



## Infodienst zum Programm „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung

# Lernende Regionen

## Vorworte

Die Umsetzung der Empfehlungen der Kommission für "Moderne Dienstleistungen am Arbeitsmarkt", besser bekannt unter "Hartz-Kommission", wird auch Konsequenzen für die Akteure in den Lernenden Regionen haben. Hierzu im Folgenden zwei Kommentare von Mitgliedern des Lenkungsausschusses des Programms "Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken", die die Arbeitgeber- und die Arbeitnehmerseite vertreten.

Die Hartz-Kommission und das daran anschließende Gesetz zu modernen Dienstleistungen am Arbeitsmarkt hat Zeichen auch für das lebensbegleitende Lernen gesetzt: Qualifizierungsarbeit muss sich stärker an den wirtschaftlichen Bedarfen ausrichten, will die Förderung der Qualifizierung von Arbeitslosen nicht ins Leere laufen! Das Programm „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“ ist in seiner Grundkonzeption bereits auf die enge Verknüpfung von Bildungs-, Beschäftigungs- und Arbeitsmarktpolitik angelegt. Beschäftigungsfähigkeit zu fördern ist eine zentrale Zielsetzung. Gerade unter den dramatischen Vorzeichen einer steigenden Arbeitslosigkeit sollten sich die geförderten Netzwerke vor allem diesem Ziel verschreiben und den Reformprozess unterstützen.

Dies bedeutet, dass solche Maßnahmen konzipiert werden müssen, die den lokalen und regionalen Bedürfnissen der Wirtschaft entsprechen. Die geforderte Nachhaltigkeit der Netzwerke lässt sich nur dann erreichen, wenn ihre Arbeit und Zusammensetzung in der regionalen Wirtschaft verankert sind. Die Maßnahmen sollten sich daher konsequent an den regionalen Qualifizierungserfordernissen ausrichten und sie befriedigen.

Die geförderten Projektregionen sollten ihre Arbeit darauf konzentrieren, Plattformen für den Austausch bereitzustellen und den Dialog zwischen Bildungsakteuren und Unternehmen zu fördern. Die Netzwerkstrukturen sollten

einen gesunden Wettbewerb von Ideen und Angeboten fördern, um die besten Lösungen für die Steigerung der Beschäftigungsfähigkeit zu identifizieren.

In einem Modellprogramm wie die „Lernenden Regionen“ wird es in besonderer Weise darauf ankommen, die besten Ansätze und Lösungen zu identifizieren und ihren Transfer zu gewährleisten. Die komparativen Vorteile von Netzwerken sollten unseres Erachtens dabei im Detail klar verdeutlicht werden. Der Erfolg des Programms wird sich insbesondere an der Beschäftigungsförderung aufgrund der geschaffenen Strukturen und Maßnahmen bemessen lassen.

Dr. Knut Diekmann,  
Deutscher Industrie- und Handelskammertag  
Mitglied des Lenkungsausschusses  
„Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“

Die Umsetzung der Hartz-Beschlüsse durch die beiden Gesetze für moderne Dienstleistungen bringt die Nutzer und die Träger beruflicher Weiterbildung derzeit in große Schwierigkeiten.

Bekanntlich sind Träger und Maßnahmen nur vorläufig zertifiziert und arbeiten auf dieser vorläufigen Basis. Die Arbeitsämter sind bei der Finanzierung sehr zurückhaltend. Dazu kommen restriktive Regelungen: So erwartet die Bundesanstalt für Arbeit künftig eine Erfolgsquote von 70% Vermittlung in Arbeit nach Teilnahme an Maßnahmen.

Bildungspolitisch ist diese Quote eine Katastrophe, da sie nicht nur in Ostdeutschland, sondern auch in anderen Bundesländern nicht erreichbar ist. Die Weiterbildungsstruktur wird auf diese Weise ausgehebelt – diese Einschätzung ist weithin unstrittig. Von Nachhaltigkeit der Maßnahmen kann keine Rede mehr sein.

Vorworte	Seite 1
Im Fokus: Auf dem Weg zu einem Bildungsmarketing in den Lernenden Regionen	Seite 3
Informationen und Service zum Programm	Seite 7
Weitere Neuigkeiten und Informationen zum Lebenslangen Lernen	Seite 12
LLL im WWW	Seite 16
Impressum	Seite 16

Das Programm „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“ wird gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und vom Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union.



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



EUROPÄISCHE UNION  
Europäischer Sozialfonds

Erfolg und Qualität von Maßnahmen dürfen aber nicht einseitig auf das Kriterium der Eingliederung reduziert werden, denn der Eingliederungserfolg hängt wesentlich von der Situation auf dem regionalen Arbeitsmarkt, der angestrebten Qualifikation und der Zusammensetzung der Teilnehmer/innen im Einzelnen ab. Langfristig angelegte Kompetenzentwicklung, präventive Vermeidung von (Langzeit-) Arbeitslosigkeit und soziale Integration geraten bei einer Übergewichtung der kurzfristigen Vermittelbarkeit ins Hintertreffen. Vor dem Hintergrund rasanter Veränderungen, die die Arbeitsprozesse durchlaufen, müssen deshalb auch die nach SGB III geförderten beruflichen Weiterbildungsmaßnahmen die langfristige Beschäftigungsfähigkeit im Blick haben. Dies ist ja in den Projekten der „Lernenden Regionen“ eines der angestrebten Ziele.

Eine rein nachfrageorientierte Ausrichtung von Bildungsangeboten erschwert einerseits den Trägern der Weiterbildung eine quantitative und qualitative Planung sowie die nachhaltige Gestaltung von Maßnahmen und überfordert andererseits Zielgruppen, wie z. B. Personen ohne Berufsabschluss. Die „Stärkung ihrer Entscheidungs- und Wahlrechte“ ist zwar zu begrüßen, aber davon können gerade

diese Zielgruppen beruflicher Weiterbildung angesichts eigener Orientierungsprobleme und der Vielfalt der Bildungsangebote kaum profitieren. Auch hiervon sind die Projekte betroffen.

Alle Maßnahmen bedürfen dringend der Flankierung und Unterstützung durch eine ausreichende, klientenzentrierte und niedrigschwellige Beratung. Der DGB bezweifelt deshalb, dass Bildungsgutscheine, wie sie bisher eingesetzt werden, tatsächlich positive Effekte erzielen, da genau diese Flankierung fehlt.

Die einzelnen Projekte sind aus Sicht des DGB durch die neue Gesetzeslage nicht gefährdet. Dies gilt sowohl für die Vernetzung der einzelnen Bildungsbereiche, als auch für die Vernetzung der jeweiligen Akteure. Die Projekte müssen aber künftig stärker darauf achten, rechtzeitig die erforderlichen Finanzierungszusagen einzuholen, um die vorgesehenen Arbeitsschritte auch durchführen zu können.

Joachim Koch-Bantz

DGB – Bundesvorstand, Abt. Bildung und Qualifizierung  
Mitglied des Lenkungsausschusses „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

## Das BMBF-Programm „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“

Mit dem Programm „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“, das im Oktober 2000 gestartet wurde, unterstützt das Bundesministerium für Bildung und Forschung das lebenslange Lernen über alle Bildungsbereiche hinweg. Um jeden Bürger in seinem spezifischen Lebens- und Arbeitsumfeld zu erreichen, wird der Aufbau regionaler Netzwerke und die Umsetzung innovativer Maßnahmen gefördert. Angestrebt wird eine dauerhafte Zusammenarbeit von allgemeinbildenden, berufsorientierten und weiterführenden Schulen und Bildungsanbietern, Unternehmen, Arbeitsämtern, der Wirtschaftsförderung, den Kammern, Kommunen, Sozialpartnern, Agenda 21-Projekten, Lehrenden und Lernenden. Ziel ist die Entwicklung einer regionalen Lernkultur, die Austausch und Zusammenarbeit aller Akteure begünstigt, den Zugang

und die Übergänge erleichtert und zu einer größeren Bildungsbeteiligung führt. Die Lernenden Regionen widmen sich dabei insbesondere auch bildungsfernen und benachteiligten Gruppen und verbessern ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt.

Das Programm besteht aus zwei Wellen, denen jeweils bundesweite Ausschreibungen vorausgegangen sind. Gegenwärtig werden 75 Regionen vom Bund gefördert. Bis 2006 stehen hierfür insgesamt voraussichtlich rund 118 Mio. EUR zur Verfügung, 51 Mio. EUR stammen dabei aus dem Europäischen Sozialfonds.

Informationen und den Zugang zu den Lernenden Regionen erhalten Sie im Internet unter <http://www.lernende-regionen.info>.



## Im Fokus: Auf dem Weg zu einem Bildungsmarketing in den Lernenden Regionen

### Nachlese zum Workshop der Lernenden Regionen im November 2002

Lebenslanges Lernen im Sinne des Programms und als Herausforderung für den Einzelnen und die Gesellschaft erklärt sich nicht von selbst. In den Netzwerken und Projekten der Lernenden Regionen werden strukturelle Veränderungen und Innovationen im Bildungssystem angestoßen um lebenslanges Lernen für breite Bevölkerungsschichten zu ermöglichen. Vieles mutet jedoch im Detail theoretisch oder wissenschaftlich an. Was kann sich der Bürger nun unter einer regionalen Lernkultur vorstellen? Wie lässt sich der Nutzen der träger- und bildungsbereichsübergreifenden Zusammenarbeit in den Netzwerken plastisch vermitteln? Wie lassen sich bestimmte Zielgruppen, insbesondere die „Bildungsfernen“ erreichen? Mit diesen und anderen Fragen beschäftigte sich der erste programmweite Workshop „Bildungsmarketing“ der Lernenden Regionen in Nürnberg am 06./07.11.2002.

Die Themen, Projekte und zukünftigen Produkte der Lernenden Regionen sind regelrecht zu umwerben, zu vermarkten, damit sie wahrgenommen und nachgefragt werden. Der Begriff „Marketing“ ist dabei im Bildungsbereich sicherlich nicht frei von kritischen Assoziationen. Gedacht wird an „Verkaufen“ und „Gewinnmaximierung“. Der Begriff „Marketing“ geht jedoch deutlich darüber hinaus. Moderne Marketingkonzepte beruhen auf ganzheitlichen Konzepten, die eine Organisation in systematischer Weise mit ihrer Umwelt verbinden. Marketing stellt den Versuch dar, eine Organisation oder eine Unternehmung konsequent auf Kunden und Märkte auszurichten und dabei die Produkte bzw. Dienstleistungen, die Preise bzw. Gegenleistungen, die Distribution bzw. Erreichbarkeit und die Kommunikationspolitik genauer und zusammenhängend zu analysieren. Wie dies konkret aussieht, zeigte Frau Dr. Svenja Möller, Universität Hamburg, anhand vier idealtypischer Volkshochschulen in ihrem Eröffnungsvortrag in Nürnberg.

