

## Leistungsschau der Branche

Vom 3. bis 5. Februar 2009 zeigt die E-Learning-Branche auf der Learntec, was sie für Weiterbildung und Personalentwicklung zu bieten hat. Ob diese Bereiche unbeschadet durch die stürmischen Rezessionszeiten kommen, wird jedoch davon abhängen, ob ihre Angebote die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Kunden glaubhaft verbessern.



„Wir werden auf der Fachmesse auch dieses Jahr wieder eine Leistungsschau sehen, die die Fortschritte der Branche deutlich macht. Die Content-Erstellung wird einfacher, Lernplattformen werden noch smarter, die Anwendungen für mobile Geräte werden noch zahlreicher. Was letztes Jahr noch als besonderes Feature herausgehoben wurde, wie etwa die Einbindung von Podcasts und Wikis, wird heute schon für selbstverständlich gehalten“, meint Frank Pflugfelder, Learntec-Projektleiter der Karlsruher Messe- und Kongress GmbH.

Künftige Trends in der Entwicklung der digitalen Welt und in den Anforderungen der Personalentwicklung stehen auf dem Kongress zur Diskussion. Die thematische Bandbreite umfasst Zukunftsszenarien wie die Ausgestaltung von „Enabling Spaces“ für Innovationen oder den Transfer von Ergebnissen der Hirnforschung in Bildungsprogramme, ebenso wie praktische Fragen, etwa nach den Besonderheiten des Kompetenzmanagements für KMU.

Viele Teilnehmer – sowohl Aussteller als auch Besucher von Messe und Kongress – kommen seit Jahren nach Karlsruhe. Das hier versammelte kollektive Know-how zur

Umsetzung digitaler Innovationen im Bildungsbereich dürfte einmalig sein: Die Learntec ist die größte Veranstaltung zu E-Learning in Deutschland und damit in Europa.

### Neue Geschäftsfelder sichtbar

Für viele Aussteller ist diese Fachmesse, obwohl nicht als Publikumsveranstaltung gedacht, der wichtigste Branchenevent. Hier werden Kundenkontakte gepflegt und Partnerschaften bekräftigt und angebahnt. „Sie ist seit ihrer Entstehung die einzige Messe, die digitale Lernangebote und die Neuen Medien in den Mittelpunkt stellt. Dadurch haben wir hier die größte Chance, Entscheider für E-Learning-Aktivitäten zu treffen, und präsentieren im Unterschied zu klassischen Weiterbildungsveranstaltungen das gesamte Programm unseres Portfolios“, erklärt Hans Gieringer, Geschäftsführer der Bit Media AG.

Die Aussteller sind in der großen Mehrzahl – wenn man von Schwergewichten wie SAP oder Adobe Systems absieht – mittelständische Firmen, deren Kunden in der Regel größer sind als sie selbst. KMU sind bekanntermaßen zögerliche Abnehmer bildungstechnologischer Produkte; nach wie vor ist E-Learning vor allem die

Sache großer Unternehmen und Organisationen. Diese Kunden sind sich ihrer Marktmacht bewusst und ihre Ansprüche sind hoch, ob in technischer, geschäftlicher oder didaktischer Hinsicht.

Die zunehmende Verbreitung des Internets und des netzbasierten Lernens hat die Geschäftsfelder der Anbieterfirmen verändert. Für die Stuttgarter Know How AG beschreibt dies Geschäftsführer Frieder Tempel so: „Wir haben früher vor allem IT-Präsenzseminare angeboten. Heute machen wir sehr viel mehr Umsatz mit E-Learning- und Blended-Learning-Projekten und befassen uns dabei auch mit der Vermittlung von Soft Skills.“

Der Innovationsdruck ist enorm und was vor drei Jahren noch vermarktbar war, kann heute bereits unattraktiv sein. Nach allgemeiner Auffassung sinkt die Halbwertszeit des Wissens – diese Aussage begründet die Existenzberechtigung vieler Anbieter, die ihre Kunden in die Lage versetzen, per Internet neues Wissen schnell bereitzustellen. Aber auch Bildungsangebote haben eine Verfallszeit, die die Anbieter dazu zwingt, ständig Neuerungen zu entwickeln und zu präsentieren. Dies gilt insbesondere hier, wo direkte Wettbewerber Seite an Seite für sich werben.

An den Ständen werden die Trendlinien in betrieblichem Lernen und Wissensmanagement deutlich. Beate Bruns von time4you geht von einer zunehmenden Tendenz zu integrierten Lösungen aus: „Unseren Kunden reichen reine Lernmanagement-Systeme nicht mehr. Sie sehen Personal-, Informations- und Trainingsmanagement nicht mehr als isolierte Aufgaben, sondern als Bestandteile eines Gesamtprozesses. Darauf haben wir uns eingestellt und unser Produktportfolio entsprechend ausgebaut.“

Eine ähnliche Entwicklung beschreibt Petra Engstler-Karrasch von ETS Didactic Media: „Als wir vor 25 Jahren entstanden, waren wir ein Verlag für multimediale Lernprogramme. Heute implementieren wir komplette Wissensmanagementsysteme und können Qualifizierungsprozesse technisch und pädagogisch durchgehend gestalten.“

