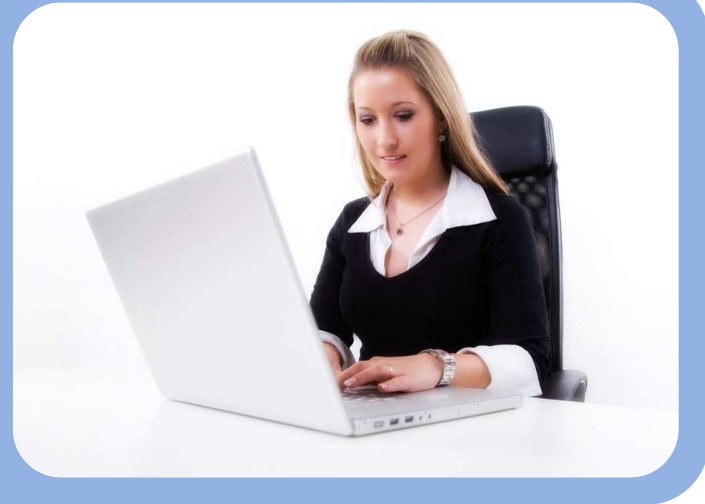


**„Mobile und vernetzte
Szenarien im Aufwind“ –
Ergebnisse der Trendstudie
*MMB Learning Delphi 2011***



Dr. Lutz Goertz, MMB-Institut Essen/Berlin

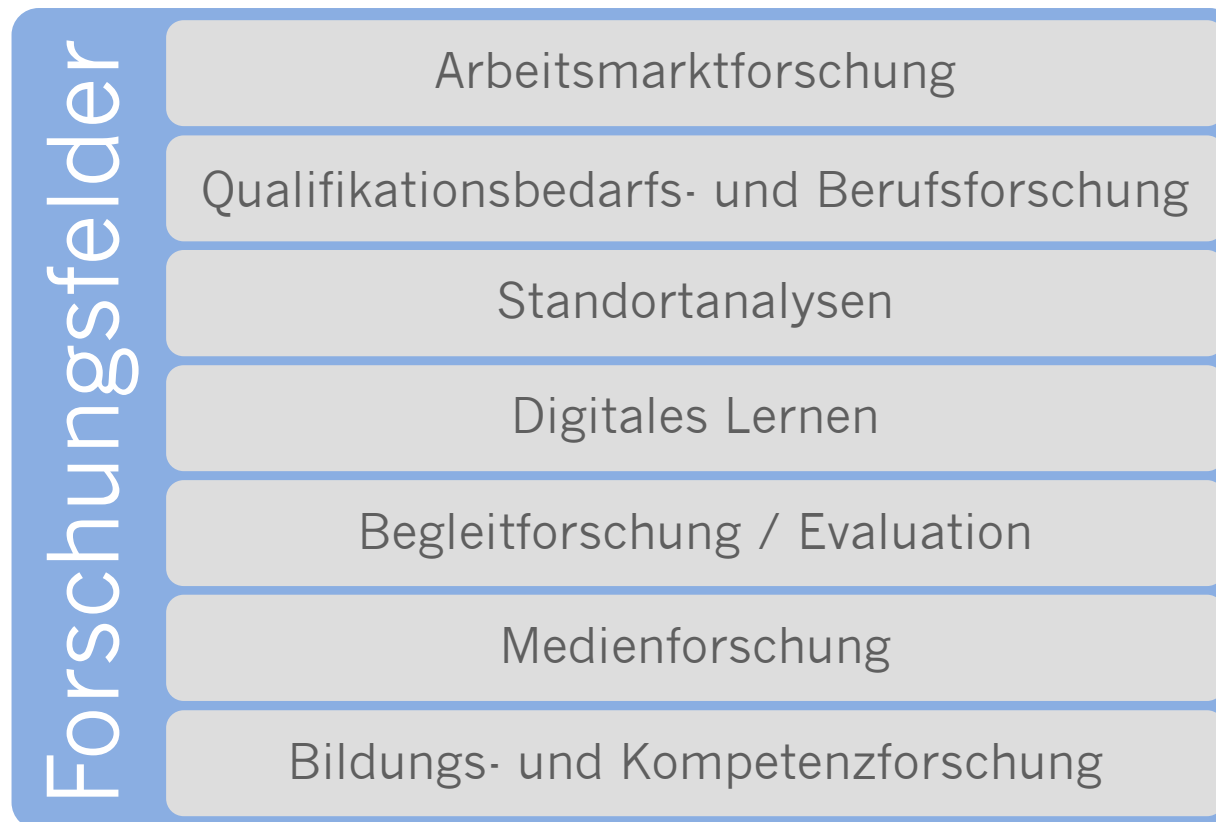
OPCO 12, Trends im E-Teaching
18. April 2012, 17:00 Uhr



Institut für Medien- und
Kompetenzforschung

Über MMB

- Das MMB-Institut berät und forscht seit 1996 für öffentliche und private Auftraggeber.



Inhalt – was kommt auf Sie zu?

