

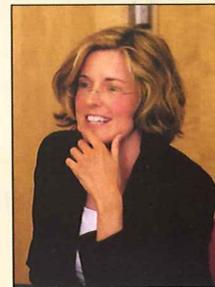
Hans-Joachim Elden,
Geschäftsführer der e/t/s
didactic media



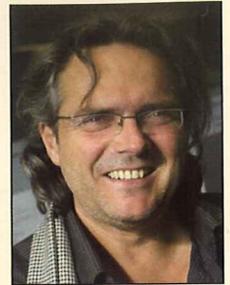
Cornelia Mockwitz,
geschäftsführende Gesellschafterin
T3 GmbH



Dr. Wolfgang Kraemer,
Vorstandsvorsitzender
IMC AG



Beate Bruns,
Geschäftsführerin
time4you GmbH



Hartmut Braun,
Produkt Manager eLearning
Festo Didactic GmbH & Co. KG

experten-Forum FEBRUAR 2009

eLearning im Zeichen der Wirtschaftskrise

Im Vorfeld der großen eLearning-relevanten Veranstaltungen LEARNTEC, Didacta und CeBit moderiert der eLearning-Journal Chefredakteur Frank Siepmann ein hochkarätig besetztes Expertenforum zu dem einen Thema, das im ersten Quartal 2009 die gesamte Weiterbildungsbranche bewegt.

FRAGE

Für 2009: Wie schwer wird die Wirtschaftskrise Deutschland treffen?



„Ich bin ein unverbesserlicher Optimist, weshalb es mich ärgert, wenn die Medien ausschließlich Negativ-Berichte und -Rekorde aufzählen, ohne zu differenzieren. Es gibt viele Branchen, z.B. im Dienstleistungsbereich, im Energie-, Bio- und Öko-Bereich, die Zuwachsraten verzeichnen und die auch 2009 mehr Umsatz generieren werden als in 2008.“

Hans Gieringer,
Geschäftsführer
bit media Deutschland GmbH

eLearning Journal: Für 2009: Wie schwer wird die Wirtschaftskrise Deutschland treffen?

Hans Gieringer: Ich bin ein unverbesserlicher Optimist, weshalb es mich ärgert, wenn die Medien ausschließlich Negativ-Berichte und -Rekorde aufzählen, ohne zu differenzieren. Es gibt viele Branchen, z.B. im Dienstleistungsbereich, im Energie-, Bio- und Öko-Bereich, die Zuwachsraten verzeichnen und die auch 2009 mehr Umsatz generieren werden als in 2008. Aber natürlich bieten diese positiven Nachrichten keine Schlagzeilen. Wenn ein Flugzeug im Wasser notlandet, ist das weltweit der Aufmacher, wenn Millionen zur selben Zeit in Flugzeugen unfallfrei transportiert werden, ist das keine Zeile wert. Mein Standpunkt ist, dass Negatives nicht noch schlechter geredet werden sollte, als es schon ist, sondern dass man Erfolgsmeldungen und Selbstheilungskräften den gleichen Stellenwert einräumen müsste.

Beate Bruns: Ich sehe die Dinge eher nüchtern und würde die Ruhe bewahren wollen. Sicher wird das Wachstum insgesamt schrumpfen und es kann gut möglich sein, dass uns eine neue Bescheidenheit erwartet, die ich aber prinzipiell nicht schlecht finde. Höher, schneller, weiter ist irgendwann ausgereizt. Abgesehen davon gibt es meiner Einschätzung nach in jeder wirtschaftlichen Lage auch Unternehmen und Branchen, die von genau dieser Lage profitieren.

Hartmut Braun: Die deutsche Wirtschaft steht sicherlich vor einer der größten Herausforderungen, die es hier jemals gab. Aber - in jeder Krise stecken auch Chancen. So werden sich sicherlich ganze Industriezweige schnellstens umorientieren müssen und Produkte anbieten, die einerseits gefragt sind und mit denen wir uns auch vom Wettbewerb unterscheiden. Dadurch entsteht ein enormer Bedarf an Weiterbildung und genau das eröffnet Chancen in der Krise.

Armin Hopp: Deutschland als führende Exportnation ist von den Auswirkungen der Finanzkrise stärker betroffen als starke Binnenwirtschaften. Für digital publishing sehen wir eher optimistisch in die nähere Zukunft, weil unsere Kunden mit unserem Angebot an Online-Sprachkursen erhebliche Effizienzpotenziale heben, die in friedlicheren Zeiten vielleicht nicht so erkannt oder konsequent ausgeschöpft worden wären.

Cornelia Mockwitz: Wie schwer es wirklich wird für die deutsche Wirtschaft ist im Moment noch überhaupt nicht voraus-sagbar. Derzeit fahren die meisten Unternehmen „auf Sicht“. Die wenigsten können Aussagen treffen über ihre Auftragslage in drei oder vier Monaten. Dennoch: Die deutsche Wirtschaft ist im Vergleich zu anderen Ländern der EU hervorragend aufgestellt.

eLearning Journal: Wird die erwartete Rezessionsphase auch den Aus- und Weiterbildungsmarkt treffen?

Hans-Joachim Elden: Ich hoffe natürlich, dass das nicht der Fall sein wird. Diese Hoffnung wird bestärkt wenn ich sehe, wie viele der Verantwortlichen auch der Meinung sind, dass unsere Wirtschaftskrise stark von der Qualifizierung unserer so genannten „Human Resources“ abhängt. Die Wirtschaft sollte diese „ruhigen Zeiten“ zur Personalentwicklung und -qualifizierung nutzen.