Ein Bestandteil des Marketings ist Öffentlichkeitsarbeit, die beim ersten programmweiten Workshop der Lernenden Regionen im Mittelpunkt stand. Dabei ging es u.a. um die Frage, wie sich der Bekanntheitsgrad und die Wiedererkennbarkeit einer Lernenden Region verbessern lassen und eine medienvermittelte Identität geschaffen werden kann. Ein Mittel der Öffentlichkeitsarbeit sind Internetauftritte, die

in allen Lernenden Regionen eigens entwickelt oder ausgebaut werden. Problembereiche sind dort häufig die strategische Ausrichtung und die Beschaffung bzw. die Zusammenarbeit mit externen Agenturen.

Am Beispiel des Gastgebenden Landes Bayern zeigte Christoph Kasten, PT-DLR, cursorisch auf, was eine Marke ausmacht. Die Wahrzeichen und Klischees sind bekannt und werden gepflegt – Lederhose, Blasmusik, Bier, Frankenwein, barocke Kirchen etc. Sie schaffen in der touristischen Vermarktung Aufmerksamkeit, Wiedererkennbarkeit und Orientierung. Die Aufmerksamkeit wiederum kann genutzt werden um gezielt weitere Inhalte zu vermitteln, z.B. Versprechen, Qualität und Vertrauen. Dies sind wesentliche Elemente bei der Entwicklung einer Marke. Mehrere Referenten des Workshops haben sich mit diesem Thema beschäftigt, so z.B. Prof. Achim Baum, Fachhochschule Osnabrück, und Frau Marita Sofuoglu, Lernende Region Köln.

Peter Franke, Leiter des Rechenzentrums der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel führte am zweiten Tag des Workshops in die Möglichkeiten ein, die das Internet in der Präsentation und der Arbeit für eine Lernende Region bietet. Die Lernende Region VIEL bedient sich eines eigenen Servers, auf dem u.a. auch der Internetauftritt mittels eines Redaktions- bzw. Content Management Systems betrieben wird. Darüber hinaus steht ein Dokumentenmanagementsystem und eine Datenbank für die Bildungsanbieter der Region zu Verfügung. Ziel bei der Entwicklung der IT Infrastruktur für die Lernende Region VIEL war es, ein Portal mit einer einheitlichen Benutzerverwaltung zu schaffen, das es allen Beteiligten ermöglicht, unabhängig von Ort, Zeit und Arbeitsplatzsystem, online arbeiten zu können. Grundsätzlich ist es auch möglich, diese Infrastruktur für E-Learning zu nutzen.

Alle Beiträge des Workshops sind unter <http://www.lernende-regionen.info> (-> Querschnittsthemen) zu finden. Im Folgenden finden Sie zwei Beiträge von Andreas Käter, Rolf Prudent und Martina Raschke aus der Lernenden Region Tölzer Land, die sich mit Markenbildung und dem Lernfest der Region beschäftigen. Events – das sind bei weitem nicht nur Lernfeste – und ungewöhnliche Formen des Marketings werden auch von vielen anderen Lernenden Regionen entwickelt. Peter Pankau stellt in seinem Beitrag einige Aktionen aus Unna vor.

Weitere Aspekte des Bildungsmarketings werden in kommenden Workshops der Lernenden Regionen aufgegriffen

und erweitert. Die Auswahl der Themen, bei denen stets auch der Erfahrungsaustausch im Mittelpunkt steht, wird in enger Abstimmung mit den Projektpartnern aus den Lernenden Regionen erfolgen. Auch einige der Lernenden Regionen beschäftigen sich intensiv mit diesem Themenfeld. So z.B. die Lernende Region Tölzer Land, die am 15./16.05.2003 im Kloster Benediktbeuren zur Marketingtagung „Lernende Region – der Weg zu einer Marke“ einlädt (<http://www.lrtl.de>).

(ft)

---

## Lernende Region – der Weg zu einer Marke

Andreas Käter, Rolf Prudent, Lernende Region Tölzer Land

Der Begriff „Image“ stammt aus der Sozialwissenschaft, ist aber auch zu einem festen Bestandteil des Marketings für Produkte und Dienstleistungen geworden.

Image entsteht als Folge vieler subjektiver Bewertungsprozesse in der öffentlichen Meinung.

Auch das Image einer Lernenden Region wird von diversen Einflüssen geprägt: von der Ausstrahlung der handelnden Personen und des Projektteams als Gruppe zum Beispiel, aber auch von allen Ansichten und Vorstellungen, die Multiplikatoren, wie die Presse, und Kunden mit ihr in Verbindung bringen. Das Markenimage einer Lernenden Region zeigt somit nicht das Abbild der Realität, sondern die subjektiv gefärbte Interpretation dieser Realität. Es ist als Fremdbild der Markenidentität ein Ergebnis von subjektiver Wahrnehmung, Dekodierung, Interpretation und Akzeptanz der von der Lernenden Region (Marke) ausgesandten Signale (Name, Symbole, Angebote, Personen, Kommunikation).

Somit entsteht der Wert der Marke „Lernende Region“ nicht bei den handelnden Personen, sondern in den Köpfen der Endverbraucher. Um diese zu erreichen, entwickelt die Lernende Region Botschaften, die die Empfänger mit anderen verfügbaren aktuellen oder gespeicherten Informationen und emotionalen Empfindungen verbinden. Ihr Bild von der Lernenden Region entsteht nach ihren individuellen Bewertungsschemata. Es kann stärker rational oder stärker emotional gefärbt sein. Die Markenbotschaften werden vom Endverbraucher nie in ihrer Gesamtheit wahrgenommen, sondern immer nur in Ausschnitten. Diese fügen sich mit persönlichen Eindrücken, Erfahrungen und Berührungspunkten zu einem Gesamteindruck zusammen: dem Markenimage einer Lernenden Region.

Dieses subjektive Markenimage entsteht und verfestigt sich beim Endverbraucher durch wiederholte Begegnung mit der Lernenden Region im Alltag: in Veranstaltungen, im direkten Kontakt mit Projektverantwortlichen, in der Beschrei-

bung der Angebote, in der Darstellung ihrer Nützlichkeit wie auch der visuellen Vermittlung nach außen.

Als wesentliche Komponenten von Markenimage und Markenidentität aus Kundensicht sind zu nennen:

- Die wahrgenommene Eignung der Lernenden Region zur Befriedigung individueller Bedürfnisse (Nutzen und Preis).
- Die wahrgenommene Einzigartigkeit der Lernenden Region (Sympathie und Prestige).

Die Entwicklung der Lernenden Region zu einer Marke ist also abhängig vom formulierten Leitbild, vom realistischen Selbstbild (Angebot, Verhalten, Kommunikation) und vom Fremdbild, also dem Image, im regionalen Bildungsmarkt. Das Image wird umso differenzierter und widerspruchsfreier wahrgenommen, je klarer die Verantwortlichen die Markenidentität konzipieren und für die jeweiligen Zielgruppen umsetzen.

Die Herausforderung beim Markenaufbau der Lernenden Region besteht deshalb darin, die Leistungen bekannt zu machen und das einzigartige Vorstellungsbild (Image) dieser Leistung zu profilieren – dies sowohl bei den Projektverantwortlichen und Mitarbeiter/-innen, als auch bei Kunden, Kursteilnehmer/-innen und Nutzern, Kooperationspartnern und der Medienöffentlichkeit. Die Leistungen der Lernenden Region sind wesentlich vom Erbringer (z.B. den Teilprojekttägern) abhängig und sind erklärungsbedürftig (z.B. der Aufbau eines regionalen Bildungsnetzwerkes).

Diese Besonderheiten im Bildungsmarkt erfordern noch größere Anstrengungen in der Marketing-Kommunikation, als bei „anfassbaren“ Produkten. Für den Markenaufbau einer Lernenden Region bedeutet dies: Das Vertrauen in diese Leistungen ist wichtiger, aber schwerer aufzubauen, als bei materiellen Produkten.

---

## Vom Allerweltsevent zum Marketing-Event

am Beispiel vom Lernfest „Lernende Region LIFE“

Andreas Käter, Martina Raschke, Lernende Region Tölzer Land

Alle richten heutzutage Events aus. Ob Unternehmen oder Bildungsorganisationen, Vereine oder Behörden. Der Begriff ist selbstverständlicher Teil des alltäglichen Wortschatzes. Event heißt in seiner ursprünglichen Bedeutung nicht nur „Veranstaltung“, sondern auch „Ereignis“. Der inflationäre Gebrauch des Wortes ist allerdings ein Problem. Alles Mögliche heißt heute Event. Alles, was auch nur im Entferntesten den Anschein eines Ereignisses hat, wird als Event etikettiert. Das Lernfest in der Lernenden Region Tölzer Land mit über 20.000 Besuchern ist tatsächlich ein großer Marketing-Event mit folgendem Zweck: mehr Menschen für lebenslanges Lernen aus eigenem Antrieb zu begeistern.



### Wer sind die Zielgruppen eines Lernfestes?

Im Tölzer Land sind es die bildungsinteressierten Bürger/innen, die Anbieter von Lern- und Bildungsinhalten aus Wirtschaft, Politik, Soziales und Kultur als wichtige Kooperationspartner der Lernenden Region Tölzer Land sowie Entscheidungsträger und Förderer, die Bildung als Standortvorteil definieren.

