

# Magazin

erwachsenenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

[www.erwachsenenbildung.at/magazin](http://www.erwachsenenbildung.at/magazin)

Ausgabe 10, 2010

## Zielgruppen in der Erwachsenenbildung

Objekte der Begierde?

### Editorial

Lorenz Lassnigg



# Editorial

## Lorenz Lassnigg

Lorenz Lassnigg (2010): Editorial.

In: MAGAZIN erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs. Ausgabe 10, 2010. Wien.

Online im Internet: <http://www.erwachsenenbildung.at/magazin/10-10/meb10-10.pdf>.

Druck-Version: Books on Demand GmbH: Norderstedt.

Schlagworte: Zielgruppe, Zielgruppenkonzepte, Österreich, Deutschland, Defizitorientierung, Marketingstrategien, Ältere, Geschlecht, Behinderung, Bildungsferne, Basisbildung, Menschen mit Migrationshintergrund

## Kurzzusammenfassung

Die vorliegende Ausgabe des MAGAZIN erwachsenenbildung.at trägt den Titel „Zielgruppen in der Erwachsenenbildung. Objekte der Begierde?“. Neben allgemeineren Fragen zur Anwendung von Zielgruppenkonzepten in der Erwachsenenbildung wird aufgezeigt, wie es in Österreich und Deutschland um die Theorie und Praxis der Ansprache, Erreichung und Mobilisierung bestimmter Zielgruppen steht. Es werden die Bedingungen diskutiert, die sich auf die verschiedenen Methoden oder Programme der Zielgruppenerreichung mobilisierend auswirken (oder auch nicht). Dabei wird auf die Gefahr der Defizitorientierung, die mit diesen Zuschreibungen einhergeht, ebenso verwiesen wie auf die Möglichkeiten und Grenzen der neuerdings hoch im Kurs stehenden (Milieu-)Marketingstrategien für die Erwachsenenbildung.

# Editorial

**Lorenz Lassnigg**

**Zielgruppen werden als eine mögliche Form der Strukturierung der Nachfragenden gesehen, auch entgegen der anscheinend und oberflächlich „gleichmachenden“ Rhetorik der Individualisierung.**

Der Titel für den Call for Papers zu dieser Ausgabe „Zielgruppen in der Erwachsenenbildung. Objekte der Begierde?“ sollte auf die Widersprüchlichkeiten und Ambivalenzen hinweisen, die mit der gegenwärtigen Aufmerksamkeit für „Marketing“ im Markt für Erwachsenenbildung und Weiterbildung zweifellos verbunden sind. Auch auf politischer Ebene sollten die Lernenden in den Mittelpunkt gestellt werden, was einer Verlagerung der Aufmerksamkeit von der Bereitstellung von möglichst guten Angeboten aus Sicht der BildungsanbieterInnen hin zu den Bedürfnissen der Nachfragenden entspricht. Der ausgeschriebene Call hat vier Themenbereiche für die Beiträge vorgeschlagen:

- Begriff und Klassifikation: Fragen einer sinnvollen Gliederung und Unterscheidung von Zielgruppen. Diese Frage verbindet sich mit Problemen der Reifizierung und Stigmatisierung, die mit der Zuordnung von Personen zu bestimmten Gruppen einhergehen. Wie kann Stigmatisierung dabei vermieden werden?
- Nachfrage: Was wissen wir empirisch über die Lern- und Bildungsbedürfnisse und -interessen von Personengruppen mit bestimmten Merkmalen? Was wissen wir über ihre Lern- und Bildungsbeteiligung sowie über vorhandene oder empfundene Barrieren oder auch Abneigungen?
- Angebot: Strategien der AnbieterInnen (Wissensaustausch oder „Betriebsgeheimnis“) sowie Faktoren, die für das „Marketing“ von Bildungs- und

Lernangeboten bei den verschiedenen Zielgruppen wichtig sind (Ansprache, Erreichung, Mobilisierung). Welche Rolle spielen Markt und Wettbewerb als Rahmenbedingungen der Bereitstellung? Wie weit kann Konkurrenz die Mobilisierung bestimmter Zielgruppen fördern, wie weit hindert sie diese?

