*Rudolf Tippelt*

# Einführung in das Thema der Arbeitsgruppe 1: „Milieus – Interessen – Adressaten – Institutionen“

Bereits seit Beginn des 20. Jahrhunderts setzt sich die Weiterbildungsforschung intensiv mit den Weiterbildungsangeboten aus der Sicht der Teilnehmenden und Adressaten auseinander. Beginnend mit Hörerstatistiken Ende des 19. Jahrhunderts wandte man sich zunächst der Differenzierung der Teilnehmerschaft auf der Basis einfacher soziodemografischer Merkmale (vgl. Engelhart in Tippelt 1999), später der Erstellung sogenannter „sozialer Profile“ der Hörerschaft zu (vgl. Radermacher 1932). Ziel war es zum einen, Planungsdaten für den Ausbau des Bildungswesens zu gewinnen; zum anderen sollte Rechenschaft über finanzielle Aufwendungen abgelegt werden.

Nach dem zweiten Weltkrieg wandte man sich vornehmlich dem Zusammenhang zwischen sozialer Herkunft, Bildungsverhalten, Bildungsinteressen und Bildungseinstellungen zu. Im Mittelpunkt standen hier – in Anlehnung an die damalige Diskussion um Chancengleichheit im Bildungswesen – nicht nur aktuelle, sondern auch potenzielle Weiterbildungsteilnehmer. Die Differenzierung von „gesellschaftlichen Teilgruppen“ sowie die Analyse von Bildungseinstellungen im Kontext sozialer Herkunft erfolgte dabei auf der Basis klassischer Schichtmodelle. In dieser Forschungstradition gilt die Göttinger Studie (vgl. Strzelewicz/Raapke/Schulenberg 1966), die erstmals das Bildungsinteresse und Bildungsverhalten *aller* Bevölkerungsschichten erfasste, zu Recht bis heute als „Leitstudie“ der differentiellen Bildungsforschung. Aussagen über Interessen, Motive und Barrieren in Bezug auf Weiterbildung konnten hier auf der Basis der Zugehörigkeit zu vier hierarchisch angeordneten Schichten der Gesellschaft differenziert werden.

Heute sind Konzepte der adressatenbezogenen Milieuforschung wie auch der Teilnehmerforschung einflussreich. Aber auch die Zielgruppenforschung, die Teilnehmer/innen meist nach Alter, Geschlecht oder beruflichem Status unterscheidet und zielgruppenadäquate Weiterbildungsprogramme – häufig auch als Modellprojekte – initiiert, tragen zum Erkennnisgewinn über die Adressaten der Weiterbildung kontinuierlich bei. In der Arbeitsgruppe werden diese verschiedenen Formen der Adressatenforschung thematisiert und es werden empirische Ergebnisse aktueller Weiterbildungsprojekte dokumentiert.

**Literatur**

Radermacher, L. (1932): Zur Sozialpsychologie des Volkshochschulhörers (Eine Untersuchung von 21.749 Kursteilnehmern). In: Zeitschrift für angewandte Psychologie, H. 5, S. 461–486

Strzelewicz, W./Raapke, H.-D./Schulenberg, W. (1966): Bildung und gesellschaftliches Bewusstsein. Eine mehrstufige soziologische Untersuchung in Westdeutschland. Stuttgart

Tippelt, R. (Hrsg.) (1999): Bildung und soziale Milieus. Oldenburg