Eine wesentliche Kraft des Lernfestes liegt darin, die jeweilige Zielgruppe so exakt einzugrenzen, dass sie durch direkte Ansprache möglichst effektiv erreichbar wird: Mit der klaren Botschaft „Wenn die Region wüsste, was sie weiß...“ und „Lernen macht Spaß“, mit spannender Inszenierung können die Menschen dazu motiviert werden, etwas für sich zu tun. Das Lernfest macht die Besucher zu aktiven Teilnehmern. Das Veranstaltungsdesign sieht kategorisch vor, den Besuchern positive Lernerfahrungen zu ermöglichen. Aktionsstände animieren zum Mitmachen, Ausprobieren und Erleben neuer Lernformen. Die Angebote beziehen sich auf alle Lebens- und Arbeitsbereiche der Menschen in der Region. Beim Lernfest in Benediktbeuern hat auch die Informationsvermittlung, z.B. in den Workshops, einen unterhaltenden Charakter (Infotainment). Keiner der Wortbeiträge soll 30 Minuten überschreiten und führt durch den Einsatz professioneller Lern- und Lehrmethoden zu einer nachhaltigen Aktivierung der Teilnehmenden. Die richtige Mischung macht also den Erfolg aus: Information spricht den Verstand an. Emotion fesselt die Teilnehmer. Ohne Aktivierung würde man niemals ein Eventziel erreichen. Und ohne Motivation würden die Teilnehmer nicht durchhalten.

### Das Lernfest als Marketing-Event

Marketing-Events sind keine Erfindung der letzten Jahre. Erfahrene Kongressmanager und alte Tagungshasen sagen zu Recht, dass sie schon immer Events gemacht, aber nie so genannt haben.

Gemeinhin spricht man von drei Arten von Events:

- **Public Events:** Zielgruppe sind Endverbraucher und Öffentlichkeit
- **Corporate Events:** Veranstaltungen von Unternehmen für Unternehmen
- **Exhibition Events:** Veranstaltungen und Programme auf Messen und im Messeumfeld

Jeder Event ist anders und immer wieder neu. Doch alle Events haben eines gemeinsam: einen Anlass und ein Ziel. Der Anlass des 3. Lernfestes 2002 im Tölzer Land war die Herausforderung, den Nutzen und die konkreten Angebote der Lernenden Region Tölzer Land für eine breite Öffentlichkeit erlebbar zu machen.

Ziel des Lernfestes in der Lernenden Region Tölzer Land war

es Bewusstsein und Sensibilisierung für das Lernen aus eigenem Antrieb zu vermitteln.

### Wie richtet man nun ein Lernfest aus?

Was sind die Geheimtipps, Patentrezepte, Tricks und Kniffe der Profis, die Events planen und realisieren?

Derer gibt es nicht viele, zwei „Tricks“ sind aber von größter Bedeutung. Der eine heißt Kreativität und ist so planbar wie ein Sommergewitter, der andere heißt Erfahrung.

**Die Kreativität:** Kreative Menschen im Lernfest-Team verfügen über verschiedene Eigenschaften (Flexibilität, flüssiges Denken, Originalität, Elaboration, Problemsensibilität und Fantasie), die sich trainieren und durch Kreativitätsmethoden fördern lassen. Man lernt ständig dazu und vertraut sich einer professionellen Leitung an.

**Das Konzept:** So wie das Drehbuch einem Film, das Stück einem Schauspiel zugrunde liegt, ist das Lernfest-Konzept die sprachliche und oft illustrierte erste Form, die unter professioneller Moderation mit den wichtigsten und kreativsten Köpfen der Region in Workshops erarbeitet wird. Das Innere des Konzeptes besteht aus der Idee (frei nach Hegel könnte man sagen: In der Idee für einen Event sind alle Anlagen vorhanden, wie der spätere Event stattfindet, ohne dass diese ausgeprägt sind) und den Zielen, der detaillierten Beschreibung der Motive und Interessen der Hauptzielgruppen (Events werden für Menschen gemacht und nicht für abstrakte Marketingmodelle!). Passen müssen auch inhaltliches Umfeld, Budget, Zeitpunkt, Marketingstrategie und die Wahl der geeigneten Location. Eine Location ist immer mehr als eine bloße Hülle für eine definierte Zahl von Menschen, denn der Veranstaltungsort hat eine ganz zentrale kommunikative Bedeutung. Die echte Architektur eines Klosters ist so authentisch, wie es keine noch so teure Dekoration sein kann. Sie stimmt positiv ein und ist wesentlicher Bestandteil der Inszenierung. Image, Lage, Kapazität, Ausstattung sowie Kosten und Verfügbarkeit spielen eine wichtige Rolle bei der Auswahl des Ortes.

Schließlich: Ein Lernfest ist wie eine Expedition. Es braucht erprobte Expeditionsleiter.

### „Unerhörtes“ Marketing

Peter Pankau, Lernende Region Unna

Marketing ist ein Begriff aus der Wirtschaft und wird dadurch schon von Pädagogen und Sozialwissenschaftlern kritisch beziehungsweise ablehnend betrachtet. Vielerorts wird Marketing schlechthin mit Werbung und Manipulation gleichgesetzt. Marketing ist in der Bildungslandschaft oft ein ähnliches Reizwort wie Profit.

Bildung wird als Investition in die Zukunft verstanden. Aber sie wird nicht wie ein Investitionsgut behandelt. In der Investitionsgüterwirtschaft liegt der Anteil des Marketings am Gesamtbudget bei etwa 30 Prozent. Hierzu finden Sie reichlich statistisches Material. Über Ausgaben im Bereich Bildungsmarketing lässt sich jedoch in keiner offiziellen Statistik ein Hinweis finden, geschweige denn konkrete Zahlen. Auch auf Nachfragen bei unseren Partnern im Netz zeigte sich, dass dort keine expliziten Hinweise zum Marketing in den Bilanzen, den GuV-Rechnungen oder im Budget vorhanden sind. Das sagt meiner Ansicht schon viel über den Stellenwert von Bildungsmarketing aus.

Tatsache ist aber, dass Bildungsmarketing in Ansätzen heute in allen Institutionen zum Thema wird. Einige betreiben es, andere warten erst einmal ab und lassen das Thema auf sich zukommen. Dies begründet sich unter anderem aus den sehr unterschiedlichen Traditionen und Ausrichtungen der sozialtechnologisch ausgerichteten Betriebswirtschaft und der geisteswissenschaftlich geprägten Pädagogik. Aber was ist eigentlich Marketing? Hier zwei Definitionen, mit denen ich mich am besten anfreunden konnte:

- „Marketing bedeutet den Umgang mit Märkten, um Tauschvorgänge zum Zwecke der Befriedigung menschlicher Bedürfnisse und Wünsche zu bewirken.“ (Kottler & Armstrong 1988)
- „Die Absicht des Marketings ist es, das Verkaufen überflüssig zu machen. Die Bestrebungen sind darauf gerichtet, den Kunden so gut zu kennen und zu verstehen, dass das Produkt oder die angebotenen Dienste genau auf ihn zugeschnitten sind und sich quasi von selbst verkaufen.“ (Drucker 1973)

Können wir heute, den oben genannten Definitionen folgend, sagen, dass die derzeitigen Bildungsstrukturen dem gerecht werden? Verkauft sich Bildung quasi von selbst? Werden Bildungseinrichtungen den Bedürfnissen und Wünschen von Menschen und Organisationen gerecht? Kennen und verstehen Bildungsverantwortliche ihre Kunden?

Ich denke, keine dieser Fragen kann eindeutig mit ja beantwortet werden. Um aber annähernd Antworten zu finden, bedarf es eines Dialoges zwischen Bildungsanbietern und Bildungsnachfragern. Es bedarf der Kenntnisse und des Verstehens der Bedürfnisse und Wünsche der sogenannten bildungsfernen und bildungsfremden Gruppen.

In Unna versuchen wir diesen Dialog zu führen. Es wird versucht die Menschen kennen zu lernen um ihnen Raum zu geben ihre Bedürfnisse zu artikulieren.

Ziel ist es, dass die Bildungseinrichtungen von den Menschen lernen, die bisher nicht zu den Einrichtungen gefunden haben. Sie, die Bildungsträger, müssen das soziokulturelle Umfeld der Menschen, ja die Sprache kennen lernen.

Bildungsmacher müssen lernen, Bildung an die Orte zu

bringen, wo die Menschen leben, arbeiten, ihre Freizeit verbringen. Sie müssen lernen, das Lernen so zu vermitteln, dass die Bürger in unserer Region lernen, dass Lernen nicht nur die Vermittlung von beruflich verwertbarem Wissen und nicht nur mit Prüfungsangst verbunden ist. Events sind hierfür ein geeignetes Mittel.

Der Fokus in unserem Netzwerk liegt mehr auf dem Verständnis, dass zunächst einmal die Bildungsverantwortlichen, die Bildungseinrichtungen einen Lernprozess vollziehen. Denn hier gilt ein alter Marketingsatz: „Du kannst niemanden überzeugen, wenn Du selbst nicht überzeugt bist“.

Neue Lernwege zu gehen und an neuen Lernorten zu lernen, dazu bedarf es einer Anstrengung zu Kreativität, Mut und Risikobereitschaft.

Dies möchte ich an einigen Beispielen aus unserem Projekt darstellen. Die vierjährige Durchführungsphase wird durch zwei Handlungsfelder geprägt: „Neue Lernkultur in Unna“ und „Lernstatt Unna“.

Im Handlungsfeld „Neue Lernkultur in Unna“ soll eine Plattform geschaffen werden, die den Dialog mit breiten Teilen der Bevölkerung, Unternehmen, Vereinen und anderen Organisationen, über Foren, Bürgergespräche, Befragungen, Zukunftswerkstätten zulässt.

Dieser Dialog soll dazu beitragen, lebenslanges Lernen zu bewerben und gemeinsame Werte zum Lernen zu finden um daraus strategische Ziele – ein Leitbild für eine Lernende Region Unna – abzuleiten und umzusetzen. Darüber hinaus soll im Rahmen des Teilprojekts „Beteiligungslernen“ über neue Formen der Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern an der Steuerung und Entwicklung des Gemeinwesens nachgedacht werden. Außerdem werden Rahmenbedingungen für Beteiligungsmöglichkeiten im Bildungsnetzwerk geschaffen.

Im Handlungsfeld „Lernstatt Unna“ werden in sieben Teilprojekten konkrete Maßnahmen und Aktionen umgesetzt. Die Strategie wird operationalisiert. Einige Beispiele:

## **Aktion: Tanz der Masken**

Schulabgänger werden mit dieser Aktion auf die Ausbildungsplatzmiserie aufmerksam gemacht. In einem einwöchigen Workshop werden die Schulabgänger, die keinen Ausbildungsplatz erhalten haben, Holzmasken unter künstlerischer Anleitung produzieren. Diese symbolisieren den arbeitssuchenden Jugendlichen und werden an verschiedenen öffentlichen Plätzen als Mahnmale aufgestellt. Ausbildungsbetriebe, die einen zusätzlichen Ausbildungsplatz zur Verfügung stellen, erhalten eine Maske. Diese Aktion führte schon bei den Planungen zu heftigen Diskussionen. Wir gehen davon aus, dass hiermit eine breite, politische,



aber insbesondere auch eine emotionale Diskussion in der Stadt ausgelöst wird.

