



Kooperation und Kompromiss. Handlungs- und Beziehungslogiken der Zusammen- arbeit in der wissenschaftlichen Weiterbildung

Matthias Alke

Humboldt-Universität zu Berlin

Eröffnungsvortrag auf der Jahrestagung der DGWF

16. September 2021

Einführung

- Vielfältige Erscheinungsformen und Anlässe von Kooperationen in der wissenschaftlichen Weiterbildung (Überblick: Maschwitz 2019; Sweers 2020)
- Kooperation als polyvalentes Handeln und berufsethische Norm (Jütte 2002)
- Kooperation beruht auf unterschiedlichen Handlungslogiken, die bislang wenig thematisiert wurden.
- These: Im Verständnis differenter Logiken liegt eine Voraussetzung für die professionelle Ausgestaltung von Kooperationen und Kompromissen.

Einführung

- Mikroanalytische Perspektive auf Handlungslogiken auf der Grundlage konventionentheoretischer Ansätze (Boltanski & Thévenot 2007; Diaz-Bone 2015)
- Akteure stützen sich auf Konventionen, um sich angesichts der prinzipiellen Komplexität von Situationen zu koordinieren.
- Konventionen sind historisch gewachsene, sozio-kulturell verankerte Handlungslogiken, die Akteuren einen interpretativen Rahmen für die Bewertung und Koordination von Handlungen bereitstellen (Diaz-Bone 2011, S.23)

Gliederung

1. Kooperationen aus konventionentheoretischer Sicht
2. Macht und Kompromisse in Kooperationen
3. Organisationaler Umgang mit unterschiedlichen Konventionen
4. Fazit

1. Kooperationen aus konventionentheoretischer Sicht

- Soziologie der Konventionen als analytische Forschungsperspektive (Diaz-Bone 2015; Imdorf, Leemann & Gonon 2019)
- Akteure sind in der Lage unterschiedliche Konventionen zu gebrauchen und Kompromisse herzustellen.
- Pluralität von Konventionen als situative Handlungsressource.
- Historische Diskursanalysen und weitere Studien: Übergreifende, idealtypische Konventionen (Boltanski & Thévenot 2007; Boltanski & Chiapello 2003; Diaz-Bone 2015)
- Jeder Konvention obliegen spezifische Wertigkeiten und Handlungslogiken, die für sich Allgemeingültigkeit beanspruchen.



