

Inhalt

Vorwort	11
Zum Buch: Tradition und Zukunft der Bildungshäuser	13
Abstract	15
1 Einleitung	17
2 Digitale Bildung im Kontext von Bildungsmanagement	21
2.1 „Digitale Bildung“ – nur ein schlampiges Kürzel?	21
2.1.1 Das Allgemeine der Bildung – ein Abriss	22
2.1.2 Medienbildung als Welt-Mensch-Relation	24
2.1.3 Digitale Medien sind mehr als nur neu	26
2.1.4 Dimensionen und Funktionen digitaler Medien	26
2.1.5 Kritische Auseinandersetzung mit digitalen Medien	28
2.2 Bildungsmanagement – ein Teil der Didaktik	28
2.2.1 Bildungsbetriebsmanagement und Bildungsprozessmanagement	29
2.2.2 Im Spannungsverhältnis zwischen Management und Bildung	31
2.3 Relevanz der Digitalisierung aus Sicht der Erwachsenenbildung	32
2.3.1 Stellenwert der Digitalisierung aus Sicht der Anbieter	32
2.3.2 Nutzung digitaler Medien aus Sicht der Lernenden	37
2.4 Kommunikation – ein zentrales Element der Digitalisierung	42
2.4.1 Die Suche nach Bildungsveranstaltungen ist immer noch analog	42
2.4.2 Bei der Suche nach Bildung im Internet dominieren Google und YouTube	43
2.5 Kompetenzen und Weiterbildung des Bildungspersonals	43
2.5.1 Technische Ausstattung der Bildungseinrichtungen	44
2.5.2 Wahrgenommene Relevanz, Herausforderungen und Schwierig- keiten	45
3 Der digital-mediale Habitus – das Modell	47
3.1 Medialer Habitus und Bildungsmanagement	47
3.1.1 Das soziale Feld und der soziale Raum	48
3.2 Bildungsmanagement als soziales Feld	50
3.2.1 Das Feld als Ganzes	50
3.2.2 Rollenbeschreibung, Aufgabenbeschreibung und Handlungsfelder	52
3.2.3 Die Kämpfe um die Ordnung des Wissens	55

3.3	Der mediale Habitus – theoretische Fundierung	58
3.3.1	Strukturprinzipien der Mediennutzung	59
3.3.2	Kapitalausstattung in der digitalen Welt	60
3.3.3	Ökonomisches Kapital: Besitz von Endgeräten und Internet- zugang	60
3.3.4	Kulturelles Kapital: Wissen – Qualifikation – Kompetenz	61
3.3.5	Soziales Kapital: Vernetzung und Kooperation	63
3.3.6	Zwischen Konditionierung und möglicher Überwindung	66
3.4	Kritik am Habituskonzept	67
3.4.1	Vom Klassenmodell zur nicht kategorisierbaren Vielfalt	68
3.4.2	Bildung und medialer Habitus: ein Widerspruch?	68
3.5	Das digital-mediale Habitusmodell	70
3.5.1	Kohärenz der Elemente des digital-medialen Habitus	70
3.5.2	Vier Ordnungsdimensionen des digital-medialen Habitus	71
3.5.3	Überwindung der Hysterese	79
3.6	Das digital-mediale Habitusmodell – eine Kurzzusammenschau	79
4	Rolle der Bildungshäuser in einer digitalisierten Zeit: Untersuchung	81
4.1	Design der Forschungsarbeit	81
4.1.1	Gruppen- und Plenumsdiskussionen mit BildungsmanagerInnen	82
4.1.2	Analyse der Daten	83
4.1.3	Hermeneutische Analyse und Auswertung	84
4.1.4	Reflexivität als Forschungspraxis	85
4.2	BildungsmanagerInnen und ihr digital-medialer Habitus	86
4.2.1	Das Berufsfeld Bildungsmanagement	86
4.2.2	Die Ordnung des Wissens und neue Möglichkeiten	95
4.2.3	Ökonomisches Kapital – Infrastruktur	109
4.2.4	Handeln, Denken und Wahrnehmung von Bildungs- managerInnen	122
4.2.5	Digitale Bildung und die Bildungsprinzipien der Bildungs- managerInnen	140
5	Rückschlüsse und Impulse	155
5.1	Grundhaltung: Orientierung am Bildungsprozess der Lernenden	155
5.2	Digitale Bildung: Bildungsverständnis und Bildungsprinzipien	158
5.2.1	Individuell versus standardisiert	159
5.2.2	Selbstgesteuertes versus fremdbestimmtes Lernen	161
5.2.3	Vernetzung versus Separierung	163
5.2.4	Zielorientierte didaktische Nutzung versus technologischer Selbstzweck	166
5.2.5	Lernen versus Lehren	166

6	Entwicklungspotenziale im Bildungsmanagement	169
6.1	Wissensbezug	169
6.1.1	Gelingensfaktoren für Digitale Bildung	170
6.1.2	Digitale Bildung in der Aus- und Weiterbildung von Bildungs- managerInnen	181
6.2	Handlungsbezug	161
6.2.1	Bildungsorganisationsmanagement	182
6.3	Bildungsprozessmanagement	210
6.3.1	Entschleunigung als Profilierungsmöglichkeit	210
6.3.2	TeilnehmerInnenorientierte „Bildungsprogramme“	212
6.3.3	Zwar keine reinen Online-Veranstaltungen, aber....	213
6.3.4	Bildungsinhalte zeitnah und in den digitalen Medien präsent	217
6.4	Organisationskultur braucht eine...	219
6.4.1	... digitale Strategie	219
6.4.2	... digitale Grundhaltung	220
7	Entwicklungspotenziale auf einen Blick	169
7.1	Grundvoraussetzung: Bildungsprozessperspektive einnehmen	223
7.1.1	Verändertes Lernverhalten Erwachsener beachten	223
7.1.2	Rahmenbedingungen schaffen	224
7.1.3	Digitalisierung ist Sache der Führungspersonen	224
7.1.4	Die neue Arbeit ist untypisch	225
7.1.5	Flexible Raumgestaltung	225
7.1.6	Marketing ist eine Dienstleistung an den KundInnen	225
7.1.7	Zukunftsfähig durch Bildungsnetzwerke	226
7.1.8	Bildungsorte und Lernräume werden zu Bildungswelten	226
7.1.9	Entschleunigung als Gegenprogramm und Rückbesinnung auf Grundtvig	227
7.1.10	Neuorientierung der Bildungskonzepte und Lernformate	227
7.1.11	Digitale Grundhaltung	228
7.1.12	Digitale Bildung	229
7.2	Schlussworte	229
	Literatur	231
	Abbildungsverzeichnis	251
	Autorin	253
	Danke!	253