenden Bemerkungen zur Bedeutung von Marketingstrategien für die Weiterbildung Hinweise zur Methode und vor allem Ergebnisse des Forschungsprojekts, das der Publikation zu Grunde liegt. Der Band schließt mit sehr praktischen Hinweisen für milieuspezifisches Weiterbildungsmarketing bis auf die Ebene des von den einzelnen Milieus präferierten räumlichen Ambientes. Band 2 enthält eine Fülle empirischer Befunde zur Weiterbildungsnachfrage, die in Teilen den Daten des „Berichtssystem Weiterbildung“ zumindest ähnlich sind (Differenzen werden leider nicht thematisiert). Abschließend werden Weiterbildungsnachfrage und -interessen noch einmal in „milieuspezifischer Zuspitzung“ erörtert.
Die Erhebung wie die Zusammenstellung von Befunden in der vorliegenden Breite ist zweifellos verdienstvoll. Die Daten im Detail sind überwiegend aktuell; nicht alle Befunde überraschen, gleichwohl werden die Bände für eine Weile eine wichtige „Fundgrube“ zum Themenkomplex „Regulative der Weiterbildungsbeteiligung“ sein.
Das Problem der Bände besteht in ihrem Auftritt, in dem Anspruch, mit dem die Befunde vorgetragen werden. Optisch, haptisch und von den expliziten Selbstbeschreibungen (beim ersten stärker als beim zweiten Band) her haben wir es mit einem „Handbuch“ zu tun, dessen Anwendungsorientierung durch den Zusatz *„Praxishandbuch“* noch einmal besonders hervorgehoben, gewissermaßen gesteigert wird. Demgegenüber spielt die Frage nach den *Grenzen der Verwendbarkeit* mitgeteilter Einsichten und Annahmen kaum eine erkennbare Rolle.
Zunächst ist das Sinus-Milieumodell sicherlich anregend für die Selbst*reflexion* von Weiterbildungsanbietern (wen erreichen wir *wahrscheinlich*, wen können und wollen wir künftig auf welche Weise (nicht) erreichen?). Bereits dabei ist allerdings Vorsicht geboten, weil die Angehörigen verschiedener Milieus nicht ohne weiteres identifizierbar sind; Institutionen können also nicht „wissen“ (bestenfalls vermuten), wer sich in ihren Veranstaltungen versammelt. Darüber hinaus im *aktiven Planungshandeln* von den Milieus, von ihrer „Existenz“ auszugehen, ist in verschiedenen Hinsichten problematisch.
Generell sollte im erwachsenpädagogischen Diskurs gegenwärtig bleiben, dass die Milieukonstruktion nicht überprüfbar ist. Was die

