

E-Learning – Bestandsaufnahme, Rahmenbedingungen und Perspektiven

Große Chancen für die Weiterbildung

Die zunehmende Globalisierung und Digitalisierung verändern die (Weiter-)Bildungslandschaft. Nach einer kritischen Bestandsaufnahme zum Einsatz von E-Learning in der Weiterbildung werden im Folgenden wesentliche Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren skizziert und abschließend perspektivisch die aktuellen Entwicklungen diskutiert.



Autorin |
Dr. Anne Thillosen, Leibniz-Institut für Wissensmedien, Projektleitung des E-Learning-Informationsportals www.e-teaching.org

a.thillosen@iwm-kmrc.de

In den letzten fünf Jahren sei das Lernen mit dem Computer „wirklich angekommen im öffentlichen Bewusstsein“, auch in

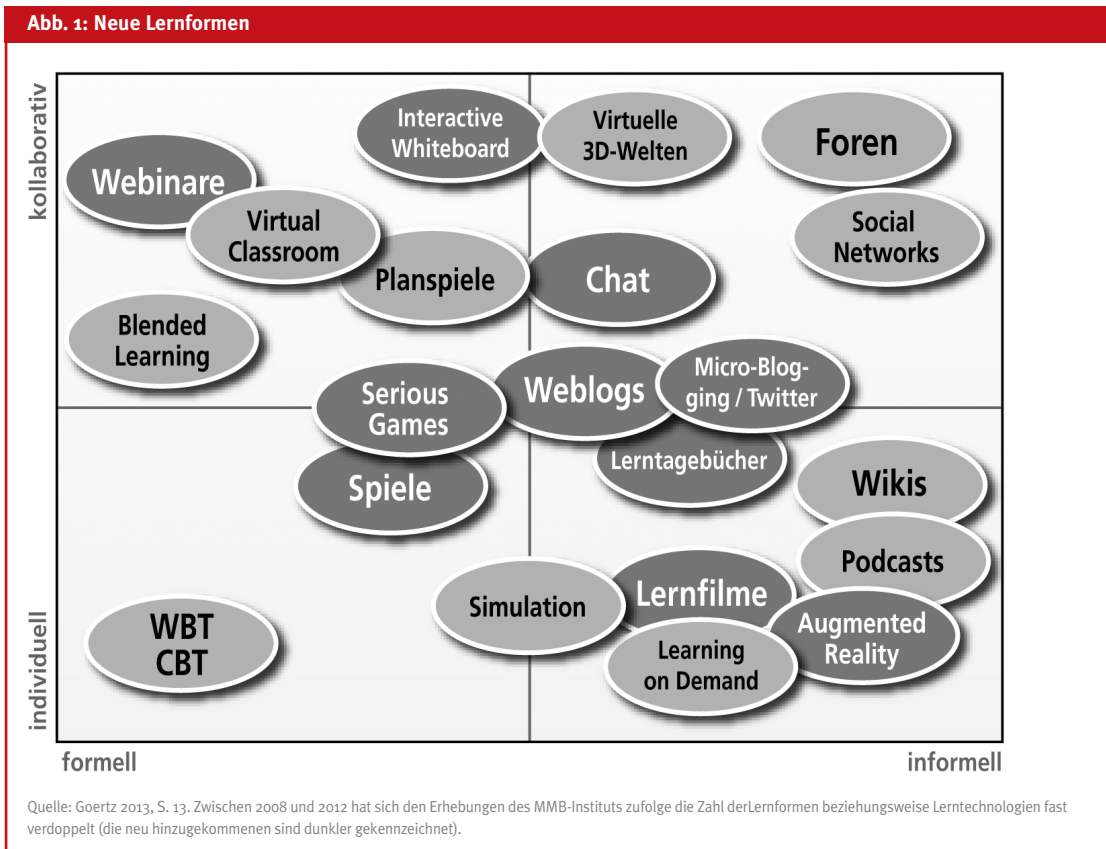
der beruflichen Aus- und Weiterbildung – zu diesem Schluss kommt das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung in einem zusammenfassenden Überblick über Ergebnisse von Erhebungen der Jahre 2007 bis 2012 (Goertz 2013, S. 6). Betrachtet man die Daten jedoch etwas genauer, so erweist sich der Ist-Zustand des Einsatzes von E-Learning in diesem Feld als sehr heterogen.

