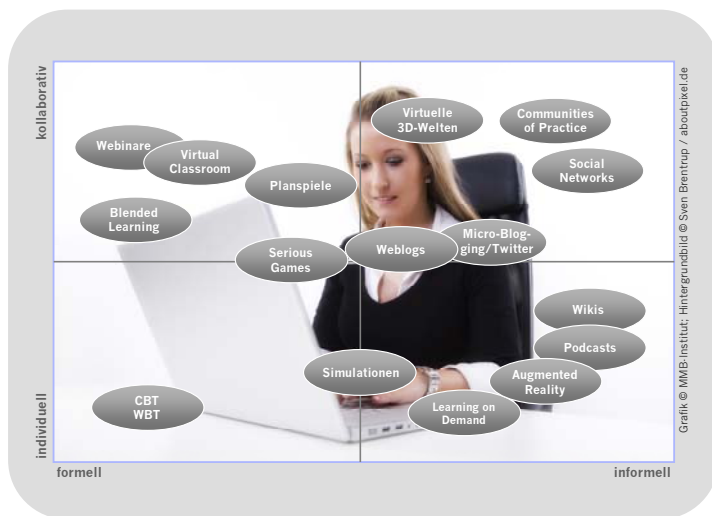


# Weiterbildung und Digitales Lernen heute und in drei Jahren: Mobile und vernetzte Szenarien im Aufwind

Ergebnisse der Trendstudie *MMB Learning Delphi 2011*



## MMB-Trendmonitor II/2011



Im *MMB-Trendmonitor* präsentiert das MMB-Institut in unregelmäßiger Folge Ergebnisse aus eigenen Forschungsarbeiten, die an der Nahtstelle von Medien und Qualifikation für eine breitere Öffentlichkeit besonders interessant sind. Die Themen berühren dabei Qualifikationsbedarfs- und Berufsforschung, Medien- und Arbeitsmarktforschung, Digitales Lernen, Erkenntnisse aus laufender Begleitforschung und Evaluation sowie Standortanalysen. Wenn Sie in Zukunft den *MMB-Trendmonitor* kostenlos erhalten möchten, schicken Sie uns eine E-Mail an: [trendmonitor@mmb-institut.de](mailto:trendmonitor@mmb-institut.de)

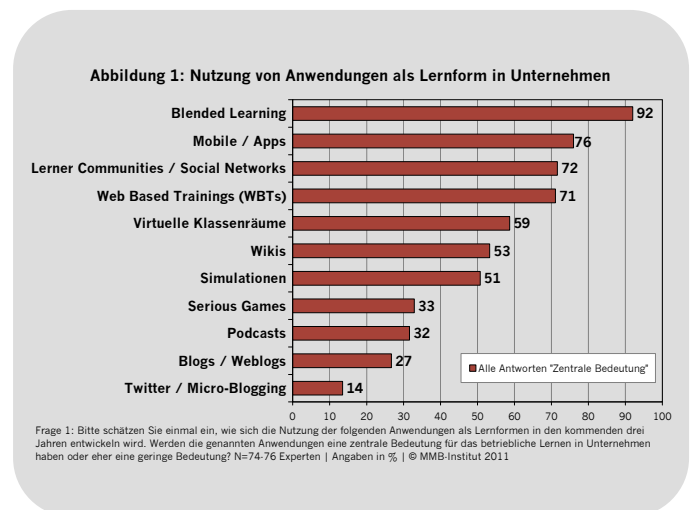
Bereits zum sechsten Mal hat das MMB-Institut im Frühjahr 2011 E-Learning-Expertinnen und -Experten um ihre Prognose zu künftigen Szenarien des digitalen Lernens gebeten. In diesem Jahr verzeichnete die Trendstudie *MMB Learning Delphi* erneut eine Rekordbeteiligung: Insgesamt 76 Experten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben sich an der Online-Befragung im Frühjahr 2011 beteiligt. Sie gaben Auskunft über ihre Einschätzung der Entwicklung des Digitalen Lernens in den kommenden drei Jahren: Wie wird die Weiterbildung in Unternehmen im Jahr 2014 aussehen? Welche Trends werden dann das digitale Lernen bestimmen – und was sind die künftigen Schwerpunktthemen für die Personalentwicklung in Unternehmen? Was wird dies für die Weiterbildungswirtschaft bedeuten?

Wie in den Vorjahren wurden auch 2011 neben langfristigen Trendfragen, die jährlich erhoben werden, einige neue Fragen ergänzt, die die E-Learning-Entwicklungen der letzten Monate widerspiegeln. Die große Beteiligung ermöglicht es zudem in diesem Jahr erstmals, die Teilnehmergruppe der E-Learning-Dienstleister an einigen Stellen gesondert zu betrachten. Der vorliegende Beitrag fasst die Ergebnisse der Studie *MMB Learning Delphi 2011* zusammen.

### „Mobiles Lernen“ entwickelt sich zur tragenden Säule des E-Learning

Zu den Standardfragen des *MMB Learning Delphi* gehört mittlerweile eine Liste mit Lernformen und Lernanwendungen, die den

Expertinnen und Experten als Einstieg zur Online-Befragung vorgelegt wird (vgl. Abbildung 1). Die Befragten werden gebeten einzuschätzen, ob die genannten Formen, Anwendungen und Technologien in naher Zukunft eine eher zentrale oder eher geringere Bedeutung für das betriebliche Lernen haben werden.