- Ergebnisse und Wirkungen: Das Wissen und die Erfahrungen im Hinblick auf spezielle Angebote oder Methoden, die für bestimmte Zielgruppen erfolgreich angewendet werden können. Damit sind sowohl pädagogische Methoden (beispielsweise eLearning oder selbstgesteuertes Lernen) als auch Fördermethoden (beispielsweise Subjektförderung oder Steuererleichterungen) angesprochen.

Neben den grundlegenden Fragen der Anwendung von Zielgruppenkonzepten in der Erwachsenenbildung sollte speziell herausgearbeitet werden, was die Forschung und die praktische Erfahrung zur Ansprache, Erreichung, Mobilisierung bestimmter Zielgruppen aussagt, unter welchen Bedingungen sich Methoden oder Programme mobilisierend auswirken und unter welchen nicht: Was wissen wir dazu in Österreich? Was können wir aus anderen Systemen lernen?

Die Einreichungen kamen dieses Mal zu einem hohen Anteil von KollegInnen aus Deutschland. Man könnte fast sagen, dass uns eine gewisse „Entwicklungshilfe“ angeboten wird, wenn man die Einreichungen als

Spiegel des vorhandenen Wissens und als Reflexion der Erfahrungen versteht. Die ausgeschriebenen Themen wurden in unterschiedlichem Maße angesprochen. Es gibt einige Beiträge, die sich konzeptuell mit der Frage nach dem Zielgruppenbegriff und der Klassifikation von Zielgruppen befassen (Helmut Bremer, Ingolf Erler, Daniela Holzer, Jutta Reich-Claassen/Rudolf Tippelt). Darunter zentrale ProtagonistInnen der einschlägigen Forschung in Deutschland, wo diese konzeptionell und empirisch wesentlich entwickelter ist als in Österreich. Einige weitere Beiträge behandeln diese konzeptuellen Fragen anhand von Forschungen über spezielle Merkmale oder soziale Gruppierungen und gehen somit gleichzeitig auf die zweite Frage nach speziellen Lern- und Bildungsbedürfnissen ein: ältere Menschen (Carola Iller/Jana Wienberg), Frauen mit Migrationshintergrund (Iva Kocaman/Patricia Latorre Pallares/Olga Zitzelsberger); Basisbildung-Alphabetisierung (Anke Grotlüschen/Wibke Riekmann). Die übrigen zwei im Call vorgeschlagenen Themen wurden weniger angesprochen.

## Zu den einzelnen Beiträgen

**Jutta Reich-Claassen** und **Rudolf Tippelt** setzen sich ausführlich mit der Entwicklung von Marketing-Konzepten in der Weiterbildung auseinander und sprechen auch die konzeptionellen Probleme und Einschränkungen der Anwendung des Marktparadigmas auf diesen Bereich an. In einigen weiteren Beiträgen wird ein Teil dieser Themen mit starkem Bezug zu konzeptionellen Fragen der Zielgruppendefinition und Klassifikation behandelt (Helmut Bremer, Carola Iller/Jana Wienberg). Eine gemeinsame Aussage dieser Beiträge ist, dass Zielgruppen ursprünglich, d.h. in den 1970er Jahren, auf politischer Ebene als Ansatzpunkt für Strategien der Verbesserung von Chancengleichheit dienten, während sie dann vor allem ab den 1990er Jahren eher als Ansatzpunkt für Marketing-Strategien fungieren. Eine grundsätzliche Auseinandersetzung mit Wirkungen und Förderungen auf Basis von Zielgruppenkonzepten findet sich auch in den Beiträgen von **Helmut Bremer**, **Daniela Holzer** und teilweise auch in jenem von **Ingolf Erler**. Hier wird vor allem die Gefahr der „Defizitorientierung“ angesprochen, die mit der Verwendung von Zielgruppenkonzepten in Hinblick auf „Bildungsferne“, „Bildungsabstinenten“ oder auf