E-Learning ist vielfältig

E-Learning wird partizipativer

Ein Blick in die Zukunft:
E-Learning im Jahr 2014

Ausblick

Ein Blick in die Zukunft: E-Learning im Jahr 2014

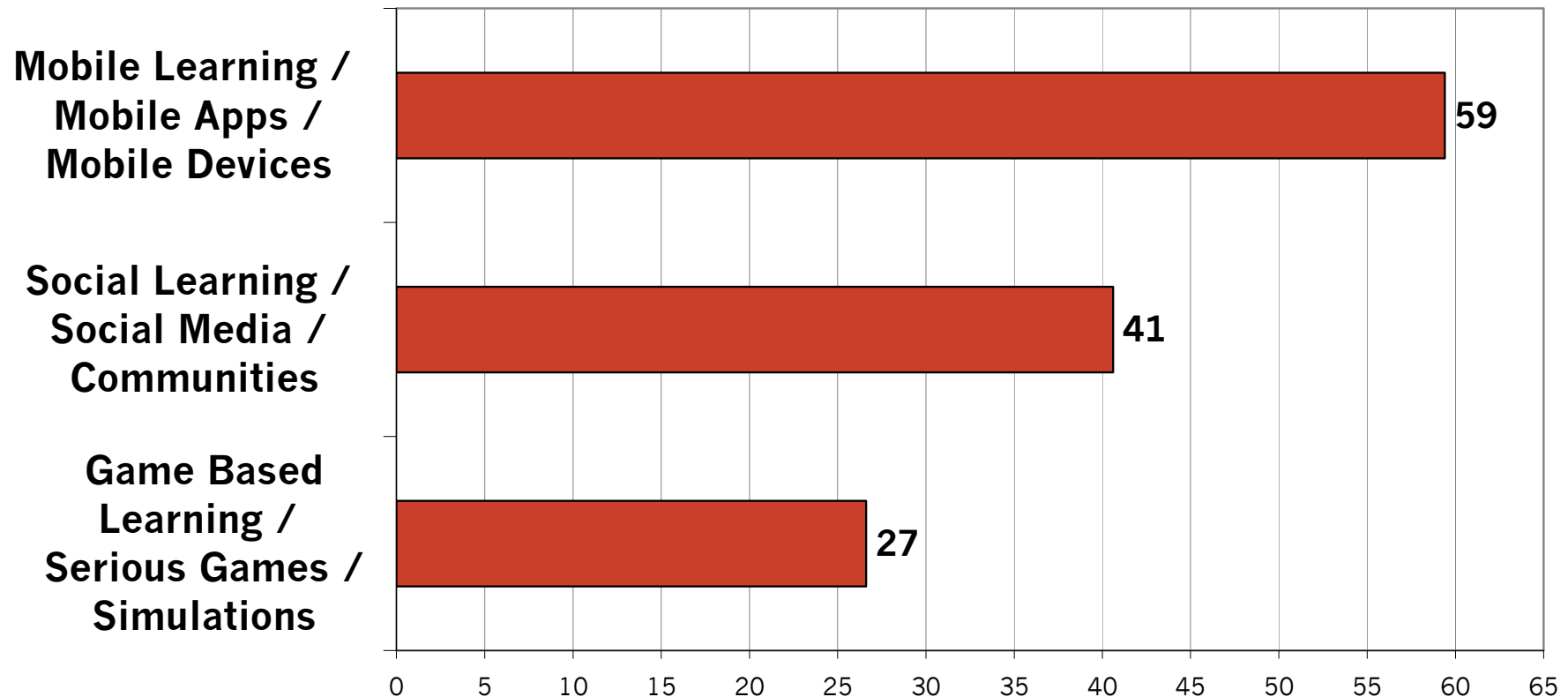


MMB Learning Delphi

Die Befragung

- Bereits zum sechsten Mal hat das MMB-Institut im Frühjahr 2011 E-Learning-Expertinnen und -Experten um ihre Prognose zu künftigen Szenarien des digitalen Lernens gebeten.
- Insgesamt 76 Experten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz haben sich an der Online-Befragung im Frühjahr 2011 beteiligt.

Die drei wichtigsten Trends für die Zukunft



Frage 9: Welche drei E-Learning-Trends werden Ihrer Ansicht nach die größte Bedeutung in den kommenden Jahren haben? n=64 Experten | Angaben in % der Experten, die diesen Trend ohne Vorgabe genannt haben | Mehrfachnennungen möglich | © MMB-Institut 2011

Mobile Learning

- Mobile Learning wird als didaktische Form immer wichtiger
- Audio-Lernlektionen lassen sich via Handy für das Lernen unterwegs abrufen
- Mit Smartphones kann man auch Lerntexte lesen und interaktive Tests durchführen
- Mit Tablet-PCs lassen sich fast alle Anwendungen nutzen, die man vom PC her kennt.



