

Kontinuität und Wandel der *DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung*

# Weiter als WEITER BILDEN

PETER BRANDT

Mit dem vorliegenden Heft präsentiert sich die *DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung* in verändertem Gewand. Der Prozess des Relaunchs vollzieht sich vor dem Hintergrund einer sich verändernden Fachmedienlandschaft der Erwachsenen- und Weiterbildung im Kontext der Digitalisierung und der dadurch veränderten Lesegewohnheiten. Welche Ziele verfolgen Herausgeber und Redaktion mit der Zeitschrift, und welche Veränderungen waren dafür erforderlich?

Was sich alles »draußen« ändert ...

Mit der wachsenden Verbreitung internetgestützter Informationsinfrastrukturen haben sich die Möglichkeiten und Praxen der Informationsbeschaffung in den letzten 25 Jahren dramatisch verändert. Das gilt für Publikumsmedien wie für Fachmedien. Im Bereich der Erwachsenen- und Weiterbildung haben Fachleute Zugang zu qualitativ hochwertigem und kostenlosem Content, z.B. in Angeboten wie dem *Deutschen Bildungsserver* mit dem *Fachportal Pädagogik*, dem Webangebot des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung (DIE) oder dem österreichischen Portal *erwachsenenbildung.at*. Wissenschaftler, Praktiker und Personen aus der weiterbildungspolitischen Administration informieren sich über Neuigkeiten, Projekte, Personen, Publikationen, Institutionen, Kennzahlen und Fachbegriffe selbstverständlich im Netz. Entsprechende Portale verzeichnen Nutzerzahlen, die ein Vielfaches über dem liegen, was gedruckte Medien an Reichweite erzielen. Damit scheinen diese Angebote zur größten strategischen Herausforderung für die Zukunft von etablierten Publikationsorganen zu werden.

Das wissenschaftliche Publizieren ist ebenfalls von einer großen Veränderungsdynamik gekennzeichnet. *Open Access* wird als Strategie der großen Wissenschaftsorganisationen z.B. dort sichtbar, wo eingeführte Print-Medien zu Open-Access-Formaten mutieren. Und je mehr die Reputation eines Forschenden von der Anzahl von Beiträgen in referierten Journals mit hohen Impact-Faktoren abhängen, umso schwerer wird es für Zeitschriften, die sich an die Praxis wenden, interessante Autoren zu gewinnen.

Wenn Inhalte-Anbieter Fachinformation und -kommunikation zunehmend in digitale Infrastrukturen verlagern, machen sie ihren eigenen kostenpflichtigen Produkten sogar Konkurrenz. Das DIE kann sich hier einschließen. Dies gilt für das gesamte Webangebot des DIE – wie auch für das Portal *web*, das das DIE nach einer gemeinsamen Aufbauphase mit der Bertelsmann Stiftung seit 2016 dauerhaft betreibt. Das Portal richtet sich an Lehrende und wird monatlich inzwischen von rund 20.000 Personen genutzt.

Bis hierhin scheint nicht viel für eine Investition in eine gedruckte, nicht-referierte Zeitschrift zu sprechen. Oder haben wir wichtige Argumente übersehen?

## Warum das DIE weiter auf Zeitschriften als publizistische Infrastrukturen setzt ...

Trotz einer tiefgreifend veränderten Informationsversorgung haben im Feld der Erwachsenen- und Weiterbildung nur wenige Zeitschriften ausgedient. All jene Periodika, die Margret Fell im Jahr 2000 als relevante überregionale Fachzeitschriften für Erwachsenenbildung vorgestellt hat (Fell, 2000, S. 5–12), gibt es heute noch immer. Auch von den im *Wörterbuch Erwachsenenbildung* genannten deutschen Fachzeitschriften werden fast alle unverändert betrieben (Brandt, 2010, S. 318–319). Das gilt für Periodika der Wissenschaftskommunikation (*REPORT/ZfW*, *Hessische Blätter für Volksbildung*, *Internationales Jahrbuch für Erwachsenenbildung*) ebenso wie für berufsbezogene Zeitschriften mit ihren trägerspezifischen und -übergreifenden Konzepten (*Erwachsenenbildung*, *forum EB*, *dis.kurs*, *DIE Zeitschrift*, *Weiterbildung*, *managerSeminare*, *training aktuell*, *Personalwirtschaft*, *Wirtschaft und Weiterbildung*). Lediglich im Bereich der politischen Bildung kam es zu einer Fusion der Zeitschriften *Praxis Politische Bildung* und *kursiv*, aus denen 2010 das *Journal für politische Bildung* entstanden ist. 2018 tritt mit *Debatte. Beiträge zur Erwachsenenbildung* sogar eine neue Zeitschrift auf den Plan. Allein dies zeigt, dass das Konzept »Zeitschrift« an sich nicht in einer tiefgreifenden Krise steckt. Natürlich gibt es Veränderungen bei Formaten und Prozessstrukturen, ohne jedoch das Produkt als solches abzulösen. Beispiele für solche Veränderungen sind:

