

**Weiterbildung und Digitales Lernen heute und in drei Jahren:**

**Präsenzlernen wird virtuell**

**Ergebnisse der Trendstudie *MMB Learning Delphi 2013***

**MMB-Trendmonitor  
I/2013**



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)

Im zweiten Quartal 2013 hat das MMB-Institut wieder E-Learning-Expertinnen und -Experten um ihre Prognose zu künftigen Szenarien des digitalen Lernens gebeten. Bereits das achte Jahr in Folge ermittelt das *MMB Learning Delphi* damit die mittelfristigen Trends im Bildungsmarkt: Wie wird die Weiterbildung in Unternehmen im Jahr 2016 aussehen? Welche Trends werden dann das digitale Lernen bestimmen – und wo sind die größten geschäftlichen Erfolge zu erwarten? Was bedeuten diese Entwicklungen für die Weiterbildungswirtschaft insgesamt und für die E-Learning-Branche im Besonderen? Wie wird die künftige Entwicklung des Mobile Learning oder die Rolle von Social Media in der Personalentwicklung prognostiziert? Und welche Zielgruppen stehen künftig im Fokus der E-Learning-Anbieter?

Auch in diesem Jahr war die Beteiligung am *MMB Learning Delphi* wieder sehr hoch. Insgesamt 73 Expertinnen und Experten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben an der Online-Befragung teilgenommen.

Wie in den Vorjahren wurden auch 2013 die langfristigen Trendfragen, die jährlich erhoben werden, um einige neue Fragen ergänzt, die die E-Learning-Entwicklungen der letzten Monate widerspiegeln.

Die große Beteiligung ermöglicht es auch in diesem Jahr, die Expertengruppe der E-Learning-Dienstleister an einigen Stellen gesondert zu betrachten. Der vorliegende *MMB-Trendmonitor I/2013* fasst die Ergebnisse der Studie *MMB Learning Delphi* 2013 zusammen.

#### Über das MMB-Institut

Das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung bietet als unabhängiges, privates Forschungsinstitut wissenschaftlich fundierte Entscheidungsgrundlagen für Akteure aus Bildung, Wirtschaft und Politik. Zur Beantwortung komplexer Fragestellungen führt MMB empirische Studien, Analysen und Untersuchungen durch, veranstaltet Expertenhearings und Workshops, moderiert Gesprächsrunden und leitet aus den Ergebnissen Handlungsempfehlungen und Konzepte ab.

Die aktuellen Forschungsthemen beziehen sich auf die Verknüpfung von Arbeitswelt und Medien, auf Berufsbilder sowie auf die Entwicklung und Optimierung von Bildungskonzepten. Im Einzelnen arbeitet das MMB-Institut derzeit hauptsächlich auf folgenden Themenfeldern:

- Arbeitsmarktforschung
- Qualifikationsbedarfs- und Berufsforschung
- Standortanalysen
- Digitales Lernen
- Begleitforschung / Evaluation
- Medienforschung
- Bildungs- und Kompetenzforschung

Das MMB-Institut hat in diesem Rahmen bereits weit über 100 Projekte im Kundenauftrag, mit Kooperationspartnern oder in Eigeninitiative durchgeführt. Dazu zählen mehrjährige Studien und Evaluationen ebenso wie umfassende Repräsentativerhebungen oder Ad-hoc-Gutachten.



## Summary

**1.** Anders als frühere Erhebungen wartet das diesjährige MMB Learning Delphi nicht mit einem eindeutigen Top-Thema auf. Allerdings rückt seit einigen Jahren der „Virtuelle Klassenraum“ in der Liste der Lernformen mit hoher Relevanz immer weiter nach oben. Doch „Blended Learning“, so etwas wie der „Klassiker“ des betrieblichen E-Learning, bleibt die Nummer Eins. Zusammen mit „Mobile Learning“ sehen die befragten Experten hier die wichtigsten Trends für die kommenden drei Jahre – nicht zuletzt auch aus wirtschaftlicher Perspektive. Das neue Hype-Thema „Massive Open Online Courses“ sorgt für einen Achtungserfolg und profiliert sich auf Anhieb unter den drei wichtigsten Trend-Themen, die von den Experten ungestützt genannt wurden.

**2.** Den Spitzenwert unter den jährlich abgefragten wichtigsten Lernformen erreicht 2013 „Blended Learning“, dem 99 Prozent der Befragten in den kommenden Jahren eine zentrale Bedeutung beimessen. Den größten Sprung nach vorne in der Gunst der Experten machen „Mobile Learning / Apps“ und „Virtuelle Klassenräume“. Demnach hat neben dem flexiblen Lernen über mobile Endgeräte auch die räumliche Entgrenzung der klassischen synchronen Unterrichtssituation, etwa über Webinare, aus Sicht der Experten eine wichtige Bedeutung für das betriebliche Lernen bis zum Jahr 2016.

**3.** Den größten kommerziellen Erfolg prognostizieren Experten wie bereits im Vorjahr dem „Mobile Learning“, das sich zur Umsatzlokomotive des Jahres 2016 entwickeln kann. Aber auch das „reine“ E-Learning mittels „Web Based Training (WBT)“ wird für den Umsatz der E-Learning-Branche weiterhin eine zentrale Rolle spielen, gefolgt von „Blended Learning“, das bei den befragten Dienstleistern

sogar auf dem ersten Rang unter den künftig (kommerziell) Erfolg versprechenden Lernanwendungen rangiert.

**4.** Auch wenn Experten spontan E-Learning-Zukunftstrends ohne Vorgabe benennen sollen, erhält „Mobile Learning“ mit großem Abstand die meisten Stimmen. Auf den nächsten Plätzen folgen wie im Vorjahr „Social Media / Social Learning“ sowie – erstmals in einem *MMB Learning Delphi* gelistet – „MOOCs – Massive Open Online Courses“.

**5.** Dass „Cloud Computing“ und „Software as a Service“ künftig die Rahmenbedingungen für betriebliches E-Learning bestimmen, davon ist die Mehrheit der befragten Experten auch 2013 überzeugt. Bei den in diesem Jahr neu zur Abstimmung vorgelegten Szenarien für das zukünftige digitale Lernen werden „Virtuelle Klassenraum-Systeme“ am stärksten befürwortet. Sie setzen sich damit gegen „Universelle Webconference-Systeme“ durch, die als Alternative – etwa für Webinare – deutlich dahinter rangieren.