92 Prozent der Befragten – und damit ähnlich viele wie im vergangenen Jahr (91%) – messen „Blended Learning“-Angeboten, also der Mischung aus traditionellen Präsenz-Lernformen und digitalem Lernen, die größte Bedeutung bei. Auf Anhieb auf Platz 2 rangiert die 2011 neu aufgenommene Kategorie „Mobile / Apps“. Mobile Lernanwendungen gelten bei drei Vierteln der befragten Experten (76%) als Erfolg versprechende Lerntechnologie. Eine Überraschung stellt auch die rückläufige Bedeutung von „Lerner-Communities“ (inkl. „Social Networks“) dar. Mit 72 Prozent der Nennungen (2010: 84%) belegen sie nur noch den dritten Platz. Ein möglicher Grund hierfür ist eine Verwässerung der Marke „Lerner Communities“ durch Social Networks wie „Fa-



cebook“, die nach Ansicht einiger Experten als Lernszenario eher ungeeignet sind.

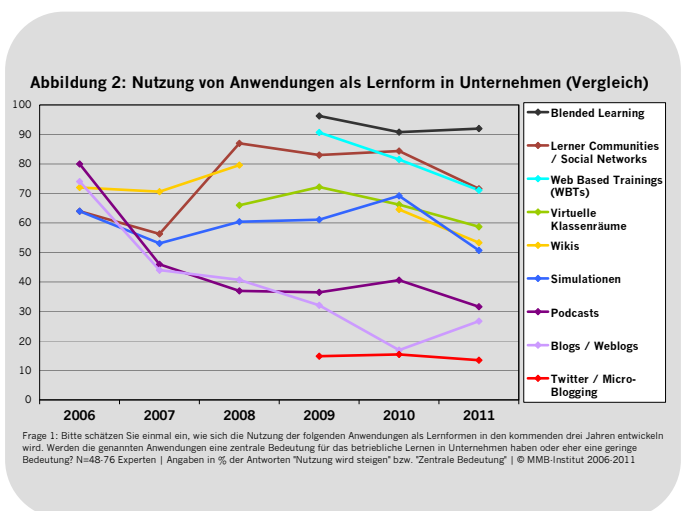
Es folgen „Web Based Trainings“ (71%), die im Vergleich zu 2010 elf Prozentpunkte einbüßen (gegenüber 2009 sind es sogar 20 Punkte). „Virtuellen Klassenräumen“ werden von 59 Prozent der Befragten für das Jahr 2014 eine zentrale Bedeutung beigemessen.

Nur jeder zweite Experte sieht mittelfristig eine große Zukunft für den E-Learning-Einsatz von „Wikis“ (53%) und „Simulationen“ (51%), die ebenfalls an Potenzial verloren haben. Im Falle der „Simulationen“ wäre es sicherlich sinnvoll, den Begriff zwischen „Serious Games“ und „Augmented Reality“ neu zu definieren.

Im letzten Drittel der Liste der E-Learning-Tools und -Szenarien rangieren „Serious Games“ (33%), „Podcasts“ (32%) sowie die Web 2.0-Anwendungen „Blogs / Weblogs“ (27%); gefolgt vom Micro-Blogging-Tool „Twitter“, dem als Lernanwendung nach wie vor nur von einer kleinen Minderheit (14%) eine große Zukunft prognostiziert wird.

Insgesamt untermauern die Prognosen des diesjährigen *MMB Learning Delphi* einen Trend, der sich bereits in den beiden Vorjahren abgezeichnet hat: Unternehmen werden auch zukünftig vor allem auf die Mischung von traditionellen Lernformen mit digitalem Lernen (Blended Learning) setzen. Zunehmend wird das betriebliche Lernen jedoch mit mobilen und Web 2.0- bzw. Social Media-Komponenten kombiniert. Hier sind vor allem solche Tools Erfolg versprechend, die sich in begrenzten Netzwerken einsetzen lassen, während Werkzeuge, die sich an eine breite, schwer abzugrenzende Öffentlichkeit wenden (wie Blogs, Twitter und Podcasts), als weniger relevant eingestuft werden.

Die große Zahl von insgesamt 76 Delphi-Teilnehmern bietet in diesem Jahr die Möglichkeit, die Antworten der E-Learning-Dienstleister und -Produzenten unter den Teilnehmern gesondert auszuwerten. Hier kann zum Beispiel davon ausgegangen werden, dass sich deren Prognose der mittelfristig besonders Erfolg versprechenden Lernformen vor allem von der erwartbaren Marktnachfrage leiten lässt. Ähnliches gilt etwa für die Einschätzung der am besten geeigneten Veranstaltungsformate für die E-Learning-Branche. Als erstes Ergebnis der separaten Auswertung sticht ins Auge, dass die E-Learning-Anbieter die Zukunftsaussichten aller in der Liste vorgelegten Lernanwendungen (zum Teil deutlich) zurückhaltender bewerten – bis auf „Blended Learning“, dem sie als einziges eine künftig noch größere Bedeutung vorhersagen als der Rest der Befragten. Besonders kritisch sind die Dienstleister bei der Einschätzung der Zukunft von Web 2.0-Anwendungen. „Wikis“ rangieren bei ihnen 22 Prozentpunkte niedriger, „Blogs / Weblogs“ sogar 26 Prozentpunkte.



Da das *MMB Learning Delphi* mittlerweile bereits seit sechs Jahren durchgeführt wird, erlaubt dies einen Mehrjahresvergleich – mit einigen überraschenden Befunden (vgl. Abbildung 2).



Insgesamt scheint sich bei der Einschätzung von Lernformen eine gewisse Ernüchterung breit zu machen. Solche Lernformen und Lerntechnologien, die noch vor einigen Jahren als sehr zukunftssträftig eingeschätzt wurden, haben inzwischen deutlich weniger Fürsprecher. Dies gilt unter anderem für „Web Based Trainings“, „Podcasts“ und „Blogs“.

Im Falle des „Web Based Trainings“ dürfte dies mit der nach wie vor hohen Bedeutung des Präsenzlernens zusammenhängen. „Kein E-Learning ohne Präsenzlernen“ – diese Einstellung drängt die Form des reinen Selbstlernens via Internet zurück, wenn auch immer noch auf hohem Niveau (71%). „Blended Learning“ behauptet sich – und baut im Verhältnis zu den anderen Anwendungen seine Führung noch aus.