- die Anreicherung gedruckter Zeitschriften um Online-Varianten,
- die Überführung kostenpflichtiger Medien in (für den Leser) kostenfreie Open-Access-Medien,
- veränderte Prozesse mit Software-Lösungen (Redaktionssysteme),
- geringere Verkaufserwartung und rückläufige Abonnentenzahlen wegen der wachsenden Konkurrenz durch kostenlose Fachinformation, dadurch erhöhter Kostendruck für herausgebende Personen und Institutionen, der wiederum Preissteigerungen und Verlagswechsel nach sich ziehen kann.

Wenn nun auf der einen Seite kostenlose Fachinformationsangebote an Bedeutung gewinnen und hohe Reichweiten erzielen, auf der anderen Seite aber Zeitschriften weiterleben, so scheint es doch eine sinnvolle Arbeitsteilung zu geben. Aufgabe der Betreiber publizistischer Infrastrukturen ist es, hierzu die Korridore zu definieren und zu begehen. Ich möchte dies am Beispiel von *wb-web* und der *DIE Zeitschrift* versuchen: Beide Angebote richten sich an die Praxis der Erwachsenen- und Weiterbildung. Beide widmen sich in gewissem Maße dem Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Praxisfeld. Dennoch geht das DIE publizistisch mit beiden Angeboten unterschiedliche Wege.

Da ist einmal *wb-web* mit einer Fülle an knappen Informationsmodulen (News), persönlich gehaltenen Einschätzungen des fachlichen Tagesgeschehens (Blog), knappen Einführungen in Fachbegriffe (Wissensbausteine) und Elementen einer Peer-to-Peer-Kommunikation (Social Media und Foren). Neben niedrigschwelliger und handlungsorientierter Fachinformation (»know that« und »know how«) stehen bei *wb-web* Netzungs- und Kollaborationsüberlegungen im Vordergrund. Für all dies ist ein Internetangebot prädestiniert. Das Portal richtet sich dabei an eine Zielgruppe, die das Institut mit seinen Büchern und Zeitschriften in der Vergangenheit nicht gut erreicht hat, an Trainer, Kursleitende und Dozentinnen, kurz: Lehrende.<sup>1</sup> Da es strategisch zentral war, neue Nutzergruppen an erwachsenenpädagogische Fachinformation heranzuführen, wurde ein kostenfreies Angebot geschaffen. Dabei war die Erwartung leitend, dass Lehrtätigkeiten in der Erwachsenen- und Weiterbildung oft im Nebenerwerb ausgeübt werden und Kosten für die Nutzung von Angeboten für die angesprochene Gruppe eine besonders hohe Hürde darstellen.

## »Das Konzept ›Zeitschrift‹ steckt nicht in einer tiefgreifenden Krise.«

Die *DIE Zeitschrift* schlägt einen anderen Weg ein. Sie richtet sich vornehmlich an Personen, für die die Erwachsenen- und Weiterbildung den Haupterwerb darstellt, vorwiegend an leitendes und planendes (also hauptberufliches) Personal in der Praxis, aber auch an im Haupterwerb tätige Lehrende sowie an Forschende und Personen, die politisch-administrative Steuerungsaufgaben für das Feld wahrnehmen. Hier erwartet das DIE, dass die Ausgaben für ein Abonnement aufgewendet werden können. Schwerer als dieser Aspekt wiegen konzeptionelle Überlegungen: Die Ausgaben der Zeitschrift sind einzelnen Themenschwerpunkten gewidmet, die durch ein redaktionell orchestriertes Set an Beiträgen bearbeitet werden. Indem ein Gespräch zwischen den Texten entsteht, ist jede Ausgabe mehr als die Summe ihrer Teile. Zudem kommt mit der Zeitschrift der Inhalt zu den Lesenden – unaufgefordert und regelmäßig. Dies rhythmisiert die Praxis der Lektüre. Herausgeber und Redaktion sind der Auffassung, dass die anspruchsvolle Debatte, das länger ausgeführte Argument, das

<sup>1</sup> Vgl. zur Nutzung von DIE-Angeboten durch Kursleitende Kühn et al., 2015.

