

Mai 1998

Presseinformation

Computerlernprogramme:

Bereits jeder zehnte lernt mit dem Computer Studie prognostiziert großes Marktpotential

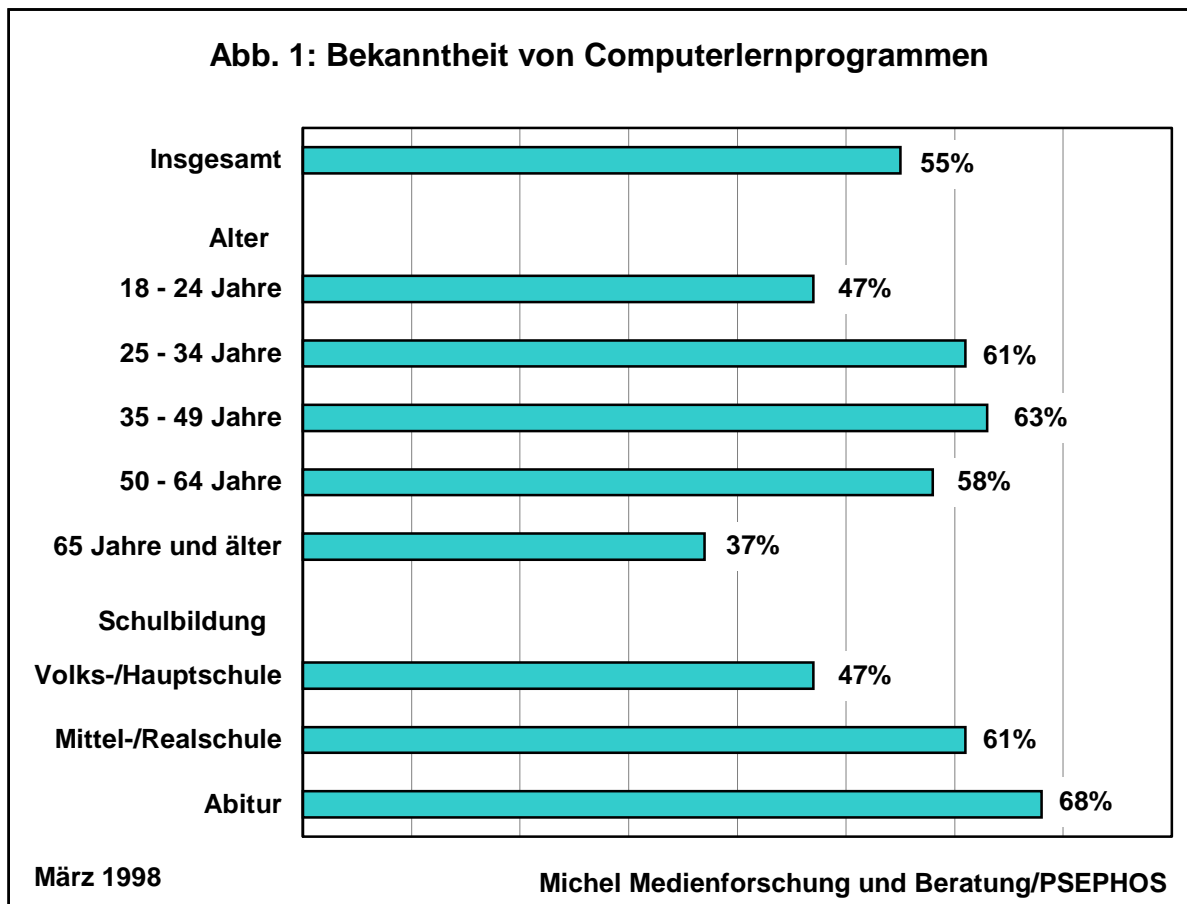
Fast jeder zehnte erwachsene Bundesbürger hat in den letzten zwölf Monaten ein Computerlernprogramm zur Aus- und Fortbildung genutzt. Dies ist das zentrale Ergebnis einer Befragung, die die MMB Michel Medienforschung und Beratung, Essen, gemeinsam mit dem PSEPHOS-Institut, Hamburg/Potsdam, Mitte März 1998 bei 1.001 Bundesbürgern durchgeführt hat. Und der Markt für Lernsoftware wächst weiter: Interesse an Computerlernprogrammen äußern zusätzliche acht Prozent der Bevölkerung, die bisher noch nicht zu den Anwendern zählen.

