

## Ausgabe vom März 2000

### Betriebliche Weiterbildung mit Multimedia auch bei KMU gefragt

*(Essen/Hamburg) Kleine und mittlere Unternehmen setzen bei der betrieblichen Weiterbildung zunehmend auf multimediale Lernmittel: Nach einer jetzt veröffentlichten Studie, die im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie von der MMB Michel Medienforschung und Beratung in Kooperation mit dem PSEPHOS-Institut durchgeführt wurde, verwenden heute bereits 24 Prozent der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland multimediale Lernmittel für die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter. 7 Prozent der Unternehmen mit 50 bis 1.000 Beschäftigten nutzen schon das Inter- oder Intranet für computergestütztes Lernen.*

Die Qualität der betrieblichen Weiterbildung wird für Unternehmen zum Schlüssel für wirtschaftlichen Erfolg. Infolge immer kürzerer Innovationszyklen stehen deutsche Firmen daher vor der Herausforderung, den wachsenden Bedarf an Weiterbildungsangeboten durch einen zielgerichteten Einsatz neuer Technologien schnell und kosteneffizient zu decken.

Die Verwendung des Computers als Lernplattform hat sich in jüngster Zeit als ein vielversprechender Ansatz empfohlen: hierin liegen große organisatorische, ökonomische und pädagogische Optimierungspotentiale - auch für kleine und mittlere Unternehmen. Mit der vorliegenden Untersuchung wird zum ersten Mal eine Analyse der Nutzung sowie der fördernden und behindernden Faktoren für den Einsatz multimedialer Lernapplikationen auf breiter empirischer Basis vorgenommen.

Die Studie wurde im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie von der MMB Michel Medienforschung und Beratung, Essen, zusammen mit dem PSEPHOS-Institut, Hamburg, in der zweiten Hälfte des Jahres 1999 durchgeführt. Ziel der Untersuchung war es, Zukunftsperspektiven und Potentiale für das computer- und netzgestützte Lernen in Unternehmen mit 50 bis 1.000 Mitarbeitern zu ermitteln. Verantwortlich für das Projektmanagement war auf Seiten des Auftraggebers das DLR (Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt) in Köln-Porz. Aus dem privatwirtschaftlichen Bereich konnten Microsoft Deutschland und die mediadesign akademie GmbH als Partner gewonnen werden.

Die Ergebnisse der jetzt veröffentlichten Studie basieren in erster Linie auf einer repräsentativen telefonischen Unternehmensbefragung in 800 kleinen und mittleren Unternehmen. Zusätzlich wurden 13 Experteninterviews mit Branchenfachleuten und 16 explorative Fallstudien in ausgewählten Unternehmen realisiert.

Zentrale Ergebnisse der Studie sind im folgenden kurz skizziert. Den kompletten Kurzbericht zur Studie mit Detailanalysen und weitergehenden Informationen können Sie hier herunterladen, oder beim Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt, Herrn Dr. Thomas Wahl, Linder Höhe, 51147 Köln als Broschüre beziehen.

---

### Zentrale Ergebnisse der Studie „Zukunftsperspektiven multimedialen Lernens in kleinen und mittleren Unternehmen“

- Der hohe Stellenwert der betrieblichen Weiterbildung ist den 800 befragten Unternehmen bewusst: Für den Standort Deutschland generell wird ihre Bedeutung von 86 Prozent als sehr groß oder groß eingeschätzt; der Qualifizierung der Mitarbeiter im eigenen Unternehmen wird immerhin von 65 Prozent eine (sehr) große Relevanz beigemessen.
- Etwa ein Viertel (24 Prozent) der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) lernt bereits heute multimedial. Computergestützte Aus- und Weiterbildungskonzepte sind damit verbreiteter als bislang vielfach angenommen. Weitere 17 Prozent der Betriebe geben an, den Einsatz multimedialer Lernmittel derzeit zu planen oder in Erwägung zu ziehen. Das aktuelle Potenzial für computergestütztes Lernen umfaßt somit insgesamt 41 Prozent der kleinen und mittleren Unternehmen.

## Struktur des Anwendermarktes multimedialer Lernmittel für die betriebliche Weiterbildung

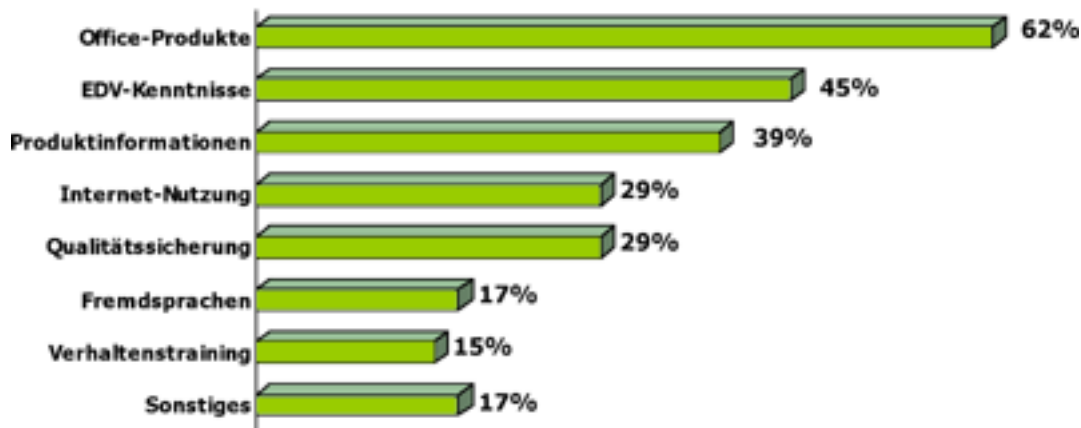


Quelle: MMB Michel Medienforschung und Beratung/PSEPHOS; repräsentative Befragung von kleinen und mittleren Unternehmen; Oktober 1999; insgesamt 800 Fälle