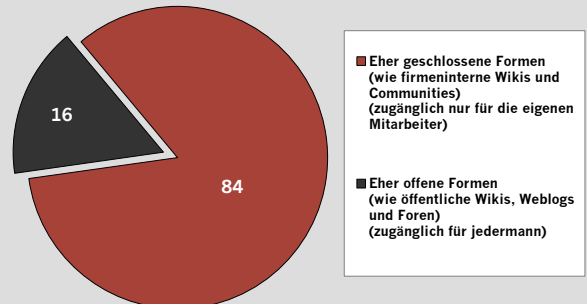
Allgemein haben Lernformen des „E-Learning 2.0“ Federn lassen müssen. So waren im Jahr 2008 noch deutlich mehr Experten von „Wikis“ als zukunftssträftigem Lerninstrument überzeugt. Ähnliches gilt für „Podcasts“ und „Blogs / Weblogs“, auch wenn letztere in diesem Jahr wieder einen höheren Wert erreicht haben.

Am stabilsten ist der Trend in den letzten 3-4 Jahren bei „Lerner Communities“, „Virtuellen Klassenräumen“ und „Simulationen“, obwohl auch hier seit dem letzten Jahr ein leichter Abwärtstrend zu verzeichnen ist.

Es zeigt sich, dass auch E-Learning-Formen kurzfristigen Modewellen unterworfen sind. Nur wenige Formen bleiben beständig auf hohem Niveau. Dies könnte für die Zukunft auf eine Kombination von „Blended Learning“-Anwendungen und „Lerner Communities“ hinauslaufen, die je nach didaktischem Ansatz durch andere Formen ergänzt werden.

Hinzu kommt: Das Gros der Befragten sieht eine deutlich höhere Relevanz für geschlos-

Abbildung 3: Relevanz verschiedener Organisationsformen für das betriebliche Lernen



Frage 3: Was schätzen Sie – welche Organisationsformen werden für das betriebliche E-Learning in Zukunft eher relevant sein? n=74 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011

sene E-Learning-Systeme wie firmeninterne Wikis und Communities, die nur für die eigenen Mitarbeiter eines Anwenderunternehmens zugänglich sind (vgl. Abbildung 3). Nur jeder sechste Experte betrachtet offene Technologien wie öffentliche Wikis, Weblogs und Foren, die für jeden zugänglich sind, als zukünftig relevant für das betriebliche Lernen. Die sich hier abzeichnende Abkehr vom „Open-Trend“, der Unternehmen zwar ermöglicht, Wissen und Lerninhalte von außen zu erhalten, aber auch voraussetzt, dass dafür eigene Informationen preisgegeben werden, hat sich gegenüber dem Vorjahr noch einmal deutlich verstärkt („offene Systeme“ 2010: 25%, 2011: 16%).

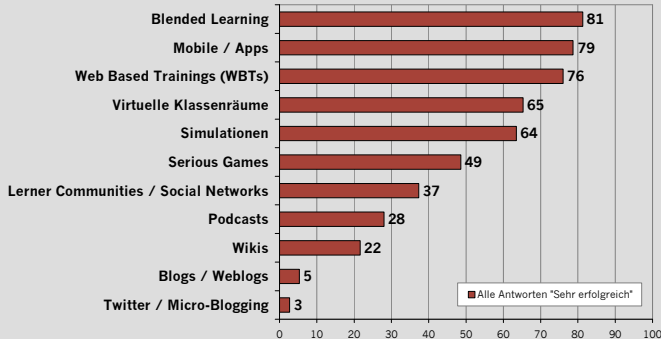
### Blended Learning bleibt das „Brot-und-Butter“-Geschäft

Neben der Frage nach der künftigen Bedeutung wurden die Experten wieder gebeten, den wirtschaftlichen Erfolg der ausgewählten Lernformen und Lerntechnologien zu prognostizieren (vgl. Abbildung 4).

Wie in den Vorjahren rangieren „Blended Learning“-Arrangements auf Platz 1 der Lernformen, denen die Experten einen



Abbildung 4: Kommerzieller Erfolg von Anwendungen



Frage 2: Und welche dieser Anwendungen werden in den nächsten drei Jahren – in Bezug auf das betriebliche Lernen in Unternehmen – für die E-Learning-Wirtschaft kommerziell sehr erfolgreich sein und welche weniger? | N=74-75 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011

großen kommerziellen Erfolg voraussagen. Abermals fällt die Prognose des kommerziellen Erfolgs für die Social Media-Komponenten „Lerner-Communities“ und „Social Networks“ deutlich geringer aus – nur etwas mehr als ein Drittel der Befragten (37%) glaubt, dass man mit diesen Technologien künftig auch Geld verdienen kann. Im Vorjahr waren es noch 49 Prozent der Befragten.

Sehr großes wirtschaftliches Potenzial wird dagegen „Mobile Learning / Apps“ prognostiziert. Diese in diesem Jahr erstmals aufgenommene Kategorie setzen die Experten auf Rang 2 der ökonomisch Erfolg versprechenden Lernanwendungen – bei der Befragtengruppe der Dienstleister liegt „Mobile“ sogar gleichauf mit „Blended Learning“ (jeweils 86%) auf Platz 1.

Auch die ebenfalls 2011 erstmals abgefragten „Serious Games“ kommen auf Antrieb auf hohe Erwartungswerte. Etwa jeder zweite Experte (49%) kann sich vorstellen, dass Lernangebote, in denen die Lernziele durch einen spielerischen Umgang mit dem Thema erreicht werden, für die E-Learning-Wirtschaft mittelfristig kommerziell attraktiv sein werden.

