

*Weiterbildung und Digitales Lernen heute und in drei Jahren*

## **Individuelles Lernen: Plädoyer für den mündigen Nutzer**

Ergebnisse der Trendstudie MMB Learning Delphi 2014

MMB-Trendmonitor II/2014



Institut für Medien- und  
Kompetenzforschung

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)

## Vorbemerkungen

Im zweiten Quartal 2014 hat das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung wieder E-Learning-Expertinnen und -Experten um ihre Prognose zu künftigen Szenarien des digitalen Lernens gebeten. Bereits das neunte Jahr in Folge ermittelt das *MMB Learning Delphi* damit die mittelfristigen Trends im Bildungsmarkt: Wie wird die Weiterbildung in Unternehmen im Jahr 2017 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? Welche Themen und Inhalte werden das betriebliche E-Learning in den nächsten Jahren bestimmen? 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, die einen wertvollen Seismographen für künftige Entwicklungen im betrieblichen E-Learning bildet. Wie in den Vorjahren wurden auch 2014 die langfristigen Trendfragen, die jährlich erhoben werden, um einige neue Fragen ergänzt, die die E-Learning-Entwicklungen der letzten Monate widerspiegeln.

Der vorliegende MMB-Trendmonitor II/2014 fasst die Ergebnisse der Studie *MMB Learning Delphi 2014* zusammen.



## Summary

1. Erstmals wurde das Thema „Adaptive Learning“ eingehender behandelt. Die Ergebnisse führten zum Titel der diesjährigen Ausgabe des *MMB Learning Delphi*: „Plädoyer für den mündigen Nutzer“. Wenn sich ein Lernangebot an die Bedürfnisse des Lerners anpasst, sollte dieser dabei auch eine aktive Rolle spielen, so die mehrheitliche Meinung der befragten Experten.
2. „Blended Learning“, also eine Mischung aus traditionellen und computergestützten Lernangeboten, gilt den befragten Experten nach wie vor als wichtigste Lernform der nächsten drei Jahre. Mit 99 Prozent der Befragten erreicht diese Lernform wieder einen absoluten Spitzenwert. Wie im Vorjahr rangieren „Virtuelle Klassenzimmer“ und „Mobile Learning“ auf den Plätzen 2 und 3.
3. Im Mehrjahresvergleich der relevanten Lernformen erleben Social Media ein Auf und Ab, das nicht zuletzt von allgemeinen Hype-Themen wie „Facebook“ beeinflusst wird. Nach einer gewissen Ernüchterung steigt nun die Zukunftsfähigkeit sozialer Netzwerke und Communities wieder. Wikis hingegen verlieren an Relevanz.
4. Wichtigste künftige Einnahmequelle für die E-Learning-Anbieter ist aus Expertensicht neben dem „Blended Learning“ das Geschäftsfeld „Mobile / Apps“. Beiden wird in etwa die gleiche wirtschaftliche Bedeutung für die nähere Zukunft beigemessen. Nur geringen kommerziellen Erfolg versprechen sich die Experten inzwischen von Lernanwendungen im Kontext von „Social Networks / Communities“.
5. Erstmals wurden die Experten nach den wichtigsten Themen und Inhalten für das betriebliche E-Learning gefragt. Wider Erwarten rangiert das Thema „IT-Anwendungen“ dabei nur auf dem 3. Platz – hinter den E-Learning-Themen „Produktschulung“ und „Compliance“.
6. Großunternehmen gelten weiterhin als mit Abstand wichtigste Zielgruppe der E-Learning-Branche. Dabei dürfte die Fokussierung der Anbieter auf „maßgeschneiderte“ Produkte und Services sicher eine große Rolle spielen. Kleinteilige Zielgruppen wie Handwerk oder Selbständige, die eher auf Produkte „von der Stange“ setzen, spielen als Zielgruppe derzeit nur eine nachgeordnete Rolle.
7. Eine deutliche Mehrheit der Experten sieht das Potenzial von Open Educational Resources (OER) zur Marktöffnung. Die Hälfte der Befragten denkt allerdings auch an Risiken für kommerzielle E-Learning-Anbieter.

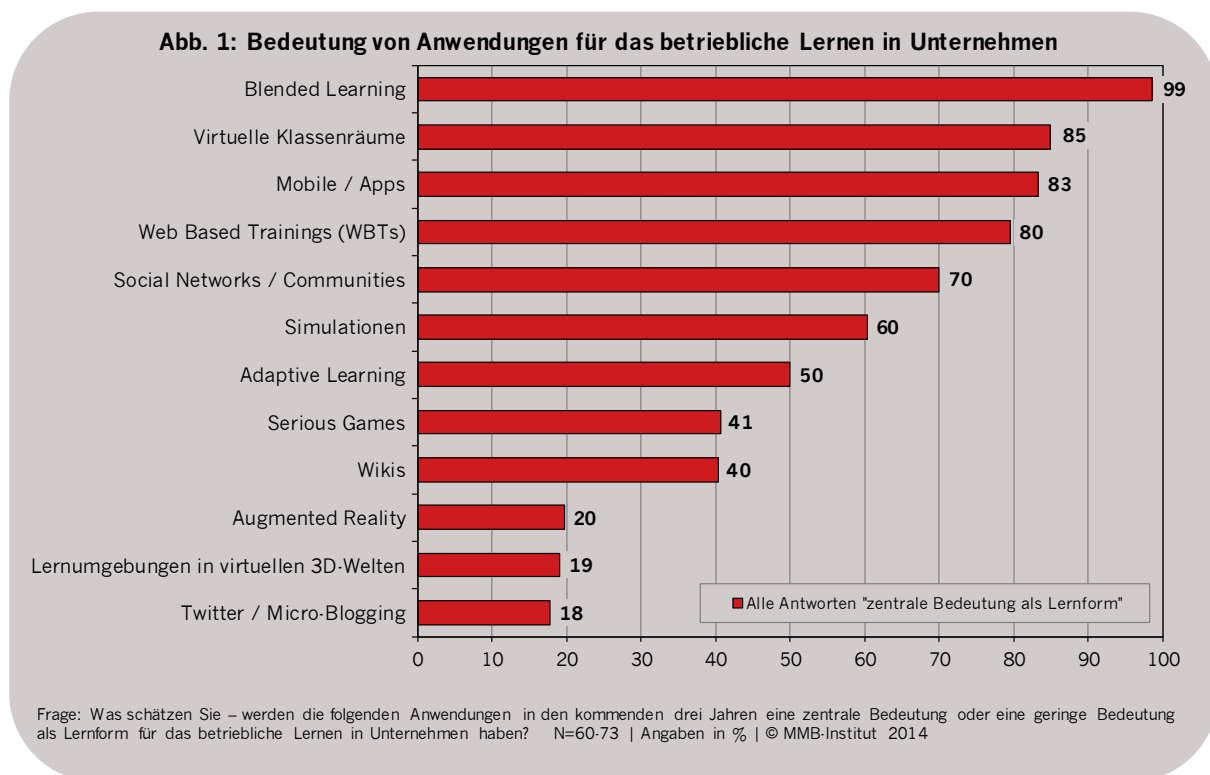
8. Beim Adaptive Learning begrüßen die Experten solche Anwendungen, in denen die Lerner in den Prozess der Individualisierung von Lerninhalten bewusst mit einbezogen werden und selbst Entscheidungen treffen. Eine automatische Anpassung „im Hintergrund“ wird eher abgelehnt.
9. Der Trend zur Internationalisierung der E-Learning-Branche manifestiert sich in der aktuellen Umfrage vor allem in der großen Zustimmung der Experten für die These, dass E-Learning-Anbieter sich in den nächsten Jahren darauf einrichten müssen, ihre Lerninhalte in allen wichtigen Weltsprachen anzubieten.
10. Wichtigster E-Learning-Event ist wie in den Vorjahren die Karlsruher „LEARNTEC“. Ihre Bedeutung für die E-Learning-Wirtschaft hat aus Expertensicht sogar noch weiter zugenommen. Erstmals auf dem 2. Rang der Branchenevents ist in diesem Jahr die Berliner „ONLINE EDUCA“, gefolgt von den Messeveranstaltungen „Zukunft Personal“ und „didacta“.

