

4	Berufliche Weiterbildung in mittelständischen Unternehmen	53
4.1	Weiterbildungsbeteiligung in Deutschland.....	54
4.2	Weiterbildungsaktivitäten in KMU als Problem.....	56
4.3	Die Wirkung ausgewählter Einflussfaktoren auf die Weiterbildungsaktivität von mittelständischen Unternehmen.....	58
4.3.1	Branchenzugehörigkeit als unternehmensspezifischer Einflussfaktor	58
4.3.2	Individuelle Einflussfaktoren auf die Weiterbildungsaktivität.....	60
5	Interne Weiterbildungshemmnisse mittelständischer Unternehmen	62
5.1	Psychische Barrieren seitens des Unternehmers	65
5.2	Geringe Arbeitsteilung und zentrale Rolle des Unternehmers als Ursachen für den geringen Einsatz von Personalentwicklungsinstrumenten	66
5.2.1	Schwierigkeiten bei der Generierung von Qualifizierungsbedürfnissen	68
5.2.2	Schwierigkeiten bei der Auswahl und Qualitätsbeurteilung von Weiterbildungsangeboten	69
5.3	Zeitliche und räumliche Inflexibilität der Mitarbeiter.....	72
5.4	Defizitäre Ausrichtung der Weiterbildung als Ergebnis	73
6	Ansätze zur Steigerung der Weiterbildungsaktivität von KMU	73
7	Zusammenfassung der Ergebnisse	75

III E-Learning – Beitrag zur Flexibilisierung der Weiterbildung und Ansatz zur Steigerung der Weiterbildungsbeteiligung in KMU..... 77

1	Charakterisierung von E-Learning	77
1.1	Systematisierung des E-Learning-Begriffs	79
1.2	E-Business als Motor des E-Learnings sowie des E-Learning-Marktes.....	82
1.3	Gestaltung und Einsatz der Informations- und Kommunikationstechnologie im Rahmen von E-Learning.....	87
1.4	Mögliche Mehrwerte des E-Learnings für die Qualifizierung	95
1.4.1	Didaktische Mehrwerte von Lehr-/Lernmaterialien	95
1.4.1.1	Mehrwerte durch die Multimedialität der Lehr-/ Lernmaterialien	95
1.4.1.2	Navigationsmehrwerte	96
1.4.1.3	Interaktionsmehrwerte.....	97
1.4.1.4	Kommunikative Mehrwerte.....	97
1.4.2	Flexibilität und arbeitsplatznahes Lernen als organisatorische Mehrwerte	98
2	Probleme bei der Beurteilung der Vorteilhaftigkeit von E-Learning	99

3	Erfahrungen des E-Learning-Einsatzes in KMU	101
3.1	Analyse der technischen Infrastruktur in KMU als Voraussetzung für den E-Learning-Einsatz	102
3.2	E-Learning-Aktivitäten von KMU	105
3.2.1	Erfahrungen in KMU	105
3.2.2	E-Learning im Handwerk	107
3.2.2.1	Überblick über E-Learning-Projekte im Handwerk	107
3.2.2.2	Erfahrungen aus den E-Learning-Projekten am FBH.....	109
3.2.2.2.1	Der Modellversuch MERCUR	109
3.2.2.2.2	Meisterassistent/-in im Handwerk	110
3.3	Erfolgsfaktoren für den Einsatz von E-Learning in KMU	111
3.3.1	Individuelle Lehr-/Lernvoraussetzungen.....	111
3.3.2	Unternehmenskulturelle Erfolgsfaktoren	113
3.3.3	Zielgruppenspezifische Lehr-/Lernmaterialien.....	114
4	Beitrag von E-Learning zur Steigerung der Weiterbildungsbeteiligung von KMU	115
5	Zusammenfassung der Ergebnisse	117

