

Rezension zu: Barz, Heiner; Tippelt, Rudolf (Hg.): Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Bd. 1 und 2. Bielefeld 2004

Bremer, Helmut

Veröffentlichungsversion / Published Version

Rezension / review

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bremer, H. (2006). Rezension zu: Barz, Heiner; Tippelt, Rudolf (Hg.): Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Bd. 1 und 2. Bielefeld 2004. *Sozialwissenschaften und Berufspraxis*, 29(1), 130-133. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-44478>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Rezensionen

Barz, Heiner/Tippelt, Rudolf (Hg.), 2004: Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Band 1: Praxishandbuch Milieumarketing. Bielefeld: Bertelsmann. 190 S., 39,90 €, ISBN: 3-7639-1902-3

Barz, Heiner/Tippelt, Rudolf (Hg.), 2004: Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Band 2: Adressaten- und Milieuforschung zu Weiterbildungsverhalten und -interessenten. Bielefeld: Bertelsmann. 141 S., 39,90 €, beide Bände: 69,90 €, ISBN: 3-7639-1904-X

Helmut Bremer

Für die Bildungssoziologie ist es immer ein zentrales Anliegen gewesen, den Zusammenhang von sozialer Ungleichheit und Bildung zu untersuchen und die Möglichkeit von mehr Chancengleichheit durch den Abbau von Bildungsbenachteiligung aufzuzeigen. Durch die in jüngster Zeit neuerlich nachgewiesene hohe soziale Selektivität des Bildungs- und Erziehungswesens hat diese Debatte wieder an Aktualität gewonnen. Dadurch ist auch die Frage erneut in den Blickpunkt gerückt, mit welchen Konzepten den Ungleichheitsstrukturen im Bildungs- und Erziehungswesen nach dem ‚Scheitern‘ der schichtspezifischen Sozialisationsforschung in den 1970er Jahren auf die Spur zu kommen ist. In dieser Situation gilt Untersuchungen zur Bildungsbeteiligung sozialer Milieus ein besonderes Interesse (vgl. Engler/Krais, 2004), denn bekanntlich haben diese Konzepte seit den 1980er Jahren Eingang in die Ungleichheits- und Sozialstrukturanalyse gefunden und sind dort – teils in der Tradition Bourdieus, teils in einer stärker lebensstilorientierten Richtung – bisweilen an die Stelle von Klassen- und Schichtmodellen getreten.

Die hier zu besprechende Publikation beruht auf einer Studie im Bereich der Erwachsenenbildung. Auch hier ist das Thema der sozialen Selektivität seit langem bekannt. Dass Milieuansätze aber, im Gegensatz zu anderen Bereichen des Bildungs- und Erziehungswesens, hier sehr viel mehr Beachtung gefunden haben, dürfte seinen Grund auch darin haben, dass Weiterbildungseinrichtungen sich stärker einem ökonomischen Druck ausgesetzt sehen. Dadurch spielt die Teilnehmergebung im Sinne einer Markt- und Zielgruppenorientierung eine zunehmend wichtige Rolle. Der Forschungsgruppe um Heiner Barz und Rudolf Tippelt gebührt das Verdienst, maßgeblich zur Etablierung des Ansatzes in der Weiterbildungsforschung beigetragen zu haben. Nach zwei regional begrenzten Untersuchungen legen sie nun die Ergebnisse einer umfangreichen deutschlandweiten Studie vor. Dabei haben sie, wie schon zuvor, das Modell des Sinus-Institutes zu Grunde gelegt, das der lebensstilorientierten Richtung von Milieuanätzen zuzuordnen ist.