Bild © topgold

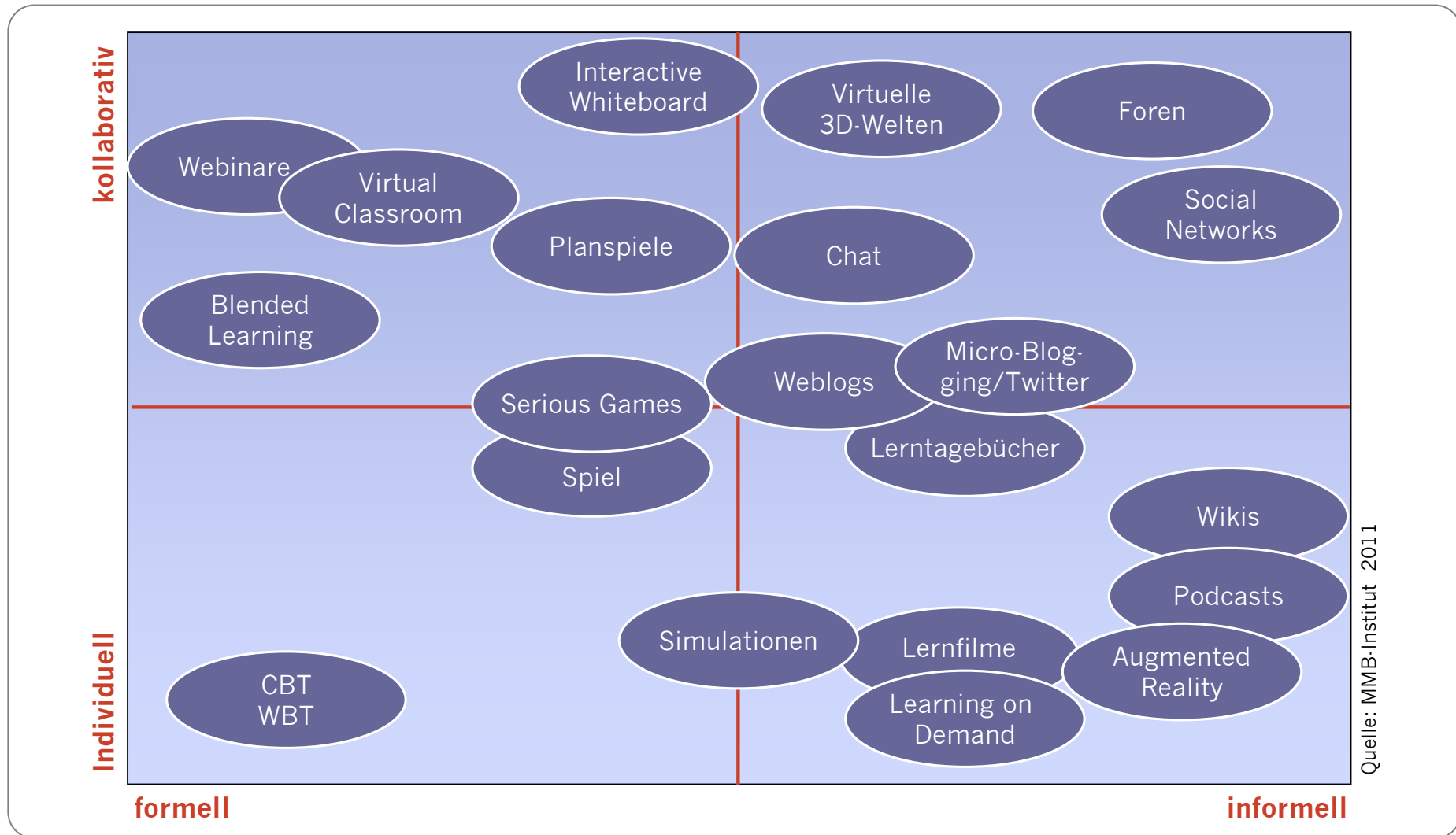
Augmented Reality



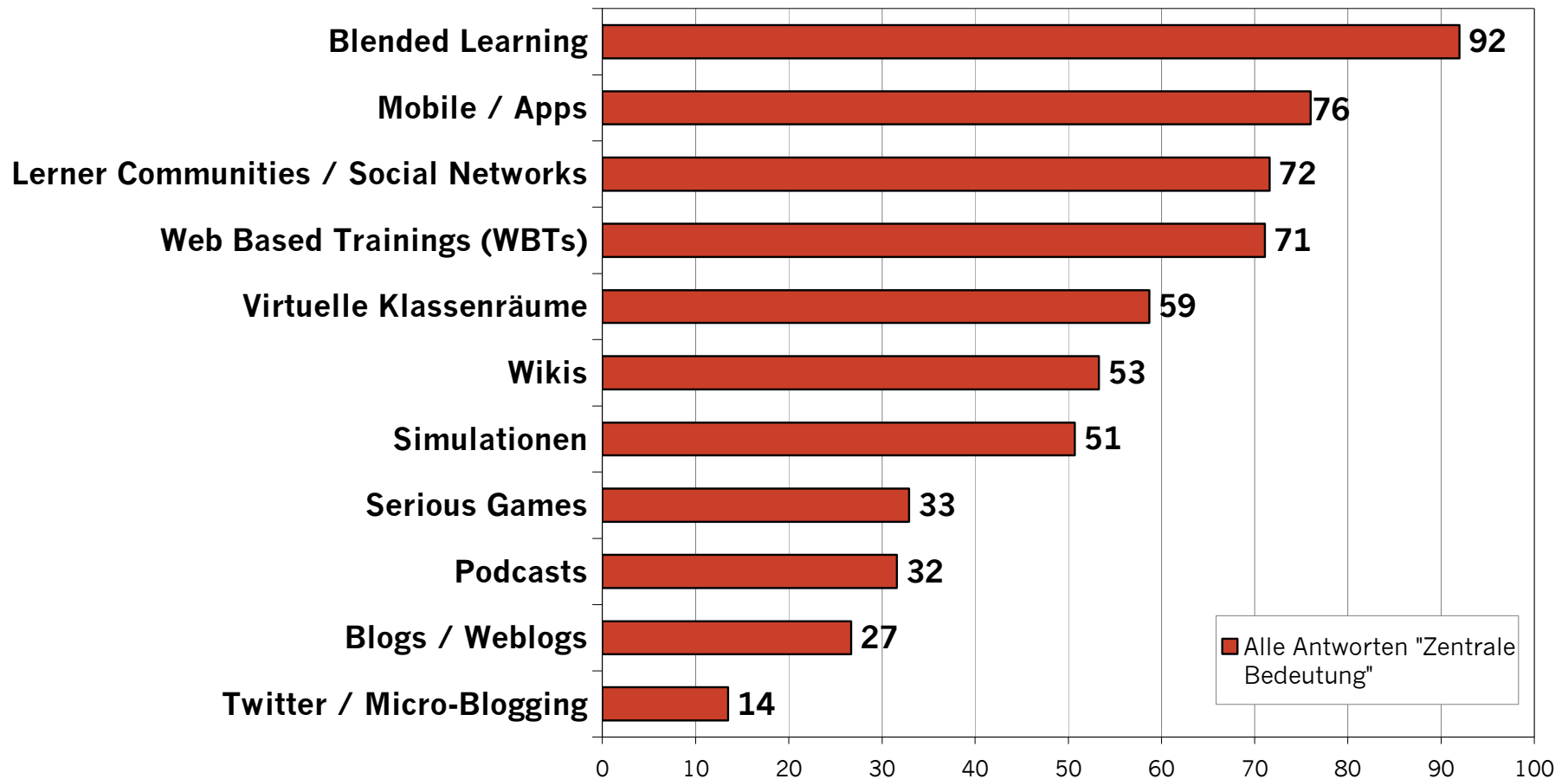
Auch das ist
„Mobile Learning“!