Auch im Content-Bereich sind die Anforderungen gestiegen. Die Konformität mit Standards (SCORM) setzen Kunden voraus und Lernprogramme wollen sie heute selbst aktualisieren, erweitern und warten können. Die Vielfalt der Einsatzszenarien und Lernarrangements der Programme hat sich im gleichen Maß vergrößert wie die Kundenzahl, eine Beschränkung auf bestimmte Branchen gibt es nicht mehr. Einen Überblick versucht die bit media an ihrem Stand zu geben. „Wir feiern nächstes Jahr unser 10jähriges Bestehen und werden exemplarische Kundenprojekte aus dieser Zeit zeigen. Darunter sind Lösungen von A, wie Automobilzulieferer, bis Z, wie für ZDF“, kündigt Hans Gieringer an.

### **Trends sichtbar**

Die Portfolios orientieren sich auch hier am Bedarf. „Führungstraining bleibt ein Schlüsselthema, und die Unterstützung des informellen Lernens steht heute ebenfalls weit oben auf der Wunschliste unserer Ansprechpartner. Wir haben daher für beide Bereiche neue Produkt- und Serviceprogramme entwickelt.“, erklärt Kerstin Stengel von Skillsoft Deutschland (früher NETg).

Das Unternehmen, das vor allem durch sein IT-Standardangebot bekannt ist, zeigt an seinem Messestand den Einsatz der seit September auf Deutsch vorliegenden Online-Bibliotheken „Books 24 x 7“ für das Lernen am Arbeitsplatz. Für das Lernen von Führungskräften konzipiert ist die neue Produktreihe des Leadership Development Channel. „Die Vorteile der Peer-to-Peer Education zeigen sich besonders bei Managern: Sie lernen am liebsten von anerkannten Top-Managern. Dafür haben wir 750 Videos von Live-Veranstaltungen mit Geschäftsführern und Bestsellerautoren produziert“, führt Stengel aus.

Mit einer anhaltend steigenden Nachfrage nach individuell erstelltem Content rechnet die Münchner CBTL, die mit der neuen Version ihres Evolution-Tools auch die Bereitstellung von Lerninhalten für mobile Geräte unterstützt. „Wir produzieren vollständige Lernprogramme im Kundenauftrag oder helfen Kunden, dies selbst zu tun. Wie das onlinebasiert funktioniert, ohne die Installation von Clientsoftware auf Kunden-PCs, können wir jedem an unserem Stand vorführen, der einen WLAN-Laptop mitbringt.“, sagt Marketing Managerin Patricia Beauvery.

### **Coaching kostbar**

Nach allen Umfragen zur Führungskräfteteamentwicklung wird Coaching zunehmend wichtiger. Darauf hat die Oberhausener CSG Medien reagiert und stellt in Karlsruhe ein Tool für das Online-Coaching namens „LP Scocoon“ vor. „Hinter dem Namen stecken „Life Positioning System“ analog zu GPS und das Wort „Kokon“. Klienten fühlen sich oft in ihren Problemen verstrickt und gefangen – wie in einem Kokon. Wir helfen ihnen, den Kokonfaden zu erkennen und sich selbst aus dieser Hülle zu befreien“, erklärt Geschäftsführerin Christiane Grabow. Die 3D-Software, mit der die ratsuchende Person und ihr Coach in einem virtuellen Konferenzraum kommunizieren, ist die digitale Fassung eines physischen Tools mit Koffer und Steinen für systemische Aufstellungen.

Entgegen anders lautenden Erwartungen wird die E-Learning-Welt nicht jedes Jahr neu erfunden. Aber die so genannten „Serious Games“ werden dieses Jahr auf der Messe vermutlich zu neuer Prominenz gelangen. Online-Planspiele zählen zu den ersten Anwendungen des internetbasierten Lernens, und die bekanntesten deutschen Management-Simulationen, die Topsisim-Serie von Tata Interactive Systems, werden seit Jahren auf der Messe präsentiert. Das Europäische Planspielforum hat auf dem Learntec-Kongress eine feste Heimat gefunden. Doch mittlerweile hat die Zahl der Spieleinteressierten gewaltig zugenommen. Dies ist weniger auf die Tatkraft der Planspielspezialisten zurückzuführen, als auf die Mediennutzung der Netgener – die bis zu 30-Jährigen – die mit Konsolen- und Computerspielen groß geworden sind. Warum sollte man das Medium Computerspiele nicht auch für Produktschulungen und die allgemeine Wissensvermittlung einsetzen?

