



Bedingt lernbereit

Der Markt für E-Learning stagniert. Fehlende Transparenz und Vorbehalte in den Firmen verzögern den Vormarsch der virtuellen Akademien. Doch mit dem richtigen Konzept kann E-Learning erfolgreich sein.

Wenn bei den Maschinen der Dörre Galvanotechnik GmbH in Lünen ein Wasserwechsel ansteht, verlassen einige der Mitarbeiter ihre Arbeitsplätze an den Fertigungsanlagen und wechseln an PCs. Im Intranet des mittelständischen Unternehmens machen sie sich mit den neuesten Trends in der Metallveredelung vertraut und polieren ihr Fachwissen auf. „So nutzen wir Produktionszeiten, die nicht ganz so personalintensiv sind, auf dem bestmöglichen Wege - für Bildung“, sagt Geschäftsführer Thorsen Dörre. Die Inhalte für die Mitarbeiter-schulung hat der studierte Pädagoge dabei selbst erstellt, mit der Software Mediator aus dem Hause MatchWare. „Dörre Galvanotechnik ist ein herausragendes Beispiel dafür, wie gerade kleine und mittelständische Unternehmen von virtuellen Lernlösungen profitieren können“, lobt Kai Heddergott, der als Projektleiter beim MMB Institut für Medien-

und Kompetenzforschung in Essen zum Thema E-Learning forscht. Während die Lernenden ihre Medienkompetenz ausbauen und sich im eigenverantwortlichen Arbeiten, in Selbstorganisation und Selbstdisziplin üben, minimiere der Arbeitgeber

VERSPRECHEN NICHT EINGELÖST

seine Kosten für An- und Abreise, Übernachtungen und Trainerstunden. „Wichtig ist jedoch, dass die Teilnehmer eine kompetente Begleitung, teilweise auch Steuerung, mit auf den Weg bekommen“, ergänzt Marianne Schefczik-Dippel, Gründerin der eBildung AG für lebenslanges Lernen in Marburg. Dieser Ansatz, im Fachjargon „Blended Learning“ genannt, sei inzwischen aber Standard. Trotz aller Vorzüge hat sich E-Learning hierzulande aber noch nicht so durchge-

setzt wie von der Branche erhofft. Nach einer Studie des Londoner Economist ist Deutschland nur bedingt bereit für E-Learning und belegt im internationalen Vergleich unter 60 Volkswirtschaften nur Platz 17, hinter den Nachbarn Frankreich und Österreich. Derzeit kommen die virtuellen Akademien und andere computer-gestützte Lernlösungen nach Schätzungen von MMB in rund 25 bis 30 Prozent der deutschen KMU zum Einsatz. Bei den Großunternehmen stagniere der Anteil bei gut 50 Prozent - kaum ein Unterschied zum Vorjahr.

Nach Einschätzung von eBildung-Gründerin Schefczik-Dippel leidet die Branche nach wie vor unter den eigenen, nicht eingelösten Werbeversprechungen: „Viele Firmen versprechen den Lernenden Unabhängigkeit von Zeit und Ort, fesseln sie aber gleichzeitig an einen Bildschirmarbeitsplatz.“ Zudem werde erfolgreiches E-



Learning allzu oft mit einem möglichst intensiven Einsatz von Animationen, Grafiken und anderen Multimedia-Elementen gleichgesetzt - „... und das greift viel zu kurz.“ Umgekehrt nutzen die Schulungsinhalte in vielen Fällen die Möglichkeiten der Neuen Medien nur unzureichend. „Wenn Lehrbücher eins zu eins auf den Online-Einsatz umgemünzt werden, kann man lieber gleich ein gutes Buch lesen.“ Nach Ansicht der Pädagogin sollte ein Medium nur dann genutzt werden, wenn es seine Vorteile und Eigenarten wirklich ausspielen kann - „... und nicht nur um des Mediums willen.“

Auch das MMB Institut hat sich in einer Studie vom Frühjahr mit den unterschiedlichen „Ablehnungsgründen der Nicht-Nutzer“ beschäftigt. Einer der größten Hemmschuhe für KMU ist nach Ansicht von Projektleiter Kai Heddergott jedoch mangelnde Transparenz: „Der Anbietermarkt für E-Learning-Software ist unübersichtlich und ständig in Bewegung - viele KMU wissen einfach nicht, welches Produkt von welchem Hersteller für ihre Zwecke das Beste ist.“ Abhilfe versprechen da regionale Netzwerke und Online-Portale wie der Virtuel-

le Campus Bayern oder die Initiative wisnet im nordrhein-westfälischen Hagen. „Wir sehen uns als Vermittler zwischen KMU und Softwareanbietern“, sagt wisnet-Projektkoordinator Thomas Paschek. Der E-Learning-Experte und seine Kollegen begleiten von ihren Büros in Hagen aus die investitions- und fortbildungswilligen Unternehmer der Region bei ihrer Suche nach den richtigen Partnern, versuchen deren Erwartungen und Ansprüche an die gesuchte Software im Vorfeld möglichst genau zu ergründen. Mit Erfolg: „Neutrale Vermittler werden geschätzt, wir merken, dass wir viele Vorbehalte gegen E-Learning ausräumen können“, sagt der Experte zuversichtlich. Im Vergleich zu den Vorjahren seien „die Impulse in der Branche

