

2023

Herausgeber:
Frank Siepmann

**eLearning
BENCHMARKING Studie**

**Gesamtstudie:
Betriebliche Bildung
im Zeitalter von KI**

Vorwort



Frank Siepmann
Herausgeber
eLearning Journal



Mathias Fleig
Chefredakteur
eLearning Journal

Der L&D-Trendradar - Ein Blick in die Zukunft der betrieblichen Weiterbildung

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz ist aktuell das beherrschende Trendthema, an dem auch in der betrieblichen Bildung kein Weg vorbeizuführen scheint. Doch abseits des allgegenwärtigen Hypes scheint die Mehrheit der Unternehmen beim Thema KI noch am Startblock zu stehen und nicht direkt eine Bruchlandung hinzulegen. Projektverantwortliche sehen sich deshalb mit einer Vielzahl von Fragen konfrontiert: Welchen Reifegrad haben KI-Tools? In welchen Einsatzbereichen kann KI in der Weiterbildung einen echten Mehrwert bieten? Welche Gründe sprechen für den Einsatz von KI-Tools? Welche Hürden müssen berücksichtigt werden? Das sind einige der zentralen Fragen, die in unserer Teilstudie „L&D-Trendradar“ thematisiert werden. Darüber hinaus wirft die Teilstudie allerdings einen Blick über den KI-Tellerrand hinaus und beleuchtet zusätzlich weitere L&D-Trends, von 3D-Lernwelten über das Metaverse bis hin zu individualisiertem Lernen.

L&D-KPIs - Wie misst man den Erfolg betrieblicher Weiterbildung?

Lohnt sich die betriebliche Bildung? Als L&D-Professional mag die Frage absurd klingen, aber laut dem LinkedIn Learning Workplace Report 2017 gaben lediglich 8 % der befragten CEOs an, dass sie einen „Business Impact“ bei ihren L&D-Ausgaben sehen. Welche Rolle spielen die Unternehmensziele für die betriebliche Bildung im deutschsprachigen Raum? Wird hierzulande der „Business Impact“ von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen gemessen? Und wenn ja, wie? Diese und viele weitere Fragen rund um die Ausrichtung der betrieblichen Bildung auf die Unternehmensziele sowie die Berechnung des Return on Investment für Schulungs- und Trainingsmaßnahmen werden im entsprechenden Kapitel beleuchtet.

Dabei handelt es sich nur um einige der Highlights der eLearning BENCHMARKING Studie 2023. Weitere Themen sind u.a. Micro Learning, digitale Weiterbildungsplattformen oder der Einsatz von Videos im Arbeits- sowie Lernalltag. Die Ergebnisse geben damit wieder einen umfassenden Überblick über den Status Quo der digitalen Transformation der betrieblichen Bildung im deutschsprachigen Raum.

Wir wünschen viel Spaß beim Lesen und hoffen, dass die Ergebnisse und Deutungen der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 für Sie einen Mehrwert in der täglichen Arbeit darstellen.

Inhalt

Vorwort	2
Inhalt	3
Teilstudie „L&D-Trendradar“	4
Teilstudie „Micro Learning & Rol“	18
Teilstudie „Erfolgsfaktor Kompetenzentwicklung - Wie Unternehmen dem demografischen Wandel begegnen“	28
Teilstudie „Videos im Arbeits- & Lernalltag“	40
Teilstudie „Einsatz und Verbreitung von digitalen Weiterbildungsplattformen im DACH-Bereich	52
Methodologie	70
Anerkennungen	72
Impressum	75

2023

Herausgeber:
Frank Siepmann**eLearning
BENCHMARKING Studie****TEILSTUDIE
L&D-Trendradar****Zusammenfassung**

Technologischer Fortschritt war jeher ein Treiber der digitalen Transformation der betrieblichen Bildung. Aktuell gibt es insbesondere zwei Entwicklungen, die für die nächsten Jahre spannend sein könnten. Auf der einen Seite erreichen 3D-Lernwelten einen immer besseren Reifegrad und können zunehmend sowohl von der Optik als auch von der Funktionsvielfalt eine (virtuelle) Alternative zum Präsenztreffen darstellen – und zwar in einer Art und Weise, wie es für Zoom & Co. nicht möglich ist. Aktuell ist der Anteil der Unternehmen, die bereits eine 3D-Lernwelt einsetzen, mit etwas über 10 % noch recht gering. Allerdings könnte sich dieser Wert in den kommenden Jahren verdoppeln, wenn die Technologie neben Großunternehmen zunehmend auch für kleine und mittlere Unternehmen interessant wird.

Der zweite Technologie-Trend ist natürlich der Einsatz von KI-Tools. In den vergangenen Monaten ist der Hype um KI regelrecht explodiert und auch in der betrieblichen Bildung zeigt sich mehr und mehr, dass die Technologie einen Reifegrad erreicht hat, dank dem es konkrete Anwendungsfälle und Mehrwerte für KI-Anwendungen gibt. Es ist daher wenig überraschend, dass die Verbreitung von KI-Tools im Vergleich zu einer ersten Erhebung in 2019 von 2,7 % auf mittlerweile 17,4 % sprunghaft angestiegen ist, auch wenn es noch immer viel Luft nach oben gibt. Der Trend für die kommenden Jahre bleibt positiv, weil es gute Gründe für den Einsatz von KI-Tools gibt, auch wenn die Studienteilnehmenden mehrere Hürden und Bedenken identifiziert haben.

**4 Trends
für die betriebliche Bildung****Kompetenzentwicklung**

Mit 51,6 % geht rund die Hälfte der Befragten davon aus, dass im Zeitalter des demografischen Wandels die Relevanz von Kompetenzentwicklung steigen wird.

3D-Lernwelten

Stolze 16,9 % der befragten Unternehmen planen die Anschaffung einer 3D-Lernwelt.

Individualisiertes Lernen

Weiterbildung im Gießkannen-Prinzip ist zunehmend out, denn mit 53,6 % setzt mehr als die Hälfte mittlerweile auf individualisierte Lernerfahrungen.

Künstliche Intelligenz

Der Einsatz von KI-Tools ist kein fernes Zukunftsthema mehr, weshalb mehr als jedes fünfte Unternehmen die Anschaffung von Chatbots & Co. plant.

3D-Lernwelten: Wie relevant sind Metaverse & Co.?

Auf der einen Seite wird die betriebliche Bildung immer stärker mit der Herausforderung konfrontiert, wie nicht nur reines Wissen vermittelt, sondern bei den Mitarbeitenden nachhaltig (neue) Kompetenzen entwickelt werden können. Auf der anderen Seite stehen L&D-Professionals mehr und mehr Bildungstechnologien und Lernmethoden zur Verfügung, um bedarfsgerecht passgenaue Lerninhalte, Kurse oder Lernpfade erstellen zu können. Doch welche L&D-Trends werden in den kommenden Jahren voraussichtlich tatsächlich relevant? Diese zentrale Frage der Teilstudie wird im ersten Kapitel zunächst aufgegriffen, bevor anschließend ein vertiefender Blick auf den Einsatz und die Verbreitung von 3D-Lernwelten geworfen wird.

Schon seit mehreren Jahren befragt die eLearning BENCHMARKING Studie die beteiligten Unternehmen zum Zukunftspotential von eLearning-Trends und -Methoden. Über die Jahre hat sich das Bild ergeben, dass vielen „bestehenden“ Methoden, wie dem Blended Learning oder dem klassischen Skill- und Talentmanagement, auch zukünftig eine ungebrochene Relevanz zugeschrieben wurde. In der Studie 2022 ging für beide Themen mit jeweils über 90 % eine nahezu flächendeckende Mehrheit davon aus, dass die Bedeutung für die betriebliche Bildung auf absehbare Zeit ungebrochen bleiben wird. Da sich die Studienteilnehmenden in ihrer Einschätzung allerdings in keiner Weise festlegen bzw. einschränken mussten, wurde im Prinzip allen Antwortmöglichkeiten eine Zukunftsrelevanz beigemessen, wobei der Teufel im Detail lag.

Künstliche Intelligenz und selbstbestimmtes Lernen auf dem Vormarsch

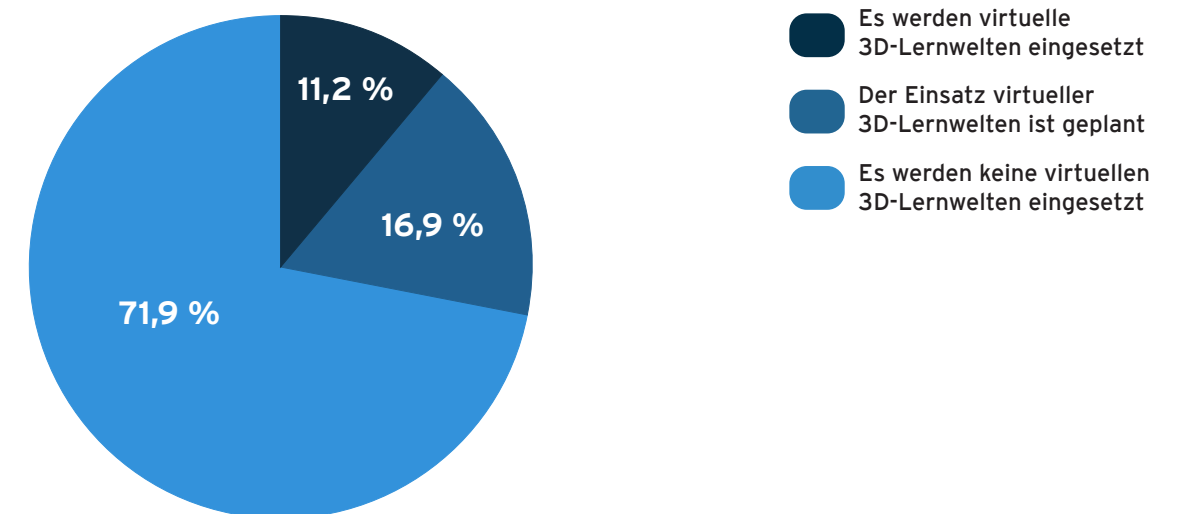
Vor diesem Hintergrund wurde die Fragestellung im Rahmen der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 geschärft: Die Teilnehmenden sollten sich in ihrer Einschätzung festlegen, welche L&D-Trends mittelfristig in den nächsten 3 bis 5 Jahren für ihr Unternehmen an Bedeutung gewinnen werden. In diesem Jahr ist mit 71,4 % der mit Abstand meistgenannte Trend der Einsatz von Künstlicher Intelligenz. Auf der einen Seite ist das Ergebnis wenig überraschend, wenn man bedenkt, mit welcher Wucht das Thema „KI“ durch die Veröffentlichung von ChatGPT im Mainstream angekommen ist und mit welcher Geschwindigkeit aktuell neue Use Cases für den Einsatz von generativer

KI entstehen. Gleichzeitig steht die Implementierung von KI-Tools in der betrieblichen Bildung in der großen Mehrheit der befragten Unternehmen noch immer ganz am Anfang, dazu mehr Informationen im 3. Kapitel.

Ebenfalls hoch ist mit 67,3 % die Erwartungshaltung der Befragten an das individualisierte Lernen. Schon seit mehreren Jahren ist die Entwicklung zu beobachten, dass die „Weiterbildung mit Gießkannen-Prinzip“ immer seltener als Erfolgsmodell angesehen wird und Unternehmen einen verstärkten Fokus darauf richten, wie ihr Lernangebot auf die individuellen Bedarfe der Mitarbeitenden angepasst werden kann. Zwar hat sich in diesem Bereich in den letzten Jahren bereits viel getan, in vielen State-of-the-Art-Projekten des eLearning AWARDS steht personalisiertes und selbstbestimmtes Lernen beispielsweise mittlerweile im Mittelpunkt, aber dennoch ist es noch ein langer Weg, bis entsprechende Konzepte ein flächendeckender „Standard“ sind (wenn es darauf überhaupt hinauslaufen sollte). Auch auf diesen Trend geht die vorliegende Auswertung mit dem 2. Kapitel weiter ein.

Daneben gibt es mit Adaptivem Lernen, Kompetenzentwicklung, Hybridem Lernen, Kollaborativem Lernen, User-generated Content sowie Big Data und Learning Analytics eine ganze Reihe von L&D-Trends, die um die 50 % Nennungen bzw. knapp darunter liegen und damit zwar nicht zu den Spitzenreitern gehören aber in den kommenden Jahren in vielen Unternehmen dennoch eine wichtige Rolle spielen sollten.

Einsatz von virtuellen 3D-Lernwelten



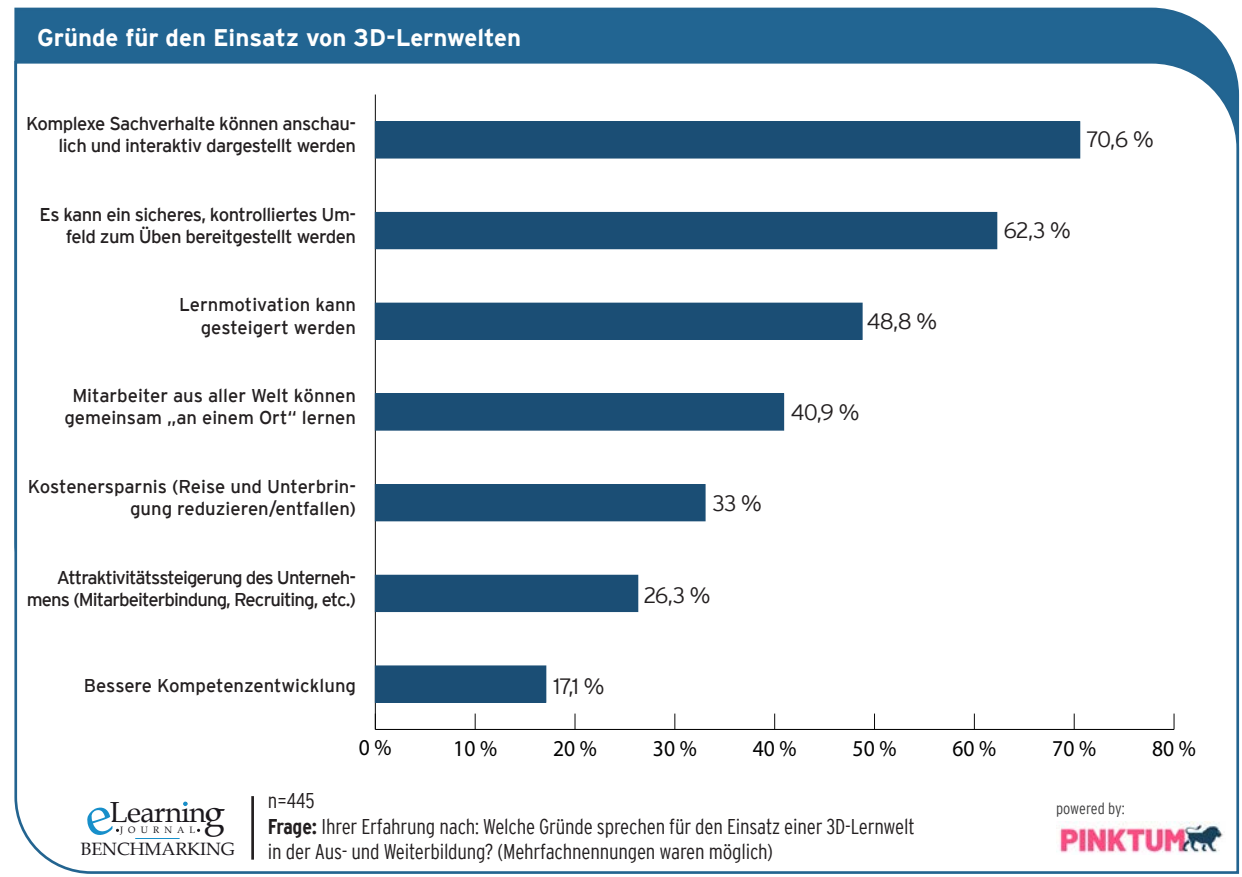
Lernen wir bald alle in der 3D-Lernwelt?

Eine der wohl nachhaltigsten Entwicklungen der Corona-Pandemie ist die gesteigerte Akzeptanz für virtuelle Meetings. Obwohl der Austausch in der Präsenz für bestimmte Bedarfe auch weiterhin unersetzlich ist, sind Teams-Meetings und Zoom-Calls heutzutage nicht mehr wegzudenken. Auch in der betrieblichen Bildung konnten sich virtuelle, synchrone Lernsettings, wie z.B. Webinare oder virtuelle Klassenzimmer, durchsetzen und werden mittlerweile mit 85,7 % Nennungen sogar öfter genutzt als die „ewigen“ Platzhirsche WBT (82 %) und Blended Learning (76,7 %), wie die aktuellen Zahlen der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 zeigen. Dennoch sind gängige Technologien für synchrones Lernen limitiert und können ein Präsenzseminar bestenfalls teilweise ersetzen. Gleichzeitig hat der Reifegrad von 3D-Lernwelten in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen, wodurch zunehmen ein Punkt erreicht ist, dass ein ausreichender Immersionsgrad erreicht wird, um auch im virtuellen Raum ein echtes „vor Ort“-Gefühl zu erzeugen. Dennoch waren 3D-Lernwelten in der Vergangenheit aus diversen Gründen, wie z.B. Kosten, Hardware-Anforderungen oder der Stand der Technik, ein Nischenthema im deutschsprachigen Raum.

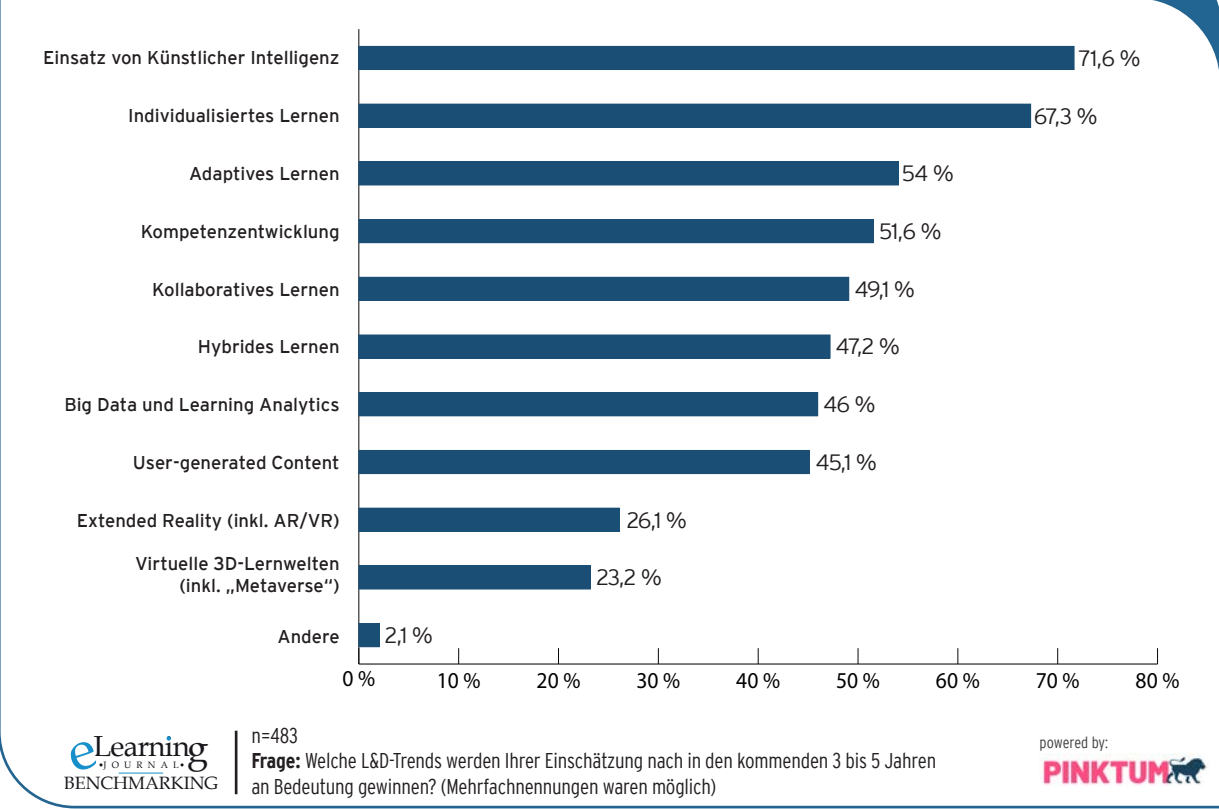
Aus diesem Grund ging die eLearning BENCHMARKING Studie 2023 der Frage nach, wie verbreitet

virtuelle 3D-Lernwelten in der DACH-Region aktuell sind. Grundsätzlich zeigen die Ergebnisse, dass die Verbreitung von entsprechenden 3D-Lernwelten mit 11,1 % noch recht überschaubar ist. Interessanterweise könnte sich dieser Wert in den kommenden Jahren potentiell mehr als verdoppeln, denn 16,9 % der befragten Unternehmen gaben an, dass die Einführung einer 3D-Lernwelt geplant ist. Darüber hinaus lässt sich allerdings auch feststellen, dass mit 71,9 % die überwiegende Mehrheit auf absehbare Zeit keinen Bedarf für eine 3D-Lernwelt in ihrem Haus sieht.

Ein differenzierteres Bild ergibt sich, wenn man die Ergebnisse in den Kontext der Unternehmensgröße setzt. In Großunternehmen mit mehr als 25.000 Mitarbeitende sind 3D-Lernwelten demnach mit 23,7 % überdurchschnittlich hoch vertreten und auch der Anteil der Studienteilnehmenden, die eine Einführung planen, ist mit 27,6 % überproportional groß. Ein ähnlicher Trend zeigt sich auch bei Unternehmen zwischen 10.000 und 25.000 Mitarbeitende, die mit Vergleichswerten von jeweils 19,3 % ebenfalls über den Durchschnittswerten liegen. Wie bereits bei vielen eLearning-Trends in der Vergangenheit scheinen größere Unternehmen auch bei den 3D-Lernwelten eine Vorreiterrolle zu spielen. Typische Erklärungen sind einerseits ein größerer finanzieller als auch personeller Spielraum als auch konkrete Einsatzbedarfe, die sich durch die Anzahl der Mitarbeitende und dem



Prognose für den Bedeutungsgewinn von L&D-Trends in den nächsten 3-5 Jahren



internationalen Charakter dieser Unternehmen ergibt. Oder anders formuliert: Für einen global Player mit Mitarbeitenden aus der ganzen Welt macht eine 3D-Lernwelt einfach viel mehr Sinn als für die KMU im Schwarzwald.

Unique Selling Points von 3D-Lernwelten

Komplementär dazu zeigen die Ergebnisse der Studie auch, dass es nach der Erfahrung der Teilnehmenden handfeste Gründe gibt, die für den Einsatz von 3D-Lernwelten sprechen und die sich mit anderen Technologien und Methoden nicht einfach substituieren lassen. Der größte Vorteil von 3D-Lernwelten ist mit 70,6 % die Tatsache, dass sich damit selbst komplexe Sachverhalte anschaulich und interaktiv darstellen lassen.

Eng damit verbunden ist außerdem der Vorteil, dass in 3D-Lernwelten ein sicheres, kontrolliertes Umfeld zum Üben und Ausprobieren bereitgestellt werden kann, was mit 62,3 % von gut zwei Dritteln der Studienteilnehmenden genannt wurde. Ein typisches Anwendungsbeispiel von virtuellen Lernszenarien ist

Schulungen an Maschinen, die in der Präsenz möglicherweise nur eingeschränkt und mit viel Aufwand möglich sind, weil z.B. der laufende Betrieb dadurch gestört wird und Schäden an einer Maschine im schlimmsten Fall sehr kostspielig sein können. In einer 3D-Lernwelt lässt sich vielleicht nicht jeder Handgriff üben aber zumindest die benötigte Zeit am „echten“ Gerät kann deutlich reduziert werden.

Aber auch die „Marketing-Aussage“, dass in einer 3D-Lernwelt die Mitarbeitenden aus der ganzen Welt an einem Ort zusammenkommen können, ist nach Erfahrung der Studienteilnehmenden mit 40,9 % ein durchaus valider Vorteil.

Zusammenfassend lässt sich also feststellen, dass 3D-Lernwelten in der Mehrheit der befragten Unternehmen noch keine Rolle spielen. Gleichzeitig geht der Trend für die kommenden Jahre eindeutig nach oben und gerade für größere Unternehmen scheint die Technologie zunehmend interessant zu sein.

Individualisiertes Lernen - Leeres Versprechen oder gelebte Realität?

In den letzten Jahren hat sich in der betrieblichen Bildung mehr und mehr die Erkenntnis durchgesetzt, dass Weiterbildung im Stil des „Nürnberger Trichters“ kein Erfolgsmodell ist und zunehmend selbstbestimmtes und selbstbestimmtes Lernen angestrebt wird, in dem die Bedarfe der Lernenden berücksichtigt werden. Soweit zumindest die Theorie - doch wie verbreitet sind entsprechende Ansätze im deutschsprachigen Raum tatsächlich oder handelt es sich dabei meist nur um Lippenbekenntnisse? Dieser Frage versucht das zweite Kapitel auf den Grund zu gehen.

Auf dem Weg zum individualisierten Lernen

Die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie zeigen deutlich, dass der Weg zur individualisierten Weiterbildung noch weit ist. Mit 9,1 % bietet nach eigenen Angaben bisher nicht mal jedes zehnte Unternehmen seinen Beschäftigten individuelle Lernerfahrungen an. Deutlich anders sieht das Bild allerdings in den Unternehmen aus, die ihrer Einschätzung nach teilweise individualisierte Lernerfahrungen anbieten, denn hier liegt der Wert mit 46,4 % bei fast der Hälfte der Studienteilnehmenden. Vor diesem Hintergrund stellt sich die berechnete Frage, wie die Befragten für sich eine individualisierte Lernerfahrung definieren. Ist beispielsweise ein Kurs, in dem bestimmte Kapitel mit Vorerfahrung oder basierend auf einem Einstiegstest übersprungen werden können, bereits als eine individualisierte Lernerfahrung oder nur als teilweise, weil die restlichen Inhalte standardisiert und für alle Teilnehmenden gleichbleiben? In der Summe bleibt die Erkenntnis, dass mit 55,5 % knapp über die Hälfte der befragten Unternehmen mehr oder weniger ausgeprägt individualisiertes Lernen anbieten.

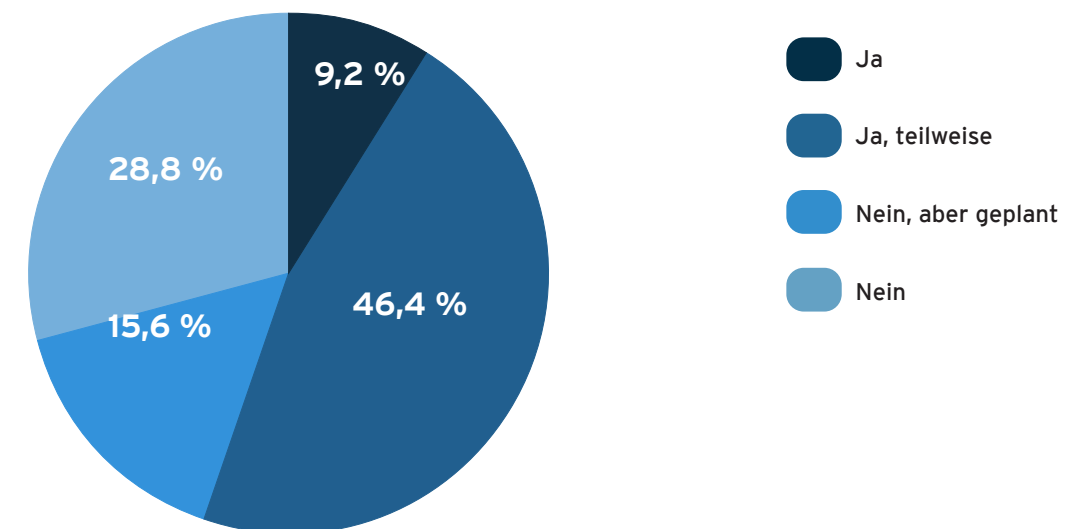
Im Umkehrschluss bedeuten diese Zahlen allerdings auch, dass es eine knapp weitere Hälfte gibt, in denen das Thema bisher noch keine Rolle zu spielen scheint. Allerdings planen 15,6 % scheinbar zukünftig individualisierte Lernerfahrungen anbieten zu wollen, so dass lediglich 28,9 % der befragten Unternehmen in dieser Hinsicht keine Ambitionen zu haben scheinen.

Mit einem Blick auf die Branchen zeigt sich, dass die Finanz- und Versicherungsbranche (14,5 %), der Ressourcen-Sektor (13,3 %) sowie die Dienstleistungsbranche (12,7 %) überdurchschnittlich häufig individualisierte Lernerfahrungen anbietet. Demgegenüber liegen die Vergleichswerte im Gesundheits- und Sozialwesen sowie im öffentlichen Sektor deutlich niedriger. Möglicherweise könnte dies unter anderem auch daran liegen, dass in diesen Bereich der Anteil von Compliance-Schulungen besonders hoch ist und diese nur eingeschränkte Möglichkeiten zur Individualisierung liegen. Im Kontext der Unternehmensgröße fällt insbesondere der hohe Vergleichswert von KMUs ins Auge. Demnach bieten 14,9 % der befragten Unternehmen mit 250 und weniger Mitarbeitenden individualisiertes Lernen an, was sogar deutlich über Großunternehmen mit 11,8 % liegt. Dieses Ergebnis ist umso erstaunlicher, wenn man bedenkt, dass der generelle Trend eigentlich genau in die andere Richtung geht. Normalerweise sind Großunternehmen immer die Vorreiter in einem Thema, während kleinere und mittlere Unternehmen erst zeitverzögert auf den Zug aufspringen. Vielleicht hängt dies mit den Gründen zusammen, die für das Anbieten von individualisiertem Lernen sprechen, da diese möglicherweise in KMUs besonders zum Tragen kommen.