Nach wie vor als zukunfts fest gelten klassische „Web Based Trainings“ – auch in

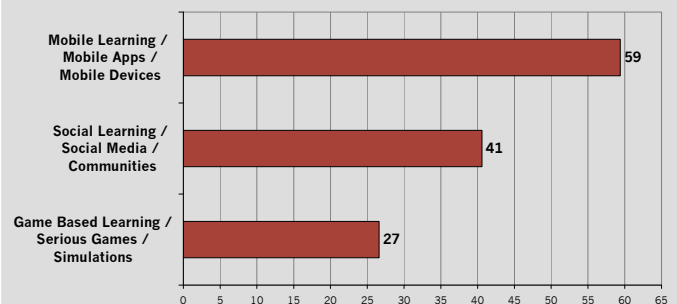
wirtschaftlicher Hinsicht. Wie in den Vorjahren werden „WBTs“ von drei Vierteln der Experten als künftig „kommerziell sehr erfolgreich“ eingeschätzt. Auch „Virtuelle Klassenräume“ und die – in der Regel besonders kostenintensiven – „Simulationen“ zählen zu den Formen des E-Learnings, die für Anwender relevanter und für Produzenten kommerziell interessanter werden – ein Hinweis darauf, dass diese Lernformen in Zukunft neben „Blended Learning“ zu wichtigen Säulen im E-Learning-Markt werden können.

Noch stärker als bei der Einschätzung ihrer künftigen Nutzung sind „Twitter“ und „Weblogs“ bei den ökonomischen Chancen die eindeutigen Verlierer der diesjährigen Expertenrunde. Damit bestätigt sich ein Trend aus den Vorjahren, wonach Web 2.0-Anwendungen insgesamt nur geringes wirtschaftliches Potenzial attestiert wird.

### Die Zukunftstrends des Lernens: mobil, vernetzt und spielerisch

Die befragten E-Learning-Spezialisten hatten auch dieses Mal wieder die Gelegenheit, die drei wichtigsten E-Learning-Trends (vgl. Abbildung 5) zu benennen – und zwar ohne Antwortvorgaben. Auch dieser Herausforde-

Abbildung 5: Die drei wichtigsten Trends für die Zukunft



Frage 9: Welche drei E-Learning-Trends werden Ihrer Ansicht nach die größte Bedeutung in den kommenden Jahren haben? | n=64 Experten | Angaben in % der Experten, die diesen Trend ohne Vorgabe genannt haben | Mehrfachnennungen möglich | © MMB-Institut 2011



rung hat sich wieder die Mehrheit der Experten gestellt.

Der mit Abstand wichtigste Zukunftstrend ist danach auch in diesem Jahr das Thema „Mobile Learning“. Weit mehr als die Hälfte (59%) der Experten, die diese Frage mit Möglichkeit zur Mehrfachnennung beantwortet haben, nannte diesen Trend. Beim *MMB Learning Delphi 2010* kam Mobile Learning auf 36 Prozent – und 2009 lag es mit 20 Prozent noch auf dem 3. Platz.

Ebenfalls hoch im Kurs steht das Thema „Social Media“ und „Social Learning“ – also das Lernen in sozialen Strukturen und Netzwerken via Internet. Dies wird von 41 Prozent der Experten als einer der drei wichtigsten Zukunftstrends genannt. Wieder zurück auf der Zukunftsagenda ist das Thema „Game Based Learning“ und „Serious Games“, das 2009 bereits mit 26 Prozent den 2. Platz erreicht hatte, 2010 aber nicht mehr unter den drei Top-Trends zu finden war. Mit 27 Prozent der Expertenstimmen belegen sie in diesem Jahr Platz 3 der Trendliste und lösen damit

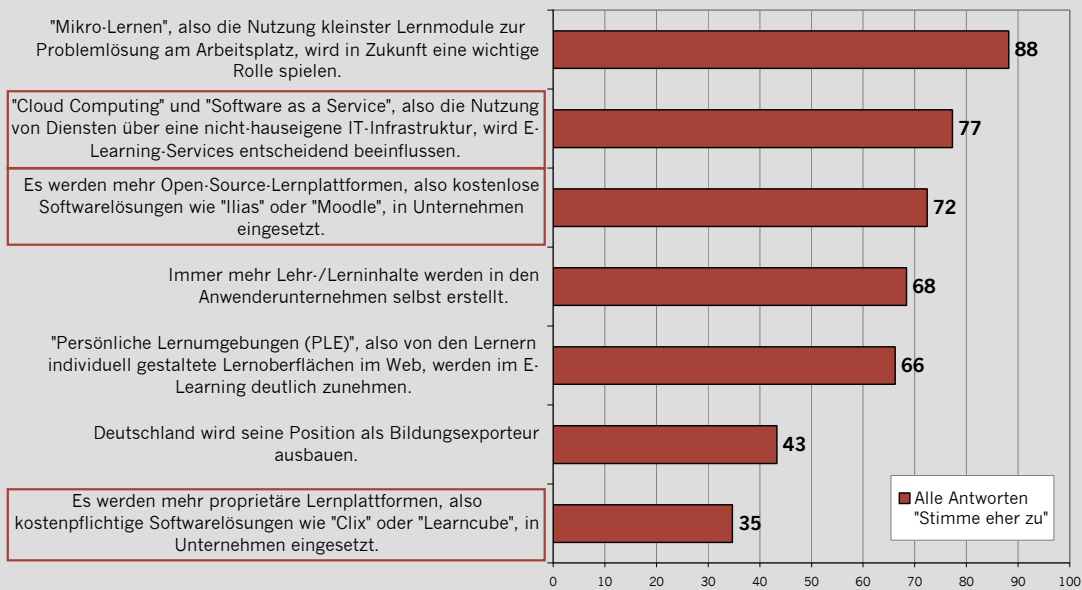
das „Old School“-Thema „Blended Learning“ ab, das es diesmal nicht unter die drei wichtigsten Trends für die kommenden drei Jahre geschafft hat.