Verweilen beim Gegenstand den Leseweisen im Internet nicht entsprechen und in gedruckten und kostenpflichtigen Medien ihren bevorzugten Platz behalten werden.

Dass dies nicht nur ein frommer Wunsch ist, sondern den Rezeptionsgewohnheiten der Adressaten entspricht, zeigt exemplarisch eine Umfrage beim niedersächsischen Weiterbildungspersonal. Danach war die Quote derjenigen, die das Online-Angebot des DIE nutzen (29% der Befragten), noch immer niedriger als die Zahl derer, die DIE-Publikationen rezipieren (34%, davon 86% Nutzende der *DIE Zeitschrift*; Kühn et al., 2015, S. 11).

In derselben Umfrage ist auch die Attraktivität ausgewählter erwachsenenpädagogischer Zeitschriften ermittelt worden. Die *DIE Zeitschrift für Erwachsenenbildung* hat dabei die Spitzenposition erreicht (ebd., S. 10). Und damit sind wir an dem Punkt, dass es nicht nur immer noch sinnvoll ist, gedruckte Zeitschriften als Publikationsorgane zu betreiben, sondern dass es genau diese Zeitschrift ist, in deren Zukunft das DIE investieren möchte.

Für das Institut ist die Zeitschrift weniger ein Organ der Selbstpräsentation, wie der Name vielleicht nahelegt, sondern ein Medium, mit dem das DIE in besonderer Weise seinen Institutsauftrag erfüllt, nämlich zwischen Wissenschaft, Praxis und Politik der Erwachsenen- und Weiterbildung zu vermitteln und hierzu themenbezogenen Reflexion anzuregen und wechselseitigen Wissenstransfer zu ermöglichen. Es gelingt ihr, gesellschaftliche Trends erwachsenenpädagogisch auszu-leuchten. Im Konzept der Themenschwerpunkte finden sich stets produktive Verklammerungen von Perspektiven, oft systematisch hergeleitet, zuweilen auch assoziativ und originell, was sich dann wiederum in der Titelgestaltung spiegeln kann. Mit ihr sticht das Medium aus dem Gros der Fachpublikationen deutlich heraus, wie uns Leser in Befragungen immer wieder gespiegelt haben. Der von dem Grafiker Gerhard Lienemeyer gestifteten Tradition der Cover-Konzepte will die Zeitschrift daher unbedingt treu bleiben – wenngleich zu Beginn des 25. Jahrgangs ein Modernisierungsschub erforderlich scheint.

Was das DIE mit WEITER BILDEN erreichen will und welche Veränderungen dafür erforderlich sind ...

Im Kontext seines adressatenspezifisch ausdifferenzierten Medienangebots möchte das Institut mit der *DIE Zeitschrift* besonders Praktiker erreichen, die Erwachsenen- und Weiterbildung im Haupterwerb betreiben. Ihnen bietet die Zeitschrift wissenschaftlich fundierte Diskurse zu Themen, die sie bei der Bewältigung ihrer Aufgaben herausfordern. Im besonderen Maße sind Personen angesprochen, die in Einrichtungen oder Verbänden planend oder leitend tätig sind und somit für strategische Aufgaben Impulse und Klärungen benötigen. Die-

se Anforderung einer deutlicheren Praxisorientierung wird die Zeitschrift nach dem Relaunch stärker als bisher erfüllen. Hierzu tragen folgende Maßnahmen bei:

- Themen werden v.a. unter dem Gesichtspunkt ausgesucht und behandelt, was sie für planendes und leitendes Personal in Einrichtungen bedeuten.
- Mehr Praktiker kommen als Autoren, porträtierte Personen und Mitglieder der Redaktionsgruppe zu Wort.
- Neue Rubriken machen Praxis sichtbar (»Einblick«, »Lernort«, »Impuls«).

»... wissenschaftlich fundierte pädagogische Diskurse sollen ermöglicht werden.«

Die Ausrichtung an den Interessen von Praktikern soll nicht zulasten der Attraktivität für Wissenschaftler und Akteure aus Politik und Administration gehen. Für sie bleiben bewährte Rubriken und Funktionen der Zeitschrift erhalten.