**6.** Beim mobilen Lernen werden aus Sicht der meisten Experten künftig Angebote dominieren, die speziell für Smartphones und Tablet-PCs entwickelt wurden. So groß die Zustimmung für dieses Modell auch in diesem Jahr wieder ist, zeichnen sich noch immer keine überzeugenden Konzepte zur Refinanzierung ab. Werbeeinblendungen werden nach Meinung der Mehrheit der Experten vom Endbenutzer ebenso wenig akzeptiert werden wie „Micro-Payment“.

**7.** Erstmals wurde in diesem Jahr nach der künftigen Relevanz von Social Media für die Personalentwicklung gefragt. Die größte Zustimmung erhält hier die These, dass soziale Medien für die Pflege der Arbeitgeber-Marke („Employer Branding“) künftig unverzichtbar sein werden. Auch die Bedeutung von Web 2.0-Kanälen für die Rekrutierung



rung neuer Mitarbeiter wird von den meisten Experten hoch eingeschätzt.

**8.** Als Top-Zielgruppe der E-Learning-Wirtschaft gelten nach wie vor die deutschen Großunternehmen. Aber auch der Mittelstand wird immer interessanter: Kleine und mittlere Unternehmen haben ihren zweiten Rang unter den Top-Zielgruppen weiter gefestigt.

**9.** Die E-Learning-Branche wird in den nächsten Jahren durch zunehmende Internationalisierung geprägt sein. Als wichtigsten Trend in diesem Zusammenhang werten die Experten die Expansion deutscher E-Learning-Dienstleister ins Ausland, sei es durch Gründung von Niederlassungen oder durch Vertriebspartnerschaften mit internationalen Partnern.

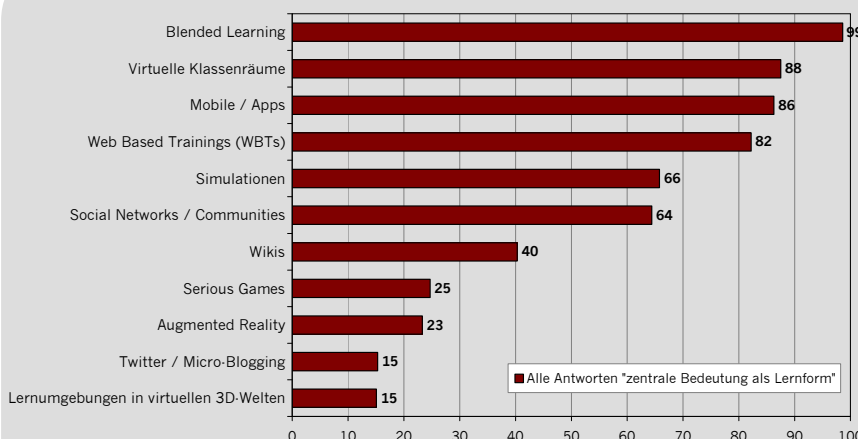
**10.** Wie in den Vorjahren ist die Karlsruher „LEARNTEC“ aus Sicht der Experten das wichtigste deutsche E-Learning-Event. Der Abstand zu den im Mittelfeld platzierten Veranstaltungen „didacta“, „ONLINE EDUCATION“ und „Zukunft Personal“ hat sich dabei gegenüber dem Vorjahr noch vergrößert. Das Ergebnis unterstreicht nachdrücklich das große Interesse der Branche an einer zentralen Marketing-Veranstaltung der E-Learning-Wirtschaft.



## „Blended Learning“ mit Abstand wichtigste Lernform

Zu den Standardfragen des *MMB Learning Delphi* gehört eine Liste mit Lernformen und Lernanwendungen, die den Expertinnen und Experten als Einstieg in die Online-Befragung vorgelegt wird (vgl. Abbildung 1). Die Befragten werden gebeten einzuschätzen, ob die genannten Lernformen, Anwendungen und Technologien in den kommenden drei Jahren eine eher zentrale oder eine eher geringe Bedeutung für das betriebliche Lernen haben werden.

Abbildung 1: Bedeutung von Anwendungen für das betriebliche Lernen in Unternehmen



Frage: Bitte schätzen Sie einmal ein, wie sich die Bedeutung der folgenden Anwendungen als Lernformen für das betriebliche Lernen in Unternehmen entwickeln wird. Werden die genannten Anwendungen in den kommenden drei Jahren eine zentrale Bedeutung oder eine geringe Bedeutung haben? N=72-73 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2013

Nahezu alle Befragten (99 %) sind in diesem Jahr der Meinung, dass „Blended Learning“-Angebote, also eine Mischung aus traditionellen Präsenz-Lernformen und digitalem Lernen, die größte Bedeutung für das betriebliche Lernen haben werden. Damit wird die Bedeutung von „Blended Learning“ kontinuierlich von Jahr zu Jahr höher bewertet (2012: 96 %, 2011: 92 %).

Den größten Bedeutungszuwachs verzeichnen in diesem Jahr „Mobile Learning / Learning Apps“ und „Virtuelle Klassenräume“ (VC).

VC (plus 14 Prozentpunkte) nehmen mit jetzt 88 Prozent erstmals den zweiten Rang unter den Lernformen ein. Dieser Befund legt nahe, dass sich aus Sicht der Experten die immer unaufwändiger gewordene Lernlösung „Webinar“ für das betriebliche Lernen zu einer zentralen Lösung entwickeln wird.

Auf den dritten Rang ordnen die Experten in diesem Jahr die Kategorie „Mobile / Apps“ ein (plus 15 Prozentpunkte), der mit jetzt 86 Prozent Zustimmung eine sehr große Bedeutung für das betriebliche Lernen der kommenden drei Jahre beigemessen wird.

Mit nahezu unveränderter Bewertung (2013: 82 %; 2012: 81 %) rangieren „Web Based Trainings“ in diesem Jahr dennoch nur an vierter Stelle. Damit ist der Abstand des „reinen“ E-Learning per WBT zum Spitzenreiter „Blended Learning“ mit jetzt 17 Prozentpunkten in diesem Jahr noch größer geworden.

Der deutliche Verlierer aus dem Vorjahr, „Social Networks / Communities“, steht mit 64 Prozent zwar etwas besser da als

2012 (60 %), liegt aber auch in diesem Jahr wieder knapp hinter der Lernform „Simulationen“, der 66 Prozent der Experten zukünftig eine zentrale Bedeutung für das betriebliche Lernen attestieren.