Markt- konvention

Preis, Wettbewerb,
Kund*innen-
orientierung



Industrielle Konvention

Effizienz,
Standardisierung,
Kompetenz



Häusliche Konvention

Nähe, Vertrautheit,
Tradition,
Fürsorge



Staatsbürgerliche Konvention

Solidarität,
Partizipation,
Fairness



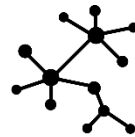
Konvention der Reputation

Bekanntheit,
Ruhm, Popularität,
Image



Konvention der Inspiration

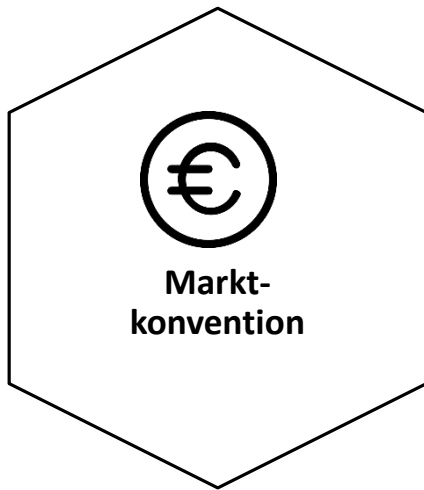
Kreativität,
Innovation,
Berufung



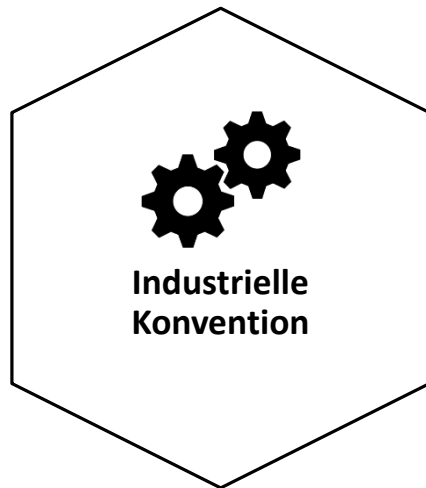
Netzwerk- konvention

Vernetzung,
Flexibilität,
Kommunikations-
fähigkeit

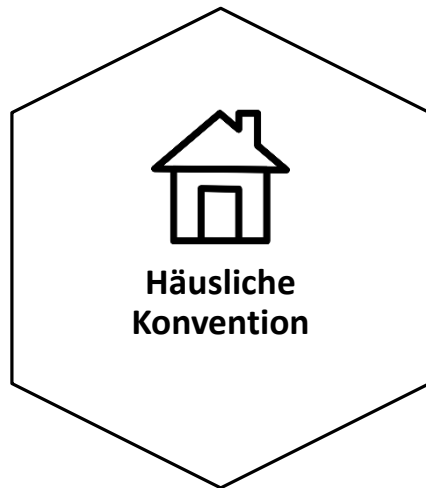
...



- Prinzipien: Preis, Wettbewerb
Kund*innenorientierung
- Beziehungslogik: strategisch, Geschäfts-
beziehung, Konkurrenz
- Zeitperspektive: kurzfristig, aktueller Preis
- Kooperation unter Wettbewerbsbedingungen
(z.B. Maschwitz 2014)



- Prinzipien: Effizienz, Planbarkeit, Standardisierung, Kompetenz, Expertise
- Beziehungslogik: hierarchisch-funktional
- Zeitperspektive: eher langfristig
- strategisch-formalisierte, vertraglich fixierte Kooperationen (z.B. Feld 2011)
- Kooperationsmanagement als Kompetenz (z.B. Dollhausen & Mickler 2012)



- Prinzipien: Nähe, Vertrautheit, Tradition, Fürsorge, Zugehörigkeit
- Beziehungslogik: persönlich, hierarchisch-traditional
- Zeitperspektive: traditionsbezogen, langfristige Beziehungen
- Kooperation im Nachbereich, kollegial/lokal
- Kooperationen in Verbänden, Professionsgemeinschaften (z.B. Alke 2015)



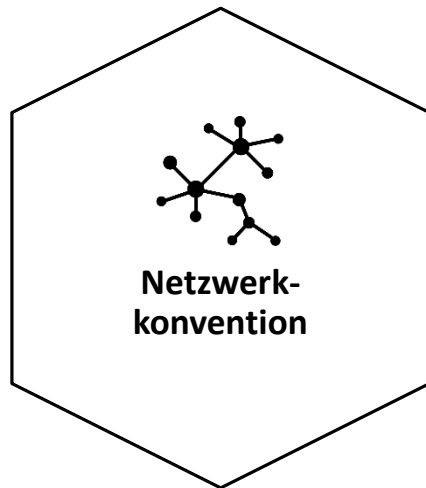
- Prinzipien: Solidarität, Partizipation, Fairness, Teilhabe, Chancengleichheit, kollektive Interessen
- Beziehungslogik: legal, gleichwertig
- Zeitperspektive: langfristig
- Gesetzliche Kooperationsgebote
- Kommunale Bildungsnetzwerke, Öffnung der Hochschulen



- Prinzipien: Bekanntheit, Prominenz, Image, Popularität
- Beziehungslogik: Reputation beruht auf Anerkennung
- Zeitperspektive: Kurz- und Mittelfristig, Vergänglichkeit
- Reputation als Ressource von Hochschulen für Kooperation
- Kooperation mit bekannten Partnern, z.B. Stiftungen, Unternehmen, Verbänden (z.B. Fischer & Senn 2017; Rübken 2007).



