

## Rezensionen

Möller, Svenja

### Marketing in der Erwachsenenbildung

W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld 2011,  
120 Seiten, 19,90 Euro,  
ISBN 978-3-7639-4902-1

Die Publikation setzt sich mit dem Thema Marketing in der Erwachsenenbildung gleichermaßen wissenschaftlich und systematisch wie praxisorientiert und anwendungsbezogen auseinander.

Interdisziplinäre Perspektiven zur Marketingtheorie werden ebenso aufgegriffen wie konkrete Ansätze und illustrative Beispiele zur Gestaltung des Marketings. Hervorzuheben ist, dass die Ausführungen insbesondere Reflexionen zum Thema anregen, die zu einem der Erwachsenenbildung angemessenen Marketing beitragen. In diesem Sinne offerieren die Ausführungen einen lehrreichen Rahmen, professionelle Orientierungen zum Thema des Bildungsmarketings zu gewinnen.

Inhaltlich wird das Thema gleichermaßen fundiert, differenziert und prägnant in Zusammenhänge von Marketingparadigmen und -ansätzen wie in verschiedene Phasen der Rezeptionsgeschichte in der Erwachsenenbildungswissenschaft nebst den dabei immer mit zu berücksichtigenden systemischen Entwicklungen im Feld der Erwachsenenbildung eingeordnet. Hierbei – und im weiteren Verlauf – wird das Spannungsfeld zwischen ökonomischer und pädagogischer Rationalität sowie instrumentellen und verantwortungsorientierten Realisierungsoptionen des Marketings thematisiert und kritisch reflektiert. Ergänzend wird auf institutionelle Hintergründe von Erwachsenenbildungseinrichtungen eingegangen, die die Perspektiven des Marketings beeinflussen. Zudem erfolgt eine Auseinandersetzung mit Bildung als „Produkt“, um für die Besonderheiten des Bildungsmarketings zu sensibilisieren. In Anlehnung an modelltheoretisch rekonstruierbare Elemente des Bildungsmarketings

werden Hinweise zur Gestaltung einer Marketingstrategie bzw. eines Marketingkonzepts gegeben. Ein abschließendes Statement schärft abermals den Blick für die normativen Implikationen des Marketinghandelns im Erwachsenenbildungsbereich, wobei dies – in Anlehnung an den gesamten Duktus der Ausführungen – keineswegs oktroyiert, sondern als Impuls für Reflexionen und Diskursoptionen eingebracht wird.

Als Zielgruppe lassen sich vordergründig künftige (Studierende) und aktive Erwachsenenbildner/innen identifizieren. Der Text liefert allerdings auch anregende Anhaltspunkte für eine Wissenschaft, die Forschung, Lehre und Weiterbildung in ihrem Zusammenhang sieht, um forschungsbasierte Professionalisierungsperspektiven im Zuge der akademischen Aus- und wissenschaftlichen Weiterbildung zu eröffnen und zu fördern. Die Ausführungen und Beispiele sind vor allem auf den Bereich der öffentlichen Erwachsenenbildung fokussiert, wenngleich Übertragungen auf andere Bereiche nicht nur möglich sind, sondern auch hier wertvolle Reflexions- und Gestaltungsimpulse geben können.

Die in der Publikation zum Ausdruck kommende Expertise basiert zweifelsohne auf einer langjährigen Auseinandersetzung mit dem Thema, die zwischen Theorie und Empirie ebenso wie zwischen Wissenschaft und Praxis adäquat vermittelt. Die Struktur der Ausführungen und deren sprachlicher Duktus laden – wie im Vorwort genannt – „zu anregender wiewohl kritischer Lektüre des Studentextes und eigenen Marketing-Überlegungen“ ein.

*Detlef Behrmann*