Methoden angeht, begnügt sich das Sinus-Institut (aus nachvollziehbaren Gründen) mit eher allgemeinen Angaben. In der vorliegenden Publikation wird die Angemessenheit der Konstruktion *fraglos* vorausgesetzt. Dabei sind Fragen und Einwände durchaus angebracht: So entwickelt die Art, in der Sinus-Milieulandschaften dargestellt werden, eine suggestive Kraft; man kann sich dem Eindruck kaum entziehen, dass es die Milieus in einem substantialistischen Sinne tatsächlich so „gibt", wie sie abgebildet und charakterisiert werden. Das ist aber nicht der Fall, vielmehr handelt es sich um *eine Art* möglicher Typisierungen, die zudem vergleichsweise grob ausfallen (gerade die Milieulandschaft 2004 bildet – abgesehen von einer weitgehend „integrierten" DDR – wesentlich drei Schichten in der Generationenfolge ab). Unterteilt man die einzelnen Milieus noch einmal in Untergruppen (Vester, Vögele u. a. haben dies z. B. in ihrer Studie über soziale Milieus und Kirche getan), wird deutlich, dass sich verschiedene Fraktionen unter dem Gesichtspunkt der sozialen Laufbahn deutlich voneinander unterscheiden. Es gibt solche, die sich gewissermaßen auf angestammten Plätzen bewegen, und solche, die (durch Auf- oder Abstiege) neu hinzukommen. Gerade im Blick auf die Bedeutung der Weiterbildung ergeben sich in den Orientierungen markante Differenzen, die durch die besondere Art der Milieukonstruktion verdeckt werden. Adressiert man seine Angebote etwa an „das" konservative Milieu, erreicht man unter Umständen *weder* die „Konservative Bildungselite" *noch* die „Streng Konservativen", die sich in vielerlei Hinsichten deutlich voneinander unterscheiden. Weiterhin lassen sich unter alltagsästhetischen, für das Sinus-Modell also zentralen Gesichtspunkten Typen identifizieren, die die Grenzen sprengen, in *verschiedenen* Milieus beheimatet sind. Dies zeigt etwa die von Sinus gemeinsam mit dem Spiegel-Verlag realisierte Untersuchungsreihe „OUTFIT". Insofern *verengen* die Sinus-Milieus (zumindest in der Darstellungsform der so genannten „Kartoffel-Grafik" und ihrer sprachlichen Explikation) den Blick. Das mag im Zusammenhang von Marktforschung sinnvoll sein, um den Kunden nicht zu viel Komplexität zuzumuten, als Grundlage für Planungshandeln in der Weiterbildung ist es problematisch.
Zweifel sind schließlich angebracht gegenüber der zentralen These, der zufolge „Weiterbildungsangebote nach dem Motto ‚One size fits all' … ausgedient" haben (Bd. 1, S. 22; Bd. 2, S. 13). Ist es – *gerade* im Horizont von Milieuansätzen – überhaupt *vorstellbar*, dass es solche Angebote jemals gegeben hat? Und: Was *bedeutet* diese Annahme im Blick auf Konsequenzen? Besteht die einzige Möglichkeit für Weiterbildungsinstitutionen darin, gesellschaftliche Segregationstendenzen durch die „milieuspezifische" Zuschneidung ihrer Angebote zu unterstützen? Was den beiden in mancher Hinsicht instruktiven Büchern also mindestens fehlt, ist ein deutlich sichtbarer Hinweis auf „Risiken und Nebenwirkungen" des (Sinus-)Milieumarketing.

Rainer Brödel:

Den in zwei Bänden präsentierten Forschungsbefunden geht eine unterschiedliche Aufbereitung der Untersuchungsdaten voraus. Verschiedene Lesergruppen lassen sich auf diese Weise mit nicht deckungsgleichen Erkenntnis- und Nutzungsinteressen ansprechen. Während der *erste Band* vorrangig auf den Handlungs- und Entscheidungsbedarf in der erwachsenenbildnerischen Berufspraxis abstellt und insgesamt zehn „Milieuprofile" (Bd. 1, S. 28–167) in Hinblick auf angebotsplanerische Orientierungs- und Entscheidungsbedarfe vorstellt, liegt der Schwerpunkt des *zweiten Bandes* in der Darstellung und Einordnung vorwiegend standardisierter Erhebungsdaten. Deren Profil ist primär durch die Standards des wissenschaftlichen Diskurses bestimmt, indem statistische Auswertungsoperationen aufgezeigt und das Zustandekommen zentraler Untersuchungsergebnisse belegt werden.
Die aufgezeigten Unterschiede zwischen beiden Untersuchungsbänden mit ihren je spezifischen Nutzerprofilen bedeuten für den primär wissenschaftlich interessierten Leser allerdings nicht, dass sich dieser mit der Lektüre des zweiten Bandes begnügen sollte. Vielmehr mag der erste Band auch dazu dienen können, um eine anschauliche Vorstellung über die Strukturiertheit der einzelnen Milieus zu gewinnen. Wie hier aktuelle Erfahrungen aus einem meiner Hochschulseminare zeigen, ist der Bezug auf die einzelnen Milieuportraits heuristisch durchaus hilfreich,

und zwar als ein Ordnungsrahmen für die Vielzahl an Einzelbefunden aus den quantitativ gehaltenen Analysen des zweiten Forschungsbandes.