Warum sollten Unternehmen auf individualisiertes Lernen setzen?

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass es basierend auf den Ergebnissen der eLearning BENCHMARKING

Angebot von individualisierten Lernerfahrungen für Beschäftigte



KING Studie 2023 nicht den EINEN Grund zu geben scheint, weshalb die befragten Unternehmen auf individualisiertes Lernen setzen. Vielmehr gibt es eine Reihe von Vorteilen, die für das Thema sprechen und ungefähr gleich oft genannt wurden. Ein offensichtlicher Grund ist die bessere Berücksichtigung der konkreten Bedürfnisse der Mitarbeitenden, die durch individualisierte Lerninhalte und -prozesse ermöglicht werden, was von 54,6 % der Befragten ins Feld geführt wurde. Daneben hat individualisiertes Lernen das Potential die Motivation und das Engagement der Mitarbeitenden zu erhöhen, wenn man beispielsweise Lerninhalte erhält, die einem auch etwas bringen oder man ggf. bekannte Inhalte überspringen kann. Daher sieht in diesem Punkt mit 53,4 % knapp über die Hälfte der Studienteilnehmenden ein Argument für individualisiertes Lernen. Darüber hinaus können Unternehmen die Mitarbeitenden dadurch stärker in ihre Weiterentwicklung einbinden und die Beschäftigten erhalten eine größere Eigenverantwortung für die Gestaltung ihrer eigenen Kompetenzentwicklung, was für 53,2 % der Befragten für individualisiertes Lernen spricht.

Demgegenüber scheinen „betriebswirtschaftliche Gründe“ in der Bewertung der Studienteilnehmenden eine vergleichsweise geringere Rolle zu spielen. Mögliche Effizienzsteigerungen der Lernprozesse spricht für 38,6 % für den Einsatz von individualisiertem Lernen.

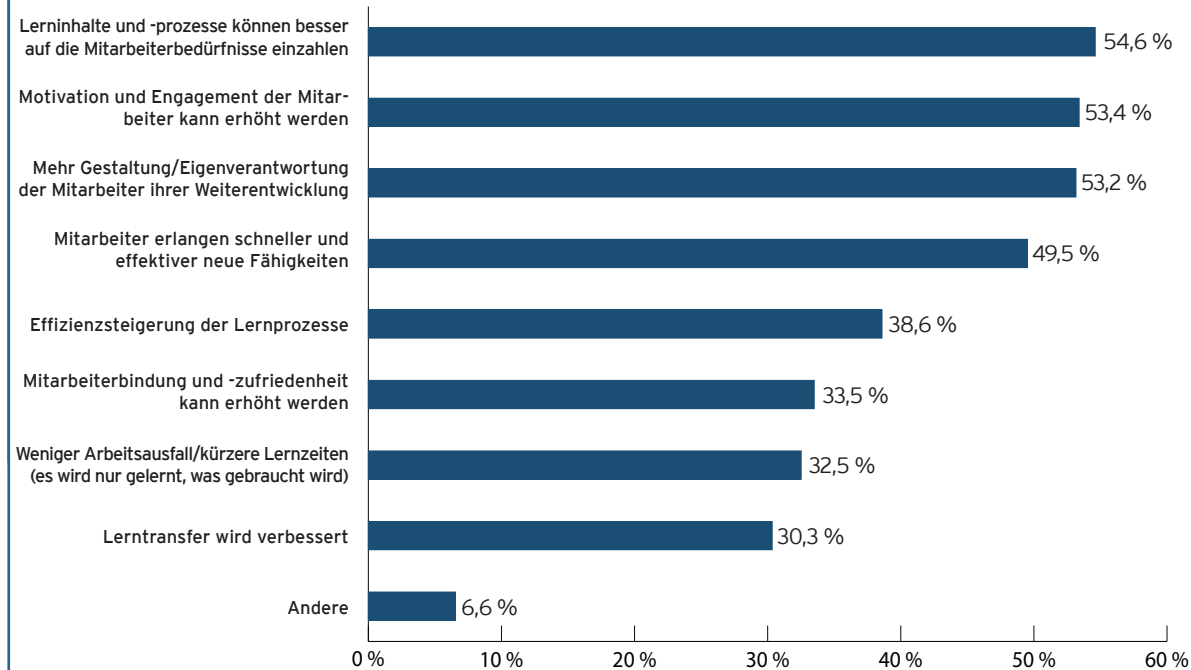
siertem Lernen. Auf einem ähnlichen Niveau liegen auch die potenziell kürzeren Lernzeiten bzw. weniger Arbeitsausfälle, wenn nur das gelernt werden muss, was wirklich gebraucht wird. Für 32,5 % spricht dieses Argument für individualisiertes Lernen. Ebenfalls rund ein Drittel sieht in einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung, wodurch ggf. die Fluktuation der Beschäftigten reduziert werden kann.

Fehlende Rahmenbedingungen - Hürden für individualisiertes Lernen

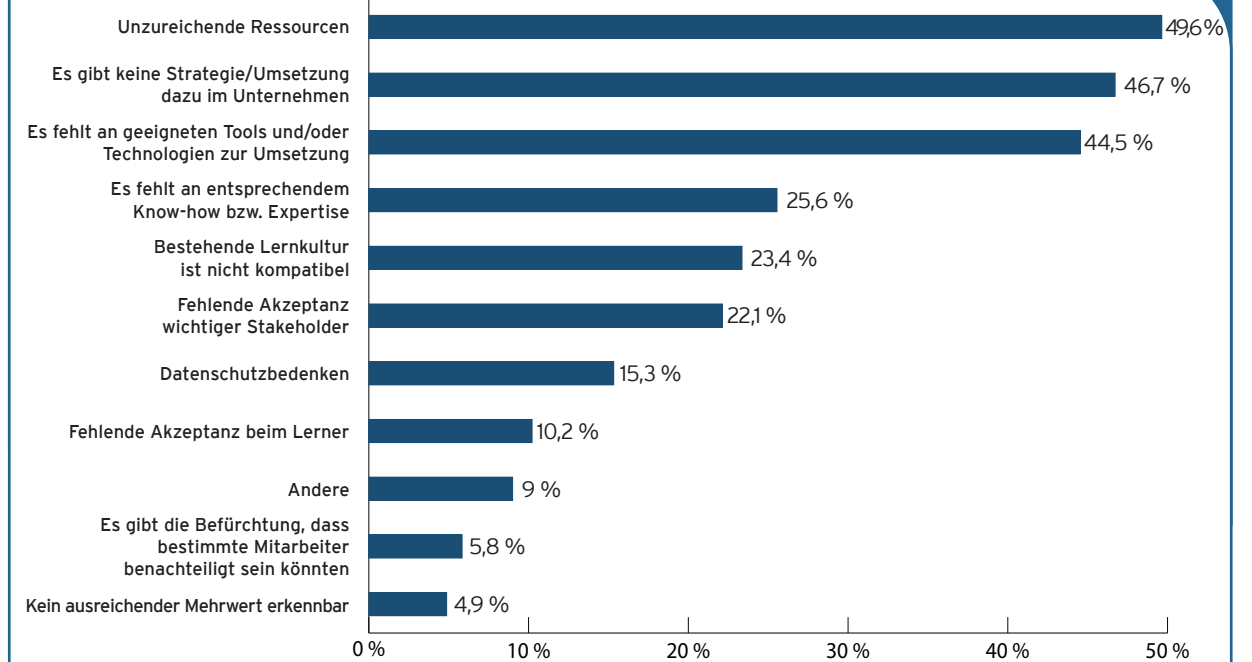
Basierend auf der Erfahrung der Befragten gibt es also eine ganze Reihe von handfesten Argumenten, die für individualisiertes Lernen sprechen. Gleichzeitig die Ergebnisse der Studie allerdings auch gezeigt, dass etwas unter der Hälfte der Unternehmen bisher noch keine entsprechenden Lernangebote machen. Auf der Kehrseite der Medaille muss es daher auch konkrete Gründe geben, wieso ein erheblicher Teil der befragten Unternehmen bisher nicht auf dieses Thema setzen bzw. setzen können.

Auch hierzu liefert die eLearning BENCHMARKING Studie 2023 mögliche Antworten. An erster Stelle stehen die unzureichenden Ressourcen, sowohl finanziell als auch personell. Mit 49,6 % sieht sich rund jedes zweite Unternehmen mit dieser typischen Hürde konfrontiert, wenn es um die Einführung von individualisiertem Lernen geht.

Gründe für den Einsatz von individualisiertem Lernen



Gründe gegen den Einsatz von individualisiertem Lernen



vidualisiertem Lernen geht. Es mangelt jedoch nicht nur „am Geld“, sondern mit 46,7 % ebenso problematisch ist die fehlende Strategie für die Umsetzung von individualisiertem Lernen im Unternehmen. Verschärft wird die Situation zusätzlich dadurch, dass oftmals außerdem die technische Infrastruktur bzw. die Tools zur Umsetzung von individualisiertem Lernen fehlen (44,5 %).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass individualisiertes Lernen im deutschsprachigen Raum

kein Nischenthema mehr zu sein scheint und die Verbreitung in den kommenden Jahren weiter zunehmen dürfte. Eine stärkere Berücksichtigung der Bedürfnisse und mehr Eigenverantwortung für die eigene Weiterentwicklung der Mitarbeitenden sind überzeugende Argumente, die für mehr individualisiertes Lernen sprechen. Gleichzeitig fehlen in vielen Unternehmen die Rahmenbedingungen, um das Thema auch in der Praxis umsetzen zu können.

Künstliche Intelligenz in der betrieblichen Weiterbildung

Seit der Veröffentlichung von ChatGPT ist das Thema „Künstliche Intelligenz“ auch im Mainstream-Diskurs der betrieblichen Bildung angekommen und es wird deutlicher, dass sich L&D zunehmend mit einer Umbruchphase konfrontiert sieht. Denn bereits heute haben ChatGPT & Co. das Potential, die Aus- und Weiterbildung zu revolutionieren, von der Erstellung von Lerninhalten, über das Management von Weiterbildungsprozessen bis hin zur Begleitung von Lernenden. Soweit zumindest die Theorie. Doch wie verbreitet sind KI-Tools im deutschsprachigen Raum tatsächlich? Und welche Erfahrungen wurden mit entsprechenden Tools bisher gemacht?

Diese und weitere Fragen zu KI in der betrieblichen Bildung stehen im nachfolgenden Kapitel im Fokus.

Schon seit mehreren Jahren steht Künstliche Intelligenz als „The Next Big Thing“ in den Startlöchern. Während in 2016 die KI „AlphaGo“ für Schlagzeilen sorgte, weil es unter Turnierbedingungen einen der weltbesten Profispieler im Brettspiel „Go“ schlagen konnte, wirkte das Thema „KI“ für die meisten Menschen dennoch wie ferne Zukunftsmusik. Diese Einstellung änderte sich allerdings schlagartig, als Ende 2022 das Large Language Model (LLM) „ChatGPT“ der Allgemeinheit zugänglich gemacht wurde. Innerhalb weniger Tage erreichte der KI-Service über 1 Millionen Nutzer - ein neuer Rekord. Seit dem ist ChatGPT in aller Munde und sowohl Unternehmen als auch Mitarbeitende stellen sich die Frage, welche Auswirkungen generative KI auf ihr Geschäftsfeld bzw. ihre tägliche Arbeit haben.

Noch vor wenigen Jahren hat die eLearning BENCHMARKING Studie 2019 gezeigt, dass zum damaligen Zeitpunkt das Thema „KI“ für die Studienteilnehmenden noch in weiter Ferne war und konkrete KI-Tools lediglich in einer absoluten Minderheit von 2,7 % der befragten Unternehmen in der betrieblichen Bildung zum Einsatz kamen. Stolze zwei Drittel hatten sich mit dem Thema noch nicht auseinandergesetzt. Seitdem hat sich Künstliche Intelligenz in Lichtgeschwindigkeit weiterentwickelt, weshalb sich die Frage stellt, inwieweit sich die Verbreitung von KI-Tools in der betrieblichen Bildung hierzulande verändert hat.

Klaut uns ChatGPT demnächst den Job?

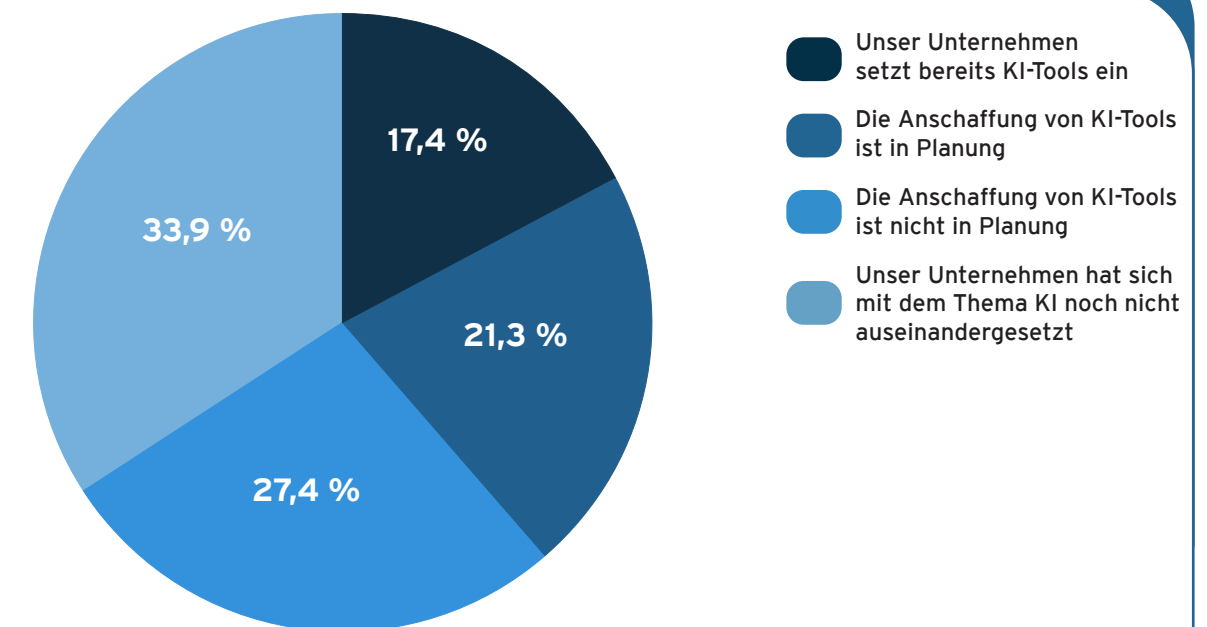
Genau diese Frage versucht die eLearning BENCHMARKING Studie 2023 zu beantworten. Bei einem Blick auf die Ergebnisse fällt sofort auf, dass die Verbreitung von KI-Tools in diesem Zeitraum von 2,7 % auf aktuell 17,4 % massiv zugenommen hat. Darüber hinaus gab mit 21,3 % ein knappes Fünftel der Studienteilnehmenden an, dass die Anschaffung von mindestens einem KI-Tool in den nächsten 12 bis 24 Monaten geplant ist. Es lässt sich also feststellen, dass KI in der überwiegenden Mehrheit zum jetzigen Zeitpunkt noch immer keine Rolle spielt. Allerdings ist ein klarer Wachstumstrend sichtbar, der sich in den nächsten Monaten und Jahren möglicherweise noch beschleunigen könnte.

Daneben hat mit 27,4 % etwas mehr als jedes vierte Unternehmen die Entscheidung getroffen, dass es aktuell keinen Anlass oder Bedarf für die Einführung von KI-Tools gibt. Übrig mit 33,9 % noch ein erheblicher Teil der befragten Unternehmen, die sich trotz des Hypes noch nicht mit dem Thema ausreichend auseinandergesetzt haben.

Automatisierung in der Content-Entwicklung ist der verbreitetste Use Case

Das Potential von KI ist für die betriebliche Bildung sehr ausgeprägt und kann in der Theorie von der

Einsatz von KI-Tools



Content-Erstellung über Lernempfehlungen bis hin zum virtuellen Lernbegleiter bzw. -coach reichen. Und in vielen dieser Bereiche hat KI tatsächlich in den letzten Jahren auch große Fortschritte gemacht. In diesem Kontext zeigt ein Blick auf die Studienergebnisse, dass es KI für bereits vielfältige Anwendungsbereiche gibt.

Besonders prominent scheinen KI-Tools in der Content-Erstellung zu sein. Mit 30,1 % (teil)automatisiert fast ein Drittel der befragten Unternehmen die Übersetzung von Lerninhalten mit KI-Anwendungen. Wenn man bedenkt, welche Qualität DeepL und ähnliche KI-Übersetzer mittlerweile erreicht haben und wie einfach sie sich teilweise über Plugins in Autorentools einsetzen lassen, ist dieser hohe Wert nicht unbedingt eine Überraschung. Aber auch die (teil-)automatisierte Erstellung (28,7 %) und Vertonung von Lerninhalten (26,4 %).

Daneben scheinen Chatbots als FAQ- und Auskunftssysteme (25,6 %) noch recht verbreitet zu sein. Davon abgesehen liegen die restlichen Anwendungsbereiche von KI-Tools alle unter 20 %.

Interessanterweise scheint KI in der Automatisierung von Bildungsmanagementprozesse eine besonders geringe Rolle zu spielen, denn lediglich 7,6 % nutzen zur Automatisierung der Planung von Lernorganisation entsprechende KI-Tools, obwohl

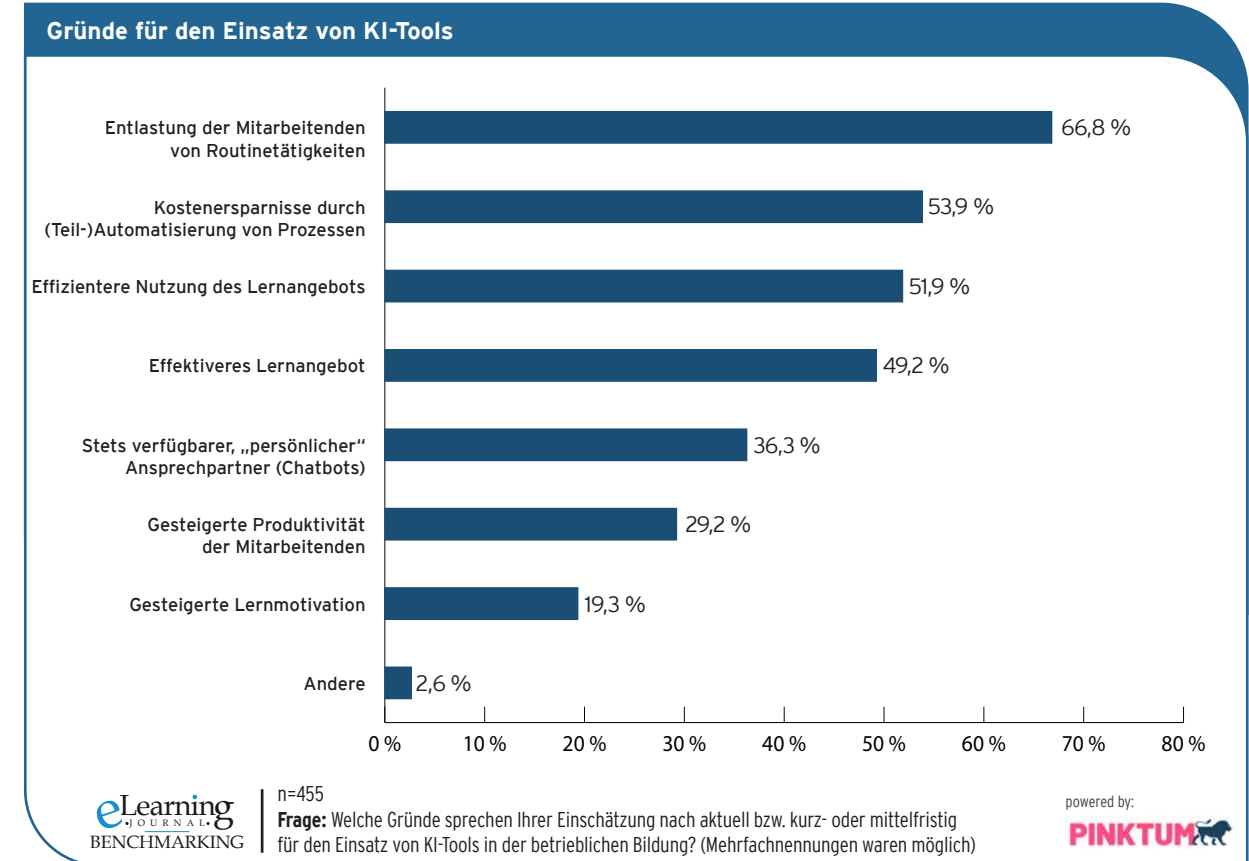
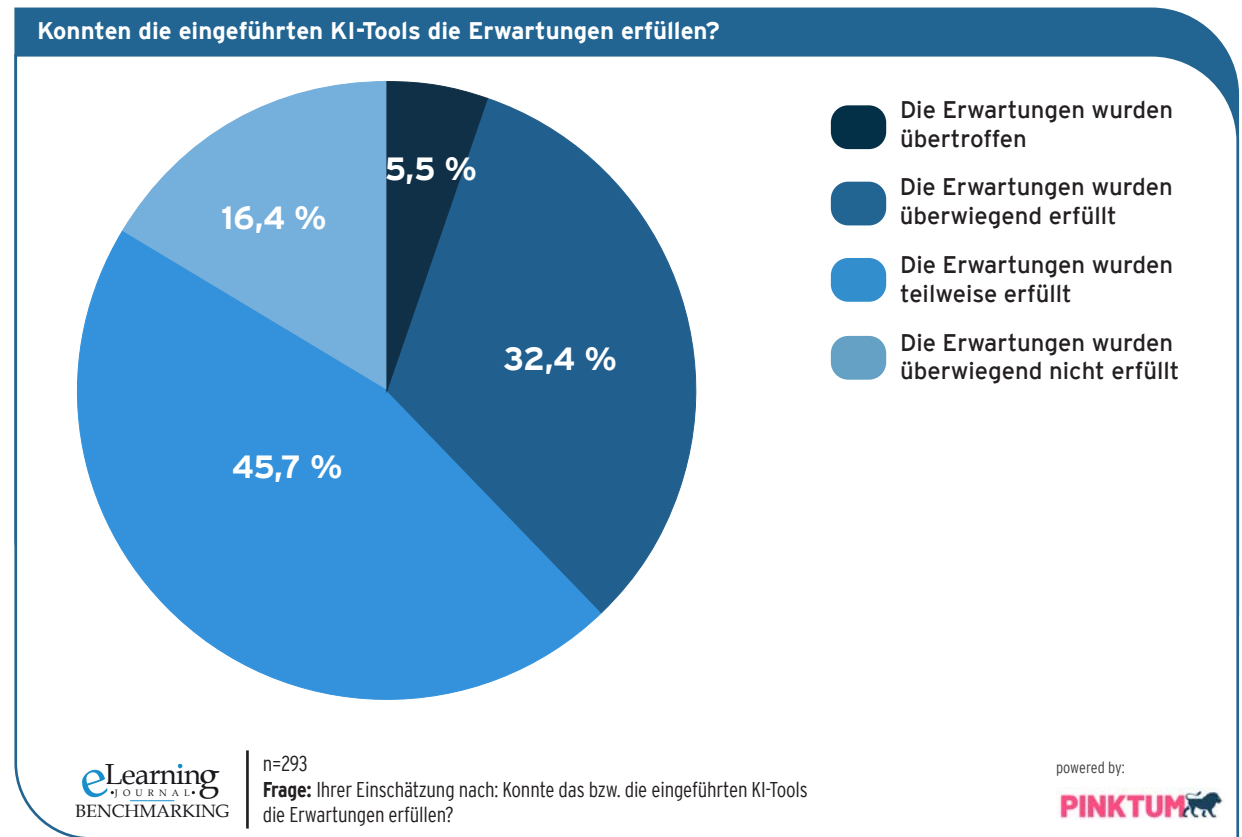
doch gerade in diesem Bereich sich eine Entlastung von Routinetätigkeiten anbietet.

Durchwachsen sind außerdem die Erfahrungen, welche die Studienteilnehmenden mit KI-Tools gemacht haben. Immerhin 5,5 % gaben an, dass ihre Erwartungen an das eingeführte KI-Tools nicht nur erfüllt, sondern sogar übertroffen wurden. Darüber hinaus wurden die Erwartungen der Mehrheit der Befragten entweder überwiegend (32,4 %) oder zumindest teilweise (45,7 %) erfüllt. Die verbleibenden 16,4 % hatten sich mehr versprochen und sahen ihre Erwartungen nicht erfüllt.

Das Für und Wider von KI-Tools

Abschließend versuchte die eLearning BENCHMARKING Studie 2023 etwas Licht ins Dunkel zu bringen, welche Gründe aktuell entweder für oder gegen die Einführung von KI-Tools sprechen, schließlich scheint es für beide Positionen gute Argumente zu geben.

Auf der Seite der Führsprechenden scheinen insbesondere betriebswirtschaftliche Gründe zu überzeugen. Den größten Vorteil sehen die Studienteilnehmenden in der Entlastung von Mitarbeitenden, in dem mittels KI mühselige Routinetätigkeiten automatisiert werden können, obwohl dieser Punkt in der Praxis bisher eher unterrepräsentiert zu sein scheint. Weitere 53,9 % sehen in Kostenersparnissen, die



durch die Automatisierung von Prozessen erreicht werden können, ein überzeugendes Argument für KI-Tools. Auch eine effizientere Nutzung des Lernangebots (z.B. durch gezielte Lernempfehlungen) sprechen für 51,9 % für die neue Technologie.

Auf der anderen Seite gibt es aber auch handfeste Bedenken und Hürden, die gegen den Einsatz von KI-Tools sprechen. An erster Stelle stehen mit 62,7 % sowohl Datenschutz- als auch Datensicherheits-Bedenken, die sicher nicht ohne weiteres von

der Hand zu weisen sind und gerade im Kontext der Daten der Lernenden äußerst sensibel sein können. Darüber hinaus stellt das fehlende interne Know-how noch immer ein großes Hindernis für die Implementierung und den Einsatz von KI-Tools dar. In der Studie 2019 war dies mit 55,3 % noch der meistgenannte Grund, während der Vergleichswert in der Studie 2023 mit 40,7 % zwar zurückgegangen ist aber noch immer ein signifikantes Problem darzustellen scheint.

2023

Herausgeber:
Frank Siepmann**eLearning
BENCHMARKING Studie****TEILSTUDIE****Micro Learning & Rol****Zusammenfassung**

In Zeiten wirtschaftlich schwieriger Rahmenbedingungen gehört die betriebliche Bildung oftmals zu den Bereichen eines Unternehmens, bei dem zuerst der Rotstift angesetzt und die Budgets reduziert werden. Vor diesem Hintergrund sehen sich L&D-Akteure verstärkt mit der Herausforderung konfrontiert, wie der Mehrwert von Schulungs- und Trainingsmaßnahmen dargestellt werden kann. Auf der einen Seite kann dies über die Ausrichtung der betrieblichen Bildung an den Unternehmenszielen erreicht werden. Dies ist allerdings leichter gesagt als getan, wie die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 zeigen, denn mit 48,1 % gelingt es fast der Hälfte der Studienteilnehmenden nur teilweise, die betriebliche Bildung strategisch auszurichten. Auf der anderen Seite kann die betriebliche Bildung den Mehrwert für das Unternehmen über Key Performance Indicators (KPIs) darstellen, wobei die Studienergebnisse zeigen, dass die befragten Unternehmen beim Thema „Return on Investment“ für Schulungsmaßnahmen extreme Schwierigkeiten haben, denn lediglich 3,1 % ermitteln nach eigenen Angaben diesen KPI für.

Ein zweiter Fokus der Studie lag auf dem Thema „Micro Learning“. Der Vorteil von kürzeren Lerneinheiten ist nicht neu und über die Jahre konnte das Thema kontinuierlich an Bedeutung gewinnen. Mittlerweile bieten mit 66,8 % rund zwei Drittel der befragten Unternehmen entsprechende Lerninhalte an – Tendenz weiter steigend. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse allerdings auch, dass noch immer die Mehrzahl der Lerninhalte in den befragten Unternehmen eine Bearbeitungszeit von über 15 Minuten haben und damit kein Micro Learning darstellen. Diesen Wert weiter zu senken und den Anteil kürzerer Lerninhalte weiter zu steigern, kann konkrete Vorteile haben, denn nach Erfahrung der Studienteilnehmenden lassen sich Micro Learnings unter anderem einfacher in den Arbeitsalltag integrieren, steigern die Akzeptanz bei den Lernenden und sind kompatibler mit mobilen Endgeräten.

**4 Aspekte
von Micro Learning****Wachstum**

Mit 68,2 % plant eine große Mehrheit der befragten Unternehmen das Micro Learning-Angebot in den kommenden 2 Jahren auszuweiten.

Bearbeitungszeit

Bei rund 25 Minuten liegt aktuell die durchschnittliche Bearbeitungszeit von digitalen Trainings nach Einschätzung der befragten Unternehmen.

Digitale Kompetenzen

Mit 67,2 % haben zwei Drittel der Studienteilnehmenden die Erfahrung gemacht, dass sich das Thema „Digitale Kompetenzen“ besonders für Micro Learning eignet.

Bezug zur Arbeit

Mit 78,2 % ist für über drei Viertel der Befragten der Bezug zur Arbeit besonders wichtig, um die Nachhaltigkeit von Micro Learnings zu fördern.

Teilstudie Micro Learning & Rol

Micro Learning: Wie lang sollte ein eLearning sein?

