



Institut für Medien- und
Kompetenzforschung

Indikatoren-gestützte Zeitreihe über die Nutzung digitaler Medien in der beruflichen Aus- und Weiterbildung

Bericht für das Bundesinstitut für Berufsbildung

foraus.de
Forum für AusbilderInnen

Impressum

Autor:

Dr. Lutz Goertz, Institut für Medien- und Kompetenzforschung, Essen

foraus.de ist das BIBB-Internetforum für Ausbilder und Ausbilderinnen in der Berufsbildung. Das BIBB unterstützt mit **foraus.de** kontinuierlich die Verbesserung der betrieblichen Aus- und Weiterbildungspraxis, indem es besonders für die verantwortliche und zentrale Multiplikatorengruppe, das ausbildende Fachpersonal, spezifizierte Informationen und Weiterbildungsangebote zur Verfügung stellt.

foraus.de hat drei zentrale Funktionen:

- **Informieren:** Verbreitung tagesaktueller Nachrichten und weiterführender Informationen rund um die tägliche Ausbildungspraxis und das Tätigkeitsfeld des Ausbildungspersonals
- **Kommunizieren:** Erfahrungsaustausch und Vernetzung mit Expertinnen und Experten der Berufsausbildung in themenspezifischen Foren
- **Lernen:** Bereitstellung von Online-Lernmodulen rund um die Handlungsfelder der betrieblichen Berufsausbildung

Zudem informiert **foraus.de** über ausbildungsrelevante Medien- und E-Learning-Angebote und bietet einen monatlich erscheinenden Newsletter an. Die vorliegende Studie wurde im Zusammenhang mit der Erstellung des Datenreports zum Berufsbildungsbericht 2013 des BMBF erarbeitet.

www.bibb.de
www.foraus.de

Bonn, 2013

Stand: 9.11.2012



Institut für Medien- und
Kompetenzforschung

Indikatoren-gestützte Zeitreihe über die Nutzung digitaler Medien in der beruflichen Aus- und Weiterbildung

Bericht für das Bundesinstitut für Berufsbildung

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 6

Methodisches Vorgehen 7

**Darstellung der Nutzung von Formen
des digitalen Lernens in der beruflichen
Aus- und Weiterbildung in Deutschland
(Zeitraum 2007 bis 2012) 8**

Nutzung in Unternehmen 8

Nutzung in bestimmten Branchen 10

Zielgruppen 11

**Darstellung der Nutzung von Formen
des digitalen Lernens im Unternehmen
in formellen und informellen Lernsituationen
(Zeitraum 2007 bis 2012) 13**

Eingesetzte Lernformen 13

Bevorzugte Lernthemen 16

Didaktische Konzepte 16

**Akzeptanz des digitalen Lernens anhand
von Branchenumsätzen und Wachstumsraten 18**

Vorwort

Die Anfänge dessen, was wir heute als E-Learning oder „Digitales Lernen“ bezeichnen, liegen zwar schon über 40 Jahre zurück, doch wirklich angekommen im öffentlichen Bewusstsein ist das Lernen mit Computern erst in den letzten fünf Jahren. Dies gilt auch für die berufliche Aus- und Weiterbildung. Einen großen Anteil hieran haben sicherlich auch Förderprogramme auf Bundes- und Landesebene, die pilothaft unterschiedliche Lernszenarien in verschiedenen Branchen und für verschiedene Zielgruppen getestet haben.

Der folgende Bericht beschreibt und analysiert diese Entwicklung in den letzten fünf Jahren auf verschiedenen Ebenen. Die Analyse ist damit auch eine Grundlage für die Planung weiterer Maßnahmen.

Im Einzelnen wurden vor allem folgende Aspekte behandelt:

- Größe der Unternehmen (Großunternehmen, KMU)
 - Branchenzugehörigkeit (z.B. Handwerk, Dienstleistungssektor)
 - Zielgruppen (Auszubildende, Mitarbeiter 50+, Führungskräfte)
 - Eingesetzte Lernformen (z.B. Webinare, WBTs, Serious Games, Lernen mit Social Media)
 - Didaktische Konzepte
 - Nachfrage, Unternehmenspräferenzen beim Erwerb von E-Learning-Angeboten
 - Umsätze, Wachstumsraten
-

Methodisches Vorgehen

Basis für die vorliegende Analyse bilden Studien, die in den letzten fünf Jahren durchgeführt wurden. Den Ausgangspunkt bildet zwei Status-quo-Nutzungsstudien des MMB-Instituts:

1. „E-Learning in deutschen Großunternehmen“ (Auftraggeber BITKOM), eine Befragung von Unternehmen aus der Liste der „TOP-500-Unternehmen“ in Deutschland aus dem Jahr 2009.
2. „E-Learning in KMU“ für das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie – eine Befragung von 837 kleinen und mittleren Unternehmen aus dem Jahr 2007.

Hinweise auf die Entwicklung in den Folgejahren geben zwei jährlich durchgeführte Befragungen des MMB-Instituts:

3. In der Studie „MMB-Learning Delphi“ machen E-Learning-Experten Aussagen über die E-Learning-Branche und ihre weitere Entwicklung. Aus den Angaben von E-Learning-Experten und E-Learning-Anbietern wird so auf das Nutzungsverhalten der Lerner geschlossen. Die Zeitreihenstudie bietet zusätzlich einen Ausblick auf die Zukunft digitaler Lernmedien für die jeweils nächsten drei Jahre, speziell zu ihrer Bedeutung für das betriebliche Lernen. Auf diese Weise können auch die Potenziale des digitalen Lernens für die nächsten Jahre beschrieben werden – mit besonderem Augenmerk auf Anwendungen des sogenannten „Social Web“.
4. Die jährliche Erhebung „MMB-E-Learning-Wirtschaftsrating“ befragt die E-Learning-produzierenden Unternehmen nach ihren Umsätzen im Vorjahr sowie nach den Umsatzanteilen bestimmter E-Learning-Geschäftsfelder. Auch hieraus lässt sich auf Präferenzen bestimmter didaktischer Konzepte und die Präferenz von E-Learning-Formen schließen.

Zusätzlich zu den MMB-eigenen Trendstudien werden einschlägige Untersuchungen anderer Institute ausgewertet.

