

Digitale Medien in der Berufsbildung

Konzepte, Erfahrungen und Perspektiven der Lernortkooperation

Digitale Medien in der beruflichen Bildung – Innovative Entwicklungen und Trends.

Ein Sachstandsbericht für die Lernorte „Betrieb“ und „Schule“.

Dr. Lutz Goertz

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung, Essen/Berlin

Über MMB

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung ist seit 1996 beratend und forschend tätig für Ministerien, Institutionen und Unternehmen. Folgende Kompetenzfelder werden dabei abgedeckt:

| |
|--|
| Qualifikationsbedarfs- und Berufsforschung |
| Bildungs- und Kompetenzforschung |
| Digitales Lernen |
| Arbeitsmarktforschung |
| Medienforschung |
| Begleitforschung / Evaluation |
| Standortanalysen |

Inhalt

- Lernort Unternehmen: Befunde der KMU-Studie „LERNET_2008“
- Lernort Schule: Befunde aus der Studie „Digitale Schule – wie Lehrer Angebote im Internet nutzen“
- Ausblick: Gemeinsamkeiten der E-Learning-Perspektiven von KMU und Berufsschulen

Fragestellungen

- Wie sieht die Nutzung von neuen Lernmedien in Unternehmen (KMU) und Schulen aus?
- Welche Gemeinsamkeiten lassen sich bei der Nutzung von neuen Lernmedien in kleinen und mittelständischen Unternehmen und (Berufs-)Schulen finden?
- Was kann man aus diesen Gemeinsamkeiten lernen?
- Wie können die nächsten Schritte aussehen?

Lernort Unternehmen:

KMU-Studie „LERNET_2008“

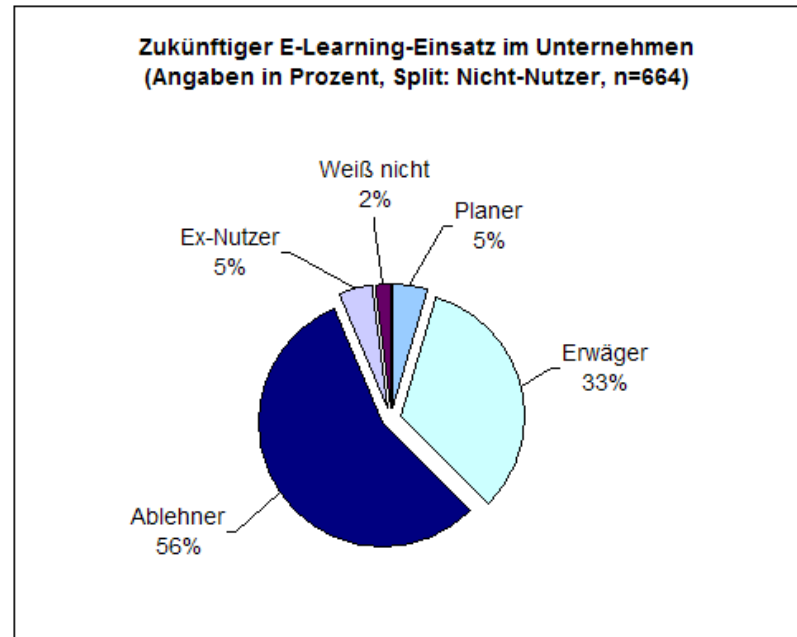
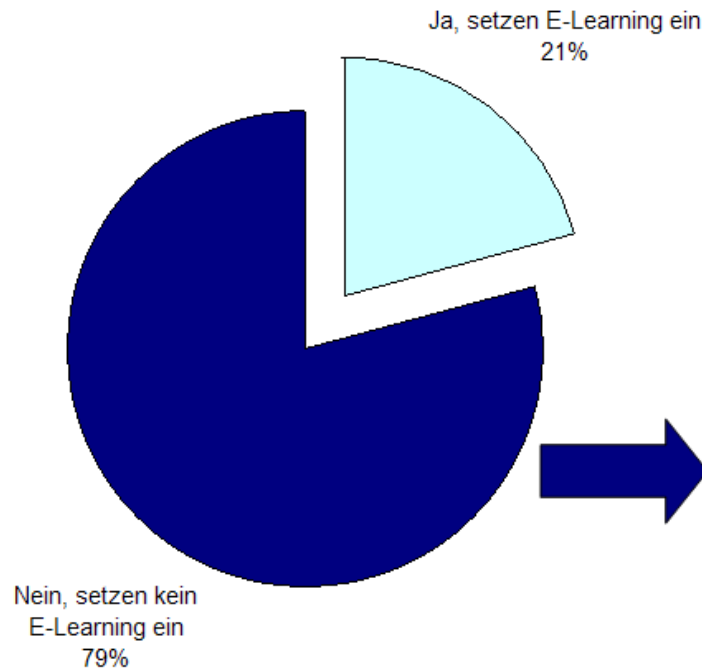
(Auftraggeber: BMWi)

Studiensteckbrief „LERNET_2008“

- Studie des MMB-Instituts für Medien- und Kompetenzforschung gemeinsam mit dem Psephos-Institut Berlin/Hamburg (im Auftrag der Universität Duisburg-Essen)
- Telefonische Befragung (CATI) von 837 Weiterbildungsverantwortlichen in deutschen Unternehmen mit 50 bis 1.000 Mitarbeitern
- 173 Gesprächspartner gaben an, E-Learning einzusetzen, weitere 21 Unternehmen planen die Einführung
➔ intensivere Befragung dieser Teilnehmer
- Zeitraum: Juli bis August 2007
- Vergleichsdaten zu 1999

Jedes fünfte KMU nutzt eLearning („room to grow“)

E-Learning-Nutzung und -Planung (Angaben in Prozent)