### **Aktion: Tour de Culture**

Eine Radtour mit den Bürgerinnen und Bürgern, den Bildungsverantwortlichen und Politikern zu den Bildungs- und Kulturstätten der Stadt Unna. Dabei werden an den einzelnen Stationen Beispiele lebenslangen Lernens rund ums Fahrrad praktiziert. Veranstalter sind die Partner im Netz, die Westdeutsche Rundschau, der Radsportclub Unna und der ADFC. Auch hier gab es kritische Stimmen: Was hat das mit Lernen zu tun? Werden dadurch nicht die „Tempel der Bildung“ noch niveauloser?

Widerstände und unbefriedigende Ergebnisse werden immer Begleiter solcher Maßnahmen sein. Kreativität ist der Schlüssel zum Neuen, zur Innovation. Nur mit Kreativität können neue Lernwege, Lernziele und Lernorte gefunden werden. Geben Sie der potenziellen Kreativität, die in uns allen steckt, Raum und Zeit. In der gängigen Literatur finden Sie viele Methoden der Ideenfindung:

- Brainstorming,
- Mind-Mapping,
- Osborne-Methode,
- Zukunftswerkstatt,
- Open-Space,

Ich möchte Ihnen an dieser Stelle eine von mir und unseren Partnern im Netz gepflegte und geliebte Methode ans Herz legen: Die Bierdeckelmethode.

Die Bierdeckelmethode besteht darin, dass man sich in einer Kneipe trifft, ein oder mehrere Biere miteinander trinkt und seine Ideen, die ihren freien Lauf nehmen, auf einen Bierdeckel schreibt. Zettel sind ungeeignet, die verliert man eher. Das Schreiben ist wichtig, da der Zustand der beteiligten Personen am anderen Morgen in der Regel eine lückenlose Reflexion nicht zulässt. Eine ungewöhnliche, aber ernst gemeinte Methode. Jeder weiß heute um die Wichtigkeit des informellen Austausches. Tatsächlich findet der aber in der Regel nur in den Pausen bei Sitzungen und Tagungen statt. Haben Sie Mut, etwas anderes zu tun. Erich Kästner schrieb: „Es gibt nichts Gutes, außer man tut es!“

## **Informationen und Service zum Programm**

### **„Live aus der Region“**

Name: Dr. Carl-Ludwig Centner

Funktion: Geschäftsführer des Vereins Lernende Region Trier e.V.

### **Welche Ihrer Berufserfahrungen sind für Ihre jetzige Funktion wichtig?**

In meiner vorherigen Tätigkeit als Weiterbildungs- und Projektreferent der Handwerkskammer Trier war ich zuständig für alle Projekte, die die berufliche Bildung voranbringen konnten, von Leonardo im europäischen Rahmen bis zur kleinräumigen Organisation von Beratung. Diese Erfahrungen helfen mir jetzt sehr. Außerdem war ich der stellvertretende Leiter des Arbeitskreises „Bildung und Weiterbildung“ der Initiative Region Trier, wo wir viele der Inhalte schon als Wunsch geäußert haben, die wir dann mit dem Programm „Lernende Regionen“ finanzieren konnten. Schließlich arbeite ich noch in vielen regionalen Bildungsgremien und Begleitausschüssen des Landes Rheinland-Pfalz

mit, so dass ich häufig sehr früh über Entwicklungen und Möglichkeiten informiert bin.

### **Was ist das Besondere an Ihrer Lernenden Region?**

Zunächst mal arbeiten wir auf „kleiner Flamme“: Ich bin nur zu 50 Prozent bei der Lernenden Region Trier beschäftigt, daneben gibt es einen Mitarbeiter und eine Sekretärin. Wir vermeiden damit einen Verwaltungs-„Wasserkopf“. Andererseits müssen viele Arbeiten ehrenamtlich laufen. Das funktioniert ganz gut – auch wegen unserer Netzwerkstruktur: Der Verein mit nur zwölf Mitgliedern ist eher ein organisatorisches „Dach“, gestützt von den fünf Säulen der Teilprojekte. Die Basis aber ist die freiwillige Mitarbeit aller Institutionen und auch Einzelpersonen der Region, die im weitesten Sinne mit Bildung zu tun haben – auch die Hausaufgabenhilfe oder der Arzt mit Initiative in der Gesundheitsbildung: Die wollen wir alle zu aktiver Mitarbeit motivieren, etwa an unserer Internetplattform oder an der Bildungsmesse. Inhaltlich ist das Besondere an der Lernenden Region Trier sicher die Nähe zu Frankreich, Belgien und Luxemburg. Konkret planen wir da einerseits eine grenz-

überschreitende Börse für Jobs, Praktika und Sprachkurse, andererseits koordinieren wir die 215 Einrichtungen, die in der Region an der Vermittlung der französischen Sprache und Kultur arbeiten und bisher nichts voneinander wussten.

## **Worin bestehen die besonderen Herausforderungen des lebenslangen Lernens in Ihrer Region?**

Das ist zum einen die Transparenz des regionalen Bildungsangebotes. Dabei haben wir vor allem die so genannten „bildungsfernen“ Gruppen im Auge, und zwar neben den bekannten Problemgruppen vor allem diejenigen, die gar nicht wissen, dass sie „bildungsfern“ sind, die im strukturschwachen, schlecht erschlossenen Umland wohnen. Zum anderen arbeiten wir an der Koordination existierender Einzelprojekte. So bündeln wir die Vielzahl von Initiativen zum Übergang Schule – Beruf, in dem wir unter anderem eine bestehende Datenbank der Industrie- und Handelskammer zu Schule, Wirtschaft, Arbeit und Beruf in unser Bildungsportal integrieren und dadurch vorhandene Möglichkeiten für Schülerinnen und Schüler wie auch Ansprechpartner in Schulen und Betrieben bekannt und zugänglich machen.

## **Das Schwerpunktthema dieses Heftes lautet: Bildungsmarketing. Welche Rolle spielt das in Ihrer Arbeit?**

Es ist das Top-Thema! Wir gehen das mit großem – auch materiellen – Einsatz an, wollen es wirklich professionell machen. Wir arbeiten auch mit einer externen Agentur, um wirklich alle Zielgruppen ansprechen zu können. Fokussiert wird das auf die Bewerbung des Internetportals, um die Lernende Region als den Zugang zum regionalen Bildungsmarkt zu etablieren. Außerdem arbeiten wir mit viel Aufwand an einer Bildungsmesse, die im September neben einer Produktmesse stattfinden wird. Dadurch erhoffen wir uns, das große Potenzial von Leuten, die nicht allein durch das Thema Bildung zu motivieren sind, für uns aufzuschließen.

## **Aus der Arbeit des Lenkungsausschusses**

Der Lenkungsausschuss begleitet die Durchführung des BMBF- Programms „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“. Ihm gehören Vertreterinnen und Vertreter von Bund und Ländern sowie – mit beratender Funktion – der PT-DLR und sachverständige Mitglieder an. Zu letzteren zählen die Konzertierte Aktion Weiterbildung, die Sozialpartner, die Bundesanstalt für Arbeit sowie das Konsortium der wissenschaftlichen Programmbegleitung. In der 10. Sitzung des Lenkungsausschusses am 16./17. Dezember 2002 in Berlin wurden die Anträge zur Förderung

der Durchführungsphase der ersten Runde mit verlängerter Planungsphase beraten. Zehn Anträge wurden zur Förderung der Durchführungsphase empfohlen. Diese zehn Vorhaben haben im Januar, Februar und März 2003 ihre Arbeit aufgenommen. Weitere Themen der Sitzung waren der Bericht der wissenschaftlichen Begleitung über den Stand ihrer Arbeit und die weitere Arbeitsplanung sowie die Aktivitäten des PT-DLR im Bereich Transfer und Öffentlichkeitsarbeit.

Die 11. Sitzung des Lenkungsausschusses am 17./18. Februar 2003 in Bonn stand ganz im Zeichen der auszusprechenden Förderempfehlungen – diesmal für die Anträge auf Förderung einer Durchführungsphase der zweiten Förderrunde. Insgesamt 21 Netzwerke gehen direkt an den Start der Durchführungsphase. Drei weitere Vorhaben erhielten im Rahmen einer um fünf Monate verlängerten Planungsphase die Gelegenheit ihre Konzeptionen zu überarbeiten. Zwei Vorhaben haben eine erfolgreiche Integration vollzogen und einen gemeinsamen Antrag eingereicht. Nur drei Anträge konnten nicht zur weiteren Förderung empfohlen werden. Die sehr arbeitsintensiven Beratungen der Förderanträge neigen sich damit dem Ende zu und der Lenkungsausschuss wird in Zukunft verstärkt inhaltliche und strategische Fragen der Programmsteuerung erörtern können. Auch sollen die kommenden Sitzungen genutzt werden allen Mitgliedern Einblicke in die Arbeit der Netzwerke vor Ort zu ermöglichen. Den Anfang machen Vorhaben der ersten Förderrunde aus Berlin im Rahmen der nächsten Lenkungsausschusssitzung am 08./09. Juli 2003.

## **Das Programm-Portal <http://www.lernende-regionen.info> ist online**



Seit Februar dieses Jahres ist das Internetportal zum Programm „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“ online. Es bietet Informationen und Zugang zu allen Vorha-

ben der Lernenden Regionen und zu verwandten Programmen und Projekten. Der Internetauftritt ist zugleich die zentrale Kommunikationsplattform des Programms: Hier können die schätzungsweise 1.000 unmittelbar am Programm beteiligten Akteure in Kontakt treten und Informationen veröffentlichen. Darüber hinaus gibt es öffentliche und private Mailinglisten, die wir Ihnen in dieser Ausgabe vorstellen.

Alle Informationen zum Programm „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“ stehen unter <http://www.lernende-regionen.info> erstmalig gebündelt und übersichtlich aufbereitet zur Verfügung. Interessierte Bürgerinnen und Bürger können sich umfassend über Hintergründe, aktuelle Entwicklungen und die Querschnittsthemen des Programms informieren. Über das Redaktionssystem haben die Netzwerke und Teilprojekte die Möglichkeit, sich selbst darzustellen sowie Termine und Veröffentlichungen aus ihrer Region publik zu machen.