### Lernplattformen 2014: Lernen in der „Cloud“?

Die Experten wurden wie in den Vorjahren gebeten, Szenarien zu bewerten, die die Weiterbildung in drei Jahren bestimmen werden (vgl. Abbildung 6). Drei dieser Statements betreffen die künftige Bedeutung von Lernplattformen (siehe eingerahmte Statements in Abbildung 6): Mehr als drei Viertel der Befragten (77%) bestätigen das – 2011 neu aufgenommene – Statement, dass „Cloud Computing“ und „Software as a Service“, also die Nutzung von Diensten über eine nicht hauseigene IT-Infrastruktur, den E-Learning-Markt der Zukunft entscheidend beeinflussen werden.

Stärker als in den Vorjahren ist die Zustimmung für einen vermehrten Einsatz von „Open-Source“-Lernplattformen innerhalb

Abbildung 6: Zukünftige Entwicklungen in der beruflichen Weiterbildung in Deutschland



Frage 4: Welche Entwicklungen werden die berufliche Weiterbildung in den kommenden drei Jahren kennzeichnen? Bitte geben Sie zu den folgenden Aussagen an, ob Sie diesen eher zustimmen oder eher nicht zustimmen. | N=74-76 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011



der nächsten drei Jahre (2011: 72%, 2010: 65%, 2009: 62%). Für eher unrealistisch wird nach wie vor die Annahme eingeschätzt, Unternehmen setzten zukünftig vermehrt auf „proprietäre“ Plattform-Lösungen – wie in den vergangenen Jahren hält auch 2011 nur etwa ein Drittel der Experten dieses Szenario für ein Modell mit Zukunft.

Dies würde bedeuten, dass in Zukunft „Open-Source“-Angebote als virtuelles Angebot („Software as a Service“) verfügbar gemacht werden müssten und man sie nicht mehr auf dem eigenen Server installieren muss. Hier haben allerdings die gängigen Systeme wie „Ilias“ oder „Moodle“ noch einen weiten Weg vor sich.

### Dringende Aufgabe der Personalentwicklung: Wissen sichern

Erstmals wurden in diesem Jahr im *MMB Learning Delphi* Fragen zum Thema Personalentwicklung gestellt. Im Mittelpunkt ste-

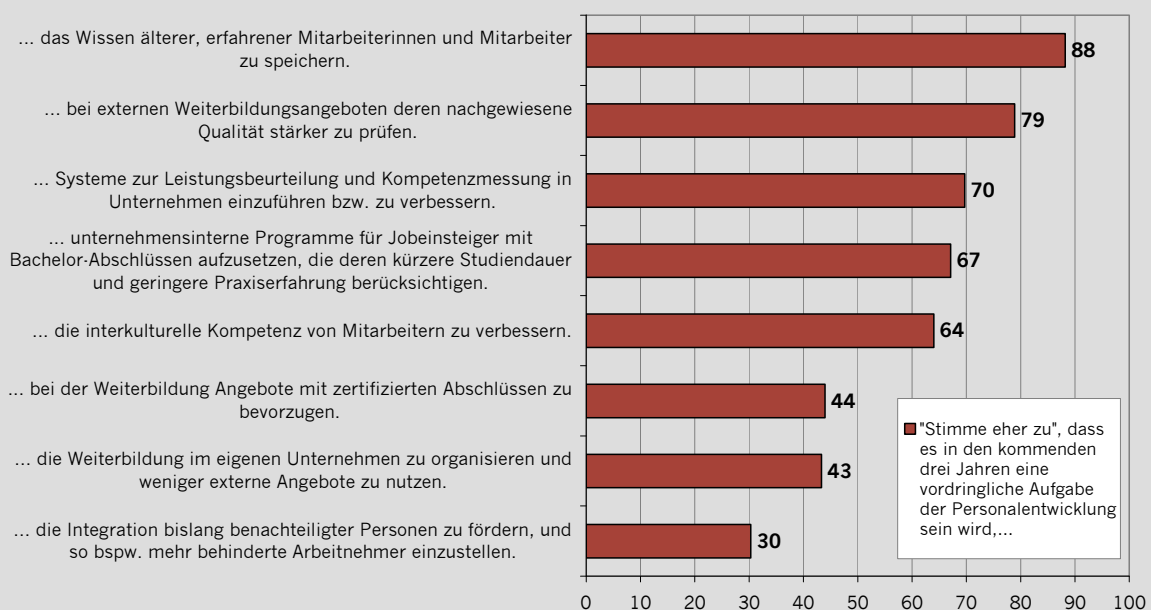
hen dabei „vordringliche Aufgaben der Personalentwicklung“ in den kommenden drei Jahren (vgl. Abbildung 7).

Die vordringlichste Aufgabe in den kommenden drei Jahren ist es, das Wissen älterer, erfahrener Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu speichern. Dieser Aussage stimmen 88 Prozent aller Experten zu. Hier macht es sich bemerkbar, dass in den vergangenen Jahren wertvolles Wissen mit den „Leaving Experts“ aus den Unternehmen gegangen ist.

Die nächstplatzierte Aufgabe betrifft die Bildungsangebote selbst: 79 Prozent der Befragten sehen es als Aufgabe der Personalentwicklung, bei externen Weiterbildungsangeboten deren nachgewiesene Qualität stärker zu prüfen. Sowohl die Controlling-Instanzen als auch die Mitarbeiter selbst wünschen sich nun schon im Vorfeld eine Bestätigung, dass die Lernangebote „wertvoll“ sind.

