

Inhalt

Vorbemerkungen	7
Einleitung	9
1. Weiterbildung als Dienstleistung	13
1.1 Bildung als Dienstleistung unter den Anforderungen im Prozess der Wissensgenerierung.....	13
1.2 Bildung als Dienstleistung unter der Herausforderung des Kompetenzdiskurses	17
1.3 Regionale Vernetzung.....	24
1.4 Institutionelle Verlässlichkeiten.....	27
2. Bedarfe und Bedürfnisse und ihre Transferierung.....	29
2.1 Bedarfe und Bedürfnisse.....	29
2.2 Nachfrage und Angebot.....	38
2.3 Transformierungsformate in den Programmen	42
3. Wissenserschließung, Kompetenzmarkierung und Handlungs- modellierung.....	47
3.1 Angleichungshandeln als regionale Kommunikation und Vernetzung	47
3.2 Bedarfserschließung über die Beratung zur Angebotsplanung für kleine und mittlere Unternehmen.....	50
3.3 Flexible Planung durch Koppelung von Wissensinseln als Planungsaspekte ..	56
3.4 Bildungsmarketing als Milieumarketing.....	61
4. Programmforschung und Angebotsplanung	67
4.1 Programme und Anbieter in der Weiterbildungslandschaft	67
4.2 Steuerungsfunktion von Politik – Historische Analysen und generelle Befunde.....	69
4.3 Programmentwicklung unter entgrenzten Bedingungen – Das Beispiel kulturelle Bildung.....	76
4.4 Weiterbildungsmanagement und Angebotsplanung in Unternehmen	81
4.5 Netzwerkbildung und Weiterbildungslandschaft in der Region.....	91
5. Zusammenfassung – Wissen, Ort und Zeit.....	101

Anhang	103
Glossar	105
Literatur	111
Stichwortverzeichnis	119
Autorin	121