**„Blended Learning“ bleibt die 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. Abb. 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.

Auch in diesem Jahr sind nahezu alle Befragten (99%) der Meinung, dass „Blended Learning“-Angebote, also eine Mischung aus traditionellen Präsenz-Lernformen und digitalem Lernen, in Zukunft die größte Bedeutung für das betriebliche Lernen haben werden. Damit bleibt die Bedeutung von „Blended Learning“ im Vergleich zum Vorjahr konstant (2013: 99%).

„Virtuelle Klassenräume“ (85%; 2013: 88%) und „Mobile Learning / Learning Apps“ (83%; 2013: 85%) rangieren, mit unwesentlich schwächeren Werten gegenüber dem Vorjahr, wieder auf dem zweiten und dritten Platz.



Auch die viertplatzierte Lernform „Web Based Trainings“ (80%; 2013: 82%) erhält von den Delphi-Experten eine nahezu unveränderte Bewertung. Damit ist der Abstand des „reinen“ E-Learning per WBT zum Spitzenreiter „Blended Learning“ mit jetzt 19 Prozentpunkten in diesem Jahr noch größer geworden.



Mit einem leichten Anstieg um 6 Prozentpunkte nehmen „Social Networks / Communities“ (70%, 2013: 64%) nun den fünften Rang ein. Das Lernen mit „Simulationen“ (60%; 2013: 66%) verzeichnet gegenüber dem Vorjahr hingegen einen Verlust von 6 Prozentpunkten und steht nun hinter „Social Networks / Communities“ an sechster Stelle.

Im Mittelfeld rangiert die in diesem Jahr neu aufgenommene Kategorie „Adaptive Learning“. Diesen Ansatz, mit dem die Anpassung von Lerninhalten an individuelle Bedarfe angestrebt wird, bewertet jeder zweite Experte (50%) als künftig wichtige Anwendung des betrieblichen Lernens.

Den größten Bedeutungszuwachs verzeichnen in diesem Jahr „Serious Games“ (plus 16 Prozentpunkte). Diesen wird nun von 41 Prozent der Experten und Expertinnen eine große Bedeutung für das betriebliche Lernen der kommenden drei Jahre beigemessen. Konstant bleibt die Bewertung der Relevanz des E-Learning-Einsatzes von „Wikis“. Dieser Lernanwendung attestieren auch in diesem Jahr nur 40 Prozent der Teilnehmer eine zentrale Bedeutung.

Der „immersiven“ und kostenintensiven Lernform „Augmented Reality“ (20%) wird in diesem Jahr nur von jedem fünften Experten eine große Bedeutung für die E-Learning-Zukunft beigemessen. Damit bleibt die Einschätzung der zukünftigen Bedeutung von „Augmented Reality“ nahezu konstant (2013: 23%).

Das im letzten Jahr neu aufgenommene Item „Lernumgebungen in virtuellen 3D-Welten“ (19%) rangiert gemeinsam mit „Micro-Blogging“-Tools wie „Twitter“ (18%) auf den letzten Plätzen. Beide Lernanwendungen verzeichnen zwar einen geringen Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr (2013: 15%), werden jedoch nur von einem geringen Anteil der befragten Experten als für die E-Learning-Zukunft bedeutsam erachtet.

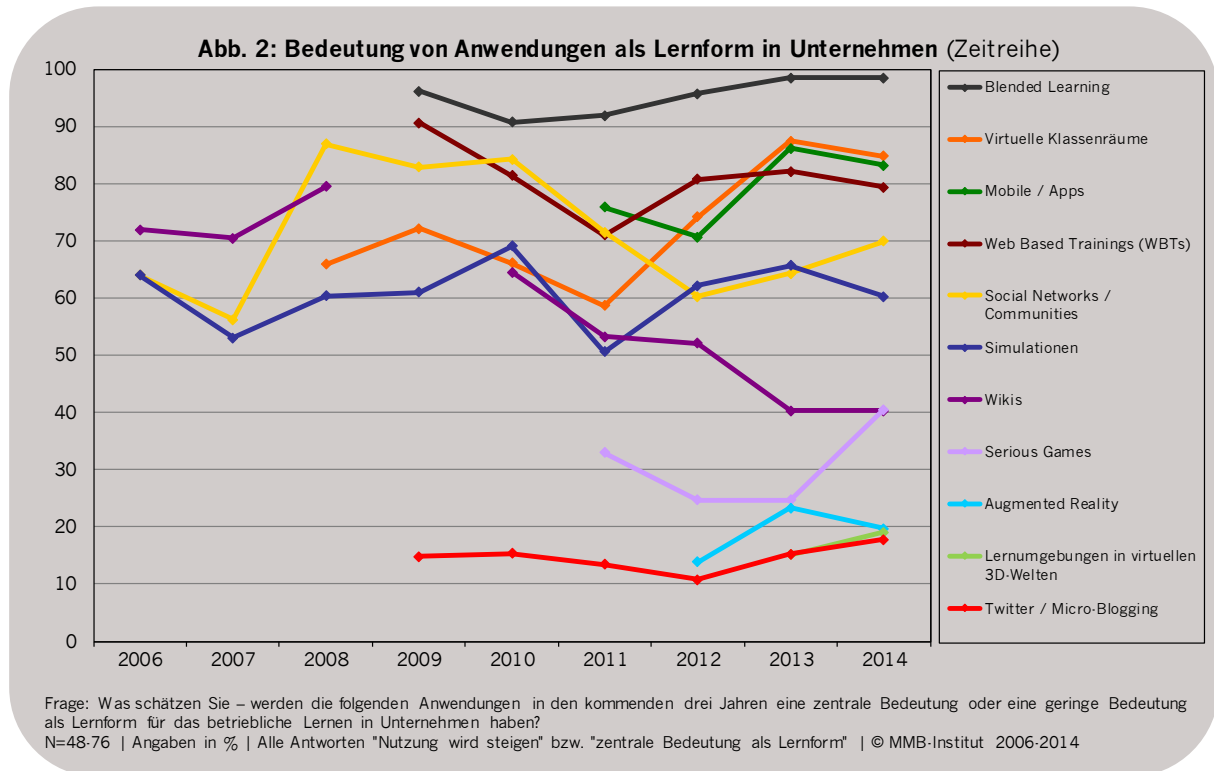
### **Zeitvergleich: „Auf und Ab beim Social Learning“**

Da das *MMB Learning Delphi* mittlerweile seit neun Jahren durchgeführt wird, erlaubt dies einen Mehrjahresvergleich (vgl. Abb. 2). Auffällig ist unter anderem die Entwicklung beim künftigen Einsatz von Social Media zum Lernen.