Darstellung der Nutzung von Formen des digitalen Lernens in der beruflichen Aus- und Weiterbildung in Deutschland (Zeitraum 2007 bis 2012)

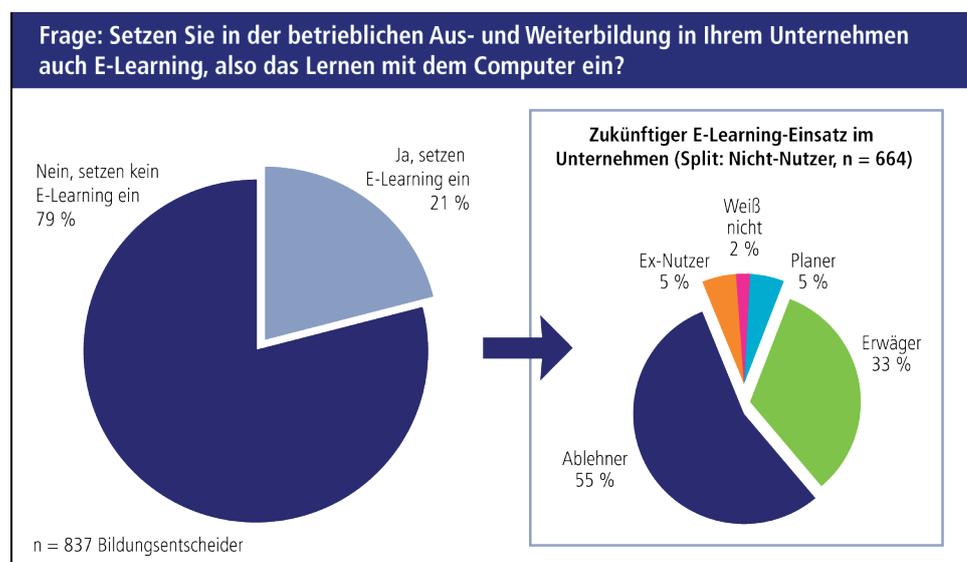
Nutzung in Unternehmen

Der Erfolg neuer Lernformen lässt sich u.a. an der Verbreitung bzw. Marktdurchdringung bei den Lernern im Beruf ablesen. Konkret wurde in zwei MMB-Studien („E-Learning in deutschen Großunternehmen“ im Auftrag des BITKOM und „E-Learning in KMU“ im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie) danach gefragt, wie viele Unternehmen E-Learning bereits systematisch einsetzen. Systematisch bedeutet hierbei, dass die E-Learning-Maßnahmen keine Einzelaktivitäten von individuellen Mitarbeitern darstellen, sondern offiziell von der Geschäftsführung und der Personalabteilung initiiert werden.

Führend sind bei der Marktdurchdringung die Großunternehmen, die naturgemäß die Aus- und Weiterbildung vieler Mitarbeiter systematisch und kostenoptimierend organisieren müssen. Die MMB-Studie „E-Learning in deutschen Großunternehmen“ im Auftrag des BITKOM aus dem Jahr 2009 belegt, dass E-Learning die Pilotphase verlassen hat und in der Mehrheit der deutschen Großunternehmen zur Selbstverständlichkeit geworden ist: Mehr als zwei Drittel der Anwender setzen E-Learning inzwischen im gesamten Unternehmen ein – und sind mehrheitlich schon seit mindestens vier Jahren dabei.

Abb. 1:
E-Learning-Nutzung in kleinen und mittleren Unternehmen

Quelle: MMB-Institut 2008



Deutlich geringer ist der Einsatz von E-Learning in KMU (vgl. Abb. 1). Die MMB-Studie „E-Learning in KMU“ aus dem Jahr 2008, für die 837 kleine und mittlere Unternehmen befragt wurden, zeigt: „Etwas mehr als ein Fünftel (21 %) der befragten KMU setzt E-Learning in der betrieblichen Weiterbildung ein. Von denjenigen Unternehmen, die E-Learning (noch) nicht nutzen, planen rund fünf Prozent konkret die Einführung des computergestützten Lernens, ein weiteres Drittel (33 %) zieht dies in Erwägung.“ Immerhin wurde hier ein Potenzial festgestellt, das auch in den kommenden Jahren für das Geschäftsfeld E-Learning eine strategische Bedeutung haben wird. Wie hat sich die Nutzung digitaler Lernmedien in den darauf folgenden Jahren in Großunternehmen und KMU entwickelt?

Die seit 2006 jährlich durchgeführte Expertenbefragung „MMB Learning Delphi“, in der Experten die Entwicklungen im E-Learning für die jeweils folgenden drei Jahre prognostizieren, bestätigt die Verbreitung von E-Learning in KMU mit zunehmendem Optimismus. Auf einer Skala von 1 („sehr Erfolg versprechend“) bis 6 („überhaupt nicht Erfolg versprechend“) rückten die KMU vom Skalenwert 2,7 (2008) auf 2,1 (2012) vor. Man kann von diesen optimistischeren Prognosen auch auf eine höhere Innovationsbereitschaft und damit eine größere Verbreitung von Formen des digitalen Lernens in KMU schließen (siehe Abb. 2).

