

## Sociology Goes Public

Über Laienöffentlichkeit, Bürgeruniversität  
und eine Stiftungsprofessur für Soziologie

*Holger Lengfeld*

»We have spent a century building professional knowledge, translating common sense into science, so that now, we are more than ready to embark on a systematic back-translation, taking knowledge back to those from whom it came, making public issues out of private troubles, and thus regenerating sociology's moral fiber. Herein lies the promise and challenge of public sociology, the complement and not the negation of professional sociology.« (Burawoy 2005: 348)

Der vorliegende Beitrag handelt von der Vermittlung soziologischer Forschungsergebnisse in die Öffentlichkeit hinein.<sup>1</sup> Dabei greife ich Michael Burawoys wortmächtige Forderung auf, nach der die Soziologie als eine Institution der öffentlichen (»public«) Aufklärung über die Struktur und Dynamik der Gegenwartsgesellschaft revitalisiert werden sollte. Doch anders als Burawoy, der in einer Reihe von Beiträgen der grundlegenden Frage nach den Ursachen der diagnostizierten Marginalisierung einer »Public Sociology« und ihrer Beziehung zu den anderen Formen soziologischen Arbeitens nachgeht, setze ich im Abstraktionsgrad einige Ebenen tiefer an. Ich komme auf die praktische Seite der öffentlichen Wissenschaftsvermittlung zu sprechen, die ich als Erfahrungs- und Praxisbericht

---

<sup>1</sup> Für die Bereitstellung von Hintergrundinformationen bedanke ich mich bei Heinz Abels und Hubert Groten. Jochen Hirschle, Tuuli-Marja Kleiner und Uwe Schimank danke ich für hilfreiche Kritik an einer früheren Fassung dieses Beitrags.

fasse. Dazu beginne ich mit einer Klärung darüber, wen die Soziologie im Auge hat, wenn sie die Öffentlichkeit als Adressat ihres Wirkens anpeilt.

In ausdifferenzierten Gesellschaften tritt Öffentlichkeit in der Regel nicht im Singular, als umfassende Öffentlichkeit, sondern in Teilöffentlichkeiten auf. Diese Teilöffentlichkeiten richten unterschiedliche Erwartungen an die Wissenschaft. Grob gesprochen kann man vier Typen unterscheiden: (1) die Ausbildungsöffentlichkeit, vor allem Studierende; (2) die Fachöffentlichkeit, also Kolleginnen und Kollegen; (3) gesellschaftliche Funktionsträger in Wirtschaft, Politik, Verbänden, Schulen usw.; und (4) das Laienpublikum. Mit den Teilöffentlichkeiten variieren die Wege der Wissensvermittlung. Für die Ausbildungsöffentlichkeit werden Vorlesungen und Seminare abgehalten und Lehrbücher verfasst. Die Fachöffentlichkeit wird über Fachpublikationen und Tagungen erreicht. Gesellschaftliche Funktionsträger werden über Expertisen, mit Vorträgen oder via Teilnahme an gemeinsamen Kommissionen beraten. Wie aber erreicht man das Laienpublikum mit seinem oftmals diffusen Bedürfnis nach Orientierungswissen?

Für viele Wissenschaften, etwa die Naturwissenschaften oder die Humanmedizin, übernehmen dieses Geschäft vor allem die Wissenschaftsjournalisten der Massenmedien. Dieser Zugang ist für Geistes- und Sozialwissenschaftler aus bekannten Gründen ungleich schwieriger. Wollen sie ein breites Publikum erreichen, so sind sie in der Regel auf die persönliche Präsenz in den Massenmedien angewiesen. Doch dies ist ein recht mühseliges und mit häufigem Scheitern verbundenes Unterfangen. Zwar kann man (Qualitäts-)Zeitungen jederzeit Artikel anbieten. Doch haben die abgehandelten Themen keinen Bezug zur tagesaktuellen Entwicklung oder besitzt die anbietende Wissenschaftlerin keinen lockeren Schreibstil, so ist die Chance auf Annahme gering. Radio- wie TV-Auftritte sind ohnehin kaum steuerbar, da diese Medien ihre Protagonisten selbst rekrutieren und dabei auf bereits medienpräzente Wissenschaftler zurückgreifen. Und da von Radio- und TV-Journalisten zumeist Statements zu tagesaktuellen (gesellschafts-)politischen Themen erbeten werden, eignen sich diese Medien kaum zur gesteuerten Vermittlung von Fachwissen durch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Was dann noch bleibt, sind die unendlichen Weiten der Internet-Onlinepublikation, die Verteilung von Broschüren in der Fußgängerzone oder »Speakers' Corner« im Hyde Park.

Im Folgenden möchte ich einen alternativen Weg der Vermittlung von (in diesem Fall vorwiegend) soziologischem Wissen an die Laienöffentlichkeit jenseits der Massenmedien vorstellen. Es geht um das Konzept der

»Bürgeruniversität«. Bürgeruniversität ist ein Sammelbegriff für öffentliche Veranstaltungen, in denen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler Grundfragen und bzw. oder Anwendungsbezüge ihrer jeweiligen Disziplin einem breiten, fachlich nicht vorgebildeten Publikum vorstellen. Dies kann über einen längeren Zeitraum geschehen, zum Beispiel durch regelmäßige öffentliche Vorlesungen, oder in Form eines einmaligen Events, etwa als »Lange Nacht der Wissenschaften« oder als »Tag der offenen Tür«. Das Konzept der Bürgeruniversität mit seinen verschiedenen Spielarten ist dabei keine neue Erfindung. Es wird von vielen Universitäten seit Jahren als Teil ihrer Öffentlichkeitsarbeit zur öffentlich sichtbaren Legitimation ihrer selbst genutzt. Im Unterschied zu dieser vorwiegend Top-Down-gesteuerten Konzeption möchte ich ein Praxisbeispiel beschreiben, das nicht vom Hochschulmarketing oder der Uni-Presseabteilung entworfen wurde, sondern das in gewisser Weise aus einem glücklichen Zusammentreffen von Wissenschaft und Öffentlichkeit entstanden ist. Das Praxisbeispiel ist die Veranstaltungsreihe »Die Zukunft der Gesellschaft – Coesfelder BürgerUniversität«, die federführend vom Institut für Soziologie der FernUniversität in Hagen in der nordrhein-westfälischen Stadt Coesfeld seit Anfang des Jahres 2007 durchgeführt wird.