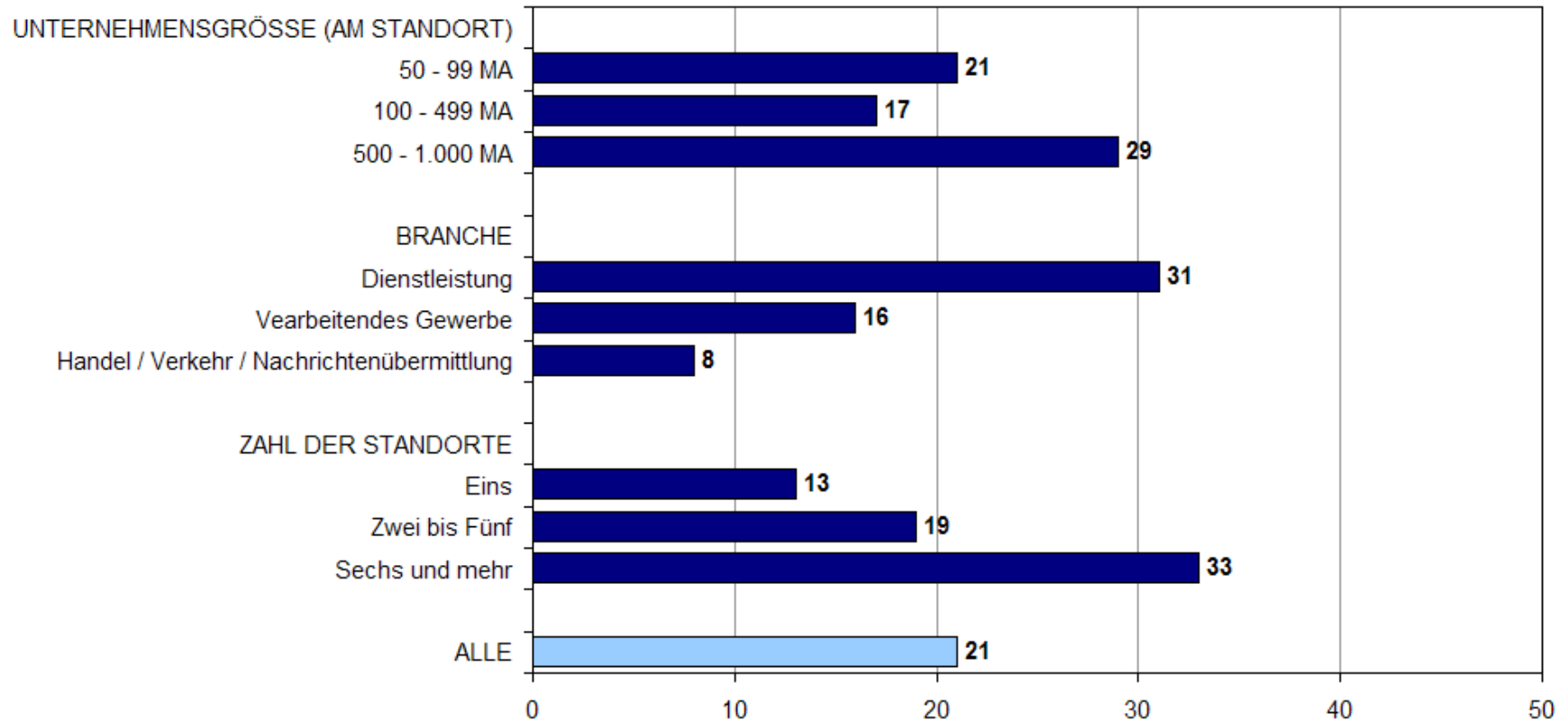


Frage: Setzen Sie in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung in Ihrem Unternehmen auch E-Learning, also das Lernen mit dem Computer ein?

Quelle: MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI) "LERNET 2007", August 2007, n=837

Führend: Große Dienstleister mit vielen Standorten

Einsatz von E-Learning im Unternehmen
(Angaben in Prozent)

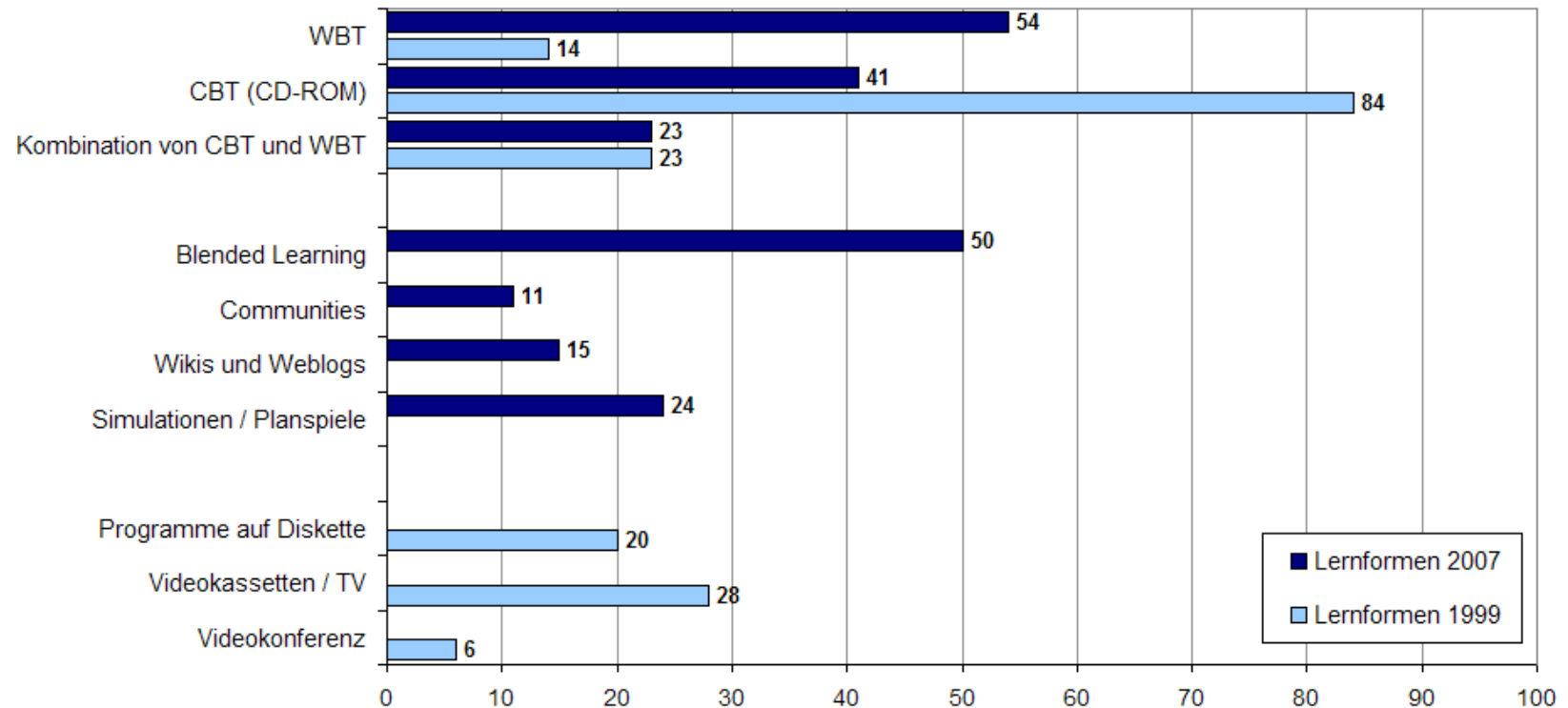


Frage: Setzen Sie in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung in Ihrem Unternehmen auch E-Learning, also das Lernen mit dem Computer ein?