Im Rahmen einer telefonischen Mehrthemenbefragung des PSEPHOS-Instituts Hamburg/Potsdam wurden zwischen dem 4. und 9. März 1998 1.001 repräsentativ ausgewählte Bundesbürger über 18 Jahre zu Kenntnissen und Nutzung von Computerlernprogrammen interviewt. Zu den "Computerlernprogrammen" bzw. CBT-Anwendungen (Computer Based Training) zählen dabei alle Selbstlernkurse für die Aus- und Weiterbildung auf CD-ROM, auf Disketten oder im Internet, nicht aber Datenbanken oder rein lexikalische Anwendungen.

Computerlernprogramme – mehr als jeder zweite kennt den Begriff

Über die Hälfte aller Befragten (55 %) hat schon einmal von "Computerlernprogrammen" gehört oder gelesen. Besonders groß ist der Bekanntheitsgrad erwartungsgemäß bei den Gruppen, die generell als "computer-affin" gelten können: Bei einfachen und qualifizierten Angestellten (70 bzw. 68%) sowie bei Befragten mit Abitur (68%).

Männer und Frauen weisen einen gleichen Kenntnisstand auf; deutliche Unterschiede gibt es hingegen beim Vergleich der Altersgruppen: Bei Personen zwischen 25 und 49 Jahren liegt der Bekanntheitsgrad über dem Durchschnitt, bei der jüngsten Altersgruppe zwischen 18 und 24 Jahren, sowie vor allem bei den Älteren (ab 65 Jahren) hingegen darunter (siehe Abbildung 1).



Dabei geht die Bekanntheit von Computerlernprogrammen auch über den Kreis der regelmäßigen Computernutzer hinaus. Unter Befragten, die nicht regelmäßig einen Personal Computer nutzen, liegt der Bekanntheitsgrad immerhin noch bei 45 Prozent.

Jeder Zehnte setzt Computerlernprogramme ein

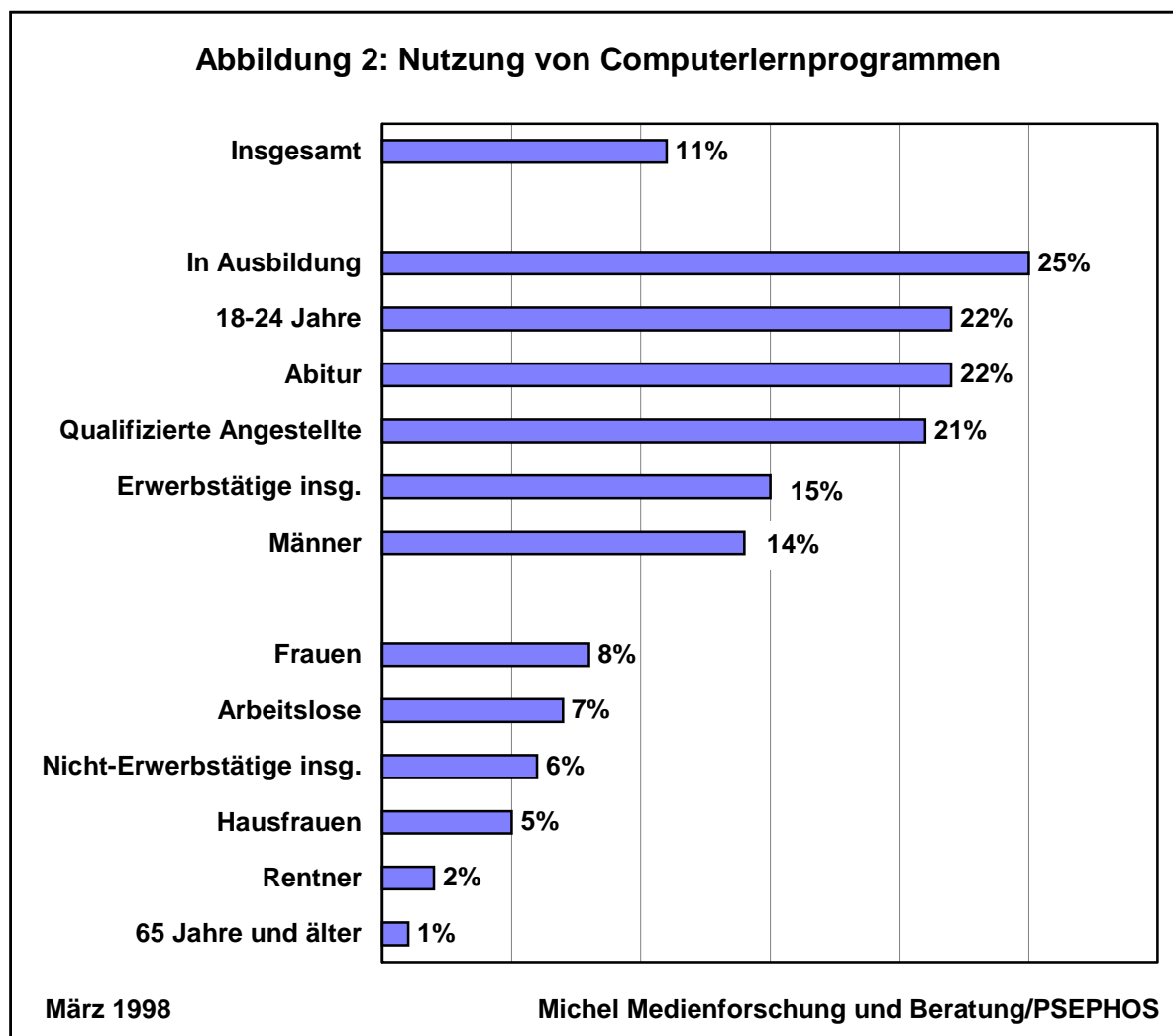
Die Untersuchung zeigt, daß auch die Nutzung von Computerlernprogrammen recht verbreitet ist. Schon jetzt, da das Thema noch vor allem von Bildungsplanern und Software-Entwicklern bestimmt wird, haben bereits elf Prozent der Bevölkerung Computerlernprogramme zu beruflichen oder privaten Zwecken genutzt.