„wenig Qualifizierte“ verbunden ist. Der Beitrag des Herausgebers **Lorenz Lassnigg** versucht pragmatisch herauszuarbeiten, dass ohne Feststellung von Defiziten keine systematische Förderung auf politischer Ebene begründet werden kann. Abgerundet werden diese Themenbeiträge durch die Rezension von **Julia Spiegl** zur dreiteiligen Publikation „Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland“ (2007/2008) und durch jene von **Sabine Sölkner** zu „Soziale Milieus, Habitus und Lernen“ (2007).

Eine wesentliche Botschaft der konzeptionellen Beiträge ist, dass pauschale Zielgruppendefinitionen nach einfachen Merkmalen wie Geschlecht, Alter, Migrationshintergrund, Behinderung, niedrigem Bildungs- oder Qualifikationsstand nicht sehr hilfreich sind.

Erstens sind diese Aggregate in sich sehr heterogen und müssen näher spezifiziert werden. Dafür gibt es verschiedene Strategien: die empirische sozialwissenschaftliche Analyse von sozialen Milieus, in denen sich die „objektiven“ Merkmale wie Geschlecht, Alter, Bildungsstand oder soziale Lage auf individueller Ebene mit Wertorientierungen oder Einstellungen (Reich-Claassen/Tippelt) oder mit den Tiefenstrukturen des Bourdieu'schen Habitus (Bremer) verbinden; explizite politische Ansätze, um betroffene Zielgruppen zu Wort kommen zu lassen (Kocaman/Latorre Pallares/Zitzelsberger für die Migrantinnen); die gezielte Bereitstellung von Angeboten auf Basis von empirischen Detailanalysen oder politischen Strategien (Iller/Wienberg, Grotlüschen/Riekmann, Lassnigg) oder auf Basis von Trial and Error. In den Ausarbeitungen und Vorschlägen zur österreichischen LLL-Strategie bei Lassnigg wird eine Spezifikation von „objektiven“ Zielgruppen zum einen durch besondere Bedürfnisse, zum anderen durch die unterschiedlichen Bedingungen und Herausforderungen im Verlauf der Lebensphasen vorgenommen.

Zweitens sind Zielgruppendefinitionen unweigerlich mit bestimmten sozialen und politischen Wertungen und Positionierungen verbunden, die leicht zu Formen der Machtausübung über die Angesprochenen und auch zu Formen der Diskriminierung führen können. Die Auseinandersetzung mit dem Begriff „Bildungsferne“ (Erler) ist ein Beispiel und die radikale Wendung der „Defizitorientierung“ (Holzer)

ein anderes Beispiel zu diesem Thema. Hier wird insbesondere die Frage gestellt, inwieweit unter speziellen Bedingungen sozialer Benachteiligung und/oder bildungsfeindlicher Arbeitsumgebungen auch Bildungsabstinenz oder -verweigerung als rationale bzw. jedenfalls verständliche Reaktion auf diese Bedingungen zu sehen ist, unter denen die Versprechungen der zeitgenössischen „Bildungsrhetorik“ lediglich auf eine unrealistische Individualisierung schlechter sozialer Verhältnisse hinauslaufen.

Es wird aber auch gezeigt, dass der Zielgruppenbegriff anfangs im Zusammenhang mit der politischen „Entdeckung“ der Probleme struktureller Bildungsbenachteiligung und der Förderung von Chancengleichheit aufgekommen ist (Iller/Wienberg, Reich-Claassen/Tippelt). Die Benennung von spezifisch benachteiligten Gruppen machte deren Probleme sichtbar und lieferte damit auch eine Grundlage für gezielte öffentliche Förderstrategien. Diesem pragmatischen Verständnis steht die Formel der „Illusion der Chancengleichheit“ gegenüber, die jedoch selbst ihren „Patent“ (das französische Original des Buches von Pierre Bourdieu hatte nicht diesen Titel) nicht daran hinderte, für seinen „Präsidenten der Republik“ (F. Mitterrand) konstruktive Vorschläge für das Bildungswesen der Zukunft zu entwickeln (siehe Müller-Rolli 1987).