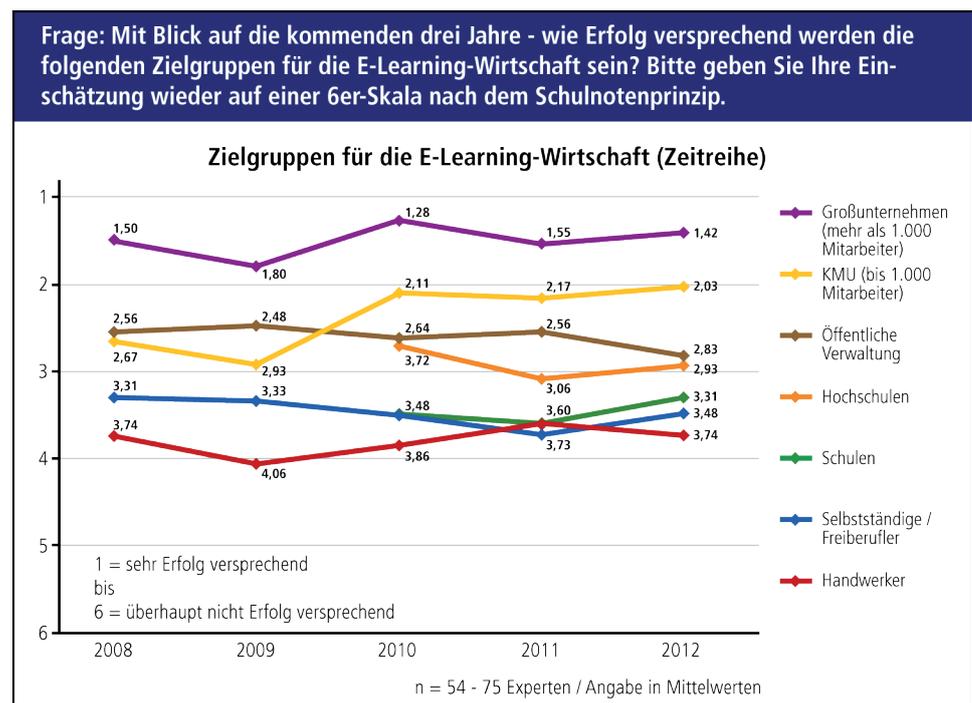


Abb. 2:
Zielgruppen für die
E-Learning-Wirtschaft
(Zeitreihe 2008 bis 2012)

Quelle: MMB-Institut 2012

Noch optimistischer sind allerdings die Prognosen für die Verbreitung in Großunternehmen, die kontinuierlich über denen der KMU liegen (2008 bei 1,5; 2012 bei 1,42). Diese Einschätzung wurde nur etwas getrübt zum Beginn der Wirtschaftskrise, liegt aber inzwischen sogar wieder über dem Niveau von 2008.

Nutzung in bestimmten Branchen

Deutlich pessimistischer sind die Einschätzungen der Experten hingegen für andere Akteure in der Unternehmenslandschaft. Vor allem bei Handwerksunternehmen und Freiberuflern prognostizieren sie ein eher geringes Interesse an neuen Lernformen. Grund hierfür ist sicherlich das Fehlen von klassischen Büroarbeitsplätzen im Falle des Handwerks und die geringen Ausgaben für die eigene Weiterbildung bei den Freelancern. Auf einem ähnlichen Niveau liegt übrigens auch die Einschätzung für Schulen und damit auch für Berufsschulen. Die Abbildung 2 zeigt für diese Gruppe allerdings auch eine ganz leichte Tendenz nach oben.

In der Studie „E-Learning in KMU“ wurde der Anteil der E-Learning-nutzenden Unternehmen auch für einzelne Branchengruppen ermittelt (vgl. Abb. 3).

Den größten Anteil an E-Learning-nutzenden Unternehmen hat die Branche der Finanzdienstleister, deren Mitarbeiter fast ausschließlich an Bildschirmarbeitsplätzen tätig sind und die einen hohen Lernbedarf haben (u.a. aufgrund neuer gesetzliche Regelungen sowie neuer Dienstleistungen und Produkte).

Weniger als ein Drittel beträgt der Anteil der E-Learning-Nutzer unter den Medienunternehmen (29 %) und in der Chemischen Industrie (27 %). Besonders gering ist der Anteil der E-Learning-nutzenden Unternehmen im Großhandel (4 %) und im Baugewerbe (6 %).

Frage: Setzen Sie in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung in Ihrem Unternehmen auch E-Learning, also das Lernen mit dem Computer ein?

Anteil der E-Learning-Nutzer unter den Unternehmen einer Branche

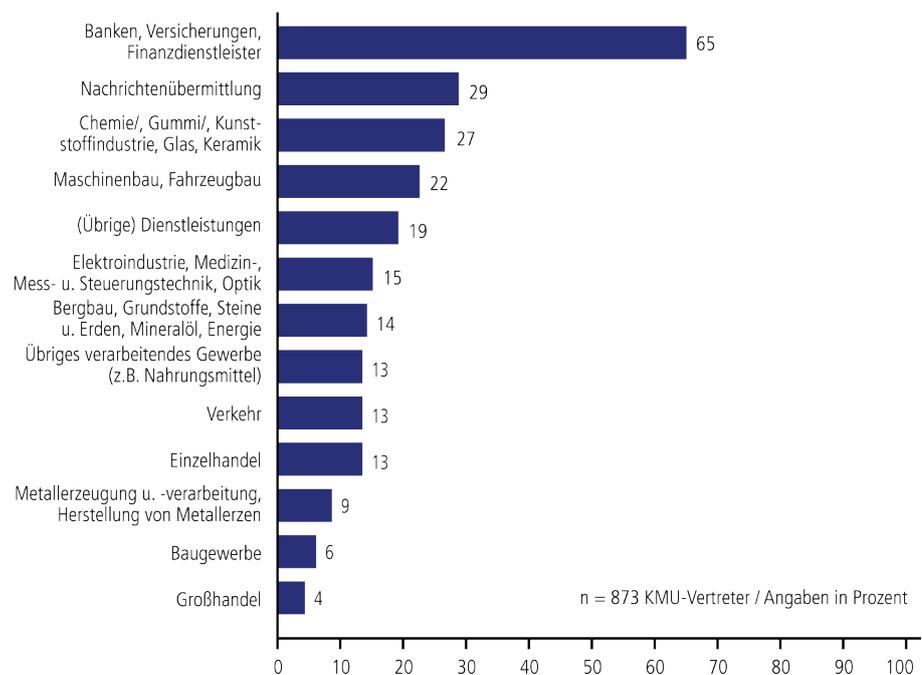


Abb. 3:
Anteil der E-Learning-Nutzer unter den Unternehmen einer Branche

Quelle: MMB-Institut 2008

Zielgruppen

Welche Zielgruppen werden in den Unternehmen im Rahmen von E-Learning-Maßnahmen besonders angesprochen?

Zumindest für die Großunternehmen wissen wir aus der BITKOM-Studie von 2009, dass vor allem Sachbearbeiter, Führungskräfte und Auszubildende als Zielgruppen für das E-Learning besonders berücksichtigt werden (vgl. Abb. 4). Es ist aber zu erwarten, dass sich dieser Fokus in den kommenden Jahren verschieben wird.