Diese Zahlen korrespondieren im übrigen mit Ergebnissen des Instituts der deutschen Wirtschaft, das 1995 die Anwendung von CBT in Unternehmen analysierte: Danach setzten bereits vor drei Jahren neun Prozent aller befragten Betriebe Formen des "computerunterstützten Lernens" ein.*

Die Detailanalyse der aktuellen Bevölkerungsbefragung zeigt zudem: CBT ist ein „Medium der Wissenden“. Die größte Verbreitung weisen diese Programme bei Personen mit Abitur (22 %) auf, sowie - unter den Berufsgruppen - bei qualifizierten An-

* Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft Köln (Hg.): Betriebliche Weiterbildung. Mehr Teilnehmer – größere Wirtschaftlichkeit. Köln 1997, S.10.

gestellten (21 %). Auch junge Befragte zwischen 18 und 24 Jahren und/oder Auszubildende machen von Computerlernprogrammen besonders häufig Gebrauch (22 % bzw. 25 %). Andere Bevölkerungsgruppen hingegen werden von CBT-Anwendungen kaum erreicht: So ältere Menschen ab 65 Jahre (Anteil der Nutzer: 1%), Hausfrauen (5%) oder Arbeitslose (7%) (siehe Abbildung 2 mit Bevölkerungsgruppen, die CBT-Programme überdurchschnittlich bzw. unterdurchschnittlich stark nutzen).



Insgesamt liegt der Nutzeranteil dementsprechend unter Erwerbstätigen mit 15 Prozent deutlich über dem der Nicht-Erwerbstätigen (6 %). Weiterhin zählen Männer (mit einem Anteil von 14 %) fast doppelt so häufig zum Kreis der Anwender wie Frauen (8 %).

Dabei ist für rund fünf Prozent aller Befragten die Erinnerung an die letzte Beschäftigung mit einem Computerlernprogramm ausgesprochen frisch, denn zwei Prozent haben mit einer solchen Software innerhalb der letzten vier Wochen vor dem Interview gearbeitet, drei Prozent sogar innerhalb der letzten Woche. Für zwei Prozent liegt die letzte Nutzung eines CBT-Programms schon länger als zwölf Monate zurück.