E-Learning – Vielfalt didaktischer Formen

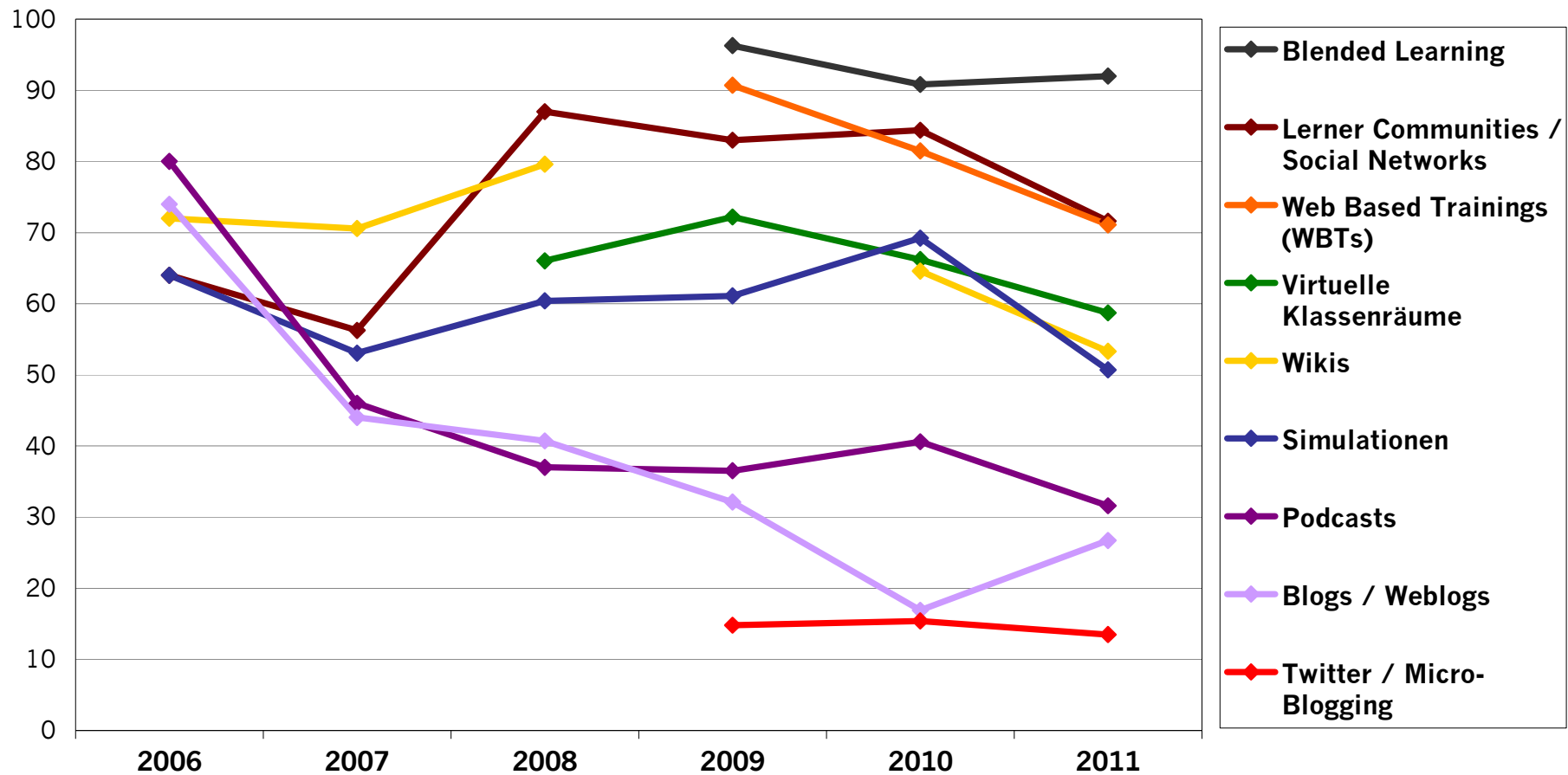


Nutzung von Anwendungen als Lernform in Unternehmen



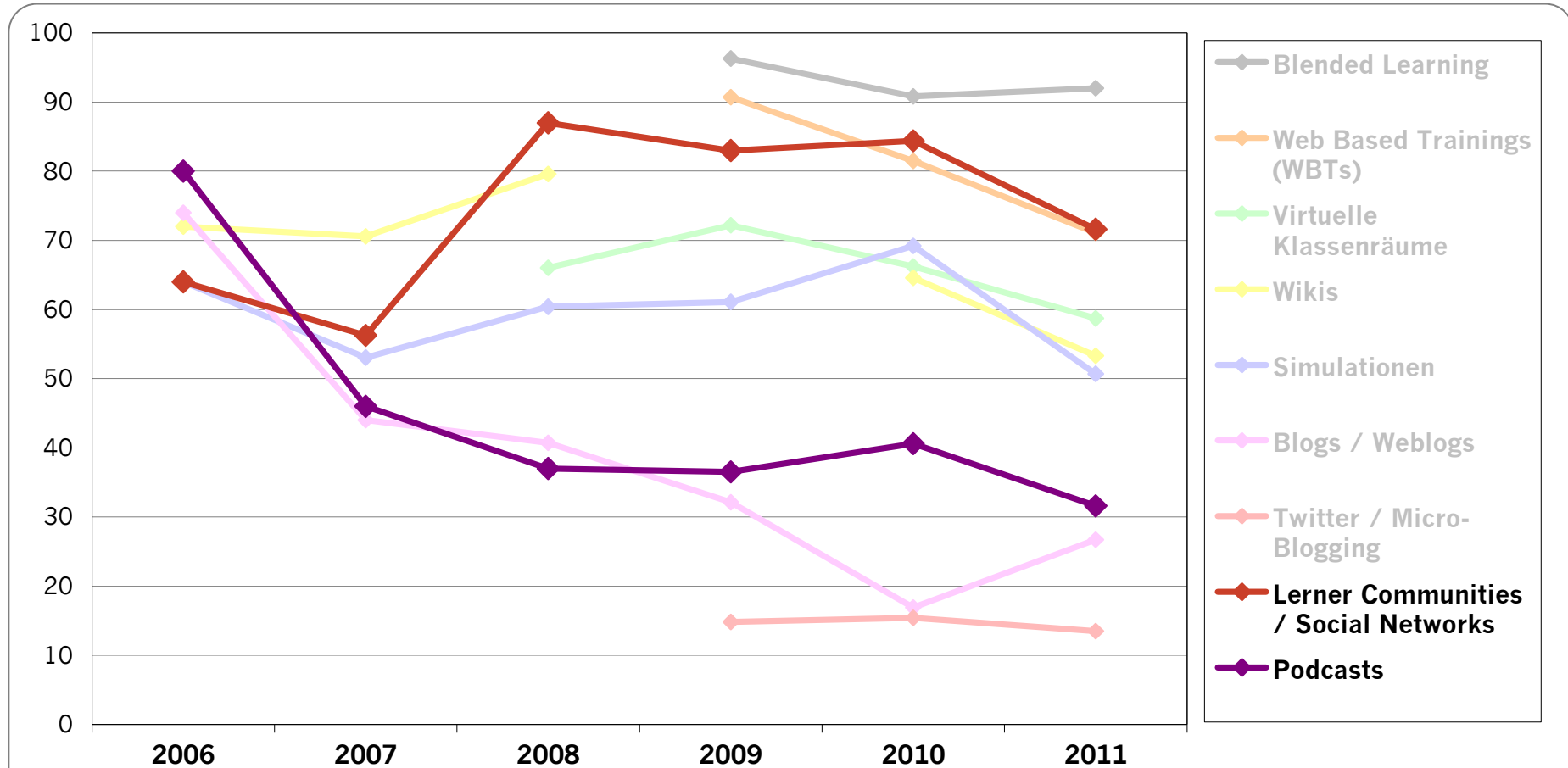
Frage 1: Bitte schätzen Sie einmal ein, wie sich die Nutzung der folgenden Anwendungen als Lernformen in den kommenden drei Jahren entwickeln wird. Werden die genannten Anwendungen eine zentrale Bedeutung für das betriebliche Lernen in Unternehmen haben oder eher eine geringe Bedeutung? N=74-76 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011

Nutzung von Anwendungen als Lernform in Unternehmen (Vergleich von 2006 bis 2011)



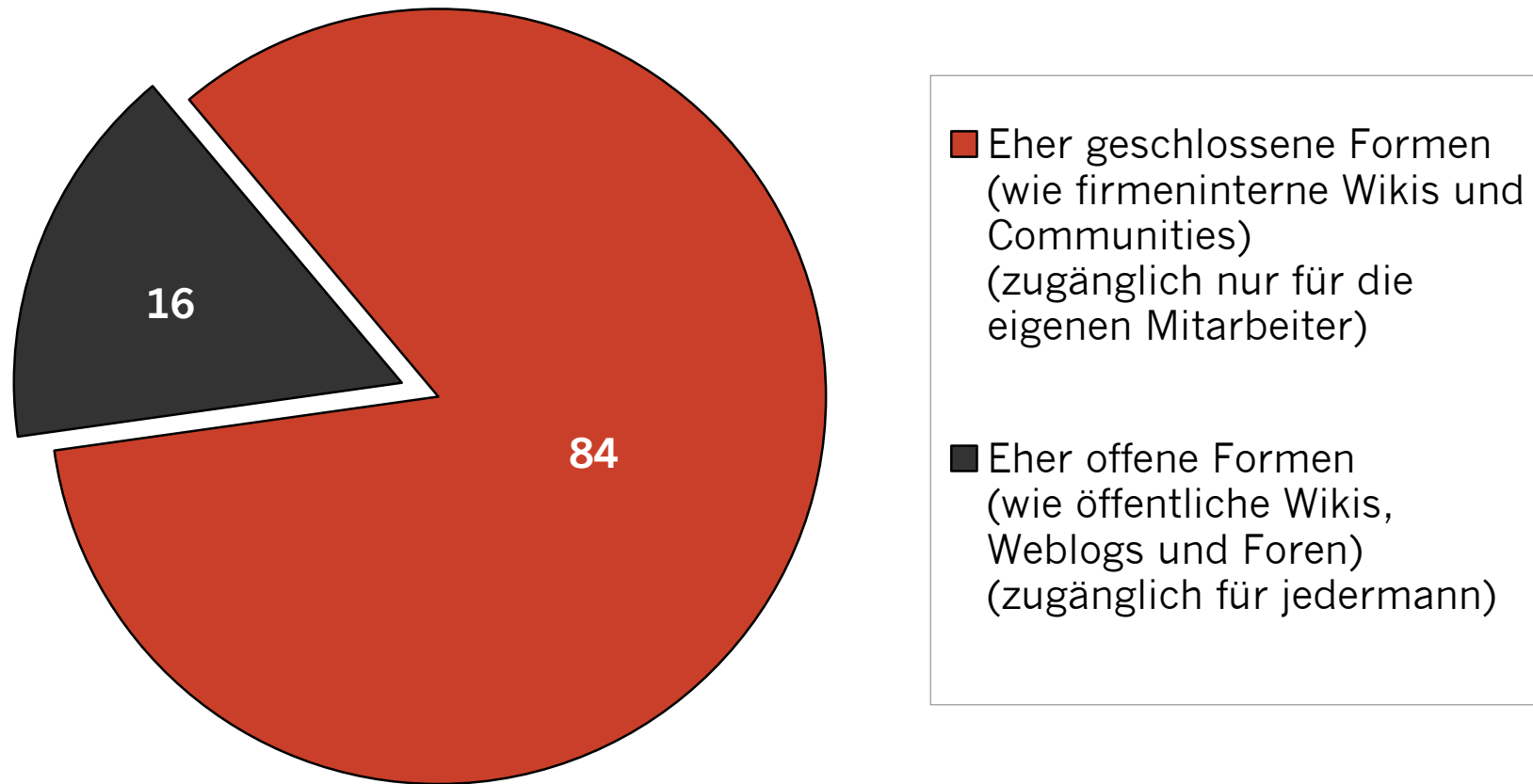
Frage 1: Bitte schätzen Sie einmal ein, wie sich die Nutzung der folgenden Anwendungen als Lernformen in den kommenden drei Jahren entwickeln wird. Werden die genannten Anwendungen eine zentrale Bedeutung für das betriebliche Lernen in Unternehmen haben oder eher eine geringe Bedeutung? N=48-76 Experten | Angaben in % der Antworten "Nutzung wird steigen" bzw. "Zentrale Bedeutung" | © MMB-Institut 2006-2011