Die von Barz und Tippelt geleitete Studie ist dem Primat der Nutzenstiftung verpflichtet. Wissenschaftliche Forschung soll sich nicht mehr mit der bloßen Rhetorik von Praxisdienlichkeit begnügen. Milieuforschung und die Ambition von Markterfolg gehen hier in der Gestalt eines feldsondierenden „Milieumarketing" (Bd. 1, S. 9–15, S. 170) eine enge Liaison ein. Bisweilen gelangt man zu dem Eindruck, dass Erwachsenenpädagogik und empirische Weiterbildungsforschung in einen äußerst risikoreichen Verpflichtungszusammenhang von unmittelbarer Verwertungsorientierung und Anwendungserfolg wissenschaftlicher Expertise innerhalb des Professionssystems hineingeraten sind. Nun ließe sich einwenden: Dabei wissen wir doch um die Problematik des Technologiedefizits in den Erziehungswissenschaften. Darüber hinaus schwingt als Hintergrundproblematisierung die Einschätzung von Hans Tietgens mit, dass Adressaten- und Teilnehmerstudien hinsichtlich ihres pädagogisch-planerischen Gebrauchswerts nicht überstrapaziert werden sollten. Derartige Studien könnten als zwar ein „Suchinstrument der Planenden angesehen werden" (H. Tietgens, Die Erwachsenenbildung, München 1981, S. 81), aber letztlich bleiben die „Chancen einer Erwartungskonkordanz" (ebd., S. 8) eingedenk einer zweiseitigen Suchbewegung von Weiterbildungsangebot und -nachfrage hochriskant.

Die angeführte Mahnung von Tietgens ist instruktiv, denn sie bringt ein klassisches Deutungsmuster im Theorie-Praxis-Diskurs der Erwachsenenpädagogik auf den Punkt. Ihm kann allerdings bei dem hier vorgestellten Forschungsprojekt nicht so ohne weiteres gefolgt werden. Barz und Tippelt zeichnet gerade aus, dass sie die pädagogische Berufspraxis bei der Implementation der empirischen Forschungserkenntnisse in passgenaue Bildungs- und Lernangebote nicht mehr allein lassen wollen. Mit einem Nachfolgeprojekt soll der Anwendungsnutzen der empirischen Befunde in enger „Kooperation mit Institutionen der Erwachsenenbildung" (Bd. 1, S. 28) sichergestellt werden. Hier mag ein zeitgemäßes Setting an Begleitforschung eine aussichtsreiche Perspektive eröffnen, indem diese als ein intermediäres Unterstützungssystem für die Berufspraxis fungiert. Wissenschaft dient dann im Sinne eines diskursiven Forschungstransfers dem Praxissystem als Beratungshilfe und stiftet eine reflexive Außenperspektive.

Empirische Weiterbildungsforschung erschöpft sich keineswegs in ihrer Funktion als Marketinghilfe. Erstere besitzt auch die Funktion eines Korrektivs gegenüber normativen oder bildungspolitischen Vorgaben. In diesem Sinne dient die von Barz und Tippelt erbrachte Milieuforschung auch als eine aufschlussreiche Wirklichkeitskontrolle, indem diese dem bildungspolitischen Zeitgeist den Spiegel vorhält und hinsichtlich der Bewirkung von Innovationen auf Entwicklungspfade, aber auch Grenzen oder gar Sackgassen weist. So demonstriert die vorliegende Studie an dem hochaktuellen Fallbeispiel des selbstgesteuerten Lernens, inwieweit die vorherrschenden Programmziele einer Politik lebenslangen Lernens gegenüber dem tatsächlich praktizierten oder potenziellem Adressaten- und Lernverhalten auch anschlussfähig sind. Hier sticht die generell geringe Resonanz des selbstgesteuerten Lernens im Befragtenurteil hervor, während das Face-to-face-Präsenzlernen in Weiterbildungsveranstaltungen eine geradezu hohe Wertschätzung erfährt. Die repräsentative Präferenzstruktur zum Weiterbildungsverhalten und zu den geschätzten Lernformen unterstreicht auch die zentrale Rolle, die dem Dozenten als Erfolgsfaktor für einen gelingenden Lernprozess zuerkannt wird: „Etwa drei Viertel der Befragten stimmen der Aussage voll und ganz oder eher zu, dass der Nutzen eines Lehrgangs oder Kurses vom Dozenten bzw. der Dozentin abhängt. Dagegen findet die Einschätzung, man könne sich das in einem Kurs angeeignete Wissen genauso gut selbst erarbeiten, bei weniger als jedem/jeder dritten Befragten Zustimmung" (Bd. 2, S. 54).