Es gibt viele Faktoren, die beeinflussen, wie ansprechend und erfolgreich ein Lerninhalt ist. Wie ist das didaktische Konzept? Gibt es Interaktionen? Werden die Informationen zielgruppenorientiert aufbereitet? Daneben spielt auch die Länge einer Lerneinheit eine vermeintlich wichtige Rolle. Die Zeiten von stundenlangen WBTs sind schließlich vorbei, heutzutage sind kurze Micro Learnings der „State-of-the-Art“. Oder etwa nicht? Das nachfolgende Kapitel wirft einen Blick auf das Thema „Micro Learning“ und gibt Antworten auf diese Frage.

Verbreitung von Micro Learning nimmt zu

Das Thema Micro Learning ist mittlerweile ein fester Bestandteil der betrieblichen Bildung und die Erkenntnis, dass „mehr“ nicht unbedingt „besser“ bedeutet, ist schon längere Zeit fester Bestandteil der betrieblichen Bildung. Nicht immer ist allerdings klar, was sich hinter dem Begriff verbirgt. Ist ein 20-minütiges Lernvideo noch ein Micro Learning? Ist alles über 5 Minuten schon zu lang? Je nach Ansprechpartner:in und Bedarf gehen die Meinungen dazu auseinander. Im Rahmen der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 haben wir folgende Definition als Grundlage angeboten:

Ein Micro Learning ist eine digitale Lerneinheit mit maximal 15 Minuten Lernzeit, die in sich eine geschlossene inhaltliche Einheit bildet.

Vor diesem Hintergrund setzen mit 66,8% stolze zwei Drittel der befragten Unternehmen in ihrer Aus- und Weiterbildung Micro Learnings ein. Das ist ein deutlicher Anstieg zum Vergleichswert von vor 2 Jahren, denn im Rahmen der Studie 2021 gaben noch 51% an, dass in ihrem Haus Micro Learning genutzt wird. Dennoch könnte das Ende der Fahnenstange noch nicht erreicht sein, denn von den Unternehmen, die bisher noch nicht auf die kurzen Lerneinheiten setzen, planen 16,6% eine entsprechende Einführung in der Zukunft, so dass die Verbreitung in den kommenden Jahren weiter steigen könnte. Aber auch in den Unternehmen mit Micro Learning-Angeboten könnte dieses in der überwiegenden Mehrheit in den nächsten weiter ausgebaut werden. Denn 68,2% der Studienteilnehmenden wollen ihr bestehendes Micro Learning-Angebot erweitern.

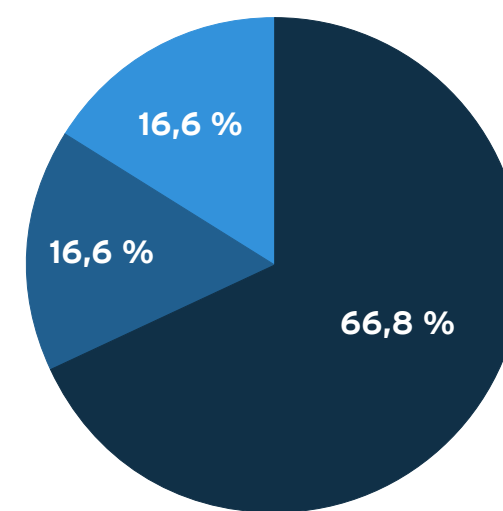
In der Summe lässt sich also feststellen, dass Micro Learning eine feste Größe im deutschsprachigen L&D-Bereich ist und das Interesse und die Verbreitung mittelfristig vermutlich weiter zunehmen wird.

Vom Micro Learning noch weit entfernt

Dieser Trend ist weniger überraschend, wenn man bedenkt, dass es bei der Länge der Lerneinheiten scheinbar noch viel „Luft nach unten“ zu geben scheint. In der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 wurde auch ermittelt, welche Bearbeitungszeit digitale Trainings typischerweise in den befragten Unternehmen haben. Die Ergebnisse dieser Frage zeigen, dass der überwiegende Teil des Lernangebots basierend auf der zugrundeliegenden Definition keine Micro Learnings sind. Demnach liegen 36% der Trainings unter 15 Minuten, wobei der größte Teil eine Bearbeitungszeit von 5 bis 10 Minuten (31,8%) hat.

Demgegenüber liegt ein hoher Prozentanteil noch immer bei über 30 Minuten, wobei Trainings mit einer Bearbeitungszeit von über einer Stunde mit 6,2% heutzutage eher eine Ausnahme darstellen. Der Durchschnitt liegt dementsprechend bei rund 25 Minuten, was erstmal weder „gut“ noch „schlecht“ ist. Schließlich muss man vorsichtig bei der Bewertung sein, denn eine Lerneinheit ist nicht automatisch vorbildlich, nur weil man sie in 5 Minuten erledigen kann. Vielmehr hängt es sehr vom Kontext ab, denn nicht jedes Thema lässt sich sinnvoll in wenigen Minuten unterbrechen.

Einsatz von Micro Learning



- Ja
- Nein, aber geplant
- Nein

Sinnvolle Lernbedarfe für Micro Learning

Vor diesem Hintergrund ist es nur folgerichtig, dass Micro Learning in den befragten Unternehmen je nach Bedarf und Einsatzgebiet unterschiedlich häufig genutzt wird. Insbesondere prädestiniert für Lernnuggets und ähnliches scheint das Thema „Digitale Kompetenzen“ zu sein, denn mit 67,2 % wird in zwei Drittel der befragten Unternehmen hierfür auf Micro Learning gesetzt. Ebenfalls verbreitet sind Micro Learnings im Bereich der Produkt-Trainings (57,9 %), bei Gesundheits- und Resilience-Trainings (47,2 %) sowie bei Compliance-Schulungen (44,6 %).

Demgegenüber scheinen Themenbereiche, wie Soft Skills (38,4 %), Service-Trainings (38,1 %) und insbesondere Verkaufs-Trainings (24 %) deutlich weniger für kurze Lerneinheiten geeignet zu sein. Eine mögliche Erklärung könnte sein, dass sich diese Lernbedarfe im Vergleich zu den zuvor genannten deutlich schwieriger in kleinere und in sich geschlossene „Wissenshappen“ unterteilen lassen, weshalb Micro Learnings weniger sinnvoll sind.

Was zeichnet ein „gutes“ Micro Learning aus?

Die Bearbeitungszeit und der Einsatz sind allerdings nur zwei Faktoren, die einen Einfluss darauf haben können, wie nachhaltig der Lernerfolg eines digitalen Trainings

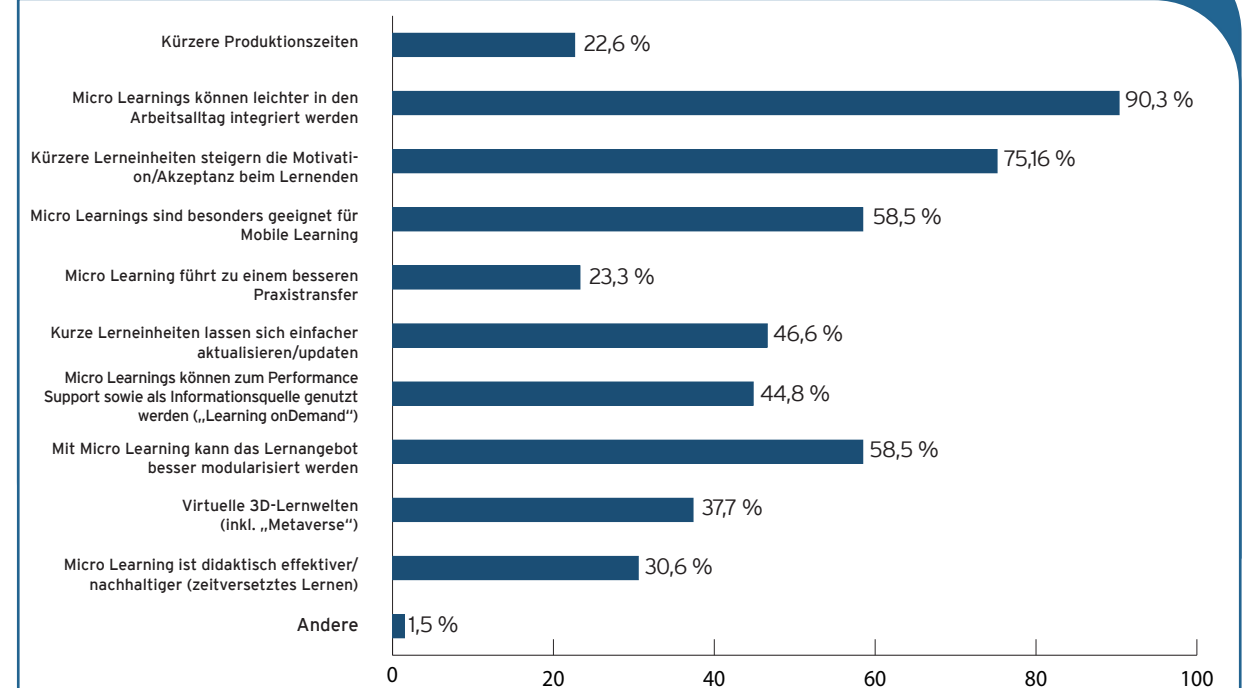
ist. Mindestens ebenso wichtig, wenn nicht sogar noch wichtiger, ist das zugrundeliegende didaktische Konzept sowie die Methodik, die zur Vermittlung des Wissens eingesetzt werden. Wie kann also konkret die Nachhaltigkeit von Micro Learnings gefördert werden?

Basierend auf den Ergebnissen der Studie, spielt der Bezug zur täglichen Arbeit eine zentrale Rolle. Denn mit 78,2 % gab die große Mehrheit der Befragten an, dass mittels realistischer Szenarien die Nachhaltigkeit gefördert werden kann. Eng damit verbunden ist die Methodik des „Storytellings“, denn besonders gerne wird ein realistisches Szenario über eine alltägliche Story, die so oder so ähnlich vorkommen könnte, erzählt, weshalb Storytelling von 64,1 % der Studienteilnehmenden genannt wurde. Darüber hinaus spielen auch Interaktionen (70 %) eine wichtige Rolle, um die Lernenden zu aktivieren und die Aufmerksamkeit zu steigern, selbst wenn die Lerneinheit nur wenige Minuten dauert.

Vorteile von Micro Learning

Die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 zeigen auch, dass es eine ganze Reihe von Gründen gibt, wieso Unternehmen mehr und mehr auf Micro Learnings in der betrieblichen Bildung setzen. An erster Stelle steht mit 90,3 % die Tatsache, dass sich kurze Lerneinheiten deutlich einfacher in den Arbeitsalltag der Mitarbeitenden integrieren lassen. Es ist schließ-

L&D-Trends für die nächsten 5 Jahre



eLearning
JOURNAL
BENCHMARKING

n=483

Frage: Welche L&D-Trends werden Ihrer Einschätzung nach in den kommenden 3 bis 5 Jahren an Bedeutung gewinnen? (Mehrfachnennungen waren möglich)

powered by:
goodhabitz
online training

lich deutlich einfacher zwischen Meetings mal eben ein Micro Learning mit 10 Minuten Bearbeitungszeit zu absolvieren, als ein Web Based Training über eine Stunde unterzubringen. Insbesondere trifft dies in Verbindung mit mobilem Lernen zu, wenn beispielsweise der gern zitierte Weg zur Arbeit im Zug oder im Bus genutzt werden kann, auf dem Smartphone noch eben ein kurzes Lernvideo anzuschauen. Es ist daher wenig verwunderlich, dass hohe Kompatibilität von Micro Learnings mit Smartphones & Co. von 58,5 % ein oft genanntes Argument sind.

Darüber hinaus können Micro Learnings allerdings auch für das Bildungsmanagement eines Unternehmens vorteilhaft sein. Zum einen kann das bestehende Lernangebot mit Micro Learnings deutlich einfach und besser modularisiert werden, was beispielsweise für personalisiertes bzw. individualisiertes Lernen benötigt wird, weshalb dieser Vorteil von 58,5 % genannt wurde. Bei einer Reihe von Micro Learnings ist es schließlich sehr viel unkomplizierter einzelne Inhalte auszulassen als bei einem 60-minütigen Lerninhalt. Eine ähnliche Logik greift auch bei der Aktualisierung von Lerninhalten. Über die Zeit lassen sich Micro Learnings sehr viel einfacher updates, worin 46,6 % einen Vorteil sehen.

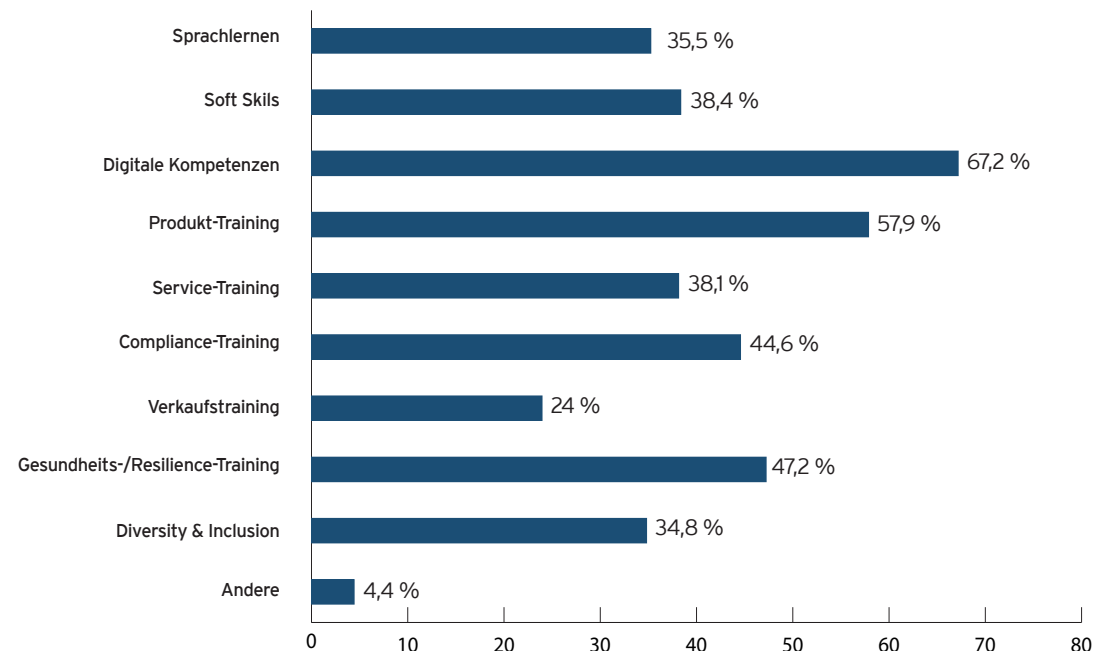
Abschließend haben drei Viertel der Studienteilnehmenden die Erfahrung gemacht, dass Micro Learnings die Lernmotivation bzw. Akzeptanz bei den Lernenden stei-

gern können. Wenn man bedenkt, dass die „Lernmotivation“ einer der Dauerbrenner der eLearning-Branche ist, unterstreicht dieser hohe Wert den Mehrwert, den Micro Learnings für die betriebliche Bildung haben können.

Zusammenfassung

Micro Learning ist weder neu noch ist es ein Nischenthema. Im Gegenteil ist Micro Learning mittlerweile ein fester Bestandteil der betrieblichen Bildung im deutschsprachigen Raum und hat sich in den letzten Jahren einer steigenden Beliebtheit erfreut – Tendenz weiter steigend. Für diesen Erfolg gibt es eine Vielzahl von Erklärungen. Allen voran sind Micro Learnings vermutlich einfach zeitgemäß. In unserer immer höher getakteten Arbeitswelt bleiben die Möglichkeiten, sich über einen längeren Zeitraum am Stück mit der eigenen Weiterbildung zu beschäftigen, immer seltener. Da lässt sich ein kurzes Lernvideo oder das fünfminütige Lernnugget schlichtweg besser in den Arbeitsalltag integrieren. Dieser Trend dürfte in den nächsten Jahren bestehen bleiben oder sich gar noch verschärfen. Insbesondere im Bereich der Modularisierung könnte die Bedeutung von Micro Learnings signifikant zunehmen. Lernempfehlungen mit Künstlicher Intelligenz versprechen passgenaues Lernen, was umso besser funktioniert, je kleinteiliger die Lerninhalte zur Verfügung stehen. Die Argumente für Micro Learning werden auf absehbare Zeit also nicht weniger.

Bevorzugte Themen für Micro Learning



eLearning
JOURNAL
BENCHMARKING

n=451

Frage: Ihrer Erfahrung nach: Welche Themen eignen sich insbesondere für Micro Learning? (Mehrfachnennungen waren möglich)

powered by:

goodhabitz
online training

eLearning KPIs & Return on Investment

Nicht selten kommt die betriebliche Bildung eines Unternehmens intern in Erklärungsnot, wenn es um die Frage geht, ob die Schulungsmaßnahmen auf die Ziele des Unternehmens ausgerichtet sind und für den Betrieb einen Mehrwert schaffen. Wie lässt sich ein solcher Mehrwert definieren? Wie lässt sich der Erfolg der betrieblichen Bildung messen? Welche KPIs gibt es für die Aus- und Weiterbildung? Wie können KPIs zielführend genutzt werden? Das nachfolgende Kapitel beschäftigt sich mit der zentralen Herausforderung, wie die betriebliche Bildung ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg nachweisen kann.

Die betriebliche Bildung hat keinen Platz am Tisch, wenn wichtige Entscheidungen getroffen werden, die das ganze Unternehmen und dessen strategische Ausrichtung betreffen. Immer wieder ist diese Beschwerde im L&D-Diskurs zu hören, was unterstreicht, dass die Weiterbildung oftmals eben nur als ein „nice-to-have“ wahrgenommen und nicht als erfolgsrelevanter „must-have“ für den Erfolg des Unternehmens verstanden wird. Wie dramatisch das Imageproblem von L&D ist, zeigt der LinkedIn Learning 2017 Workplace Report, in dem es heißt, dass nur 8% der CEOs einen „business impact“ ihrer „L&D expenditures“ sehen. Ihr wenig schmeichelhaftes Urteil: „Their training programs are boring and ineffective. Upper level management suspects that. The L&D team knows that.“

Um mit diesen Bedenken aufzuräumen, müsste die betriebliche Bildung eigentlich stärker auf die Ziele des Unternehmens einzahlen und mit Zahlen, Daten und Fakten den „Business Impact“ nachweisen. Doch wie gängig ist es im deutschsprachigen Raum überhaupt, dass die Weiterbildung an den Unternehmenszielen ausgerichtet wird?

L&D Business Impact - ja, aber nur ein bisschen?

Genau auf diese Frage versucht die eLearning BENCHMARKING Studie 2023 eine Antwort zu geben. Ein erster Blick auf die Ergebnisse stimmt zunächst positiv: Mit zusammengerechnet 74,8 % gaben drei Viertel der Studienteilnehmenden an, dass die betriebliche Bildung in ihrem Unternehmen an den Unternehmenszielen ausgerichtet wird. Bei einer genaueren Betrachtung zeigt sich allerdings, dass mit 26,7 % lediglich knapp über ein

Viertel der Befragten diese Frage klar bejaht. In dem mit 48,1 % größten Anteil der befragten Unternehmen wird die betriebliche Bildung nur teilweise an den Unternehmenszielen ausgerichtet, was viel Interpretationsspielraum offenlässt. Von den verbleibenden Teilnehmenden gaben 17,8 % an, dass L&D bisher nicht auf die Unternehmensziele einzahlt, während dies bei den verbleibenden 7,3 % aktuell ebenfalls noch nicht der Fall ist, sich dies in der Zukunft jedoch ändern soll.

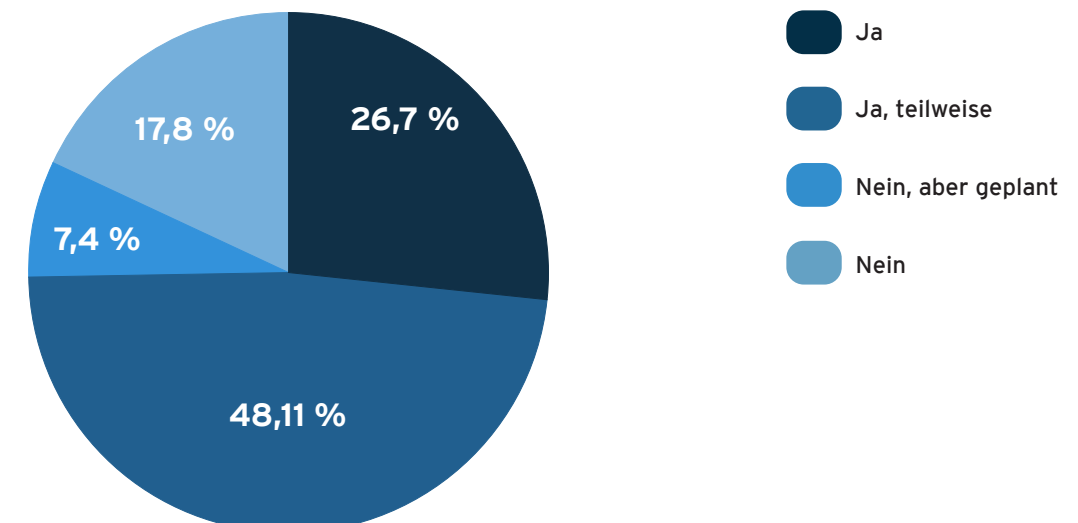
Mit einem Blick auf die Branchen zeigt sich, dass die Ausrichtung der betrieblichen Bildung in der Finanz- und Versicherungsbranche besonders ausgeprägt ist. Der Vergleichswert liegt mit 84,3 % deutlich über dem Durchschnitt, wobei die Diskrepanz in erster Linie dadurch zustande kommt, dass der „ja-Wert“ mit 39,2 % signifikant höher liegt. Am anderen Ende ist der Vergleichswert in der Ressourcenbranche mit 53,3 % besonders niedrig.

Im Kontext der Unternehmensgröße scheinen auch bei diesem Thema die Konzerne mit mehr als 25.000 Beschäftigten eine Vorreiterrolle einzunehmen, denn in diesen Unternehmen orientiert sich mit 45,2 % die betriebliche Bildung anscheinend bereits besonders umfassend an den übergeordneten Zielen des Unternehmens.

L&D-Rol - Die große Unbekannte?

Eine Möglichkeit, um bei einer Weiterbildungsmaßnahme bzw. der betrieblichen Bildung allgemein einen Mehrwert für das Unternehmen nachzuweisen, könnte die Ermittlung des Return on Investments bzw. des Return on Education sein, mit dessen Hilfe das Verhältnis zwischen

Bildungsziele in der Betrieblichen Bildung



dem Gewinn sowie der Investition einer Aus- oder Weiterbildungsmaßnahme beschrieben wird. Allerdings war die Ermittlung einer entsprechenden Kennzahl für L&D historisch schwierig und daher nicht sehr verbreitet. Vor diesem Hintergrund wollte die eLearning BENCHMARKING Studie 2023 die Frage beantworten, wie viele Unternehmen für ihre Schulungs- bzw. Trainingsmaßnahmen den Rol ermitteln.

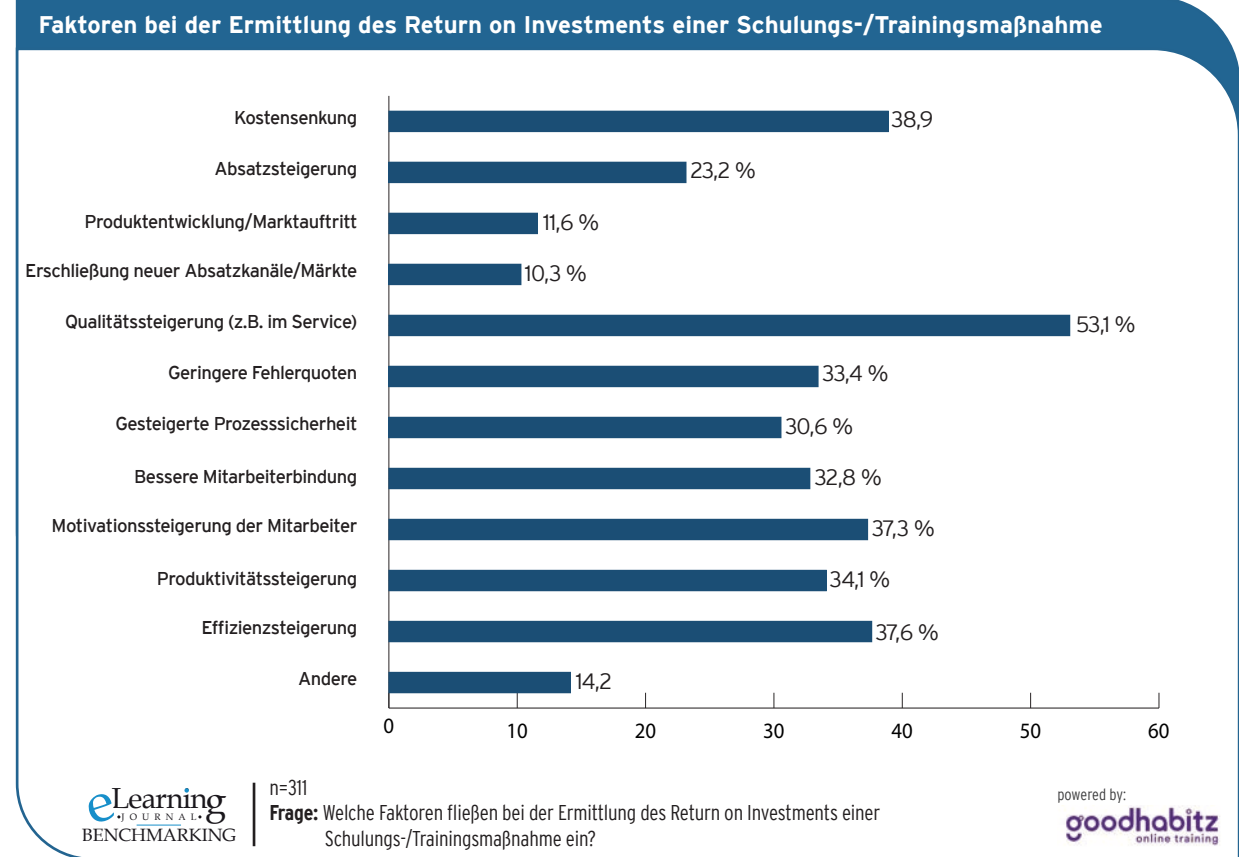
Ein Blick auf die Ergebnisse zeigt deutlich, dass die Erfahrungswerte der Vergangenheit noch immer gültig sind. Mit 3,1 % gab nur eine kleine Minderheit der Studienteilnehmenden an, dass in ihrem Haus ein Rol ermittelt wird. Bei einem knappen Viertel der befragten Unternehmen wird zumindest teilweise das Verhältnis zwischen den Kosten und dem „Gewinn“ dargestellt, was möglicherweise bedeutet, dass es in diesen Fällen entsprechende Bestrebungen gibt, sich die Ermittlung eines Rol/RoE aber als problematisch gestaltet. Dementsprechend spielt das Thema mit 73,7 % für die große Mehrheit der Befragten zum jetzigen Zeitpunkt keine Rolle.

Interessanterweise offenbart ein Blick auf die Branchen teils deutliche Unterschiede. Eine Vorreiterrolle hat demnach die Handels-, Verkehrs- und Logistikbranche, denn hier ermitteln 35,8 % den Rol ganz oder teilweise zu ermitteln. Ebenfalls deutlich über dem Durchschnitt liegen die Vergleichswerte der Finanz- und Versicherungsbranche (32,1 %) sowie des Dienstleistungssektors (29,6 %). Am anderen Ende liegen das Gesundheits- und Sozialwesen und die Ressourcen-Branche mit von 17,4 % bzw. 13,3 % deutlich unter dem Durchschnitt. In der Summe zeigt sich an diesen Zahlen eine große

Herausforderung, mit der sich die betriebliche Aus- und Weiterbildung konfrontiert sieht: Auf der einen Seite wird vom oberen Management zunehmend die Erwartung formuliert, dass L&D besser auf die Unternehmensziele einzahlen und einen klaren Mehrwert darstellen muss. Auf der anderen Seite ist die Ermittlung eines Rol/RoE notorisch schwierig, weshalb in der Mehrheit der Unternehmen darauf verzichtet wird.

Herausforderung Rol

Dabei zeigen die Ergebnisse der BENCHMARKING Studie auch, dass die befragten Unternehmen nicht willkürlich auf die Ermittlung eines Rol verzichten, sondern dass es dafür handfeste Gründe gibt. Das größte Problem ist demnach mit 54,5 % Nennungen die oftmals indirekte Verbindung der Kosten einer Schulungs- und Trainingsmaßnahme und dem daraus resultierenden Nutzen bzw. Mehrwert, der für das Unternehmen entsteht. In manchen Themenbereichen lässt sich ein entsprechender Nutzen zumindest annäherungsweise darstellen, wenn man z.B. den durchschnittlichen Erfolg von Vertriebsmitarbeitende vor und nach einer Trainingsmaßnahme miteinander vergleicht oder darauf schaut, ob sich die Qualität des Services verbessert hat, nachdem die Kolleg:innen dafür eine Weiterbildung absolviert haben. Ein solcher Mehrwert lässt sich bei vielen Schulungsthemen nicht realistisch nachweisen. Wie beziffert man etwa den Nutzen von Compliance- und Sicherheitstrainings? Bietet ein Unternehmen beispielsweise Cybersecurity-Schulungen an und wird in der Folge dadurch eben nicht das Opfer einer Cyberattacke, dann hat die Schulung dem Unternehmen möglicherweise einen kostspieligen Schaden verhindert,



ohne dass man diesen „Mehrwert“ in irgendeiner Form der oberen Führung in Schwarz und Weiß zeigen könnte.