- Prinzipien: Kreativität, Innovation, Motivation, Verwirklichung, Berufung
- Beziehungslogik: Glaube an Innovativität
- Zeitperspektive: Auf das Hier und Jetzt bezogen
- Kooperation als Impulsgeber und Motor für Innovationen
- Kooperation mit Wissenschaftler*innen



- Prinzipien: Vernetzung, Flexibilität, Kommunikationsfähigkeit, Mobilität
- Beziehungslogik: Temporär, aber reaktivierbar
- Zeitperspektive: befristet
- Projektkooperationen (z.B. Bienzle et al. 2007)

2. Macht und Kompromisse in Kooperationen

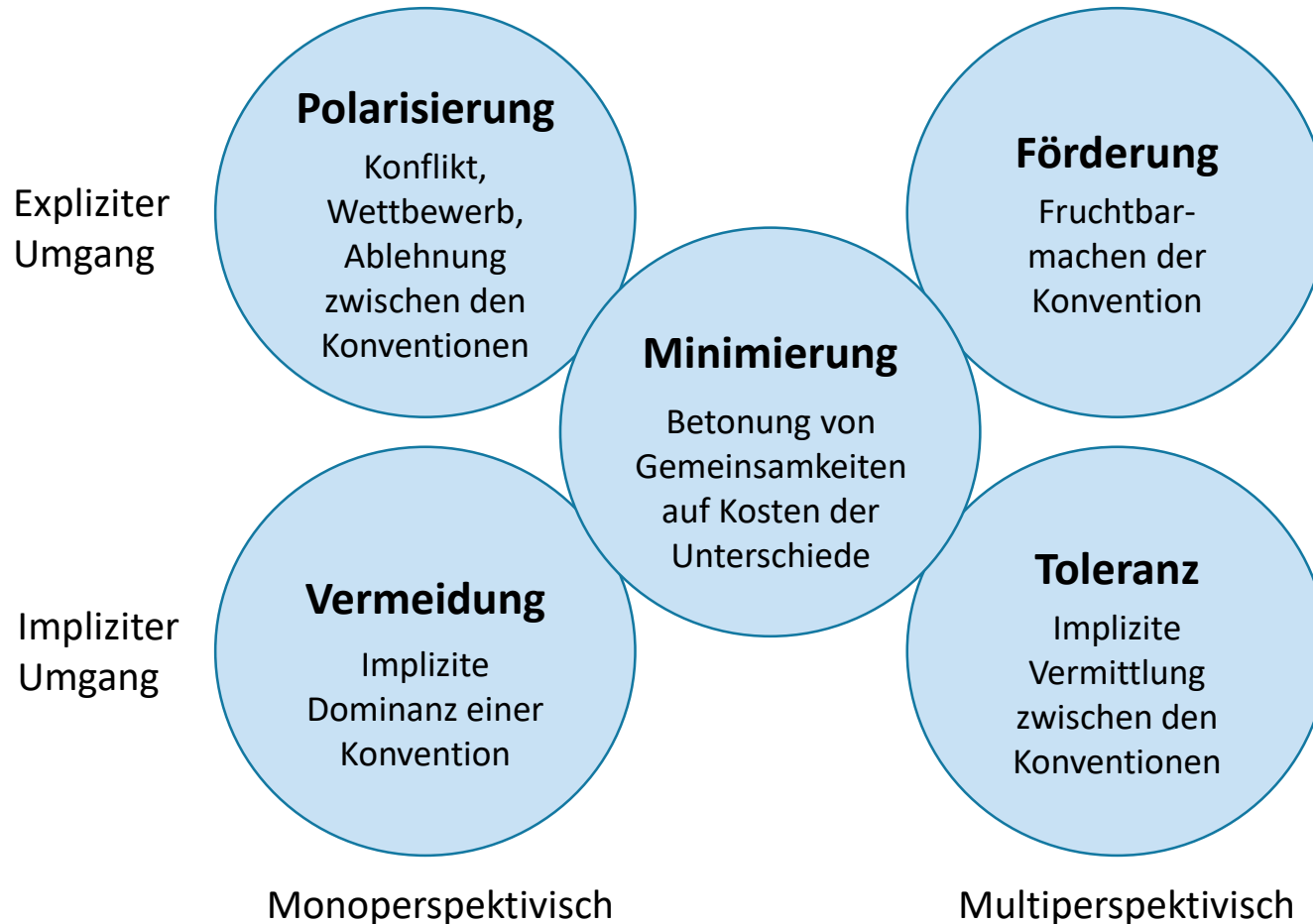
- Konventionen sind in Objekte, Standards und Verfahren eingeschrieben, wodurch sie stabilisiert und verallgemeinert werden (Diaz-Bone 2015)
- Divergierende Konventionen können dadurch kompromisshaft vereint werden.
- „Form-Investitionen“ von Konventionen ermöglichen Entlastung und ein Vertrauen in das Etablierte. Alternativen werden verdrängt.
- In kritischen Situationen können Alternativen jedoch an die Oberfläche geraten und zu neuen Aushandlungen führen (Thèvenot 2011)
- Machtpotentiale ergeben sich aus den „Form-Investitionen“ oder spezifischen Ressourcen von Akteuren, z.B. Reputation.