### Wissen hörbar

Das fragen sich immer mehr Bildungsverantwortliche – und die Antwort fällt eindeutig aus: Die Welle der digitalen Lernspiele ist vom Verbrauchermarkt in die Unternehmen geschwappt. Mittlerweile sehen auch zahlreiche Content-Hersteller darin ein vielversprechendes Tätigkeitsfeld. Peter Schöner von memoray erläutert die Sicht seines Unternehmens: „Wir setzen auf kundenspezifische Projekte, die meist in Schulungsmaßnahmen eingebettet sind, und entwickeln mit Experten des Kunden in kurzer Zeit komplexe Spielszenarien. Dabei stützen wir uns auf kybernetische Wirkungsnetze. Ist das Spiel erst einmal konzipiert, lässt es sich über Jahre hinweg einsetzen und auf individuelle Bedürfnisse adaptieren.“

„Serious Games – Gamebased Learning“ ist auch der Titel einer ganztägigen Session des dreitägigen Learntec-Kongresses, der parallel zur Fachmesse stattfindet. Wie bereits im vergangenen Jahr verteilen sich die Kongress-Beiträge auf die Themenfelder Business, Technologie, Didaktik und Wissensmanagement. Hinzu kommt in diesem Jahr der Bereich „Best Practices“. Besucher haben die Qual der Wahl: Die fünf Themenstränge laufen parallel.

„Wir haben den Anspruch, die zentralen Fragen von Kompetenz- und Personalentwicklung sowie des Wissensmanagements zu diskutieren. Dabei versuchen wir, gesicherte Ergebnisse ebenso wie Pionierprojekte vorzustellen und visionäre Entwürfe und Praxisbeispiele gleichermaßen zu würdigen“, erklärt Professor Dr. Sabine Seufert, Mitglied der wissenschaftlichen Leitung der Messe.

Die Beziehung von Lernen und Innovation ist ein Schwerpunktthema des Kongressprogramms. Professor Markus Peschl von der Universität Linz und Prof. Peter Friedrich Stephan (Kunsthochschule der Medien Köln) werden erläutern, was sie unter „kognitiven Behausungen“ und „enabling spaces“ verstehen. Die Referenten gehen sowohl auf die architektonischen Dimensionen von Räumen ein, wie sie etwa in den Züricher Google Labs realisiert wurden, als auch auf die sozialen und emotionalen Rahmenbedingungen, die Innovationen unterstützen.

Im Zusammenhang damit steht die ganztägige Veranstaltung zu „Cognitive Design“, die Professor Dr. Joachim Hasebrook moderiert, ebenfalls Mitglied der wissenschaftlichen Leitung der Learntec. Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse über die Unterstützung von Denkabläufen sind hier das Thema.

Das Wort Web 2.0 taucht im Kongressprogramm selten auf. Seufert erklärt dazu: „Das Web 2.0 gehört mittlerweile zum Mainstream des Web. An der inflationären Verwendung des Begriffs wollen wir uns aber nicht beteiligen, sondern lieber über tatsächliche Anwendungen sprechen, etwa in der Sektion „Best Practices

für Social Software Lernszenarien am Arbeitsplatz“. Seufert selbst moderiert die Sektion „Next Generation Leadership“, in der es um die Trends in der Entwicklung von Führungskräften geht.

Eine Reihe von Veranstaltungen widmet sich elementaren zeitlosen Fragen der E-Learning-Praxis, etwa der von Beate Bruns und Sünne Eichler (Webacad) geleitete Workshop „E-Learning für Einsteiger“.

### Keine Sorge spürbar

Die E-Learning-Anbieter konnten im abgelaufenen Jahr aus dem Vollen schöpfen – viele verzeichneten das beste Geschäftsjahr seit Bestehen. Fragt man danach, wie sich die Wirtschaftskrise auswirken wird, so spiegelt sich in den Antworten die allgemeine Diskussion darüber, inwieweit eine Krise auch eine Chance darstellt. So hoffen einige darauf, dass die Kunden angesichts massiver Sparzwänge Präsenzseminare durch kostengünstigere E-Learning-Kurse ersetzen. Andere glauben, dass die frühere Kausalkette von finanziellem Druck zu Personalabbau und Reduzierung der Ausgaben für die Weiterbildung heute nicht mehr gilt: Den Unternehmen sei angesichts des demografischen Wandels bewusst, dass sie auf die Entwicklung der Mitarbeiterkompetenzen nicht verzichten könnten.

Wenn die Learntec beginnt, werden wichtige Budgetentscheidungen in den Unternehmen für dieses Jahr bereits gefallen sein, und es wird sich erweisen, wie resistent die betrieblichen Bildungsbereiche gegenüber den spontanen Sparreflexen der Unternehmensführungen sind. Mit Sicherheit werden die Bildungsausgaben jedoch penibel daraufhin überprüft werden, ob sie die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens tatsächlich steigern.

„Walk the talk – das ist heute die Devise. Nur wer einlösen kann, was er seinen Kunden verspricht, hat eine Chance. Nur dann werden die Unternehmen ernst nehmen, was wir für dieses Jahr zu unserem Motto gemacht haben: Bildung ist der Nährboden für die Zukunft“, meint Professor Sabine Seufert.

Edgar Wang, freier Journalist, Bonn

### Learntec 2009

Info

Die Learntec 2009 findet vom 3. bis 5. Februar 2009 in der Messe Karlsruhe statt. [www.learntec.de](http://www.learntec.de)