Dass eine Disziplin wie die Soziologie mit erheblichem Ressourceneinsatz Wissenschaftsvermittlung an Laien betreibt, ist nicht zuletzt wegen der Zunahme an Verpflichtungen für Hochschullehrer in den letzten Jahren in Lehre (Bologna-Prozess) und Forschung (Dauer-Evaluationen, Drittmittelkonkurrenz) eher unwahrscheinlich. Daher stellt sich die Frage, unter welchen strukturellen Bedingungen die oben genannte »Coesfelder BürgerUniversität« als direkte Form der Wissenschaftsvermittlung etabliert werden konnte. Diese Bedingungen sind durchaus besondere: Organisatorischer Kern der »Coesfelder BürgerUniversität« ist die (unseren Recherchen nach) derzeit einzige aus privaten Mitteln finanzierte Stiftungsprofessur für Soziologie an einer deutschen Universität. Diese »Ernsting's family-Stiftungsprofessur für Soziologische Gegenwartsdiagnosen«, die der Autor derzeit inne hat, wurde von einem westfälischen Unternehmen im Jahr 2006 gestiftet – und zwar explizit mit dem Ziel, soziologische Aufklärung des Laienpublikums in Gestalt von öffentlichen Veranstaltungen zu betreiben. Wie es zu dieser Professur kam, lege ich im ersten Abschnitt dar. Im zweiten Abschnitt stelle ich die Zielsetzung der »Coesfelder BürgerUniversität«, ihr Format und ihre Themen vor. Im dritten Abschnitt zeige ich auf, welcher Ressourceneinsatz mit diesem Veranstaltungsformat

verbunden ist, und im vierten Abschnitt gehe ich auf die Akzeptanz und das Ausmaß der Nutzung unserer Angebote durch die angesprochene Öffentlichkeit sowie auf nicht-intendierte Folgen ein.

Alles in allem ist es jedoch nicht das Ziel dieses Beitrags, eine pädagogisch-didaktische Handlungsanleitung zu formulieren. Meine Absicht ist vielmehr, das eigene, didaktisch durchaus laienhafte Handeln im Sinne eines Erfahrungsberichts darzulegen, die Kontexte dieses Handelns aufzuzeigen und, soweit möglich, beides (selbst-)kritisch zu reflektieren. Dass sich aus diesen Beobachtungen Anregungen für Dritte ergeben können, ist durchaus erwünscht.

## 1. Der Kontext: Eine Stiftungsprofessur für Soziologische Gegenwartsdiagnosen

Die direkte, unvermittelte Aufklärung der Laienöffentlichkeit über gesellschaftliche Entwicklungsdynamiken ist ein Stiefkind der soziologischen Profession. Dafür gibt es mindestens zwei Gründe. Erstens zählt dieser Vermittlungstyp nicht zum Kanon der kodifizierten Dienstaufgaben von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern. Nachdem feste Deputatsregelungen und ein erwartetes Mindestmaß an Beteiligung in Studienorganisation und Selbstverwaltung das individuelle Zeitkontingent der Hochschullehrer und des Mittelbaus belastet haben, bleibt der Rest der verfügbaren Zeit für die Forschung übrig. Die Zeit, die für Wissenschaftsvermittlung aufzubringen ist, kann daher nur vom Forschungszeitbudget abgezweigt werden.

Zweitens bringt Laienbeschulung keinen oder nur einen sehr geringen Reputationsgewinn innerhalb des Wissenschaftssystems. Glaubt man manchem älteren Kollegen, so galt es noch in den 1980er Jahren an vielen deutschen Universitäten als anrühlich, Zeitungsartikel (mit analytischem, nicht politischem Inhalt) zu verfassen. Tat man es doch, so musste der betroffene Kollege mit Ansehensverlust rechnen. Auch wenn sich in dieser Hinsicht die Zeiten sicher geändert haben, so ist doch zu konstatieren, dass direkte Wissenschaftsvermittlung gegenüber Laien bestenfalls eine Steigerung des individuellen Sozialprestiges in der Öffentlichkeit, nicht aber fachliche Reputation hervorbringt. Man muss kein Anhänger des Rational Choice-Ansatzes sein, um zu sehen, dass Wissenschaftler, denen an fachli-

cher Reputation gelegen ist, unter diesen Bedingungen kaum wohlverstandenes Eigeninteresse an einer dauerhaften und professionellen soziologischen Aufklärung von Laien entwickeln *können*. Denn Wissenschaftsvermittlung, die nicht sporadisch, sondern systematisch betrieben wird, ist zeit- und ressourcenintensiv. Sie erfordert andere Methoden als die eingangs beschriebenen Vermittlungswege, sie erfordert eine höhere Bereitschaft zu Investitionen in Formen (unter anderem in die Werbung) anstatt in Inhalte, und sie unterliegt den Unwägbarkeiten eines schwankenden öffentlichen Interesses. So findet manche gut gemeinte Vortragsveranstaltung im Rathaus oder bei städtischen Themenwochen zu Armut, Familie, Stadtentwicklung oder Europa nur vor wenigen Zuhörern statt, weil entweder die Werbung oder das Format nicht stimmt oder weil in der Stadt bzw. der Region keine Erfahrung mit öffentlichen akademischen Veranstaltungen dieser Art besteht.

Unter diesen Bedingungen setzen zielführende Investitionen in die Wissenschaftsvermittlung ein hohes Maß an innerer Überzeugung voraus. Will man sich aber nicht auf dieses schmale motivationale Band zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit verlassen, so ist es notwendig, strukturell verankerte Anreize zu schaffen, die solche Investitionen belohnen bzw. deren Unterlassen sanktionieren. Am Institut für Soziologie der FernUniversität in Hagen ist dies in Gestalt einer Stiftungsprofessur für Soziologie gelungen. Da diese Stiftungsprofessur schon an sich in mehreren Hinsichten ungewöhnlich ist, schildere ich zunächst den Hintergrund ihrer Einrichtung.

