

## Studie

# Was bringt mir Bildung?

## KundInnen allgemeiner Erwachsenenbildung reflektieren ihren persönlichen Bildungsnutzen

### Am Beispiel der ARGE Bildungshäuser

Wien, 2008

#### *Zusammenfassung*

Im Auftrag des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur  
Durchgeführt vom Österreichischen Institut für Erwachsenenbildung  
AutorInnen: Carina Diesenreiter, Alexandra Sukitsch

#### **Zur Studie**

Das Österreichische Institut für Erwachsenenbildung (ÖIEB) hat bereits im Jahr 2004 untersucht, wie weit Angebote aus dem Bereich zweier Verbände der allgemeinen Erwachsenenbildung (Ring österreichischer Bildungswerke und Forum katholischer Erwachsenenbildung) den TeilnehmerInnen zur Bewältigung ihrer zunehmend von Brüchen und Grundsatzentscheidungen gekennzeichneten Alltage hilfreich sind (KundInnen). Grundannahme war, dass für Menschen in hochindividualisierten Zusammenhängen zunehmend durch ExpertInnensysteme – wie es die Erwachsenenbildung darstellt – sinnvoll ist, um über den beruflichen Kontext hinaus Kompetenzen zu erwerben, sich zu orientieren und über Entscheidungsgrundlagen zu verfügen. Insbesondere wurde nach dem Bildungsnutzen von Angeboten der allgemeinen Erwachsenenbildung gefragt.

**Fazit:** Erwachsenenbildung wird unterstützend, wichtig in der Lebensbegleitung und nützlich im Alltag bewertet. Eine Zusammenfassung der Studie (Lernherausforderungen) findet man auf der Website des ÖIEB: <http://www.oieb.at>

**2007** wurden zwei weitere Verbände der KEBÖ für diese Untersuchung herangezogen, das Ländliche Fortbildungsinstitut (LFI) und die ARGE Bildungshäuser (ARGE BHÖ). Diesmal wurden der Forschungsprozess und der Bericht für die beiden Dachverbände getrennt voneinander durchgeführt und entwickelt. In der folgenden Zusammenfassung werden die Ergebnisse der an der Studie beteiligten Bildungshäuser vorgestellt. Eine Zusammenfassung des LFI wird es ab April 2008 auf der Website des ÖIEB geben.

#### **Forschungsziel**

Das Ziel der Studie ist es, Lebenssituationen und Motivlagen von KundInnen allgemeiner Erwachsenenbildungsangeboten zu beleuchten und die Zufriedenheit und den Nutzen bezogen auf die besuchten Kurse zu erfahren. Der Nutzen stellt in diesem Zusammenhang etwas subjektiv Wahrgenommenes dar. Zusätzlich zur Perspektive der KundInnen sollen auch jene der MitarbeiterInnen der beforschten Bildungseinrichtungen in die Studie miteinfließen.

#### **Methode**

Im Rahmen der Studie wurde das Augenmerk vor allem auf die akteurszentrierte Sichtweise von MitarbeiterInnen und insbesondere KundInnen der beforschten Bildungseinrichtungen gelegt.

Die Meinungen der **MitarbeiterInnen** wurden im Rahmen eines sogenannten Explorationsworkshops und in Form von Telefoninterviews ermittelt. Im Workshop beschäftigte man sich mit Frage wie: Was verstehen wir unter allgemeiner Erwachsenenbildung? Wer sind unsere KundInnen? Welchen persönlichen Nutzen sollen unsere KundInnen haben? Bei den Telefoninterviews orientierte man sich

stark an dem Interviewleitfaden für die KundInnen. Insgesamt wurden neun pädagogische MitarbeiterInnen interviewt.

Die Erfahrungen der **TeilnehmerInnen** wurden qualitativ mit Hilfe von leitfadengestützten, problemzentrierten Interviews erhoben. Insgesamt wurden 23 **TeilnehmerInnen** aus ganz Österreich interviewt. Die Stichprobe ist bezüglich sozialer Herkunft, Geschlecht (65% Frauen, 35% Männer), Alter (unter 30 bis über 80 Jahre), Anzahl der Kinder (0-5 Kinder) heterogen.

**Zur Durchführung:** Als Interviewerin stand eine Mitarbeiterin der ARGE BHÖ zur Verfügung. Die Interviews wurden von Juli bis November 2007 durchgeführt.

