

# Trendstudie: E-Learning in Deutschland 2006/2007

**MMB.** Wie sich die Nachfrage nach E-Learning in deutschen Unternehmen in den letzten Jahren entwickelt hat und welchen Stellenwert hierbei die kleinen und mittleren Unternehmen einnehmen, untersucht eine aktuelle Studie des MMB Instituts für Medien- und Kompetenzforschung, Essen, unter der Leitung von Dr. Lutz P. Michel. Die Studienergebnisse stammen vom Sommer 2006.

Von Dr. Lutz P. Michel

In der Startphase des betrieblichen E-Learning waren Großunternehmen die Vorreiter. Hier wurden auch die ersten integrierten Anwendungen entwickelt, die digitales Lernen mit traditionellen Formen der Personalentwicklung verknüpfen. Doch auch zwischen den Großunternehmen mit ihren professionellen HR-Abteilungen gibt es beim E-Learning noch erhebliche Unterschiede.

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) stellen in Deutschland das Gros der Arbeitsplätze. Dies macht sie potenziell zu einem attraktiven Markt für E-Learning-Anbieter. Aus zahlreichen strukturbedingten Gründen hat digitales Lernen in KMU bislang jedoch keine große Verbreitung gefunden. Zugleich zeigt eine wachsende Zahl von Pionierunternehmen sowie erfolgreichen Förderprojekten, dass E-Learning für kleine Unternehmen weder zu teuer noch zu personalaufwändig sein muss. Von diesen Beispielen können andere Unternehmen profitieren.

In dem unbestimmten Raum »zwischen Euphorie und Ernüchterung« verortete eine MMB-

Studie aus dem Jahr 2001 den Umgang deutscher Großunternehmen mit den Konzepten und Produkten des hier »New Learning« genannten digitalen Lernens. Die im Auftrag von KPMG Consulting (heute Bearing Point) erstellte Studie widerlegte die vollmundigen Marktprognosen früherer Studien und belegte, auf Basis repräsentativ erhobener Daten, die tatsächliche Verbreitung von E-Learning-Applikationen ebenso wie die – oft unterschätzten – Hindernisse bei ihrer Implementierung und Nutzung.

## E-Learning – nur etwas für die Großen?

In der Zusammenfassung der Studie heißt es unter anderem: »Betrachtet man (...) die Verbreitung und Anwendung in der Praxis sowie die Befunde zur Konzeption und Implementierung der E-Learning-Projekte, kommt man zu einer ernüchternden Bilanz: E-Learning deckt auch heute noch nur einen Randbereich der Qualifizierungsmaßnah-

men in deutschen Großunternehmen ab. Es kommt in eingeschränkten Themenfeldern zum Einsatz; Projektlaufzeiten und Kosten entsprechen dabei zu wenig den Praxisanforderungen. Schließlich fehlen in starkem Maße integrierte Konzepte, um eine methodisch abgesicherte und effiziente Erweiterung des betrieblichen Lernens zu erreichen.«

Unter den befragten Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten betrug der Anteil der E-Learning-Nutzer 46 Prozent. Besonders groß war der Nutzeranteil in der Dienstleistungsbranche (55 Prozent) und hier vor allem im Kredit- und Versicherungsgewerbe (68 Prozent). Diese branchenspezifischen Unterschiede wurden in mehreren Untersuchungen bestätigt (etwa Köllinger/Ross 2003). Wo der Computer alltägliches Arbeitsmittel der meisten Beschäftigten ist, liegt seine Nutzung als Lernmittel naturgemäß besonders nahe.