3. Organisationaler Umgang mit unterschiedlichen Konventionen

- Organisationen als „compromising devices“ (Thévenot 2001)
- Herausbildung von „mehrheitsbewältigenden Strukturen“, um Widersprüche und Konflikte von Konventionen (dauerhaft) zu überbrücken (Knoll 2015)
- Organisationen der wissenschaftlichen Weiterbildung an der „Grenzstelle“: Vielfältige Handlungslogiken durch die interne und externe Kooperationen?
- Wie gehen Organisationen mit unterschiedlichen Konventionen um?

Organisationaler Umgang mit unterschiedlichen Konventionen

(in Anlehnung an Rüegg-Stürm, Schendler & Schumacher 2015)



4. Fazit

Potential des konventionentheoretischen Zugangs:

- Perspektivverschiebung auf die Heterogenität von Handlungslogiken
- Akteure sind kompetent im Umgang mit Handlungslogiken
- Beitrag zum Fremdverstehen und zur Erklärung von Kräfteverhältnissen und zur Machttektonik in Kooperationen

- Kooperation und Kompromiss sind keine Norm, sondern Varianten.
- Im Verständnis differenter Logiken liegt eine Voraussetzung für die professionelle Ausgestaltung von Kooperationen und Kompromissen.

Schluss

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Literatur

Alke, M. (2015). *Verstetigung von Kooperation. Eine Studie zu Weiterbildungsorganisationen in vernetzten Strukturen*. Wiesbaden: Springer VS.

Alke, M., & Jütte, W. (2018). Vernetzung und Kooperation in der Weiterbildung. In R. Tippelt & A. von Hippel (Hrsg.), *Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung* (6., überarb. und aktual. Aufl., S. 605–621). Wiesbaden: Springer VS.

Boltanski, L., & Chiapello, È. (2003). *Der neue Geist des Kapitalismus. Édition discours: Vol. 30*. Konstanz: UVK-Verl.-Ges.

Boltanski, L., & Thévenot, L. (2007[1991]). *Über die Rechtfertigung: Eine Soziologie der kritischen Urteilskraft*. Hamburg: Verlag des Hamburger Instituts für Sozialforschung.

Diaz-Bone, R. (2011). Einführung in die Soziologie der Konventionen. In R. Diaz-Bone (Hrsg.), *Soziologie der Konventionen: Grundlagen einer pragmatischen Anthropologie* (S. 9–42). Frankfurt am Main [u.a.]: Campus-Verlag.

Literatur

Diaz-Bone, R. (2015). *Die "Economie des conventions": Grundlagen und Entwicklungen der neuen französischen Wirtschaftssoziologie*. Wiesbaden: Springer VS.

Diaz-Bone, R., & Thévenot, L. (2010). Die Soziologie der Konventionen: Die Theorie der Konventionen als ein zentraler Bestandteil der neuen französischen Sozialwissenschaften. *Trivium*, 5. <http://trivium.revues.org/3557>. Zugegriffen: 01. Juni 2021.