Die konzeptuellen Themen werden in dieser Ausgabe auch durch praxisbezogene Beiträge vertieft: Orientierung für das zivilgesellschaftliche Engagement älterer Menschen (Katharina Resch/Monika Höglinger), Bedürfnisse von bildungsbenachteiligten Frauen und darauf antwortende Maßnahmen (Doris Kapeller/Anna Stiftinger), spezifische Programme zur Förderung von Alphabetisierung (Kathleen Rothe/Carolin Ramsteck) und ein allgemeinerer Beitrag zur Förderung von Selbstlernkompetenzen (Verena Buddenberg). Das Porträt des „Retzhofes“ (Joachim Gruber) liefert eine anschauliche Darstellung dessen, was es für eine Bildungsinstitution bedeutet, die „Barrierefreiheit“ zu einem zentralen programmatischen und praktischen Leitsatz ihrer Arbeit zu machen.

Vor allem in diesen Beiträgen zeigt sich eine gewisse Spannung zwischen den theoretischen Erwägungen über einen vorsichtigen Umgang mit Zielgruppendefinitionen und den praktischen Erfordernissen einer Lösung für die Probleme bestimmter Gruppen von Menschen. Wenn es um letztere geht, wird dann doch gerne auf eher grobe Zielgruppendefinitionen zurückgegriffen. Auch wird dann – trotz des Diskurses um die Nachteile und Diskriminierungen durch eine „Defizitorientierung“ im Herangehen – doch recht massiv von bestimmten Defiziten ausgegangen (auch wenn diese vielleicht nicht so genannt werden), um diese durch Angebote zu beheben.

## Einige zentrale Botschaften der einzelnen Beiträge

### Geschlecht

Generell haben in der beruflichen Weiterbildung Männer eine um etwa 10% höhere Wahrscheinlichkeit der Beteiligung, während an der nicht beruflich ausgerichteten Erwachsenenbildung Frauen deutlich häufiger teilnehmen.<sup>1</sup> In der betrieblichen Weiterbildung stagniert die Beteiligung der Frauen insgesamt, und vor allem in den kleineren und mittleren Betrieben mit 10 bis 250 Beschäftigten. Unter den Faktoren, die die berufliche Weiterbildungs-beteiligung positiv beeinflussen, ist der Bildungsstand für Frauen viel wichtiger als für Männer: Gegenüber der Pflichtschule als Bildungsstand erhöhen weiterführende Abschlüsse die Bildungsbeteiligung der Männer um das Zwei- bis Dreifache, während dieser Faktor bei den Frauen zwischen dem Drei- bis Neunfachen liegt. Daraus ist umgekehrt zu schließen, dass Frauen mit Pflichtschule im Bereich der beruflichen Erwachsenen- und Weiterbildung besonders stark benachteiligt sind.

Der Beitrag von **Doris Kapeller** und **Anna Stiftinger** befasst sich mit Frauen aus dieser Zielgruppe, die außerhalb des Arbeitsmarkts stehen, und zeigt, dass ihnen auch von der Politik und den AnbieterInnen besonders wenig Aufmerksamkeit zugewendet wird. Es besteht neben den vielfältigen subjektiven und

<sup>1</sup> Die quantitativen Angaben beruhen auf Sonderauswertungen der Statistik Austria (siehe Lassnigg/Vogtenhuber/Steiner 2007; Lassnigg/Vogtenhuber/Kirchtag 2008).

objektiven Barrieren auch eine Lücke in den Fördermöglichkeiten. Auch in der Rezension von **Christine Sauer** zu zwei Modellbeschreibungen des Expertinnennetzwerks „learn forever“ wird die Zielgruppe lernungsgewohnter, gering qualifizierter Frauen behandelt.