### 1.1 Wer fördert?

Stiftungsprofessuren sind in Deutschland vergleichsweise rar, zumal für das Fach Soziologie. In der Regel handelt es sich dabei um Professuren aus öffentlichen Mitteln wie zum Beispiel der DFG (»Heisenberg-Professur«) oder um Juniorprofessuren verschiedener institutioneller Stifter. Im Dezember 2006 wurde an der FernUniversität in Hagen eine ausschließlich aus privaten Mitteln geförderte Professur etabliert. Die »Ernsting's family-Stiftungsprofessur für Soziologische Gegenwartsdiagnosen« wird vom Westfälischen Unternehmen »EHG Service GmbH« im Zeitraum von 2007 bis einschließlich 2011 mit jährlich 100.000 Euro finanziell unterstützt. Die EHG Service GmbH ist die Muttergesellschaft des Einzelhan-

delsunternehmens »Ernsting's family GmbH & Co KG« mit Sitz in Coesfeld im Münsterland. Die Firma »Ernsting's family« verkauft vorwiegend Kinder-, Jugend- und Freizeitkleidung mittels eines dichten, aus recht kleinen Geschäften bestehenden Filialnetzes in Nord- und Mitteldeutschland. Nach Ablauf des Förderzeitraums von fünf Jahren wird die Professur, wie bei fast allen Stiftungsprofessuren üblich, in den regulären Stellenplan der Universität überführt und auf Dauer gestellt.

## 1.2 Warum wird gefördert?

Warum finanziert ein Handelsunternehmen eine Professur für Soziologie? Naheliegenderweise müssten damit substantielle Interessen an einer materiellen Verwertbarkeit der Lehr- oder Forschungstätigkeit der Professur verknüpft sein. Dem ist in diesem Fall aber nicht so. Mit der Einrichtung der Professur waren vonseiten des Stifters zwei andere Vorstellungen verbunden. Erstens sollte in inhaltlicher Hinsicht ein Beitrag zur Diagnose von Struktur und Dynamik der Gegenwartsgesellschaft geleistet werden. Der Grund für diese Zielsetzung ist, dass der Gründer und Alteigentümer von »Ernsting's family« als *Person* ein großes Interesse an Fragen der gesellschaftlichen Entwicklung hat. Dagegen gab es keine Interessen des Unternehmens als stiftende Institution an den Inhalten der Professur (etwa an der für Handelsunternehmen durchaus interessanten Lebensstil- oder Konsumforschung). Die Denomination der Professur, »Soziologische Gegenwartsdiagnosen«, ist daher kein klassisches Fachgebiet, sondern bezeichnet im Sinne des Stifters eine Forschungsperspektive auf die moderne Gesellschaft, die jedoch Raum lässt für unterschiedliche inhaltliche Ausgestaltungen.

Zweitens hat der Stifter den Wunsch geäußert, dass die Professur neben den üblichen Dienstaufgaben in Lehre und Forschung zusätzlich Wissenschaftsvermittlung betreiben soll. Angestrebt wurde, gegenwartsdiagnostische Forschungsergebnisse in die Laienöffentlichkeit hinein zu tragen. Dazu muss man wissen, dass die Familie des Alteigentümers der stiftenden Firma seit vielen Jahren Kulturprojekte in ihrer Heimatregion fördert.<sup>2</sup> Die Stiftungsprofessur sollte dieses Engagement um den Bereich

---

<sup>2</sup> So wurde 1995 eine Kulturstiftung ins Leben gerufen, die ein Glasmuseum betreibt, und im Jahr 2007 wurde ein privat errichtetes Konzert-Theater in Coesfeld mit über 600 Plätzen eröffnet.

der Erwachsenenbildung in der Stadt und dem Landkreis erweitern. Im Stiftervertrag ist daher festgehalten, dass die Professur öffentliche Veranstaltungen in Coesfeld, der Heimatstadt des Stifters, durchführt. Welcher Art diese Veranstaltungen sind und in welchem Umfang sie stattfinden sollen, ist vertraglich nicht geregelt.

### 1.3 Wie kam es zur Förderung?

Dass sich ein Handelsunternehmen oder ein privater Mäzen für die Förderung der Soziologie engagiert, ist, trotz der geschilderten Zielsetzungen, gleichwohl ungewöhnlich. Dies gilt selbst dann, wenn der potentielle Stifter konkrete Vorstellungen darüber hat, was er inhaltlich fördern möchte. Entscheidend ist, wie beide Seiten, Stifter und Universität, zueinander finden. Im Falle der hier geschilderten Professur haben sich zwei Umstände als sehr hilfreich erwiesen. Erstens waren der Stifter und die FernUniversität einander schon bekannt. Der Grund liegt in einer Besonderheit des Fernstudienbetriebs. Die FernUniversität in Hagen, die einzige ihrer Art im deutschen Sprachraum, unterhält rund 60 sogenannte »Studienzentren« in Deutschland und dem benachbarten europäischen Ausland. Studienzentren sind regionale Serviceeinheiten, in denen Studierende unter anderem Präsenzseminare, Übungen und Lerngruppen besuchen, Klausurprüfungen ablegen oder sich in allgemeinen oder fachbezogenen Studienangelegenheiten beraten lassen können. Die Studienzentren dienen der Universität zugleich als Brücke in die regionale Wirtschaft und Politik hinein. Eines dieser Studienzentren befindet sich in Coesfeld, und zwar zufällig in einem Gebäude, das von der Firma »Ernsting's family« vor einigen Jahren erworben und nach Sanierung auch an andere Bildungseinrichtungen (Volkshochschule, Musikschule) vermietet wurde. Diese bereits bestehende Verbindung zwischen Universität und Stifter ebnete den Weg zur ersten Kontaktaufnahme.