Im Jahr 2006 dachte man hierbei vor allem an Foren, die in Lernmanagementsysteme integriert wurden oder an spezielle „Communities of Practice“. Danach setzte der „Facebook-Hype“ ein, also die Erwartung, dass man auch Social Media mit einer hohen Verbreitung und ursprünglich anderen Zwecken zum Lernen einsetzen kann. Hier gab es bereits 2012 eine gewisse Ernüchterung. Offenbar werden soziale Medien jetzt dort eingesetzt, wo es ins Lernkonzept passt – unabhängig von Plattform und Betreiber. „Bring-Your-Own-Device“-Regelungen haben dies wahrscheinlich beflügelt.



Immer weniger Experten sehen Wikis als zukunftsweisende Lernform. Das spricht sicherlich nicht gegen Wikis als solche. Es ist aber zu vermuten, dass die Experten negative Erfahrungen gemacht oder erlebt haben: Wikis, die mit viel Engagement aufgebaut wurden, aber einen hohen Aufwand zur Pflege benötigen. Dies haben viele Bildungsverantwortliche unterschätzt und so finden sich im Internet zahlreiche „Wiki-Friedhöfe“, die nicht mehr weiter bearbeitet werden.



Klar im Aufwind sind hingegen Serious Games. Hier hat die öffentliche Diskussion über den Sinn des spielerischen Lernens in Unternehmen offenbar viel zur Imageverbesserung beigetragen.

### Blended und Mobile Learning gelten als wichtigste Einnahmequellen der Anbieter

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. Abb. 3).

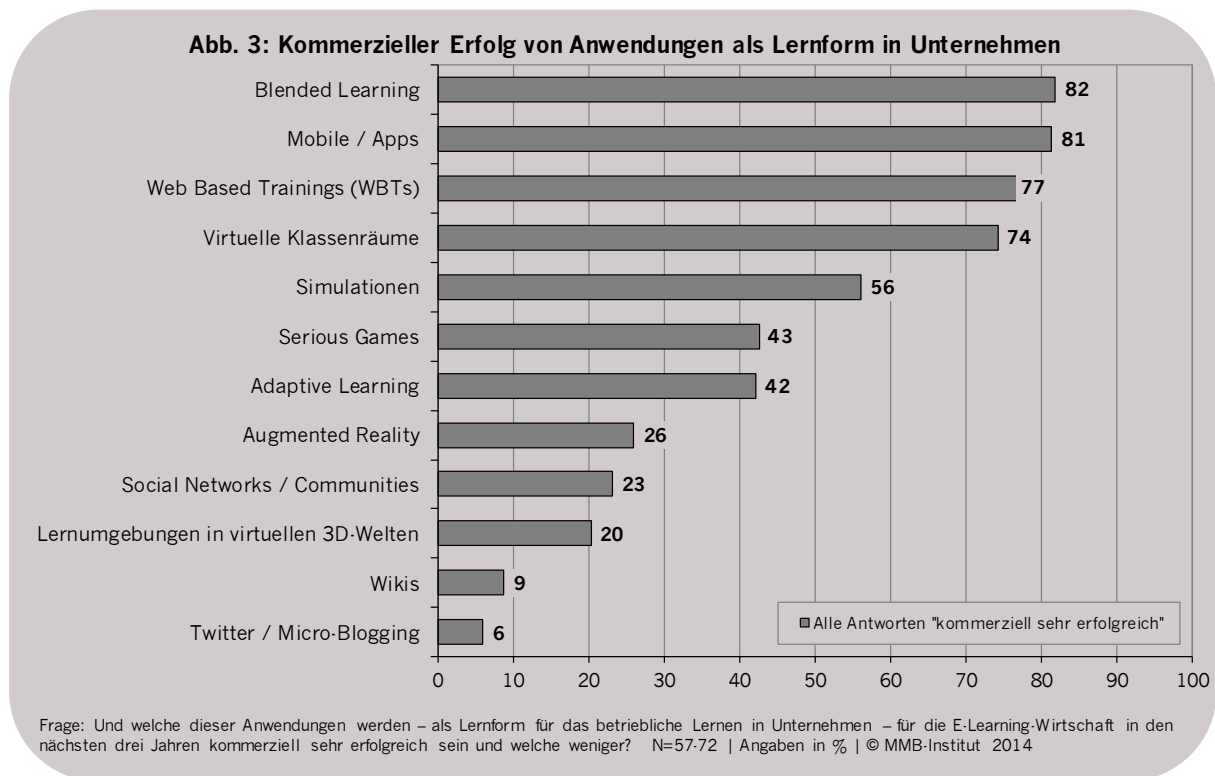
Im Gegensatz zu den beiden Vorjahren 2012 und 2013 rangiert „Blended Learning“ (82%) mit einem Anstieg um 5 Prozentpunkte wieder vor „Mobile / Apps“ auf dem ersten Platz. Dieser Kategorie wird somit unter allen aufgelisteten Lernformen in den nächsten drei Jahren der größte kommerzielle Erfolg zugesprochen. Mobile Learning verzeichnet zwar eine geringfügige Verschlechterung gegenüber dem Vorjahr, der Lernform wird jedoch mit 81 Prozent der Expertenstimmen ein ähnlich hohes wirtschaftliches Potenzial beigemessen (2013: 85%),



Auch „Web Based Trainings“ werden mit 77 Prozent nach wie vor als kommerziell erfolgreiche Lernform angesehen. „Virtuellen Klassenräumen“ (74%; 2013: 71%) wird ebenfalls erneut von nahezu drei Vierteln der Experten hohe wirtschaftliche Bedeutung zugesprochen. Damit werden Webinare aus Sicht der Experten in den nächsten drei Jahren zu den wichtigsten Umsatzbringern der E-Learning-Branche avancieren.

Dem betrieblichen Lernen anhand von „Simulationen“ wird von den Experten abermals ein hohes wirtschaftliches Potenzial beigemessen. Diese frühe Form des technologiegestützten Lernens sehen im aktuellen *MMB Learning Delphi* mehr als die Hälfte der Befragten (56%) als künftig kommerziell erfolgreich.