## Alter

Dem Alter wird für die Bildung verstärkte Bedeutung zugeschrieben, da es immer mehr ältere Menschen gibt, die mit zunehmenden Veränderungen in allen Lebensbereichen konfrontiert sind. Bildung wird in diesem Zusammenhang als hilfreich angesehen – jedoch nimmt diese mit dem Alter ab. Besonders ab dem 55. Lebensjahr sinkt die Bildungsbeteiligung drastisch, bei den Männern sinkt sie bereits ab dem 35. Lebensjahr erheblich. Maßnahmen, um hier gegenzusteuern, haben sich bisher als nicht besonders erfolgreich erwiesen. Auch wird die Frage gestellt, wie es um die Lernpotentiale mit steigendem Alter bestellt ist. Manche ForscherInnen betonen die kumulative Bedeutung des Lernens: Das spätere Lernen beruhe wesentlich auf dem, was früher gelernt wurde. Wenn man also die Bildung der Älteren verbessern will, muss man vor allem in die Bildung der Jüngsten investieren, ist dann die etwas paradoxe Botschaft.

**Carola Iller** und **Jana Wienberg** präsentieren eine Metaanalyse von Studien über die Teilhabe und die Wirkungen von Bildung bei älteren Menschen. Ein wesentlicher Punkt ist die Heterogenität: „Es ist nicht so entscheidend wie alt man ist, sondern wie man alt geworden ist“. Ein weiterer Punkt sind auch große Unterschiede zwischen „jüngeren“ und „älteren“ Älteren, wobei man auch hier bei den jüngeren ansetzen muss. Zentrale Botschaften ihres Beitrages sind erstens die positiven Auswirkungen von Bildungsbeteiligung auf die Lebensqualität und die Vielfältigkeit der Bedingungen in der „zweiten Lebenshälfte“ – es wäre daher nicht auf die Entwicklung „altersspezifischer“ Strategien abzustellen, sondern es gelte im Gegenteil, die Vielfalt zu erforschen und auf diese zu reagieren. **Katharina Resch** und **Monika Höglinger** beschäftigen sich mit der Bedeutung von zivilgesellschaftlichen Aktivitäten im Zusammenhang mit Bildungsangeboten für ältere Menschen. **Robert Eglhofer** setzt sich ergänzend

mit einer Publikation von Franz Kolland und Pegah Ahmadi zu Bildung und aktivem Altern auseinander.

## MigrantInnen

Migrationshintergrund ist im Prinzip mit vielen Bildungsbedürfnissen verbunden, aber die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme an beruflicher Weiterbildung wird dadurch in Österreich nicht erhöht, sondern gegenüber Personen ohne Migrationshintergrund etwa um die Hälfte reduziert. Diese Beobachtung stimmt mit der bereits geringeren Beteiligung dieser Personengruppe in der Erstausbildung überein. Eine wichtige Botschaft im Beitrag von **Iva Kocaman**, **Patricia Latorre Pallares** und **Olga Zitzelsberger** besteht darin, dass hier die Selbstorganisation der MigrantInnen eine wesentliche Ressource darstellen kann, wenn man diese entsprechend unterstützt und fördert.

## „Bildungsferne“

„Bildungsferne“ ist wie die Bildung selbst ein vielschichtiger Begriff und das dahinterliegende Phänomen ist schwer zu fassen. Es gibt normative Fragen: Haben wir, wie wir ein Recht auf Bildung haben, auch ein Recht, der Bildung fernzubleiben? Liegt diesem Fernbleiben eine mangelnde Rationalität zugrunde oder ist es aus der Situation und dem Umfeld heraus oft doch rational? Warum ist es so schwer, dieses Fernbleiben zu beheben? Wie kann es gelingen? Diese Fragen werden von **Daniela Holzer** und **Ingolf Erler** zugespitzt diskutiert. Eine möglich pragmatische Antwort auf Probleme der „Bildungsferne“, die ja oft die Ferne von formaler Bildung ausdrückt, wäre die Förderung von Lernkompetenzen, die am informellen Lernen ansetzt. Der Beitrag von **Verena Buddenberg** diskutiert diese Fragen anhand der Entwicklung von Selbstlernkompetenzen.