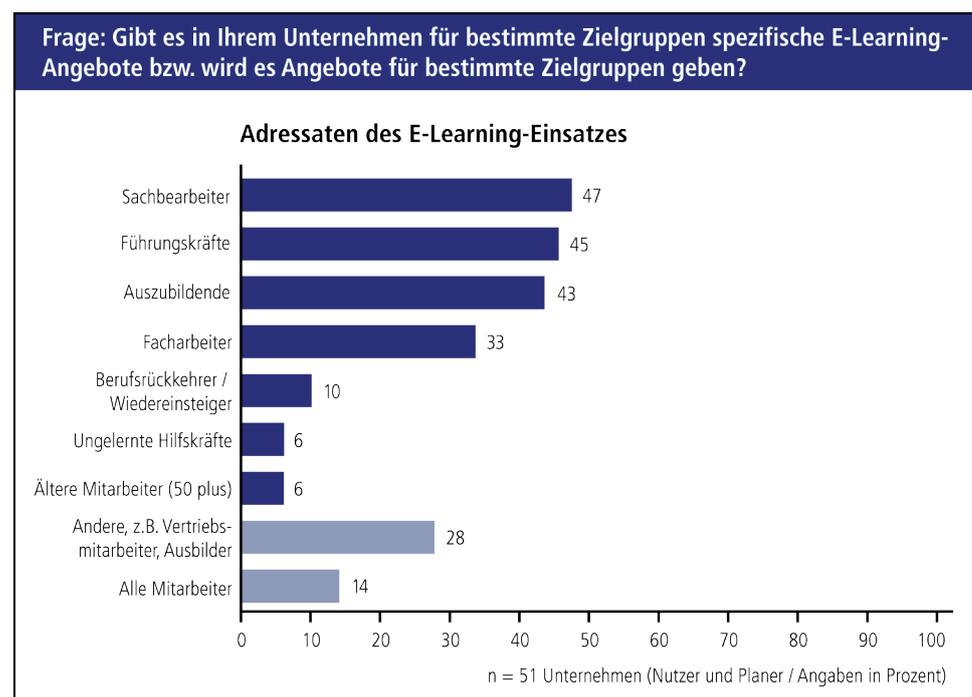


Abb. 4:
Relevanz von E-Learning-Angeboten für verschiedene Mitarbeitergruppen in deutschen Großunternehmen

Quelle: MMB-Institut 2010

Laut der Studie „MMB-Learning Delphi 2010“ werden Unternehmen vor allem für Auszubildende und Berufsrückkehrerinnen ihre E-Learning-Anstrengungen intensivieren (vgl. Abbildung 5).

Bei den Sachbearbeitern und erst recht bei den Führungskräften, die in den Prognosen deutlich niedriger rangieren, könnte entweder ein sogenannter „Ceiling-Effekt“ erreicht sein, d.h. dass das Lernangebot bereits in ausreichendem Maß vorhanden ist, oder dass diese Zielgruppen bei Weiterbildungsmaßnahmen der Unternehmen zur Zeit seltener berücksichtigt werden ist, während „talent management“, also die Förderung junger Mitarbeiter mehr Kräfte bündelt.

Frage: Viele Unternehmer richten ihre E-Learning-Angebote an spezifische Adressatengruppen innerhalb der Belegschaft. Wie wird sich Ihrer Meinung nach die Relevanz computerbasierter Lernangebote für die folgenden Mitarbeitergruppen in den kommenden drei Jahren verändern?

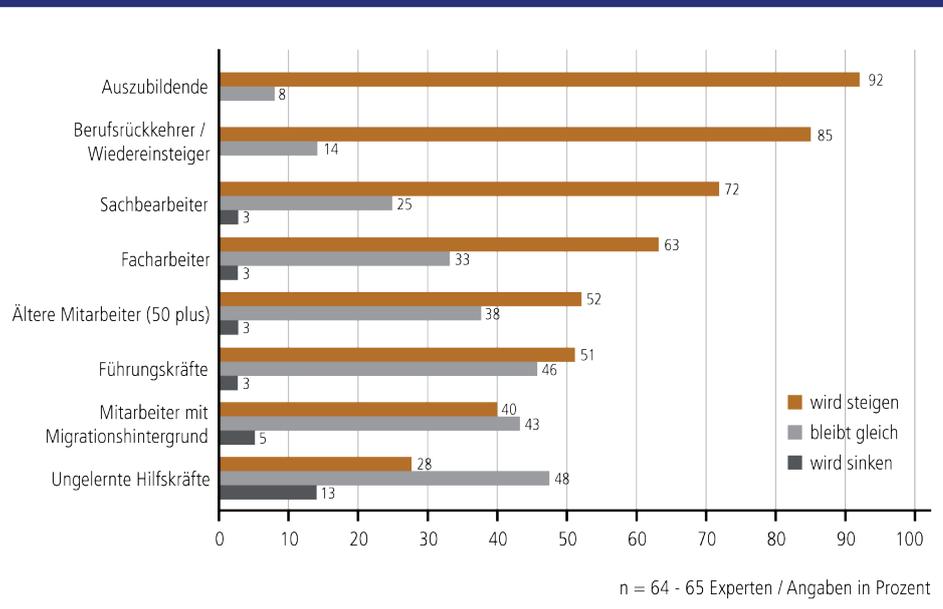


Abb. 5:

Relevanz von E-Learning-Angeboten für verschiedene Mitarbeitergruppen (Prognose)

Quelle: MMB-Institut 2010

Wechselt man von der Perspektive eines Unternehmens zur individuellen Perspektive eines Arbeitnehmers, so kann man auch dessen Nutzung von digitalen Lernmedien in der Freizeit berücksichtigen. Der IT-Branchenverband BITKOM hat im Jahr 2011 eine Erhebung durchgeführt, in der ein repräsentativer Bevölkerungsquerschnitt von Internetnutzern nach der Nutzung des Internets zum Lernen gefragt wurde. Hier schätzen beinahe zwei Drittel der Befragten (63 %), „dass sie mit Hilfe des Internets ihre Allgemeinbildung verbessern konnten. Mehr als die Hälfte (54 %) der Befragten hat sich online bereits beruflich fortgebildet.“ Dies gilt noch stärker für die Altersgruppe der 30- bis 40-jährigen. Bevorzugt werden vor allem interaktive Sprachkurse. Offensichtlich hat sich damit das informelle berufliche Lernen auch bei Arbeitnehmern weitgehend etabliert – wenn man die Definition des beruflichen digitalen Lernens entsprechend weit fasst.