Zwar ergab eine im Auftrag der BITKOM im Jahr 2009 durchgeführte Studie, dass zu dieser Zeit bereits über zwei Drittel der Großunternehmen E-Learning einsetzen. Ganz anders sieht es jedoch bei klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU) aus: Dort nutzen nur 21 Prozent E-Learning zur Aus- und Weiterbildung. In Bezug auf die KMU ergab eine weitere Differenzierung zudem erhebliche branchenspezifische Unterschiede: Bei Banken, Versicherern und Finanzdienstleistern liegt der Einsatz von E-Learning mit etwa 65 Prozent mehr als doppelt so hoch wie in allen anderen Bereichen; in keinem anderen Sektor wird eine Marke von 30 Prozent überschritten, der Großhandel liegt mit nur vier Prozent am Ende der Skala. Bei den per E-Learning vermittelten Inhalten liegt – wenig überraschend – mit „IT-Standard-Anwendungen“ (60 Prozent) ein Computerthema vorne; zum Erwerb von Soft Skills wurden hingegen in weniger als 30 Prozent der Unternehmen digitale Medien eingesetzt. In Bezug auf die Adressaten scheint es derzeit eine Konzentration auf bestimmte Zielgruppen zu geben: Fast gleichauf (zwischen 47 und 43 Prozent) liegen dabei Sachbear-

beiter, Führungskräfte und Auszubildende, gefolgt von Facharbeitern (33 Prozent); alle anderen Gruppen liegen weit darunter. Eine deutliche Steigerung erwarten Unternehmen in kommenden Jahren vor allem für Auszubildende und Berufsrückkehrer (zu den Zahlenangaben in diesem Abschnitt vgl. Goertz 2013).

Vielzahl neuer E-Learning-Formen

Der Begriff E-Learning lässt sich nicht eindeutig definieren. Ganz unterschiedliche digitale Technologien können auf sehr verschiedene Weisen – von Anreicherung des Präsenzlernens bis zu komplett virtuellen Szenarien – eingesetzt und natürlich auch kombiniert werden, um Lernen und den Erwerb sehr unterschiedlicher Kompetenzen zu unterstützen. Der technologischen Entwicklung entsprechend kann auch beim E-Learning von mehreren Entwicklungsphasen gesprochen werden: So wurden zunächst, etwa seit 1990, Lerninhalte für das individuelle Lernen am Computer multimedial aufbereitet. Seit etwa 2002 werden Präsenzlernen und Lernen am Computer zu Blended-Learning-Konzepten verknüpft, mit denen jeweils die Vorteile beider Szenarien genutzt werden sollen. Sodann gewinnen ungefähr ab 2006 Web 2.0-Werkzeuge und soziale Medien (wie Wikis und Weblogs) an Bedeutung, mit denen vor allem informelles Lernen unterstützt wird (vgl. Böhler et al. 2013, S. 5). Abbildung 1 zeigt nicht nur von 2008 bis 2012 neu hinzugekommene Lernformen (und könnte inzwischen um weitere ergänzt werden, zum Beispiel E-Books und MOOCs), sie verdeutlicht auch, dass sich der Zuwachs vor allem im Bereich



des kollaborativen und informellen Lernens vollzieht. Es gibt also viele neue Möglichkeiten des Einsatzes von E-Learning; dennoch verharren offensichtlich die meisten Unternehmen eher bei den traditionellen Lernformen oder kehren sogar zu ihnen zurück. So konstatiert das MMB-Institut, nach einer „vorübergehenden Konjunktur“ scheine das Vertrauen in E-Learning-2.0 wieder zu schwinden, während „die klassischen ‚One-to-many‘-Lernwerkzeuge eine Renaissance“ erlebten. In Bezug auf den tatsächlichen Einsatz lagen bei der letzten Erhebung aus dem Jahr 2008 CBTs (Computer Based Trainings) ohne Internetanschluss für individuelles Lernen in KMU mit gut 40 Prozent immer noch an dritter Stelle, nicht sehr weit hinter WBTs (Web Based Trainings, 54 Prozent) und Blended Learning (50 Prozent). Seit 2011 ist die Bedeutung, die diesen input-orientierten Lernformen zugemessen wird, weiterhin gestiegen: Als zentrale Formen für das betriebliche Lernen in den nächsten Jahren werden immer noch Blended Learning und WBTs betrachtet, dicht gefolgt

von virtuellen Klassenräumen, was möglicherweise „durch den großen Erfolg von Webinaren zu erklären“ ist (zum gesamten letzten Abschnitt vgl. Goertz 2013, S. 14f.).