Das Portal unterstützt zudem die Kommunikation der Programmpartner und Interessenten untereinander: Zu jedem beliebigen Thema im Rahmen des Programms können Mailinglisten eingerichtet werden.

Bei all dem gilt: Das Portal lebt von der Beteiligung aller, die sich einbringen und ihre Arbeit vorstellen. Der neue Internetauftritt bietet jede Gelegenheiten dazu. In den folgenden Ausgaben des Infodienstes werden einzelne herausragende Funktionen des Portals aufgezeigt.

## Mailinglisten: Den Einstieg finden

Folgende Situation ist denkbar: Auf einem Workshop für die Lernenden Regionen bekunden einige Beteiligte Interesse, auch nach der Veranstaltung weiter über ein Thema diskutieren zu wollen. Dieses Anliegen unterstützt die Plattform unter <http://www.lernende-regionen.info> vor allem durch die Mailinglisten.

Zunächst wird einer der Beteiligten, der dafür die Rechte und entsprechenden Zugangsdaten besitzt (z.B. Netzwerkkoordinator oder Leiter eines Teilprojektes), eine Mailingliste einrichten. Alternativ kann der PT-DLR gebeten werden, eine Liste zum gewünschten Thema einzurichten.

Es gibt öffentliche Mailinglisten, die für jeden Benutzer zugänglich sind und nicht-öffentliche Listen. Letztere eignen sich für einen jeweils kleineren Diskussionskreis, der „unter sich bleiben“ möchte.

Thematisch wird darüber hinaus unterschieden nach allgemeinen und spezifischen Listen. Nur der PT-DLR kann allgemeine bzw. programmübergreifende Listen einrichten. Ein Beispiel ist die Liste LR-Netzwerke, die für alle Benutzer der Plattform gedacht ist. Spezifische Listen beziehen sich auf eine bestimmte Fragestellung oder eine bestimmte Region. Für das oben angeführte Beispiel, d.h. den gezielten Austausch mit bereits bekannten Diskussionspartnern im

Anschluss an eine Veranstaltung, empfiehlt es sich, eine spezifische, nicht-öffentliche Liste einzurichten.

Voraussetzung für Diskussion und Beteiligung in den Mailinglisten ist, dass man angemeldeter Benutzer ist.

Sobald man sich mit den eigenen Zugangsdaten rechts oben auf <http://www.lernende-regionen.info> eingeloggt hat, besitzt man Schreibrechte in allen öffentlichen Mailinglisten und sieht, welche nicht-öffentlichen Listen es gibt und wer Ansprechpartner dafür ist.

Mailinglistentyp	Name	Beschreibung	Anmeldung
Öffentlich	LR-Netzwerke	...	...
Nicht-Öffentlich	LR-Regionen	...	...
Nicht-Öffentlich	LR-Regionen	...	...
Nicht-Öffentlich	LR-Regionen	...	...
Nicht-Öffentlich	LR-Regionen	...	...
Nicht-Öffentlich	LR-Regionen	...	...
Nicht-Öffentlich	LR-Regionen	...	...

Es gibt öffentliche (ö) und nicht öffentliche, allgemeine und spezifische Mailinglisten. Die Übersicht mit den nicht-öffentlichen Listen sieht man erst nachdem man eingeloggt ist.

Wer keine Zugangsdaten für die Plattform erhalten hat, kann sich über „Neu registrieren“ in der rechten oberen Ecke anmelden. Über die Funktion „Profil ändern“ kann man sehen, in welchen Listen man Mitglied ist.

Beiträge an eine Mailingliste werden online geschrieben. Hierzu ruft man nach dem Einloggen den Bereich Aktuelles -> Mailinglisten/Archiv auf, wählt die gewünschte Mailingliste aus und verfasst in einem Formular den Beitrag. Nach dem Absenden und der Freigabe durch PT-DLR wird der Beitrag den Abonnenten der Liste per E-Mail zugesandt und in das Archiv eingestellt. Um direkt auf eine Nachricht zu antworten, findet man am Ende der E-Mail einen speziellen Link, der einen direkt zum entsprechenden Formular führt. Alle Beiträge werden archiviert. Der Einstieg ist jederzeit möglich. Listen sind ein hervorragendes Mittel um schnell und unkompliziert etwas bekannt zu machen, Fachleute zu suchen, seine Meinung zu äußern oder einfach nur Fragen zu stellen.

Die alte Mailingliste (lr-netzwerke@uni-koeln.de) wird in Zukunft nur noch über den neuen Internetauftritt betrieben und trägt den Namen „LR-Netzwerke“. Das komplette

Archiv dieser Liste finden Sie unter Aktuelles -> Mailinglisten/Archiv beim Klick auf „LR-Netzwerke“.

Bei Fragen und Anregungen können Sie sich auch telefonisch an den PT-DLR wenden (Tel. 0228/3821-310).

## Karte der Lernenden Regionen erschienen

Der PT-DLR hat eine Deutschlandkarte mit allen 75 Netzwerken in den Lernenden Regionen im Format DIN A3 herausgegeben. Auf den Umschlagseiten sind die Namen der Netzwerke mit Ihren Web- bzw E-Mailadressen angegeben. Die Karte kann beim PT-DLR bestellt werden oder im Internet unter <http://www.lernende-regionen.info> heruntergeladen werden.



## Dokumentation der Hessischen Datenbankkonferenz

Am 29.01.03 fand auf Initiative der Lernenden Region Wald-eck-Frankenberg in Frankfurt eine Konferenz der Lernenden Regionen in Hessen zu Bildungsdatenbanken statt. Ziel und Programm dieser Konferenz war, den Initiatoren, Auftragnehmern und kooperierenden Bildungsträgern die neuesten Auswertungen zu Weiterbildungsdatenbanken zu geben und auf dieser Grundlage einen Kommunikationsprozess zu initiieren. Vorgestellt wurden u.a. Ergebnisse und Erfahrungen des Infowebcasts Weiterbildung, der Hamburger

Weiterbildungsdatenbank WiSY und der Stiftung Warentest. Die Dokumentation steht im Internet unter <http://www.lernende-regionen.info>.

## Aktuelles von der wissenschaftlichen Programmbegleitung

Dr. Stephanie Conein, Ingrid Ambos, Deutsches Institut für Erwachsenenbildung

Die Dokumentation des im Dezember des letzten Jahres durchgeführten Workshops der wissenschaftlichen Programmbegleitung mit den wissenschaftlichen Begleitungen der Netzwerke findet sich im Internet unter der Adresse [http://www.die-bonn.de/esprid/dokumente/doc-2003/reupold03\\_01.pdf](http://www.die-bonn.de/esprid/dokumente/doc-2003/reupold03_01.pdf) (1,8 MB). Ein Ziel dieser Veranstaltung war es, relevante Themen für die wissenschaftlichen Begleitungen auszumachen, die in Folgeveranstaltungen näher beleuchtet werden sollen. In diesem Zuge wurde „Beschäftigungsfähigkeit“ als besonders relevant identifiziert und so wird diese auch im Mittelpunkt des nächsten Workshops der wissenschaftlichen Programmbegleitung stehen, der am 02. Juni 2003 im Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung in Berlin stattfinden wird.

Die wissenschaftliche Programmbegleitung hat Anfang März erste Ergebnisse in Form eines Zwischenberichtes vorgelegt, auch dem Lenkungsausschuss wurden im Vorfeld erste Resultate referiert.

Eines der Kernstücke dieser Berichte sind die Ergebnisse der Interviews, welche die wissenschaftliche Programmbegleitung mit den Mitgliedern des Lenkungsausschusses führten. Ziel dieser Gespräche war es, das Programmkonzept und die Mechanismen der Programmsteuerung zu rekonstruieren und mögliche Stärken und Schwächen dieser beiden Ebenen zu identifizieren. In die Auswertung konnten zum Zeitpunkt des Berichtes zwölf Interviews mit einbezogen werden.

Als Ergebnis zeigte sich unter anderem, dass schon jetzt positive Effekte des Programms auf lokale Bildungslandschaften beobachtet werden konnten. Genannt wurde in diesem Zusammenhang die Tatsache, dass nun Menschen und Institutionen miteinander kooperieren, die vorher nicht zusammen arbeiteten oder sich sogar in einem Konkurrenzverhältnis befanden.

Ein weiterer wichtiger Teil der oben erwähnten Berichte ist die Typologie der Netzwerke. Diese wurde aufgrund der vier Variablen:

- Anzahl der Kooperationspartner,
- Regionstyp,
- Formalisierung des Netzwerks und
- inhaltlicher Schwerpunkt der Maßnahmen, erstellt.



Auf Grundlage der Typologie der Netzwerke der Lernenden Regionen werden (unter Hinzuziehung weiterer zusätzlicher Kriterien) zur Zeit die Netzwerke der ersten Förderwelle, die in Fallstudien näher untersucht werden sollen, ausgewählt. Nach Ende des Auswahlprozesses wird möglichst zeitnah die Ansprache der in Frage kommenden Netzwerke erfolgen. Die an dieser Stelle im letzten Infodienst bereits angekündigte schriftliche Befragung der Akteure der Netzwerke, die sich seit Sommer 2002 in der Durchführungsphase befinden, wird in der 19./20. Kalenderwoche stattfinden.

Wir möchten an dieser Stelle noch einmal darauf hinweisen, dass die wissenschaftliche Programmbegleitung für Rückfragen, die ihre Untersuchungen betreffen, jederzeit gerne zur Verfügung steht. Erste Ansprechpartnerinnen sind Frau Ambos (0228/3294-134) und Frau Dr. Conein (0228/3294-133).

## Termine

Alle Termine und weitere Informationen finden Sie stets aktuell auch unter <http://www.lernende-regionen.info>. Dort können auch die Lernenden Regionen über das Redaktionssystem Ihre Termine und Veranstaltungen publik machen.