Das empirische Programm ist gewaltig. Ziel ist es, „eine umfassende Topographie der Weiterbildungslandschaft Deutschlands aus der Sicht der Adressaten und Teilnehmenden zu erstellen“ (Bd. 2, S. 6). Die Publikation umfasst zwei Bände, die unterschiedlich aufgemacht sind und sich an unterschiedliche Lesergruppen wenden. Band 1 beinhaltet vor allem die Befunde der qualitativen Befragung (160 problemzentrierte Interviews sowie 14 Gruppendiskussionen), die auf die Aufdeckung von „Motivstrukturen und Einstellungen“ (Bd. 1, S. 17) zielte. Er ist als ein „Praxishandbuch Milieumarketing“ aufbereitet. Im Mittelpunkt von Band 2 stehen die Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von rund 3.000 Personen. Er hat einen umfassenderen Charakter und stellt stärker Bezüge zum wissenschaftlichen Diskurs her.

Band 1 (verfasst von Jutta Reich, Sylva Panyr, Doris Drexler, Heiner Barz und Rudolf Tippelt) präsentiert „Milieuprofile“, die den Anbietern ein „Milieumarketing“ (S. 9 ff.) ermöglichen sollen. Sie sind aufbereitet als handbuchartige Praxishilfe für Weiterbildungseinrichtungen. Der Band beginnt mit einer Begründung für das Marketing in der Weiterbildung und einer Kurzvorstellung der sozialen Milieus. Im zweiten Kapitel werden die (qualitativen) Forschungsmethoden und die (inhaltsanalytische) Auswertungsstrategie beschrieben. Hier wäre wünschenswert, die Hermeneutik der Milieudiagnose (und sei es exemplarisch) etwas stärker offen zu legen, um die Zuordnungen besser nachvollziehbar zu machen. Im dritten Teil werden nochmals einige Rahmendaten für die milieuspezifische Weiterbildungsteilnahme zusammengefasst.

Den Kern des Bandes bildet Kapitel 4, in dem jedes Milieu hinsichtlich sozialer Lage und Lebenswelt sowie elf weiterer Bereiche porträtiert werden, die den „Milieubaustein Weiterbildung“ (S. 28) ausmachen: Bildungserfahrungen und -verständnis, Weiterbildungsinteressen und -barrieren, Persönlichkeitsentwicklung, Gesundheitsbildung, Kompetenzentwicklung, informelles Lernen, Ansprüche an Methode und Ambiente, Weiterbildungsmarketing, Nutzung und Image von Anbietern. Hier werden die milieuspezifischen Unterschiede der Adressaten gut deutlich. In Kapitel 5 werden Konsequenzen für ein milieubezogenes Marketing gezogen, etwa im Hinblick auf Werbung, Kommunikationsstile, Strategien der Informationssuche und Preisbereitschaft. Der Band schließt mit einem Kapitel, in dem für jedes Milieu didaktische Hinweise in Form kurzer „Checklisten“ für die Programmplanung zusammengefasst sind.

Insgesamt ermöglichen es die spiegelstrichartige Darstellung und der systematische Aufbau den Akteuren in Weiterbildungseinrichtungen vermutlich, sich einen schnellen Überblick über Ziel- und Adressatengruppen zu verschaffen. Manchmal jedoch erschließt sich der Zusammenhang nicht überzeugend, und die Merkmale wirken unverbunden, so dass auch die konkreten Personen und Milieus nicht wirklich durchdrungen wirken. Hier wünscht man sich etwas mehr erläuternden Text. Es bleibt zu fragen, ob durch die sehr gestraffte, an einen Präsentationsstil erinnernde Darstellung nicht Wichtiges aus dem reichhaltigen qualitativen Material verloren geht und ob die Milieus (und die vorgeschlagenen Strategien, diese zu erreichen) nicht ‚glatter‘ präsentiert werden, als sie tatsächlich sind.

Band 2 beginnt mit einem von den Herausgebern verfassten Überblick über Anlage und Hauptergebnisse der Untersuchung. So variieren etwa die Teilnahme an den verschiedenen Bereichen der Weiterbildung und die Erwartungen daran stark nach sozialen Milieus. Tendenziell bestätigt sich dabei die bekannte Tendenz, wonach vornehmlich Akteure mit bildungsnaher Herkunft und mit höheren Qualifikations- und Bildungsstandards an Weiterbildung partizipieren.

