

Editorial: Hessische Blätter für Volksbildung
3/2026: Erwachsenenbildung in den Medien

Schlagworte: Editorial; Hessische Blätter; Erwachsenenbildung
Zitiervorschlag: K  plinger, Bernd (2026). Editorial. Hessische
Blätter für Volksbildung, 76(3), 5-9. Bielefeld: wbv Publikation.
<https://doi.org/10.3278/HBV2603W001>



E-Journal Einzelbeitrag
von: Bernd K  plinger

Editorial

aus: Erwachsenenbildung in den Medien (HBV2603W)
Erscheinungsjahr: 2026
Seiten: 5 - 9
DOI: 10.3278/HBV2603W001



Editorial

BERND KÄPPLINGER

Bei Erwachsenenbildung und Medien ist zumeist die Frage zentral, welche Medien in der Erwachsenenbildung eingesetzt werden oder wie auch Erwachsenenbildung Medienbildung verfolgt (vgl. von Hippel 2009, S. 687–688), und somit stark eine medienpädagogische Thematik (vgl. Meister 2008). In diesem Themenheft der HBV wird es aber um etwas Anderes gehen: Inwiefern, wie und wo kommt Erwachsenenbildung in klassischen Medien (Zeitungen, Fernsehen, Radio) oder den verschiedenen Social Media vor? Dabei gibt es schon lange kritische Diskussionen, die oft auf Grenzen hinweisen, aber auch mehr Kooperation einfordern. Früher wurde das Fernsehen so diskutiert (vgl. Donnepp 1973), und heute gilt das teilweise für Social Media wie u. a. TikTok (Heilmann 2024). Geht man noch weiter zurück, wurde bereits in den 1920er-Jahren kontrovers diskutiert, ob es eine „Funkvolkshochschule“ (Weitsch 1929, Hartmann 1930) braucht bzw. wie sich Volkshochschule zum Rundfunk verhält. Seitdem könnte man einige weitere Beispiele nennen, wie Erwachsenenbildung in den Medien viele Formen und kontroverse Diskussionen bereithält.

Später hat sich nach 1945 auf Initiative der Volkshochschulbewegung – insbesondere des Volkshochschulleiters Bert Donnepp – das Grimme-Institut mit seinem berühmten Preis entwickelt, der aber teilweise heute in der breiten Öffentlichkeit wohl nicht immer sofort und prominent mit den Volkshochschulen verbunden wird. Durchaus erstaunlich ist auch, dass sich bei den verschiedenen Preiskategorien des Grimme-Preises keine Wettbewerbskategorie findet, in der eine Medienproduktion über Erwachsenenbildung selbst in gelungener Form unterhaltend oder informierend berichtet. In Österreich gibt es den Fernseh- und Radiopreis der Erwachsenenbildung, die einrichtungsübergreifend von der Konferenz der Erwachsenenbildung (KEBÖ) seit 57 bzw. 28 Jahren vergeben werden. Es bietet sich an, dass die Medien und die Erwachsenenbildung einen Austausch und Kooperationen suchen. Dies reicht von Kooperationen auf regionaler Ebene von Volkshochschulen mit der Regionalpresse bis zu vielfältigen Kontakten auf nationaler und auch internationaler Ebene. Eine Sternstunde dürfte dabei der Umstand gewesen sein, dass Theodor Adornos berühmter Text „Erziehung nach Auschwitz“ von 1966 zunächst „nur“ ein Radiovortrag war, aber trotzdem oder gerade deswegen vor der schriftlichen Veröffentlichung eine beachtliche Breitenwirkung erzeugte, obwohl Adorno den Radio- und Massenmedien früh offen, aber

eher analytisch kritisch gegenüberstand (vgl. Reichert 2010). Heute erzielen stundenlange Talk-Formate u. a. mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zum Beispiel bei dem von über 600.000 Menschen abonnierten YouTube-Kanal Jung&Naiv über 100.000 Aufrufe. Entgegen dem populären Vorurteil angeblich nur kurzer und kürzer werdenden Aufmerksamkeitsspannen erzielen lange Podcasts durchaus eine große Resonanz, und dies auch oder sogar vor allem bei jungen Menschen.