Trotz aller bisher genannten Zahlen kritisieren Experten, die Informationslage sei bis heute „unzureichend“: Zwar werde über Neuigkeiten, Erfolge und Best-Practice-Beispiele berichtet, jedoch gebe es nur wenig Standardliteratur zu den Besonderheiten des digitalen Lernens konkret in Unternehmen und kaum „repräsentative Erhebungen zum Stand des Einsatzes von Lernmedien in der betrieblichen Weiterbildung“. Ein besonders gravierendes Manko scheint das Fehlen von Untersuchungen darüber, ob die mit deren Einführung verbundenen Ziele erreicht wurden (Böhler et al. 2013, S. 2).

Global, lokal und individuell

Der Stand der Nutzung von E-Learning in der (betrieblichen) Weiterbildung ist also sehr unterschiedlich, und

Erfolge sind kaum sicher einzuschätzen. Dennoch ist eindeutig: Die Bedeutung digitaler Medien in diesem Bereich hat in den vergangenen Jahren erheblich zugenommen. Dafür gibt es unterschiedliche Gründe. Ein häufig angeführtes Argument sind erhoffte Kostenvorteile durch die Skalierbarkeit erstellter Materialien für unterschiedlich große Gruppen von Lernenden beziehungsweise die Anpassbarkeit für bestimmte Bedürfnisse und die leichtere Aktualisierbarkeit. Allerdings bleibt die Entwicklung qualitativ hochwertiger digitaler Lernmaterialien teuer – und offensichtlich können nur wenige Unternehmen einen Return of Investment nachweisen. Es gibt jedoch auch andere Vorteile: Viele Firmen agieren heute weltweit; dies betrifft nicht nur Arbeitsgruppen und Teams, sondern auch Kunden, Zulieferer et cetera, und auch die damit verbundenen Arbeitsprozesse finden in zunehmendem Maße computer- und netzgestützt statt. Diese Technologien sind also nicht „nur“ Lernmedien, und gerade deshalb ist es sinnvoll, sie zum Erwerb der Kompetenzen einzusetzen, die mit den jeweiligen Aufgaben verbunden sind (Böhler et al. 2013, S. 2).

Unternehmen, die (digitale) Lernangebote in der Weiterbildung einsetzen wollen, müssen zunächst ihre Lehr-/Lernziele klar definieren: Sollen z.B. eher strukturierte Lernangebote gemacht werden – etwa (kurzfristige) Informationen über neue Produkte – oder das selbstorganisierte Lernen und die langfristige Entwicklung bestimmter Kompetenzen gefördert werden? Ein weiterer Planungsfaktor ist eine Bedarfsanalyse der konkreten Zielgruppen, auf deren Grundlage Lernangebote beispielsweise inhaltlich, stilistisch und ergonomisch passgenau aufbereitet und auf geeignete Weise in die jeweiligen Arbeitsprozesse integriert werden können. Wichtig sind außerdem die technologische Infrastruktur, die finanziellen Ressourcen und organisatorischen Rahmenbedingungen. Denn auch ein didaktisch sinnvoll konzipiertes Lernangebot kann nicht erfolgreich sein, wenn beispielsweise die Rechenausstattung der Mitarbeiter oder das interne Netzwerk nicht geeignet sind oder keine Tutoren zur Verfügung stehen (vgl. Reinmann 2013, S. 14; Böhler et al. 2013, S. 5f.).

Dies bedeutet: In dem komplexen Themenfeld des E-Learning-Einsatzes in Unternehmen sollten idealerweise verschiedene verantwortliche Personengruppen zusammenarbeiten, zum Beispiel die Geschäftsfüh-

rung, die Personalentwicklung, die IT-Abteilung sowie die Geschäftsbereiche in Kooperation mit den Mitarbeitenden. In Deutschland unterliegt technologiegestütztes Lernen als Berufsbildung im Sinn des Betriebsverfassungsgesetzes zudem der Mitarbeiterbestimmung; in vielen Betrieben wird deshalb der Einsatz von E-Learning durch Mitarbeiterbestimmungen geregelt.

