

Barbara Getto

Anreize für E-Learning

**Eine Untersuchung zur nachhaltigen
Verankerung von Lerninnovationen
an Hochschulen**

vwh

Verlag Werner Hülsbusch
Fachverlag für Medientechnik und -wirtschaft

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort und Dank	5
1	Einleitung	11
1.1	Potenziale von E-Learning	11
1.2	E-Learning als Instrument für hochschulübergreifende Lehre	12
1.3	Dissemination und nachhaltige Verankerung von Lerninnovationen	14
1.4	Problemstellung	15
1.5	Vorgehen	18
2	Maßnahmen zur Implementierung von E-Learning an Hochschulen	19
2.1	Entwicklung von E-Learning-Strategien	20
2.2	Maßnahmen zur Förderung von hochschulübergreifendem E-Learning	25
2.2.1	Entwicklung von E-Learning-Veranstaltungen in der Virtuellen Hochschule Bayern	26
2.2.2	Förderung hochschulübergreifender E-Learning-Veranstaltungen in der Universitätsallianz Metropole Ruhr	27
2.3	Herausforderungen einer nachhaltigen Verankerung von E-Learning-Innovationen	28
2.4	Zusammenfassung	31
3	Die Hochschule im Kontext organisationstheoretischer Überlegungen	33
3.1	Definition und Merkmale	34
3.1.1	Der Organisationsbegriff	34
3.1.2	Klassifizierungsmerkmale von Organisationen	35
3.2	Organisationstypologisierung nach MINTZBERG	37
3.3	Ansätze zur Klassifikation der Organisation Hochschule	40
3.3.1	Profibürokratien	41
3.3.2	Loosely Coupled Systems	42
3.3.3	Organisierte Anarchien	44

3.4	Hochschulspezifische organisationale Rahmenbedingungen	45
3.4.1	Aufbauorganisation von Hochschulen	45
3.4.2	Charakteristika der Organisationsmitglieder	48
3.4.3	Das Verhältnis von Lehre und Forschung	50
3.4.4	Die Rolle politischer Regulierung	52
3.4.5	Steuerungsmöglichkeiten an Hochschulen	54
3.5	Zusammenfassung	55
4	Handlungsmotive Hochschullehrender und ihre Bedeutung für die Gestaltung von Anreizen	57
4.1	Definition und Merkmale	58
4.1.1	Motivation	58
4.1.2	Motive	59
4.2	Motivationstheorien	60
4.2.1	Inhaltsorientierte Theorien	60
4.2.2	Prozessorientierte Theorien	64
4.3	Überlegungen zur Differenzierung intrinsischer und extrinsischer Motivation	66
4.3.1	Die Gefahr der Korrumpierung intrinsischer Motivation durch extrinsische Anreize	68
4.3.2	Selbstbestimmung als wesentlicher Faktor zur Erhaltung intrinsischer Motivation	70
4.3.3	Integration extrinsischer Motive in das eigene Selbstkonzept durch Internalisierung	72
4.4	Überlegungen zur Gestaltung von Anreizen	76
4.4.1	Definition und Merkmale von Anreizen	76
4.4.2	Klassifizierung von Anreizen	77
4.5	Einflussfaktoren auf die Wirksamkeit von Anreizen	79
4.6	Funktion und Formen von Anreizen in der Organisation Hochschule	82
4.7	Leistungsorientierte Mittelverteilung	83
4.8	Zusammenfassung	85
5	Spezifizierung der Forschungsfragen	87
6	Forschungsdesign	91
6.1	Grundsätzliche Überlegungen	91
6.2	Instrument	92
6.3	Methodische Herangehensweise	93

6.3.1	Entwicklung eines theoretischen Vorverständnisses	93
6.3.2	Auswahl der Interviewpartnerinnen und -partner	94
6.3.3	Datenquellen und Erhebungsmethode	96
6.4	Fragen zu Anreizen und Hemmnissen	97
6.5	Fragen zur Motivation	97
6.6	Fragen zu Hemmnissen	99
6.7	Fragen zu Anreizen	101
6.8	Fragen zur individuellen Einschätzung der Bedeutung der Qualität der Lehre für das berufliche Fortkommen	102
6.9	Analyse der Leitfadeninterviews	103
6.10	Kategorien im Codierleitfaden	105
6.11	Kategorienschema zur Auswertung der Aussagen	107
6.12	Systematisierung der Aussagen	109
7	Darstellung der Ergebnisse der Interviews	111
7.1	Aussagen zur Motivation	111
7.1.1	Aussagen zu Innovationsfreude	113
7.1.2	Aussagen zu monetären Aspekten	114
7.1.3	Aussagen zum Ansehen	116
7.1.4	Aussagen zur Verbesserung der Karrierechancen	118
7.1.5	Aussagen zum E-Learning Interesse	119
7.1.6	Aussagen zur studentischen Perspektive	120
7.1.7	Aussagen zur Weiterbeteiligungsabsicht	122
7.2	Zusammenfassung der Aussagen zur Motivation	123
7.3	Aussagen zu Hemmnissen	125
7.3.1	Aussagen zur Mehrarbeit	127
7.3.2	Aussagen zu fehlenden Informationen	129
7.3.3	Aussagen zur Erfahrung im Bereich E-Learning	130
7.3.4	Aussagen zur Intransparenz des Verfahrens	131
7.3.5	Aussagen zur verminderten Selbstbestimmung	132
7.3.6	Aussagen zu verstärkten Kontrollmöglichkeiten	134
7.3.7	Aussagen zu Studierendenzahlen	135
7.3.8	Aussagen zu personellen Kürzungen	137
7.4	Zusammenfassung der Aussagen zu Hemmnissen	138
7.5	Aussagen zu Anreizen	141
7.5.1	Aussagen zu zweckgebundenen Mitteln	143
7.5.2	Aussagen zu freiverfügbaren Mitteln	146
7.5.3	Aussagen zu beruflichen Vergünstigungen	148

7.5.4	Aussagen zu individuellen Vergünstigungen	151
7.6	Aussagen zur individuellen Einschätzung der Bedeutung der Lehre	153
7.6.1	Aussagen zum Stellenwert der Lehre	153
7.6.2	Aussagen zur Einstellung zu Lehre	156
7.6.3	E-Learning-spezifische Aussagen	157
7.7	Zusammenfassung der Aussagen zu Anreizen und zum Stellenwert der Lehre	158
7.8	Varianten motivationaler Reaktionsmuster auf extrinsische Anreize	160
7.9	Zentrale Ergebnisse	164
8	Interpretation der Ergebnisse	165
9	Anreize für hochschulübergreifendes E-Learning	173
9.1	Die Rolle monetärer Anreize	174
9.2	Förderung der Identifikation	175
9.3	Entwicklung eines Anreiz- und Maßnahmenportfolios	176
9.4	Umsetzung der Anreize und Maßnahmen	178
9.4.1	Ability: Unterstützende Maßnahmen, Befähigung, Support und Bereitstellung	178
9.4.2	Attraction: Anreize, die eine Partizipation für Hochschullehrende attraktiv gestalten	180
9.4.3	Affordance: Maßnahmen, die eine Organisationskultur etablieren, die als Handlungsaufforderung funktionieren	181
10	Diskussion und Ausblick	183
	Literaturverzeichnis	187
	Anhang	199
	Interviewleitfaden	199
	Abbildungsverzeichnis	202
	Tabellenverzeichnis	204