Nutzung von Anwendungen als Lernform in Unternehmen (Vergleich von 2006 bis 2011)



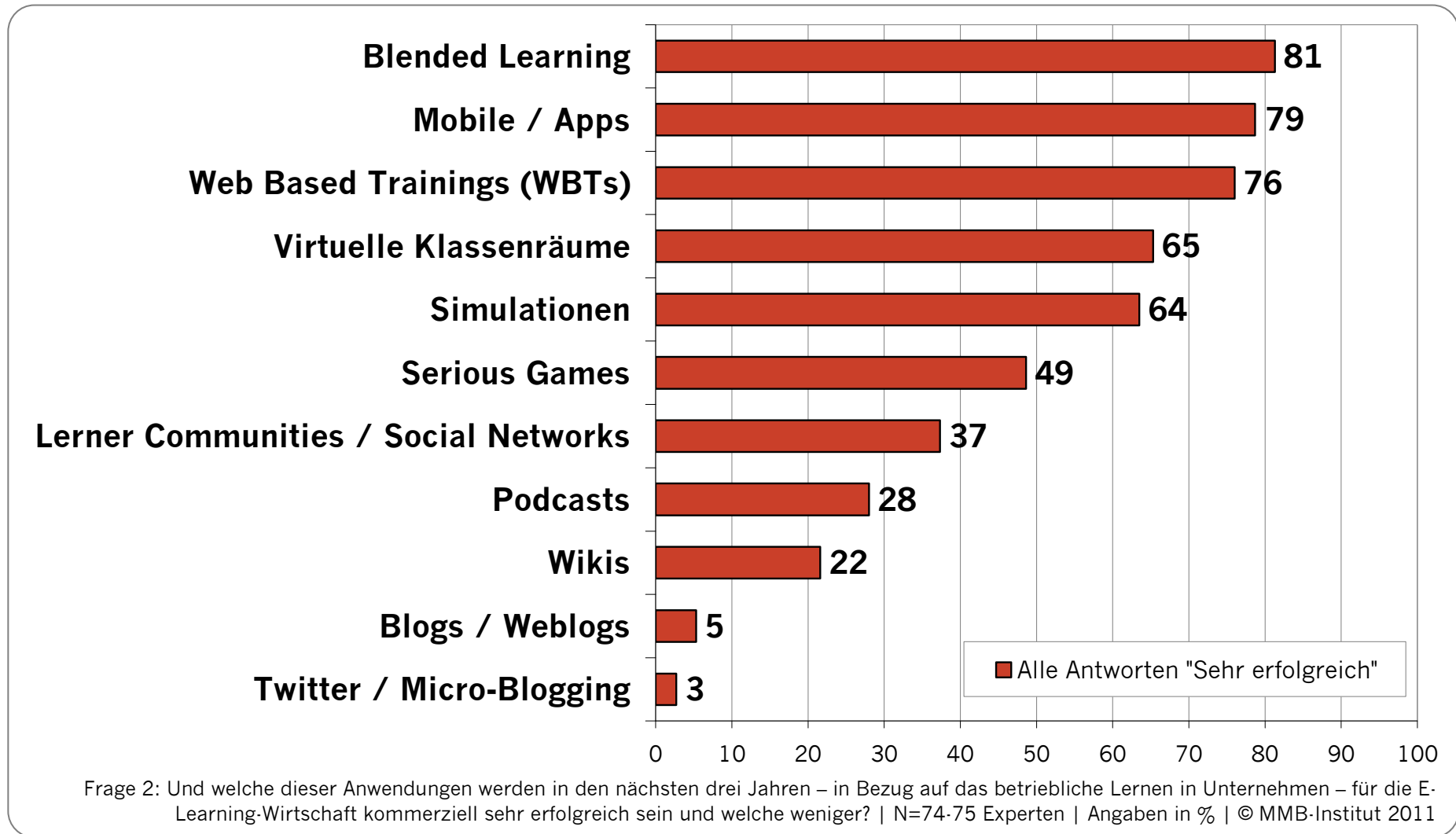
Frage 1: Bitte schätzen Sie einmal ein, wie sich die Nutzung der folgenden Anwendungen als Lernformen in den kommenden drei Jahren entwickeln wird. Werden die genannten Anwendungen eine zentrale Bedeutung für das betriebliche Lernen in Unternehmen haben oder eher eine geringe Bedeutung? N=48-76 Experten | Angaben in % der Antworten "Nutzung wird steigen" bzw. "Zentrale Bedeutung" | © MMB-Institut 2006-2011