Adaptiven Lernangeboten, in diesem Jahr neu in die Abfrage aufgenommen, wird von der Hälfte aller Experten (50 %) ein großes Potenzial zugesprochen. Es ist davon auszugehen, dass „Adaptive Learning“ als Antwort des digitalen Lernens auf die Herausforderungen der Individualisierung des Lernens und Förderung des Einzelnen wahrgenommen werden.



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



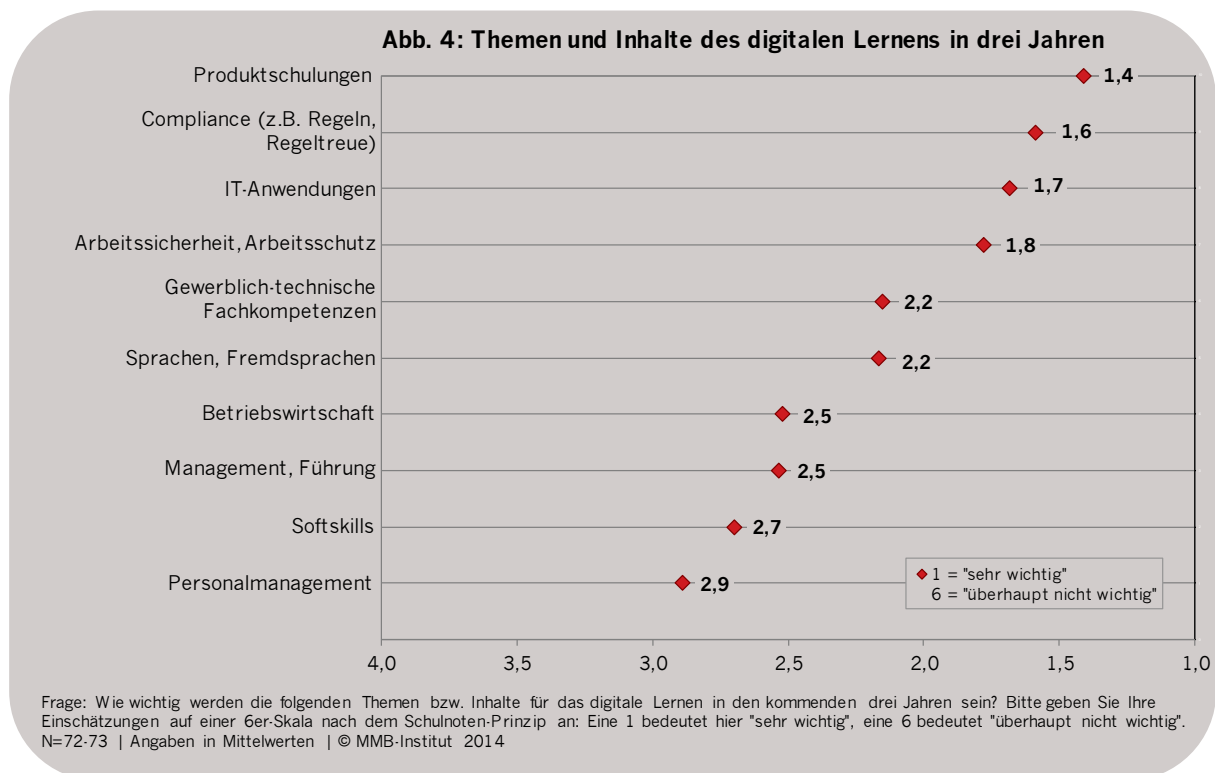
Geld verdienen kann. Vor drei Jahren war noch knapp die Hälfte der Experten dieser Meinung (2010: 49 %).

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.

### IT-Anwendungen nicht mehr Thema No. 1

Zu den Fragen, die 2014 neu in das *MMB Learning Delphi* aufgenommen wurden, zählt die nach den Themen bzw. Inhalten, die das digitale Lernen in den nächsten drei Jahren bestimmen werden (vgl. Abb. 4). Die Experten konnten hier wieder Noten zwischen „1“ („sehr wichtig“) und 6 („überhaupt nicht wichtig“) erteilen.

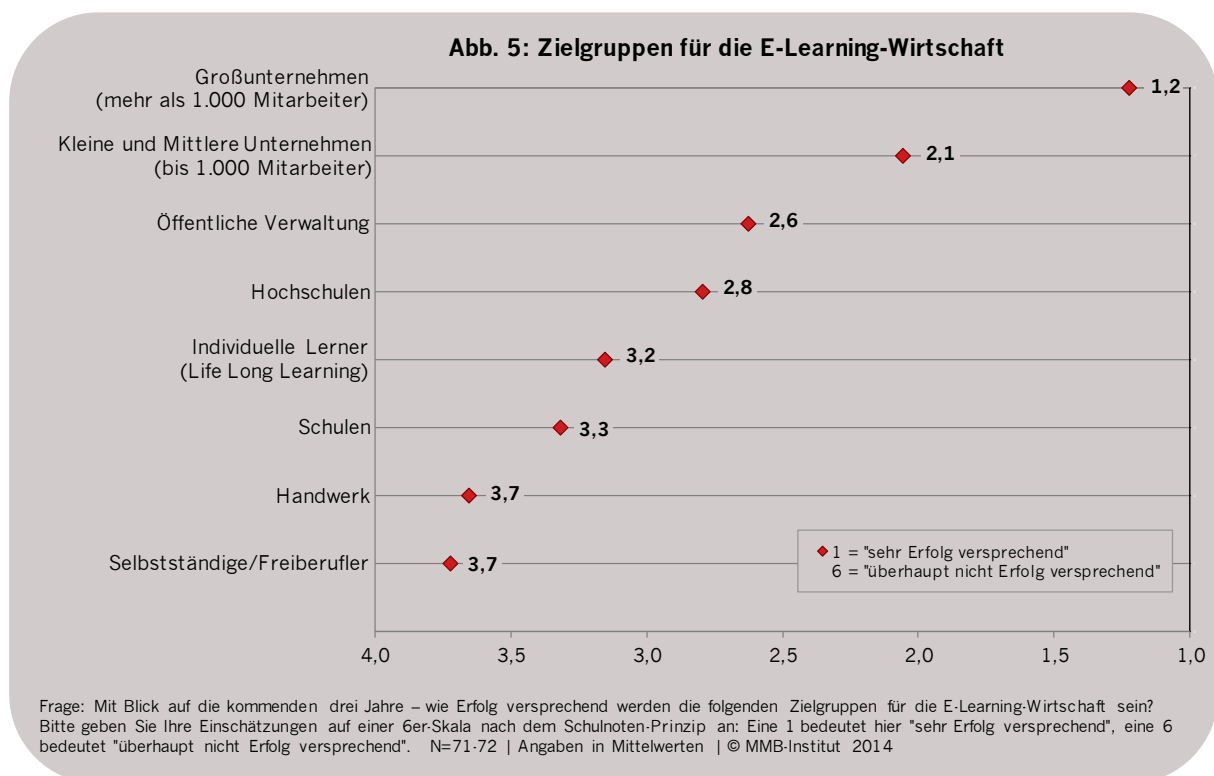
Die größte Bedeutung messen die Delphi-Experten dem Thema „Produktschulungen“ bei (Note 1,4) – gefolgt von „Compliance“ (1,6), das derzeit vor allem für größere Unternehmen ein wichtiges Schulungsthema darstellt. IT-Anwendungen, die seit Beginn des betrieblichen Einsatzes von E-Learning das mit Abstand wichtigste Thema darstellen, setzen die Experten mit der Note 1,7 nur noch auf Platz 3 der Themen-Rangliste. Ebenfalls eine hohe künftige Bedeutung erhält der Themenkomplex „Arbeitssicherheit, Arbeitsschutz“ mit einem Wert von 1,8.