Außerdem können verschiedene Maßnahmen erheblich zum Erfolg der Einführung digitaler Lernangebote beitragen, zum Beispiel die explizite Befürwortung der Unternehmensleitung und die Integration in die Unternehmensstrategie. Zentral ist auch die Relevanz der Lernangebote sowohl für die Unternehmensziele als auch für die aktuellen Bedarfe der Mitarbeitenden. Nicht zuletzt geht es auch um ein begleitendes Veränderungsmanagement – denn für die meisten Beteiligten ist das Lernen mit digitalen Medien immer noch neu und ungewohnt (vgl. Böhler et al. 2013, S. 5ff.).

Individueller Umgang mit digitalen Medien

Auch unter jüngeren, medienaffinen Personengruppen bestehen noch Vorbehalte gegen digitale Lernformen. Oft kennen weder die Lernenden noch die Lehrenden, Ausbilder oder Tutoren E-Learning aus der eigenen Lernbiografie. Es hat sich gezeigt, dass insbesondere Lehrende, die Lerntechnologien einsetzen, ein hohes Maß an Medienkompetenz benötigen, die keinesfalls vorausgesetzt werden kann. Sie umfasst neben Kompetenzen zur Mediennutzung und -gestaltung auch die Fähigkeit zur Medienkritik sowie inhaltliches Wissen über Medien. Für Lernende hat sich die Fähigkeit, selbstorganisiert und selbstgesteuert lernen zu können, als besonders wichtig erwiesen. Beim Nutzungsverhalten scheinen vor allem „milieuspezifische Lerngewohnheiten und Bildungsinteressen eine Rolle“ zu spielen (Herber et al. 2013, S. 3). So haben verschiedene Analysen ergeben, dass digitale Lernangebote meist von jungen, technikaffinen und überdurchschnittlich gebildeten Nutzenden wahrgenommen werden, kaum jedoch von Hauptschülern und älteren Menschen.

Andererseits findet derzeit ein tiefgreifender gesamtgesellschaftlicher Wandel statt, der auch diese Gruppen einschließt: So wird es beispielsweise immer selbstverständlicher, dass sich Personen aller Alters-

stufen in sozialen Netzwerken beteiligen oder mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets nutzen. Solche Technologien integrieren die Mediennutzung – und damit auch die Wissensgenerierung durch die Nutzung von Medien – „in einer ganz neuen und selbstverständlichen Form in den privaten und beruflichen Alltag“ (ebd., S. 2).

Aktuelle Entwicklungen und Perspektiven

E-Learning in der Weiterbildung ist also kein isoliertes Phänomen, im Gegenteil: Es bestehen starke Wechselbeziehungen zwischen technologischen Entwicklungen, deren Integration in den Alltagsgebrauch und dem damit einhergehenden kulturellen Wandel, zwischen privater und beruflicher Nutzung und damit schließlich auch zwischen informellem und formellem Lernen.

Dies wird beispielsweise an der oben angesprochenen Entwicklung im Bereich mobiler Geräte deutlich: Je selbstverständlicher solche Geräte privat genutzt werden, desto eher werden sie auch zum Mobile Learning verwendet. Damit sind im Wesentlichen zwei Szenarien gemeint: entweder zeit- und ortsunabhängiges Lernen oder „situiertes“ Lernen vor Ort, auch am Arbeitsplatz. Denn für viele Fragen, die in konkreten beruflichen Situationen auftreten, lassen sich Online-Lösungen oder zumindest Hilfestellungen finden, darunter auch sogenannte „Open Educational Resources“ (OER), sprich frei im Netz verfügbare Lernmaterialien. Solches in den Berufsalltag integriertes und meist informelles Lernen ist oft sehr effektiv. Unternehmen könnten davon profitieren, wenn sie Mitarbeiter anregen, dieses Potenzial zu nutzen und mobiles Lernen gegebenenfalls auch in formelle Lernangebote integrieren.