Kritische Analysen arbeiten zudem heraus, wie tendenziös und negativ das Bild vieler Medien ist, wenn sie über Erwachsenen- und Weiterbildung berichten (vgl. Nolda 1995, Käßpflinger 2024) und Fragen der Macht hier eine Rolle spielen (Nolda 2009). Einerseits ist es sicherlich berechtigt, auf etwaige oder tatsächliche Missstände in der Weiterbildung hinzuweisen, die es in jedem Gesellschafts- und Bildungsbereich auch gibt. Man sollte sich keinesfalls gegen Kritik immunisieren wollen. Andererseits kann man sich manchmal fragen, ob die Kritik nahezu ritualisiert ist, wenn gefühlt in jedem Sommerloch ein kritischer Bericht zum Beispiel gegen Coaching oder die Agentur für Arbeit und ihre Weiterbildungen erstellt wird. Medien suchten schon immer zu einem großen Teil die Schlagzeilen und den Skandal, aber in digitalen Zeiten, in denen jeder Text und jedes Video um Aufmerksamkeit kämpft, scheint die Negativität eher zu- als abgenommen zu haben.

Die Veränderungen in der Sicht auf Erwachsenenbildung und den Bildungsauftrag in der Medienlandschaft werden in medienkritischen Artikeln von freien Journalistinnen wie folgt beschrieben: „In den 60er-Jahren forderte Bert Donnep, der Erfinder des Grimme-Preises und Gründer des Grimme-Instituts, dass Fernsehen Volkshochschule im Bewegtbild sein soll, das war damals innovativ. Aber spätestens seit den 90er Jahren ist ‚Volkshochschule‘ in den Redaktionen von ARD und ZDF so ziemlich das schlimmste, was über einen Beitrag gesagt werden kann“ (Hupertz 2025). Allerdings darf über diese berechtigte oder vielleicht auch überspitzte Kritik nicht vergessen werden, dass es auch viele positive Medienberichte über Erwachsenenbildung gibt (vgl. Wiarda 2010) und generell Lebenslanges Lernen nahezu ritualisiert im Grundsatz positiv dargestellt wird. Außerdem verweist Wiarda in dem Heft auch auf andere Diskursstränge, in denen die Vermittlung von basalem Orientierungswissen weiterhin in den Medien auch als eine wichtige Aufgabe gesehen wird und Volkshochschule in der Medienlandschaft positiv belegt ist. Bildung ohne Dünkel und Menschen auch an aktuelle Themen erst einmal heranzuführen und nicht annehmen, dass alle alles schon wissen würden.

Vorrecherchen für dieses Themenheft haben ergeben, dass es vor einem solchen Hintergrund leider nicht viele wissenschaftliche Beschäftigungen mit Erwachsenenbildung in den Medien gibt bzw. es auch eine Reihe an Absagen bei der Heftplanung gab. Insofern will das Heft auch Impulse in Richtung Wissenschaft geben, sich mehr mit dieser gerade in der heutigen Welt wichtigen Thematik zu befassen und sich ggf. zu überlegen, wie man mit der eigenen Forschung über Erwachsenen- und Weiterbildung in den Medien präsenter sein könnte sowie was es dabei zu beachten gilt.

Das Heft eröffnen *Anke Grotlischen* und *Kim Laura Pedersen* von der Universität Hamburg mit einem Artikel zur Medienberichterstattung über PIAAC in neun Län-

dern. Hier ist quasi Hauptthema, ob und wie die Medien über Forschungsergebnisse zu Erwachsenenbildung und -lernen berichten. Teilthema ist dabei jedoch kurz auch, wie man als verantwortliche Wissenschaftlerin und verantwortlicher Wissenschaftler eine korrekte Medienberichterstattung anregen kann, da die PIAAC-Ergebnisse teilweise auch so (falsch) interpretiert werden, dass sie vor allem schulischen Handlungsbedarf in frühen Bildungsphasen aufzeigen würden.

In Deutschland wurden und werden Comics oder Mangas als Kunst und Bildungsmedium oft kritisch gesehen, während sie in Frankreich z. B. schon lange als „Neunte Kunst“ viel anerkannter sind. Als Graphic Novels sind sie aber mittlerweile sogar in den Literaturkatalogen unter anderem der Bildungszentralen für politische Bildung oft zu finden, und das ruhende Bild hat neben Videos weiterhin Bedeutung. *Olaf Dörner* von der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg thematisiert Graphic Novels und Erwachsenenbildung: Zur Paradoxie gesellschaftlicher Orientierungen am Beispiel von Inklusion zwischen Fortschritt und Regression. Er forscht schon lange zu Comics und bietet u. a. bild- und bildungswissenschaftliche Analyseansätze an.