Eine zentrale Bedeutung des E-Learning-Einsatzes von „Wikis“ attestieren in diesem Jahr nur noch 40 Prozent der Teilnehmer (2012: 52 %). Auch hier scheint ein kurzfristiger Hype, der um diese kostengünstige, aber in der betrieblichen Anwendung doch recht anspruchsvolle „Web 2.0“-Anwendung entstanden war, abgeklungen zu sein.

Nach wie vor nur von jedem vierten Experten werden die „immersiven“ – und kostenintensiven – Lernformen „Serious Games“ (25 %) und „Augmented Reality“ (23 %) als künftig wichtige Anwendungen des betrieblichen Lernens eingeschätzt. Allerdings wird die zukünftige Bedeutung von „Augmented Reality“ in diesem Jahr damit deutlich höher eingeschätzt als noch 2012 (14 %).

„Micro-Blogging“-Tools wie „Twitter“, die vor fünf Jahren erstmals in die Liste der Lernlösungen aufgenommen wurden, wird auch 2013 nur von einer kleinen Minderheit der Experten eine wichtige Rolle für das betriebliche Lernen beigemessen. Mit 15 Prozent ist ihr Anteil genau so groß wie der Wert für das in diesem Jahr neu aufgenommene Item „Lernumgebungen in virtuellen 3D-Welten“.

## Mobile Learning verspricht kommerziellen Erfolg

Neben der Frage nach der künftigen Bedeutung als Lernform wurden die Experten wieder gebeten, den wirtschaftlichen Erfolg der ausgewählten Formen und Technologien zu prognostizieren (vgl. Abbildung 2).

Den größten kommerziellen Erfolg als Lernform sagen die Experten – ähnlich wie bereits im Vorjahr – dem mobilen Lernen voraus. Die Kategorie „Mobile / Apps“ rangiert mit inzwischen 85 Prozent der Expertenstimmen auf dem ersten Platz unter allen aufgelisteten Lernformen (2012: 82 %, 2011: 79 %).

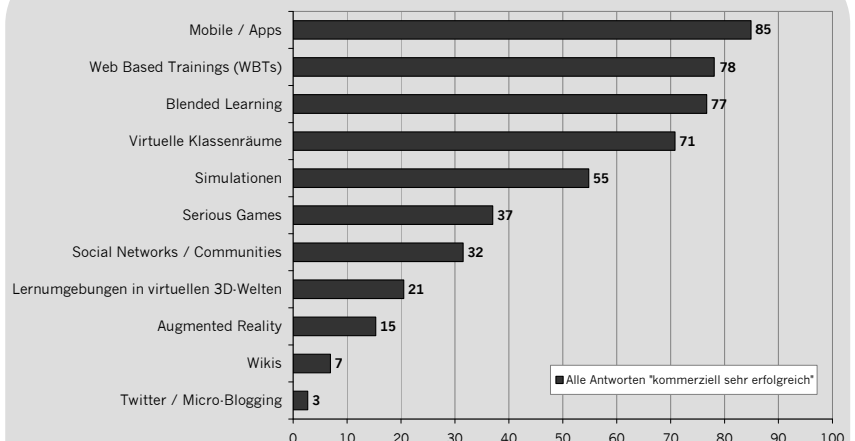
Auch „Web Based Trainings“ (78 %) werden nach wie vor als kommerziell erfolgreiche Lernform angesehen. Und auch die Mischform von Präsenzlernen und E-

Learning schneidet bei den Experten wieder sehr gut ab: 77 Prozent attestieren dem „Blended Learning“ einen kommerziellen Erfolg in den nächsten drei Jahren. An dieser Stelle – und nur hier – weichen die befragten E-Learning-Dienstleister vom Durchschnitt des Expertenvotums deutlich ab: Sie sehen „Blended Learning“ mit 89 Prozent auf dem 1. Platz der künftig erfolgreichen Lernformen.

Erstmals von mehr als zwei Dritteln der Befragten (71 %) als kommerziell Erfolg versprechende Anwendung eingestuft werden „Virtuelle Klassenräume“. Damit werden Webinare aus Sicht der Experten in den nächsten drei Jahren zu den wichtigsten Umsatzbringern der E-Learning-Branche avancieren.

Auch dem betrieblichen Lernen anhand von „Simulationen“ wird von den Experten ein hohes wirtschaftliches Potenzial beigemessen. Diese frühe Form des technologiegestützten Lernens sehen im aktuellen *MMB Learning Delphi* mehr als die Hälfte der Befragten (55 %) als künftig kommerziell erfolgreich.

Abbildung 2: Kommerzieller Erfolg von Anwendungen als Lernform in Unternehmen



Frage: Und welche dieser Anwendungen werden – als Lernformen für das betriebliche Lernen in Unternehmen – für die E-Learning-Wirtschaft in den nächsten drei Jahren kommerziell sehr erfolgreich sein und welche weniger? | N=72-73 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2013

Nur etwa ein Drittel der Experten (37 %) kann sich vorstellen, dass „Serious Games“, also Lernangebote, in denen die

Lernziele durch einen spielerischen Umgang mit dem Thema erreicht werden, für die E-Learning-Branche mittelfristig kommerziell attraktiv sein werden.

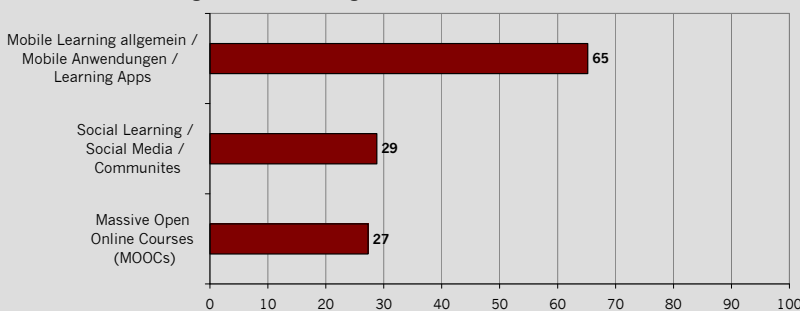
Ähnlich skeptisch fällt die Prognose für „Social Networks / Communities“ aus. Nur noch 32 Prozent der Experten glauben, dass man mit dieser Technologie künftig auch Geld verdienen kann. Vor drei Jahren war noch knapp die Hälfte der Experten dieser Meinung (2010: 49 %).