Quelle: MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI) "LERNET 2007", August 2007, n=837

Blended Learning und Web 2.0 gehört die Zukunft

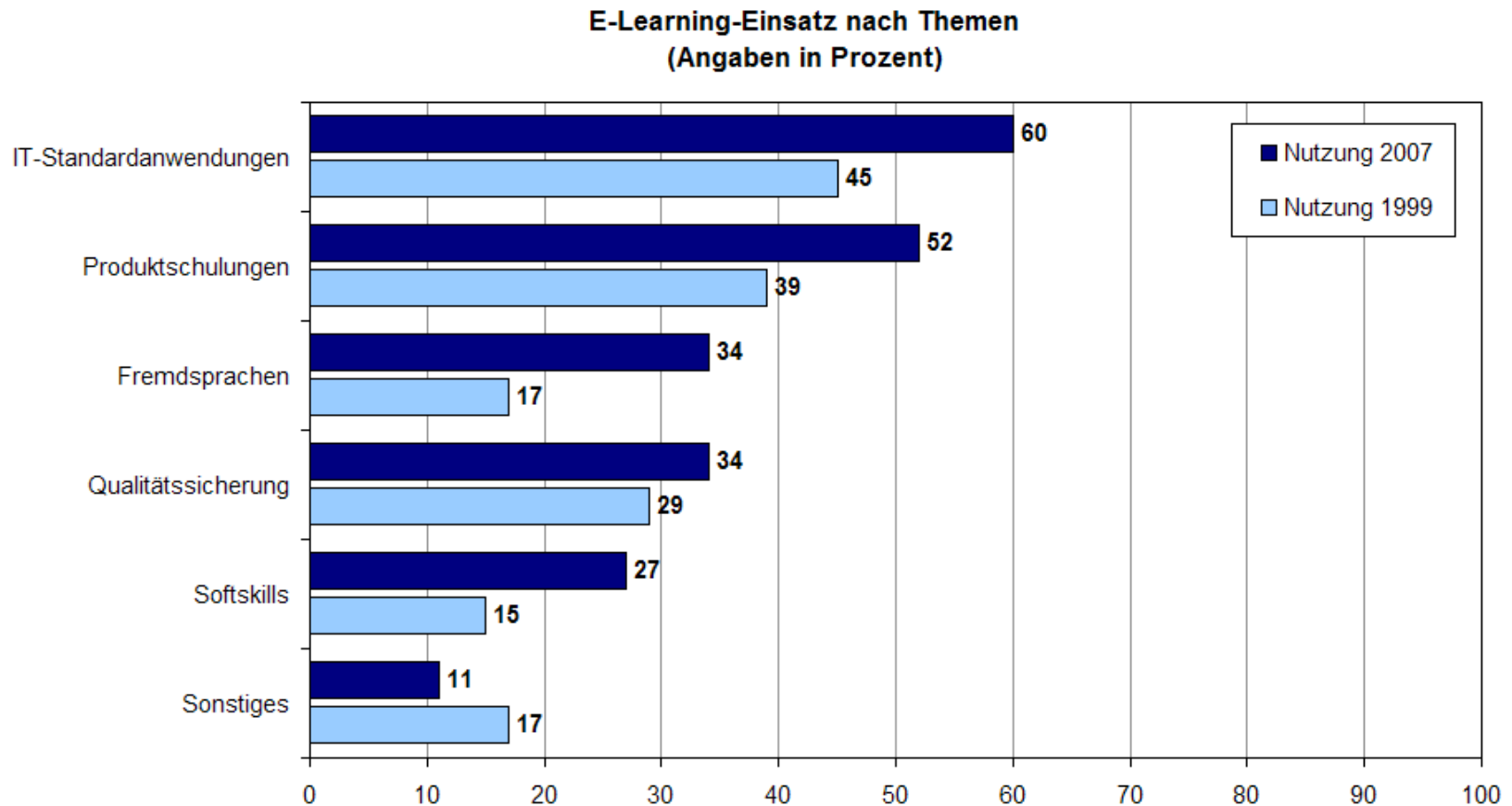
Genutzte E-Learning-Formen / Formen der Inhalteaufbereitung
(Angaben in Prozent)



Frage: Welche Formen des E-Learning sind im Rahmen Ihrer betrieblichen Weiterbildung von besonderer Bedeutung?

Quellen: MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI) "LERNET 2007", August 2007, n=837
MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI), 1999, n=800