Mehr als zwei Drittel der Befragten (70%) rechnen damit, dass die Personalentwick-

Abbildung 7: Zukünftige Aufgaben und Beeinflussungen der Personalentwicklung



Frage 5: Was wird die Personalentwicklung in den kommenden drei Jahren beeinflussen? Bitte geben Sie zu den folgenden Aussagen wieder an, ob Sie diesen eher zustimmen oder eher nicht zustimmen. | N=75-76 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011



lung in Zukunft Systeme zur Leistungsbeurteilung und Kompetenzmessung in Unternehmen einführt bzw. verbessert. Auch hier deutet sich an, dass die kurzfristige und am individuellen Bedarf orientierte Weiterbildung („Schicken Sie mich doch bitte mal auf einen Lehrgang“) einer systematischen Qualifizierungsplanung weicht.

Ebenfalls mehr als zwei Drittel der Experten (67%) erkennen Defizite, die sich aus den neuen Studienabschlüssen im Rahmen des Bologna-Prozesses ergeben. Sie rechnen damit, dass die Personalentwickler in den kommenden drei Jahren unternehmensinterne Programme für Jobeinsteiger mit Bachelor-Abschlüssen aufsetzen, die deren kürzere Studiendauer und geringere Praxiserfahrung berücksichtigen. Die Wunschvorstellung, dass sich Studienabsolventen mit den gleichen Kompetenzen in kürzerer Zeit qualifizieren lassen, ist damit ad acta gelegt. Die Verantwortung für eine angemessene Qualifizierung von Nachwuchsmitarbeitern liegt damit auch zu einem großen Teil bei den Unternehmen selbst.

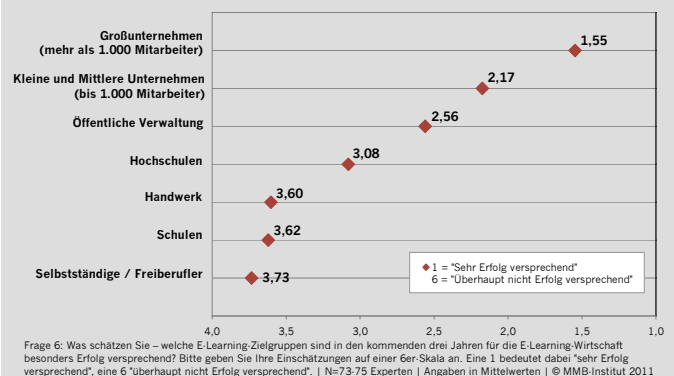
Die Aufgabe, die Integration bislang benachteiligter Personen zu fördern, und so bspw. mehr behinderte Arbeitnehmer einzustellen sehen nur 30 Prozent der Experten als dringlich an. Von einer Erschließung neuer Mitarbeiterpotenziale unter diesen Gruppen ist die Personalentwicklung trotz Facharbeitermangel offenbar noch weit entfernt.

Fazit: Angesichts des drohenden Fachkräftemangels wird die Personalentwicklung stärker auf eine systematische Behandlung der Qualifizierung von Mitarbeitern achten. Besonderes Augenmerk richten die Personalverantwortlichen dabei auf einzelne Mitarbeitergruppen und auf die Messbarkeit von Bildungsprozessen.

## KMU zunehmend interessant als Kunden für E-Learning-Dienstleister

Während die deutschen Großunternehmen nach wie vor der wichtigste Markt der E-Learning-Branche sind, hat der Mittelstand seinen wichtigen Stellenwert als Anwender (und Käufer) von digitalen Lernapplikationen auch 2011 bestätigen können.

Abbildung 8: Erfolg versprechende Zielgruppen für die E-Learning-Wirtschaft



Folgt man dem Urteil der Experten, dann bleiben Großunternehmen (ab 1.000 Mitarbeiter) auch weiterhin die für die E-Learning-Wirtschaft am meisten Erfolg versprechende Zielgruppe (vgl. Abbildung 8). Die Experten stufen diese Zielgruppe auf einer Skala von 1 („sehr Erfolg versprechend“) bis 6 („überhaupt nicht Erfolg versprechend“) im Mittel auf 1,55 ein – ähnlich wie in den Delphi-Studien der vergangenen Jahre (2010: 1,3; 2009: 1,8).

Kleine und mittlere Unternehmen (bis 1.000 Mitarbeiter) haben als Kunden der E-Learning-Wirtschaft inzwischen aus Sicht der Experten ihren zweiten Rang gefestigt. Mit einem Mittel von 2,17 (2010: 2,11) liegen sie weiterhin deutlich über den Einschätzungen aus früheren Studien (2009: 2,9; 2008: 2,7).



Sehr konstant ist hingegen die Beurteilung der Zielgruppe „Öffentliche Verwaltung“ mit der Durchschnittsnote 2,6 (2010: 2,6; 2009: 2,5; 2008: 2,6). Die Zielgruppe „Hochschulen“ liegt ein wenig (3,1), „Handwerk“ und „Schulen“ (jeweils 3,6) sogar deutlich unter dem Niveau der Top-3 Zielgruppen.

Als wenig Erfolg versprechend für die E-Learning-Wirtschaft wird weiterhin die Gruppe der „Selbstständigen / Freiberufler“ eingeschätzt, die in diesem Jahr mit einem Durchschnittswert von 3,7 das Schlusslicht bildet.