Eindeutiger Verlierer aus ökonomischer Sicht sind wie in den Vorjahren „Wikis“ (7 %) und „Twitter“ (3 %). Insgesamt kann somit auch in diesem Jahr wieder festgehalten werden, dass Web 2.0-Anwendungen als Lernformen von den befragten Experten auch 2013 nur geringes wirtschaftliches Potenzial zugeschrieben wird.

## Die Zukunftstrends: „mobile“, „social“, „massive“

Die befragten E-Learning-Spezialisten hatten auch dieses Mal wieder die Gelegenheit, die drei wichtigsten E-Learning-Trends zu benennen (vgl. Abbildung 3). Diese Frage

Abbildung 3: Die drei wichtigsten Themen und Trends für die Zukunft



Frage: Welche Trends und Themen im E-Learning werden Ihrer Ansicht nach die größte Bedeutung in den kommenden drei Jahren haben? n=66 Experten | Angaben in % aller Experten, die diese Frage ohne Antwortvorgabe beantwortet haben | Mehrfachnennungen möglich | © MMB-Institut 2013

wird traditionell ohne Antwortvorgaben gestellt, um der Phantasie der Experten hier keine Grenzen zu ziehen.

Das diesjährige Ergebnis überrascht in zweierlei Hinsicht: Am häufigsten – und damit unangefochten auf Platz eins der wichtigsten Trends im betrieblichen E-Learning – werden Aspekte rund um das Themenfeld Mobiles Lernen genannt. Allerdings, und das ist die erste Überraschung, nur noch von 65 Prozent aller Experten. Im vergangenen Jahr waren es noch 84 Prozent. Hier scheint sich eine gewisse Abkühlung des „Hype-Themas“ Mobile Learning abzuzeichnen.

Deutlich weniger Nennungen (29 %) kommen dem zweitplatzierten Thema „Social Learning / Social Media“ zu – also dem Lernen in sozialen Strukturen und Communities via Internet. Dies wird von nahezu gleich vielen Experten als Zukunftstrend genannt wie im vergangenen Jahr.

Die zweite Überraschung bei dieser offenen Frage nach den Zukunftstrends und Themen im E-Learning der nächsten drei Jahre ist die große Bedeutung, die dem Thema „Massive Open Online Courses (MOOCs)“ von den Befragten eingeräumt wird. Immerhin 27 Prozent der Experten nennen diese bisher in Deutschland nur an einigen Hochschulen erprobte Lernform als Trendthema der Zukunft.

## E-Learning 2016: Cloud-basiert und via Webinar

Die Experten wurden wie in den Vorjahren gebeten, eine Auswahl von Szenarien zu bewerten, die die E-Learning-Welt in drei Jahren bestimmen könnten (vgl. Abbildung 4). Die beiden eingerahmten Statements wurden aus den Vorjahren übernommen; alle anderen Szenarien sind neu hinzugenommen.



Mit dem herausragenden Wert von 83 Prozent (2012: 85 %, 2011: 77 %) befürwortet die große Mehrheit der Experten das Statement, dass „Cloud Computing“ und „Software as a Service“, also die Nutzung von Diensten über eine nicht hauseigene IT-Infrastruktur, das elektronische Lernen der Zukunft entscheidend beeinflussen werden.

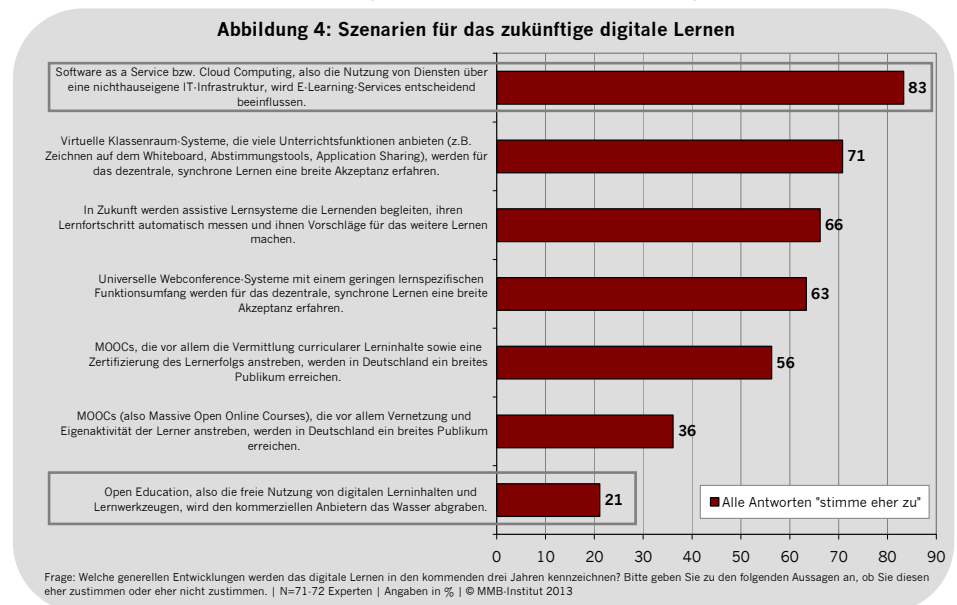
Zu den neuen Themen, die 2013 erstmals den Experten zur Bewertung vorgelegt wurden, gehören zwei Fragen, die sich mit Technologien für Webinare befassen, sowie zwei Fragen zum derzeit wohl am intensivsten diskutierten E-Learning-Thema „MOOCs“ (Massive Open Online Courses).

Eine weitere neue Frage, deren Ergebnisse hier als erstes vorgestellt werden, betrifft die ebenfalls aktuell auf vielen Tagungen diskutierte Thematik „Assistive Lernsysteme“, auch unter den Stichworten „Learning Analytics“ oder „Predictive Learning“ bekannt. Hier wurde den Experten die These vorgelegt „In Zukunft werden assistive Lernsysteme die Lernenden begleiten, ihren Lernfortschritt automatisch messen und ihnen Vorschläge für das weitere Lernen machen.“ Immerhin zwei Drittel der Experten stimmen dieser These zu, was für die große Bedeutung dieser neuen lerntechnologischen Entwicklung spricht. Dass der E-Learning-Markt bisher nur über eine sehr überschaubare Anzahl an vorzeigbaren Beispielen für assistive oder „predictive“ Lernsysteme verfügt, muss hier kein Widerspruch sein. Der Trend dürfte aus Sicht der befragten Bildungsexperten in Richtung einer solchen „intelligenten“ Lernsoftware gehen.