Zweitens wirbt die FernUniversität in Hagen seit dem Jahr 2000 aktiv Stiftungsprofessuren ein. Vier ihrer derzeit rund 80 Professuren sind bzw. waren Stiftungsprofessuren; neben der soziologischen als jüngste Professur sind dies zwei wirtschaftswissenschaftliche und eine rechtswissenschaftliche Professur, eine angesichts der Größe der Hochschule sicher achtbare Quote. Voraussetzung dafür war die Professionalisierung des Hochschulmarketings. Eine der Aufgaben des Hochschulmarketings ist die dauerhaf-

te Pflege von Kontakten zwischen der Universität und der regionalen Wirtschaft, in deren Nähe sich ein Studienzentrum befindet. Einige Jahre vor Besetzung der Professur kam es zwischen dem Uni-Hochschulmarketing und dem potentiellen Stifter in Coesfeld zu einem ersten Ausloten von Kooperationsmöglichkeiten. Daran waren auch die Leiterin des Studienzentrums und die Stadt Coesfeld beteiligt. Unter Mitwirkung verschiedener Hochschullehrer wurden zwischen beiden Seiten unterschiedliche Fördermöglichkeiten (unter anderem ein Graduiertenkolleg und ein Forschungsinstitut) erwogen und wieder verworfen. Erst rund zwei Jahre später hat man sich auf eine Stiftungsprofessur geeinigt. Zu diesem Zeitpunkt war zwar klar, dass es sich um eine kultur- oder sozialwissenschaftliche Professur handeln sollte. Dass ihr Gegenstand Soziologie wird, ergab sich aber erst später, als dem potentiellen Stifter unterschiedliche Themenstellungen vorgeschlagen wurden. Letztlich ausschlaggebend war das persönliche Interesse des Alteigentümers von »Ernsting's family« (selbst kein studierter Sozialwissenschaftler) an der Entwicklung der modernen Gesellschaft.

Fazit: Dass am Institut für Soziologie der FernUniversität seit 2007 systematisch Wissenschaftsvermittlung an ein (regionales) Laienpublikum betrieben wird, ist der Existenz einer Professur zu verdanken, die aus der Öffentlichkeit heraus, in die sie hineinwirken soll, selbst gestiftet wurde. Dabei wurde die Aufgabe der Wissenschaftsvermittlung zunächst im Stiftervertrag vereinbart und anschließend in die Berufungsvereinbarung mit dem Inhaber der Professur explizit als zusätzliche Dienstaufgabe aufgenommen. Damit sind Sanktionsmöglichkeiten, aber auch Anreize geschaffen worden. Unternähme der Inhaber der Professur auf dem Gebiet der Wissenschaftsvermittlung keine Anstrengungen, so könnte er, zumindest im Grundsatz, sanktioniert werden. Zu dieser impliziten Sanktionsandrohung treten Positivanreize: Während der Laufzeit des Stiftungsvertrags (für fünf Jahre) stehen der Professur neben der Grundausrüstung zusätzliche Ressourcen in Form einer halben wissenschaftlichen Mitarbeiterstelle sowie ein erhöhtes Sachmittelbudget zur Verfügung. Diese Ressourcen sind explizit für Wissenschaftsvermittlung bestimmt. Beide Faktoren, Sanktionierbarkeit qua Zweckbestimmung und verbesserte Ausstattung, lösen das oben beschriebene Anreizproblem in weiten Teilen.



## 2. Eine soziologische Bürgeruniversität

Um Laien über sozialwissenschaftliche Forschungsergebnisse zu informieren, kann man unterschiedliche Veranstaltungsformate wählen. Man kann in einer ersten groben Annäherung projektförmige Formate von dauerhaften Formaten unterscheiden. *Projektförmige* Formate sind zeitlich klar eingegrenzte Veranstaltungen, häufig mit einer Dauer von wenigen Stunden bis zu etwa zwei Tagen. Hierzu zählen zum einen kleinere Veranstaltungstypen wie die einmalige öffentliche Vorlesung oder die singuläre Podiumsdiskussion. Ein größeres Veranstaltungsformat ist der »Tag der offenen Tür«, die »Nacht der Wissenschaft« oder der »Marktplatz des Wissens«. Diese Formate präsentieren Forschungen aus unterschiedlichen Disziplinen zeitlich parallel, häufig in Form von Marktständen, an denen Interessenten mit Wissenschaftlern oder Studenten in Kontakt treten können. Projektförmige Großveranstaltungen dienen nicht der vertieften Vermittlung von Inhalten, sondern können nur erste Einblicke in die Forschungstätigkeit bieten. *Dauerhafte* Formate finden dagegen in einem festen zeitlichen Rhythmus statt, zum Beispiel als Vorlesung oder als Seminar im Monatsrhythmus. Diese Veranstaltungen werden in der Regel nicht parallel, sondern einzeln durchgeführt. Gegenüber der projektförmigen Großveranstaltung können sie dazu genutzt werden, vertiefendes Wissen zu transportieren, jedenfalls dann, wenn die Veranstaltungen thematisch aufeinander abgestimmt sind.

Da die Wissenschaftsvermittlung, wie oben beschrieben, eine Daueraufgabe der Stiftungsprofessur für Soziologische Gegenwartsdiagnosen ist, haben wir uns für das dauerhafte Format in Form der »Coesfelder Bürger-Universität« entschieden. Dabei waren Entscheidungen über die Art des zu vermittelnden Wissens und die anzusprechende Zielgruppe, über Inhalte und Formen zu treffen.