Im Mittelfeld rangieren die Themen „Gewerblich-technische Fachkompetenzen“ und „Fremdsprachen“ (jeweils mit der Note 2,2) sowie die Schulungsthemen „Betriebswirtschaft“ und „Management, Führung“ (jeweils 2,5). Schlusslicht unter den vorgelegten E-Learning-Themen für die nächsten drei Jahre sind „Softskills“ (2,7) und „Personalmanagement“ (2,9).

### Nachfrage der Großunternehmen bleibt weiterhin bestimmend

Seit einigen Jahren fragt das *MMB Learning Delphi* die Experten nach den am meisten Erfolg versprechenden Zielgruppen für die E-Learning-Wirtschaft (vgl. Abb. 5). Abgesehen von leichten Schwankungen ergeben sich hier über die Jahre keine einschneidenden Veränderungen.



Die wichtigste Zielgruppe für die kommenden drei Jahre bilden weiterhin Großunternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten. Auf einer Skala von 1 („sehr Erfolg versprechend“) bis 6 („überhaupt nicht Erfolg versprechend“) wird diese Zielgruppe – wie bereits im Vorjahr – im Mittel mit 1,2 bewertet.

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

Neben der Privatwirtschaft stellen auch staatliche 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 hier die größten Erfolgchancen in der Zielgruppe „Öffentliche Verwaltung“, die wie im Vorjahr auf einen Durchschnitt von 2,6 Punkte kommt. Mit Abstand von 0,2 Punkten folgen dahinter der potenzielle Massenmarkt „Hochschulen“ (alleine 2,5 Mio. Studenten) und der noch weit größere Markt der Schulen (ca. 11 Mio. Schüler über alle Schulformen hinweg) – letzterer allerdings mit deutlich niedrigerer Bewertung als Zielgruppe der E-Learning-Branche (3,3 Punkte). Trotz der großen und ständig wachsenden Bedeutung von Lerntechnologien gerade für diese beiden Zielgruppen sehen die Experten hier weiterhin nur ein eher geringes Marktpotenzial für die E-Learning-Dienstleister.

Die in diesem Jahr erstmals abgefragte Zielgruppe „Individuelle Lerner“ sehen die Experten auf einem mittleren Rang (3,2 Punkte) – allerdings noch etwas wichtiger als die Zielgruppe der „Selbständigen und Freiberufler“, die in diesem Jahr gemeinsam mit dem „Handwerk“ (jeweils 3,7 Punkte) das Schlusslicht bildet.

Insgesamt belegen diese Ergebnisse ein Charakteristikum des E-Learning-Markts, der noch immer überwiegend durch Maßanfertigungen geprägt ist. Produkte „von der Stange“, die gerade für kleinteilige Zielgruppen wie Handwerk oder Selbständige aus Kostengründen unverzichtbar sind, bilden immer noch die Ausnahme.

### **E-Learning 2017: Webinare und OER sind Trendthemen, MOOCs weniger**

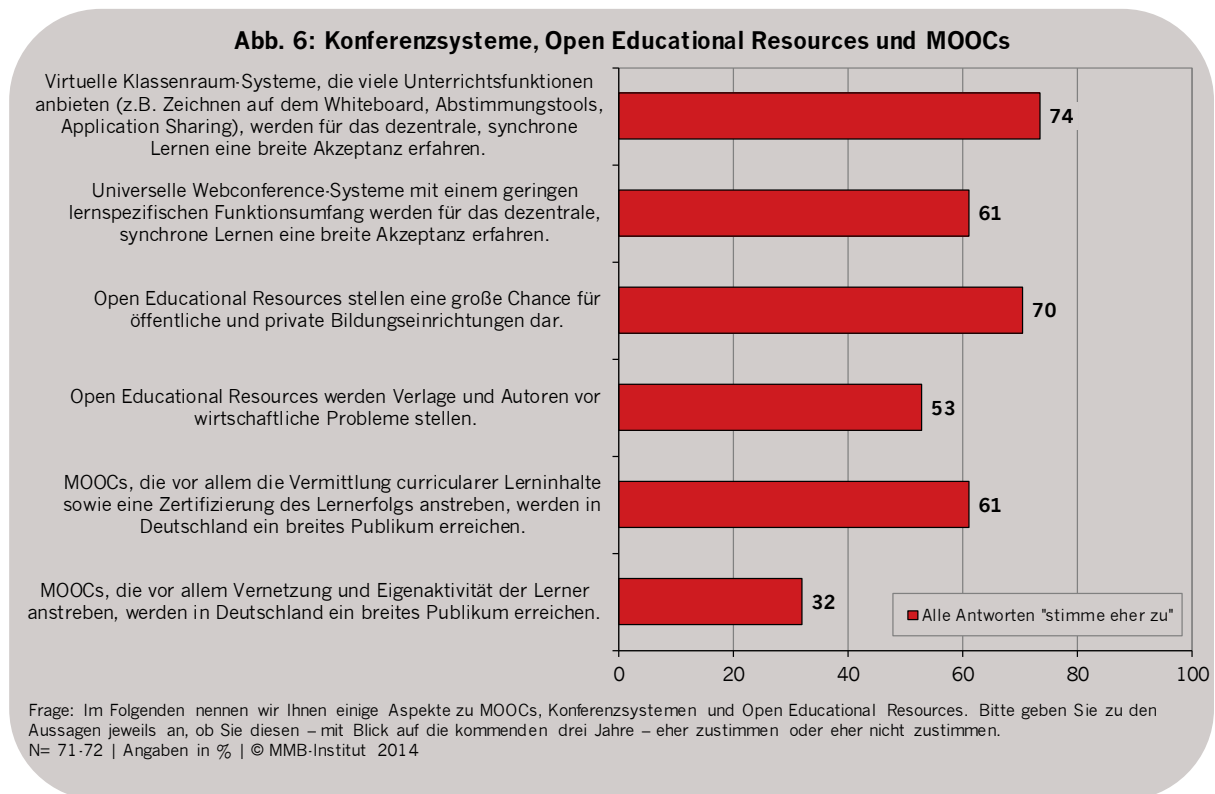
Die Experten wurden wie in den Vorjahren gebeten, eine Auswahl von Szenarien zu bewerten, die die E-Learning-Welt in drei Jahren bestimmen könnten (vgl. Abb. 6).