Darstellung der Nutzung von Formen des digitalen Lernens im Unternehmen in formellen und informellen Lernsituationen (Zeitraum 2007 bis 2012)

Eingesetzte Lernformen

Die gewachsenen Potenziale der Informations- und Telekommunikationstechnik mit ihrer täglich breiteren Palette von Mensch-Maschine-Schnittstellen – vom Desktop-Rechner bis zum Smart Phone, vom Tablet PC bis zur Spielekonsole – bieten die technische Grundlage für eine breite Palette von Lernformen und Lernarrangements (vgl. Abb. 6), die auf unterschiedlichen didaktischen Konzepten basieren. Darunter befinden sich eher formelle, an klassischen Lernsituationen orientierte E-Learning-Formen wie Computer Based Training (CBT) oder die netzbasierte Variante Web Based Training (WBT), die sich meist an einzelne Lernende richten, ebenso wie betont informelle und kollaborative Lernarrangements wie Expertenforen oder Social Networks. Ein Vergleich der „Landschaft“ von E-Learning-Formen zwischen 2008 und 2012 zeigt, dass seitdem viele neue Formen hinzugekommen sind, u.a. Interactive Whiteboards, Serious Games, Webinare oder Micro-Blogging-Dienste.

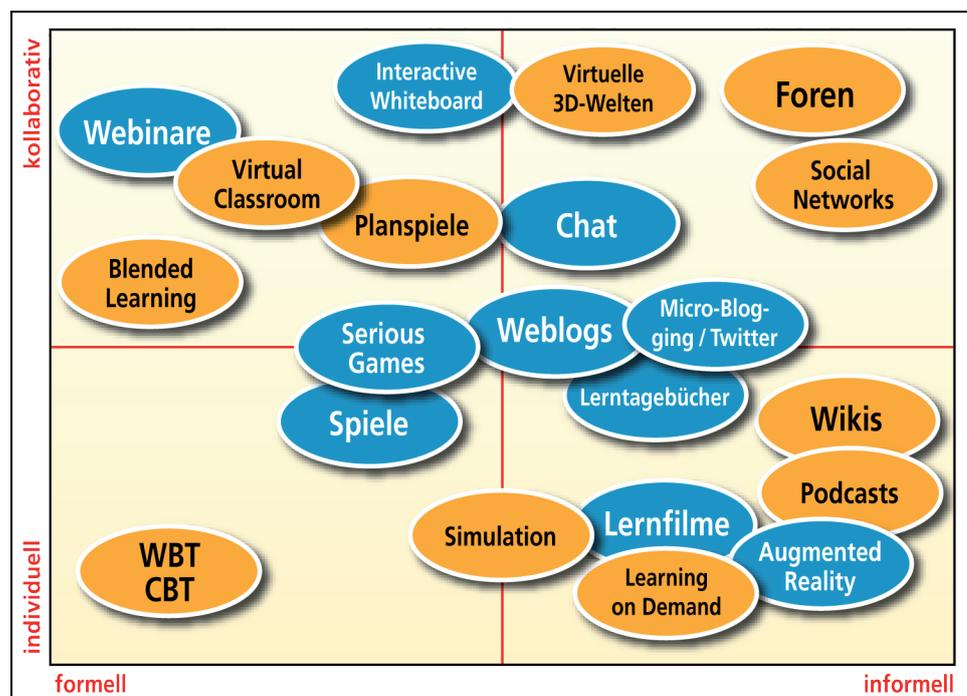


Abb. 6: Vielfalt der E-Learning-Formen (Vergleich 2008 und 2012). Die seit 2008 neu hinzugekommenen Lernformen sind blau gekennzeichnet.

Quelle: MMB-Institut 2012

Die beiden Studien „E-Learning in deutschen Großunternehmen“ und „E-Learning in KMU“ geben Hinweise, wie populär diese Lernformen in den Unternehmen sind: In den KMU dominierte 2007 klar das Web-Based-Training, gefolgt vom Blended Learning. Das Computer Based Training ohne Anbindung an das Internet wurde immerhin noch von 40 Prozent der E-Learning-nutzenden Unternehmen eingesetzt.

Damit stehen klar kursbasierte Lernformen im Mittelpunkt. Eher informelle Formen wie Wikis, Communities oder Weblogs wurden seinerzeit nur von einer deutlich kleineren Minderheit der Unternehmen eingesetzt. Allerdings waren diese Technologien aus dem E-Learning 2.0 technisch noch nicht so ausgereift wie heute und vor allem in KMU noch weitgehend unbekannt. Etwas höher war die Akzeptanz dieser Lernformen in Großunternehmen, die darüber hinaus auch Virtuelle Klassenräume einsetzten.