Dollhausen, K., & Mickler, R. (2012). *Kooperationsmanagement in der Weiterbildung*. Bielefeld: Bertelsmann.

Feld, T. C. (2011). *Netzwerke und Organisationsentwicklung in der Weiterbildung*. Bielefeld: wbv.

Fischer, A., & Senn, P.T. (2007). Kooperationen als Profilierungschance in der wissenschaftlichen Weiterbildung. In A. Hanft & A. Simmel (Hrsg.), *Vermarktung von Hochschulweiterbildung. Theorie und Praxis* (S. 27–36). Münster u.a.: Waxmann.

Imdorf, C. & Leemann, R. J. & Gonon; P. (Hrsg.) (2019). *Bildung und Konventionen: Die 'Économie des conventions' in der Bildungsforschung* Wiesbaden: VS Springer.

Literatur

Imdorf, C. & Leemann, R. J. & Gonon; P. (Hrsg.) (2019). *Bildung und Konventionen: Die 'Économie des conventions' in der Bildungsforschung* Wiesbaden: VS Springer.

Jütte, W. (2002). *Soziales Netzwerk Weiterbildung. Analyse einer lokalen Institutionenlandschaft*. Bielefeld: wbv.

Knoll, L. (2015). Einführung: Organisationen und Konventionen. In L. Knoll (Hrsg.), *Organisationen und Konventionen: Die Soziologie der Konventionen in der Organisationsforschung* (S. 9–34). Wiesbaden: Springer VS.

Manger, D. (2009): *Innovation und Kooperation. Zur Organisierung eines regionalen Netz-werks*. Bielefeld: transcript Verlag.

Maschwitz, A. (2014). *universitäten unternehmen kooperationen*. Münster: MV-Verlag.

Maschwitz, A. (2019). Kooperationen in der wissenschaftlichen Weiterbildung. Beweggründe, Tendenzen und Ansätze der Professionalisierung. In R. Arnold, M. Lermen & M. Rohs (Hrsg.), *Wissenschaftliche Weiterbildung als Zukunftsstrategie. Konzepte und Erfahrungen der TU Kaiserslautern* (203-228). Baltmannsweiler: Schneider Verl. Hohengehren.

Literatur

Röbken, H. (2007). Die Rolle der Hochschulreputation bei der Vermarktung von Weiterbildung. In A. Hanft & A. Simmel (Hrsg.), *Vermarktung von Hochschulweiterbildung. Theorie und Praxis* (S. 13–25). Münster u.a.: Waxmann.

Rüegg-Stürm, J., Schendler K. & Schumacher, T. (2015). Multirationales Management. Fünf Bearbeitungsformen für widersprechende Rationalitäten in Organisationen. *OrganisationsEntwicklung* Nr.2/2015, 4-11.

Sweers, F. (2019). *Kooperationen in der wissenschaftlichen Weiterbildung*. In W. Jütte & M. Rohs (Hrsg.), *Handbuch Wissenschaftliche Weiterbildung* (S.537-552). Wiesbaden: Springer VS.

Thévenot, L. (2001). Organized Complexity. Conventions of Coordination of Economic Arrangements. *European Journal of Social Theory*, 4(4), 405–425.

Thévenot, L. (2011). An interview with Laurent Thévenot: On engagement, critique, commonality, and power. *European Journal of Social Theory*, 14(3), 383–400.



Kontakt

Jun.-Prof. Dr. Matthias Alke

Humboldt-Universität zu Berlin

Kultur-, Sozial- und Bildungswissenschaftliche Fakultät Institut für Erziehungswissenschaften

Abt. Erwachsenenbildung/Weiterbildung

Sitz: Geschwister-Scholl-Str. 7

10117 Berlin

Tel: +49 30 2093 66499

e-Mail: Matthias.Alke@hu-berlin.de

Internet: <http://ebwb.hu-berlin.de>