Hans Gieringer: Unternehmen, die Verluste erwirtschaften, werden Sparmaßnahmen ergreifen. Dabei setzt man gerne den Hebel in den HR-Abteilungen an, weil dies der Kunde nicht unmittelbar spürt. Da jedoch bis 2006 die Investitionen in betriebliche Aus- und Weiterbildung bereits massiv stagnierten, bin ich überzeugt, dass hier nicht die ganze Wirtschaft mit dem gleichen Maßstab gemessen werden kann. Es wird Branchen geben, die längst überfällige Bildungsprojekte starten und umsetzen und andere, die dies eben nicht tun.



Hans Gieringer,
Geschäftsführer
bit media Deutschland GmbH



Marcel Dübner,
geschäftsführender Gesellschafter
inside Unternehmensgruppe



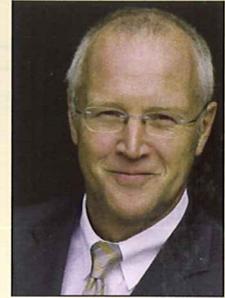
Armin Hopp,
Vorstandsmitglied
digital publishing GmbH



Dr. Margot Klinkner,
stv. Geschäftsführung
ZFH



Lore Reß,
Geschäftsführerin
Daten + Dokumentation GmbH



Wolf-Rüdiger Feldmann,
Geschäftsführer Ber. Marketing
Cornelsen Verlag

Wolf-Rüdiger Feldmann: Die Weiterbildung ist sicher ein Posten, der bei engen Budgets auch gerne auf das Nötigste zusammengestrichen wird.

Wolfgang Kraemer: Wenn Daimler und Opel ihre Produktionsbänder anhalten, ist doch klar, dass auch in anderen Unternehmensbereichen jeder Stein umgedreht und alles auf den Prüfstand gestellt wird. Davon wird auch der Aus- und Weiterbildungsmarkt betroffen sein, da hier die Kosten ähnlich wie beim Marketing und der Werbung kurzfristig beeinflussbar sind.

Marcel Dübner: Ja, aber auf unterschiedliche Weise. Meiner Meinung nach wird das Firmengeschäft rund um Consulting, u.a. das typische Bodyleasing, die Auswirkungen negativ zu spüren bekommen. Unternehmen werden Sparmaßnahmen ergreifen und versuchen, inhouse Lösungen zu finden, bevor man outsourced. Für Firmen wie die inside Unternehmensgruppe, die u.a. Aus- und Weiterbildungskonzepte erstellen, wird voraussichtlich mehr zu tun sein. Denn besonders in Krisenzeiten sind Unternehmen an zukunftsfähigen, effizienten Lösungen interessiert, die mittelfristig zu Kosteneinsparungen führen.

Margot Klinkner: Bei Investitionen in Weiterbildung seitens der Einzelinteressierten erwarten wir eher einen Anstieg, denn in Zeiten rückläufiger Konjunktur und wachsender Arbeitslosenquote verzeichneten wir in der Vergangenheit oftmals steigende Anmeldezahlen. Dies deckt sich auch mit Ergebnissen der jüngsten forsa-Umfrage zum „Weiterbildungsverhalten in der Wirtschaftskrise“ vom November 2008. Demnach denken „über ein Drittel (36 %) der 20- bis 60-Jährigen seit Beginn der Wirtschaftskrise verstärkt über eine berufliche Weiterbildung nach, um als Arbeitskraft attraktiv zu bleiben.“ Unter den 20- bis 29-Jährigen seien es sogar annähernd die Hälfte (47 %), die Ergebnisse der Befragung.

Beate Bruns: Es gibt zwar schon erste Umfragen, die mit sinkenden Budgets argumentieren, jedoch kann es sich kein Unternehmen gerade in schwierigen Zeiten leisten, auf professionelle Mitarbeiter zu verzichten. Und da sind wir schon bei der Folgefrage. Die eLearning-Wirtschaft ist in meinen Augen eher rezessionsresistent. Wenn die Ausgaben für die Weiterbildung der Mitarbeiter gekürzt werden müssen und gleichzeitig klar ist, dass die Qualifizierung selbst um des Erhalts der Wettbewerbsfähigkeit Willen nicht zu sehr eingeschränkt werden darf, ist es für die Unternehmen naheliegend, die Qualifizierungsanforderungen mindestens zu einem wachsenden

Anteil, wenn nicht in Bereichen sogar ausschließlich mit Hilfe von eLearning-Angeboten zu erfüllen.

eLearning Journal: Wie schnell wird der Druck im Bildungssektor steigen?

Hans Gieringer: Wenn er überhaupt steigt, wird er eine Branche treffen, die sich darauf bereits eingestellt hat. Die vergangenen Jahre haben, bedingt u.a. durch Wegfall der SGB-III-Maßnahmen usw., dazu geführt, dass sämtliche Überkapazitäten abgebaut wurden und die Anbieter sich sehr schlank aufgestellt haben. Ich bin auch sicher, dass viele Unternehmen, die eine Krise für sich aufziehen sehen, ihre Mitarbeiter in speziellen Schulungen auf ein mögliches Risiko-Management sensibilisieren wollen und dadurch neue Schulungsbedarfe entstehen.

Wolf-Rüdiger Feldmann: Im B2B-Markt kann ich dazu keine Einschätzung geben, im von der öffentlichen Hand finanzierten Bildungsmarkt ist kaum mehr etwas zu streichen, hier gehe ich von Stabilität aus.