Die beiden den Experten als Alternative vorgelegten Statements zum Thema Webi-

nar-Technologie lauteten zum einen: „Virtuelle Klassenraum-Systeme, die viele Unterrichtsfunktionen anbieten (z.B. Zeichnen auf dem Whiteboard, Abstimmungstools, Application Sharing), werden für das dezentrale, synchrone Lernen eine breite Akzeptanz erfahren“. Und zum anderen: „Universelle Webconference-Systeme mit einem geringen lernspezifischen Funktionsumfang werden für das dezentrale, synchrone Lernen eine breite Akzeptanz erfahren“. Die These, dass speziell für das E-Learning entwickelte Webinar-Systeme für das dezentrale, synchrone Lernen in Zukunft wichtig sein werden, befürworteten 71 Prozent der Experten. Universelle, nicht spezifisch

Abbildung 4: Szenarien für das zukünftige digitale Lernen



für das E-Learning entwickelte Webconference-Systeme werden von den Experten ebenfalls überwiegend als wertvolle Bildungstechnologie gesehen, mit 63 Prozent schneiden die allgemeine Webconference-Systeme allerdings nicht so gut ab wie die speziellen Webinar-Technologien.

Zum Thema MOOCs wurden – ohne die inzwischen gängigen Bezeichnungen „X-MOOC“ und „C-MOOC“ explizit zu erwähnen – diese beiden alternativen Szenarien zur Abstimmung gestellt: „MOOCs, die vor allem die Vermittlung curriculärer Lerninhalte sowie eine Zertifizierung des Lernerfolgs



anstreben, werden in Deutschland ein breites Publikum erreichen“ (= „X-MOOC“) sowie „MOOCs, die vor allem Vernetzung und Eigenaktivität der Lernen anstreben...“ (= „C-MOOC“). Hier ist das Votum der Experten noch sehr viel deutlicher. Zunächst muss aber festgestellt werden, dass insgesamt das Thema MOOCs – anders als die Diskussion in der Fachöffentlichkeit nahelegt – aus Sicht der befragten Experten noch keine überragende Rolle spielt. Etwas mehr als die Hälfte (56 %) prognostiziert den curricularen und eher dem „One-to-many“-Prinzip folgenden Online-Kursen eine große Zukunft im deutschen Bildungsmarkt, während die eher dem „Social Web“ verpflichteten interaktiven und kollaborativen C-MOOCs, die die Selbstorganisation der Lernenden unterstützen, lediglich von etwas mehr als einem Drittel (36 %) der Experten als erfolgversprechende Konzeption eingeschätzt werden.

schäftsmodell der E-Learning-Branche sehen, noch bei einem knappen Drittel (32 %).

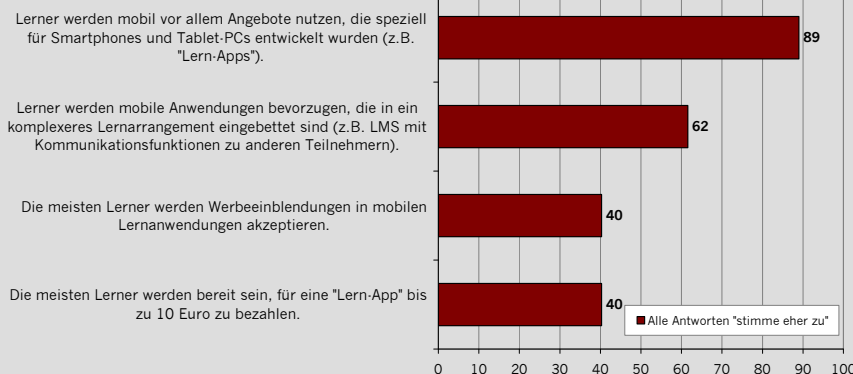
## Mobile Learning verlangt nach speziell entwickelten Angeboten

Wegen der anhaltenden und stetig steigenden Bedeutung von Mobile Learning wurde den Befragten auch im diesjährigen *MMB Learning Delphi* ein Set von vier Fragen zum Thema „Zukünftige Entwicklungen im Mobile Learning“ vorgelegt. Damit sollen vor allem Aspekte der Akzeptanz von mobilen Lernangeboten aus Expertensicht bewertet werden (vgl. Abbildung 5).

Nach wie vor die größte Zustimmung erhält die Aussage, dass Lerner vor allem solche Angebote mobil nutzen werden, die speziell für Smartphones und Tablet-PCs entwickelt wurden, die also keine „mobile Adaption“ von bereits bestehenden Angeboten darstellen. Diese Entwicklung halten 89 Prozent der Experten für realistisch (2012: 87 %). Grund hierfür ist wahrscheinlich der große finanzielle Erfolg neuer Lernanbieter, die ausschließlich den Markt für Apps bedienen. Hinzu kommt, dass Smartphones und Tablet-PCs Eigenschaften besitzen, die andere Lerntechnologien geradezu erzwingen (z.B. durch kleiner Bildschirmen), aber auch ermöglichen (etwa durch Touch-Screens oder Lagesensoren).

Auch die Frage, ob Lerner mobile Lernanwendungen bevorzugen, die in ein komplexeres Lernarrangement (z.B. ein LMS) eingebettet sind, ergibt ein ähnliches Ergebnis wie 2012: 62 Prozent der Befragten stimmen dieser These zu (2012: 65 %).