## Basisbildung

Fehlende Kompetenzen im Bereich der Schriftsprache werden heute insofern als mangelnde Basisbildung bezeichnet, als sie eine Teilhabe an der Gesellschaft beeinträchtigen. Zur Zahl der Betroffenen haben wir in Österreich keine validen Schätzungen, sondern sind bisher eher darauf angewiesen, den Daumen in den Wind zu halten. Wenn man die PISA- und

PIAAC-Erhebungen als valide Schätzungen bei den Kindern und Jugendlichen ansieht, gibt es keinen Grund anzunehmen, warum die erfassten Größenordnungen bei den Erwachsenen nicht gelten sollen – die Größenordnung würde dann bei bis zu 20% liegen. Da vielfältige Hindernisse für eine Verbesserung bestehen, wird die Sicherung der Basisbildung als politische Aufgabe gesehen. Um ausreichende Angebote bereitstellen zu können, sollte der Umfang des Problems bekannt sein, daher wird an Methoden der Erfassung gearbeitet, wie der Beitrag von **Anke Grotlüschen** und **Wibke Riekmann** zeigt, und es werden Projekte der praktischen Intervention entwickelt. **Kathleen Rothe** und **Carolin Ramsteck** präsentieren ein Projekt, das sich nicht auf die Schriftsprache beschränkt, sondern auch Rechen-, IT- und Medienkenntnisse sowie Soft Skills einschließt, verschiedene Lernorte nutzt (Bildungsträger, Betrieb und Exkursionen) und zur Vermeidung von Abbrüchen auch im Rahmen psychosozialer Betreuung versucht, die Lerngeschichten der TeilnehmerInnen zu berücksichtigen und Lernblockaden abzubauen. Das Beispiel, das in Deutschland auch als Pilotprojekt gedacht ist, zeigt, welche umfassenden Interventionen im Bereich dieser Zielgruppe nötig sind, um Erfolge zu erreichen.

## Behinderung

Wie eine Erwachsenenbildungsinstitution barrierefrei gestaltet werden kann, wird am Beispiel des Retzhofes im Beitrag von **Joachim Gruber** dargestellt. Dabei wird anschaulich gemacht, wie das Ziel der Barrierefreiheit in der Ausrichtung einer Institution verankert werden kann, um das gemeinsame Lernen aller Menschen zu fördern.

## Redaktionelles

Mit der hier vorliegenden Ausgabe des MAGAZIN erwachsenenbildung.at sind nun erstmals die Kurzzusammenfassungen auch in englischer Übersetzung verfügbar.

Zeitgleich mit dieser Ausgabe wird der Call for Papers zur Ausgabe 12, die im Februar 2011 erscheinen wird, veröffentlicht. Diese widmet sich dem Thema „Qualität in der Erwachsenenbildung“. Redaktionsschluss für die Ausgabe 12 ist am 22. Oktober 2010. Der Call ist online aufrufbar unter folgendem Link: [http://erwachsenenbildung.at/magazin/hinweise\\_fuer\\_autorinnen/index.php](http://erwachsenenbildung.at/magazin/hinweise_fuer_autorinnen/index.php).

# Literatur

## Weiterführende Literatur

**Lassnigg, Lorenz/Vogtenhuber, Stefan/Kirchtag, Rafael (2008):** Lebenslanges Lernen in Österreich. Ausgaben und Entwicklung der Beteiligungsstruktur. IHS-Forschungsbericht. Studie im Auftrag der Arbeiterkammer Wien. Online im Internet: <http://www.equi.at/dateien/LLL-Ausgaben-Beteiligung-200.pdf> [Stand: 2010-05-18].