### **Die ARGE Bildungshäuser**

Die Arbeitsgemeinschaft Bildungshäuser Österreich ist die Dachorganisation von 18 Einrichtungen der außerschulischen Jugend- und Erwachsenenbildung. Kennzeichen der Bildungshäuser ist ihre Heterogenität. So hat jedes Bildungshaus eine eigenständige Identität entwickelt, so dass es kaum möglich ist, generalisierende Aussagen zu treffen. Dazu trägt auch die breite Palette an Trägerorganisationen (Kirche, Länder, öffentlich-rechtliche Körperschaften, Republik) bei. Entsprechend variieren auch die angesprochenen Zielgruppen. Die Mitglieder der ARGE bieten ein kontinuierliches Angebot, wobei sich die Häuser hinsichtlich ihrer Schwerpunktsetzung unterscheiden. Gefördert wird vor allem die persönliche, gesellschaftliche, religiöse, politische, berufliche, musische und kulturelle Bildung. Bei den nichtkirchlichen Einrichtungen gibt es einen immer stärkeren Trend zur beruflichen Weiterbildung, wie es in dieser Studie durch das BIFEB und die SPES-Akademie deutlich wird. Neben dem unmittelbaren Bildungsangebot bieten die Bildungshäuser ihren TeilnehmerInnen die Möglichkeit der Übernachtung an. Dahinter liegt auch die Idee einer Vertiefung der Lernerfahrung außerhalb der Kurse. Die Einführung von Qualitätsmanagementsystemen hat bei auch bei den Bildungshäusern in Hinblick auf KundInnenorientierung und in der Erbringung der Dienstleistungen für kontinuierliche Weiterentwicklungen gesorgt.

An der Studie haben neun Bildungshäuser und somit die Hälfte der Mitglieder der ARGE BHÖ teilgenommen:

- Don Bosco Haus, Wien
- Bildungshaus Großrußbach, NÖ
- Bildungshaus St. Hippolyt, NÖ
- Bildungshaus Betriebsseminar, OÖ
- Bundesinstitut für Erwachsenenbildung, S
- SPES-Akademie, OÖ
- Bildungshaus Sodalitas/ Dom v Tinjah, K
- Bildungshaus St. Georgen, K
- Bildungshaus Schloss Krastowitz, K

(Genauere Infos und weiterführende Links auf <http://www.arge-bildungshaeuser.at>)

### **Ergebnisse der Untersuchung aus MitarbeiterInnensicht**

Der Schwerpunkt der Studie liegt – wie bereits weiter oben erwähnt – auf allgemeiner Erwachsenenbildung. Die Berechtigung und die Schwierigkeit der Trennung zwischen beruflicher und allgemeiner Erwachsenenbildung werden bereits seit längerem diskutiert. Inhalte allgemeiner Erwachsenenbildung sind oftmals für den Beruf relevant, wiederum Kompetenzen, die man sich in der beruflichen Erwachsenenbildung aneignen kann, sind durchaus auch für den privaten Bereich wichtig (man denke beispielsweise an die Computernutzung).

### **Was bedeutet allgemeine Erwachsenenbildung für die MitarbeiterInnen der ARGE Bildungshäuser?**

Allgemeine Erwachsenenbildung wird im weiteren Sinne als nicht-berufliche, außerschulische Bildung gesehen. Vor allem persönliche und soziale Aspekte assoziiert man mit allgemeiner Bildung. Persönlichkeitsbildung wird als ein Teil allgemeiner EB wahrgenommen. Allgemeine Erwachsenenbildung soll u.a. der Erholung und Zerstreuung der Menschen dienen, den künstlerisch-kreativen Ausdruck fördern und Körper und Seele gut tun. Sie soll Lebenshilfe für Individuen sein. Allgemeine EB dreht sich um die Gestaltung und Reflexion des eigenen Lebens in Relation zur eigenen Person in Beziehung zu anderen Menschen und zur Welt. Darüber hinaus soll sie den Rahmen zur kritischen Auseinandersetzung mit vielfältigen Themen schaffen.

### **Wer sind die KundInnen?**

Es kommt auf die Bildungshäuser und die jeweiligen Veranstaltungen an, welche Personen Bildungsangebote nutzen. Die TN und die Lebenssituationen, in denen sich diese befinden, sind sehr unterschiedlich. So sind auch die **Motivationen**, eine Veranstaltung in einem Bildungshaus zu besuchen, sehr unterschiedlich. Die Einschätzungen der MitarbeiterInnen decken sich mit jenen der befragten TN (siehe unten).