Zwei neu in die Abfrage aufgenommene Fragen betreffen das Thema „Open Educational Resources“ (OER). Zu den Themen, die bereits 2013 den Experten zur Bewertung vorgelegt wurden, gehören zwei Statements, die sich mit Technologien für Webinare befassen, sowie zwei Statements zum derzeit intensiv diskutierten E-Learning-Thema „MOOCs“ (Massive Open Online Courses).

Die These, dass speziell für das E-Learning entwickelte Webinar-Systeme für das dezentrale, synchrone Lernen in Zukunft wichtig sein werden, trifft in diesem Jahr bei knapp drei Viertel der Experten (74%) auf Befürwortung (2013: 71%). Universellen, nicht spezifisch für das E-Learning entwickelten Webconference-Systemen wird zwar von der Mehrheit der Experten wieder eine breite Akzeptanz prognostiziert, mit 61 Prozent (2013: 63%) schneiden diese allgemeinen Webconference-Systeme allerdings nach wie vor nicht so gut ab wie die speziellen Webinar-Technologien.

Die Statements zu Open Educational Resources (OER) beleuchten einen Zielkonflikt im Markt des digitalen Lernens: Kostenlose Lerninhalte und -systeme schaffen eine Verbreitung von Bildungsangeboten und auch eine Erschließung neuer Zielgruppen, aller-

dings auf Kosten von Bildungsanbietern, die für vergleichbare Angebote Geld verlangen. Für die befragten Experten ist dies nicht unbedingt ein Widerspruch. Der größere Teil (70%) begrüßt diese Angebote als Chance für private und öffentliche Bildungseinrichtungen, etwas mehr als die Hälfte der Experten (53%) sieht aber auch Gefahren für die E-Learning-Wirtschaft.



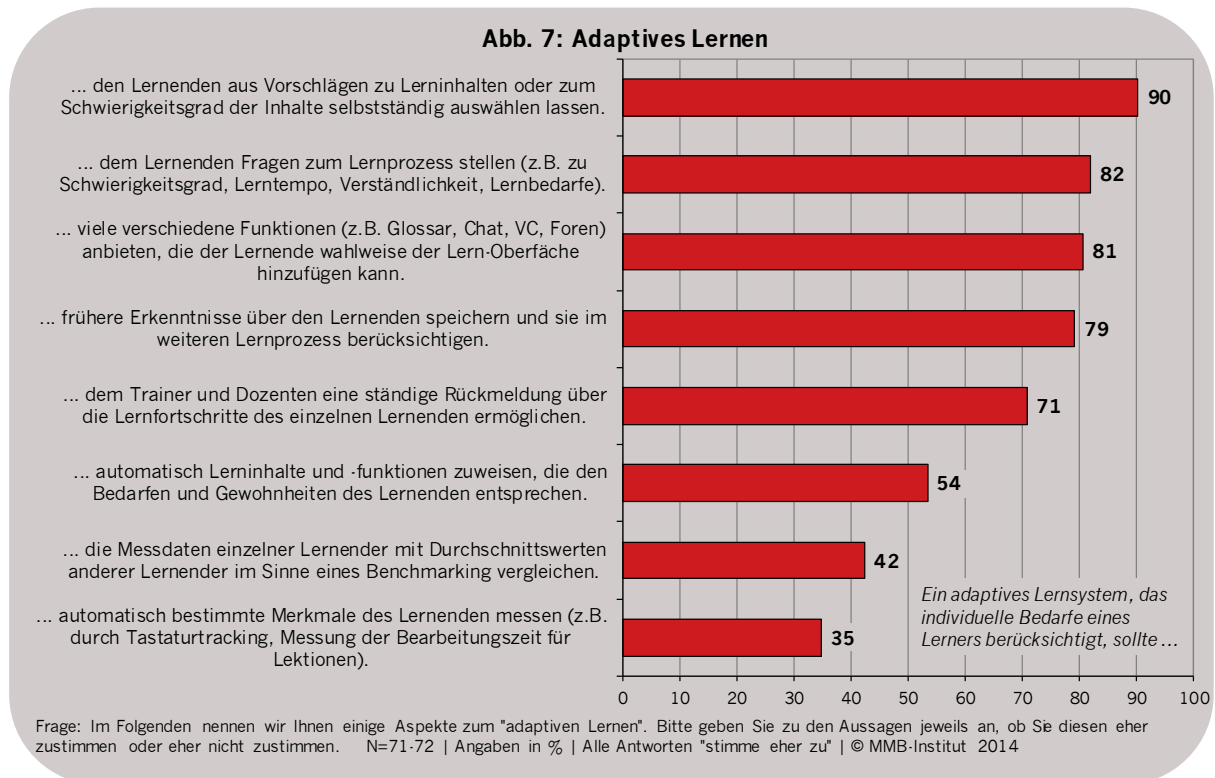
Zum Thema MOOCs wurden zwei alternative Szenarien zur Abstimmung gestellt: „MOOCs, die vor allem die Vermittlung curriculärer Lerninhalte sowie eine Zertifizierung des Lernerfolgs anstreben, werden in Deutschland ein breites Publikum erreichen“ sowie „MOOCs, die vor allem Vernetzung und Eigenaktivität der Lerner anstreben, werden in Deutschland ein breites Publikum erreichen“. Hier ist das Votum der Experten noch deutlicher. Etwas mehr als die Hälfte (61%; 2013: 56%) prognostiziert den curricularen – und eher dem „One-to-Many“-Prinzip folgenden – so genannten xMOOCs eine große Zukunft im deutschen Bildungsmarkt. Die eher dem „Social Web“ verpflichteten interaktiven und kollaborativen cMOOCs, die die Selbstorganisation der Lernenden unterstützen, werden lediglich von knapp einem Drittel (32%; 2013: 36%) der Experten als erfolgversprechende Konzeption eingeschätzt.

### Adaptive Learning: Wunsch nach kontrollierter Unterstützung beim Lernen

Wie die Liste zur zukünftigen Relevanz von Lernformen (vgl. Abb. 1) zeigt, kann sich die Hälfte der befragten Experten vorstellen, dass digitale Lernsysteme im Sinne eines

„adaptiven Lernens“ Lernbedarfe der Nutzer erfassen und Lerninhalte sowie Lernfunktionen individuell auf deren Bedürfnisse zuschneiden. Da dieses Lernwerkzeug erstmals im *MMB Learning Delphi* abgefragt wurde, wurden die Experten eingehender danach gefragt, wie sie sich „Adaptive Learning“ konkret vorstellen. Sollte die Anpassung eher unauffällig im Hintergrund geschehen oder sollte der Lerner bewusst in den Anpassungsprozess einbezogen werden? Welche Rolle sollen Dozenten und Trainer in diesem Prozess spielen? Und inwieweit sollte ein adaptives Lernsystem selbst lernfähig sein?