- Netzgestütztes Lernen ist in KMU allerdings noch nicht sehr weit verbreitet. Nur 7 Prozent aller befragten Unternehmen nutzen bereits Online-Lernapplikationen, weitere 8 Prozent planen oder erwägen den Einsatz. Während 84 Prozent der gegenwärtig schon mit Multimedia lernenden Firmen Offline-Anwendungen auf CD-ROM einsetzen, nutzen lediglich 14 Prozent von ihnen Online-Lernapplikationen im Internet oder Intranet, knapp ein Viertel (23%) setzt auf Hybridversionen (CD-ROM mit Internet-Anbindung).
- Höher ist der Innovationsgrad bei der "zweiten Generation" der multimedial Lernenden, also derjenigen, die den Einsatz für die nähere Zukunft planen oder in Erwägung ziehen; hier spielt netzgestütztes Lernen schon eine deutlich wichtigere Rolle (21% Internet/Intranet; 46% CD-ROM mit Internet-Anbindung).
- Unternehmen, die ihre Mitarbeiter online lernen lassen, sind im Vergleich besonders weiterbildungsaktiv. Sie zeichnen sich durch ausdifferenzierte Weiterbildungskonzepte aus und zeigen eine größere Bereitschaft, in Weiterbildung zu investieren. Der Anteil der Unternehmen, die mehr als 2 Prozent des Jahresumsatzes für die betriebliche Weiterbildung ausgeben, beträgt beispielsweise bei den online Lernenden 19 Prozent (beim Durchschnitt der Multimedia-Nutzer insgesamt liegt dieser Wert bei lediglich 11%).
- Die EDV-Nähe einer Branche spielt keine zentrale Rolle bei der Entscheidung für computergestützte Lernmittel. Unternehmen, die sich für diese moderne Art des Lernens entschieden haben, sind in allen Branchen zu finden.
- Im Mittelpunkt des multimedialen Lernens steht derzeit der Erwerb von Computer-Kompetenzen. Lernprogramme, die den Umgang mit dem Computer selbst sowie mit bestimmten Standardanwendungen vermitteln, werden weitaus häufiger eingesetzt als Software zu berufsnahen Spezialthemen:

## Multimediale Lernmittel - wofür werden sie eingesetzt?

(nur Unternehmen, die multimediale Lernmittel einsetzen oder deren Einsatz planen bzw. erwägen)



Quelle: MMB Michel Medienforschung und Beratung/PSEPHOS; repräsentative Befragung von kleinen und mittleren Unternehmen; Oktober 1999; insgesamt 800 Fälle

- Die Kosten multimedialer Lernumgebungen sind kein entscheidendes Hindernis für ihre Einführung. Für Unternehmen, die sich gegen netzgestütztes Lernen entscheiden, zählen die Kosten nicht zu den wichtigsten Gegenargumenten.
- Zu den Vorteilen multimedialen Lernens wird von den Nutzern mit 72 Prozent die Möglichkeit des selbstgesteuerten Lernens am häufigsten gezählt. Zeit- bzw. Kosteneinsparungen rangieren als Motiv deutlich dahinter (59% bzw. 47%). Die Kombination verschiedener Medien- und Präsentationsformen heben 43 Prozent als vorteilhaft hervor. Weitere 42 Prozent sehen die Chance, mit multimedialen Lernapplikationen ihre Trainer zu entlasten, als einen wesentlichen Vorzug computergestützter Lernmittel.
- In Unternehmen, die sich multimedialen Lernmittel öffnen, nimmt der Arbeitsplatz als Lernort – anders als bei der Weiterbildung generell – einen höheren Rang für die Qualifizierung der Mitarbeiter ein: 58 Prozent der Firmen, die multimediale Lernmittel einsetzen, nennen den Arbeitsplatz als wichtigsten Lernort. Die bei "klassischen" Lernformen dominierenden Schulungsräume verlieren an Bedeutung. Externe Einrichtungen scheinen sogar fast völlig obsolet zu werden. Ihnen wird durch den Einsatz der neuen Technologie sogar von der Wohnung der Mitarbeiter der Rang als wichtigster Lernort abgelaufen (so in 7 % der Unternehmen, die bereits multimediales Lernen nutzen, sowie in 9 % derjenigen, die das vorhaben).
- Die Zufriedenheit mit dem Einsatz multimedialer Lernmittel ist groß: Zwei Drittel der Nutzer dieser Tools (66%) geben an, ihre Erwartungen seien erfüllt worden, für 15 Prozent kommt die Frage zu früh, 12 Prozent sind bislang nur teilweise zufrieden. Lediglich 1 Prozent der Nutzer äußert sich enttäuscht
- Und nicht zuletzt: Die Akzeptanz der neuen Lernmittel bei den Mitarbeitern wird als sehr hoch eingeschätzt. Ein Drittel der befragten Unternehmen bewertet die Akzeptanz mit "sehr gut", mehr als die Hälfte mit "gut". Die Note "sehr schlecht" wird kein einziges Mal vergeben.

---

### Themen der kommenden Ausgabe

- AV-Medien NRW - Arbeitsmarkt und Qualifizierung: Trendbericht 2000
- Weiterbildungsverhalten von Freiberuflern in den AV-Medien

Trendmonitor März 2000

© Copyright 2000 MMB - Michel Medienforschung und Beratung.