Eine weitere Herausforderung stellen die zur Verfügung stehenden Daten dar, denn 42,3 % gaben an, dass die Ermittlung des Rol von Schulungsmaßnahmen aufgrund der unzureichenden Datenlage nicht ermittelt werden kann. Grundsätzlich sind moderne Learning Management Systems (LMS) zwar in der Lage, eine umfassende Menge von Daten und KPIs bereitzustellen aber nicht selten wird ganz bewusst nur ein Bruchteil dieser Möglichkeiten genutzt. Lernendendaten gelten als sehr sensibel und oftmals schiebt der Betriebsrat einen Riegel vor, wenn diese Daten willkürlich ausgewertet werden sollen. Doch was für Daten und Faktoren fließen überhaupt in die Berechnung des Return on Investment ein?

Wie ermitteln Unternehmen den Rol für Schulungsmaßnahmen?

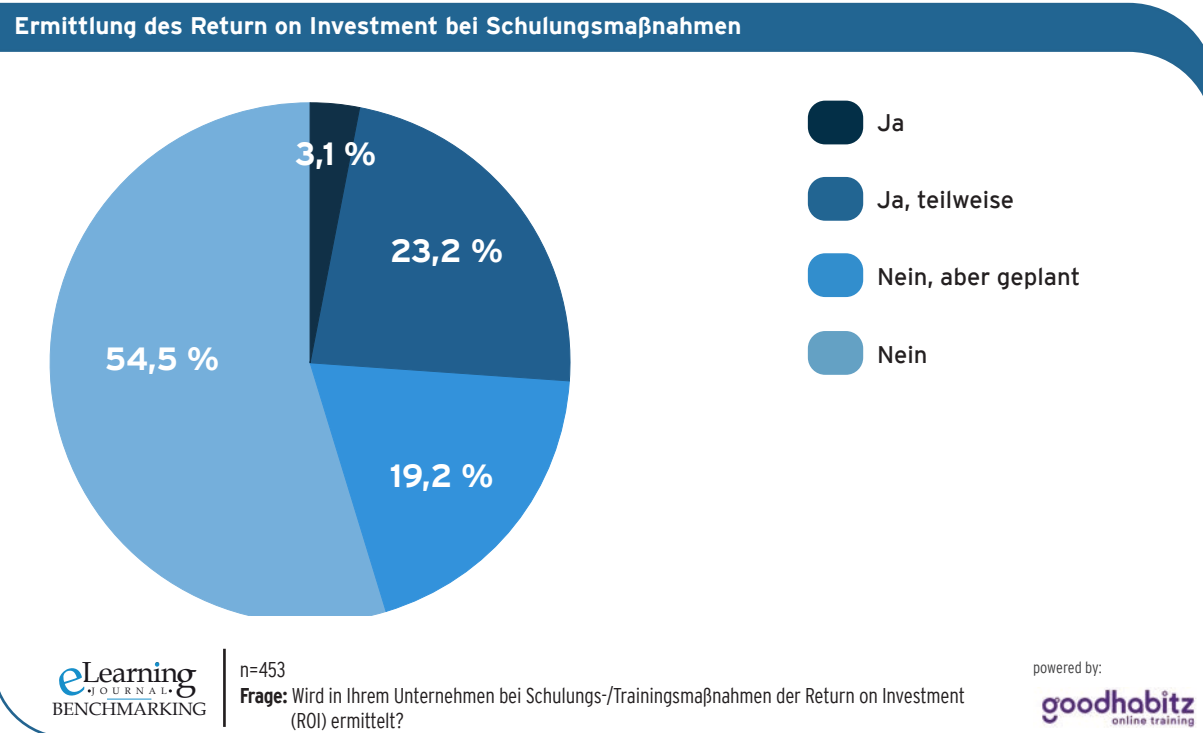
Die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 zeigen, dass die befragten Unternehmen eine ganze Bandbreite von Faktoren zu Rate ziehen, um den Rol einer Schulungs- oder Trainingsmaßnahmen zu ermitteln. An erster Stelle steht der Faktor „Qualitätssteigerung“, was mit 53,1 % von knapp jedem zweiten Unternehmen genannt wurde und sich darauf bezieht, ob in einer Abteilung wie beispielsweise dem Service die Qualität der

Beratung zugenommen hat.

Überraschenderweise wurde der Faktor „Kostensenkungen“ mit 38,9 % nicht so oft genannt, wie man es vielleicht meinen könnte. Schließlich sollten durch digitale Schulungen realisierte Kostensenkungen einer der „einfachsten“ Wege sein, wie man den Rol einer Maßnahme nachweisen kann.

Ansonsten gibt es noch eine ganze Bandbreite von Faktoren, die alle im Bereich von 30 bis 40 % liegen und naheliegende Daten, wie z.B. geringere Fehlerquoten, Produktivitätssteigerungen, Effizienzsteigerungen oder eine bessere Mitarbeiterbindung, umfassen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Ergebnisse der Studie unterstreichen, wie schwierig es der betrieblichen Bildung zu fallen scheint, einen klaren betriebswirtschaftlichen Mehrwert von Schulungs- und Trainingsmaßnahmen nachzuweisen und das Lernangebot umfassend den Unternehmenszielen anzupassen. Gleichzeitig kann und sollte nicht jede Lerneinheit auf den Kosten-Nutzen-Faktor reduziert werden, denn ein attraktives Lernangebot kann unter Umständen Vorteile bieten, die sich nicht unmittelbar am Umsatz ablesen lassen. Dennoch bleibt die Tatsache, dass die betriebliche Bildung zukünftig vermutlich stärker strategisch agieren sollte, um einen „Platz am Tisch“ zu erhalten.



2023

Herausgeber:
Frank Siepmann**eLearning
BENCHMARKING Studie****TEILSTUDIE****Erfolgsfaktor Kompetenzentwicklung:
Wie Unternehmen dem
demografischen Wandel begegnen****Zusammenfassung**

Es wurde in der eLearning BENCHMARKING Studie 2022 mit 82,9 % von großer Mehrheit vermutet, dass die Relevanz von Kompetenzen und deren Entwicklung in den kommenden Jahren zunehmen wird. Dieses bestätigt nun die aktuelle Teilstudie. Durch die zunehmenden digitalisierten und von KI automatisierten Arbeitsprozesse und den parallel stattfindenden Fachkräftemangel ist das Thema Kompetenzentwicklung in der betrieblichen Bildung wichtiger denn je. So stimmen mit 74,1 % rund drei Viertel der Befragten zu, dass zielgerichtete Kompetenzentwicklung eine der größten Herausforderungen der betrieblichen Bildung in den kommenden Jahren darstellt.

Ebenfalls führen die aktuellen Ergebnisse vor Augen, dass Kompetenzentwicklung in den Betrieben zwar schon größtenteils ganzheitlich gedacht wird, jedoch immer noch ausbaufähig ist. So schätzen lediglich 53,2 % die Kompetenzentwicklung in ihrem Betrieb als „gut“ ein. Dieser Wert verdeutlicht, dass Handlungsbedarf besteht, insbesondere angesichts der wachsenden Veränderungen und Herausforderungen, auch die steigenden Kompetenzlücken führen. Denn aktuell sieht sich jedes zweite befragte Unternehmen mit Kompetenzlücken konfrontiert, weitere 44,2 % sind teilweise davon betroffen.

Angesichts des Fachkräftemangels ist die Schließung dieser Kompetenzlücken nicht primär durch Recruiting zu bewältigen. Stattdessen liegt der Fokus auf interner Kompetenzentwicklung in Form von Reskilling- und Upskilling und einer ausgewogenen Kombination aus internen und externen Maßnahmen (56,7 %).

Kompetenzmanagement erweist sich hierbei als entscheidend, um die interne Entwicklung zielgerichtet zu steuern. Als besonders wichtig wird dabei die Schaffung von Entwicklungsangeboten für alle Mitarbeitenden gesehen (61,8 %).

4 Fakten zur Kompetenzentwicklung**Herausforderung**

Mit 74,1 % sieht rund drei Viertel der Befragten in zielgerichteter Kompetenzentwicklung eine der größten Herausforderungen der betrieblichen Bildung in den kommenden Jahren.

Wachsende Skill Gaps

Jedes zweite Unternehmen im DACH-Bereich sieht sich aktuell mit Kompetenzlücken konfrontiert – das ist ein Zuwachs von über 10 % ggü. dem Vorjahr.

Reskilling & Upskilling

Stolze 76,9 % der Unternehmen bieten Reskilling- oder Upskilling-Maßnahmen an bzw. planen die zeitnahe Einführung.

Lernbedarfe

Insbesondere bei den Führungskräften (84,9 %) und in der IT-Abteilung (75,5 %) werden die größten Reskilling- und Upskilling-Bedarfe gesehen.

Teilstudie Kompetenzentwicklung

Kompetenzentwicklung gegen Skill Gaps & Fachkräftemangel

Die Digitalisierung wirkt sich unweigerlich auf die heutige Arbeitswelt aus und zieht Veränderungen diverser Arbeitsprozesse und -strukturen nach sich. Um mit diesem stetigen Wandel mithalten zu können, wird es für Unternehmen immer wichtiger, die Kompetenzentwicklung der Mitarbeitenden zu fördern und den aktuellen Herausforderungen und Bedarfen anzupassen. Im ersten Kapitel dieser Teilstudie wird der Status Quo der Kompetenzentwicklung bei Unternehmen aus dem DACH-Bereich in den Blick genommen sowie aktuelle Bedarfe und Herausforderungen identifiziert. Ebenfalls wird die zunehmende Verbreitung von Kompetenzlücken betrachtet.

In der heutigen dynamischen und sich ständig verändernden Arbeitswelt stehen Unternehmen ununterbrochen vor der Herausforderung, sich den neuen technologischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Ereignissen anzupassen – immer mit dem Ziel, sich gegenüber der Konkurrenz auf dem Markt abzuheben und die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Hierbei sind die individuellen Kompetenzen der Mitarbeitenden eine der relevantesten Ressourcen. Um mit den stetigen Veränderungen der Arbeitswelt mithalten zu können, ist es für Unternehmen mittlerweile unentbehrlich, eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Kompetenzen der Mitarbeitenden zu unterstützen und sogar zu fördern – darin besteht eines der Schlüsselemente für den Erfolg und die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens.

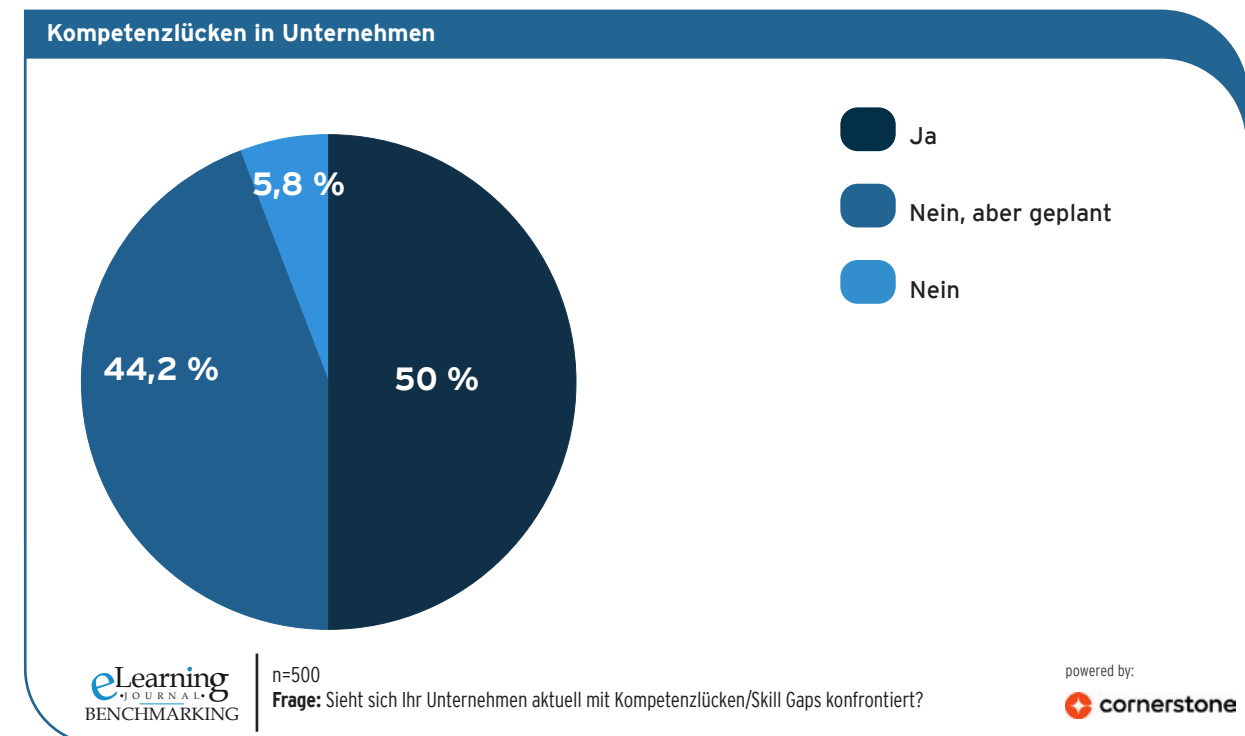
Dabei ist es zum einen wichtig, auf die individuellen Lernbedarfe der Mitarbeitenden einzugehen, um zur nachhaltigen Mitarbeitendenbindung beizutragen, zum anderen darf aber auch der wirtschaftliche und strategische Erfolg des Unternehmens nicht aus dem Blick verloren werden. Dieses miteinander zu vereinen und dabei zusätzlich auch nicht das alltägliche Geschäft aus dem Blick zu verlieren, ist eine der größten Hürden der aktuellen Arbeitswelt, wie auch die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie aufzeigen: Demnach sehen rund drei Viertel der befragten Unternehmen in der zielgerichteten Kompetenzentwicklung eine der größten Herausforderungen in der betrieblichen Bildung in den kommenden Jahren.

Es ist keine neue Erkenntnis, dass das Thema Kompe-

tenzentwicklung einen entscheidenden Faktor für den Erfolg eines Unternehmens darstellt. Vielmehr wird sie nun durch die zunehmende Digitalisierung, KI-Einsatz und den drohenden Fachkräftemangel zusätzlich befeuert. So wurde bereits in der Studie 2022 vorausgesagt, dass die Relevanz von Kompetenzen und deren Weiterentwicklung in den kommenden Jahren noch steigen wird (82,9 %). Dieses wird nicht zuletzt dadurch noch vorangetrieben, dass auch die wertvolle Ressource „Mitarbeitende“ zunehmend knapper wird. So ist geeignetes Fachpersonal eindeutig Mangelware. Das Thema Kompetenzentwicklung ist nicht zuletzt aus diesem Grund wichtig für Unternehmen – nicht nur, um die Arbeitgeberattraktivität für neue Talente zu steigern, sondern eben auch, um die bestehenden Mitarbeitenden weiterhin zu fördern und sie langfristig an das Unternehmen zu binden.

Zufriedenheitsrate in der Kompetenzentwicklung

Dass das Thema Kompetenzentwicklung ein präsent Thema im DACH-Bereich ist, ging schon aus der Vorjahresstudie heraus – was die Qualität betrifft, bleibt jedoch nach wie vor Luft nach oben, wie sich aus den Ergebnissen der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 schließen lässt. Darin schätzen lediglich 53,2% die Kompetenzentwicklung in ihrem Unternehmen als „gut“ ein. Als „sehr gut“ bewerteten nur 3 % ihre betriebliche Kompetenzentwicklung, wobei mit Blick auf die Unternehmensgröße in beiden Fällen eine starke Konzentration auf größere Unternehmen mit über 5.000 Mitarbeitenden zu erkennen ist. Auffallend bei der Branchenanalyse ist die starke Ausprägung einer



„guten“ betrieblichen Kompetenzentwicklung in der Ressourcen-Branche (66,7%), dem Gesundheits- und Sozialwesen (58,6 %) sowie im Handel, Verkehr und Logistik (57,5 %). Als „sehr gut“ bewertet hingegen dominiert die Informations- und Kommunikationsbranche (5,7 %) sowie ebenfalls der Handel, Verkehr und Logistik (5,5 %). Bei der „eher schlechten“ und „schlechten“ Bewertung ist hingegen ein starker Trend in der öffentlichen Verwaltung sowie in dem verarbeitenden Gewerbe zu erkennen, in denen noch ein starker Ausbau der Kompetenzentwicklung gesehen wird.

Achtung, Skill Gaps auf dem Vormarsch!

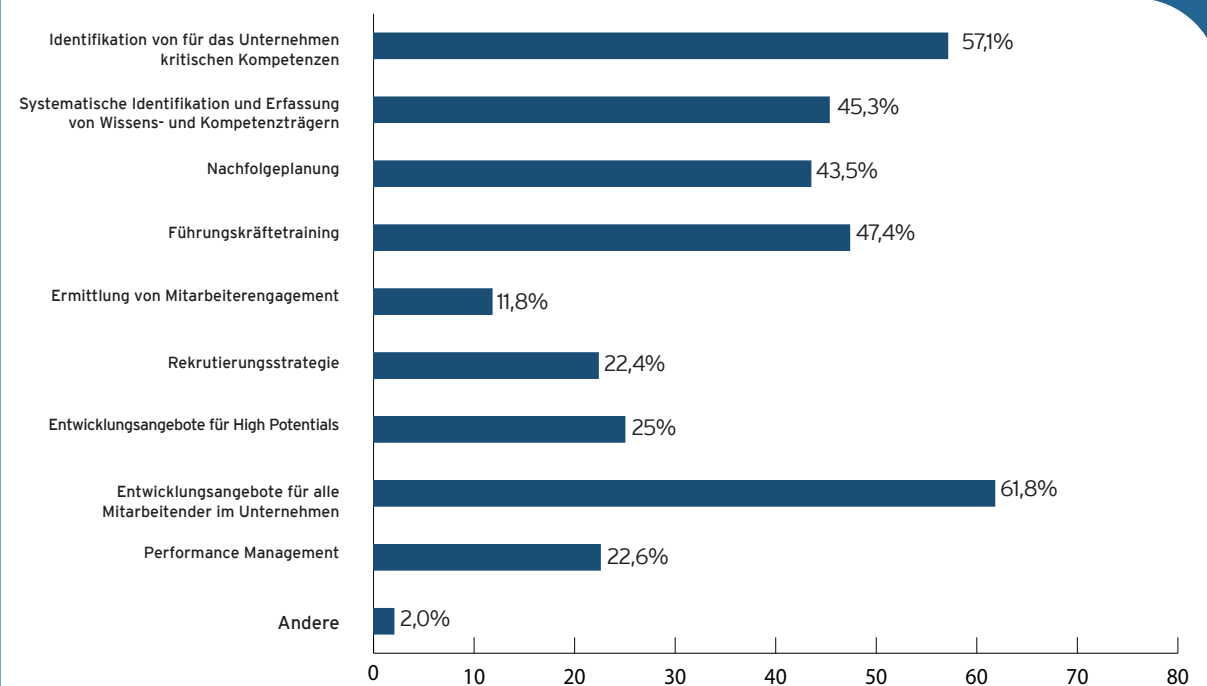
Durch Veränderungen von Arbeitsprozessen wächst in Unternehmen die Gefahr, dass bei den Mitarbeitenden Skill Gaps entstehen. Diese bezeichnen die Diskrepanz zwischen den Fähigkeiten, die für eine entsprechende Jobposition oder Rolle im Unternehmen notwendig sind und den tatsächlichen Kompetenzen der Mitarbeitenden. Die teilweise massiven Umbrüche im Arbeitsalltag beeinflussen das Entstehen dieser Skill Gaps, sodass teilweise die Kompetenzen der Mitarbeitenden immer weniger mit deren Position übereinstimmen.

Die Zunahme an Skill Gaps schlägt sich ebenfalls in den Studienergebnissen nieder: Demnach hat aktuell jedes zweite Unternehmen mit Kompetenzlücken zu

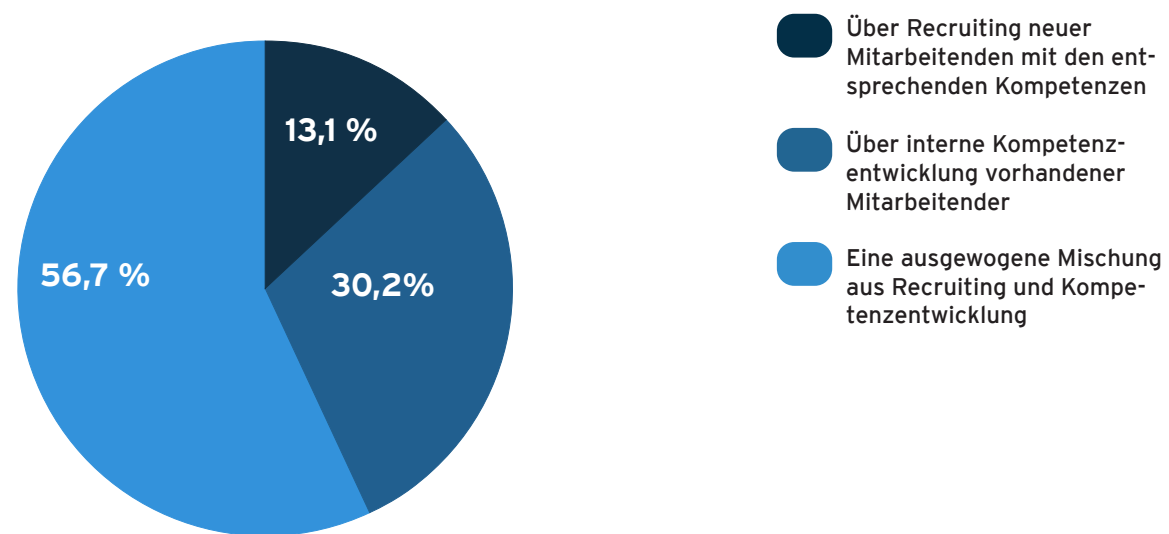
kämpfen. Dies ist ein rasanter Anstieg im Vergleich zum Vorjahr, in dem lediglich 38 % angaben, mit Skill Gaps konfrontiert zu sein. Weitere 44,2 % sehen sich teilweise mit dieser Thematik konfrontiert. Dieses kann man vermutlich nicht zuletzt auf den gestiegenen Einsatz von KI und Maschinen im vergangenen Jahr zurückführen sowie auf die damit gestiegenen bzw. veränderten Herausforderungen der Mitarbeitenden.

Mit einem Blick auf die Unternehmensgröße fällt in diesem Kontext auf, dass insbesondere Unternehmen mit über 5.000 Mitarbeitenden deutlich mehr mit Skill Gaps zu kämpfen haben, während in den KMUs hingegen das Problem weniger prominent zu sein scheint. Die Branchenverteilung hat sich mit Blick auf das Vorjahr fortgesetzt: So ist der prozentuale Anteil von Kompetenzlücken in sämtlichen Branchen geringfügig angestiegen, sodass das Verhältnis unter den Branchen selbst jedoch ähnlich bleibt. Auffällig ist lediglich der Sektor der öffentlichen Verwaltung, der 2022 mit lediglich 21,6 % das Schlusslicht bildete und wenig Kompetenzlücken aufzeigte und in den diesjährigen Ergebnissen mit 58,3 % ganz an der Spitze steht. Ein möglicher Grund hierfür könnte darin bestehen, dass insbesondere in vielen öffentlichen Verwaltungen und Ämtern in den letzten Jahren zahlreiche Arbeitsprozesse digitalisiert wurden, die viele Mitarbeitende zunächst vor Kompetenzlücken stellen. Weitere Branchen, die sich vermehrt mit Kompetenz

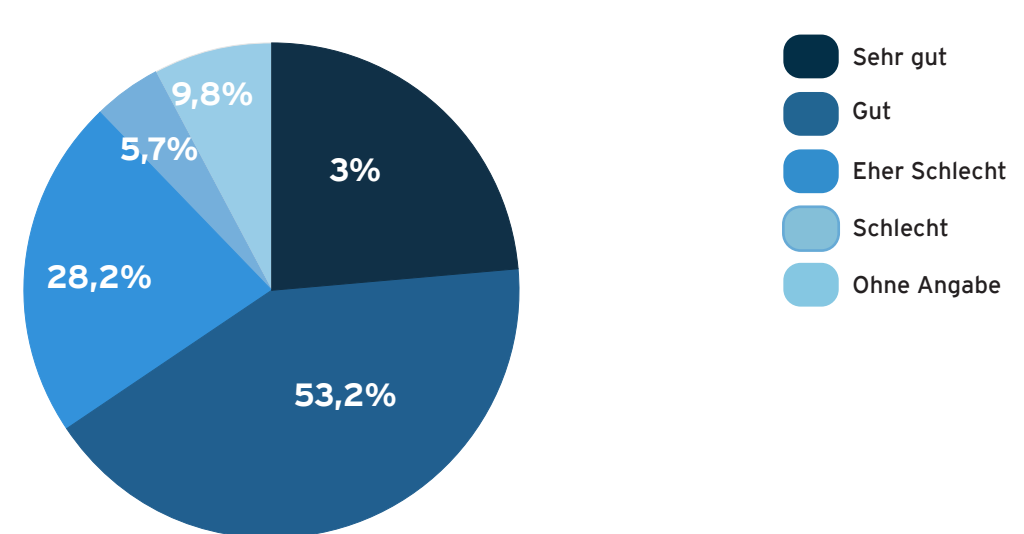
Aktuelle Kompetenzmanagement-Bedarfe



Kompetenzlücken in Unternehmen



Zufriedenheitsrate in der Kompetenzentwicklung



lücken konfrontiert sehen, sind das verarbeitende Gewerbe (56,3 %), der Informations- und Kommunikationssektor (55,9 %) sowie die Handels-, Verkehrs- und Logistikbranche (51,4 %).

Von außen oder von innen wachsen?

Aufgrund des allseits präsenten Fachkräftemangels erschwerte es sich die vergangenen letzten Jahre zunehmend, fehlende Kompetenzen einfach mithilfe von Recruiting in Form von neuen Talenten und Mitarbeitenden in das Unternehmen zu ersetzen. Dieses spiegelt sich ebenfalls in den Studienergebnissen wider: So geben nur 13,1 % an, für das Schließen von Skill Gaps auf das Anwerben neuer Fachkräfte zu setzen. Vielmehr lässt sich in dem Kontext der Trend erkennen, dass immer mehr Unternehmen auf die interne Kompetenzentwicklung der vorhandenen Mitarbeitenden setzen (30,2 %). Die stärkste Tendenz zeigt sich jedoch nach wie vor in einer ausgewogenen Mischung, die sich aus der internen Kompetenzentwicklung der Belegschaft und dem Recruiting neuer Mitarbeitender zusammensetzt (56,7 %).

Bedarfe im betrieblichen Kompetenzmanagement

Für die Schließung dieser Skill Gaps kann ein ausgeklügeltes Kompetenzmanagement im Unternehmen Unterstützung leisten. Mit dessen Hilfe gelingt es nicht nur, die fehlenden und vorhandenen Skills zu

identifizieren und zu gruppieren, sondern auch die punktuelle und individuelle Förderung gewisser Kompetenzen im Unternehmen voranzutreiben. Dieses kann eine Reihe von Maßnahmen und Prozessen umfassen, die darauf abzielen, die vorhandenen Fähigkeiten und Qualifikationen der Mitarbeitenden gezielt zu fördern, um die Unternehmensziele zu erreichen und mögliche Skill Gaps zu schließen. Ein effektives Kompetenzmanagement kann Unternehmen dabei helfen, sich an die schnell ändernden Marktbedingungen anzupassen, die Innovationsfähigkeit zu steigern und die Qualifikationen der Belegschaft aufzubauen.

Die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie geben dabei preis, in welchen Bereichen im Kompetenzmanagement momentan die größten Handlungsbedarfe gesehen werden. Hier stechen insbesondere zwei Aspekte heraus: Ganze 61,8 % äußern den Bedarf, betriebliche Entwicklungsangebote für alle Mitarbeitenden im Unternehmen zu ermöglichen, um jede Person positions- und abteilungsunabhängig in ihrer individuellen Kompetenzentwicklung zu fördern. Als zweiter Punkt wird die Identifikation von kritischen Kompetenzen für das Unternehmen genannt (57,1 %), was wiederum auch auf das Identifizieren und Schließen von Skill Gaps einzahlt. Ein weiterer Bedarf mit verhältnismäßig vielen Nennungen besteht in Führungskräfte trainings (47,4 %). Dieses lässt sich spannenderweise mit einem Studienwert aus dem Vorjahr in Verbindung setzen, in dem in der Abteilung

der Führungskräfte mit 55,1 % mit Abstand die meisten Kompetenzlücken gesehen wurden. Ein mögliches Führungskräfte training kann hierbei, ähnlich wie Re- bzw. Upskilling-Maßnahmen dazu beitragen, die Kompetenzen auf der Führungsebene zu trainieren und zu erweitern (mehr dazu im Kapitel 2). Weitere Kompetenzmanagement-Bedarfe werden in der systematischen Identifikation von Wissens- und Kompetenzträgern (45,3 %), der Nachfolgeplanung (43,5 %) sowie dem Entwicklungspotenzial für High Potentials (25,0 %) gesehen.

Führungskräfte als Schlüsselakteure?