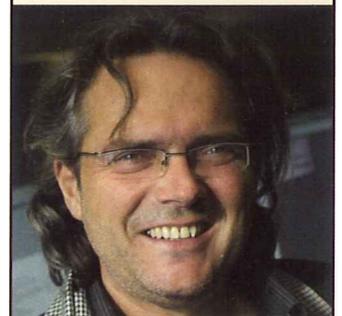
Armin Hopp: Aus Gesprächen mit unseren Kunden wissen wir, dass die Weiterbildungsbudgets für 2009 bereits gesichert sind und größtenteils auch nicht in Frage gestellt werden. Einen mittelbaren Effekt etwaiger Budgetkürzungen erwarten wir in Westeuropa eher in 2010. In anderen Märkten, wie etwa im arabischen Raum, steigen die Budgets dagegen weiter - besonders für Online-Kurse.

Marcel Dübner: Das kann man nicht pauschal beantworten - das hängt von der jeweiligen Branche bzw. den angebotenen Produkten ab. Betrachtet man jedoch unsere Zielbranche, die Finanz- und Versicherungswirtschaft, ist es gerade in wirtschaftlich schlechten Zeiten wichtig, gut ausgebildete Berater zu haben. Aus diesem Grund wird in dieser Branche der Druck schnell steigen.

Beate Bruns: Der Druck in den Unternehmen hin zu zielgerichteter Aus- und Weiterbildung wird und sollte generell steigen, für den Bildungssektor, also die freien Bildungsanbieter, gilt: Das auch. Ein weiteres Thema wird meiner Einschätzung nach ebenfalls in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten ebenfalls wieder aktueller: Prozessoptimierung und Verschlanung der Organisation, in unserem Fall der Bildungsorganisation. Auch dafür liefern die eLearning-Anbieter, insbesondere Anbieter von Software und Dienstleistungen zur Automatisierung der Bildungsprozesse, die benötigten Produkte und Dienstleistungen.

FRAGE

Kann der Einsatz von eLearning in dem Bildungsprozess helfen oder besteht die Gefahr, dass der Lernerfolg auf der Strecke bleibt?



„Wenn ausschließlich eLearning eingesetzt wird, besteht tatsächlich die Gefahr, dass Weiterbildungsmaßnahmen nicht zum gewünschten Erfolg führen. „Virtuelles“ Blättern ist oberflächlich und kann abstupfen. Die Kunst besteht darin, unterschiedliche Lernmedien in einem zielgruppenorientierten Blended Learning Konzept zu integrieren.“

Hartmut Braun,
Produkt Manager eLearning
Festo Didactic GmbH & Co. KG

afw | akademie für welthandel

- **Lern- und Wissensnetze:**
Beratung
Konzeption
- **Trainings:**
E-Learning
Blended-Learning
- **Weiterbildung für**
Fach- und
Führungskräfte

AKADEMIE FÜR WELTHANDEL
Akademie für Welthandel AG
Westendstr. 70 ■ 60325 Frankfurt
Tel.: +49 (0) 69 / 74 74 2 - 103
www.akademie-welthandel.de
info@akademie-welthandel.de

FRAGE

Wird die erwartete Rezessionsphase auch den Aus- und Weiterbildungsmarkt treffen?



„Es gibt zwar schon erste Umfragen, die mit sinkenden Budgets argumentieren, jedoch kann es sich kein Unternehmen gerade in schwierigen Zeiten leisten, auf professionelle Mitarbeiter zu verzichten. Und da sind wir schon bei der Folgefrage. Die eLearning-Wirtschaft ist in meinen Augen eher rezessionsresistent.“

Beate Bruns,
Geschäftsführerin
time4you GmbH

FRAGE

Für 2009: Wie schwer wird die Wirtschaftskrise Deutschland treffen?



„Das ist natürlich die Königsfrage, die mich an das oberste Gebot für Wirtschaftsprognosen erinnert: „Nenne Zahlen oder nenne einen Zeitpunkt.“

Dr. Wolfgang Kraemer,
Vorstandsvorsitzender
IMC AG

eLearning Journal: Ergeben sich durch die Krisenstimmung mehr Gefahren oder mehr Chancen für künftige eLearning-Projekte?

Hans-Joachim Elden: Da der Druck auf die Wirtschaft immer größer wird und damit qualifiziertes Personal immer mehr an Bedeutung gewinnt, ist es nur eine logische Folge, eLearning und Blended Learning einzusetzen. Durch Einsatz unserer Lernmanagementsysteme, Lerninhalte und Blended Learning-Methoden sehen wir derzeit gute Chancen in der wirtschaftlichen Entwicklung.

Hartmut Braun: Wir sind fest davon überzeugt, dass sich mittelfristig mehr Chancen ergeben. Das Lernen mit eLearning ist günstiger, zeit- und ortsunabhängig und kann wesentlich zielgerichteter eingesetzt werden als das traditionelle Lernen. Allerdings muss nach wie vor an einer eLearning Kultur gearbeitet werden, d.h. Freiräume für das Lernen müssen geschaffen werden, eLearning muss als Unternehmensgrundsatz etabliert werden, usw.

Hans Gieringer: Ich sehe grundsätzlich gute Chancen für künftige eLearning-Projekte. Wann immer man in einer Krisenstimmung nach alternativen Lösungswegen sucht, führt einer zu dem Thema Kostensenkung. Und eLearning-Projekte sind nun mal eine passende, oft preiswertere Alternative für herkömmliche, präsenzbasierende Weiterbildungsprogramme, sofern diese inhaltlich zu ersetzen sind.

Wolf-Rüdiger Feldmann: Digital unterstützte Lernszenarien (eLearning, Blended Learning) können an Chancen gewinnen, wenn der Nachweis der Effizienz gelingt. Wie immer eine Frage der Produktqualität.

Lore Reiß: Da sehe ich mehr Chancen, allerdings getrieben durch die Vermutung, dass mit eLearning Geld gespart werden kann. Also eine eher schlechte Ausgangslage.