### 2.1 Zielsetzung und Publikum

Mit der »Coesfelder BürgerUniversität« verfolgen wir zwei Ziele. Erstens wollen wir mit unseren Veranstaltungen Orientierungswissen bereitstellen. Im Unterschied zu methodengestütztem Problemlösungswissen zielt Orientierungswissen darauf ab, Menschen Erklärungen für (in unserem Fall soziale) Phänomene zu liefern, die sie aus dem Alltag kennen, deren Zustandekommen sie sich aber entweder nicht oder (nach analytischen

Maßstäben) objektiv falsch erklären. Wir sind dabei von der Annahme ausgegangen, dass die Bürgerinnen und Bürger zunächst einmal Beschreibungen und Erklärungen von realen, d. h. für sie alltagsweltlich wahrnehmbaren gesellschaftlichen Problemen erwarten. Weniger sind sie unserer Vermutung nach an Erläuterungen des Stands der Forschung interessiert, erst recht nicht an einer ausführlichen Identifizierung von darin befindlichen Forschungslücken. Beide Herangehensweisen, die alltags- und die forschungsbezogene, schließen einander natürlich nicht aus; erstere sollte der letzteren jedoch vorangehen.

Wichtiger als die konkrete Wahl des Sachinhalts ist für diese Teilöffentlichkeit aus unserer Sicht, dass die Bildungsangebote an sozialen Problemlagen anknüpfen, um Relevanz für das wissenschaftliche Erklärungsangebot zu schaffen. Dies erscheint für die Soziologie, die aufgrund der Eigenschaft ihres Erkenntnisgegenstands notwendigerweise mit dem Mitteln der theoretischen und sprachlichen Abstraktion arbeitet («Soziologendeutsch»), besonders bedeutsam. Orientierungswissen zu vermitteln bedeutet aber auch, die Alltagsebene schrittweise zu verlassen und exemplarische Einblicke in die Logik sozialer Gesetzmäßigkeiten zu bieten, auch unter Verweis auf die methodische Seite der Wissensgenerierung. Gemäß dieser Zielsetzung sprechen die Veranstaltungen der »Coesfelder BürgerUniversität« einen breiten Interessentenkreis an, der im Idealfall von Schülerinnen und Schülern weiterführender Schulen über Studierende, Berufstätige und Nicht-Berufstätige bis zu Ruheständlern reicht.

Das zweite Ziel der »Coesfelder BürgerUniversität« ist, Handlungswissen bereitzustellen. Damit ist, wie eingangs dieses Beitrags beschrieben, eine andere Teilöffentlichkeit angesprochen. Rezipienten, die Handlungswissen erwarten, sind beruflich oder zivilgesellschaftlich mit sozialen Problemstellungen konfrontiert, zu deren Lösung sie sich von der Wissenschaft fachliche Anregungen erwarten. Dazu zählen unter anderem Lehrerinnen und Lehrer, Rechtsanwälte, Angestellte sozialer Dienste, Kommunalpolitiker, aber auch Vertreter von Kirchen, Sozialverbänden, Berufs- und Wirtschaftsverbänden sowie der Gewerkschaften. Entsprechend liegt für diese Teilöffentlichkeit der Schwerpunkt stärker auf der Vermittlung spezifischer Inhalte. Unsere Annahme ist, dass Veranstaltungen zu sozialpolitischen Problemlagen für diese Teilöffentlichkeit in besonderer Weise attraktiv sind.

## 2.2 Inhalte

Der thematische Rahmen der »Coesfelder BürgerUniversität« ist durch die Denomination der Stiftungsprofessur gesetzt. Soziologische Gegenwartsdiagnose bedeutet in dieser Hinsicht, empirisch ausgerichtete Fragen der gesellschaftlichen Entwicklung in den Vordergrund zu stellen. Es geht um aktuelle Entwicklungsdynamiken, die zu beschreiben und unter Rückgriff auf Theorien und die Ergebnisse der Anwendung von Methoden der empirischen Sozialforschung zu erklären sind. Dies schließt ein breites thematisches Spektrum ein, das von der Mikrosoziologie (zum Beispiel Familie, Jugend, Sozialisation, Devianz) über die Sozialstrukturanalyse (etwa Bildung, Ungleichheit, demografischer Wandel), die Kulturosoziologie (Religiosität, Wertewandel) bis hin zur Makrosoziologie (etwa Globalisierung, weltweite Armut, Migration) und einer Vielzahl von Bereichssoziologien reicht. Aus der Aufzählung wird bereits deutlich, dass die einzelnen Themen idealerweise an gesellschaftliche Problemstellungen anknüpfen bzw. Fragestellungen behandeln, die die Menschen auch subjektiv als Problem definieren. Dass auch andere Disziplinen wie die Psychologie, die Politikwissenschaft, die Geschichtswissenschaft oder die Wirtschaftswissenschaft Beiträge zur »Coesfelder BürgerUniversität« bieten können, ist leicht ersichtlich.

## 2.3 Format

Unsere Annahme war, dass wir in einer Region ohne Erfahrung mit Hochschulinstitutionen die größtmögliche Aufmerksamkeit mit einem Mix unterschiedlicher Lehrformen unter einem gemeinsamen Dach erreichen können. Dieses Dach ist der Begriff der »BürgerUniversität«. Mit diesem Begriff sind positiv konnotierte Vorstellungen der popularisierten Vermittlung wissenschaftlicher Inhalte mit den Formen der universitären Lehre assoziiert. Um dieser Vorstellung gerecht zu werden, führen wir Vorlesungen und Seminare durch. Unsere Annahme ist, dass die Vorlesung (mit Diskussion) vorwiegend zur Vermittlung von Orientierungswissen geeignet ist, während im Seminar beide Wissenstypen, Orientierungs- und Handlungswissen, vermittelbar sind.

