

**Theorie und Praxis
der Erwachsenenbildung**

**Rudolf Tippelt, Meike Weiland,
Sylva Panyr, Heiner Barz**

**Weiterbildung,
Lebensstil
und soziale Lage
in einer Metropole**

**Studie zu Weiterbildungs-
verhalten und -interessen
der Münchner Bevölkerung**



die

THEORIE UND PRAXIS DER ERWACHSENENBILDUNG

Reihe 1967 begründet von Hans Tietgens

Herausgeber

Prof. Dr. Sigrid Nolda, Universität Dortmund

Prof. Dr. Ekkehard Nüssli von Rein, Universität Duisburg

Prof. Dr. Rudolf Tippelt, Universität München

Herausgebende Institution

Das Deutsche Institut für Erwachsenenbildung (DIE) ist eine Einrichtung der Leibniz-Gemeinschaft und wird von Bund und Ländern gemeinsam gefördert. Als wissenschaftliches Institut erbringt es Dienstleistungen für Forschung und Praxis der Weiterbildung. Das Institut wird getragen von 18 Einrichtungen und Organisationen aus Wissenschaft und Praxis der Erwachsenenbildung, die Mitglieder im eingetragenen Verein „DIE“ sind.

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Verlag:

W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 10 06 33

33506 Bielefeld

Telefon: (0521) 9 11 01-11

Telefax: (0521) 9 11 01-19

E-Mail: service@wbv.de

Internet: www.wbv.de

Bestell-Nr.: 14/1084

© 2003 W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Bielefeld

Satz+Grafiken: Grafisches Büro Horst Engels, Bad Vilbel

Herstellung: W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld

ISBN 3-7639-1881-7

Inhalt

Vorbemerkungen	5
Individuelle Übergänge in die Wissensgesellschaft gestalten	7
Engere Verzahnung von Angebot und Nachfrage	9
 1. Einleitung	 11
 2. Fragestellung, Methoden und Stichprobe des Forschungsprojekts	 17
2.1 Fragestellung	17
2.2 Forschungsmethoden	18
2.2.1 Fragebogenerhebung	18
2.2.2 Experteninterviews	22
2.2.3 Gruppendiskussionen	22
2.2.4 Ergänzende biografische Interviews zu informellen Lernprozessen	24
2.3 Beschreibung der Stichprobe der Fragebogenerhebung ..	25
 3. Weiterbildungsverhalten und -interessen der Münchner Bevölkerung	 29
3.1 Weiterbildungsteilnahme	29
3.1.1 Einstellungen und Erwartungen gegenüber Weiterbildung	31
3.2 Teilnahme an quantitativ bedeutsamen Themenbereichen der allgemeinen und beruflichen Weiterbildung	38
3.2.1 Ausgewählte berufsbezogene Themenbereiche	41
3.2.2 Ausgewählte allgemeine Themenbereiche	45
3.3 Berufliche Weiterbildung	52
3.4 Nichtteilnahme und Weiterbildungsbarrieren	56

3.5	Selbst gesteuertes und informelles Lernen	64
3.5.1	Expertenperspektive	64
3.5.2	Quantitative Befunde	66
3.5.3	Ergänzende Ergebnisse der biografischen Interviews	74
3.6	Zusammenfassung	76
4.	Weiterbildung in den sozialen Milieus	79
4.1	Das Milieukonzept	83
4.2	Weiterbildung in den einzelnen Milieus	84
5.	Weiterbildungsinstitutionen, Adressaten und Marketing	125
5.1	Weiterbildungsinstitutionen und ihre Teilnehmenden	127
5.1.1	Firmen und Betriebe als Weiterbildungsveranstalter	129
5.1.2	Weiterbildungsveranstalter: Volkshochschule	131
5.1.3	Weiterbildungsveranstalter: Universitäten und Fachhochschulen	135
5.1.4	Weiterbildungsveranstalter: Berufsverbände, Kammern und Arbeitgeberverbände	137
5.1.5	Weiterbildungsveranstalter: Kirchliche Institutionen	138
5.2	Adressatenforschung, didaktische Handlungsfelder und Marketing	140
5.2.1	Didaktische Handlungsfelder	141
5.2.2	Adressatenforschung und Marketing	147
6.	Zusammenfassung: Weiterbildung, Milieus und soziale Differenzierung	151
	Anmerkungen	169
	Literatur	174
	Anhang: Forschungsinstrumente	181
	Autorinnen und Autoren	198

Vorbemerkungen

Die vorliegende Studie thematisiert den Zusammenhang von sozialer Lage und Weiterbildung, wobei neben zahlreichen wichtigen Sozialindikatoren insbesondere das von Sinus-Sociovision entwickelte Milieukonzept aufgegriffen wird. Das Besondere dieses Ansatzes besteht darin, dass bei der Gruppenbildung und Milieukonstruktion sowohl die soziale Lage als auch die alltagsästhetischen Lebensstile berücksichtigt werden. Der schnellen Veränderung sozialer Lagen und der großen Unbeständigkeit sozialer Bewegungen wird dadurch Rechnung getragen, dass die Inhalte von Begriffen wie Milieu, Lebensstil und Kultur immer wieder angepasst und neu justiert werden. Geht die einflussreiche Milieutradition zur Lebensstil- und Lebenslagenforschung noch Ende der 80er Jahre von acht sozialen Milieus in Westdeutschland aus, so werden mittlerweile – nach der Wiedervereinigung und bedingt durch die Integration der neuen Länder – bundesweit zehn Milieus identifiziert.

Die Studie versucht daher mit Hilfe des zugrunde liegenden Adressaten- und Milieukonzepts die Teilnehmerorientierung der Weiterbildung zu stärken. Träger und Weiterbildungseinrichtungen müssen entscheiden, ob bei der gegebenen Marktsegmentierung alle identifizierbaren Segmente und Zielgruppen einbezogen und angesprochen werden sollen. In welchen Bereichen sind milieu- und zielgruppenbezogene Anpassungen der Leistungen notwendig, und in welchen kann standardisiert weitergearbeitet werden? Wie müssen individuelle Ausgestaltungen von Kursen, von Programmen, von fachbereichsbezogenen Aktivitäten aussehen?

Die vorliegende Studie hat allerdings nicht den Anspruch, genaue Kenntnisse für jeden einzelnen Träger und für jede besondere Weiterbildungsinstitution mit Blick auf das Kundenverhalten zu erheben und die notwendigen Schlüsse für das Marketing zu ziehen. Die empirische Erhebung kann jedoch grundlegende Informationen liefern, um Teilnehmerinteressen genauer und spezifischer anzusprechen. Insofern kann die Untersuchung in der Weiterbildung die begonnenen Überlegungen zu Marketingstrategien ergänzen und ohne Zweifel können Ergebnisse der Milieuforschung praktische Konsequenzen für die Bildungsarbeit nahe legen.

Im Einzelnen werden nach einer Einleitung die Fragestellung und die methodische Anlage des Projekts dargelegt. Im dritten Kapitel

werden Weiterbildungsverhalten und Weiterbildungsinteressen der Münchner Bevölkerung in Abhängigkeit von Alter, Bildung, Beruf, Geschlecht etc. analysiert, Weiterbildungspräferenzen und Weiterbildungsbarrieren verschiedener sozialer Gruppen werden gleichermaßen sichtbar. Einen besonderen Schwerpunkt stellt die Analyse des informellen Lernens dar. Die Ergebnisse der empirisch breiten Fragebogenerhebung, der durchgeführten Gruppendiskussionen und ausgewählter Experteninterviews werden aufeinander bezogen. Das vierte Kapitel beschreibt dann die Weiterbildungsinteressen milieuspezifisch, wobei einige Leitmilieus in der Großstadt hervorgehoben werden. Das fünfte Kapitel systematisiert die Überlegung, wie die Ergebnisse von Adressaten- und Teilnehmerforschungen auf das Weiterbildungsangebot und die konkreten Anbieter bezogen werden können. Konsequenterweise wird für die Implementierung geeigneter Marketingstrategien plädiert. Das abschließende zusammenfassende Kapitel weist dann prägnant auf die große Pluralität des Lern- und Bildungsverständnisses verschiedener sozialer Milieus und sozialer Gruppen hin. Der aufgezeigte Ansatz der Adressatenforschung kann für die heute unverzichtbare Profilbildung der Weiterbildungsinstitutionen und für die notwendige Teilnehmer- und Zielgruppenarbeit zahlreiche empirisch gestützte Anregungen aufzeigen.

Ein genaues Hinsehen auf die Realität von Weiterbildung und die Bedingungen, unter denen sie arbeitet, ist für das Deutsche Institut für Erwachsenenbildung (DIE) von jeher wichtig gewesen. Seien es fundierte Praxisberichte, anwendungsbezogene Entwicklungen oder – wie hier – empirische Analysen: das DIE trägt mit seinen Publikationen dazu bei, wissenschaftliche Grundlagen für die Weiterbildung zu legen. Der Nutzen solcher soziologisch orientierten Explorationen über Teilnehmende und Adressaten von Weiterbildung für die pädagogischen Arbeit liegt auf der Hand. Zielgruppenarbeit, Bedarfsanalysen, Bedürfnisorientierung, Adressaten- und Teilnehmerbezug sind ohne empirische Erkundungen des Feldes nicht möglich; auch nicht – dies nur ergänzend – sozial verträgliche Verfahren von Marketing und Werbung.

Ekkehard Nuissl
Deutsches Institut für Erwachsenenbildung

Individuelle Übergänge in die Wissensgesellschaft gestalten

Wissen ist der Rohstoff der modernen Gesellschaft. Die Wissensgesellschaft stellt neue Anforderungen an unsere Gesellschaft. Überall wird das Engagement des Einzelnen angemahnt und die Anpassung des Wissens an die neuen Entwicklungen gefordert.

Will sich der Bürger auf seine Zukunft in Beruf und Freizeit vorbereiten, so trifft er auf ein schier unüberblickbares Meer an Angeboten einer ebenfalls undurchschaubaren Vielzahl von Bildungsanbietern. Kein Thema – so scheint es auf den ersten Blick – bleibt unbehandelt, jederzeit und überall bieten entsprechend ausgerichtete Betriebe oder Einzelpersonen Weiterbildung an. Doch welches Angebot ist im jeweiligen Fall das richtige?

Die Beschäftigten müssen sich weiterbilden, um in der neuen Arbeitswelt bestehen zu können; viele Bürgerinnen und Bürger sind interessiert an bestimmten Themen und Fragen, sie wollen sich weiterbilden. Doch wie wichtig ist die Weiterbildung für die Münchner Bevölkerung? Wer nimmt welche Angebote wahr und wie werden die Angebote bewertet?

Ein Kooperationsverbund aus dem Referat für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München, dem Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus, dem Bayerischen Volkshochschulverband, dem Verein der Förderer und Freunde der Münchner Volkshochschule und der Münchner Volkshochschule hat Herrn Professor Dr. Rudolf Tippelt und sein Team vom Lehrstuhl Allgemeine Pädagogik und Bildungsforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München beauftragt, das Weiterbildungsverhalten und die Weiterbildungsinteressen der Münchner Bevölkerung zu untersuchen.

Die Studie liegt nun vor, in der grundlegend das Weiterbildungsverhalten der deutschsprachigen Bevölkerung und erstmalig die Weiterbildungsinteressen innerhalb der Stadt München beleuchtet werden. Diese Bestandsaufnahme beschreibt nicht nur die Einstellungen der verschiedenen sozialen Milieus zur Weiterbildung, sondern auch die Anforderungen der Befragten an die Weiterbildung. Damit kann sie für mehr Klarheit im Bereich der Weiterbildung für die potenziellen Teilnehmer/innen sorgen. Die Bildungsanbieter sind mit ihren Angeboten nun gefor-

dert, die Grundlage für den individuellen Übergang in die Wissensgesellschaft durch angemessene Bildungsangebote zu schaffen.

*Dr. Reinhard Wieczorek
Referent für Arbeit und Wirtschaft
der Landeshauptstadt München*

Engere Verzahnung von Angebot und Nachfrage

Die Studie „Weiterbildungsverhalten und -interessen der Münchner Bevölkerung“ ist auf Initiative der Münchner Volkshochschule entstanden.

Im Rückblick auf die gelungene und sich über zwei Jahre erstreckende Zusammenarbeit möchte ich allen an diesem Projekt Mitwirkenden meinen Dank aussprechen. Besonders die von Professor Rudolf Tippelt und seinem Forscherteam erhobenen Befunde, die für die Beurteilung des Weiterbildungsmarkts eine neue Basis für München abgeben, verdienen große Anerkennung.

Nachdem wir nun empirisch gesicherte Daten zur Verfügung haben, heißt es für die Nutzer, diese Erkenntnisse in die Praxis sinnvoll umzusetzen.

Für die Erwachsenenbildungsträger hält diese Studie eine ganze Reihe von Anregungen bereit, die ihnen auch unter dem Druck finanzieller Engpässe neue Möglichkeiten eröffnen können.

Vor allem dürfen wir uns darüber freuen, dass die allgemeine Weiterbildungsteilnahme der Münchner Bevölkerung um mehr als 10 % über dem Bundesdurchschnitt liegt. In dieser hohen Weiterbildungsaktivität der Bürgerinnen und Bürger kommt die herausragende Stellung Münchens als dynamische Wirtschaftsregion und als bevorzugter Medien-, Universitäts- und Forschungsstandort zum Ausdruck. Darüber hinaus zeugt sie von einer gut ausgebauten Infrastruktur der Erwachsenenbildung in München, an der vor allem die städtischen Weiterbildungseinrichtungen einen großen Anteil haben. Das hohe Image der Münchner Volkshochschule in allen Milieus der Gesellschaft zeigt dies in exemplarischer Weise.

Bemerkenswert sind die Beobachtungen, die auf Schwachpunkte des Weiterbildungsmarktes hinweisen und die für alle Träger in der näheren Zukunft auf ihrer Agenda zur Qualitätssicherung und Programmprofilierung stehen sollten. Genannt wurden u. a.: bessere Raumausstattungen, höhere didaktische Kompetenz der Dozenten, präzisere Zeitplanung des Unterrichts und Abbau von Zugangshindernissen im Anmeldeverfahren.

Ein weiteres wichtiges Ergebnis ist, dass eine bessere Beratung über die verschiedenen Bildungsangebote noch mehr Münchner Bürger-

innen und Bürger zur Teilnahme an einer Weiterbildungsmaßnahme veranlassen würde.

Die engere Verzahnung und Zusammenführung von Angebot und Nachfrage muss daher im Fokus künftiger Aufmerksamkeit stehen, d. h. die Programmplanung muss enger mit der Programmvermarktung verknüpft werden.

In folgenden Bevölkerungsgruppen liegen noch unausgeschöpfte Teilnehmerpotenziale: Personen, die der bürgerlichen Mitte und dem konservativen Milieu zuzurechnen sind, Männer aller Altersstufen und Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Industrie- und Handwerksberufen.

Eine ganz neue Dimension der Weiterbildung, die unter dem Stichwort „informelles Lernen“ in der pädagogischen Literatur bereits umfassend diskutiert wird, hat nun auch alle Praxisfelder der Erwachsenenbildung erreicht. Der Einzelne lernt nicht ausschließlich durch die Teilnahme an institutionalisierten Bildungsangeboten, sondern er versucht, sich Wissen und die Informationen kurzfristig und schnell über das Internet, die Medien oder andere Kontakte zu beschaffen. Angesichts dieser Entwicklung sind die traditionellen Organisationsformen der Weiterbildung wie „Bildungswochenende“, „Semester“, „Lerngruppe“ und „Kompaktkurs“ neu herausgefordert.

Alle Weiterbildungsinstitutionen werden hier umdenken müssen. Die Institutionen der Erwachsenenbildung wären allerdings schlecht beraten, vorschnell und einseitig auf informelles Lernen zu setzen. Es wird sich eher als ergänzende Form zu den bisherigen klassischen Lernformen empfehlen.

Wer schon gebildet ist, fragt noch mehr Bildung nach und kann sich diese auch leichter aneignen. Die empirischen Untersuchungen der Studie bestätigen diesen, in der Fachliteratur bereits diskutierten Sachverhalt. Die schon seit langem bekannte Bildungsschere wird auch durch das informelle Lernen nicht geschlossen, sondern verfestigt.

Hier sind vor allem die öffentlichen Träger der Erwachsenenbildung gefordert, diese Differenz nicht hinzunehmen, sondern aktive Bildungspolitik zugunsten der sozial schwächeren und bildungsungewohnten Bürger zu betreiben.

*Dr. Susanne May
Programmdirektorin der Münchner Volkshochschule*

1. Einleitung

(Rudolf Tippelt)

Der vorliegende Band fasst die Ergebnisse einer empirischen Studie zum Weiterbildungsverhalten und zu den Weiterbildungsinteressen der Münchner Bevölkerung zusammen, die unter der Leitung von Prof. Dr. Rudolf Tippelt, Prof. und Dr. Heiner Barz in enger Kooperation mit der Münchner Volkshochschule (MVHS) und dem Referat für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München am Institut für Pädagogik der LMU München durchgeführt wurde.

Hierzu wurden soziale Indikatoren wie Alter, Bildung, Beruf, Geschlecht und Einkommen berücksichtigt, gleichzeitig wurde auch das soziale Milieukonzept zugrunde gelegt. Doch was sind soziale Milieus?

Neben der sozialen Lage gehen in die Milieudiagnose immer grundlegende Wertorientierungen ebenso wie Alltagsroutinen, Wunsch- und Leitbilder, Ängste und Zukunftserwartungen ein. Die grundlegende Definition sozialer Milieus allerdings ist die Folgende: Soziale Milieus fassen Menschen zusammen, die sich in Lebensstil und Lebensführung zumindest ähneln, also in gewisser Hinsicht Einheiten innerhalb der Gesellschaft bilden. Die vorliegende Studie kann nun zeigen, dass die Angehörigen sozialer Milieus auch gegenüber der Weiterbildung unterschiedliche und milieuspezifisch zu differenzierende Einstellungen und Verhaltensweisen entwickeln. Dies wiederum kann Ansatzpunkt für Weiterbildungsträger und Weiterbildungsinstitutionen sein, durch Beratung und durch komplexe Marketingstrategien an die Interessen der unterscheidbaren Zielgruppen anzuknüpfen. Die Studie orientiert sich in Theorie und Empirie an neueren Arbeiten zur Sozialstruktur Deutschlands, beispielsweise von Hradil (1987; 1992), Vester (1995), Müller (1992) und des Heidelberger Sinus-Instituts, kann sich aber auch auf eigene Analysen in Freiburg (Barz 2000; Tippelt 1999; Barz/Tippelt 1999) und generell auf eine lange Tradition der differenzierenden Teilnehmer- und Adressatenforschung beziehen. Der Zusammenhang von sozialer Lage, Lebensstil und Bildung – wenngleich noch nicht in den Kategorien der Milieuforschung – wird bereits seit vielen Jahrzehnten analysiert und diskutiert: Zu den wichtigen Pionierarbeiten auf diesem Gebiet gehören sicher die in den 70er-Jahren von Schulenberg u. a. (1978) publizierte

Oldenburgstudie und die von Strzelewitz, Raapke und Schulenberg (1966) vorgelegte Göttinger Studie. In dieser wurde insbesondere danach gefragt, welche Vorstellungen die deutsche Bevölkerung mit „Bildung“ verbindet, wozu sie verhilft oder was einen Menschen, den man für gebildet hält, auszeichnet. Auch methodologisch ist die Göttinger Studie noch heute von großem Interesse. Um einen Einblick in die Bildungsvorstellungen zu erhalten, wurde damals eine Repräsentativumfrage durchgeführt. Weiter wurden – um besondere Motive, Interessen und begriffliche Konnotationen darstellen zu können – Gruppendiskussionen und qualitative Intensivinterviews ausgewertet. Damals wurde zum ersten Mal das Bild von der „Weiterbildungsschere“ formuliert, denn ähnlich wie in amerikanischen Untersuchungen war festzustellen, dass die Neigung und Eignung für das Weiterlernen im Erwachsenenalter mit der Höhe des formalen Bildungsniveaus und der Dauer des Schulbesuchs variiert. In Bezug auf das Angebot der Volkshochschule wurden nach umfangreichen Auswertungen zwei idealtypische Gruppen unterschieden: „Mit hoher Wahrscheinlichkeit ist aktiver Volkshochschulbesuch zu erwarten bei einem Angestellten: Anfang 20, ledig, Abitur, Dissident (verstanden nicht im politischen Sinne, sondern als Nichtmitglied der katholischen oder protestantischen Kirche), in wirtschaftlich guten Verhältnissen und in der Großstadt lebend. Dagegen ist mit geringerer Wahrscheinlichkeit aktiver Volkshochschulbesuch zu erwarten, bei einer Arbeiterin: Ende fünfzig, verwitwet, Volksschule, katholisch, mit geringem Lohn, in einem Dorf lebend“ (Strzelewicz 1973, S. 182). Auf die heutige Situation ist eine solch grobe Charakterisierung der Teilnahme *nicht* mehr übertragbar und man kann auf Basis des Milieukonzepts differenzierter auf das Weiterbildungsverhalten rückschließen.

Die Tradition der Teilnehmer- und Adressatenforschung geht sogar noch weiter zurück, denn schon 1895 wurde in Wien Zahlenmaterial zu Veranstaltungsthemen, Hörerzahlen, Alter und Geschlecht und ab 1898 auch zum sozialen Hintergrund der Hörschaft systematisch gesammelt. Ludo Moritz Hartmann, Mitinitiator der Wiener Universitätsausdehnungsbewegung, versuchte auf diese Weise Hörerinteressen und Teilnahmemotive zu erschließen, um dann das Bildungsangebot daran zu orientieren. Hartmanns frühes Interesse am Teilnehmer markiert die „Entdeckung des Adressaten“ und bedeutet zugleich den Beginn der Teilnehmerorientierung in der Erwachsenenbildung. Auch Robert von Erdberg (1921) forderte früh, dass die „inneren seelischen und geistigen Dispositionen“ der Teilnehmer bei der Bildungsarbeit berück-

sichtigt werden müssen. An diese Tradition will die vorliegende Studie anschließen.

Allerdings gibt es derzeit keine am Milieuansatz orientierte Studie, die die Weiterbildungsinteressen und das Weiterbildungsverhalten in einer Großstadt thematisieren würde. Die Untersuchung in München ist daher eine Pionierarbeit und wird erst in künftigen Studien mit anderen Großstädten vergleichbar sein. Jede sozial- und erziehungswissenschaftliche Studie muss berücksichtigen, dass München in verschiedener Hinsicht eine besondere Metropole ist:

- Die Region München gehört zu den dynamischsten Wirtschaftsregionen Europas und nimmt auch in einschlägigen europäischen Studien einen vorderen Rangplatz ein. Als Produktions- und Entwicklungsstandort für Informations- und Kommunikationstechnologien, als Zentrum für Biotechnologie, als bevorzugter Medien-, Universitäts- und Forschungsstandort hat München ein besonderes wirtschaftliches Profil entwickelt. Die hier ansässigen über 4.000 Unternehmen der Hochtechnologiebranche haben mit dazu geführt, den Ausdruck „Isar-Valley“ zu prägen. München ist auch einer der größten Versicherungsstandorte Deutschlands und rangiert als Bankenstandort nach Frankfurt am Main an zweiter Stelle. Jährlich werden in München 14.000 Unternehmen neu gegründet und öffentliche und private Initiativen fördern solche Neugründungen mit eigenen Zentren. Selbstverständlich spiegelt sich diese wirtschaftliche Situation und Stellung in den Interessen der Bevölkerung und im Weiterbildungssektor. München hat vergleichsweise sehr viele Einwohner mit hohen Einkommen, was jedoch nicht bedeutet, dass die Stadt keine sozialen Gruppen kennt, die in relativer Armut leben.
- Das Bildungs- und Qualifikationsniveau gilt als Vorzug dieses Standorts, ebenfalls die guten Verkehrsverbindungen. Das Bildungsniveau der Bevölkerung ist weit überdurchschnittlich: über Fachhochschul- und Hochschulreife verfügen in München 37%, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt von 21%; Hauptschulabschluss haben in München 40%, gegenüber bundesweit 51% (Mikrozensus München 2000 und Mikrozensus BRD 2000). Das Weiterbildungsangebot ist relativ dicht und mit der MVHS hat München die größte kommunale Weiterbildungseinrichtung Europas.

- Basierend auf der vergleichsweise hohen Bildung zeigen sich auch bei der Werteorientierung Besonderheiten: Die Erziehungsorientierung „Kooperation und Selbstverwirklichung“ ist ähnlich wie in Berlin oder Hamburg besonders stark ausgeprägt. Entsprechend gelten der Bevölkerung ältere Pflicht- und Akzeptanzwerte als weniger wichtig – so jedenfalls die in diesem Punkt groben Anmerkungen aus dem Familienatlas (vgl. Deutsches Jugendinstitut 1993 f.). Im Familienatlas ist München als eine Region mit sehr hohen postmaterialistischen Werten gekennzeichnet, was wiederum impliziert, dass auf der Basis relativ hoher Bildung und auch hoher Einkommen kulturelle und ästhetische Interessen stark ausgeprägt sind. Die kirchliche Bindung dagegen gilt gegenüber anderen Standorten als wenig entwickelt. München nimmt damit auch im Vergleich mit dem gesamten Freistaat Bayern eine klar markierte Sonderrolle ein.
- Bei der sozialen und kulturellen Infrastruktur hat München eine Spitzenstellung, was sich u. a. darin ausdrückt, dass zumindest im regionalen Vergleich der finanzielle Aufwand für die Jugendhilfe als hoch einzuschätzen ist. Das Netz an Ausbildungsplätzen, bezogen auf die Beschäftigten, könnte jedoch dichter sein.
- Der Europabericht der Landeshauptstadt von 2001/2002 zeigt darüber hinaus einige Aspekte der Familienentwicklung. Genauer über die Familienstrukturen in München erfährt man aus dem Familienatlas (Deutsches Jugendinstitut 1993 f.): So ist München neben Berlin, Frankfurt und Freiburg die Stadt mit dem höchsten Anteil Lediger und entsprechend ist der Anteil der Verheirateten, insbesondere in der Altersgruppe der 30 bis 35-Jährigen relativ niedrig. München hat einen Spitzenplatz bei den Spätgebärenden. Das hohe Bildungsniveau und die weibliche Erwerbstätigkeit wirken sich hier indirekt auf die Familienentwicklung aus. München gilt als eine Großstadt mit relativ niedrigen Geburtenzahlen, was sich naturgemäß in der Kinderanzahl widerspiegelt. In München gibt es relativ viele Singlehaushalte, ähnlich wie in Frankfurt, Berlin, Heidelberg oder Freiburg. Gleichzeitig gibt es relativ wenige Haushalte mit vier und mehr Personen. Zusammen mit Hannover, Frankfurt und Hamburg gilt München als Region mit den höchsten Scheidungsziffern.
- Die Mobilität ist insbesondere bei der Gruppe der Jüngeren besonders hoch und auch der Zuzug ist seit langem ein viel

diskutiertes Problem bzw. eine Bereicherung. München gilt in diesem Kontext auch als ausländerfreundlich und hat einen sehr hohen Ausländeranteil. Darüber hinaus ist München ein Kreis mit äußerst hoher Bevölkerungsdichte.

- Oft verbindet man mit der über 800 Jahre alten Stadt München auch den Begriff der Kunst- und Kulturstadt. Tatsächlich hat sich München seit dem 17. Jahrhundert, besonders jedoch während des 18. und 19. Jahrhunderts, zu einer Kunstmetropole entwickelt. Die zahlreichen Kunstschatze und Museen der Stadt ziehen Münchens Bewohner wie seine Besucher immer wieder in ihren Bann. Das breite Kulturangebot der Stadt ist gleichzeitig Anregung und Konkurrenz zur Weiterbildung.

All diese mosaikartig zusammengestellten Informationen aus dem Europabericht Münchens, aus dem Familienatlas Deutschlands und aus diversen Stadtführern zeigen eins: München ist in verschiedener Hinsicht eine herausragende Metropole, wobei sich soziale, ökonomische und auch wertbezogene Aspekte immer auch auf die Weiterbildung, auf die Interessen und das reale Verhalten der Adressaten und Teilnehmer auswirken können. Der durch die besondere Region gegebene soziale, ökonomische, politische und kulturelle Rahmen wurde in dieser Weiterbildungsstudie so weit es ging berücksichtigt.

Es ist an dieser Stelle auch Dank auszusprechen, denn ohne die intensive Kooperation mit mehreren Institutionen und Personen kann eine empirische Weiterbildungsstudie nicht durchgeführt werden:

Finanziell gefördert wurde das Projekt durch das Referat für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München, durch das Bayerische Staatsministerium für Unterricht und Kultus, die Münchner Volkshochschule, den Bayerischen Volkshochschulverband sowie durch den Verein der Förderer und Freunde der MVHS. Für die angenehme und konstruktive Zusammenarbeit im Projektbeirat dankt die Projektgruppe Frau Dr. Anneliese Durst (Stadt München), Frau Dr. Susanne May (Programmdirektion der MVHS), Herrn Dipl.-Soz. Robert Hanslmaier (Stadt München), Frau Angelika Glaser (Freundeskreis der MVHS), Herrn Dr. Hermann Schlüter (MVHS), Herrn MR Dr. Lothar Bruckmeier (Bayerisches Kultusministerium), Herrn Verbandsdirektor Wilhelm F. Lang (Bayerischer Volkshochschulverband). Das Statistische Amt der Landeshauptstadt München und das Kreisverwaltungsreferat waren bei der Stichprobenziehung und bei der Zusammenstellung der Adressenlisten für Experten und Gruppendiskussionen hilfreich. Der Münchner Verkehrs- und

Tarifverbund und Studiosus-Reisen GmbH haben durch die Bereitstellung von Incentives mit dazu beigetragen, dass der Rücklauf der empirischen Befragung sehr positiv verlief. Bei der Durchführung der Gruppendiskussionen waren Frau Angelika Glaser (MVHS), Frau Schwaiger vom Anderwerk, das Münchner Arbeitslosenzentrum, Frau Monika Gradl (Seniorenprogramm der MVHS) sowie der Frauentreffpunkt Neuperlach wichtige Ansprechpartner. Allen Expert/innen, die sich für die Experteninterviews Zeit nahmen, möchten wir sehr herzlich danken, denn durch sie war ein Überblick über die Weiterbildungssituation Münchens möglich. Selbstverständlich ist allen Teilnehmenden an der Fragebogenerhebung und insbesondere an den Gruppendiskussionen für ihr Engagement zu danken. Die methodisch-statistische Betreuung des Projektes lag bei Frau Meike Weiland. Frau Agnes Braune, Frau Jutta Reich, Frau Nilüfer Pekince, Frau Dajana Baum, Frau Franka Vignold und die Lehrstuhlsekretärin Frau Roswitha Grzeschik waren bei verschiedenen Arbeitsschritten der Studie am Lehrstuhl für Allgemeine Pädagogik und Bildungsforschung beteiligt.

Die Ergebnisse dieser 18-monatigen Untersuchung über Weiterbildungsverhalten und Weiterbildungsinteressen zeigen die hohe Aktivität großer Bevölkerungsgruppen und das hohe Niveau der Angebote auf, bringen aber auch zum Ausdruck, dass die Münchner Bildungsträger ihr Angebot noch stärker auf die Wünsche und Bedürfnisse der verschiedenen Zielgruppen ausrichten können, insbesondere dann, wenn sie die Bevölkerung in allen sozialen Schichten und Lebenslagen erreichen wollen.

Wir hoffen, mit dem vorliegenden Bericht Anregungen für weitere Gespräche und Planungsüberlegungen in den Weiterbildungsinstitutionen geben zu können, insbesondere weil wir in dieser Studie sowohl aktive Weiterbildungsteilnehmer/innen als auch Nicht-Teilnehmer/innen (also Adressaten) erreichen konnten. Wir wissen selbstverständlich, dass die Vorlage eines Berichts lediglich Anstoß für solche Planungen sein kann, denn Weiterbildungsplanung hat sich direkt vor Ort und immer wieder unmittelbar mit den sich artikulierenden Interessen und Wünschen von Teilnehmern/innen kritisch und solidarisch auseinander zu setzen.

2. Fragestellung, Methoden und Stichprobe des Forschungsprojekts

(Rudolf Tippelt / Meike Weiland)

2.1 Fragestellung

Ziel des Forschungsprojekts „Weiterbildungsverhalten und -interessen der Münchner Bevölkerung“ ist es, Konturen und Konfigurationen der Nachfrageseite im Bereich der Weiterbildung sichtbar zu machen. Angesichts der Ausdifferenzierung der postindustriellen Gesellschaft sowohl im Produktions- wie im Reproduktionsbereich wurde die Hauptintention dieses Forschungsprojekts in die folgenden zwei Kernfragen übersetzt:

1. Welche Weiterbildungsanforderungen ergeben sich aus bestimmten beruflichen Positionen, aus spezifischen Branchen und auch z. B. aus Nichterwerbstätigkeit und ehrenamtlicher Tätigkeit?
2. Welche spezifischen Weiterbildungseinstellungen werden durch die Zugehörigkeit zu bestimmten Lebensstilgruppen (sozialen Milieus), zu bestimmten Lebensphasen und Lebenslagen definiert?

Hier lag die begründete Hypothese zugrunde, dass es milieuspezifische Ansprüche etwa an das Ambiente, an die Höhe der Gebühren, an die Einbeziehung von kreativen, freizeit- oder selbsterfahrungsbezogenen Elementen gibt. Auch ließen die Befunde des Freiburger Forschungsprojekts (vgl. Barz 2000; Tippelt 1999) erwarten, dass sich ein milieuspezifischer Interessenmix hinsichtlich der Kombination bestimmter Angebotstypen und Angebotsinhalte ermitteln ließe.

Im Ergebnis werden in diesem Band sowohl spezifische Weiterbildungsinteressen als auch Weiterbildungsbarrieren bestimmter sozialer Gruppen beschrieben. Dabei macht es die Vielfalt auf der Angebotsseite und seitens individueller Interessen erforderlich, eine begründete exemplarische Auswahl zu treffen, auf deren Basis sich extrapolieren lässt.

Hinsichtlich der Auswahl von Weiterbildungsträgern bzw. Erwachsenenbildungsbereichen wurde eine Konzentration auf jene Berei-

che gewählt, die in Bezug auf das Weiterbildungsvolumen von großer Bedeutung sind und für die auch in Zukunft mit einer wachsenden Relevanz zu rechnen ist. Diese sind: Gesundheitsbildung, kulturelle Bildung, berufliche Bildung und informelles, selbst gesteuertes Lernen.

2.2 Forschungsmethoden

Nach den Erfahrungen aus vergleichbaren Forschungsprojekten wurde ein mehrstufiges Vorgehen für adäquat erachtet:

1. Phase: Expertengespräche mit ausgewählten, ausgewiesenen Kennern von Theorie und Praxis der Münchner Weiterbildungslandschaft.
2. Phase: Zwölf Gruppendiskussionen mit homogener, vorab definierter Teilnehmerschaft. Teilnehmen sollten weiterbildungsaktive und weiterbildungsabstinente Angehörige bestimmter Gruppen. Thematisiert wurden u. a. die tatsächliche Weiterbildungsteilnahme, Weiterbildungsmotive, Aneignungsmodalitäten und Einstellungen zu verschiedenen Trägern der Weiterbildung.
3. Phase: Schriftliche Befragung einer repräsentativen Bevölkerungsstichprobe von ca. 4000 Personen (Rücklauf: ca. 26%, n=1049) aus der Grundgesamtheit der Münchner Wohnbevölkerung. Zuordnung der Befragten durch den SINUS-Milieuindikator zu den SINUS-Milieus.
4. Phase: Zehn biografische Interviews zur lebensgeschichtlichen und identitätsbezogenen Bedeutung des informellen, selbst gesteuerten Lernens.

2.2.1 Fragebogenerhebung

Durch die schriftliche Befragung mit Hilfe von Fragebogen sollten Daten in Bezug auf die allgemeine, politische und berufliche Weiterbildungsteilnahme bzw. Nichtteilnahme aus der Perspektive der Weiterbildungsadressaten für München gewonnen werden. Inhaltliche Schwerpunkte bildeten einerseits die Themen der besuchten Kurse, Teilnahmemotive für allgemeine und berufliche Weiterbildungsveranstaltungen, das Image von Weiterbildung, Einstellungen und Erwartungen zur Weiterbildung sowie Gründe für die Nichtteilnahme. Ebenfalls wurden informelle Lernprozesse thematisiert. Entsprechend der Konzeption der Studie

wurden die Befragungsteilnehmer den SINUS-Milieus zugeordnet. Hierzu wurde der Fragebogen durch den SINUS-Milieuindikator ergänzt. Zusätzlich wurden die üblichen Sozialdaten erhoben.

Befragt wurden Personen zwischen 19 und 69 Jahren. Ausschlaggebend für die Wahl der Altersgruppe war in Bezug auf die untere Altersgrenze die Erwerbstätigkeit. Bei Personen, die 19 Jahre und älter sind, ist davon auszugehen, dass sie die schulische Erstausbildung abgeschlossen haben und in der Mehrzahl erwerbstätig sind. Eine Ausnahme bilden hier die Studenten, die gar nicht oder nur teilweise einer Erwerbstätigkeit neben dem Studium nachgehen. Personen, die jünger als 19 Jahre sind, unterliegen in der Regel noch der allgemeinen Schulpflicht und Weiterbildungsveranstaltungen, die diese Personen eventuell besuchen, sind dann eher der Jugendbildung als der Erwachsenenbildung/Weiterbildung zuzuordnen. Diese Abgrenzung steht auch in Übereinstimmung mit der Definition von Weiterbildung des Deutschen Bildungsrats von 1970, wonach Weiterbildung definiert wird als „Fortsetzung oder Wiederaufnahme organisierten Lernens nach Abschluss einer unterschiedlich ausgedehnten ersten Ausbildungsphase ... Das Ende der ersten Bildungsphase und damit der Beginn möglicher Weiterbildung ist in der Regel durch den Eintritt in die volle Erwerbstätigkeit gekennzeichnet“ (Deutscher Bildungsrat 1970, S. 197). Die Festlegung der oberen Altersgrenze auf 69 Jahre geht bewusst über das Erwerbstätigenalter hinaus und bezieht diejenigen Menschen mit ein, die sich bereits im Ruhestand befinden. Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung wird gerade diese Gruppe der „jungen Alten“ für die Weiterbildung immer mehr zu einem relevanten Marktsegment. Ebenso ist es sozialpolitisch bedeutsam, diese Gruppe nicht von Bildungsprozessen abzukoppeln, sondern sie durch gezielte Programme gesellschaftlich einzubinden und zu integrieren.

Für die Fragebogenerhebung wurden nur deutsche Staatsangehörige in die Stichprobe aufgenommen. Diese an sich sehr bedauerliche Entscheidung hat mehrere Gründe. Einerseits wäre der organisatorische Aufwand für eine Befragung der in Deutschland lebenden Ausländer aufgrund der vorhandenen Sprachbarrieren im Rahmen der zur Verfügung stehenden begrenzten finanziellen Mittel nicht zu leisten. Der Fragebogen müsste in eine Vielzahl von Sprachen übersetzt werden. Des Weiteren könnte auf eine Rückübersetzung der offenen Fragen ins Deutsche nicht verzichtet werden. Andererseits wären differenzierte Vergleiche bei der angestrebten Stichprobengröße wenig aussagekräftig. Bei den

in Deutschland lebenden Ausländern handelt es sich um eine derart heterogene Gruppe, dass eine gesonderte Untersuchung mit speziell auf die Besonderheiten dieses Personenkreises zugeschnittenen Fragen sinnvoll erscheint. Dem Titel des Forschungsprojekts entsprechend, wurden nur Personen befragt, die ihren Hauptwohnsitz in der Stadt München hatten.

Ziel der zu ziehenden Stichprobe war die Repräsentativität. Diese wird einerseits durch die Art der Ziehung beeinflusst, andererseits durch den Rücklauf, d. h. durch die Daten, die zur Auswertung tatsächlich zur Verfügung stehen. Um eine realitätsnahe Abbildung der zu untersuchenden Populationen zu gewährleisten, wurde eine probalistische Stichprobe gezogen, d. h. jedes Untersuchungsobjekt war einzeln identifizierbar und wurde mit der gleichen Wahrscheinlichkeit in die Stichprobe aufgenommen (vgl. Bortz/Döring 1995, S. 373).

Ein Problem für die Repräsentativität ist immer der Rücklauf, insbesondere bei der Versendung von Fragebogen. Die Einflussmöglichkeiten seitens der Projektleitung auf die ausgewählten Personen hinsichtlich einer Beteiligung an der Befragung sind begrenzt. Freiwillige Untersuchungsteilnehmende unterscheiden sich von Verweigerern in bestimmten Persönlichkeitsmerkmalen. Beispielsweise verfügen freiwillige Untersuchungsteilnehmende regelmäßig über eine bessere schulische Ausbildung (bessere Notendurchschnitte) als Verweigerer und sind eher weiblich als männlich (vgl. Bortz/Döring 1995, S. 71). Weiterhin ist anzunehmen, dass eher Personen zur Teilnahme an der Untersuchung bereit sind, die sich ohnehin schon für Weiterbildung interessieren, und dass gerade Bildungsbenachteiligte vor dem Thema zurückschrecken bzw. Desinteresse zeigen.

Bezüglich des Rücklaufs musste also mit Verzerrungen z. B. im Bereich der Verteilung der Schulabschlüsse gerechnet werden. Um dies zu vermeiden, wurde zunächst an die Ziehung einer geschichteten Stichprobe der Münchner Bevölkerung gedacht. In Gesprächen mit dem Statistischen Amt der Stadt München, das die Stichprobe zur Verfügung stellte, wurde deutlich, dass eine Schichtung nach Nationalität, Geschlecht, Alter und geographischer Lage (bspw. Bezirk) prinzipiell möglich ist, hingegen nicht nach Bildungsabschluss oder Berufsstatus. Von einer Schichtung nach Stadtbezirken wurde abgesehen, weil diese sich nicht ausreichend nach sozialdifferenzierenden Merkmalen unterscheiden. Stattdessen wurde die Ziehung einer einfachen Zufallsstichprobe (Random Sample) aus der Zielpopulation veranlasst.

In München gab es zum Untersuchungszeitpunkt ca. 750 000 Personen, die den beschriebenen Merkmalen entsprachen und somit für die Stichprobe in Frage kamen. Insgesamt leben in München ca. 1,3 Millionen Menschen (Stand: 31.12.1999).

Die Stichprobe (N=4000) wurde Mitte März 2001 durch das Statistische Amt der Landeshauptstadt München gezogen und in Form einer Datei, einer Liste und Adressaufklebern zur Verfügung gestellt. Die Versendung der Fragebogen mit einem Anschreiben und einem gebührenfreien Rückumschlag erfolgte am 20. April 2001. Insgesamt wurden 3 988 Personen angeschrieben. Der angestrebte Mindestrücklauf sollte bei 25 %, also rund 1 000 Fragebogen, liegen. Dieser wurde nach Ablauf der Rücksendefrist mit 1 049 auswertbaren Fragebogen erreicht.

Der versandte Fragebogen der Studie umfasste acht Seiten und gliederte sich in vier Teile, die jeweils durch kurze Einleitungen voneinander abgehoben waren. Teil 1 führte in die Thematik ein und fragte die Beteiligung an allgemeiner und beruflicher Weiterbildung sowie Teilnahmemotive ab. Jene Personen, die im angegebenen Zeitraum nicht an Weiterbildungsangeboten teilgenommen hatten, wurden nach den Gründen für die Nichtteilnahme gefragt. Der gesamte Teil 2 (ebenso Teil 3 und 4) richtete sich an alle Befragten, unabhängig davon ob sie Weiterbildungsteilnehmende waren oder nicht. Hier ging es um das Image von Weiterbildung und den Bekanntheitsgrad von Weiterbildungsträgern, um Einstellungen und Erwartungen bezüglich der Veranstaltungen, Ziele beruflicher Weiterbildung und um informelle Lernprozesse. Teil 3 diente der Einordnung der Befragten entsprechend der sozialen Milieus nach SINUS und bestand aus dem Milieuindikator von SINUS-Sociovision. Abschließend wurden in Teil 4 die üblichen Sozialdaten abgefragt.

Neben dem Ziel, möglichst viele Informationen zum Weiterbildungsverhalten und zu den Weiterbildungsinteressen der Münchner Bevölkerung zu erhalten, war es ein wichtiges Anliegen, die gewonnenen Daten mit bereits vorliegenden Daten anderer Studien vergleichbar zu halten. Entsprechend wurden die Fragen angelegt.

Zur Erhöhung des Rücklaufs der Befragung wurden verschiedene Incentives bei Sponsoren eingeworben und unter den Befragungsteilnehmenden verlost. In Anbetracht skeptischer Prognosen für den Rücklauf von unter 10% ist die positive Resonanz von Seiten der Befragten in entscheidendem Maße der Großzügigkeit der Sponsoren zu verdanken.

Der Münchner Verkehrs- und Tarifverbund GmbH (MVG) stiftete zehn CD-ROMs mit dem aktuellen Fahrplan sowie drei „Grüne Kar-

ten“ als übertragbare Monatskarten für das Gesamtnetz des MVV. Die Münchner Volkshochschule stellte zehn Kursgutscheine im Wert von 100 DM zur Verfügung. Der Hauptpreis wurde von der Studiosus Reisen GmbH gestiftet und umfasste eine Reise nach Rom für zwei Personen inklusive zwei Übernachtungen im Drei-Sterne-Hotel mit Frühstück und Anreise im Nachtzug der Deutschen Bahn, Ausflugsprogramm sowie Studiosus-Betreuung. An dieser Stelle sei allen Sponsoren noch einmal ganz herzlich gedankt.

2.2.2 Experteninterviews

Mit Hilfe der 20 Experteninterviews sollten differenzierte Kenntnisse über die Münchner Weiterbildungslandschaft aus der Perspektive der Weiterbildungsträger gewonnen werden. Gesprächspartner waren neben Vertretern diverser kommerzieller und öffentlich-rechtlicher Anbieter auch Verantwortliche für die Weiterbildungsplanung und -politik innerhalb der städtischen Verwaltung.

Entsprechend der Konzeption des Projekts waren die befragten Experten vier Weiterbildungsbereichen zugeordnet: der Gesundheitsbildung, der kulturellen Bildung, der beruflichen Bildung und dem informellen, selbst gesteuerten Lernen.

Der inhaltliche Schwerpunkt der Expertengespräche, die anhand eines Interviewleitfadens geführt wurden, konzentrierte sich zum einen auf den Bereich der informellen, selbst gesteuerten Lernprozesse und deren Einschätzung; des Weiteren wurden Informationen zu Teilnahmemotivation und Wünschen, Interessen, Einstellungen und Erwartungen der Weiterbildungsteilnehmenden gesammelt. Letztere basierten auf Veranstaltungsevaluationen, Teilnehmerstatistiken und Angaben zu Teilnehmerwünschen und -interessen bei der Kurs- und Programmgestaltung. Im Hinblick auf die in der Fragebogenerhebung durchgeführte Einordnung der Untersuchungspersonen nach dem SINUS-Milieumodell wurden die Experten gebeten, ihre Klientel nach sozialen Gruppen zu ordnen und Hypothesen bezüglich des postulierten Zusammenhangs zwischen Lebensstil und Weiterbildungsinteressen bzw. Weiterbildungserwartungen aufzustellen.

2.2.3 Gruppendiskussionen

Zur Ergänzung der anderen forschungsmethodischen Zugänge zum Thema der Studie und im Sinne einer umfassenden Methodentriangulation wurden zwölf zweistündige Gruppendiskussionen mit sechs

unterschiedlichen Weiterbildungszielgruppen zwischen Dezember 2001 und April 2002 durchgeführt. Ziel der Gruppendiskussionen war es, differenzierte Informationen von und über spezielle Zielgruppen zu erhalten. Die Auswahl der einzelnen Gruppen erfolgte in enger Abstimmung mit dem Projektbeirat und schloss insbesondere Adressaten ein, die durch die Fragebogenerhebung nicht ausreichend erfasst wurden.

Die Diskussionen wurden mit den folgenden Gruppen geführt: Arbeitslose, Abbrecher von Volkshochschul-Sprachkursen (Sprache: Englisch), Frauen und Männer in der frühen Familienphase mit Kindern unter sechs Jahren, Neubürger/Neuzugezogene, weiterbildungsaktive Ältere ab ca. 60 Jahren und weiterbildungsaktive Führungskräfte auf der mittleren Management-Ebene. Die Rekrutierung der einzelnen Diskussionssteilnehmer erfolgte mittels:

- Vorstellung des Forschungsprojektes in Weiterbildungskursen, Initiativen und Institutionen durch eine Projektmitarbeiterin bzw. durch hauseigenes Personal,
- Aushang von Informationsblättern an ausgewählten Standorten,
- telefonischer Kontaktaufnahme sowie
- persönlicher Kontakte.

Die Arbeitslosen wurden mit Hilfe von zwei Arbeitslosenzentren der Stadt München angesprochen. Zur Bildung der Gruppen der Volkshochschulabbrecher¹ und der Neubürger/Neuzugezogenen² konnte auf Adressenlisten zurückgegriffen werden, die von der Volkshochschule München bzw. dem Statistischen Amt der Landeshauptstadt München zur Verfügung gestellt worden waren. Die Eltern mit Kindern unter sechs Jahren wurden über zwei Elterninitiativen sowie eine Weiterbildungseinrichtung für den beruflichen Wiedereinstieg angeworben. Die weiterbildungsaktiven Älteren rekrutierten sich aus Kursen des Seniorenprogramms der Münchner Volkshochschule und des Seniorenstudiums der Ludwig-Maximilians-Universität. Die geworbenen Teilnehmer kannten sich in der Regel vor der Gruppendiskussion nicht. Eine Ausnahme bildeten die Gruppen der Eltern, eine Gruppe der Arbeitslosen und eine der Führungskräfte.

Der inhaltliche Ablauf der Gruppendiskussionen richtete sich nach einem – entsprechend der jeweiligen Gruppe leicht modifizierten – Leitfaden. Nach einer einführenden Erläuterung des Begriffs „Weiterbildung“ wurden Einstellungen zur Weiterbildung, Interesse an den Weiterbildungsbereichen Gesundheit, Kultur und Beruf, die Nutzung informeller, selbst gesteuerter Lernformen, Einstellungen und Erwartun-

gen gegenüber Weiterbildungsanbietern und Weiterbildungsveranstaltungen sowie Nichtteilnahmemotive thematisiert. Ergänzend wurden individuelle Erwartungen in Bezug auf Weiterbildungsveranstaltungen und -träger mit Hilfe eines Arbeitsblattes erfasst. Zum Abschluss der Diskussion wurde jeder Teilnehmer aufgefordert, ein inhaltlich offenes Abschlussstatement zu geben. Die Weiterbildungsaktivitäten und die Sozialdaten wurden mit Hilfe eines kurzen Fragebogens erfasst.

2.2.4 Ergänzende biografische Interviews zu informellen Lernprozessen

Die explorativen biografischen Interviews wurden in das Forschungsprojekt mit aufgenommen, um selbst gesteuerten, informellen Lernprozessen im Lebensverlauf auf die Spur zu kommen, die über die quantifizierende Befragung nur schwer erfasst werden konnten. Informelle Lernprozesse gewinnen im Bereich der Weiterbildung zunehmend an Bedeutung. Hinweise hierauf geben u. a. die Ergebnisse des Berichtssystems Weiterbildung (Kuwan u. a. 1996 und 2000). Unter dem Schlagwort „informelles Lernen“ werden eine Vielzahl von Lernformen subsumiert, so zum Beispiel in verschiedenen Forschungsarbeiten: selbst gesteuertes Lernen (Nuissl 1999), eigenverantwortliches Lernen (Reinmann-Rothmeier/Mandl 1999), selbst organisiertes Lernen (Dohmen 1996), offenes Lernen (Reischmann 1988), Erfahrungslernen (Dohmen 1996), lebensweltbezogenes Lernen (Dohmen 1996), latentes Lernen (Kaiser/Kaiser 1995), situatives Lernen (Dohmen 1996).

Der Begriff des informellen Lernens wird in der Literatur also nicht einheitlich definiert. Dies erschwert es, informelle Lernformen greifbar zu machen und diese in einem Fragebogen abzufragen. In der Regel sind diese Lernformen in der Erinnerung der Befragten nicht in gleichem Maße präsent wie zum Beispiel Seminare oder Lehrgänge. Deshalb ist es – verstärkt in künftigen Studien – notwendig, ihnen gesondert und mit speziellen Methoden nachzugehen.

Die neun durchgeführten problemzentrierten teilstrukturierten Interviews waren durch wenige, das Gespräch auf die Thematik lenkenden Fragen geprägt. Der interviewten Person sollte möglichst viel Raum für freie Erzählungen gegeben werden (vgl. Vignold 2002). Im Kontext der vorliegenden Studie dienen sie lediglich der zusätzlichen Exploration des empirisch noch wenig erhellten Bereichs des informellen Lernens.

2.3 Beschreibung der Stichprobe der Fragebogenerhebung

Von den 3 988 im April 2001 versandten Fragebogen wurden 1 060 zurückgeschickt. Abzüglich 11 unausgefüllter Fragebogen standen für die Untersuchung 1 049 Fragebogen zur Verfügung. Erste Analysen ergaben Verzerrungen im Bereich der Milieuverteilung (vgl. hierzu Kapitel 4) und der Bildungsabschlüsse der Befragten. Aus den Milieus der Traditionsverwurzelten, der DDR-Nostalgiker, der Konsum-Materialisten und der Hedonisten war der Rücklauf so gering, dass sie nicht in die weitere empirische Analyse eingehen konnten. Zusätzlich waren Personen mit höheren allgemein bildenden Schulabschlüssen überrepräsentiert. Deshalb wurde bezüglich der verbleibenden Milieus eine Gewichtung durchgeführt. Dies hat einerseits zur Folge, dass diese sechs Milieus (Etablierte, Konservative, Postmaterielle, Bürgerliche Mitte, Moderne Performer, Experimentalisten) entsprechend dem quantitativen Verhältnis zueinander berücksichtigt werden, wie es im Bundesdurchschnitt besteht. Hinzu kommt, dass damit automatisch das Gewicht der deutlich zu häufig vertretenen Personen mit höheren Schulabschlüssen gesenkt und das der niedrigeren und mittleren Bildungsgruppen erhöht wurde, da sich dieses Ungleichgewicht auch in der Milieuverteilung widerspiegelte. Trotzdem bleiben die höher Gebildeten leicht überrepräsentiert.³ Auf die Variablen Alter, Geschlecht, Familienstand wirkte sich diese Gewichtung kaum aus, sodass es hier zu keinen unintendierten Verzerrungen kam. Die Studie kann somit wichtige empirisch erhärtete Trends des Weiterbildungsverhaltens und der -interessen herausarbeiten.

Alter der Befragten: Das durchschnittliche Alter lag bei 41 Jahren. Je ein Viertel war bis zu 31 Jahre alt bzw. 55 Jahre oder älter. Jeweils die Hälfte der Befragten war jünger bzw. älter als 40 Jahre. Nach Altersgruppen teilten sich die Befragten wie folgt auf:

Tabelle 1: Verteilung der Befragten nach Altersgruppen

Altersgruppe:	Prozent	absolut	Altersgruppe:	Prozent	absolut
bis 28 Jahre	19,6	199	49 bis 58 Jahre	16,4	166
29 bis 38 Jahre	27,5	279	59 Jahre und älter	17,5	178
39 bis 48 Jahre	18,9	192	Gesamt	100,0	1013

Geschlecht: An der Befragung beteiligten sich 579 Frauen (57,1%) und 433 Männer (42,8%)⁴.

Schulabschluss: 38,5% (390) der Befragten verfügten über das Abitur, 8,6% (87) über das Fachabitur. Damit ist die Gruppe derjenigen mit einem höheren Schulabschluss überproportional in der Stichprobe vertreten. Im Jahr 2000 hatten 37% der Münchner eine Fachhochschul- oder Hochschulreife (vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2001⁵). Eine Erklärung für die Differenz bieten zum einen erwartete Effekte beim Rücklauf der Fragebogen bei höher Gebildeten und Weiterbildungsinteressierten (vgl. Kapitel 2.2.1). Hinzu kommt, dass nur Personen bis 69 Jahre untersucht wurden und somit fast 2/3 der Befragten unter 50 Jahre alt waren. Damit sind insbesondere jene Gruppen seltener vertreten, die noch nicht von der Bildungsreform der 70er Jahre profitieren konnten, welche dazu führte, dass höhere Bildungsabschlüsse vermehrt erworben wurden. Jüngere Menschen verfügen demnach heute häufiger über die Fachhochschul- oder Hochschulreife als die über 50-Jährigen. Auch der Stichprobenanteil derjenigen, die über einen Realschulabschluss bzw. die mittlere Reife verfügten, ist mit 28,1% (285) etwas erhöht. Die übrigen Abschlüsse [Qualifizierter Hauptschulabschluss 8,1% (82); Volks- oder Hauptschulabschluss 13,3% (135); ohne Schulabschluss 0,4% (4)] sind dementsprechend unterrepräsentiert. 2,4% (24) besuchten zum Befragungszeitpunkt die Schule und hatten noch keinen Abschluss gemacht und 4,6% (46) verfügten (zusätzlich) über einen anderen Schulabschluss.

Familienstand und Haushaltsgröße: 46% (466) der Befragten waren verheiratet, 35,9% (363) waren ledig, 10% (102) lebten unverheiratet mit einem Partner zusammen, während 5,8% (59) geschieden waren, 1,5% (15) getrennt lebten und 0,8% (8) verwitwet waren. Die dominierende Haushaltsgröße war mit 41,2% (417) der Zweipersonenhaushalt, gefolgt vom Single-Haushalt mit 26,6% (269). 16,8% (171) der Befragten lebten mit drei Personen in einem Haushalt und 10,1% (103) mit vier. Nur noch 3% (30) der Befragten hatten einen Haushalt mit insgesamt fünf Personen und 0,8% (8) einen mit insgesamt sechs und mehr Personen.⁶ Nach den Daten des Mikrozensus ist der Single-Haushalt mit 52% die in München am häufigsten vorkommende Haushaltsform, gefolgt vom Zweipersonenhaushalt mit 30% (vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung 2001). Diese Verteilung, die sich auch in anderen Städten wie Heidelberg und Freiburg beobachten lässt, ist auf die u. a. durch das Studium bedingten langen Ausbildungszeiten und die damit verbundene spätere Phase der Familiengründung zurückzuführen.

Haushaltsnettoeinkommen: Ein Viertel der Befragten hatte einen monatlichen Betrag von 3 250,50 DM (1 661,95 €) und weniger zur Verfügung bzw. 6 500,50 DM (3 323,65 €) und mehr. Jeweils die Hälfte der Personen verfügte über weniger bzw. mehr als 4 750,50 DM (2 428,89 €). Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Besetzung der einzelnen Kategorien.

Tabelle 2: Verteilung der Befragten nach Einkommensgruppen

Kategorie	Prozent	absolut	Kategorie	Prozent	absolut
bis 2 000 DM	9,4	96	8 001-10 000 DM	6,8	69
2 001-4 000 DM	29,4	298	10 001 DM und mehr	6,4	64
4 001-6 000 DM	28,6	290	keine Angabe	4,1	41
6 001-8 000 DM	15,4	156	Gesamt	100,0	1013

Erwerbstätigkeit: 35,1% (355) der Untersuchungsteilnehmenden arbeiteten im Handels- oder Dienstleistungsbereich, 23,1% (234) im Öffentlichen Dienst, 10,9% (110) in der Industrie und 5,6% (56) im Handwerk⁷. Annähernd die Hälfte der Befragten war Vollzeit erwerbstätig (48,4%, 491). 13,9% (141) arbeiteten in Teilzeit, 9,6% (97) waren selbständig tätig und 3,3% (34) waren arbeitslos. In einer Ausbildung waren 9,3% (94) der Befragten, nicht erwerbstätig waren 19,4% (197) und noch nie erwerbstätig gewesen waren 1,8% (18) der Befragten.

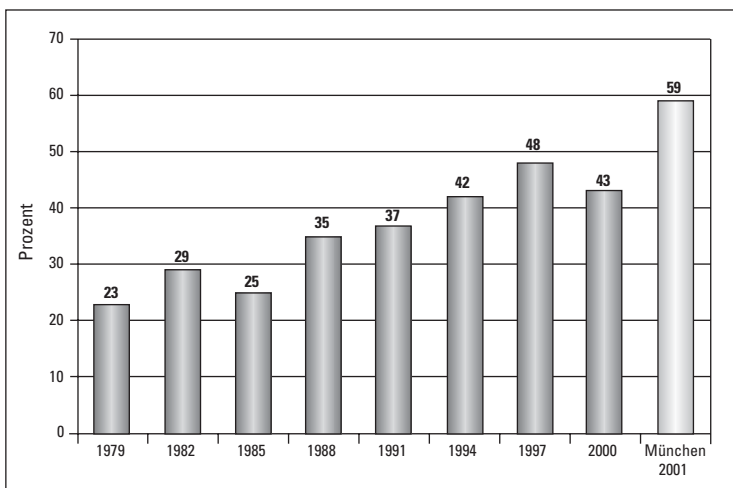
3. Weiterbildungsverhalten und -interessen der Münchner Bevölkerung

(Meike Weiland / Rudolf Tippelt)

3.1 Weiterbildungsteilnahme

Insgesamt gaben 59,2% (595) der Befragten an, im Untersuchungszeitraum (Mai 2000 bis April 2001) mindestens eine Weiterbildungsveranstaltung besucht zu haben. 40,8% (411) nahmen in dieser Zeit an keiner Weiterbildung teil. Von allen Befragten bildeten sich 41,3% (407) beruflich weiter.⁸

Abbildung 1: Weiterbildungsteilnahme im Bundesdurchschnitt 1979-2000 und in München 2001⁹



Vergleicht man diese Ergebnisse mit dem Berichtssystem Weiterbildung, so bestätigt sich der bereits seit Jahren beobachtete Trend der zunehmenden Beteiligung an Weiterbildung. Allerdings zeichnet sich innerhalb von München eine deutlich höhere Weiterbildungsbeteiligung als im Bundesdurchschnitt ab. In München sind die Weiterbildungsquo-

ten für alle Bildungsgruppen wie auch für die verschiedenen Altersgruppen jeweils um über 10% höher als im Bundesdurchschnitt (vgl. Kuwan u. a. 2001, S. 26 ff). Zur Erklärung für das große Interesse an Fortbildungsveranstaltungen sind das insgesamt höhere Bildungsniveau in einer Großstadt, die Zusammensetzung der Stichprobe (überdurchschnittlich hoher Anteil an Abiturienten und Fachabiturienten), der kulturelle Großstadtcharakter, das verstärkte Auftreten weiterbildungsaktiver Branchen (Banken, Versicherungen, Fahrzeugbau, Medien, IT etc.) und die im Bundesvergleich gut ausgebaute Weiterbildungsinfrastruktur der bayrischen Landeshauptstadt zu berücksichtigen.

Die Teilnehmenden unserer Befragung wurden gebeten, aus einer Liste von sechs Antwortmöglichkeiten denjenigen Grund auszuwählen, der für sie für den Besuch einer Weiterbildungsveranstaltung am wichtigsten ist. Dabei zeigte sich, dass die Teilnehmenden der beruflichen Weiterbildung deutlich andere Gründe hervorheben als jene der allgemeinen Weiterbildung.