### Mix aus Messe und Kongress bleibt bestes Veranstaltungsformat für die E-Learning-Branche

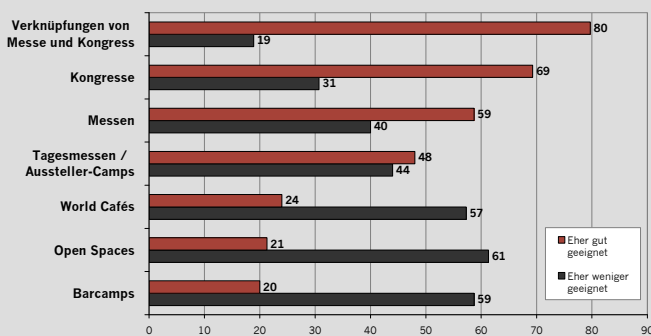
In diesem Jahr wurden die Teilnehmer zum zweiten Mal gebeten, geeignete Marketingformate sowie das Potenzial von spezialisierten Messen und Kongressen für die E-Learning-Branche zu beurteilen (vgl. Abbildungen 9 und 10). Die große Mehrheit (80%) der Experten ist sich wie schon im Vorjahr einig, dass „Verknüpfungen von Messe und Kongress“ für das E-Learning-Marketing am besten geeignet sind. Nur 19

Prozent halten dieses Format für „nicht geeignet“. Die nächsten Plätze in der Gunst der befragten Experten nehmen „Kongresse“ (69%) und „Messen“ (59%) ein. Das Bild ändert sich, wenn man sich die Antworten der E-Learning-Dienstleister getrennt ansieht. Für sie sind „Messen“ (69%) deutlich interessanter als „Kongresse“ (62%). Das gilt auch für „Tagesmessen und Aussteller-Camps“, die beim Rest der Befragten mit gerade einmal 41 Prozent eher zu den uninteressanten Formaten zählen. In der Befragtengruppe der E-Learning-Anbieter kommen sie jedoch auf starke 59 Prozent. Neuere Marketing- und Ausstellungsformate wie „World Cafés“, „Open Spaces“ oder „Barcamps“ spielen für die befragten Experten (noch) eine nachgeordnete Rolle. Deutlich mehr als die Hälfte hält diese Formen für eher weniger geeignet. Bei Barcamps zeigen allerdings die E-Learning-Anbieter (28% „eher gut geeignet“) wiederum weit mehr Interesse als die übrigen Expertengruppen.

Neben den Veranstaltungsformaten konnten die Teilnehmer wie bereits im Vorjahr das Potenzial explizit genannter Messen und Kongresse einstufen (vgl. Abbildung 10). Unangefochten auf Platz 1 rangiert danach die „LEARNTEC“, der die große Mehrheit der Experten (81%) das höchste Potenzial für die E-Learning-Branche zuspricht – bei der Gruppe der E-Learning-Anbieter sind es sogar 86%). Gegenüber dem Vorjahr (64%) konnte sich die Karlsruher Traditionsveranstaltung damit stark verbessern und den Vorsprung gegenüber ihren Wettbewerbern um die Gunst der E-Learning-Wirtschaft ausbauen.

Im Mittelfeld der für die E-Learning-Branche wichtigen Veranstaltungen rangieren wie im Jahr 2010 die Bildungsmesse „didacta“ (58%), die international ausgerichtete „ONLINE EDUCA“ (53%) und die „Zukunft Personal“ mit ihrer „Professional Learning Europe Conference“ (PLE) (49%).

Abbildung 9: Geeignete Formate für das E-Learning-Marketing

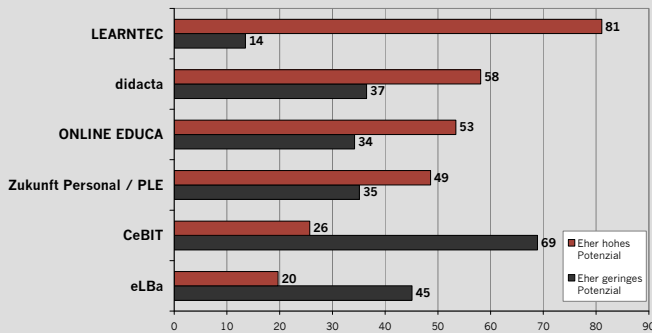


Frage 7: Welche Formate halten Sie für das E-Learning-Marketing für eher gut geeignet und welche für eher weniger geeignet? N=74-75 Experten | Angaben in % | \*Weiß nicht bzw. \*Keine Angabe\* sowie \*Sonstige Formate\* nicht dargestellt | © MMB-Institut 2011



Fragt man nur die Dienstleister, dann schneiden diese drei Veranstaltung etwa gleich gut (bzw. schlecht) ab, wobei die „Zukunft Personal“ und „ONLINE EDUCA“ (jeweils 48%) noch leicht die Nase vorn haben.

Abbildung 10: Potenzial von Veranstaltungen für die E-Learning-Branche



Frage 8: Welchen konkreten Veranstaltungen schreiben Sie künftig für die E-Learning-Branche ein eher hohes Potenzial zu und welchen ein eher geringes? N=71-74 Experten | Angaben in % | "Weiß nicht" bzw. "Keine Angabe" sowie "Sonstige Veranstaltungen" nicht dargestellt | © MMB-Institut 2011

Die „CeBIT“ scheint ihre Chance, ein anerkanntes Forum für die E-Learning-Branche zu etablieren, nicht genutzt zu haben. Mehr als zwei Drittel (69%) der Experten sehen künftig nur noch ein eher geringes Potenzial für diese Großveranstaltung – das sieht auch die Gruppe der Dienstleister so. Neu in die Bewertung genommen wurde die Rostocker E-Learning-Veranstaltung „eLba“ (eLearning Baltics), der zwar nur jeder fünfte Befragte (20%) ein eher hohes Potenzial für die Branche attestiert, aber nur knapp die Hälfte (45%) ein eher geringes Potenzial.