### **Welchen Nutzen sollen die KundInnen der Bildungshäuser haben?**

**Beruflich** fokussiert sollen die Kurse das Anwenden neuer Fertigkeiten ermöglichen, den Menschen höher qualifizieren und neue Erwerbsmöglichkeiten erschließen. **Sozial** gesehen soll ein Austausch zwischen den TeilnehmerInnen stattfinden, im Idealfall sollten Netzwerke entstehen. **Persönlich** betrachtet, soll die Teilnahme an Erwachsenenbildung den Raum und Zeit bieten, sich eine Auszeit vom Alltag zu nehmen, sich mit der eigenen Persönlichkeit auseinanderzusetzen und letztendlich auch über Bildung einen Weg zu persönlicher Zufriedenheit zu finden.

- Praktische Umsetzung im Alltag
- Austausch
- Neue soziale Kontakte knüpfen
- Vernetzung
- Geselligkeit
- Zertifikate
- Auszeit vom Alltag
- Themen, die nicht am Leben vorbeigehen
- Persönliche Bereicherung
- Eigenen Lebensstil hinterfragen
- Andere Kulturen, Religionen kennen und wertschätzen lernen

### **Was schätzen die KundInnen lt. Einschätzung der MA?**

- Vielfältige und spezielle Angebote
- Partnerschaftlicher Umgang
- Lernen macht Spaß
- Lage der Bildungshäuser
- Atmosphäre der Häuser (Bildungshaus als „Insel“, „Ruhepol“)
- Gemütlichkeit
- Kulinarik
- Ausstattung der Seminarräume
- Übernachtungsmöglichkeit
- Professionelle TrainerInnen
- Interessante TeilnehmerInnen
- Freizeitgestaltung

### **Was schätzen die MitarbeiterInnen den einzelnen Bildungshäusern?**

Die MitarbeiterInnen schätzen besonders die österreichweite Vernetzung der Bildungshäuser im Rahmen der ARGE BHÖ, die Einführung von Qualitätsmanagement (Zertifizierung nach ISO), den „Faktor“ Bildungshaus (sich wohlfühlen, eine Auszeit vom Alltag genießen, sich kulinarisch verwöhnen lassen u.ä.), eine gute Infrastruktur und die Vielfalt der Angebote. Das Preis-/ Leistungsverhältnis sollte aufrecht erhalten bleiben, was aber durch das Einsparen öffentlicher Gelder erschwert wird. Darüber hinaus wünscht man sich eine gesellschaftliche Akzeptanz allgemeiner Erwachsenenbildung.

## Ergebnisse der Untersuchung aus KundInnensicht

### Lebenssituationen

Die Lebenssituationen sind so wie die Befragten selbst sehr unterschiedlich. Die befragten Personen beschäftigen sich in je nach Lebensphase und -situation mit unterschiedlichen Themen in ihrem Leben, von Fragen der Berufsorientierung, über Kindererziehung, Umbrüche, Neuorientierung bis hin zur Beschäftigung mit dem eigenen Älterwerden. Generell geht es aber bei allen um Beziehungen (Partnerschaft, Kindererziehung, Zusammenleben mit der älteren Generation), Beruf/Arbeit, Gesundheit (vor allem auch in Bezug auf Work-Life-Balance), Persönlichkeitsentwicklung und Freizeit.

Gezeigt hat sich, dass viele der Interviewpartnerinnen ein gewisses Naheverhältnis zum jeweiligen Bildungshaus haben, dass oft durch ein ehren- und/oder hauptamtliches Engagement entstanden ist.

### Motivationen

Die Entscheidung, eine Bildungsveranstaltung in einem Bildungshaus zu besuchen, hängt vom Angebot ab und auch vom jeweiligen Haus. Dies wird im Folgenden kurz angeführt:

#### Motive/Bildungshaus

- Vielfältiges und spezielles Angebot
- Umgebung
- Partnerschaftlicher Umgang
- Sich wie zu Hause fühlen können
- Stimmiges Preis-/Leistungsverhältnis
- TN stimmen mit Leitbild/Weltbild des Hauses überein

#### Motive/Kurs

- Freude/Neugier/Interesse
- Kognitive Weiterentwicklung
- Persönlichkeitsentwicklung
- Interesse an (inter)kulturellen, (inter)religiösen Inhalten
- Umsetzung im Beruf/Ehrenamt
- Bildung als Prophylaxe
- Bildung als Geschenk für mich

### Bildungsnutzen

Wenn man die KundInnen nach dem persönlichen Nutzen einer besuchten Bildungsveranstaltung fragt, wird eines klar: den Nutzen nur beruflich oder privat festmachen zu wollen, ist für die Befragten obsolet. Wenn ein Nutzen wahrgenommen und als solcher formuliert werden kann, zieht sich dieser durch viele Lebensbereiche.