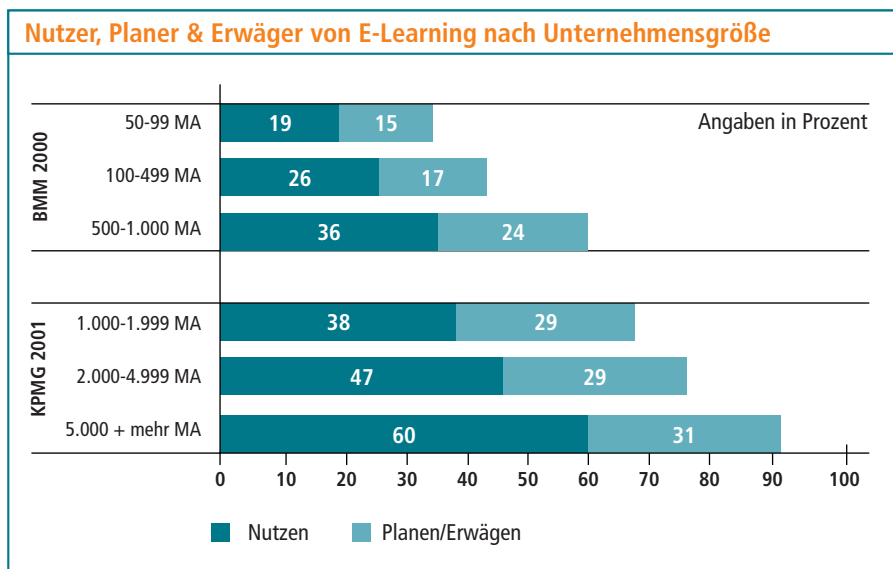
## Kleine Unternehmen fordern Anbieter besonders heraus

Mindestens ebenso stark wie die Branchenzugehörigkeit wirkt sich die Unternehmensgröße auf den Grad der E-Learning-Nutzung aus. Dies belegte bereits die MMB-Studie »Zukunftsperspektiven multimedialen Lernens in kleinen und mittleren Unternehmen« aus dem Jahr 2000: Je kleiner das Unternehmen, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass E-Learning genutzt oder konkret geplant wird. Diese »Stufenleiter« der E-Learning-Nutzung veranschaulicht das Schaubild »Nutzer, Planer & Erwäger von E-Learning nach Unternehmensgröße« (Kasten).

Die Befunde verdeutlichen, dass kleine Unternehmen – ohne professionelle Personalentwicklungsstrukturen, ohne die Möglichkeit, maßgeschneiderte E-Learning-Projekte erstellen zu lassen – für E-Learning-Anbieter eine besondere Herausforderung darstellen. Mit der 1999 in Auftrag gegebenen Studie hatte das Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) neben der Erhebung des Status quo des E-Learnings in kleinen und mittleren Unternehmen auch die Herausarbeitung von Handlungsempfehlungen für die Erschließung dieser Unternehmen in Auftrag gegeben. Das BMWi-Leitprojekt »LERNET – Netzgestütztes Lernen in Mittelstand und öffentlichen Verwaltungen«, 2001 gestartet und 2004 in eine zweite Phase gegangen ([www.lernet.info](http://www.lernet.info)), stützte sich nicht zuletzt auf die Ergebnisse und Empfehlungen dieser Studie.

Mit dem Ende der Euphorie hat offenbar auch das Interesse an Statistiken und Prognosen rapide nachgelassen. Fest steht jedenfalls, dass seit 2001 keine repräsentative Unternehmensbefragung zum E-Learning-Einsatz in der betrieblichen Weiterbildung durchgeführt wurde.

Wo stehen wir heute, fünf Jahre nach den beiden Repräsentativstudien? Welche Verbreitung hat E-Learning in deutschen Unternehmen im Jahr 2006 erreicht? Erste Antworten auf diese Fragen



© MMB 2006, Quellen: MMB/PSEPHOS 2000; MMB/PSEPHOS 2001



**Lernen am Bildschirm: KMU beginnen die Potenziale des E-Learnings zu erschließen.**

liefert die Studie »Corporate Learning 2006«, die MMB Anfang 2006 durchgeführt hat und deren Ergebnisse auf der CeBIT 2006 auszugsweise präsentiert wurden.

### E-Learning in deutschen Unternehmen – »Corporate Learning 2006«

Für die Studie wurden insgesamt 549 Weiterbildungsverantwortliche aus Unternehmen mit 100 und mehr Beschäftigten befragt. Die CATI-Erhebung (Computer Assisted Telephone Interview) wurde vom Hamburger Telefonstudio des Psephos-Instituts durchgeführt, das auch die früheren MMB-Studien realisiert hatte.

