

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung: Forschungsgegenstand .....</b>	11
1.1	eLearning und Medien .....	11
1.2	eLearning-Organisationen und didaktisches Handeln .....	14
1.3	Forschungsbedarf .....	17
1.4	Fragestellung und Struktur der Arbeit .....	18
	Anmerkungen .....	19
<b>2</b>	<b>Theoretische Rahmung: Dienstleistung Weiterbildung und didaktisches Handeln .....</b>	21
2.1	Definition des Dienstleistungsbegriffs .....	24
2.2	Bildungsdienstleistung und didaktisches Handeln .....	33
2.2.1	Didaktisches Handeln und die Ebenen didaktischen Handelns .....	34
2.2.2	Die Aufnahme des Mehrebenenmodells in der Erwachsenenbildung	38
2.2.3	Bildungsdienstleistung .....	47
	Anmerkungen .....	52
<b>3</b>	<b>eLearning und eLearning-Dienstleister: Gegenstand und Forschungsstand .....</b>	55
3.1	Definitionsansätze zum eLearning .....	55
3.2	Szenarien des eLearning und des Blended Learning .....	61
3.2.1	eLearning-Szenarien .....	61
3.2.2	Die Einbindung des eLearning in Blended Learning .....	70
3.3	Lernmedien zwischen Offenheit und Geschlossenheit .....	75
3.3.1	Lernorte und die Raummetapher im eLearning .....	79
3.3.2	Didaktisch offene Produkte: Learning Management-Systeme und Persönliche Lernumgebungen .....	83
3.3.2.1	Learning Management-Systeme .....	83
3.3.2.2	Persönliche Lernumgebungen .....	86
3.3.3	Didaktisch geschlossene Produkte .....	91
3.4	Neue Rollen der Lehrpersonen: Arbeitsteiligkeit des didaktischen Handelns .....	103
3.4.1	Die Funktion von Tutorinnen und Tutoren .....	104
3.4.2	Die Funktion von Autorinnen und Autoren .....	109

3.5	eLearning-Dienstleister und deren Markt .....	113
3.5.1	Die Empirie zum eLearning-Markt .....	115
3.5.1.1	Weiterbildung in und durch Unternehmen: Berichtssystem Weiterbildung, CVTS und IW-Weiterbildungserhebung .....	116
3.5.1.2	eLearning-Einsatz aus Branchensicht .....	122
3.5.1.3	Der Anbietermarkt aus seiner Selbstsicht .....	128
3.5.2	Die Wertschöpfungskette des eLearning .....	132
	Anmerkungen .....	141
<b>4</b>	<b>Methodologie .....</b>	<b>155</b>
4.1	Forschungsdesign .....	157
4.1.1	Untersuchungsart und Auswahl der Untersuchungsobjekte .....	158
4.1.2	Erhebungstechnik und Erhebungsart: Leitfadengestützte qualitative Interviews mit betrieblichen Expertinnen und Experten .....	159
4.1.3	Datenanalyse mit inhaltlich strukturierender Inhaltsanalyse .....	167
4.1.3.1	Die Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring .....	168
4.1.3.2	Modifizierte qualitative Inhaltsanalyse .....	177
4.2	Der Zugang zum Feld und die Möglichkeit des Längsschnitts .....	180
4.3	Anlage und Umfang der Datenerhebung .....	182
4.3.1	Instrumente: Entwicklung der Interview-Leitfäden .....	183
4.3.2	Dokumentation und Transkription der Interviews .....	186
4.4	Auswertung .....	187
	Anmerkungen .....	191
<b>5</b>	<b>Untersuchungsergebnisse: Fallrekonstruktionen .....</b>	<b>197</b>
5.1	Der Fall WISE: Der „Full-Service-Anbieter“ .....	199
5.1.1	Organisation und Auftraggeber .....	200
5.1.2	Die Produktion didaktischer Medien .....	206
5.1.2.1	Interne Produktionsschritte und externe Teilleistungen .....	208
5.1.2.2	Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber .....	212
5.1.2.3	Aspekte der didaktischen Gestaltung .....	215
5.1.3	Die Erstellung didaktischer Leistungen .....	219
5.1.3.1	Intern und extern erstellte Leistungen .....	220
5.1.3.2	Zusammenarbeit mit Auftraggeber und Lernenden .....	221
5.2	Der Fall BÜKO: Die eLearning-Agentur .....	227
5.2.1	Organisation und Auftraggeber .....	227
5.2.2	Die Produktion didaktischer Medien .....	233
5.2.3	Die Erstellung didaktischer Leistungen .....	234
5.2.3.1	Intern und extern erstellte Leistungen .....	235
5.2.3.2	Zusammenarbeit mit Lernenden .....	238

5.2.4	Weitere Dienstleistungen des Unternehmens .....	241
5.3	Der Fall HOME: Vom virtuellen Klassenzimmer zum mediendidaktischen Verlag .....	244
5.3.1	Organisation und Auftraggeber .....	244
5.3.2	Die Produktion didaktischer Güter .....	247
5.3.3	Die Erstellung didaktischer Leistungen .....	250
5.3.3.1	Intern erstellte und externe Teilleistungen .....	250
5.3.3.2	Zusammenarbeit mit Auftraggeber und Lernenden .....	251
5.3.4	Exkurs: Beschreibung und Analyse einer Unterrichtsbeobachtung ..	254
5.3.4.1	Kategorisierung der Interaktionen .....	256
5.3.4.2	Unterrichtliches Handeln und Online-Kommunikation .....	257
5.3.5	Veränderungsstrategien: die Suche nach neuen Auftraggebern – neue didaktische Güter: Edu-Commerce und Infotainment .....	260
5.4	Der Fall LAWA: Vorlesungen zum Download .....	263
5.4.1	Organisation und Auftraggeber .....	263
5.4.2	Die Produktion didaktischer Güter .....	264
5.4.3	Aspekte der didaktischen Gestaltung .....	265
5.5	Der Fall SOW: Das Selbstlernzentrum .....	267
5.5.1	Organisation und Auftraggeber .....	267
5.5.2	Die Erstellung didaktischer Leistungen .....	269
5.5.3	Zusammenarbeit mit Auftraggeber und Lernenden .....	271
5.6	Der Fall POTA: Das politische Online-Seminar .....	273
5.6.1	Organisation und Auftraggeber .....	273
5.6.2	Die Erstellung didaktischer Leistungen .....	275
5.6.2.1	Intern und extern erstellte Teilleistungen .....	276
5.6.2.2	Zusammenarbeit mit Lernenden .....	279
	Anmerkungen .....	281
6	<b>Diskussion der Ergebnisse im Fallvergleich .....</b>	283
6.1	Die Ebene der Organisation .....	283
6.2	eLearning und Lernende: Beurteilungen der Anbieter .....	290
6.3	Die arbeitsteilige Produktion didaktischer Medien .....	305
6.4	Die didaktische Leistungskette im eLearning .....	314
	Anmerkungen .....	322
7	<b>Fazit.....</b>	325
7.1	Bildungsdienstleistung: Die Leistungsfähigkeit des Konstrukts .....	325
7.2	Flexible Profile statt Typenbildung .....	328
7.3	Nutzen des eLearning .....	330
7.4	Standardisierung und Nachfrageorientierung .....	334

7.5	Beratung als marktfähige Dienstleistung .....	335
7.6	Medialisierung braucht und ermöglicht Arbeitsteilung .....	336
	Anmerkungen .....	338
<b>Literaturverzeichnis .....</b>		<b>341</b>
<b>Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen .....</b>		<b>363</b>