Folgende **Nutzen** wurden von den Befragten genannt:

- Wissen
- Kognitive und persönliche Weiterentwicklung
- Umsetzung im Job und im Alltag
- Verbesserung und Rationalisierung des eigenen Betriebes und der Arbeitsstrukturen
- Bildung als Orientierungshilfe
- Neuer Zugang zu Natur und Umwelt
- Austausch mit Personen mit gleichem/ähnlichem beruflichen Hintergrund
- Entstehung von Netzwerken
- Spaß, Freude
- Auseinandersetzung mit Stärken/Schwächen
- Auszeit vom Alltag
- Zeit zum Nachdenken haben
- Querdenken/offen werden
- Lernen, „Andere(s)“ anzunehmen
- Bewegung/Gesundheit
- Entspannung

Generell hat sich bei den einzelnen Themenbereichen gezeigt, dass die Einschätzung der MitarbeiterInnen mit den Wahrnehmungen der TeilnehmerInnen äußerst kongruent ist.

**Die Studie bestätigt:** Die Teilnahme an allgemeiner Erwachsenenbildung wird sehr oft als persönliche Bereicherung, sowohl beruflich wie auch privat erlebt. Bildung dient der Lebensfreude, Zufriedenheit und Ausgeglichenheit. Vor allem deswegen, da das Angebot den TeilnehmerInnen ermöglicht, den eigenen Interessen nachzugehen. Manche Interessen werden erst durch den Besuch einer Bildungsveranstaltung geweckt.

Bildung in einem Bildungshaus wird von den Befragten als sehr positiv wahrgenommen: Sie gibt Raum zur Reflexion, Neu- und Umorientierung sowie die Möglichkeit sich mit anderen Menschen auszutauschen. Der persönliche und mitunter berufliche Gewinn durch den Aufbau von Netzwerken wird sehr geschätzt.

Viele gönnen sich in einem Bildungshaus eine Auszeit, als Ausgleich zum Alltag und beruflichen wie familiären Verpflichtungen.

Die Erweiterung des eigenen Horizonts und das sich auf Anderes/Andere einzulassen, nennen viele als Motiv und auch Nutzen, an non-formaler Bildung teilzunehmen. Man wird zum Quer- und Weiterdenken angeregt, kann sich mit anderen austauschen, geht reflektierter im Alltag mit Menschen und Themen um. Aktuelle gesellschaftliche, soziale, politische Probleme, die in manchen Regionen (beispielsweise in grenznahen Gebieten) besonders stark auf das alltägliche Leben wirken, können durch Information und aktive, partizipative Teilnahme an Veranstaltungen bearbeitet werden. Das Bildungsangebot der an der Studie beteiligten Bildungshäuser bietet die Möglichkeit, sich mit politischen Themen auseinanderzusetzen und politisch aktiv zu werden, abseits von Parteipolitik.

#### **Offene Fragen der befragten TeilnehmerInnen:**

Die interviewten KundInnen sind mit dem Angebot und den besuchten Kursen sehr zufrieden. So verwundert es nicht, dass sich einige der Befragten Gedanken darüber machen, wie man weitere Zielgruppen als neue KundInnen gewinnen kann, wie z.B. vermehrt Menschen mit Migrationshintergrund, NebenerwerbslandwirtInnen (Wochenendkurse), Jugendliche, Menschen mit Behinderung.

#### **Empfehlungen**

(basierend auf Ergebnissen der Studie und aktueller Literatur)

Für die gesamte Weiterbildungslandschaft gilt: Marketing/Bildungswerbung, Optimierung von Ambiente und Kooperationen sind drei Trends, die nicht mehr wegzudenken sind bzw. künftig noch mehr gefordert werden, um am Bildungsmarkt bestehen zu können.