Im umfangreichsten Kapitel 2 (verfasst von Helmut Kuwan, Angelika Graf-Cuiper und Rudolf Tippelt) werden dann die Befunde der Repräsentativbefragung nach einzelnen Bereichen aufgeschlüsselt. Auch wenn manches davon durch die Weiterbildungsstatistik bekannt ist, finden sich hier eine Reihe interessanter und aktueller Detailinformationen. Obwohl die Ergebnisse vor allem anhand soziodemographischer Daten aufgeschlüsselt werden, sind milieuspezifische Befunde in diese Darstellung schon mit eingestreut.

Eine ausführliche milieubezogene Zuspitzung unter Einbeziehung der qualitativen Untersuchungsbefunde ist dann Kapitel 3 vorbehalten (verfasst von Rudolf Tippelt, Jutta Reich, Sylva Panyr, Thomas Eckert und Heiner Barz). Hier wäre sicherlich interessant, die Milieus einmal konkret mit soziodemographischen Daten auszuweisen. Ansonsten werden

in diesem Abschnitt eine Reihe von Teilbereichen der Weiterbildung auf ihre Milieubezogenheit ‚abgeklopft‘, so u.a. Bildungsbarrieren, das Image bestimmter Anbieter in den sozialen Milieus, Bildungsvorstellungen, Bildungserfahrungen, Gesundheits- und Persönlichkeitsbildung. Das ist oft plausibel und durch eingefügte Originalaussagen auf der deskriptiven Ebene immer wieder anschaulich illustriert. Manches wirft eher Fragen auf, wie etwa die angedeuteten Probleme beim empirischen und theoretischen Zugriff auf das so genannte „informelle Lernen“ letztlich gelöst wurden (Bd. 2: 130 ff.), oder wenn bei dem Versuch, das milieuspezifische Bildungsverständnis in einem zweidimensionalen Raum darzustellen (Bd. 2: 111), mit dem höchst wertenden begrifflichen Gegensatzpaar „individualisierend“ versus „sozial-disziplinierend“ gearbeitet wird. Der Band schließt mit einem kurzen Ausblick auf die weitergehende Phase der Umsetzung der Befunde.

Unter dem Strich fällt das Resümee zwiespältig aus. Beeindruckend ist sicher das reichhaltige empirische Material. Die Weiterbildungslandschaft ist dadurch in vorher nicht gekannter Weise empirisch durchdrungen worden. Weiterbildungsanbieter finden wichtige Informationen zur Heterogenität der Adressaten von Weiterbildung in Bezug auf ihre stilistischen Vorlieben und Hinweise für die Programmplanung. Das ist zweifellos verdienstvoll.

In anderer Hinsicht lassen die vorliegenden Bände gleichwohl Fragen offen. So fehlt beispielsweise ein klärendes Kapitel zur theoretischen Fundierung des Milieuansatzes. Die Veränderungen, die das Sinus-Institut in den letzten Jahren an seinem Modell vorgenommen hat, haben nicht gerade zur Verständlichkeit und Trennschärfe beigetragen. So verlaufen etwa zwischen dem Milieu der ‚Bürgerlichen Mitte‘ und den unterprivilegierten ‚Konsum-Materialisten‘ deutliche soziale Grenzen, so dass es verwundert, warum gerade sie als ‚Mainstream-Milieus‘ (was immer das ist) zusammengefasst werden.