Auch bei den Themen: Intensivierung des Einsatzes

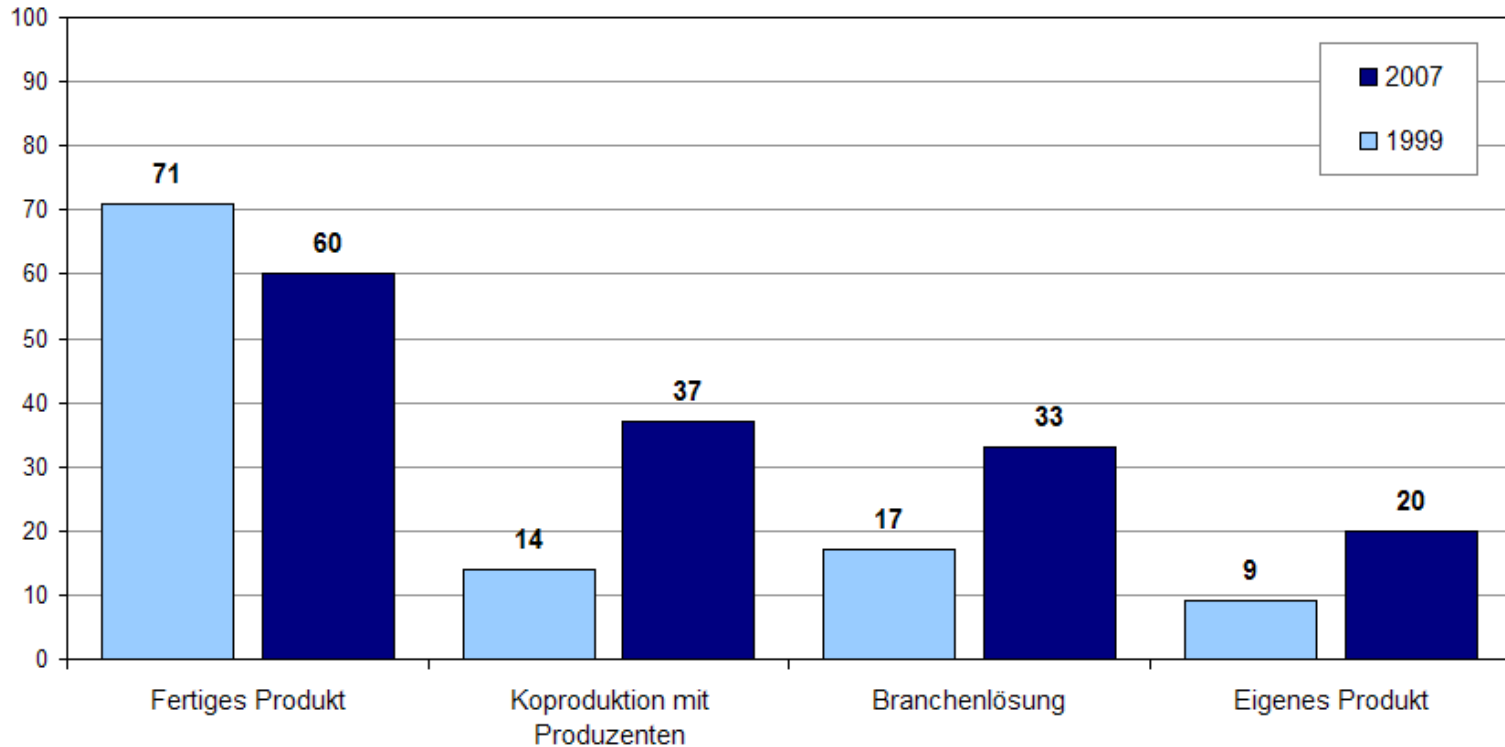


Frage: Für welche Themen in der Weiterbildung setzen Sie E-Learning ein, bzw. planen Sie den Einsatz von E-Learning?

Quellen: MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI) "LERNET 2007", August 2007, n=837
MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI), 1999, n=800

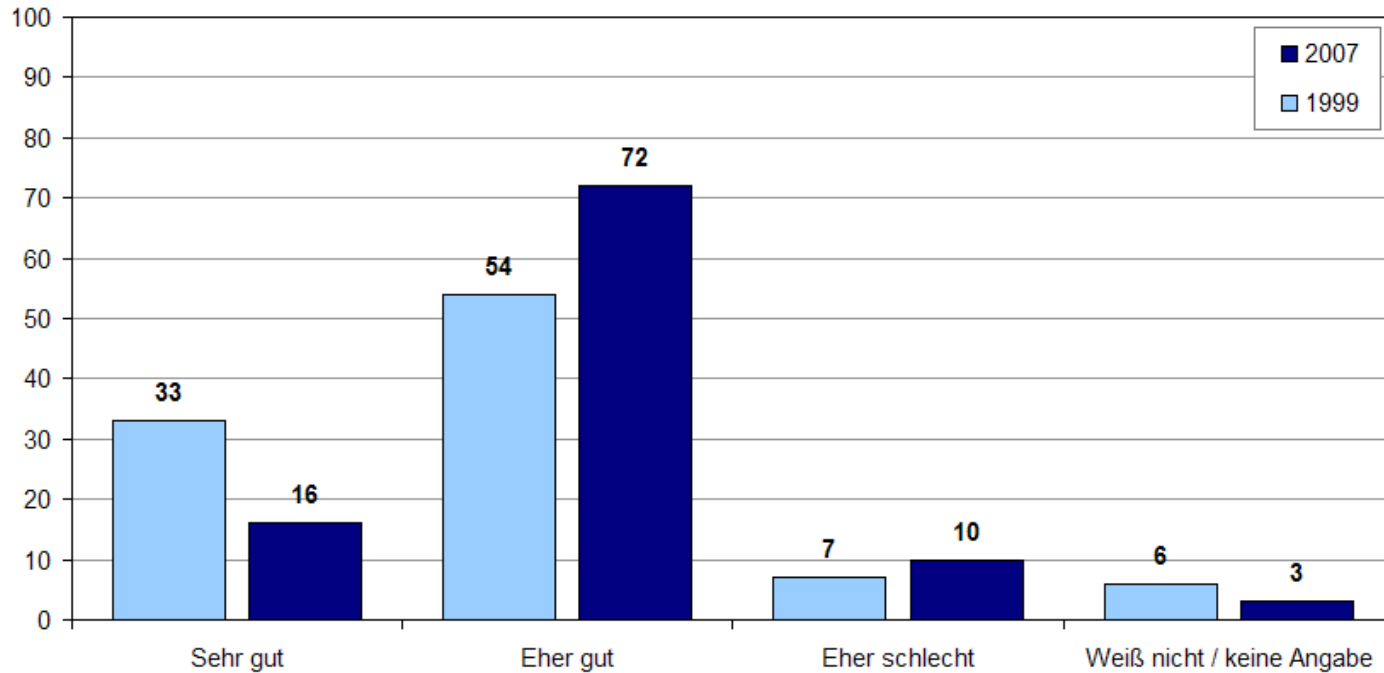
Nicht von der Stange, sondern Maßanfertigung gefragt

Herkunft der E-Learning-Arrangements (Make or Buy?)
(Angaben in Prozent)