#### **Marketing/Bildungswerbung**

Die MitarbeiterInnen machen sich Gedanken darüber, wie man noch mehr Menschen, insbesondere, die man schwer erreichen kann, für Bildung motivieren kann. Eine der pädagogischen MitarbeiterInnen empfiehlt, generell über Sprache und Begrifflichkeiten in Bezug auf Bildung zu reflektieren und sich diskursiv damit auseinanderzusetzen. KundInnen der Bildungshäuser werden vielfach über ein haupt- und/oder ehrenamtliches Engagement und/oder über Mundpropaganda auf ein Bildungshaus aufmerksam. Weitere KundInnen könnte man über zielgruppenspezifische Werbung ansprechen. Bildungswerbung ist und bleibt eine ständige Herausforderung an die Erwachsenenbildung, insbesondere auch für die Bildungshäuser. Dies betont auch eine der befragten MitarbeiterInnen: der Fokus einzelner Bildungshäuser müsse vielmehr auf professionelle Vermarktung gelegt werden.

#### **Optimierung von Ambiente**

Das Seminar beginnt, wenn man im Bildungshaus ankommt und hört auf, wenn man fährt, so hat es treffend eine der MitarbeiterInnen formuliert. Die **Qualität der Räume**, der **Umgebung** (auch in Bezug auf Freizeitmöglichkeiten) und der **Kulinarik** - all jene Faktoren die zum Wohlbefinden der TeilnehmerInnen beitragen, sind für die Gesamtzufriedenheit der KundInnen essentiell. So wie an die angebotenen Kurse werden auch an das Ambiente sehr hohe Erwartungen gestellt.

Viele der KundInnen erwarten sich insbesondere bei den Bildungshäusern, dass auch der Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung stimmt. In diesem Kontext geht es um Fragen der **Ressourcennutzung**

(Energie sparen, Ökologie in der Hauswirtschaft, Verwendung von Haushaltschemikalien, Ökologie im Büro, Mülltrennung- und -versorgung), der **Anreise** (Gibt es die Möglichkeit, mit öffentlichen Verkehrsmitteln zum Bildungshaus zu kommen? Werden Fahrgemeinschaften angedacht?) und der **Kulinarik** (werden regionale und fair gehandelte Produkte verwendet?). Horst Siebert unterstreicht diese, in dem er sehr klar formuliert: Das ökologische Bildungsangebot verliert an Glaubwürdigkeit, wenn man sich nicht institutionell im ökologische Vorbildlichkeit bemüht. Die Einrichtung, in der gelernt wird, ist Anwendungsfeld für das, was gelernt wird (vgl. Siebert, 1997, S.248)

Das kulinarische Angebot soll sich an die TeilnehmerInnen orientieren: Gibt es Diätküche? Ist die Küche zeitgerecht (leicht, gesundheitsbewusst)? Unterstützt das Essen Geist und Körper und erleichtert den Lernprozess (Ernährung soll wach halten und nicht ermüdend wirken)?

### **Vernetzung**

Der Trend in der Erwachsenenbildung geht verstärkt in die Richtung, sich institutionell in und außerhalb einer Region, quer durch mehrere Branchen zu vernetzen. Die Balance zwischen Konkurrenz und Kooperation (coopetition) erfolgreich als Organisation zu leben, ist eine der Herausforderungen, die sich Bildungshäuser bereits stellen und auch in Zukunft stellen werden müssen.

### **Barrierefreiheit**

Die Integration von Menschen mit Behinderung wird auch in der Erwachsenenbildung ein immer wichtigeres Thema, das zeigen einige Initiativen von Bildungs- und Forschungseinrichtungen in Österreich. Viele Bildungshäuser arbeiten bereits seit Jahren daran, so barrierefrei wie möglich zu sein und integrative Bildung anzubieten. Barrierefreiheit kommt vielen KundInnen zu Gute: älteren Menschen, Personen mit Kleinkindern, etc.

Um generell neue KundInnengruppen zu erreichen, wird man sich künftig immer mehr Fragen stellen wie: Wie gestaltet man Kurse, an denen Menschen mit unterschiedlichen Unterstützungsbedarfen teilnehmen? Wie gestaltet man in der Bildung das Miteinander von großen Unterschieden? Wie geht man als nichtbehinderter Mensch mit Behinderung um? Wie wird Integration/Inklusion in der Bildung selbstverständlich?