Tabelle 3: Der wichtigste Grund für die Teilnahme an einer Weiterbildung

Teilnehmende beruflicher Weiterbildung	%	Teilnehmende allgemeiner Weiterbildung (ausschließlich)	%
Dass mir das beruflich nützt	47,4	Dass mich das Gebiet einfach interessiert	45,0
Dass ich dabei Kenntnisse erwerbe, die mir im Alltag helfen	22,7	Dass ich dabei Kenntnisse erwerbe, die mir im Alltag helfen	32,4
Dass mich das Gebiet einfach interessiert	21,5	Dass es mir Spaß macht	11,9
Dass es mir Spaß macht	5,0	Dass mir das beruflich nützt	7,3
Dass ich mich kreativ betätigen möchte	2,7	Dass ich mich kreativ betätigen möchte	3,4
Dass ich Menschen kennen lerne	0,6	Dass ich Menschen kennen lerne	0,0
Gesamt	100,0	Gesamt	100,0
Befragte, die Angaben machten, absolut	348	Befragte, die Angaben machten, absolut	134

Wie zu erwarten, spielt für Personen, die sich beruflich weiterbilden, der berufliche Nutzen einer Weiterbildung eine große Rolle. Annähernd die Hälfte der befragten Teilnehmenden gab dieses Motiv als wichtigsten Grund an. Darüber hinaus ist der Erwerb von Kenntnissen, die die Bewältigung des Alltags erleichtern, und das Interesse, welches dem Themengebiet entgegengebracht wird, von Bedeutung. Aspekte wie Spaß, Kreativität oder das Kennenlernen anderer Menschen spielen hingegen eine untergeordnete Rolle.

Ebenfalls nicht überraschend ist die Bestätigung der These, dass bei Befragten, die ausschließlich allgemeine Weiterbildungsveranstaltungen frequentierten, das thematische Interesse überwog. Bereits auf Platz 2 der Nennungen rangierten alltagsrelevante Kenntnisse (1/3 der Befragten). Eine deutlich geringere Bedeutung als wichtigstes Teilnahmemotiv haben die Faktoren Spaß, beruflicher Nutzen, Kreativität und auch die soziale Komponente des Kontaktfindens und der Geselligkeit; allerdings muss hierbei berücksichtigt werden, dass Mehrfachnennungen bei dieser Fragestellung nicht vorgesehen waren und die weniger häufig genannten Aspekte trotzdem zur Teilnahmemotivation und -entscheidung beitragen können.

3.1.1 Einstellungen und Erwartungen gegenüber Weiterbildung

Allgemeine Einstellungen zur Weiterbildung aller Untersuchungsteilnehmenden wurden mit Hilfe von drei klassischen Items abgefragt, die einen Vergleich mit gesamtdeutschen Daten ermöglichen.

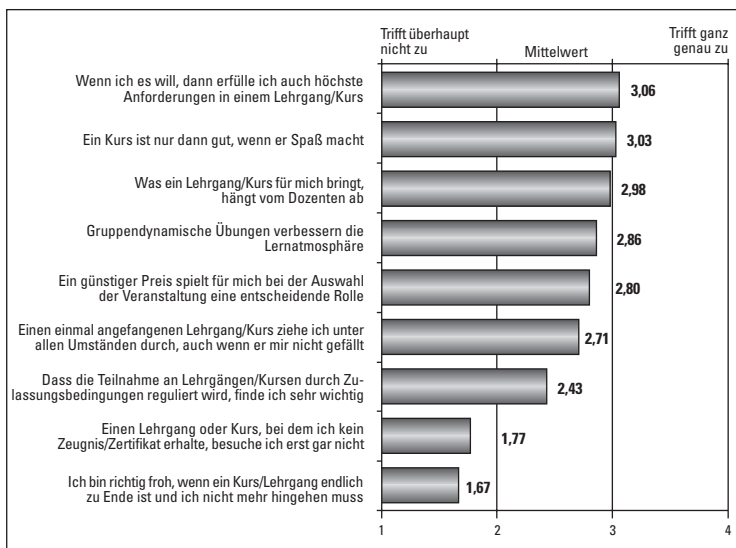
Tabelle 4: Weiterbildungseinstellungen in München 2001 und im Bundesgebiet 2000 in Prozent

	München 2001¹⁰	Bundesgebiet 2000¹¹
Jeder sollte bereit sein, sich ständig weiterzubilden	96,3	91
Weiterbildung ist eine wichtige Hilfe, um im Alltag besser zurecht zu kommen	82,6	83
Ich habe auch ohne Weiterbildung ganz gute Chancen im Beruf	28,5	36

Die Bereitschaft ständig dazu zu lernen, Bildung also als lebenslangen Prozess zu begreifen, hat sich in allen gesellschaftlichen Gruppen weitgehend durchgesetzt (96,3 bzw. 91%). Das Anforderungsprofil moderner Industrie- und Dienstleistungsgesellschaften verlangt vom Einzelnen Offenheit gegenüber Veränderungen; diese Maxime stößt im Weiterbildungssektor auf hohe Akzeptanz. Auch das Privatleben ist diesen Prozessen unterworfen. Fremdsprachenkenntnisse und Fertigkeiten im Umgang mit modernen Technologien, z. B. im Kommunikations- und Informationsbereich etc., gewinnen im Alltag an Bedeutung. Ausschlaggebend für die Umsetzung des lebenslangen Lernens auf Individualebe-

ne ist jedoch die Bedeutsamkeit, die ihm für das eigene Leben zugesprochen wird. Dominierend ist hierbei nicht zuletzt die ökonomische Perspektive: Wie steht es ohne entsprechende Weiterbildungsmaßnahmen um die persönlichen beruflichen Chancen? Bundesweit ist der Anteil derjenigen, die die Relevanz von Weiterbildung grundsätzlich anerkennen, die eigene Person davon jedoch ausnehmen, mit einem Drittel sehr hoch. Üblicherweise wird dies darauf zurückgeführt, dass von diesem Personenkreis die Angebotssituation auf dem Arbeitsmarkt etwas positiver eingeschätzt wird (vgl. Kuwan 2000, S. 85f.; Kuwan 2001, S. 66ff.). Die Münchner Studie bewegt sich mit 28,5% deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts, d. h. die Bedeutung der Weiterbildung für das eigene Leben wird als relativ wichtig eingeschätzt.

Abbildung 2: Einstellungen zur Weiterbildung¹²



Die zusätzlich von uns abgefragten Einstellungen, Erwartungen und Wünsche zur Weiterbildung verweisen zunächst auf ein hohes Selbstbewusstsein von rund 80% der Lernenden, denn grundsätzlich sehen sich diese Befragten den Anforderungen von Weiterbildungsveranstaltungen gewachsen. Rund 20%¹³ schätzen dagegen ihr Leistungsvermö-

gen deutlich niedriger ein. Untersuchungsteilnehmende mit höherer Schulbildung (Mittelwert: 3,21) sind in der ersten Gruppe genauso überrepräsentiert wie Jüngere bis 28 Jahre (Mittelwert: 3,30) und Weiterbildungsaktive (Mittelwert: 3,16). In der zweiten Gruppe finden sich dagegen vermehrt Personen mit niedriger Schulbildung (Mittelwert: 2,87), Ältere über 48 Jahre (Mittelwerte: 49-58 Jahre: 2,78; 59 Jahre und älter: 2,86) und Weiterbildungsabstinente (Mittelwert: 2,88).¹⁴ Diese Verteilung deutet darauf hin, dass differenzierte Weiterbildungsangebote notwendig sind, einerseits mit einem gehobenen Lernniveau für die selbstbewussten Leistungsfähigen, andererseits niederschwellige, die jene Personen integrieren, die ihr Leistungsvermögen geringer einschätzen und bisher nicht den Zugang zur Weiterbildung gefunden haben.

Spaß zu haben während einer Weiterbildungsveranstaltung – auch wenn dies keine oberste Priorität hat (s. o.) – ist für den befragten Personenkreis deutlich positiv besetzt (74,5%¹⁵ Zustimmung). Die Weiterbildner sind also gefordert, ihren Unterricht abwechslungsreich zu gestalten, unterschiedliche Lernmethoden zu integrieren, die Teilnehmenden verstärkt in das Unterrichtsgeschehen einzubeziehen und Elemente des ‚Edutainments‘ zu erproben. Besonders wichtig ist dies bei jüngeren Zielgruppen bis 28 Jahre (Mittelwert: 3,22), Frauen (Mittelwert: 3,11) und bisher Weiterbildungsabstinenten (Mittelwert: 3,15). Arbeitslose legen hierauf hingegen weniger Wert (Mittelwert: 2,57).

Gute Weiterbildung ist untrennbar mit der Qualifikation, der Eignung und dem Engagement der Dozenten verbunden. Sie prägen entscheidend das Bild jeder Weiterbildungseinrichtung. Von den Lehrenden wird erwartet, dass sie über Fachkompetenz verfügen, die Bandbreite der Methodenvielfalt beherrschen, die Teilnehmenden einbeziehen, die Lernziele transparent machen. Pädagogische bzw. psychologische Grundkenntnisse gehören zum obligatorischen Rüstzeug. Rund 80%¹⁶ der befragten Münchner vertreten die Auffassung, dass ihr Lernerfolg bei einer Fortbildung in einem engen Zusammenhang mit der Person und den Fähigkeiten des Lehrenden steht. Die Zustimmung von Personen mit niedriger Schulbildung ist hier etwas geringer (Mittelwert: 2,69 vs. 2,98 bei allen).

Die Mehrzahl der Adressaten erwarten von der Kursleitung auch die Fähigkeit, gruppendynamische Prozesse zu analysieren und nutzbringend in den Lernprozess integrieren zu können (Mittelwert: 2,86). Der Dozent ist längst nicht mehr nur als Wissensvermittler gefragt, sondern in zunehmendem Maße als Moderator und Coach.

Gehobene Einkommensgruppen sind bei privaten Anbietern ein stark beworbenes Klientel. Speziell an sie richten sich Angebote im Hochpreissegment. Für rund ein Drittel der Befragten (36%) ist ein günstiger Preis kein entscheidendes Auswahlkriterium für einen Kurs. Sie sind sicher teilweise bereit, höhere Beträge zur Finanzierung ihrer Weiterbildung aufzuwenden – wenn die Qualität stimmt. Im Umkehrschluss messen 64%¹⁷ der Münchner Befragten dem Preis einen relevanten Einfluss auf ihre Veranstaltungswahl zu. Dies zeigt, dass zwar auch kostspieligere Angebote ihren Markt haben, die Preisgestaltung aber ebenso als Barriere wirken kann, dies besonders häufig bei weniger Gebildeten (vgl. Kap. 3.4). Überdurchschnittlich preisbewusst zeigen sich Personen mit niedriger und mittlerer Schulbildung (Mittelwerte: 3,07 & 3,04), Teilzeitbeschäftigte (Mittelwert: 3,05), Frauen (Mittelwert: 2,92) und Weiterbildungsnichtteilnehmende (Mittelwert: 2,98).

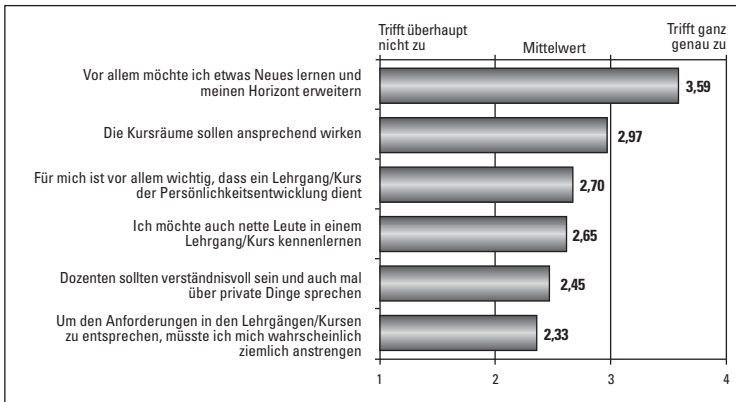
Generell ist die Erwartungshaltung, welche Kursen und Lehrgängen entgegengebracht wird, hoch. 42,6% der Befragten sind nicht gewillt, Zeit und Energie in eine Veranstaltung zu investieren, die ihren Ansprüchen nicht genügt. Ein vorzeitiger Kursabbruch droht. Die Gründe können vielfältig sein: Unzufriedenheit mit der Lehrkraft, den Lerninhalten oder -methoden, fehlende Leistungsmotivation, geringe Frustrationstoleranz, falsche Kurswahl etc. Frühzeitige Veranstaltungsevaluationen sind ein unverzichtbares Steuerungsinstrument, um den Erwartungen der Teilnehmenden gerecht werden zu können. Andererseits zeigen rund 57,4%¹⁸ der Befragten eine hohe Motivation, Leistungsbereitschaft und Frustrationstoleranz, die selbst bei negativen Bildungserfahrungen erhalten bleibt. Interessant ist hier, dass dies überdurchschnittlich häufig auf Befragte mit niedriger Schulbildung (Mittelwert: 2,90) und Arbeitslose (Mittelwert: 3,48) zutrifft, hingegen besonders selten auf höher Gebildete (Mittelwert: 2,58).

Die überwiegend ablehnende Haltung gegenüber Zulassungsbeschränkungen signalisiert, dass die Überzeugung vorherrscht, dass Weiterbildung allen offen stehen sollte. Allerdings werden derartige regulierende Eingriffe von Personen mit niedriger Schulbildung (Mittelwert: 2,64) und von Nichtteilnehmenden (Mittelwert: 2,58) weniger deutlich abgelehnt als von Befragten mit höherer Schulbildung (Mittelwert: 2,35) bzw. Weiterbildungserfahrung (Mittelwert: 2,35).

Überraschenderweise haben Zeugnisse und Zertifikate für die Befragten nur eine untergeordnete Bedeutung (Mittelwert: 1,77). Jüngere bis 28 Jahre bewerten sie naturgemäß etwas höher (Mittelwert: 2,16) wie

auch Weiterbildungsabstinente (Mittelwert: 1,97), während Ältere (Mittelwerte: 39 bis 48 Jahre: 1,58 ;59 Jahre und älter: 1,61) sowie Weiterbildungsaktive (Mittelwert: 1,64) ihnen eine geringere Bedeutung beimessen. Trotzdem sollten die Bemühungen fortgesetzt werden, einheitliche und bundesweit anerkannte Zertifikate nach den gleichen Qualitätsstandards und Anforderungen zu vergeben.

Abbildung 3: Erwartungen und Wünsche gegenüber Weiterbildung¹⁹



Aufschlussreich für das Verständnis von Weiterbildung heute ist die große Zustimmung, die das Item „Vor allem möchte ich etwas Neues lernen und meinen Horizont erweitern“ erhält (nur 2,7%²⁰ konnten sich mit dieser Aussage nicht identifizieren). Unter jüngeren Befragten bis 28 Jahre und Weiterbildungsaktiven ist diese noch ausgeprägter (Mittelwerte: 3,73 & 3,64). Ein großes intrinsisches Lerninteresse und eine Offenheit gegenüber neuem Wissen und auch anderen Sichtweisen werden hier deutlich. Allerdings zeigen sich klare Grenzen. Dient Bildung vorrangig als Mittel der Selbstverwirklichung, stellen Persönlichkeitsentwicklung und Selbstreflexivität sowie die Erschließung neuer Lebenswege zentrale Inhalte dar, sind Vorbehalte erkennbar. 40,7% der befragten Münchner stehen Veranstaltungen, die speziell auf Persönlichkeitsbildung ausgerichtet sind, eher ablehnend gegenüber, während 59,3%²¹ Interesse zeigen, hier überdurchschnittlich häufig Ältere über 58 Jahre (Mittelwert: 2,96). Es sind zwei unterschiedliche Teilnehmergruppen identifizierbar: Eine Gruppe, die persönlichkeitsbildenden Elementen aufge-

schlossen gegenüber steht und eine weitere, die andere Bildungsattribute wie Wissensaneignung stärker gewichtet und explizite Inhalte und Übungen zur Persönlichkeitsentwicklung sogar ablehnt. Der Begriff „Persönlichkeitsentwicklung“ bedarf immer der genaueren Konkretisierung um auf Vertrauen zu stoßen.

Angenehme Kursräume sind wichtig (78,3%²² Zustimmung), werden aber von den Befragten nicht überbewertet. Wie die Gruppendiskussionen ergeben haben, wird in der Regel Wert auf gute Sitzmöglichkeiten, ausreichend geheizte Räumlichkeiten, Helligkeit und Sauberkeit gelegt. Aufenthaltsräume bzw. Cafeterien werden ausdrücklich begrüßt, sie ermöglichen den zwanglosen Kontakt zu Gleichgesinnten. Für die einen spielt das Kontaktmotiv bei der Weiterbildungsteilnahme eine wichtige Rolle (57,4%) – insbesondere für die jüngere Zielgruppe bis 28 Jahre und für Frauen (Mittelwerte: 3,01 & 2,76) –, für die anderen – hier besonders für Ältere über 58 Jahre (Mittelwert: 2,38) – steht dieses Motiv nicht im Vordergrund (42,6%²³). Viele sehen darin einen willkommenen Nebeneffekt, streben aber ausdrücklich keine Erweiterung ihres Bekanntenkreises an.

Entsprechend wird auch die Nähe zwischen Dozent und Teilnehmer bewertet. Die Befragten teilen sich in zwei annähernd gleich große Lager. Für die einen (52,6%) ist die soziale Komponente im Verhältnis zum Kursleiter nachrangig, die andere Hälfte sucht auch soziale Nähe (47,4%²⁴). Zur ersten Gruppe gehören überdurchschnittlich viele Befragte mit höherer Schulbildung sowie 29 bis 38-Jährige (Mittelwerte: 2,32 & 2,22), zur zweiten Gruppe vermehrt Personen mit niedriger Schulbildung (Mittelwert: 2,63), Nichterwerbstätige (Mittelwert: 2,63), Arbeitslose (Mittelwert: 3,21), Jüngere bis 28 Jahre und Ältere zwischen 49 und 58 Jahren (Mittelwerte: 2,66 & 2,65). Es besteht ein statistischer Zusammenhang mit dem Kontaktmotiv, d. h. Personen, die in einem Kurs auch andere Menschen kennen lernen möchten, wünschen sich eher einen verständnisvollen Dozenten ($r=,425$; $p=,000$; $N=969$).

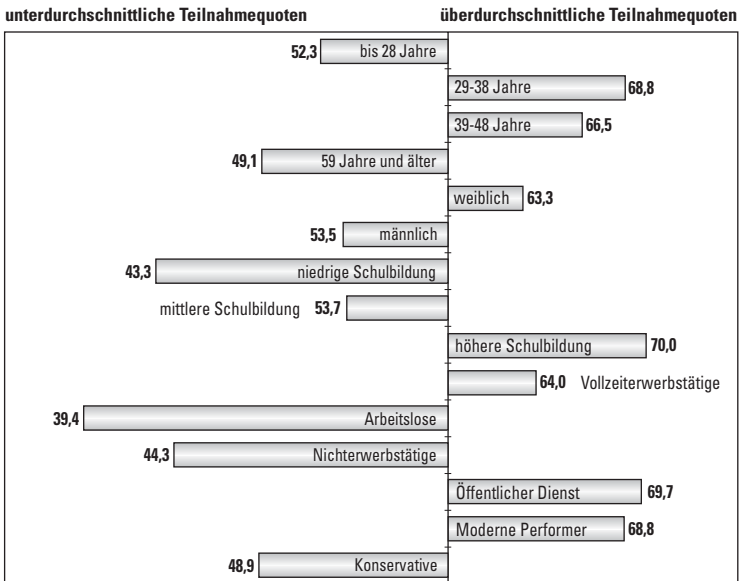
Die Erwartungshaltung, dass Weiterbildung anstrengend ist, man sich sehr bemühen muss, um den Anforderungen gerecht zu werden, findet sich nur bei einer Minderheit der Untersuchungsteilnehmenden (36,6%²⁵), besonders oft aber bei weniger Gebildeten (Mittelwert: 2,98), Arbeitslosen (Mittelwert: 2,88), Nichterwerbstätigen (Mittelwert: 2,50), Beschäftigten im Handwerk (Mittelwert: 2,69), Älteren ab 49 Jahre (Mittelwerte: 49-58 Jahre: 2,60; 59 Jahre und älter: 2,67) und Weiterbildungsabstinenten (Mittelwert: 2,63). Dies gilt es bei Angeboten zu berücksichtigen.

Zusammenfassung: Berücksichtigt man die Bereiche der allgemeinen und beruflichen Weiterbildung, wird deutlich, dass die organisierte Weiterbildung derzeit in München einige soziale Gruppen verstärkt erreicht, andere sind nach wie vor – trotz relativ hoher Gesamtteilnahme – deutlich unterrepräsentiert (siehe Abbildung 4):

Überdurchschnittlich erreicht werden Personen mit höherer Schulbildung, die mittleren Altersgruppen, Vollzeitbeschäftigte, Moderne Performer (junge technische Leistungselite), Frauen (im allgemeinen Weiterbildungssegment) und Arbeitnehmer aus dem Öffentlichen Dienst.

Unterdurchschnittlich erreicht werden Arbeitslose, die Jüngeren bis 28 Jahre und die Älteren über 58 Jahre, Personen mit niedriger und mittlerer Bildung, Männer (in den allgemeinen Weiterbildungssegmenten), Konservative (u. a. aufgrund ihres höheren Alters) und Nichtbeschäftigte.

Abbildung 4: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Gruppen in der Weiterbildung insgesamt
(durchschnittliche Teilnahmequote: 59,2%)²⁶



Die statistische Auswertung zeigt die große Bandbreite der Wünsche und Erwartungen. Für ein adäquates Marketing im Sinne einer verbesserten Teilnehmerorientierung reicht dies aber noch nicht aus. Es muss genauer nach Interessen und Bedürfnissen sowie dem realen Weiterbildungsverhalten der anvisierten unterschiedlichen Milieus und Zielgruppen gefragt werden (vgl. auch Kapitel 4).

Die folgende bereichs- und themenbezogene Analyse erlaubt genauere Einsichten in die Interessen und das reale Teilnahmeverhalten verschiedener sozialer Gruppen.

3.2 Teilnahme an quantitativ bedeutsamen Themenbereichen der allgemeinen und beruflichen Weiterbildung

Welche Themenbereiche wurden von welchen sozialen Gruppen besucht? Zu den nachfolgend dargestellten Themenbereichen besuchten die befragten Weiterbildungsteilnehmenden in der Zeit von Mai 2000 bis April 2001 eine oder mehrere Veranstaltungen.

Tabelle 5: Weiterbildungsteilnahme nach Themen²⁷

Rang	Thema	%
1	EDV-Anwendungen	36,9
2	Erziehung, Pädagogik, Psychologie, auch Veranstaltungen zu Fragen, wie man mit persönlichen oder familiären Problemen umgeht	27,0
3	Fremdsprachen	22,2
4	Medizin, Fragen der Gesundheit und der gesundheitsgerechten Lebensführung	21,9
5	Kunst, Literatur, Religion, Geschichte und Länderkunde	18,5
6	Versicherungs-, Renten-, Steuer- und andere Rechtsfragen	16,4
7	Kaufmännische Weiterbildung (z.B. Personal-, Vertriebs- und Rechnungswesen)	15,1
8	Praktische Kenntnisse (z.B. Erste Hilfe, Reparaturen im Haus, am Auto usw.)	13,8
9	Basteln, ein Musikinstrument spielen, Tierhaltung, Gartenpflege und andere Hobbys	10,8
10	Kenntnisse, die man für die Ausübung von Sportarten braucht	9,3
11	Naturwissenschaften, Technik, Mathematik	8,7
12	Politische Themen	7,9
13	Umweltschutz, Ökologie	4,5

Der Themenbereich „EDV-Anwendungen“ hatte – bezogen auf die Teilnahmequote – die größte Bedeutung in München. Dies entspricht dem bundesweiten Trend. Die hohe Bedeutung dieses Bereichs erklärt sich u. a. aus der Verflechtung privaten und beruflichen Nutzens. Die Erschließung weiterer Bereiche innerhalb der Arbeitswelt durch die Computertechnologie geht einher mit dem kontinuierlichen Anstieg der Privathaushalte, die über einen PC verfügen. Deutlich wird ein großer Nachholbedarf der älteren Kohorten zwischen 39 und 58 Jahren. Sie besuchen Veranstaltungen zu diesem Thema besonders häufig, befragte Weiterbildungsteilnehmende über 58 Jahre zeigen hingegen andere Interessenschwerpunkte – Kultur und Politik –, den Zugang zur Informationstechnologie findet nur noch ein Viertel der Aktiven (vgl. Kap. 3.2.1 und 3.2.2).

Ebenfalls stark nachgefragt sind die Bereiche „Erziehung, Pädagogik, Psychologie“, „Fremdsprachen“ und „Medizin/Gesundheitsbildung“, in denen jeweils mehr als jeder fünfte Weiterbildungsteilnehmende innerhalb des 12-monatigen Untersuchungszeitraums eine oder mehrere Veranstaltungen besuchte. Die Themengebiete „Fremdsprachen“ und „Gesundheitsbildung“ gehören bundesweit zu den am stärksten nachgefragten Bereichen; insofern sind die Münchner Ergebnisse typisch. Die rege Beteiligung an Veranstaltungen aus dem Komplex „Erziehung, Pädagogik, Psychologie“ – im Bundesvergleich ein besonders beliebtes Themengebiet der beruflichen Fortbildung – signalisiert auch für München das Engagement der einschlägigen Berufsgruppen als auch ein großes Interesse an der Reflexion psycho-sozialer Probleme im privaten Kontext. Die Rubrik „Kunst, Literatur, Religion, Geschichte und Länderkun-

Tabelle 6: Themenpräferenzen nach Schulbildung in Prozent²⁸

	niedrige Schulbildung	mittlere Schulbildung	höhere Schulbildung	Ø
Kunst, Literatur, Religion, Geschichte oder Länderkunde	7,5	13,0	22,7	18,5
Rechtsfragen	19,4	20,4	12,4	16,4
Kaufmännische Weiterbildung	5,4	22,6	15,1	15,1
Praktische Kenntnisse	20,4	19,2	9,4	13,8
Naturwiss., Technik, Mathematik	2,2	4,1	12,7	8,7
Umweltschutz, Ökologie	9,7	4,1	3,6	4,5

Tabelle 7: Themenpräferenzen nach Altersgruppen in Prozent²⁹

	bis 28 Jahre	29-38 Jahre	39-48 Jahre	49-58 Jahre	59 Jahre und älter	σ
EDV-Anwendungen	29,1	32,4	48,0	49,4	27,1	36,9
Erziehung, Pädagogik, Psychologie	19,4	23,8	37,0	32,2	22,4	27,0
Medizin, Fragen der Gesundheit	13,6	22,2	21,3	27,6	25,9	21,9
Kunst, Literatur, Religion, Geschichte oder Länderkunde	10,7	7,6	21,3	32,6	32,9	18,5
Rechtsfragen	8,7	17,8	17,2	24,1	14,0	16,4
Kaufmännische Weiterbildung	13,6	25,4	15,7	8,1	0,0	15,1
Basteln, Gartenpflege u.a. Hobbys	13,6	8,6	15,0	4,6	11,6	10,8
Kenntnisse für Sportarten	14,6	9,1	10,2	5,7	5,8	9,3
Politische Themen	6,8	1,6	6,3	12,6	20,9	7,9
Gewerblich-technische Weiterbildung	1,9	2,7	0,8	6,9	0,0	2,5

de“ zählt zum geisteswissenschaftlichen Bereich. Die Münchner profitieren hier vom reichhaltigen kulturellen Angebot der Stadt. Weiterbildung konkurriert einerseits mit dem dichten kulturellen Programmangebot anderer Institutionen wie Museen, Theater etc., andererseits sind diese Angebote immer wieder Anlass zur vertieften und vorbereitenden Betrachtung in eigenen Weiterbildungsveranstaltungen. Insbesondere das „Bildungsbürgertum“ nimmt kulturelle Weiterbildungsangebote wahr – die gravierendsten Unterschiede von Bildungsgruppen und auch von Altersgruppen zeigen sich in diesem kulturellen Weiterbildungsbereich.

Es folgen mehr beruflich orientierte Themen, wie „Versicherungs-, Renten-, Steuer- und andere Rechtsfragen“ und „Kaufmännische Weiterbildung“. Die Wertschätzung der „Praktischen Kenntnisse“ ist besonders auf das große Interesse von weniger gebildeten sozialen Gruppen zurückzuführen (s. o.). Keine Unterschiede nach Bildungsgruppen finden sich hingegen im Bereich „Basteln, Musik, Tierhaltung, Gartenpflege und andere Hobbys“, den immerhin noch jeder 10. Teilnehmende besuchte. „Basteln“ und „Kreatives Gestalten“ sind nicht dasselbe, aber es gibt fließende Übergänge und es sind Bereiche, in denen verschiedene Bildungsgruppen zu integrieren sind – ein schwieriges, erwachsenenpädagogisch erwünschtes und in anderen Bereichen häufig nicht erreichbares Anliegen.

Weniger nachgefragt werden die Themengebiete „Politik“ und „Umweltschutz und Ökologie“ – aber auch diese erfahren noch einen beachtenswerten Zuspruch.

Neben den angesprochenen bildungs- und altersspezifischen Themenpräferenzen werden auch geschlechtsspezifische Vorlieben sichtbar: Frauen partizipieren deutlich häufiger an Weiterbildungsveranstaltungen zu den Themen „Fremdsprachen“ (Frauen: 26,0%; Männer: 16,2%), „Medizin, Fragen der Gesundheit und der gesundheitsgerechten Lebensführung“ (Frauen: 25,1%; Männer: 17,0%) sowie „Basteln, ein Musikinstrument spielen, Tierhaltung, Gartenpflege und andere Hobbys“ (Frauen: 12,8%; Männer: 7,0%). Dagegen zeigen die Männer überdurchschnittliche Teilnahmequoten, wenn es um „Naturwissenschaften, Technik, Mathematik“ (Männer: 16,2%, Frauen: 3,6%), „Politische Themen“ (Männer: 10,9%, Frauen: 5,9%), „Umweltschutz, Ökologie“ (Männer: 7,9%, Frauen: 2,5%) und „Gewerblich-technische Weiterbildung“ (Männer: 5,7%, Frauen: 0,6%) geht. Bei den übrigen Themen ergeben sich keine geschlechtsspezifischen Unterschiede.

Nach diesem Überblick werden im Folgenden die Teilnehmergruppen ausgewählter Themenbereiche genauer betrachtet.

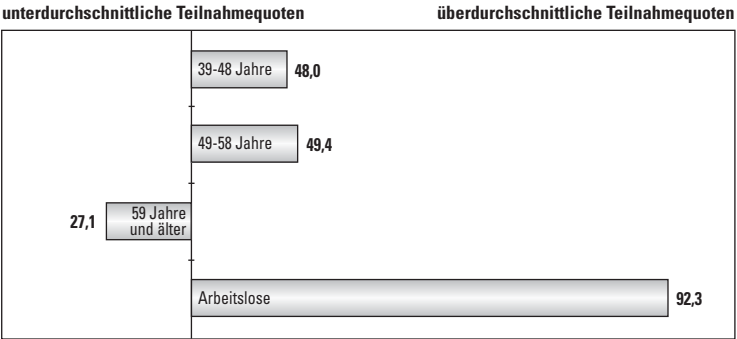
3.2.1 Ausgewählte berufsbezogene Themenbereiche

Die Trends der Beteiligung im EDV-Bereich belegen, dass auch die mittleren und älteren Arbeitnehmer den neuen Entwicklungen der Informations-, Kommunikations- und Steuerungstechniken entsprechen müssen. Die extrem hohen Teilnahmequoten der Arbeitslosen zeigen, dass der Umgang mit neuen Technologien im Arbeitsleben in allen Sektoren immer selbstverständlicher geworden ist. Nicht nur der nach wie vor wachsende Dienstleistungssektor, auch die Vernetzung von Informationen in produzierenden Bereichen, erfordert ausgeprägte analytische Fähigkeiten zur Interpretation und Kommunikation von Informationen, Recherche und technisch gestützte sozialkommunikative Kenntnisse, aber noch viel stärker die Fähigkeit zum Umgang und zur Bedienung entsprechender IT-Anlagen. Die Aneignung solcher Kompetenzen ist eine notwendige – wenn auch nicht hinreichende – Voraussetzung zur Integration in die verschiedenen Sektoren des Beschäftigungssystems.

Der Zeitdruck bei der Einführung neuer Technologien – insbesondere der EDV-Technik – ist seit Jahren so groß, dass der Übergang von der alten zur neuen Technik nicht über den Generationswechsel, sondern mit Weiterbildung durchgesetzt wird. Bei fast jeder fünften Weiterbildungsmaßnahme in Deutschland geht es daher um elektronische Datenverarbeitung und moderne Informationstechnologie (vgl. Kuwan u. a. 2000, S. 246). Eine technisch enge EDV- oder Computerfortbildung

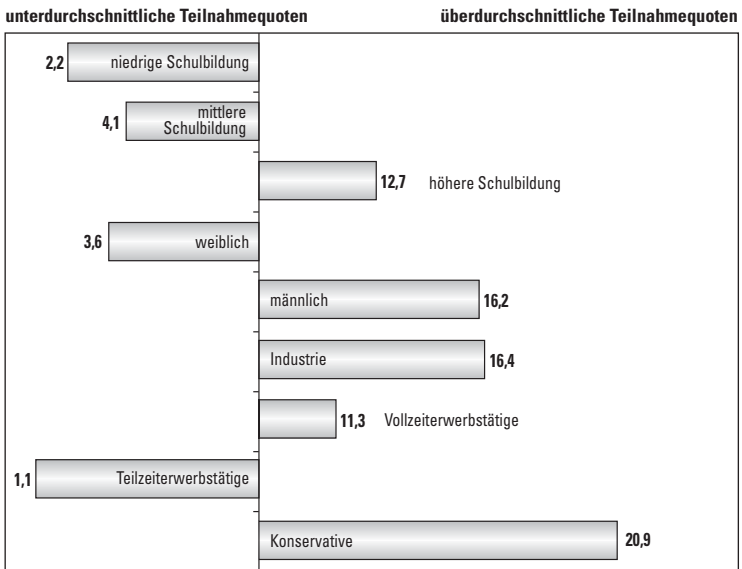
hat sich dabei aber als hochproblematische Fehlakzentuierung in der Weiterbildung erwiesen. In der modernen Arbeitswelt geht es nicht nur um einfache Bedienungsqualifikationen, sondern im Sinne von Schlüsselqualifikationen ist die technische und soziale Beherrschung der neuen Technologien und Medien anzustreben (vgl. Faulstich u. a. 1992; 1999). Allerdings sind bei einem solchen Ansatz die individuellen Voraussetzungen der Lernenden zu beachten. Für viele Arbeitnehmer reichen „simple“ Bedienungsqualifikationen aus, treten technische Probleme auf, werden sie von Spezialisten gelöst (bspw. Filialleiter, Administrator, technischer Support etc.). Wird versucht – wie in den Gruppendiskussionen von Arbeitslosen berichtet – innerhalb kürzester Zeit möglichst viel unterschiedliche Anwendungssoftware zu vermitteln, erreicht der Lehrende eher das Gegenteil: Aufgrund der Überforderungssituation – sechs Programme in sechs Wochen stellen selbst für geübte Akademiker eine Herausforderung dar – und der fehlenden Übungs- wie auch Anwendungsmöglichkeiten wird keines der Programme nach Kursende beherrscht. In den Weiterbildungsquoten spiegelt sich, dass die jüngeren Kohorten durch ihre Sekundärausbildung über die Basisqualifikationen in EDV bereits sicherer verfügen und sie daher nicht überdurchschnittlich an entsprechenden Kursen teilnehmen, und auch die über 59-Jährigen werden in die EDV-bezogenen arbeitsmarktlichen Integrationsmaßnahmen wegen dem nahen Übergang in den Ruhestand nicht mit einbezogen (vgl. Tippelt 1993, S. 75 f).

Abbildung 5: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen im Themenbereich EDV-Anwendungen (durchschnittliche Teilnahmequote: 36,9%)³⁰



Ein anderes Teilnehmerbild ergibt sich, wenn man Technik, Naturwissenschaften und Mathematik thematisiert. Hier sind es vor allem die höher Gebildeten, das bildungsbürgerlich geprägte Milieu der Konservativen, die naturwissenschaftlich und technisch interessierten Männer sowie Arbeitnehmer der Industrie, die diese Kursangebote annehmen. Das Alter ist keine Barriere der Teilnahme, dagegen sind Frauen, Teilzeiterwerbstätige und Personen mit geringerer Bildung deutlich weniger in die Thematisierung von Technik, Naturwissenschaft und Mathematik in der Weiterbildung einbezogen.

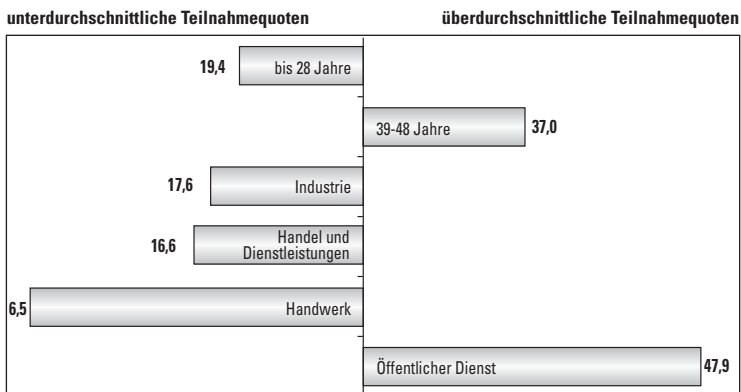
Abbildung 6: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen im Themenbereich Naturwissenschaften, Technik, Mathematik (durchschnittliche Teilnahmequote: 8,7%)³¹



Der Themenbereich „Erziehung, Pädagogik und Psychologie“ ist sowohl im Kontext privater allgemeiner Weiterbildungsinteressen bedeutsam als auch im beruflichen Bereich. Die Altersgruppen der Vierzigjährigen, die besonders stark partizipieren, werden als „Sandwich-Generation“ mit psychologischen Fragen sowohl als Eltern gegenüber den eigenen Kindern als auch gegenüber den eigenen Eltern als versorgende nachwach-

sende Generation sehr stark konfrontiert. Die hohe Bedeutung dieses Themas für Mitarbeiter im Öffentlichen Dienst spiegelt das große Fortbildungsinteresse von Lehrern/innen, Erziehern/innen, Sozialarbeitern/innen und Beschäftigten diverser psychosozialer Berufe wider.

Abbildung 7: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen im Themenbereich Erziehung, Pädagogik, Psychologie (durchschnittliche Teilnahmequote: 27%)³²

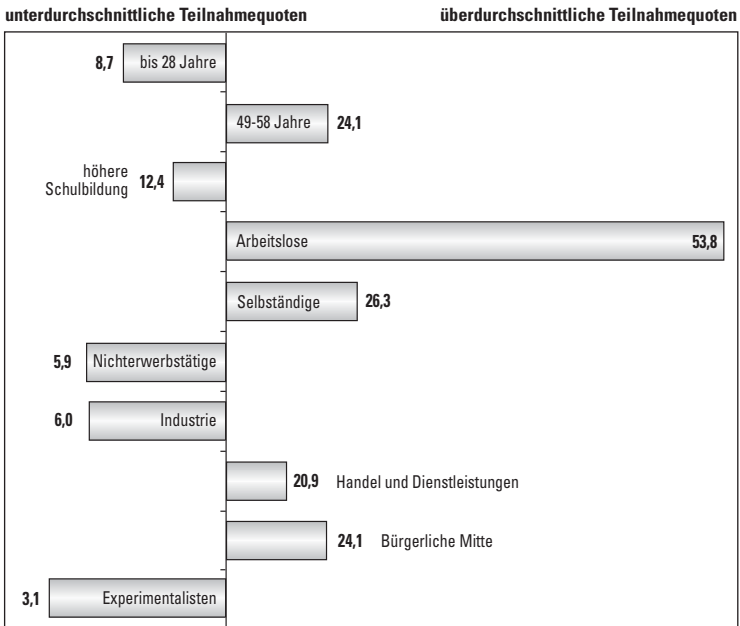


Die starke Teilnahme der Arbeitslosen und auch der älteren Arbeitnehmer am Themenbereich Rechtsfragen (vgl. Abb. 8) weisen darauf hin, dass diese Gruppen offensichtlich nicht nur ein Interesse an fachlich technischer Integration in das Beschäftigungssystem haben, sie sind auch als vom Ausschluss aus dem Arbeitsleben betroffene oder bedrohte soziale Gruppen an Fragen der Absicherung, des Übergangs in Rente und diversen steuerlichen Fragen stark interessiert.

Die überdurchschnittliche Quote der Selbständigen erklärt sich aus dem rechtlichen Informationsbedarf, den die Firmenleitung oder Unternehmensgründung mit sich bringt. Auch wenn man sich zum Teil an professionelle Berater wendet, will man deren Handeln einschätzen und kontrollieren können.

Im entsprechend stärkeren Teilnahmeverhalten des Milieus der Bürgerlichen Mitte spiegelt sich gleichermaßen der tief verankerte Wunsch nach Sicherheit wie nach Ordnung in den persönlichen Angelegenheiten wider, Anliegen, die in diesem Milieu besonders ausgeprägt sind (vgl. Kapitel 4).

Abbildung 8: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen im Themenbereich Versicherungs-, Renten-, Steuer- u.a. Rechtsfragen
(durchschnittliche Teilnahmequote: 16,4%)³³

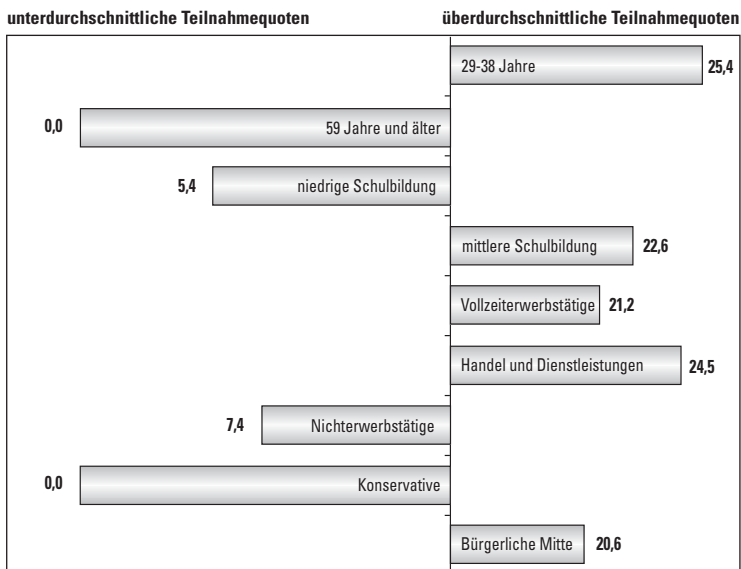


Die kaufmännische Weiterbildung spricht eher jüngere Arbeitnehmer, Beschäftigte im Handels- oder Dienstleistungssektor und Befragte mit mittlerer Bildung an, die sich fachlich und persönlich weiterqualifizieren und zugleich den eigenen Arbeitsplatz absichern wollen.

3.2.2 Ausgewählte allgemeine Themenbereiche

Weiterbildung muss an Tendenzen der Kulturentwicklung anknüpfen, kann aber zugleich versuchen, diese zu ergänzen, zu interpretieren und zu beeinflussen. Schlutz beschreibt diese als „die Tendenz zur unendlichen Vielfalt durch Stärkung der Wahlmöglichkeiten und Toleranzfähigkeit, durch interkulturelles Lernen; die Tendenz zur Ästhetisierung des Lebens durch vertiefte ästhetische Erfahrung; die Tendenz zur überwiegend rezeptiv aufgenommenen Simulation durch An-

Abbildung 9: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen im Themenbereich kaufmännische Weiterbildung (durchschnittliche Teilnahmequote: 15,1%)³⁴

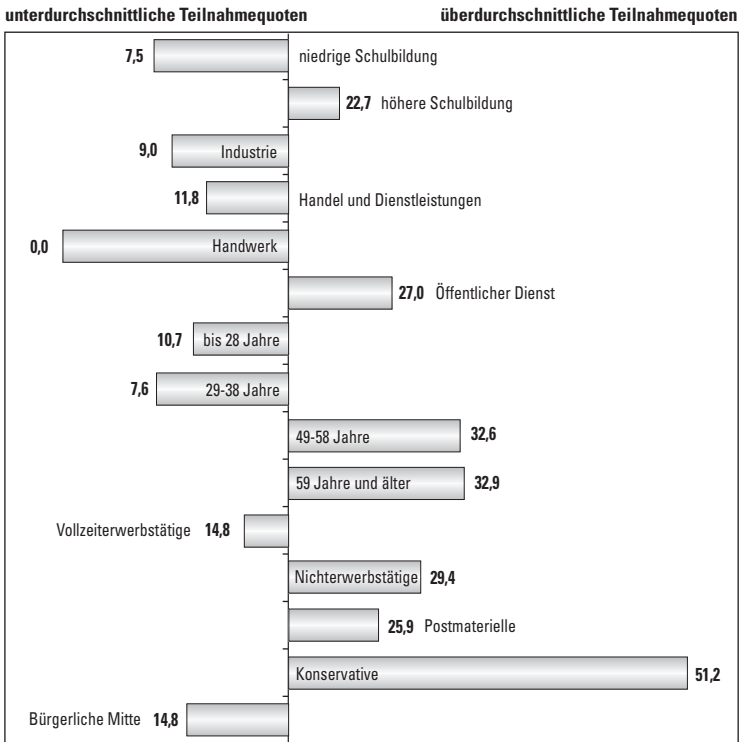


gebote zu aktivem Tun und zur Verständigung mit anderen.“ (1994, S. 205)

Der Bereich der kulturellen Weiterbildung als Bestandteil der allgemeinen Weiterbildung war einer der Schwerpunkte der Experteninterviews. Gespräche wurden geführt mit Vertretern aus drei unterschiedlichen Institutionen: Kirchliches Bildungswerk, Studium Generale der Universität und einem renommierten Münchner Bildungsreiseveranstalter. Die Expert/innen berichten in Übereinstimmung und Ergänzung zu den Daten der Fragebogenerhebung,

- dass vornehmlich Personen aus dem Bildungsbürgertum, also bildungsgewohnte Menschen, an den kulturellen Weiterbildungsangeboten partizipieren;
- dass Ausländer/innen und Arbeiter/innen unterrepräsentiert sind;
- dass in den kulturell themenzentrierten Angeboten von vielen Teilnehmer/innen auch die Förderung von persönlichen Beziehungen als sehr wichtig eingeschätzt wird;

Abbildung 10: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen im Themenbereich Kunst, Literatur, Religion, Geschichte, Länderkunde
(durchschnittliche Teilnahmequote: 18,5%)³⁵



- dass Bildungsgewohnte in vieler Hinsicht (besonders fachlich) anspruchsvoller sind;
- dass Seniorinnen und Senioren an den kulturellen Themen verstärktes Interesse zeigen;
- dass je nach Veranstalter in vielen Angeboten der Frauenanteil überwiegt (dies zeigt sich in der Fragebogenerhebung allerdings nicht);
- dass die Beteiligung von Studierenden und Jüngeren in den letzten Jahren erheblich zurückgegangen ist, insbesondere weil bei

Jüngeren das Interesse an interdisziplinären Veranstaltungen sowie an Themengebieten, die nicht unmittelbar das eigene Fach betreffen, stark nachlasse;

- dass der intergenerative Dialog zwischen Jüngeren und Älteren nur selten gelingt;
- dass Bildungsreisen selbstverständlich mit dem Haushaltsnettoeinkommen korrelieren und dass Bildungsreisende überwiegend umweltbewusst, sozial aufgeschlossen und tolerant seien;
- dass eine enge Verbindung von kultureller Bildung, Lebensstil und Freizeitverhalten deutlich ist;
- dass vielfach eine enge Interaktion mit Dozenten (oder gegebenenfalls der Reiseleitung) gewünscht wird.

Die Gesundheitsbildung ist ein weiterer wichtiger und seit langer Zeit expansiver Bereich der allgemeinen Weiterbildung (vgl. Hoh/Barz 1999). Angebote finden sich bei vielen unterschiedlichen Veranstaltern. Wir haben Expert/innen von vier Veranstaltern exemplarisch interviewt (MVHS, Krankenkasse, Gesundheitspark, Münchner Großbetrieb).

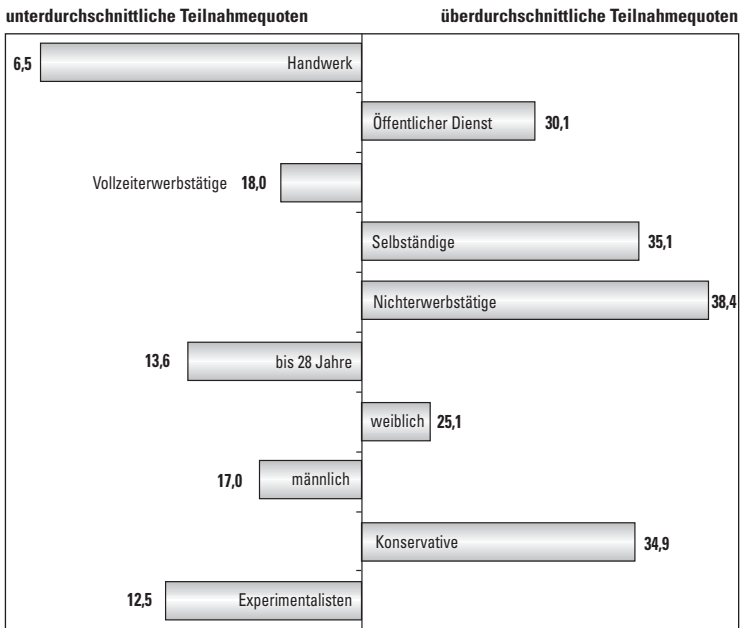
Folgende Ergebnisse lassen sich zusammenfassend festhalten:

- es zeigt sich eine Zunahme von Universitäts- und Fachhochschulabsolvent/innen, die nach Ansicht der Experten nach einem körperlichen und psychischen Ausgleich suchen;
- die Teilnahmequote von Frauen und von Nichterwerbstätigen liegt sehr hoch – bei eher meditativen Angeboten genauso wie bei Ernährungslehre;
- Ältere, die ein verstärkt auf Prophylaxe gerichtetes Interesse haben, sind zur präventiven Gesundheitsbildung gut zu motivieren (z. B. aus dem Konservativen Milieu);
- Gesundheitsbildung setzt die Bereitschaft voraus, das eigene Verhalten zu ändern, eine Voraussetzung die bei den erwähnten Teilnehmergruppen häufig gegeben ist;
- Veranstaltungen zu gesundheitlichem Grundlagenwissen sind für breite Bevölkerungsgruppen notwendig und werden angenommen;
- die Gesundheitsbildung von Krankenkassen erreicht eher den interessierten, motivierten Teil der Versicherten, der überwiegend der „Mittelschicht“ angehört;
- Jüngere, die generell seltener in der Gesundheitsbildung zu finden sind, können beispielsweise zu Yoga-Kursen motiviert werden, weil diese Kurse spezifische Lebensstile fördern;

- Wünsche, das Gelernte in den Alltag zu transferieren, sind in der Gesundheitsbildung besonders deutlich – z. B. zur Verbesserung des Gesundheitszustands, zum Erlernen von mehr Gelassenheit und Entspannung sowie zum Umgang mit beruflichem und privatem Stress;
- Der Gesundheitspark der Münchner Volkshochschule erreicht sozial Benachteiligte in sozialen und psychischen Konfliktsituationen sowie in kritischen Lebenssituationen, die sich andere Angebote des therapeutischen (private Anbieter) oder auch kommerziellen Marktes (beispielsweise in Fitnesscentern) nicht leisten können;
- Gesundheitsbildung hat auch mit „Austherapierten“ zu tun, die bereits jahrelang erfolglos schulmedizinisch behandelt wurden;
- In der betriebsinternen Gesundheitsbildung engagieren sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von der Ebene der Sachbearbeiter/innen bis zu mittleren Führungskräften. Der Altersschwerpunkt liegt hier zwischen 35 und 45 Jahren. Vorgesetzte erachten die Teilnahme von Arbeiterinnen und Arbeitern beispielsweise an Stressseminaren offenbar häufig für nicht notwendig;
- Für betriebliche Führungskräfte werden zusätzliche Fortbildungen angeboten, die speziell für sie konzipiert sind;
- Die Teilnehmenden der betrieblichen Gesundheitsbildung erwarten, dass sie den Umgang mit schwierigen Situationen und Stress lernen, Verhaltensalternativen entdecken und die Bewältigung von ungesunden Gewohnheiten (z. B. Rauchen) bewältigen;
- Die Experten beobachten in den letzten Jahren eine Zunahme der Eigenständigkeit und Selbstverantwortlichkeit, die mit einem starken Interesse an Gesundheitsbildung – auch alternativer Formen – einhergeht;
- Frauen und nicht erwerbstätige Personen nehmen Angebote der Gesundheitsbildung besonders gut an;
- Selbständige und Beschäftigte des Öffentlichen Dienstes als Erwerbstätige im Gesundheitsbereich (Ärzte, Beschäftigte in Kliniken und Praxen, Physiotherapeuten etc.) nutzen insbesondere berufliche Fortbildungsveranstaltungen.

Politisches Lernen findet sowohl im formellen als auch im informellen Bereich statt, denn alle gesellschaftlichen Vorgänge und politischen Handlungen, die kommuniziert werden, verursachen Lern- und

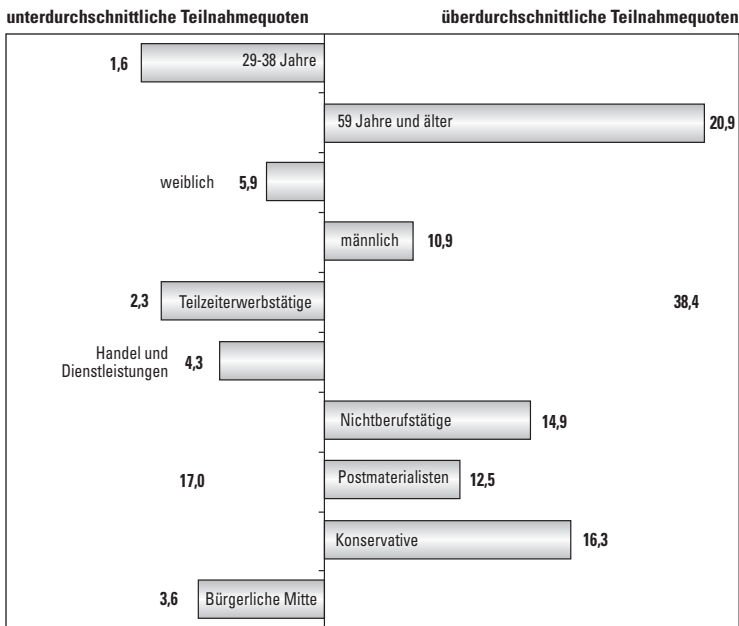
Abbildung 11: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen im Themenbereich Medizin, Fragen der Gesundheit und der gesundheitsgerechten Lebensführung (durchschnittliche Teilnahmequote: 21,9%)³⁶



Sozialisationsprozesse (vgl. Alheit/Dausien 2002, S. 565 ff). Sachliche Information ist dabei nur ein Teil des kommunizierten Inhalts.

Um zu möglichst nachfragenahen Angeboten zu gelangen, ist es wichtig, die Teilnehmenden in die Planungen – so weit wie möglich – einzubeziehen (vgl. Flaig/Maier/Ueltzhoeffer 1994; Barz/Tippelt 1994). Auch Seminarleiter, Kuratorien oder regionale Kooperationspartner haben zu berücksichtigen, dass eine vorrangig von den Interessen der Institution ausgehende angebotsorientierte Planung an den tatsächlichen Interessen von Teilnehmern meist vorbeigeht. Zu den normativ gültigen Sätzen politischer Erwachsenenbildung gehört, dass Zivilcourage gefördert werden muss, in Betrieben, in Schulen, in Parteien, in den Kirchen, in den neuen politischen Bewegungen. Aber auch hier gilt, dass politische Bildung möglichst nah an der Erfahrungswelt der Teilnehmenden

Abbildung 12: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen im Themenbereich Politik (durchschnittliche Teilnahmequote: 7,9%)³⁷



orientiert sein muss und die Möglichkeiten des direkten Dialogs genutzt werden sollen.

Die Zielgruppen der politischen Erwachsenenbildung sind begrenzt, aber gleichzeitig nicht präzise eingrenzbar (vgl. Rudolf 2002). Zu den Zielgruppen gehören auch jene Menschen, die sich in Verbänden, Vereinen, Kirchen und in Parteien bürgerschaftlich und ehrenamtlich engagieren und dabei die Kompetenz aufbauen, Verantwortung für andere zu übernehmen. Ohne Zweifel gehören zu den wichtigsten Zielgruppen Multiplikator/innen und Meinungsführer/innen, aber eben nicht nur diese, sondern auch die breiten sozialen Gruppen in unserer Gesellschaft.

Neue Jugendstudien (z. B. Shell-Jugendstudie 2000; 2002), insbesondere aber das Civic-education-project – eine internationale Vergleichsstudie (IEA) –, berichten von der zunehmenden politischen Apathie und Wahlverweigerung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

In den reichen Industrie- und Dienstleistungsländern zeigt sich, dass politische und soziale Partizipationsbereitschaft weniger ausgeprägt ist als in den Ländern des Südens oder auch in osteuropäischen Ländern, wo junge Menschen ein höheres Vertrauen in die Bildungseinrichtungen haben, trotz geringerem Vertrauen in die Regierungen.

Politische Weiterbildung erreicht in München (leider) nur vor allem ältere Menschen, Rentner, Nichterwerbstätige, Männer deutlich stärker als Frauen sowie Angehöriger gehobener Milieus. Breite Bevölkerungsschichten, wie zum Beispiel die Bürgerliche Mitte, bleiben nahezu unerreich.

3.3 Berufliche Weiterbildung

Die berufliche Weiterbildung ist in der Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft von großer ökonomischer und sozialer Bedeutung und soll daher in diesem Teilkapitel in Ergänzung zu dem bisher Gesagten weiter behandelt werden.

Die verschiedenen Formen der beruflichen Weiterbildung korrespondieren mit der individuellen beruflichen Situation der Teilnehmenden. Neben der weithin bekannten Umschulung und Aufstiegsfortbildung zählen hierzu Kurse bzw. Lehrgänge, die der Einarbeitung in eine neue Arbeit oder der Anpassung an neue Aufgaben im angestammten Berufsfeld dienen bzw. einen anderweitigen beruflichen Bezug aufweisen.

Alle weiterbildungsaktiven Befragten wurden gebeten anzugeben, ob sie im Untersuchungszeitraum an einer dieser Maßnahmearten teilgenommen hatten. Die folgende Darstellung gibt einen Überblick zu der Verteilung der Befragten nach Maßnahmearten.

Tabelle 8: Maßnahmearten in der beruflichen Weiterbildung in Prozent (Mehrfachantworten möglich)³⁸

Maßnahme	Anteil an allen Befragten	Anteil an den Teilnehmenden beruflicher Weiterbildung
Anpassungsweiterbildung	24,9	61,6
Lehrgang/Kurs zur Einarbeitung	9,4	23,5
Aufstiegsfortbildung	5,3	13,3
Umschulung	1,2	3,0
sonstige Lehrgänge/Kurse im Beruf	20,1	49,7
Teilnahmequote an beruflicher Weiterbildung	41,3	100,0

Die Mehrzahl der hier betrachteten Weiterbildungsaktiven durchlief eine Anpassungsweiterbildung, die sie auf neue Aufgaben im angestammten Berufsfeld vorbereiteten – ein deutliches Indiz für den rasanten technologischen Wandel und die Notwendigkeit lebenslangen Lernens. Besonders hoch war die Teilnahmequote bei den 49 bis 58-Jährigen (85,5% vs. 61,6%³⁹). Jeder fünfte Teilnehmende beruflicher Weiterbildung besuchte Lehrgänge/Kurse zur Einarbeitung in eine neue Arbeit.

Die oft mit einem hohen finanziellen Aufwand verbundenen Aufstiegsfortbildungen wurden nur von 13,3% der Befragten absolviert – überdurchschnittlich häufig waren diese männlich (18,8%) sowie jünger als 29 Jahre (28,6%). Die durch öffentliche Gelder geförderten und meist zeitlich intensiven Umschulungsmaßnahmen kamen 3% der Befragten zu Gute. 49,7% konnten die von ihnen besuchte berufliche Weiterbildung keiner dieser Maßnahmearten zuordnen, sie wurden als sonstige Lehrgänge/Kurse im Beruf zusammengefasst.

Insbesondere im Bereich der beruflichen Weiterbildung, die oft in einem engen Zusammenhang mit der beruflichen Tätigkeit, den übertragenen Aufgaben und auch den Anforderungen seitens des Vorgesetzten bzw. des Arbeitgebers steht, erfolgt die Teilnahme nicht immer aufgrund der Eigeninitiative des Arbeitnehmers. Vorgesetzte haben einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Weiterbildungsbeteiligung ihrer Mitarbeiter. Hier ist nach dem Anlass der Weiterbildungsteilnahme zu fragen. Dieser kann – wie in der Mehrzahl der Fälle – eine Initiative des Arbeitnehmers selbst sein, aber auch der Vorschlag eines Vorgesetzten oder sogar eine betriebliche Anordnung.

Tabelle 9: Anlass für die Teilnahme an beruflicher Weiterbildung⁴⁰

Anlass für die Teilnahme	%
Teilnahme ging von mir selbst aus	79,7
Teilnahme auf Vorschlag eines Vorgesetzten	22,8
Teilnahme auf betriebliche Anordnung hin	16,1

In der Regel geht die Teilnahme an beruflicher Weiterbildung vom Teilnehmenden selbst aus, erfolgt also freiwillig und dient der Befriedigung individueller – wenn auch oft durch die Berufstätigkeit geprägter – Lerninteressen. Bei knapp einem Drittel der Befragten spielt

allerdings das betriebliche Umfeld eine entscheidende Rolle. 22,8% der Befragten bildeten sich weiter, nachdem dies ein Vorgesetzter vorgeschlagen hatte, bei 16,1% wurde die Weiterbildung sogar angeordnet.

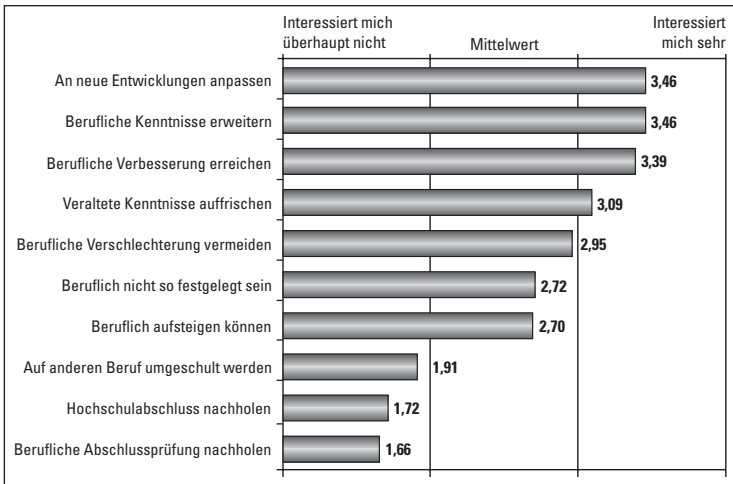
Die betriebliche Anordnung spielt überdurchschnittlich häufig bei Befragten mit niedriger Schulbildung eine Rolle, vor allem bei Einarbeitungslehrgängen, Anpassungsweiterbildungen und sonstigen Fortbildungen im Beruf. Dagegen sind es besonders oft Personen mit höherer Schulbildung, die angeben, dass ihre Weiterbildungsteilnahme auf Eigeninitiative zurückzuführen ist.