Abbildung 5: Zukünftige Entwicklungen im Mobile Learning



Frage: Wie wird sich das mobile Lernen in den kommenden drei Jahren entwickeln? Bitte geben Sie zu den folgenden Aussagen an, ob Sie diesen eher zustimmen oder eher nicht zustimmen. | N=72-73 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2013

Wie bereits im letzten Jahr findet die bewusst zugespitzte These, dass „Open Education, also die freie Nutzung von digitalen Lerninhalten und Lernwerkzeugen, den kommerziellen Anbietern das Wasser abgraben wird“, kaum Zustimmung bei den befragten Experten. Lediglich jeder fünfte Befragte (21 %) stimmt dieser These zu – 2012 lag der Anteil der Experten, die in „Open Education“ eine Gefahr für das Ge-



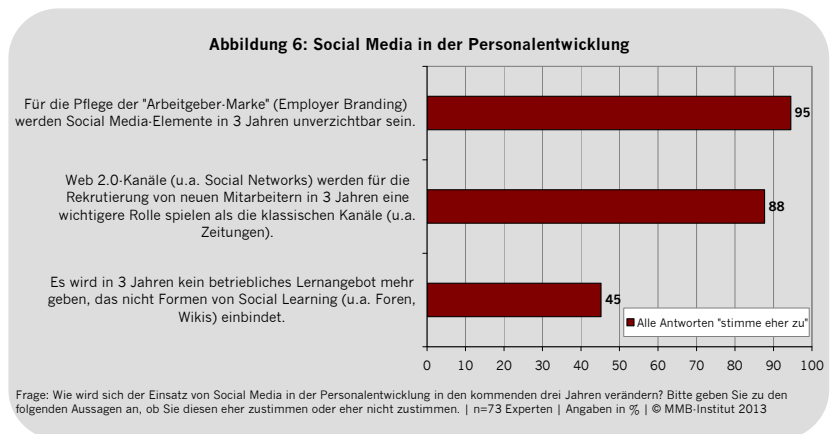
Die beiden anderen Items im Themenumfeld „Mobile Learning“ stellen die Frage nach geeigneten Erlösmodellen. Da mit dem mobilen Lernen erstmals auch in größerem Maßstab der Verkauf von E-Learning-Content an Endkunden realistisch erscheint (Apps werden individuell und in der Regel privat gekauft oder kostenlos bezogen), stellt sich hier auch die Frage der Refinanzierung von E-Learning-Inhalten im Endkundenmarkt.

Das Ergebnis steht – wie bereits im Vorjahr – in deutlichem Widerspruch zu den positiven Erwartungen an den Markt, die oben beschrieben wurden. Beide Erlösvarianten, die den Experten vorgelegt wurden, werden überwiegend abgelehnt. Das gilt für das Modell der Werbefinanzierung: Dem Statement „Die meisten Lerner werden Werbeeinblendungen in mobilen Lernanwendungen akzeptieren“ stimmen lediglich 40 Prozent der Experten zu (2012: 42 %). Genau so groß ist die Skepsis bei der Variante „Paid Content“: Dem Statement „Die meisten Lerner werden bereit sein, für eine Lern-App bis zu 10 Euro zu bezahlen“, stimmen ebenfalls nur 40 Prozent der Befragten zu (2012: 37 %).

Als Fazit kann festgehalten werden, dass ein „mobiler Endkundenmarkt“, in dem überwiegend kleine, abgeschlossene Einheiten an eine disperse Kundschaft vertrieben werden, von den Experten noch nicht wirklich für ein realistisches Szenario gehalten wird. Wie schon im Vorjahr stehen auch 2013 großen Erwartungen an das mobile Lernen weitgehend unausgereiften Geschäftsmodellen gegenüber.

## Social Media bald unverzichtbar für die Personalentwicklung

Einen besonderen Schwerpunkt des *MMB Learning Delphi* bilden in diesem Jahr Fragen zum Thema „Social Media in der Personalentwicklung“. Dass Soziale Netzwerke in die Arbeit von Personalverantwortlichen Einzug halten, ist mittlerweile unbestritten. Die Frage ist aber, welches Gewicht diese Instrumente in drei Jahren in der täglichen Personalarbeit haben werden, und zwar auf den Gebieten „Employer Branding“, „Recruiting“ und „Aus- und Weiterbildung“ (vgl. Abbildung 6).



Vor allem für die ersten beiden Themen sieht ein Großteil der Experten einen bedeutenden Einfluss sozialer Netzwerke. 95 Prozent der Befragten sagen sinngemäß „Ohne Social Media kein Employer Branding“. Wenn man sich als Arbeitgeber in der Öffentlichkeit darstellen will, sind Soziale Netzwerke unverzichtbar.

Fast ebenso hoch (88 %) liegt der Anteil der zustimmenden Experten beim Statement zum Thema Recruiting: „Web 2.0-Kanäle (u.a. Social Networks) werden für die Rekrutierung von neuen Mitarbeitern in 3 Jahren eine wichtigere Rolle spielen als die klassischen Kanäle (u.a. Zeitungen).“ Das Gewicht bei der Ausschreibung von Stellen wird sich eindeutig vom Anzeigenteil der Zeitung, aber auch von konventionellen Jobbörsen im Internet und der „Kar-

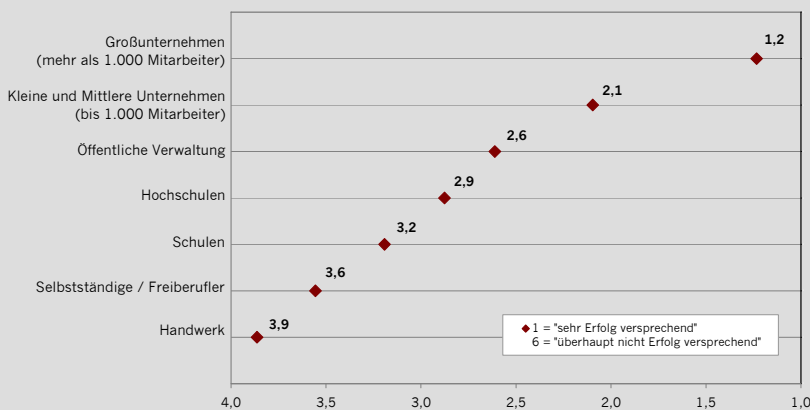
riere-Rubrik“ auf der unternehmenseigenen Website hin zu Twitter, LinkedIn, XING und Facebook verlagern.

Die sehr rigide zugespitzte These, dass es im Jahr 2016 kein betriebliches Lernangebot mehr geben wird, das nicht Formen von Social Learning (u.a. Foren, Wikis) einbindet, unterschreiben hingegen weniger als die Hälfte der Befragten (45 %).

## Großunternehmen bleiben wichtigste Zielgruppe

Seit einigen Jahren fragt das *MMB Learning Delphi* die Experten nach den am meisten Erfolg versprechenden Zielgruppen für die E-Learning-Wirtschaft (vgl. Abbildung 7). Abgesehen von leichten Schwankungen ergeben sich hier über die Jahre keine einschneidenden Veränderungen.