Starke Zustimmung für E-Learning bei „Endnutzern“

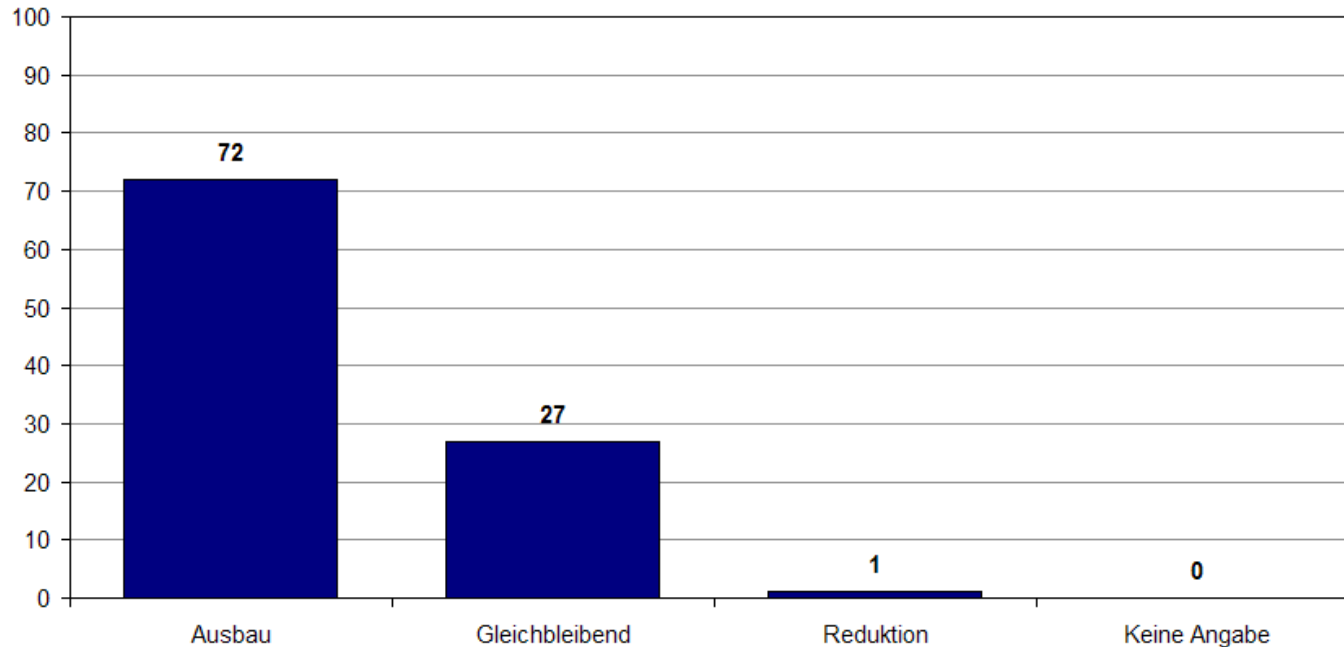
Akzeptanz von E-Learning in der Belegschaft
(Angaben in Prozent)



Quellen: MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI) "LERNET 2007", August 2007, n=173
MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI), 1999, n=192

Unternehmen wollen E-Learning weiter ausbauen

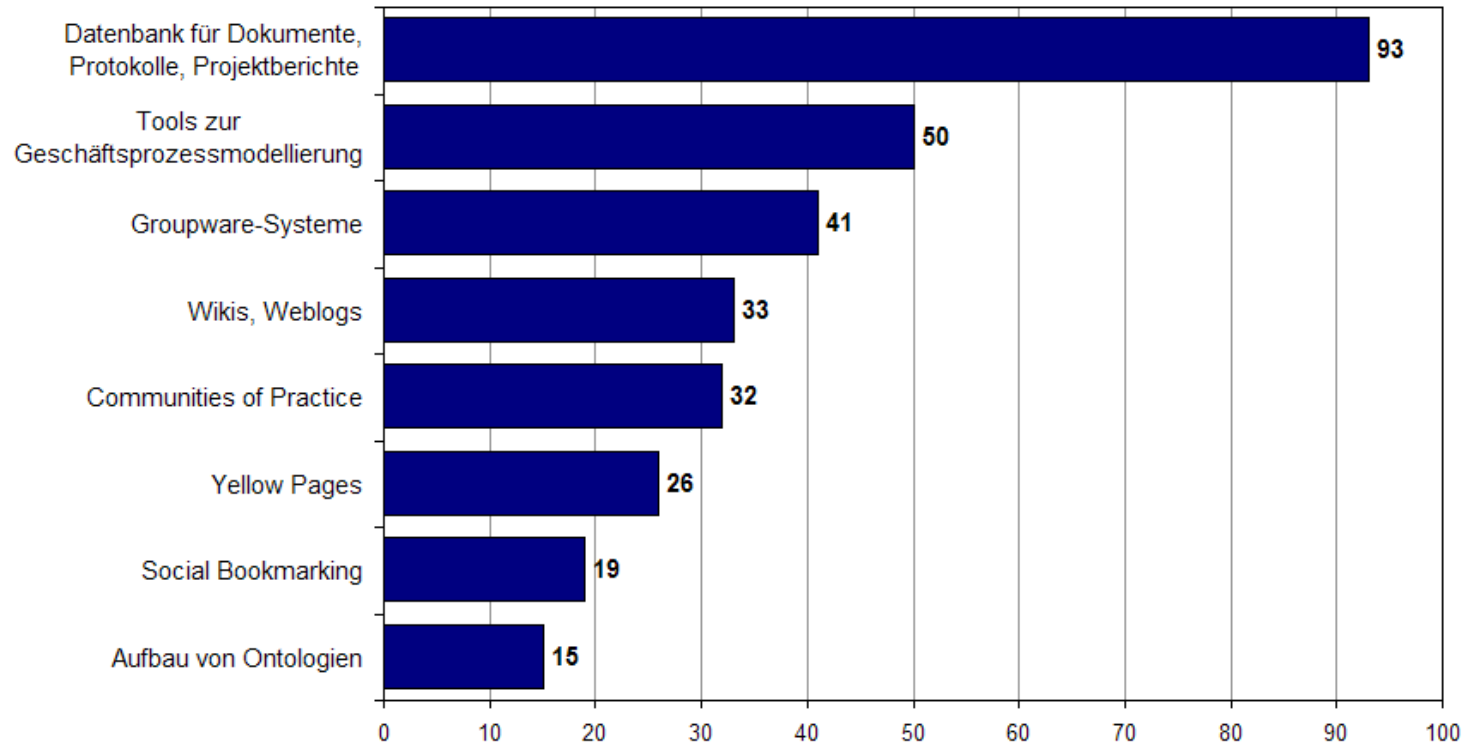
Zukünftige Entwicklung von E-Learning
(Angaben in Prozent)



Quellen: MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI) "LERNET 2007", August 2007, n=173
MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI), 1999, n=192

Auch Wissensmanagement geht in Richtung Web 2.0

Genutzte Formen des Wissensmanagements
(Angaben in Prozent)



Quelle: MMB / Psephos: Repräsentative Telefonbefragung (CATI) "LERNET 2007", August 2007, n=173

Lernort Schule:

„Digitale Schule – wie Lehrer Angebote im Internet nutzen“

(Auftraggeber: BMBF)