Aus den Daten der München-Studie geht hervor, dass Betriebe und Vorgesetzte einen überaus wichtigen und positiven Einfluss insbesondere auf die Weiterbildungsteilnahme von Personen mit niedriger Schulbildung haben. Benachteiligungen, die aufgrund der sonst in dieser Gruppe verstärkt vorkommenden Weiterbildungsabstinenz entstehen können, werden durch betriebliche Anordnungen und das Vorschlagen einer Weiterbildung durch den Vorgesetzten vermieden.

Mit der Teilnahme an beruflicher Weiterbildung werden in der Regel unterschiedliche Ziele verfolgt. Diese lassen sich drei Bereichen zuordnen: Einmal der kompensatorischen Weiterbildung, mit deren Hilfe bestehende – teils subjektiv empfundene, aber auch durch den technologischen Wandel hervorgerufene – Defizite im Bereich der beruflichen Qualifikation ausgeglichen werden sollen. Hierzu gehört die bereits erwähnte Umschulung auf einen anderen Beruf, aber auch das Nachholen von beruflichen Abschlussprüfungen oder eines Hochschulabschlusses. Der zweite Bereich umfasst jene Weiterbildungen, die der Anpassung und der Erweiterung vorhandener Kenntnisse dienen, die in Folge der dauerhaften Veränderungen der beruflichen Anforderungen weiter an Bedeutung gewinnen werden. Der dritte Bereich ist die Aufstiegsfortbildung. Das Interesse und die Teilnahme an diesen verschiedenen Formen der Fortbildung – wie sie die oben dargestellten Ergebnisse auch dokumentieren – unterstützen nachdrücklich das Paradigma des lebenslangen Lernens.

Alle Befragten wurden gebeten anzugeben, wie sehr für sie persönlich einzelne Weiterbildungsziele von Bedeutung sind. Die Ergebnisse (vgl. Abbildung 13) zeigen deutlich das Gefälle zwischen Anpassung und Erweiterung vorhandener beruflicher Kenntnisse einerseits und einer beruflichen Neuorientierung in Form von Umschulungen bzw. Kompensationsbestrebungen durch das Nachholen von Abschlüssen andererseits. Dies entspricht dem bundesweiten Trend (vgl. Kuwan u. a. 2000, S. 76ff.).

Abbildung 13: Interesse an unterschiedlichen Zielen der beruflichen Weiterbildung⁴¹



Die wichtigsten Ziele beruflicher Weiterbildung liegen offensichtlich bei der Mehrzahl der Untersuchungsteilnehmenden darin, einen einmal erreichten beruflichen Status quo durch die Anpassung an neue Entwicklungen halten bzw. durch den Ausbau beruflicher Kenntnisse stabilisieren zu können.

Interessant ist die Differenz in der Zustimmung zu den Items „Berufliche Verbesserung erreichen“ und „Beruflich aufsteigen können, z. B. zum Meister o. Ä.“. Eine berufliche Verbesserung kann sich in unterschiedlicher Weise ausdrücken: durch die Bewilligung eines höheren Gehalts, durch Erweiterung der Kompetenzen, durch Zuweisung neuer Aufgaben und Verantwortungsbereiche etc. Sich beruflich zu verbessern, ist nicht synonym mit der Erlangung eines höherqualifizierenden Abschlusses. Dies ist hingegen gegeben, wenn der berufliche Aufstieg an die Ablegung einer staatlich anerkannten Prüfung gekoppelt ist. Der vergleichsweise geringe Mittelwert (2,7) des Items „Beruflicher Aufstieg“ spricht für eine eher skeptische Kosten-Nutzen-Analyse. Der mit Aufstiegsfortbildungen verbundene Zeit- und Lernaufwand, die eventuell erforderliche Aufgabe der Berufstätigkeit und die anschließende Suche nach einer adäquaten Beschäftigung sowie die Weiterbildungskosten und

die eingeschränkten Finanzierungsmöglichkeiten seitens Dritter scheinen hier Weiterbildungsinteressen eher zu reduzieren.

Ein besonderer Teilbereich ist die berufliche Fortbildung von Führungskräften auf der Management-Ebene. Auf der einen Seite werden qualitativ hochwertige Veranstaltungen erwartet, andererseits handelt es sich um eines der Hochpreissegmente auf dem Weiterbildungsmarkt, und die Teilnahme wird in der Regel durch den Arbeitgeber finanziert. Im Rahmen der Gruppendiskussionen formulierte diese Zielgruppe ihre Erwartungen:

Die Führungskräfte legen besonderen Wert auf eine gute Präsentation des Lehrstoffes, der an die eigenen Erfahrungen anknüpfen und durch Beispiele veranschaulicht werden soll, Thesepapiere, Diskussionen und Informationen zur weiteren Beschäftigung mit dem Thema. Der Nutzen für den Beruf sollte im Mittelpunkt der Weiterbildung stehen. Formelle Veranstaltungen werden dabei wegen der Möglichkeit, innerhalb kurzer Zeit viel Fachwissen gezielt erlernen zu können, sowie aufgrund des Kontakts und Austausches mit dem Trainer informellen Lernformen vorgezogen. Allerdings wurde betont, dass gerade soziale Kompetenzen im Rahmen des informellen Lernens erworben werden. Das Ambiente des Veranstaltungsortes spielt bei dieser Zielgruppe eine besondere Rolle. Gerade mehrtägige Fortbildungen sollten außerhalb des Arbeitsplatzes zum Beispiel in einem Hotel stattfinden, weil dies eine ungestörte Arbeitsatmosphäre ermöglicht. Ein Einzelzimmer mit Bad sollte als Rückzugsraum zur Verfügung stehen. Eine gute Lage, gutes Essen, kompetente Trainer, angenehme Seminarräume und zusätzliche Räumlichkeiten für den informellen Kontakt zwischen den Teilnehmenden werden als selbstverständlich vorausgesetzt. Zusätzlich werden Freizeitangebote (z. B. ein Schwimmbad) begrüßt.

3.4 Nichtteilnahme und Weiterbildungsbarrieren

Die Beteiligung an Weiterbildung ist mit 59% in München vergleichsweise hoch. Trotzdem bleibt zu fragen, warum immerhin 41% der Befragten sich im Untersuchungszeitraum nicht weitergebildet haben.

Das bekannte Ergebnis, dass Personen mit höherer schulischer Bildung stärker an Weiterbildung partizipieren, wurde klar bestätigt. Auf dieses Phänomen des „Matthäusprinzips“ (wer hat, dem wird gegeben – auch in der Weiterbildung) weisen auch alle Experten/innen hin. Nur

wenige geben an, dass ihre Einrichtungen auch von Personen aus den statusärmeren Milieus oder von „Bildungsfernen“ besucht werden. Neben den klassischen Einflussfaktoren Vorbildung, Einkommen, Geschlecht, familiäre Situation, Alter, soziale Stellung, (Nicht-)Erwerbstätigkeit, Branche etc. scheinen das individuelle Interesse und das Engagement des Einzelnen aber weitere wichtige Kriterien zu sein.

Auf die Frage, weshalb so genannte Bildungsbenachteiligte kaum erreicht werden, gaben die Expertinnen und Experten unterschiedliche Gründe an, die weniger in der Struktur der Einrichtung als in der Person des/r Nichtteilnehmenden begründet sind. So fordert die Teilnahme an Weiterbildung Zeitaufwand und ein adäquates Zeitmanagement – beruflich oder familiär stark eingebundene Personen nehmen deshalb weniger an Weiterbildungsmaßnahmen teil. Außerdem konkurriert Weiterbildung zunehmend mit anderen Freizeitangeboten: Teilnehmende erwarten zunehmend, dass die Angebote immer kompakter, komprimierter und Zeit sparender gestaltet werden, was aber nicht in allen Bereichen möglich oder sinnvoll ist. Bei Personen mit geringer schulischer Vorbildung spielt Angst vor Misserfolg, Überforderung oder auch Angst vor Veränderungen eine wichtige Rolle. Alles, was diese Ängste reduzieren könnte, z. B. geringe Zugangsbarrieren oder die Möglichkeit informell zu lernen, wirkt sich positiv aus. Auch würden sich Teilqualifizierungsmöglichkeiten anbieten, die dem geringen Durchhaltevermögen mancher Weiterbildungsabbrecher/innen entgegenwirken. Wie sich in der von den Expertinnen und Experten beschriebenen, verhältnismäßig hohen Beteiligung sozial Schwächerer an Angeboten von Pfarreien, Alten- und Servicezentren und auch Stadtteilbibliotheken zeige, wirke sich eine stark dezentrale Struktur von Einrichtungen und ein niedrigschwelliges Angebot positiv auf die Partizipation dieser Zielgruppen aus. Würden zudem die Ziele (z. B. beruflicher Art) erreichbar gemacht bzw. sichergestellt, könnte auch die Motivation der Nichtteilnehmenden steigen.

Von den Experten wurden auch die Ausländer/innen genannt, deren Barrieren auf Sprachprobleme zurückzuführen seien. Ein häufig erwähntes Problem stellt auch die unzureichende Beteiligung junger Personen (16 bis 30-Jähriger) dar, die bei vielen Veranstaltungen unterrepräsentiert sind. Dies wird auf unterschiedliche Ursachen zurückgeführt. Zum einen auf eine allgemeine Konzentration der jungen Generation auf den heimischen PC, aber auch auf das Image des Veranstalters, das Alter der Dozenten und Programmgestalter, die Ausrichtung des Angebots und das fehlende Engagement im Nachhilfebereich.

Es gibt also vielfältige Gründe für eine Nichtteilnahme. Um ihnen genauer auf die Spur zu kommen, wurden in der Fragebogenerhebung diejenigen Befragten, die an keiner Weiterbildung im Untersuchungszeitraum teilgenommen hatten, gebeten, aus einer Liste diejenigen Motive auszuwählen, die für sie persönlich von Bedeutung waren.

Tabelle 10: Gründe für die Nichtteilnahme an Weiterbildung⁴²

Rang	Nichtteilnahmemotiv	%
1	Ich hatte keine Zeit	42,4
2	Ich weiß nicht, welche Weiterbildungsmaßnahmen für mich in Frage kämen	14,1
3	Die Veranstaltungen waren zu teuer/die Zuschüsse waren zu gering	11,9
4	Ich bin mit meiner beruflichen Situation zufrieden und benötige deshalb keine Weiterbildung	11,5
5	Ich bin zu alt für Weiterbildung	11,3
6	Ich erwarte keinen beruflichen Nutzen durch Weiterbildungsveranstaltungen	11,0
7	Ich bin kein guter Lerner	10,4
8	Ich habe keinen passenden Kurs gefunden	9,9
9	Die Veranstaltungstermine lagen für mich ungünstig	9,1
10	Aufgrund fehlender Kinderbetreuungsmöglichkeiten	6,5
11	Ich erwarte keinen persönlichen Nutzen durch Weiterbildungsveranstaltungen	5,5
12	Von anderen Lernformen – außerhalb organisierter Veranstaltungen – profitiere ich mehr	5,3
13	Die Veranstaltungsorte waren für mich schlecht erreichbar	3,8
14	Mein Arbeitgeber war dagegen	2,0
15	Aufgrund des entstehenden Verdienstaufschlags	1,6
16	Ich habe die Zulassungsbedingungen nicht erfüllt	1,4
17	Der Leistungsdruck in solchen Veranstaltungen ist mir zu hoch	1,4
18	Die Anforderungen bei der beruflichen Weiterbildung sind viel höher als bei der Arbeit	0,9

Der am häufigsten genannte Grund für die Nichtteilnahme an Weiterbildung ist mangelnde Zeit mit 42,4% der Nennungen. Dies kann einerseits darauf zurückgeführt werden, dass die Befragten aufgrund beruflicher, familiärer oder anderer Verpflichtungen und Interessen kaum

über den notwendigen Freiraum für – überwiegend regelmäßig zum gleichen Zeitpunkt stattfindenden – Weiterbildungsveranstaltungen verfügbaren. Deutlich wird, dass Weiterbildung inzwischen mit einer Vielzahl anderer attraktiver Möglichkeiten der Freizeitgestaltung konkurriert. Betroffen sind hier verstärkt höher gebildete Abstinente (59,2%⁴³), während Befragte mit mittlerer und niedriger Schulbildung dieses Motiv besonders selten angaben (34,4% und 31,1%). Hier sind Konzepte gefragt, die in kurzen, kompakten Lerneinheiten eine zeitlich flexible Gestaltung der Weiterbildung – eventuell auch in Kombination mit Freizeitaktivitäten und Sport – ermöglichen.

Bei Teilzeiterwerbstätigen (57,4%), Selbständigen (58,5%) und Beschäftigten im Handels- oder Dienstleistungsbereich (56,6%) zeigen sich ebenfalls überdurchschnittlich hohe Zustimmungswerte. Dass Selbständige einer besonderen zeitlichen Belastung ausgesetzt sind, ist nichts Neues. Im Handels- oder Dienstleistungsbereich liegen die Arbeitszeiten oft so, dass tagsüber kein Freiraum zur Verfügung steht und auch samstags gearbeitet wird, so dass nur Angebote in den Abendstunden relevant sind. Vermehrt sind hier auch Beschäftigte im Schichtdienst tätig. Inwieweit berufliche Weiterbildungen innerhalb der Arbeitszeit besucht werden können und könnten, sollte geprüft werden. Teilzeiterwerbstätige sind neben der Berufstätigkeit zeitlich zusätzlich durch Familienarbeit und Haushaltsführung in besonderem Maße belastet. Für Beschäftigte im Öffentlichen Dienst spielt dagegen dieser Nichtteilnahmegrund eine wesentlich geringere Rolle (25,4%). Durch eine umfassende und alle Altersgruppen einschließende Kinderbetreuung kann man darüber hinaus Eltern den nötigen Freiraum zur Teilnahme verschaffen. Ein anderer Grund für die überaus häufige Nennung von „Zeitmangel“ könnte die allgemein hohe soziale Akzeptanz dieser Begründung sein, etwas – oft sozial erwünschtes – nicht getan zu haben. Dies sollte aber nicht dazu führen, die zunehmende zeitliche Belastung aller zu unterschätzen.

14,1% der befragten Nichtteilnehmenden gaben an, nicht zu wissen, welche Weiterbildungsmöglichkeiten für sie in Frage kämen. Hier ist ein verstärktes Beratungsangebot gefragt – einerseits der einzelnen Veranstalter selbst, aber auch trägerübergreifend –, das entsprechend bekannt gemacht werden muss. Hierin liegt ein generelles Problem des Weiterbildungssektors. Gerade diejenigen Bevölkerungssegmente, die in besonderem Maße von Weiterbildungsmaßnahmen profitieren würden, nutzen diese deutlich seltener und fühlen sich von entsprechenden An-

geboten teilweise nicht angesprochen; sie werden von Informationen und Werbestrategien entweder gar nicht erst erreicht, oder die Beratungsansätze – die zum Beispiel in der Arbeitsverwaltung für Arbeitssuchende verfolgt werden und u. a. bedingt sind durch die als förderungswürdig erachteten Fortbildungsmaßnahmen⁴⁴ – sind offenbar zu wenig auf die individuellen Bedürfnisse, Probleme und Interessen der Ratsuchenden zugeschnitten. Hinzu kommt die Unübersichtlichkeit auf dem Weiterbildungsmarkt durch die Vielzahl der Weiterbildungsangebote und -träger. Die Qualität von Weiterbildungsmaßnahmen ist nicht auf den ersten Blick ersichtlich. Sie verlangen dem Adressaten ein hohes Maß an Eigeninitiative ab, wenn er Vergleiche zwischen den einzelnen Anbietern anstellen soll oder muss. Gerade im Bereich der beruflichen Weiterbildung ist es schwer, sich einen Überblick über die Bandbreite der Weiterbildungsangebote und -anbieter zu verschaffen. Neben Mund-zu-Mund-Propaganda ist man hier auf Auskünfte von Standesvertretungen, Kammern, Veröffentlichungen in Fachzeitschriften usw. angewiesen (zur Weiterbildungsinformation und -beratung siehe ausführlich Eckert/Tipelt/Schiersmann 1997).

Weiterbildungsabstinente mit niedriger Schulbildung gaben vermehrt an, dass sie nicht wüssten, welche Fortbildungen sie nutzen könnten (27%). Personen mit höherer Schulbildung fühlen sich hingegen hinreichend informiert (8,5%). Dies lässt die Schlussfolgerung zu, dass eine verstärkte Weiterbildungsberatung eine der notwendigen Interventionen ist, will man der Benachteiligung aufgrund der schulischen Vorbildung entgegenwirken. Neben der bereits vorgeschlagenen verstärkten trägerspezifischen und trägerübergreifenden Beratung empfehlen sich hier auch aufsuchende, niederschwellige Beratungsangebote, die bei Bedarf auch den gesamten Lebenskontext miteinbeziehen. Ein großer Beratungsbedarf lässt sich auch bei den Beschäftigten im Handwerk erkennen (40%). Interessant ist, dass gerade bei Männern ein erhöhter Bedarf ersichtlich ist (17,6%), deshalb sollte diese Zielgruppe bewusst in die Überlegungen zur Intensivierung der Weiterbildungsberatung einbezogen werden.

Die Höhe der Veranstaltungsgebühren, aber auch die geringen finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten seitens Dritter sind für 11,9% ein Grund, sich nicht weiterzubilden. Es zeigt sich wiederum der Effekt, dass Befragte mit niedriger Schulbildung deutlich stärker durch diese Barriere betroffen sind (18%), als jene mit höherer Schulbildung (7,7%). Teilzeitbeschäftigte (22,9%) und die 29 bis 38-jährigen

nennen sie ebenfalls überdurchschnittlich (20,7%). Die Gruppendiskussionen ergaben, dass gerade für Alleinerziehende eine finanzielle Unterstützung für eine Weiterbildung den Weg aus der Arbeitslosigkeit und der finanziellen Bedürftigkeit hin zu einer Beschäftigung im ersten Arbeitsmarkt ebnen kann. Eine umfassende Information der Interessenten über finanzielle Hilfen ist hier notwendig, zum anderen sollte überlegt werden, ob die vorhandenen Modelle z. B. der Preisstaffelung und Gebührenermäßigung insbesondere gegenüber sozial Schwachen ausreichen.

11,5% der Befragten geben an, kein Interesse zu haben, weil sie mit ihrer beruflichen Situation zufrieden sind und deshalb keine Weiterbildung benötigten. Dies ist sicher ein positiver Effekt – der besonders häufig bei Vollzeitwerbstätigen (17%), Beschäftigten im Öffentlichen Dienst (19,7%) und bei 39 bis 48-Jährigen (26,6%) auftritt –, weil berufliche Zufriedenheit allgemein wünschenswert ist und das gesamte Wohlbefinden beeinflusst. Andererseits darf aber nicht verkannt werden, dass sich Arbeitsanforderungen permanent verändern und eine frühzeitige Aufklärung durch den Arbeitgeber, aber auch durch die Kammern und Berufsverbände über anstehende Veränderungen der Qualifikationsanforderungen notwendig ist, damit Weiterbildung rechtzeitig erfolgen kann und nicht eine Freisetzung kurz vor Erreichen des Rentenalters droht.

Die Einstellung, man sei zu alt für Weiterbildung, ist – wie die Zahlen belegen – nicht selten (11,3%). Der Trend, dass über 50-Jährige deutlich seltener an Weiterbildung teilnehmen als jüngere Personen, hat sich in den letzten Jahren trotz der kontinuierlichen Zunahme in allen Altersgruppen fortgesetzt (vgl. Berichtssystem Weiterbildung 2000, S. 25).

In München sind die 50 bis 64-Jährigen vergleichsweise weiterbildungsaktiv. 53,5% besuchten innerhalb des Untersuchungszeitraums eine Weiterbildung – im Bundesdurchschnitt waren es nur 31% (vgl. a.a.O., S. 25). Selbst die 65 bis 69-Jährigen erreichen noch 33,3%⁴⁵. Entsprechend gewinnt das Alter als Teilnahmeharriere erst bei den weiterbildungsabstinenten Befragten über 58 Jahre eine signifikant überdurchschnittliche Bedeutung (36,4%). Da auch jeder 10. Nichtteilnehmende dieser Altersgruppe keinen persönlichen Nutzen durch die Teilnahme erwartet, gilt es diesen in Zielgruppenprogrammen besonders herauszustellen und das Vorurteil abzubauen, dass man für Weiterbildung irgendwann zu alt sei. Überdurchschnittlich häufig gaben auch Nichtteilneh-

mende mit niedriger Schulbildung dieses Motiv an (21,3%), während diejenigen mit höherer Schulbildung es seltener nannten (5%). Gerade bei älteren Arbeitnehmern sinkt die Bereitschaft, sich weiterzubilden. Dies kann mehrere Ursachen haben:

- Das Lernen ist verlernt worden und erscheint als Hürde.
- Die innerliche Loslösung vom Berufsleben und Vorbereitung auf den Ruhestand.
- Eine negativ ausfallende Kosten-Nutzen-Analyse im Hinblick auf die verbleibenden Berufsjahre seitens der Betriebe und der Adressaten.
- Die Angebote für diese Altersgruppe sind weniger ausgebaut.

Verkannt wird auch, dass berufliche Weiterbildung die Attraktivität älterer Arbeitskräfte erhöht und die Gefahr der Altersarbeitslosigkeit mindern kann; langjährige Erfahrung und Vertrautheit mit verschiedensten Arbeitsweisen und -techniken sind Kompetenzen, über die gerade ältere Arbeitnehmer verfügen, und die es gilt an Jüngere weiterzugeben. Für diejenigen, die bereits aus dem Arbeitsleben ausgeschieden sind, kann allgemeine Weiterbildung helfen, das Leben mit Sinn zu füllen, fit zu bleiben, Kontakte zu knüpfen, Interessen zu verfolgen, für die in jüngeren Jahren keine Zeit war und in der Gesellschaft integriert zu bleiben. Dies wurde in den Gruppendiskussionen immer wieder betont. Spezielle Seniorenprogramme, wie sie die Münchner Volkshochschule und die Münchner Ludwig-Maximilians-Universität anbieten, finden großes Interesse. Zu überlegen ist, ob ähnliche Formen in der beruflichen Weiterbildung für die über 50-Jährigen initiiert werden sollten, um den spezifischen Bedürfnissen dieser Alterskohorten Rechnung zu tragen.

Die Erwartung, Weiterbildung habe für sie keinen beruflichen Nutzen, hatten 11% der befragten Nichtteilnehmenden. Personen mit niedriger Schulbildung hatten diese sogar überdurchschnittlich häufig (16,4%). Es bedarf weiterer Analysen dieser ablehnenden Grundhaltung. Denkbar sind negative berufliche Weiterbildungserfahrungen, die zum einen in der Maßnahme selbst, zum anderen aber auch im mangelnden Transfer in die berufliche Praxis liegen können.

Jeder Zehnte der Befragten (10,4%) begründete seine Weiterbildungsabstinenz damit, kein guter Lerner zu sein. Dies ist ein Hinweis dafür, dass Weiterbildung als anstrengend und (leistungs-)fordernd empfunden wird. In Kombination mit negativen Schulerfahrungen wirkt Weiterbildung dann tendenziell abschreckend. Betroffen sind diejeni-

gen mit niedriger Schulbildung sehr viel stärker (18,9%), als jene mit höherer Schulbildung (0,7%). Zusätzlich zum hohen Beratungsbedarf ist im Handwerk diese Auffassung besonders häufig vertreten (24%). Es kumulieren hier Benachteiligungen, denen aber durch systemische Konzepte entgegengewirkt werden kann. Die geforderte Beratung muss Schwellenängste abbauen, und Weiterbildungen, die zusätzlich zum Fachwissen geeignete Lerntechniken vermitteln, sind notwendig. Homogene Lerngruppen und spezielle Zielgruppenangebote sind sicher hilfreich. Im Gegensatz hierzu findet man diese Einstellung bei Selbständigen und Beschäftigten der Industrie nicht (beides 0%).

„Ich habe keinen passenden Kurs gefunden.“, sagten 9,9% der Befragten. Aufgabe der Veranstalter ist es hier, mittels Marktanalysen ein Angebot zu schaffen und zu kommunizieren, das den Interessen der Adressaten entspricht. Es ist dies aber erneut eine Herausforderung an die Weiterbildungsinformation und -beratung.

Ein weiteres Problem stellen die Veranstaltungstermine dar, die oft mit Arbeitszeiten und Zeiten anderer (Freizeit-)Veranstaltungen konkurrieren oder mit Öffnungszeiten von Kinderbetreuungseinrichtungen etc. kollidieren. Eine insgesamt zeitlich flexiblere Gestaltung der Weiterbildung wurde auch in den Gruppendiskussionen angeregt. Vorgeschlagen wurden parallel verlaufende Kurse, die man wechselweise morgens und abends besuchen könnte. So würde auch Personen, die im Schichtdienst arbeiten, die Teilnahme an Weiterbildung ermöglicht.

Ein Problem vor allem für Frauen sind fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeiten (11,4% vs. Männer: 1,5%, Durchschnitt: 6,5%). Hier zeigen sich Benachteiligungen der leider immer noch recht starren gesellschaftlichen Rollenverteilung. Besonders betroffen sind hier zudem 29 bis 48-Jährige (29-38 Jahre: 16,1%; 39-48 Jahre: 12,5%), Nichterwerbstätige (15,9%) sowie Teilzeitbeschäftigte (14,6%). Vollzeiterwerbstätige nennen diese Barriere deutlich seltener (1,1%). Diese Gruppe hat sicherlich schon aufgrund der umfangreichen Berufstätigkeit die Betreuung der Kinder in irgendeiner Form geregelt. In den Gruppendiskussionen wurde die gesellschaftspolitische Forderung nach einer umfassenden Schaffung von Kinderbetreuungseinrichtungen mit flexiblen Betreuungszeiten für alle Altersgruppen – insbesondere für Kleinkinder und Babys – bekräftigt. Zusätzlich wurde die Qualität der Betreuung thematisiert. Vorgeschlagen wurde auch die Etablierung von parallel verlaufenden Kursen für Erwachsene/Mütter einerseits und Kinder andererseits am gleichen Ort, so dass weder Eltern sich die Zeit vertreiben müssen,

während ihre Kinder einen Kurs besuchen, noch sie selbst auf eine Kurs-
teilnahme aufgrund ihrer Betreuungspflichten verzichten müssen. Ge-
fragt sind nicht nur die Weiterbildungsanbieter selbst, sondern auch die
öffentliche Hand.

Keinen persönlichen Nutzen durch Weiterbildung erwarten
5,5% der Nichtteilnehmenden. Befragte mit niedriger Schulbildung nannten
die Barriere signifikant häufiger (13,1%), im Gegensatz zu Abstinenden
mit höherer Schulbildung (1,4%). Für diese Gruppe reizvoll wären
Angebote mit einem verstärkten Freizeitcharakter und Praxis- bzw. Alltags-
bezug.

Lernformen außerhalb organisierter Veranstaltungen wurden nur
in geringem Umfang als erfolgversprechendere Alternative und deshalb
als Grund für die Nichtteilnahme betrachtet, allerdings überdurchschnittlich
oft von höher Gebildeten (9,9%). 5,3% der Nichtteilnehmenden meinten,
dass sie von informellen Lernformen stärker profitieren würden. Fach- und
Sachbücher, Fach- und Spezialzeitschriften oder auch Vorträge werden von
dieser Gruppe besonders häufig genutzt.

3.5 Selbst gesteuertes und informelles Lernen

Im Forschungsprojekt wurde selbst gesteuertes Lernen wie folgt definiert:
Unter selbst gesteuertem Lernen wird ein zielgerichteter Prozess, ein
bewusstes individuelles Lernen verstanden, das sowohl selbst organisiert
(allein oder in Gruppen) als auch in institutionellen Zusammenhängen
stattfinden kann. Bedeutsam ist, dass der Lernende seine Ziele selbständig
setzt und den Weg, diese zu erreichen, eigenständig auswählt. Von selbst
gesteuertem Lernen ist dann zu sprechen, wenn „bewußte Lernentscheidungen,
bewußte Auswahlentscheidungen, Selbstevaluation, Einzellernen und soziales
Lernen [...sowie] Verwertbarkeit“ (Nuissl 1999, S. 34) der Lernergebnisse
gegeben sind.

In Abgrenzung hiervon wird unter informellem Lernen ein Lernen im
Lebens- oder Arbeitszusammenhang verstanden, das ungeplant und ohne
Orientierung an Regeln stattfindet. Es geschieht beiläufig, zufällig oder
auch aufgrund gegebener Herausforderungen oder neuer Aufgaben, die vom
Lernenden bewältigt werden müssen.

3.5.1 Expertenperspektive

Auch zu diesem Bereich wurden zunächst Expertinnen und Experten gebeten,
informelles, selbst gesteuertes Lernen genauer zu be-

schreiben. Hierbei zeigte sich, dass der Begriff höchst uneinheitlich definiert und bewertet wird. Viele verstehen darunter vor allem Formen des Online-Lernens, andere hingegen sehen Online-Lernen als formelles Lernen an, da es bewusst gesteuert und organisiert ist. Häufig werden neben intentionalen auch nicht-intentionale Formen eingeschlossen, wie das Lernen ‚en passant‘. Zudem wird betont, dass informelles Lernen auch in formellen Veranstaltungen stattfindet, z. B. im interpersonalen Geschehen, bei Gruppenprozessen sowie als ergänzende Lernform. So stellt das informelle Lernen im Grunde ein sehr altes Thema und gleichzeitig – durch die neuerdings verstärkte Beachtung – ein ganz neues und sehr spannendes Thema dar.

Die meisten Experten nannten sowohl Vor- als auch Nachteile dieser Lernform. Häufig wurde betont, diese könnte nicht vergleichend mit formellen Lernprozessen beschrieben werden, sondern man müsse das informelle Lernen als Ergänzung begreifen. Viele Expertinnen und Experten sind der Ansicht, das informelle Lernen würde an Bedeutung gewinnen. Dies führen sie darauf zurück, dass es zahlreiche individuelle Möglichkeiten biete und die Einstellung ‚ich tue etwas, habe Spaß daran, habe ein Erlebnis und habe trotzdem Erkenntnisse‘ für viele Teilnehmende an Wichtigkeit gewonnen habe und sich mit informellen Lernformen optimal umsetzen ließe. Des Weiteren könnten gerade mit dieser Art zu lernen Lernungsgewohnheiten erreicht werden, da es keinen institutionellen Rahmen und folglich auch keine diesbezüglichen Schwellen gibt. Vorteile informeller Lernprozesse seien weiterhin die vielen Möglichkeiten, diese individuell zu gestalten, die sich z. B. aus der freien Zeiteinteilung und Auswahl des Lernstoffs ergeben. Dabei sei es gut möglich, die eigenen Stärken zu nutzen und so den Lernprozess persönlich effektiv zu gestalten, z. B. durch die Berücksichtigung des Lerntyps. Oftmals lässt sich ein direkter Praxisbezug herstellen, wie beispielsweise beim Anlernen am Arbeitsplatz. Häufig wurde auch der geringere finanzielle Aufwand erwähnt. Allerdings betonten andere Expertinnen und Experten, die Hoffnung, informelles Lernen wäre wirtschaftlicher, sei falsch. Zum einen sei es bei guter Planung ebenfalls kostspielig, Lernmedien für den informellen Bereich zu erstellen, zum anderen sei es von Nachteil, dass der Lernende eine hohe Verantwortung für die Gestaltung, Einteilung und Durchführung des Lernprozesses trage, welche ein hohes Maß an Selbstdisziplin erfordere. Besonders die Strukturierung und Auswahl des Lernmaterials gestalte sich häufig schwierig, da z. B. das Angebot im Internet so groß ist, dass der Lerner

überfordert ist. Dies führt dazu, dass die aufgenommenen Informationen oftmals ungeordnet und unstrukturiert sind. Als wenig sinnvoll werden informelle Lernformen z. B. im Bereich der gesundheitlichen Weiterbildung erachtet, da gerade hier die Kontrolle z. B. von Bewegungsabläufen durch eine Trainerin bzw. einen Trainer wichtig sei. Informelles Lernen könne aber das Interesse wecken.

Ein zusätzlicher Aspekt ist das Problem der Zertifizierung. Viele Teilnehmende möchten eine schriftliche Bestätigung des Wissenserwerbs, die beim informellen Lernen noch nicht geregelt ist. Ein weiterer Nachteil ist nach Ansicht einiger Expertinnen und Experten, dass es weniger soziale Kontakte gibt, da z. B. beim Online-Lernen eine Gruppe oder ein Dozent zum Austausch fehlen. So wird z. B. das Lernen im Sprachlabor als ‚seelenlos‘ eingestuft.

Aufgrund der zahlreich genannten Nachteile wird von vielen nach der ersten Euphorie eine Ernüchterungsphase im Sinne eines wieder rückläufigen Trends erwartet. So sind zwar einige Expertinnen und Experten der Ansicht, das informelle Lernen werde an Bedeutung gewinnen und formelle Angebote zu einem guten Teil ersetzen, eine vollständige Verdrängung formeller Angebote sieht jedoch keine/r auf den Weiterbildungsmarkt zukommen. Dagegen wird häufig betont, dass eine Ergänzung formeller Angebote durch informelle Elemente sehr viel versprechend sei.

Aber was ergeben die Befunde der Fragebogenerhebung?

3.5.2 Quantitative Befunde

Wie bei der Teilnahme an formellen Lernprozessen lassen sich auch im Bereich des informellen, selbst gesteuerten Lernens eindeutig Gruppen identifizieren, die besonders stark oder schwach diese Wege des Kenntniserwerbs nutzen. Zu beachten ist hierbei allerdings, dass informelle Lernprozesse in der Regel nicht so gut erinnert werden wie z. B. Kurse oder Seminare, und dass sie noch nicht über einen derart großen Bekanntheitsgrad verfügen. Trotzdem geben die nachfolgend dargestellten Ergebnisse wichtige Hinweise für die Bedeutung selbst gesteuerter, informeller Lernformen in der Weiterbildung.

Die Befragungsteilnehmenden wurden gebeten, innerhalb einer Liste diejenigen Lernformen zu kennzeichnen, die sie in den letzten 12 Monaten vor der Befragung genutzt haben.

Tabelle 11: Teilnahmequoten an informellen, selbst gesteuerten Lernformen in Prozent⁴⁶

	Teilnahmequote
Lesen von Fach- und Sachbüchern oder Fach- und Spezialzeitschriften	77,3
Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren	66,0
Unterweisung (Erklären, Zeigen) in Arbeitstechniken (bspw. EDV, technische Geräte, handwerkliches oder künstlerisches Gestalten) durch Verwandte, Freunde, Bekannte	47,5
Unterweisung oder Anlernen am Arbeitsplatz durch Kollegen, Vorgesetzte oder außerbetriebliche Personen (z.B. Schulungen durch Herstellerfirma)	46,8
Besuch von Vorträgen	44,6
Besuch von Fachmessen oder Kongressen	31,6
selbst gesteuertes Lernen mit Hilfe von Medien	28,1
Vom Betrieb organisierte Fachbesuche in anderen Abteilungen/Bereichen	15,0
Qualitätszirkel, Werkstattzirkel, Lernstatt, Beteiligungsgruppe	8,4
Planmäßiger Arbeitseinsatz in unterschiedlichen Abteilungen zur gezielten Lernförderung (z.B. job-rotation)	5,4
Austauschprogramme mit anderen Firmen	1,6
Gesamtteilnahmequote	96,0

Teilnahme an informellen, selbst gesteuerten Lernformen

Insgesamt haben 96% aller Befragten mindestens eine der angegebenen Lernformen im Untersuchungszeitraum genutzt. Nach Schulabschlüssen differenziert⁴⁷ ist die Teilnahmequote der Personen mit niedriger Schulbildung mit 90,8% signifikant unterdurchschnittlich. Demgegenüber erreichen Befragte mit höherer Schulbildung die überdurchschnittliche Quote von 97,9%. Diejenigen mit mittlerer Schulbildung nehmen durchschnittlich teil.

Damit zeigt sich eine zweite Bildungsschere. Nicht nur bei formellen Weiterbildungsangeboten nimmt die Teilnahmequote mit steigender Schulbildung zu, sondern auch im Bereich des informellen, selbst gesteuerten Lernens. Personen mit niedriger Schulbildung sind demnach einer doppelten Benachteiligung ausgesetzt, und die weit verbreitete Hoffnung, dass Defizite im formellen Bereich durch ein erhöhtes Engagement im informellen Bereich ausgeglichen würden, hat sich nicht erfüllt.

Nichterwerbstätige beteiligten sich seltener an informellen Lernprozessen (85,8%), Vollzeiterwerbstätige nutzten diese dagegen

besonders häufig (99,4%⁴⁸). Entsprechend erreichen die Teilnahmequoten in den Wirtschaftsbereichen Handwerk und Öffentlicher Dienst durchschnittliche, in der Industrie (100%) und im Handels- oder Dienstleistungsbereich (99,4%) sogar überdurchschnittliche Werte.⁴⁹ Gerade im beruflichen Kontext werden demnach verstärkt auch auf informellen Wegen Kenntnisse und Fähigkeiten erweitert. Auch bezüglich des Alters wird der Trend bestätigt, der seit langem aus dem Bereich formeller Weiterbildung bekannt ist. Mit zunehmendem Alter nimmt – neben der Teilnahme an formellen Fortbildungsangeboten – auch die Beteiligung am informellen, selbst gesteuerten Lernen ab. Mit 99% ist die Anwendung informeller Lernformen unter den bis 38-jährigen besonders hoch. Bei den über 58-jährigen sind es nur noch 84,3%.⁵⁰ Differenziert nach sozialen Milieus zeigen sich kaum Unterschiede. Lediglich die Konservativen weisen eine unterdurchschnittliche Teilnahmequote auf (85,4%). Dies ist angesichts der niedrigeren Partizipation der Älteren und der Nichterwerbstätigen zu erwarten.⁵¹

Bezüglich der Weiterbildungsaktivität der Befragten an formellen Angeboten zeigen sich auch signifikante Unterschiede. Weiterbildungsteilnehmende nutzen deutlich häufiger informelles Lernen als Abstinente (98,8% vs. 92,2%⁵²). Generell kann also nicht davon ausgegangen werden, dass sich der Wissenserwerb von formellen auf informelle Formen verlagert. Vielmehr wird durch dieses Ergebnis die These von einer Ergänzung formeller Weiterbildungsangebote durch informelle, selbst gesteuerte Lernprozesse gestützt.

Die differenzierte Analyse nach einzelnen Arten informellen, selbst gesteuerten Kenntniserwerbs bringt weiteren Aufschluss darüber, welche Gruppen bestimmte Lernformen präferieren.⁵³

Lesen von Fach- und Sachbüchern oder Fach- und Spezialzeitschriften

Das Lesen von Fach- und Sachbüchern oder Fach- und Spezialzeitschriften ist mit einer Beteiligung von 77,3% der Befragten die am weitesten verbreitete Form des informellen, selbst gesteuerten Lernens. Die Zugangsbarrieren erscheinen aufgrund der hohen Verfügbarkeit dieser Medienform als besonders niedrig. Die Beteiligung der Befragten mit höherer Schulbildung ist signifikant überdurchschnittlich (87,2%), während Personen mit niedriger Schulbildung diese Lernform besonders selten nutzen (58,7%). Wie die folgenden Ergebnisse zeigen, werden Fach- und Sachbücher oder Fach- und Spezialzeitschriften verstärkt im Zu-

sammenhang mit der Berufstätigkeit gelesen. Vollzeiterwerbstätige (82,9%), Selbständige (95,9%), aber auch Befragte, die sich in einer Ausbildung befinden (91,5%), lernen auf diese Art und Weise häufiger als Arbeitslose (54,5%) und Nichterwerbstätige (57,4%⁵⁴). Zusätzlich sind die Beschäftigten aus dem Handels- oder Dienstleistungsbereich hier überdurchschnittlich aktiv (83,4%).

Mit zunehmendem Alter verliert diese Lernform an Bedeutung. Während bis 38-Jährige noch überdurchschnittliche Teilnahmequoten aufweisen (bis 28 Jahre: 84,4%; 29 bis 38 Jahre: 86,0%), erreichen 49 bis 58-Jährige und über 58-Jährige mit 69,3% und 65,7% nur unterdurchschnittliche Werte. Männer lesen signifikant häufiger als Frauen (80,6% vs. 74,8%⁵⁵) Fach- und Sachliteratur.

Nach Milieus ergeben sich folgende Unterschiede: Postmaterielle, Moderne Performer und Experimentalisten lernen auf diese Art und Weise häufiger (85,3%, 86,6% und 84,6%), während Angehörige der Bürgerlichen Mitte diesen Weg signifikant seltener nutzen (64,0%). Obwohl ältere Befragte und Nichterwerbstätige seltener lesen, wird diese Form des informellen Lernens trotzdem durchschnittlich häufig von den Konservativen genutzt. Die Differenz zwischen Weiterbildungsteilnehmenden und Abstinente ist mit Teilnahmequoten von 83,7% (Weiterbildungsteilnehmende) und 68,3% (Abstinente) bereits recht erheblich.

Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren

Informeller, selbst gesteuerter Kenntniserwerb durch Beobachten und Ausprobieren (Gesamtdurchschnitt: 66,0%) kann im beruflichen Kontext wie im privaten Alltag gleichermaßen erfolgen. Soziale, personale, methodische und fachliche Kompetenzen können auf diese Art und Weise erworben werden. Allerdings wird die Lernform oft unbewusst eingesetzt und – wie die Angaben der Befragten zeigen – weniger häufig erinnert.

Durch Beobachten und Ausprobieren haben Befragte mit mittlerer Schulbildung seltener (60,2%) und Personen mit höherer Schulbildung häufiger (70,5%) gelernt, als es der Gesamtdurchschnitt erwarten ließe. Die Partizipation derjenigen mit niedriger Schulbildung ist durchschnittlich. Bemerkenswert ist, dass dieser Weg des informellen Lernens wieder vermehrt im Zusammenhang mit der Erwerbstätigkeit erinnert wird. Insbesondere das Handwerk scheint der Wirtschaftsbeereich zu sein, in dem diese Lernform überdurchschnittlich eingesetzt wird (84,2%). Vollzeitbeschäftigte nennen sie signifikant überdurch-

schnittlich (74,9%), Arbeitslose (29,4%) und Nichterwerbstätige (49,7%) stark unterdurchschnittlich. Auch sind die Teilnahmequoten der 29 bis 38-Jährigen (76,3%) und der 39 bis 48-Jährigen (74,5%) besonders hoch, während mit zunehmendem Alter die Nutzung wieder sinkt (49 bis 58 Jahre: 56,6%, 59 Jahre und älter: 48,9%). Im Hinblick auf diese Ergebnisse verwundert es nicht, dass auch die (im Durchschnitt älteren) Konservativen mit 46,7% der Nennungen einen unterdurchschnittlichen Wert erreichen.

Unterweisung in Arbeitstechniken durch Verwandte, Freunde, Bekannte

Unterweisungen wurden bisher lediglich am Arbeitsplatz untersucht (vgl. z. B. Kuwan u. a. 2001), finden aber – wie die Teilnahmequote von 47,5% bestätigt – in vergleichbar hohem Maße auch im privaten Kontext statt. Unterschiede nach Bildungsgruppen oder Weiterbildungsbeteiligung sind hier nicht vorhanden. In Bezug auf die Altersgruppen ergibt sich ein uneinheitliches Bild mit dem Trend einer Abnahme der Partizipation im höheren Lebensalter. Bis 28-Jährige und 39 bis 48-Jährige nennen diese Lernform überdurchschnittlich oft (55,3% und 57,1%), 29 bis 38-Jährige sowie 49 bis 58-Jährige zeigen durchschnittliche Werte, und über 58-Jährige erreichen ein signifikant unterdurchschnittliches Ergebnis (29,8%). Frauen geben häufiger an, durch Verwandte, Freunde oder Bekannte in Arbeitstechniken unterwiesen worden zu sein als Männer (51,5% vs. 42,2%). Nach Milieus differenziert sind es wieder die Konservativen, die nur zu 31,5% diese Lernform nutzten.

Unterweisung oder Anlernen am Arbeitsplatz durch Kollegen, Vorgesetzte oder außerbetriebliche Personen

Die Unterweisung am Arbeitsplatz erreicht eine durchschnittliche Teilnahmequote von 46,8% und liegt damit nur knapp hinter der Unterweisung im privaten Umfeld. Auch hier zeigen sich keine Unterschiede bezüglich der Schulbildung der Befragten. In den Wirtschaftsbereichen Industrie (64,0%) und Handel- oder Dienstleistungen (58,4%) wird verstärkt auf diese Art und Weise gelernt, das Handwerk und der Öffentliche Dienst erreichen durchschnittliche Quoten. Neben den Vollzeitbeschäftigten (62,4%) zeigen auch die Teilzeitbeschäftigten (61,0%) einen signifikant höheren Wert, während Selbständige deutlich weniger häufig unterwiesen werden (30,9%). Erwartungsgemäß gaben alle

zum Befragungszeitpunkt nicht erwerbstätigen Personen diese Lernform sehr selten an (16,4%⁵⁶). Die Analyse nach Altersgruppen zeigt ebenfalls deutliche Effekte der Erwerbstätigkeit. Befragte bis 48 Jahre erhalten überdurchschnittlich oft eine Unterweisung (bis 28 Jahre: 57,3%; 29 bis 38 Jahre: 53,0%; 39 bis 48 Jahre: 56,5%), Personen über 58 Jahre dagegen überaus selten (16,3%). Differenziert nach Milieus ist die Teilnahmequote der Konservativen aufgrund des hohen Alters entsprechend gering (18,0%), hingegen zeigt sich bei der Bürgerlichen Mitte eine signifikant höhere Nutzung (55,9%). Im Gegensatz zur Unterweisung im privaten Umfeld zeigt sich im beruflichen Kontext wieder ein deutlicher Einfluss des Weiterbildungsverhaltens. Teilnehmende an formellen Weiterbildungsangeboten gaben zu 51,8% an, am Arbeitsplatz unterwiesen worden zu sein, während dies nur für 39,7% der Abstinente zutraf.

Besuch von Vorträgen

44,6% der Befragten besuchten innerhalb des Untersuchungszeitraums Vorträge, die als selbst gesteuerte Lernform angesehen werden können und eine bewusste Teilnahmeentscheidung voraussetzen. Die Grenze zur formellen Weiterbildung ist hier fließend, und aufgrund der uneinheitlichen Definition selbst gesteuerter Lernprozesse werden Vorträge auch oft zum formellen Weiterbildungsbereich gezählt. Das bestehende Angebot umfasst eine Vielzahl von Veranstaltungen im allgemeinen wie im beruflichen Bereich.

Die Bildungsschere, die unabhängig vom Formalisierungsgrad der Veranstaltungen besteht, wird bei dem Besuch von Vorträgen besonders deutlich. Befragte mit niedriger und mittlerer Schulbildung besuchen diese signifikant seltener als Personen mit höherer Schulbildung (33,9% und 35,1% vs. 56,3%). Beschäftigte im Öffentlichen Dienst weisen eine besonders hohe Teilnahmequote auf (57,3%), ebenso wie Vollzeitbeschäftigte (49,1%) und Selbständige (54,1%). Der bevorzugte Besuch von Vorträgen im Rahmen der Erwerbstätigkeit wird anhand der unterdurchschnittlichen Anzahl der Nennungen von Nichterwerbstätigen mit 25,9% sichtbar. Allerdings ergibt sich kein Zusammenhang mit dem Alter der Befragten. Etablierte, Moderne Performer, Konservative und Experimentalisten weichen in der Häufigkeit ihres Besuchs nicht signifikant vom Gesamtdurchschnitt ab, hingegen zeigen die Postmateriellen ein stärkeres und die Bürgerliche Mitte ein schwächeres Interesse (52,5% vs. 38,1%).

Besuch von Fachmessen oder Kongressen

Fachmessen und Kongresse haben einerseits einen stark beruflich orientierten Charakter, wenn es beispielsweise um die Präsentation neuer Maschinen oder um die Information und Diskussion über spezielles Fachwissen geht. Andererseits zielen sie aber oft auch auf das Interesse der Allgemeinheit ab, wie die Messen Heim+Handwerk, Freizeit-Auto/Off Road International (IOR), Jagen und Fischen, Sportschützen, die Mineralientage München oder die Kunst-Messe München und viele andere.

31,6% der befragten Münchner haben im Untersuchungszeitraum eine derartige Veranstaltung besucht. Untersucht nach Bildungsabschlüssen ergeben sich wieder die bekannten Effekte. Personen mit niedriger und mittlerer Schulbildung besuchten Fachmessen und Kongresse unterdurchschnittlich häufig (26,3% und 25,6%), diejenigen mit höherer Schulbildung dagegen besonders oft (38,5%). Trotz des Versuchs, nicht nur Fachbesucher zu den Messen und Kongressen zu locken, weisen Nichterwerbstätige (13,2%), noch nie erwerbstätig gewesene Befragte (0,0%⁵⁷), Personen, die sich in einer Ausbildung befinden (18,1%) und Teilzeitbeschäftigte (20,6%) signifikant niedrigere Teilnahmequoten auf als Vollzeitbeschäftigte (42,7%) und Selbständige (48,5%), die überdurchschnittliche Werte erreichen. Besonders interessiert zeigen sich zudem die Beschäftigten der Industrie, des Handels- oder Dienstleistungsbereichs und des Handwerks (46,4%, 36,9%, 47,4%). Bemerkenswert ist, dass die Älteren über 58 Jahre (neben denjenigen bis 38 Jahre und ab 49 Jahre) noch eine durchschnittliche Partizipation zeigen. Diese ist bei Befragten zwischen 39 und 48 Jahren deutlich erhöht (39,1%). Männer sind hier aktiver als Frauen (39,5% vs. 25,7%), ein Effekt, der wahrscheinlich mit der Berufstätigkeit zusammenhängt. Angehörige der Bürgerlichen Mitte besuchen vergleichsweise selten Fachmessen und Kongresse (22,0%), Etablierte und Moderne Performer dafür besonders oft (42,3% und 39,4%). Wieder zeigt sich der Zusammenhang mit dem Weiterbildungsverhalten: Weiterbildungsteilnehmende erreichen eine signifikant höhere Teilnahmequote als Abstinente (35,3% vs. 26,5%).

Selbst gesteuertes Lernen mit Hilfe von Medien

Das Lernen mit Hilfe von Medien wird oft spontan assoziiert mit informellen, selbst gesteuerten Lernprozessen. Verschiedene Formen beispielsweise des Online-Lernens (Web-based-Training u. a.) werden in den letzten Jahren verstärkt auch im beruflichen Bereich angeboten (z. B. von der Münchner Handwerkskammer).

Die Teilnahmequote von 28,1% zeigt noch große Marktpotenziale. Dabei partizipieren aber wieder Personen mit niedriger Schulbildung besonders selten (21,2%). Bezüglich der Wirtschaftsbereiche lassen sich keine Unterschiede feststellen. Jedoch wird im Gegensatz zu den bisherigen Ergebnissen diese Lernform verstärkt von Teilzeiterwerbstätigen genutzt (35,5%), während Vollzeitbeschäftigte eine durchschnittliche Teilnahmequote erreichen. Die Nichterwerbstätigen (21,3%) und die Arbeitslosen (9,1%) nutzen dagegen diese Lernform unterdurchschnittlich häufig. Frauen lernen öfter mit Medien als Männer (30,6% vs. 24,9%), was partiell mit der häufigen Teilzeiterwerbstätigkeit von Frauen erklärt werden kann. Eine überdurchschnittlich starke Nutzung zeigen Befragte zwischen 29 und 38 Jahren (35,8%), ein deutlich geringeres Interesse weisen über 58-Jährige auf (14,0%). Die Gruppe der Modernen Performer beteiligt sich stärker (39,4%), die der Konservativen dagegen wieder geringer (14,6%).

Vom Betrieb organisierte Fachbesuche in anderen Abteilungen/ Bereichen

15,0% der Befragten gaben an, innerhalb des Untersuchungszeitraums an Fachbesuchen in anderen Abteilungen des Betriebs teilgenommen zu haben. Befragte mit niedriger Schulbildung nutzen dies in besonderem Maße, wie die überdurchschnittliche Teilnahmequote von 20,6% zeigt. In der Industrie (25,2%) und im Öffentlichen Dienst (19,7%) wird diese informelle Lernform besonders häufig eingesetzt. Vollzeitbeschäftigte partizipieren überdurchschnittlich (22,0%), Selbständige besonders selten (5,1%). Eine erhöhte Nutzung ist bei den 39 bis 48-Jährigen festzustellen (21,9%), während die über 58-Jährigen erwartungsgemäß nur einen unterdurchschnittlichen Wert erreichen (9,6%). Differenziert nach Milieus zeigt sich, dass Angehörige der Bürgerlichen Mitte mit einer Teilnahmequote von 22,0% besonders oft anderen Abteilungen des eigenen Betriebs Fachbesuche abgestattet haben, Konservative mit 3,3% dagegen sehr selten.

Informelle, selbst gesteuerte Lernprozesse werden von einer breiten Bevölkerungsschicht genutzt und erreichen weit mehr Personen als formelle Weiterbildungsangebote. Trotzdem zeigen sich ähnliche Benachteiligungen, wie beispielsweise die in der zweiten Bildungsschere beschrieben oder die abnehmende Partizipation mit zunehmendem Alter. Auch findet informelles, selbst gesteuertes Lernen verstärkt im Kontext der Berufstätigkeit statt, oder es wird zumindest hier besonders

häufig erinnert. Nach Lernformen differenziert zeigen sich deutliche Unterschiede und Präferenzen sowie Ansatzpunkte für Interventionen, Ergänzungen formeller Veranstaltungen durch informelle Angebote und Marktpotenziale für verschiedene Produkte zum informellen, selbst gesteuerten Lernen.

3.5.3 Ergänzende Ergebnisse der biografischen Interviews

Um den Bereich des informellen Lernens genauer zu beleuchten, wurde im Rahmen des Forschungsprojekts eine Masterarbeit vergeben, die neben einer expliziten Klärung von Begriffen wie offenes Lernen, Erfahrungslernen, Alltagslernen, implizites Lernen, latentes Lernen, lebensweltbezogenes Lernen, situatives Lernen und kompetenzentwickelndes Lernen die Bedeutung des informellen Lernens im Verhältnis zu formellen Lernsituationen herausarbeiten sollte (vgl. Vignold 2002).

Unter informellem Lernen wurde der implizite oder durch Erfahrungen im Alltag initiierte, sofort oder im Nachhinein reflektierte Wissenserwerb außerhalb von formalen Bildungsinstitutionen verstanden (vgl. auch Kap. 3.5). Eine sinnvolle Reform der herkömmlichen Bildungssysteme wird in einer Kombination formellen und informellen Lernens gesehen.

Besondere Bedeutung wird dem informellen Lernen in Bezug auf den Erwerb und die Erprobung so genannter Schlüsselkompetenzen zugesprochen. Diese Fähigkeiten, die mittlerweile für ein Bestehen im Beruf nahezu ebenso wichtig eingeschätzt werden wie inhaltliches Wissen, werden am erfolgreichsten in realen Situationen des Alltags angeeignet und im Idealfall verinnerlicht.

Die Interviewpartner, die sich von Berufs wegen ständig mit Weiterbildung in all ihren Facetten konfrontiert sehen, sind sich der Anwendung informeller Lernformen und ihrer Bedeutung für das tägliche Bestehen im Beruf bewusst. Der informelle Wissenserwerb stellt in akut auftretenden Problemsituationen dann den natürlichen Lösungsweg dar, wenn der/die Betreffende über eine solide Wissensbasis verfügt.

Lernen aus Erfahrungen nennen alle Befragten, wenn auch in unterschiedlichen Gewichtungen, als wichtigen Bestandteil ihres täglichen Lebens; neben dem formalen Wissenserwerb stellt dieser die zweitwichtigste Form der Informationsaufnahme dar. Alle Gesprächspartner sind sich einig, dass Erlerntes erst seinen Sinn erhält, sobald es in irgend-

einer Form praktisch umsetzbar wird. Inhalte, die einmal erlernt wurden und nie zur Anwendung kommen, werden leicht wieder vergessen und sind irgendwann endgültig nicht mehr verfügbar.

Allgemein fassen die Interviewten informelles Lernen als die ideale Lernmöglichkeit zur Ergänzung bereits bestehender, formal erworbener Wissenspotenziale auf. Insbesondere die sozialen Kompetenzen können nach übereinstimmender Auffassung der Befragten nur durch reale Erfahrungen auf informelle Art und Weise wirklich vermittelt und erlernt werden.

Komplexe Sachverhalte oder auch Lernfelder wie Computer und Fremdsprachen eignen sich dagegen weniger für den informellen Wissenserwerb, welcher hier eher als Ergänzung zur formalen Schulung betrachtet wird. Eine vollständige Erfassung der Materie auf informellem Wege wäre in erster Linie zu zeitaufwendig. Alle Probanden verstehen unter informellem Lernen insbesondere Gespräche mit anderen Menschen, durch die man Informationen, Ratschläge und Hilfe bei Problemlösungen erhält. Diese Vorstellung voraussetzend, ist es in der Tat schwierig, ein völlig neues Themengebiet zu erschließen. Um eine bereits bestehende Wissensbasis jedoch in akuten Problemsituationen durch Details zu ergänzen, bieten sich kurzfristig verfügbare Wissensquellen, wie andere Menschen, Bücher oder elektronische Medien an und werden von den Probanden auch regelmäßig genutzt.

Personen, die informellem Lernen gegenüber offen sind, suchen dennoch geeignete Schulungen und organisierte Weiterbildung gerne auf. Zunächst fragt man oder greift zu Büchern, wenn die Problemlösung schnell erfolgen muss. Wenn der zeitliche Rahmen nicht eingeschränkt ist, sucht man dagegen lieber eine geeignete formale Schulung. Auch Autodidakten räumen ein, dass eine formale Fortbildung für das Erlernen der erforderlichen Basiskonntnisse eher hilfreich ist als gelegentliche Antworten von Kollegen auf akute Fragen. Doch auch während einer aktuellen Fortbildung erscheint allen die zusätzliche informelle Information oft zielführend.

Die Interviewten geben an, jeden Tag etwas ungeplant dazu zu lernen. Durch den Kontakt mit Menschen, Gespräche und Beobachtungen erschließen sich ständig neue Erkenntnisse. Der zwischenmenschliche Bereich wird von den Probanden als das größte Lernfeld bezüglich ungeplantem Wissenserwerb beschrieben. Viele dieser Informationen werden für die Bewältigung der beruflichen Anforderungen als hilfreich eingeschätzt, andere tragen zu einer Weiterentwicklung der eigenen

Person und der sozialen Kompetenzen bei, die sich auf anderem Weg kaum vermitteln und aneignen lassen.

Die Befragten sehen in den informellen Lernformen eine sinnvolle Ergänzung formal erworbenen Wissens. Die Entwicklung geeigneter Prüfungsverfahren, die eine offizielle Anerkennung informell erworbener Kenntnisse und Kompetenzen ermöglichen, muss auch hierzulande nach Meinung der Befragten Bestandteil einer bildungspolitischen Reform werden (vgl. Vignold 2002, S. 7 f.).

3.6 Zusammenfassung

Insgesamt lässt sich feststellen, dass sich wichtige Trends des Weiterbildungsbereichs, die auf Bundesebene regelmäßig beobachtet wurden, auch in unserer Studie und damit in einer großstädtischen Metropole wie München bestätigen (vgl. nachfolgende Tabelle und z. B. Kuwan u. a. 2000, 2001). Gemeint sind hier die stärkere Weiterbildungsaktivität mit zunehmender Schulbildung (Matthäus-Prinzip), das abnehmende Engagement im höheren Lebensalter, aber auch die geringere Teilnahme der jüngeren Kohorten der Erwachsenen sowie bestimmte Einstellungen und Präferenzen bei Themen und Weiterbildungszielen.

Als zentrale Ergebnisse der Studie sind die Themen- und Trägerprofile zu werten, die den Veranstaltern und damit Weiterbildungsplanern die Möglichkeit geben, Interessierte, Adressaten bzw. Zielgruppen und Teilnehmende ihrer Institution einander gegenüber zu stellen. Aus den Trägerprofilen wird deutlich, welche Teilnehmergruppen die einzelnen Veranstalter über- bzw. unterdurchschnittlich aufsuchen und bei welchen Gruppen eine durchschnittliche Partizipation vorliegt. Die Themenprofile ermöglichen, differenziert nach Weiterbildungsbereichen, ähnliche Rückschlüsse. Erreichte, wie auch nicht erreichte Zielgruppen und damit Potenziale des Weiterbildungsmarktes sind somit identifizierbar.

In der folgenden Tabelle ist der Zusammenhang zwischen der Chance, an Weiterbildung teilzunehmen und verschiedenen persönlichen Merkmalen dargestellt. Angegeben sind jeweils die Parameter eines Logit-Modells, in das die Weiterbildungsteilnahme als abhängige Variable aufgenommen wurde. Die Befunde verdeutlichen die hohe Bedeutung der Schulbildung für die Teilnahmebereitschaft an Weiterbildung. So ist für Personen mit höherer Schulbildung die Wahrscheinlichkeit, an Weiterbildung teilzunehmen, nahezu doppelt so hoch (1,84)

wie nicht an Weiterbildung teilzunehmen. Für Personen mit niedriger Schulbildung dreht sich das Verhältnis nahezu um (0,6).

Tabelle 12: Logit-Modell zur Weiterbildungsteilnahme (abhängige Variable)⁵⁸

Unabhängige Variable:	Logit-Modell (Häufigkeitsparameter)
niedrige Schulbildung	0,60*
mittlere Schulbildung	0,92 n.s.
höhere Schulbildung	1,84*
bis 48-Jährige	1,28
49-Jährige und Ältere	0,78*
weiblich	1,22
männlich	0,82*
Vollzeiterwerbstätige	1,23*
Teilzeiterwerbstätige	1,43*
Nichterwerbstätige ⁵⁹	0,57*
Einkommen pro Person bis einschließlich 2500 DM (~1278) ⁶⁰	0,77*
Einkommen pro Person 2501 DM und mehr	1,30*

Im Unterschied zum Bundesdurchschnitt partizipieren Teilzeitbeschäftigte in München stärker an Fortbildungsmaßnahmen als Vollzeitbeschäftigte (vgl. Kuwan u. a. 2001, S. 32). Die Differenz ist aber nicht sehr hoch. Stärker sind die Unterschiede zu Erwerbslosen. Der Einfluss des Alters und des Geschlechts entspricht dem Bundestrend.

Deutlich wird auch der Zusammenhang zwischen Einkommen und Weiterbildungsbeteiligung: Personen mit höherem Einkommen [über 2500DM (~1278€)] nehmen 1,3 mal häufiger an Weiterbildung teil als Personen mit niedrigerem Einkommen. Das dürfte auch mit den Weiterbildungskosten und Teilnahmegebühren zusammenhängen.

Wichtig zur Gewinnung neuer Teilnehmender ist auch zu wissen, welche Erwartungen und Wünsche mit einer Weiterbildungsteilnahme verknüpft werden, und welche Grundeinstellungen zur Weiterbildung bei bestimmten Gruppen zu berücksichtigen sind. Hierzu liefert dieses Kapitel ebenfalls Informationen.