**Lassnigg, Lorenz/Vogtenhuber, Stefan/Steiner, Peter M. (2007):** Finanzierung und Förderung von lebensbegleitendem Lernen in Österreich. In: Arbeiterkammer Wien (Hrsg.): Weiterbildung und Lebensbegleitendes Lernen. Vergleichende Analysen und Strategievorschläge für Österreich. Wien (= Materialien für Wirtschaft und Gesellschaft. 102), S. 44-69. Online im Internet: <http://wien.arbeiterkammer.at/www-403-IP-37511.html> [Stand: 2010-05-10].

**Müller-Rolli, Sebastian (Hrsg.) (1987):** Das Bildungswesen der Zukunft. Stuttgart: Klett-Cotta.





Foto: K.K.

## Dr. Lorenz Lassnigg

lassnigg@ihs.ac.at  
<http://www.ihs.ac.at>  
+43 (0)1 59991-214

Lorenz Lassnigg studierte Pädagogik und Politikwissenschaft und absolvierte einen Postgradualen Lehrgang in Soziologie am Institut für Höhere Studien. Seit 1985 geht er Forschungs- und Lehrtätigkeiten am IHS nach. 1990 war er Gastwissenschaftler am Wissenschaftszentrum für Sozialforschung Berlin, 1991 Visitor an der University of California (Berkeley, Center for Studies of Higher Education, CSHE). Im Jahr 1995 war er Mitglied eines Review-Teams zur Evaluation des Systems der Berufsbildung von Minas Gerais, Brasilien, 1998/99 Consultant für die OECD. Seine laufenden Tätigkeiten liegen in der Erstellung von Gutachten für verschiedene nationale und internationale Stellen, zudem nimmt er verschiedene Lehraufträge an den Universitäten Wien, Klagenfurt, Graz und der Wirtschaftsuniversität Wien wahr. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in der Sozialwissenschaftlichen Bildungsforschung an der Schnittstelle zwischen sozialen, politischen und ökonomischen Fragestellungen, insbesondere im Umkreis der Koordination von Bildung und Beschäftigung, sowie in der Evaluationsforschung im Bereich der Arbeitsmarktpolitik und in der Organisationstheorie.

## Editorial

### Abstract

The present issue of *MAGAZIN erwachsenenbildung.at* is titled “Zielgruppen in der Erwachsenenbildung. Objekte der Begierde?” (Target Groups in Adult Education. Objects of Desire?). Besides more general questions on the implementation of target group concepts in adult education, it examines the situation in Austria and Germany of how certain target groups are addressed, reached and mobilized in theory and practice. Conditions are discussed that have a mobilising effect (or not) on the different methods or programmes employed in reaching out to target groups. The journal refers to the danger of deficit orientation that goes along with these attributions and also to the possibilities and limits of the recently very popular (milieu) marketing strategies for adult education.



# Impressum/Offenlegung

## MAGAZIN erwachsenenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

Gefördert aus Mitteln des ESF und des bm:ukk  
Projekträger: Bundesinstitut für Erwachsenenbildung  
Koordination: Institut EDUCON – Mag. Wilfried Hackl

erscheint 3 x jährlich online, mit Parallelausgabe im Druck

Online: [www.erwachsenenbildung.at/magazin](http://www.erwachsenenbildung.at/magazin)

Herstellung und Verlag der Druck-Version:  
Books on Demand GmbH, Norderstedt

ISSN: 1993-6818 (Online)

ISSN: 2076-2879 (Druck)

ISSN-L: 1993-6818

ISBN: 9783839185827

## Medieninhaber



Bundesministerium für Unterricht,  
Kunst und Kultur  
Minoritenplatz 5  
A-1014 Wien



Bundesinstitut für Erwachsenenbildung  
Bürglstein 1-7  
A-5350 Strobl

## Herausgeber der Ausgabe 10, 2010

Dr. Lorenz Lassnigg (Institut für höhere Studien)