Irritierend ist aber vor allem die einseitige Fokussierung auf Milieus als Marketinginstrumente. Zwar stellen sich die Autoren anfangs in die Tradition ungleichheitsspezifischer Bildungsforschung, die auch in der Weiterbildung etabliert ist (Bd. 2, S. 8 ff.). Dieser Bezug geht jedoch im Weiteren verloren. Ohnehin ist zweifelhaft, dass beide Intentionen ineinander aufgehen und der Spagat eines „sozialverträglichen Bildungsmarketings“ (Bd. 1, S. 7) gelingen kann. Zweifellos ist Bildungsmarketing für Weiterbildungsrichtungen wichtig. Aber Fragen von Chancengleichheit, sozialer Gerechtigkeit und sozialer Selektivität der Weiterbildung stehen oft im Widerspruch zu möglicher Marktfähigkeit. Dies wird jedoch kaum thematisiert oder problematisiert. Dabei ließe sich gerade bei den im „Milieubaustein Weiterbildung“ enthaltenen und als besonders zukunftsfähig (für wen?) identifizierten Bereichen „Gesundheits-“ und „Persönlichkeitsbildung“ zeigen, dass sich hierin vor allem Bildungsorientierungen gehobener Milieus mit distinktivem Habitus wiederfinden. Was heißt es etwa für die Weiterbildung, wenn Akteure aus den sozial unten stehenden Milieus, die offensichtlich eine völlig andere Einstellung zum Körper haben (müssen), kein Interesse an „Gesundheitsbildung“ (Bd. 2, S. 126 ff.) äußern? Was bedeutet es, wenn etwa Akteure aus dem „konsum-materialistischen Milieu“ im Gegensatz zu den von Selbstbezogenheit und Distinktion gekennzeichneten oberen Milieus meinen, dass die „Persönlichkeit“ (wie immer das verstanden wurde) nicht zu bilden sei (Bd. 2, S. 120 ff.)? Und führt eine Orientierung an den (zweifellos marktfähigen) Stilisierungs- und Distinktionsinteressen der Oberklassenmilieus dann nicht zur Verschärfung von sozialer Selektivität durch Weiterbildung? Solche vertiefenden Analysen, die auch die Konflikt- und Herrschaftsdimensionen der Milieustruktur im Bildungswesen aufzeigen und Kritisches zu Tage fördern

könnten, fehlen fast gänzlich. Es bleibt zu hoffen, dass dies in noch folgenden Publikationen aus der Untersuchung eingelöst wird.

Literatur:

Engler, Steffani/Krais, Beate (Hg.), 2004: Das kulturelle Kapital und die Macht der Klassenstrukturen. Sozialstrukturelle Verschiebungen und Wandlungsprozesse des Habitus. Weinheim: Juventa.

PD Dr. Helmut Bremer
Mindener Str. 28
48145 Münster
hbremer@uni-muenster.de

Dr. Helmut Bremer, Privatdozent am Fachbereich Erziehungswissenschaft der Universität Hamburg; Lehrbeauftragter an der Universität Leipzig; Studium der Diplom-Sozialwissenschaften an der Universität Hannover; Lehr- und Forschungstätigkeit an den Universitäten Hannover, Münster, Hamburg und Leipzig; Arbeitsschwerpunkte: Bildungsforschung und Weiterbildung; Lernprozesse und Habitus; Sozialstrukturanalyse; Milieu- und Habitusanalyse und ihre Methoden; Religionssoziologie.

Publikationen (Auswahl):

Von der Gruppendiskussion zur Gruppenwerkstatt. Ein Beitrag zur Methodenentwicklung in der typenbildenden Mentalitäts-, Habitus- und Milieuanalyse. Münster: Lit., 2004.

Der Mythos vom autonom lernenden Subjekt. Zur sozialen Verortung aktueller Konzepte des Selbstlernens und der Bildungspraxis unterschiedlicher sozialer Milieus. In: Engler, Steffani/ Krais, Beate (Hg.): Das kulturelle Kapital und die Macht der Klassenstrukturen. Weinheim: Juventa, S. 189-213, 2004.

Wolfgang Vögele/Helmut Bremer/Michael Vester (Hg.): Soziale Milieus und Kirche. Würzburg: Ergon, 2002.