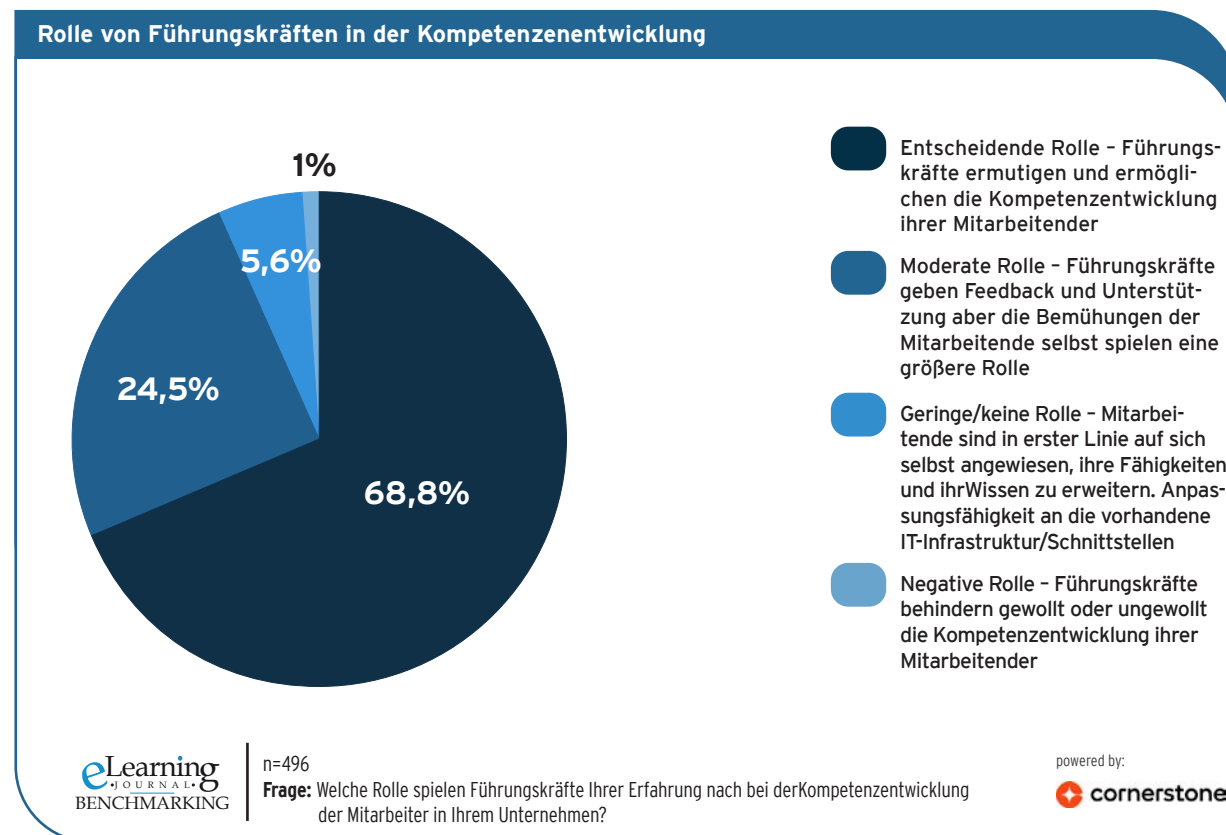
Damit zusammenhängend scheint der Einsatz von Führungskräften eine wesentliche Rolle in der betrieblichen Kompetenzentwicklung zu spielen. Deutlicher wird dieser Einfluss in den Ergebnissen der eLearning BENCHMARKING Studie, in der 68,8 % der Befragten den Führungskräften eine entscheidende Rolle zuschreiben – Kompetenzlücken hin oder her. Ein wesentlicher Teil dieser Rolle besteht dabei darin, dass die Führungskräfte die Kompetenzentwicklung der Mitarbeitenden ermöglichen und sie darüber hinaus natürlich auch ermutigen und zum stetigen Lernen motivieren, was sich wiederum positiv auf den Lernprozess auswirkt. Weitere 24,6 % betrachten die Führungsebene als „moderat“ involviert, indem zwar Feedback und Unterstützung geäußert wird, die persönlichen Bemühungen der Mitarbeitenden jedoch eine deutlich größere Rolle spielen. Eine negative Rolle im Kontext der Kompetenzentwicklung wird Führungskräften lediglich in 1 % der Fälle zugeschrieben, was die gewollte oder ungewollte Behinderung der Kompetenzentwicklung umfasst.

Für die konkrete Unterstützung und Förderung der

Kompetenzentwicklung der Mitarbeitenden werden in den Umfrageergebnissen verschiedene Maßnahmen und Möglichkeiten benannt, die ein buntes Portfolio mit verschiedenen Intentionen ergeben. Die höchste Zustimmung erfährt dabei mit 78,2 % die Definition gezielter Entwicklungsmöglichkeiten und Zielvereinbarungen für eine zielgerichtete Kompetenzentwicklung. Dicht gefolgt von dem Schaffen von Zugängen zu gezielten Schulungs- und Trainingsangeboten (75,8 %), dem Geben von regelmäßigem Feedback (75,8 %) sowie dem Anreiz, den Mitarbeitenden immer wieder Möglichkeiten zu geben, neue Aufgaben und Herausforderungen zu übernehmen (75,4 %).

Fazit

Die Relevanz einer zukunftsorientierten und nachhaltigen Kompetenzentwicklung und damit einhergehend einem effektiven Kompetenzmanagement hat in den vergangenen Jahren einen deutlichen Aufschwung erfahren, wie die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie nahegelegt haben. Die Problematik im Kontext mit dem zunehmendem Fachkräftemangel sowie den wachsenden Kompetenzlücken legt weiterhin nahe, dass die betriebliche Kompetenzentwicklung auch in Zukunft nicht an Bedeutung verlieren wird. Weiterhin steht fest, dass Unternehmen die interne Kompetenzentwicklung gründlich vorantreiben bzw. noch weiter ausbauen müssen, um die Belegschaft für die aktuellen und noch kommenden Herausforderungen zu wappnen. Nichtsdestotrotz sollte Kompetenzentwicklung nicht nur als Reaktion auf den Fachkräftemangel betrachtet werden, sondern vielmehr als strategischer Weg, um die Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und die Belegschaft für die Herausforderungen der Arbeitswelt von morgen zu rüsten.



Teilstudie Kompetenzentwicklung

Mit Re- und Upskilling den demografischen Wandel meistern

In den heutigen Zeiten des Wandels der Arbeitswelt bleibt kein Stein auf dem anderen.

Umso wichtiger ist es für Unternehmen daher, dem Fachkräftemangel und den wachsenden Kompetenzlücken in der Belegschaft mit zielgerichteter Kompetenzentwicklung entgegenzuwirken. Fest steht: Wer in der heutigen Arbeitswelt den Herausforderungen und Veränderungen Standhalten möchte, muss seine Skills permanent erweitern und trainieren. Im zweiten Kapitel dieser Teilstudie widmen wir uns daher den Reskilling- und Upskilling-Maßnahmen, die es Unternehmen und Mitarbeitenden ermöglichen, mit den aktuellen und kommenden Herausforderungen Schritt zu halten.

Reskilling- und Upskilling-Maßnahmen sind vor dem Hintergrund zielgerichteter Kompetenzentwicklung nicht mehr wegzudenken und bilden eine hilfreiche Unterstützung im (Wieder-)Aufbau neuer Fähigkeiten und der Erweiterung des eigenen Horizonts. Diese Maßnahmen sind in einer sich schnell verändernden Arbeitswelt von großer Bedeutung, um sicherzustellen, dass Mitarbeitende mit den neuesten Anforderungen und Technologien Schritt halten und für die eigene Zukunftsfähigkeit sorgen können. Darüber hinaus unterstützen sie eine Verbesserung des Mitarbeitendenengagements und sorgen neben dem Schließen von Kompetenzlücken auch für eine bessere Anbindung der Mitarbeitenden an das Unternehmen.

Lernen ohne Grenzen

Auch wenn Re- und Upskilling-Maßnahmen oftmals im selben Kontext von Kompetenzentwicklung verwendet werden, darf nicht außer Acht gelassen werden, dass die beiden insbesondere in der betrieblichen Bildung eine andere Intention verfolgen. Reskillings lassen sich am ehesten mit der typischen „Umschulung“ gleichsetzen: Hier zielen die Lernmaßnahmen folglich auf das Erlernen komplett neuer Kompetenzen ab und unterstützen dabei, die Kompetenzen für eine neue Position zu lernen. Demgegenüber sorgt Upskilling als Weiterbildung

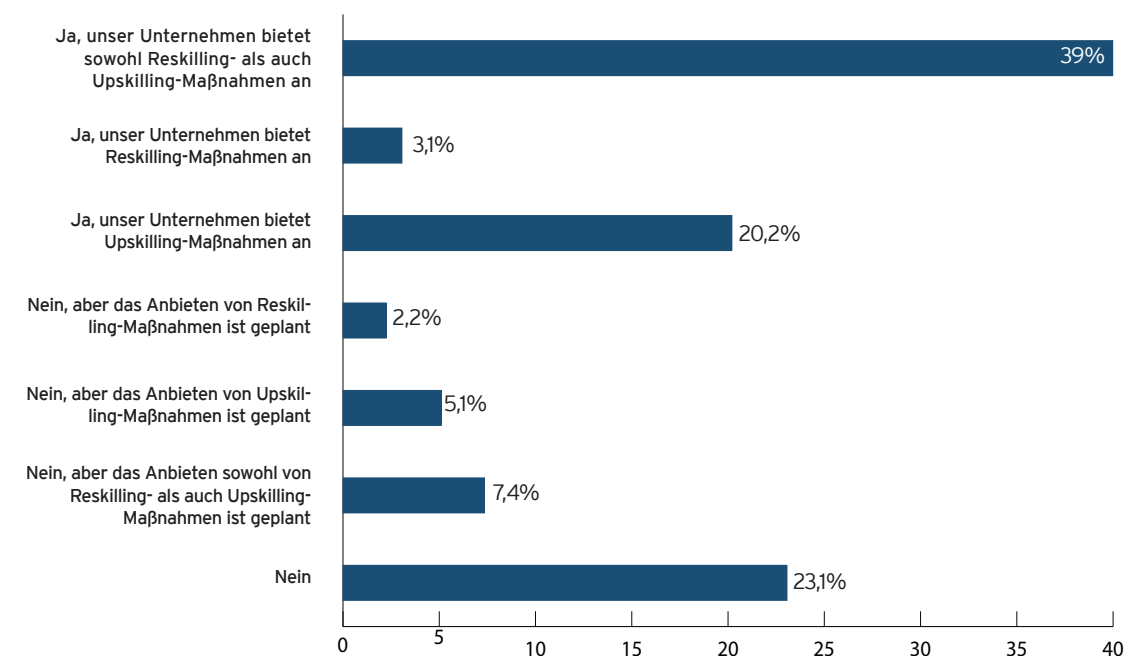
bzw. -qualifikation vielmehr dafür, für den aktuellen Job erweiterte Kompetenzen zu erlernen, also die bereits vorhandenen Skills aufzubauen, um den eigenen Kompetenzkatalog und somit die Fähigkeiten im Job und darüber hinaus zu erweitern.

Vom Wissen zum Können: Reskilling und Upskilling für nachhaltigen Erfolg

Das Reskilling bzw. Upskilling von Mitarbeitenden sorgt zum einen dafür, dass sich das gesamte Unternehmen schneller an neue Technologien, Arbeitsprozesse und Veränderungen anpassen kann. Zum anderen trägt dieses dazu bei, die individuelle Kompetenzentwicklung einer/eines Einzelnen voranzutreiben, somit die persönliche Karriereentwicklung zu steigern und das Knowhow und Fachwissen im Unternehmen maßgeblich zu erhöhen. Zugleich kann das Erlernen neuer Fähigkeiten zu neuen innovativen Ideen und Lösungsansätzen führen, die wiederum zur Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens beitragen.

Bereits in der eLearning BENCHMARKING Studie 2021 wurde eine hohe Quote an Re- und Upskilling-Maßnahmen im deutschsprachigen Raum identifiziert, bei denen 70 % der Studienteilnehmenden angaben, im Unternehmen bereits solche Maßnahmen durchzuführen oder zu planen. Mit Blick auf die

Häufigkeiten von Reskilling und Upskilling-Angeboten



gestiegenen Skill Gaps und Kompetenzbedarfe verwundert es daher wenig, dass die Zahlen der diesjährigen Studie hier entsprechend gestiegen sind. So bieten aktuell 76,9 % der befragten Unternehmen Reskilling- und/oder Upskilling-Maßnahmen an bzw. planen dieses. Die übrigen 23,1 % hingegen planen keinen Aufbau dieser Maßnahmen.

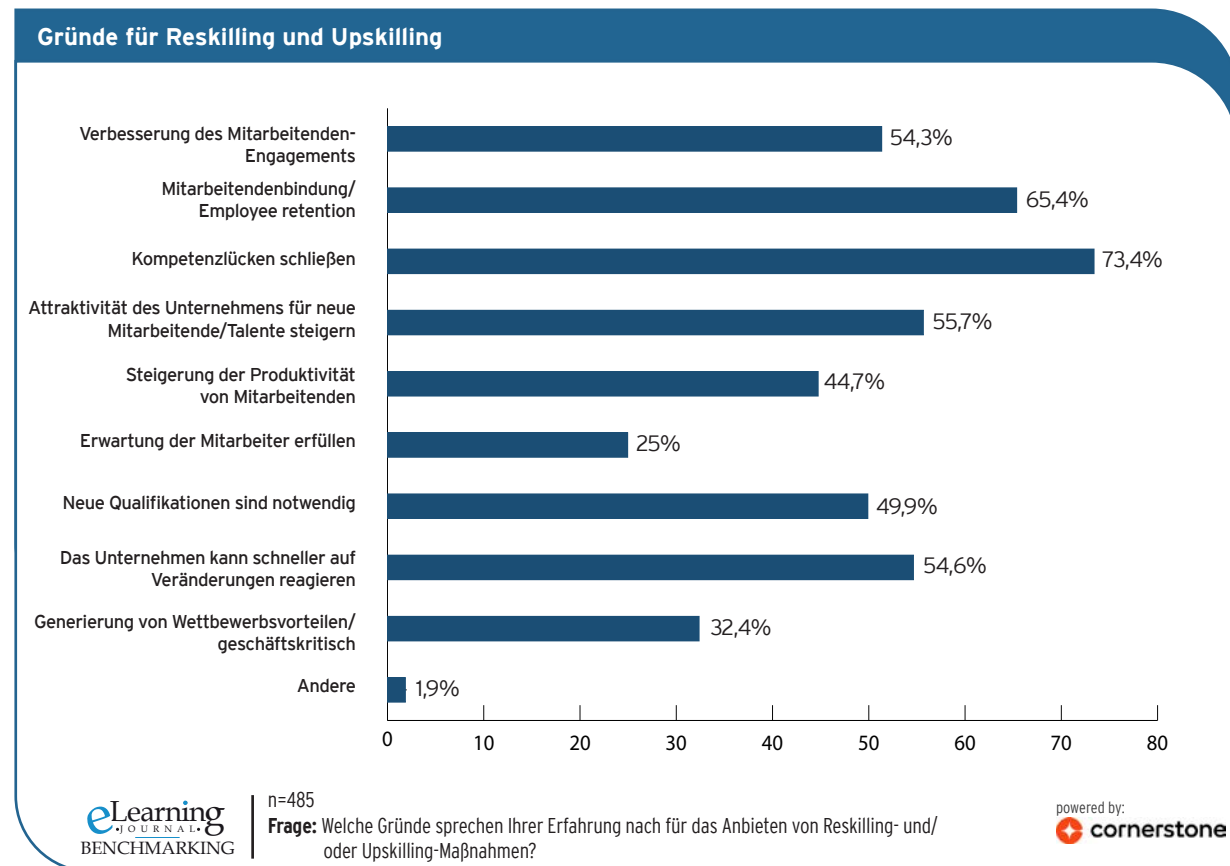
Während die Anzahl an Unternehmen, die lediglich auf Reskilling setzen, ähnlich niedrig geblieben ist wie in der Studie 2021, lässt sich insbesondere bei dem Upskilling-Fokus wiederum eine Zunahme von über 10 % gegenüber 2021 feststellen (20,2%). Zusammenfassend lässt sich also ein Zuwachs an Reskilling- und Upskilling-Maßnahmen in der betrieblichen Bildung verzeichnen.

Warum auf Reskilling und Upskilling setzen?

Ebenfalls hat die aktuelle eLearning BENCHMARKING Studie nachgefragt, welche verschiedenen Gründe die Studienteilnehmenden für den Einsatz dieser Maßnahmen sehen, bei denen sich erneut eine interessante Verbindung zu den Werten aus dem Jahr 2021 erkennen lässt. Nach wie vor ungeschlagener Sieger ist das Schließen von Kompetenzlücken, das durch Reskilling- und Upskilling stark gefördert wird. Dieses wurde im Vergleich zu 2021, in dem dieser Aspekt bereits mit 56,5 % her-

vorstach, noch weiter ausgebaut zu stolzen 73,4 %. Weitere prominente Gründe sind unter anderem eine gesteigerte Mitarbeitendenanbindung (65,4 %), die im Vergleich zu 2021 (50,1 %) an Prominenz gewonnen hat, sowie zudem die Tatsache, dass mit diesem vielfältigen Kompetenzentwicklungsangebot auch die Attraktivität des Arbeitgebers gegenüber neuen Mitarbeitenden bzw. Talenten gesteigert wird (55,7 %). Ebenfalls präsent ist der Vorteil, dass Unternehmen mit einer „geskillten“ Belegschaft schneller auf Veränderungen reagieren können (54,6 %) und das Engagement der Mitarbeitenden erheblich gesteigert wird (51,3 %).

Weiter ist interessant, dass sich die Bedarfe nach Reskilling- und Upskilling-Maßnahmen in den Abteilungen zu unterscheiden scheinen: Aus den Studienergebnissen geht hervor, dass insbesondere bei den Führungskräften als auch in der IT-Abteilung ein überdurchschnittlich hoher Bedarf an Kompetenzentwicklung gesehen wird. Diese Deutung geht ebenfalls mit Ergebnissen der Studie 2022 einher, in denen insbesondere bei den Führungskräften und der IT auch die größten Kompetenzlücken gesehen wurden. Ungefähr jede:r dritte Befragte schätzt aktuell den Kompetenzentwicklungsbedarf bei Führungskräften als „sehr hoch“ ein - jede:r Zweite schätzt ihn als hoch ein, womit in der Abteilung der Führungskräfte der mit Abstand größte Bedarf

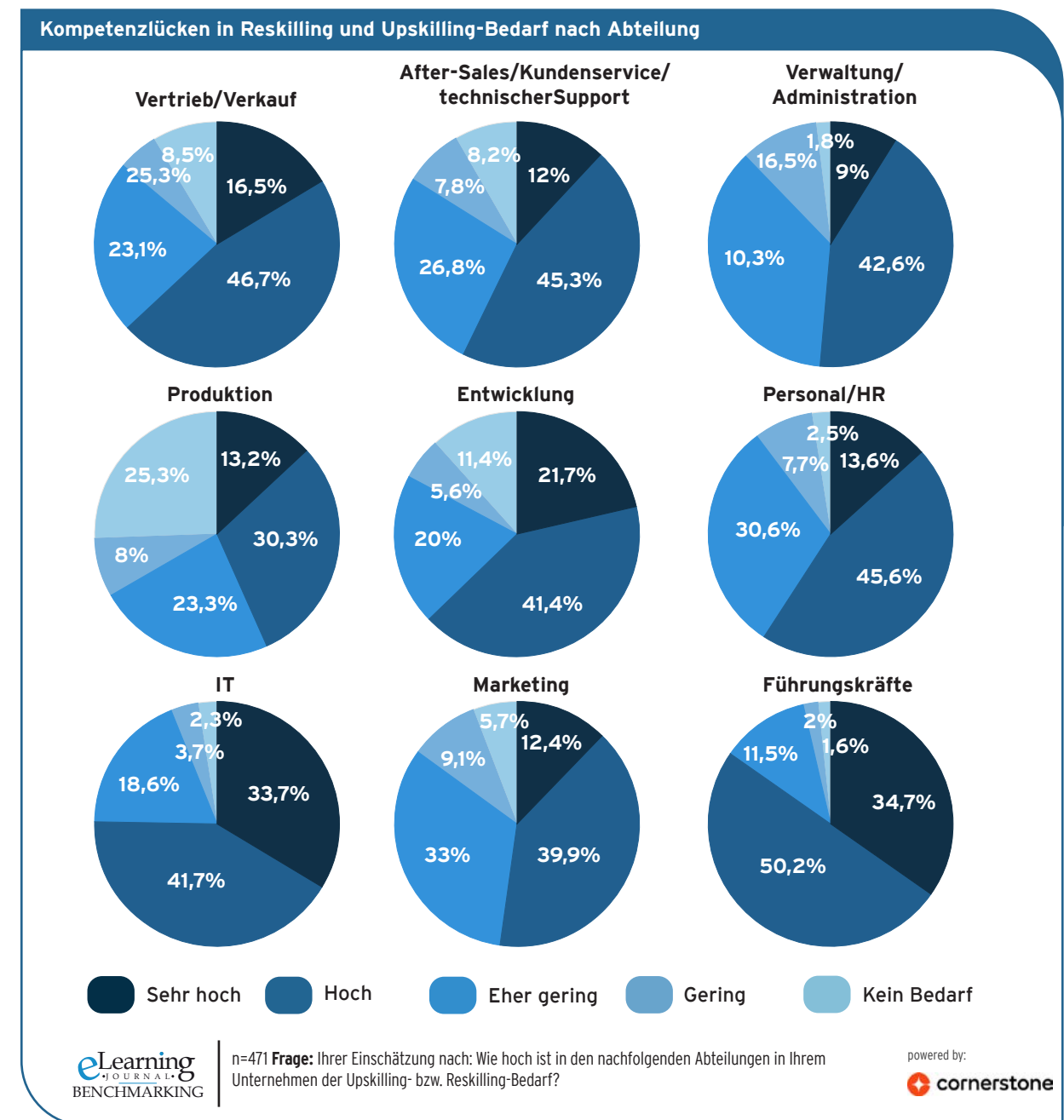


gesehen wird. Weitere Abteilungen, in denen hoher Kompetenzentwicklungsbedarf besteht, sind der Vertrieb/Verkauf (46,7 %), Personal/HR (45,6 %) und der Kundenservice (45,3 %).

Fazit

Dass das Erlernen neuer bzw. erweiterter Skills im betrieblichen Umfeld in Bezug auf Reskilling- und Upskilling-Maßnahmen nicht ausbleiben kann, wird mit Blick auf die Zukunft und den Wandel in der Arbeitswelt mehr als deutlich. Diese Entwicklung spiegelt sich auch eindeutig in den aktuellen Studienergebnissen wider, in denen über drei Viertel der

befragten Unternehmen mindestens Reskilling oder Upskilling anbieten oder dieses für die nahe Zukunft planen. Diese Entwicklung macht jedoch ebenfalls die Dringlichkeit der betrieblichen Kompetenzen notwendig und lässt hoffen, mit solchen Maßnahmen den wachsenden Skill Gaps entgegenzuwirken, um mit einer zielorientierten Kompetenzentwicklung die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu sichern. Um der heutigen sich stetig wandelnden Arbeitswelt und den damit zusammenhängenden und bevorstehenden Herausforderungen gewachsen oder sogar einen Schritt voraus zu sein, bleiben Kompetenzentwicklungsmaßnahmen, nicht zuletzt durch Re- und Upskilling, somit unverzichtbar.



2023

Herausgeber:
Frank Siepmann**eLearning
BENCHMARKING Studie****TEILSTUDIE****Videos im Arbeits- & Lernalltag****Zusammenfassung**

Videos sind heutzutage, zumindest bei Mitarbeitenden mit PC-Arbeitsplätzen, allgegenwärtig. Nahezu alle Studienteilnehmenden der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 gaben beispielsweise an, dass sie regelmäßig Videokonferenzen nutzen. Auch als Informationsquelle (60,5 %) sowie als Lernmedium (74,2%) sind Videos sehr beliebt.

Mit einem vertiefenden Blick auf den Einsatz als Lernmedium zeigt sich, dass eine ganze Bandbreite von Vorteilen für Videos spricht. Demnach ist der mit Abstand wichtigste Grund die Eignung für Microlearning (71,8 %), eine Methodik, die in der betrieblichen Bildung sehr verbreitet ist. Darüber hinaus haben Lernvideos eine hohe Akzeptanz bei den Lernenden, können verhältnismäßig einfach vom Unternehmen selbst produziert werden und können selbst komplexe Sachverhalte mit einer hohen Informationsdichte vermitteln. Vor diesem Hintergrund ist es wenig verwunderlich, dass nach Einschätzung der Studienteilnehmenden Lernvideos durchschnittlich rund 25 % des eLearning-Angebots ausmachen.

Ein weiteres Einsatzgebiet von Videos ist das Thema „User-generated Content“. Rund ein Drittel der befragten Unternehmen nutzt bereits Videos, die von Mitarbeitenden selbst als Lernmedium erstellt wurden, während etwas weniger als ein weiteres Drittel die Implementierung von User-generated Content plant. Die größten Hürden für das Thema sind nicht in erster Linie Bedenken interner Stakeholder, sondern vielmehr die mangelnde Infrastruktur, sowohl was die Erstellung als auch die Verwaltung sowie Verbreitung der selbsterstellten Videos angeht.

**4 Aspekte zum Einsatz
von Videos im Arbeitsalltag****Künstliche Intelligenz**

Mit 34,6 % sieht ein Drittel der Studienteilnehmenden in der Videoerstellung mit Hilfe von KI als ein relevanter bis sehr relevanter Trend für die tägliche Arbeit an.

Content-Curation

Aufgrund der Fülle von verfügbarem Videocontent sieht 51,4 % die Content-Curation als eine der größten Herausforderungen für den Einsatz von Videos im Arbeitskontext an.

Effektiv

Mit 80,6 % bewertet die große Mehrheit der befragten Unternehmen ihre Lernvideos als effektiv oder sehr effektiv.

Aufwendig

Für 27,2 % spricht vor allem der Aufwand für die Erstellung, Pflege sowie Aktualisierung gegen den Einsatz von Lernvideos.

Videos im Arbeitsalltag: Werkzeug oder Ablenkung?

Das Medium „Video“ ist aus der modernen Arbeitswelt nicht mehr wegzudenken. Statt den Telefonhörer in die Hand zu nehmen, wird heutzutage direkt ein Videocall angesetzt. Statt die Supportseite zu lesen, schaut man sich lieber das 5-minütige YouTube-Video an, um herauszufinden, wie man bei Excel nochmal eine Pivot-Tabelle anlegt. Das nachfolgende Kapitel wird zunächst den generellen Einsatz von Videos im Arbeitsalltag sowie dessen Vor- und Nachteile beleuchten, bevor im zweiten Kapitel insbesondere die Verwendung von Videos in der betrieblichen Bildung im Mittelpunkt steht.

An Videos führt kein Weg vorbei

Obwohl die akute Corona-Krise glücklicherweise vorbei ist, wirken bestimmte Entwicklungen, für welche die Pandemie wie ein oft zitierter Brandbeschleuniger gewirkt hat, bis heute nach. Dazu gehören u.a. auch MS Teams, Zoom und Co., die sich nach wie vor einer ungebrochenen Beliebtheit erfreuen und mittlerweile DAS Paradebeispiel für den Einsatz von Video im Arbeitsalltag darstellen. Denn mit 96,6 % gaben nahezu alle Befragten der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 an, dass Videokonferenzen und ähnliche Kommunikationsmedien ein fester Bestandteil ihrer täglichen Arbeit darstellen.

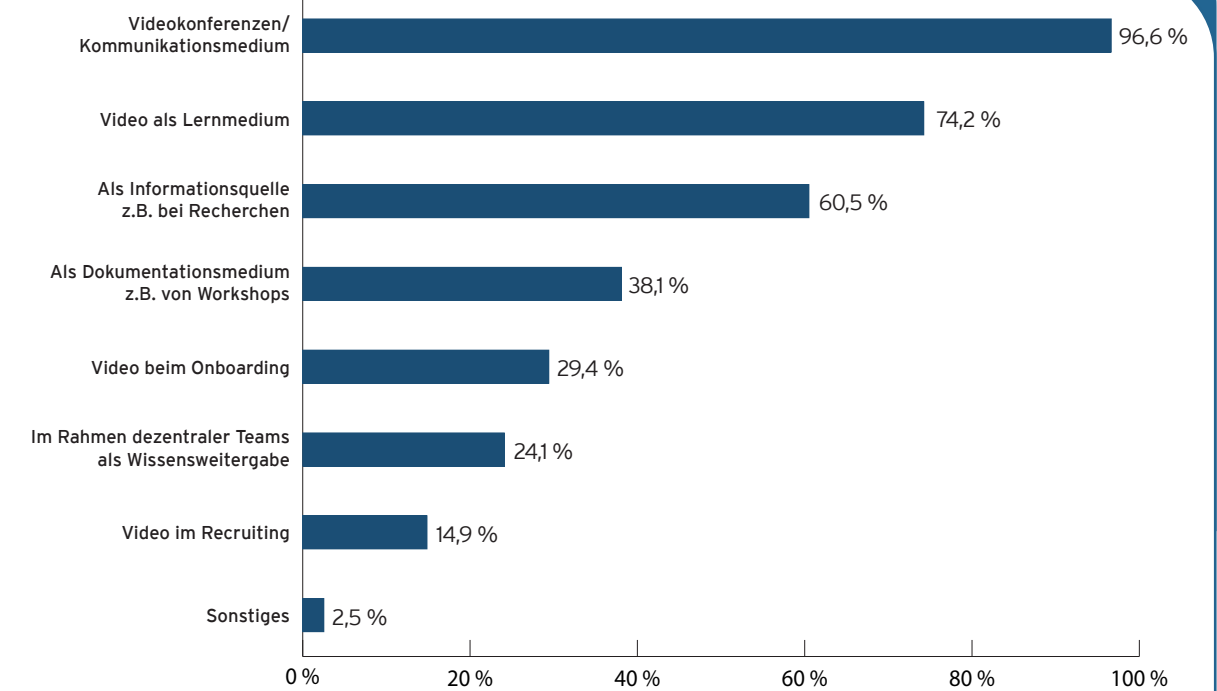
Auf dem zweiten Platz folgt bereits der Einsatz von Video als Lernmedium mit 74,2 %. Auch dieses Ergebnis ist wenig überraschend und reiht sich nahtlos in den Trend der letzten Jahre ein, dass die Verbreitung sowie Relevanz von Videos für die betriebliche Bildung kontinuierlich zugenommen haben, sowohl in der Form von Lernvideos als auch in der Form von Webinaren und virtuellen Klassenzimmern. In der eLearning BENCHMARKING Studie 2016 nutzten 46,9 % Lernvideos als eLearning-Methode, während der Vergleichswert in der Studie 2023 auf 66 % angestiegen

ist. Noch größer ist die Differenz bei den Webinaren und virtuellen Klassenzimmern, deren Verbreitung im gleichen Zeitraum sogar von 56,3 % auf 85,7 % gewachsen ist. Im zweiten Kapitel dieser Auswertung wird der Einsatz von Video in der betrieblichen Bildung weiter vertieft.