## HerausgeberInnen des MAGAZIN erwachsenenbildung.at

Mag.<sup>a</sup> Regina Rosc (Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur)  
Dr.<sup>in</sup> Margarete Wallmann (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)  
Mag. Wilfried Hackl (Geschäftsführender Hrsg., Institut EDUCON)

## Fachredaktion

Mag.<sup>a</sup> Barbara Daser (ORF Radio Ö1, Wissenschaft/Bildung)  
Univ.-Prof.<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Elke Gruber (Universität Klagenfurt)  
Dr. Christian Kloyber (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)  
Dr. Lorenz Lassnigg (Institut für höhere Studien)  
Dr. Arthur Schneeberger (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)  
Dr. Stefan Vater (Verband Österreichischer Volkshochschulen)

## Online-Redaktion, Satz

Mag.<sup>a</sup> Bianca Friesenbichler (Institut EDUCON)  
Andreas Brandstätter (/andereseiten / grafik.layout)

## Lektorat

Mag.<sup>a</sup> Laura R. Rosinger (Textconsult)

## Übersetzung

Übersetzungsbüro Mag.<sup>a</sup> Andrea Kraus

## Design

Karin Klier (tür 3))) DESIGN)

## Website

wukonig.com | Wukonig & Partner OEG

## Medienlinie

Das „MAGAZIN erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs“ enthält Fachbeiträge von AutorInnen aus Wissenschaft und Praxis und wird redaktionell betrieben. Es richtet sich an Personen, die in der Erwachsenenbildung und verwandten Feldern tätig sind, sowie an BildungsforscherInnen und Studierende. Jede Ausgabe widmet sich einem spezifischen Thema. Ziele des MAGAZIN erwachsenenbildung.at sind die Widerspiegelung und Förderung der Auseinandersetzung über Erwachsenenbildung seitens Wissenschaft, Praxis und Bildungspolitik. Weiters soll durch das MAGAZIN der Wissenstransfer aus Forschung und innovativer Projektlandschaft unterstützt werden. Die eingelangten Beiträge werden einem Review der Fachredaktion unterzogen. Namentlich ausgewiesene Inhalte entsprechen nicht zwingend der Meinung der Redaktion.

Als Online-Medium konzipiert und als solches weitergeführt, ist das MAGAZIN erwachsenenbildung.at beginnend mit der Ausgabe 7/8, 2009 zusätzlich in Druckform erhältlich.

## Urheberrecht und Lizenzierung

Wenn nicht anders angegeben, erscheinen die Artikel des „MAGAZIN erwachsenenbildung.at“ unter der „Creative Commons Lizenz“. BenutzerInnen dürfen den Inhalt zu den folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich aufführen:

- Namensnennung und Quellenverweis. Sie müssen den Namen des/der AutorIn nennen und die Quell-URL angeben.
- Keine kommerzielle Nutzung. Dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- Keine Bearbeitung. Der Inhalt darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.
- Nennung der Lizenzbedingungen. Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter die dieser Inhalt fällt, mitteilen.
- Aufhebung. Jede dieser Bedingungen kann nach schriftlicher Einwilligung des Rechtsinhabers aufgehoben werden.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt. Nähere Informationen unter [www.creativecommons.at](http://www.creativecommons.at).

Im Falle der Wiederveröffentlichung oder Bereitstellung auf Ihrer Website senden Sie bitte die URL und/oder ein Belegexemplar elektronisch an [redaktion@erwachsenenbildung.at](mailto:redaktion@erwachsenenbildung.at) oder postalisch an die angegebene Kontaktadresse.

## Kontakt und Hersteller

MAGAZIN erwachsenenbildung.at  
Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs  
p.A. Institut EDUCON  
Bürgergasse 8-10  
A-8010 Graz  
[redaktion@erwachsenenbildung.at](mailto:redaktion@erwachsenenbildung.at)  
<http://www.erwachsenenbildung.at/magazin>