Auf die Frage »Setzen Sie in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung in Ihrem Unternehmen gegenwärtig auch E-Learning, also das Lernen mit dem Computer ein?«, antworteten insgesamt lediglich 27 Prozent mit »Ja«, weitere sechs Prozent gaben an, den Einsatz von E-Learning für die nächste Zeit konkret zu planen. (Kasten »Einsatz von E-Learning im Unternehmen«).

Die aktuelle Studie belegt einmal mehr, dass der Einsatz von E-Learning entscheidend durch die Größe des Unternehmens bedingt ist. So zeigt eine entsprechende Analyse der Daten, dass der Anteil der Nutzer unter den Firmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten doppelt so groß ist wie in mittelständischen Unternehmen mit maximal 500 Mitarbeitern (41 Prozent vs. 20 Prozent). Weiterhin wird deutlich, dass vor allem Unternehmen mit

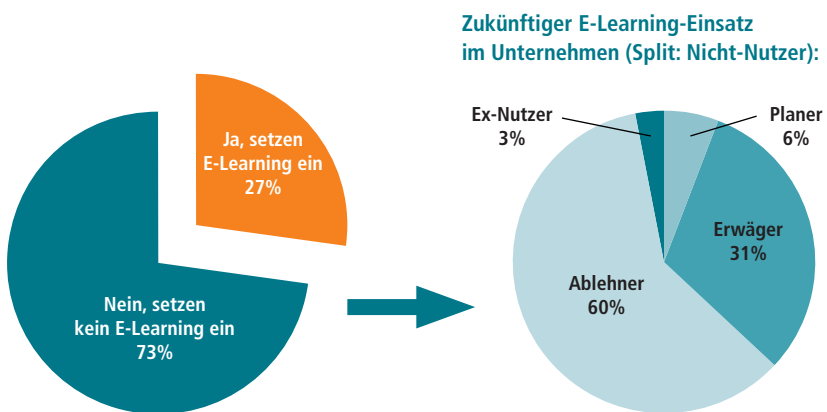
mehreren Standorten auf den Einsatz elektronisch unterstützter Lernformen setzen. So beträgt der Anteil der Nutzer in Unternehmen mit nur einem Standort 17 Prozent, während er bei Firmen mit sechs und mehr Standorten 41 Prozent erreicht. Dies kann als eine klare Bestätigung der Vorteile des E-Learning für das verteilte, ortsübergreifende Lernen interpretiert werden (Kasten »E-Learning-Nutzung nach Mitarbeiterzahl und Standortanzahl«).

Doch auch wenn wir den 2006 befragten Weiterbildungsverantwortlichen einen »engeren« E-Learning-Begriff unterstellen als in den beiden Vorläuferstudien 2000 und 2001, bleibt der irritierende Befund, dass die Verbreitung von E-Learning in deutschen Unternehmen seit der Jahrtausendwende insgesamt kein nennenswertes Wachstum aufweist.

Konterkariert wird diese Einschätzung durch einen anderen Befund der aktuellen »Corporate →

#### Einsatz von E-Learning im Unternehmen

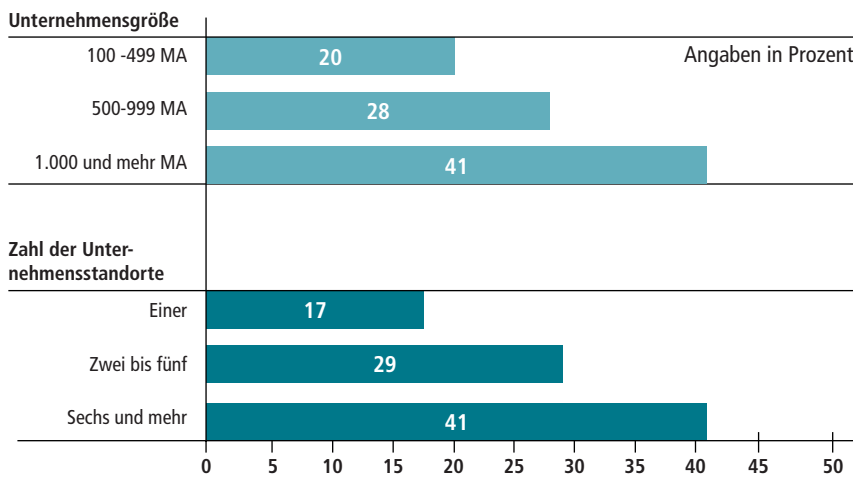
**Frage:** Setzen Sie in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung in Ihrem Unternehmen gegenwärtig auch E-Learning, also das Lernen mit dem Computer ein?