Ein weiterer, typischer Use Case für Videos ist mit 60,1 % die Nutzung als Informationsquelle, beispielsweise im Rahmen einer Recherche oder zur Lösung eines konkreten Problems. Heutzutage bevorzugt man das Anschauen eines Videos in der Regel gegenüber dem Lesen eines Textes oder dem Anhören eines Audio-Inputs, wenn man sich informieren möchte. Zu dieser Erkenntnis kam auch die „TechSmith-Studie zur Videonutzung 2021“, wonach das Video mit 83 % Nennungen deutlich gegenüber Text und Audio als Informationsquelle bevorzugt wurde.

Die umfangreiche Nutzung von Video bedeutet allerdings auch, dass der Content in irgendeiner Form bereitgestellt werden muss, was potenziell aufwendig und teuer sein kann. Vor diesem Hintergrund zeigen die Zahlen der eLearning BENCHMARKING Studie 2023, dass deshalb mit 38,5 % der überwiegende Teil der befragten Unternehmen auf externe Dienstleis

Videoeinsatz im Arbeitsalltag



ter setzt, wie beispielsweise YouTube oder einer der zahlreichen Cloud-Dienstleister. Knapp ein Fünftel der Studienteilnehmenden verfügt über ein firmeneigenes Videomanagementsystem, um den entsprechenden Bedarf abzudecken.

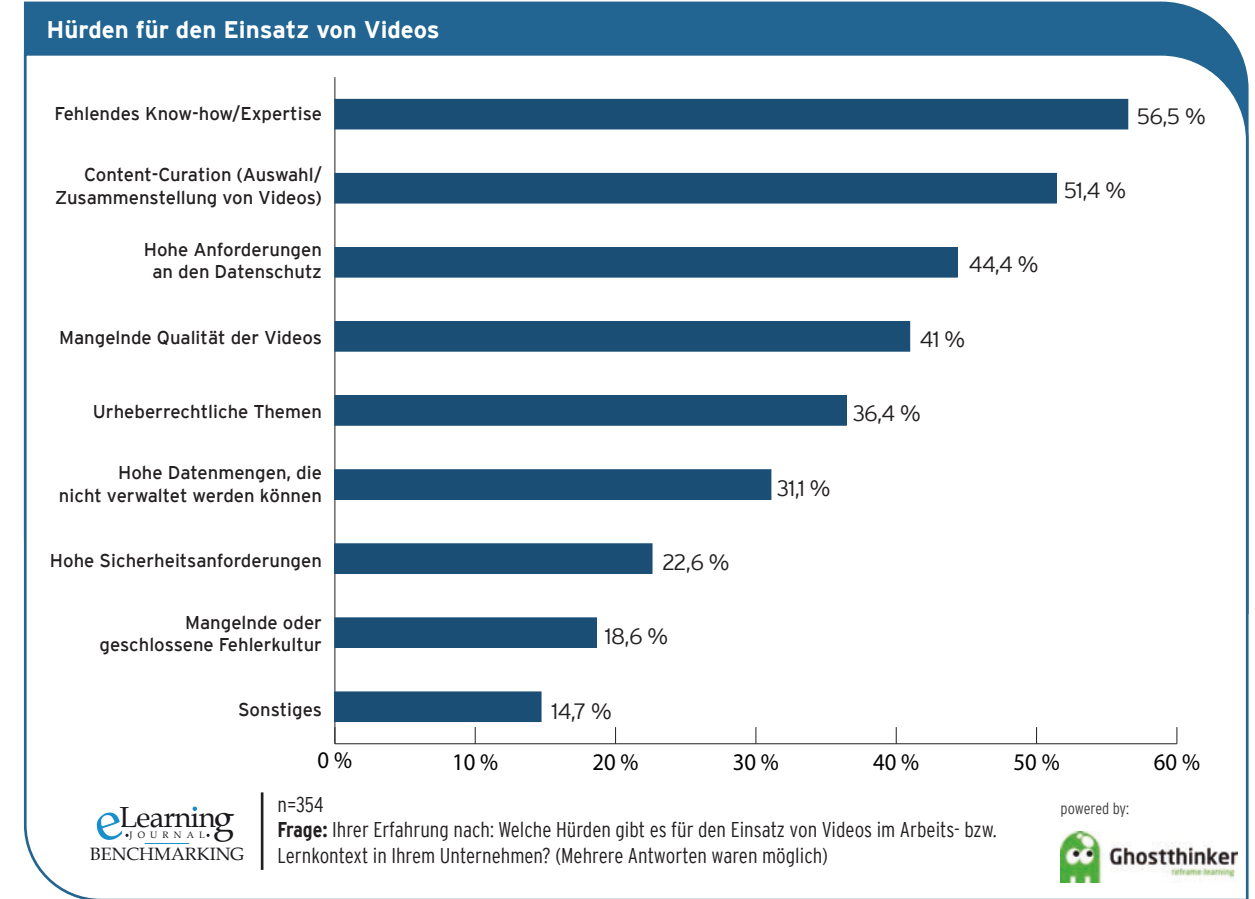
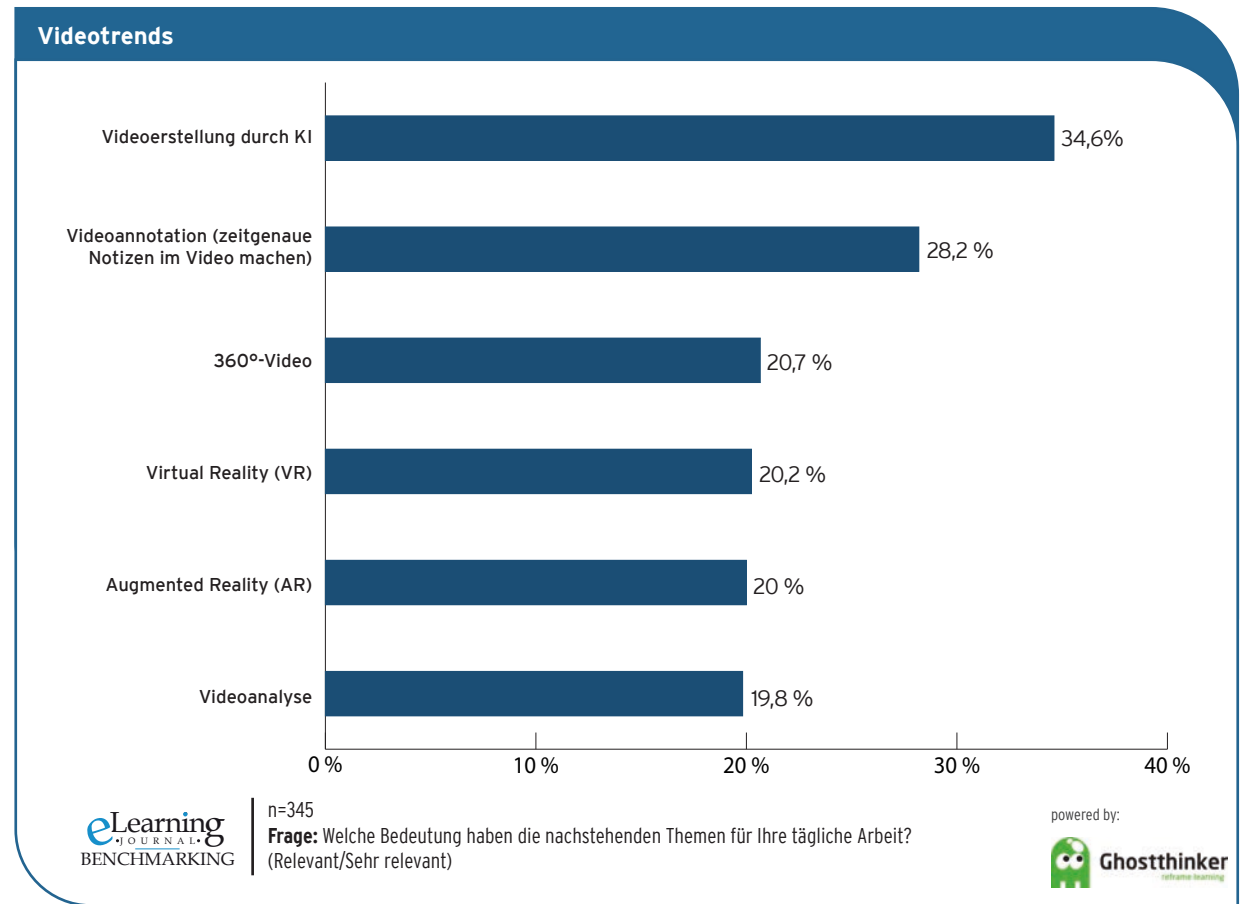
Videotrends im Arbeitsalltag

Darüber hinaus muss „Video im Arbeitsalltag“ natürlich nicht nur das „Konsumieren“ von Videos bedeuten. Je nach Job und Kontext spielt auch die Produktion von Video-Content bzw. der Einsatz von Videos als Werkzeug eine signifikante Rolle. In der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 wurden die Teilnehmenden deshalb nach einer Einschätzung zu einigen (Trend-)Themen in der Nutzung von Videos im Arbeitsalltag befragt. Interessanterweise wird von den Studienteilnehmenden mit 34,6 % die Erstellung von Video-Content mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz als sehr relevant oder relevant für die tägliche Arbeit bewertet. Dieser vergleichsweise hohe Wert ist insbesondere vor dem Hintergrund überraschend, dass diverse Studien zum Einsatz von KI zu dem ähnlichen Ergebnis kommen, dass die große Mehrheit der Unternehmen noch am Startblock stehen und sich in der Phase von Pilotprojekten oder der Einführung von KI-Tools befinden.

An zweiter Stelle folgen mit einem Vergleichswert von 28,2 % die Videoannotationen, mit denen man beispielsweise zeitgenaue Notizen in einem Video erstellen kann. Darauf folgend liegen die Themen Videoanalyse, 360°-Video, Virtual Reality sowie Augmented Reality mit Vergleichswerten von jeweils knapp 20 % auf einem ähnlichen Niveau.

Hürden für den Video-Einsatz

Trotz aller Vorteile gibt es auch eine Reihe von handfesten Hürden, die einen umfassenden Einsatz von Videos im Arbeits- bzw. Lernkontext erschweren oder gar verhindern können, die über die Herausforderungen des Hostings und der Bereitstellung des Videocontents hinausgehen. Eine große Hürde stellt demnach mit 51,4 % Nennungen die Content-Curation dar. Aufgrund der enormen Beliebtheit von Videos in allen Bereichen ist die schiere Anzahl verfügbarer Videos zu einem Thema für die meisten Menschen überwältigend, insbesondere wenn nicht nur firmeninterner Content, sondern auch YouTube & Co. berücksichtigt werden. Darüber hinaus besteht auch immer die Gefahr, dass die Inhalte von Videos nicht mehr aktuell, für das eigene Unternehmen nicht relevant oder schlimmstenfalls schlichtweg falsch sind. In einem solchen Umfeld ist es vorteilhaft, den Mitarbeitenden eine relevante Auswahl von Videocontent zusammen-



zustellen, was allerdings mit einem erheblichen Aufwand verbunden sein kann.

Ein weiteres Hindernis für den Einsatz von Videos können laut 44,4 % der befragten Unternehmen die hohen Anforderungen an den Datenschutz sein. Damit verbunden sind auch urheberrechtliche Themen, die für 36,4 % die Nutzung von Videos erschweren können.

Wenig überraschend spielt außerdem die Qualität des Videocontents eine entscheidende Rolle. Macht das Video einen professionellen Eindruck? Hat es einen interessanten oder ansprechenden Titel bzw. Vorschau-Bild? Welche Länge hat das Video? Wird das Thema nachvollziehbar vermittelt? Sind die Inhalte noch aktuell/relevant? Es gibt eine Vielzahl von Charakteristika, die einen Einfluss darauf haben können, wieso eine Person ein bestimmtes Video anspricht und ob ein Video auch wirklich zu Ende geschaut wird. Es ist daher wenig verwunderlich, dass insbesondere eine mangelnde Qualität von 41 % der Studienteilnehmenden als eine Hürde für den Einsatz von Videos genannt wurde. In der erwähnten Studie von TechSmith gibt es zu diesem Punkt eine Prioritätenliste zu den einflussreichsten Stil- und Inhaltselementen erfolgreicher Videos. Demnach steht eine sehr gute Audioqualität an erster Stelle, sogar noch vor einer scharfen

sowie gut erkennbaren Aufnahme auf dem zweiten Platz. Professionelle Stilelemente und Grafiken, eine sichtbare Führung, um auf wichtige Informationen und Ähnliches hinzuweisen, werten ein Video ebenfalls auf.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Videos als ein elementares Werkzeug zur Kommunikation, der Kollaboration oder der Informationsvermittlung aus dem Arbeitsalltag nicht mehr wegzudenken sind. Video ist vielseitig einsetzbar und wird von den Mitarbeitenden, je nach Kontext, oftmals gegenüber Text oder Audio klar bevorzugt. Gleichzeitig gibt es für den Einsatz von Video auch klare Hindernisse und Herausforderungen, die von der Bereitstellung des Contents, über die Qualität bis hin zur Curation reichen können. Denn am Ende des Tages ist ein 50-minütiges Video mit veralteten und falschen Informationen sowie einem schlechten „Production Value“ vielleicht doch kein Mehrwert gegenüber einem bündigen und korrekten Textdokument.

Video in der betrieblichen Bildung

Das vorherige Kapitel hat bereits gezeigt, dass der Einsatz von Video als Lernmedium in der Aus- und Weiterbildung neben Videokonferenzen zu den verbreitetsten Use Cases gehört. Das nachfolgende Kapitel wird an dieser Stelle anknüpfen und einen vertiefenden Einblick in die Nutzung von Lernvideos bieten. In welchen Themengebieten setzen Unternehmen auf Lernvideos? Aus welchen Gründen setzen Unternehmen Lernvideos ein? Was zeichnet einen effektiven Videocontent für die betriebliche Bildung aus? Diese und weitere Fragen stehen in diesem Kapitel im Fokus.

Lernvideos - das Schweizer Taschenmesser der Aus- und Weiterbildung?

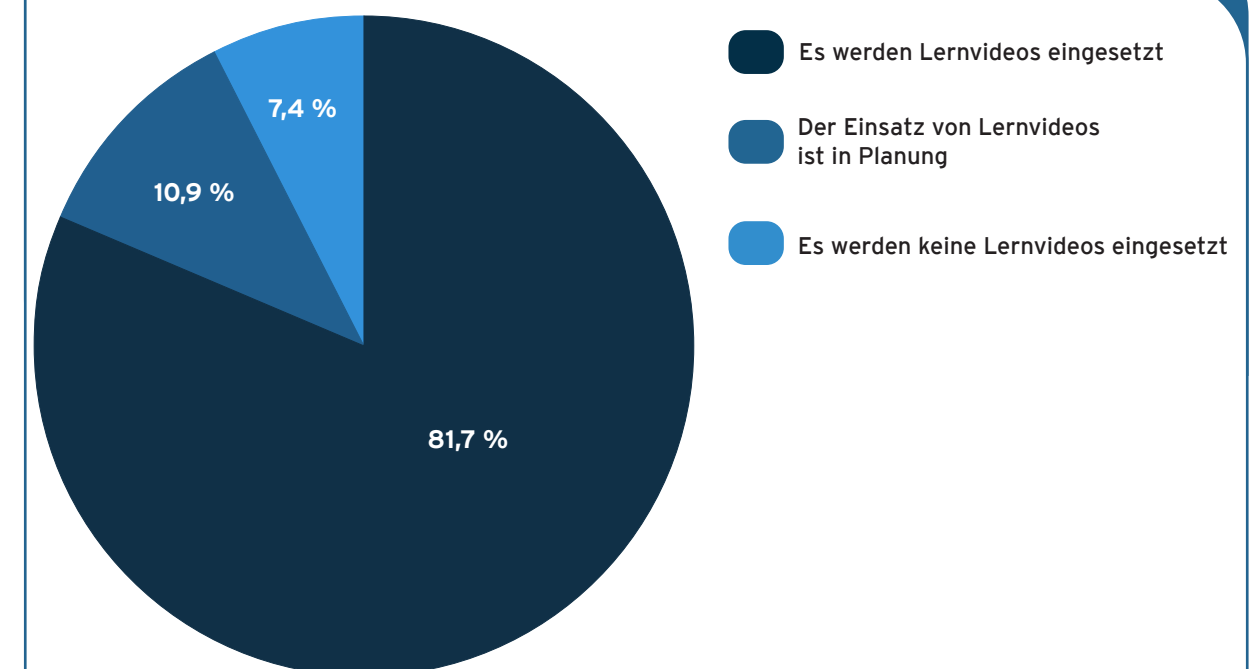
Spätestens seit den Einschränkungen der Corona-Pandemie bei Präsenzseminaren und dem damit verbundenen Boost für digitales, synchrones Lernen in der Form von Webinaren und virtuellen Klassenzimmern ist Video das wohl beliebteste Medium für digitales Lernen. Die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 unterstreichen, wie allgegenwärtig Videos in der betrieblichen Bildung hierzulande sind. Mit 81,7 % setzen bereits 4 von 5 befragten Unternehmen auf das Medium, während weitere 10,9 % zukünftig ebenfalls Lernvideos & Co. anbieten wollen.

Die Beliebtheit von Videos speist sich auch aus der Vielseitigkeit des Mediums, denn es können eine große Bandbreite von Themen und Bedarfen abgedeckt werden. Im Rahmen der Studie konnten die Teilnehmenden in einer offenen Frage selbst angeben, wie und wo Videos in ihrem Unternehmen in der Aus- und Weiterbildung genutzt werden. Die Auswertung der Antworten zeigt, dass die Use Cases zwar sehr differenziert sind, sich jedoch bestimmte Cluster und Gemeinsamkeiten erkennen lassen. Ein vielversprechendes Einsatzgebiet von

Videos sind mit rund 20 % Nennungen technische Themen und Trainings, wie z.B. Software-Schulungen, Maschinenbedienung, (Produktions-)Prozesse oder IT-Trainings. Videos eignen sich hervorragend zur Vermittlung von technischen Inhalten, da sie komplexe Sachverhalte anschaulich und leicht verständlich darstellen können.

Ein weiterer Use Case ist mit knapp 15 % Nennungen der Themenbereich „Soft Skills“. Demnach sind Videos ebenfalls ein effektives Mittel zur Vermittlung von Soft Skills, wie z.B. Kommunikation, Führung, Teamarbeit, usw. In diesem Kontext können mit Videos situationsabhängig Verhaltensweisen veranschaulicht und entsprechend praktische Tipps sowie Hilfestellungen vermittelt werden. Auf einem vergleichbaren Niveau liegt auch das Thema „Onboarding“ mit rund 14 % Nennungen. Laut den Studienteilnehmenden sind Videos ein beliebtes Medium, um neue Mitarbeitende in ein Unternehmen einzuführen und ihnen grundlegende Informationen zu vermitteln, wichtige Prozesse zu erklären und die Unternehmenskultur vorzustellen. Als viertes Thema lässt sich aus den Antworten der Befragten der Bereich „Compliance“ identifizieren. In diesem Kontext sind Videos ein beliebtes Werkzeug, um Mitarbei-

Einsatz von Lernvideos in der betrieblichen Bildung



tende über gesetzliche Vorschriften und interne Richtlinien zu informieren, damit die Compliance-Anforderungen veranschaulicht und erfüllt werden.

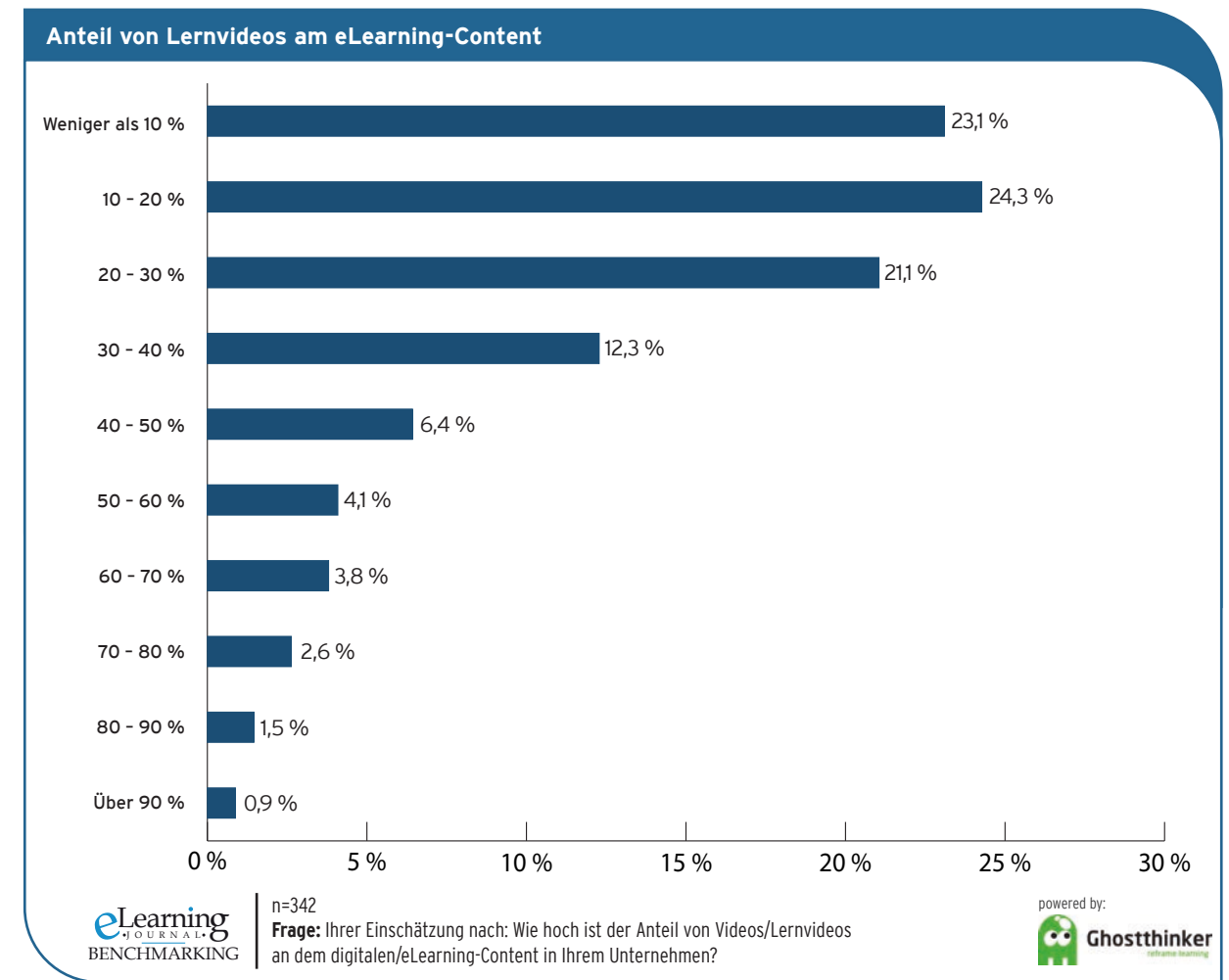
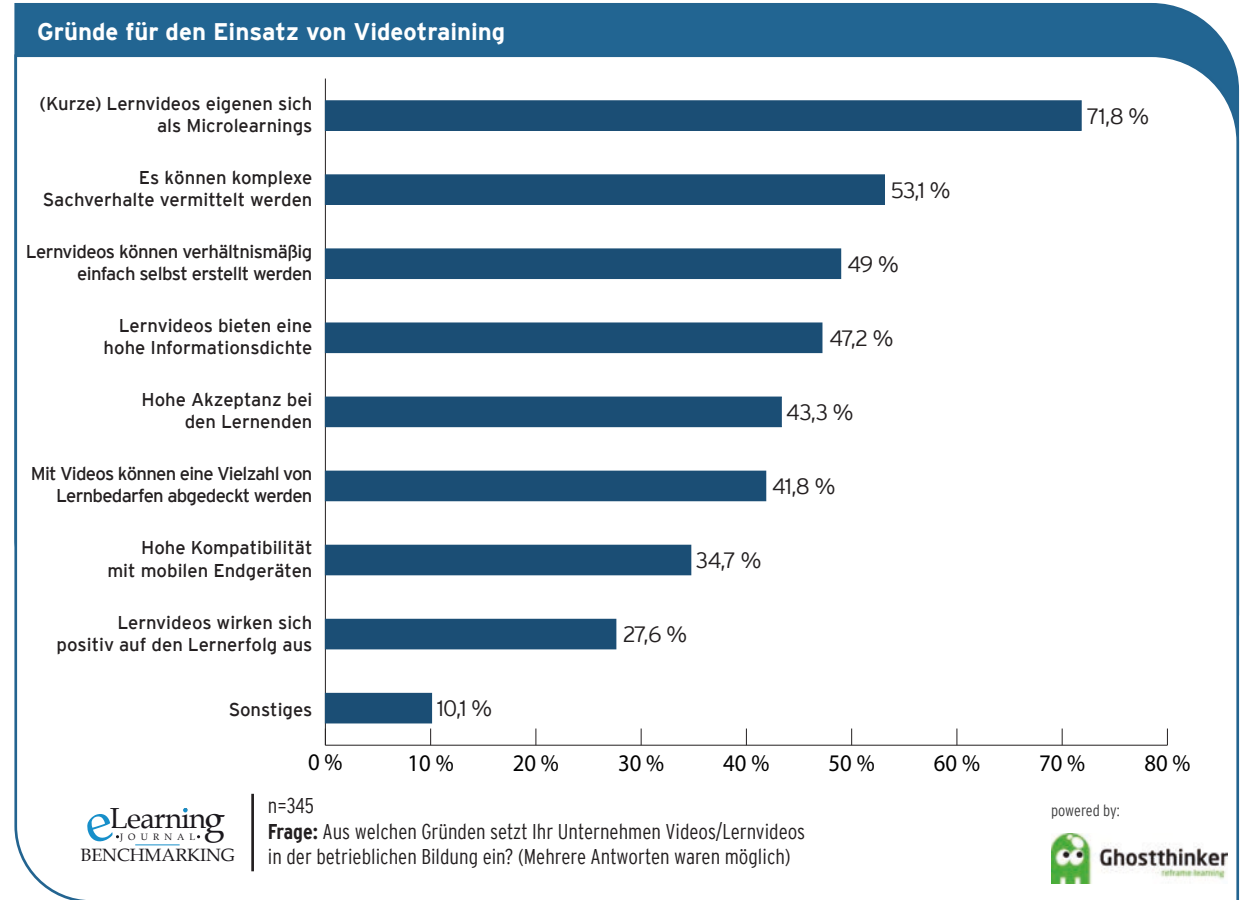
Das Für und Wider von Lernvideos

Die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten sind allerdings nicht der einzige Grund, wieso Unternehmen in der betrieblichen Bildung auf Videos und Lernvideos setzen. Laut den Ergebnissen der eLearning BENCHMARKING Studie 2023 spricht mit 71,8 % vor allem die Kompatibilität für Microlearning für das Medium Video. Die Studie 2021 hat gezeigt, dass mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen auf Microlearning setzen und damit mehrheitlich Lerninhalte gemeint sind, die eine Bearbeitungszeit zwischen 5 und 15 Minuten haben, womit Lernvideos quasi „prädestiniert“ sind.

Ebenfalls von mehr als die Hälfte wurde mit 53,1 % die Tatsache genannt, dass mit (Lern-)Videos auch komplexe Sachverhalte vermittelt werden können. Darüber hinaus spricht für Lernvideos, dass sie verhältnismäßig einfach selbst erstellt werden können (49 %), eine hohe Informationsdichte bieten (47,2 %) sowie eine große Akzeptanz bei den Lernenden haben (43,3 %).

Komplementär dazu hatten die Teilnehmenden, in deren Unternehmen bisher noch keine Videos bzw. Lernvideos genutzt werden, in einer offenen Frage die Möglichkeit anzugeben, aus welchen Gründen bisher auf Videos verzichtet wird. An erster Stelle steht demnach der Aufwand, der mit der Aufnahme und Erstellung von Videocontent verbunden ist, insbesondere wenn ein gewisser „Mindeststandard“ eingehalten werden muss. Damit verbunden ist auch der Aufwand, der sich durch die Pflege sowie Aktualisierung von Videos ergibt, der je nach Kontext und „Schnelllebigkeit“ eines Themas durchaus erheblich sein kann. Rund ein Viertel der Antworten lässt sich dieser Hürde zuordnen. Ein weiterer Stolperstein für den Einsatz von Videos sind, wie so oft in der betrieblichen Bildung, mit rund 20 % Nennungen die fehlenden Ressourcen, wie z.B. die Zeit, das Personal oder schlichtweg ein entsprechendes Budget. Interessanterweise führte knapp unter einem Fünftel der Rückmeldungen Akzeptanzprobleme bei Lernenden sowie Lehrenden an, was natürlich in direktem Widerspruch mit der vorherigen Frage steht. Generell scheint die Akzeptanz für Lernvideos bei den befragten Unternehmen zwar eher positiv zu sein, während es für bestimmte Unternehmen damit ein Problem zu geben scheint.