Ein zweites Ziel ist die Erweiterung des Adressatenfeldes. Das DIE hat sich entschieden, ähnlich wie es schon bei *wb-web* oder in einem Projekt zur Kompetenzanerkennung bei Lehrenden (»GRETA«) gelungen ist, feldweite und trägerübergreifende Diskurse zu stiften und so auch zu einer gemeinsamen Verständigungskultur zwischen den Teilfeldern der Erwachsenen- und Weiterbildung beizutragen. Praktisch werden das DIE und seine Publikationen im Anschluss an die Herauslösung des Instituts aus dem Deutschen Volkshochschul-Verband allerdings noch überwiegend im Feld der öffentlich geförderten Erwachsenenbildung rezipiert, also in den Bereichen der allgemeinen, politischen, kulturellen und konfessionellen Bildung. Gemessen am gesamten Weiterbildungsaufkommen bilden die genannten Felder nur einen Teilbereich ab. Dem institutionellen Auftrag des DIE entsprechend, Infrastrukturlösungen für die *gesamte* Erwachsenen- und Weiterbildung zu erbringen, sollen wissenschaftlich fundierte pädagogische Diskurse auch im Bereich der beruflichen Weiterbildung ermöglicht werden, für die die Fachzeitschriftenwelt bisher noch weniger vielfältig ist. So gibt es gute Gründe, zu erwarten, dass sich Neukunden aus der eher beruflich orientierten Weiterbildung tatsächlich gewinnen lassen. Zum Ziel steigender Abonnentenzahlen tragen folgende Maßnahmen bei:

- stärkere Ausgewogenheit zwischen Themen und Anliegen berufsbezogener und nicht-berufsbezogener Weiterbildung;
- stärkere Sichtbarkeit beruflicher Weiterbildung (z.B. in »Einblick«, »Lernort« oder »Tafelbild«);
- mehr berufliche Weiterbildner in der Rolle als Autoren und Mitglieder der Redaktionsgruppe.



Brandt, P. (2010). Zeitschriften. In R. Arnold, S. Nolda & E. Nuissl (Hrsg.), *Wörterbuch Erwachsenenbildung* (2. Aufl.) (S. 318–319). Bad Heilbrunn: Klinkhardt.

Fell, M. (2000). Überregionale Fachzeitschriften für Erwachsenenbildung in den 90er Jahren. *Grundlagen der Weiterbildung*, 11 (1), 5–12.

Kühn, Ch., Brandt, P., Robak, S., Pohlmann, C. & Dust, M. (2015). *Funktionsprofile, Weiterbildungsverhalten und Zertifizierungsinteressen des niedersächsischen Weiterbildungspersonals*. Verfügbar unter [www.die-bonn.de/id/31585](http://www.die-bonn.de/id/31585)

Indirekt ist natürlich auch der neue Haupttitel der Zeitschrift ein Versuch, diejenigen stärker anzusprechen, die sich der »Weiterbildung« zuordnen und gegenüber einer »Zeitschrift für Erwachsenenbildung« Zurückhaltung wahren. Herausgeber und Redaktion wären aber missverstanden, wenn hier ein Seitenwechsel vermutet würde. Die verbale Konstruktion »weiter bilden« löst ja vielmehr den traditionellen Bildungsbegriff aus seiner mitunter allzu verdünnten Verwendung in Zusammensetzungen wie »Erwachsenenbildung« oder »Weiterbildung« heraus und stärkt ihn so. Vor allem adressiert WEITER BILDEN alle Personen, die im Feld professionell handeln (wollen). Für sie soll der Titel eine stete Ermunterung sein, es als ihren Auftrag anzusehen, andere »weiter« zu »bilden«.

Die neue Zeitschrift WEITER BILDEN, in der die alte DIE Zeitschrift – nicht nur im Untertitel – eine neue Existenzform erhalten hat, ist das Ergebnis eines mehrjährigen Ausbalancierens von Kontinuität und Wandel. In Zeiten immer kürzerer Aufmerksamkeitsspannen und der stets störungsanfälligen Lesesituation an Computer, Smartphone oder Tablet will WEITER BILDEN ein Gegengewicht setzen in Sachen Gestaltung, Wertigkeit und Haptik. Auch der Fachdiskurs zur Erwachsenen- und Weiterbildung braucht das inhaltlich sauber komponierte und grafisch liebevoll gestaltete Magazin für die konzentrierte Lektüre – auf der Couch, in der Badewanne oder während langer Zugfahrten, zum Beispiel.



DR. PETER BRANDT

ist Leiter der Abteilung »Wissenstransfer«  
am Deutschen Institut für Erwachsenenbildung –  
Leibniz-Zentrum für Lebenslanges Lernen  
und Herausgeber von WEITER BILDEN.

[brandt@die-bonn.de](mailto:brandt@die-bonn.de)