Sieht eine teilnehmende Person ihre Erwartungen als nicht erfüllt an und bricht einen Kurs vorzeitig ab, ist sie weder für die Weiterbildung als solches noch für den Veranstalter verloren. Die Gruppendiskussionen ergaben, dass sich ein Kursabbruch nicht dauerhaft negativ

auf die Weiterbildungsmotivation auswirkt, es wird eben ein anderes Angebot ausprobiert – auch bei der gleichen Institution.⁶¹

Ein weiterer Schritt zur Erweiterung des Teilnehmerstamms ist die gezielte Beseitigung von Weiterbildungsbarrieren, die bei den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen wirken. Neben einer Gewichtung der Nichtteilnahmemotive wurden – in enger Abstimmung mit Weiterbildungsaktiven und -abstinenten – interessante Ergebnisse zur Bewertung und Beseitigung vorhandener Barrieren erarbeitet, wie

- eine Ausweitung der Weiterbildungsberatung;
- Mutter-und-Kind-Tandem-Kurse, ein zeitlich parallel ablaufendes Kursangebot für Erwachsene bzw. Kinder am gleichen Veranstaltungsort;
- Kurse für Erwerbstätige im Schichtdienst, bei denen eine Veranstaltung wechselweise in der einen Woche am Vormittag und in der anderen Woche am Nachmittag/Abend besucht werden kann;
- Förderung der Seniorenprogramme, gezielte Ansprache der einfacheren, weniger gebildeten Adressaten;
- Förderung der Weiterbildungsteilnahme von sozial schwächeren Gruppen durch finanzielle Hilfen, insbesondere auch bei Alleinerziehenden;
- Berücksichtigung unterschiedlicher Lernvoraussetzungen und Bildungserfahrungen z. B. bei Älteren, Arbeitslosen und weniger formal Gebildeten;
- eine insgesamt zeitlich flexiblere Gestaltung der Weiterbildung.

Im Kontext der beruflichen Weiterbildung spielt rein quantitativ betrachtet die Anpassungsweiterbildung die größte Rolle. Dieses Ergebnis korrespondiert mit dem Interesse, das beruflichen Weiterbildungszielen entgegengebracht wird: Fortbildungsmaßnahmen, die der Erweiterung und Anpassung beruflicher Kenntnisse dienen, werden favorisiert, während kompensatorische Maßnahmen (z. B. Umschulungen oder das Nachholen von formalen Abschlüssen) weniger angestrebt werden. Differenziert nach Themen und Veranstaltern werden über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen beschrieben, so dass Anbieter gezielte Strategien im Kontext der Teilnehmerorientierung entwickeln können.

Das informelle, selbst gesteuerte Lernen ist als Ergänzung zu formalen Bildungsveranstaltungen zu sehen. Es zeigen sich aber die gleichen Benachteiligungen wie bei Seminaren und Kursen: Weniger Gebildete und Ältere nutzen diese Lernmöglichkeiten deutlich seltener als Jüngere und höher Gebildete. Dieser Effekt beschreibt eine zweite Bildungsschere.

4. Weiterbildung in den Sozialen Milieus

(Sylva Panyr / Heiner Barz)

Das Paradigma der Lebensstilforschung, anfangs oft als kurzzeitige Modeerscheinung beargwöhnt (vgl. Müller 1992, S. 376) und im Diskurs der Erziehungs- und Sozialwissenschaften kaum aufgegriffen, hat sich im Laufe der 80er Jahre als neues Modell der gesellschaftlichen Differenzierung durchgesetzt (vgl. z. B. Müller 1992; Hradil 1987, 1992, 2001). Bereits Anfang der 90er Jahre hat es Eingang ins Lehrbuchwissen (vgl. Wiswede 1991, S. 314ff.) gefunden und wird inzwischen selbst von Kritikern als *Mainstream* der deutschen Sozialstrukturanalyse bezeichnet (vgl. Geißler 1996, S. 320). Es steht im Zusammenhang mit der (Wieder-)Entdeckung der soziokulturellen, der ästhetischen und expressiven Dimensionen sozialer Differenzierung: Menschen, so die Grundannahme dieses Ansatzes, unterscheiden sich nicht nur im Hinblick darauf, dass sie unterschiedlichen Zugang zu den materiellen Gütern haben, die es in einer Gesellschaft zu verteilen gilt. Menschen unterscheiden sich vielmehr auch dadurch, dass sie ganz verschiedene Geschmacksvorlieben, Gesellungs- und Umgangsformen oder Freizeitinteressen entwickeln. Nicht nur in der an „harten“ Indikatoren (z. B. Einkommen) festzumachenden Lebenslage sondern auch im Bereich der kulturellen Orientierungen, im Lebensstil, in Lebenszielen und Werthaltungen unterscheiden sich die verschiedenen sozialen Gruppen einer Gesellschaftsordnung.

Der französische Soziologe Pierre Bourdieu (1982) spricht in der Tradition des Marxismus neben dem „ökonomischen“ vom „symbolischen Kapital“ und meint damit die Summe an kultureller Anerkennung, die ein einzelnes Individuum oder auch eine soziale Gruppe durch geschickte Verwendung des gesellschaftlichen Symbolsystems für sich gewinnen kann. Dabei geht Bourdieu davon aus, dass in den kollektiven Wahrnehmungs- und Bewertungsschemata der sozialen Gruppen die positionsbedingten Nutzenkalküle als „Habitusformen“ geronnen seien. Geschmacksfragen wie Essgewohnheiten, Kleidungsstile oder Kunsturteile sind für Bourdieu damit nicht das spontane Resultat ästhetischer Empfindungen, sondern das Produkt eines Bildungsprozesses, in dem der Geschmack gruppenspezifisch erlernt wird. Im „Habitus“

sind die Strategien des gesellschaftlichen Konkurrenzkampfes sozialer Gruppen als unterschiedliche Geschmacksstile und Lebensgewohnheiten erstarrt.

Ausgehend von der breiten Rezeption der „feinen Unterschiede“ Bourdieus (1982) rückte die kulturelle und ästhetische Dimension des sozialen Lebens und seiner symbolischen Grenzen stärker ins Zentrum der Forschung – auch in den Erziehungswissenschaften. Die Kategorie des „Lebensstils“ verbindet dabei sozioökonomische Merkmale mit Einstellungs- und Wertdispositionen. Lebensstil bezeichnet dementsprechend alltagsästhetische Grundmuster der Lebensführung von Individuen oder Gruppen, die sich in bestimmten expressiven Verhaltensweisen ausdrücken und der Selbstdarstellung (Kleidung, Konsumgewohnheiten, kulturelle Partizipation) sowie der Abgrenzung von anderen dienen (vgl. Hradil 1992, S. 10).

Noch während der 70er und 80er Jahre richtet sich das Interesse der Teilnehmer- und Adressatenforschung vorwiegend auf Zielgruppenarbeit unter emanzipatorischen Vorzeichen. Besondere Gruppen Benachteiligter wurden verstärkt Gegenstand der Forschung wie der praktischen Erwachsenenbildung: Ausländer, Deklassierte, Arbeitslose, Behinderte, Analphabeten, sozial Benachteiligte. Die Aufzählung macht schon deutlich, dass Zielgruppenarbeit sich damit wenig von Problemgruppen- oder Randgruppenarbeit unterschied. Erst in den 90er Jahren sind dann unter neuen Vorzeichen wieder Forschungsbemühungen zu verzeichnen, die das gesamte gesellschaftliche Spektrum in seiner Differenzierung abzubilden versuchen. Die skizzierte Weiterentwicklung des Schichtparadigmas zur Lebensstil- und Milieuforschung stellt seither ein wesentlich trennschärferes Modell der gesellschaftlichen Differenzierung bereit, das der gewachsenen Bedeutung soziokultureller und sozioästhetischer Kategorien in postindustriellen Gesellschaften Rechnung trägt. Es liegt dabei auf der Hand, dass diese Modelle sozialer Segmentierung in einem gewissen Spannungsverhältnis zur Individualisierungsthese Ulrich Becks (1986) stehen, die von einer Auflösung aller gruppenspezifischen Kohäsionskräfte in der feinkörnig atomisierten Weltrisikogesellschaft ausgeht.

Während das Milieumodell, das Gerhard Schulze in seinem viel diskutierten Buch „Die Erlebnisgesellschaft“ (1992) konzipiert, kaum in die empirische Forschungspraxis Eingang gefunden hat, wird das vom Heidelberger SINUS-Institut entwickelte Modell sozialer Milieus mittlerweile in zahlreichen Anwendungsbereichen der Forschung ein-

gesetzt. In Anwendung auf den Weiterbildungsbereich sind neben der im vorliegenden Band dargestellten Münchner Studie vor allem vier Forschungsprojekte zu nennen:

1. Eine Studie im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung (1993), die 1991/92 durchgeführt wurde und milieuspezifische Affinitäten zur Politischen Bildung ermittelte.
2. Die Studie „Arbeitnehmermilieus als Zielgruppen des Bildungsurlaubs“ der Arbeitsgruppe Interdisziplinäre Sozialstrukturforschung (agis) an der Universität Hannover, die von 1995 bis 1998 durchgeführt wurde und die milieugeprägte Kluft zwischen unterschiedlichen Adressatengruppen sowie zwischen diesen und den Initiatoren des Bildungsurlaubs zum Gegenstand hatte (Bremer 1999).
3. Die Studie „Soziale Milieus und Erwachsenenbildung“, die 1995-1998 in Freiburg durchgeführt wurde und milieuspezifische Erwartungen, Erfahrungen und Orientierungen in Bezug auf die Allgemeine Weiterbildung sowie in Anknüpfung an die Göttinger Studie (Strzelewicz/Raapke/Schulenberg 1966) das Bildungsverständnis der verschiedenen sozialen Gruppen zu ermitteln suchte (Barz 2000; Tippelt 1999).
4. Auf der Basis einer Repräsentativerhebung, von Gruppendiskussionen, qualitativen Interviews und Expertengesprächen will ein weiteres von Barz und Tippelt initiiertes Projekt das Weiterbildungsverhalten und die -erwartungen für die gesamte BRD im Rahmen des Milieumodells beschreiben. Dieses Projekt wird vom BMBF gefördert und umfasst in seiner Erhebungsphase zunächst den Zeitraum von Herbst 2001 bis Sommer 2003. Eine besondere Nähe zur Weiterbildungspraxis ist hier insofern gegeben, als die Ergebnisse in einer zweiten Phase in die Entwicklung von Öffentlichkeitsarbeit und exemplarischen Programmangeboten eingehen sollen.

Das vom Heidelberger Sinus-Institut entwickelte Milieumodell, bietet die Möglichkeit neben der vertikalen Differenzierung sozialer Schichten auch horizontale Differenzierungen, wie sie durch unterschiedliche Wertpräferenzen gegeben sind, abzubilden. Geht man von der im Rahmen der Wertewandelforschung gut dokumentierten Tatsache aus, dass sich das dominante Wertgefüge im Zuge der gesellschaftlichen Evolution verändert, modernisiert, dann ergibt sich ein von zwei Koordinaten aufgespannter sozialer Raum: Die traditionelle Achse der sozialen Schichtung

wird dann gekreuzt durch die soziokulturelle Achse des gesellschaftlichen Wertewandels.

SINUS identifiziert zehn unterschiedliche Lebensstilgruppen (soziale Milieus) in der gegenwärtigen deutschen Gesellschaft. Aufgrund von eigenen qualitativen Vorarbeiten (vgl. Barz 2000) und Forschungen zu Teilbereichen der Weiterbildung (s. o.) schien die Annahme gerechtfertigt, dass sich auch Weiterbildungsinteressen und Weiterbildungsverhalten anhand der Milieugrenzen sinnvoll differenzieren lassen. In den unterschiedlichen sozialen Milieus – so lautete unsere Ausgangshypothese – werden Weiterbildungsangebote in nachvollziehbarer Weise unterschiedlich genutzt und Teilnahmemotive, Wünsche, Erwartungen und Interessen im Bereich der Weiterbildung differieren signifikant.

Die Analyse der in der Münchner schriftlichen Erhebung gewonnenen Daten unterstreicht die Berechtigung dieser Erwartungen. Zwar kann nicht für alle Milieus in gleicher Weise auf quantitativ-empirisch abgesicherte Ergebnisse verwiesen werden. Denn die Verzerrung des Rücklaufs der schriftlichen Befragung (s. o. Kapitel 3.1) ergab für einige der bildungsfernen Milieus (Traditionsverwurzelte, Konsum-Materialisten und Hedonisten) eine so geringe Repräsentanz, dass die für weiter gehende statistische Feinanalysen notwendigen Fallzahlen nicht erreicht wurden. Gleichwohl können auch für diese Milieus empirisch gestützte Hypothesen generiert werden.

Eine Stärke der Studie liegt in der Erfassung der bildungsaktiven Münchner Bevölkerung: Stark vertreten sind insbesondere diejenigen Bevölkerungsgruppen, die traditionell durch eine hohe Bildungsbereitschaft gekennzeichnet sind. Damit sind gerade die in Großstädten stark vertretenen sozialen Milieus (Postmaterialisten, Moderne Performer, Experimentalisten⁶²) in wünschenswerter Breite repräsentiert, die häufig auch und gerade in ihrem Bildungsverhalten und in ihren Weiterbildungsansprüchen eine Art Trendsetterfunktion übernehmen. Von daher steht den Schwächen der Erreichbarkeit Bildungsbenachteiligter durch eine schriftliche Fragebogenerhebung die Chance gegenüber, zukunftssträchtige Entwicklungen des Lebenslangen Lernens in den gesellschaftlichen Leitmilieus genau zu beschreiben. Im Folgenden werden die Münchner Ergebnisse bezogen auf die Milieumatrix vorgestellt.

4.1 Das Milieukonzept

Auf den nächsten Seiten werden die Ergebnisse der schriftlichen Fragebogenerhebung im Hinblick auf milieuspezifische Besonderheiten dargestellt. Für jedes der zehn Milieus des aktuellen Milieumodells von Sinus-Sociovision wird zunächst eine kurze Gesamtcharakteristik gegeben, in der die typischen Werthaltungen und Einstellungen zu Familie, Beruf, Freizeit und Kultur zusammengestellt sind. Neben der knappen Skizze zum Lebensstil werden auch soziodemographische Schwerpunkte genannt und typische soziale Lagen markiert. Daran anschließend werden aus der Fülle der erhobenen Daten diejenigen extrahiert, aus denen Aussagen über die Weiterbildungsinteressen und das Weiterbildungsverhalten der Milieugehörigen gewonnen werden können. Soweit nicht ausdrücklich auf andere Quellen Bezug genommen wird, kommen ausschließlich Befunde der Münchner schriftlichen Erhebung zur Darstellung. Teilweise erschien es jedoch sinnvoll, dabei auch Befunde anderer Studien aus dem Bereich der Milieuforschung mit partiell vergleichbaren Fragestellungen in die Darstellung und Interpretation einzubeziehen. In erster Linie sind das die Ergebnisse der Freiburger Pilot-Studie zur Allgemeinen Erwachsenenbildung (vgl. Barz 2000) und der SIGMA-Studie zum bürgerschaftlichen Engagement (Ueltzhöffer 2000). Aber auch auf das schon etwas länger zurückliegende Projekt der Friedrich-Ebert-Stiftung (1993) zur Politischen Erwachsenenbildung oder eine Studie zur Internetnutzung in den sozialen Milieus (Media-Gruppe Digital 1999) wird gelegentlich zurückgegriffen. Dies erlaubt einerseits eine plastischere Milieubeschreibung, gibt andererseits aber auch die Möglichkeit, die Münchner Befunde in ihrer Gültigkeit zu überprüfen und – wo nötig – auch in Frage zu stellen.

Für jedes Milieu sind auf den folgenden Seiten dementsprechend Informationen zu folgenden Themenaspekten⁶³ zu finden:

- Lebenswelt
- Soziale Lage
- Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen
- Lernziele und Erwartungen
- Berufliche Weiterbildung
- Barrieren
- Bevorzugte Weiterbildungsveranstalter
- Informelles Lernen

Entsprechend der in Kapitel 3.1 beschriebenen Disproportionalität im Rücklauf der Fragebogen ist die Datenbasis für die verschiedenen Milieus aber auch für die verschiedenen Themenfacetten quantitativ sehr unterschiedlich. Einige Milieus (DDR-Nostalgische, Hedonisten, Konsum-Materialisten, Traditionsverwurzelte) mussten dementsprechend aufgrund zu geringer Fallzahlen aus dem statistisch bearbeiteten Datenkorpus ausgeschlossen werden. Wir stellen die Informationen der aus diesen Milieus zurückgesandten Fragebögen hier dennoch unter Hinweis auf ihren rein heuristischen Charakter zusammen und verzichten auf Prozentangaben. So können – sozusagen in Klammern – immerhin einige vorläufige Beobachtungen festgehalten werden, die sich größtenteils – angesichts der geringen Fallzahlen durchaus überraschend – gut in die jeweiligen Milieuprofile eingliedern lassen. Ebenfalls hinzuweisen ist auf die eingeschränkte Gültigkeit der Prozentangaben, die mit „nicht signifikant“ (n. s.) versehen sind. Die betreffenden Daten mussten aufgrund der statistischen Tests als nicht signifikant eingestuft werden. Gleichwohl erschienen uns einige dieser nichtsignifikanten⁶⁴ Daten interessant genug, um sie in die Interpretation einzubeziehen. Der vorläufige, heuristische Charakter der mit n. s. versehenen Werte sollte dennoch immer in Rechnung gestellt werden.

4.2 Weiterbildung in den einzelnen Milieus

ETABLIERTE (11%)

Das selbstbewusste Establishment: Erfolgs-Ethik, Machbarkeitsdenken und ausgeprägte Exklusivitätsansprüche

Lebenswelt

- Die Etablierten sind die gebildete, gut situierte und selbstbewusste Elite. Sie haben hohe Exklusivitätsansprüche und zeigen entsprechende Kennerschaft. Damit grenzen sie sich bewusst von anderen ab (“die feinen Unterschiede”).
- Beruflicher Erfolg ist ihnen wichtig. Dabei verfolgen sie klare Karrierestrategien. Sie übernehmen Verantwortung und Führung, und sie sind sich sicher, ihre hohen Ziele zu erreichen.
- Sie haben eine pragmatische Lebensphilosophie, reagieren mit Flexibilität auf neue Situationen und engagieren sich in Vereinen, Verbänden und Clubs – nicht zuletzt, um auch soziale Ziele zu fördern.

- Kunst, Kultur und individuelle Reisen gehören zum Lebensgenuss der Etablierten. Andererseits beschäftigen sie sich auch nachhaltig mit Politik und Wirtschaft. Sie sind sehr aufgeschlossen gegenüber technologischem Fortschritt und den beruflichen wie privaten Vorteilen, die er bringt.
- Sie konsumieren edel und haben ein sicheres Gespür für das Besondere. Sie genießen den Luxus, den sie sich auf Grund ihrer privilegierten finanziellen Situation leisten können. Alles, was dem eigenen Well-Being zuträglich ist, hat viel Raum in ihrer Lebensführung.

Soziale Lage

- Mittlere Altersgruppen ab 30 Jahre (Schwerpunkt: 40 bis 60 Jahre):
- Meist verheiratet, Drei- und Mehr-Personenhaushalte
- Überdurchschnittlich hohes Bildungsniveau
- Viele leitende Angestellte, höhere Beamte sowie Selbständige, Unternehmer und Freiberufler
- Hohe und höchste Einkommensklassen

Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen

Das Milieu der Etablierten nahm in der Münchner Studie leicht unterdurchschnittlich an Weiterbildungsangeboten teil (55,4% (n. s.) vs. ø 59,2%). Es ergaben sich keine ausgeprägten thematischen Präferenzen. Unterdurchschnittlich fiel die Beteiligung am Themengebiet „Kunst, Literatur, Religion, Geschichte oder Länderkunde“ (14,2% (n. s.) vs. ø 18,5%) aus. Dies wird kaum, wie vielleicht in der Bürgerlichen Mitte, mit einem mangelnden Interesse an diesem Themengebiet erklärt werden können. Im Gegenteil bedeutet kulturelle Bildung diesem Milieu sehr viel; sie ist zentraler Bestandteil der Selbstdefinition. Allerdings verhindern möglicherweise zeitliche Barrieren, die der starken Berufs- und Karriereorientierung der Milieuangehörigen geschuldet sind, eine höhere Teilnahmequote.

Lernziele und Erwartungen

Auch bezüglich der Lernziele und Erwartungen ergaben sich überraschenderweise keine auffallenden Tendenzen. Lediglich die Bereitschaft, in einem Kurs auch höchste Anforderungen zu erfüllen, ist bei den Etablierten (32,4% vs. ø 29,6%)⁶⁵ etwas überdurchschnittlich vor-

handen. Dies lässt sich auf die milieuspezifische Leistungs- und Erfolgsorientierung, die oft mit höchstem beruflichen Engagement verbunden ist, zurückführen.

Aufgrund des milieutypischen Statusdenkens und der Orientierung an höchsten Qualitäts- und Servicestandards wären bei den Etablierten – für die Auswahl einer geeigneten Veranstaltung spielt der Preis eine vergleichsweise geringe Rolle (18,8% vs. Bürgerliche Mitte 39,6%) – hohe Ansprüche, z. B. bezüglich der Qualifikation des Dozenten, der Räumlichkeiten und auch der Homogenität der Teilnehmergruppe, die z. B. durch Zulassungsbedingungen erreicht werden kann, zu erwarten. So ergibt sich auch aus den Expertengesprächen, dass v. a. Teilnehmende aus gehobeneren Schichten und mit exklusivem Lebensstil viel Wert auf das Ambiente einer Veranstaltung legten: *„Wer einen hohen Lebensstil hat, projiziert das auf die Weiterbildung ... ein gutes Ambiente – das hat er zu Hause auch“* (Handwerkskammer). Sei die Lernatmosphäre zu *„schäbig“* (Bsp. Gesundheitspark), bleiben besser Situierte eher weg: Die Angehörigen der *„Oberschicht suchen sich angenehmere Räume, wenn sie etwas für die Gesundheit tun wollen“*. Hingegen seien *„untere soziale Schichten teilweise mit dem zufrieden, was man ihnen serviert“*.

Die demgegenüber durchgehend durchschnittliche Zustimmung der Etablierten zu den entsprechenden Items könnte damit zusammenhängen, dass von ihnen besuchte Weiterbildungsveranstaltungen einen Rahmen aufwiesen, in dem ein hohes Niveau so selbstverständlich war, dass entsprechende Erwartungen nicht ins Bewusstsein traten. Denkbar ist auch, dass die Lernzielorientierung so stark im Vordergrund steht, dass die Rahmenbedingungen vergleichsweise unwichtig werden.

Berufliche Weiterbildung⁶⁶

Entsprechend ihren vergleichsweise hohen beruflichen Positionen ist das Interesse der Etablierten am Erreichen einer beruflichen Verbesserung (22,3% vs. ø 29%), an der Auffrischung veralteter Kenntnisse (33,3% vs. ø 40%), an der Vermeidung beruflicher Verschlechterungen (28,7% vs. ø 36,0%), an beruflicher Flexibilität und Mobilität (14,0% vs. ø 22,0%), an einem beruflichen Aufstieg (22,3% vs. ø 29%) und am Nachholen von beruflichen Abschlussprüfungen (4,5% vs. ø 7,4%) bzw. Hochschulabschlüssen (7,8% vs. ø 8,4%) erwartungsgemäß geringer als das der anderen Befragten. Der saturierte gesellschaftliche Status lässt – wie auch in den anderen, eher höheren gesellschaftlichen Schichten

zuzuordnenden Milieus – vordergründige materielle Motivationen eher in den Hintergrund rücken.

Barrieren

Die Nichtteilnehmenden unter den Etablierten geben als Grund für ihre Abstinenz signifikant häufiger als andere Befragte an, dass sie keine Zeit gehabt hätten (53,5% vs. $\bar{x}$ 42,4% vs. Konservative 15,9%). Dies erscheint nachvollziehbar, führt man sich das hohe berufliche Engagement der Etablierten vor Augen. Wo im Konfliktfall sogar das Privat- und Familienleben zurückstehen muss, spielt Weiterbildung, soweit sie nicht unbedingt notwendig ist, eine nachgeordnete Rolle.

Ein weiteres stärker gewichtetes Nichtteilnahmemotiv ist die Einstellung, man sei zu alt für Weiterbildung (20,9% vs. $\bar{x}$ 11,3%). Der milieuspezifische Altersschwerpunkt liegt zwischen 40 und 60 Jahren, in einer Altersgruppe also, in der die Weiterbildungsbeteiligung generell abnimmt. Hier spielt möglicherweise auch das milieutypische Statusdenken eine Rolle, das mit einer ausgeprägten Führungsbereitschaft und dem Streben nach gehobenen hierarchischen Positionen einhergeht: dem Alter, sich etwas beibringen zu lassen, fühlt man sich entwachsen.

Finanzielle Aspekte spielen bei den Etablierten eine untergeordnete Rolle (9,3% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 11,9% vs. Konservative 2,3%), wobei sie im Vergleich zu den anderen gesellschaftlichen Leitmilieus allerdings noch vergleichsweise wichtig sind. Dies könnte damit zusammen hängen, dass die von Etablierten gewählten Angebote im Vergleich zu solchen, die z. B. von Konservativen gewählt werden (allgemeine Weiterbildung, z. B. Gesundheitsbildung in Kirchen oder Fachhochschulen und Universitäten) per se kostenintensiver sind.

Bevorzugte Weiterbildungsveranstalter

Gemäß ihrer starken Berufsorientierung nehmen Etablierte überdurchschnittlich an durch Firmen und Betriebe organisierten Weiterbildungsveranstaltungen teil (42,9% vs. $\bar{x}$ 37,3%), während sie Universitäten und Fachhochschulen vergleichsweise selten besuchen (8,2% vs. $\bar{x}$ 13,1%).

Informelles Lernen

Die Etablierten engagierten sich durchschnittlich im Bereich des informellen Lernens, z. B. beim Lesen von Fach- und Sachbüchern sowie Fachzeitschriften und dem selbst gesteuerten Lernen mit Medien.

Eher überdurchschnittlich oft wurden Fachmessen und Kongresse besucht, was sich auf die leitenden beruflichen Positionen der Milieugehörigen zurückführen lässt. Auch der Arbeitseinsatz in unterschiedlichen Abteilungen sowie Austauschprogramme wurden überdurchschnittlich wahrgenommen – für die Etablierten ist es fast selbstverständlich, sich in ihrem Fachgebiet mit anderen auszutauschen und aktuelle Entwicklungen nicht nur nachzuvollziehen, sondern aktiv mit zu beeinflussen.

POSTMATERIALISTEN (10%)

Das aufgeklärte Post-68er-Milieu: Liberale Grundhaltung, postmaterielle Werte und intellektuelle Interessen

Lebenswelt

- Die Postmateriellen sind überwiegend hochgebildet, kosmopolitisch und tolerant.
- Gewöhnt, in globalen Zusammenhängen zu denken, setzen sie sich kritisch mit den Auswirkungen von Technologisierung und Globalisierung auseinander. Höchster Wert ist die Lebensqualität des Einzelnen.
- Sie haben großes Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten und gehen souverän mit beruflichen Herausforderungen um. Sie wollen Erfolg im Beruf – aber nicht um jeden Preis.
- Ihre postmateriellen Ansprüche richten sich auf die Entfaltung ihrer individuellen Bedürfnisse und Neigungen, auf das Schaffen von Freiräumen für sich und mehr Zeitsouveränität.
- In hohem Maße sind sie interessiert an Literatur, Kunst und Kultur. Weiterbildung ist ein lebensbegleitendes Thema, weil sie sich mehr über Intellekt und Kreativität definieren als über Besitz und Konsum.
- Ihr Lebensstil ist umwelt- und gesundheitsbewusst (Balance zwischen Körper, Geist und Seele). Sie schätzen subtile Genüsse, die durchaus einen hohen Preis haben dürfen. Überflüssigen Konsum lehnen sie aber ab. Nach dem Motto „weniger ist mehr“ kaufen sie selektiv und mit hoher Kennerschaft.

Soziale Lage

- Breites Altersspektrum – von Anfang 20 bis zur Generation der „jungen Alten“;
- Häufig größere Haushalte mit Kindern

- Hohe bis höchste Formalbildung (Abitur, Studium)
- Qualifizierte und leitende Angestellte und Beamte, Freiberufler, Schüler und Studenten
- Hohes Einkommensniveau

Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen

Erwartungsgemäß liegt die Beteiligung an Angeboten der Weiterbildung bei den Postmateriellen über dem Durchschnitt (63,9% (n. s.) vs. ø 59%). Das mehrdimensionale und stärker auf aktuelle Handlungsfelder bezogene Bildungsverständnis dieses Milieus (vgl. Barz 1999, S. 65f.) lässt sich an den breit gefächerten fachlichen Präferenzen ablesen: so stoßen aktuelle gesellschaftliche Themen, z. B. Politik (12,5% vs. ø 7,9%) (vgl. auch Ueltzhöffer 2000, S. 44) ebenso wie eher persönlichkeitsbildende Angebote, z. B. Erziehung, Pädagogik, Psychologie (32,3% (n. s.) vs. ø 27,0%) auf besonderes Interesse. Die Milieugehörigen beteiligen sich überdurchschnittlich häufig an Angeboten der kulturellen und kreativ-künstlerischen Bildung, so z. B. in den Themengebieten Kunst, Literatur, Religion, Geschichte und Länderkunde (25,9% vs. ø 18,5%). Auch nimmt das Themengebiet Gesundheitsbildung (25,9% (n. s.) vs. ø 21,9%) eine vergleichsweise bedeutende Stellung ein.

In der Kombination dieser Interessen zeigt sich einerseits das dem milieutypischen Streben nach Balance zwischen Körper, Geist und Seele entsprechende ganzheitliche Bildungsideal, andererseits die milieutypische Auflösung des klassisch-humanistischen Bildungskanons (vgl. Barz 2000, S. 94). An seine Stelle tritt ein postmoderner Bildungsbegriff. Man steht dem „enzyklopädischen“ Wissen skeptisch gegenüber, wohingegen Selbstverwirklichung, Persönlichkeitsbildung, Gegenwartsorientierung, Ganzheitlichkeit und gute Umgangsformen an Bedeutung gewinnen.

Lernziele und Erwartungen⁶⁷

Die Effektivität einer Weiterbildung im Sinne des Lernerfolgs ist im postmateriellen Milieu von zentraler Bedeutung (vgl. Barz 2000, S. 118). Schon in der Freiburger Studie zeigte sich im Postmodernen (vormals Technokratisch-liberalen) Milieu eine starke Inhaltsorientierung, so wurde z. B. als wichtigste Aufgabe der VHS neben der Bereicherung durch künstlerisches Erleben das planmäßige Studium einzelner Fachgebiete genannt (Barz 2000, S. 181), auch wurde betont, dass die Sach- und Lernzielorientierung eines Kurses im Vordergrund zu stehen habe (vgl. Barz 2000, S. 118).

Die Münchner Ergebnisse bestätigen die Freiburger Hypothesen. So ist die Einstellung, ein Kurs sei nur dann gut, wenn er Spaß macht, bei den Postmateriellen unterdurchschnittlich vertreten (21,2% vs. $\bar{x}$ 33,0%), das Kennenlernen „netter Leute“ in einem Kurs ist ihnen weniger wichtig (9,3% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 17,8%) und der günstige Preis spielt bei der Auswahl der Veranstaltung keine entscheidende Rolle (13,0% vs. $\bar{x}$ 24,6%). Auch ist es von geringer Bedeutung, ob der Dozent „verständnisvoll“ ist und „auch mal über private Dinge redet“ (7,1% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 10,1%). Allerdings gaben die Postmateriellen überdurchschnittlich oft an, dass es vom Dozenten abhinge, welchen Lernerfolg sie in einem Kurs oder Lerngang erreichen würden (85,4% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 80,3%)⁶⁸. Die Erwartungen an ansprechende Räumlichkeiten einer Veranstaltung sind im postmateriellen Milieu vergleichsweise gering (14,2% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 21,4% vs. Bürgerliche Mitte 31,2%), was wiederum mit der hohen Lernzielorientierung und der Erwartung an den Sachbezug einer Veranstaltung zusammenhängt – die äußeren Rahmenbedingungen treten dabei in den Hintergrund.

Berufliche Weiterbildung⁶⁹

In der Weiterbildung spielen bei den Postmateriellen naturgemäß die berufsbezogenen Motive (eine berufliche Verbesserung zu erreichen: 42,1% vs. 53,4%, eine Verschlechterung zu vermeiden: 16,7% vs. $\bar{x}$ 36,4%, beruflich flexibler zu werden: 14,3% vs. $\bar{x}$ 21,7%, beruflich aufzusteigen: 18,4% vs. $\bar{x}$ 29,1%, eine Umschulung zu machen: 4,1% vs. $\bar{x}$ 7,5% oder eine berufliche Abschlussprüfung: 3,1% vs. $\bar{x}$ 7,4% bzw. den Hochschulabschluss nachzuholen: 5,3% vs. $\bar{x}$ 8,4%) eine geringere Rolle als im Gesamtdurchschnitt der Befragten. Dies erklärt sich zum einen aus dem hohen Bildungsstand und den gehobenen beruflichen Positionen der Milieugehörigen, zum anderen aus der milieutypischen geringen Status- und Aufstiegsorientierung. *„Menschen mit gehobenem Lebensstil haben“*, so auch die Einschätzung aus einem Expertengespräch (BMW-Weiterbildungsabteilung) *„wesentlich mehr Interesse, sich weiterzubilden ... gerade in gesundheitlichen und geistigen Sachen“*. Personen aus *„unteren Schichten“* legten hingegen mehr Wert darauf, dass Weiterbildungen *„handfest“* seien und ein klares berufliches Ziel verfolgten.

Die Teilnahme an Weiterbildungen beruht in diesem kulturell und geistig sehr regen Milieu stärker auf einer intrinsischen Motivation, weshalb die unmittelbare Verwertbarkeit des Gelernten im funktionalen

Sinne der beruflichen Statusverbesserung von geringerer Bedeutung ist. Die Ablehnung eines instrumentellen, auf Prüfungen bezogenen Bildungsverständnisses (vgl. Barz 1999) wird durch unsere Daten also klar bestätigt. Die Postmateriellen beteiligen sich folglich auch unterdurchschnittlich an Weiterbildungen, die von Berufsverbänden, Kammern und Arbeitgeberverbänden organisiert sind (6,3% vs. $\bar{\sigma}$ 12,2%).

Barrieren

Überdurchschnittlich sind die Postmateriellen der Ansicht, sie würden von Veranstaltungen außerhalb von Kursen mehr profitieren (10,9% vs. $\bar{\sigma}$ 5,3%), wobei sie auch häufig Zeitmangel als Grund für die Nichtbeteiligung an Weiterbildungsveranstaltungen (50,0% (n. s.) vs. $\bar{\sigma}$ 42,4%) angeben. Ein Blick auf die zeitintensiven Prioritäten in der Freizeitgestaltung dieses Milieus zeigt, dass neben der Pflege sozialer Beziehungen, kultureller Interessen, der politischen Bildung, der kreativ-künstlerischen Betätigung sowie dem körperlichen Ausgleich besondere Bedeutung beigemessen werden. In diesen Bereichen ist ein Besuch von Kursen und Veranstaltungen nicht zwingend notwendig. Der individualistische Grundzug dieses Milieus äußert sich so auch in den eher institutionsfernen Freizeitbeschäftigungen.

Andere Barrieren sind von geringerer Bedeutung. Eher selten ist man der Ansicht, dass man „kein guter Lerner“ sei (1,6% vs. $\bar{\sigma}$ 10,4%) oder sich ziemlich anstrengen müsste, um den Anforderungen im Kurs zu entsprechen. Hier zeigt sich ein auf positiver Schul- und Ausbildungs- sowie Berufserfahrung beruhendes hohes Selbstbewusstsein bezüglich des souveränen Umgangs mit Anforderungen auf Grundlage der eigenen Fähigkeiten und Kompetenzen (vgl. auch Barz 2000, S. 78).

Auch scheint die in den Experteninterviews beklagte fehlende Transparenz des Weiterbildungsmarktes in München im Milieu der Postmateriellen eine geringere Rolle zu spielen (6,3% vs. $\bar{\sigma}$ 14,1%). Dies erklärt sich durch den in gesellschaftlichen Leitmilieus oft gegebenen souveränen Umgang mit einer ungeordneten Informationsfülle, der z. B. im Beruf, aber auch durch das ausgeprägte Leseinteresse erforderlich ist. Somit fällt die Auswahl der Kurse nach bestimmten Kriterien leichter als in bildungsferneren Milieus. Eine eher nebensächliche Rolle spielt bei den Postmateriellen der Preis einer Veranstaltung. So gaben nur 6,3% (n. s.) ($\bar{\sigma}$ 11,9%) als Nichtteilnahmegrund an, die Veranstaltungen seien zu teuer gewesen.

Bevorzugte Weiterbildungsveranstalter

Es ergaben sich – möglicherweise aufgrund der breiten thematischen Interessen, die für dieses Milieu charakteristisch sind – keine auffallenden Präferenzen für bestimmte Weiterbildungsveranstalter.

Informelles Lernen

In diesem Milieu, das man auch als „postmodernes Bildungsbürgertum“ bezeichnen könnte, ist das selbst organisierte Lernen in Beruf und Alltag selbstverständlich, wie auch die hohe Beteiligung am informellen Lernen zeigt. So gaben 85,3% (vs. ø 77,3%) an, sich durch das Lesen von Fach- und Sachbüchern oder -zeitschriften weiterzubilden. Auch das Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren wird im Postmateriellen Milieu häufig genannt (70,6% vs. ø 66,0%).

Das informelle Lernen wird gegenüber Kursen und Veranstaltungen bevorzugt, da man sich hiervon mehr Lerneffektivität verspricht (10,9% vs. ø 5,3%). Hierbei könnte auch der milieutypische Anspruch an Zeitsouveränität, Individualität und persönliche Freiräume eine wichtige Rolle spielen.

MODERNE PERFORMER (8%)

Die junge, unkonventionelle Leistungselite: Intensives Leben – beruflich und privat, Multi-Optionalität, Flexibilität und Multimedia-Begeisterung

Lebenswelt

- Die Modernen Performer sind die junge, unkonventionelle Leistungselite. Sie wollen ein intensives Leben, in dem sie ihre Multioptionalität ausleben und ihre beruflichen wie sportlichen Leistungsgrenzen erfahren können.
- Ihr ausgeprägter Ehrgeiz richtet sich auf „das eigene Ding“, oft die eigene Selbstständigkeit (Start-ups). Dabei haben sie nicht nur den materiellen Erfolg im Auge. Treibendes Motiv ist ebenso zu experimentieren, spontan Chancen zu nutzen, wenn sie sich auftun, und die eigenen Fähigkeiten zu erproben („Ich-AG“).
- Die Modernen Performer sind mit Multimedia groß geworden. Die modernen Kommunikationstechnologien nutzen sie intensiv und lustvoll, im beruflichen wie im privaten Leben.
- Neben der Multimedia- Begeisterung zeigen sie großes Interes-

se an sportlicher Betätigung und Outdoor-Aktivitäten (Kino, Kneipe, Kunst).

- Ihr Konsumstil ist geprägt durch Lust auf das Besondere, das Integrieren von Einflüssen aus anderen Kulturen und Szenen. Anspruchsvolles „Multikulti“ ist die Devise. Dafür geben sie auch viel Geld aus.

Soziale Lage

- Jüngstes Milieu in Deutschland, Altersschwerpunkt unter 30 Jahre
- Hohes Bildungsniveau; (noch) viele Schüler und Studenten, zum Teil aber mit Jobs
- Unter den Berufstätigen hoher Anteil (kleinerer) Selbständiger und Freiberuflicher (Start-ups) sowie qualifizierte und leitende Angestellte
- Hohes Haushaltsnettoeinkommen (gut situierte Elternhäuser); bei den Berufstätigen gehobenes eigenes Einkommen

Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen

Die Modernen Performer sind dementsprechend das Milieu mit der höchsten Weiterbildungsbeteiligung (68,8% vs. 59,2%). Dies entspricht den Erwartungen aufgrund der milieuspezifisch hohen Berufs- und Leistungsorientierung sowie des ausgeprägten Selbstanspruchs, auf dem Laufenden zu bleiben und sich weiterzuentwickeln.

Berufsbezogen sind für sie Fremdsprachen, Rechtsfragen und kaufmännische Weiterbildungen von besonderem Interesse (n. s.). Dies lässt sich auf die berufliche Orientierung der Milieugehörigen zurückführen: In der New Economy spielen gerade Kenntnisse in diesen Bereichen eine zentrale Rolle. Fremdsprachen sind aufgrund der Internationalisierung der modernen Berufe, z. B. der High-Tech-Industrie, unabdingbar geworden und gewinnen weiterhin zunehmend an Bedeutung. Know How in Rechtsangelegenheiten und kaufmännischen Fragen bildet die Grundlage für die in diesem Milieu sehr häufig angestrebte Selbständigkeit.

Zudem wurden die – eher im Freizeitbereich angesiedelten – gesundheitsbezogenen Weiterbildungen überdurchschnittlich genutzt (n. s.). Dies lässt sich auf das in diesem Milieu vorhandene Streben nach der Auflösung traditioneller Dichotomien zurückführen: Es stellt sich nicht mehr die Frage, ob man sich entweder beruflich (bis hin zur Selbstausschüttung) engagiert, oder einen Ausgleich zwischen Beruf und Freizeit

sucht, sondern beides wird angestrebt. Das Interesse an gesundheitsbezogenen Veranstaltungen könnte sich in diesem sehr jungen Milieu vornehmlich auf sportliche Aktivitäten (n. s.) beziehen, wozu auch die überdurchschnittliche Beteiligung der Milieugehörigen an Veranstaltungen zur Erweiterung der Kenntnisse, die für die Ausübung von Sportarten wichtig sind, passen würde. Hinzu kommt der milieutypische Eigenanspruch an Professionalität, der offensichtlich auch im sportlichen Bereich zur Geltung kommt.

Lernziele und Erwartungen

Der Aussage, dass jeder bereit sein sollte, sich ständig weiterzubilden, stimmen die Modernen Performer zwar ebenso wie die Gesamtstichprobe fast ausnahmslos zu, jedoch etwas unterhalb dem Gesamtdurchschnitt (93,5% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 96,3%). Dies dürfte mit der starken Betonung von Individualität und der Aversion gegen Konventionen zusammenhängen, die für dieses Milieu typisch sind – wenn Weiterbildung für die eigene Person wichtig und interessant ist, muss das weder auf „jeden“ noch „ständig“ zutreffen.

Bezüglich der Erwartungen an eine Weiterbildungsveranstaltung sind die Modernen Performer überdurchschnittlich stark der Ansicht, ein Kurs sei nur dann gut, wenn er Spaß macht (87,4% vs. Konservative 57,4%)⁷⁰. Das Kennenlernen „netter Leute in einem Lehrgang/Kurs“ ist den Modernen Performern im Milieuvergleich relativ wichtig (66,5% (n. s.) vs. Konservative 32,8%)⁷¹. Hier äußert sich womöglich ein Aspekt der „Coolness“, mit der hier gelebt und gearbeitet wird: Freizeit und Arbeit werden kaum getrennt, in beiden Bereichen wird auf Kommunikation und Austausch Wert gelegt, die Leistungsorientierung darf nicht zu „Verbissenheit“ werden.

Weniger hingegen hegt man – im Selbstbewusstsein, zur jungen Leistungselite der Gesellschaft zu gehören – die Befürchtung, man müsse sich ziemlich anstrengen, um den Anforderungen im Kurs zu entsprechen (3,8% (n. s.) vs. Bürgerliche Mitte 27,1%)⁷². Erwartungsgemäß sind die Milieugehörigen deutlich überdurchschnittlich oft bereit, in einem Kurs „auch höchste Anforderungen“ zu erfüllen (46,9% vs. $\bar{x}$ 29,6%).

Berufliche Weiterbildung

Die Modernen Performer engagierten sich stark im Bereich der beruflichen Weiterbildung. So haben 33,8% (vs. $\bar{x}$ 23,5%) an Einarbeitungslehrgängen und 26,2% (vs. $\bar{x}$ 13,3%) an Aufstiegsfortbildungen teil-

genommen. Die Notwendigkeit, sich beruflich fortzubilden und fachlich höher zu qualifizieren, ergibt sich aus der starken, intrinsisch motivierten Leistungs- und Karriereorientierung der Milieuangehörigen und nicht zuletzt auch aus dem vergleichsweise niederen Altersschwerpunkt. Dementsprechend wird hier für viele der abgefragten Ziele überdurchschnittliches Interesse – überdurchschnittlich auch im Vergleich mit „benachbarten“ Milieus – signalisiert („ständige Anpassung an neue Entwicklungen und Anforderungen“: 73 69,4% vs. Experimentalisten 42,0%, „Erweiterung der Kenntnisse“: 73,6% vs. Experimentalisten 50,5%, „Erreichen einer beruflichen Verbesserung“: 65,5% vs. Postmaterielle 42,1%, „beruflicher Aufstieg“: 43,6% vs. Postmaterielle 18,4%).

Barrieren

Die Nennungen der Modernen Performer weichen nicht signifikant von den Durchschnittswerten ab. Wie in allen anderen Milieus (außer den Konservativen) auch wird als Hauptgrund für die Nichtteilnahme Zeitmangel genannt (52,3% vs. Konservative 15,9%).

Aufgrund ihrer Vertrautheit mit einer hohen Informationsfülle, dem Wissen über die eigenen Interessen und Stärken sowie einem hohen Maß an Stilsicherheit und Kennerschaft haben die Modernen Performer kaum Schwierigkeiten bei der Entscheidung, welche Weiterbildungsmaßnahmen für sie in Frage kämen (6,8% (n. s.) vs. ø 14,1% vs. Bürgerliche Mitte 25,2%) und befürchten weniger, den Anforderungen in einem Kurs nicht gerecht werden zu können (3,8% vs. Bürgerliche Mitte 27,1%)⁷⁴. Auch stellen finanzielle Aspekte für sie aufgrund ihrer gehobenen Einkommen keine relevante Barriere dar (6,7% (n. s.) vs. ø 11,9% vs. Bürgerliche Mitte 20,2%). Ebenso fallen schlechte Erreichbarkeit des Veranstaltungsortes (1,9% (n. s.) vs. ø 4,0%) oder ein zu hohes Alter (3,8% (n. s.) vs. ø 11,4%) als Barrieren nicht ins Gewicht.

Bevorzugte Weiterbildungsveranstalter

Dem Bildungsstand und Altersdurchschnitt der Modernen Performer entsprechend, erfreuen sich Universitäten und Fachhochschulen in diesem Milieu großer Beliebtheit (21,2% vs. ø 13,1%).

Kirchliche Institutionen hingegen werden in diesem Milieu unterdurchschnittlich stark aufgesucht (4,8% vs. ø 8,2%), was auf die geringe Kirchenbindung der Befragten und das Imageproblem kirchlicher Weiterbildung zurückzuführen ist: Man nimmt sie als auf religiöse The-

men begrenzt wahr und unterstellt einen engen, missionarisch geprägten Ansatz (vgl. Barz 2000, S. 128).

Informelles Lernen

Besonderer Beliebtheit erfreut sich bei den Modernen Performern das den milieuspezifischen Bedürfnissen entgegenkommende zeitlich flexible, stark individuell variable und aktualitätsbezogene informelle Lernen.

So ist das Lesen von Fach- und Sachbüchern oder -zeitschriften (86,6% vs. ø 77,3%), das Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren (71,8% vs. ø 66,0%) und das selbst gesteuerte Lernen mit Hilfe von Medien (39,4% vs. ø 28,1%) bei den Modernen Performern im Milieuvergleich jeweils am weitesten verbreitet.

KONSERVATIVE (5%)

Das alte deutsche Bildungsbürgertum: Konservative Kulturkritik, humanistisch geprägte Pflichtauffassung und gepflegte Umgangsformen

Lebenswelt

- Die Konservativen repräsentieren das alte deutsche Bildungsbürgertum. Sie pflegen die bewährten Traditionen, eine humanistisch geprägte Pflichtauffassung und gehobene Umgangsformen. Entsprechend leiden sie unter dem „Verfall der Werte und guten Sitten“. Sie legen großen Wert auf Abgrenzung durch die Betonung ihrer gehobenen Stellung in der Gesellschaft.
- Heute sind viele im Ruhestand, nach einer erfolgreichen, verantwortungsbewussten Berufskarriere. Ihr Engagement richtet sich inzwischen – noch mehr als früher – auf ehrenamtliche Tätigkeiten.
- Familie und familiärer Zusammenhalt sind den Konservativen sehr wichtig. Vom technologischen Fortschritt und dessen Folgen distanzieren sie sich kritisch.
- Da sie mit allem – zum Teil mehr als gut – ausgestattet sind, genießen sie heute vor allem immaterielle Werte und kümmern sich um Wohlbefinden und Gesundheit. Wenn sie Anschaffungen vornehmen, dann sind es die besonderen Dinge wie wertvolles Porzellan, Echt-Schmuck, Kulturreisen oder ein (teures) Auto.

Soziale Lage

- Altersschwerpunkt ab 60 Jahre: meist Zwei-Personen-Haushalte
- Akademische Abschlüsse sind überrepräsentiert, aber auch Volksschulabschlüsse mit qualifizierter Berufsausbildung (Frauen)
- Hoher Anteil von Personen im Ruhestand; typische (ehemalige) Berufe: Höhere Angestellte und Beamte sowie Selbständige und freie Berufe
- Gehobenes Einkommensniveau, teilweise größere Vermögen

Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen

Die Beteiligung der Konservativen an Weiterbildung liegt in der Münchner Studie mit 48,9% deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt ($\bar{x}$ 59,2%). Dies lässt sich zweifellos in erster Linie auf das höhere Alter der Milieugehörigen zurückführen: Die Tatsache, dass die Weiterbildungsbeteiligung mit zunehmendem Alter abnimmt, gehört zum gesicherten Bestand der Bildungsforschung.

Die Themenpräferenzen lassen sich aus dem im konservativen Milieu vorherrschenden Bildungsbegriff ableiten. Im Selbstbewusstsein als bildungsbürgerliche Elite lehnt man den „Fachidioten ohne Manieren“ ab, der nur in seinem Spezialgebiet über angelerntes Wissen verfügt, darüber hinaus aber weder Allgemeinbildung noch gute Umgangsformen vorweisen kann. Der Alltagsbezug des Wissens steht nicht im Vordergrund: gerade Wissensgebiete, die keinen direkten Verwertungsbezug aufweisen (wie z. B. alte Sprachen), werden – in der Tradition des humanistischen Bildungsideals – hoch geschätzt.

Das Ideal des Universalgelehrten steht hier noch Pate. In den Themengebieten „Medizin, Gesundheit“ (34,9% vs. Experimentalisten 12,5%) und „Kunst, Literatur, Religion, Geschichte oder Länderkunde“ (51,2% vs. $\bar{x}$ 18,5%) belegt dieses Milieu dementsprechend die Spitzenplätze der Weiterbildungsteilnehmenden. Ebenfalls überdurchschnittlich ist die Teilnahme der Konservativen an Veranstaltungen zu politischen Themen (16,3% vs. $\bar{x}$ 7,9%) sowie in Naturwissenschaften, Technik und Mathematik (20,9% vs. $\bar{x}$ 8,7%). Einen zentralen Grund für die hohe Beteiligung der Konservativen am Themengebiet Gesundheit bildet zudem der hohe Altersdurchschnitt des Milieus.

Weniger ausgeprägt als in den anderen Milieus sind dagegen die Interessen an „jüngeren“ und sehr anwendungsbezogenen Themen

wie Computerkursen („EDV-Anwendungen“ 24,1% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 36,9%) und Fremdsprachen (9,3% vs. $\bar{x}$ 22,2%), Basteln (6,9% (n. s.), $\bar{x}$ 10,8%) oder „Kenntnissen, die man für die Ausübung von Sportarten braucht“ (3,4% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 9,3%).

Berufliche Weiterbildung⁷⁵

Stark unterdurchschnittlich beteiligen die Konservativen sich an beruflicher Bildung (41,9% vs. $\bar{x}$ 71,0%). So nehmen sie bspw. an kaufmännischer Weiterbildung (z. B. Personal-, Vertriebs- und Rechnungswesen) überhaupt nicht teil (0,0% vs. $\bar{x}$ 20,6%). Dies erklärt sich aus dem hohen Altersdurchschnitt dieses Milieus – viele Milieugehörige befinden sich bereits im Ruhestand.

Andere haben gute berufliche Positionen bereits erreicht und das Interesse, berufsbezogene Kenntnisse zu erweitern (44,9% vs. $\bar{x}$ 59,0%), eine berufliche Verbesserung zu erreichen (35,4% vs. $\bar{x}$ 53,4%), beruflich flexibler zu werden (6,1% vs. $\bar{x}$ 21,7%) oder an Umschulungen teilzunehmen (4,2% vs. $\bar{x}$ 7,5%) ist entsprechend geringer als bei den anderen Befragten. Erwartungsgemäß interessieren sie sich umgekehrt etwas stärker für das Auffrischen veralteter Kenntnisse (53,1% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 40,5%).

Lernziele und Erwartungen⁷⁶

Als Motiv für die Teilnahme an Veranstaltungen der Erwachsenenbildung wird hier häufiger als in allen anderen Milieus das „reine Interesse“ genannt (76,2% vs. $\bar{x}$ 45,0%); berufliche Verwertungsinteressen stehen demgegenüber schon altersbedingt stark zurück. Auch in den im Rahmen des Projektes von uns durchgeführten Gruppendiskussionen nennen die Älteren als Teilnahmemotiv besonders häufig, dass sie sich heute entsprechend ihren Interessenschwerpunkten in Bereichen weiterbilden könnten, für die sie früher keine Zeit gehabt hätten.

Dass Bildung in diesem Milieu immer auch in Zusammenhang mit den alten „preußischen Tugenden“ steht, dass die Bereitschaft, sich anzustrengen, dass Disziplin und Askese dazugehören, bzw. die notwendige Voraussetzung für den Erwerb von Kenntnissen und Fähigkeiten sind, war als Hypothese bereits aufgrund der Freiburger Befunde formuliert worden (vgl. Barz 2000, S. 88). Die Münchner Ergebnisse bestätigen dies eindrucksvoll. Denn den Items „Einen einmal angefangenen Kurs ziehe ich unter allen Umständen durch, auch wenn er mir nicht gefällt“ (25,5% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 21,8% vs. Postmaterielle 17,1%) und

„Um den Anforderungen in den Lehrgängen/Kursen zu entsprechen, müsste ich mich wahrscheinlich ziemlich anstrengen“ (14,3% (n. s.) vs. ø 11,6%) wird jeweils in diesem Milieu überdurchschnittlich zugestimmt. Auch scheint in der Tradition des humanistischen Selbsterziehungsethos im konservativen Milieu das Eigenengagement in einem Kurs, auf Basis der Einstellung, dass „*jeder [...] seines eigenen Glückes Schmied*“ sei (wie es in einem Expertengespräch formuliert wurde), eine bedeutende Rolle zu spielen: so wird dem Item „Was ein Lehrgang/Kurs für mich bringt, hängt vom Dozenten ab“ hier seltener zugestimmt (68,5% (n. s.) vs. ø 80,3%)⁷⁷.

Umgekehrt ist Spaß („Ein Kurs ist nur dann gut, wenn er Spaß macht“) im Milieuvvergleich hier selten ein Argument für die Teilnahme (16,7% vs. Bürgerliche Mitte 41,7%). Persönlichkeitsentwicklung als Kursziel wird stärker abgelehnt (9,1% (n. s.) vs. ø 5,7%)⁷⁸, man erwartet weniger, nette Leute in einem Kurs kennen zu lernen (5,5% vs. Bürgerliche Mitte 25,0%) und ebenso finden gruppendynamische Übungen zur Verbesserung der Lernatmosphäre wenig Interesse (10,9% vs. ø 21,3%).

Barrieren

Auffallend häufig fühlen die Konservativen sich zu alt für Weiterbildung (33,3% vs. ø 11,3%) und sind der Ansicht: „wir lernen ja doch nicht mehr so schnell“ (Gruppendiskussion Ältere). Sie erwarten dementsprechend seltener einen beruflichen Nutzen durch Weiterbildungsveranstaltungen (22,7% vs. ø 11,0%). Da man sich als gesellschaftliche Elite mit langer Berufserfahrung sowie einer breiten Allgemeinbildung begreift, hält man es möglicherweise nicht mehr für notwendig sich von Jüngeren etwas beibringen zu lassen. Zudem könnte hier die traditionelle Einstellung zur Generationenhierarchie („Achtung vor dem Alter“) zugrunde liegen.

Hingegen sind aufgrund des höheren Alters und der gehobenen gesellschaftlichen Stellung der Milieugehörigen die Nichtteilnahmemotive des Zeitmangels (15,9% vs. ø 42,4%), der ungünstigen Veranstaltungstermine (0% vs. 9,1%) oder der zu hohen Kosten (2,3% vs. ø 11,9%) vergleichsweise unbedeutend.

Bevorzugte Weiterbildungsveranstalter

Entsprechend ihrer geringen Teilnahme an berufsbezogenen Weiterbildungsangeboten besuchen Konservative eher selten Angebote von Firmen und Betrieben (18,5% vs. ø 37,3%).

Auch die Volkshochschulen werden im konservativen Milieu deutlich unterdurchschnittlich besucht (14,8% vs. $\bar{x}$ 27,0%). Dies könnte auf das ausgeprägte Status- und Standesdenken sowie die Abgrenzung nach „unten“, die für dieses Milieu charakteristisch sind, zurückzuführen sein. Hier scheint das Image der Volkshochschule als Bildungseinrichtung für „alle“, d. h. auch für weniger gut gestellte gesellschaftliche Schichten, abzuschrecken. Schon die Freiburger Studie ließ hier ein deutliches Abgrenzungsbedürfnis erkennen: „Ich halte mich nicht für den typischen Volkshochschulbesucher. Ich habe ja eine Hochschule hinter mir und die Volkshochschule will ja etwas anderes [...] Da bin ich mal ganz arrogant, das brauch ich nicht“ (Barz 2000, S. 106).

Im Gegensatz dazu stellen die Konservativen in Universitäten und Fachhochschulen (22,2% vs. $\bar{x}$ 13,1%) sowie in Berufsverbänden, Kammern und Arbeitgeberverbänden (22,2% vs. $\bar{x}$ 12,2%) eine starke Teilnehmergruppe. Führt man sich vor Augen, dass die Konservativen ihr Studium oftmals noch vor der Bildungsexpansion ablegen, ist davon auszugehen, dass sie Universitäten als Bildungseinrichtungen für die privilegierte gesellschaftliche Elite kennen und schätzen und daher den Weg dorthin leichter finden als andere Gruppen. Diese Ansicht vertritt auch der von uns interviewte Experte, der sich für das Studium Generale der LMU verantwortlich zeichnet. Er beschreibt die Teilnehmenden des Seniorenstudiums als das *„gebildete Publikum der Stadt“* und *„interessierte Gebildete“*, denen der gehobene Schulabschluss (*„Abitur ist Voraussetzung“*) und häufig auch ein Studium gemeinsam seien.

Das konservative Milieu stellt offenbar die Kerngruppe der Teilnehmenden an von kirchlichen Einrichtungen angebotenen Weiterbildungen (33,3% vs. $\bar{x}$ 8,2%). Dies korrespondiert mit ihrer vergleichsweise großen Kirchennähe (vgl. Barz 2000, S. 64). Entsprechend werden die Teilnehmenden an Veranstaltungen des katholischen Münchner Bildungswerks von deren Vertreter im Expertengespräch vornehmlich als *„Bildungsbürgertum ... bildungsgewohnte Menschen“* beschrieben.

Informelles Lernen

Entsprechend ihrer im Milieuvvergleich geringen Weiterbildungsbeteiligung nutzen die Konservativen auch seltener Formen des informellen Lernens (85,4% vs. $\bar{x}$ 96,0%).

Dies lässt sich wiederum durch verschiedene Milieucharakteristika erklären. So führt der hohe Altersdurchschnitt dazu, dass die Milieugehörigen zum einen Weiterbildung weniger für den beruflichen

Bereich nutzen. Sie gaben seltener an, Fach- und Sachbücher oder -zeitschriften zu lesen (73,3% vs. ø 77,3%), auch das Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren findet hier wenig Anwendung (46,7% vs. ø 66,0% vs. Moderne Performer 71,8%).

Bei den Konservativen herrscht oftmals eine kritisch-distanzierte Grundhaltung gegenüber neueren technologischen Entwicklungen vor, die mit einer geringeren Technisierung des Arbeitsplatzes oder Wohnraumes einhergeht. Deshalb findet das selbst gesteuerte Lernen mit Hilfe von Medien nur wenig Zuspruch (14,6% vs. ø 28,1% vs. Moderne Performer 39,4%).

TRADITIONSVERWURZELTE (15%)

Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegsgeneration: Verwurzelt in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur

Lebenswelt

- Die Traditionsverwurzelten sind die sicherheits- und ordnungsliebende Kriegsgeneration. Ihre Wurzeln haben sie entweder in der kleinbürgerlichen Welt oder in der traditionellen Arbeiterkultur. Sie verstehen sich als die Bewahrer der traditionellen Werte Pflichterfüllung, Disziplin und Moral.
- Inzwischen sind die meisten Rentner oder Pensionäre, nach einem Arbeitsleben in der unteren Mitte der Gesellschaft (kleine Angestellte und Beamte, Arbeiter, Bauern).
- Sie setzen fort, was sie auch früher gelebt haben: die Pflege von Familien- und Nachbarschaftsbanden, die Suche nach Anerkennung im unmittelbaren sozialen Umfeld. Sich selbst in den Mittelpunkt stellen, Traditionelles und Bewährtes aufzugeben, kommt für sie nicht in Frage.
- Ihre Interessen kreisen eng um die eigenen vier Wände, die Familie und vor allem inzwischen um die eigene Gesundheit. Fernsehen, Basteln, Gartenarbeit, manchmal auch Ausflüge und Kaffeefahrten füllen die freie Zeit. Nach einem arbeitsreichen Leben genießen sie es „sich auszuruhen“.
- Die Traditionsverwurzelten sind sehr zurückhaltende Konsumenten. Ein Leben lang haben sie gespart und nur „Sinnvolles“ und Notwendiges angeschafft. Auch heute halten sie ihr Geld zusammen und sind für sich selbst sehr sparsam. Kinder und Enkelkinder unterstützen sie dagegen gerne.

Soziale Lage

- Altersschwerpunkt in der Kriegsgeneration (65 Jahre und älter);
- entsprechend hoher Frauenanteil
- Überwiegend Hauptschule mit abgeschlossener Berufsausbildung
- Hoher Anteil von Rentnern und Pensionären; früher: kleine Angestellte und Beamte, Arbeiter, Facharbeiter und Bauern
- Meist kleine bis mittlere Einkommen

Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen

Das Milieu der Traditionsverwurzelten ist in der Stichprobe unserer Münchner Erhebung nur mit zwölf Fällen, also stark unterdurchschnittlich vertreten⁷⁹. Eine Einbeziehung in die quantitativen statistischen Auswertungsverfahren war aufgrund dieser geringen Fallzahl nicht möglich. Dennoch wird auf der Basis dieser Fälle in aller Vorsicht und Vorläufigkeit versucht, Hypothesen zu formulieren. Eine Quantifizierung in Prozentwerten erscheint nicht sinnvoll. Um die Größenverhältnisse in den Rohdaten nicht ganz auszublenden, werden im Folgenden z. T. die absoluten Zahlen wiedergegeben. So geben von den zwölf Befragten fünf an, im letzten Jahr Weiterbildungen besucht zu haben. Das deutet auf ein erwartungsgemäß schwaches Weiterbildungsinteresse hin.

Auf Interesse (je drei Nennungen) stoßen insbesondere die Themengebiete „Medizin und Gesundheit“, sowie „Erziehung, Pädagogik, Psychologie“. Das Interesse am Themengebiet Gesundheit lässt sich auf den hohen Altersdurchschnitt dieses Milieus zurückzuführen, so wurde in der Freiburger Studie z. B. die bei Älteren sehr beliebte „Rückenschule“ genutzt (vgl. Barz 2000, S. 107).