Armin Hopp: Der Qualifizierungsdruck wird ja gerade in Deutschland angesichts des Versagens der Bildungspolitik nicht geringer. Unsere deutschen Kunden müssen besonders in der Sprachausbildung auch die Defizite der schulischen Ausbildung ausgleichen, um im internationalen Geschäft überhaupt erst mal sprachlich mithalten zu können. Zudem sehen wir weltweit immer mehr große Projekte mit mehreren tausend Kursteilnehmern, die mit herkömmlichen Kursangeboten im teuren Präsenzunterricht gar nicht abgewickelt werden könnten.

Wolfgang Kraemer: Ohne die Ölkrise hätten alternative Energieformen nie ihren Durchbruch erlebt. Krisen sind oft genug Krisen des Etablierten und werden zur Chance des Neuen. In Zeiten knapper Reise- und reduzierter Weiterbildungsbudgets wird der Trend weggehen von teuren und aufwändigen Präsenz-Trainings. Umgekehrt haben innovative Weiterbildungsformen wie eLearning in Kombination mit effizienten Lerntechnologien jetzt die Chance, als Gewinner aus der Krise hervorzugehen.

Marcel Dübner: Man könnte das Ganze philosophisch betrachten: Der Begriff Krise besteht im Chinesischen aus jeweils einem Schriftzeichen der Begriffe „Gefahr“ und „Chance“. In einer Krise gibt es somit immer beides - Gefahren, aber auch Chancen. Wir sehen darin echte Chancen. Die

inside Unternehmensgruppe bietet mit ihren Leistungen ihren Kunden ein Portfolio an Lösungen - individuell auf den Bedarf des Kunden zugeschnitten.

Cornelia Mockwitz: Hier muss man meiner Meinung nach deutlich unterscheiden: Ich glaube, dass vor allem an eLearning-Maßnahmen gespart werden wird, die der Qualifizierung im Softskill-Bereich dienen. Die Gefahr hier ist also ziemlich groß. Dagegen ergeben sich in zahlreichen anderen Einsatzbereichen für eLearning große Chancen. Vor allem wenn der Return on Invest ersichtlich ist.

eLearning Journal: Nach Angaben des IW Köln geben deutsche Unternehmen rund 26,8 Milliarden für Weiterbildung und Coaching aus. Wird das Weiterbildungsbudget nun sinken?

Wolf-Rüdiger Feldmann: Davon würde ich ausgehen.

Lore Reß: Meiner Meinung nach ja.

Marcel Dübner: Bei bisher klassisch ausgelagerten Themen wie Seminaren wird dies sicherlich der Fall sein.

Hartmut Braun: Obwohl langfristig völlig unsinnig, sparen viele Unternehmen in der Krise gerade am Weiterbildungsbudget, obwohl jetzt (bedingt durch Kurzarbeit, Beschäftigungssicherung, etc.) der richtige Zeitpunkt wäre, Mitarbeitern die Möglichkeit zur Weiterbildung zu geben. Wir haben jetzt die Chance uns richtig aufzustellen, wenn die Wirtschaft wieder anzieht. Dazu muss allerdings jetzt in Weiterbildung investiert werden.

Hans Gieringer: Die Frage müsste lauten, wie viel von den 26,8 Milliarden ist denn bei den eLearning-Anbietern gelandet? Wenn dies 1% war, halte ich das für realistisch. In unserer Branche profitiert ja keiner von dem ganz großen Topf. Deshalb wird der Anteil am Weiterbildungsbudget, der auf eLearning entfällt, sich auch nur marginal ändern. Wie schon erwähnt, die Budgets der Unternehmen orientieren sich an den Zahlen ihrer geplanten eigenen Auf- oder Abwärtsbewegungen. Wir müssen uns an diese Unternehmen halten, die ihre Budgets eben nicht reduzieren. Und davon gibt es eine ganze Menge.

Wolfgang Kraemer: So lange Unternehmen Weiterbildungsmaßnahmen immer noch als „Incentive“ für die Mitarbeiter betrachten, muss man leider davon ausgehen. Doch Weiterbildung ist kein „Leckerli“ zur Belohnung, sondern eine Investition, die sich an den Zielen des Unternehmens orientieren sollte.

eLearning Journal: Im Buch „Die Weiterbildungslüge“ beklagt der Autor Richard Gris, dass viele Weiterbildungsmaßnahmen wirkungslos verpuffen, weil häufig trotz erheblichem Aufwand die Lernziele verpasst werden. Kann der Einsatz von eLearning in dem Bildungsprozess helfen oder besteht die Gefahr, dass der Lernerfolg auf der Strecke bleibt?

Hans Gieringer: Der Mensch hinter dem Pseudonym Gris ist selbst ein Trainer, der über seine eigene Arbeit schreibt und in vielen Punkten gar nicht mal überzieht. Ich bin sicher, dass dieser Trainer mit eLearning a) wenig bis überhaupt keine Erfahrung hat und b) wenn er damit konfrontiert wird, es als

ein lästiges Übel empfindet. Da eLearning ein „e“, wie „elektronisch“ beinhaltet, kann ich eine Vielzahl von Bildungsprozessen datentechnisch „ablegen“. Und zwar individuell, für jeden Lerner, über sein Lernverhalten, seine Lernergebnisse, seine möglichen Transferprobleme usw. und dies über einen großen Zeitraum. Dadurch sind erstklassige Daten darüber vorhanden, welche Maßnahme mit welchem Ergebnis zu welchem Zeitpunkt mit oder ohne Erfolg durchgeführt wurde. Wenn ich ein Seminar halte, danach eine Beurteilung einfordere und im besten Fall etwas später die Nachhaltigkeit überprüfe, sind diese Zahlen dagegen nur kleinste Facetten innerhalb komplexer Weiterbildungszyklen. Dadurch bietet ein eLearning Projekt im Grundsatz weit aussagekräftigere Daten über erreichte Lernziele, also Lernerfolge und -misserfolge, als jede herkömmliche Weiterbildungsmaßnahme.