Relevanz verschiedener Organisationsformen für das betriebliche Lernen

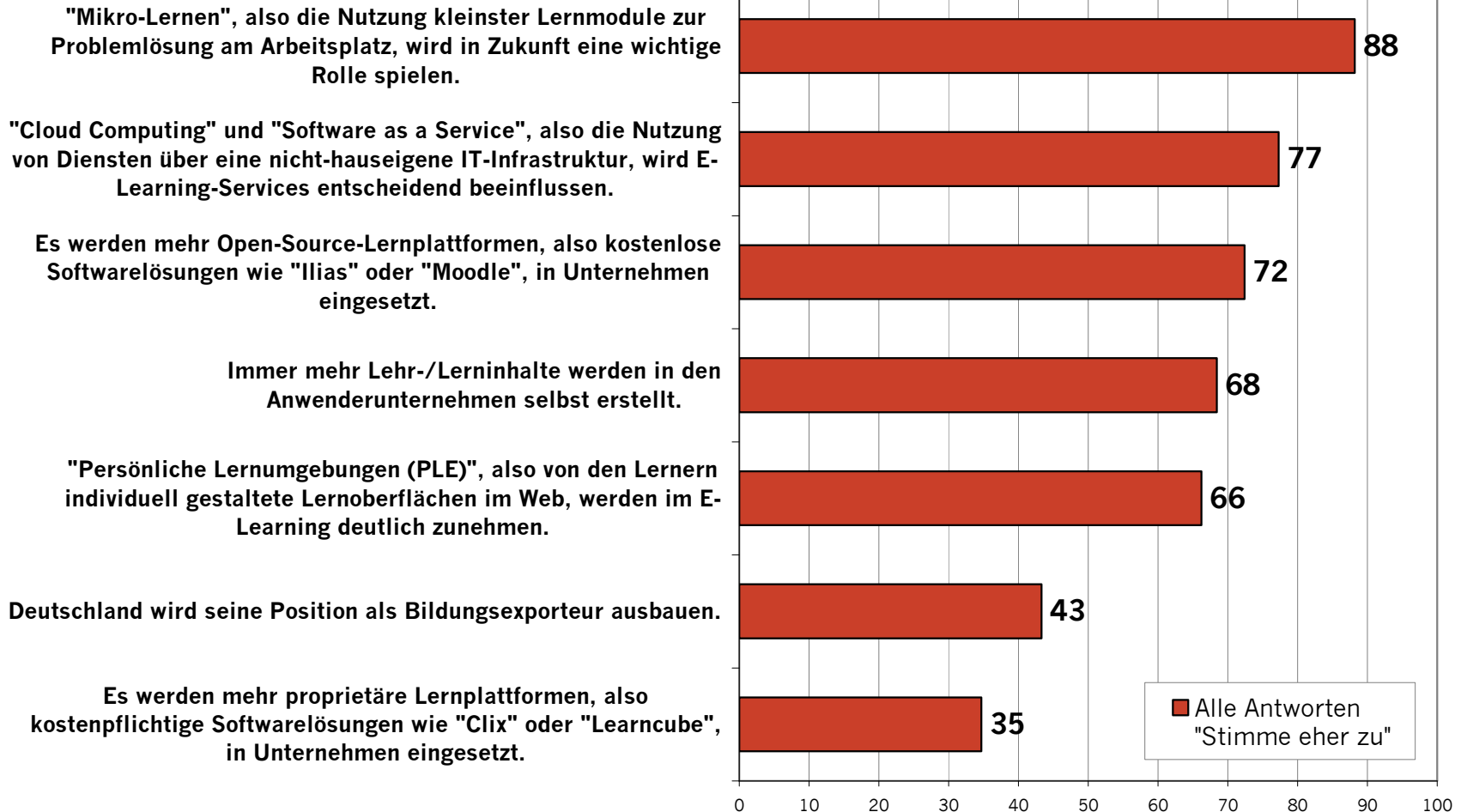


Frage 3: Was schätzen Sie – welche Organisationsformen werden für das betriebliche E-Learning in Zukunft eher relevant sein? n=74 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011