- **08./09.05.2003: Workshop der Lernenden Regionen „Beratung in der Aus- und Weiterbildung“ in der Katholischen Akademie in Hamburg**  
Ein Ziel des Programms „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“ ist es, die Transparenz der Bildungsangebote zu verbessern und gebündelte Informations-, Beratungs- und Vermittlungsangebote zu entwickeln. Im Mittelpunkt des programmweiten Workshops stehen die Bereiche „Strukturen für Bildungsberatung in Netzwerken“ sowie „Weiterbildungsdatenbanken“, dabei wird es u.a. auch um Organisations- und Geschäftsmodelle sowie das Infoweb Weiterbildung gehen.
- **15./16.05.2003: Marketingtagung der Lernenden Region Tölzer Land „Lernende Region – der Weg zu einer Marke“ im Kloster Benediktbeuren**  
Im Mittelpunkt steht die Frage: Wie werden Regionen, Städte und Lernende Regionen zu einer Marke? Neben einführenden Vorträgen zum Marketing sind elf Foren vorgesehen, in denen Themen wie Marktanalyse, Sponsoring, Qualitätsentwicklung, Image, Zielgruppenmarketing und Öffentlichkeitsarbeit auf dem Programm stehen. Weitere Infos unter <http://www.rtrtl.de>.
- **21.-23.05.2003: Lernende Regionen auf dem World Education Market (WEM)**  
Im Rahmen der iMOVE-Initiative (International Market-

ing of Vocational Education) des BMBF wird das Programm „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“ auf dem WEM in Lissabon vorgestellt. Der WEM bietet eine gute Plattform für den internationalen Austausch und die Möglichkeit Geschäftsbeziehungen zu knüpfen. Im Rahmen von iMOVE ist vorgesehen, dass der Schwerpunkt auf Berufswahlorientierung und berufliche Weiterbildung liegen sollte. Anregungen und Hinweise auf einzelne Projekte aus den Lernenden Regionen sind sehr willkommen

<http://www.wemex.com>.

- **02.06.2003: Workshop der wissenschaftlichen Programmbegleitung zum Themenfeld „Beschäftigungsfähigkeit“ im Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung in Berlin**  
Eingeladen sind alle Netzwerke der Lernenden Regionen. Anmeldungen können bei Frau Erbel oder Frau Weckauf (Tel. 0228/3294-135) im Deutschen Institut für Erwachsenenbildung, Friedrich-Ebert-Allee 38, 53113 Bonn, eingereicht werden.
- **24./25.06.2003: Workshop der Lernenden Regionen zu den Ergebnissen der BLK-LLL Verbundprojekte „Lernerorientierte Qualitätstestierung in der Weiterbildung“ (Iqw) und „Weiterbildungspass mit Zertifizierung informellen Lernens“ in der Fachhochschule Wismar**  
Das Thema Qualitätsentwicklung wird in den Lernenden Regionen stark diskutiert: Viele Netzwerke und Partner sind bereits einschlägig aktiv, andere sind auf der Suche nach geeigneten Modellen. Die Vorstellung von Iqw bietet letzteren einen praktikablen Einstieg und ersteren die Möglichkeit zu Vertiefung und Austausch. Die Entwicklung von Mitteln und Wegen zur Anerkennung informellen Lernens gehört zu den Zielen des Programms „Lernende Regionen“. Bildungspässe können dabei ein wichtiges Instrument sein. Bei der Anerkennung informellen Lernens geht es u.a. aber auch um Beratungshilfe, Unterstützung benachteiligter Gruppen und Aufklärung. Einladungen zur Veranstaltung werden Anfang Mai versandt. Informationen zu den Verbundprojekten finden sich u.a. unter <http://www.blk-lll.de>.
- **08./09.07.2003: Zwölfte Sitzung des Lenkungsausschusses des Programms „Lernende Regionen“ in Berlin**  
Geplante Themen: Projektbegleitung, wissenschaftliche Programmbegleitung, Fortentwicklung des Programms, Vorstellung einer Lernenden Region.

## Weitere Neuigkeiten und Informationen zum lebenslangen Lernen

### Veranstaltungsrückblicke

#### 17.03.2003: Equal Arbeitsgemeinschaft Lebenslanges Lernen, Osnabrück

Die aus dem Europäischen Sozialfonds (ESF) kofinanzierte Gemeinschaftsinitiative EQUAL zielt darauf ab, neue Wege zur Bekämpfung von Diskriminierung und Ungleichheiten von Arbeitenden und Arbeitssuchenden auf dem Arbeitsmarkt zu erproben. Im Vordergrund steht die Förderung von Humanressourcen, insbesondere die berufliche Integration am Arbeitsmarkt benachteiligter Personengruppen sowie die Verbesserung des lebensbegleitenden Lernens und die Schaffung neuer Arbeitsplätze. Allein in Deutschland werden im Rahmen von EQUAL 109 Entwicklungspartnerschaften – regionale und thematische Netzwerke - mit etwa 1.100 Teilprojekten gefördert.

Selbst gestecktes Ziel der Initiative ist es, neue Methoden und Instrumente nicht nur zu entwickeln und zu erproben, sondern sie bei Erfolg auch in die Systeme der Regelförderung, die Praxis der beruflichen Weiterbildung und den betrieblichen Alltag zu überführen. Deswegen ist eine Mainstreaming-Strategie integraler Bestandteil der geförderten Aktivitäten.

Zur Operationalisierung des horizontalen Austauschs wurden im Dezember 2002 auf einer Arbeitstagung 15 Arbeitsgruppen gegründet, die sich auf Themenschwerpunkte des Programms, themenbereichsübergreifende Querschnittsfragen und zielgruppenorientierte Fragestellungen beziehen. An der Sitzung der Arbeitsgruppe 2 zum Thema „Lebenslanges Lernen“ am 16./17.03.2003 in Osnabrück nahm auch der PT-DLR für das Programm „Lernende Regionen“ als programmexterne Institution teil. Schon die zwei einleitenden Vorträge zeigten den starken inhaltlichen Bezug der EQUAL-AG LLL und der Lernenden Regionen:

Prof. Volker Gehmlich, Fachhochschule Osnabrück, Fachbereich Wirtschaft, legte die Potenziale des ECTS (European Credit Transfer [and Accumulation] System) dar: Kern dieses mit EU-Unterstützung entwickelten „Leistungs-Punkte-Systems“ ist die Definition aller Lernaktivitäten über deren jeweilige Ergebnisse („can-do-levels“). Durch den Maßstab, wie viel formale Lernaktivität durchschnittlich für ein bestimmtes Lernergebnis notwendig ist, können auch non-formales und informelles Lernen erfasst und angerechnet

werden. Gehmlich's Einschätzung nach ist das System geeignet, über den bisherigen Einsatzbereich Hochschule hinaus in allen Lebens-Lernabschnitten Anwendung zu finden. Dies sei wiederum ein entscheidender Schritt auf dem Weg zur Verankerung lebenslangen Lernens.

Einen Einblick in die Praxis einer „lifelong learning organisation“ vermittelten Herr Wimmer, Personalleiter der Firma Hellmann Logistics, und Frau Rasch-Overberg, Leiterin des firmeneigenen Bildungsdienstleisters „Hellmann Academy“. Durch die Integration der Bildungsdienstleistung in die Firmenaktivitäten – von den Kundenanforderungen bis zur Personalentwicklung – können passgenaue umsetzungsorientierte Qualifizierungen in allen Ebenen angeboten werden: von interkulturellen Schulungen weltweit kooperierender Entwicklungsteams über IT-Schulungen für alle Firmenangehörige bis zur Gesprächstechnik für LKW-Fahrer. Durch die große Praxisnähe profitieren die Produkte der Academy, so dass sie inzwischen durch Erfolge auf dem externen Markt Teile der hausinternen Aktivitäten refinanzieren können, etwa durch den Vertrieb eines anwendungsorientiert verschlankten ECDL-Derivats oder integrierte Kurse von soft skills und IT-Wissen (Projektmanagement und MS Project). Auch gering Qualifizierte werden mit einbezogen, etwa in der Ausbildung zur Lagerfachkraft, wenn auch nur etwa ein Drittel die Chance zur betriebsinternen Qualifikation nutzen. Als wichtige Erfolgsfaktoren wurden einerseits das coaching des Führungspersonals genannt, andererseits die umfassende Ausrichtung der gesamten Firmenkultur auf Innovation und Wertschätzung von menschlicher Arbeitskraft als Produktionsfaktor.

In der anschließenden Diskussion wurde das Beispiel Hellmann als durchaus tauglich für die zukunftsfähige Rolle von Bildungskompetenz in und für Betriebe bewertet. Allerdings liegen die pragmatischen Probleme auf der Hand, etwa die kurzfristigen Gewinnerwartungen vieler KMU, aber auch die oftmals fehlende betriebliche / betriebswirtschaftliche Kompetenz auf Seiten der Bildungsdienstleister. Dennoch bestand Konsens darüber, dass mittelfristig nur noch praxisorientierte Problemlösung marktfähig sein wird. Entsprechend wurde als Frage für die AG gestellt: Wie müssen Netzwerke konfiguriert sein, um marktkompatible Reaktionen zu generieren?

Zwei weitere Treffen der EQUAL AG LLL mit umfangreichem Arbeitsprogramm wurden für dieses Jahr vereinbart:



Am 03./04.06.2003 in Görlitz und 12./13.11.2003 in Berlin.  
Weitere Informationen unter <http://www.equal-de.de>.

**19.03.2003: Treffen der Projektträger der Programme „Lernende Regionen“, „Schule – Wirtschaft / Arbeitsleben“ und des BLK-Modellprogramms „Lebenslanges Lernen“, Bonn**

Im Rahmen des Aktionsprogramms „Lebensbegleitendes Lernen für alle“ gibt das Bundesministerium für Bildung und Forschung durch mehrere Initiativen und Programme Impulse zur Entwicklung einer übergreifenden Politik des lebenslangen Lernens. Zu einer ersten gemeinsamen Transferveranstaltung von drei der wichtigsten Förderprogramme kamen am 18.11.2002 Vertreter aller beteiligten Institutionen der Programme „Lernende Regionen“, „Schule – Wirtschaft / Arbeitsleben“ und des BLK-Modellprogramms „Lebenslanges Lernen“ zusammen. In Fortsetzung des damit angestoßenen Prozesses eines intensivierten Austauschs trafen sich am 19.03.2002 mit dem DIE, der Universität Flensburg und dem Projektträger im DLR die programmtragenden Institutionen zu einem informellen Arbeitstreffen. Der Schwerpunkt der Gespräche lag auf den Instrumenten und Materialien für Transfer und Öffentlichkeitsarbeit. Erfahrungen zum Monitoring der komplexen und heterogenen Programme ebenso wie zur Organisation und Themensetzung programmweiter Veranstaltungen wurden detailliert diskutiert. Als sichtbarer Erfolg der Bemühungen um Synergien und gegenseitige inhaltliche Befruchtung werden die Ergebnisse der beiden Verbundprojekte des BLK-Modellprogramms LLL „Lernerorientierte Qualitätstestierung in der Weiterbildung“ und „Weiterbildungspass mit Zertifizierung informellen Lernens“ im Rahmen eines Workshops der Lernenden Regionen am 24./25.06.2003 in Wismar vorgestellt (siehe Termine).