Den Reigen an wissenschaftlichen Fachartikeln im engeren Sinne schließen *Lena Martin*, *Sophie Strich*, *Tom Geserich* und *Aiga von Hippel* von der Humboldt-Universität zu Berlin ab. Der Beitrag befasst sich mit der Erschließung von kommunalen Haushaltsplänen als empirische Forschungsobjekte in der Erwachsenenbildung. Es handelt sich also quasi um Medien, welche die Politik nutzt, um Förderungen für die Öffentlichkeit sichtbar zu machen. Diese Sichtbarkeit ist aber nicht leicht zugänglich, wenngleich es für Professionelle in der Erwachsenenbildung durchaus eine wichtige Kompetenz sein kann bzw. sein muss, solche Haushaltspläne zu lesen und vielleicht auch über Lobbyarbeit positiv zu beeinflussen im Sinne der Erwachsenenbildung und der lernenden Erwachsenen.

Ingrid Schöll eröffnet dann als ehemalige Volkshochschulleiterin den Praxisteil mit der medialen Wahrnehmung der Erwachsenenbildung im Umbruch, nachlassender Wahrnehmung in den Printmedien und offenen Suchbewegungen in den sozialen Medien. Hier zeigt sich aber, dass die Zuordnung als alleinige Praktikerin hier besonders diskutabel ist, da sie promovierte Erwachsenenbildnerin ist und mehrere Studiengänge erfolgreich absolviert hat sowie eine langjährige, bekannte Autorin von Fachbüchern und -artikeln ist. Das zeigt sich auch an ihrem Artikel, der viele Fakten versammelt und sie mit reflektierten Erfahrungen und Einschätzungen zu Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft besonders der Volkshochschulen anreichert. Wer Impulse für weitere Forschung sucht, erhält hier ein reichhaltiges Bündel an Anregungen.

Das Grimme-Institut in Marl zeugt von einer dekadenslangen Zusammenarbeit von Institut, Medien und Volkshochschulen. Dank der ideellen wie materiellen Förderung u. a. durch den Deutschen Volkshochschulverband oder auch die Mitarbeit von vielen Volkshochschulbeschäftigten in den Auswahljürs besteht hier ein Erfolgsmodell, das vielleicht noch breiter bekannt gemacht werden könnte. Der Volkshochschuldirektor und „Gründungsvater“ Bert Donnepp würde sich sehr wahrscheinlich freuen, wie *Lars Gräßer* und *Aycha Riffi* vom Grimme-Institut sich mit „Von TV zu KI – das

Grimme-Institut, die Medien- und (Erwachsenen-)Bildung“ befassen. Donnepp suchte, die Mauern zwischen Erwachsenenbildung und Fernsehen einzureißen, und nun geht es um ähnliche Mauern zwischen Social Media und Erwachsenenbildung.

Steffen Wachter vom Hessischen Volkshochschulverband befasst sich mit dem ehemaligen Erfolgsmodell: „Das Funkkolleg – Eine Erfolgsgeschichte (noch) ohne Happy End“. Hier bestand auch ein erfolgreiches Modell mit großer quantitativer und qualitativer Resonanz über Dekaden hinweg. Leider ist hier aber ein Faden abgerissen, wenngleich die Idee in Zeiten von sehr populären Podcasts eigentlich kaum etwas an Relevanz verloren haben dürfte. Vielleicht wird hier bald eine Praxis des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in neuem Gewand wiederbelebt, oder Youtuber werden darauf aufmerksam? Manche Praktiken muss man immer wieder neu erfinden.

Dirk Pohl, Leiter der Volkshochschule Buxtehude im hohen Norden, hat es mit lustigen und provokanten Kursbewerbungen bis in die überregionale Presse geschafft. Insofern kann man neugierig sein, was er in „Als kleine VHS-Jolle im Meer der Informationsflut untergehen oder hart am Wind segeln – und dabei manchmal nass werden?“ so schreibt. Viele kleinere Volkshochschulen dürften vor ähnlichen Herausforderungen stehen, und sein Artikel kann Mut machen, wie man sich diesen Herausforderungen erfolgreich stellen kann, wobei es sehr sympathisch und professionell ist, dass er keine reine, unrealistische Erfolgsgeschichte schreibt.

John Evers ist Direktor des Verbands Österreichischer Volkshochschulen, und er diskutiert die Frage, warum sein Verband eine TV-Produktion beim ORF zur Geschichte der Österreichischen Volkshochschulen mit verschiedenen Akteuren zusammen auf den Weg brachte. Entstanden ist ein ästhetisch und inhaltlich sehr gelungener Film, der im Fernsehen ausgestrahlt und über Youtube verfügbar ist, in die Geschichte der Volkshochschulen schaut und dabei auch nicht die Untiefen ihrer Entwicklung und Identitätsentwicklung ausspart.