IV	Der Bildungsbroker – Dienstleister der zur Unterstützung mittelständischer Unternehmen bei der intensiveren Nutzung von E-Learning-Maßnahmen	119
1	Der Bildungsbroker – ein neuer Akteur auf dem E-Learning-Markt	119
2	Bildungsbroking – theoretische Annäherung an das Tätigkeitsfeld	121
2.1	'Education Broker' nach HÄMÄLÄINEN/WHINSTON/VISHIK	122
2.2	'Education Brokerage' nach KRAEMER/MILIUS/ZIMMERMANN.....	125
2.3	Der Bildungsbroker als Supporter nach TWARDY/WILBERS	128
2.4	Re-Use – kostengünstige Produktion personalisierter Lernmaterialien als Basis für Bildungsbroking	130
2.4.1	Die technische Umsetzung: Standardisierte Metadaten als Voraussetzung	132
2.4.2	Exemplarische Darstellung des ILIAS-Brokertools	136
2.4.2.1	Das Autorensystem von ILIAS.....	137
2.4.2.2	Re-Use und Re-Targeting von Lerneinheiten am Beispiel einer Lerneinheit zum Finanz- und Rechnungswesen	139
2.4.3	Grenzen der Wiederverwendung.....	141
2.4.3.1	Metadaten-Dilemma.....	141
2.4.3.2	Qualität der Inhalte.....	142
2.4.3.3	Rechtliche und wirtschaftliche Problemlagen.....	144
3	Analyse der theoretischen Konzepte des Bildungsbrokings hinsichtlich der Beseitigung der KMU-spezifischen Probleme der Weiterbildung	145
3.1	Der Ansatz von HÄMÄLÄINEN/WHINSTON/VISHIK.....	146
3.1.1	Bildungsbedarfsanalyse	146
3.1.2	Planung, Organisation und Durchführung.....	147
3.1.3	Erfolgskontrolle und Transfer.....	147
3.1.4	Fazit.....	147

3.2 Konzept von KRAEMER/MILIUS/ZIMMERMANN.....	147
3.2.1 Bildungsbedarfsanalyse	148
3.2.2 Planung, Organisation und Durchführung.....	148
3.2.3 Erfolgskontrolle und Transfer.....	149
3.2.4 Fazit.....	149
3.3 Der Ansatz von TWARDY/WILBERS.....	149
3.3.1 Bildungsbedarfsanalyse	149
3.3.2 Planung, Organisation und Durchführung.....	150
3.3.3 Erfolgskontrolle und Transfer.....	150
3.3.4 Fazit.....	150
3.4 Zwischenergebnis	151
4 Das Tätigkeitsspektrum eines KMU-orientierten Bildungsbrokers	152
5 Notwendigkeit einer umfassenden Qualifizierung von Bildungsbrokern.....	155
6 Zusammenfassung der Ergebnisse	156

V	Konzeption einer zielgruppenorientierten Curriculumentwicklung.....	159
1	Zum Curriculumbegriff.....	159
2	Dreistufiges Verfahren zur Curriculumentwicklung.....	161
2.1	Konkretisierung der Aufgaben eines Bildungsbrokers	162
2.1.1	Das Auftragsabwicklungsmodell als theoretischer Bezugsrahmen	162
2.1.2	Zur Legitimierung curricularer Inhalte.....	163
2.1.2.1	Wissenschaftsorientierung der Curriculumentwicklung.....	164
2.1.2.2	Situationsorientierung der Curriculumentwicklung	166
2.1.2.3	Das Bildungs- bzw. Persönlichkeitsprinzip	169
2.1.2.4	Verbindung der Ansätze.....	169
2.1.2.5	Integratives Verständnis von Curriculumentwicklung.....	172
2.1.3	Zukunftsbezug der Anwendungssituationen.....	173
2.2	Entwicklung des Kompetenzprofils eines Bildungsbrokers.....	175
2.2.1	Abstraktionsgrad der erforderlichen Kompetenzen	176
2.2.2	Zur qualitativen Ausgestaltung der Kompetenzen.....	177
2.3	Exemplarische Entwicklung eines zielgruppenorientierten Curriculums.....	178
2.3.1	Bestimmung der Zielgruppen.....	178
2.3.2	Vorgehen bei der Konkretisierung zielgruppenorientierter Lernziele...179	
3	Zusammenfassung der Ergebnisse	180
VI	Annäherung an das Tätigkeitsfeld eines Bildungsbrokers.....	183
1	Bestimmung der Prozessphasen des Bildungsbroking	184
2	Annäherung an das Tätigkeitsfeld.....	186
2.1	Wissenschaftsorientierung – Orientierung an den theoretischen Konzepten..186	
2.2	Situationsorientierung der Curriculumentwicklung – Analyse der Bildungsbroker auf dem E-Learning-Markt	188