Abbildung 7: Zielgruppen für die E-Learning-Wirtschaft



Frage: Mit Blick auf die kommenden drei Jahre – wie Erfolg versprechend werden die folgenden Zielgruppen für die E-Learning-Wirtschaft sein? Bitte geben Sie Ihre Einschätzungen auf einer 6er-Skala nach dem Schulnoten-Prinzip an: Eine 1 bedeutet hier „sehr Erfolg versprechend“, eine 6 bedeutet „überhaupt nicht Erfolg versprechend“. | N=72-73 Experten | Angaben in Mittelwerten | © MMB-Institut 2013

Die wichtigste Zielgruppe für die kommenden drei Jahre bleibt unangefochten: Großunternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten. Auf einer Skala von 1 („sehr Erfolg versprechend“) bis 6 („überhaupt nicht Erfolg versprechend“) wird diese Zielgruppe im Mittel mit 1,2 bewertet. Damit schneidet sie noch etwas besser ab als in den vergan-

genen Jahren (2012: 1,4; 2011: 1,6; 2010: 1,3).

Die Gruppe der kleinen und mittleren Unternehmen (bis 1.000 Mitarbeiter) festigt aus Sicht der Experten mit einem Mittel von 2,1 ihre Stellung als zweitwichtigste Zielgruppe der Branche.

Neben der Privatwirtschaft stellen auch die staatlichen Einrichtungen potenziell einen großen Markt für die E-Learning-Wirtschaft dar. Allerdings sind die Werte, die das *MMB Learning Delphi* für diese Zielgruppen zeigt, traditionell eher ernüchternd. Auch in diesem Jahr sehen die befragten Experten die größten Erfolgchancen in der Zielgruppe „Öffentliche Verwaltung“, die auf einen Durchschnitt von 2,6 Punkten kommt. Im Abstand von jeweils 0,3 Punkten folgen dahinter die potenziellen Massenmärkte „Hochschulen“ (alleine 2,5 Mio. Studenten) und Schulen (ca. 11 Mio. Schüler über alle Schulformen hinweg). Trotz der großen und

ständig wachsenden Bedeutung von Lerntechnologien gerade für diese Zielgruppen sehen die Experten hier derzeit nur ein eher geringes Marktpotenzial für die E-Learning-Dienstleister.

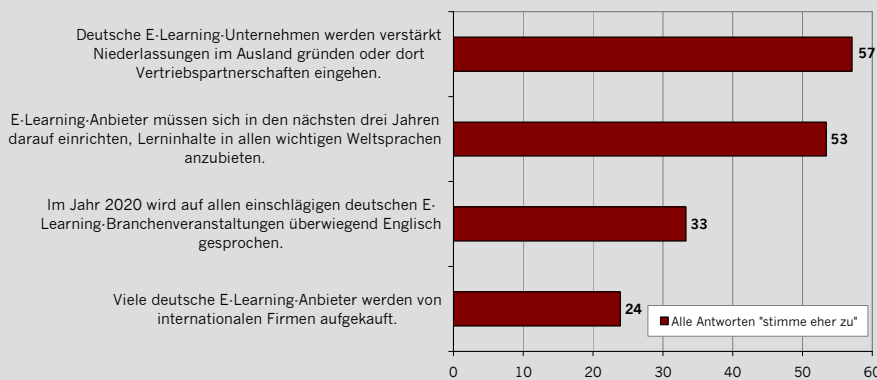
Noch geringere Bedeutung für die Branche messen die Experten auch in diesem Jahr den Zielgruppen „Selbstständige / Freiberufler“ (3,6 Punkte) und „Handwerk“ (3,9) bei. Hier zeigt sich ein Charakteristikum des E-Learning-Markts, der noch immer überwiegend durch Maßen-

fertigungen geprägt ist. Produkte „von der Stange“, die gerade für diese kleinteiligen Zielgruppen unverzichtbar sind, bilden immer noch die Ausnahme.

## Internationalisierung als Chance für die deutsche E-Learning-Branche

In den letzten Jahren konnten Marktkenner immer wieder Entwicklungen beobachten, die als Zeichen für eine zunehmende Internationalisierung des E-Learning-Geschäfts zu deuten waren. Sei es, dass Unternehmen aus dem Ausland – vor allem den USA, aber auch aus Skandinavien oder etwa Frankreich – in Deutschland aktiv werden, indem sie hier im Markt etablierte Unternehmen übernehmen, oder sei es, dass deutsche E-Learning-Dienstleister im Ausland – in Europa sowie in Übersee – Filialen gründen. Diese Entwicklungen waren für das *MMB Learning Delphi* Anlass, in diesem Jahr erstmals die Frage zu stellen, ob eine solche Internationalisierung des E-Learning-Geschäfts einen relevanten Trend darstellt – und wenn ja, in welche Richtung sich dieser Trend in den nächsten Jahren entwickeln könnte (vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Internationalisierung des E-Learning-Geschäfts



In Form von vier Statements wurde dieses Thema unseren Experten zur Abstimmung vorgelegt. Die größte Zustimmung fand hierbei die These, „Deutsche E-Learning-Unternehmen werden verstärkt Niederlassungen im Ausland gründen oder dort Vertriebspartnerschaften eingehen“. Dieses betont selbstbewusste Statement befürworten

deutlich mehr als die Hälfte der Befragten (57 %).

Ebenfalls gut die Hälfte der Experten spricht sich für diese These aus: „E-Learning-Anbieter müssen sich in den nächsten Jahren darauf einrichten, Lerninhalte in allen wichtigen Weltsprachen anzubieten“. Daraus folgt, dass ein Angebot, das nur noch auf Deutsch bereitgestellt wird, künftig weniger Erfolg versprechend sein wird. Dieser Meinung sind immerhin 53 Prozent der Befragten.

Deutlich geringer ist der Zuspruch zu der These „Im Jahr 2020 wird auf allen einschlägigen deutschen E-Learning-Brancheveranstaltungen überwiegend Englisch gesprochen“. Aber immerhin ein Drittel (33 %) ist der Meinung, dass diese Entwicklung absehbar ist. Auch dieser Befund weist somit tendenziell auf eine Internationalisierung des E-Learning-Markts hin, dem nicht nur die E-Learning-Dienstleister, sondern auch die Veranstalter von Branchen-Events künftig Rechnung tragen müssen.

Nur ein knappes Viertel der Experten (24 %) stimmt schließlich der These zu: „Viele deutsche E-Learning-Anbieter werden von internationalen Firmen aufgekauft“. Dieser Befund legt nahe, dass die deutsche E-Learning-Branche von der deutlichen Mehrheit der befragten Experten als international sehr wettbewerbsfähig eingeschätzt wird.