© MMB 2006, Quelle: MMB/PSEPHOS 2006, n = 549 Befragte

**E-Learning-Nutzung nach Mitarbeiterzahl und Standortanzahl**

Frage: Setzen Sie in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung in Ihrem Unternehmen gegenwärtig auch E-Learning ein?



© MMB 2006, Quellen: MMB/PSEPHOS 2006; n = 150 Befragte

Learning«-Studie, der den Anbietern von E-Learning-Produkten und -Services wieder Hoffnung machen dürfte: 75 Prozent der Unternehmen, die im Januar 2006 E-Learning einsetzten, waren (erst) ab dem Jahr 2001 dabei; jedes fünfte Unternehmen (21 Prozent) hat sogar erst 2005 oder Anfang 2006 mit E-Learning begonnen (Kasten »Beginn des E-Learning-Einsatzes in Unternehmen«). Interessantes Ergebnis am Rande: Lediglich 3 Prozent aller befragten Unternehmen haben früher einmal E-Learning eingesetzt und sich später davon wieder abgewandt.

Auf der anderen Seite geben insgesamt 60 Prozent der Weiterbildungsverantwortlichen an, auch in Zukunft auf E-Learning verzichten zu wollen. Auch in der Gruppe der Großunternehmen mit 1.000 und mehr Beschäftigten gilt das immerhin noch für nahezu jedes zweite Unternehmen (47 Prozent).

Worauf sich diese ablehnende Einstellung zum betrieblichen E-Learning gründet (und ob diese Ablehnung auch die internetgestützten Möglichkeiten informellen Lernens einschließt), kann mit dieser Studie nicht beantwortet werden.

Obwohl die Zahl der E-Learning-Nutzer in den Anwenderunternehmen im Vergleich zu früheren Studien gestiegen ist (durchschnittlich knapp 20 Prozent der Belegschaft in den befragten Unternehmen bilden sich inzwischen mithilfe des Computers weiter), zeigt sich der unterschiedliche Nutzungsgrad von E-Learning auch 2006 wieder deutlich: Überproportional viele Mitarbeiter aus Dienstleistungsunternehmen (33 Prozent) sowie aus Firmen, die zu den frühen E-Learning-Anwendern zählen (27,5 Prozent), haben Zugang zu entsprechenden Lernangeboten.

Die Unternehmensgröße sowie die Zahl der Firmenstandorte haben indes keinen nennenswerten Einfluss auf den Anteil der E-Learner im Unter-

nehmen. Ist die Implementierung des computergestützten Lernens einmal gelungen, so stehen einer schnellen Verbreitung entsprechender Lernformen inzwischen offenbar weniger Hindernisse im Weg als noch vor einigen Jahren: Generell weisen die Befunde darauf hin, dass E-Learning nach seiner Implementierung innerhalb der Unternehmen immer schneller ein breites Anwender- und Anwendungsspektrum findet.