Dass auch für das Themengebiet „Kunst, Literatur, Religion, Geschichte und Länderkunde“ Kursteilnahmen vermerkt werden, erinnert an die Bildungsbeflissenheit vieler Milieuangehöriger. Oftmals hat man das Gefühl, durch den erreichten Bildungsabschluss defizitär „gebildet“ zu sein und Kenntnisse in bestimmten Themengebieten, vornehmlich im kulturellen Bereich, nachholen zu müssen (vgl. Barz 2000, S. 70). Trotz einer grundsätzlichen Lebenszufriedenheit bedauert man verpasste Bildungschancen und sieht im Alter die Möglichkeit, diese zu kompensieren. Die Orientierung am Milieu der Konservativen wird hier deutlich: auch bei diesen stieß die kulturelle Bildung auf besonderes Interesse.

Weniger interessiert (je eine Nennung) zeigen die Befragten sich hingegen im Umweltschutz, den Fremdsprachen, politischen Themen

und Rechtsfragen. Politisches und soziales Engagement findet vornehmlich im kleinen Rahmen, z. B. in der Nachbarschaftshilfe, in Vereinen auf Ortsebene, in der Beziehungsgruppe oder im kirchlichen Bereich statt (vgl. Ueltzhöffer 2000, S. 44ff.).

Lernziele und Erwartungen

Die Milieuangehörigen stimmen der Aussage, dass jeder bereit sein sollte, sich ständig weiterzubilden, überwiegend zu (sechs Nennungen vs. eine Ablehnung). (Weiter)Bildung wird von den Traditionsverwurzelten als Privileg verstanden und entsprechend geschätzt (vgl. Barz 2000, S. 89).

Fünf Milieuangehörige sind der Ansicht, dass Weiterbildung eine wichtige Hilfe sei, um im Alltag besser zurechtzukommen, drei hingegen lehnen diese Aussage ab. Bei den Traditionsverwurzelten hat „Bildung“ nur eine bedingt positive Konnotation: so wird Bildung in ihrem negativen Verständnis „durch den Intellektuellen mit ‚null praktischen Fähigkeiten‘“ personifiziert (Barz 2000, S. 88). Auch fehlen „Gebildeten“ aus Sicht der Milieuangehörigen oftmals Herzensbildung, Einfühlungsvermögen, Menschenkenntnis und Bescheidenheit. So kennt eine Interviewpartnerin in der Freiburger Studie „au viel, die studiert hänn, die aber trotzdem Affe sinn“ (Barz 2000, S. 90).

Die Fragen zu den Erwartungen an eine Weiterbildungsveranstaltung wurden nur von acht der zwölf Befragten bearbeitet. Sieben der Befragten sind der Ansicht, es hinge vom Dozenten ab, was ein Kurs bringe. Die Milieuangehörigen möchten vor allem etwas Neues lernen und ihren Horizont erweitern (sieben Zustimmungen)⁸⁰. Sechs der Befragten sind der Ansicht, die Kursräume sollten ansprechend wirken, während für jeweils fünf der Befragten der günstige Preis einer Veranstaltung eine entscheidende Rolle spielt und ein Kurs nur dann gut ist, wenn er Spaß macht.

Die kommunikative Ebene scheint den Traditionsverwurzelten weniger wichtig zu sein: so halten die Befragten wenig von gruppendynamischen Übungen zur Verbesserung der Lernatmosphäre, erwarten es nicht, nette Leute in einem Kurs kennen zu lernen oder einen verständnisvollen Dozenten zu haben, der auch über Privates spricht (je sechs Ablehnungen)⁸¹. Dieses Ergebnis stimmt mit den Erwartungen, die in der SIGMA-Studie (vgl. Ueltzhöffer 2000, S. 70ff.) an bürgerschaftliches Engagement gestellt wurden, überein: auch hier erhofften die Milieuangehörigen⁸² sich vornehmlich „ein gutes Programm geboten“ zu bekom-

men, während am Kennenlernen neuer Leute, dem gemeinsamen Problemlösen mit anderen oder gar dem gemeinsamen Engagement mit Ausländern oder Personen, die ganz anders denken oder leben als die Milieugehörigen im Milieuvvergleich jeweils mit Abstand das geringste Interesse bestand. Hier zeigen sich die milieutypischen Tendenzen des Cocooning, des Rückzugs auf Bewährtes und Gewohntes und der Angst vor Neuem und Fremdem.

Berufliche Weiterbildung

An beruflicher Weiterbildung hat von den Befragten nur eine Person teilgenommen, die auf eigenen Wunsch einen Lehrgang zur Anpassung an neue Aufgaben in ihrem Beruf besuchte. Die Ziele, die die Traditionsverwurzelten mit beruflicher Weiterbildung verfolgen, sind auf die Erhaltung der beruflichen Position bezogen, die auch die Bereitschaft, sich „auf dem Laufenden zu halten“ beinhaltet. So würden bei einer hypothetischen Kursteilnahme sechs von sieben Antwortenden die Auffrischung veralteter Kenntnisse und je fünf die Erweiterung der Kenntnisse und die Anpassung an neue Entwicklungen anstreben. Ein weiteres wichtiges Ziel beruflicher Bildung scheint die Sicherung des Arbeitsplatzes durch die Erhöhung der Qualifikation zu sein. So stimmten der Aussage, man wolle beruflich nicht so festgelegt sein, sechs der acht Antwortenden zu, während vier angaben, eine berufliche Verschlechterung vermeiden zu wollen. Die Zielsetzungen der Befragten sind ausgesprochen milieutypisch: Es herrscht ein enormes Sicherheitsbedürfnis und Streben nach der Erhaltung des Status quo vor, man möchte in wohl geordneten Verhältnissen leben und den erreichten bescheidenen Wohlstand bewahren.

Allerdings lehnt man ein übertriebenes Aufstiegsstreben ab, man ist sich seiner erreichten Position in der Gesellschaft bewusst und mit dieser demonstrativ zufrieden: eine sichere berufliche Stellung ist wichtiger als Karriere. So wird das Ziel, einen beruflichen Aufstieg erreichen zu wollen, von sechs der sieben Antwortenden abgelehnt. Ebenso wenig wird das Nachholen einer beruflichen Abschlussprüfung (fünf Ablehnungen), des Hochschulabschlusses (sechs Ablehnungen) oder eine Umschulung (fünf Ablehnungen) angestrebt.

Barrieren

Von den sieben Nichtteilnehmenden fühlten sich drei zu alt für Weiterbildung, eine Person gab an, keine Zeit gehabt zu haben, während eine weitere sich keinen beruflichen Nutzen erwartet. Das Alter

mag ein wichtiger Hinderungsgrund für die Teilnahme an Weiterbildungsveranstaltungen sein, weil man sich eine Lebenssituation erarbeitet hat, mit der man zufrieden ist: es wurde häufig ein bescheidener Wohlstand geschaffen, die Kinder sind aus dem Haus und man ist in Nachbarschaft, Freundeskreis und Familie gut integriert.

Anderen Antwortvorgaben hinsichtlich Weiterbildungsbarrieren wurde von den wenigen Probanden in der Münchner Befragung nicht zugestimmt. Dies muss insofern überraschen, als man für dieses Milieu durchaus erwarten könnte, dass zumindest gelegentlich Veranstaltungen als zu teuer empfunden werden oder dass einige Milieugehörige sich als schlechte Lerner einstufen (vgl. Barz 2000, S. 110)⁸³. Bei der Konzeption von Angeboten sollten diese möglichen Barrieren dennoch Berücksichtigung finden.

Informelles Lernen

Von den zwölf Befragten haben acht sich im letzten Jahr vor der Erhebung auf informellem Wege weitergebildet. Häufiger wurde das Lesen von Sach- und Fachbüchern oder -zeitschriften (fünf Nennungen), das Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren (fünf Nennungen) und die Unterweisung in Arbeitstechniken durch Verwandte und Freunde (vier Nennungen) praktiziert. Diese informellen Lernmöglichkeiten sind ausgesprochen leicht zugänglich und unabhängig von der beruflichen Position der Milieugehörigen umsetzbar. Interessant ist, dass auch die Expertin des Bildungs-TV-Senders BR-Alpha ihre Klientel vorwiegend in den mittleren Schichten sieht: Bei den Zuschauern des Senders überwiegen mittlere Bildungsabschlüsse – „also nicht die Reichen, Gebildeten“.

DDR-NOSTALGISCHE (6%)

Die resignierten Wende-Verlierer: Festhalten an preußischen Tugenden und alsozialistischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und Solidarität

Die DDR-Verwurzelten sehen sich als Verlierer der Wende, die Vergangenheit wird verklärt und man ist über die Gegenwart vornehmlich verbittert. Die Milieugehörigen führen ein einfaches Leben, konzentriert auf die Familie, und umgeben sich mit gleich gesinnten Freunden.

Es ist davon auszugehen, dass dieses Milieu in München selten anzutreffen ist, nachdem gerade Angehörige dieses Milieus es oftmals ablehnen, in „den Westen“ der BRD umzusiedeln. So besteht die (vom

bayerischen Verfassungsschutz beobachtete) PDS, der die Milieugehörigen politisch oftmals nahe stehen, in Bayern aus 600 Mitgliedern und erreichte im Freistaat bei der Bundestagswahl 2002 (wie auch 1998) 0,7%. Entsprechend gering fiel der Rücklauf der Fragebögen von DDR-Verwurzelten in der Münchner Studie aus (vier Fragebögen), weshalb auf die Auswertung verzichtet wurde.

BÜRGERLICHE MITTE (16%)

Die Status-quo-orientierte, konventionelle Mitte: Der statusorientierte moderne Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen

Lebenswelt

- Lebensziel der Bürgerlichen Mitte ist es, in gut gesicherten, harmonischen Verhältnissen zu leben. Cocooning im gepflegten Ambiente, umgeben von gleich gesinnten und gleich situierten Freunden prägt ihren Lebensrahmen.
- Sie zeigen Leistung und Zielstrebigkeit. Beruflicher Erfolg, eine gesicherte Position und die Etablierung in der Mitte der Gesellschaft sind ihnen wichtig. Manchmal sind sie geplagt von Abstiegsängsten.
- Sie wollen sich einen angemessenen Wohlstand erarbeiten, sich leisten können, worauf sie Lust haben. Dabei bleiben sie aber flexibel und realistisch.
- Ein angenehmes, komfortables Leben, Harmonie im familiären Umfeld und im Freundeskreis charakterisieren den Lebensstil der Bürgerlichen Mitte. Dazu gehört Gäste einladen, gemeinsames Kochen, Vereinsengagement, sportliche Betätigung in der Gruppe oder im Verein ebenso wie die intensive Beschäftigung mit den Kindern.
- Sie konsumieren gerne und mit Genuss, sind convenience-orientiert und haben ein ausgeprägtes Selbstbewusstsein als Verbraucher (Smart Shopper). Sie bevorzugen eine Mischung aus konventionell und modern, aus gediegen und repräsentativ. Sie investieren viel in die Ausstattung ihrer Wohnung / ihres Hauses, lassen dabei aber auch ihr eigenes Outfit nicht zu kurz kommen.

Soziale Lage

- Altersschwerpunkt: 30 bis 50 Jahre, oft Mehr-Personen-Haushalte, kinderfreundliches Milieu
- Qualifizierte mittlere Bildungsabschlüsse
- Einfache / mittlere Angestellte und Beamte; Facharbeiter
- Mittlere Einkommensklassen

Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen

Die Angehörigen der Bürgerlichen Mitte beteiligen sich in der Münchner Studie durchschnittlich an Weiterbildung (60,0% vs. ø 59,2%). Diese dient hier stark dem beruflichen und sozialen Aufstieg bzw. der Etablierung in der Mitte der Gesellschaft, weshalb dem Praxis- und Verwertungsbezug des Gelernten eine zentrale Rolle zukommt. Der pragmatische, berufsbezogene Nutzen von Weiterbildung war bereits in der Freiburger Studie im Neuen Arbeitsmilieu und im Aufstiegsorientierten Milieu, die als Vorläufer der Bürgerlichen Mitte gelten können, von zentraler Bedeutung (Barz 2000, S. 91ff.).

Präferierte Themen sind folglich „Versicherungs-, Renten-, Steuer- und andere Rechtsfragen“ (24,1% vs. ø 16,4%) sowie Veranstaltungen zum Thema „Kaufmännische Weiterbildung (z. B. Personal-, Vertriebs- und Rechnungswesen)“ (20,6% vs. ø 15,1%), die überwiegend im beruflichen Kontext besucht werden. Ebenfalls besonders aktiv ist die Bürgerliche Mitte, wenn es um die Vermittlung „Praktischer Kenntnisse (z. B. Erste Hilfe, Reparaturen im Haus, am Auto usw.)“ geht (24,1% vs. ø 13,8%).

An stärker schönggeistigen, theoretischen und weniger berufsbezogenen Themengebieten hingegen, z. B. „Kunst, Literatur, Religion, Geschichte oder Länderkunde“ (10,2% vs. ø 18,5%) oder „Naturwissenschaften, Technik, Mathematik“ (3,6% vs. ø 8,7%) sind Angehörige der Bürgerlichen Mitte unterdurchschnittlich interessiert. Hier wird offenbar eine grundsätzliche Skepsis gegenüber klassischen Bildungsgütern mit wenig Aktualitätsbezug, die schon in der Freiburger Studie im Neuen Arbeitsmilieu nachgewiesen wurde, wirksam (vgl. Barz 1999, S. 67). Hinzuweisen ist auch auf die geringe Teilnahmeneigung der Bürgerlichen Mitte am ohnehin schwach besuchten Themengebiet Politik (3,6% vs. ø 7,9%).

In der Freizeit bevorzugt man angenehme, gemeinschafts- und familienorientierte Aktivitäten, wobei (z. B. beim Leseinteresse) eher auf den Unterhaltungs- als auf den Bildungswert geachtet wird. Hieraus er-

klärt sich auch die geringe Teilnahme der Bürgerlichen Mitte an Veranstaltungen zu „Kenntnissen, die man für die Ausübung von Sportarten braucht“ (3,6% vs. $\bar{x}$ 9,3%). Stellt man die Berufs- und Aufstiegsorientierung der Milieugehörigen gerade auch bei der Teilnahme an Weiterbildungen in Rechnung, dann werden die Grenzen der Professionalisierung des Freizeitbereiches in diesem Milieu deutlich.

Berufliche Weiterbildung⁸⁴

Entsprechend ihrer Teilnahmemotivation interessieren sich Angehörige der Bürgerlichen Mitte überdurchschnittlich häufig für die Erweiterung beruflicher Kenntnisse (64,4% vs. $\bar{x}$ 59,0%), das Erreichen einer beruflichen Verbesserung (65,2% vs. $\bar{x}$ 53,4%), für das Auffrischen veralteter Kenntnisse (52,2% vs. $\bar{x}$ 40,5%), für berufliche Flexibilität und Mobilität (31,1% vs. $\bar{x}$ 21,7%), für Umschulungen (8,9% vs. $\bar{x}$ 7,5%) und das Nachholen von beruflichen Abschlussprüfungen (8,7% vs. $\bar{x}$ 7,4%) und Hochschulabschlüssen (13,0% vs. $\bar{x}$ 12,2%). Es besteht eine grundsätzliche Bereitschaft zu lebenslangem Lernen und fachlicher Weiterqualifizierung. Hier fügt sich eine Beobachtung aus dem Expertengespräch mit einem Vertreter der Münchner IHK gut ins Bild: In Weiterbildungen der IHK dominieren Teilnehmer aus „mittleren bis höheren beruflichen Positionen“, die man als „karrierewillige Praktiker“ bezeichnen könnte; sie „kommen aus der Praxis, stehen im Beruf, wollen sich weiterqualifizieren“. An dem starken Bemühen, berufliche Verschlechterungen mit Hilfe von Weiterbildung zu vermeiden (57,8% vs. $\bar{x}$ 36,4%), zeigt sich das umfassende Sicherheitsstreben und die hohe Bedeutung einer sicheren beruflichen Position in der Bürgerlichen Mitte.

Lernziele und Erwartungen

Grundsätzlich ist man im Milieu der Bürgerlichen Mitte am stärksten der Ansicht, dass jeder bereit sein sollte, sich ständig weiterzubilden (100% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 96,3% vs. Moderne Performer 93,5% (n. s.)). Diese starke Zustimmung verweist wohl einmal mehr auf die milieutypische Aufstiegsorientierung bzw. das Bemühen um die Sicherung der erreichten Position in der Mitte der Gesellschaft. Auch sind Antworttendenzen im Sinne sozialer Erwünschtheit nicht auszuschließen, zieht man den in den letzten Jahren zu beobachtenden Bedeutungszuwachs von „Bildung“ und „lebenslangem Lernen“ auch im öffentlichen Diskurs in Betracht.

Erwartungsgemäß sind der Praxisbezug einer Weiterbildung und der Erwerb von Kenntnissen, die im Alltag hilfreich sind in der Bürgerlichen Mitte das zentrale Teilnahmemotiv (58,6% vs. $\bar{x}$ 32,4%). Hingegen liegt das reine, sozusagen platonische Interesse an einem Themengebiet in der Bürgerlichen Mitte vergleichsweise selten einer Teilnahme zugrunde (20,7% vs. $\bar{x}$ 45,0%).

In der Bürgerlichen Mitte ist man weniger bereit, in einem Kurs auch höchste Anforderungen zu erfüllen (23,4% vs. Moderne Performer 46,9%). Man erwartet sich hier eher Spaß und Unterhaltung (41,7% vs. Konservative 16,7%), wobei kommunikative und gruppendynamische Aspekte eine wichtigere Rolle spielen als z. B. bei den Konservativen (31,2% vs. 10,9%). So ist ein verständnisvoller Dozent, der bereit ist, auch über Privates zu reden, für die Bürgerliche Mitte wichtiger als für alle anderen Milieus (14,6% vs. $\bar{x}$ 10,1). Gleiches gilt für die Erwartungen an ansprechende Kursräume (31,2% vs. $\bar{x}$ 21,4%) und einen günstigen Preis (39,6% vs. $\bar{x}$ 24,6%). In diesen hier besonders ausgeprägten Erwartungen spiegelt sich die milieutypische Convenience-Orientierung: auf wohldosierten Komfort und Genuss wird viel Wert gelegt. Die geringere Inhaltsorientierung und die höhere Bedeutung der sozialen Beziehungen im Kurs entspricht der hohen Bedeutung von Unterhaltung und Harmonie in diesem Milieu.

Barrieren

Obwohl die Weiterbildungsbeteiligung in der Bürgerlichen Mitte auf einem mittleren Niveau liegt, kann das Weiterbildungspotenzial als noch nicht vollständig ausgeschöpft angesehen werden. So gaben 25,2% (vs. $\bar{x}$ 14,1% vs. Postmaterielle 6,3%) der nichtteilnehmenden Milieugehörigen an, nicht zu wissen, welche Weiterbildungsmöglichkeiten für sie in Frage kämen. 14,9% (vs. $\bar{x}$ 9,9%) hatten keinen passenden Kurs gefunden. An dieser Stelle wird ein erheblicher Beratungsbedarf und die – auch in den Experteninterviews einhellig beklagte – mangelnde Transparenz des Münchner Weiterbildungsmarktes offensichtlich. Die größeren Probleme der Angehörigen der Bürgerlichen Mitte im Umgang mit einer ungeordneten Informationsfülle lassen sich auf den in der Regel etwas niedrigeren Bildungsstand dieses Milieus im Vergleich zu den gesellschaftlichen Leitmilieus zurückführen. Bedenkt man, dass die Angehörigen der Bürgerlichen Mitte über gesamtgesellschaftlich gesehen gute berufliche Positionen und Bildungsabschlüsse auf mittlerem Niveau verfügen, so wird die Bedeutung der Barriere „Intransparenz des Münchner

Weiterbildungsmarktes“ erst recht für die Milieus der Unterschicht deutlich.

Als weitere Barriere wurden häufig finanzielle Aspekte wie die zu hohen Weiterbildungskosten bzw. die zu geringen Zuschüsse benannt (20,2% vs. $\bar{x}$ 11,9% vs. Konservative 2,3%). Die höhere Bedeutung dieser Barriere im Vergleich mit den gesellschaftlichen Leitmilieus dürfte vor allem auf die niedrigere Dotierung der beruflichen Positionen der Milieugehörigen zurückzuführen sein. Möglicherweise ist auch die geringere Wertschätzung von Weiterbildung im privaten Bereich ein Einflussfaktor; im beruflichen Bereich erwartet man die (Teil-)Finanzierung durch den Arbeitgeber.

Vergleichsweise häufig sind Angehörige der Bürgerlichen Mitte auch der Überzeugung, keine guten Lerner zu sein (20,2% vs. $\bar{x}$ 10,4%), was als Hemmschwelle bei der Nutzung von Weiterbildungsangeboten nicht unterschätzt werden sollte. Deutlich häufiger meint man hier, sich ziemlich anstrengen zu müssen, um den Anforderungen im Kurs zu entsprechen. Die Befürchtung, den Anforderungen nicht zu genügen, wurde für die Bürgerliche Mitte bereits in einer anderen Studie als Barriere beschrieben (vgl. Ueltzhöffer 2000, S. 85). Dafür ist sicher die Erfahrung, sich „nur“ für eine mittlere Schulkarriere qualifiziert zu haben, nicht unerheblich.

Im Vergleich zu anderen Milieus spielen die Barrieren Zeitmangel (29,8% vs. $\bar{x}$ 42,4%), die Einstellung, man sei zu alt für Weiterbildung (5,2% vs. $\bar{x}$ 11,3%) sowie schlecht erreichbare Veranstaltungsorte (0% vs. $\bar{x}$ 3,8%) in diesem Milieu eine untergeordnete Rolle. Auch ist man keineswegs der Ansicht, außerhalb organisierter Veranstaltungen besser oder effektiver lernen zu können (0% vs. $\bar{x}$ 5,3%), was sich allerdings nicht auf die Teilnahmebereitschaft am informellen Lernen auswirkt.

Bevorzugte Weiterbildungsveranstalter

Entsprechend der hohen Wertschätzung berufsbezogener Weiterbildung werden Angebote von Firmen und Betrieben besonders intensiv genutzt (46,2% vs. $\bar{x}$ 37,3%). Aufgrund des im Vordergrund stehenden beruflichen Nutzens erscheint es nicht weiter verwunderlich, dass die – in erster Linie im Bereich der allgemeinen Weiterbildung angesiedelten – Volkshochschulangebote nur unterdurchschnittlich genutzt werden (19,2% vs. $\bar{x}$ 27,0%). Ähnliches gilt für kirchliche Institutionen (3,8% vs. $\bar{x}$ 8,2%).

Informelles Lernen

Wie schon die Weiterbildungsbeteiligung an sich ist auch die Beteiligung an informellen Lernformen durchschnittlich. Ausnahmen bilden das „Lesen von Fach- und Sachbüchern oder Fach- und Spezialzeitschriften“ (64,0% vs. ø 77,3% vs. Performer 86,6%) und das Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren (61,9% vs. ø 66,0% vs. Performer 71,8%). Dies dürfte zum einen auf die Auswahl der Freizeitlektüre nach ihrem Unterhaltungswert und weniger nach ihrem Bildungs- oder Qualifikationsgehalt zurückzuführen sein. Hier kommt aber sicher auch die Tatsache zum Tragen, dass informelles Lernen teilweise in der Freizeit geschieht und die Trennung von Arbeit und Freizeit in diesem Milieu eine wesentlich größere Rolle spielt als in den gesellschaftlichen Leitmilieus. Zum anderen scheinen die beruflichen Positionen der Milieugehörigen eine intensive Beschäftigung mit neueren fachlichen Erkenntnissen weniger zu erfordern, als dies z. B. bei den Modernen Performern der Fall ist.

KONSUM-MATERIALISTEN (11%)

Die stark materialistisch geprägte Unterschicht: Anschluss halten an die Konsum-Standards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligung

Lebenswelt

- Gerade auf Grund seiner sehr beschränkten finanziellen Mittel zeigt dieses Milieu einen ausgeprägten Konsum-Materialismus. Viele Milieugehörige konzentrieren sich ganz auf das Hier und Jetzt, auf spontanen und prestigeträchtigen Konsum, um zu beweisen, dass sie mithalten können.
- Sie möchten als „normale Durchschnittsbürger“ gelten, haben aber häufig das Gefühl, in der Gesellschaft benachteiligt zu sein. Ihre Wünsche von einem komfortablen Leben und ihre Träume vom plötzlichen Reichtum stehen oft im krassen Kontrast zur Realität.
- Ihre beruflichen Chancen sind häufig eingeschränkt durch mangelnde Ausbildung und ungünstige persönliche Rahmenbedingungen. Der Anteil der Arbeitslosen ist hoch.
- In ihrer Freizeit möchten sie Unterhaltung, Ablenkung, Action und Spaß. Ausgehen (Kneipen, Fußballveranstaltungen, Einkaufsbummel) ist ebenso beliebt wie zu Hause fernsehen, Videos

ansehen, Videospiele, Musik und Radio hören.

- Wichtige Konsumziele sind für sie die Ausstattung mit moderner Unterhaltungselektronik (Stereoanlage, DVD-Player, Fernsehgerät, Handy), ein „repräsentatives“ Auto, Urlaub (Kurzreisen, Besuch von Freizeitparks) und alles, was die eigene Erscheinung ins „rechte Licht“ setzt (dekorative Kosmetik, Modeschmuck, Duftwässer).

Soziale Lage

- Breite Altersstreuung bis 60 Jahre
- Meist Volks- / Hauptschulabschluss mit oder ohne Berufsausbildung
- Überdurchschnittlich viele Arbeiter / Facharbeiter
- Untere Einkommensklassen
- Häufig soziale Benachteiligungen (Arbeitslosigkeit, Krankheit, unvollständige Familien)

Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen

Die Konsum-Materialisten zählen zu den Milieus, die in der Münchner Studie wie auch in anderen Untersuchungen (vgl. z. B. Media-Gruppe Digital 1999, S. 4), deutlich unterrepräsentiert sind: es nahmen nur zwölf Milieuangehörige an der Befragung teil. Von diesen hatten fünf sich im Jahr vor der Befragung weitergebildet. Wie in den anderen stark unterrepräsentierten Milieus ist davon auszugehen, dass die zwölf Befragten ein stärkeres Weiterbildungsinteresse und eine höhere Weiterbildungsbeteiligung aufweisen als der Milieudurchschnitt.

Teilgenommen hatten die Milieuangehörigen an Weiterbildungen des Themengebietes Medizin und Gesundheit (drei Nennungen). Jeweils zwei Befragte besuchten Lehrveranstaltungen im Bereich Fremdsprachen und Naturwissenschaften, Technik, Mathematik. Diese Themengebiete weisen einen hohen Anwendungs- und Berufsbezug auf.

In Übereinstimmung mit dem geringen gesellschaftspolitischen Interesse dieses Milieus (vgl. Ueltzhöffer 2000, S. 44) wurden keine Veranstaltungen zu den Themengebieten Umweltschutz, Ökologie, Politik und Rechtsfragen besucht. Die stark unterdurchschnittliche Verbreitung von Internetanschlüssen (vgl. Ueltzhöffer 2000, S. 90) und die eher einfachen beruflichen Positionen der Milieuangehörigen machen leicht plausibel, dass die Themengebiete EDV-Anwendungen, kaufmännische sowie gewerblich-technische Weiterbildungen nicht besucht wurden.

Lernziele und Erwartungen

Je acht Befragte sind der Ansicht, dass jeder bereit sein sollte, sich ständig weiterzubilden (Ablehnung durch zwei Befragte) und dass Weiterbildung eine wichtige Hilfe sei, um im Alltag besser zurechtzukommen (Ablehnung durch drei Befragte). Entsprechend erwarten die Befragten von einer Weiterbildung, Kenntnisse zu erwerben, die ihnen im Alltag hilfreich sind (zwei Nennungen), ihnen beruflich nützen oder dass die Veranstaltung Spaß macht (je eine Nennung). Hier wird der stark am Praktischen orientierte Bildungsbegriff deutlich: Gebildete gelten im Alltagsleben als tendenziell ungeschickt und umständlich (Barz 2000, S. 91).

Den abgefragten Einstellungen zur Weiterbildung stimmten die Konsum-Materialisten⁸⁵ vergleichsweise stark zu. So wünschten sich zehn der Befragten einen verständnisvollen Dozenten, während neun Befragte der Ansicht waren, es hänge von diesem ab, was ihnen ein Lehrgang bringe. Hier wird die Bedeutung des Abbaus von Barrieren und der individuellen Unterstützung durch die Lehrperson deutlich (vgl. auch Barz 2000, 112f.).

Sechs Befragten ist die Regulierung durch Zulassungsbedingungen wichtig. Dies könnte ein Hinweis auf das im konsum-materialistischen Milieu sehr deutliche Abgrenzungsbedürfnis nach „unten“, gegenüber sozialen Randgruppen, sein. Weitere sechs Befragte bewerten einen Kurs nur dann als gut, wenn er Spaß macht. Lebensgenuss und Unterhaltung sind bei den Konsum-Materialisten eine zentrale Dimension des Lebensstils: trotz oder gerade angesichts der oftmals vorzufindenden Problemakkumulation in diesem Milieu möchte man „etwas vom Leben haben“.

Für fünf Befragte spielt der günstige Preis einer Veranstaltung eine entscheidende Rolle bei der Auswahl, nur für eine Person ist er „überhaupt nicht“ wichtig. Die Konsum-Materialisten stellen eine gesellschaftliche Gruppe dar, für die sogar die üblichen VHS-Preise oftmals zu hoch sind (vgl. Barz 2000, S. 112). Erschwerend kommt die milieutypische starke Konsumorientierung hinzu: Im Versuch, Anschluss an die Standards der breiten Mittelschicht zu halten, lebt man oftmals über die eigenen Verhältnisse.

Berufliche Weiterbildung

Drei Befragte sind der Ansicht, auch ohne Weiterbildung ganz gute Chancen im Beruf zu haben, sechs der Befragten teilen diese Auffassung nicht. An beruflicher Weiterbildung hatten drei der zwölf Befragten teilgenommen, zweimal mit dem Ziel, sich neuen Aufgaben in

ihrem Beruf anzupassen. Die Teilnahme erfolgte bei zwei Milieugehörigen auf betriebliche Anordnung hin, bei einem aus eigenem Antrieb. Die Ergebnisse der Experteninterviews weisen darauf hin, dass in diesem Milieu die Teilnahme häufiger als in anderen Milieus auf Anordnung hin stattfindet: *„Weiterbildungsferne kommen, wenn sie müssen“* (Experte der Unternehmensberatung Maisberger & Partner).

Ziele einer (hypothetischen) beruflichen Weiterbildung sind in erster Linie die Auffrischung veralteter Kenntnisse, die Erweiterung der Kenntnisse sowie die Anpassung an neue Entwicklungen (je neun Nennungen). Dahinter stehen die Ziele, eine berufliche Verbesserung zu erreichen (neun Nennungen), beruflich aufsteigen zu können (fünf Nennungen) und beruflich nicht so festgelegt zu sein (fünf Nennungen). Einer beruflichen Verschlechterung sollte jedenfalls entgegengewirkt werden (sechs Nennungen). Im Vergleich mit den Traditionsverwurzelten deutet sich eine starke Aufstiegsorientierung der Konsum-Materialisten an. Sie sind mit der erreichten beruflichen Situation oft unzufrieden und streben eine Verbesserung an. Dahinter steht weniger das Ziel, eine interessantere und anspruchsvollere inhaltliche Tätigkeit ausführen zu können, als vielmehr der verbesserte soziale und finanzielle Status, den man durch eine bessere berufliche Stellung zu erreichen hofft. Die berufsbezogenen Hoffnungen, die Konsum-Materialisten hier formulieren, erscheinen bei dieser, besonders von Arbeitslosigkeit bedrohten und betroffenen Gruppe angesichts der Ergebnisse aus den Gruppendiskussionen mit den Arbeitslosen illusorisch. Diese beklagen neben methodisch-didaktischen und ausstattungsbezogenen Defiziten die Praxisferne der Veranstaltungen, das mangelnde Eingehen auf die individuelle Biografie und die bereits vorhandenen beruflichen Qualifikationen sowie die prekäre Verwertbarkeit der Weiterbildungen auf dem Arbeitsmarkt.

Barrieren

Die bei den Befragten des konsum-materialistischen Milieus wirksam werdenden Barrieren sind vergleichsweise breit gestreut. So gaben je zwei Befragte an, dass sie keine Zeit gehabt hätten und die Termine der Weiterbildungen ungünstig lagen. Die Zustimmung zu den zeitlichen Barrieren könnte darauf zurückzuführen sein, dass in den beruflichen Positionen der Milieugehörigen Schichtarbeit relativ häufig vorkommt. Jeweils eine Person hielt die Orte für schlecht erreichbar, die Preise für zu hoch, sich selbst für zu alt, bemängelte fehlende Kin-

derbetreuung oder war der Ansicht, kein guter Lerner zu sein, keine Weiterbildung zu benötigen sowie keinen beruflichen Nutzen erwarten zu können. Alle genannten Barrieren sind für die Milieugehörigen vermutlich von Bedeutung, nachdem die tatsächliche Weiterbildungsbeteiligung dieser Gruppe eher ausgesprochen niedrig sein dürfte (vgl. Barz 2000, S. 111). Beispielsweise waren die Barrieren der fehlenden Kinderbetreuung (vgl. ebd. S. 111), der zu hohen Kosten (vgl. ebd. S. 112), der internalen Attribuierung von Lernschwierigkeiten (vgl. ebd. S. 72), sowie der mangelnden Praxisorientierung (vgl. ebd. S. 91) auch schon in der Freiburger Studie als bedeutsam beschrieben worden.

Ähnliche Situationsbeschreibungen lieferten die Expertengespräche: Zentrale Barrieren der „Benachteiligten“ sind eine niedrige berufliche Qualifikation, gesundheitliche Beeinträchtigungen⁸⁶ sowie „Weiterbildungs- und Lernunerfahrenheit“ und vielfach auch das Fehlen von Schulabschlüssen. Sie befinden sich oftmals „in sozialen Engpasslagen und in sozialen und psychischen Konflikten“ und sind häufig sehr labil. Psychische Probleme können z. B. durch den Arbeitsplatzverlust, „der ihnen schwer zu schaffen macht“ entstehen. Auch die Ergebnisse aus den Gruppendiskussionen mit den Arbeitslosen legen nahe, dass eine Art „Matthäusprinzip“ durch „Angst vor Misserfolg“ und Schwellenängste aufgrund von erfahrenen und zugeschriebenen Bildungs- und Qualifikationsdefiziten entstehen. Sie werden nach Aussagen der Gruppendiskussionsteilnehmer durch die fehlenden Umgangsformen einiger der im Arbeitsamt Beschäftigten weiter erhöht. Weitere externe Faktoren dürften als Weiterbildungsbarrieren wirksam werden: So beschreiben die Experten aus der betrieblichen Weiterbildung (BMW, HVB-Akademie), dass an betrieblichen Weiterbildungen in der Regel „Sachbearbeiter bis mittlere Führungskräfte“ teilnehmen, die „aus der gehobenen bis oberen Mittelschicht kommen“. Zusätzlich würden Fortbildungen angeboten, die speziell für Führungskräfte konzipiert sind. Teilnehmende „aus der Lohnebene“ fänden sich bei Weiterbildungen in München hingegen sehr selten, es besuchten „kaum Unterschichtangehörige“ Weiterbildungsmaßnahmen. Hier kommen auch wenig weiterbildungsfreundliche Haltungen bei Vorgesetzten und Industriemeistern zum Tragen, gerade wenn es um Weiterbildung geht, die nicht direkt auf betriebliche Abläufe bezogen ist (Stressseminare? „Wo hast denn du an Stress?“)

Informelles Lernen

Weniger gut ins Bild passt das Ergebnis, dass alle befragten Konsum-Materialisten angaben, sich im letzten Jahr auf informellem Wege weitergebildet zu haben. So hatten acht Personen Fach- und Sachbücher oder Fachzeitschriften gelesen, sieben war durch Freunde und Verwandte etwas beigebracht worden, je sechs wurden am Arbeitsplatz unterwiesen oder haben sich selbst durch Beobachten und Ausprobieren etwas beigebracht, vier Personen haben Fachmessen und Kongresse besucht, drei weitere Vorträge und je ein/e Befragte/r hat selbst gesteuert mit Hilfe von Medien oder im Qualitätszirkel gelernt.

Die überraschend hohe Beteiligung der Konsum-Materialisten am informellen Lernen mag ein Antworteffekt in Richtung sozialer Erwünschtheit sein und auch ein nicht zu verallgemeinerndes hohes Bildungsinteresse der sehr kleinen Stichprobe widerspiegeln. Auch sind die genannten Formen des Lernens – mit Ausnahme des Besuchs von Fachmessen und Kongressen – eher leicht zugänglich: das Lesen von Fachzeitschriften, das Lernen durch Kollegen, Freunde oder Beobachten und Ausprobieren steht jedem offen. Mit Hilfe von Medien dagegen wurde offenbar wenig gelernt. Dies wird mit den höheren Anforderungen und der größeren Zielgerichtetheit dieser Lernform zusammenhängen; die anderen genannten Formen ergeben sich eher nebenbei und spontan.

EXPERIMENTALISTEN (7%)

Die extrem individualistische neue Bohème: Ungehinderte Spontaneität, Leben in Widersprüchen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde

Lebenswelt

Die Experimentalisten haben große Lust am Leben und Experimentieren. Sie sind tolerant und offen gegenüber unterschiedlichsten Lebensstilen, Szenen und Kulturen. Gleichzeitig lehnen sie Zwänge, Routinen und Rollenvorgaben ab. Vielmehr leben sie lustvoll unterschiedliche Rollen und auch Widersprüche aus (Lifestyle- Avantgarde, neue Bohème).

- Weniger wichtig sind ihnen materieller Erfolg, Status und Karriere. Ihre Ablehnung, sich „lebenslanglich“ festzulegen, führt oft zu ungewöhnlichen Patchwork-Biografien und Karrieren.
- Die Experimentalisten sind mit Multimedia groß geworden und

nutzen intensiv Online-Angebote, Video- und Computerspiele, interaktives Fernsehen. Sie engagieren sich aber auch für gesellschaftliche Randgruppen, betreiben Esoterik, machen mentales Training und gehen kreativen Tätigkeiten nach.

- Ihr Hauptinteresse richtet sich auf Musik, Kunst, Kultur, auf einschlägige Filme und Bücher. Sie haben ein großes Bedürfnis nach Kommunikation und Unterhaltung, sind ständig in Bewegung und dort zu finden, wo etwas Spannendes, Neues los ist.
- Die Experimentalisten geben ihr Geld gerne für Ungewöhnliches, für Dinge abseits des Mainstreams aus. Spontan kaufen sie, was ihnen ins Auge fällt oder in die Nase sticht. Zudem reizen sie moderne Unterhaltungselektronik und vielfältige Outdoor-Aktivitäten (Raves, Techno- Events, Rock- und Pop-Konzerte, Disco, Szene- Lokale, Extremsportarten).

Soziale Lage

- Junges Milieu, Altersschwerpunkt unter 30 Jahre; viele Singles
- Gehobene Bildungsabschlüsse; viele Auszubildende, Schüler und Studenten
- (Mittlere) Angestellte, (kleinere) Selbständige und Freiberufler; auch Arbeiter (Jobber)
- Vergleichsweise hoher Anteil von Personen ohne eigenes Einkommen;
- Haushaltsnettoeinkommen über dem Durchschnitt (gut situierte Elternhäuser)

Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen

Die Experimentalisten beteiligten sich in der Münchner Studie leicht unterdurchschnittlich an Weiterbildung (53,3% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 59,2%). Häufiger als andere besuchten sie Veranstaltungen im Bereich Fremdsprachen (37,5% vs. $\bar{x}$ 22,2%). Darin lässt sich das ausgeprägte Interesse der Experimentalisten an allem Neuen und Unbekannten und die damit verbundene Offenheit gegenüber anderen Kulturen erkennen.

Im Gegensatz dazu ist das Interesse am Themenkomplex „Medizin, Fragen der Gesundheit und der gesundheitsgerechten Lebensführung“ auffallend gering (12,5% vs. $\bar{x}$ 21,9%). Wie die Experteninterviews zur Gesundheitsbildung vermuten lassen, verfolgt dieses sehr junge Milieu seine gesundheitlichen Interessen wahrscheinlich eher im Rahmen alternativer und esoterischer Angebote (bspw. Yoga, Aromatherapie, Chi

Gong, Tai Chi etc.), die von ihnen nicht dem vorgegebenen Item zugeordnet wurden. Auch fühlen sich jüngere Teilnehmer naturgemäß von Veranstaltungen wie die „*Rückenschule*“ wenig angesprochen.

Besonders niedrig fällt auch die Beteiligung der Experimentalisten an Veranstaltungen zu „Versicherungs-, Renten-, Steuer- und anderen Rechtsfragen“ aus (3,1% vs. $\bar{x}$ 16,4% vs. Bürgerliche Mitte 24,1%). Die Motivation für Weiterbildung liegt hier – ganz im Gegensatz zur Bürgerlichen Mitte – nicht in Fach-, Berufs- und Praxisbezogenheit, sondern darin, sich selbst zu verwirklichen und Neues kennen zu lernen.

Lernziele und Erwartungen

Wie alle stark individualistisch geprägten Milieus stimmen die Experimentalisten der Aussage, dass jeder bereit sein sollte, sich ständig weiterzubilden, leicht unterdurchschnittlich zu (94,0% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 96,3%). Bei den stark ich-bezogenen Milieugehörigen bestehen Aversionen gegen allgemeinverbindliche und generalisierende Handlungsverpflichtungen – die Aussage, „jeder sollte selbst entscheiden, ob, wie und wann er sich weiterbildet“ könnte eher mit der milieuspezifischen Grundorientierung übereinstimmen.

Dass Persönlichkeitsentfaltung, Selbstverwirklichung, Kreativität und Kommunikation für die Experimentalisten weitaus wichtiger sind als berufliche Verwertbarkeit, zeigt die im Milieuvergleich geringste Bedeutung des beruflichen Nutzens einer Weiterbildung (31,0% vs. $\bar{x}$ 47,4%).

Entsprechend der hohen Bedeutung von Kommunikation und Unterhaltung findet die Aussage „Ein Kurs ist nur dann gut, wenn er Spaß macht“ (81,2% vs. $\bar{x}$ 74,5%)⁸⁷, ebenso wie die Erwartung, in einem Kurs nette Leute kennen zu lernen, eine vergleichsweise starke Zustimmung (65,9% (n. s.) vs. $\bar{x}$ 57,3)⁸⁸.

*Berufliche Weiterbildung*⁸⁹

Im beruflichen Bereich zeigen die Experimentalisten verstärktes Interesse für Umschulungen. Im experimentalistischen Milieu ist es von zentraler Bedeutung, sich in Arbeit wie in Freizeit selbst kreativ einbringen und verwirklichen zu können. Die Suche nach dem passenden Beruf führt häufig zu unkonventionellen Karrieren und erklärt so möglicherweise das verstärkte Interesse dieses Milieus für Umschulungen (37,5% vs. $\bar{x}$ 21,7%). Als weiteres Ziel beruflicher Weiterbildung wird überdurchschnittlich oft der berufliche Aufstieg (70,1% vs. $\bar{x}$ 60,7%)

und das Nachholen von beruflichen Abschlussprüfungen (27,3% vs. ø 16,9%) angegeben. Dies erklärt sich einmal aus dem jungen Altersschwerpunkt dieses Milieus aber sicher auch aus der Aversion der Milieugehörigen gegenüber der Einordnung in Hierarchien und Zwänge. So sind auch „Anpassungsfortbildungen“ an neue Entwicklungen und Anforderungen unterdurchschnittlich vertreten (91,0% vs. ø 94%).

Barrieren

Zentrale Teilnahmebarrieren stellen für die Experimentalisten der ungünstige Zeitpunkt der Veranstaltungen (21,1% vs. ø 9,1%) sowie Probleme der Erreichbarkeit dar (14,3% vs. ø 3,8%). Zum einen ist dies auf das milieutypische Streben nach Zeitsouveränität, zum anderen auf das Bedürfnis nach Entspannung und Entpflichtung in der Freizeit zurückzuführen: umständliche und Zeit raubende Fahrtwege werden nur ungern in Kauf genommen. Auch dürfte die Verfügbarkeit eines eigenen PKW für viele – oft noch in Ausbildung stehende – Milieugehörige nicht selbstverständlich sein.

Ein weiteres, hier stärker ins Gewicht fallendes Nichtteilnahmemotiv ist die ablehnende Haltung des Arbeitgebers gegenüber den Weiterbildungswünschen der Milieugehörigen (7,0% vs. ø 2,0%). Diese ist möglicherweise auf die Diskrepanz zwischen den Arbeitgeberinteressen und dem im Milieuvvergleich geringsten Interesse der Experimentalisten am beruflichen Nutzen einer Weiterbildung (31,0% vs. ø 47,4%) zurückzuführen.

Häufig hatten die Experimentalisten auch „keine Zeit“ für Weiterbildung (52,6% (n. s.) vs. ø 42,4% vs. Konservative 15,9%). Da der Begriff „Freizeit“ bei den Experimentalisten tendenziell wörtlich verstanden wird, bestehen Aversionen gegenüber organisierten (Weiterbildungs)Veranstaltungen. Überdurchschnittlich stimmten die Experimentalisten auch der Aussage zu, die Veranstaltungen seien zu teuer und die Zuschüsse zu gering gewesen (17,5% (n. s.) vs. ø 11,9%). Hier empfiehlt sich eine möglichst offene Programmgestaltung, die Spontanbesuche ermöglicht und keine hohen Teilnahmegebühren beinhaltet.

Bevorzugte Weiterbildungsveranstalter

In der Münchner Studie stellen die Experimentalisten das Milieu, das die Volkshochschulen am stärksten besucht (47,1% vs. ø 27,0%). Dies lässt sich auf das ausgesprochen breit gefächerte Programm, die verhältnismäßig günstigen Preise, die gute Erreichbarkeit, die zahlrei-

chen Terminmöglichkeiten, die kaum vorhandenen Zugangsvoraussetzungen (mit Ausnahme von Sprachkursen) und die relative Unverbindlichkeit, die die Volkshochschule bietet, zurückführen (vgl. auch Barz 2000, S. 122ff.)⁹⁰.

Da die Berufsorientierung bei den Experimentalisten ein untergeordnetes Motiv der Weiterbildungsteilnahme darstellt, wurden Firmen, Betriebe (27,5% vs. ø37,3%), Berufsverbände, Kammern und Arbeitgeberverbände (5,9% vs. ø12,2%) und auch Universitäten und Fachhochschulen (5,9% vs. ø13,1%) von den Experimentalisten unterdurchschnittlich besucht.

Aufgrund der milieutypischen Kirchendistanz sowie dem Image kirchlicher Weiterbildung als auf religiöse Themen begrenzt wurden kirchliche Institutionen von den Experimentalisten unterdurchschnittlich aufgesucht (3,9% vs. ø 8,2%).

Informelles Lernen

Entsprechend ihrer Vorliebe für Individualität und Zeitsouveränität beteiligen die Experimentalisten sich am informellen Lernen. Das „Lesen von Fach- und Sachbüchern oder -zeitschriften“ (84,6% vs. ø 77,3%) und das „Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren“ (70,7% vs. ø 66,0%) wurden von den Experimentalisten überdurchschnittlich genutzt. Da Experimentalisten⁹¹ im Milieuvergleich am häufigsten über Internetzugang verfügen (vgl. Ueltzhöffer 2000, S. 90) und als „ausgesprochene Internet-Heavy-User“ (Media-Gruppe Digital 1999, S. 14) gelten (mehr als 80% sind mehrmals pro Woche online), ist die nur durchschnittliche Beteiligung am selbst gesteuerten Lernen mit Hilfe von Medien überraschend. Die Erklärung könnte darin liegen, dass der Internetnutzungsschwerpunkt eher im Bereich von Spiel, Kommunikation und Unterhaltung liegt und demgegenüber der Gebrauch von Lernsoftware ein hohes Maß an Selbstdisziplin erfordert.

HEDONISTEN (11%)

Die Spaß-orientierte moderne Unterschicht / untere Mittelschicht: Verweigerung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft.

Lebenswelt

- Die Hedonisten sind die spaßorientierte untere Mittel- bis Unterschicht, immer auf der Suche nach Fun und Action, Unter-

haltung und Bewegung (on the road). Nur nicht sein wie „die Spießer“. Gleichzeitig haben sie oft Träume von einem geordneten Leben mit Familie, geregelter Einkommen und schönem Auto / Motorrad.

- Bezogen auf den Beruf führen viele eine Art Doppel-Leben, angepasst an den Berufsalltag, im Gegensatz zum hedonistischen Lebensstil in der Freizeit. Trotz und auf Grund dieser partiellen Anpassung haben sie häufig aggressive Underdog-Gefühle gegenüber ihrer (Arbeits-)Umwelt.
- Die Hedonisten leben ganz im Hier und Jetzt, möchten sich wenig Gedanken um die Zukunft machen. Dabei zeigen sie Spaß an der Provokation der „Spießer“ und der Identifikation mit „krassen“ Szenen, Clubs und Fangemeinden.
- In besonderem Maße interessieren sie sich für Fernsehen, Video, Musik, Computerspiele, Sport (Fußball, Squash), Kino-, Disco- und Kneipenbesuche.
- Sie konsumieren gern und viel – soweit das ihr limitiertes Budget zulässt. Gemäß ihrem ausgeprägten Unterhaltungsbedürfnis interessieren sie sich für Produkte wie Stereo- und HiFi-Anlagen, Multimedia-Ausstattung, Videos, CDs, aber auch für „Klamotten“, Modeschmuck, Uhren, Kosmetik, Duftwässer, Sportausstattung und -bekleidung, und natürlich Autos und Motorräder.

Soziale Lage

- Jüngere und mittlere Altersgruppen bis 50 Jahre; Schwerpunkt unter 30 Jahre
- Einfache bis mittlere Formalbildung – relativ oft ohne abgeschlossene Berufsausbildung
- Einfache Angestellte und Arbeiter; viele Schüler und Auszubildende
- Vergleichsweise großer Anteil von Personen ohne eigenes Einkommen; keine erkennbaren Schwerpunkte beim Haushaltseinkommen

Weiterbildungsbeteiligung und Themeninteressen

Die Hedonisten stellen eines der vier sozialen Milieus dar, in denen die Zahl der zurückgesandten Fragebögen der Münchner Erhebung so gering war, dass eine statistische Auswertung der Daten nicht

möglich ist. Wie in den anderen Milieus mit einer sehr geringen Antwortquote ist davon auszugehen, dass die sechs Milieugehörigen, die an der Befragung teilgenommen haben, eine höhere Weiterbildungseteiligung und ein höheres Interesse an Weiterbildung zeigen als der Milieudurchschnitt, der ein eher gebrochenes Verhältnis zu Bildungsinstitutionen aufweist (vgl. Barz 2000, S. 120).

Neben den unterschichtstypischen Berührungsgängsten gegenüber Befragungen von Universitäten, zumal im Themenbereich Weiterbildung, könnte die anti-bürgerliche und arbeitsvermeidende Grundorientierung der Hedonisten die geringe Rücklaufquote mitverursacht haben: In der Freizeit zieht man Freiheit, Spontaneität, Spaß und Entpflüchtung dem Zeit raubenden Ausfüllen eines Fragebogens vor.

Von den sechs Befragten haben vier an Weiterbildungsveranstaltungen teilgenommen. Drei von ihnen belegten Kurse zum Themengebiet Medizin und Gesundheit, während je ein/e Befragte/r praktische Kenntnisse oder Kenntnisse zur Ausübung von Sportarten erwarb. Ein/e Befragte/r besuchte ein „anderes“ Themengebiet.

Lernziele und Erwartungen

Die Übereinstimmung der sechs Befragten, dass jeder bereit sein müsse, sich ständig weiterzubilden, verweist auf das grundsätzliche Streben der Hedonisten nach Aktualität und Neuem. Vier der Befragten sind der Auffassung, Weiterbildung sei eine wichtige Hilfe, um im Alltag besser zurecht zu kommen. Möglicherweise wird die Frage auf die Informiertheit in den eigenen Special-Interest-Gebieten bezogen (z. B. Lifestyle, Musikszene, Esoterik, Sport).

Als Lernziele beim Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen wurden zweimal der berufliche Nutzen und einmal der Erwerb von Kenntnissen, die im Alltag hilfreich sind, genannt. Das Kennenlernen von Menschen, kreative Betätigung sowie „Spaß“ (jeweils keine Zustimmung) werden wohl eher außerhalb von Weiterbildungsveranstaltungen erwartet.

So ist auch nur ein/e Befragte/r „eher“ der Ansicht, ein Kurs sei nur dann gut, wenn er Spaß macht. Alle Befragten möchten vor allem etwas Neues lernen und ihren Horizont erweitern (fünf „eher“), hierbei wäre man sogar bereit, höchste Anforderungen zu erfüllen (fünf Nennungen).

Dieses Ergebnis erscheint auf den ersten Blick milieuuntypisch. Allerdings suchen sich die Hedonisten keineswegs in jedem Lebensbereich die „einfachste“ Lösung, so pflegen sie z. B. aufwändige und mit

Begeisterung betriebene Freizeitaktivitäten. Ist ein Kurs nur ausreichend unkonventionell oder spannend, so könnten hohe Anforderungen sogar die Teilnahmebereitschaft der Hedonisten fördern. Ein Beispiel wäre das weit überdurchschnittliche und im Milieuvvergleich höchste Interesse der Hedonisten, sich im freiwilligen Polizei- und Ordnungsdienst zu engagieren (vgl. Ueltzhöffer 2000, S. 60)⁹².

Auch die Rahmenbedingungen einer Lehrveranstaltung sind den Hedonisten nicht unwichtig. So meinen vier Befragte, es hinge in erster Linie vom Dozenten ab, was ein Kurs ihnen bringt, wobei man sich keinen verständnisvollen, auch Privates thematisierenden Dozenten wünscht (vier Ablehnungen). Allerdings sollten die Kursräume „eher“ ansprechend wirken (fünf Nennungen), man wünscht sich „eher“ nette Leute kennen zu lernen (vier Nennungen), auch werden gruppendynamische Übungen zur Verbesserung der Lernatmosphäre „eher“ akzeptiert (vier Nennungen). Alle Befragten lehnen die Regulierung durch Zulassungsbedingungen ab (fünf „eher“). Während Zertifikate den Milieugehörigen unwichtig sind, geben drei an, der günstige Preis spiele eine entscheidende Rolle.

Da die Ablehnung des Items „einen angefangenen Kurs ziehe ich unter allen Umständen durch“ vergleichsweise hoch ausfällt (vier Nennungen „eher nicht“) ist bei einem unzufriedenstellenden Kursablauf eine hohe Abbrecherquote zu erwarten (vgl. auch Barz 2000, S. 120).

Berufliche Weiterbildung

Keiner der sechs Milieugehörigen hat im befragten Zeitraum eine berufliche Weiterbildung wahrgenommen. Dies zeigt die starke Freizeitorientierung der Hedonisten. Obwohl auch in diesem Milieu Wünsche nach Erfolg, Anerkennung und höherem Einkommen durchaus vorhanden sind, scheitern entsprechende Hoffnungen oft an der Vermeidung ernsthafter diesbezüglicher Anstrengungen, wie sie ja auch eine konsequent besuchte Weiterbildungsveranstaltung beinhaltet.

Barrieren

Die zwei Milieugehörigen, die keine Weiterbildungsveranstaltungen besucht haben, gaben dafür Zeitgründe (zwei Nennungen), finanzielle Gründe (eine Nennung) und die Unsicherheit an, was in Frage käme (eine Nennung).

Die Zeitgründe sind wohl auf die zentrale Bedeutung der Freizeit als arbeitsfreie Zeit zurückzuführen. Man erwartet offenbar von ei-

ner Weiterbildungsveranstaltung weder Spaß, noch die Möglichkeit sich kreativ betätigen zu können oder nette Leute kennen zu lernen – Aspekte, die den Hedonisten in der Freizeitgestaltung aber sehr wichtig sind. Finanzielle Engpässe sind im Milieu der Hedonisten aufgrund der hohen Konsumorientierung an der Tagesordnung. Geld ist Mittel zum Zweck und wird spontan für das ausgegeben, was den Milieugehörigen wichtig ist.

Informelles Lernen

Entsprechend ihrer Aversion gegenüber allem Verschulten und Institutionalisierten besteht im Milieu der Hedonisten eine starke Präferenz für autodidaktisches Lernen (vgl. Barz 2000, S. 122). Fünf der sechs Milieugehörigen haben sich im Jahr vor der Erhebung auf informellem Wege weitergebildet. Fünf der Befragten haben Fach- und Sachbücher oder Fachzeitschriften gelesen, vier haben Vorträge besucht, zwei wurden am Arbeitsplatz unterwiesen und jeweils eine Person hat durch Beobachten und Ausprobieren gelernt, wurde von Freunden oder Verwandten belehrt oder hat Fachmessen bzw. Kongresse besucht. Angesichts der zentralen Bedeutung des „Updating“, des „Auf-dem-Laufenden-bleiben“ in der Freizeitkultur der Hedonisten ist die hohe Beteiligung nicht verwunderlich und eine Vertrautheit mit informellen Lernformen vorzusetzen, die auch am Arbeitsplatz und in Weiterbildungsangeboten berücksichtigt und gefördert werden sollte.

5. Weiterbildungsinstitutionen, Adressaten und Marketing

(Rudolf Tippelt / Meike Weiland)

Der Weiterbildungsmarkt in München ist wie in ganz Deutschland hart umkämpft. Dies bestätigen auch die von uns geführten Experteninterviews. Neben den Volkshochschulen, deren ans Selbstverständliche grenzender Bekanntheitsgrad von keinem anderen Veranstalter erreicht wird,⁹³ werben eine Vielzahl weiterer öffentlicher und privater Anbieter um potenzielle Teilnehmer. Der Konkurrenzdruck und der Rückgang staatlicher Subventionen machen es notwendig, offensiv mittels Bildungsmarketing Einfluss auf den Markt zu nehmen (vgl. Tippelt/Eckert/Barz 1996). Wie in den traditionellen Zielgruppenstrategien wird der Weiterbildungsadressat in den Blick genommen. Sein Urteil, seine Wünsche werden entscheidend und bestimmen immer mehr die Angebotsvielfalt – auch im Bereich der öffentlich geförderten Erwachsenenbildung. Die Einstellungen, Erwartungen und Wünsche der zu gewinnenden und zu haltenden Zielgruppen in Bezug auf Dozenten, Kursgestaltung, Ambiente und Angebotstypen bieten wertvolle Anhaltspunkte, wie Weiterbildung in Zukunft gestaltet werden muss, um den Adressaten bzw. Kunden zu erreichen.

Nach Meinung der interviewten Experten führt das breite Weiterbildungsangebot in München einerseits zu einer starken Konkurrenzsituation. Die Träger und Veranstalter müssen laufend ihre Konzepte und Angebote überdenken und weiterentwickeln. Finanzstarke Anbieter sind dabei im Vorteil, Nischen für neue Anbieter sind kaum zu finden. Andererseits ist es für die Weiterbildungsinteressierten schwer, sich zu orientieren und das passende Angebot für sich zu finden. Die Transparenz auf dem Münchner Weiterbildungsmarkt ist verbesserungsbedürftig. Abhilfe könnte eine unabhängige Weiterbildungsberatung schaffen, aber auch ein regelmäßig zu aktualisierendes Handbuch zum Weiterbildungsangebot, wie es die Münchner Volkshochschule im Jahr 2001 herausgegeben hat. Eine Schärfung der Profile einzelner Anbieter scheint ebenfalls notwendig.

Auf die Frage, welche Träger oder Veranstalter sie in München als besonders wichtig erachten, geben viele Expertinnen und Experten

die Münchner Volkshochschule an. Es handelt sich hierbei um die größte kommunale Weiterbildungseinrichtung in Europa mit einem beispiellos umfassenden Veranstaltungsangebot. Im beruflichen Bereich werden die Handwerkskammer, die Industrie- und Handelskammer und das Arbeitsamt genannt. Als weniger engagiert im Bereich der Weiterbildung werden die Universitäten eingeschätzt, die aber durchaus über ein bedeutsames Potenzial verfügen. Des Weiteren sei es bedauerlich, dass im Bereich des Führungstrainings und der Managementseminare kaum renommierte Anbieter in München ansässig seien, lediglich in den Firmen selbst würden dazu qualifizierte Weiterbildungen durchgeführt.

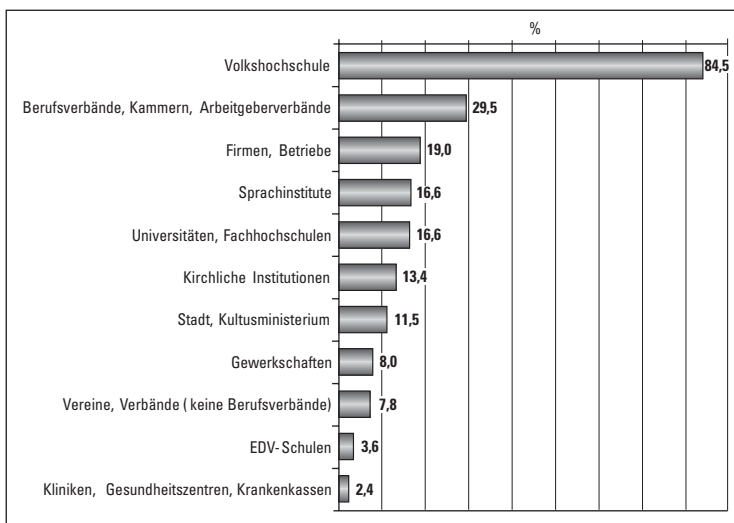
Im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen sind sich die Experten einig, dass dem Lernen mit elektronischen Medien in den kommenden Jahren eine größere Bedeutung zukommen wird, wobei einige der Ansicht sind, dass die Wirkung der Printmedien und Präsenzveranstaltungen abnehmen werde, während andere von einer Ergänzung durch multimediale Lernformen ausgehen. Zumindest wird es nach Ansicht vieler Expertinnen und Experten zu einer Veränderung der Rolle der/s Lehrenden kommen, die um eine beratende, koordinierende oder auch unterhaltende Funktion ergänzt wird. Die Anforderungen an die Teilnehmenden, sich selbst zu informieren und die geeignete Lernform zu wählen, werden steigen und Eigeninitiative wird die maßgebliche Hürde für die Beteiligung darstellen. Im Sinne einer Zielgruppenorientierung sollte auf die Wünsche der Teilnehmenden eingegangen werden, was u. a. die Notwendigkeit, Inhalte schneller zu vermitteln, nach sich zieht. Gleichzeitig wird ein Trend zur Systematisierung und Professionalisierung, zur Maßschneidung des Angebots und zur Flexibilisierung von Zeiten und Orten der Weiterbildung beobachtet. Eine stärkere Verbindung von Wissenschaft bzw. universitärer Weiterbildung und privater, betrieblicher oder öffentlicher Erwachsenenbildung erachten etliche als wichtig. Auch wäre eine Aufhebung der starken fachlichen Trennung in vielen Einrichtungen wünschenswert, da sich Interdisziplinarität durchsetze und sich z. B. eine Zusammenarbeit von Gesundheitsbildung und Psychologie als sehr erfolgreich erwiesen hat. Als Folge der genannten Prozesse wird Wissensmanagement vordringlich, die Vernetzung von Institutionen, zunehmende Internationalisierung, Bildungsmarketing, die stärkere Ausrichtung der Angebote an den antizipierbaren Interessen von Zielgruppen und geeignete Bildungswerbung werden wichtiger.