Zusammenfassend lässt sich aus den Zahlen feststellen, dass sich Videos und Lernvideos nicht



grundlos einer großen Beliebtheit in der Aus- und Weiterbildung erfreuen. Es gibt eine ganze Bandbreite von Vorteilen, die für das Medium sprechen und welche sich nicht ohne weiteres mit anderen Medien und Methoden umsetzen lassen. Dennoch sind Videos nicht für alle Unternehmen geeignet, sei es, weil der Aufwand für die Erstellung sowie Pflege zu hoch ist, die Ressourcen fehlen oder bei den Mitarbeitenden keine Akzeptanz vorhanden ist.

Videos sind effektiver Lerncontent

Videos sind in der Mehrheit der befragten Unternehmen also ein unverzichtbares Werkzeug für L&D, doch wird Videocontent konkret eingesetzt? Die eLearning BENCHMARKING Studie 2023 gibt darauf mit 93,8 % eine eindeutige, wenn auch wenig überraschende Antwort: Videos werden überwiegend als Lerninhalt bzw. -ressource beim eLearning genutzt. Darüber hinaus kommen Videos mit 16,7 % Nennungen auch als Medium für Tests und Quizzes sowie zur Dokumentation von Entwicklungsprozessen beim Lernen mit 11,9 % zum Einsatz.

Wie relevant Videos für den Lerncontent der befragten Unternehmen ist, zeigt die Folgefrage, in der die Studienteilnehmenden eine Einschätzung vornehmen sollten, welchen Anteil Videos am gesamten eLearning-Content hat. Demnach machen Videos durchschnittlich 26 % des eLearning-Contents aus, was erneut unterstreicht, wie wichtig Lernvideos & Co. für die betriebliche Bildung sind.

Vor diesem Hintergrund ist für die befragten Unternehmen ein gutes Zeichen, dass die Befragten die Wirksamkeit ihrer Lernvideos überwiegend als positiv bewerten. Mit 71,5 % schätzen immerhin fast drei Viertel der Studienteilnehmenden, dass ihr Videocontent effektiv ist, während weitere 9,1 % sogar mit „sehr effektiv“ antworteten. Daraus folgt, dass mit 19,4 % lediglich eine Minderheit die eigenen Lernvideos als „eher ineffektiv“ oder „ineffektiv“ wahrnimmt.

Schlüssel für User-generated Content?

Neben Microlearning sind Videos auch ein sehr beliebtes Werkzeug für die Umsetzung von User-generated Content. An PC-Arbeitsplätzen können mit

einfachen Tools heutzutage selbst Laien schnell und unkompliziert Bildschirmaufnahmen machen, die bei Bedarf mit Hilfe einer Webcam und/oder eines Headsets um Bild und Ton des Mitarbeitenden erweitert werden können. Aber auch außerhalb des Büros können mit Hilfe von Smartphones Handgriffe, Prozesse und Ähnliches, z.B. im Umgang mit einer Maschine, aufgenommen werden, um den Kolleginnen und Kollegen einen Tipp oder eine Hilfestellung zu geben.

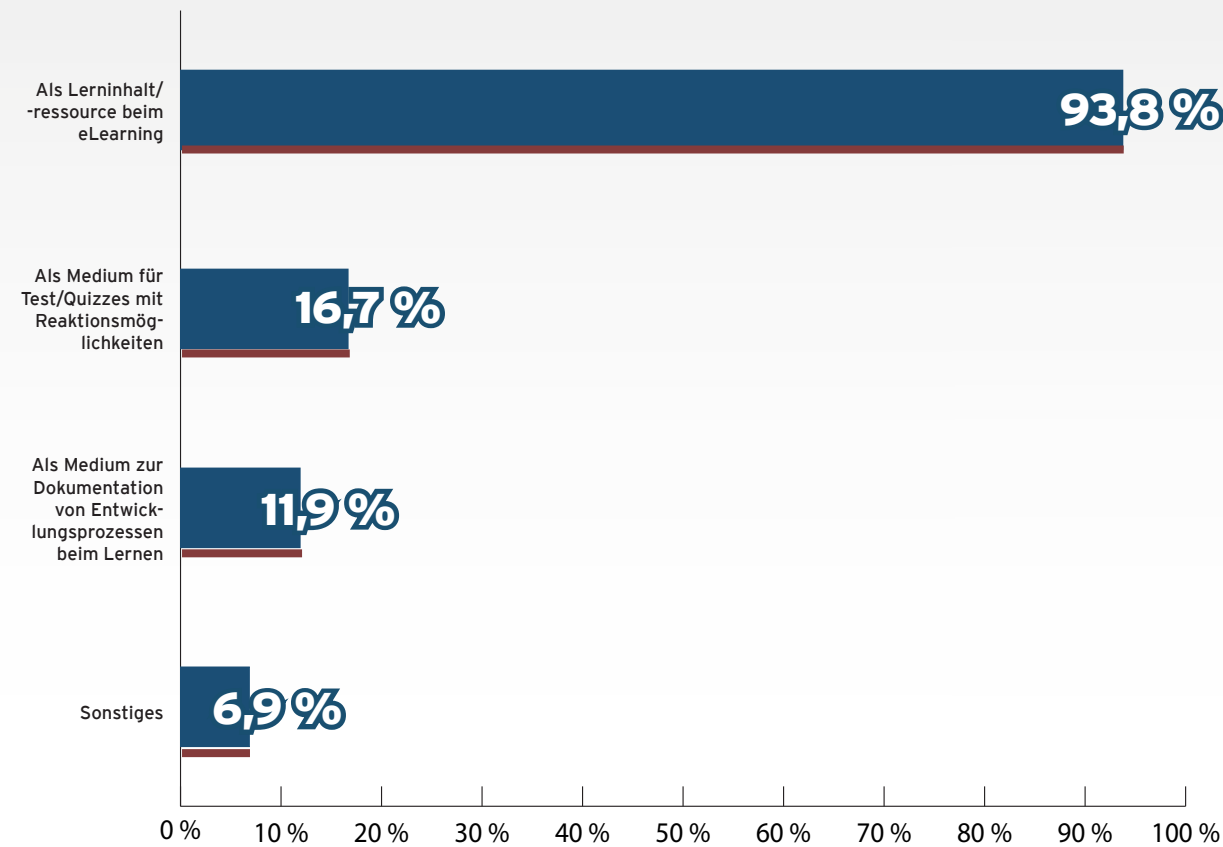
Bei weitem nicht jedes Unternehmen setzt auf User-generated Content. Dennoch zeigen die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie 2023, dass mit 34,7 % knapp über einem Drittel der befragten Unternehmen in ihren Bildungsangeboten bereits gezielt Videos nutzt, die von den Mitarbeitenden mit echten Arbeitskontexten selbst erstellt wurden und als Lern- bzw. Entwicklungsmedium zum Einsatz kommen. Weitere 28,6 % befinden sich in der Planungsphase und könnten kurz- bis mittelfristig ebenfalls User-generated Content basierend auf selbsterstellten Videos einführen.

Für die verbleibenden 36,7 % spielen Videos weder aktuell noch in absehbarer Zukunft eine Rolle. Das muss allerdings nicht zwangsläufig bedeuten, dass von den entsprechenden Unternehmen kein grundsätzlicher Mehrwert von User-generated Content gesehen wird. Vielmehr zeigen die Studienergebnisse auch, dass es schlichtweg handfeste Hürden geben kann, die einen entsprechenden Einsatz von Videos unmöglich machen. Das mit Abstand größte Hindernis ist die fehlende technische Infrastruktur, sowohl was die Erstellung (57,8 %) als auch die Verwaltung bzw. die Bereitstellung von User-generated Content (38,4 %) betrifft. Interessanterweise spielen Bedenken wichtiger Stakeholder, wie der Geschäftsführung (19 %) oder der HR- bzw. L&D-Abteilung, damit eine eher untergeordnete Rolle.

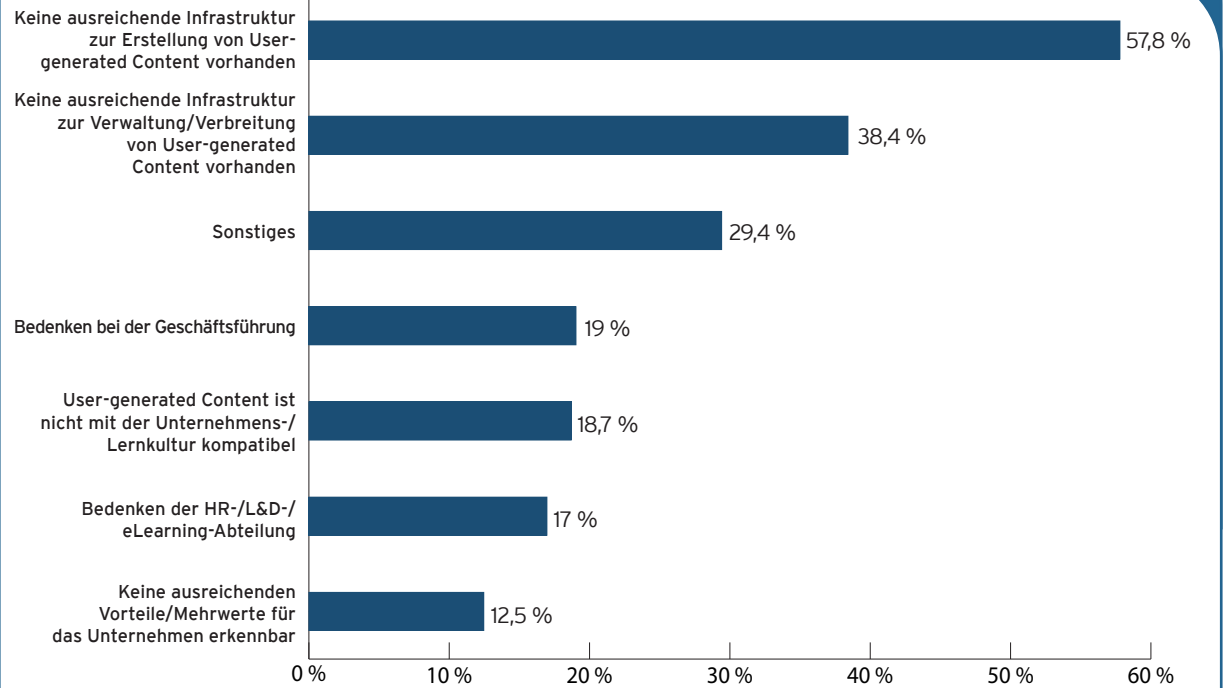
Fazit

Videos sind ein essentielles Werkzeug, was im Werkzeugkasten der betrieblichen Bildung nicht fehlen sollte. Denn Videocontent ist vielseitig einsetzbar

Einsatzgebiete für Lernvideos



Hürden für User-generated Content



und kann von technischen Schulungen bis hin zu Compliance-Trainings effektiv genutzt werden. Auch bei den Use Cases sind Videos sehr flexibel und werden besonders gerne auch im Kontext von Microlearning eingesetzt. Darüber hinaus können heutzutage sowohl Mitarbeitende als auch Unternehmen mit überschaubarem Aufwand eigene Videos erstellen, wenn gewisse Abstriche bei der Qualität bzw.

dem „Production Value“ gemacht werden müssen. Trotz aller Vorteile setzen nicht alle befragten Unternehmen auf Lernvideos, denn vor allem der Aufwand für die Verwaltung, Pflege und Aktualisierung kann ggf. den erwarteten Mehrwert übersteigen.

2023

Herausgeber:
Frank SiepmanneLearning
BENCHMARKING Studie

TEILSTUDIE

Einsatz und Verbreitung von
digitalen Weiterbildungsplattformen
im DACH-Bereich

Zusammenfassung

Digitale Lernplattformen: Schlüssel zu zukunftsorientierten L&D-Strategien

Digitale Lernplattformen bilden das Kernstück erfolgreicher Lernstrategien in Unternehmen. Eine effektive Balance zwischen Standardisierung und Individualisierung zeichnet diese Strategien aus. Großkonzerne haben hier oft die Nase vorn. Bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) gibt es Aufholbedarf.

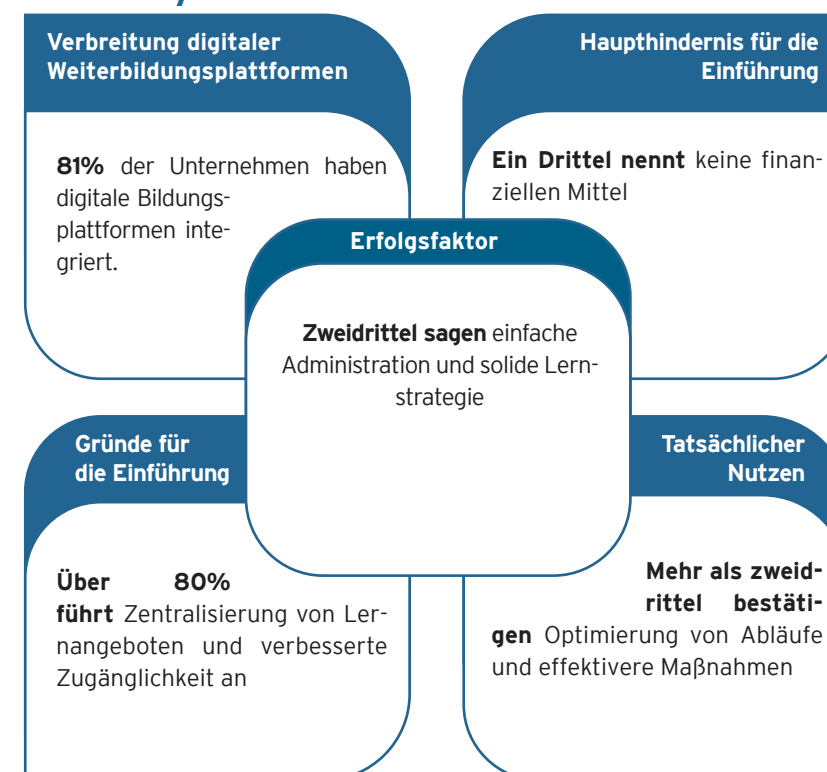
Trends und Chancen: Digitale Weiterbildungsplattformen finden branchenübergreifend Anklang, mit einer Nutzung in 81% der Unternehmen. Während 85% der Großunternehmen digitale Lernlösungen nutzen, tun dies nur 62% der KMUs, was die Dringlichkeit unterstreicht, KMUs dabei zu unterstützen. Flexibilität und Anpassbarkeit in Lernumgebungen sind gefragt.

Strategische Aspekte und Erfolgsfaktoren: Eine ausgewogene L&D-Strategie erfordert ein Gleichgewicht zwischen technologischer und strategischer Planung. Investitionen müssen technisch realisierbar und strategisch sinnvoll sein. Erfolgskriterien beinhalten eine solide Lernstrategie, benutzerfreundliche Verwaltung, individualisierte Lernpfade und eine nahtlose technische Integration.

Schlüsselbotschaften für den DACH-Raum: Die Einbettung von L&D in Unternehmensziele ist im DACH-Raum entscheidend. Erfolgreiche Unternehmen bauen auf das Konzept des Learning Ecosystems. Sie nutzen Lernökosysteme und erkennen die Bedeutung einer lernfördernden Unternehmenskultur, obwohl Lernstrategien oft unterschätzt werden.

Fazit: Die Digitalisierung im Bildungsbereich bleibt ein Haupttrend. Unternehmen, die in digitale Systeme investieren und L&D strategisch verankern, können Marktanforderungen und Lernbedürfnisse besser erfüllen. Zentral koordinierte Lernressourcen und die breite Nutzung digitaler Plattformen sind dafür entscheidend.

Die 5 Keyessentials



Teilstudie Weiterbildungsplattformen

Der Einfluss digitaler Weiterbildungsplattformen

Die Digitalisierung von Weiterbildungsprozessen ist nicht mehr nur ein Trend, sondern in vielen Unternehmen bereits gelebte Praxis. Ihre Fähigkeit, Lerninhalte auf individuelle und unternehmensspezifische Bedürfnisse zuzuschneiden, hat tiefgreifende Auswirkungen auf die Personalentwicklung. Doch wie präsent sind diese Plattformen in deutschsprachigen Unternehmen wirklich?

Befragungsergebnisse im Überblick

Der Begriff „digitale Weiterbildungsplattform“ bezeichnet in erster Linie Systeme, die Unternehmen bei der Steuerung und Organisation ihrer L&D-Maßnahmen unterstützen. Diese bieten einen Online-Zugang zu einer Bandbreite von Lerninhalten und -tools. Digitale Weiterbildungsplattformen finden in Unternehmen verschiedenster Größen und Branchen Anwendung. 81% der Unternehmen haben bereits digitale Bildungsplattformen integriert. Bei weiteren 10% steht die Implementierung kurz bevor. Nur eine Minderheit von 10% zögert noch.

Die Daten zeigen, dass diese Plattformen im deutschsprachigen Bereich weit verbreitet sind. Ein Großteil der Unternehmen erkennt deren Bedeutung und Potential für die betriebliche Bildung. Diese Erkenntnisse sind besonders relevant für L&D-Manager, die über Investitionen in solche Plattformen nachdenken oder die Wirksamkeit ihrer aktuellen Plattform bewerten möchten.

Ein vertiefender Blick auf die Branchenverteilung der befragten Unternehmen zeigt, dass vorrangig Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor (34%), der verarbeitenden Industrie (17%) und aus Handel und Logistik (14%) vertreten sind. Die Unternehmen insbesondere aus diesen Sektoren sehen offenkundig den Mehrwert dieser Technologie für die Mitarbeiterentwicklung und zur Erreichung betrieblicher Ziele. Sie erkennen die Tragweite und den Mehrwert digitaler Lernsysteme und investieren in ihre digitale Zukunft.

Allerdings zeigt die Umfrage auch, dass Sektoren wie Energie und Versorgung (3%) sowie Gesundheits- und Sozialwesen (6%) unterrepräsentiert sind. Der öffentliche Dienst liegt mit 7% im unteren Mittelfeld.

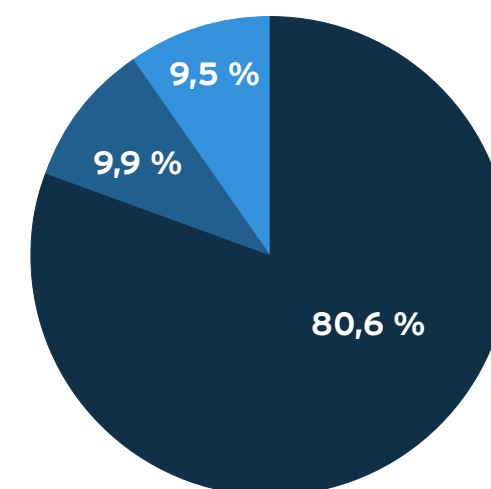
Interessant ist, dass 65% unserer Befragten aus Sektoren stammen, die insgesamt 70% der Wertschöpfung in Deutschland ausmachen. Diese Zahlen unterstreichen die wirtschaftliche und strategische Bedeutung digitaler Bildungsplattformen für wettbewerbsintensive Branchen.

Die Unternehmensgröße macht den Unterschied

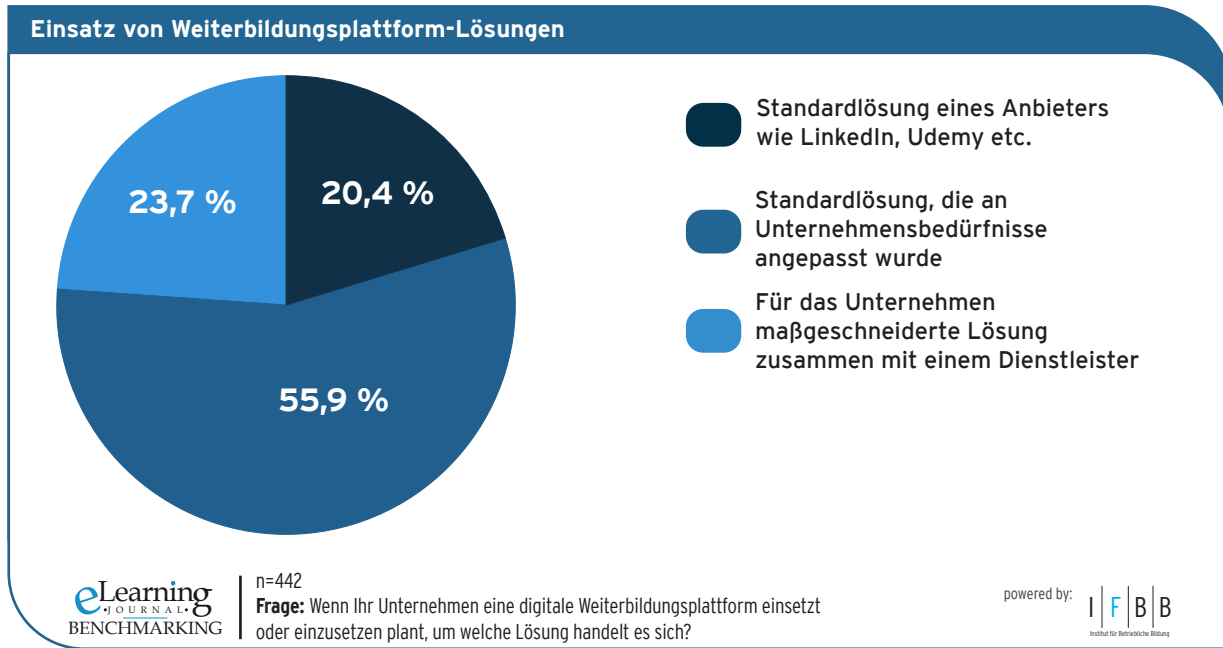
Bei genauerer Betrachtung der Unternehmensgrößen offenbaren sich jedoch Unterschiede. Ein Großteil unserer Teilnehmer stammt mit 80% aus Großunternehmen, d.h. Firmen mit mehr als 250 Mitarbeitern. 65% hiervon zählen sogar mehr als 1.000 Beschäftigte. Betrachtet man die deutsche Wirtschaftsstruktur, so machen diese Großunternehmen nur etwa 1% aus. Die Mehrheit (99%) sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Um die Relevanz dieser Zahl zu veranschaulichen, betrachten wir noch zwei weitere Daten des Statistischen Bundesamtes dazu: sowohl im produzierenden Gewerbe wie auch im Bauwesen sind 99% der Unternehmen KMU.

Dies deutet darauf hin, dass die umfangreiche Nutzung von Bildungsplattformen hauptsächlich in großen Unternehmen mit deutlich mehr als 1.000 Beschäftigten stattfindet. Dies macht auch eine digitale

Verbreitung digitaler Weiterbildungsplattformen



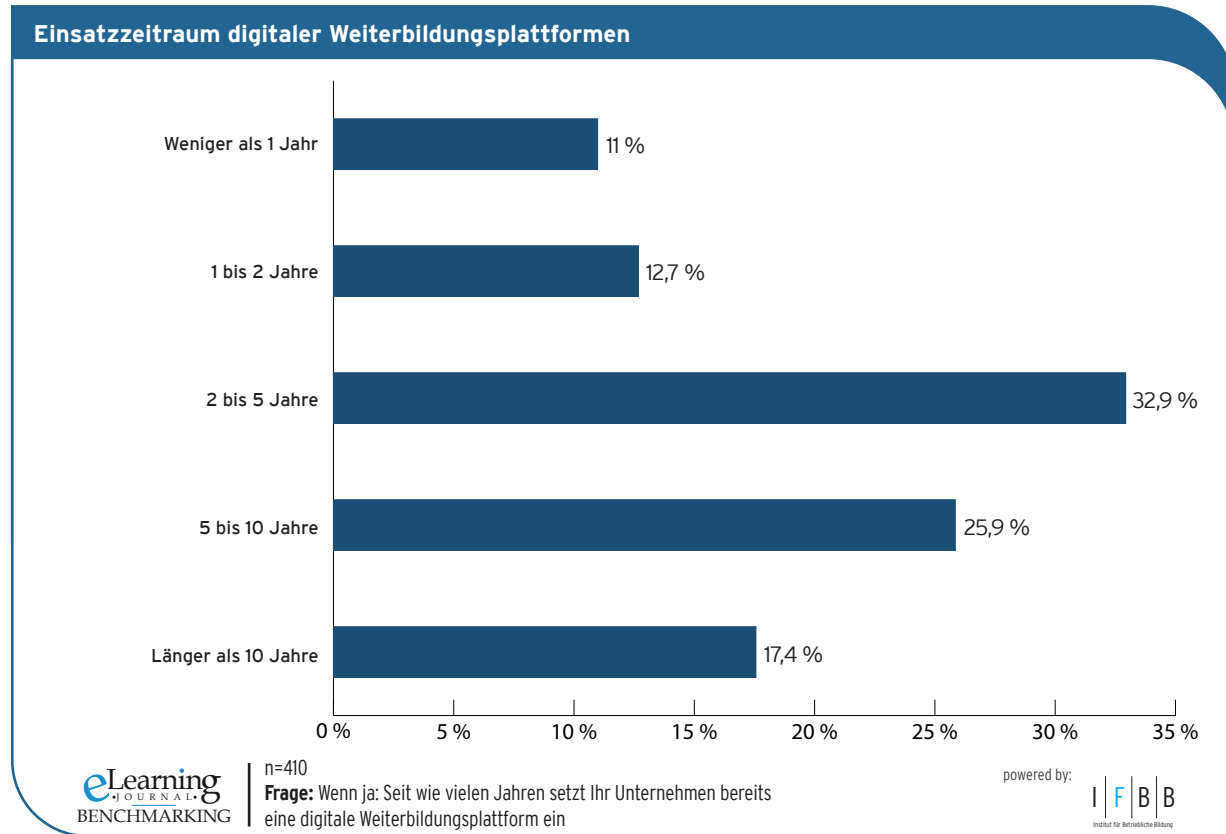
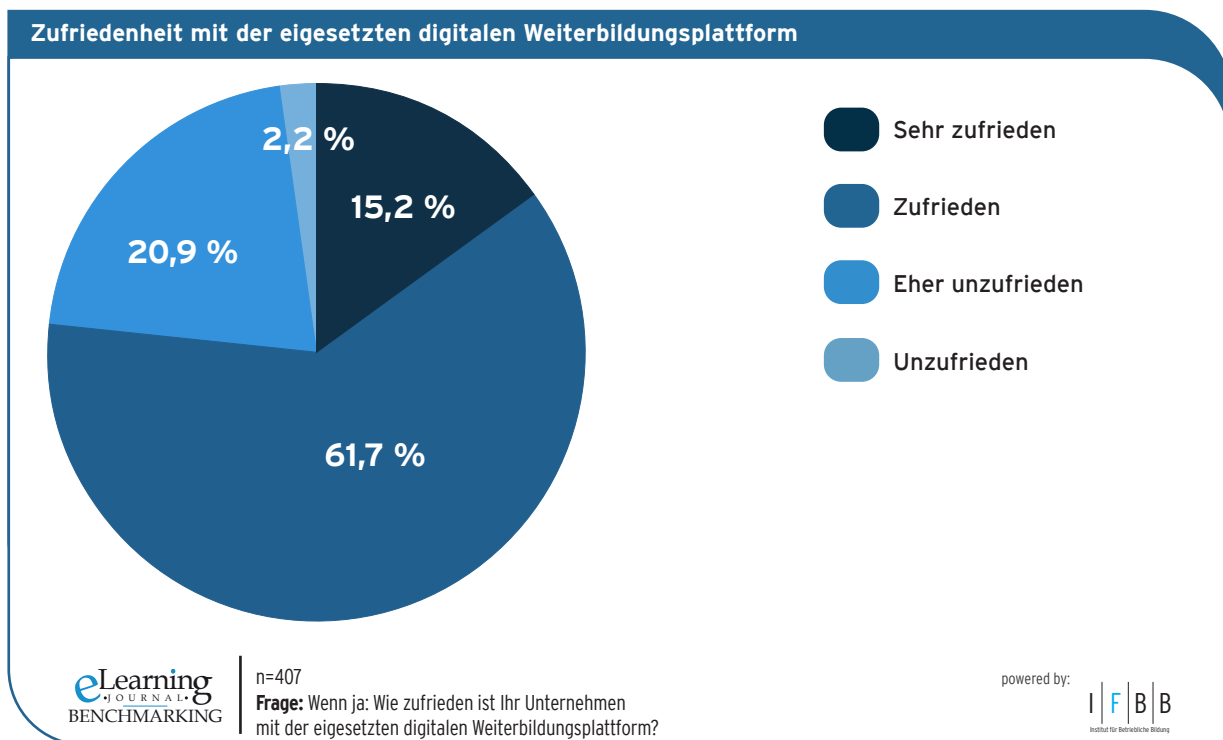
- Es wird eine digitale Weiterbildungsplattform eingesetzt
- Der Einsatz einer digitalen Weiterbildungsplattform ist in Planung
- Es wird keine digitale Weiterbildungsplattform eingesetzt



Kluft deutlich: Großunternehmen sind bereits voll im digitalen Zeitalter angekommen, während viele KMUs noch am Anfang stehen. Das zeigt auch die Implementierungsquote von digitalen Weiterbildungsplattformen in den beiden Unternehmensgruppen. Während bei den Großunternehmen in rund 85% der Fälle diese Plattformen bereits betrieben werden oder ihre Einführung geplant ist, wird dieses Verhältnis bei KMU deutlich unterschritten. Erst rund 62% der Befragten gaben an, bereits über eine digitale Weiterbildungsplattform zu verfügen oder deren An-

schaffung zu planen. Wir können daraus schließen, dass auch im KMU-Bereich der Einsatz von digitalen Weiterbildungsplattformen kein Neuland ist, sondern auch sie zunehmend den Wert dieser Technologie erkennen.