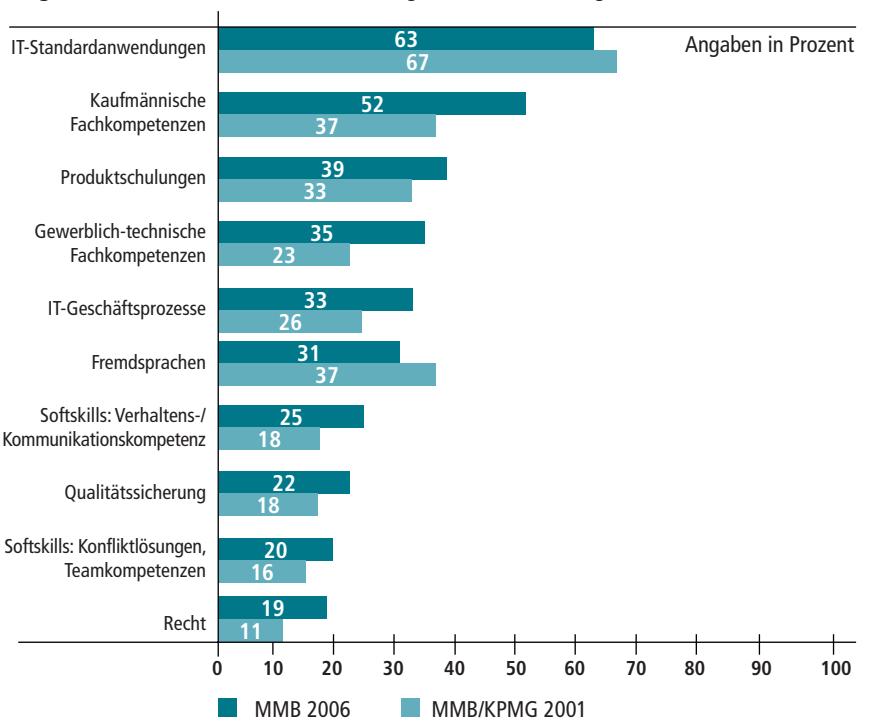
Die Unternehmen wurden auch gefragt, in welcher Form E-Learning derzeit zum Einsatz kommt. Dabei wurde konkret nach Offline- und Online-Varianten sowie nach Blended Learning gefragt. Die Ergebnisse verdeutlichen den Weg, den das digitale Lernen in deutschen Unternehmen seit Mitte der 1990er Jahre zurückgelegt hat.

Im Jahr 2006 nutzen die meisten Anwenderunternehmen verschiedene E-Learning-Arrangements parallel. Allerdings sind aufwändigere E-Learning-Formen vor allem für größere Betriebe von höherer Relevanz, während KMU häufiger zu leicht einsetzbaren CBT und seltener zu aufwändigeren Blended-Learning-Kursen greifen (Kasten »E-Learning-Einsatz nach Themen, Angaben aus 2001 und 2006 im Vergleich«). Diese Ergebnisse dokumentieren die Entwicklung, die das computergestützte Lernen in Unternehmen sowohl hinsichtlich des Angebots als auch in Bezug auf die Nutzung unterschiedlicher Lernarrangements vollzogen hat: Im Jahr 2001 setzten die von MMB befragten Großunternehmen noch überwiegend CBT (82 Prozent) und Informationssysteme (43 Prozent) ein – nur 34 Prozent der Befragten verwendeten damals bereits innovative Formen wie WBT. Die Steigerung dieser Rate um rund 20 Prozentpunkte sowie das generell erweiterte Formenspektrum zeigen, dass viele Anwenderunternehmen heute selbstverständlicher und vielfältiger mit E-Learning umgehen als noch vor fünf Jahren.

Die meisten Unternehmen, die auf E-Learning setzen, verzichteten bisher noch auf den Einsatz von Learning Management Systemen (LMS). Während

**E-Learning-Einsatz nach Themen, Angaben aus 2001 und 2006 im Vergleich**

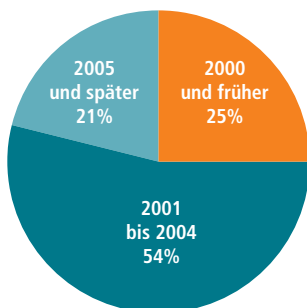
Frage: Für welche Themen in der Weiterbildung setzen Sie E-Learning ein?