Kommerzieller Erfolg von Anwendungen

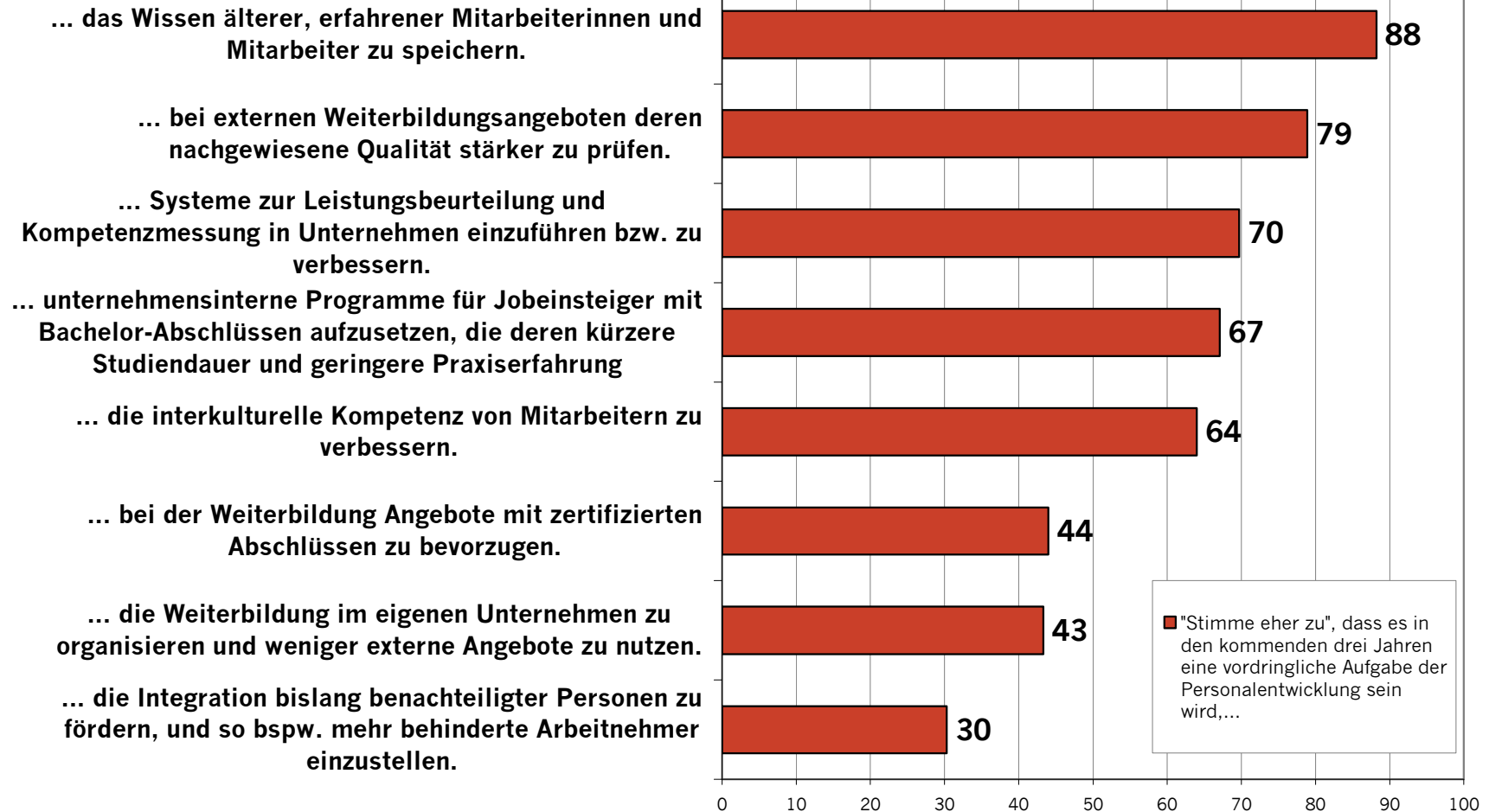


Zukünftige Entwicklungen in der beruflichen Weiterbildung in Deutschland



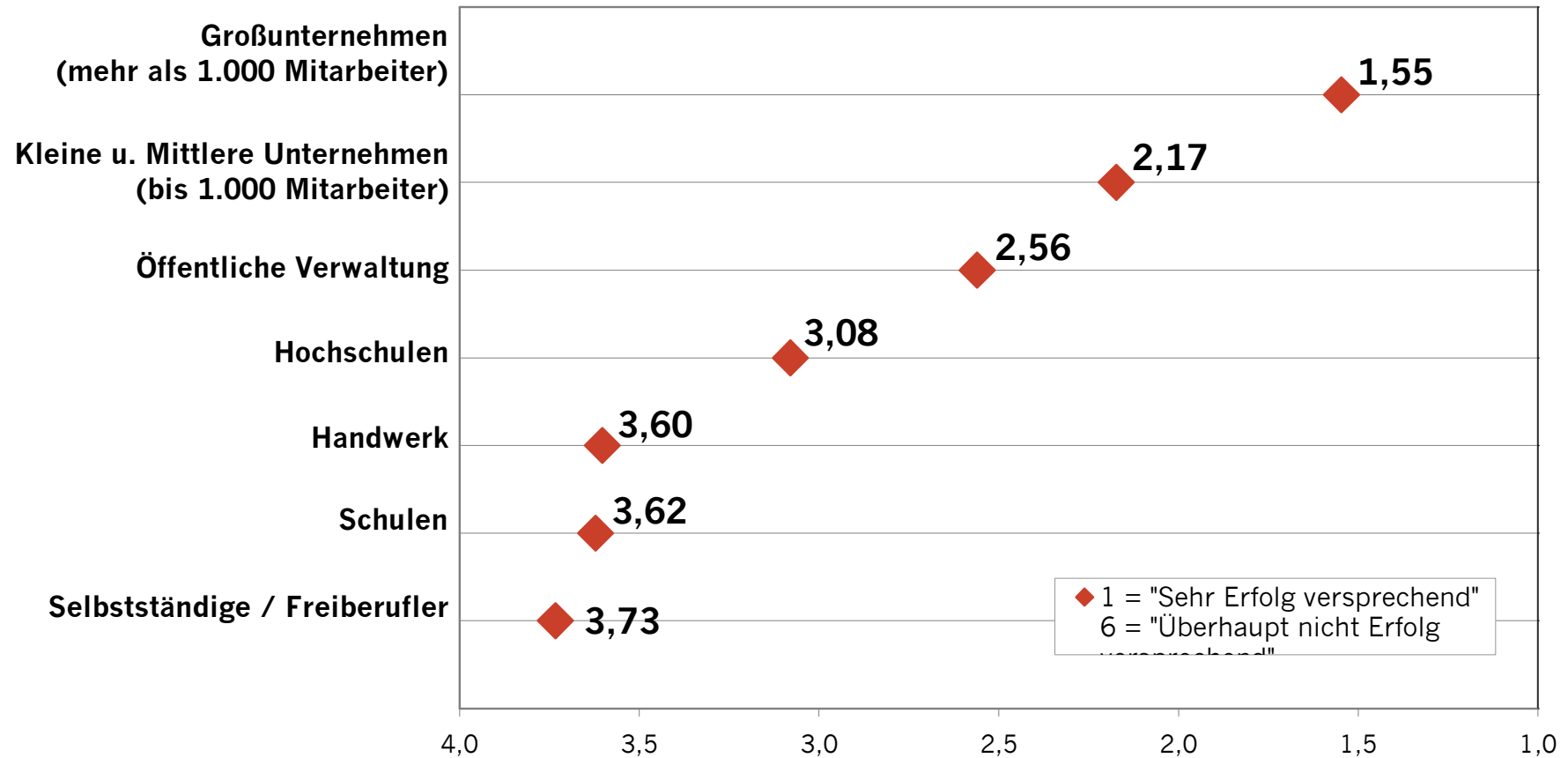
Frage 4: Welche Entwicklungen werden die berufliche Weiterbildung in den kommenden drei Jahren kennzeichnen? Bitte geben Sie zu den folgenden Aussagen an, ob Sie diesen eher zustimmen oder eher nicht zustimmen. | N=74-76 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011

Zukünftige Aufgaben und Beeinflussungen der Personalentwicklung



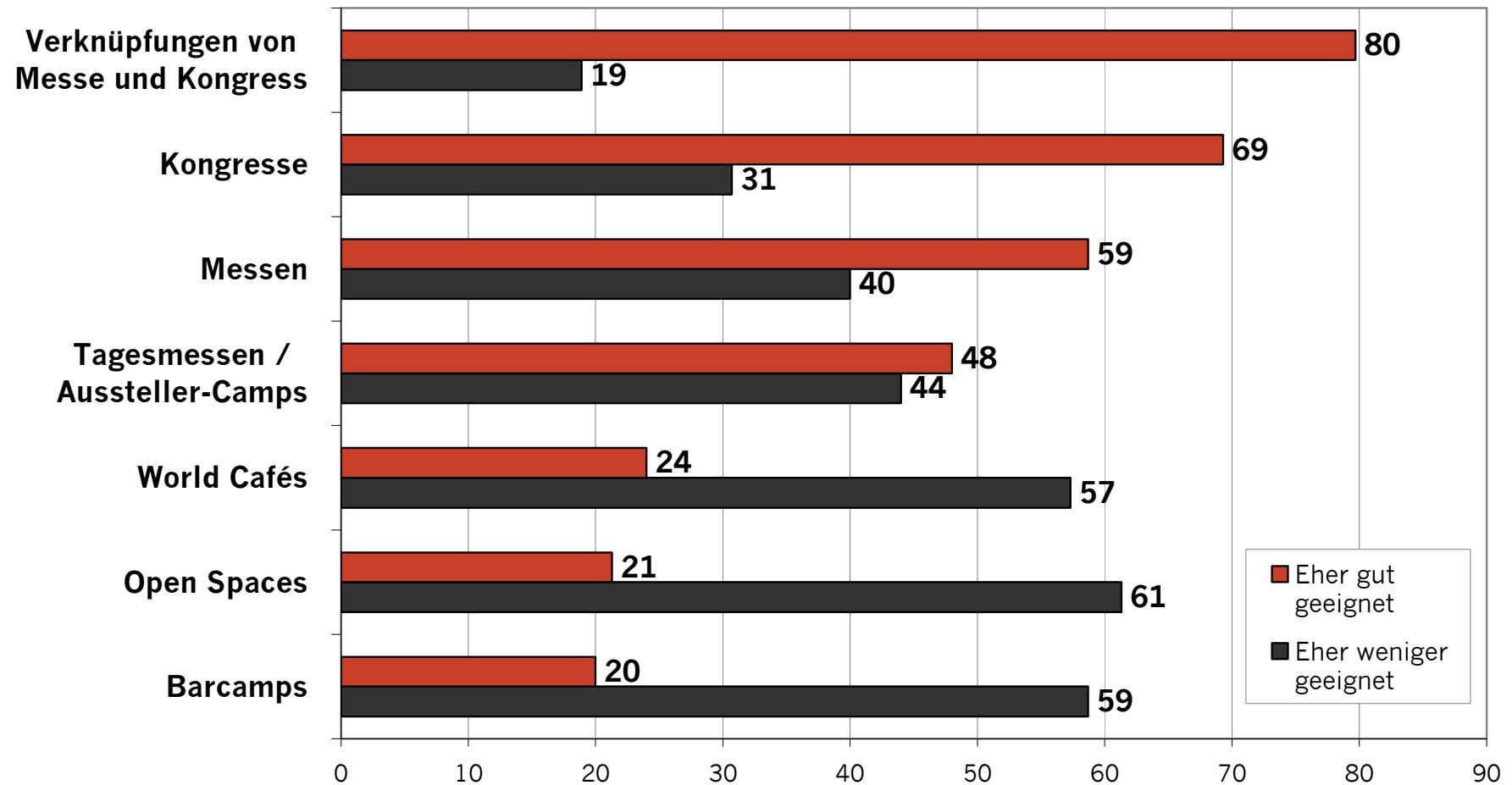
Frage 5: Was wird die Personalentwicklung in den kommenden drei Jahren beeinflussen? Bitte geben Sie zu den folgenden Aussagen wieder an, ob Sie diesen eher zustimmen oder eher nicht zustimmen. | N=75-76 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011