Studiensteckbrief „Digitale Schule“

- Studie des MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung
- Umfangreiche Analyse von insgesamt 36 Online-Angeboten für Lehrer
- 30 Leitfadeninterviews mit Experten aus Schulen, Verlagen und Bildungs-Vertretern der Bundesländer
- Schriftliche Befragung von 186 Lehrerinnen und Lehrern aller Schularten und Schulstufen
- Zeitraum: Juni bis September 2007

Potenzial

Der „Markt“ der allgemeinbildenden und Berufsschulen in Deutschland:

- 45.500 Schulen
- 800.000 Lehrer
- 12,3 Mio. Schüler

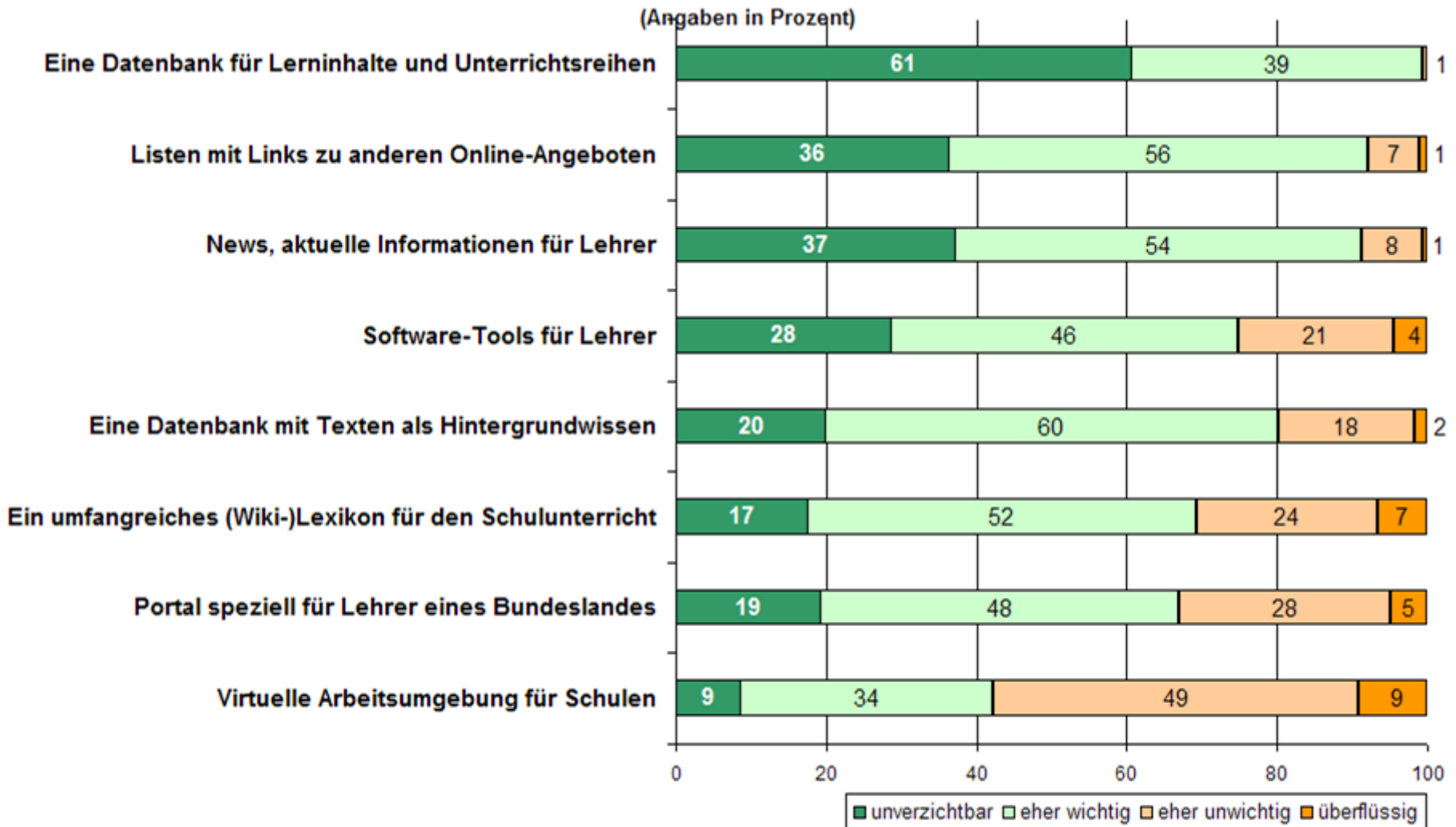
- 90% der Lehrer nutzen Computer und Internet zur Unterrichtsvorbereitung; 20-30% setzen die neuen Medien im Unterricht ein
- 83% der Kinder zwischen 6 und 13 Jahren und 98% der Jugendlichen haben zu Hause Zugriff zu PC und Internet

Digitale Schule: Eckdaten

| | Grundschule | Hauptschule | Realschule | Gymnasium | Gesamtschule | Andere | Summe Allg.b. Schulen | Summe Berufsschule |
|----------------|-------------|-------------|------------|-----------|--------------|-----------|-----------------------|--------------------|
| Schulen | 16.814 | 5.005 | 2.976 | 3.096 | 717 | 8.280 | 36.888 | 8.742 |
| Schüler | 3.176.478 | 1.023.838 | 1.324.683 | 2.431.329 | 520.684 | 1.028.229 | 9.505.241 | 2.770.813 |
| Lehrer | 191.919 | 71.822 | 76.320 | 163.537 | 39.351 | 124.762 | 667.711 | 122.483 |

Quelle: destatis, Stand: 2005, allgemeinbildende Schulen und Berufsschulen

Wichtigkeit von Funktionalitäten und Inhalten eines „idealen“ Web-Angebots für Lehrer