Und was lernen sie?

Auf die offen gestellte Frage, um welche Themen es bei den genutzten Lernprogramm ging bzw. geht, antworteten je drei Prozent aller Befragten "PCs und Computerprogramme trainieren" und "Sprachen lernen". Genannt wurden ferner im geringen Umfang "wirtschaftliche" und "technische Themen" (je ein Prozent). Offenbar entsprechen die Präferenzen dem – eher unübersichtlichen – Angebot an CBT-Software.

CBT – Privatsache oder Business?

Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, daß CBT-Anwendungen den Markt auch künftig auf zwei Wegen gleichzeitig weiter erobern werden: Über die private *und* die berufliche Nutzung. Schon jetzt verwenden rund sechs Prozent der Befragten Computerlernprogramme im beruflichen Alltag, fünf Prozent im privaten Bereich. Die Schnittmenge der Befragten, die CBT-Software für den Job *und* privat einsetzen, beträgt dabei immerhin zwei Prozent.

Bei der Anwendung im beruflichen Bereich dominieren ebenfalls die qualifizierten Angestellten (14 %), Personen mit Abitur (14 %) sowie Befragte im Alter zwischen 18 und 24 sowie zwischen 25 und 34 Jahren (11 % bzw. 10 %). Auffällig ist der hohe Anteil von Schülern, Studenten und Auszubildenden, die Lernsoftware auch für private Zwecke nutzen (15 %).

Wo werden Computerlernprogramme genutzt?

Entsprechend dem in etwa gleichgewichtigen Einsatz im beruflichen und privaten Bereich werden CBT-Programme nach Angaben der Befragten zur Zeit in erster Linie in den eigenen vier Wänden (bei 5 %) und am Arbeitsplatz verwendet (4 %). Eine viel geringere Rolle spielen hingegen Aus- und Weiterbildungsinstitutionen: Nur ein Prozent gaben als Nutzungsort die "berufliche Ausbildung" an, und weniger als ein Prozent nannten die Schule oder eine andere Bildungseinrichtung (z.B. Jugendzentren oder Volkshochschulen).

Offenbar haben Computerlernprogramme am heimischen PC und in den Betrieben bereits Fuß gefaßt. In der Ausbildung hingegen ist die Verbreitung noch sehr gering.

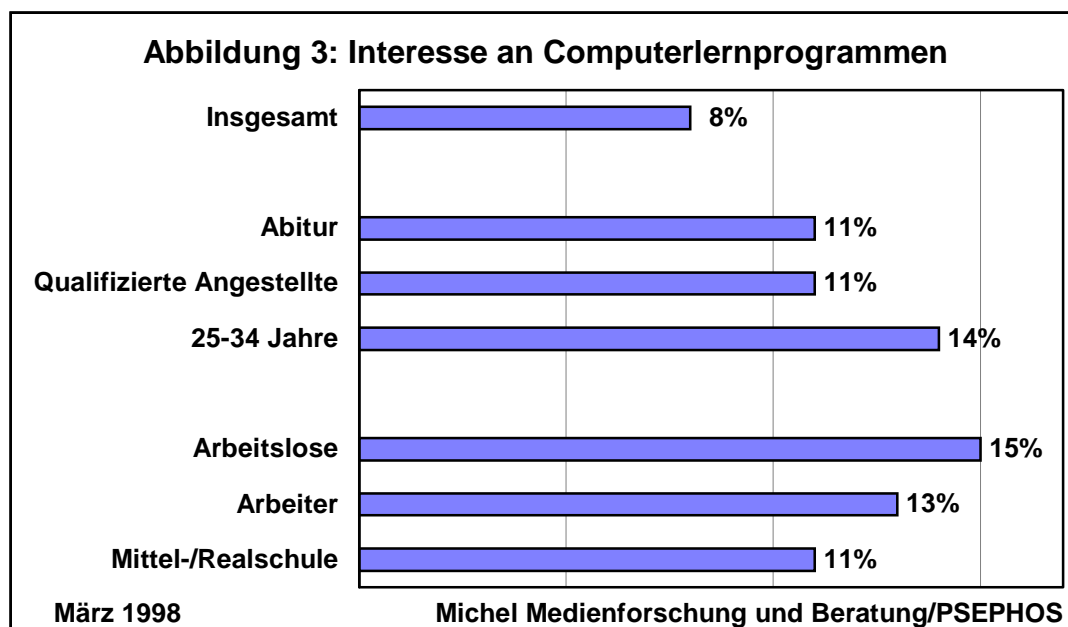
Ein Blick in die Zukunft: Der Nutzerkreis wird sich ausweiten