Erfolg versprechende Zielgruppen für die E-Learning-Wirtschaft



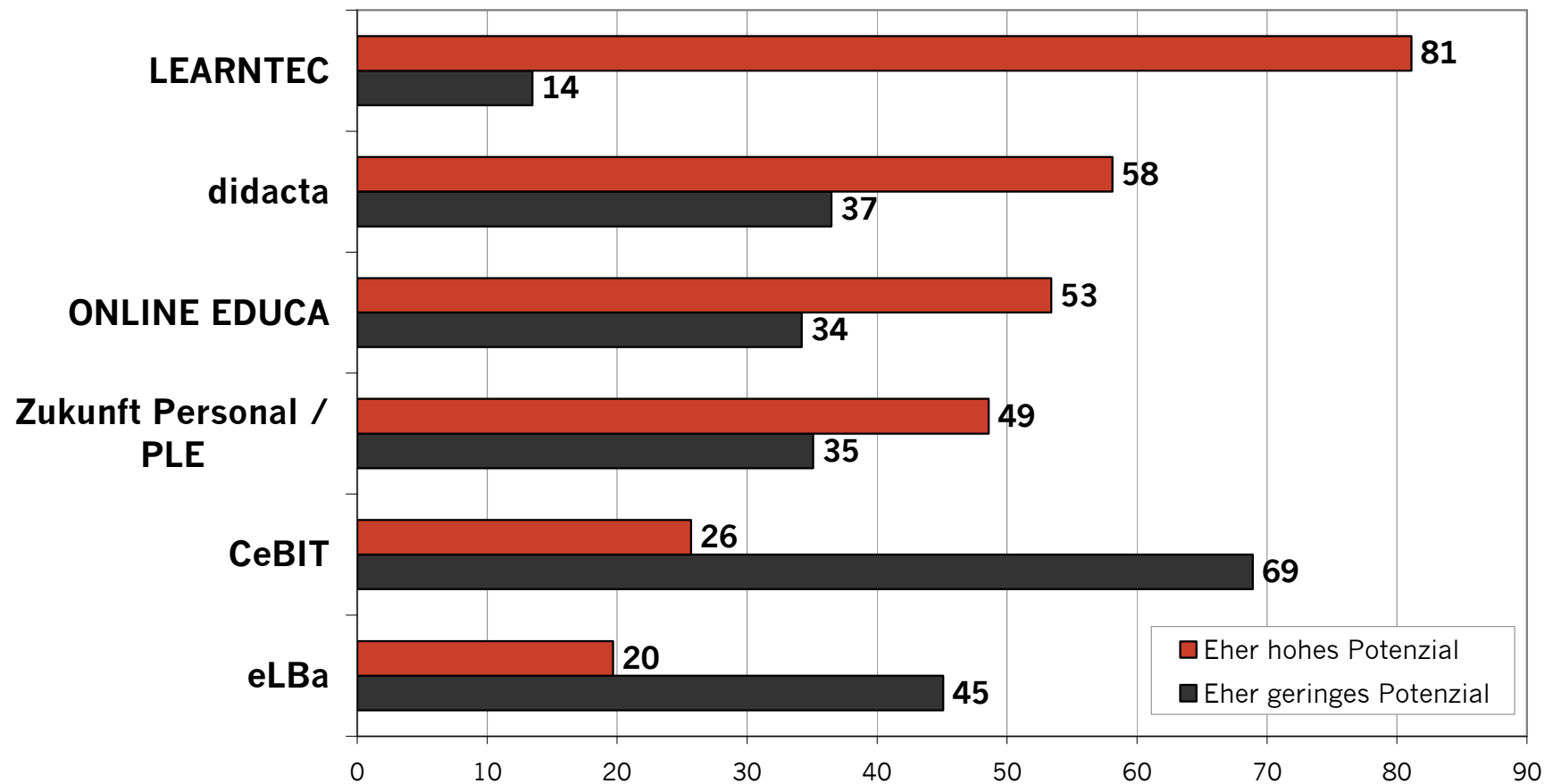
Frage 6: Was schätzen Sie – welche E-Learning-Zielgruppen sind in den kommenden drei Jahren für die E-Learning-Wirtschaft besonders Erfolg versprechend? Bitte geben Sie Ihre Einschätzungen auf einer 6er-Skala an. Eine 1 bedeutet dabei "sehr Erfolg versprechend", eine 6 "überhaupt nicht Erfolg versprechend". | N=73-75 Experten | Angaben in Mittelwerten | © MMB-Institut 2011

Geeignete Formate für das E-Learning-Marketing



Frage 7: Welche Formate halten Sie für das E-Learning-Marketing für eher gut geeignet und welche für eher weniger geeignet?
 N=74-75 Experten | Angaben in % | "Weiß nicht" bzw. "Keine Angabe" sowie "Sonstige Formate" nicht dargestellt | © MMB-Institut 2011

Potenzial von Veranstaltungen für die E-Learning-Branche



Frage 8: Welchen konkreten Veranstaltungen schreiben Sie künftig für die E-Learning-Branche ein eher hohes Potenzial zu und welchen ein eher geringes? N=71-74 Experten | Angaben in % | "Weiß nicht" bzw. "Keine Angabe" sowie "Sonstige Veranstaltungen" nicht dargestellt | © MMB-Institut 2011

Teilnehmerstruktur 2006-2011

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

Frage 11: In welche Akteursgruppe würden Sie sich primär einordnen?

n=76 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2011

Ausblick



Fazit und Ausblick

- E-Learning wird besonders für innovative, an **Vernetzung** interessierte Nutzer immer attraktiver.
- Lernen und **Wissensmanagement** gehen häufig Hand in Hand und nutzen z.T. dieselben Tools.
- Die große **Vielfalt** der E-Learning-Formen bietet Vorteile (für jeden ist etwas dabei), verlangt aber nach Beratung (für Einsteiger ist das Angebot unübersichtlich).
- E-Learning ist wie alle Technologie-getriebenen Themen **Moden** unterworfen; das sorgt für Awareness und übt Innovationsdruck auf die Anbieter aus.
- E-Learning verlangt nach **Lern- und Medienkompetenz** der Nutzer wie der Trainer.

Dr. Lutz Goertz

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

MMB-Institut für Medien- und
Kompetenzforschung

Folkwangstr. 1
45128 Essen
Telefon: 0049 (0)201 720 27 0
Telefax: 0049 (0)201 720 27 29
E-Mail: info@mmb-institut.de

www.mmb-institut.de



Institut für Medien- und
Kompetenzforschung