Hartmut Braun: Wenn ausschließlich eLearning eingesetzt wird, besteht tatsächlich die Gefahr, dass Weiterbildungsmaßnahmen nicht zum gewünschten Erfolg führen. „Virtuelles“ Blättern ist oberflächlich und kann abstumpfen. Die Kunst besteht darin, unterschiedliche Lernmedien in einem zielgruppenorientierten Blended Learning Konzept zu integrieren. Dies führt dazu, dass Wissen vertieft und hinterfragt werden kann. Nur dadurch stellt sich langfristig ein Lernerfolg ein.

Wolf-Rüdiger Feldmann: Lernerfolg ist von vielen Faktoren abhängig, nicht nur von der medialen Darbietung des Content. Jedenfalls spricht die Empirie dafür, dass interaktive Lernformen nachhaltig wirken.

Armin Hopp: Der Einsatz von Computern allein garantiert ja noch keine sinnvolle Messung des Lernerfolgs. Das ist eher eine methodische Problemstellung, die aber am Ende durch den Einsatz von PCs, leistungsfähigen Verwaltungssystemen und Testprogrammen natürlich effizienter gelöst werden kann als auf Papier.

Wolfgang Kraemer: Seit Jahren wird in Unternehmen die Effizienz der Produktionsfaktoren akribisch überwacht, von der Büroklammer bis zur Produktionsanlage. Doch bei der Erfolgsmessung und Steuerung von Weiterbildung wird häufig nur die erfolgreiche Teilnahme an der Bildungsmaßnahme bestätigt. In Präsenztrainings erhalten Sie bestenfalls am Ende ein Formular, mit dem Sie Seminarinhalt, Trainer und Räumlichkeiten bewerten können. Aber was haben die Mitarbeiter tatsächlich gelernt? Wie viel davon können sie im Arbeitsalltag umsetzen? Gibt es nachvollziehbare Veränderungen bei Leistungsprozessen? Gerade mit eLearning-Maßnahmen wird die Eigenverantwortung für das lebenslange Lernen gestärkt, denn jeder Teilnehmer lernt genau das, was individuell und aktuell im Arbeitsprozess relevant ist.

Margot Klinkner: Im Bereich der berufsbegleitenden Fernstudiengänge setzen wir - orientiert am Blended-Learning-Ansatz - eLearning-Komponenten im Wechsel mit klassischen Studienbriefen und Präsenzphasen ein. Durch die Kombination der verschiedenen fernstudiendidaktischen Komponenten werden die angestrebten Lernfortschritte nach unseren Erkenntnissen gezielt gefördert. Das Selbststudium wird durch eLearning-Elemente anwendungsbezogen unterstützt. Mit virtuellen Lerngruppen, die Online-Präsenzanteile in zeitlich synchroner oder auch zeitlich asynchroner Form absolvieren, wird der fachliche Austausch während der Selbststudienphase gefördert und die für den Lernfortschritt wichtige Reflexion der Lehrinhalte gesteigert.

FRAGE

Ergeben sich durch die Krisenstimmung mehr Gefahren oder mehr Chancen für künftige eLearning-Projekte?



„Ich glaube, dass vor allem an eLearning-Maßnahmen gespart werden wird, die der Qualifizierung im Softskill-Bereich dienen. Die Gefahr hier ist also ziemlich groß. Dagegen ergeben sich in zahlreichen anderen Einsatzbereichen für eLearning große Chancen. Vor allem wenn der Return on Invest ersichtlich ist.“

Cornelia Mockwitz,
geschäftsführende Gesellschafterin
T3 GmbH

Cornelia Mockwitz: Aus meiner Sicht gibt es zwei mögliche Ursachen, wenn Lernziele nicht erreicht werden. Das liegt entweder daran, dass eLearning als Einzelmaßnahme betrachtet wird und nicht nachhaltig genug verankert ist, im Sinne einer ganzheitlichen Lernkultur. Die zweite Ursache sehe ich in der oftmals eher dürftigen Qualität des Content. Vor allem Rapid Produktionen scheinen der Akzeptanz von eLearning regelrecht entgegen zu wirken.

eLearning Journal: Der Ruf nach messbarem Bildungserfolg wird lauter. Ist seriöses Bildungscontrolling für eLearning denkbar?

Hans-Joachim Eiden: Dies ist durchaus machbar: Unterschiedlichste Befragungs- und Beobachtungsformate und entsprechend unterstützende Tools scheinen sogar Transferbetrachtungen längere Zeit nach der Trainingsteilnahme an unterschiedlichen Orten einfacher zu gestalten als im Szenario des klassischen Präsenztrainings. Lernerfolgskontrollen direkt nach dem Training oder auch Feedback-Analysen lassen sich ohnehin gut technologiegestützt durchführen und sparen zudem einigen Aufwand, wenn es um die Auswertung geht. Sinnvolles Bildungscontrolling erfordert aber - egal ob in Präsenz-, Blended- oder eLearning - immer eine gute Vorüberlegung, klare Zielvereinbarungen und die Definition entsprechender „Messwerte“.

Wolf-Rüdiger Feldmann: Lernerfolg ist immer messbar, wenn auch z.T. nur sehr aufwändig.