Zum Selbstanspruch der empirischen Studie zählt die Generierung eines für Gesamtdeutschland aussagekräftigen Untersuchungsergebnisses über die Nachfrageseite des Weiterbildungsmarkts. Eingeschlossen ist darin das Bemühen um „regionale Differenzierung" – so die Formulierung im Titel des ursprünglichen Forschungsauftrag des BMBF. Hingegen lassen die vorliegenden Untersuchungsergebnisse erkennen, wie objektiv schwierig es bei einem deutschlandweiten Untersuchungsde-

sign letztlich ist, den Anspruch auf Generierung regional erkenntnisreicher Forschungsbefunde tatsächlich auch einzulösen. Obwohl die realisierte Telefonstichprobe über dreitausend Personen umfasst, kann regional interessant erscheinenden Vertiefungen des Öfteren aufgrund geringer Fallzahlen nicht nachgegangen werden oder die statistischen Zusammenhänge bleiben blass (vgl. im Einzelnen Bd. 2). Auch in der ergänzenden qualitativen Studie, die insgesamt 173 problemzentrierte Interviews umfasst und vorwiegend dem ersten Band zugrunde liegt, greift die Variable Region nicht gerade optimal. Während 54 dieser Leitfadengespräche allein in Bayern stattfanden, ist das bevölkerungsreiche Nordrhein-Westfalen lediglich mit sechs Befragten vertreten (Bd. 1, S. 18). Einige Länder – etwa Berlin oder Hessen – finden überhaupt keine Berücksichtigung. Insofern dürfte bei Fragen der Erschließung regionaler Problemvielfalt und einer entsprechenden Differenzierung schon aus stichprobentheoretischer Warte Zurückhaltung angebracht sein. Ich ziehe aus derartigen Forschungsrealisierungen, die sich freilich nicht losgelöst von den Rahmenbedingungen der Projektförderung und den Geboten der Forschungsökonomie ergeben, den Schluss, dass ein weiterer Typus von Umfrage- und Weiterbildungsforschung – stärker mit den Erfordernissen des Strukturwandels in den einzelnen Bundesländer rückgekoppelt – entwickelt werden müsste. Gerade in Anbetracht der fortschreitenden Tendenz zu einer Regionalisierung von Lernstrukturen und -kulturen im Erwachsenenbereich erwächst der objektive Bedarf an Ansätzen einer regional anschmiegsamen Berichterstattung über Weiterbildung.

„Das Buch in der Diskussion" jetzt auch im Netz unter www.report-online.net

In der Rubrik „Das Buch in der Diskussion" werden Veröffentlichungen, die aktuell im Feld diskutiert werden und denen die scientific community besondere Bedeutung beimisst, von verschiedenen Personen aus unterschiedlichen Perspektiven besprochen. Damit sollen entsprechende Veröffentlichungen in besonderer Weise gewürdigt und kontrovers diskutiert werden.

Neu ist nun ab dieser Ausgabe des REPORTs, dass die Besprechungen parallel zum Erscheinen des Heftes auch über die REPORT-Website veröffentlicht werden und Sie als Leser/in die Möglichkeit haben, dort ihren Kommentar zu der vorgestellten Publikation zu ergänzen.

Wenn Sie einen Kommentar zur den beiden Bänden von Barz/Tippelt „Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland" schreiben wollen, klicken Sie unter Recherche/Buch in der Diskussion auf „Kommentar schreiben". Es öffnet sich ein Fenster, in das Sie Ihren Text schreiben können. Das Feld ist auf 4.000 Zeichen beschränkt. Ihr Kommentar wird an die Online-Redaktion weitergeleitet und von dort unter Angabe Ihres Namens schnellstmöglich auf der Website verfügbar macht.

Über die Website haben Sie auch die Möglichkeit, Bücher vorzuschlagen, die im REPORT besprochen werden sollen!

Herausgeber und Redaktion des REPORTs möchten mit diesem Service die Diskussion wissenschaftlicher Publikationen im Bereich der Weiterbildung anregen und freuen sich auf Ihren Beitrag!