Eher wird ein deutscher Anbieter im Ausland aktiv, als dass er von einem großen internationalen Wettbewerber übernommen wird.

## LEARNTEC der Platzhirsch unter den Branchenevents

Wie in den Vorjahren wurden die Experten auch 2013 wieder gebeten, das Potenzial von spezialisierten Marketingveranstaltungen für die E-Learning-Branche zu beurteilen (vgl. Abbildung 9).

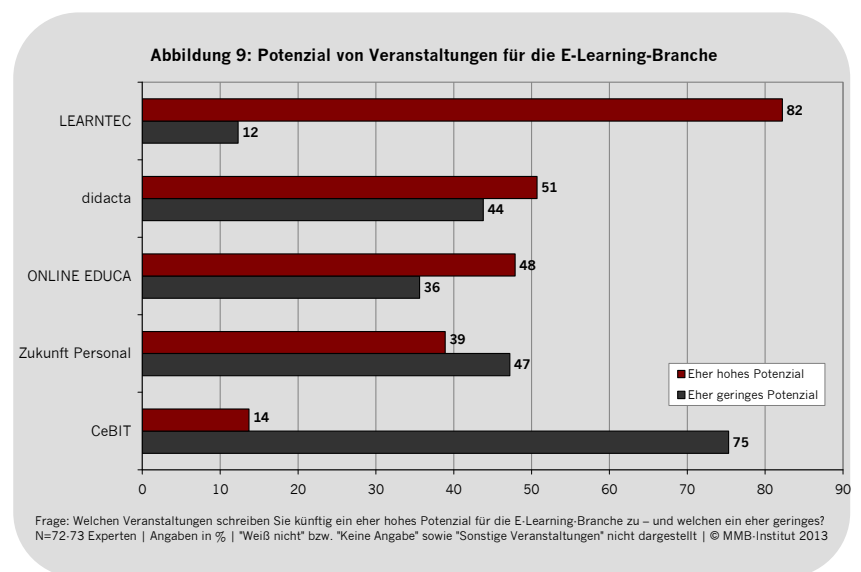
Als eindeutiger Spitzenreiter des diesjährigen Rankings der E-Learning-Events erweist sich – wie in den Vorjahren – die Karlsruher LEARNTEC, die mit 82 Prozent das hervorragende Vorjahresergebnis egalisieren konnte. Die Befragten aus der Gruppe der E-Learning-Dienstleister sind sogar zu 86 Prozent von einem „hohen Potenzial“ der LEARNTEC als Marketing-Veranstaltung der Branche überzeugt.

Im Mittelfeld der E-Learning-Veranstaltungen liegen nahezu gleich auf: die an wechselnden Standorten jährlich stattfindende Bildungsmesse didacta, der von etwa der Hälfte der Experten (51 %) ein hohes Potenzial für die Branche attestiert wurde, gefolgt von der international ausgerichteten ONLINE EDUCA in Berlin, die von knapp der Hälfte (48 %) hoch bewertet wurde. Sowohl die didacta als auch die ONLINE EDUCA schneiden allerdings (mit minus 10 bzw. minus 9 Prozentpunkten) in der Gunst der Experten deutlich schlechter ab als noch im Vorjahr.

Eine Verschlechterung im Expertenranking muss auch die Zukunft Personal hinnehmen. Dieser Veranstaltung, die seit einigen Jahren auch mit einem entsprechenden Themenschwerpunkt gezielt die E-Learning-Branche anspricht, attestiert erstmals eine Mehrheit der Experten (47 %) ein „eher geringes Potenzial“. Fragt man nur die Dienstleister, dann schneidet die Zukunft

Personal deutlich besser ab (39 % „geringes Potenzial“; 50 % „hohes Potenzial“).

Die Computermesse CeBIT wird in diesem Jahr von den befragten Experten noch deutlicher negativ bewertet als in den beiden Vorjahren. Drei Viertel (75 %) sehen bei dieser Veranstaltung ein „eher geringes Potenzial“ für die E-Learning-Branche – bei den befragten E-Learning-Dienstleistern sind es sogar 86 Prozent.



Mit diesen Befunden festigt die LEARNTEC insgesamt ihre Position als „Platzhirsch“ unter den E-Learning-Events. Zugleich unterstreicht das deutliche Ergebnis das immer wieder geäußerte Interesse der Branche an einer zentralen Marketing-Veranstaltung für die E-Learning-Branche.

## Methoden-Steckbrief

Mit dieser Veröffentlichung liegt die achte 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 ausschließlich online mit dem Befragungstool „SurveyMonkey“ durchgeführt.

**Tabelle 1: Teilnehmerstruktur 2006–2013**

Akteursgruppe	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Dienstleister / Produzent von Lernangeboten	48%	56%	47%	50%	55%	38%	47%	38%
Anwender / Nutzer von Lernangeboten	3%	4%	8%	2%	12%	17%	12%	16%
Wissenschaft / Forschung / Beratung	33%	21%	34%	25%	22%	24%	26%	30%
Medien / Freier Journalist	8%	8%	4%	4%	2%	5%	4%	7%
Öffentliche Einrichtung / Regierungsorganisation	10%	6%	4%	8%	9%	15%	7%	3%
Andere Akteursgruppe / Keine Angabe	0%	6%	4%	12%	0%	1%	4%	6%
<i>n</i>	40	51	53	52	65	76	74	73

Frage: Welcher Akteursgruppe gehören Sie hauptsächlich an?  
n=73 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2013

Insgesamt beteiligten sich in diesem Jahr 73 Expertinnen und Experten aus der Bildungsszene in Deutschland, Österreich und der Schweiz an der Befragung, wobei nicht alle Teilnehmer alle Fragen beantwortet haben (siehe Fallzahl „n“ unter jeder Grafik). Die Samplestruktur gleicht in etwa der aus den vergangenen Jahren. Die tabellarische Darstellung der prozentualen Verteilung der Befragten auf die jeweiligen Ak-

teursgruppen gibt einen Einblick in die Zusammensetzung der Stichprobe (vgl. Tabelle 1).

Die Fragen wurden größtenteils so formuliert, dass sie mit den Formulierungen in den Vorjahren vereinbar bzw. sogar identisch sind. Deshalb konnten häufig 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 zur Internationalisierung des E-Learning-Marktes und zum Einsatz von Social Media 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)