5.1 Weiterbildungsinstitutionen und ihre Teilnehmenden

Im Rahmen der Fragebogenerhebung wurde erfasst, welche Veranstalter die Teilnehmenden für ihre Weiterbildung im Untersuchungszeitraum (Mai 2000 bis April 2001) wählten. Zusätzlich wurden alle Befragten aufgefordert, diejenigen Weiterbildungsveranstalter zu nennen, die ihnen spontan einfallen. Daraus ergeben sich einerseits Informationen zum Bekanntheitsgrad von Einrichtungen und andererseits zur tatsächlichen Nutzung unterschiedlicher Träger und Veranstalter.

Spontan wurde als Weiterbildungsveranstalter die Volkshochschule von 84,5% der Befragten genannt⁹⁴. Sie nimmt damit den absoluten Spitzenplatz bezogen auf den Bekanntheitsgrad ein. Berufsverbände, Kammern und Arbeitgeberverbände folgen mit 29,5%. Immerhin noch 19% der Befragten nannten Firmen oder den eigenen Betrieb als Weiterbildungsanbieter und jeweils 16,6% Sprachinstitute bzw. Universitäten und Fachhochschulen.

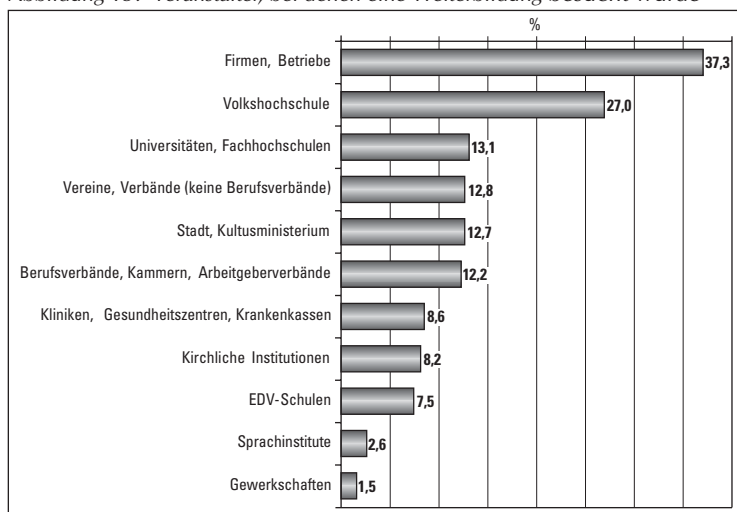
Abbildung 14: Spontan genannte Weiterbildungsinstitutionen



Bei den tatsächlich besuchten Weiterbildungsveranstaltern ergibt sich ein anderes Bild.⁹⁵ Spitzenreiter sind hier mit 37,3% der befragten Weiterbildungsaktiven die Firmen bzw. der eigene Betrieb, gefolgt

von der Volkshochschule mit 27%. An Veranstaltungen der Universitäten/Fachhochschulen, verschiedener Vereine und Verbände (keine Berufsverbände), der Stadt (bspw. dem Pädagogischen Institut), der Kultusministerien (mit ihren Angeboten für Lehrkräfte) und der unterschiedlichen Berufsverbände, Kammern und Arbeitgeberverbände nahmen zwischen 13,1% und 12,2% der Befragten teil.

Abbildung 15: Veranstalter, bei denen eine Weiterbildung besucht wurde



Vergleicht man den Bekanntheitsgrad einer Institution mit ihrer Teilnahmequote, ergeben sich interessante Differenzen. Einige Institutionen sind zwar relativ bekannt und werden spontan mit Weiterbildung in Verbindung gebracht. Dies bedeutet aber nicht, dass ihre Veranstaltungen im gleichen Maße auch besucht werden. Eine besonders große Differenz weist hier die Volkshochschule auf, aber auch die Berufsverbände, Kammern und Arbeitgeberverbände sowie Sprachinstitute sind betroffen.

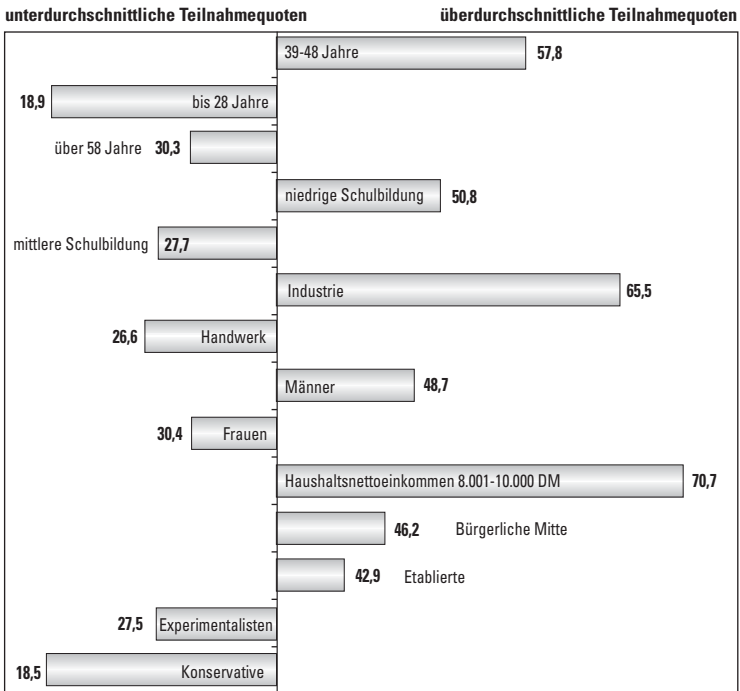
Zur genaueren Analyse derjenigen Personen, die sich aufgrund des Angebots, des Images, des Marketings und weiterer Einflussfaktoren für einen bestimmten Weiterbildungsanbieter entscheiden, wurde eine Auswertung ausgewählter Träger nach Personenmerkmalen der Teilnehmenden durchgeführt. Hierbei sind jene Gruppen identifizierbar, die überdurchschnittlich oft bzw. besonders selten den jeweiligen Anbieter

nutzen.⁹⁶ Zu beachten ist, dass viele Gruppen durchschnittlich teilnehmen. Diese durchschnittlich teilnehmenden Gruppen werden also ausreichend von den Veranstaltern erreicht und deshalb nicht explizit in den folgenden Gegenüberstellungen aufgeführt.

5.1.1 Firmen und Betriebe als Weiterbildungsveranstalter

Firmen und Betriebe konzentrieren sich auf die berufliche Anpassungs- und Aufstiegsfortbildung sowie auf Einarbeitungslehrgänge. Es werden die eigenen Mitarbeiter aber auch Beschäftigte anderer Firmen mit Hilfe von Weiterbildungsabteilungen, firmeninternen Bildungszentren oder durch externe Trainer weitergebildet.

Abbildung 16: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen bei Firmen und Betrieben in Prozent
(durchschnittliche Teilnahmequote: 37,3%)⁹⁷



Überdurchschnittlich oft werden die Angebote der Firmen und Betriebe von Personen zwischen 39 und 48 Jahren in Anspruch genommen. Dagegen sind die Jüngeren bis 28 Jahre und die Älteren über 58 Jahre unterrepräsentiert. Bei den jungen Alterskohorten liegt die Berufsausbildung in der Regel keine 10 Jahre zurück, weshalb die Qualifikationen, Fertigkeiten und Kenntnisse in der Regel den aktuellen technologischen Anforderungen entsprechen. Trotzdem ist es oft notwendig, in Form von Einarbeitungslehrgängen die Kenntnisse den spezifischen Anforderungen des Betriebs anzupassen (z. B. bei Absolventen der Universitäten und Fachhochschulen) und gezielt die Kompetenzentwicklung zu fördern.

Mit zunehmender Berufserfahrung und damit auch mit steigendem Alter nimmt dann das Engagement bei betrieblichen Schulungen und in der betriebsinternen Weiterbildung zu. Es erreicht seinen Höhepunkt bei den 39 bis 48-Jährigen, um dann stark abzusinken. In der mittleren Altersgruppe spielen die Ausweitung bzw. Veränderung des Aufgabenbereichs und der mögliche betriebsinterne Aufstieg eine Rolle. Die Weiterbildungsbeteiligung nimmt dann aber bei den älteren Befragten über 58 Jahre deutlich ab. Diese Ergebnisse stimmen mit bundesweiten Trends überein (Kuwan u. a. 2000) und signalisieren die gegebene Unterschätzung der Kompetenzpotenziale dieser Altersgruppe. Zu vermuten ist, dass eine Investition in die Qualifikationen dieser Gruppe aufgrund des nahenden Ruhestands teilweise nicht mehr als sinnvoll erachtet wird. Im schlimmsten Falle kann dies die Freisetzung noch vor Erreichen des Rentenalters aufgrund veralteter Kenntnisse zur Folge haben.

Befragte mit niedriger Schulbildung bilden sich deutlich häufiger in Betrieben und Firmen weiter, als jene mit höherer Schulbildung, die durchschnittlich partizipieren. Hingegen sind Personen mit mittlerer Schulbildung unterrepräsentiert. Die Förderung von Personen mit niedriger Schulbildung, die in der Weiterbildung sonst als benachteiligt anzusehen sind, ist selten auf einen sozialen Aufstieg gerichtet. Weiterbildung richtet sich auf die Sicherung der Leistungsfähigkeit der Arbeitnehmer in diesem unteren primären Arbeitsmarktsegment mit dem Ziel der Arbeitsplatzsicherung (vgl. Sesselmeier/Blauermel 1990, S. 169). Hingegen ist zu fragen, warum gerade Befragte mit mittlerer Schulbildung seltener teilnehmen.

Während, nach Wirtschaftsbereichen differenziert, Beschäftigte der Industrie besonders oft den eigenen oder einen fremden Betrieb als Weiterbildungsveranstalter wählen, ist dies bei Beschäftigten im Hand-

werk deutlich seltener zu beobachten. Dies hängt offenbar stark mit der Betriebsgröße zusammen. Handwerksbetriebe sind Klein- und Mittelbetriebe mit begrenzter Mitarbeiterzahl und Kapazität, dagegen werden die größeren Betriebe und Großbetriebe automatisch der Industrie zugeordnet. Und je größer ein Betrieb ist, umso eher ist es rentabel betriebsintern weiterzubilden. Die Beschäftigten des Handwerks wenden sich eher den Kammern und Berufsverbänden zur Fortbildung zu, bei denen sie eine durchschnittliche Teilnahmequote erreichen.

Männer bilden sich in Firmen und Betrieben überdurchschnittlich häufig fort, Frauen dagegen unterdurchschnittlich selten. Dies ist u. a. auf die geschlechtsspezifisch unterschiedlichen Positionen zurückzuführen, hängt aber auch mit der überdurchschnittlichen Teilzeiterwerbstätigkeit von Frauen zusammen (vgl. Kuwan u. a. 2000, S. 137). Eine spezielle Frauenförderung erscheint verschiedenen Experten vor diesem Hintergrund sinnvoll.

Nach Milieus differenziert lässt sich feststellen, dass insbesondere Angehörige der Bürgerlichen Mitte und der Etablierten von den Angeboten der Betriebe und Firmen profitieren, Experimentalisten und Konservative sind dagegen dort unterrepräsentiert. Die Beteiligung der Postmateriellen und Modernen Performer ist durchschnittlich. Die Karriereorientierung der Etablierten, die eine erfolgsorientierte Leistungsbereitschaft besitzen, bestätigt sich auch im Weiterbildungsverhalten. Für die Bürgerliche Mitte ist es typisch, Chancen wahr zu nehmen, wenn sich diese auftun. Der Betrieb und auch andere Firmen sind hierfür ein notwendiges Umfeld. Wenn Experimentalisten materiellen Erfolg, Status und Karriere weniger wichtig sehen (vgl. Kapitel 4), dann ist es verständlich, dass die betriebliche Weiterbildung für dieses Milieu keine Priorität hat. Sie haben eine Vorliebe für freie Berufe und Selbständigkeit und ordnen sich nicht gerne in Hierarchien ein. Die Konservativen – das Milieu mit dem höchsten Alter – befinden sich kurz vor oder bereits im Ruhestand. Berufliche Karriereziele wurden in der Regel bereits erreicht. Deshalb ist betriebliche Fortbildung gegenüber anderen Weiterbildungsangeboten weniger attraktiv.

5.1.2 Weiterbildungsveranstalter: Volkshochschule

Die Experten der Münchner Volkshochschule beschreiben ihre Teilnehmenden vornehmlich als Angehörige der Mittelschicht, die zumeist über mittlere Einkommen verfügen. Den überwiegenden Anteil bilden Frauen. In Bezug auf ihre Erfahrung mit Bildungsangeboten seien diese

Bildungsgewohnte, die in der Regel über einen mittleren Bildungsabschluss oder Abitur verfügen. Teilnehmende aus unteren sozialen Schichten finden sich fast ausschließlich in speziellen Zielgruppenangeboten, die auch besonders preisgünstig sind. Durch diese Zielgruppenangebote wird erreicht, dass der Anteil an Arbeitslosen und Ausländern/innen dem der Münchner Population entspricht. Die Experten betonen, dass die Münchner Volkshochschule keine spezielle Einrichtung für Randgruppen darstellt, sondern in der Mitte der Gesellschaft anzusiedeln ist. Somit sind auch akademische Gruppen wichtige Adressaten. Die Bereitstellung einer breiten Lernumgebung für alle Bürger ist ein vorrangiges Ziel.

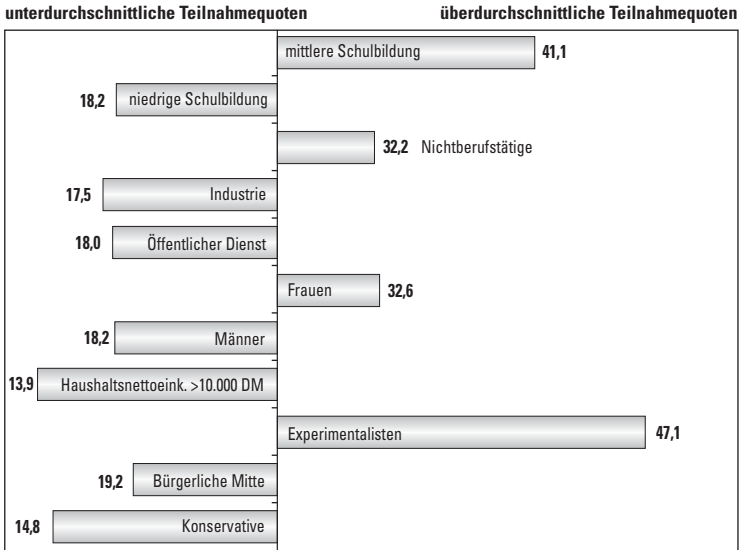
In ihren Erwartungen, die sie mit der Weiterbildungsteilnahme verbinden, unterscheiden sich die Teilnehmenden nach den belegten Kursen. So wird bei Veranstaltungen im beruflichen, sprachlichen oder EDV-Bereich eine im Vorwissen und der Aufnahmefähigkeit homogene Teilnehmergruppe gewünscht. Deshalb werden gezielte Beratungen und Einstufungstests durchgeführt. Kursbeschreibungen – als erste Orientierungshilfe im Programmheft – müssen die Lerninhalte und -ziele dabei treffend und präzise darstellen. Ein wichtiges Ziel ist der Lernfortschritt der Teilnehmenden. Im Gegensatz hierzu liegen die Erwartungen an eher freizeitorientierte Weiterbildungsveranstaltungen (wie z. B. Erlernen einer Sprache für den Urlaub, Sport oder Kunst) eher in der Freude an der Veranstaltung selbst und den gemeinsamen Lernfortschritten der Gruppe. Die Heterogenität einer Lerngruppe wirke dabei nicht störend, aber der Kursatmosphäre und den persönlichen Beziehungen sei ein hoher Wert beizumessen. Sehr wichtig sei den Teilnehmenden zudem die geringe Verpflichtung, die beim Besuch eines Volkshochschulkurses eingegangen wird. Ein Kurs stelle „eine Zwischenform von gewahrter Anonymität und Eingebundenheit“ dar, bei der das Heraustreten aus der Isolation aber keine Vereinnahmung bedeute.

Was ergibt die empirische Untersuchung?

Die folgende Abbildung könnte den Eindruck erwecken, dass die Volkshochschule breite Bevölkerungsschichten nicht ausreichend erreicht. Dies wäre ein Trugschluss. Die überwiegende Anzahl der Gruppen, wie Personen mit ‚höherer Schulbildung‘, alle Altersgruppen, Erwerbstätige, Beschäftigte im Handwerk und Handels- oder Dienstleistungsbereich, sämtliche Einkommensgruppen bis zu einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 10 000 DM und die Milieus der Etablierten, der Post-

materiellen und der Modernen Performer, nehmen durchschnittlich häufig an Veranstaltungen der Volkshochschule teil. Andererseits zeigt die Grafik auch Adressatengruppen, die durch ein gezieltes Marketing für eine verstärkte Teilnahme gewonnen werden können. Eine Ausweitung des Teilnehmerkreises ist in München möglich.

Abbildung 17: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen bei der Volkshochschule in Prozent
(durchschnittliche Teilnahmequote: 27,0%)



Der Besuch der VHS ist klar bildungsabhängig: Besonders spricht das Angebot der Volkshochschule Befragte mit mittlerer Schulbildung an, demgegenüber nehmen Personen mit weniger Schulbildung unterdurchschnittlich teil. Ca. 40% der Münchner Bevölkerung⁹⁸ können den Gruppen der weniger Gebildeten zugerechnet werden, deshalb bietet sich hier ein Marktpotenzial, das z. B. durch Zielgruppenprogramme stärker erreicht werden könnte. Wenn diese Gruppe vermehrt gewonnen werden soll, muss dies in der Preisgestaltung berücksichtigt werden, denn für diese Befragten bilden hohe Weiterbildungskosten eine Barriere (vgl. Kapitel 3.4).

Beschäftigte der Industrie und des Öffentlichen Dienstes weisen bei der VHS unterdurchschnittliche Teilnahmequoten auf. Im Hinblick auf die Themenpräferenzen gerade der Erwerbstätigen in der Industrie ist dies zu erwarten. Allerdings sind auch diese Gruppen durch kompetenzbasierte Lernangebote der beruflichen Weiterbildung zu gewinnen. Diese zeichnen sich durch betriebs- und prozessübergreifende Qualifikationen und die Förderung allgemeiner beruflicher Kompetenzen aus (vgl. Arnold 1999; Achatz/Tippelt 2001).

In Übereinstimmung mit Volkshochschulstatistiken (vgl. Dohmen 1999) und der Experteninformation in dieser Studie nehmen Nichtberufstätige leicht überdurchschnittlich teil, ebenso Frauen. Männer erreichen nur eine unterdurchschnittliche Teilnahmequote, weil sie in der allgemeinen Weiterbildung unterrepräsentiert, dagegen in der beruflichen Weiterbildung überrepräsentiert sind. Das Image der Volkshochschule als breite Volksbildungseinrichtung entspricht den häufig spezifischen, arbeitsplatznahen Fortbildungsinteressen vieler männlicher Adressaten nur wenig.

Befragte mit den höchsten Haushaltsnettoeinkommen von über 10 000 DM im Monat nutzen die Volkshochschule eher selten. Sämtliche anderen Einkommensgruppen bis zu 10 000 DM pro Monat und Haushalt werden aber erreicht, was der Selbstbeschreibung der VHS als „Weiterbildungseinrichtung für alle“ in diesem wichtigen Punkt sehr nahe kommt.

Nach Milieus differenziert, sind es die Experimentalisten, die lustbetonten Experimentierfreudigen, die sich besonders durch das Angebot der Volkshochschule angesprochen fühlen. Hier spielen die Freiwilligkeit, das breite Angebot, die relative Zwanglosigkeit, die Heterogenität und die Nähe von Dozenten und Teilnehmenden – also imagebildende Grundzüge, die von anderen kritisiert werden – in diesem Milieu eine positive Rolle. Konservative und Angehörige der Bürgerlichen Mitte nehmen entsprechend unterdurchschnittlich teil. Es gibt demnach Marktpotenziale, die künftig stärker ausgeschöpft werden könnten.

Damit nicht der fälschliche Eindruck entsteht, dass der Großteil der Klientel der Volkshochschule aus Experimentalisten besteht, werden nachfolgend die quantitativen Anteile der einzelnen befragten Milieus innerhalb aller Volkshochschulteilnehmenden erwähnt. Dies ist wichtig, weil die einzelnen Milieus unterschiedlich große Gruppen der Bevölkerung umfassen. Von allen befragten Volkshochschulteilnehmenden sind rund 18% den Etablierten zuzuordnen, 24% den Postmateriellen, 15% den Modernen Performern, 4% den Konservativen, 19% der Bürgerlichen Mitte und 20% den Experimentalisten.

Innerhalb der Münchner Volkshochschule befindet sich auch eine trägerübergreifende Weiterbildungsberatung, die u. a. im Jahr 2001 ein Handbuch zum Münchner Weiterbildungsmarkt herausgegeben hat. Nach Aussage der Expertinnen dieser Beratungsstelle nehmen überdurchschnittlich häufig Interessierte mit hohem oder mittlerem Schulabschluss eine Beratung in Anspruch. Aber auch hier besteht das Problem, dass Teilnehmende mit niedrigerem Bildungsabschluss schlechter erreicht werden, es sei denn über spezielle Zielgruppenangebote z. B. für Sozialhilfeempfängerinnen und -empfänger oder Alleinerziehende. Beobachtet wird eine Interessensverschiebung der Ratsuchenden in Richtung berufliche Qualifizierung sowie der Klärung neuer beruflicher Ziele und Zukunftsperspektiven. Bei der Wahl der Anbieter legen v. a. Akademiker/innen großen Wert auf ein hohes fachliches Image der Weiterbildungseinrichtung.

5.1.3 Weiterbildungsveranstalter: Universitäten und Fachhochschulen

Die Universitäten und Fachhochschulen bieten neben eher allgemein bildenden Programmen, wie z. B. dem Seniorenstudium und dem Studium generale, auch spezialisierte wissenschaftliche Weiterbildungen für Fach- und Führungskräfte aus Wirtschaft und Verwaltung an.

Neben über- und unterdurchschnittlich vertretenen Teilnehmergruppen zeigt die folgende Grafik deutlich die Wirkungen der strengen Zugangsvoraussetzungen, die an Universitäten und Fachhochschulen bestehen. Die Hochschulen konzentrieren sich also auf ein Teilsegment von Weiterbildungsinteressierten – die Hochschulabsolventen/innen. U. a. liegt dies auch daran, dass Hochschulen als primäre Lehraufgabe die akademische Erstausbildung von jungen Menschen definieren (müssen) und Weiterbildung hierzu ergänzend gesehen wird. Die zentrale Weiterbildungsaufgabe von Hochschulen ist wissenschaftliche Fortbildung (vgl. Gräßner 1999).

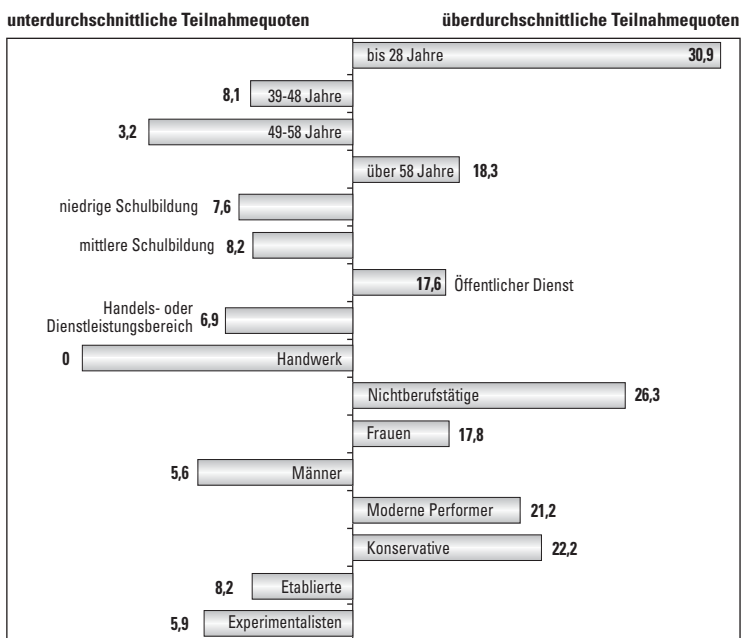
Überdurchschnittliche Teilnahmequoten weisen die Jüngeren bis 28 Jahre und die Älteren über 58 Jahre auf (vgl. Abb. 18). Unterdurchschnittlich ist die Teilnahme bei den 39 bis 58-Jährigen. Die Angebote werden offenbar überwiegend in Form berufsqualifizierender Studien und des Seniorenstudiums angenommen.

Beschäftigte im Öffentlichen Dienst nutzen Universitäten und Fachhochschulen zur Weiterbildung häufiger, während Befragte aus dem Handwerk nicht partizipieren. Wie auch aus den Ergebnissen zur Alters-

struktur abgeleitet werden kann, sind die Nichtberufstätigen besonders aktiv – im Seniorenstudium. Auch besuchen Frauen entsprechende Veranstaltungen deutlich häufiger als Männer.

Nach Milieus differenziert fühlen sich die Modernen Performer und die Konservativen besonders angesprochen, während die Etablierten und die Experimentalisten unterdurchschnittliche Teilnahmequoten aufweisen. Die Modernen Performer sind junge Personengruppen, die leistungs- und karriereorientiert an wissenschaftlicher Fortbildung teilnehmen. Die älteren Konservativen haben am Seniorenstudium sehr großes Interesse. Hier scheinen das Image der Professionalität und Qualität, aber auch die studentische Atmosphäre, die den Kontakt zur Jugend ermöglicht, einen Einfluss zu haben. Die Etablierten liegen im Altersschwerpunkt deutlich unter den Konservativen und stehen mitten im Erwerbsle-

Abbildung 18: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen bei den Universitäten und Fachhochschulen in Prozent (durchschnittliche Teilnahmequote: 13,1%)

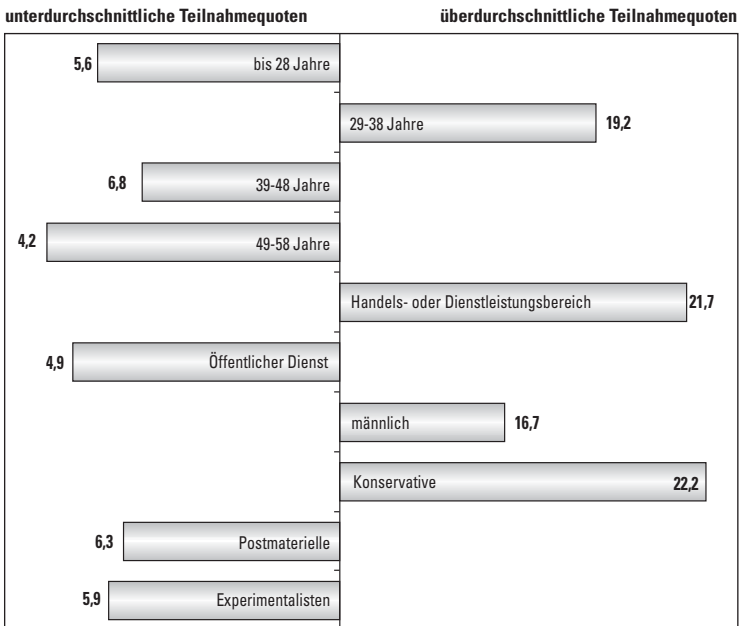


ben. Einerseits fehlt ihnen für allgemein bildende Angebote die Zeit, andererseits ist das Engagement der Universitäten und Fachhochschulen in der beruflichen Weiterbildung auf wissenschaftliche Teilbereiche konzentriert, so dass die Themen nur bestimmte Berufsgruppen ansprechen.

5.1.4 Weiterbildungsveranstalter: Berufsverbände, Kammern und Arbeitgeberverbände

Die Berufs- und Arbeitgeberverbände sowie die Kammern, bspw. die Handwerkskammern und Industrie- und Handelskammern, bieten eine Vielzahl von teilweise stark spezialisierten beruflichen Weiterbildungen an. Sie vergeben – zum Teil als Monopolisten – auch bundesweit anerkannte Zertifikate, die für manchen beruflichen Aufstieg unverzichtbar sind, wie beispielsweise den Meisterbrief.

Abbildung 19: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen bei Berufsverbänden, Kammern und Arbeitgeberverbänden in Prozent
(durchschnittliche Teilnahmequote: 12,2%)



Die 29 bis 38-Jährigen nehmen an den Weiterbildungsveranstaltungen der Berufsverbände, Kammern und Arbeitgeberverbände überdurchschnittlich teil. Die Jüngeren bis 28 Jahre und Personen im Alter von 39 bis 48 Jahren und 49 bis 58 Jahren beteiligen sich unterdurchschnittlich. Zu erklären ist dies ähnlich wie bei den Firmen und Betrieben. Bei den Jüngeren ist der Bedarf gering, weil die berufliche Erstausbildung noch nicht weit zurückliegt. Bei den 29 bis 38-Jährigen ist das Interesse an einer Ausweitung des Aufgabenbereichs, an einer beruflichen Veränderung oder auch an einem Aufstieg mit Hilfe von Weiterbildung besonders groß. Die 39 bis 48-Jährigen – und deutlich weniger ausgeprägt die 49 bis 58-Jährigen – haben dagegen ihr Weiterbildungsengagement auf Maßnahmen innerhalb des eigenen Betriebs oder in Fremdfirmen verlagert (vgl. Firmen und Betriebe als Weiterbildungsveranstalter). Die Angebote der Berufsverbände, Kammern und Arbeitgeberverbände scheinen hier weniger attraktiv zu sein. Mit zunehmendem Alter hält dieser Effekt an, die Teilnahme bei Berufsverbänden, Kammern und Arbeitgeberverbänden nimmt dabei noch ab. Während aber die über 58-Jährigen unterdurchschnittlich an Weiterbildungen der Firmen und Betriebe teilnehmen, nutzen sie dagegen durchschnittlich die Angebote der hier beschriebenen Veranstalter.

Beschäftigte des Handels- oder Dienstleistungsbereichs partizipieren überdurchschnittlich oft an Fortbildungen der Berufsverbände, Kammern und Arbeitgeberverbände, Personen aus dem Öffentlichen Dienst sind wenig anzutreffen. Dies liegt vielfach daran, dass die spezialisierten Weiterbildungsangebote nur bedingt Beschäftigte des Öffentlichen Dienstes als Zielgruppe definieren und entsprechend auf andere Berufsprofile hin konzipiert sind.

Männer sind hier besonders aktiv, was auf die Einflussfaktoren der Berufstätigkeit zurückzuführen ist. Die sozialen Milieus werden erreicht (besonders die Konservativen), allerdings weisen die kulturell interessierten Postmateriellen und die Experimentalisten unterdurchschnittliche Teilnahmequoten auf.

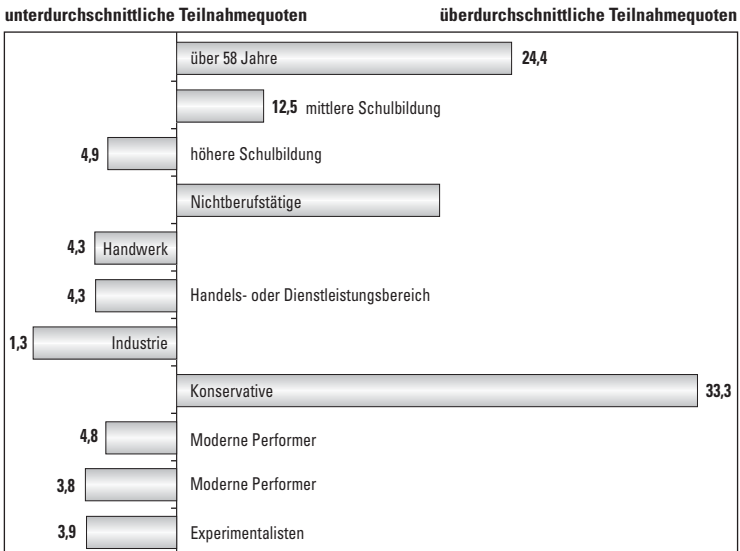
5.1.5 Weiterbildungsveranstalter: Kirchliche Institutionen

Als Teil des mit öffentlichen Mitteln geförderten Weiterbildungssystems bietet die kirchliche Weiterbildung – sowohl hinsichtlich der Themen als auch der Zielgruppen – ein breit gefächertes Bildungsangebot. Alten- und Familienbildung gehören genauso dazu wie Kurse für Menschen in besonderen Lebenssituationen, wie Alleinerziehende, Singles, Trauernde, Arbeitslose. Die Themen der Bildungsangebote reichen

von theologischen und religiösen Fragen bis zu aktuellen gesellschaftlichen Problemen (vgl. Heinz 1999).

Die nachfolgende Abbildung zeigt deutlich, welche Gruppen sich durch Weiterbildungsangebote der Kirchen besonders angesprochen fühlen und welche nicht. Eine wichtige Rolle spielt dabei – neben den angebotenen Kursen selbst – das Image dieser Institution. Die Älteren über 58 Jahre weisen eine überdurchschnittliche Teilnahmequote auf, ebenso fühlen sich Befragte mit mittlerer Schulbildung besonders angesprochen, während Personen mit höherer Schulbildung unterdurchschnittlich teilnehmen. Wie es die überdurchschnittliche Teilnahme der über 58-Jährigen schon vermuten lässt, werden kirchliche Institutionen insbesondere von Nichtberufstätigen aufgesucht. Bei den Milieus sind es die Konservativen, die die Gemeinschaft schätzen und sich im eher traditionellen Werteklima wohl fühlen. Moderne Performer, die Bürgerliche Mitte und Experimentalisten nehmen dagegen unterdurchschnittlich teil. Image und Angebote anderer Anbieter sagen ihnen stärker zu.

Abbildung 20: Über- und unterdurchschnittlich vertretene Teilnehmergruppen bei kirchlichen Institutionen in Prozent (durchschnittliche Teilnahmequote: 8,2%)



Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die hier ausgewählten Anbieter deutlich unterscheidbare Gruppen ansprechen. Dies hängt zum einen stark mit dem Weiterbildungsangebot zusammen, das auf bestimmte Adressaten und Zielgruppen ausgerichtet ist, andererseits aber auch mit dem Image der Institutionen. Die sich aus der Analyse ergebenden Marktpotenziale können durch ein gezieltes Marketing, eine Veränderung des Angebots, aber auch durch eine Beeinflussung des Images verändert werden. Die bisherige Stammklientel und die Qualität der Angebote darf dabei – so zeigen übereinstimmend die Experteninterviews – nicht vernachlässigt werden. Nicht immer entsprechen aber die erreichten Teilnehmergruppen den Intentionen der Weiterbildungsanbieter.

5.2 Adressatenforschung, didaktische Handlungsfelder und Marketing

In der Weiterbildungsliteratur begann zum Problemfeld Marketing in den frühen 80er Jahren zunächst eine Rezeption betriebswirtschaftlicher Marketingkonzepte (Sarges/Häberlin 1980). In den 90er Jahren wurden die Marketingkonzepte von Non-Profit-Organisationen auf den Weiterbildungsbereich übertragen, und es wurden spezifische Formen des Bildungs- und Weiterbildungsmarketings konstruiert (vgl. Meisel 1994; Geißler 1994, 1997 u. a.). Nachdem immer deutlicher wird, dass sich Weiterbildung künftig verstärkt in marktähnlichen Strukturen vollziehen wird und die Grenzen zwischen öffentlich geförderten Bildungseinrichtungen und privatwirtschaftlich arbeitenden Bildungsunternehmen verschwimmen (vgl. Tippelt u. a. 1996), werden differenzierte und konkretere integrative Marketingkonzepte für Volkshochschulen (vgl. Löbl 2000) und Marketingstrategien für Weiterbildungsinstitutionen generell entwickelt (vgl. Möller 2002).

Um nicht lediglich deduktiv aus der Marketingliteratur oder aus den Ergebnissen unserer empirischen Studie Anforderungen an das Marketing von Weiterbildungseinrichtungen abzuleiten, wurde im Rahmen der München-Studie am 12. Juni 2002 ein Expertenworkshop an der Münchner Volkshochschule durchgeführt, bei dem Verantwortliche aus verschiedenen Weiterbildungseinrichtungen in Kenntnis der wichtigsten Ergebnisse der schriftlichen Erhebung und der Gruppendiskussionen eigene Anforderungen formulieren sollten. Der Workshop wurde in drei Gruppen mit insgesamt ca. 30 Personen aus verschiedenen Bereichen und Institutionen durchgeführt. Die Kolleginnen und Kollegen waren

Vertreter der Volkshochschule, kirchlicher Bildungswerke, gewerkschaftlicher Bildungswerke, der Kammern, privatwirtschaftlicher Akademien, der Stadt, informeller Bildungsinitiativen und wissenschaftlicher Institutionen. Das vorliegende Projekt kann zwar noch keine Aussagen zur präzisen Marketingorganisation formulieren, aber gestützt auf den Workshop Anregungen für Marketingüberlegungen und -strategien im Kontext didaktischer Handlungsfelder geben. Die Autorengruppe der München-Studie vertritt grundsätzlich die Auffassung, dass Marketingstrategien immer konkret von den Verantwortlichen einer Organisation oder Institution festgelegt werden, plädiert allerdings entschieden dafür, in diesem kommunikativen und praxisnahen Prozess die Ergebnisse von Adressatenstudien zu berücksichtigen.

5.2.1 Didaktische Handlungsfelder

Der am Ende des Projekts durchgeführte Workshop kann erste Überlegungen zur Implementierung der Ergebnisse der vorliegenden Adressatenforschung konkretisieren. Die Resultate werden im Folgenden knapp in Thesen zusammengefasst:

Beratung

- Der Beratungsbedarf ist hoch. Deshalb sollte die Beratung verstärkt unter Berücksichtigung auch milieuspezifischer Besonderheiten der Ratsuchenden – wie beispielsweise bestimmter Weiterbildungsbarrieren, Ressentiments und Freizeitorientierungen, aber auch Ansprüchen an Ambiente, Qualität und Leistungsorientierung – weiterentwickelt werden.
- Wie und wo kann man bildungsferne Gruppen auf Angebote der Weiterbildung aufmerksam machen? Empfohlen wird die Förderung einer aufsuchenden Bildungsberatung für bildungsferne Gruppen und Milieus.
- Weiterbildungsberatung sollte sich nicht nur auf eine rein fachliche Information über Bildungsmöglichkeiten beschränken. Der Beratungsansatz sollte ganzheitlich gestaltet sein und ähnlich wie eine soziale Beratung den gesamten Lebenskontext des Ratsuchenden mit einbeziehen. Es erscheint dann auch für den Ratsuchenden möglich, sein/ihr Leben so zu ordnen, dass eine Weiterbildung überhaupt in Frage kommt.
- Die Durchführung von Qualitätssicherungsmaßnahmen im Beratungsbereich sowie auch die Evaluation der Beratung selbst

werden immer wichtiger.

- Wichtig ist es auch, Gründe aufzudecken, warum Beratungsmöglichkeiten (z. B. bei Sprachkursen) nicht genutzt werden. Auch aus Fehlern und problematischen Entwicklungen ist pädagogisch zu lernen.
- Benötigt wird sowohl eine institutionenorientierte, profilbezogene und spezifische Milieus ansprechende Beratung sowie eine übergreifende trägerunabhängige Beratung, insbesondere als allgemeine Form der Weiterbildungsinformation.

Programmplanung

- Die Gebühren- und Angebotsgestaltung kann nach milieuspezifischen Gesichtspunkten entwickelt werden.
- Neben die üblichen, sich wiederholenden Weiterbildungsangebote, zu denen in der Regel lange vor Kursbeginn eine Anmeldung erforderlich ist, sollten auch Angebote treten, die der Interessierte ‚just-in-time‘ nutzen kann, d. h. genau zu dem Zeitpunkt, wenn ein Bildungsbedarf erkannt wird.
- Auch (günstigere) Last-Minute-Angebote sind denkbar, wenn es darum geht, freie Plätze in Kursen zu füllen.
- Das Kursangebot kann durch (innovative) ‚Projekte‘ (bspw. Agenda 21) erweitert und ergänzt werden.
- Tandem-Kurse, d. h. parallel laufende Kurse für Mütter/Erwachsene und Kinder, müssen verstärkt angeboten werden.
- Einerseits ist es notwendig, mit besonderer Flexibilität auf aktuelle neue Bedarfe zu reagieren (trendscouting), andererseits können Einrichtungen durch bewusste Schwerpunktsetzung auch versuchen, wenn nicht Trends zu setzen so doch bestehende Trends aufzugreifen und zu verstärken.

Kursgestaltung

- Traditionelle Lernformen können durch informelle Lernformen (z. B. Multimedia) ergänzt werden. Die Studie zeigt, dass sich medienbezogenes, selbst organisiertes Lernen und institutionelles Fremdlernen bei vielen Lernenden und Bildungsinteressierten ergänzen und nicht ausschließen.
- Durch einen gruppen- und teilnehmerorientierten Methoden-Mix können die besonderen Interessen von Milieus an einer spezifischen lernkulturellen Ausgestaltung aufgenommen werden.

- Die Kursgestaltung gehört zu den didaktischen Handlungsfeldern, die bei der Werbung und Information transparent gemacht werden sollten, weil sich dadurch soziale Gruppen angesprochen fühlen.

Evaluation

- Die Teilnehmenden sollten die Möglichkeit erhalten, den Verlauf und den Erfolg einer Weiterbildungsmaßnahme zu bewerten, damit die Kurse besser auf die Bedürfnisse und Interessen der Teilnehmenden abgestimmt werden können.
- Es ist davon auszugehen, dass bei milieuheterogenen Kursen auch die inhaltlichen und ästhetischen Beurteilungskriterien der Teilnehmer/innen variieren.

Zielgruppen

- Das Eingehen auf die spezifischen Bedürfnisse und Interessen unterschiedlicher Zielgruppen ist erforderlich. ‚Hinter dem Rücken‘ der Programmplaner erreichen beispielsweise Volkshochschulen – trotz des Anspruchs ‚Bildung für alle‘ anzubieten – derzeit vor allem ausgewählte Milieus (z. B. Postmaterielle, Experimentalisten). Dies trifft ähnlich auch auf andere große Weiterbildungsanbieter zu, allerdings variieren die Milieus (kirchliche Träger z. B.: Konservative, Bürgerliche Mitte). Eine bewusste Zielgruppenanalyse und ein intensives Teilnehmermarketing sind daher erforderlich.
- Es ist möglich, durch die bewusste Gestaltung von didaktischen Handlungsfeldern, wie Zielgruppeninformation, Programmgestaltung, Events, Gebührenstruktur, Zertifikate und Teilnahmebescheinigungen, Raumausstattung sowie Beratungsstrategien jeweils verschiedene Milieus und Zielgruppen anzusprechen.
- Bildungsferne Unterschichtmilieus (Konsum-Materialisten, Traditionsverwurzelte) sollten durch aufsuchende Bildungsarbeit und Weiterbildungsberatung informiert und als Teilnehmende rekrutiert werden. Denn: Die Volkshochschulen sind Bildungseinrichtungen für ‚alle‘, auch für diejenigen, die zu anderen Bildungseinrichtungen keinen Zugang finden. Dies muss auch in der Angebotsstruktur und der Preisgestaltung berücksichtigt werden.
- Die Älteren sind keine homogene Gruppe. Sowohl das Alter als auch die Milieuorientierungen differieren erheblich. Interessant

wäre eventuell die Schaffung eines Programmsegments für die ‚jüngeren Älteren‘ (Alter ab ungefähr Mitte Vierzig bis Ende Fünfzig), die sich durch das Seniorenprogramm (noch) nicht angesprochen fühlen.

- Eher freizeitorientierte Gruppen (Experimentalisten und Hedonisten) und stärker berufsorientierte Gruppen (Bürgerliche Mitte, Postmaterialisten, Moderne Performer etc.) können nicht in der gleichen Weise angesprochen werden.

Zeitliche Organisation

- Die Flexibilisierung der zeitlichen Organisation von Kursen kann neue Gruppen erschließen, z. B. parallel verlaufende Kurse vormittags und nachmittags, bei denen die Teilnehmenden zwischen den Kursen hin und her wechseln können.
- Andererseits gibt es soziale Gruppen, die aufgrund einer strikten zeitlichen Organisation ihres Alltags auf eindeutige und unverrückbare Termine angewiesen sind.

Werbung/Marketing

- Ein differenziertes und differenzierendes Marketingkonzept für spezifische Teilnehmergruppen und Milieus ist notwendig: Wo und in welcher Art und Weise sollen unterschiedliche Zielgruppen beworben werden (ausgelegte Flyer beim Bäcker oder in der Bank, Beratung beim Arbeitsamt oder in Beratungsstellen, ausführliche Kursbeschreibungen vs. auf den Verwertungsaspekt abzielende Dreizeiler). Auch ergänzende Marketingaktionen vor Ort werden als dringend notwendig erachtet.
- Zum Image der Volkshochschulen wurden vor allem Fragen formuliert: Was für ein Image haben Volkshochschulen? Warum stimmt das weit verbreitete Image der Volkshochschulen nicht mit den tatsächlichen Gegebenheiten überein? Warum nutzen so viele Personen das Angebot der Volkshochschulen nicht, obwohl diese Institution mit Abstand die bekannteste Weiterbildungseinrichtung ist? Warum kennen viele den Namen und beurteilen auch das Angebot und die Institution positiv, werden aber dennoch keine Teilnehmenden? Warum entscheiden sich bestimmte Gruppen für ein Angebot der Volkshochschulen und warum nutzen andere Gruppen andere Weiterbildungsanbieter?

- Die Volkshochschulen werden in der Verantwortung gesehen, ihr eigenes Image selbst zu verändern und in Übereinstimmung mit den tatsächlichen Gegebenheiten zu bringen. Vorgeschlagen wird eine Schärfung des Profils durch ein verstärktes Engagement im Bereich der Kernkompetenzen der Volkshochschulen. Auch die Vielfalt des Angebots – hier wird ein Unterschied zu anderen Bildungseinrichtungen gesehen – kann mit einem positiven Image einhergehen. Eine Imageverbesserung sollte aber nicht nur durch die Programmgestaltung, sondern auch durch eine Optimierung des Verwaltungsablaufs erreicht werden.
- Die Erarbeitung einer Marketing-Strategie für die Volkshochschulen, um ‚engagierte‘ Weiterbildungsinteressierte – also auch bildungsnahe Gruppen – als Teilnehmende zu gewinnen, wird als wichtig erachtet (siehe hierzu Löbl 2000).
- Die Selbstdarstellung der einzelnen Fachbereiche der Volkshochschulen durch eigene Fachbereich-Homepages, z. B. auch mit Dozentenlinks, könnte die Nähe zu Weiterbildungsinteressen von sozialen Gruppen noch genauer aufzeigen.

Finanzierung/Preisgestaltung

- Die Ausdifferenzierung der Preis- und Angebotsgestaltung nach milieuspezifischen Gesichtspunkten wird als wichtig erachtet.
- Ermäßigungen für finanziell schwächere Gruppen entsprechen dem sozialen Integrationsauftrag, den öffentlich geförderte Einrichtungen neben dem kulturellen und dem qualifizierenden Auftrag haben.
- Formen der Preisermäßigung sind durch zusätzliche Differenzierungen in der Teilnehmerzahl und bei den Räumlichkeiten (aber nicht über die Dozentenhonorare) möglich.
Problem: Entsteht hierdurch nicht eine Zwei-Klassen-Volkshochschule? Bildung soll in München, wo das Leben vergleichsweise teuer ist, für alle bezahlbar sein. Einerseits argumentieren die Experten, dass man denjenigen, die geringere Einkommen haben, nicht auch noch schlechtere Räume und Dozenten zumuten wolle, andererseits könne es sich auch die Volkshochschule auf Dauer nicht leisten, hochwertige Kurse in attraktiven Räumen preisgünstig anzubieten, wenn auch ein deutlich höherer Preis verlangt werden könne.
- Preise stehen in der Weiterbildung auch für Qualität, deshalb

ist es schwierig, das Preisniveau weiter abzusenken.

- Die Erhöhung der Preise für spezifische Kurse, in denen finanzstarke Milieus zu erwarten sind, ist diesen Milieus zumutbar.

Lernorte und Lernräume

- Wenn man dauerhaft die Milieus der Etablierten, der Konservativen oder Postmateriellen ansprechen will, ist es wichtig, hohe Standards bei den Räumlichkeiten und dem Equipment zu halten und – wo notwendig – zu verbessern.

Ankündigungstexte

- Texte sind so klar und treffend wie möglich zu schreiben, insbesondere müssen die tatsächlichen Kursinhalte genau definiert werden, um Missverständnisse (und damit Kursabbrüche) zu vermeiden.

Gruppendynamik

- ‚Betonkurse‘, ‚eingeschworene Kursgemeinschaften‘: Der Dozent/Kursleiter sollte die Kompetenz besitzen, die Teilnehmergruppe zu motivieren, neue Kursteilnehmende willkommen zu heißen. Stammkundschaft ist gut, aber neu zu integrierende Teilnehmer/innen dürfen dadurch nicht ausgegrenzt werden.

Teilnehmerorientierung

- Einsteiger- und Schnupperkurse, die eher locker und unterhaltsam gestaltet werden sowie gut erreichbar sind, könnten Adressatengruppen ansprechen, die ansonsten eher eine Abneigung gegenüber Weiterbildung haben und ein Vorurteil gegenüber den vermeintlich schulischen Lernformen mitbringen.
- Bestimmte Teilnehmergruppen können durch signifikante Orte und ein bestimmtes Ambiente angesprochen werden (z. B. Kursräume direkt beim Cinemax für jüngere Teilnehmergruppen).
- Diskussion:
Eine grundsätzliche Entscheidung für homogene vs. heterogene Teilnehmergruppen ist nicht sachgemäß, denn dies ist von den Kurszielen und auch von den Kursinhalten abhängig. Allerdings gibt es das verbreitete Fehltrail, man hätte es mit äußerst heterogenen Lerngruppen in der Weiterbildung zu tun, obwohl eine genauere Analyse der Gruppenzusammensetzung – gemessen

an der Breite und Differenziertheit von sozialen Milieus in der modernen Gesellschaft – aufweist, dass ‚sich nicht nur Gegen-sätzliches sondern eben auch Ähnliches anzieht‘.

- Gefragt wird danach, ob eine ‚marktkonforme Adressatenorientierung‘ und der kulturelle, integrative pädagogische Auftrag der (Weiter-)Bildung zusammenpassen. Wie können sich diese unterschiedlichen Strategien ergänzen?

Dozenten

- Die Rolle des Dozenten wandelt sich vom reinen Vermittler von (Fach-)Wissen zum Lernberater und Begleiter (Coach) des Einzelnen.
- Dozenten sollten daher mit den sozialen und den individuellen Differenzierungen von Lerngruppen vertraut sein.

5.2.2 Adressatenforschung und Marketing

Adressatenforschung hängt unmittelbar mit Marketingstrategien zusammen. Marketing hat allgemein etwas mit der Ausrichtung am Kundennutzen zu tun, ordnet Planungs- und Entscheidungsprozesse von Organisationen und Unternehmen, orientiert die Organisations- und Unternehmensführung auch an Anforderungen des Marktes, sucht nach kreativen und innovativen Lösungen und versucht Aussagen zu machen über verschiedenste weitere Aktivitäten wie Entwicklung von Angeboten, Werbung, Marktforschung, Publicrelations, Probleme der Qualitätssicherung und des Controllings. Bei den Marketingstrategien in der Weiterbildung geht es vornehmlich um nichtkommerzielles Marketing (vgl. Möller 2002, S. 28). Eine präzise Definition für Non-Profit-Organisationen und deren Marketing ist schwierig, insbesondere weil die exakte Abgrenzung von erwerbswirtschaftlichen Organisationen auf Schwierigkeiten stößt. Allerdings ist es mittlerweile Konsens, dass eine marktorientierte Zielpassung auch in Non-Profit-Organisationen vier Strategien umfasst (vgl. Möller 2002, S. 35):

In Strategie 1 geht es um Marktdurchdringung und -ausschöpfung: Bei einem vorhandenen Teilnehmerstamm und vorhandenem Angebotspektrum sollen zusätzliche Adressaten für Veranstaltungen gewonnen werden, darunter auch andere als die bisher erreichten. Außerdem geht es darum, die bereits gewonnenen Teilnehmenden an Veranstaltungen und an die jeweilige Situation zu binden, d. h. die Teilnahme aufrecht zu erhalten, zu intensivieren und damit das Teilnahmeengagement zu erhöhen.

In Strategie 2 geht es um die Marktausweitung, d. h. um die Gewinnung neuer Teilnehmergruppen für ein vorliegendes Veranstaltungsangebot. Dies kann durch diverse Marketinginstrumente wie Werbung, Distribution, neue Programmplanung, Dozentenwahl, Publicrelations, Angebotsdurchführung, Raumgestaltung etc. erreicht werden.

In Strategie 3 geht es um die Erschließung von Marktlücken, d. h. um die Verbesserung des bisherigen Programms durch Neueinführungen und Änderungen insbesondere in Bereichen, die bislang ungenutzt blieben sowie auch um die Eliminierung von Veranstaltungen.

In Strategie 4 geht es um neue Angebote, die explizit für bisherige Nichtteilnehmende entwickelt werden. Es kommt demnach zur Diversifikation von Kurs- und Seminarangeboten (vgl. Sarges/Häberlin 1980a, S. 33).

Im Zuge des schon lange stattfindenden Transfers kommerziellen Marketings auf den Non-Profit-Bereich kommt es also zu einer veränderten und erweiterten Angebotsgestaltung. Die Preis-Leistungs-Relation und die damit verbundenen strategischen Überlegungen werden überprüft, die Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Weiterbildungsberatung, also die so genannte Kommunikationspolitik, wird überdacht und teilweise differenziert. In der Vertriebspolitik werden die Rahmenbedingungen von Kursen, also regionale und zeitliche Aspekte, neu definiert (vgl. Möller 2002, S. 40). Im Allgemeinen wird nicht nur auf eine Marketing-Aktivität oder Marketing-Strategie vertraut, sondern es wird ein Marketing-Mix entwickelt, um auch die in den verschiedenen Strategien zum Ausdruck kommenden Ziele kombinieren zu können. Marketingüberlegungen und innovative Formen der Programmplanung werden auch deswegen immer wichtiger, weil sich seit Ende der 80er Jahre die Weiterbildungsstrukturen immer stärker ausdifferenzieren haben:

Eine erste Weiterbildungsstruktur umfasst die Volkshochschulen, die Erwachsenenbildungswerke der Kirchen, der Gewerkschaften und der Parteien.

Eine zweite Weiterbildungsstruktur ergibt sich durch die neuen Angebote der Arbeitgeberverbände, der Kammern, der Handwerksorganisationen und der Betriebe.

Eine dritte Weiterbildungsstruktur umfasst immer neue Initiativ- und Selbsthilfegruppen, Vereine und kleine Bildungswerke sowie Bürgerbewegungen.

Eine vierte Weiterbildungsstruktur etabliert sich zunehmend in kleinen privaten Anbietern und Bildungsunternehmen, die sich kommer-

ziell verhalten und zunehmend in kleinen ökonomischen Einheiten ein teilweise auch konkurrenzfähiges Angebot in speziellen Bereichen aufbauen.

Gerade durch das zurückliegende quantitative Wachstum, aber auch durch diese funktionale und auch qualitative Ausdifferenzierung der Weiterbildungsanbieter und des damit verbundenen Weiterbildungsmarktes wurden immer neue Institutionen und Aufgaben in die Weiterbildung integriert. Es ergeben sich daraus Probleme bei der Bedarfserfassung und bei der Programmplanung, Probleme der Profilbildung und der Abschottung von anderen Anbietern sowie Probleme der profilbildenden Gestaltung der verschiedenen Weiterbildungsakteure (vgl. auch Bojanowski u. a. 1991, S. 292).

Dieser Strukturwandel der Weiterbildung ist auch Hintergrund dafür, die profilbildenden Überlegungen einzelner Organisationen vorwärts zu treiben. Die vorliegende Studie versteht sich einerseits als Möglichkeit der Diagnose, die gegebenen Profile von Weiterbildungsanbietern genauer zu beschreiben, und liefert andererseits umfassendes Material für die Spezifizierung und Professionalisierung der Profilbildung von Weiterbildungseinrichtungen.

6. Zusammenfassung: Weiterbildung, Milieus und soziale Differenzierung

(Heiner Barz / Rudolf Tippelt / Meike Weiland)

Die vorliegende empirische Studie zum Weiterbildungsverhalten und zu den Weiterbildungsinteressen der Münchner Bevölkerung, die von 2000 bis 2002 am Lehrstuhl für Allgemeine Pädagogik und Bildungsforschung der LMU München durchgeführt wurde, thematisiert erstmalig aus der Perspektive der Milieuforschung den Zusammenhang von sozialer Lage, Lebensstil und Weiterbildung in einer Metropole. Nach den Erfahrungen aus vergleichbaren Forschungsprojekten wurde ein mehrstufiges Verfahren durchgeführt:

1. Phase: Expertengespräche mit ausgewählten, ausgewiesenen Kennern der Münchner Weiterbildungslandschaft.
2. Phase: Schriftliche Befragung einer repräsentativen Bevölkerungsstichprobe von ca. 4000 Personen (Rücklauf: ca. 26%, n=1049) aus der Grundgesamtheit der Münchner Wohnbevölkerung (19 bis 69-Jährige). Zuordnung der Befragten durch den SINUS-Milieuindikator zu den SINUS-Milieus.
3. Phase: Zwölf vertiefende Gruppendiskussionen mit homogener, vorab definierter Teilnehmerschaft. Besondere weiterbildungsaktive und weiterbildungsabstinente soziale Gruppen wurden ausgewählt, um die jeweils speziellen Perspektiven dieser Gruppen zur Weiterbildungsteilnahme, zu Weiterbildungsinteressen, zu Barrieren und zu Einstellungen gegenüber den Trägern und Anbietern der Weiterbildung zu explorieren.
4. Phase: Ergänzende biografische Interviews zur lebensgeschichtlichen und identitätsbezogenen Bedeutung des informellen, selbst gesteuerten Lernens.

Kern der Studie ist die schriftliche Fragebogenerhebung. Es wurden Daten zur allgemeinen, politischen und beruflichen Weiterbildungsteilnahme bzw. Nichtteilnahme aus der Perspektive der Weiterbildungsadressaten für München gewonnen. Inhaltliche Schwerpunkte bildeten die Themen der besuchten Kurse, Teilnahmemotive für allgemeine und

berufliche Weiterbildungsveranstaltungen, das Image von Weiterbildung, Einstellungen und Erwartungen zur Weiterbildung sowie Gründe für die Nichtteilnahme. Ebenfalls wurden informelle Lernprozesse thematisiert. Entsprechend der Konzeption der Studie wurden die Befragungsteilnehmer den SINUS-Milieus zugeordnet. Hierzu wurde der Fragebogen durch den SINUS-Milieuindikator ergänzt. Zusätzlich wurden die üblichen Sozialdaten erhoben. Der Rücklauf ergab eine Überrepräsentierung höherer Bildungsgruppen und einzelner Leitmilieus, die durch eine Gewichtung korrigiert wurde. Im Ergebnis werden wichtige neue empirisch erhärtete Trends des Weiterbildungsverhaltens und der Weiterbildungsinteressen der 19 bis 69-Jährigen erkennbar.

Weiterbildungsbeteiligung

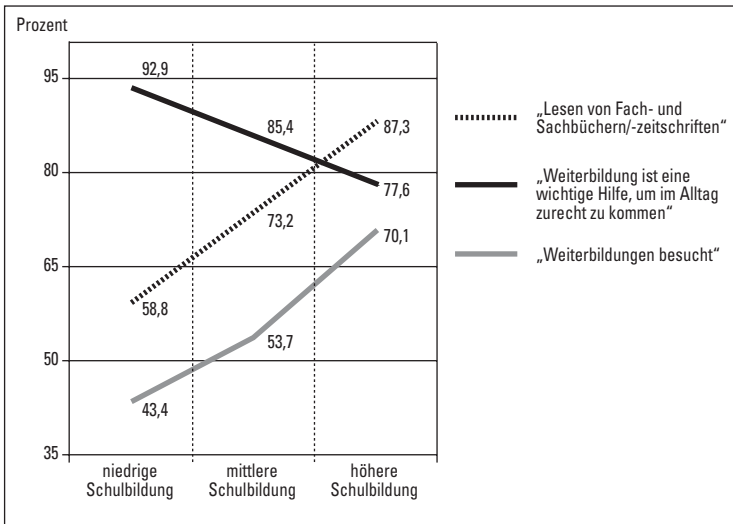
Die Weiterbildungsaktivität der Münchner⁹⁹ erreicht mit 59% einen hohen Wert – einen Wert jedenfalls, der deutlich über dem zuletzt für die gesamte Bundesrepublik vom Berichtssystem Weiterbildung (Kuwan u. a. 2001) mit 43% angegebenen liegt. Ob sich hierin ausschließlich die Spezifika der Münchner Stichprobe abbilden, oder ob dies möglicherweise als Hinweis zu lesen ist, dass sich der langfristige Anstieg der Weiterbildungsteilnahme fortsetzt, der nur in der Mitte der 80er Jahre und zuletzt im Jahr 2000 kurzfristig unterbrochen wurde (vgl. Kap. 3), muss dahingestellt bleiben.¹⁰⁰ Zweifellos wirkt sich hier das im Durchschnitt höhere formale (Schul-)Bildungsniveau in Großstädten aus. Es zeigen sich hierin aber auch Effekte des in Großstädten dichteren Weiterbildungsangebots.

Die Weiterbildungsbeteiligung variiert je nach Milieuzugehörigkeit immerhin um ca. 20 Prozentpunkte. So erweisen sich die Modernen Performer mit 68,8% als weiterbildungsaktivste Gruppe und das Konservative Milieu bildet mit 48,9% das Schlusslicht – übrigens ein deutlicher Hinweis darauf, dass auch innerhalb derselben sozialen Schicht deutliche Unterschiede im Weiterbildungsverhalten zu finden sind, denn beide Milieus gehören zur Oberschicht bzw. oberen Mittelschicht.

Allgemein bestätigen sich die als „Weiterbildungsschere“ bekannten Tendenzen. Das Ansehen von Weiterbildung ist in der gesamten Bevölkerung hoch. „Jeder sollte bereit sein, sich ständig weiterzubilden“ wird fast durchgängig, nämlich von 96% der Befragten bejaht. Allerdings sinkt die eigene aktive Beteiligung an Weiterbildung in Korrelation mit abnehmendem sozialen Status und abnehmendem Bildungsabschluss. Die Münchner Ergebnisse zeigen allerdings – und dieser eindrucksvolle Befund ist neu –, dass sich diese Bildungsschere im Hinblick

auf informelle Lernprozesse noch ein zweites Mal öffnet: Je geringer die Teilnahmebereitschaft an formalisierten Weiterbildungsveranstaltungen ist, um so weniger werden auch informelle Formen des Lernens (Lektüre von Fachliteratur, Besuch von Fachmessen und Kongressen, selbst gesteuertes Lernen mit neuen Medien) genutzt.