Lore Reiß: Nach meiner Meinung macht es keinen Unterschied, ob ich den Erfolg eines 3-Tage-Seminars oder den eines Online-Kurses bewerte. Bildungscontrolling ist unabhängig von der Art der Maßnahme. Die Frage ist doch eher, wer leistet sich „seriöses“ Bildungscontrolling? Dies beginnt schon vor dem Seminar, nämlich bei der Bedarfsanalyse und der Zieldefinition. Um eine Maßnahme bewerten zu können, muss vor Beginn ein bewertbares Ziel definiert sein. Bei den vielfach verbreiteten Gießkannen-Maßnahmen (Zielgruppe: Alle) kann keine aussagekräftige Bewertung vorgenommen werden. Ansonsten ist das Thema Bildungscontrolling sicher eines, das in Zukunft stark betrachtet werden wird. Hier liegt aber auch eine Chance für die Anbieter, die dieses Thema fokussieren und Analyse- und Evaluationsmethoden mit in das Angebot aufnehmen.

Armin Hopp: Wie gesagt, das ist keine Frage des Mediums, sondern eine Frage der Methode. Unbestritten ist aber, dass vernetzte Controllingsysteme die Durchsetzung einheitlicher Bildungsstandards über Standorte und Kontinente hinweg - aber auch im Schulsystem - sinnvoll unterstützen können.

Wolfgang Kraemer: Learning Management Systeme sind prädestiniert, ein betriebliches Weiterbildungscontrolling in umfassender Weise zu ermöglichen und zu unterstützen. Sie bieten einen sehr breiten Funktionsumfang wie etwa Kursplanung und -verwaltung, Nutzerverwaltung, Zugriffssteuerung auf Lerninhalte und Dokumentation der Lerner-Aktivitäten und Durchführung von Skill-Gap-Analysen, Erstellen von Tests und Lernerfolgskontrollen, Erstellen von Analysen und Berichten zu verschiedenen Aspekten der Lernaktivitäten. Insofern ist seriöses Bildungscontrolling für eLearning in Kombination mit LMS nicht nur denkbar - es ist der einzige Weg dorthin.

Margot Klinkner: Bildungscontrolling ist für uns ein wichtiges Thema, das uns seit vielen Jahren begleitet. Bei der Qualitätssicherung der Fernstudiengänge nehmen wir alle fernstudiendidaktischen Komponenten in den Blick, somit auch die eLearning-Komponenten und deren Auswirkung auf die Erreichung der angestrebten Lernziele.

Cornelia Mockwitz: Natürlich ist das machbar. Eine wichtige Voraussetzung sehe ich jedoch darin, dass in den Unternehmen, die eLearning einsetzen, ein ganzheitliches Kompetenz- und Lernmanagement etabliert ist.

Beate Bruns: Absolut. eLearning-Angebote/Trainings erlauben ein wesentlich aussagekräftigeres Bildungscontrolling als Präsenzseminare oder das Training-on-the-Job. In der neuen Version IBT SERVER 13 haben wir das vorher schon sehr umfangreiche Bildungscontrolling (Journale und OLAP-Berichte; OLAP = Online Analytical Processing) um ein weiteres Reporting Framework mit Baukastenberichten erweitert. Diese Berichtstypen und -formen entsprechen den aktuellen und zu erwartenden Anforderungen aus den Unternehmen und Organisationen.

eLearning Journal: Die pünktlich zum Bildungsgipfel vorgestellte Studie zur Lage der Bildung in Deutschland sorgte für Ernüchterung und Enttäuschung. Aus Sicht von eLearning-Experten wurde eine große Chance verpasst, da die Themen „Neue Medien“ und „digitale Kompetenz“ fast vollständig ausgeblendet wurden. Ist eLearning in der gesellschaftlichen Wahrnehmung noch nicht angekommen?

Armin Hopp: Zu dem, was da als Bildungsgipfel veranstaltet wurde, gibt es für mich als Steuerzahler, Vater von zwei schulpflichtigen Kindern und auch als Unternehmer eigentlich nichts mehr zu sagen.

Beate Bruns: Es gibt hier nichts in der Mitte; entweder wird das Thema verstanden, dann mit aller Leidenschaft fortgeführt, oder eben nicht? Es hat uns auch erstaunt, wie wenig Wissen auch auf Expertenseite hier vorherrscht. Vielleicht ist es auch der Begriff; aber ich bin überzeugt davon, dass wir uns mitten in der Umbruchphase bewegen und eLearning sich definitiv rasch und auf gesamtgesellschaftlicher Ebene durchsetzen wird. Mit Ignoranz wird Deutschland auch nicht wettbewerbsfähig bleiben können.

Hartmut Braun: Generell gebe ich Ihnen Recht, dass sich eLearning nach wie vor schwer tut. Allerdings ist gerade im letzten Jahr die Anzahl der Kunden enorm gestiegen, die eLearning- und Blended Learning Szenarien aufgebaut haben und seither vielversprechend einsetzen. Wir können diesen Trend zum einen durch unser Angebot an methodisch und didaktisch gut aufbereitete Contents und zum zweiten durch interessant gestaltete Lernszenarien unterstützen. Wenn dies gelingt, wird eLearning in Zukunft immer stärker an Bedeutung gewinnen.

Hans Gieringer: Man könnte es annehmen. Nur fehlt oft der Bevölkerung der Kontext zum Stichwort „eLearning“. Jeder von uns kennt Bedienungshilfen zum Handy und zu technischen Geräten, die lediglich online zur Verfügung stehen. Der Käufer geht auf eine website und liest, probiert aus, lädt sich Features aus dem Netz, um sein erworbenes Gerät op-

FRAGE

Ergeben sich durch die Krisenstimmung mehr Gefahren oder mehr Chancen für künftige eLearning-Projekte?



