

Trendstudie: MMB Learning Delphi 2010

## **Vernetzung ist angesagt – Social Learning weiterhin auf dem Vormarsch**

Essen/Berlin, 04. August 2010

**Social Networks werden immer häufiger auch zum Lernen genutzt. Oft dienen sie als Ergänzung zu Blended-Learning-Angeboten, die nach wie vor die größte Bedeutung für die betriebliche Weiterbildung haben. Das ist eines der Ergebnisse der jährlichen Expertenbefragung „MMB Learning Delphi“, die vom MMB-Institut im Frühjahr 2010 bereits zum fünften Mal durchgeführt wurde.**

In diesem Jahr haben sich insgesamt 65 Expertinnen und Experten an der Online-Befragung beteiligt – ein neuer Teilnehmerrekord. Zu den Befragten gehören E-Learning-Dienstleister, Forscher und Berater genauso wie Vertreter von öffentlichen Einrichtungen und Medien. In diesem Jahr waren zudem mehr E-Learning-Anwenderunternehmen vertreten. Zum mittlerweile fünften Mal schätzten die Teilnehmer ein, wie der Stand der betrieblichen Weiterbildung und des digitalen Lernens heute ist – und wie die Entwicklung in drei Jahren aussehen wird.

Ein zentrales Ergebnis der Experteneinschätzung: Unternehmen setzen auch weiterhin auf traditionelle und „gemischte“ E-Learning-Formen, vor allem Blended Learning. Hinzu kommen aber mehr und mehr Social Media-Elemente, wie Lerner Communities oder Social Networks allgemein. Dass sich Micro Blogging-Dienste wie „Twitter“ auch zur betrieblichen Weiterbildung eignen, das glauben nach wie vor nur wenige Experten.

Darüber hinaus macht die Befragung eines deutlich: Unternehmen scheinen sich von „offenen“ Lernsystemen abzuwenden, die für alle Internet-Nutzer zugänglich sind. Stattdessen bevorzugen sie eher unternehmensinterne Lösungen wie Unternehmenswikis und interne Fachforen.

Die Experten wurden auch wieder gebeten, spontan E-Learning-Trends ohne Vorgabe zu nennen. Am häufigsten wurden die Trends „Mobile Learning“ (Platz 1) und „Rapid Learning“ (Platz 2) geäußert. Auch bei dieser Frage stufen die Befragten die traditionelle Mischform „Blended Learning“ hoch ein – dieser Lerntrend wurde am dritthäufigsten angegeben.

**PRESSEMITTEILUNG**

Bei der Bewertung von Weiterbildungsszenarien gehen die Befragten davon aus, dass „Mikro-Learning“, also die Nutzung kleinster Lernmodule zur Problemlösung am Arbeitsplatz, in den kommenden Jahren eine wichtige Rolle spielen wird. Und knapp drei Viertel der Befragten schätzen, dass „Software as a Service“, also die Nutzung von Software auf einem fremden Server via Internet, für die Bereitstellung von E-Learning-Angeboten künftig eine zentrale Bedeutung haben wird.

Mittlerweile zum festen Fragenkatalog gehört die Frage nach den Zielgruppen für E-Learning. Auf Platz eins der Top-Zielgruppen für die E-Learning-Wirtschaft liegen nach wie vor Großunternehmen. Allerdings holen Kleine und Mittlere Unternehmen stark auf – 2009 noch auf Platz vier, belegen Sie in diesem Jahr den zweiten Platz der Top-Zielgruppen.

Unter den E-Learning-Zielgruppen innerhalb der Unternehmensbelegschaft stehen – exakt wie im vergangenen Jahr – wieder junge Mitarbeiter mit Vorbildung, wie „Auszubildende“, „Berufsrückkehrer“ sowie „Sach-“ und „Facharbeiter“, ganz vorne. Weniger Experten sehen bei anderen – unter Umständen benachteiligten – Mitarbeitergruppen, wie „Ältere Mitarbeiter“, „Ungelehrte Hilfskräfte“ und „Mitarbeiter mit Migrationshintergrund“, eine Zielgruppe für das betriebliche E-Learning. Auch „Führungskräfte“ gehören nicht zu den bevorzugten Adressaten für E-Learning.

Erstmals wurden die Teilnehmer nach ihrer Einschätzung zu konkreten E-Learning-Veranstaltungen gefragt. Die „LEARNTEC“ und die „Zukunft Personal“ sind nach Meinung der Befragten die Formate, die auch in Zukunft das größte Potenzial für das Branchenmarketing besitzen. Die „CeBIT“ als E-Learning-Forum liegt hingegen weit abgeschlagen – fast zwei Drittel der Befragten sehen hier zukünftig nur noch geringes Potenzial.

Die ausführlichen Ergebnisse der diesjährigen Studie „MMB Learning Delphi“ sind als „MMB-Trendmonitor II/2010“ veröffentlicht worden, der auf unserer Website als Download zur Verfügung steht: [www.mmb-institut.de](http://www.mmb-institut.de) <sup>1</sup>

**Ansprechpartner:**

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung, Essen  
Dr. Lutz Goertz  
Telefon: 0049 – 201 – 720 27-0  
E-Mail: [info@mmb-institut.de](mailto:info@mmb-institut.de)  
Internet: [www.mmb-institut.de](http://www.mmb-institut.de)

*Veröffentlichung honorarfrei, Belegexemplar oder Hinweis auf URL erbeten.*

---

<sup>1</sup> [www.mmb-institut.de/2004/pages/trendmonitor/download/MMB-Trendmonitor\\_2010\\_II.pdf](http://www.mmb-institut.de/2004/pages/trendmonitor/download/MMB-Trendmonitor_2010_II.pdf)

Das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung wurde 1996 als „Michel Medienforschung und Beratung“ in Essen gegründet und verfügt neben dem Hauptsitz in der Ruhrgebietsmetropole über ein Büro in Berlin.

Das unabhängige, private Forschungsinstitut arbeitet im Auftrag von Unternehmen, Institutionen und öffentlichen Einrichtungen.

Unsere aktuellen Forschungsthemen beziehen sich auf die Verknüpfung von Arbeitswelt und Medien, auf Berufsbilder sowie auf die Entwicklung und Optimierung von Bildungskonzepten. Im Einzelnen arbeitet MMB derzeit auf den folgenden Themenfeldern:

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

In diesem Rahmen führt MMB empirische Untersuchungen durch, veranstaltet Expertenhearings, moderiert Gesprächsrunden und leitet daraus Handlungsempfehlungen und Konzepte ab.