### **Inhalte**

Was sowohl von den MitarbeiterInnen als auch von den TeilnehmerInnen geschätzt wird, ist die Vielfalt im Angebot der Bildungshäuser, diese soll auch künftig erhalten bzw. noch weiter ausgebaut werden. Dennoch wird von manchen Bildungshäusern überlegt, ob man das künftige Angebot reduziert, um für bestimmte Schwerpunkte zu stehen und somit von den KundInnen klarer wahrgenommen zu werden. Spezielle, einzigartige Angebote machen für viele TeilnehmerInnen die Besonderheit eines Bildungshauses aus. So ist es ein besonderes Anliegen, dass auch manche Orchideenfächer, die oft nur wenige KundInnen ansprechen, weiterhin im Bildungsprogramm der Bildungshäuser zu finden sind.

Bei der Durchführung von Bildungsangeboten ist auf die didaktische und methodische Gestaltung zu achten. **Freude und Spaß** sind wesentliche Faktoren in der Bildung. Dass KundInnen mit dem Bildungsangebot zufrieden sind, sind Vorkehrungen auf mehreren Ebenen zu treffen: Die Räumlichkeiten spielen genauso eine Rolle wie kompetente, freundliche MitarbeiterInnen und professionelle ReferentInnen. Strukturierte Seminare und gute Seminarunterlagen werden von den KundInnen sehr geschätzt. Von der zeitlichen Gestaltung ist auch weiterhin darauf zu achten, dass es genügend Möglichkeiten gibt, sich in mit den anderen auszutauschen, sei es im Rahmen des Kurses oder auch informell in den Pausen. Hier zeichnen sich Bildungshäuser insbesondere dadurch aus, dass Weiterbildung und Leben im Bildungshaus stark miteinander verknüpft werden. Sichtbar wird dies in der Dauer vieler Veranstaltungen und im Einsatz von neuen Lehr- und Lernformen in der Erwachsenenbildung.

**Themen** in der Zukunft sind neben den berufsspezifischen Inhalten, die sich je nach Bedarf in der Gesellschaft verändern und weiter entwickeln werden:

- Familie, Erziehung
- Persönlichkeitsbildung
- Gesundheitsbildung
- Sprachen und interkulturelle Kompetenzen
- Informations- und Kommunikationstechnologie
- Nachhaltige Bildung

**Medien** rund um das Internet werden auch für die Bildungshäuser künftig immer interessanter. Ob es darum geht, Wissen als Podcast in kleine Häppchen verpackt den KundInnen zusätzlich zu Kursen anzubieten, um Lernen auch in den Nischen des Alltags möglich zu machen (Lernen durch Hören: im Haushalt, im Auto etc.). Oder darum, partizipatives und kollaboratives Lernen zu forcieren, in dem man bereits im Rahmen eines Seminars mit Instrumenten des Web 2.0 arbeitet.

## Literatur

- Barz, Heiner: Innovation in der Weiterbildung. Was Programmverantwortliche heute wissen müssen. Augsburg, 2006
- Brünig, Gerhild/Kuwan, Helmut: Benachteiligte und Bildungsferne – Empfehlungen für die Weiterbildung. Bielefeld, 2002
- Klemm, Ulrich: Die „Lernende Region“ – Entwicklung von Netzwerken als Leitidee für regionale Bildungsarbeit. 2002
- Nuissl, Ekkehard: Weiterbildung der Zukunft. Bonn, 2000. Download am 27. März 2008: [http://www.die-frankfurt.de/esprid/dokumente/doc-2001/dieforum\\_nuissl\\_01.htm](http://www.die-frankfurt.de/esprid/dokumente/doc-2001/dieforum_nuissl_01.htm)
- Nuissl, Ekkehard et al.: Regionale Bildungsnetze. Bielefeld, 2006
- Siebert, Horst: Didaktisches Handeln in der Erwachsenenbildung. Didaktik aus konstruktivistischer Sicht. Neuwied, Kriftel, Berlin, 1997
- Siemens, George: Learning and Knowing in Networks. Changing Roles for Educators and Designers. 2008, Download am 27. März 2008: [http://www.weiterbildungsblog.de/archives/cat\\_trends\\_in\\_der\\_weiterbildung.html](http://www.weiterbildungsblog.de/archives/cat_trends_in_der_weiterbildung.html)
- Thien, Klaus: Instrumente Lernender Regionen. In: Lernende Regionen – Neue Chancen für den ländlichen Raum. Wien, 2006, als Download auf der Website des ÖIEB

## Links

<http://www.bildungserver.de/innovationsportal/index.html>  
<http://www.erwachsenenbildung.at>  
<http://www.weiterbildungsblog.de>