Das Votum der Experten fällt sehr eindeutig aus: Je aktiver der Lerner selbst in den Prozess der Anpassung einbezogen wird, desto besser (vgl. Abb. 7). Neun von zehn Experten sind dafür, dass der Lernende selbstständig aus einem Lernangebot auswählen kann – was allerdings noch kein Alleinstellungsmerkmal eines adaptiven Lernsystems ist, denn dazu sind auch andere Lernmanagementsysteme in der Lage.



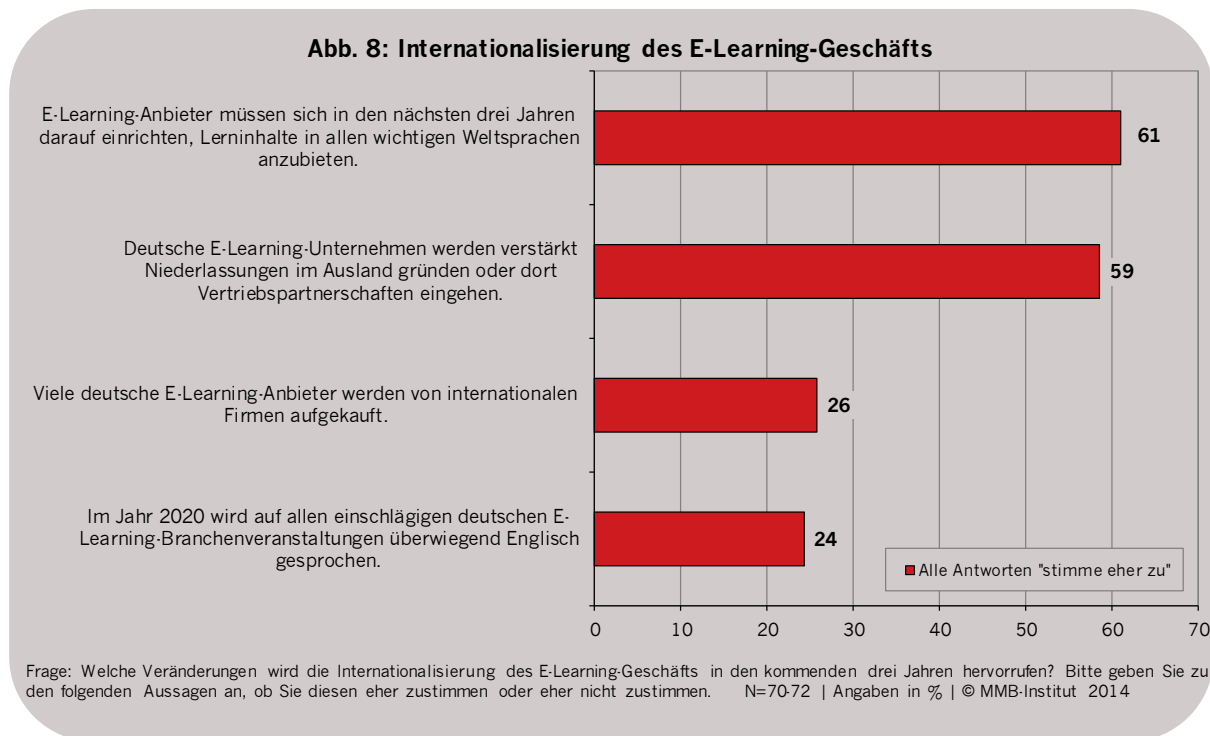
82 Prozent aller Experten wünschen sich diese Anpassungen als ein interaktives Frage-Antwort-Spiel zwischen Lerner und Computer. Dies ist wiederum ein typisches Merkmal für ein adaptives System. Auf der anderen Seite wünscht sich nur gut ein Drittel (35%) eine automatische Messung im Hintergrund, ohne dass der Lerner es bemerkt. Ein ständiger Vergleich mit anderen Teilnehmern, z.B. über die Durchschnittswerte anderer Lerner („Benchmarking“) wird ebenfalls von weniger als der Hälfte der Experten (42%) unterstützt.

Vier von fünf Experten (79%) sehen die Anpassung als kontinuierlichen Prozess während des Lernens, bei dem sich das lernfähige System immer weiter anpasst. Hierzu muss das System frühere Lernstände und Anpassungen speichern und für weitere Adaptionen nutzen. Viele Experten wollen nicht nur eine Anpassung von *Lerninhalten*, sondern auch von *Lernfunktionen* (81%), die wiederum der Lerner selbst auswählt. Etwa jeder zweite Experte (54%) möchte, dass diese Anpassung automatisch erfolgt. Mehr als 70 Prozent der Experten betonen die Rolle des Dozenten in diesem Prozess, der die Messdaten des Lernsystems als formative Evaluation seiner Lehrveranstaltung nutzt.

Fazit: Automatische Messungen im Hintergrund mit einer computergenerierten Anpassung haben beim adaptiven Lernen in naher Zukunft eher nachrangige Priorität. Diese Experteneinschätzung kann vor allem als ein klares Votum für den mündigen und selbstständigen Lerner verstanden werden.

### 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 in Deutschland aktiv werden, indem sie hier im Markt etablierte Unternehmen übernehmen, oder sei es, dass deutsche E-Learning-Dienstleister im Ausland Filialen gründen.



Diese Entwicklungen waren für das *MMB Learning Delphi* im letzten Jahr Anlass, 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. Für die aktuelle Studie wurden die vier Statements zum Thema „Internationalisierung“ den Experten in identischer Form wieder vorgelegt (vgl. Abb. 8).

Die größte Zustimmung fand in diesem Jahr die These „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 in diesem Jahr 61 Prozent der Befragten (2013: 53%).

Ebenfalls deutlich mehr als die Hälfte der Experten befürwortet die These, dass „Deutsche E-Learning-Unternehmen verstärkt Niederlassungen im Ausland gründen werden oder dort Vertriebspartnerschaften eingehen“. Diesem betont selbstbewussten Statement stimmen 59 Prozent der Experten (2013: 57%) zu.

Deutlich geringer ist der Zuspruch zu der These, dass „viele deutsche E-Learning-Anbieter von internationalen Firmen aufgekauft werden“. Nur etwa jeder vierte Experte (26%) stimmt dem Statement zu. Dieser Befund legt nahe, dass die deutsche E-Learning-Branche von den 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.

Noch etwas geringer ist die Befürwortung des Statements „Im Jahr 2020 wird auf allen einschlägigen deutschen E-Learning-Branchenveranstaltungen überwiegend Englisch gesprochen“. Nur 24 Prozent der Experten (2013: 33 %) sind der Meinung, dass diese Entwicklung absehbar ist.

