

# Inhalt

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>6</b>
<b>Vorwort.....</b>	<b>7</b>
<b>Zum Anlass des Projekts.....</b>	<b>8</b>
<b>Teil 1      Didaktische Überlegungen zur Gestaltung von Lern- und               Bildungsprozessen .....</b>	<b>11</b>
1.1    Einleitung .....	11
1.1.1 „Alter“ als gesellschaftliches Konstrukt .....	11
1.1.2 Didaktik: Zur Begrifflichkeit und zu theoretischen Grundlagen .....	15
1.2    Erklärungsansätze für Lern- und Bildungsaktivitäten .....	17
1.2.1 Bedeutung des Lernens und Sinnproduktion .....	17
1.2.2 Lernanlässe.....	19
1.2.3 Lern - und Bildungsziele.....	20
1.2.4 Lernmotivation.....	22
1.2.5 Interessenperspektive .....	26
1.2.6 Lern- und Bildungswiderstände .....	28
1.3    Universelle Aspekte von Lern- und Bildungsprozessen .....	33
1.3.1 Interaktion und Sprache .....	33
1.3.2 Zeitaspekte und Lernzeiten .....	37
1.3.3 Gender .....	41
1.4    Sozialformen von organisierten Lern- und Bildungsprozessen .....	46
1.4.1 Lehrvortrag.....	47
1.4.2 Lehrgespräch .....	47
1.4.3 Gruppenarbeit, Lerngruppen.....	48
1.4.4 Rollenspiel.....	49

1.4.5 Computergestütztes Lernen.....	50
1.4.6 Selbstgesteuertes Lernen.....	53
1.4.7 Arbeitsnahes Lernen.....	55
1.5 Lerninhalte, Arrangements und Kontexte .....	57
1.5.1 Übersichtlichkeit und Anschaulichkeit .....	58
1.5.2 Theorie-Praxis-Verbindung .....	59
1.5.3 Erfahrungsbezug .....	60
1.6 Gruppenspezifische Aspekte, Homogenität und Differenzierungen.....	62
1.6.1 Gruppengröße.....	62
1.6.2 Homogenität und Heterogenität von Lerngruppen .....	62
1.6.3 Altersrelation Lehrende/Teilnehmende .....	67
1.6.4 Biografische Erfahrungen, kulturelle Orientierungen .....	68
1.6.5 Neueinstiege in laufende Kurse .....	68
1.7 Sonstige Aspekte .....	70
1.7.1 Mitarbeit und Engagement .....	70
1.7.2 „Lese-/Rechtschreibschwäche“ .....	71
1.7.3 Tests und Leistungsfortschrittskontrollen .....	72
1.7.4 Physische Lernumgebung .....	74
1.8 Zwischenbemerkung .....	75

<b>Teil 2</b>	<b>Überlegungen zu Marketing- und Geschäftskonzepten.....</b>	<b>77</b>
2.1	Angebotsentwicklung und Marketing.....	78
2.1.1	Themenfelder .....	79
2.1.2	Abschlüsse / Prüfungsmöglichkeiten .....	79
2.1.3	Lernorte und zeitliche Lage .....	80
2.1.4	Marketing .....	82
2.2	Beratung .....	85
2.2.1	Beratung vor der Teilnahme.....	87
2.2.2	Lernberatung während der Weiterbildung .....	88
2.2.3	Beratung nach der Teilnahme.....	89
2.3	Qualitätsmanagement, Evaluation, Personalentwicklung.....	92
2.4	Strukturelle Bedingungen im demografischen Wandel und eine Organisationstypologie von Weiterbildungseinrichtungen .....	94
2.4.1	Kompetenzzentrum .....	94
2.4.2	All-in-one - Anbieter .....	95
2.4.3	Flächendecker.....	96
2.4.4	Das regionale Netzwerk .....	96
2.5	Schlussbemerkung.....	97
<b>Literatur.....</b>		<b>99</b>