© MMB 2006, Quelle: MMB/PSEPHOS 2006; n = 150 Befragte; MMB/PSEPHOS 2001, n = 640 Befragte

## Beginn des E-Learning-Einsatzes im Unternehmen

**Frage:** Seit wann wird E-Learning in Ihrem Unternehmen in der Aus- und Weiterbildung eingesetzt?



© MMB 2006, Quelle: MMB/PSEPHOS 2006, n = 150 Befragte

17 Prozent derzeit LMS nutzen und weitere 7 Prozent dies planen, geben mehr als zwei Drittel (69 Prozent) an, auch zukünftig auf die Verwendung eines LMS verzichten zu wollen. Besonders häufig werden LMS derzeit in Großunternehmen eingesetzt (26,4 Prozent); der Anteil derjenigen, die den Einsatz eines LMS planen, ist dann allerdings in großen und mittleren Unternehmen mit jeweils rund zehn Prozent ähnlich hoch.

Ein Blick auf die KPMG/MMB-Studie von vor fünf Jahren macht deutlich, dass sich der Anteil der LMS-Nutzer unter den Großunternehmen seit 2001 nicht wesentlich gesteigert hat. Zwar gaben damals 42 Prozent der E-Learning-Nutzer an, ihre Inhalte in übergreifende Systeme integrieren zu können, die weitergehende Lern- und Kommunikationsmöglichkeiten, Buchungs- und Abrechnungsfunktionen unter anderem mit anbieten. In der Regel handelte es sich dabei jedoch um eine Lernplattform, deutlich seltener wurden Knowledge-Management-Systeme oder Content-Management-Systeme genannt. Learning-Management-Systeme waren in jedem fünften Großunternehmen im Einsatz (2006 sind es 26 Prozent).

## Top-Lernthemen sind die »harten« Kompetenzen

Bezüglich der Lernthemen rangiert die Vermittlung von »harten« Kompetenzen – vor allem IT-Fachwissen (63 Prozent) – beim betrieblichen E-Learning nach wie vor an erster Stelle, gefolgt von kaufmännischem Fachwissen und Produktschulungen (52 Prozent bzw. 39 Prozent). Softskills wie Kommunikationskompetenz (25 Prozent) oder Teamkompetenz (20 Prozent) werden deutlich seltener über computergestützte Lernformen trainiert. Differenziert man die Stichprobe nach Unternehmensgrößen, so werden Unterschiede sichtbar. Beispielsweise setzen Großunternehmen mit 1.000 und mehr Mitarbeitern überdurchschnittlich häufig computerbasierte Lernformen ein, um die Softskills ihrer Belegschaft zu schulen. Auch zum Fremdspracherwerb wer-

den dort selbstverständlicher E-Learning-Angebote eingesetzt (47,2 Prozent) als in kleinen (17 Prozent) oder mittleren (28 Prozent) Unternehmen (Kasten »E-Learning-Einsatz nach Themen, Angaben aus 2001 und 2006 im Vergleich«).

Vergleicht man die Themen, die in den Jahren 2001 und 2006 mit dem Computer geschult wurden, so haben insbesondere E-Learning-Angebote für die Vermittlung kaufmännischer sowie gewerblich-technischer Fachkompetenzen deutlich an Beliebtheit gewonnen. Aber auch zur Vermittlung von Softskills – und hier besonders der Kommunikationskompetenz – wird E-Learning heute deutlich häufiger eingesetzt als noch fünf Jahre zuvor. Ein leichter Rückgang ist dagegen bei den gängigen »Fertigprodukten« zu Fremdsprachen und IT-Standardanwendungen zu verzeichnen. Beim Vergleich der Werte ist auch zu beachten, dass für die Studie aus 2001 ausschließlich Großunternehmen befragt wurden, die generell häufiger E-Learning einsetzen als kleine und mittlere Betriebe und dabei auch ein breiteres Themenspektrum abdecken.