Über den Kreis der bisherigen Nutzer hinaus deuten sich Möglichkeiten für eine weitere kräftige Expansion des CBT-Marktes an: Immerhin acht Prozent der Bevölkerung haben schon einmal mit dem Gedanken gespielt, solche Programme zu verwenden. Darunter möchten fünf Prozent der Befragten ein Lernprogramm zu Hause einsetzen, zwei Prozent am Arbeitsplatz und ein Prozent sowohl zu Hause als auch

am Arbeitsplatz. Es ist demnach damit zu rechnen, daß das Kundenpotential schwerpunktmäßig eher im Bereich der Home- und Home-Office-Anwendungen liegt.

Man muß indes berücksichtigen, daß die Entscheidung über den Einsatz von CBT-Programmen am Arbeitsplatz bei den Unternehmen liegt und die Beschäftigten hierauf kaum Einfluß haben, so daß sie über geplante oder gewünschte Nutzung in ihrem Betrieb nur wenig Auskunft geben können.

Welche Bevölkerungsgruppen zeigen nun das größte Interesse an einer zukünftigen Nutzung? Zum einen sind es die Personenkreise, die schon jetzt zu den Vorreitern bei der Anwendung von Lernsoftware gehören: Jüngere zwischen 25 und 34 Jahren (14 % Interessenten), Befragte mit Abitur (11 %) sowie qualifizierte Angestellte und Beamte (11 %).



Zum anderen sind es aber auch Gruppen, die CBT-Anwendungen bisher nur selten nutzen und offenbar einen "Nachholbedarf" anmelden: Hierzu zählen Arbeitslose (15 % Interessenten), Arbeiter (13 %) und Personen mit Realschulabschluß (11 %) (siehe Abbildung 3).

Fazit: CBT-Engagement im Bildungsbereich aufbauen, im Home- und Business-Bereich ausbauen

Trotz eines unübersichtlichen Software-Marktes ist das noch junge Medienprodukt "Computerlernsoftware" beim überwiegenden Teil der Bevölkerung bekannt und wird von einem Zehntel der Befragten genutzt. Fast noch einmal so groß ist die Zahl der **potentiellen** Interessenten, die bereits über die Verwendung eines CBT-Programms nachgedacht haben.

Ihre größte Verbreitung finden CBT-Programme zur Zeit im Home-Consumer-Bereich und in den Unternehmen. Dort befassen sich damit vor allem die Bevölkerungsgruppen, die sich mit dem technologischen Wandel ihrer Arbeitsplätze auseinandersetzen müssen und in einem ständigen Lernprozeß zur (Weiter-) Qualifizierung begriffen sind. Andere Gruppen mit einem großen Lernbedarf (und einem entsprechenden Interesse an CBT) zählen bislang kaum zum Nutzerkreis, unter anderem Arbeitslose und Arbeiter, sehen aber zu nicht unerheblichen Teilen die Notwendigkeit, den Anschluß nicht zu verpassen.

Jüngere Leute, zumal wenn sie sich noch in der schulischen, universitären oder beruflichen Ausbildung befinden, sind erwartungsgemäß für CBT-Anwendungen besonders offen. Sie nutzen diese auch, allerdings meist im privaten Bereich und nur selten in ihren Ausbildungsinstitutionen, wie allgemeinbildenden Schulen, Berufsschulen oder Weiterbildungseinrichtungen. Dieses Terrain ist bisher noch wenig bestellt.

Abdruck honorarfrei. Beleg erbeten an:

**MMB Michel Medienforschung und Beratung
z. H. Dr. Lutz P. Michel
Friedrich-List-Straße 37
45128 Essen
Fax.: 0201 / 72 18 44.
E-Mail: info@mmb-michel.de**

**Ansprechpartner:
Dr. Lutz P. Michel Tel.: 0201 / 8 777 287**