## Summary in Thesenform

1. Die Experten gehen davon aus, dass Unternehmen weiterhin auf traditionelle bzw. gemischte Lernformen (vor allem „Blended Learning“) setzen. Hinzu kommen mehr und mehr Social Media-Elemente. Die erstmals abgefragte Kategorie „Mobile / Apps“ erreicht auf Anhieb Platz 2 der zukunftssträchtigen Lerntechnologien.
2. Die traditionellen Lernformen versprechen weiterhin den größten kommerziellen Erfolg („Blended Learning“, „Web Based Trainings“, „Simulationen“, „Virtuelle Klassenräume“). Social Media-Elemente bzw. Web 2.0-Tools bieten dagegen nur geringes Potenzial für attraktive Geschäftsmodelle.
3. Wenn Unternehmen Lernformen des Social Web einführen, werden sie diese vornehmlich unternehmensintern und nicht nach außen offen einsetzen, sagt eine deutliche Mehrheit der Experten.
4. Wenn Experten spontan E-Learning-Zukunftstrends ohne Vorgabe benennen sollen, erhält „Mobile Learning“ mit Abstand die meisten Stimmen. Auf den nächsten Plätzen folgen „Social Media / Social Learning“ (Platz 2) und „Game Based Learning“ (Platz 3).
5. Mehr als drei Viertel der Befragten schätzen, dass „Cloud Computing“ und „Software as a Service“ (also die Nutzung von Diensten über eine nicht hauseigene IT-Infrastruktur) E-Learning-Services in den kommenden drei Jahren entscheidend beeinflussen wird.
6. Großunternehmen liegen nach wie vor auf Platz 1 der Top-Zielgruppen für die E-Learning-Wirtschaft. Aber auch der Mittelstand wird immer interessanter. Kleine und mittlere Unternehmen haben ihren 2. Rang unter den Top-Zielgruppen gefestigt.
7. Bei den Trends in der Personalentwicklung wird das Bewahren des Knowhows ausscheidender Mitarbeiter zu einer besonders wichtigen Aufgabe werden.
8. Die Mehrheit der Experten hält Messen, Kongresse oder eine Verknüpfung aus beidem für das optimale Veranstaltungsformat für das Marketing der E-Learning-Branche. Bei den neueren Formen werden „Barcamps“ in der Gruppe der befragten E-Learning-Dienstleister noch am besten bewertet.
9. Die Karlsruher „LEARNTEC“ ist das E-Learning-Event, dem mit Abstand das größte Potenzial zugeschrieben wird. Die Zustimmung ist gegenüber dem Vorjahr noch einmal stark angestiegen. Deutlich dahinter rangieren „didacta“, „Zukunft Personal / PLE“ und die „ONLINE EDUCA“, die ihre Position im Mittelfeld stabilisieren konnten. Die „CeBIT“ hat dagegen als E-Learning-Forum noch weiter an Zustimmung eingebüßt.



## Methoden-Steckbrief

Mit dieser Veröffentlichung liegt die sechste Welle der Expertenbefragung *MMB Learning Delphi* vor, die das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung jährlich durchführt. Erstmals wurden die Expertinnen und Experten im Jahr 2006 interviewt – damals noch als „paper-pencil“-Befragung. Die Erhebung wird mittlerweile seit einigen Jahren ausschließlich online mit dem Befragungstool „SurveyMonkey“ durchgeführt.

**Tabelle 1: Teilnehmerstruktur 2006–2011**

Akteursgruppe	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Dienstleister / Produzent von Lernangeboten	48%	56%	47%	50%	55%	38%
Wissenschaft / Forschung / Beratung	33%	21%	34%	25%	22%	24%
Anwender / Nutzer von Lernangeboten	3%	4%	8%	2%	12%	17%
Öffentliche Einrichtung / Regierungsorganisation	10%	6%	4%	8%	9%	15%
Medien / Freier Journalist	8%	8%	4%	4%	2%	5%
Andere Gruppe / Keine Antwort	0%	6%	4%	12%	0%	1%
n	40	51	53	52	65	76

Frage 11: In welche Akteursgruppe würden Sie sich primär einordnen?  
n=76 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011

Insgesamt beteiligten sich an der Befragung 76 Expertinnen und Experten aus der Bildungsszene in Deutschland, Österreich und der Schweiz, wobei nicht alle Teilnehmer alle Fragen beantwortet haben (siehe Fallzahl „n“ unter jeder Grafik). Dabei gleicht die Samplestruktur in etwa der aus den vergangenen Jahren. Höher als bei den vergangenen Wellen liegt in diesem Jahr der Teilnehmeranteil der E-Learning-Anwender sowie der Experten aus Öffentlichen Einrichtungen, die vom MMB-Institut

verstärkt angesprochen wurden. Der Anteil der befragten Dienstleister/Produzenten ist entsprechend zurückgegangen. Die tabellarische Darstellung der prozentualen Verteilung der Befragten auf die jeweiligen Akteursgruppen gibt einen Einblick in die Zusammensetzung der Stichprobe, wobei ein Teilnehmer hier keine Angabe gemacht hat (vgl. Tabelle 1).

Die Fragen wurden größtenteils so formuliert, dass sie mit den Formulierungen in den Vorjahren identisch sind. Deshalb konnten an einigen Stellen die aktuellen Ergebnisse mit denen aus Vorjahren verglichen werden. Bei anderen Fragen variieren die Formulierungen oder Antwortvorgaben – ein Vergleich der Ergebnisse aus den vorherigen Wellen mit denen der aktuellen Welle ist in diesen Fällen nur bedingt möglich. Außerdem sind auch in diesem Jahr wieder neue Themenschwerpunkte hinzugekommen, unter anderem Statements zu Trends in der Personalentwicklung.

## Impressum und Copyright

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung

Dr. Lutz P. Michel

Folkwangstraße 1  
45128 Essen

Telefon: 0201 / 72027-0

Telefax: 0201 / 72027-29

E-Mail: [info@mmb-institut.de](mailto:info@mmb-institut.de)

Internet: [www.mmb-institut.de](http://www.mmb-institut.de)