„Der Qualifizierungsdruck wird ja gerade in Deutschland angesichts des Versagens der Bildungspolitik nicht geringer. Unsere deutschen Kunden müssen besonders in der Sprachausbildung auch die Defizite der schulischen Ausbildung ausgleichen, um im internationalen Geschäft überhaupt erst mal sprachlich mithalten zu können.“

Armin Hopp,
Vorstandsmitglied
digital publishing GmbH

timal zu nutzen. Menschen, die über ebay etwas verkaufen wollen, können auf der Anbieterseite kleine Tools durcharbeiten, in denen sie über die Verkaufsgpflogenheiten fit gemacht werden. Viele Infotainment-CDs beinhalten „Wissenshäppchen“, die spielerisch vermittelt werden. Damit nutzt er bereits eLearning, ohne es bewusst wahrzunehmen.

Wolf-Rüdiger Feldmann: Jedenfalls gibt es noch keine valide Beweisführung, dass der Einsatz digitaler Lernmedien zu besseren Lernerfolgen führt oder effizienter ist.

Lore Reß: Das liegt wohl eher an den Autoren des Berichts. ELearning und informelles Lernen liegen augenscheinlich außerhalb des Betrachtungshorizontes. Nur einmal taucht im Teil G „Weiterbildung und Lernen im Erwachsenenalter“ der Begriff „computergestützte Selbstlernprogramme“ auf. Dieser erscheint dann auch noch an der falschen Stelle, nämlich im Bereich des informellen Lernens. Dies treibt einem Anbieter von WBTs, dessen Lernprogramme in Unternehmen zur Zertifizierung bestimmter Tätigkeiten und Aufgabenbereiche eingesetzt werden, Tränen in die Augen. Auch zur Begriffserläuterung des informellen Lernens ist Kritik angesagt. Nach Aussagen des Berichts liegt hierfür „in der nationalen Weiterbildungsforschung keine einheitliche Begrifflichkeit“ vor. In der EU schon und in der Alltagsdiskussion ist diese Klassifizierung der EU längst angekommen.

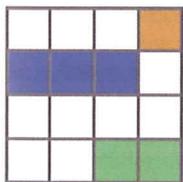
Wolfgang Kraemer: Solange das Thema Bildung immer noch in der Zuständigkeitsdebatte zwischen Bund und Ländern systematisch zerredet wird und die Lösung der vielen strukturellen Probleme am Klientenschutz von Parteien und letztendlich immer am fehlenden Willen zur Neuordnung der Investitionsmittel für Bildung scheitert, ist die Diskussion um den Einsatz der neuen Medien erst einmal nachrangig. Zumindest im Einflussbereich außerhalb der Hochschul- und Schulpolitik zeigt doch der zunehmende Einsatz von Lerntechnologien in Unternehmen, aber auch in Privathaushalten, wie Bildungsdefizite systematisch reduziert werden können. Anstatt sich weiterhin in fruchtlose Bildungsdebatten zu involvieren, ist schon heute eine zunehmende Eigenverantwortung für das private Bildungsmanagement - jenseits der staatlichen Grundversorgung - erkennbar. Insofern wird sich gerade in der Weiterbildung der Trend zum verstärkten Einsatz von eLearning weiter verstärken.

Marcel Dübner: Ich denke, dass der Begriff eLearning noch nicht jedem bekannt ist. Heutzutage ist es so, dass bereits im Kindergarten mit Lernprogrammen gelernt wird. Fragt man dort nach, ob eLearning eingesetzt wird, erhält man in der Regel die Antwort „nein“. Fragt man jedoch nach dem Einsatz von Lernprogrammen, lautet die Antwort „ja“.

Margot Klinkner: Das Thema Medienkompetenz muss aus meiner Sicht stärker als bisher bei der Bildungsplanung, insbesondere in den Bereichen von Schule und Ausbildung be-

Anzeige

SoftDeCC



TCmanager



Die professionelle Softwarelösung für Ihre professionelle Seminarverwaltung

- Optimierte Seminarorganisation
- Grafische Termin- & Ressourcenplanung
- ERP / CRM-Integration
- Dynamischer Internetkatalog
- E-Learning Plattform
- Integrierter Testgenerator
- Qualifikationsmanagement
- Bildungsportal für Mitarbeiter

rücksichtigt werden. Dann öffnen sich auch die Türen für den verstärkten Einsatz des eLearning, so dass es zu einer selbstverständlichen Komponente auf allen Bildungsebenen wird.

eLearning Journal: Was könnte das wichtigste Trendthema im eLearning-Bereich 2009 werden.

Marcel Dübner: Ich glaube, dass die Frage nach dem Nutzen und der Nachhaltigkeit von angebotenen Lösungen von immer größerer Bedeutung sein wird. Durch den demografischen Wandel, den wir durchlaufen, werden die „alten“ Mitarbeiter aus der Arbeitswelt ausscheiden. Das Kopfmopol muss gelöst werden und das vorhandene Know-how den „jungen“ Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden. Unternehmen müssen frühzeitig neue, junge Leute einstellen, die sich das Wissen der erfahrenen Mitarbeiter aneignen können. Für mich ist somit das Trendthema in 2009: Know-how konservieren.

Wolf-Rüdiger Feldmann: Keine Ahnung. Im schulischen Bereich beschäftigt das interaktive Whiteboard die Szene in 2009 besonders.

Lore Reß: Im Rahmen der intensiveren Beobachtung von Weiterbildungsmaßnahmen, werden Qualität und Bildungscontrolling wichtige Themen werden. Weitere Themen: Micro Learning, Social Learning.

Armin Hopp: Geld.