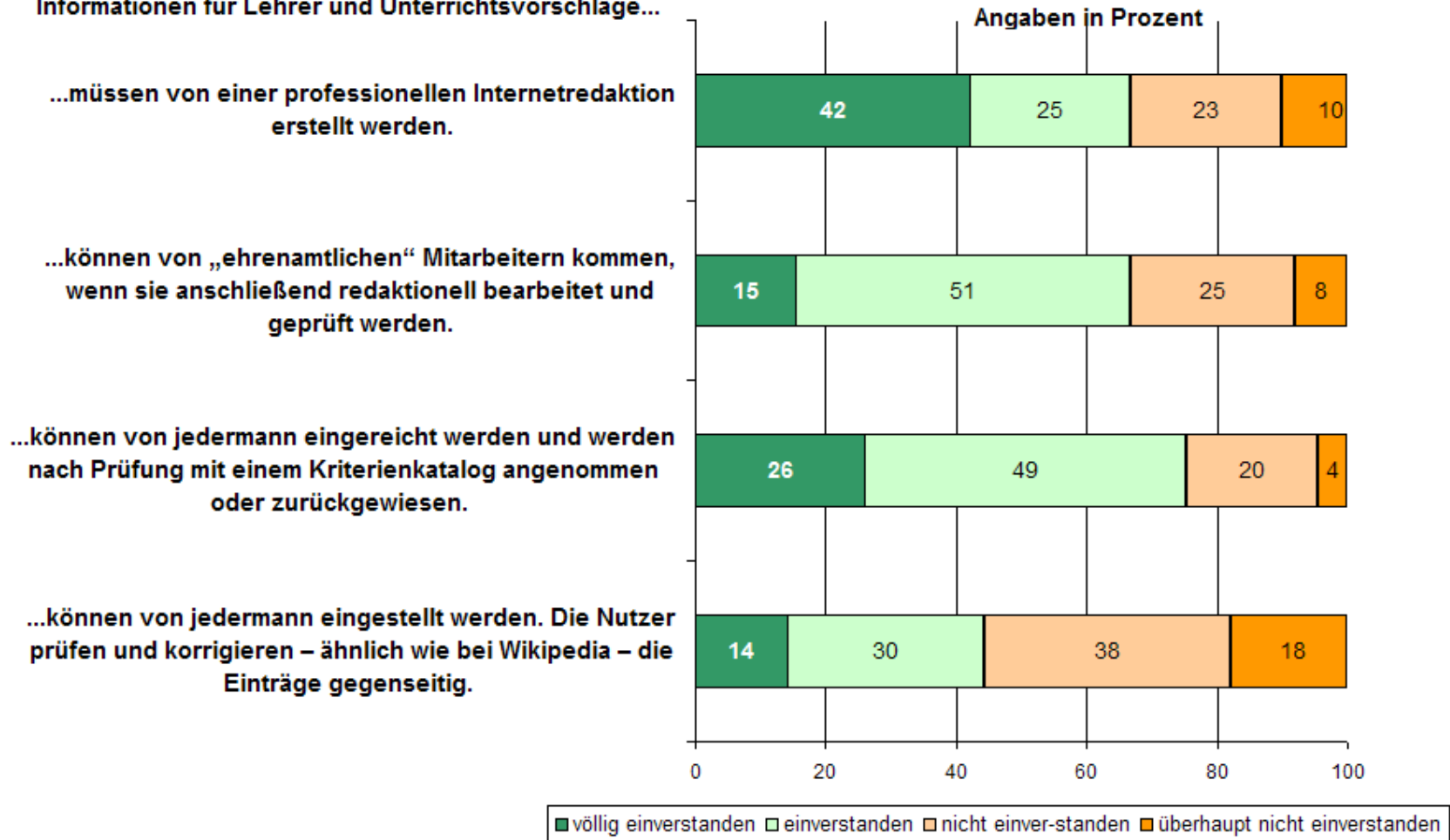


Frage: C6 Es gibt verschiedene Funktionen, Leistungen und Services, die ein Portal für Lehrer bieten kann. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Funktionen?

Quelle: MMB, August/September 2007, n=175-

Methoden inhaltlicher Qualitätssicherung

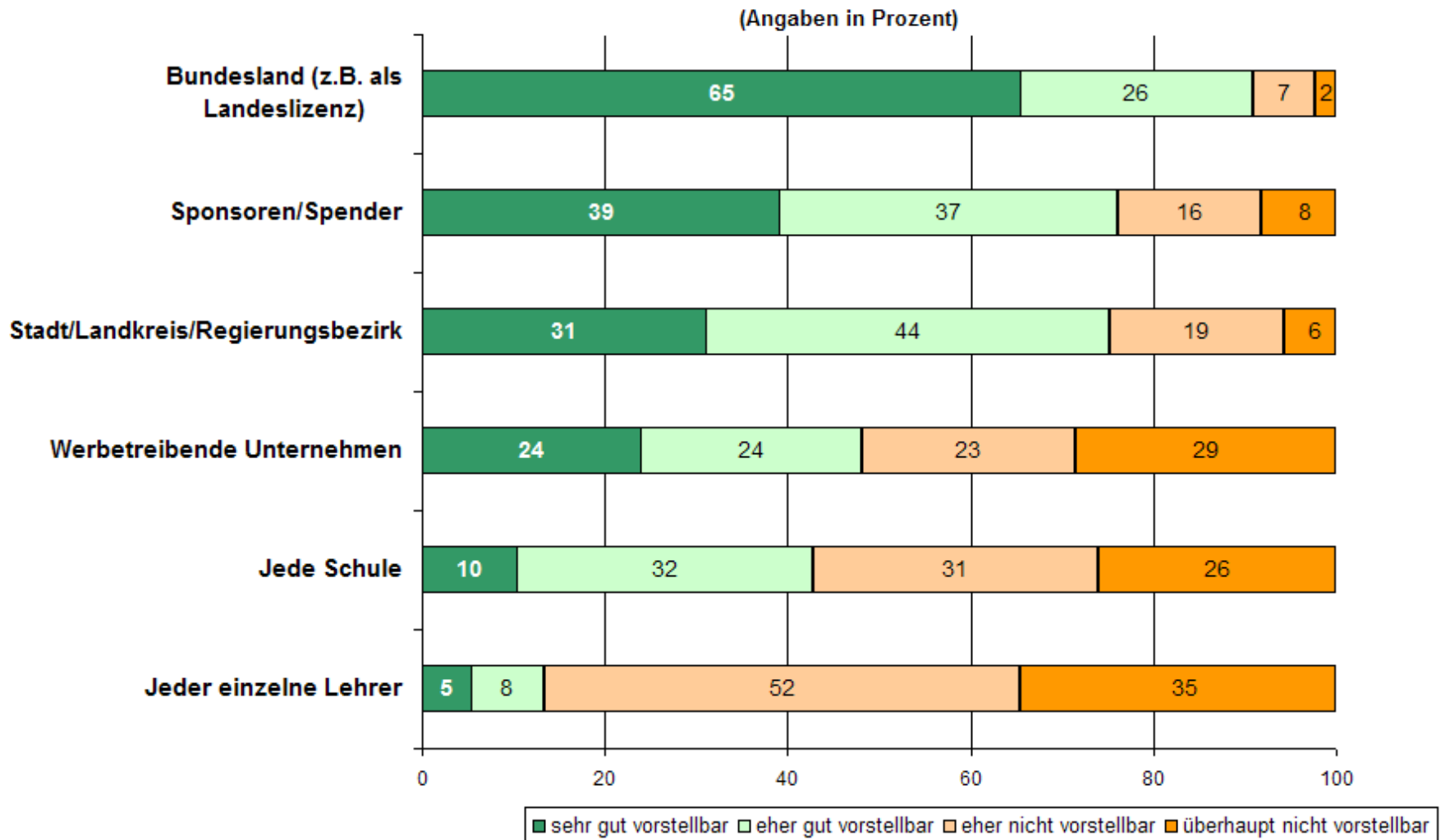
Informationen für Lehrer und Unterrichtsvorschläge...



