

MMB veröffentlicht E-Paper zu Geschäftsmodellen von „Mobile Learning“

Lern-Apps verändern den E-Learning-Markt

Essen, 24. Februar 2012

Lern-Apps werden die E-Learning-Wirtschaft in diesem Jahr kräftig aufmischen. Auch in anderen Branchen merken Unternehmen, dass sich mit Bildung Geld verdienen lässt. Wie wird die Antwort der „klassischen“ E-Learning-Unternehmen auf die Lern-Apps aussehen? Welche Geschäftsmodelle kommen in Frage? Und was bedeutet das für die Didaktik? Ein E-Paper vom MMB-Institut gibt Antwort auf diese Fragen.


Apps aus den Sparten „Bildung“ und „Lernen“, die man für wenig Geld von App-Stores wie „iTunes“ oder dem „Android Market“ herunterladen kann, sind in vielerlei Hinsicht ein Erfolgsmodell: Sie sind schnell verfügbar, bieten ein fest umrissenes Lernziel und nutzen die Vorteile von Smartphones und Tablet-Computern. E-Learning-Entwickler haben durch kostenlose Autoren-Software einen einfachen Zugang zu den App-Vertriebsplattformen.

Was bedeutet diese Entwicklung für den „klassischen“ E-Learning-Markt, vor allem beim berufsbezogenen Lernen? Ein „E-Paper“ des MMB-Instituts für Medien- und Kompetenzforschung gibt hierauf Antwort. Unter dem Titel „Dann gibt es eine App dafür. Neue Geschäftsmodelle für das Mobile Lernen“ bietet es:

- Voraussagen von Experten für Mobile Learning in den nächsten drei Jahren
- Eine Übersicht über die unterschiedlichen Player in den Märkten des stationären und mobilen E-Learnings
- Beispiele für erfolgreiche Lern-Apps in App-Stores
- Eine Beschreibung der Geschäftsmodelle für stationäres und mobiles Lernen
- Beispiele für Lern-Apps in der berufliche Weiterbildung, die u.a. Lern-managementsysteme und Communities in das mobile Lernen einbinden
- Erkenntnisse und Empfehlungen für E-Learning-Produzenten und Anwender von Mobile-Learning-Arrangements.

PRESEMITTEILUNG

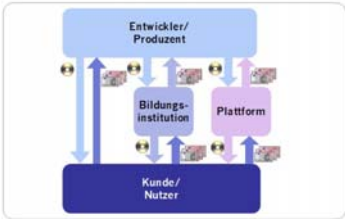
Ausschnitt aus dem E-Paper


Dann gibt es eine App dafür. Neue Geschäftsmodelle für das mobile Lernen. 

6. Wie funktioniert der Markt für Mobile Apps?

► Dieser Abschnitt beschreibt die Marktmechanismen und Erlösmodelle im Markt der Lern-Apps. Schauen wir uns hierfür zunächst den "klassischen" E-Learning-Markt an. Hier erwerben Kunden ihre E-Learning-Inhalte und -Software auf drei verschiedenen Wegen:

- Im ersten Fall kaufen sie die Lerninhalte oder die Lernsoftware direkt vom Produzenten.
- Beim zweiten Weg buchen sie beispielsweise einen Blended Learning-Kurs bei einer Bildungsinstitution und nutzen auf diese Weise E-Learning-Angebote.
- Beim dritten Weg suchen sie Kurse, Inhalte oder Lern-Software oder auf einer speziellen Distributions-Plattform. Zurzeit sind drei Plattformen verfügbar:
 - Copenia (www.copenia.de)
 - Bonlandia (www.e-learning-tools.net)
 - Webkolleg NRW (www.webkolleg.nrw.de)
- Die Distributionsplattformen haben unterschiedliche Angebotsportfolios und Abrechnungsmodelle. Der Umsatz über diesen Vertriebsweg ist noch relativ gering.



© MMB Institut für Medien- und Kompetenzforschung 2012 

Das E-Paper ist für 9,90 Euro als Download auf der Plattform von CHECK.point eLearning erhältlich:

www.checkpoint-elearning.de/article/10481.html

Ansprechpartner

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung
Torsten Fritsch M.A.
Folkwangstraße 1
45128 Essen

Telefon: 0201 – 720 27-21
Telefax: 0201 – 720 27-29
E-Mail: fritsch@mmb-institut.de
Internet: www.mmb-institut.de

Belegexemplar oder Hinweis auf URL erbeten.

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.

Das MMB-Institut wurde 1996 von Dr. Lutz P. Michel als "MMB – Michel Medienforschung und Beratung" in Essen gegründet und verfügt heute zusätzlich zum Hauptsitz in der Ruhrmetropole über ein Büro in Berlin. Neben dem Inhaber und Geschäftsführer besteht das MMB-Team aus einem Stamm fester und freier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die einen vorwiegend kommunikations- und sozialwissenschaftlichen Hintergrund haben.

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

Weitere Informationen finden sich im Internet unter www.mmb-institut.de