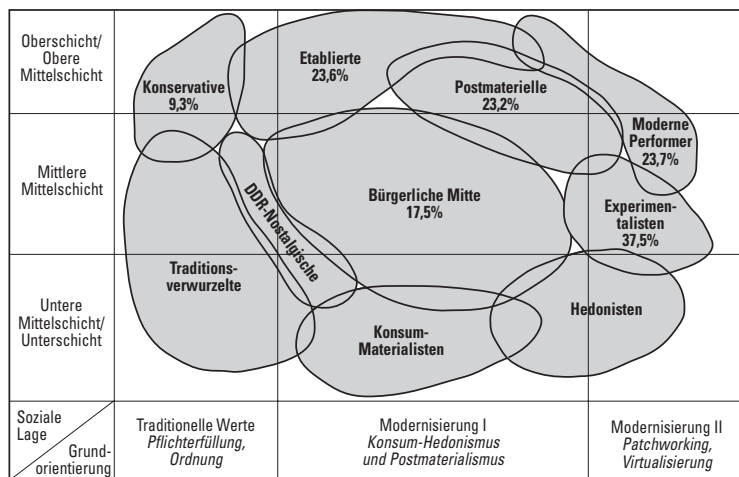
Abbildung 21: Die doppelte Weiterbildungsschere



Aus der Milieuperspektive ergeben sich auch bei der Frage der Themen der besuchten Weiterbildungsveranstaltungen interessante Differenzierungen. Wir wollen dies am Beispiel von zwei der meistbesuchten Themenfelder kurz skizzieren. In der Grundauszählung liegen EDV-Anwendungen mit 37% deutlich an der Spitze der Beliebtheitsskala. An zweiter Stelle liegt der Bereich Erziehung, Pädagogik, Psychologie mit 27%, gefolgt von Fremdsprachen und Gesundheit mit jeweils 22%.

Bei Sprachkursen etwa liegt das junge Experimentalistische Milieu mit 38% weit oberhalb des Durchschnittswerts – und das, obwohl dieses Milieu bei der Weiterbildungsbeteiligung insgesamt sogar fünf Prozentpunkte unter dem Durchschnitt angesiedelt ist und entsprechend auch bei den meisten anderen Themenbereichen, z. B. auch bei Gesundheit, deutlich weniger Interesse im Vergleich zu anderen Milieus erkennen lässt.

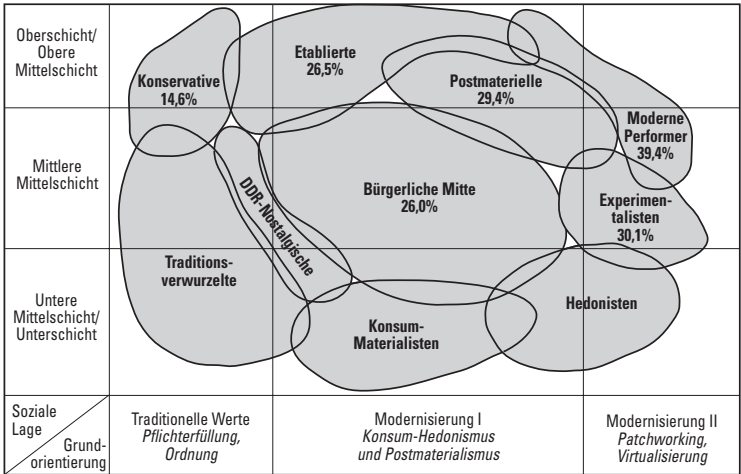
Abbildung 22: Teilnahme an Sprachkursen
(durchschnittliche Teilnahmequote: 22,2%)¹⁰¹



In der Gesundheitsbildung – ein stark expansives Feld – belegen die ansonsten eher weniger weiterbildungsaktiven Konservativen den Spitzenplatz im Milieuvvergleich, was sich allerdings weitgehend aus dem hohen Altersschwerpunkt dieser Gruppe erklären dürfte. Eindrucksvolle Ergebnisse erbringt dagegen die Differenzierung nach Altersgruppen für den Bereich der EDV-Kurse. Hier sticht die überdurchschnittliche Beteiligung der Befragten zwischen 39 und 58 Jahren ins Auge. Es liegt nahe, dass es sich dabei wenigstens zum Teil um nachholende Bemühungen des Schritthaltens mit dem Vordringen von PC und Internet in immer neue Bereiche des täglichen Lebens und der Arbeitswelt handeln dürfte. Bei der Frage, welche Bedeutung selbst gesteuertes Lernen mit Hilfe von Medien für die Probanden hat, erreichen die in doppelter Hinsicht „jüngeren“ Milieus durchweg höhere Werte als bspw. die Etablierten und die Bürgerliche Mitte. Mit 39% im Vergleich zu einem Durchschnittswert von 28% liegt das Milieu der Modernen Performer vorn. Hier zeigt sich offenbar die wesentlich selbstverständlichere Integration des Computers und seiner Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten in den Alltag gerade der jüngeren aufstrebenden sozialen Gruppen. Die damit unterstrichene klare Differenzierung des Weiterbildungsbedarfs macht ein ebenso differenziertes Weiterbildungsangebot, das sich an unter-

schiedliche Zielgruppen richten muss, erforderlich. Die „Milieulandkarte“ und die mit ihr möglichen Zielgruppenbeschreibungen bis hinein in kulturelle und ästhetische Vorlieben kann hierzu wichtige Hilfestellungen liefern (vgl. Kap. 4).

Abbildung 23: Selbst gesteuertes Lernen mit Hilfe von Medien
(durchschnittliche Teilnahmequote: 28,1%)¹⁰²



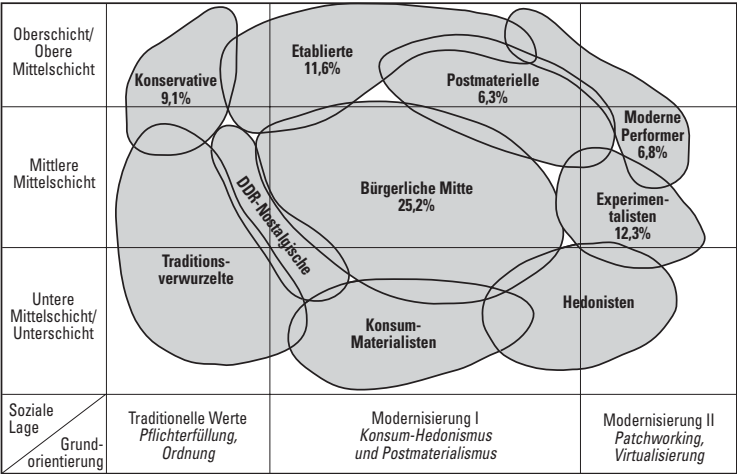
Weiterbildungsbarrieren und Weiterbildungsberatung

Der Anteil derjenigen, die vom Weiterbildungsangebot im letzten Jahr keinen Gebrauch gemacht haben, liegt mit 41% immer noch auf einem Niveau, das die Frage nach den Gründen relevant erscheinen lässt. Die Nichtteilnahmemotive sind vielfältig.¹⁰³ Hier seien nur zwei herausgegriffen: Auf Rang 1 liegt unangefochten die Ressource Zeit (42,4%). Nicht in allen Milieus ist Zeitmangel jedoch eine signifikante Weiterbildungsbarriere. Betroffen sind namentlich Etablierte, Moderne Performer, Postmaterielle und Experimentalisten.¹⁰⁴ Während bei Etablierten und Modernen Performern hohes berufliches Engagement keine Ressourcen für zeitintensive Weiterbildungsmaßnahmen übrig lässt, liegen die Ursachen bei Postmateriellen und Experimentalisten eher in der Gewichtung, die sie dem Faktor Zeit zumessen. Beide Milieus sind stark individualistisch geprägt und legen Wert darauf, frei

über ihre Zeit verfügen zu können. Dies impliziert institutionsferne, aber durchaus zeitintensive Freizeitbeschäftigungen wie die Pflege sozialer Kontakte, kreativ-künstlerische Betätigung, kulturelle Interessen etc.

Auf Platz 2 der Nichtteilnahmemotive liegt mit 14,1% aller Nennungen das Item „Ich weiß nicht, welche Weiterbildungsmaßnahmen für mich in Frage kämen“. Hier offenbart sich ein grundlegendes Problem des Münchner respektive des deutschen Weiterbildungsmarkts. Anbieter und Angebote sind für viele potenzielle Kunden intransparent (BMBF 2001, S. 14). Insbesondere Personen mit niedrigen Bildungsabschlüssen sind offenbar häufig überfordert: Bei den Befragten mit Hauptschulabschluss stimmten 27% diesem Item zu. Auf der Nachfrageseite wird ein weiteres Problem evident: Zu erfolgreichen Bildungs-„Karrieren“ gehören Planung und Analyse. Dies bedarf der Übung, über die bildungsferne Gruppen gerade nicht verfügen. Dass auch aus dem quantitativ größten Milieu der Bürgerlichen Mitte jeder Vierte dem Weiterbildungsimperativ offenbar ratlos gegenüber steht, könnte als Hinweis auf einen massiven Handlungsbedarf auf dem Feld der Weiterbildungsberatung gelesen werden.

Abbildung 24: Teilnahmebarriere „Ich weiß nicht, welche Weiterbildungsmaßnahmen für mich in Frage kämen (Durchschnitt: 14,1%)¹⁰⁵



Expert/innen und Adressaten fordern eine verstärkte Weiterbildungsberatung: Die Weiterbildungsberatung sollte sich nicht nur auf fachliche Informationen beschränken, sondern muss – ähnlich der Sozialberatung – zur Umsetzung ganzheitlicher Ansätze in der Lage sein und bei manchen Ratsuchenden auch eine breit zu definierende Sozial- und Lebensberatung leisten. Dezentrale Beratungsangebote sind notwendig und für bestimmte soziale Milieus ist „aufsuchende Bildungswerbung“ wichtig, wenn man am ehrgeizigen Ziel „Bildung für alle“ festhalten will. Von den Dozenten wird nicht nur Lehr- und Fachkompetenz, sondern auch Sozial- und Beratungskompetenz gefordert – und dies vor allen Dingen von arbeitslosen Teilnehmern/innen und auch von Adressaten, die bislang wenig Bindung an die Weiterbildung entwickelt haben. Da die Unklarheit über das richtige Angebot eines der wichtigsten Hindernisse dafür ist, sich nicht weiterzubilden, wird auch die Frage der trägerübergreifenden Weiterbildungsberatung neu aufgeworfen.

Weiterbildungsträger

Nach wie vor ist die Volkshochschule der Weiterbildungsträger schlechthin. Sie wird von allen Befragten am häufigsten (84,5%) spontan genannt, wenn nach Weiterbildungsveranstaltungen gefragt wird (vgl. Abb. 2). Betrachtet man allerdings die tatsächlichen Besuchszahlen, so ergibt sich ein anderes Bild (vgl. Abb. 3): Die Volkshochschulen werden auf den zweiten Platz verwiesen. Interessant ist ebenfalls, dass die Kliniken, Gesundheitszentren und Krankenkassen zwar mittlerweile einen beträchtlichen Anteil des Weiterbildungsangebots stellen, im öffentlichen Bewusstsein jedoch noch wenig als Weiterbildungsträger präsent sind.

Die berufliche Weiterbildung ist fest in der Hand der Arbeitgeber: 37,3% der Befragten nahmen an innerbetrieblicher Weiterbildung teil. Dies birgt große Potenziale, aber auch Nachteile in sich. Zum einen wird direkt auf die Bedürfnisse des Arbeitsmarktes reagiert. Die erworbenen Kenntnisse sind i.d.R. alltags-, d. h. berufsrelevant. Mitarbeiter können im Rahmen der Personalentwicklung gefördert und Führungsnachwuchs kann so aus den eigenen Reihen rekrutiert werden. Die Konzentration auf die spezifischen Erfordernisse des weiterbildenden Betriebs birgt zugleich aber die Gefahr in sich, dass Weiterbildungsmaßnahmen nur bestimmten Mitarbeitern zu Gute kommen und Benachteiligungen perpetuiert oder sogar verschärft werden.

Bestätigt wird dieser Verdacht, wenn man sich die Teilnehmergruppen innerbetrieblicher Weiterbildungsmaßnahmen genauer an-

Abbildung 25: Spontan genannte Weiterbildungsveranstalter

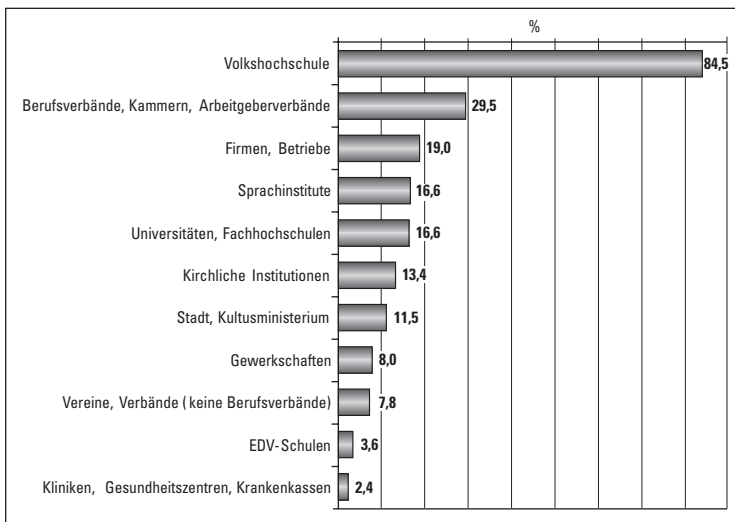
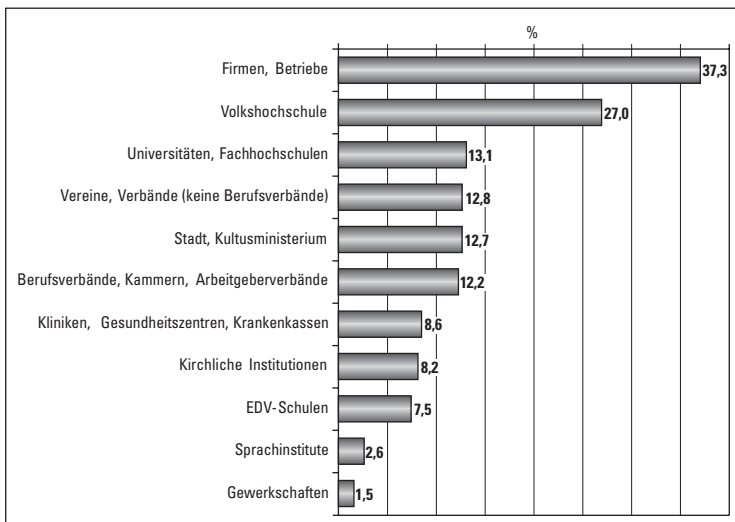


Abbildung 26: Veranstalter, bei denen eine Weiterbildung besucht wurde



schaut. Auffallend ist der Prozentsatz hoher bis höchster Haushaltsnettoeinkommen, die überdurchschnittliche Beteiligung von Männern sowie die Bevorzugung mittlerer Altersgruppen. Weiterbildungsmaßnahmen sind kostenintensiv, d. h. die Teilnahme der Mitarbeiter muss sich für den Betrieb lohnen. Die betriebliche Weiterbildung fügt sich in komplexe Modernisierungsstrategien, mit denen Unternehmen den Herausforderungen arbeitsorganisatorischen und technischen Wandels und dem Trend der Globalisierung antworten. Weiterbildung soll die Innovationsfähigkeit von Mitarbeiter/innen fördern, damit diese zur Flexibilisierung von innerbetrieblichen organisatorischen Strukturen beitragen (vgl. Timpelt 2000, S. 13f.). In den Genuss der Weiterbildungsveranstaltungen kommen daher vor allem jene Gruppen, von denen erwartet wird, dass ihre Zugehörigkeit zum Betrieb andauert (Risikogruppen: Frauen, ältere Arbeitnehmer) bzw. jene, die Schlüsselpositionen innehaben.

Voraussetzung für ein gelungenes Weiterbildungsmanagement, welches alle Mitarbeitergruppen umfasst, ist eine funktionierende Personalentwicklung. Daran fehlt es jedoch gerade in kleineren und mittleren Betrieben; der Wirtschaftsbereich Handwerk weist daher auch die geringste Weiterbildungsaktivität auf. Die entstehende Lücke können andere Träger beruflicher Weiterbildung offenbar nur unzureichend schließen: Das Angebot von Berufsverbänden, Kammern und Arbeitgeberverbänden wurde nur von jedem Zehnten der Befragten in Anspruch genommen.

Weiterbildungsinteressen im Milieumodell

Unterschiede in Einstellung und Verhalten im Bereich Weiterbildung lassen sich immer noch in den Kategorien der traditionellen gesellschaftlichen Schichtung beschreiben. Wir wissen aus vielen Forschungsbefunden, und die Daten der hier vorgestellten Münchner Weiterbildungsstudie belegen es ein weiteres Mal, dass die Weiterbildungsbereitschaft massiv etwa durch den Bildungsabschluss determiniert wird. Auch lassen sich weitere Unterschiede hinsichtlich der Einkommens- und Berufsgruppen sowie auch der Geschlechter und Altersgruppen, der regionalen Zugehörigkeit, in geringfügigerem Ausmaß sogar immer noch auch nach Konfessionen feststellen. Was bislang allerdings wenig empirisch erhärtet war, ist die Differenzierung der Bildungsaspirationen und Bildungsaktivitäten entlang der „unsichtbaren“ sozialen Grenzen, die durch Werthaltungen und Lebensstile markiert werden. Die Grenzziehungen entlang der sozialen Milieus haben – so die übereinstimmende

Überzeugung von Soziologen, Markt- und Trendforschern - in der post-industriellen Gesellschaft einen immer stärkeren Einfluss - nicht zuletzt auf die Konsum- und Freizeitinteressen der Menschen. Da Bildungsanstrengungen immer stärker individuell geplant, finanziert und erbracht werden müssen – das Self-Updating der Ich-AG entlastet die Budgets von Wirtschaft und Staat –, spielen die individuellen Lebensziele, die persönlichen Wertehierarchien auch eine immer wichtigere Rolle. Umgekehrt sind hier die Ansatzpunkte zu finden, die eine zielgruppenspezifische Angebotsplanung ebenso wie eine standortsensible und sozial verantwortungsbewusste Wirtschafts-, Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik brauchen. Wie sich die Ergebnisse unserer Fragebogenerhebung zu Weiterbildungsinteressen in München auf der Milieufolie darstellen, wird im Folgenden für die bildungsaktiven Milieus beschrieben.

Beginnen wir mit den *Konservativen*, die einen Teil des deutschen Bildungsbürgertums repräsentieren. Sie pflegen Traditionen und ziehen sich von der sich wandelnden Welt, oftmals in kulturkritischer Distanz, zurück. Kennzeichnend ist eine humanistisch geprägte Pflichtauffassung sowie Abstand zu modernen Lebensstilen und technologischem Fortschritt. Entsprechend leiden sie unter dem „Verfall der Werte und der guten Sitten“. Sie legen großen Wert auf Abgrenzung durch die Betonung ihrer gehobenen Stellung in der Gesellschaft. Nach erfolgreicher Karriere als leitende Angestellte, Beamte oder Selbständige sind sie heute häufig bereits im Ruhestand. Teilweise stehen auch größere Vermögen im Hintergrund. Auf den ersten Blick überraschen muss die Tatsache, dass wir hier, im Milieu der alten Bildungsbürger, mit 27,1 % vergleichsweise viele Befragte mit Volks- oder Hauptschulabschluss finden. Und auch die geringe Weiterbildungspartizipation bildet dazu zunächst einen Widerspruch. Letztere findet allerdings im hohen Altersdurchschnitt eine Erklärung sowie in der Tatsache, dass vor allem berufsbezogene Weiterbildung hier nur noch wenig Interesse findet. Die typischen Interessensgebiete liegen eher im Bereich Literatur, Musik, Geschichte, aber auch Gesundheit. Der Bildungsdurchschnitt erklärt sich durch die vor der Bildungsexpansion noch sehr massive Geschlechterdifferenz bei den höheren Abschlüssen: Die höheren Abschlüsse waren weitgehend den Männern vorbehalten.

Entsprechend ihrer geringen Teilnahme an berufsbezogenen Weiterbildungsangeboten besuchen Konservative eher selten Angebote von Firmen und Betrieben (18,5% vs. ø 37,3%). Auch die Volkshochschulen werden im konservativen Milieu deutlich unterdurchschnittlich

besucht (14,8% vs. $\bar{x}$ 27,0%). Dies könnte auf das ausgeprägte Status- und Standesdenken sowie die Abgrenzung nach „unten“, die für dieses Milieu charakteristisch ist, zurückzuführen sein. Schon die Freiburger Studie ließ hier in typischen Antworten ein deutliches Abgrenzungsbedürfnis erkennen: „Ich halte mich nicht für den typischen Volkshochschulbesucher. Ich habe ja eine Hochschule hinter mir und die Volkshochschule will ja etwas anderes [...]. Da bin ich mal ganz arrogant: das brauch' ich nicht.“ (Barz 2000, S. 106)

Im Gegenzug stellen die Konservativen in Universitäten und Fachhochschulen (22,2% vs. $\bar{x}$ 13,1%) sowie in Berufsverbänden, Kammern und Arbeitgeberverbänden (22,2% vs. $\bar{x}$ 12,2%) eine starke Teilnehmergruppe. Führt man sich vor Augen, dass die akademisch gebildeten Konservativen ihr Studium oftmals noch vor der Bildungsexpansion ablegten, ist davon auszugehen, dass sie Universitäten als Bildungseinrichtungen für die privilegierte gesellschaftliche Elite kennen und schätzen und daher den Weg dorthin leichter finden als andere Gruppen. Das konservative Milieu stellt offenbar die Kerngruppe der Teilnehmenden an von kirchlichen Einrichtungen angebotenen Weiterbildungen (33,3% vs. $\bar{x}$ 8,2%). Dies wiederum korrespondiert mit ihrer vergleichsweise großen Kirchennähe (vgl. Barz 2000, S. 64). Ein interessanter Detailbefund verweist auf die Ausstattung des Veranstaltungsorts und sonstigen atmosphärischen Aspekten der Erwachsenenbildung, denen gegenüber eine eher pragmatische Einstellung dominiert: sauber und ordentlich sollte es sein. Nicht zuletzt soll man sich ruhig auch einmal anstrengen müssen – die Spaßgesellschaft mit ihren Errungenschaften Infotainment und Edutainment gilt als Inbegriff des Kulturverfalls.

Während für die Konservativen eine auf Traditionen gerichtete Haltung typisch ist, haben sich im benachbarten Milieu der *Etablierten* ausgeprägt zukunftsoptimistische und am Machbaren orientierte Lebenskonzepte durchgesetzt. Neuen Herausforderungen wird aktiv und flexibel begegnet. Sie stellen die gut ausgebildete, sehr selbstbewusste Elite. Man bekennt sich zu hohen Exklusivitätsansprüchen und auch zur bewussten Abgrenzung gegenüber anderen. Sie sind sehr aufgeschlossen gegenüber technologischem Fortschritt und den beruflichen wie privaten Vorteilen, die er bringt. Beruflicher Erfolg als materielle Basis des gehobenen Lebensstils ist wichtig; es werden klare Karriere Strategien verfolgt. Das Milieu ist dementsprechend im Bereich leitender beruflicher Positionen, Selbständiger und Unternehmer, hoher und höchster Einkommen angesiedelt.

Das Milieu der Etablierten nahm in der Münchner Studie leicht unterdurchschnittlich an Weiterbildungsangeboten teil (55,2% vs. $\bar{o}$ 59,2%). Es zeigten sich keine ausgeprägten thematischen Präferenzen. Unterdurchschnittlich fiel die Beteiligung am Themengebiet „Kunst, Literatur, Religion, Geschichte oder Länderkunde“ (14,2% vs. $\bar{o}$ 18,5%) aus. Dies wird kaum – wie vielleicht in der Bürgerlichen Mitte – mit einem mangelnden Interesse an diesem Themengebiet erklärt werden können. Im Gegenteil bedeutet kulturelle Bildung diesem Milieu sehr viel; sie ist zentraler Bestandteil der Selbstdefinition. Allerdings verhindern zeitliche Barrieren, die der starken Berufs- und Karriereorientierung der Milieugehörigen geschuldet sind, eine höhere Teilnahmequote.

So geben die Nichtteilnehmenden unter den Etablierten als Grund für ihre Abstinenz signifikant häufiger als andere Befragte an, dass sie keine Zeit gehabt hätten (53,5% vs. $\bar{o}$ 42,4% vs. Konservative 15,9%). Dies erscheint nachvollziehbar, führt man sich das hohe berufliche Engagement der Etablierten vor Augen. Wo im Konfliktfall sogar das Privat- und Familienleben zurückstehen muss, spielt Weiterbildung, die nicht unbedingt notwendig ist, eine nachgeordnete Rolle. Ein weiteres stärker gewichtetes Nichtteilnahmemotiv ist die Einstellung, man sei zu alt für Weiterbildung (20,9% vs. $\bar{o}$ 11,3%). Der milieuspezifische Altersschwerpunkt liegt zwischen 40 und 60 Jahren, in einer Altersgruppe also, in der die Weiterbildungsbeteiligung generell abnimmt. Hier spielt möglicherweise das milieutypische Statusdenken eine Rolle, das mit einer ausgeprägten Führungsbereitschaft und dem Streben nach gehobenen hierarchischen Positionen einhergeht: dem Alter, sich etwas beibringen zu lassen, fühlt man sich entwachsen.

Finanzielle Aspekte erweisen sich bei den Etablierten als untergeordnet (9,3% vs. $\bar{o}$ 11,9% vs. Konservative 2,3%), wobei sie im Vergleich zu den anderen gesellschaftlichen Leitmilieus allerdings vergleichsweise wichtig sind. Dies hängt damit zusammen, dass die von Etablierten gewählten Angebote im Vergleich zu solchen, die z. B. von Konservativen gewählt werden (allgemeine Weiterbildung, z. B. Gesundheitsbildung in Kirchen oder Fachhochschulen und Universitäten), per se kostenintensiver sind. Gemäß ihrer starken Berufsorientierung nehmen Etablierte überdurchschnittlich an durch Firmen und Betriebe organisierten Weiterbildungsveranstaltungen teil (42,9% vs. $\bar{o}$ 37,3%), während sie Universitäten und Fachhochschulen vergleichsweise selten besuchen (8,2% vs. $\bar{o}$ 13,1%).

Gemeinsam mit den Experimentalisten stellen die *Postmaterialen* das gesellschaftliche Segment mit den höchsten Bildungsabschlüssen: 67,9 % der Postmaterialisten und 68,7 % der Experimentalisten in unserer Münchner Stichprobe haben Abitur oder Fachabitur. Die Postmaterialisten verkörpern das aufgeklärte Post-68er-Milieu. Selbstbestimmung, Selbstverwirklichung und Persönlichkeitsentwicklung nehmen eine Schlüsselposition im Werteset ein. Der Technologisierung und den Globalisierungsfolgen stehen sie eher kritisch gegenüber. Erfolg um jeden Preis lehnen sie ab, sie definieren sich mehr über Intellekt und Kreativität, weniger über Besitz und Konsum. Hohe Standards gelten als gleichsam selbstverständlich. Nach sehr guten Ausbildungen stellen sie die gehobenen Angestellten, Beamte, Freiberufler und Selbständige. Kennzeichnend ist ein mehrdimensionales, ganzheitliches Bildungsverständnis mit Interessen an gesellschaftspolitischen Fragestellungen, kultureller Bildung und Gesundheitsbildung. Weiterbildung wird sowohl beruflich als auch privat gerne aufgesucht. Man hat hohe Ansprüche an professionell aufbereitete Inhalte und an ein stimmiges, natürliches Ambiente. Die Betonung des gesellschaftlichen Status würde dem milieutypischen Hang zum Understatement zuwiderlaufen, folglich akzeptiert man auch milieuheterogene Kursgruppen.

In der Weiterbildung fallen bei den Postmaterialisten die berufsbezogenen Motive (z. B. eine berufliche Verschlechterung zu vermeiden: 16,7% vs. Ø 36,4%) weniger ins Gewicht. Dies erklärt sich zum einen aus dem hohen Bildungsstand und den gehobenen beruflichen Positionen der Milieuangehörigen, zum anderen aus der milieutypisch geringen Status- und Aufstiegsorientierung. Die Teilnahme an Weiterbildungen beruht hier stärker auf einer intrinsischen Motivation, weshalb die unmittelbare Verwertbarkeit des Gelernten im funktionalen Sinne der beruflichen Statusverbesserung von geringerer Bedeutung ist. Die Ablehnung eines instrumentellen, auf Prüfungen bezogenen Bildungsverständnisses wird hier bestätigt (vgl. Barz 1999). Die Postmaterialisten beteiligen sich folglich unterdurchschnittlich an Weiterbildungen, die von Berufsverbänden, Kammern und Arbeitgeberverbänden organisiert sind (6,3% vs. Ø 12,2%).

Die von Experten immer wieder beklagte fehlende Transparenz des Weiterbildungsmarkts erscheint im Milieu der Postmaterialisten weniger als Problem (6,3% vs. Ø 14,1%). Dies erklärt sich durch den in gesellschaftlichen Leitmilieus oft gegebenen souveränen Umgang mit einer ungeordneten Informationsfülle, der im Beruf, aber ebenso infolge

eines ausgeprägten Leseinteresses selbstverständlich ist. Somit fällt die Auswahl der Kurse und Veranstalter nach selbst definierten Kriterien leichter als in bildungsfernen Milieus. Der Preis einer Veranstaltung ist für Postmaterialisten eher nebensächlich.

Die *Modernen Performer* sind erst im Jahr 2000 in das Milieumodell integriert worden. Sie sind somit nicht nur von der Altersstruktur her das jüngste Milieu. In ihnen finden die in Richtung Individualisierung, Ökonomisierung und Intensivierung des persönlichen Lebens gehenden Strömungen ihren stärksten Ausdruck. Sie stellen die junge, unkonventionelle Leistungselite, leben beruflich und privat Multioptionalität und Flexibilität. Ihr ausgeprägter Ehrgeiz richtet sich auf „das eigene Ding“, oft die eigene Selbständigkeit (Start-ups). Dabei haben sie nicht nur den materiellen Erfolg im Auge. Treibendes Motiv ist ebenso zu experimentieren, spontan Chancen zu nutzen, wenn sie sich auftun, und die eigenen Fähigkeiten zu erproben. Er ist mit Multimedia groß geworden. Die modernen Kommunikationstechnologien nutzt er intensiv und lustvoll, im beruflichen wie im privaten Leben. Neben der Multimedia-Begeisterung besteht auch ein großes Interesse an sportlicher Betätigung und „Outdoor-Aktivitäten“ (Kino, Kneipe, Kunst).

Die Modernen Performer erreichen erwartungsgemäß die höchste Weiterbildungsbeteiligung (68,8 %). Berufsbezogen sind für sie Fremdsprachen, Rechtsfragen und kaufmännische Weiterbildungen von besonderem Interesse. In der New Economy spielen gerade Kenntnisse in diesen Bereichen eine zentrale Rolle. Fremdsprachen sind aufgrund der Internationalisierung der modernen Berufe, z. B. der High-Tech-Industrie, unabdingbar geworden und gewinnen weiterhin an Bedeutung. Know-How in Rechtsangelegenheiten und kaufmännischen Fragen bildet die Grundlage für die in diesem Milieu häufig angestrebte Selbständigkeit.

Zudem wurden die – eher im Freizeitbereich angesiedelten – gesundheitsbezogenen Weiterbildungen überdurchschnittlich genutzt. Dies verweist auf das in diesem Milieu vorhandene Streben nach Auflösung traditioneller Dichotomien: Es stellt sich nicht länger die Frage, ob man sich beruflich bis hin zur Selbstausbeutung engagiert oder eine erlebnisintensive Freizeit sucht, sondern beides wird angestrebt.

Dass auch Weiterbildung Spaß machen muss und dem kennen lernen netter Leute dabei Bedeutung zugemessen wird, passt ebenfalls zur Überschreitung traditioneller Grenzziehungen: Freizeit und Arbeit werden kaum getrennt, in beiden Bereichen wird auf Kommunikation und Austausch Wert gelegt, die hohe Leistungsorientierung darf nicht zu

„Verbissenheit“ werden. Es überrascht nicht, dass dieses Milieu auch in den Items zur Messung informeller Lernprozesse jeweils Spitzenwerte im Milieuvvergleich belegt.

Wie im Label bereits zum Ausdruck gebracht, ist eine recht unbekümmerte, spielerische Lebensführung Hauptmerkmal der *Experimentalisten*. Sie verkörpern die extrem individualistische „neue Bohème“. Zwänge, Routinen und Rollenvorgaben sind ihnen zuwider.¹⁰⁶ Im Vergleich mit ihrem Selbstbewusstsein als intellektuelle Lifestyle-Avantgarde sind materieller Erfolg und Karriere eher unwichtig. Auch bei ihnen handelt es sich um ein Milieu mit einem vergleichsweise niedrigen Altersschwerpunkt (unter 30 Jahren). Entsprechend richten sich Hauptinteressen auf Musik, Kunst, Kultur. Sie haben ein großes Bedürfnis nach Kommunikation und sind ständig in Bewegung. Sie bevölkern die verschiedensten Szenen: von Techno über Extremsport bis zur Öko- und Kirchentagsszene. Oft sind sie noch in Ausbildung, an der Uni oder in vorübergehenden Arbeitsverhältnissen – jedenfalls nicht festgelegt.

Weiterbildung ist hier vor allem ein Medium zur Erschließung neuer Welten: neue Länder und Erdteile (signifikant hohe Beteiligung an Sprachkursen: 38% vs. ø 22%), neue Selbsterfahrungstechniken, neue esoterische Angebote. Schon aufgrund der oft noch nicht vollzogenen, bzw. teilweise bewusst hinausgeschobenen beruflichen Integration, besteht an beruflicher Bildung wenig Interesse. Kommunikative und spaßorientierte Motive stehen bei der Entscheidung für ein Weiterbildungsangebot ganz oben. Passend zum persönlichen wie beruflichen „Kult des Unfertigeins“ trifft man Experimentalisten überdurchschnittlich oft in Umschulungen und beim Nachholen von Abschlussprüfungen.

Interessant für die Münchner Volkshochschule dürfte der Befund sein, dass die Experimentalisten im Milieuvvergleich die größte Nähe zu ihr haben (47% vs. ø 27%). Dies dürfte als Hinweis auf ein relativ „junggebliebenes“, aber auch preiswertes, gut erreichbares Angebot der MVHS zu verstehen sein – aber auch als Indiz, dass es bei jungen, welt-offenen, neugierigen Menschen keine Berührungsängste gegenüber der Institution VHS gibt.

Mit Multimedia groß geworden, nutzen Experimentalisten das Internet sehr intensiv – allerdings weniger die damit verbundenen Informations- und Lernmöglichkeiten. Ihre spielerischen Vorlieben lassen sie eher zu mp3-Downloads, p2p-Online-Games oder Net-Communities tendieren.

Die *Bürgerliche Mitte* ist der statusorientierte moderne Mainstream. Kennzeichnend ist vor allem die Ausgewogenheit in jeder Hinsicht: Beruflich und sozial will man weder zu den Underdogs noch zu den Topdogs gehören. Man hat keine überspannten Allüren, sondern ist realistisch und pragmatisch auf das Mögliche und Machbare hin orientiert. Das Milieu rekrutiert sich schwerpunktmäßig aus einfachen und mittleren Angestellten und Beamten sowie Facharbeitern. Oft bestimmen Kinder und Familie Alltag und Lebensplanung. Angenehm, komfortabel und harmoniebetont lebt man im Freundes- und Familienkreis. Als Cocooning bezeichnen Marktforscher seit Faith Popcorn diesen Lebensentwurf im abgesicherten Rahmen. Früher sprach man von kleinbürgerlicher Idylle. Vielleicht wäre Modernes Kleinbürgertum ein passendes Etikett.

Auch in Bezug auf Bildungsabschlüsse, die Weiterbildungsbeziehung und ebenso für die Nutzung informeller Formen des Lernens werden mittlere Positionen belegt. Ein klar erkennbarer Anwendungsbezug ist Voraussetzung für die Beteiligung. Dies ist z. B. bei Aufstiegsfortbildungen und überhaupt bei berufsbezogenen Weiterbildungsangeboten gegeben (mit 76% wird hier der im Milieuvvergleich höchste Wert erreicht), die dementsprechend auch überdurchschnittlich häufig besucht werden. Folglich werden literarische, philosophische oder kunstbezogene Themeninteressen weniger geäußert. In Bezug auf die oben erwähnte grundsätzliche und unverbindliche Zustimmung zur heutigen Notwendigkeit erreicht dieses stark an Konventionen orientierte Milieu den höchsten Wert, nämlich 100 %. Und auch im Hinblick auf die mit einer Weiterbildungsveranstaltung verbundenen Annehmlichkeiten werden Spitzenwerte erreicht: Spaß und Unterhaltung, ein verständnisvoller Dozent, ansprechende Kursräume und ein günstiger Preis werden deutlich stärker erwartet als von anderen Milieus.

Auf den recht massiven Beratungsbedarf in diesem zahlenmäßig größten bundesdeutschen Milieu (25% wissen nicht, welcher Kurs für sie in Frage käme) wurde bereits hingewiesen. Auch spielen der Preis oder Befürchtungen, man sei „kein guter Lerner“ hier eine deutlich größere Rolle als in den gehobenen Milieus. In Volkshochschulen und kirchlichen Institutionen sieht man Angehörige der Bürgerlichen Mitte eher seltener.

Im Rahmen eines Workshops mit Experten/innen aus der Münchner Weiterbildungsszene wurden Implementierungsvorschläge auf der Grundlage der vorliegenden Studie erarbeitet. Diese sollen Weiterbil-

dungsanbieter darin unterstützen, die Teilnehmerorientierung in ihrer Angebotsgestaltung zu verstärken (vgl. Kap. 5). Für verschiedene Anbieter ist – so wurde resümiert – die noch stärkere Profilbildung eine wichtige Aufgabe der zukünftigen Programmplanung und des Marketings. Jeder Träger muss entscheiden, ob die erreichten Milieus und sozialen Gruppen mit den eigenen Zielvorstellungen übereinstimmen. Sowohl die stärkere Spezialisierung als auch die breite Vielfalt eines Angebots können unter Umständen zu einem positiven Image einer Weiterbildungseinrichtung führen.

Die Studie zeigt die große Pluralität des Lern- und Bildungsverständnisses verschiedener sozialer Milieus und sozialer Gruppen in einer Großstadt. Wer die Bedeutung des lebenslangen Lernens für alle sozialen Gruppen anerkennt (vgl. Tippelt 2000a), wird von Ergebnissen der Teilnehmer- und Adressatenforschung profitieren. Die vorliegende Studie will den Weiterbildungsinstitutionen für die heute unverzichtbare Profilbildung, für die notwendige Zielgruppenarbeit und für eine zeitgemäße adressatenbezogene Programmplanung wichtige Hinweise geben.

Anmerkungen

- 1 Die Personen waren zuvor von der Münchner Volkshochschule angeschrieben und auf die Möglichkeit hingewiesen worden, die Weitergabe ihrer Adresse zu untersagen.
- 2 Unter Berücksichtigung der Datenschutzbestimmungen und verbunden mit Auflagen und Bedingungen gem. Art. 31. Abs.1 MeldeG.
- 3 Die Gesamtzahl der auswertbaren Fragebögen beträgt damit 1 013. Alle folgenden Angaben beziehen sich auf den gewichteten Datensatz.
- 4 Eine Person machte keine Angaben.
- 5 Der entsprechende Anteil am Bundesdurchschnitt liegt bei 20,8% (Statistisches Bundesamt Deutschland 2002, Internetangebot)
- 6 1,4% (14) der Befragten machten keine Angaben.
- 7 22,1% (224) der Befragten gaben an, zurzeit nicht berufstätig zu sein. 3,3% (33) machten keine Angaben.
- 8 Teilnehmende beruflicher Weiterbildung können natürlich auch zusätzlich allgemeine Weiterbildungsveranstaltungen besucht haben. Personen aber, die als Teilnehmende allgemeiner Weiterbildung ausgewiesen werden, haben sich nicht an beruflicher Weiterbildung beteiligt. Betrachtet man nur die Weiterbildungsteilnehmenden, so haben 71% an beruflichen Fortbildungen partizipiert.
- 9 Vgl. Kuwan u. a. 2000, S. 22; Kuwan u. a. 2001, S. 13.
- 10 Zustimmung aller Befragten, gewichtete Daten. N(Item 1)=846, N(Item 2)=968, N(Item 3)=920.
- 11 Vgl. Kuwan u. a. 2001, S. 66.
- 12 Item 1: N= 972, s= 0,77; Item 2: N= 975, s= 0,85; Item 3: N= 971, s= 0,75; Item 4: N= 974, s= 0,83; Item 5: N= 973, s= 0,91; Item 6: N= 974, s= 0,90; Item 7: N= 954, s= 0,85; Item 8: N= 974, s= 0,86; Item 9: N= 963, s= 0,67; 1 = „Trifft überhaupt nicht zu“, 2 = „Trifft eher nicht zu“, 3 = „Trifft eher zu“, 4 = „Trifft ganz genau zu“. Die Antworten wurden in Mittelwerte umgerechnet. Mittelwerte von mehr als 2,5 drücken Zustimmung aus; Werte unterhalb 2,5 signalisieren Ablehnung.
- 13 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (29,6%) und „Trifft eher zu“ (49,7%) bzw. Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft eher nicht zu“ (17,8%) und „Trifft überhaupt nicht zu“ (3,0%).
- 14 n(niedrige Schulbildung)=198, n(mittlere Schulbildung)=279, n(höhere Schulbildung)=474; n(bis 28 Jahre)=198, n(29-38 Jahre)=277, n(39-48 Jahre)=187, n(49-58 Jahre)=163, n(59 Jahre und älter)=151; n(Weiterbildungsabstinenten)=380, n(Weiterbildungsaktive)=591; n(Frauen)=564, n(Männer)=410; n(Arbeitslose)=34, n(Teilzeitbeschäftigte)=140, n(Nichtberufstätige)=176, n(Handwerk)=56, n(Selbstständige)=95, n(Industrie)=111, n(Handels- oder Dienstleistungsbereich)=352; gültig für alle Einstellungen, Erwartungen und Wünsche.
- 15 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (33,0%) und „Trifft eher zu“ (41,5%).
- 16 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (22,5%) und „Trifft eher zu“ (57,8%).
- 17 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft eher nicht zu“ (27,5%) und „Trifft überhaupt nicht zu“ (8,5%) bzw. Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (24,6%) und „Trifft eher zu“ (39,4%).

- 18 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft eher nicht zu“ (34,2%) und „Trifft überhaupt nicht zu“ (8,4%) bzw. Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (21,8%) und „Trifft eher zu“ (35,6%).
- 19 Item 1: N= 973, s= 0,56; Item 2: N= 966, s= 0,71; Item 3: N= 975, s= 0,81; Item 4: N= 973, s= 0,88; Item 5: N= 978, s= 0,83; Item 6: N= 974, s= 0,87; 1 = „Trifft überhaupt nicht zu“, 2 = „Trifft eher nicht zu“, 3 = „Trifft eher zu“, 4 = „Trifft ganz genau zu“. Die Antworten wurden in Mittelwerte umgerechnet. Mittelwerte von mehr als 2,5 drücken Zustimmung aus; Werte unterhalb 2,5 signalisieren Ablehnung.
- 20 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft eher nicht zu“ (2,3%) und „Trifft überhaupt nicht zu“ (0,4%).
- 21 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft eher nicht zu“ (35,0%) und „Trifft überhaupt nicht zu“ (5,7%); Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (16,4%) und „Trifft eher zu“ (42,9%).
- 22 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (21,4%) und „Trifft eher zu“ (56,9%); Anteile der Nennungen zu den Kategorien „Trifft eher nicht zu“: 19,1% und „Trifft überhaupt nicht zu“: 2,7%.
- 23 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (17,8%) und „Trifft eher zu“ (39,6%); Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft eher nicht zu“ (32,9%) und „Trifft überhaupt nicht zu“ (9,7%).
- 24 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft eher nicht zu“ (40,4%) und „Trifft überhaupt nicht zu“ (12,2%); Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (10,1%) und „Trifft eher zu“ (37,3%).
- 25 Summe der Nennungen zu den Kategorien „Trifft ganz genau zu“ (11,6%) und „Trifft eher zu“ (25%).
- 26 n(bis 28 Jahre)=197, n(29-38 Jahre)=279, n(39-48 Jahre)=191, n(59 Jahre und älter)=175; n(Frauen)=575, n(Männer)=430; n(niedrige Schulbildung)=215, n(mittlere Schulbildung)=283, n(höhere Schulbildung)=474; n(Vollzeiterwerbstätige)=489, n(Arbeitslose)=33, n(Nichterwerbstätige)=194, n(Öffentlicher Dienst)=974; n(PER)=141, n(KON)=88
- 27 Der Prozentwert gibt jeweils an, welcher Anteil der Teilnehmenden zu dem entsprechenden Thema eine Veranstaltung besuchte. Nur Weiterbildungsteilnehmende, n=588, 88 Befragte (15%) gaben ein „anderes Thema“ an.
- 28 Fettungen markieren signifikante Unterschiede. Kursiv gedruckte Werte bilden unterdurchschnittliche Teilnahmequoten ab. Nicht hervorgehobene Werte und nicht abgebildete Themenbereiche bedeuten durchschnittliche Teilnahme. Die Angaben beziehen sich ausschließlich auf Weiterbildungsteilnehmende; niedrige Schulbildung: Volks- oder Hauptschulabschluss, Qualifizierter Hauptschulabschluss; mittlere Schulbildung: Mittlere Reife bzw. Realschulabschluss; höhere Schulbildung: Fachabitur, Abitur. n(gesamt)=571, n(niedrige Schulbildung)=93, n(mittlere Schulbildung)=147, n(höhere Schulbildung)=331. Die vollständige Bezeichnung der Items finden Sie in der obigen Tabelle.
- 29 n(bis 28 Jahre)=103, n(29-38 Jahre)=185, n(39-48 Jahre)=127, n(49-58 Jahre)=87, n(59 Jahre und älter)=86, nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 30 n(39-48 Jahre)=127, n(49-58 Jahre)=87, n(59 Jahre und älter)=85, n(Arbeitslose)=13; nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 31 n(niedrige Schulbildung)=93, n(mittlere Schulbildung)=147, n(höhere Schulbildung)=331, n(Frauen)=358, n(Männer)=228, n(Industrie)=67, n(Vollzeiterwerbstätige)=311, n(Teilzeiterwerbstätige)=88, n(KON)=43, nur Weiterbildungsteilnehmende.

- 32 n(bis 28 Jahre)=103, n(39-48 Jahre)=127, n(Industrie)=68, n(Handels- oder Dienstleistungsbereich)=211, n(Handwerk)=31, n(Öffentlicher Dienst)=163; bis 28 Jahre: n. s., $p=,055$; Industrie: n. s., $p=,056$, nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 33 n(bis 28 Jahre)=103, n(49-58 Jahre)=87, n(höhere Schulbildung)=331, n(Arbeitslose)=13, n(Selbständige)=57, n(Nichterwerbstätige)=85, n(Industrie)=67, n(Handels- oder Dienstleistungsbereich)=211, n(BÜM)=166, n(EXP)=64, nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 34 n(29-38 Jahre)=185, n(59 Jahre und älter)=85, n(niedrige Schulbildung)=93, n(mittlere Schulbildung)=146, n(Vollzeiterwerbstätige)=311, n(Handels- oder Dienstleistungsbereich)=212, n(Nichterwerbstätige)=94, n(KON)=43, n(BÜM)=165, nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 35 n(niedrige Schulbildung)=95, n(höhere Schulbildung)=331, n(Industrie)=67, n(Handels- oder Dienstleistungsbereich)=211, n(Handwerk)=31, n(Öffentlicher Dienst)=163, n(bis 28 Jahre)=103, n(29-38 Jahre)=185, n(49-58 Jahre)=86, n(59 Jahre und älter)=85, n(Vollzeiterwerbstätige)=311, n(Nichterwerbstätige)=85, n(PMA)=112, n(KON)=43, n(BÜM)=166, nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 36 n(Handwerk)=31, n(Öffentlicher Dienst)=163, n(Vollzeiterwerbstätige)=311, n(Selbständige)=57, n(Nichterwerbstätige)=86, n(bis 28 Jahre)=103, n(Frauen)=358, n(Männer)=229, n(KON)=443, n(EXP)=64, EXP: n. s., $p=,057$, nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 37 n(29-38 Jahre)=185, n(59 Jahre und älter)=86, n(Frauen)=358, n(Männer)=229, n(Teilzeiterwerbstätige)=87, n(Handels- oder Dienstleistungsbereich)=211, n(Nichtberufstätige)=94, n(PMA)=112, n(KON)=43, n(BÜM)=166, PMA: n. s., $p=,051$, nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 38 N(gesamt)=985; 28 Befragte machten keine Angaben, n(berufliche Weiterbildung)=407.
- 39 n(49-58 Jahre)=55, n(Männer)=176, n(bis 28 Jahre)=56, nur Teilnehmende beruflicher Weiterbildung.
- 40 n=407, nur Teilnehmende beruflicher Weiterbildung; Item 1: Missing=64; Item 2: Missing=183; Item 3: Missing=167. Weil sich diese Frage u.U. auf mehrere besuchte berufliche Weiterbildungsveranstaltungen im Untersuchungszeitraum bezieht, sind Mehrfachnennungen möglich und die Summe der Einzelitems übersteigt 100%.
- 41 Die Antworten aus der vierstufigen Skala mit den Nennungen „Interessiert mich sehr“ (4), „Interessiert mich eher“ (3), „Interessiert mich eher nicht“ (2), „Interessiert mich überhaupt nicht“ (1) wurden in Mittelwerte umgerechnet, wobei – grob gesagt – ein Mittelwert von mehr als 2,5 bis 4 ein Interesse an dem Ziel ausdrückt, von 1 bis unter 2,5 ein Desinteresse. Item 1: N=951, $s=0,69$; Item 2: N=938, $s=0,76$; Item 3: N=939, $s=0,78$; Item 4: N=943, $s=0,91$; Item 5: N=931, $s=1,02$; Item 6: N=935, $s=0,97$; Item 7: N=929, $s=1,09$; Item 8: N=928, $s=0,90$; Item 9: N=933, $s=0,97$; Item 10: N=937, $s=0,93$.
- 42 Nur Weiterbildungsabstinente, n=411, Mehrfachnennungen möglich.
- 43 n(niedrige Schulbildung)=122, n(mittlere Schulbildung)=131, n(höhere Schulbildung)=142, n(Vollzeitbeschäftigte)=176, n(Teilzeitbeschäftigte)=47, n(Arbeitslose)=21, n(Selbständige)=41, n(Nichtberufstätige)=108, n(Industrie)=42, n(Handels- oder Dienstleistungsbereich)=136, n(Handwerk)=25, n(Öffentlicher Dienst)=71, n(Männer)=200, n(Frauen)=211, n(bis 28 Jahre)=95, n(29-38 Jahre)=87, n(39-48 Jahre)=64, n(49-58 Jahre)=77, n(59 Jahre und älter)=89, nur Weiterbildungsabstinente.

- 44 In den Gruppendiskussionen mit den Arbeitslosen wurde insbesondere von EDV-Weiterbildungen, Bewerbungstrainings und weiteren Fortbildungen berichtet, die mit der ursprünglichen Qualifikation der Arbeitssuchenden kaum Gemeinsamkeiten aufwiesen. Dies wird auch durch die Ergebnisse der Fragebogenerhebung bestätigt (siehe Themenbereich EDV).
- 45 n(50-64 Jahre)=286, n(65-69 Jahre)=45
- 46 N(gesamt)=1013
- 47 N(gesamt)=980, n(niedrige Schulbildung')=217, n(mittlere Schulbildung')=285, n(höhere Schulbildung')=478
- 48 n(nicht erwerbstätig)=197 (hierunter fallen keine arbeitslosen Befragten), n(vollzeit erwerbstätig)=490
- 49 n(Industrie)=110, n(Handels- oder Dienstleistungsbereich)=355, n(Handwerk)=56, n(Öffentlicher Dienst)=234
- 50 N(gesamt)=1013, n(bis 28 Jahre)=199, n(29-38 Jahre)=279, n(39-48 Jahre)=192, n(49-58 Jahre)=165, n(59 Jahre und älter)=178
- 51 N(gesamt)=1011, n(ETB)=196, n(PMA)=177, n(PER)=141, n(KON)=89, n(BÜM)=285, n(EXP)=123
- 52 N(gesamt)=1005, n(Weiterbildungsteilnehmende)=595, n(Abstinente)=410
- 53 Die Größe der Teilstichproben unterscheidet sich im Folgenden nicht von den bereits genannten und noch zu nennenden Werten.
- 54 n(selbständig tätig)=97, n(in einer Ausbildung)=94, n(arbeitslos)=33
- 55 N(gesamt)=1012, n(Frauen)=579, n(Männer)=433
- 56 Nichterwerbstätige, Arbeitslose und noch nie erwerbstätig gewesene Befragte sind hier zusammengefasst (n=225). Die Teilnahmequote von 16,4% ist darauf zurückzuführen, dass innerhalb des Untersuchungszeitraums von 12 Monaten in manchen Fällen eine Berufstätigkeit ausgeübt wurde, die zum Befragungszeitpunkt bereits beendet war.
- 57 n(noch nie erwerbstätig gewesen)=18
- 58 Weiterbildungsteilnahme wurde mit 0 kodiert, Weiterbildungsabstinenz mit 1; Signifikanz: Fehlerwahrscheinlichkeit <5%; n(niedrige Schulbildung)=215, n(mittlere Schulbildung)=283, n(höhere Schulbildung)=474, n(bis 48-Jährige)=667, n(49-Jährige und Ältere)=338, n(weiblich)=575, n(männlich)=430, n(Vollzeiterwerbstätige)=488, n(Teilzeiterwerbstätige)=137, n(Nichterwerbstätige)=225, n(Einkommen bis 2500DM)=546, n(Einkommen über 2500DM)=393.
- 59 Zusammengefasst sind hier die Kategorien „arbeitslos“, „noch nicht/nie erwerbstätig gewesen“, „derzeit nicht erwerbstätig“.
- 60 Der Wert wurde errechnet, indem das monatliche Haushaltsnettoeinkommen durch die Anzahl der im Haushalt lebenden Personen geteilt wurde.
- 61 Die Gruppendiskussionen wurden mit Abbrechern von Volkshochsprachkursen geführt.
- 62 Dies ergibt sich aus den bereits vorliegenden Daten einer bundesweiten telefonischen Repräsentativerhebung im Rahmen unseres BMBF-Weiterbildungsforschungsprojektes, die Infratest für uns durchgeführt hat. Danach leben von je 100 Befragten der Gesamtstichprobe (n=3006) 36 in Städten über 500.000 Einwohner, 64 in Orten mit geringerer Einwohnerzahl oder auf dem Lande. Von den befragten Postmaterialisten allerdings leben 49 in Städten über 500.000, von den Modernen Performern 40 (n. s.) und von den Experimentalisten 49. Diesen stehen als stärker ländlich geprägte Milieus die Konservativen (30; n. s.), die Traditionellen (31) und –

- vielleicht etwas überraschend – auch die Hedonisten (33; n. s.) gegenüber.
- 63 Die in den Abschnitten „Lebenswelt“ und „Soziale Lage“ zusammengestellten Milieuspezifika sind größtenteils unverändert aus den entsprechenden Milieukurzcharakteristika von Sinus-Sociovision übernommen (vgl. www.sinus-milieus.de).
 - 64 „Nichtsignifikant“ heißt ja nicht, dass es sich um falsche Werte handelt. Es heißt vielmehr, dass Zusammenhänge auch per Zufall zustande gekommen sein können und weitere Prüfungen notwendig sind, um die entsprechenden Hypothesen zu bestätigen oder zu verwerfen.
 - 65 Antworten für „Trifft ganz genau zu“.
 - 66 Alle Antworten für „Interessiert mich sehr“.
 - 67 Die folgenden Prozentwerte beschreiben, wenn nicht anders vermerkt, die stärkste Zustimmung („Trifft ganz genau zu“) auf der vierstufigen Antwortskala.
 - 68 Summe der Zustimmung zu den Antwortmöglichkeiten „Trifft ganz genau zu“ und „Trifft eher zu“.
 - 69 Alle Antworten für „Interessiert mich sehr“.
 - 70 Summe der Zustimmung zu den Antwortmöglichkeiten „Trifft ganz genau zu“ und „Trifft eher zu“.
 - 71 Summe der Zustimmung zu den Antwortmöglichkeiten „Trifft ganz genau zu“ und „Trifft eher zu“.
 - 72 Zustimmung zu der Antwortmöglichkeit „Trifft ganz genau zu“.
 - 73 Antworten für „Interessiert mich sehr“.
 - 74 Zustimmung zu der Antwortmöglichkeit „Trifft ganz genau zu“.
 - 75 Alle Antworten für „Interessiert mich sehr“.
 - 76 Die Prozentwerte in diesem Abschnitt beschreiben, falls nicht anders vermerkt, die Zustimmung zur Antwortmöglichkeit „Trifft ganz genau zu“.
 - 77 Summe der Zustimmung zu den Antwortmöglichkeiten „Trifft ganz genau zu“ und „Trifft eher zu“.
 - 78 Zustimmung zur Antwortmöglichkeit „Trifft überhaupt nicht zu“.
 - 79 Wie auch in anderen Befragungen sind in der Münchner Studie die Traditionsverwurzelten, Konsum-Materialisten und Hedonisten stark unterrepräsentiert (vgl. z. B. Media-Gruppe Digital 1999, 4).
 - 80 Im Folgenden sind die Antworten für „Trifft ganz genau zu“ und „Trifft eher zu“ zusammengefasst.
 - 81 Hier wurden die Antworten für „Trifft eher nicht zu“ und „Trifft überhaupt nicht zu“ zusammengefasst.
 - 82 Des traditionell-bürgerlichen und traditionellen Arbeitermilieus (die beiden Vorgängermilieus der Traditionsverwurzelten).
 - 83 Ergebnis für das traditionelle Arbeitermilieu, eines der Vorgängermilieus der Traditionsverwurzelten.
 - 84 Alle Antworten für „Interessiert mich sehr“.
 - 85 Zu dieser Itematterie liegen von 11 der 12 Befragten Antworten vor.
 - 86 Gesundheitliche Beeinträchtigungen kommen, so jedenfalls auch ein Votum in einem unserer Expertengespräche (Gesundheitspark der VHS), in unteren sozialen Milieus häufiger vor, da es dort weniger „self-care“, hingegen mehr „naive Hoffnungen: *die Medizin wird es schon richten*“, naive Hoffnungen in Bezug auf die *Leistungsmedizin*“ gibt. Patienten aus der Unterschicht würden oftmals „weitergereicht“. Die aus „unteren sozialen Schichten kommenden“ Teilnehmer/innen müssten den „gesunden Abstand zur Medizin, die alles für einen macht“ erst er-

- lernen. In gehobeneren Schichten sei eine kritische Haltung häufiger vorhanden, es herrsche eine „*gesunde Medizinphobie*“.
- 87 Summe der Zustimmung zu den Antwortmöglichkeiten „Trifft ganz genau zu“ und „Trifft eher zu“.
- 88 Summe der Zustimmung zu den Antwortmöglichkeiten „Trifft ganz genau zu“ und „Trifft eher zu“.
- 89 Im Folgenden Summe der Zustimmung zu den Antworten für „Interessiert mich sehr“ und „Interessiert mich eher“.
- 90 Dort für das Alternative Milieu beschrieben, das größtenteils im Experimentalistischen aufging.
- 91 vormals Postmoderne
- 92 In der SIGMA-Studie wurde das milieuspezifische Interesse am bürgerschaftlichen Engagement in 21 Engagementfeldern abgefragt. Grundlage bildete das Milieumodell nach SINUS.
- 93 84,5% der Untersuchungsteilnehmenden nannten auf die Frage nach bekannten Weiterbildungsveranstaltungen spontan die VHS.
- 94 Offene Fragestellung, N=855; 2323 Nennungen insgesamt.
- 95 Offene Fragestellung; n=548; 1086 Nennungen insgesamt, nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 96 n(Alter)=548, n(Schulbildung)=532, n(Wirtschaftsbereich)=528, n(Geschlecht)=547, n(Haushaltsnettoeinkommen)=537, n(Milieu)=548, nur Weiterbildungsteilnehmende.
- 97 Der Prozentwert gibt die Größe des Anteils der jeweiligen Gruppe an, der den Anbieter nutzte.
- 98 Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik und Datenverarbeitung für das Jahr 2000 basierend auf dem Mikrozensus.
- 99 Teilnahme an Weiterbildung im Laufe der letzten 12 Monate. Alle Angaben beruhen auf gewichteten Daten (vgl. Kap. 2.3).
- 100 Für das Jahr 1997 berichtete das BSW eine Weiterbildungsquote von 48% - gegenüber den 1979 gemessenen 23% doch ein erheblicher Anstieg.
- 101 n(gesamt)=588, n(ETB)=106, n(PMA)=112, n(PER)=97, n(KON)=43, n(BÜM)=166, n(EXP)=64, nur Weiterbildungsteilnehmende, gewichtete Daten; Konservative und Experimentalisten zeigen signifikante Abweichungen.
- 102 n(gesamt)=588, n(ETB)=106, n(PMA)=112, n(PER)=97, n(KON)=43, n(BÜM)=166, n(EXP)=64, nur Weiterbildungsteilnehmende, gewichtete Daten; Moderne Performer und Konservative zeigen signifikante Abweichungen.
- 103 Finanzielle Gründe fallen im Gegensatz zu anderen Untersuchungen (vgl. bspw. Büchel/Pannenberg 2002, S. 487) mit 11,9 % kaum ins Gewicht. Dies dürfte u. a. auf das überdurchschnittlich hohe Qualifikations- und auch Einkommensniveau der Münchner Stichprobe zurückzuführen sein.
- 104 Jeweils über 50% der Angehörigen dieser Milieus benannten den Aspekt Zeitmangel als Weiterbildungsbarriere. Bei den Konservativen (15,9 %) und der Bürgerlichen Mitte (29,8 %) wird dieses Motiv dagegen deutlich seltener genannt.
- 105 n(gesamt)=588, n(ETB)=106, n(PMA)=112, n(PER)=97, n(KON)=43, n(BÜM)=166, n(EXP)=64, nur Weiterbildungsteilnehmende, gewichtete Daten; die Bürgerliche Mitte zeigt signifikante Abweichungen, Postmaterielle: $p=.050$.
- 106 Es überrascht daher fast, dass sich so viele Angehörige dieses Milieus in unserer Stichprobe fanden. Eine Erklärung könnte in den Incentives liegen.