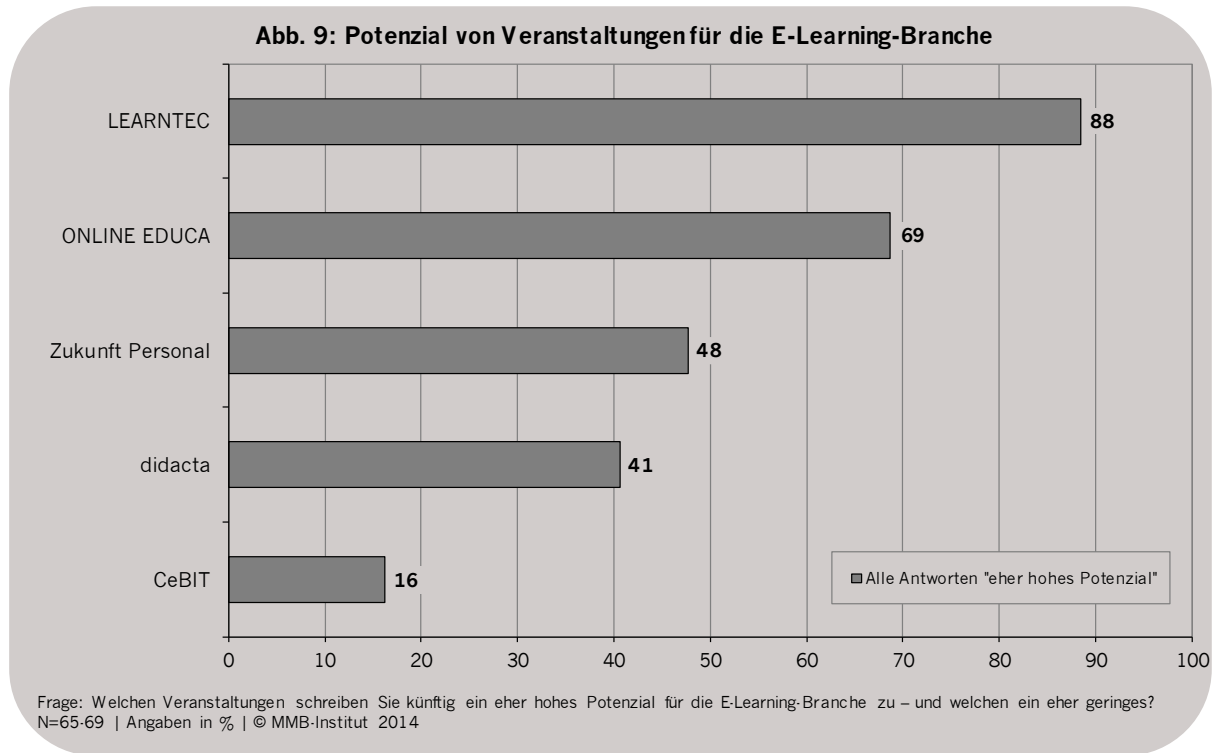
### **LEARNTEC nimmt an Bedeutung noch einmal zu**

Wie in den Vorjahren wurden die Experten auch 2014 wieder gebeten, die Bedeutung von spezialisierten Marketingveranstaltungen für die E-Learning-Branche zu beurteilen (vgl. Abb. 9).

Als eindeutiger Spitzenreiter des diesjährigen Rankings der E-Learning-Events erweist sich – wie in den Vorjahren – die Karlsruher LEARNTEC, die mit 88 Prozent das hervorragende Vorjahresergebnis (82%) noch einmal deutlich übertreffen konnte.

Auf den mittleren Rängen haben sich die Positionen im Vergleich zum Vorjahr deutlich verändert. So rangiert 2014 die international ausgerichtete ONLINE EDUCA in Berlin auf Platz 2. Mehr als zwei Drittel (69%) der Experten – eine Steigerung um 21 Prozentpunkte – attestieren der ONLINE EDUCA ein hohes Potenzial für die E-Learning-

Branche. Mit deutlichem Abstand dahinter liegt die in Köln stattfindende Zukunft Personal (48%) auf dem dritten Rang, gefolgt von der an jährlich wechselnden Standorten durchgeführten Bildungsmesse didacta, der von 41 Prozent der Experten (2013: 51%) ein hohes Potenzial für die Branche attestiert wird.



Die Computermesse CeBIT wird in diesem Jahr von den befragten Experten noch deutlicher negativ bewertet als in den Vorjahren. Nur noch ein Sechstel der Experten (16%; 2013: 25%) sehen bei dieser Veranstaltung ein „eher hohes Potenzial“ für die E-Learning-Branche.



**Methoden-Steckbrief**

Mit dieser Veröffentlichung liegt die neunte 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 durchgeführt.

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/Fragenteile 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 Akteursgruppen gibt einen Einblick in die Zusammensetzung der Stichprobe (vgl. Tab. 1).

**Tab. 1: Teilnehmerstruktur 2006–2014**

Akteursgruppe	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Dienstleister / Produzent von Lernangeboten	48%	56%	47%	50%	55%	38%	47%	38%	36%
Anwender / Nutzer von Lernangeboten	3%	4%	8%	2%	12%	17%	12%	16%	16%
Wissenschaft / Forschung / Beratung	33%	21%	34%	25%	22%	24%	26%	30%	37%
Medien / Freier Journalist	8%	8%	4%	4%	2%	5%	4%	7%	4%
Öffentliche Einrichtung / Regierungsorganisation	10%	6%	4%	8%	9%	15%	7%	3%	4%
Andere Akteursgruppe / Keine Angabe	0%	6%	4%	12%	0%	1%	4%	6%	3%
<i>n</i>	40	51	53	52	65	76	74	73	73

Frage: Welcher Akteursgruppe gehören Sie hauptsächlich an?  
 Angaben in % | © MMB-Institut 2014

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 zu Themen/Inhalten des betrieblichen E-Learning und zu Adaptive Learning.



## Impressum und Urheberrecht

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung

Dr. Lutz P. Michel

Folkwangstraße 1  
D-45128 Essen

Telefon: 0049 / 201 / 72027-0

Telefax: 0049 / 201 / 72027-29

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

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

*Jede Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und/oder jede Art der Verwertung der textlichen, grafischen und/oder statistischen Inhalte dieser Publikation bedarf der schriftlichen Zustimmung durch das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung. Kopien von dieser Publikation sind nur für den privaten, nicht-kommerziellen Gebrauch gestattet. Eine kommerzielle Verwendung jedweder Art bedarf der ausdrücklichen Genehmigung durch das MMB-Institut.*

## 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.

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 das MMB-Institut derzeit hauptsächlich auf folgenden Themenfeldern:

- Arbeitsmarkt- und Berufsforschung
- Qualifikationsbedarfsforschung
- Standortanalysen
- Digitales Lernen
- Begleitforschung / Evaluation
- Medienforschung
- Bildungs- und Kompetenzforschung

Weitere Informationen zu unseren Projekten und Studien sowie Downloads unter:  
[www.mmb-institut.de](http://www.mmb-institut.de)

