

### **sprachspielweise:**

#### »Mund-zu-Mund-Propaganda«

Welche Bedeutung direkte persönliche Empfehlungen für das Marketing von Dienstleistungen haben, wurde bereits oft herausgestellt. In Bezug auf Weiterbildungsanstaltungen hat zuletzt die neue Implementierungsstudie zum Milieumarketing verschiedene Informationskanäle auf ihr Anregungspotenzial zur Teilnahme verglichen [Tippelt u.a. (2007). Milieumarketing implementieren. Weiterbildung und soziale Milieus Bd. 3. Bielefeld, S. 82f.]. Dass dabei der Begriff »Mundpropaganda« verwendet wird, ist eine positive Überraschung – wird aus

dem beschriebenen Phänomen doch landläufig gerne und dudenfremd »Mund-zu-Mund-Propaganda« gemacht. Es sei noch einmal ausdrücklich daran erinnert, dass es zwar »Mund-zu-Mund-Beatmung« gibt, nicht jedoch eine entsprechende »-Propaganda«. Diese hätte, wenn überhaupt, nur als »Mund-zu-Ohr-Propaganda« nennenswertes semantisches Potenzial. Wörter bleiben, allein in den Mund gehaucht, eher ungehört. Selbst wenn wir sie jemandem »in den Mund gelegt« haben, werden sie durch das Ohr dort hingelangt sein (► »Eustachische Röhre«). *DIE/PB*

In den nächsten Heften:

Heft 2/2008 (erscheint April 2008):

**SCHWERPUNKTTHEMA: Ehrenamt**

Wer wird ehrenamtlich tätig in der Bildung (»Rekrutierungsmilieus«)? Wo engagieren sich Ehrenamtliche? In welchen Feldern der Erwachsenenbildung ist Ehrenamtlichkeit besonders verbreitet? Wie wünschenswert sind Ehrenämter unter Professionalitätsgesichtspunkten? Diesen und weiteren Fragen widmet sich dieses Heft, das so aktuelle Entwicklungen beleuchtet wie bürgerschaftliches Engagement und »ehrenamtliche« Wissensgenerierung im Web 2.0.

Heft 3/2008 (erscheint Juli 2008):

**SCHWERPUNKTTHEMA: Demografischer Wandel und Alter**

Die Alterung der Gesellschaft stellt große Herausforderungen an die Gestaltung von Bildung. So gilt es, die Potenziale Älterer zu kennen und gesellschaftlich nachzufragen. Zudem müssen sich Programmplanung und Bildungsmarketing auf eine altersmäßig veränderte Nachfragerstruktur einstellen und schon jetzt die Interessen der Jüngeren fokussieren – sie werden die Älteren der Zukunft sein. Im Blick auf die Bildungsplanung ist der demografische Wandel auch ein Thema der Regionen: In Teilen Ostdeutschlands betreibt man bereits »regressive Bildungsplanung«.

Heft 4/2008 (erscheint Oktober 2008)

**SCHWERPUNKTTHEMA: EQF/NQF**

Mit dem Europäischen Qualifikationsrahmen und seiner Übersetzung in nationale Politiken ergeben sich neue Perspektiven für den Diskurs um Professionalität in der Erwachsenenbildung/Weiterbildung. Das Heft arbeitet den Entwicklungsstand auf und stellt Kompetenzprofile von Weiterbildnern in einer europäisch vergleichenden Sicht vor.

Einsendungen zu den Themenschwerpunkten sind erwünscht. Bitte nehmen Sie hierzu frühzeitig Kontakt mit der Redaktion auf.

Änderungen der Planung vorbehalten.