Wolfgang Kraemer: Die Etablierung von neuen Lernformaten, wie zum Beispiel serious Games sowie, die Erweiterung der Nutzungsszenarien vor allem durch den Einsatz von neuen mobilen Endgeräten.

Margot Klinkner: Aus unserer Sicht ist die zunehmende lerndidaktische Integration von eLearning in unterschiedlichste Lernprozesse auf allen Ebenen - von Schule über Ausbildung und Studium bis hin zur Weiterbildung - die aktuelle Herausforderung, der sich die Bildungsverantwortlichen im Zeitalter der durch Internet und digitale Medien geprägten Informationsgesellschaft stellen müssen.

Cornelia Mockwitz: Vor allem Themen wie Personal Learning Environment (PLE) und Web 2.0-Features im eLearning sind schnell auf dem Vormarsch.

Beate Bruns: Bildungscontrolling, Trainingsmanagement, Usability und neue Community-Tools.

eLearning Journal: Hat die Wirtschaftskrise Auswirkungen auf die Unternehmensstrategie ihres Hauses?

Armin Hopp: Nein. Mit dem Thema „Online Sprachen Lernen“ sind wir weltweit aktiv. Auswirkungen in lokalen Märkten gleichen wir durch Fokussierung auf wachstumsstarke Märkte aus. Allerdings werden wir bei unseren Kunden in Westeuropa und Nordamerika neben den offensichtlichen, qualitativen Argumenten in Zukunft stärker als bisher auch die Kostenvorteile unserer Angebote im Vergleich zu herkömmlichen Sprachkursen betonen.

Wolfgang Kraemer: Die IMC AG ist durch die schon vor Jahren angestoßene Internationalisierung gut aufgestellt. Neben Tochtergesellschaften in der Schweiz, Österreich, Großbri-

tannien und Rumänien ist die Gründung einer Niederlassung in Australien für die Region South East Asia Pacific geplant. Auch die Übernahme weiterer Unternehmen ist Gegenstand der Internationalisierungs- und Diversifizierungsstrategie. Gleichzeitig verfügen wir über ein ausgereiftes und umfassendes Produktportfolio mit einer Bestandskundenbasis von mehr als 2,5 Millionen Nutzern.

Hans-Joachim Elden: Davon gehen wir zum jetzigen Zeitpunkt nicht aus. Unserer Kunden sind gut etablierte Unternehmen sowie Berufsverbände, Bildungseinrichtungen und die Kammerorganisationen für Industrie und Handwerk in Deutschland und Österreich - sie befürchten keine negative Entwicklung. Wir wollen im Gegenteil unsere bisherige erfolgreiche Unternehmensstrategie weiter verfolgen und ausbauen. Dazu gehört auch die Weiterverfolgung von Schlüsselprojekten und eine offensive Marktkommunikation zur weiteren Promotion des eLearnings.

Hartmut Braun: Nein, Festo Didactic wird nach wie vor an der langfristig ausgerichteten Unternehmensstrategie festhalten.

Hans Gieringer: Nein, wir haben innerhalb der bit group eine sehr komplexe Produktpalette, die nicht branchenabhängig ist, z.B. nur auf die Automobilindustrie ausgerichtet etc. Dadurch können wir schnell reagieren, wenn sich Anfragen aus krisenunabhängigen Branchen spürbar erhöhen, haben wir unsere Produkte schnell darauf ausgerichtet.

Wolf-Rüdiger Feldmann: Ich denke, in allen Unternehmen wird zur Zeit noch aufmerksamer gewirtschaftet und große (Investitions-) Risiken werden vermieden.

Lore Reß: Nein

Marcel Dübner: Ja, die inside Unternehmensgruppe wird sich in diesem Jahr breiter am Markt aufstellen, um damit für noch mehr Unternehmen ein zuverlässiger Partner zu werden. Für die inside Unternehmensgruppe steht im Jahr 2009 auf der Flagge: effizient sein - nachhaltig sein.

Margot Klinkner: In Anbetracht der Wirtschaftskrise spielt die zielgruppenspezifische Ausrichtung unserer Fernstudienangebote und Dienstleistungen für uns eine entscheidende Rolle, um unsere Wettbewerbsfähigkeit auch unter erschwerten Bedingungen unter Beweis zu stellen. In diesem Kontext setzen wir verstärkt auf Marktforschung und Marktanalyse, um uns in Zukunft noch nachfrageorientierter am Weiterbildungsmarkt zu positionieren.

Beate Bruns: Die time4you GmbH hat ein sehr gutes Wirtschaftsjahr 2008 hinter sich, für 2009 weitere mittlere und große Aufträge bereits abgeschlossen und neue vielversprechende Aufträge in der Pipeline. Wir blicken also optimistisch in das nächste Jahr. Auch die Marktentwicklung als solche schätze ich positiv ein. Ich vermute zwar, dass die finanz-/gesamtwirtschaftliche „Großwetterlage“ die Konsolidierung des eLearning-Marktes etwas beschleunigen wird, doch dürften insgesamt die positiven Einflussfaktoren überwiegen. Für 2009 sind deshalb weitere Einstellungen in allen Bereichen (Professional Services, Entwicklung, Sales) geplant.

eLearning Journal: Vielen Dank für das Gespräch.

FRAGE

Was könnte das wichtigste Trendthema im eLearning-Bereich 2009 werden.



„Aus unserer Sicht ist die zunehmende lerndidaktische Integration von eLearning in unterschiedlichste Lernprozesse auf allen Ebenen - von Schule über Ausbildung und Studium bis hin zur Weiterbildung - die aktuelle Herausforderung.“

Dr. Margot Klinkner,
stv. Geschäftsführung
ZFH