MARKT IM AUFWIND

größer und deutlicher geworden“, die Gesprächs- und sogar die Investitionsbereitschaft unter den Entscheidern wachse. „Der Markt ist nach wie vor im Aufwind.“ Ulrike Volejnik von T-Systems beobachtet bei KMU eine wachsende Nachfrage nach Fachschulungen für genau abgegrenzte Zielgruppen. „Die Zeiten, in denen viel Geld in breitangelegte Qualifizierungsmaßnahmen für die gesamte Belegschaft investiert wurde, sind bei vielen vorbei - aber an zielgerichteten fachlichen Schulungen haben auch KMU wieder ein großes Interesse.“ Die Telekom-Tochter setzt virtuelle Lernlösungen innerhalb des Bonner Konzerns ein und berät auch KMU bei der deren Implementierung und Einsatz. Auch MMB-Projektleiter Heddergott will die Stagnation in der Branche nicht überbewertet wissen. „Nicht E-Learning ist in der Krise, sondern der deutsche Weiterbildungsmarkt im Allgemeinen“, sagt er. Die Reformen der vergangenen Monate hätten die Bildungsanbieter zu mehr Flexibilität und oft schmerzhaften Anpassungen gezwungen. Viele Kurse seien nur noch schwer zu füllen, weil beispielsweise Arbeitssuchende ihre Weiterbildungsgutscheine nun einlösen könnten, wo sie wollten - und nicht nur bei den Institutionen vor Ort. „Für E-Learning birgt das aber enorme Chancen, denn virtuell können Leute aus unterschiedlichen Regionen durchaus zu einem Thema versammelt werden.“

Ein Trend, der aus dem öffentlichen Bildungssektor in die Privatwirtschaft schwappt, ist das Interesse an so genannter Open Source Software, also an Programmen, deren Aufbau und Struktur von den Unternehmen gemäß ihren eigenen Anforderungen verändert werden dürfen. „Eine solche Lösung ist kostengünstig und viel individueller als eine Software von

der Stange“, sagt Thomas Paschek. „In den Zeiten leerer Kassen haben einige E-Learning-Verantwortliche erkannt, dass so etwas durchaus vorteilhaft sein kann“, meint auch Joachim von Kiedrowski von der Qualitus GmbH, einem Anbieter der Open Source Software „Ilias“. Die eingesparten Lizenzkosten ermöglichen den Unternehmen im Gegenzug, Inhalte qualitativ hochwertiger zu erstellen, als sie es nach dem Erwerb einer teuren herkömmlichen Lösung könnten. Für Kai Heddergott von MMB hingegen ist diese Kostenersparnis in vielen Fällen eine Milchmädchenrechnung. „Die Software muss nicht nur modifiziert und angepasst, sondern auch ständig gepflegt und auf dem neuesten Stand gehalten werden.“ Die damit verbundenen Aufwendungen für Programmierer seien für viele KMU nicht unbedingt günstiger als eine herkömmliche Software vom Hersteller. Wolfgang Kraemer, Vorstandssprecher des Softwareherstellers imc AG, warnt davor, die Open Source-Euphorie aus dem Markt der Betriebssysteme blind auf die E-Learning-Branche zu übertragen: „Im Gegensatz zu einem Betriebssystem, das als Basis für eine millionenfache und annähernd identische Installation dient, funktioniert Open Source in einem Markt wie E-Learning

INHALTE WICHTIGER ALS SOFTWARE

1

nicht.“ Geschäftsprozessorientierte Applikationen benötigten eine Stabilität, die ein Open Source-Produkt so nicht erbringen könne - „und dabei handelt es sich weniger um die technische Stabilität, als vielmehr um die organisatorische und strukturelle Stabilität“. Unternehmen müssten sich darauf verlassen können, dass die eingesetzte Software nicht nur funktioniert, sondern auch strategisch ausgebaut und weiterentwickelt werden kann. Und die Auswahl der richtigen Software ist nicht alles. „Gleich welche Plattform eingesetzt wird - der Erfolg von E-Learning steht und fällt letztlich mit den Inhalten und dem dahinter stehenden didaktischen Konzept“, sagt Marianne Schefczik-Dippel.

Ingo Schenk

Leserservice

Linkliste zum E-Learning

Wenn Sie mehr Informationen zum Thema E-Learning möchten, senden wir Ihnen gerne eine Linkliste, die Sie zu weitergehenden Informationen führt. Schicken Sie einfach eine E-Mail an creditreform-service@vhb.de, und schon sind Sie schlauer.