Die Dokumentation des ersten Transferworkshops findet sich unter <http://www.lernende-regionen.info>.

**01./02.04.2003: Gemeinsamer Workshop von PT-DLR und DVV „Kooperation und Konkurrenz in Netzwerken“, Osnabrück**

Das Thema „Kooperation und Konkurrenz in Netzwerken“ ist für die Lernenden Regionen von ebenso grundsätzlicher wie pragmatischer Bedeutung: Grundsätzlich muss immer wieder die Frage beantwortet werden, in wie weit Kooperation und Vernetzung als „Königsweg“ bei der Bewältigung aktueller Herausforderung dienen kann. In der Praxis der Netzwerke wiederum steht die Frage, wie man überhaupt mit Konkurrenten sinnvoll kooperieren kann, immer wieder im Raum. Entsprechend des vorher bekundeten Interesses konnten zum Workshop über 100 Teilnehmende begrüßt werden.

Den Workshop zum Thema richtete der PT-DLR in Kooperation mit dem Deutschen Volkshochschulverband aus. Wie

Frau Dr. Lohkamp-Himmighofen vom BMBF einleitend ausführte, verfolgten die beteiligten Institutionen damit bewusst die Absicht, die verschiedenartigen Strukturen und Funktionen eines Förderprogramms mit bottom up-approach sowie eines Dachverbandes jeweils als ergänzendes Potenzial zu erschließen.

Zur Eröffnung formulierte der DVV-Vorsitzende Ernst Küchler, MdB, die Abkehr von der alten Zielsetzung, Weiterbildung zur „vierten Säule“ des Bildungssystems aufzubauen, zugunsten des Aufbaus bildungsbereichsübergreifender Netzwerke, in denen die Träger allgemeiner und beruflicher Weiterbildung einbezogen sind – wie es in den Lernenden Regionen modellhaft geschieht. Gemeinsame Aufgabe sei es, die positiven Effekte der Kooperation spürbar und für den Außenraum nachvollziehbar zu machen.

Den thematischen Einstieg leistete Stefanie Frenzer von der Move Organisationsberatung Münster. Ausgehend von der Betrachtung dauerhafter Kooperationsbeziehungen als Investitionen führte sie detailliert aus, wie ein angemessen professionelles Management einer solchen Investition aussehen kann: Ein zielführendes Miteinander legt nicht nur am Gegenüber den Fokus eher auf die jeweiligen Stärken als auf die Schwächen, sondern nimmt auch die internen Herausforderungen in den Blick, die mit den neuen Möglichkeiten einhergehen, und setzt sie ggf. durch Reorganisation um. Als positive Faktoren gelungener Kooperationen sind neben einer klaren Zielvorstellung und Gewinnerwartung auch die Erfahrungen bisheriger Kooperationsversuche sowie (inter-)persönliche Kooperationsfähigkeit zu beachten. Dabei wird die bewusste Beförderung einer gemeinsamen Kooperationskultur zwischen den Institutionen oft nicht ausreichend betrieben. Zum Aufbau eines stabilen Vertrauens kann es auch notwendig sein, Machtfragen offen zu thematisieren.

Diese allgemeineren Betrachtungen konnte Uwe Kristin mit den Ausführungen zum Netzwerk BELOS (Papenburg) und der Gemeinschaft der niedersächsischen Lernenden Regionen in einigen Teilen konkret bestätigen. Als entscheidende Schlüsselfaktoren erfolgreicher Kooperation hob er einerseits die Bedeutung persönlicher Beziehungen hervor, andererseits den funktionierenden Informationsfluss zwischen allen Beteiligten.

Um die weitere Diskussion des Themas möglichst konkret an die Arbeit vor Ort zu knüpfen, wurde in den Arbeitsgruppen die Frage nach Potenzialen und Hindernissen von Kooperation an Hand von vier aktuellen Herausforderungen diskutiert: Qualitätsentwicklung, Integration (Migration), Qualifizierung für den Arbeitsmarkt und Bildungsberatung. Dazu wurde nicht nur externer Sachverstand eingeladen, auch ungeförderte Netzwerke aus den Bereichen Integration, Qualifizierung für den Arbeitsmarkt und Beratung konnten ihre Erfahrungen einbringen und neue Anregungen geben.

Die Ergebnisse der Arbeitsgruppen waren entsprechend der verschiedenen Themen sehr unterschiedlich. Sie sind – eben so wie alle vorliegenden Beiträge – auf der Homepage des Programms <http://www.lernende-regionen.info> (Querschnittsthemen > Veranstaltungen) dokumentiert.

In der abschließenden zweistündigen Diskussion waren sich Podium und Plenum einig, dass die bereichsübergreifende Vernetzung, wie sie in den Lernenden Regionen initiiert wird, der entscheidende Ansatz ist, um die großen aktuellen Herausforderungen zu bewältigen – in den Worten von Nikolaus Bley vom Netzwerk ALLE (Emscher-Lippe): „Die Frage ist in Zukunft: Kooperieren – oder untergehen.“ Ob Zuwanderungsgesetz, Hartz-Reformen, Qualitätsanforderungen oder Beratung: Kooperationen sind nicht mehr nur „nice to have“, wie DVV-Geschäftsführer Aengenvoort bemerkte, sondern Voraussetzung für positive Lösungen im Wandel von der Angebots- zur Nachfrageorientierung des Bildungsmarktes, im Sinne der Nachfragenden wie der Anbieter. Dabei müssen die einzelnen Maßnahmen zweifellos fortlaufend die aktuellen Entwicklungen im Blick behalten und angemessen berücksichtigen. Die Lernenden Regionen sind dabei „im Vorhof besserer Strukturen“ einer neuen Bildungslandschaft.

(el)

---

## 17 europäische Netzwerke der „R3L-Initiative“ beginnen ihre Arbeit

Wie lassen sich Bildungsstrategien durch die Vernetzung von Regionen verbessern und wie kann man dadurch das regionale Wirtschaftswachstum, die Eingliederung ausgegrenzter Menschen und die Einbeziehung der Bürger in das soziale Leben befördern? Wie stimuliert man mit Hilfe der Informations- und Kommunikationstechnologien in den Regionen eine schöpferische kulturelle Tätigkeit und wie die pädagogische Nutzung dieser Technologien? 120 europäische Regionen, die um 17 Projekte gruppiert sind, werden 18 Monate lang gemeinsam arbeiten, um ihr Wissen und ihr Know-how im Interesse einer Förderung des lebenslangen Lernens auszutauschen.

Mit der Initiative „R3L“ (Regional Networks for Life-Long Learning) will man die Vernetzung lernender Regionen voranbringen; damit soll der europäischen Zusammenarbeit im Bereich Bildung und lebenslanges Lernen ein fester Platz verschafft werden. Ermutigt werden soll ein fruchtbarer Austausch von Erfahrungen und bewährten Verfahren auf europäischer Grundlage. Der Ausdruck „Lernende Region“ bezeichnet eine Region, eine Stadt oder auch ein städtisches bzw. ländliches Gebiet, das (administrativ, kulturell, geografisch usw.) nicht unbedingt genau umrissen werden muss, in dem man aber auf jeden Fall das Ziel verfolgt, Abschottun-

gen zu überwinden um eine echte Mobilisierung aller betreffenden Partner in den Bereichen allgemeine und berufliche Bildung und deren verstärkte Zusammenarbeit zu erreichen. Die Träger der 17 „R3L-Netze“ kamen am 03./04.04.2003 in Brüssel zum ersten Mal zusammen. Sie sind aus 57 eingegangenen Projekten unter Mitarbeit von unabhängigen Sachverständigen ausgewählt worden. Der gesamte Komplex der finanzierten Projekte umfasst 120 Regionen, deckt durchschnittlich sieben Regionen je Netz ab, betrifft 15 der 18 in Frage kommende Länder und wird von der Gemeinschaft mit insgesamt rund 2,1 Mio. EUR finanziert.

Insgesamt 12 deutsche Regionen sind am Programm beteiligt, darunter einige mit Bezügen zum Programm „Lernende Regionen“. Vier der 17 Netzwerke werden von deutschen Regionen koordiniert, die ersten beiden sind auch federführend in Lernenden Regionen: Landkreis Osterholz, Landesagentur für Struktur und Arbeit Potsdam, Westfalen-Kolleg Paderborn und die Stadt München. An weiteren acht Netzwerken sind beteiligt: Wirtschaftsförderung Region Stuttgart, Hamburger VHS, Landratsamt Enzkreis/Pforzheim, Ed-Lab GmbH, VHS Dachau, Universität Erlangen-Nürnberg, Privates Institut für Schulberatung Berlin, Bezirksregierung Köln und VHS Schaumburg.

Es waren zehn Themen vorgeschlagen worden. Auf das größte Interesse stießen die Vorschläge:

- Erfahrungsaustausch zu den Entwicklungsstrategien der lernenden Regionen,
- örtliches Wirtschaftswachstum,
- Unterstützungsdienste für die Einführung des lebenslangen Lernens,
- von den Informations- und Kommunikationstechnologien eröffnete Möglichkeiten und
- soziale Eingliederung.

Die Aktivitäten zur Konkretisierung reichen vom Austausch nützlicher Verfahren über die Produktion von Informationsträgern und verschiedenen Evaluierungsinstrumenten bis zur Organisation von Seminaren und Veranstaltungen.

Weitere Informationen unter

<http://www.lernende-regionen.info>

(-> Programm -> Lebenslanges Lernen).

---

## Aus der Arbeit der „Expertenkommission Finanzierung Lebenslanges Lernens“

Aufgabe der Expertenkommission „Finanzierung Lebenslanges Lernens“ ist es, Finanzierungsvorschläge zu entwickeln, die ein größeres Ressourcenaufkommen für lebenslanges Lernen erschließen als bisher und die Kosten lebenslangem Bildungsanstrengungen so verteilen, dass möglichst viele Menschen und Betriebe aus lebenslangem Lernen Nutzen ziehen können. Ein Blick in das Ausland soll ermög-



lichen, andernorts gemachte Erfahrungen zu berücksichtigen. Zu diesem Zweck bereiste die Kommission die Länder Frankreich, England, Dänemark und Schweden.