Mediale Diskurse können auch mal provokant sein und Aufreger generieren. Wer sich in die Öffentlichkeit wagt, muss auch mit Gegenwind rechnen, was nicht Hate Speech meint. Aber auch provokante Diskussionen und Thesen sollten wir uns durchaus erlauben und uns wechselseitig zumuten. Ob das Thema Weiterbildungskurs statt Urlaub in Thailand das Potenzial hat, muss sich zeigen. In einem Interviewformat haben *Bernd Käßpinger* und *Jan-Martin Wiarda* als freier Journalist über Veränderungen im Journalismus und Emotionalisierungen in den Medien diskutiert.

Last but not least: Eigentlich wollten wir auch mindestens einen Beitrag zur Rolle von Social Media haben und dazu, wie auch dort Erwachsenenbildungsräume erschlossen werden können, sodass dort nicht nur Erwachsenenlernen in Form von Indoktrination oder Fake News stattfindet (vgl. Heilmann 2024). *Franziska Bellingner* steuert hier eine Vorstellung eines laufenden Forschungsprojekts zu Unlearning Anti-Feminism on TikTok. Hier kann man sehr gespannt sein, wenn diese Forschung mit Anwendungsorientierung abgeschlossen ist.

Wir wünschen als Redaktion allen Lesenden viel Anregung beim Lesen. Sicherlich gibt es die eine oder andere thematische Leerstelle im Themenheft. Umso mehr würden wir uns freuen, wenn sowohl in der Forschung als auch in der Praxis sowie in

der Theorie-Praxis-Zusammenarbeit das Thema Erwachsenenbildung in den Medien noch mehr aufgegriffen und angegangen würde. Insbesondere, aber nicht nur, der Beitrag von Ingrid Sch  ll bietet hier viele Impulse, die eigentlich danach schreien, aufgegriffen und bearbeitet zu werden.

Literatur

- Donnepp, B. (1973). *Der Adolf-Grimme-Preis. Möglichkeiten und Grenzen einer Kooperation von Erwachsenenbildung und Fernsehen*. Westermann.
- Hartmann, H. (1930). Funkvolkshochschule? *Freie Volksbildung – Zeitschrift für die gesamte Erwachsenenbildung*, (5) 1, S. 33–36.
- Heilmann, L. (2024). Politisches Lernen auf TikTok – Aushandlung von Diversität in digitalen Räumen. *Hessische Blätter für Volksbildung*, 74 (2), S. 43–54.
- von Hippel, A. (2009). Erwachsenenbildung und Medien. In R. Tippelt & A. von Hippel (Hrsg.), *Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 687–706. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91834-1_42.
- Hupertz, H. (2025).   berpr  sente Pr  senter – Kulturfernsehen bei ARD und ZDF. *Evangelischer Pressedienst (epd)* vom 27. März 2025. <https://www.turi2.de/community/epd-medien/ueberpraesente-presenter-kulturfernsehen-bei-ard-und-zdf/>.
- Käpplinger, B. (2024). „Provinzdeppen“ per „Coaching-Wahn“ aus dem „Weiterbildungsdschungel“ führen: Erwachsenen-/Weiterbildung in den Medien. *Forum für Erwachsenenbildung* (57) 4, S. 19–23.
- Meister, D. M. (2008). Medien in der Erwachsenen- und Weiterbildung. In U. Sander; F. von Gross & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91158-8_77.
- Nolda, S. (1995). Volkshochschule als Metapher. *Hessische Blätter für Volksbildung* (43) 2, S. 107–111.
- Nolda, S. (2009). Eine Frage der Macht. Populäre Medien und Erwachsenenbildung. *MAGAZIN erwachsenenbildung.at*. <http://www.erwachsenenbildung.at/magazin/09-6/meb09-6.pdf>.
- Reichert, K. (2010). Adorno und das Radio. *Sinn und Form* (4), S. 454–465.
- Weitsch, E. (1929). Funkvolkshochschule? *Freie Volksbildung – Zeitschrift für die gesamte Erwachsenenbildung* (4) 5, S. 380–381.
- Wiarda, J.-M. (2010). Wissen sammeln um die Ecke. *Die ZEIT* vom 25.10.2010. <https://www.zeit.de/2010/48/C-Volkshochschule-Erwachsenenbildung>.

Autor

Prof. Dr. Bernd Käpplinger, Lehrstuhl für Weiterbildung an der Justus-Liebig-Universität Gießen