Neuen Auftrieb bekommt das Lernen mit digitalen Medien zurzeit vor allem durch einen weiteren Trend, der seit 2012 nicht nur in der E-Learning-Szene und in den Medien intensiv diskutiert, sondern insbesondere von zahlreichen Lernenden genutzt wird – auch von solchen, die bisher wenig mit E-Learning zu tun hatten: Massive Open Online Courses, kurz MOOCs. Einige dieser Kurse, die allen Interessierten kostenfrei zur Verfügung stehen, erreichen Teilnehmerzahlen, die in die Hunderttausende gehen. Im Kontext der Weiterbildung ist zweierlei interessant: Zum einen bieten insbesondere große, weltweit operierende Unternehmen inzwischen firmenintern geschlossene „Corporate

MOOCs“ an und erproben dabei ganz unterschiedliche Formen zwischen „massive“ und „Micro-MOOCs“, die vielleicht nur wenige Stunden dauern (Pöppelbaum 2014, S. 55). Noch spannender scheint ein zweiter Punkt: Im Zusammenhang mit MOOCs wird häufig diskutiert, ob solche Kurse auf Dauer die Universitäten überflüssig machen. Sieht man sich jedoch Statistiken an, so zeigt sich schnell, dass in der Regel weniger als 20 Prozent der Teilnehmenden Studierende sind. Vielmehr haben offensichtlich die meisten Teilnehmenden einen Berufsabschluss, stehen im Erwerbsleben und besuchen die Kurse, um sich weiterzubilden – und dies, obwohl es, zumindest in Deutschland, dafür im Moment in der Regel noch keine formale Anerkennung gibt.

Weil immer mehr Personen informell Kenntnisse und Kompetenzen erwerben, werden inzwischen auch Technologien entwickelt, mit deren Hilfe Lernende solche Leistungen zumindest dokumentieren können. Beispielsweise vergeben einige Anbieter von MOOCs oder OER für die Bearbeitung von Materialien und die Erfüllung bestimmter Kriterien sogenannte „Open Badges“, eine Art virtuelle Abzeichen oder Logos.

Ein perspektivisches Fazit

Nicht alle Inhalte eignen sich für die Vermittlung durch digitale Medien; auch ist E-Learning weder Selbstzweck noch Allheilmittel in der Weiterbildung. Wie oben gezeigt, ist zudem der derzeitige Umsetzungsstand sehr heterogen, oft muss das Lernen mit digitalen Medien erst erlernt werden, und auch viele Lernsettings sind noch im Erprobungsstadium. Trotzdem bieten digitale Medien große Chancen für die Weiterbildung – nicht zuletzt, weil sie in direkter Wechselwirkung zu technologischen und gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen stehen: Den für den aktuellen MMB-Trendmonitor 2013 (S. 6 ff.) befragten Experten zufolge sind die wichtigsten Zukunftstrends im E-Learning „mobile“, „social“ und „massive“; der Titel der Studie lautet: „Präsenzlernen wird virtuell“. Alle diese Entwicklungen erweitern für Unternehmen das Spektrum, Lernen und Weiterbildung mit digitalen Medien zu unterstützen, und ermöglichen zugleich den Lernenden eine stärkere Verantwortung für ihre Lernaktivitäten und die Gestaltung des eigenen lebenslangen Lernprozesses.

Literatur |

- M. Ebner & S. Schön: Lehrbuch für Lernen und Lehren mit Technologien (L3T), 2013: <http://l3t.eu/homepage/das-buch/ebook-2013>; darin:
- Böhler, C. et al.: Webbasiertes Lernen in Unternehmen. Entscheider/innen, Zielgruppen, Lernformen und Erfolgsfaktoren
- Herber, E. et al.: Erwachsenen- und Weiterbildung. Technologieeinsatz beim Lernen und Lehren mit Erwachsenen
- Goertz, L.: Indikatorengestützte Zeitreihe über die Nutzung digitaler Medien in der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Bericht für das Bundesinstitut für Berufsbildung. Bonn 2013: http://datenreport.bibb.de/media2013/expertise_goertz.pdf
- MMB: Weiterbildung und Digitales Lernen heute und in drei Jahren: Präsenzlernen wird virtuell. Ergebnisse der Trendstudie MMB Learning Delphi 2013. Bonn 2013: http://www.mmb-institut.de/monitore/trendmonitor/MMB-Trendmonitor_2013_I.pdf
- Reinmann, G.: Studententext Didaktisches Design. München 2013: <http://lernen-unibw.de/offene-bildungsressourcen>
- Pöppelbaum, Y.: Die Netzwerke. Neue MOOC-Formate. In: ManagerSeminare, Heft 192, März 2014