Frage: D7 Es gibt verschiedene Methoden, um sicherzustellen, dass die Inhalte auf einem Lehrer-Portal gut recherchiert und sorgfältig aufbereitet sind. Bitte geben Sie an, inwieweit Sie folgende Methoden akzeptieren.

Quelle: MMB, August/September 2007, n=175-178

Einschätzung zusätzlicher Finanzierungsquellen

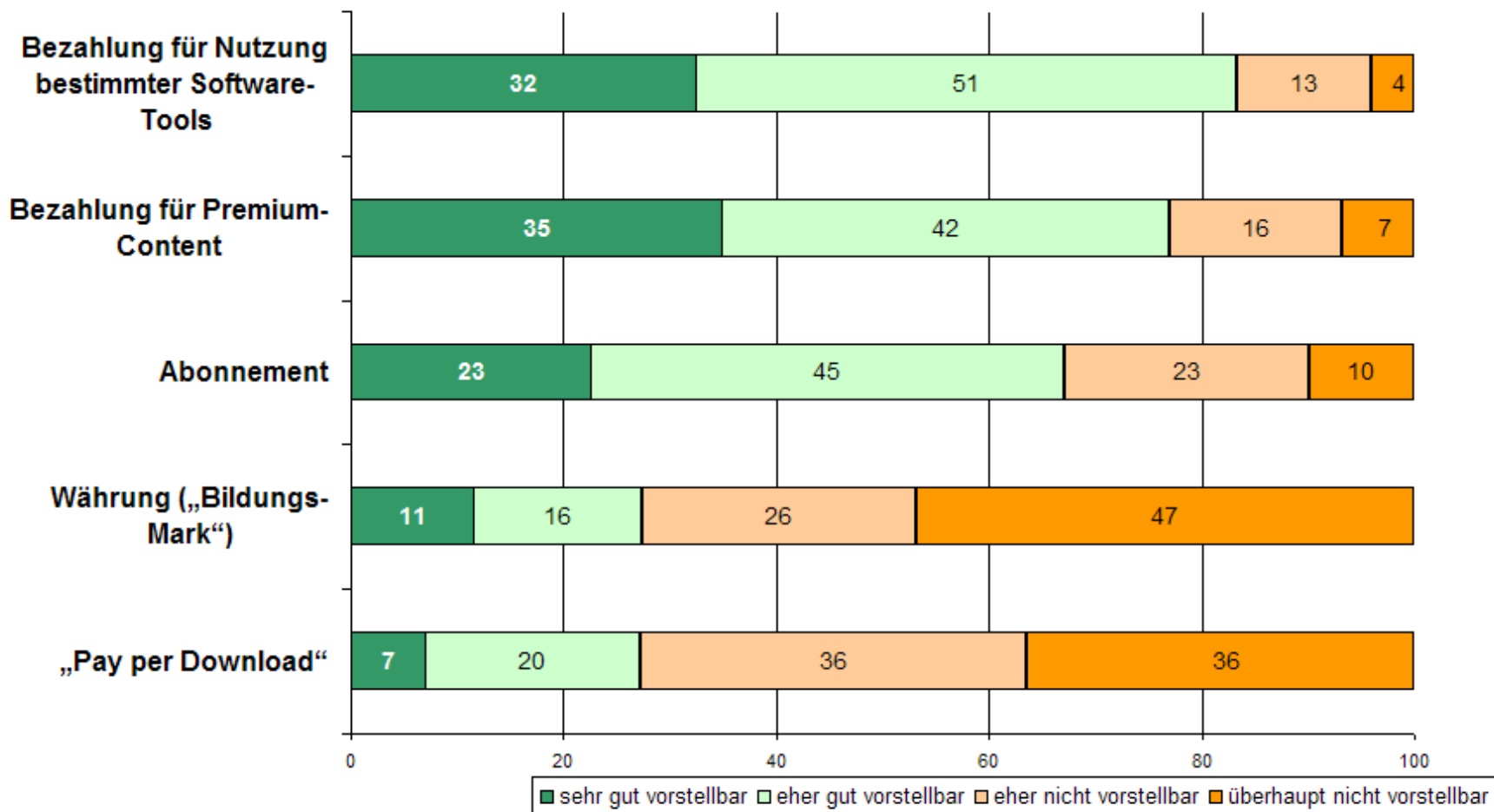


Quelle: MMB, August/September 2007, n=168-176

Frage: E8 Neben öffentlichen Mitteln sind auch andere Finanzierungsmöglichkeiten denkbar, um ein hochwertiges Lehrerportal abzusichern. Welche zusätzlichen Finanzierungsquellen können Sie sich vorstellen?

Einschätzung verschiedener Erlösmodelle

(Angaben in Prozent)



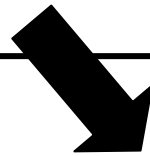
Quelle: MMB, August/September 2007, n=173-178

Frage: E9 Eng damit verbunden sind auch die Arten, wie das Portal finanziert werden kann. Welche Finanzierungsart(en) können Sie sich persönlich gut vorstellen?

Ausblick

Gemeinsamkeiten von Unternehmen und (Berufs-)Schulen

| Unternehmen | Schulen |
|---|--|
| Gute Ausstattung, „Room to grow“ | Gute Ausstattung, viele Nutzer unter Lehrern, aber nicht im Unterricht |
| Interesse an konfektionierten Lerninhalten („lean back“, Web 1.0) | Interesse an fertigen Unterrichtsmaterialien (Web 1.0) |
| Wachsende Bereitschaft zur Nutzung von Wikis, Communities | Pioniere, die selbsterstellte Inhalte präferieren (Web 2.0) |



- Wege finden, wie sich computerunterstütztes Lernen „Hand in Hand“, also durch Zusammenarbeit von KMU und Berufsschulen [„Dritter Lernort“], realisieren lässt

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Kontakt: www.mmb-institut.de



Institut für Medien- und
Kompetenzforschung