Literatur

- Achatz, M./Tippelt, R. (2001): Wandel von Erwerbsarbeit und Begründungen kompetenzorientierten Lernens im internationalen Kontext. In: Bolder, A./Heinz, W. R. / Kutschka, G. (Hrsg.): *Deregulierung der Arbeit – Pluralisierung der Bildung?* Jahrbuch Bildung und Arbeit 1999/2000. Opladen, S. 111-127
- Alheit, P./Dausien, B. (2002). Bildungsprozesse über die Lebensspanne und lebenslanges Lernen. In: Tippelt, R. (Hrsg.): *Handbuch Bildungsforschung*. Opladen, S. 565-588
- Arbeitsstab Forum Bildung. (Hrsg.) (2001): *Förderung von Chancengleichheit. Vorläufige Empfehlungen und Expertenbericht*. Bonn
- Arnold, R./Müller, H.-J. (Hrsg.) (1999): *Kompetenzentwicklung durch Schlüsselqualifizierung*. Baltmannsweiler
- Arnold, R. (1999): Weiterbildung und Beruf. In: Tippelt, R. (Hrsg.): *Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung*, 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage Opladen, S. 245-256
- Bardeleben, R. v./Beicht, U./Herget, H./Krekel, E. (1996): *Individuelle Kosten und individueller Nutzen beruflicher Weiterbildung*. Bielefeld
- Barres, E. (1972): Zur Motivation des Volkshochschulbesuchs. In: Tietgens, H. (Hrsg.): *Leitlinien der Erwachsenenbildung. Aufsätze zu Entwicklungstendenzen der Weiterbildung*. Braunschweig, S. 183-204
- Barz, H. (1999): *Bildungsverständnis und Lebensstil*. In: *Erwachsenenbildung*, H. 2, S. 63-68
- Barz, H. (2000): *Weiterbildung und soziale Milieus*. Neuwied
- Barz, H./Tippelt, R. (1996): Differenzierung von Weiterbildungsinteressen und -einstellungen aus der Sicht der sozialen Milieuforschung. In: Tippelt, R./Eckert, H./Barz, H. (Hrsg.): *Markt und integrative Weiterbildung*. Bad Heilbrunn, S. 85-152
- Barz, H./Tippelt, R. (1999): *Lebenswelt, Lebenslage, Lebensstil und Erwachsenenbildung*. In: Tippelt, R. (Hrsg.): *Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung*. Opladen, S. 121-144
- Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung (Hrsg.) (2001): *Struktur der Bevölkerung und der Haushalte in Bayern im Mai 2000 – Regionalergebnisse des Mikrozensus. Teil V der Ergebnisse der 1%-Mikrozensusaufnahme Mai 2000*. München
- Beck, U. (1986): *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt/M.
- Becker, U./Nowak, H. (1982): Lebensweltanalyse als neue Perspektive der Meinungs- und Marketingforschung. In: ESOMAR - Kongress 1982, Band 2, S. 247-267
- Behringer, F. (1999): *Beteiligung an beruflicher Weiterbildung. Humankapitaltheoretische und handlungstheoretische Erklärung und empirische Evidenz*. Opladen
- Behringer, F./Jeschek, W. (1993): *Zugang zu Bildung – Bildungsbeteiligung und Ausgaben für die Bildung. Entwicklungen im Bildungssystem der Bundesrepublik Deutschland. Beiträge zur Strukturforschung des DIW 139*. Berlin
- Blasius, J. (1994): *Empirische Lebensstilforschung*. In: Dangschat, J./Blasius, J. (Hrsg.): *Lebensstile in den Städten. Konzepte und Methoden*. Opladen

- Block, R. (2001): Nutzenerwartungen und Bildungsbeteiligung. Eine empirische Skizze zum Erklärungswert des Nutzenkalküls für die Teilnahme an beruflicher Weiterbildung. Gutachten im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung. Essen
- Bojanowski, A. u. a. (1991): Strukturentwicklung in Hessen: Tendenzen zu einer „mittleren“ Systematisierung der Weiterbildung. In: Mitteilungen aus Arbeitsmarkt und Berufsforschung, H. 2, S. 291-303
- Bolder, A. (1978): Bildungsentscheidungen im Arbeitermilieu. Frankfurt/M.
- Bolder, A./Hendrich, W./Nowak, D./Reimer, A. (1994): Weiterbildungsabstinenz. Makrostrukturen und Bedingungen von Weiterbildungsteilnahme und -abstinenz in Deutschland 1993. Köln
- Bortz, J./Döring, N. (1995): Forschungsmethoden und Evaluation. Berlin
- Boshier, R. (1977): Motivational Orientations Revisited: Life-Space-Motives and the Education-Participation-Scale. In: Adult Education, Band. 2, S. 3-26
- Bourdieu, P. (1982): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt/M.
- Bremer, H. (1999): Soziale Milieus und Bildungsurlaub. Hannover
- Bremer, H./Lange, A. (1997): „Inhaltlich muß was ‚rüberkommen‘ oder ‚n bisschen Bildung ist okay?“ Mentalität und politische Weiterbildung am Beispiel des Bildungsurlaubs. In: Geiling, H. (Hrsg.): Integration und Ausgrenzung. Hannoversche Forschungen zum gesellschaftlichen Strukturwandel. Hannover, S. 181-204
- Brödel, R./Müller, H.-F./Schirner, H./Wöhlbrandt-Riemann, G. (1976): Weiterbildungsverhalten und Weiterbildungseinstellungen von Industriearbeitern, Band 1. Bonn
- Brüning, G./Kuwan, H. (2002): Benachteiligte und Bildungsferne – Empfehlungen für die Weiterbildung. Bielefeld
- Brüning, G./Lindmeier, C./Pehl, K. (2001): Benachteiligte in der Weiterbildung. Projektabschlussbericht. Frankfurt/M.
- Bundesamt für Statistik (Hrsg.) (1993): Weiterbildung in der Schweiz. Erste Resultate des Mikrozensus Weiterbildung. Bern
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.) (2001): Studie zum europäischen und internationalen Weiterbildungsmarkt. Bonn
- Deutscher Bildungsrat (Hrsg.) (1970): Empfehlungen der Bildungskommission. Strukturplan für das Bildungswesen. Stuttgart
- Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.) (1993/1997): Familien-Atlas: Lebenslagen und Regionen in Deutschland. Karten und Zahlen. Opladen
- Deutsche Shell (Hrsg.) (2000): Jugend 2000. 13. Shell Jugendstudie.(Band 1 u. 2.). Opladen
- Deutsche Shell (Hrsg.) (2002): Jugend 2002. 14. Shell Jugendstudie. Opladen
- Dohmen, G. (1996): Das lebenslange Lernen. Leitlinien einer modernen Bildungspolitik. Bonn
- Dohmen, G. (Hrsg.) (1997): Selbstgesteuertes lebenslanges Lernen? Bonn
- Dohmen, G. (1999): Weiterbildungsinstitutionen, Medien, Lernumwelten. Bonn
- Dohmen, G. (2001): Das informelle Lernen. Bonn
- Ebert, G./Hester, W./Kraut-Ebert, D. u. a. (1984): Weiterbildungsbereitschaft und Lebenswelt. Wege zum methodisch kontrollierten Fremdverstehen. Frankfurt/M.
- Eckstein, J./Hausladen, E./Herzog, K. (2000): Weiterbildung: Motivationen und Erwartungen. Eine empirische Evaluationsstudie im Adressatenkreis der VHS. Regensburg

- Erdberg, R. v. (1960): Betrachtungen zur alten und neuen Richtung im freien Volkswesen (1921). In: Henningsen, J. (Hrsg.): Die Neue Richtung in der Weimarer Zeit. Stuttgart, S. 40-60
- Fahrenberg, B. (1989): Weiterbildungsverhalten von Frauen mit geringen Bildungsvoraussetzungen und in schwierigen Lernsituationen. Freiburg
- Fallenstein, K. (1984): Sozial-kognitive Determinanten der Weiterbildungsbeteiligung. München
- Faulstich, P. (1992): Technikimages gezeichnet. Kassel
- Faulstich, P. (1999): Weiterbildung und Technik. In: Tippelt, R. (Hrsg.): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung. 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage Opladen, S. 257-277
- Flaig, B./Maier, T./Ueltzhoeffer, J. (1994): Alltagsästhetik und politische Kultur. Bonn
- Friebel, H. (1996): Forschung und Politik zu sozialen Segmentierungen und Polarisierungen in der Weiterbildung. In: Bolter, A./Hein, W./Rodax, K. (Hrsg.): Jahrbuch '96 Bildung und Arbeit. Die Wiederentdeckung der Ungleichheit. Aktuelle Tendenzen in Bildung für Arbeit. Opladen, S. 217-228
- Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.) (1993): Lernen für Demokratie. Politische Weiterbildung für eine Gesellschaft im Wandel, Band 1: Analysen, Aufgaben und Wege. Bonn
- Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.) (1993): Lernen für Demokratie. Politische Weiterbildung für eine Gesellschaft im Wandel, Band 2: Zielgruppenhandbuch. Bonn
- Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.) (1993): Lernen für Demokratie. Politische Weiterbildung für eine Gesellschaft im Wandel, Band 3: Empirische Untersuchungen, Materialien. Bonn
- Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.) (1993): Lernen für Demokratie. Politische Weiterbildung für eine Gesellschaft im Wandel, Band 4: Empirische Untersuchungen, Materialien: neue Bundesländer. Bonn
- Gänsslen, H.-D. (1968): Motive für den Besuch der Volkshochschule. In: Die deutsche Berufs- und Fachschule, H. 64, S. 341-352
- Geißler, H. (1994): Bildungsmanagement. Frankfurt/M. u. a.
- Geißler, H. (1997): Weiterbildungsmarketing. Neuwied u. a.
- Geißler, R. (1996): Kein Abschied von Klasse und Schicht. Ideologische Gefahren der deutschen Sozialstrukturanalyse. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 48. Jg., S. 319-338
- Gluchowski, P. (1987): Lebensstile und Wandel der Wählerschaft in der Bundesrepublik Deutschland. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, H. 12, S. 27-41
- Gräßner, G. (1999): Wissenschaftliche Weiterbildung im Netz der Wissenschaften. Hamburg
- Häberlin, F./Röchner, M. (1985): Die „education participation scale“ – eine Skala zur Erfassung der Weiterbildungsorientierung. In: Zeitschrift für erziehungswissenschaftliche Forschung, H. 1, S. 27-39
- Hartmann, P. (1999): Lebensstilforschung. Darstellung, Kritik und Weiterentwicklung. Opladen
- Heinz, H. J. (1999): Kirchliche Bildungsarbeit. In: Tippelt, R. (Hrsg.): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung. 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage Opladen, S. 462-469
- Hoh, R./Barz, H. (1999): Weiterbildung und Gesundheit. In: Tippelt, R. (Hrsg.): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung. 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage Opladen, S. 293-316

- Houle, C. (1980): Bildungsmotivation und Teilnahme unter besonderer Berücksichtigung nichttraditioneller Bildungsformen. In: Thomas, H. (Hrsg.): Lernen im Erwachsenenalter. Frankfurt/M., S. 181-208
- Hradil, S. (1987): Sozialstrukturanalyse in einer fortgeschrittenen Gesellschaft. Von Klassen und Schichten zu Lagen und Milieus. Opladen
- Hradil, S. (1992): Zwischen Bewusstsein und Sein. Opladen
- Hradil, S. (1996): Sozialstruktur und Kultur. Fragen und Antworten zu einem schwierigen Verhältnis. In: Schwenk, O. (Hrsg.): Lebensstil zwischen Sozialstrukturanalyse und Kulturwissenschaft. Opladen, S. 13-33
- Hradil, S. (2001): Soziale Ungleichheit in Deutschland. Opladen
- Kade, J./Seitter, W. (1995): Teilnahmemotive. Subjektbildung unter den Bedingungen von gesellschaftlichen Individualisierungsprozessen. In: Faulstich-Wieland, H./Nuissl, E./Siebert, H. u. a. (Hrsg.): Report. Literatur- und Forschungsreport Weiterbildung 35. Thema: Teilnehmer/innen in der Erwachsenenbildung, S. 29-37
- Kaiser/Kaiser: (1995): Latentes Lernen in der Erwachsenenbildung. In: Grundlagen der Weiterbildung, S. 205-207
- Karl, C. (1979): Probleme und Ergebnisse der Erforschung der Weiterbildungsmotivation. In: Siebert, H. (Hrsg.): Taschenbuch der Weiterbildungsforschung. Baltmannsweiler, S. 308-345
- Köhler, H. (1992): Bildungsbeteiligung und Sozialstruktur in der Bundesrepublik. Zu Stabilität und Wandel der Ungleichheit von Bildungschancen. Berlin
- Konietzka, D. (1995): Lebensstile im sozialstrukturellen Kontext: Ein theoretischer und empirischer Beitrag zur Analyse soziokultureller Ungleichheiten. Opladen
- Konrad, K. (1999): Mündliche und schriftliche Befragung. Landau
- Kuwan, H. (1990): Weiterbildungsbarrieren. In: Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft (Hrsg.): Bildung Wissenschaft Aktuell, Band 7. Bonn
- Kuwan, H. (1993): Berufliche Weiterbildung von Frauen in Deutschland. Sonderauswertung des Berichtssystems Weiterbildung 1991. Bonn
- Kuwan, H. (1996): Faktoren der Teilnahme an beruflicher Weiterbildung. In: Bardeleben, R. v./Bolder, A./Heid, H. (Hrsg.): Kosten und Nutzen beruflicher Bildung. Stuttgart, S. 70-83
- Kuwan, H. (2001): Weiterbildung von „bildungsfernen“ Gruppen. Unveröffentlichter Projektbericht. München
- Kuwan, H./Gnahn, D./Kretschmer, I. /Seidel, S. (1996): Berichtssystem Weiterbildung. In: Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.): VI. Integrierter Gesamtbericht zur Weiterbildungssituation in Deutschland. Bonn
- Kuwan, H./Gnahn, D./Seidel, S. (2000): Berichtssystem Weiterbildung. In: Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.): VII. Integrierter Gesamtbericht zur Weiterbildungssituation in Deutschland. Bonn
- Kuwan, H./Gnahn, D./Seusing, B./Sühlsen, C. (1993): Berichtssystem Weiterbildung. Integrierter Gesamtbericht zur Weiterbildungssituation in den alten und neuen Bundesländern. In: Bundesministerium für Bildung und Wissenschaft (Hrsg.): Studien zu Bildung und Wissenschaft, Bd. 110. Bad Honnef
- Kuwan, H./Thebis, F. (2001): Berichtssystem Weiterbildung VIII – Erste Ergebnisse der Repräsentativbefragung zur Weiterbildungssituation in Deutschland. In: Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.): Bonn
- Kuwan, H./Waschbüsch, E. (1994): Betriebliche Weiterbildung. Ergebnisse einer Befra-

- gung von erwerbstätigen und betrieblichen Experten in Deutschland. In: „Bildung-Wissenschaft-aktuell“, Band 5. Bonn
- Labonté, C. (1973): Industriearbeiter und Weiterbildung. Stuttgart
- Landeshauptstadt München (Hrsg.) (April 2002): München in Europa. Europabericht der Landeshauptstadt 2001/2002. München
- Löbl, H. G. (2000): Zum integrativen Marketingkonzept für die bayerischen Volkshochschulen und ihren Landesverband. Villingen-Schwenningen
- Löbl, H. G. (2001): Qualitätsmanagement für die bayerischen Volkshochschulen. Villingen-Schwenningen
- Lüders, M. (1997): Von Klassen und Schichten zu Lebensstilen und Milieus. In: Zeitschrift für Pädagogik, H. 2, S. 301-321
- Mandl, H./Reinmann-Rothmeier, G. (1998): Auf dem Weg zu einer neuen Kultur des Lehrens und Lernens. In: Dörr, G./Jüngst, K. L. (Hrsg.): Lernen mit Medien: Ergebnisse und Perspektiven zu medial vermittelten Lehr- und Lernprozessen. Weinheim. S. 193-222
- Media-Gruppe Digital (1999): Newsletter Online-Nutzung in den Sinus-Milieus. Unterföhring
- Meisel, K. (1999): Marketing in der Erwachsenenbildung. Bad Heilbrunn
- Meisel, K. (1999a): Weiterbildungsmanagement. In: Tippelt, R. (Hrsg.): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung. 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage. Opladen, S. 430-442
- Milbach, B. (1991): Testung psychologischer Motivationsmodelle zur Entstehung von Weiterbildungsbereitschaft. Frankfurt/M.
- Möller, S. (2002): Marketing in der Weiterbildung. Eine empirische Studie an Volkshochschulen. Bielefeld
- Müller, H. P. (1992): Sozialstruktur und Lebensstile. Frankfurt/M.
- Noll, H. (1987): Weiterbildung, Beschäftigungsstruktur und Statusdistribution. In: Weymann, A. (Hrsg.): Bildung und Beschäftigung. Soziale Welt, Sonderband 5. Göttingen, S. 141-168
- Nuissl, E. (1999): Adult education and learning in Europe. Frankfurt/M.
- Nuissl, E. (1999a): Ordnungsansätze der Erwachsenenbildung in Deutschland. In: Tippelt, R. (Hrsg.): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung. 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage. Opladen, S. 389-401
- Nuissl, E./Pehl, K. (2000): Porträt Weiterbildung Deutschland. Bielefeld
- Pehl, K./Reitz, G. (2000): Volkshochschulstatistik. Arbeitsjahr 1999. Bielefeld
- Röchner, M. (1987): Aspekte und Determinanten der Weiterbildungsteilnahme. Frankfurt/M.
- Reinmann-Rothmeier, G./Mandl, H. (1999): Implementation konstruktivistischer Lernumgebungen – Revolutionärer Wandel oder evolutionäre Veränderung? In: Renk, H.-E. (Hrsg.): Lernen und Leben aus der Welt im Kopf. Neuwied, S. 61-78
- Reinmann-Rothmeier, G./Mandl, H. (2001): Unterrichten und Lernumgebungen gestalten. In: Krapp, A./Weidenmann, B. (Hrsg.): Pädagogische Psychologie. 4. vollständig überarbeitete Auflage Weinheim, S. 601-646
- Reinmann-Rothmeier, G./Mandl, H./Nistor, N. u. a. (2001): Evaluation virtueller Seminare in Schule und Hochschule. In: Reinmann-Rothmeier, G./Mandl, H. (Hrsg.): Virtuelle Seminare in Hochschule und Weiterbildung: drei Beispiele aus der Praxis. Bern, S. 131-150

- Reinmann-Rothmeier, G./Nistor, N./Mandl, H. (2001): Ein virtuelles Hochschulseminar zur Einführung in das Wissensmanagement. In: Reinmann-Rothmeier, G./Mandl, H. (Hrsg.): Virtuelle Seminare in Hochschule und Weiterbildung: drei Beispiele aus der Praxis. Bern, S. 27-67
- Reischmann, J. (1988): Offenes Lernen von Erwachsenen. Bad Heilbrunn/Obb.
- Rudolf, K. (2002): Bericht politische Bildung 2002. GEW. Frankfurt/M.
- Sarges, W./Haeberlin, F. (1980a): Marketing in der Erwachsenenbildung. In: Sarges, W./Haeberlin, F. (Hrsg.): Marketing in der Erwachsenenbildung. Hannover u. a., S. 18-65
- Sesselmeier W./Blauermel, G. (1990): Arbeitsmarkttheorien. Heidelberg
- Schröder-Naef, R. (1997): Warum Erwachsene nicht lernen. Chur u. a.
- Schulenberg, W. (1957): Ansatz und Wirksamkeit der Erwachsenenbildung. Eine Untersuchung im Grenzgebiet zwischen Pädagogik und Soziologie. Stuttgart
- Schulenberg, W./Loeber, H.-D./Loeber-Pautsch, U./Pühler, S. (1978): Soziale Faktoren der Bildungsbereitschaft Erwachsener. Eine empirische Untersuchung. Stuttgart
- Schulze, G. (1990): Die Transformation sozialer Milieus in der Bundesrepublik Deutschland. In: Berger, P./Hradil, S. (Hrsg.): Lebenslagen, Lebensläufe, Lebensstile. Soziale Welt, Sonderband 7. Göttingen., S. 409-433
- Schulze, G. (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M.
- Schumacher, E. (1998): Soziale Ungleichheit in der Grundschule. Historische und empirische Befunde (Habitationsmanuskript). Freiburg
- Schlutz, E. (1999): Weiterbildung und Kultur. In: Tippelt, R. (Hrsg.): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung. 2. überarbeitete und aktualisierte Ausgabe Opladen, S. 213-226
- Seidel, C./Ortner, G. (1983): Zum Zusammenhang von Lernmotivation und Weiterbildungsverhalten. München
- Statistisches Amt der Landeshauptstadt München (Hrsg.) (2000): Statistisches Jahrbuch 2000. München
- Statistisches Amt der Landeshauptstadt München (Hrsg.) (2000): Statistisches Taschenbuch 2000. München
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (1999-2002): Datenreport 1999ff. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland. Bonn
- Stender, J. (1996): Zum Spannungsverhältnis individueller Nutzen-/Risikoüberlegungen und betrieblichen Qualifizierungsangeboten bei Weiterbildungsentscheidungen. In: Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik, Beiheft 12, S. 55-69
- Strzelewicz, W./Raapke, H.-D./Schulenberg, W. (1966): Bildung und gesellschaftliches Bewusstsein. Eine mehrstufige soziologische Untersuchung in Westdeutschland. Stuttgart
- Strzelewicz, W. (1973): Demokratisierung und Erwachsenenbildung. Braunschweig
- Tietgens, H. (1978): Warum kommen wenig Industrie-Arbeiter in die Volkshochschule? In: Schulenberg, W. (Hrsg.): Erwachsenenbildung. Darmstadt, S. 98-174
- Tippelt, R. (1983): Educational Work with elder People exemplifying Participant and Target Group Orientation in Adult Education. In: Council for Cultural Co-Operation (Hrsg.), Adult Education and Social Chance. Final Conference, DECS/AE (93) 19. Straßburg
- Tippelt, R. (1996): Weiterbildungsmarkt: Wandel der Angebotsstrukturen und Lebensla-

- gen. In: Tippelt, R./Eckert, T./Barz, H. (Hrsg.): Markt und integrative Weiterbildung. Zur Differenzierung von Weiterbildungsanbietern und Weiterbildungsinteressen. Bad Heilbrunn, S. 153-183
- Tippelt, R. (1997): Soziale Milieus und Marketing in der Weiterbildung. In: Geißler, H. (Hrsg.): Weiterbildungsmarketing. Neuwied, S. 153-183
- Tippelt, R. (1999): Bildung und soziale Milieus. In: Busch, F. W./Havekost, H. (Hrsg.): Oldenburger Universitätsreden Nr. 119. Oldenburg
- Tippelt, R. (2000): Betrieb als Bildungsinstitution. In: Grundlagen der Weiterbildung, H. 1, S. 13-15
- Tippelt, R. (2000a): Bildungsprozesse und Lernen im Erwachsenenalter. Soziale Integration und Partizipation durch lebenslanges Lernen. In: Zeitschrift für Pädagogik, Beiheft 42, S. 69-90
- Tippelt, R./Eckert, T. (1996): Differenzierung der Weiterbildung. In: Zeitschrift für Pädagogik, H. 4, S. 667-686
- Ueltzhöffer, J. (2000): Lebenswelt und bürgerschaftliches Engagement. In: Sozialministerium Baden-Württemberg (Hrsg.): Soziale Milieus in der Bürgergesellschaft. Ein Bericht des Sozialwissenschaftlichen Instituts für Gegenwartsfragen (SIGMA). Stuttgart
- Vester, M./Oertzen, P. v./Geiling, H. u. a. (1993): Soziale Milieus im gesellschaftlichen Strukturwandel. Zwischen Integration und Ausgrenzung. Köln
- Vignold, F. (2002): Informelles Lernen im Spiegel biografischer Interviews. Magisterarbeit. LMU-München
- Weiß, R. (2000): Wettbewerbsfaktor Weiterbildung. Ergebnisse der Weiterbildungserhebung der Wirtschaft. Köln
- Wiswede, G. (1991): Soziologie. Ein Lehrbuch für den wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Bereich. Landsberg/Lech
- Wittmann, A. (1997): Determinanten der Weiterbildungsteilnahme und des Weiterbildungserfolgs bei Führungsnachwuchskräften. München
- Wittpoth, J. (1995): Sozialstruktur und Erwachsenenbildung in der Perspektive Pierre Bourdieus. In: Derichs-Kunstmann, K./Faulstich, P./Tippelt, R. (Hrsg.): Theorien und forschungsleitende Konzepte der Erwachsenenbildung. Beiheft zum Report. Frankfurt/M., S. 73-78
- Zerger, F. (2000): Klassen, Milieus und Individualisierung. Eine empirische Untersuchung zum Umbruch der Sozialstruktur. Frankfurt/M.

Anhang: Forschungsinstrumente



Fragebogen zur "Weiterbildung in München"

Wir möchten Sie bitten, die folgenden Fragen zum Thema „Weiterbildung in München“ zu beantworten. Bitte füllen Sie den Fragebogen vollständig aus, auch wenn Sie bisher nicht an Fortbildungen/Weiterbildungen teilgenommen haben. Denn wir interessieren uns genauso für die Erwartungen von Menschen, die an Bildungsveranstaltungen teilnehmen, wie auch für die Gründe, weshalb Menschen hieran nicht teilnehmen oder teilnehmen können. Als kleines „Danke Schön“ für Sie verlosen wir unter allen Befragungsteilnehmern u. a. eine Reise nach Rom.

- 1 Nachfolgend sind verschiedene Themenbereiche der Erwachsenenbildung/Weiterbildung aufgezählt. Geben Sie bitte an, ob Sie zu den genannten Themenbereichen aus privaten oder beruflichen Gründen in den letzten zwölf Monaten einen Lehrgang, Kurs oder Vortrag besucht haben und um welche Themen es sich dabei handelte. (Mehrfachnennungen möglich)**

Ja, ich habe Veranstaltungen besucht zu den Themen...	teilgenommen
Medizin, Fragen der Gesundheit und der gesundheitsgerechten Lebensführung	☐
Umweltschutz, Ökologie	☐
Fremdsprachen, und zwar _____	☐
Kunst, Literatur, Religion, Geschichte oder Länderkunde	☐
Praktische Kenntnisse (z. B. Erste Hilfe, Reparaturen im Haus, am Auto usw.)	☐
Basteln, ein Musikinstrument spielen, Tierhaltung, Gartenpflege und andere Hobbys	☐
Kenntnisse, die man für die Ausübung von Sportarten braucht	☐
Politische Themen	☐
Erziehung, Pädagogik, Psychologie, auch Veranstaltungen zu Fragen, wie man mit persönlichen oder familiären Problemen fertig wird	☐
Naturwissenschaften, Technik, Mathematik	☐
Versicherungs-, Renten-, Steuer- und andere Rechtsfragen	☐
Kaufmännische Weiterbildung (z. B. Personal-, Vertriebs- und Rechnungswesen)	☐
Gewerblich-technische Weiterbildung (z. B. Schweißen, Prüf- und Messtechnik)	☐
EDV-Anwendungen	☐
Anderes Thema, und zwar _____	☐
⇒ Nein, ich habe in den letzten zwölf Monaten nicht an Veranstaltungen zur Erwachsenenbildung/Weiterbildung teilgenommen	☐
Wenn Sie zu keinem dieser Themenbereiche eine Veranstaltung besucht haben, dann geht es für Sie weiter mit der Frage 6.4	

2 Was ist für Sie der wichtigste Grund dafür, an Erwachsenenbildung/Weiterbildung teilzunehmen? (Bitte nur eine Nennung)

Dass ich dabei Kenntnisse erwerbe, die mir im Alltag helfen	☐
Dass ich mich kreativ betätigen möchte	☐
Dass ich Menschen kennen lerne	☐
Dass mich das Gebiet einfach interessiert	☐
Dass mir das beruflich nützt	☐
Dass es mir Spaß macht	☐

Mit Hilfe der folgenden Fragen möchten wir gerne etwas mehr über die von Ihnen besuchte/n Weiterbildung/en innerhalb der letzten zwölf Monate erfahren.

3 Welche Themen hatten die von Ihnen innerhalb der letzten zwölf Monate besuchten Lehrgänge, Kurse oder Vorträge und von welchen Veranstaltern wurden diese angeboten und durchgeführt?

Thema: _____ Veranstalter: _____

Thema: _____ Veranstalter: _____

weitere: _____

⇒ Bitte unterstreichen Sie die zuletzt besuchte Veranstaltung.

4 Wie wurden Sie auf diese (zuletzt besuchte) Veranstaltung aufmerksam?

5 Welche der folgenden Aussagen – bezogen auf die letzten zwölf Monate – trifft auf Sie persönlich zu? (Mehrfachnennungen möglich)

	Trifft zu
Ich habe mich mit Hilfe von Lehrgängen/Kursen auf einen anderen Beruf umschulen lassen	☐
Ich habe an Lehrgängen/Kursen für den beruflichen Aufstieg teilgenommen (z. B. zum Meister, Techniker, Betriebswirt)	☐
Ich habe im Betrieb an besonderen Lehrgängen/Kursen zur Einarbeitung in eine neue Arbeit teilgenommen	☐
Ich habe an Lehrgängen/Kursen zur Anpassung an neue Aufgaben in meinem Beruf teilgenommen	☐
Ich habe an sonstigen Lehrgängen/Kursen in meinem Beruf teilgenommen	☐
Ich habe nicht an beruflichen Lehrgängen/Kursen teilgenommen	☐

Wenn Sie nicht an Lehrgängen/Kursen in Ihrem Beruf teilgenommen haben, dann geht es für Sie weiter mit der Frage 7.

5.1 Haben Sie an diesem Lehrgang/Kurs...

- auf betriebliche Anordnung teilgenommen? ☐ Ja ☐ Nein
auf Vorschlag von Vorgesetzten? ☐ Ja ☐ Nein
oder ging die Teilnahme von Ihnen selbst aus? ☐ Ja ☐ Nein

⇒ Für Sie geht es jetzt weiter mit der Frage 7.

8 Warum haben Sie innerhalb der letzten zwölf Monate an keiner Weiterbildungsveranstaltung teilgenommen? (Mehrfachnennungen möglich)

- | | Trifft zu |
|---|-----------------------|
| Ich hatte keine Zeit. | ☐ |
| Die Veranstaltungstermine lagen für mich ungünstig | ☐ |
| Die Veranstaltungsorte waren für mich schlecht erreichbar | ☐ |
| Die Veranstaltungen waren zu teuer/die Zuschüsse waren zu gering | ☐ |
| Aufgrund des entstehenden Verdienstausschlags | ☐ |
| Aufgrund fehlender Kinderbetreuungsmöglichkeiten | ☐ |
| Ich habe keinen passenden Kurs gefunden | ☐ |
| Ich habe die Zulassungsbedingungen nicht erfüllt | ☐ |
| Mein Arbeitgeber war dagegen | ☐ |
| Ich weiß nicht, welche Weiterbildungsmaßnahmen für mich in Frage kämen | ☐ |
| Ich bin zu alt für Weiterbildung | ☐ |
| Die Anforderungen bei der beruflichen Weiterbildung sind viel höher als bei der Arbeit | ☐ |
| Ich erwarte keinen beruflichen Nutzen durch Weiterbildungsveranstaltungen | ☐ |
| Ich erwarte keinen persönlichen Nutzen durch Weiterbildungsveranstaltungen | ☐ |
| Ich bin mit meiner beruflichen Situation zufrieden und benötige deshalb keine Weiterbildung | ☐ |
| Der Leistungsdruck in solchen Veranstaltungen ist mir zu hoch | ☐ |
| Ich bin kein guter Lerner | ☐ |
| Von anderen Lernformen – außerhalb organisierter Veranstaltungen – profitiere ich mehr | ☐ |
| Andere Gründe _____ | |

Im Folgenden interessiert uns Ihre Meinung zur allgemeinen und beruflichen Weiterbildung sowie zum Lernen im Erwachsenenalter. Hierbei spielt es keine Rolle, ob Sie an diesen Formen der Weiterbildung teilgenommen haben oder nicht.

7 Bitte geben Sie an, inwieweit Sie persönlich den folgenden allgemeinen Aussagen zur Weiterbildung zustimmen.

- | | Trifft zu | Trifft nicht zu |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Ich habe auch ohne Weiterbildung ganz gute Chancen im Beruf | ☐ | ☐ |
| Jeder sollte bereit sein, sich ständig weiterzubilden | ☐ | ☐ |
| Weiterbildung ist eine wichtige Hilfe, um im Alltag besser zurecht zu kommen | ☐ | ☐ |

8 Welche Anbieter von Weiterbildungsveranstaltungen fallen Ihnen spontan ein?

9 Geben Sie bitte bei jeder der folgenden Aussagen an, inwieweit diese auf Sie persönlich zutreffen.

	Trifft ganz genau zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft über- haupt nicht zu
Was ein Lehrgang/Kurs für mich bringt, hängt vom Dozenten ab	☐	☐	☐	☐
Dass die Teilnahme an Lehrgängen/Kursen durch Zulassungsbedingungen reguliert wird, finde ich sehr wichtig	☐	☐	☐	☐
Ein günstiger Preis spielt für mich bei der Auswahl der Veranstaltung eine entscheidende Rolle	☐	☐	☐	☐
Ein Kurs ist nur dann gut, wenn er Spaß macht	☐	☐	☐	☐
Ich möchte auch nette Leute in einem Lehrgang/Kurs kennen lernen	☐	☐	☐	☐
Einen einmal angefangenen Lehrgang/Kurs ziehe ich unter allen Umständen durch, auch wenn er mir nicht gefällt	☐	☐	☐	☐
Die Kursräume sollen ansprechend wirken	☐	☐	☐	☐
Dozenten sollten verständnisvoll sein und auch mal über private Dinge sprechen	☐	☐	☐	☐
Gruppendynamische Übungen verbessern die Lernatmosphäre	☐	☐	☐	☐
Um den Anforderungen in den Lehrgängen/Kursen zu entsprechen, müsste ich mich wahrscheinlich ziemlich anstrengen	☐	☐	☐	☐
Vor allem möchte ich etwas Neues lernen und meinen Horizont erweitern	☐	☐	☐	☐
Ich bin richtig froh, wenn ein Kurs/Lehrgang endlich zu Ende ist und ich nicht mehr hingehen muss	☐	☐	☐	☐
Wenn ich es will, dann erfülle ich auch höchste Anforderungen in einem Lehrgang/Kurs	☐	☐	☐	☐
Einen Lehrgang oder Kurs, bei dem ich kein Zeugnis/Zertifikat erhalte, besuche ich erst gar nicht	☐	☐	☐	☐
Für mich ist vor allem wichtig, dass ein Lehrgang/Kurs der Persönlichkeitsentwicklung dient	☐	☐	☐	☐

10 Berufliche Weiterbildung kann verschiedene Ziele haben. Geben Sie bitte anhand dieser Liste an, wie sehr für Sie persönlich die einzelnen Weiterbildungsziele von Bedeutung sind.

	Interessiert mich			
	sehr	eher	nicht	überhaupt nicht
Berufliche Kenntnisse, die zum Teil veraltet sind, wieder auffrischen	☐	☐	☐	☐
Berufliche Kenntnisse erweitern und damit zusätzliche Tätigkeiten übernehmen können	☐	☐	☐	☐
Auf einen anderen Beruf umgeschult werden	☐	☐	☐	☐
Eine berufliche Abschlussprüfung nachholen, z. B. Gesellen- oder Facharbeiterprüfung	☐	☐	☐	☐
Einen Hochschulabschluss nachholen	☐	☐	☐	☐
Beruflich nicht so festgelegt sein und im Notfall Ausweichmöglichkeiten haben	☐	☐	☐	☐
Berufliche Verschlechterungen vermeiden	☐	☐	☐	☐
Beruflich aufsteigen können, z. B. zum Meister o. Ä.	☐	☐	☐	☐
Sich ständig an neue Entwicklungen und Anforderungen anpassen	☐	☐	☐	☐
Berufliche Verbesserungen erreichen	☐	☐	☐	☐

11 Welche der folgenden Formen des Lernens sind bei Ihnen persönlich in den letzten zwölf Monaten vorgekommen? (Mehrfachnennungen möglich)

Lesen von Fach- und Sachbüchern oder Fach- und Spezialzeitschriften	☐
Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren	☐
Selbst gesteuertes Lernen mit Hilfe von Medien	☐
Unterweisung (Erklären, Zeigen) in Arbeitstechniken (bspw. EDV, technische Geräte, handwerkliches oder künstlerisches Gestalten) durch Verwandte, Freunde, Bekannte	☐
Besuch von Vorträgen	☐
Besuch von Fachmessen oder Kongressen	☐
Unterweisung oder Anlernen am Arbeitsplatz durch Kollegen, Vorgesetzte oder außerbetriebliche Personen (z. B. Schulungen durch Herstellerfirma)	☐
Vom Betrieb organisierte Fachbesuche in anderen Abteilungen/Bereichen	☐
Planmäßiger Arbeitseinsatz in unterschiedlichen Abteilungen zur gezielten Lernförderung (z. B. job-rotation)	☐
Austauschprogramme mit anderen Firmen	☐
Qualitätszirkel, Werkstattzirkel, Lernstatt, Beteiligungsgruppe	☐

Wir gehen davon aus, dass Einstellungen zur Bildung viel mit grundsätzlichen Ansichten und auch mit der persönlichen Lebenssituation eines Menschen zu tun haben. Mit Hilfe der folgenden Fragen möchten wir Ihre allgemeinen Lebenseinstellungen kennen lernen. Diese sind gerade für unsere Untersuchung besonders wichtig, um Lebenseinstellungen und Weiterbildungsinteressen aufeinander zu beziehen. Bitte antworten Sie möglichst spontan.

Danach bitten wir Sie noch um einige Angaben zu Ihrer Person.

- 12 Auf dieser Liste stehen Meinungen zu verschiedenen Aspekten des Lebens wie z. B. Gesellschaft, Beruf und Privatleben. Geben Sie bitte anhand der Skala an, inwieweit diese Meinungen und Ansichten für Sie persönlich zutreffen.

Für das Gelingen der gesamten Untersuchung ist es sehr wichtig, dass sämtliche Meinungen beurteilt werden.

	Trifft ganz genau zu	Trifft eher zu	Trifft- eher nicht zu	Trifft über- haupt nicht zu
Durch das Überangebot an Waren vergeht mir oft die Lust, etwas zu kaufen.	☐	☐	☐	☐
Ich habe großes Verständnis für Leute, die nur tun, wozu sie gerade Lust haben.	☐	☐	☐	☐
Gesundheit heißt für mich, dass Körper und Geist in Einklang stehen.	☐	☐	☐	☐
Durch Weiterbildung kann man seine berufliche Zukunft heute auch nicht mehr sichern.	☐	☐	☐	☐
In meinem Leben spielen christliche Wertvorstellungen keine Rolle.	☐	☐	☐	☐
Immer, wenn ich Zeit dazu finde, beschäftige ich mich mit Kultur und Kunst.	☐	☐	☐	☐
Ich arbeite gerne mehr, um mir einiges leisten zu können.	☐	☐	☐	☐
Ich esse gern exotische Gerichte (z. B. aus Indien, Japan oder Mexiko).	☐	☐	☐	☐
Richtig eingesetzt, können neue Technologien den Menschen nur nützen.	☐	☐	☐	☐
Es kommt bei mir öfter vor, dass ich ganz und gar in meiner Arbeit aufgehe.	☐	☐	☐	☐
Alles in allem bringt uns die weltweite Vernetzung mehr Vorteile als Nachteile.	☐	☐	☐	☐
Es ist mir ganz wichtig, dass nichts nach außen dringt, wenn es in meiner Familie Probleme gibt.	☐	☐	☐	☐
Auf Sicherheit preiße ich, ich möchte vor allem ein aufregendes Leben führen.	☐	☐	☐	☐
Ich überlege mir oft, wie ich aus dieser Gesellschaft aussteigen kann.	☐	☐	☐	☐
Dinge wie Tarot, Kristalle oder Mandalas helfen mir oft dabei, in schwierigen Lebenssituationen die richtige Entscheidung zu treffen.	☐	☐	☐	☐
Für uns gibt es heutzutage wenig Chancen, es zu etwas zu bringen.	☐	☐	☐	☐

Ich möchte an dem teilhaben, was im Internet passiert.	☐	☐	☐	☐
Wenn ich es mir richtig überlege, haben die alten Werte Sparsamkeit, Sauberkeit und Ordnung für mein Leben eine ziemlich große Bedeutung.	☐	☐	☐	☐
Ich schaue mir gern Filme an, in denen viel Gewalt vorkommt.	☐	☐	☐	☐
Mir ist es wichtig, dass Lebensmittel möglichst lange haltbar sind.	☐	☐	☐	☐
Mein Zuhause ist meine Insel.	☐	☐	☐	☐
Ich kaufe mir oft Dinge, ohne lange darüber nachzudenken, ob ich mir das überhaupt leisten kann.	☐	☐	☐	☐
Ich fürchte, dass der technische Fortschritt unser Leben zerstört.	☐	☐	☐	☐
Wenn ich es mir genau überlege, war das Leben in der DDR gar nicht so schlecht.	☐	☐	☐	☐
Ich gehöre zu den Menschen, die im Leben immer wieder gerne etwas völlig Neues ausprobieren.	☐	☐	☐	☐
Jeder, der sich anstrengt, kann sich hocharbeiten.	☐	☐	☐	☐
Ich bin für die Gleichberechtigung homosexueller Lebensweisen in unserer Gesellschaft.	☐	☐	☐	☐
Ich empfinde zunehmend eine soziale Kälte in unserer Gesellschaft.	☐	☐	☐	☐
Deutschland ist ein reiches Land, weil wir Deutschen fleißiger und tüchtiger sind als andere.	☐	☐	☐	☐
Ich fühle mich für das Alter ausreichend abgesichert.	☐	☐	☐	☐
Mit dem Wichtigsten ist, eine anerkannte Stellung in der Gesellschaft zu erreichen.	☐	☐	☐	☐
Ich finde nichts Schlimmes dabei, wenn jemand versucht, seine Ziele auch mit Gewalt durchzusetzen.	☐	☐	☐	☐
Ich liebe riskante Hobbys (z. B. Drachenfliegen, Motorradfahren, Bergsteigen, Fallschirmspringen).	☐	☐	☐	☐
Ich informiere mich regelmäßig über die aktuellen Börsenkurse.	☐	☐	☐	☐
Es ist für mich ganz selbstverständlich, dass ich bei allem, was ich tue, auch an die Folgen für die Umwelt denke.	☐	☐	☐	☐
Meiner Gesundheit zuliebe verzichte ich gern auf schädliche Genüsse (wie z. B. Tabak, Alkohol, Kaffee).	☐	☐	☐	☐
Deutschland ohne Ausländer wäre ein langweiliges Land.	☐	☐	☐	☐
Bevor man sich bei der Arbeit herumkommandieren lässt, lebt man lieber von der Arbeitslosenunterstützung.	☐	☐	☐	☐
Was ich will, ist Spaß, Abwechslung und Unterhaltung.	☐	☐	☐	☐
Ich setze mir selbst hohe Ziele, die ich zu erreichen versuche.	☐	☐	☐	☐
Die Werbung im Fernsehen finde ich meist ganz unterhaltsam.	☐	☐	☐	☐
Für mich ist es wichtig, dass eine Liebe ein ganzes Leben hält.	☐	☐	☐	☐

Nun möchten wir Sie noch um einige persönliche Angaben bitten.

13 Welchen Schulabschluss haben Sie?

- | | |
|--|---|
| ☐ Volks- oder Hauptschulabschluss | ☐ Zur Zeit noch auf der Schule, noch keinen Abschluss gemacht |
| ☐ Qualifizierender Hauptschulabschluss | |
| ☐ Mittlere Reife/Realschulabschluss | ☐ kein Schulabschluss |
| ☐ Fachabitur | ☐ anderer Schulabschluss, und zwar _____ |

14 In welchem Wirtschaftsbereich arbeiten Sie?

- | | |
|--|---|
| ☐ Industrie | ☐ Handwerk |
| ☐ Handels- oder Dienstleistungsbereich | ☐ Öffentlicher Dienst |
| ☐ Ich bin zurzeit nicht berufstätig | |

15 Sind Sie zurzeit...

- | | |
|---|---|
| ☐ vollzeit erwerbstätig | ☐ in einer Ausbildung |
| ☐ teilzeit erwerbstätig | ☐ noch nicht/nie erwerbstätig gewesen |
| ☐ arbeitslos | ☐ derzeit nicht erwerbstätig |
| ☐ selbständig tätig | <i>(Mehrfachnennungen möglich)</i> |

16 Haben Sie eine Berufsausbildung absolviert?

- ☐ Ja, und zwar als _____
- ☐ Nein

Von Ihnen z.Zt. oder zuletzt ausgeübte Tätigkeit/Beruf: _____

17 Sind Sie...

- ☐ weiblich ☐ männlich

18 Wie alt sind Sie?

Ich bin _____ Jahre alt

19 Welchen Familienstand haben Sie?

- | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|---|
| ☐ ledig | ☐ getrennt lebend | ☐ geschieden |
| ☐ verheiratet | ☐ verwitwet | ☐ unverheiratet zusammen lebend |

20 Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt (Sie eingeschlossen)?

_____ Personen, darunter sind _____ Kinder unter 18 Jahren

21 Wie hoch ist in etwa das monatliche Haushaltseinkommen, d. h. das Netto-Einkommen, das Sie (alle zusammen im Haushalt) nach Abzug der Steuern und der Sozialversicherung haben? Denken Sie dabei bitte auch an Rente, Pension, Unterstützung, Kindergeld.

- | | | |
|--|--|---|
| ☐ 1 000 DM und weniger | ☐ 3 001 bis 3 500 DM | ☐ 6 001 bis 7 000 DM |
| ☐ 1 001 bis 1 500 DM | ☐ 3 501 bis 4 000 DM | ☐ 7 001 bis 8 000 DM |
| ☐ 1 501 bis 2 000 DM | ☐ 4 001 bis 4 500 DM | ☐ 8 001 bis 9 000 DM |
| ☐ 2 001 bis 2 500 DM | ☐ 4 501 bis 5 000 DM | ☐ 9 001 bis 10 000 DM |
| ☐ 2 501 bis 3 000 DM | ☐ 5 001 bis 6 000 DM | ☐ 10 001 DM und mehr |

Wir bedanken uns sehr herzlich für Ihre Mitarbeit!!!

Bitte senden Sie den Fragebogen zusammen mit Ihrem Abschnitt für die Verlosung im beiliegenden Freiumschlag zurück an das Institut für Pädagogik, Leopoldstr. 13, 80802 München.

1. Warming-up:

„Zunächst möchte ich Ihnen ein paar Fragen zu Ihrem beruflichen Alltag stellen. Erzählen Sie doch bitte, was Sie so täglich machen, was Ihre Aufgaben hier sind.“

- Position
- wie lange in Institution
- eigene Qualifikation
- Aufgabenfelder
- Verantwortungsbereiche

2. Infos zum Unternehmen des Experten:

„Könnten Sie bitte Ihr/e Unternehmen/Organisation und dessen Weiterbildungsangebot kurz beschreiben?“

- Träger, Rechtsform, Finanzierung, Wirtschaftszweig, Produkte
- Übersicht über Weiterbildungsangebot (Tagungen, Workshops, Kurse, Lernen am Arbeitsplatz)
- Handelt es sich bei Ihrem Weiterbildungsangebot um (betriebs-)interne oder öffentlich zugängliche Veranstaltungen?
- Was wollen Sie mit Ihrem Weiterbildungsangebot erreichen?
- Wie kommt das Weiterbildungsangebot zustande? (©Bedarfsanalyse)
- Wie wird das Angebot bekannt gemacht? (© spezielle Werbemaßnahmen, Verteilerschlüssel des Kursprogramms, Maßnahmen zur Erreichung bisheriger Nichtteilnehmer/innen)
- Wie schätzen Sie die Bedeutung der Weiterbildungsberatung ein?

2.1 Strukturelle Aspekte:

„Beschreiben Sie doch bitte kurz die strukturellen Bedingungen in Ihrer Institution, wie schätzen Sie diese ein?“

- Wo finden die Veranstaltungen statt? (Erreichbarkeit)
- Beschreibung der Räumlichkeiten (eigene Räumlichkeiten?/Ambiente)
- Kosten für die Teilnehmer/innen (Kursgebühren), Zuschüsse (bspw. vom Arbeitsamt, Arbeitgeber)
- Wann finden die Weiterbildungsveranstaltungen statt? (während der Arbeitszeit, während der Freizeit, morgens, mittags, abends, Anzahl der Veranstaltungen, Blockseminare, Module)
- Kann man bei Ihnen Zertifikate erwerben? Welche Zertifikate? Wie viele Teilnehmer/innen erwerben ein Zertifikat?

3. Teilnehmer/innen:

„Mit welchen Teilnehmerinnen und Teilnehmern arbeiten Sie?“

(Zunächst die spontane Beschreibung des GP zu „seinen Zielgruppen“ explorieren. Wie differenziert der GP das Feld seiner Teilnehmer/innen? In welche Gruppen teilt er sie ein? Erst dann gezielt nachhaken)

- Einteilung in Gruppen möglich?
- Voraussetzungen der Teilnehmer/innen (Schulbildung, spezielle Berufsausbildung, spezielle Erfahrungen)
- Verteilung der Schulabschlüsse/Berufsgruppen
- berufstätig/nicht berufstätig
- Altersgruppen
- Geschlecht
- Erreichen Sie auch spezielle Gruppen wie Arbeitslose, Bildungsbenachteiligte, Allein-erziehende, Ehrenamtliche, Hausfrauen/-männer, Manager/innen, Führungspersonal?

3.1 Teilnehmerentwicklungen:

„Welche Teilnehmerentwicklungen, quasi Gewinne und Verluste, waren in den letzten fünf bis zehn Jahren zu beobachten?“

„Und mit welchen Teilnehmerentwicklungen rechnen Sie für die nächsten Jahre?“

- Teilnehmerentwicklungen bestimmter Gruppen
- Erweiterung des Teilnehmerkreises? (® was ist geplant, wann, warum)
- Welche statistischen Daten sammeln Sie zu Ihren Teilnehmern/innen?

3.2 Weiterbildungseinstellungen/-verhalten:

„Welche Einstellung zur Weiterbildung haben die Teilnehmer und Teilnehmerinnen, die zu Ihnen kommen?“

- z. B. karriereorientiert, fachliches Interesse, esoterisch orientiert, Persönlichkeitswachstum, Desinteresse
- Können Sie typische Verhaltensweisen Ihrer Klientel in Bezug auf die Weiterbildungsteilnahme beschreiben? (Besucht die Mehrzahl der Teilnehmer/innen nur einen Kurs oder haben Sie regelrechte Stammkunden/innen, die über einen längeren Zeitraum mehrere Kurse/Veranstaltungen belegen? Gibt es typische Verhaltensweisen von Kursabbrechern/innen, bspw. Fernbleiben nach der 1. Sitzung oder erst im Verlauf des Kurses?)

3.3 Teilnahmemotivation/-erwartungen/-wünsche:

„Was glauben Sie, welche Erwartungen und Wünsche haben ihre Teilnehmer und Teilnehmerinnen? Warum nehmen sie überhaupt an Ihrem Weiterbildungsangebot teil?“

- Teilnahmemotivation: intrinsisch/extrinsisch motiviert, beruflich notwendig (Einstieg, Status quo erhalten, Aufstieg, Erwerb von Fachkompetenz oder bestimmter Zertifikate, andere Motive)
- Erwartungen der Teilnehmer/innen (Erwerb von Qualifikationen/Kenntnissen/Fertigkeiten/ Wissen, Kommunikationsraum, Kontakte knüpfen, Freizeitgestaltung)
- Wünsche (Strukturelle Aspekte z. B. Interaktionsstrukturen, inhaltliche Aspekte, Ambiente)
- Welche Themen interessieren die Teilnehmer/innen im Besonderen?
- Führen Sie Evaluationen Ihrer Veranstaltungen durch?
- Sind Sie in der Lage, die Interessen und Anregungen der Teilnehmer/innen bei der Programm- und Kursgestaltung zu berücksichtigen?
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Qualität der Angebote und der Motivation der Teilnehmer/innen? Welche, bitte beschreiben.

3.4 Zuordnung zu sozialen Gruppen:

„Welchen sozialen Gruppen würden Sie Ihre Teilnehmer und Teilnehmerinnen zuordnen?“

(⇒ Besonders relevanter Aspekt, bitte sehr eingehend thematisieren! Bei Unsicherheit des Experten sollte er aufgefordert werden, Vermutungen, Eindrücke, Hypothesen zu schildern.)

- Kann man differenzieren nach
- Personmerkmalen (Bildungsstand, Alter, Finanzkraft, Herkunft, etc.)
- Programmsegmenten? (bspw. Themen/Inhalte, zuschussfähige Veranstaltung/nicht zuschussfähige Veranstaltung)
- Veranstaltungsformen (Vortrag, wöchentlicher Kurs, Blockveranstaltung)
- Veranstaltungszeitpunkten (morgens, mittags, nachmittags, abends, Wochenende)

„Gibt es aus Ihrer Sicht einen Zusammenhang zwischen Lebensstil und Weiterbildungsinteressen bzw. Weiterbildungserwartungen?“

- Führen unterschiedliche private und berufliche Interessen auch zu bestimmten Weiterbildungsinteressen und Weiterbildungserwartungen?
- Haben unterschiedliche Werthaltungen (bspw. Sicherung des Erreichten, hohe Wertschätzung der Familie / des beruflichen Weiterkommens / der Persönlichkeitsentwicklung, Spaß im Leben zu haben, Risikobereitschaft) einen Einfluss auf Weiterbildungsinteressen und Weiterbildungserwartungen?

3.5 Teilnahmebarrieren:

„Manche Zielgruppen sind nur schwer zu erreichen. Wie sehen Sie diese Problematik, und wie gehen Sie damit um?“

- Welche (Ziel-)Gruppen werden nur schwer erreicht?
- Warum werden bestimmte Gruppen nicht erreicht? Wo liegen die Probleme? Beim Anbieter (Inhalte, Kosten, Kurszeiten, Qualität, Entfernung, etc.) oder Teilnehmer (Interesse, Voraussetzungen, spezielle Erwartungen)

4. Spezifische Aneignungsprozesse:

„Welche Methoden benutzen Sie zur Vermittlung der Inhalte?“

- Methodenrepertoire
- Effektivität bestimmter Methoden/Welche Methoden kommen besonders gut an?
- Veränderung im methodischen Instrumentarium in den letzten Jahren?

5. Informelles Lernen:

„In letzter Zeit wird viel über „informelles Lernen“ gesprochen. Was verstehen Sie unter „informellem Lernen“?“

- Welche Rolle spielt das informelle Lernen
(⇒ Zunahme/Abnahme, Effizienz, Bedeutung gegenüber anderen Lernformen)
- Welche Formen des informellen Lernens sind wichtig? Wie reagieren Sie darauf?
(⇒ Lesen von Fach-/Sachbüchern/-zeitschriften, Selbstlernen durch Beobachten und Ausprobieren, Anleitung und Anlernen durch Kollegen oder Vorgesetzte, Besuch von Fachmessen und Kongressen, selbst gesteuertes Lernen mit Hilfe von Medien, informelle Gespräche)
- Gibt es bestimmte Formen des informellen Lernens, die Sie besonders fördern?
- Welche Rolle wird das informelle Lernen in Zukunft spielen?

6. Perspektiven für die Zukunft:

„Welchen Veränderungen muss sich Ihre Institution in Zukunft stellen? Was wäre ideal, und wie wird es wahrscheinlich weitergehen?“

- Veränderung des Weiterbildungsangebots? (Innovative Angebote?) (® warum, was konkret)
- Veränderungen entsprechend Teilnehmerwünschen/-erwartungen
- andere Veränderungen? (® Methoden, Inhalte, Personal, Räumlichkeiten)

7. Weiterbildungsnachfrage in München:

„Wie beurteilen Sie den Weiterbildungsmarkt in München?“

- Neue Tendenzen und Herausforderungen/Spezifische Nachfrage bestimmter Gruppen oder Branchen?
- Welches sind die wichtigsten Träger/Anbieter von Weiterbildung in München?
- Konkurrenzsituation

8. Konfrontation mit Thesen:

„Ich lese Ihnen jetzt einige – durchaus strittige – Thesen zur Weiterbildung vor und möchte Sie bitten, dazu Stellung zu nehmen:“

- Weiterbildung richtet sich immer noch eher an Personen mit höheren Bildungsabschlüssen und/oder höheren Berufsabschlüssen.
- Angebote der Allgemeinen Weiterbildung werden eher für Frauen konzipiert, während die Angebote der Beruflichen Weiterbildung eher für Männer gemacht werden.
- Menschen ab 50 brauchen eigentlich keine Weiterbildung mehr.
- Informelle Lernprozesse werden in absehbarer Zeit formalisierte und institutionalisierte Formen der Weiterbildung verdrängt haben.
- Der Trend, dass Arbeitnehmer die Kosten und den Zeitaufwand der Weiterbildung zukünftig noch mehr alleine zu tragen haben, wird sich fortsetzen.
- Die Betonung des informellen Lernens ist aus Arbeitgebersicht sehr erfreulich; sie entlastet den Weiterbildungsetat.

9. Was sollte ein Forschungsprojekt wie das unsrige leisten?

„Welche Fragen sind für Sie derzeit von Bedeutung, die durch unser Projekt „Weiterbildungsverhalten und -interessen der Münchner Bevölkerung“ eventuell beantwortet werden könnten?“

Gibt es noch etwas, was aus Ihrer Sicht im Blick auf Weiterbildung heute wichtig ist, aber bislang noch nicht angesprochen wurde?

Infomaterial:

Abschließend möchte ich Sie noch fragen, ob Sie über Informationsmaterialien wie Programmhefte (falls noch nicht vorhanden), Publikationen, Broschüren, Jahresberichte oder Teilnehmerstatistiken verfügen, die Sie uns überlassen könnten?

Leitfaden für die Gruppendiskussionen mit älteren Weiterbildungsaktiven

Vorstellung der Moderatorin

Vorstellung der Teilnehmenden

Warming-up/Einstiegsfrage:

Wenn Sie an Bildung denken ... welche Rolle spielte Bildung früher und welche Rolle spielt sie heute? Ist es heute wichtiger, dass man einen möglichst hohen Bildungsabschluss erreicht hat? Was ist Weiterbildung? Welche Bedeutung hat Weiterbildung?

Diskussionsziel: Einschätzungen zur Bildung, Einführung des Begriffs ‚Weiterbildung‘

Input-Frage 1: (⇒ allgemeine und berufliche Weiterbildungsthemen)

Was gibt es für Weiterbildungen im beruflichen und im privaten Kontext?

Diskussionsziel: Sammlung von Themen, um den Begriff ‚Weiterbildung‘ zu verdeutlichen

Input-Frage 2: (⇒ Träger allgemeiner und beruflicher Weiterbildung)

Wer bietet Weiterbildung an?

Diskussionsziel: Sammlung von Trägern, um den Begriff ‚Weiterbildung‘ zu verdeutlichen

Input-Frage 3: (⇒ Einstellungen zur Weiterbildung)

Warum braucht man Weiterbildung? Warum interessieren Sie sich für Weiterbildung? Welche Gründe spielen eine Rolle?

Diskussionsziel: Einstellungen zur Weiterbildung

Input-Frage 4: (Themenschwerpunkt Gesundheit)

Es gibt in der Weiterbildung verschiedene Themenbereiche. Auf einige möchte ich etwas näher eingehen. Der erste Bereich, der uns besonders interessiert, ist ‚Gesundheitsbildung‘. Welche Themen interessieren Sie aus diesem Bereich? Warum interessieren Sie sich für diese Themen? Warum nicht? Sind das die typischen Themen, die ältere Menschen interessieren?

Diskussionsziel: Sammlung von Interessenschwerpunkten

Input-Frage 5: (Themenschwerpunkt kulturelle Weiterbildung)

Und ‚kulturelle Weiterbildung‘? Was stellen Sie sich darunter vor? Welche Themen interessieren Sie da? Warum interessieren Sie sich für diese Themen? Warum nicht? Sind das die typischen Themen, die ältere Menschen interessieren?

Diskussionsziel: Sammlung von Interessenschwerpunkten

Input-Frage 6: (Themenschwerpunkt berufliche Weiterbildung)

Gibt es auch Kurse aus der beruflichen Weiterbildung, die Sie interessieren? Warum interessieren Sie sich für diese Themen? Warum nicht? Spielen berufliche Weiterbildungsthemen im Alter überhaupt noch eine Rolle?

Diskussionsziel: Sammlung von Interessenschwerpunkten

Input-Frage 7: (Werbung der Träger)

Wie sollte ein Weiterbildungsveranstalter am besten seine potenziellen Teilnehmer ansprechen? Wie möchten Sie informiert werden?

Diskussionsziel: Favorisierte Werbe-/Marketingmethoden

Input-Frage 8: (Themenschwerpunkt selbst gesteuertes, informelles Lernen)

Dann lernt man ja nicht nur in Kursen oder Lehrgängen. Man kann sich auch selbst etwas beibringen oder alleine lernen. Welche Situationen fallen Ihnen ein, in denen Sie etwas gelernt haben? Welche Lernarten bevorzugen Sie?

Diskussionsziel: Formen des informellen Lernens

Input-Frage 9: (Themenschwerpunkt selbst gesteuertes, informelles Lernen)

Was kann man auf diese Art und Weise besonders gut lernen? Was kann man auf diese Art und Weise nicht so gut lernen? Macht das Spaß/welche Lernform macht mehr Spaß?

Diskussionsziel: Einschätzung des informellen Lernens

Input-Frage 10: (Themenschwerpunkt selbst gesteuertes, informelles Lernen)

Was stört in solchen Lernsituationen, oder was hält Sie davon ab, da etwas zu lernen?

Diskussionsziel: Lernumgebung

Pencil and Paper 1: (Weiterbildungsträger)

Weiterbildung finde ich <i>gut</i> , weil...	Weiterbildung finde ich <i>nicht so gut</i> , weil...

Welche Veranstalter von Weiterbildungen finden Sie gut?

Warum finden Sie diese Veranstalter gut?

Was können Veranstalter tun, um noch besser zu werden?

Die Volkshochschule ist....

Was ist nach Ihrer Meinung die Hauptaufgabe der Volkshochschule?

Input-Frage 11: (Weiterbildungsträger)

Was sind Ihre Kritikpunkte bei den Veranstaltern? Welche Verbesserungen sollten durchgeführt werden? Was liegt Ihnen am Herzen? Was hat Sie bisher gestört?

Diskussionsziel: Verbesserungsvorschläge für Träger

Pencil and Paper 2: (Erwartungen)

Ein Lehrgang/Kurs gefällt mir, wenn...	Ein Lehrgang/Kurs gefällt mir nicht, wenn...

Welche Ansprüche haben Sie bei einer Weiterbildung z. B. an die Räumlichkeiten, den/die Dozenten/in oder an den Veranstalter?

Welche Erwartungen haben Sie, wenn Sie an einer Weiterbildung teilnehmen?

Haben Sie schon mal einen Kurs besucht, der Ihre Erwartungen erfüllt hat?

☐

Ja

☐

Nein

Warum?/Warum nicht? (Bitte genau beschreiben)

Input-Frage 12: (Erwartungen)

Was sind Ihre Erwartungen, wenn Sie an einer Weiterbildung teilnehmen?

Bereiche: Lernziele, Methoden, Dozenten, Teilnehmergruppe, Räumlichkeiten, Organisation, Kurszeiten, Preise etc. Welche Rolle spielt die Erhaltung körperlicher und geistiger Fitness?

Diskussionsziel: Erwartungen

Input-Frage 13: (Nichtteilnahmemotive)

Es gibt viele Menschen, die nicht an Weiterbildungen teilnehmen. Was meinen Sie: Weshalb besuchen Menschen keine Lehrgänge oder Kurse. Was hält sie davon ab? Warum nehmen gerade so wenig ältere Menschen an Weiterbildung teil?

Diskussionsziel: Nichtteilnahmegründe.

Input-Frage 14: (Nichtteilnahmemotive)

Und welcher Grund nicht an Weiterbildung teilzunehmen war für Sie schon mal von Bedeutung?

Diskussionsziel: Nichtteilnahmegründe

Input-Frage 15: Abschlussstatement

Inhaltlich offen

Autorinnen und Autoren

Dr. Rudolf Tippelt, Prof. und Lehrstuhlinhaber für Allgemeine Pädagogik und Bildungsforschung in der Fakultät für Psychologie und Pädagogik an der Ludwig-Maximilians-Universität München

Dr. Heiner Barz, Prof. für Erziehungswissenschaft, Leiter der Abteilung für Bildungsforschung an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Meike Weiland, M.A., wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Allgemeine Pädagogik und Bildungsforschung im Institut für Pädagogik der Ludwig-Maximilians-Universität München

Sylva Panyr, M.A., wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Allgemeine Pädagogik und Bildungsforschung im Institut für Pädagogik der Ludwig-Maximilians-Universität München