*BürgerUni-Vorlesungen:* Seit Frühjahr 2007 bieten wir Vorlesungen in einem Rhythmus von sechs bis acht Wochen an. Die einzelnen Vorlesungen sind thematisch voneinander unabhängig und werden von unterschied-

lichen Vortragenden durchgeführt. Damit reduziert sich zwar der didaktisch erwünschte Effekt des aufbauenden Lernens. Dem steht gegenüber, dass die Rezipienten von Vorlesung zu Vorlesung wechseln können, womit wir einen breiteren Interessentenkreis erreichen. Die Vorlesungen dauern rund 90 Minuten, wobei bis zu 60 Minuten auf die Vortragszeit und etwa 30–45 Minuten auf die Diskussion entfallen. Sie finden immer mittwochs in der Zeit von 19 bis 21 Uhr im Studienzentrum Coesfeld statt. Diese zeitliche Lage hat sich, gemessen an der Teilnehmerzahl, gegenüber früheren Zeitpunkten (zum Beispiel 18 bis 20 Uhr) als vorteilhaft erwiesen. Eine Anmeldung für die Teilnahme an der Vorlesung war angesichts der Raumkapazität (ca. 170 Plätze) bislang nicht erforderlich. Um möglichst viele Teilnehmer zu erreichen, wählen wir nur Termine aus, an denen keine anderen kulturellen Großveranstaltungen in der Region stattfinden. Themen und Referenten waren beispielsweise im ersten Halbjahr 2008:

- Spitzensport in der Dopingfalle?  
(Prof. Dr. Schimank, FeU Hagen)
- Familie heute: Wer erzieht eigentlich wen und wozu?  
(Prof. Dr. Dr. Abels, FeU Hagen)
- Medien und Gewalt: Gewalttätige Gesellschaft durch TV, Internet und Computerspiele?  
(Dr. Schäfer, FU Berlin)
- Soziale Gerechtigkeit in der Gesellschaft: Eine Illusion?  
(Prof. Dr. Lengfeld, FeU Hagen)

*BürgerUni-Seminare:* Seit Frühjahr 2008 bieten wir halbtägige Seminare in einem Rhythmus von ca. acht Wochen an. Auch diese Seminare sind thematisch voneinander unabhängig und werden von verschiedenen Lehrenden durchgeführt. Wie die Vorlesungen gehen sie von einer gesellschaftlichen Problemlage aus, beschreiben das betreffende Phänomen und geben Einblicke in den diesbezüglichen Forschungsstand einschließlich der Forschungsmethoden. Der entscheidende Unterschied zur Vorlesung besteht in der aktiven Beteiligung der Rezipienten. In didaktischer Hinsicht bestehen die Seminare aus einer Mischung aus Lehrendenvortrag, gemeinsamer Diskussion, Einzel- und Gruppenarbeit und weiteren aktiv-dialogischen Lehrelementen (welche davon wie eingesetzt werden, liegt bei den jeweils Lehrenden). Vorkenntnisse oder Vorbereitung der Teilnehmer sind nicht erforderlich. Die Seminare finden samstags vormittags in der Zeit von 10 bis etwa 14 statt. Durch diese Terminierung am Wochenende erreichen wir

ebenfalls einen recht breiten Teilnehmerkreis. Um den intimen Charakter eines idealtypischen Seminars zu erhalten, ist die Teilnehmerzahl auf ca. 20 begrenzt. Anmeldungen sind für jedes einzelne Seminar erforderlich. Die Veranstaltungen finden in den Seminarräumen im Studienzentrum statt, die auch für den normalen Präsenzstudienbetrieb der FernUniversität genutzt werden. Unter anderem wurden im ersten Halbjahr 2008 folgende BürgerUni-Seminare durchgeführt:

- Einmal unten – immer unten? Chancengleichheit in Deutschland  
(Prof. Dr. Lengfeld und Dr. Hirschle, FeU Hagen)
- Verstärkung: Blutet das Land aus?  
(Prof. Dr. Dr. h.c. Bertels, FeU Hagen)
- Identität heute: Wer sind wir eigentlich?  
(Prof. Dr. Dr. Abels, FeU Hagen)
- Kopf oder Zahl? Wie Entscheidungen in Organisationen getroffen werden  
(Jun.-Prof. Dr. Wilz, FeU Hagen)

Vorlesungen und Seminare werden kostenfrei angeboten. Um den Universitätscharakter assoziativ zu unterstützen, teilen wir die Veranstaltungen in ein Sommer- und ein Wintersemester ein.

### 3. Werbung und Rekrutierung

Wissenschaftsvermittlung für Laien ist kein Selbstläufer. Dies gilt besonders für die Attrahierung und die Motivation des Publikums in einer Region, die, von dem genannten Studienzentrum der FernUniversität abgesehen, kein Hochschulstandort ist. Entsprechend hat das Publikum auch kaum Erfahrung in der Nutzung popularisierter Wissenschaftsangebote. Auch ist die Zahl der potentiellen Interessenten, verglichen mit typischen Hochschulstandorten, eher gering. Die Stadt Coesfeld hat rund 36.000, der umgebende Landkreis etwa 220.000 Einwohner. Zum Vergleich: Nächster Universitätsstandort ist, von Coesfeld ca. 40 km entfernt, die Stadt Münster mit 270.000 Einwohnern, davon allein rund 50.000 Studierende, und acht Hochschulen. Die Aktivitäten der »Coesfelder BürgerUniversität« mussten daher von vorneherein von Werbemaßnahmen begleitet werden, die für universitäre Verhältnisse ungewöhnlich umfangreich sind. Es wur-

den Programmflyer zur BürgerUniversität sowie eine 20-seitige Informationsbroschüre über die diese organisierende Stiftungsprofessur erstellt und in einer Auflage von rund 2.500 Stück einmalig versandt. Dazu wurde ein regionaler Adressverteiler mit potentiellen Interessenten und Multiplikatoren aufgebaut sowie die Postadressen von Studierenden benutzt, die im weiteren Einzugsbereich der Stadt Coesfeld wohnen. Weiterhin wurden vor jeder Vorlesung gesonderte Erinnerungseinladungen an denselben Personenkreis und eine separate Pressemitteilung an die lokale und regionale Presse versandt. Ergänzend wurden der lokalen und regionalen Presse, dem Regionalfernsehen und dem lokalen Privatradio Interviews gegeben.

Diese zeitintensiven und kostspieligen Werbemaßnahmen haben sich als notwendig erwiesen, um einen möglichst großen Kreis an potentiellen Interessenten anzusprechen. Dies wäre jedoch nicht möglich ohne die massive finanzielle und logistische Unterstützung durch die Universitätsleitung und die Verwaltung, vor allem durch das Hochschulmarketing, die Pressestelle, die Druckerei und den Versand. Darüber stehen den Besucherinnen und Besuchern der »BürgerUniversität« alle Vorlesungen als PDF-Dateien auf der Homepage der Stiftungsprofessur zum Herunterladen bereit.<sup>3</sup> Die Seminarteilnehmer erhalten zusätzlich eine Teilnahmebestätigung.