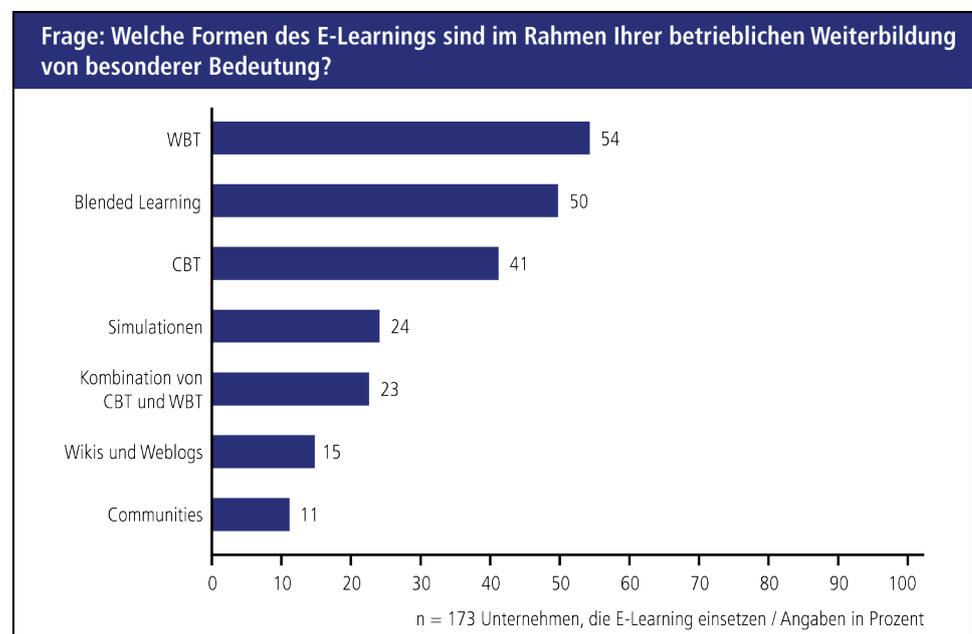


Abb. 7:

Genutzte E-Learning-Formen / Formen der Inhalt-aufbereitung in kleinen und mittleren Unternehmen

Quelle: MMB-Institut 2008

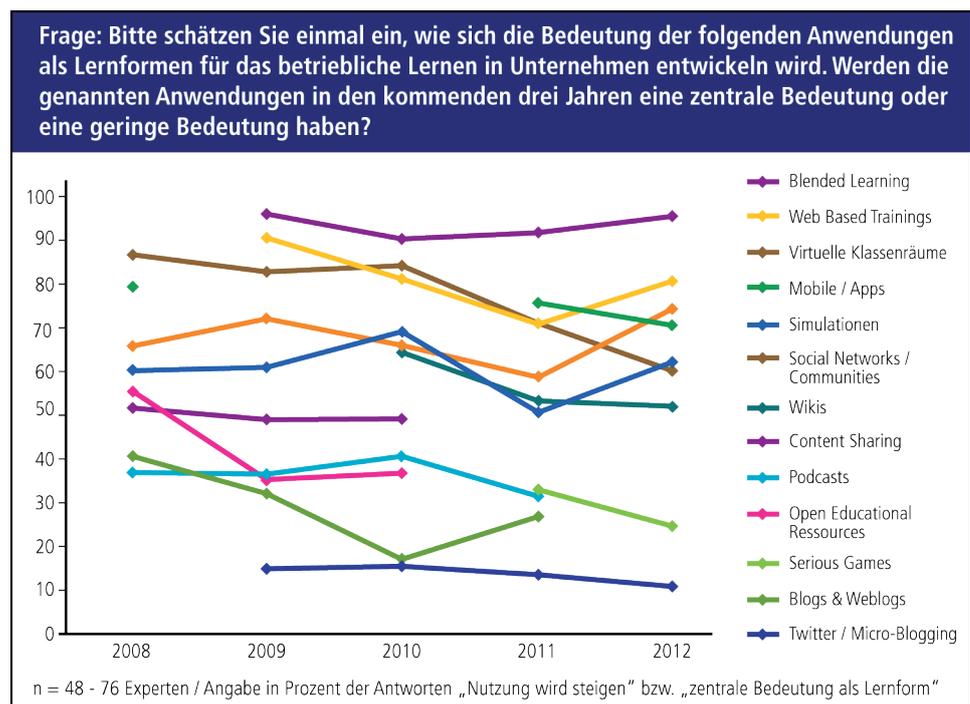
Wie hat sich seither die Nutzung entwickelt? Weitere Nutzungsstudien, die diese Erhebung fortschreiben, wurden nach 2009 nicht durchgeführt. Man kann aber von den Experten-Prognosen der Studie „MMB-Learning Delphi“ auf eine weitere Nutzungskonjunktur für einzelne digitale Lernformen schließen.

Da das MMB Learning Delphi mittlerweile bereits seit sieben Jahren durchgeführt wird, erlaubt dies einen Mehrjahresvergleich – mit einigen verblüffenden Befunden (vgl. Abb. 8).

Der nach unten weisende Kurvenverlauf zeigt auf: Das Vertrauen in Instrumente des „E-Learning 2.0“, die 2007 von den Unternehmen nur wenig beachtet wird, scheint nach einer vorübergehenden Konjunktur wieder zu schwinden, während die klassischen „One-to-many“-Lernwerkzeuge eine Renaissance erleben. Gestiegen ist seit dem vergangenen Jahr die prognostizierte Bedeutung für Blended Learning (auf sehr hohem Niveau), für Web Based Training und für Virtuelle Klassenräume. Letzteres ist sicherlich durch den großen Erfolg von Webinaren zu erklären.

Abb. 8:
Bedeutung von Anwendungen und Tools für betriebliches Lernen in Unternehmen (Zeitreihe)

Quelle:
MMB-Institut 2008-2012



Im Falle von Blended Learning und Virtual Classroom scheint auch das zeitgleiche Lernen vieler Teilnehmer wichtig zu sein – man hat die Möglichkeit, sofort Rückfragen zu stellen und profitiert auch sofort von den Anmerkungen anderer Lerner.

Verschiedene Instrumente des „Social Web“ haben in den Prognosen der Experten an Bedeutung verloren. Soziale Netzwerke und Wikis wurden vor zwei Jahren noch deutlich höher in ihrer künftigen Bedeutung eingeschätzt. Bei den Social Networks mag die Entwicklung bei großen Anbietern wie Facebook oder StudiVZ (siehe oben) dafür verantwortlich sein, vielleicht aber auch die Ernüchterung durch eigene Erfahrungen beim Aufbau von Communities, die eine kritische Masse von Nutzern nicht erreicht haben. Der Microblogging-Dienst „Twitter“ wird im aktuellen MMB Learning Delphi nur noch von 10 Prozent der Experten als zukunftssträftig angesehen.