### **Impressum**

Die DIE Zeitschrift ist die Zeitschrift des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung. Sie informiert viermal jährlich unter einem thematischen Schwerpunkt über Trends der Erwachsenenbildung. Ihre Zielgruppen sind hauptamtliche Mitarbeitende und disponierendes Personal in der Weiterbildung, Wissenschaftler und Studierende der Erwachsenenbildung sowie Verantwortungsträger in Bildungspolitik und -verwaltung. Sie ist wissenschaftlich fundiert, aber praxisbezogen – Magazin und Reflexionsorgan zugleich.

#### **Herausgeber:**

Prof. Dr. Dr. h.c. Ekkehard Nuisel von Rein (DIE/EN)

#### **Redaktion:**

Redaktionsleitung: Dr. Peter Brandt (DIE/PB); Redaktionsassistent: Beate Beyer-Paulick (DIE/BP). Mitarbeit: Dr. Heidi Behrens (Bildungswerk der Humanistischen Union, Essen; DIE/HB), Dr. Elisabeth M. Krelke (Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn), Steffi Rohling (Verband der Volkshochschulen von Rheinland-Pfalz, Mainz; DIE/SR); PD Dr. Michael Schemmann (Justus-Liebig-Universität Gießen); Prof. Dr. Richard Stang (Hochschule der Medien Stuttgart; DIE/RS).

Mitarbeit an diesem Heft: Dr. habil. Sabine Schmidt-Lauff (TU Chemnitz)

**Titelgestaltung/Titellayout:** Gerhard Lienemeyer

**Titelsignet/Satz/Grafik:** Horst Engels

**Layoutvorlage:** Gerhard Lienemeyer

**Bezugsbedingungen** für Jahresabonnement der »DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung«: € 35,- (zzgl. Versandkosten); ermäßigtes Abonnement für Studierende € 30,- (zzgl. Versandkosten), bitte gültige Studienbescheinigung beilegen. Bestell-Nr. DIE. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn es nicht bis zum 15. November des Jahres gekündigt wird.

Einzelheft: € 11,90 (zzgl. Versandkosten)

Anzeigen: sales friendly, Bettina Roos,

Siegburger Str. 123, 53229 Bonn

Tel. 0228 97898-10, Fax 0228 97898-20,

E-Mail roos@sales-friendly.de

#### **Anschrift von Herausgeber und Redaktion:**

Deutsches Institut für Erwachsenenbildung

Friedrich-Ebert-Allee 38, 53113 Bonn

Tel. 0228 3294-208, Fax 0228 3294-4208

E-Mail: beyer-paulick@die-bonn.de

www.diezeitschrift.de

#### **Herstellung, Verlag und Vertrieb:**

W. Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG

Auf dem Esch 4, 33619 Bielefeld

Tel. 0521 91101-12, Fax 0521 91101-19

E-Mail: service@wbv.de, Internet: www.wbv.de

**Best.-Nr.: 15/1057, ISSN 0945-3164**

© 2008 DIE

Nachdruck nur mit Genehmigung durch die Redaktion. Mit Namen gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

### **Deutsches Institut für Erwachsenenbildung**

Das Deutsche Institut für Erwachsenenbildung (DIE) ist eine Einrichtung der Leibniz-Gemeinschaft und wird von Bund und Ländern gemeinsam gefördert.

Als Serviceinstitut vermittelt es zwischen Wissenschaft und Praxis der Erwachsenenbildung.

Das DIE

- liefert Grundlagen für die Forschung und Lehre der Erwachsenenbildung
  - verbreitet Forschungsergebnisse und führt anwendungsbezogene Forschung durch
  - entwickelt innovative didaktische Konzepte und qualitative Standards
  - begleitet die Entwicklung der Profession und berät zu Prozessen der Organisationsentwicklung
  - analysiert den Strukturwandel in der Erwachsenenbildung
  - berät Forschung, Politik und Praxis
  - vertritt die deutsche Erwachsenenbildung international und verstärkt den Wissenstransfer.
- Das Institut ist ein eingetragener Verein, dem 18 Verbände und Organisationen aus Wissenschaft und Praxis der Weiterbildung angehören.