So informierte sich die Expertenkommission Anfang Oktober 2002 in Frankreich über die Auswirkungen eines Gesetzes aus dem Jahre 1971, das die Unternehmen verpflichtet, sich an der Finanzierung der Weiterbildung zu beteiligen. Das Gesetz sieht hierfür zwei Möglichkeiten vor: Entweder die Unternehmen führen Weiterbildungsmaßnahmen selbst durch oder sie entrichten die gesetzlich vorgesehene Umlage, aus denen dann Weiterbildungsmaßnahmen finanziert werden können. Das Gesetz hat zu einem deutlichen Anstieg der Weiterbildungsbeteiligung geführt, allerdings sind Problemgruppen, wie Geringqualifizierte oder Beschäftigte, in Kleinunternehmen unterrepräsentiert.

Ende Januar 2003 informierte sich die Expertenkommission über verschiedene Instrumente zur Förderung lebenslangen Lernens in England, die insbesondere auf eine Stärkung der Eigenverantwortung abzielen. Mit Interesse nahm die Kommission einen Modellversuch zur Förderung lebenslangen Lernens in KMU zur Kenntnis, der sich aufgrund seiner Verknüpfung von monetären Anreizen und intensiver Beratung positiv auf die Weiterbildungsbeteiligung ausgewirkt hat. Mitte Februar 2003 informierte sich die Kommission über die Förderung lebenslangen Lernens in Skandinavien. Sie untersuchte in Schweden die Wirkung eines überwiegend staatlich finanzierten und organisierten Bildungssystems, das auch die berufliche Weiterbildung für die Individuen gebührenfrei bereitstellt.

In Dänemark stand vor allem die Frage nach dem sogenannten Taximeter-Modell als wichtigstes staatliches Finanzierungsprinzip im Vordergrund des Interesses der Expertenkommission. Weiterhin informierte sich die Kommission über die kollektiven Finanzierungsvereinbarungen wie auch die konsensorientierte Sozialpartnerschaft der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände im Bereich der Weiterbildung sowie über die staatlichen Fördermöglichkeiten für „bildungsferne“ Schichten.

Derzeit werden die Erkenntnisse der Reisen ausgewertet und bewertet. Die Länderberichte werden voraussichtlich Mitte des Jahres in der Schriftenreihe der Expertenkommission erscheinen.

Weitere Informationen unter

<http://www.lifelonglearning.de>.

(rj)

## Aus anderen Netzwerken: Seneka

Seneka steht für „Service-Netzwerke für Aus- und Weiterbildungsprozesse“. Es ist eines der fünf BMBF-Leitprojekte aus der Initiative „Nutzung des weltweit verfügbaren

Wissens für Aus- und Weiterbildung und Innovationsprozesse“. Das Ziel von Seneka ist die Stärkung der Innovationsfähigkeit von KMU durch Kooperation und Vernetzung. Unternehmen, Bildungsdienstleister und Forschungseinrichtungen entwickeln gemeinsam marktfähige Produkte in den Bereichen Wissensmanagement, Vernetzung und Kompetenzentwicklung. Das Programm ist durch fünf Teilvorhaben und vier Querschnittsaufgaben strukturiert. Kennzeichnend sind eine hohe Eigenbeteiligung der Unternehmen und starke Produktorientierung.

### Ein Produkt-Beispiel: berufsbezogene, modulare Qualifizierung vom Mechaniker zum Mechatroniker

Im Teilvorhaben 2: „Die Bildungs- und Beratungsanbieter denken um...“ wird ein modulares Konzept zur „Qualifizierung von Mechanikern zu Mechatronikern“ entwickelt. Das Berufsbild „Mechatroniker“, das die Qualifikationen „Mechaniker“ und „Elektroniker“ in sich vereint, wurde 1998 geschaffen um die Personalkosten der Wartung von komplexen Systemen mit elektrischen, hydraulischen und pneumatischen Komponenten zu senken. Die modularisierte Qualifizierung zum „Mechatroniker“ ermöglicht KMU trotz eingeschränkter Ressourcen und Konkurrenzdruck den hohen Anforderungen an die Flexibilität der Unternehmen gerecht zu werden und durch Weiterbildung die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. Mit diesem Ziel kooperieren das Bildungszentrum Turmgasse (BZT), die IHK Villingen-Schwenningen, das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB), das Arbeitsamt und die Hans-Kraut Gewerbeschule in Villingen. In den Basismodulen erarbeiten sich die Lernenden die Theorie zunächst im Selbststudium. Im Rahmen der dann folgenden Fachmodule werden die Lernenden in die praktische Arbeit eingewiesen. Firmenspezifische Arbeits- und Lernaufgaben vermitteln Kompetenzen, die einerseits für die Qualifizierung notwendig und andererseits für die jeweilige Firma von Bedeutung sind.

Ein Qualifizierungsmodul soll neben der Fachkompetenz auch Methoden- und Sozialkompetenz vermitteln. Durch „Links“ ist es in den Gesamtrahmen der Qualifizierungsmaßnahmen eingeordnet (Abb. 1).

Die Firmen und der einzelne Lernende können je nach betrieblichen und persönlichen Erfordernissen die Qualifizierung mitgestalten, z.B. durch flexible Lernzeiten. Hat ein Teilnehmer alle Module bearbeitet, kann er die Prüfung vor der IHK ablegen. Ein weiterer Vorteil des Modul-Konzeptes ist die Flexibilität der Lehreinheiten. Die Auswahl der Module hängt von betrieblichen und persönlichen Anforderungen ab (Abb. 2). Die überschaubaren Lehreinheiten können auch als einzelne Module eingesetzt werden, wenn beispielsweise nur einzelne Bereiche des Berufsbildes in einer Firma benötigt werden

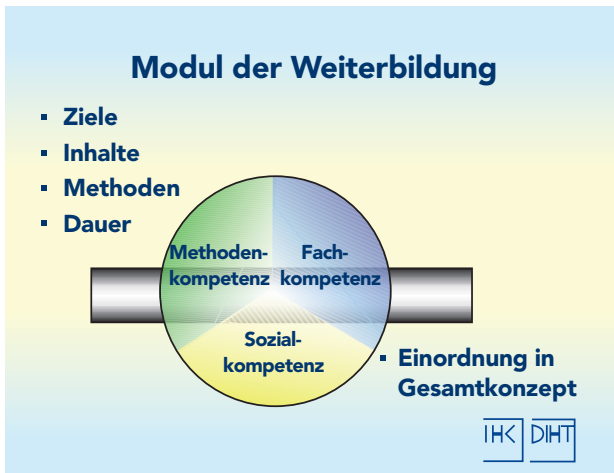


Abb. 1: Weiterbildungsmodul  
(Quelle: Leitlinien Berufliche Weiterbildung, IHK und DIHT, 2000)

Insgesamt sind im Seneka-Verbund ca. 40 praxisnahe Produkte zu den Themenbereichen Wissensmanagement, Vernetzung und Kompetenzentwicklung entwickelt und erprobt worden. Ausgewählte Ergebnisse aus SENEKA sowie deren konkrete Umsetzung anhand von Praxisbeispielen werden

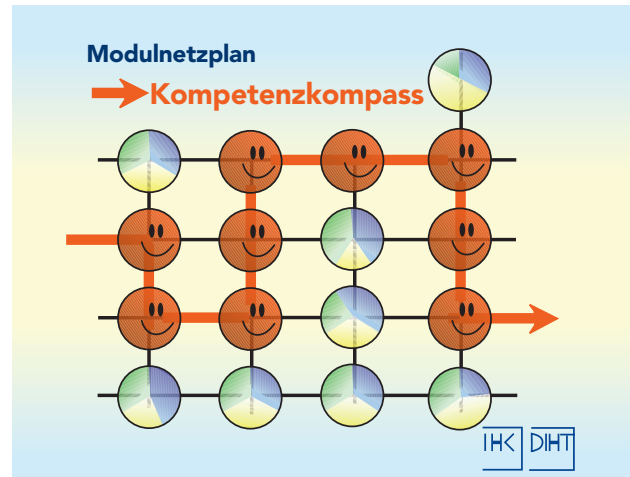


Abb. 2: Modulnetzplan  
(Quelle: Leitlinien Berufliche Weiterbildung, IHK und DIHT, 2000)

in der neu erschienenen Veröffentlichung: „Henning, K.; Oertel, R.; Isenhardt, I. (Hrsg.): Wissen – Innovation – Netzwerke. Wege zur Zukunftsfähigkeit. Berlin Heidelberg New York: Springer Verlag 2003“ vorgestellt. Weitere Informationen unter <http://www.seneka.de>.

## LLL im WWW

Der Internetauftritt des Programms „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“ ist online. Der Auftritt ist die zentrale Informations- und Kommunikationsplattform des Programms sowie das Portal zu allen Netzwerken (siehe auch Beitrag in diesem Infodienst).

<http://www.lernende-regionen.info>

Zu „Hartz und die Folgen für die Weiterbildung“ veranstaltete der Deutsche Volkshochschul-Verband e.V. gemeinsam mit dem Bayerischen Volkshochschulverband am 29.11.2002 eine bundesweite Fachkonferenz. Näheres zum Thema unter <http://vhs-dvv.server.de/servlet/is/5557>

Einen interessanten Internetauftritt zur Berufswahlorientierung für Jugendliche hat die „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“ gestartet:

<http://www.wassollwerden.de>

## Impressum

### Herausgeber:

Projekträger des Bundesministeriums für Bildung und Forschung im Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V. (PT im DLR), Arbeitsbereich Bildungsforschung

Postfach 240107, 53154 Bonn  
Tel. 0228/3821-322, Fax 0228/3821-323  
lernende.regionen@dlr.de  
www.lernende-regionen.info

Das Programm „Lernende Regionen – Förderung von Netzwerken“ wird gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und vom Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union.

### Texte und Redaktion:

Ingrid Ambos, Stephanie Conein, Knut Diekmann, Roman Jaich (jr), Andreas Käter, Eckart Lilienthal (el), Peter Pankau, Rolf Prudent, Martina Raschke, Ruth Schneeweiß, Frank Tönnissen (ft).

Die Verantwortung für den Inhalt tragen die zu den einzelnen Beiträgen genannten Autoren.

### Gesamtherstellung:

graphodata AG – die media-architekten  
Karl-Friedrich-Straße 64, 52072 Aachen  
Tel. 0241/938885-35, Fax 0241/938885-37  
www.graphodata.de  
info@graphodata.de