Interessant ist ein gegenläufiger Trend bei interaktiven Anwendungen mit einem hohen „Immersiongrad“, also bei Lernwerkzeugen, die den Lerner in eine Lernumgebung „eintauchen“ lassen. Während die Zahl der Experten, die „Serious Games“ für die Zukunft eine zentrale Bedeutung attestieren, etwas abgenommen hat (2012: 25 %), erhalten Simulationen in diesem Jahr einen größeren Zuspruch (2012: 62 %). Denkbar ist, dass der „Entertainment-Faktor“ der Lern-Spiele als weniger wichtig angesehen wird, das entdeckende Lernen in einer simulierten Umgebung aber nach wie vor hoch bewertet wird.

Bevorzugte Lernthemen

Für welche Aus- und Weiterbildungsthemen wird E-Learning vor allem eingesetzt? Nach der Befragung „E-Learning in KMU“ sind in fast zwei Drittel aller E-Learning-nutzenden Unternehmen IT-Themen (60 %) sowie kaufmännische Themen (58 %) die wichtigsten Lerninhalte im digitalen Lernen (vgl. Abb. 9). Gerade die IT-Ausstattung eines Unternehmens ist ständigen Veränderungen unterworfen, die von den Mitarbeitern gelernt werden müssen. Außerdem ist das Lernen von Computerthemen via WBTs oder Blended Learning-Kursen einfacher als beispielsweise die Vermittlung von Softskills wie „Kommunikationsfähigkeit“ oder „Führungskompetenz“. Diese wurden seinerzeit von weniger als einem Drittel der Unternehmen mit E-Learning-Funktionen geschult (27 %). Ähnlich sieht diese Verteilung der Themen auch in den Großunternehmen aus. Zusätzlich spielt dort das Thema „Produktschulungen“ eine zentrale Rolle. Eine Prognose zur Entwicklung von Schulungsthemen wurde in den letzten Jahren nicht erhoben.

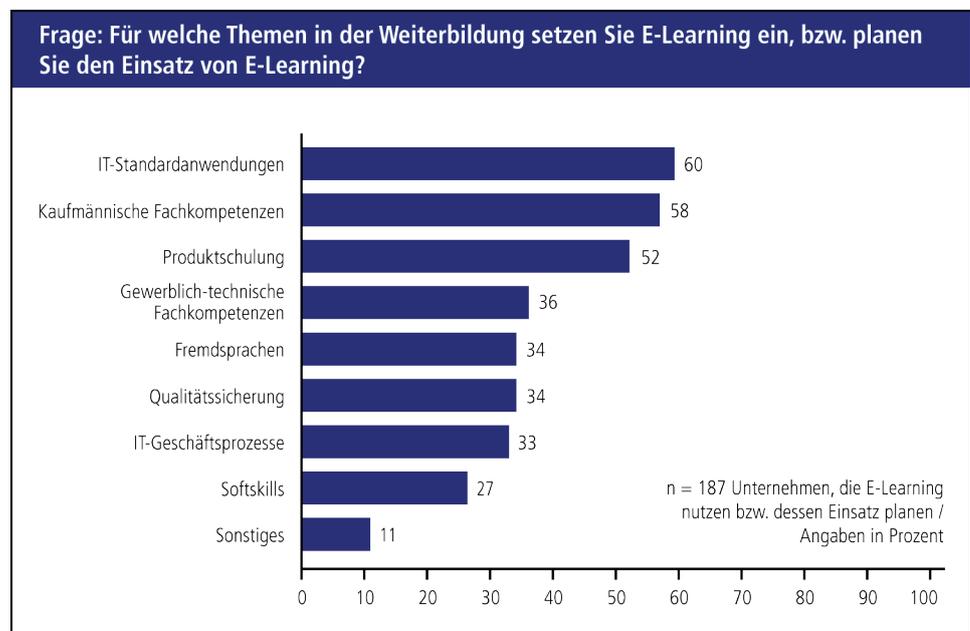


Abb. 9:
(Geplanter) E-Learning-Einsatz nach Themen

Quelle: MMB-Institut 2008

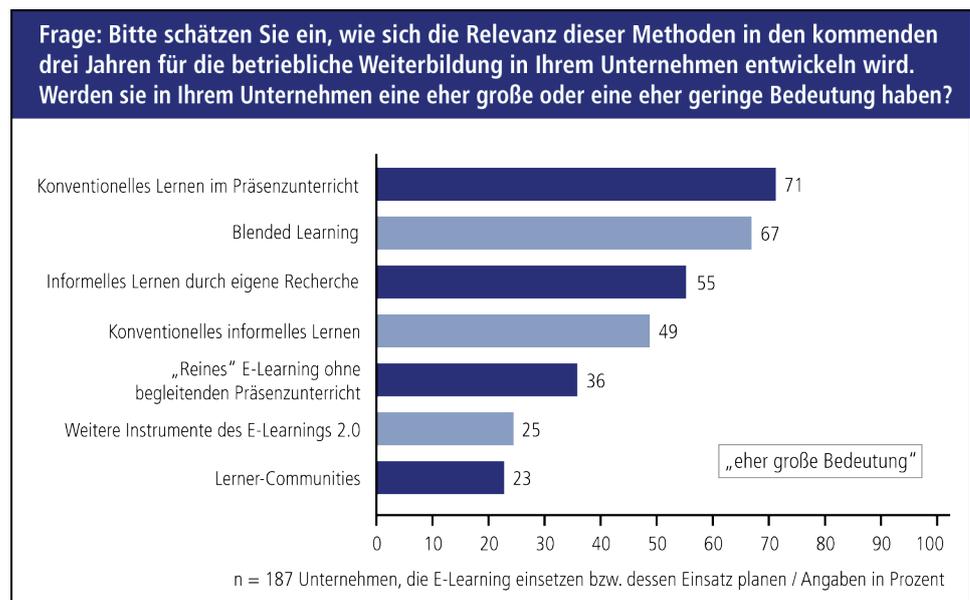
Didaktische Konzepte

Hand in Hand mit den verschiedenen digitalen Lernformen haben sich auch die didaktischen Konzepte weiter entwickelt.