2.3 Analyse affiner Tätigkeitsfelder – Untersuchung zwischen Wissenschaft und Praxis	194
2.3.1 Das Tätigkeitsfeld eines Weiterbildungsberaters.....	195
2.3.2 Transparenz auf dem E-Learning-Markt schaffen – die Kerntätigkeiten eines Informationsbrokers nutzen	201
2.3.2.1 Analyse von Problemstellungen	203
2.3.2.2 Auf der Suche nach Informationen – ein erster Schritt zur Markttransparenz	203
2.3.2.3 Bewerten und Selektieren der Informationen.....	205
2.3.2.4 Aufbereitung der vorhandenen Informationen	206
2.3.2.5 Übergreifende Tätigkeiten.....	208
2.3.2.6 Zusammenfassende Darstellung des Tätigkeitsfeldes	208
2.4 Das Tätigkeitsfeld eines Finanzdienstleistenden – Situationsanalyse einer vermittelnden Dienstleistung	209
2.4.1 Tätigkeitsfeld eines Versicherungsunternehmens.....	211
2.4.2 Tätigkeiten einer unabhängigen Finanzberatung.....	212
2.4.3 Zusammenführung der Ergebnisse.....	214
2.5 Zusammenfassende Darstellung der Tätigkeitsanalyse eines Bildungsbrokers.....	217
3 Konstruktion der Kerntätigkeiten eines KMU-orientierten Bildungsbrokers auf Grundlage der gesammelten Erkenntnisse.....	219
4 Detaillierte Betrachtung ausgewählter Aufgaben am Beispiel der ersten beiden Phasen des Bildungsbrokingsprozesses	222
4.1 Kunden akquirieren.....	222
4.1.1 Kontakt mit dem Absatzmarkt aufnehmen	222
4.1.2 Anforderungsprofil des Kunden erstellen.....	223
4.2 Angebot bearbeiten	224
4.2.1 Qualifizierungsbedarf spezifizieren	224
4.2.2 Rahmenbedingungen klären.....	225
4.2.3 Strategische Qualifizierungsziele definieren	226
4.2.4 Angebot kalkulieren.....	227
4.2.5 Angebot erstellen.....	227
4.2.6 Kontakt zu Kunden halten	227
5 Spezialisierung als mögliche Folge des umfangreichen Tätigkeitsfeldes.....	228
6 Zusammenfassung der Ergebnisse	229
VII Entwicklung eines Kompetenzprofils des Bildungsbrokers.....	231
1 Zur Erfassung der Handlungskompetenz	231
2 Fachkompetenzen	236
2.1 Ökonomische Kompetenzen	236
2.2 Rechtliche Kompetenzen	239
2.3 Informationstechnische Kompetenzen	240
2.4 Didaktische Kompetenzen	242
3 Methodenkompetenz.....	243

4	Sozialkompetenzen	248
4.1	Theoretische Grundlagen zur Bestimmung von Sozialkompetenzen	248
4.2	Bestimmung der Sozialkompetenzen eines Bildungsbrokers.....	250
5	Zusammenfassung der Ergebnisse	253

VIII	Exemplarische Entwicklung eines Curriculums für eine Qualifizierungsmaßnahme zum Bildungsbroker für die Zielgruppe 'Absolventen des Studienganges Wirtschaftspädagogik mit dem Abschluss Diplom-Handelslehrer'	257
1	Begründung für die Auswahl der Zielgruppe	257
2	Beschreibung der Zielgruppe 'Absolventen des Studienganges Wirtschaftspädagogik mit dem Abschluss Diplom-Handelslehrer'	259
2.1	Der Diplom-Studiengang 'Wirtschaftspädagogik'	260
2.2	Aufbau und Inhalte des Diplomstudienganges 'Wirtschaftspädagogik' auf Basis der Rahmenordnung	261
3	Ermittlung des Qualifizierungsbedarfs der ausgewählten Zielgruppe.....	263
3.1	Qualifizierungsbedarf im fachlichen Bereich	264
3.1.1	Analyse der Kompetenzdefizite im ökonomischen Bereich	264
3.1.2	Analyse der Kompetenzdefizite im rechtlichen Bereich.....	267
3.1.3	Analyse der Kompetenzdefizite im informationstechnischen Bereich	268
3.1.4	Analyse der Kompetenzdefizite im didaktischen Bereich	269
3.2	Qualifizierungsbedarf im Bereich der Methodenkompetenzen	272
3.3	Qualifizierungsbedarf im Bereich der Sozialkompetenzen	273
4	Bestimmung eines zielgruppenspezifischen Curriculums.....	275
5	Zusammenfassung der Ergebnisse	277
IX	Zusammenfassung.....	279
Anhang I	Detaillierte Betrachtung ausgewählter Aufgaben.....	283
Anhang II	Inhaltliche Präzisierung des Diplom-Studienganges Wirtschaftspädagogik	319
	Literaturverzeichnis.....	327