## Fazit

Drei Schlussfolgerungen aus den hier präsentierten Studienergebnissen zum Stand des E-Learning in deutschen Unternehmen drängen sich auf:

**Erstens:** E-Learning ist mehr als eine technologische Innovation. »E-Learning« als technologiegetriebenes Thema (nach dem bekannten Muster »Lösung sucht Anwendung«) hat sich überholt. Zwar sind offenbar viele Unternehmen, die in der euphorischen Phase bereits erste Erfahrungen mit digitalem Lernen gemacht haben – die sogenannten »Innovatoren« also –, dieser neuen Lernform treu geblieben. Der Begriff »E-Learning« und die mit ihm konnotierte technologische Innovation allein sorgt aber nicht mehr für Akzeptanz. Entscheidend ist, dass der kurz- und mittelfristige Nutzen für die Kernziele des Unternehmens herausgestellt und glaubhaft gemacht wird – und dass der spezifische Beitrag zur Erreichung dieser Ziele auch nachweisbar ist. Die Themen »Controlling« und »Effizienzmessung« rücken damit ins Zentrum der Argumentation.

**Zweitens:** KMU beginnen die Potenziale des E-Learnings zu erschließen. Kleine und mittlere Unternehmen stellen eine besondere Herausforderung für den E-Learning-Markt dar. Der Zusammenhang zwischen Unternehmensgröße und Verbreitung digitalen Lernens ist in den zitierten Studien zweifelsfrei nachgewiesen worden. Auf der anderen Seite bilden KMU sowohl für den Arbeitsmarkt als auch für technologische und Produktinnovationen das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Neben neuen Geschäftsmodellen, die der Unternehmensgröße Rechnung tragen, wie Content Sharing oder Application Service Providing, ist auch die Unterstützung durch Politik und

Verbände weiterhin unverzichtbar. Das betrifft Förderprojekte zur Implementierung von E-Learning in KMU (z.B. LERNET) ebenso wie regionale Konzepte (Kompetenzzentren, Portale etc.) zur gezielten Unterstützung von KMU (z.B. WISNET im Märkischen Kreis). Schließlich ist auch das Thema »Lernkultur« endlich konstruktiv aufzugreifen. Beispiele aus kleinen Unternehmen, in denen die Geschäftsleitung bei der Nutzung neuer Lernformen »mit gutem Beispiel vorangeht«, können hier die Richtung weisen.

**Drittens:** Marktstudien dürfen sich nicht von Hype-Themen abhängig machen. Eine große repräsentative Nutzerstudie, die sich – in Fortführung der KPMG/MMB-Studie – ausführlich mit unterschiedlichen Einsatzkonzepten und Strategien befasst und auch die Beschäftigten zu Wort kommen lässt, sollte im Interesse aller Beteiligten möglichst bald durchgeführt werden. Sinnvoll wäre ein Panel-Ansatz, wie er in vergleichbaren Marktstudien mit großem Erfolg zum Einsatz kommt.

## AUTOR



### Dr. Lutz P. Michel, M.A.,

Inhaber und Geschäftsführer des »MMB Instituts für Medien- und Kompetenzforschung«, Essen/Berlin. 1969-1975 Studium der Slavistik, Publizistik und Soziologie an der Westfälischen Wilhelms Universität Münster; Magister Artium 1975, Dr. phil. 1980; 1980-1989 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Publizistik, Universität Münster; 1990-1995 Wissenschaftlicher Mitarbeiter des privaten Forschungsinstituts infas, Bonn-Bad Godesberg, dort zuletzt Geschäftsführer der infas Medienforschung GmbH. Seit 1996 Inhaber und Geschäftsführer der Firma MMB Institut für Medien- und Kompetenzforschung mit Sitz in Essen und Berlin; Arbeitsschwerpunkte des Instituts: Bildungsforschung, Berufsforschung, Arbeitsmarktforschung, Standortforschung, Politikberatung. Seit Anfang 2004 ist Dr. Michel Vorstandsvorsitzender des Deutschen Netzwerks der E-Learning Akteure (D-ELAN).

Dr. Lutz P. Michel  
Folkwangstraße 1  
45128 Essen  
Tel. +49/2 01/7 20 27-0  
Fax +49/2 01/7 20 27-29  
[www.mmb-institut.de](http://www.mmb-institut.de)