Auch auf der Angebotsseite, bei den Lehrenden, muss umfangreiche Bereitschaft zur Partizipation bestehen, ohne die eine Bürgeruniversität dauerhaft nicht funktionieren kann. Um eine breite Palette an Inhalten anbieten zu können, wurden zahlreiche Kolleginnen und Kollegen gewonnen. Diese Lehrenden haben zum einen die didaktische Fähigkeit, Fachinhalte Laien verständlich zu machen, und sie sind zum anderen bereit, Zeit in die Popularisierung dieser Inhalte zu investieren. Erschwerend wirkt jedoch, dass das NRW-Haushaltsrecht, wie die Haushaltsgesetze anderer Bundesländer vermutlich auch, materielle Zuwendungen in Form von Honoraren an die Mitglieder der eigenen Universität untersagt. Erfreulicherweise findet die »Coesfelder BürgerUniversität« auch ohne Gratifikation umfangreiche Unterstützung vor allem aus der Hagener Soziologie, ergänzt um Wissenschaftler anderer Fächer und vereinzelt auch anderer Universitäten, sodass eine Verstetigung des Angebots (zumindest bislang) sichergestellt zu sein scheint.

---

3 [http://www.fernuni-hagen.de/soziologie/sozIV/online\\_publicationen.html](http://www.fernuni-hagen.de/soziologie/sozIV/online_publicationen.html).

Die »Coesfelder BürgerUniversität« ist immer auch eine Gratwanderung zwischen weitgehender Popularisierung auf der einen und unzulässiger Vereinfachung von komplexen Zusammenhängen auf der anderen Seite. Aber selbst wenn die Form der Vermittlung möglicherweise entscheidend für den Vermittlungserfolg ist, so ist doch letztlich die Fachkompetenz der Lehrenden die Basis dieses Erfolgs. Denn Fachkompetenz schützt vor inhaltlicher Verflachung, sie schafft Skrupel vor allzu einseitiger Zuspitzung, und sie gibt den Anstoß dafür, soziale Phänomene exemplarisch anstatt streng systematisch darzustellen. Dies unterscheidet das Konzept der Bürgeruniversität von der Volkshochschule, aber auch von der akademischen Ausbildung: Während die Bürgeruniversität exemplarische Einblicke in die Komplexität der (sozialen) Welt vermittelt, hat die akademische Ausbildung idealtypisch die Vermittlung von Methoden zur Produktion von Erkenntnis über diese Welt zum Ziel.

#### 4. Die öffentliche Resonanz

Die Qualität öffentlicher Wissenschaftsvermittlung bemisst sich nicht allein an der Art des Angebots. Entscheidend ist, auch angesichts des zeitlichen, organisatorischen und finanziellen Aufwands, der Umfang der Nachfrage. Hier ging es der »Coesfelder BürgerUniversität« zu Beginn nicht anders als anderen neuen Veranstaltungsformaten: Sie schlugen nicht immer ein wie der sprichwörtliche Blitz. Begonnen haben wir im Frühjahr 2007 zunächst mit einer Serie von Vorlesungen und einem noch relativ überschaubaren Werbeaufwand. Nach gutem Besuch der Pilot-Vorlesung mit rund 130 Zuhörern nahm die Zahl der Interessenten in den folgenden Veranstaltungen kontinuierlich ab. Sie erreichte zwischenzeitlich einen Tiefpunkt bei sechs Zuhörern. Im Mittel besuchten im ersten Jahr nur rund 20 Personen die Vorlesungen; zu wenige für eine dauerhafte Fortführung des Programms.

Als Reaktion auf den geringen Zuspruch zum ersten Veranstaltungszyklus haben wir im zweiten Jahr (2008) die Vorlesungen durch das Format des Seminars ergänzt, die Titel der Vorlesungen stärker popularisiert sowie die Werbemaßnahmen und die Pressearbeit erheblich ausgebaut. Zugleich haben wir den Namen »BürgerUniversität« eingeführt. Diese Maßnahmen haben eine erstaunliche Resonanz ausgelöst. Die erste Seminarserie war

von Anbeginn ausgebucht. Einzelne Seminare waren mehrfach überbucht, eines wurde wiederholt. Zeitgleich haben auch die Vorlesungen deutlich mehr Interesse gefunden. Die Besucherzahlen haben sich vervielfacht, zeitweise kamen bis zu 150 Besucher in die Vorlesungen. Die durchschnittliche Besucherzahl lag im ersten Halbjahr 2008 bei etwa 100. Beide Formate werden überdurchschnittlich von Männern wie Frauen mit folgenden soziodemografischen Merkmalen besucht<sup>4</sup>: Zwischen 45 Jahren und 65 Jahren alt; mit zumeist höherem Bildungsabschluss, viele auch mit abgeschlossenem Hochschulstudium; in freien Berufen, in der öffentlichen Verwaltung oder in Schulen Tätige (oft in leitender Funktion). Gleichwohl interessieren sich auch Schülerinnen und Schüler, Studierende und Rentnerinnen und Rentner für die »BürgerUniversität«, wenn auch in geringerem Umfang.

Es ist unklar, welche Veränderungen nun genau für diesen massiven Anstieg der Resonanz im zweiten Jahr unserer Veranstaltungen entscheidend waren. Manches spricht aber dafür, dass der Begriff »BürgerUniversität« einen entscheidenden Anteil hatte. Seit seiner Verwendung sind neben den lokalen auch die regionalen Medien (WDR-Regionalfernsehen, Regionalpresse) an den Veranstaltungen interessiert. Dabei wurde deutlich, dass es ein offenbar verbreitetes latentes Interesse vonseiten des Publikums an einem direkten Kontakt zur Wissenschaft gibt, mögliche Berührungspunkte wegen eines perzipierten Wissensgefälles dies aber verhindern. Der Begriff »BürgerUniversität« suggeriert dagegen eine Wissenschaft zum Anfassen: Da Vorkenntnisse nicht erforderlich sind und das Alltagswissen die legitime gemeinsame Basis aller Rezipienten ist, kann man sich als Interessent auch nicht mit vermeintlich dummen Fragen oder Wortbeiträgen blamieren. Anders gesagt: Es wird Schamfreiheit für das Publikum garantiert. Dies funktioniert natürlich nur solange, wie der Einzelne nicht das Gegenteil erfährt.