Die Studie „E-Learning in KMU“ fragte im Jahr nach dem zukünftigen Einsatz bestimmter didaktischer Konzepte in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung. Ergebnis: Man musste vor fünf Jahren nicht damit rechnen, dass E-Learning die Aus- und Weiterbildung in Unternehmen von heute auf morgen völlig verändert. Man rechnete eher mit einem allmählichen Veränderungsprozess, bei dem die bereits etablierten Lernformen ihren Platz in der didaktischen Landschaft behalten (vgl. Abb. 10): Der Präsenzunterricht sollte nach Meinung von mehr als zwei Drittel der Befragten

Abb. 10:
Zukünftige Relevanz von
Lernmethoden

Quelle: MMB-Institut 2008



weiterhin die tragende Lernform bleiben (71 %), auch in seiner E-Learning-Variante als „Blended Learning“ (67 %). Hinzu kommen die Lernformen, die von den meisten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ohnehin im Alltag ständig eingesetzt werden. An das kollaborative Lernen mit Hilfe von Lerner-Communities (23 %) oder anderen E-Learning-2.0-Instrumenten (25 %) glaubten hingegen nur wenige.

Auch heute noch setzen Unternehmen in ihrer Aus- und Weiterbildung auf das kursorientierte Lernen. Eine Zeitreihe der jährlichen Branchenerhebung „MMB E-Learning Wirtschaftsranking“ zu den Umsatzanteilen von E-Learning-produzierenden Unternehmen weist auf eine Renaissance von Kursangeboten, die teilweise oder ganz mit digitalen Lernmedien durchgeführt werden.

Die Tätigkeitsfelder „Anbieten von digitalen Lerninhalten und E-Learning-Kursen“ sowie „Beratungsdienstleistungen“ verzeichnen im Jahr 2011 einen – zum Teil deutlichen – Anstieg am Umsatzanteil. Das Anbieten von E-Learning-Inhalten und -Kursen machte im Vorjahr mehr als 20 Prozent des Umsatzes aus.

Die für Auftraggeber „maßgeschneiderten digitalen Lerninhalte“ machten im Jahr 2011 mit 34,7 % einmal mehr den größten Umsatzanteil aus (2010: 35,1 %; 2009: 33,0 %). Dies deutet zwar auf individualisierte unternehmensspezifische Lerninhalte hin, die aber von externen Autoren erstellt werden und nicht beispielsweise durch internes Trainingspersonal oder die Lerner selbst.

Rückläufig ist hingegen der Umsatzanteil für das Tätigkeitsfeld „Verkauf/Vermietung von Tools für E-Learning und Wissensmanagement“ (2011: 21,8 %; 2010: 28,7 %; 2009: 32,4 %), was auf eine allmähliche Marktsättigung in den Unternehmen mit Lerntechnologien hindeutet – und auf eine stärkere Akzeptanz von Open-Source-Systemen. Trotzdem ist dieses Marktsegment nach wie vor das zweitgrößte Geschäftsfeld.

Akzeptanz des digitalen Lernens anhand von Branchenumsätzen und Wachstumsraten

Dass E-Learning in den letzten fünf Jahren auf eine insgesamt zunehmende Akzeptanz gestoßen ist, lässt sich auch anhand von Wirtschaftsdaten der E-Learning-produzierenden Unternehmen belegen. Über diese Entwicklung gibt die jährlich durchgeführte Befragung „MMB-E-Learning-Wirtschaftsrating“ Auskunft. Die Umsätze der E-Learning-Unternehmen sind danach in den letzten fünf Jahren stets gestiegen – auch während der Wirtschaftskrise in den Jahren 2008 und 2009, als die Unternehmen ihre Budgets für die Weiterbildung reduzierten (vgl. Abb. 11). Gerade im letzten Jahr 2011 konnten die Unternehmen ihren Umsatz um 22 Prozent steigern.

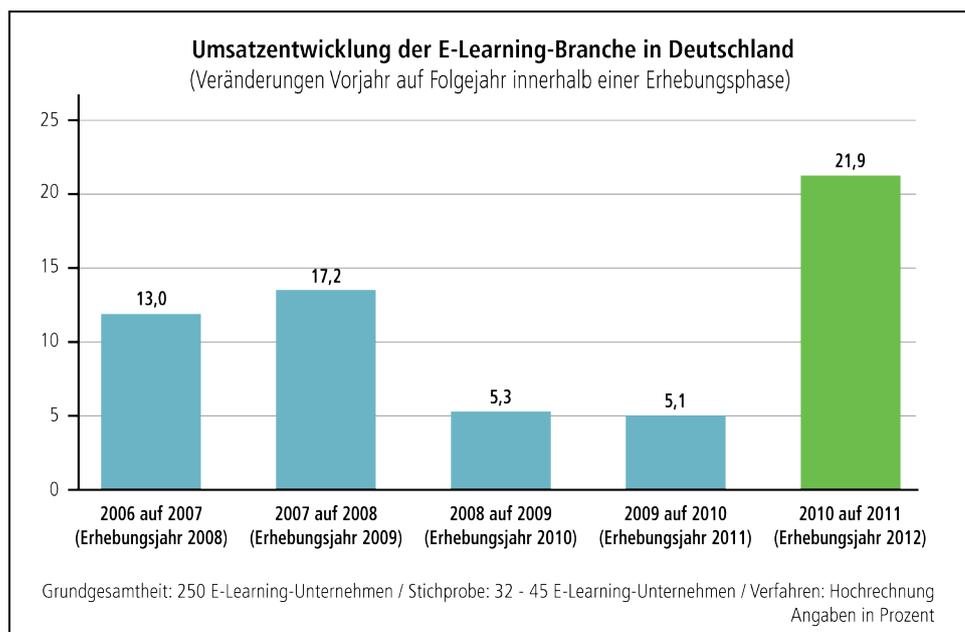


Abb. 11:

Umsatzentwicklung in der E-Learning-Branche (Zeitreihe)

Quelle: MMB-Institut 2012

Das Wirtschaftsranking hat für dieses Jahr einen Gesamtumsatz von 509 Mio. Euro hochgerechnet. Berücksichtigt man zusätzlich die einschlägigen Umsätze der Verlagswirtschaft, der Fernlerninstitute sowie unternehmensinterne Umsätze mit digitalen Lernmaßnahmen (z.B. Fachabteilung zahlt an Weiterbildungsabteilung), so dürfte der Gesamtumsatz noch deutlich darüber liegen. Grobe Schätzungen gehen für das Jahr 2011 von mehr als einer Milliarde Euro aus.