Sehr bald nach Beginn der »Coesfelder BürgerUniversität« zeichnete sich ab, dass die Veranstaltungen neben der Vermittlung von Orientierungs- und Handlungswissen zwei Effekte nach sich ziehen, die von uns nicht beabsichtigt waren, die aber sehr zu begrüßen sind. Erstens ist die »BürgerUniversität« ein ausgesprochen diskursiver und oftmals meinungsbildender Ort. Dies kann man an den immer sehr lebhaften Publikumsdiskussionen im Anschluss an die Vorlesungen sehen, aber auch an den

---

<sup>4</sup>Die folgenden Angaben basieren nicht auf einer kontrollierten Erhebung, sondern auf unsystematischen Beobachtungen des Autors.



ernsthaft geführten Diskussionen in den Seminaren, wenn die Teilnehmer in Kleingruppen eigenständig Inhalte erarbeiten oder Positionen abwägen. Insgesamt beeindruckt, wie engagiert die Teilnehmer in die Veranstaltungen gehen. Zweitens entwickeln sich besonders die Seminare zum Ort der Vergemeinschaftung von Menschen, die unter anderen Umständen wahrscheinlich kaum miteinander in Kontakt treten würden. So diskutiert der Bürgermeister mit der Studentin der Kunstgeschichte und der Rentnerin über Armutsrisiken, oder die Notarin erarbeitet mit dem Realschullehrer und der Hausfrau eine Liste von Maßnahmen zur Integration von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. Dabei lernen sie einander nicht nur persönlich besser kennen, sondern sie tauschen unterschiedliche berufliche und zivilgesellschaftliche Erfahrungen aus.

## 5. Schluss

»Public Sociology«, die Vermittlung soziologischer Erkenntnisse an eine breite Öffentlichkeit, ist, um den eingangs zitierten Michael Burawoy nochmals zu bemühen, keine Stärke unserer Disziplin; und vermutlich gilt diese Einschätzung auch für andere Fächer. Für Burawoy ist der Adressat der »Public Sociology« die Zivilgesellschaft. Im Dialog zwischen ihr und der Soziologie sieht er nichts weniger als eine Chance zur Revitalisierung der im 19. Jahrhundert gelegten moralischen Grundlagen des Fachs, die im Zuge der Professionalisierung seit den 1980er Jahren in den Hintergrund geraten sind: »In times of market tyranny and state despotism, sociology – and in particular its public face – defends the interests of humanity« (Burawoy 2005: 369). Ich bin skeptisch, ob man der Soziologie eine derartige Verantwortung wirklich aufladen darf, und ich zweifle, ob sie in der Lage wäre, diese Verantwortung zu schultern angesichts des Zuwachses an Aufgaben, die der akademische Lehrbetrieb und die veränderten Karriereanforderungen deutschen Soziologinnen und Soziologen in den letzten zehn Jahren aufgebürdet haben. Ich bin in diesem Beitrag daher von der Annahme ausgegangen, dass dem aufgrund der geltenden Aufgaben- und Anreizstruktur nicht so ist. Der Bolognaprozess hat die administrativen Anforderungen in der Organisation der Lehre erheblich ansteigen lassen; die Wissenschaftsvermittlung ist, unsystematischen Beobachtungen nach, im Regelfall kein Kriterium der Gewährung von besonderen Leistungsbe-

zügen für nach W-Besoldungsordnung bezahlte Hochschullehrer, und nicht zuletzt schafft die Laienbeschulung mehrheitlich keinen Reputationsgewinn innerhalb des Fachs.

Die Stiftung einer Professur für Gegenwartsdiagnosen ist ein Beispiel dafür, wie man durch die Veränderung der Anreizstruktur die systematische Wissenschaftsvermittlung fördern kann. Auch die beschriebene »Coesfelder BürgerUniversität« ist eine Möglichkeit, wie der eingeforderte Dialog zwischen Zivilgesellschaft und Soziologie organisiert werden kann. Zugleich habe ich deutlich gemacht, wie aufwändig und – im Hinblick auf den angezielten Erfolg – kontingent beide Unterfangen sein können. Eine Stiftungsprofessur für Soziologie einzurichten kommt nicht ohne Mäzenatentum aus, und beide Seiten, potentielle Mäzene und Universität, zusammenzubringen, setzt voraus, dass die Universität bereit ist, lange davor in ein Fundraising zu investieren, ohne den späteren Ertrag dieser Investition absehen zu können. Eine Bürgeruniversität aus dem Fach heraus und nicht als Marketingmaßnahme durch die Uni-Pressestelle zu organisieren, bedeutet für die Fachwissenschaftler, vielfältige Risiken einzugehen, sich als professionelle Laien auf das Feld der nicht-akademischen Erwachsenenbildung zu begeben, sich auf die Informationsbedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger einzulassen und auch, vorübergehende Rückschläge in Form mangelnden öffentlichen Interesses in Kauf zu nehmen. Dass es sich dennoch lohnt, habe ich in diesem Beitrag zum Ausdruck zu bringen versucht.

Informationen zum aktuellen Programm der Coesfelder BürgerUniversität und zur Ernsting's family-Stiftungsprofessur für Soziologische Gegenwartsdiagnosen finden Sie auf folgenden homepages:

- <http://www.coesfelder-buergeruni.de> (im Aufbau)
- <http://www.fernuni-hagen.de/soziologie/sozIV/>

## Literatur

Burawoy, M. 2005: For Public Sociology. Soziale Welt, 56. Jg. Heft 4, 347–374.