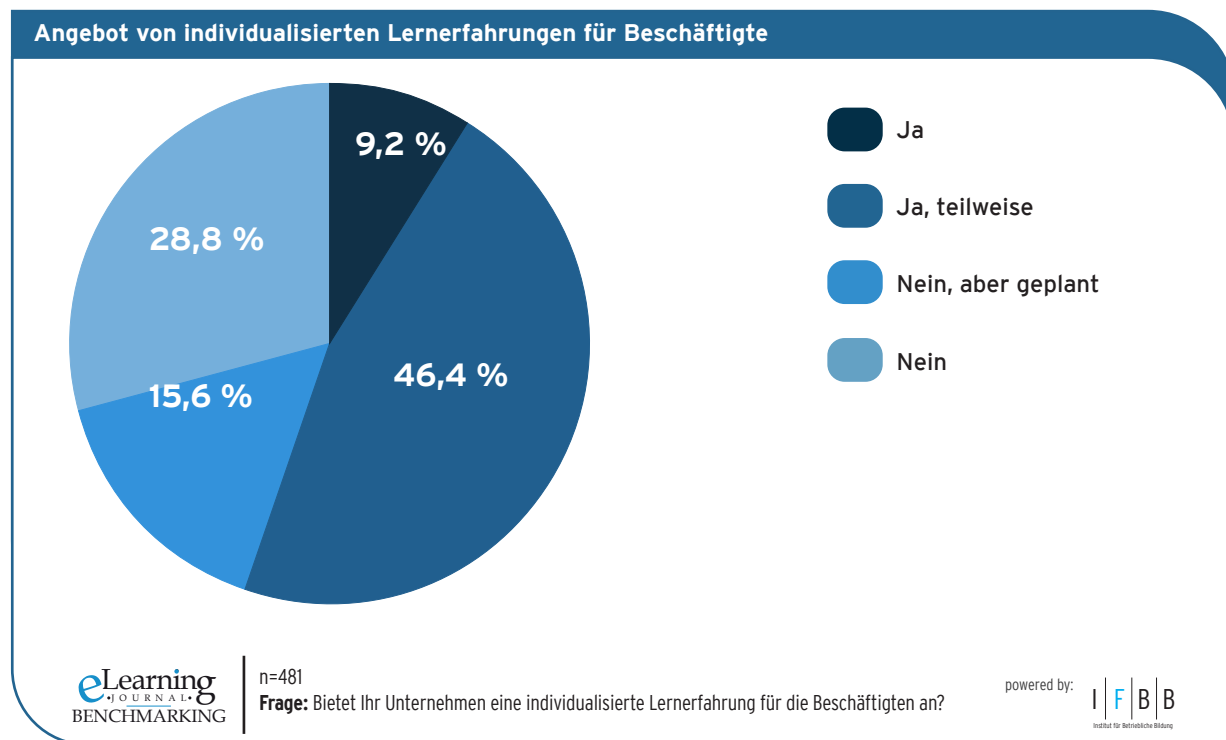
Insgesamt gesehen stammen knapp 26% der Befragten aus großen Unternehmen mit 1000 - 5000 Beschäftigten, 20% aus KMU und gut 15% der Befragten sind in Großkonzernen mit über 25.000 Mitarbeitenden beschäftigt.

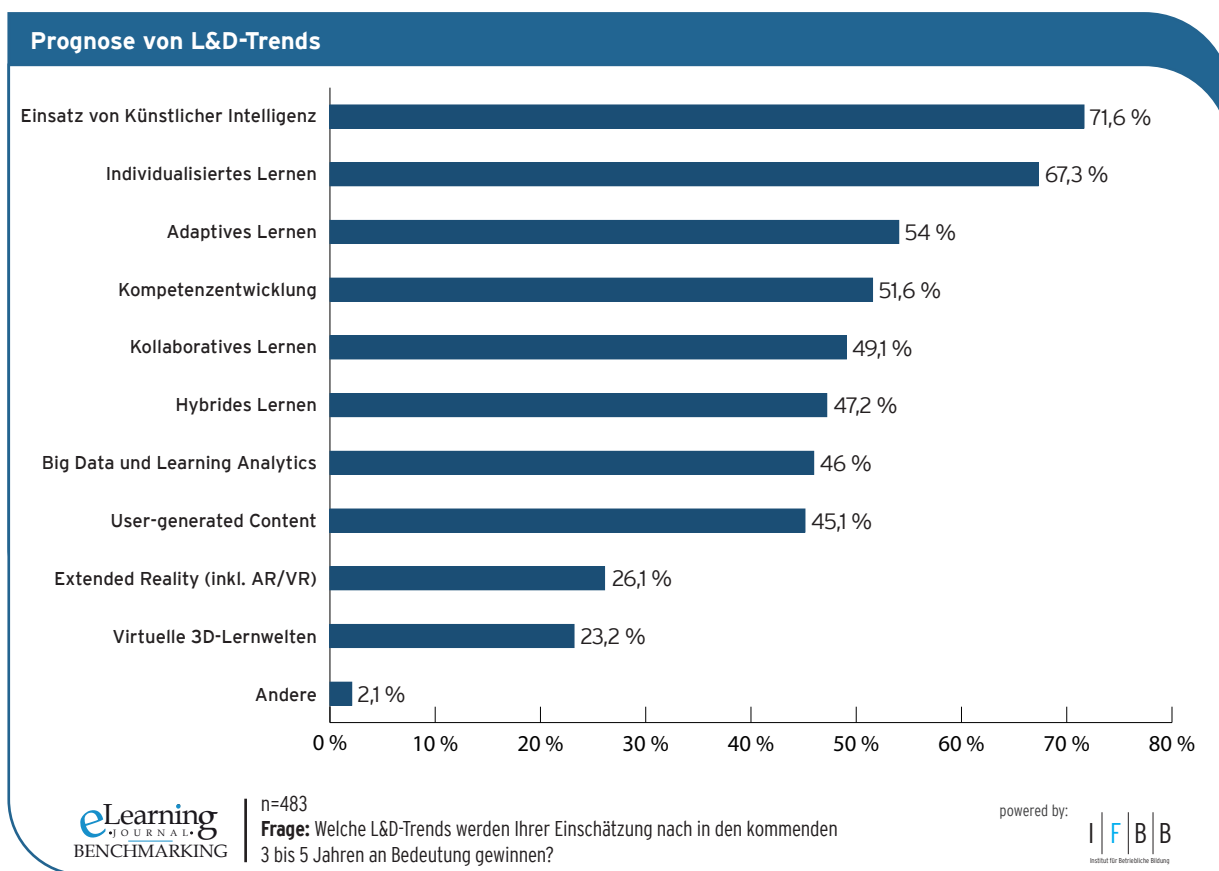


Die Daten deuten darauf hin, dass die Digitalisierung der Weiterbildung kein „nice-to-have“, sondern ein „must-have“ ist. Unternehmen, die zögern, riskieren, den Anschluss zu verlieren. Großunternehmen sind bereits auf diesem Weg, KMUs holen auf.

Der generelle Wert und das Vertrauen in digitale Weiterbildungsplattformen ist groß

Für L&D-Manager ist deshalb die Botschaft klar: Der Wettbewerbsvorteil liegt in der proaktiven Anpassung





und optimalen Nutzung dieser Plattformen. Doch welche digitalen Weiterbildungsplattformen setzen Unternehmen für ihre L&D Aktivitäten ein?

Digitale Weiterbildungsplattformen bieten weit mehr als nur den zentralisierten Zugang zu in einer Organisation vorhandenen Learnings. Sie sind darüber hinaus ein Instrument zur Talententwicklung, Mitarbeiterbindung und Sicherung des Geschäftswachstums. Für L&D-Manager sind diese Plattformen daher der Schlüssel zur Entwicklung eines zukunftsfähigen, agilen Lernumfelds.

Bekannte Plattformen wie LinkedIn-Learning oder Udeemy repräsentieren dabei einfache, ressourceneffiziente Lösungen. Sie bieten den Mitarbeitern eines Unternehmens eine Fülle von Lernressourcen, von Videos bis hin zu eBooks. Der Hauptnachteil dieser Plattformen liegt in ihrer Standardisierung – sie sind in der Regel nicht an die spezifischen Bedürfnisse eines Unternehmens angepasst. Tatsächlich ergab unsere Umfrage, dass solche Plattformen nur von 20% der befragten Unternehmen als Hauptlösung genannt wurden.

Eine maßgeschneiderte Lösung, die exakt an die Anforderungen des Unternehmens angepasst ist, liegt mit 23% der Befragten auf dem zweiten Platz. Allerdings bevorzugen 56% eine Kombilösung: Sie nutzen

eine Standardplattform, passen diese aber an die speziellen Bedürfnisse des Unternehmens an. Open Source Systeme wie Totara bieten genau diesen Mittelweg.

Damit lässt sich für die Auswahlkriterien für die Plattformen folgendes festhalten: Es ist bemerkenswert, dass viele Unternehmen Standardlösungen bevorzugen, diese jedoch an ihre eigenen Bedürfnisse anpassen wollen. Dies weist darauf hin, dass Unternehmen zwar den Wert etablierter Plattformen erkennen, aber dennoch eine Anpassung an ihre individuellen Anforderungen wünschen. Fast 80% der Befragten betonen daher Flexibilität als entscheidendes Auswahlkriterium für die Implementation einer digitalen Weiterbildungsplattform. Dies spiegelt sich in hohen Zufriedenheitsraten von etwa 78% wider. Dies bestätigt, dass diese Plattformen nicht nur populär sind, sondern auch die ihnen zugeordneten Ziele erreichen.

Die Dauer der Nutzung digitaler Weiterbildungsplattformen ist ebenfalls ein relevanter Faktor. Wenn wir den Zeithorizont in die üblichen Kategorien von kurzfristig bis 2 Jahren, mittelfristig 2 bis 5 Jahren und langfristig ab 5 Jahren einteilen, dann ergibt sich für die Nutzer digitaler Weiterbildungsplattformen folgendes Bild: 43% der Unternehmen, die derartige Plattformen nutzen tun dies bereits seit mehr als 5 Jahren – davon fast 18% mehr als 10 Jahre, 33% der Nutzer digitaler Plattformen haben eine Erfahrung

von 2 bis 5 Jahren mit ihrer Anwendung und 24% sind Anfänger in der Nutzung digitaler Weiterbildungsplattformen von max. 2 Jahren – davon gut 11% mit weniger als einem Jahr Nutzungszeit. Ein Großteil der Unternehmen setzt sie langfristig ein, was eine dauerhafte Veränderung in ihrer Lernkultur anzeigt.

Diesen Zusammenhang macht ein weiteres Ergebnis unserer Befragung deutlich. Bezogen auf aktuelle L&D-Trends rangieren KI-gestütztes Lernen (72%), individualisiertes Lernen (67%) und adaptives Lernen (54%) ganz oben. Tatsächlich haben 56% der Unternehmen bereits individualisierte Lernansätze umgesetzt, 29% verneinten eine solche Umsetzung und bei 16% der Befragten ist eine solche Umsetzung von individualisiertem Lernen in der Planung. Somit sind gut zweidrittel der befragten Unternehmen in der DACH-Region in der betrieblichen Praxis mit der Umsetzung individualisierten Lernens beschäftigt, entweder bereits im laufenden Betrieb oder in der Planung einer künftigen Einführung.

Die Zukunftsfähigkeit von L&D-Aktivitäten hängt damit maßgeblich von der effizienten Integration und Anwendung digitaler Weiterbildungsplattformen ab. Hierbei geht es nicht nur um den Einsatz moderner Technologien, sondern auch um die Ausrichtung an die konkreten Bedürfnisse und Ziele des Unternehmens. Die richtige Balance zwischen standardisierten und individualisierten Lösungen scheint hierbei der Schlüssel zum Erfolg zu sein. Für L&D-Manager ist es entscheidend, nicht nur die aktuellen Möglichkeiten zu erkennen, sondern auch zukünftige Trends und Entwicklungen frühzeitig zu integrieren. Nur so lässt sich gewährleisten, dass Weiterbildungsmaßnahmen nachhaltig, effizient und zielgerichtet umgesetzt werden können.

Damit lässt sich zusammenfassend feststellen: Digitale Weiterbildungsplattformen sind nicht nur präsent, sondern auch effektiv in der heutigen Geschäftslandschaft im Einsatz. Während die Plattformauswahl je

nach Branche und Unternehmensbedürfnissen variiert, ist der generelle Wert und das Vertrauen in solche Bildungsressourcen unbestreitbar und weit verbreitet. Die Hinwendung zur zentralisierten Bereitstellung von Lernangeboten zeugt damit von dem Bewusstsein der Unternehmen für eine strukturierte und zielgerichtete Weiterbildung.

Große Unternehmen mit über tausend Mitarbeitern nutzen digitale Weiterbildungsplattformen am häufigsten. Dies ist auf dort vorhandene Ressourcen und Budgets zurückzuführen. Die Größe ihrer Organisation und die dadurch vorhandene Heterogenität in ihrer Belegschaft erklärt den großen Bedarf an flexiblen Lernlösungen in Großunternehmen. Kleine und mittlere Unternehmen haben dagegen den größten Nachholbedarf. Die Budgetbeschränkungen hier gegenüber Großunternehmen sind sicher ein wesentlicher Grund dafür, fehlende Expertise im L&D Bereich oder ein Mangel an Bewusstsein für die Vorteile dieser Plattformen kommen dazu.

Die Vielfältigkeit der Ansichten und Verhaltensweisen im Umgang mit digitalen Weiterbildungsplattformen betont die Bedeutung maßgeschneiderter Bildungslösungen. Individuell angepasste Plattformen entsprechen häufiger den Unternehmenserwartungen und resultieren in einer höheren Zufriedenheit im Vergleich zu generischen Plattformlösungen.

Teilstudie Weiterbildungsplattformen

Die digitale Lernwelt: Potenziale und Stolpersteine

Die Digitalisierung verändert die Weiterbildung in Unternehmen grundlegend. Unsere Erhebungen verdeutlichen, dass digitale Weiterbildungsplattformen zu Schlüsselementen moderner betrieblicher Bildung avancieren. Dabei stehen Unternehmen vor wichtigen Entscheidungen hinsichtlich Budget und Zielsetzung. Auch Technologiehürden sind zu berücksichtigen.

Erfolgsfaktoren digitaler Weiterbildungsplattformen

Die meisten Unternehmen setzen digitale Plattformen ein, um Lernressourcen zentral bereitzustellen. Dies ermöglicht Mitarbeitern einen strukturierten und benutzerfreundlichen Zugriff, wodurch die Akzeptanz solcher Maßnahmen steigt. Unsere Umfrageergebnisse belegen dies: Hauptgründe für den Einsatz solcher Plattformen sind ein zentraler Sammelpunkt für Lernangebote (84%) und eine verbesserte Zugänglichkeit dieser Angebote (81%). Das Unterstützen selbstgesteuerten Lernens folgt mit 53% auf Platz drei.

Allerdings gibt es Hürden. Obwohl viele Unternehmen den Mehrwert digitaler Plattformen erkennen, sehen sich 10% der Unternehmen, die solche Systeme noch nicht nutzen, mit technologischen Herausforderungen konfrontiert. Das Einrichten eines Learning Management Systems (LMS) wird hier häufig als aufwendig und ressourcenintensiv betrachtet. Deshalb glauben 26% dieser Befragten, dass die technischen Voraussetzungen für die Implementierung einer digitalen Weiterbildungsplattform erst noch in ihren Unternehmen geschaffen werden müssen. Diese Einschätzung verdeutlicht, dass technologische Barrieren und fehlende Infrastruktur zu den Hauptgründen

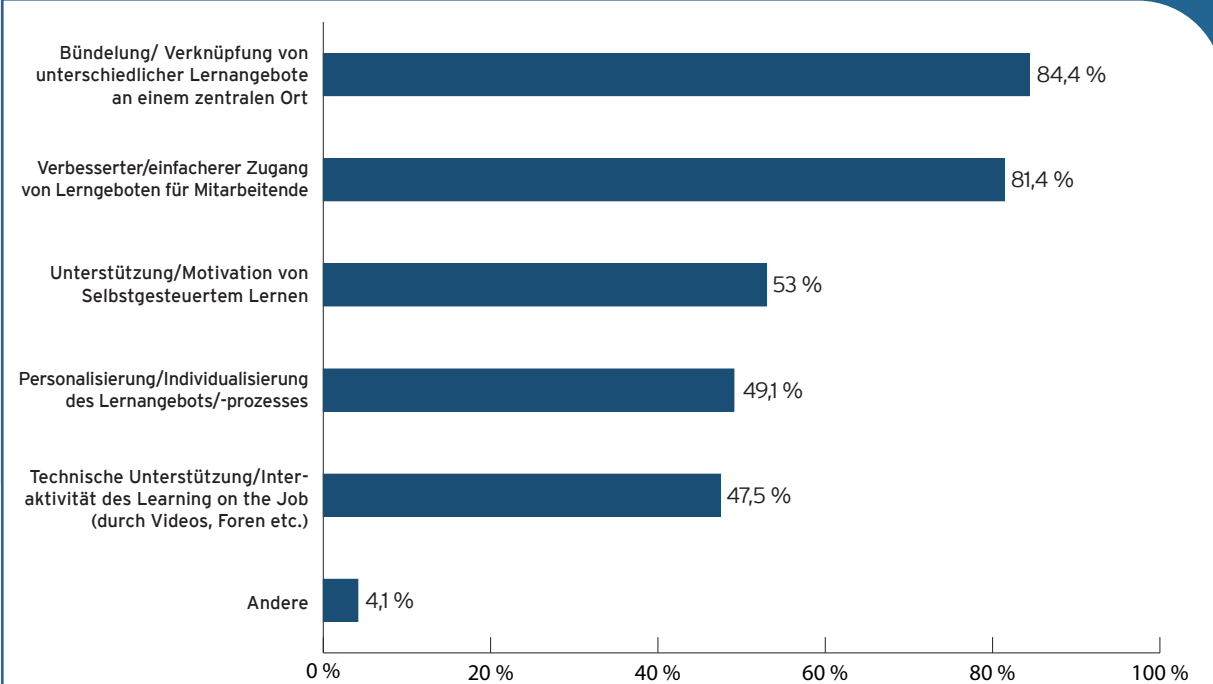
zählen, warum Unternehmen nicht in digitale Weiterbildungsplattformen investieren. Es ist daher zentral für L&D-Manager, die technischen Anforderungen und Voraussetzungen zu klären, wenn sie über den Einsatz solcher Plattformen nachdenken.

Budgetrestriktionen stellen jedoch das Haupthindernis dar. 30% der befragten Unternehmen, die keine Weiterbildungsplattform nutzen gaben an, keine finanziellen Mittel für eine solche Plattform zu haben. Überraschenderweise sahen 14% keinen Bedarf für eine digitale Lösung. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind hier durch Budget- und Ressourcenbeschränkungen betroffen.

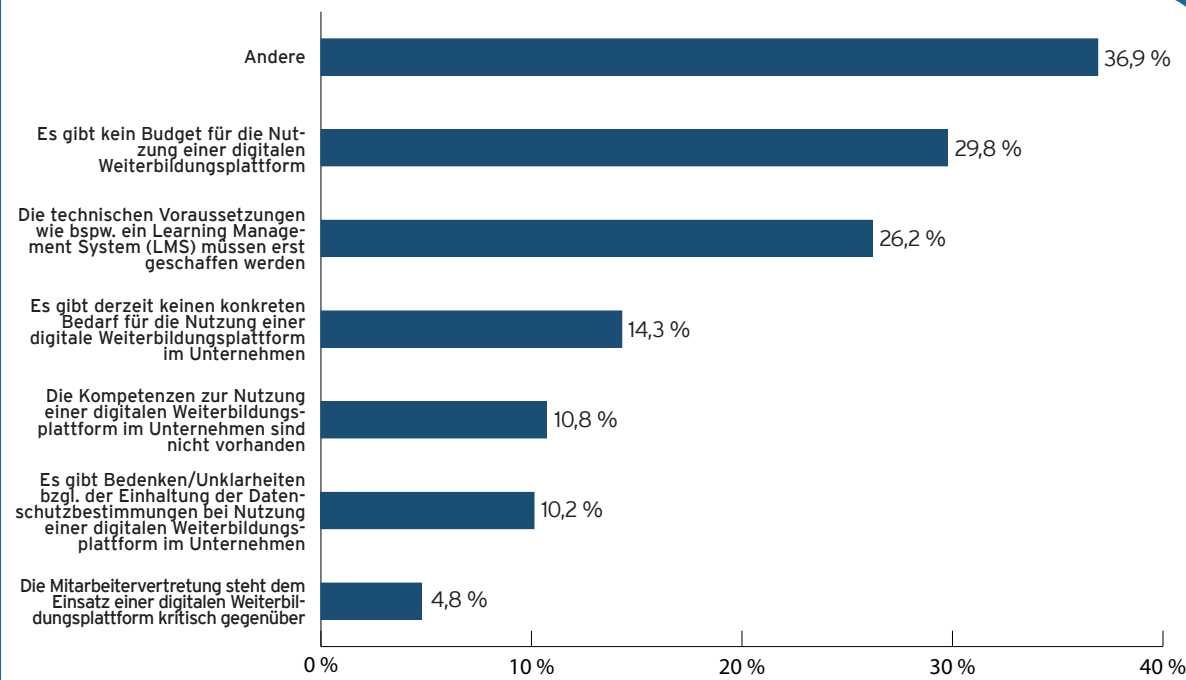
Die Bedeutung strategischer Ausrichtung

In vielen Firmen wird Learning & Development eher als Kostenpunkt, denn als Investition betrachtet. Diese Perspektive spiegelt sich in den genannten Gründen gegen den Einsatz digitaler Plattformen wider. Eine Umfrage von LinkedIn Learning aus dem Jahr 2017 unterstreicht diese Sichtweise: Nur 8% der CEOs sehen einen direkten geschäftlichen Nutzen ihrer L&D-Ausgaben. Für L&D-Manager ist es daher von zentraler Bedeutung, den Wertbeitrag ihrer Initiativen messbar

Gründe für den Einsatz digitaler Weiterbildungsplattformen



Gründe gegen den Einsatz digitaler Weiterbildungsplattformen

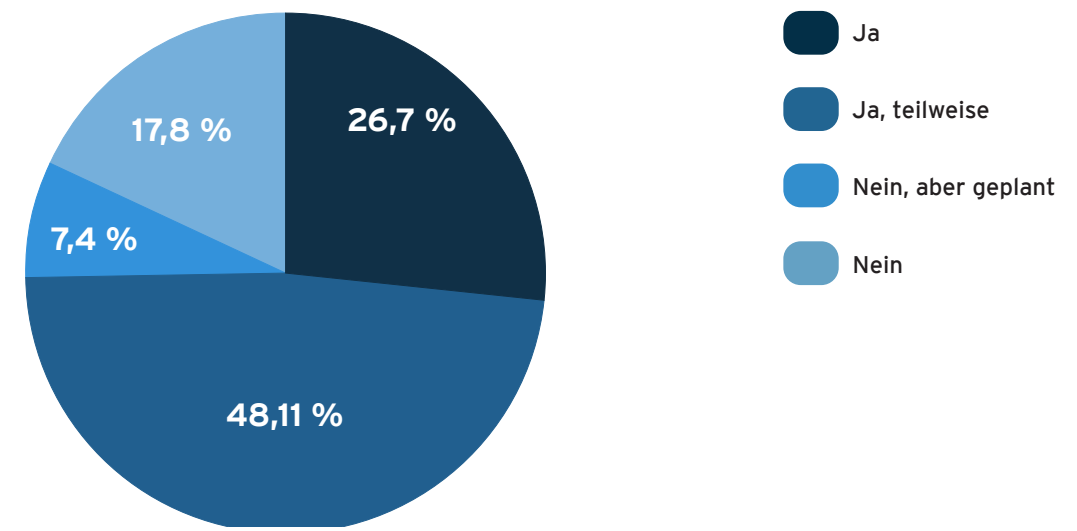


eLearning JOURNAL BENCHMARKING | n=168 | Frage: Wenn Ihr Unternehmen keine digitale Weiterbildungsplattform einsetzt/plant Ihr Unternehmen keine digitale Weiterbildungsplattform einzusetzen? | powered by: I F B B Institut für Betriebliche Bildung

zu machen. Digitale Lernplattformen bieten hier wertvolle Instrumente, nicht nur, um Schulungsressourcen zentral zu bündeln, sondern auch, um den Erfolg von Trainings zu messen, vorausgesetzt, es existiert eine klare Lernstrategie.

Tatsächlich betrachten 66% der Unternehmen eine solide Lernstrategie als den wichtigsten Erfolgsfaktor für den erfolgreichen Einsatz digitaler Plattformen. Ohne eine gut definierte Lernstrategie kann selbst das beste System seinen vollen Wert nicht

Ausrichtung von L&D Maßnahmen an Unternehmensziele



eLearning JOURNAL BENCHMARKING | n=449 | Frage: Wird in Ihrem Unternehmen die betriebliche Bildung an den Unternehmenszielen ausgerichtet? | powered by: I F B B Institut für Betriebliche Bildung

liefern und den erwarteten Return on Investment erreichen.

formulierten Lernstrategie für den Erfolg ihrer L&D Aktivitäten überzeugt.

Trotz des hohen Stellenwerts dieser strategischen Komponente rangiert die einfache Administration des Systems mit 69% an erster Stelle als Schlüssel zum Erfolg. Fast 60% nannten personalisierte Lernpfade und die Anpassungsfähigkeit an bestehende IT-Systeme als entscheidend. Ein effektiver Support für die Plattform wurde von 54% hervorgehoben. Dabei zeigt sich, dass sowohl operative Integration und Administration als auch strategische Überlegungen als gleich wichtig betrachtet werden. Diese Ergebnisse unterstreichen, dass sowohl technische Umsetzung als auch strategische Planung entscheidend sind. L&D-Manager müssen in beides investieren, um den Mehrwert digitaler Lernplattformen voll auszuschöpfen, entsprechende Budgets generieren zu können und sie zu rechtfertigen.

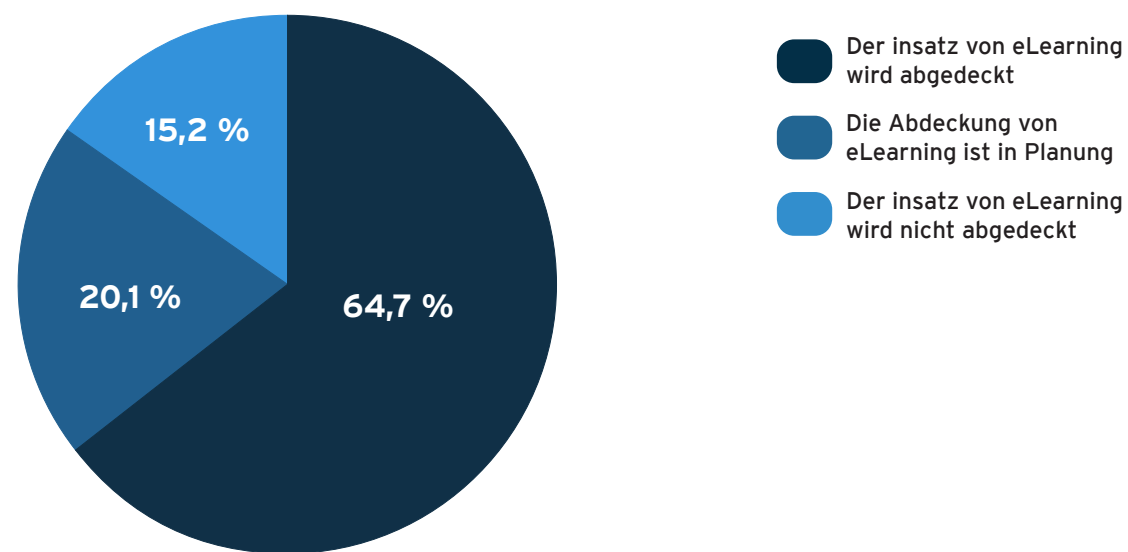
Interessanterweise zeigt sich ein Trend: 80% der Unternehmen nutzen digitale Lernplattformen, und ebenso viele betonten die Wichtigkeit einer Lernstrategie. Es liegt also nahe, dass beides Hand in Hand geht und es einen Zusammenhang zwischen dem Einsatz solcher Plattformen und einer formulierten Lernstrategie im Unternehmen gibt.

Wie es um die strategische Ausrichtung der betrieblichen Bildung in Unternehmen im DACH-Bereich tatsächlich bestellt ist, zeigt ein weiteres Ergebnis unserer Umfrage. Nahezu die Hälfte der Befragten gab an mit ihren L&D Aktivitäten zum Teil an der Unternehmensstrategie ausgerichtet zu sein, gut 27% der Unternehmen erklärten, dass sie ihre betriebliche Bildung konsequent an den Unternehmenszielen orientieren. Lediglich rund 18% verneinten eine Orientierung ihrer betrieblichen Bildung an den Unternehmenszielen. 7% der Befragten stellen ihre betriebliche Bildung gerade auf die Ausrichtung an die Unternehmensziele um. Mit anderen Worten eine deutliche Mehrheit von zweidrittel der deutschsprachigen Unternehmen ist in ihren L&D Aktivitäten an der Unternehmensstrategie ausgerichtet.

Vor dem Hintergrund der Wichtigkeit strategischer Aspekte als Erfolgsfaktor einer digitalen Plattform haben wir gefragt, ob in den Unternehmen im DACH-Bereich digitalisiertes Lernen tatsächlich in einer Trainingsstrategie formuliert ist. Und das Ergebnis unterstreicht die Relevanz einer Lernstrategie als Erfolgsfaktor für die Umsetzung einer digitalen Plattform. 65% der Befragten bejahten das Vorhandensein einer solchen Strategie, 20% planen eine entsprechende Strategie zu formulieren. Lediglich 15% kommen ohne eine formulierte Lernstrategie aus. Zusammengenommen sind damit über 80% der von uns befragten Unternehmen von der Relevanz einer

In unseren Ergebnissen spiegelt sich eine klare Tendenz wider: Digitale Weiterbildungsplattformen werden im DACH-Raum zunehmend als strategische Instrumente betrachtet, um L&D-Maßnahmen an Unternehmensziele anzupassen. Trotz technischer und

Abdeckung von eLearning durch die Trainingsstrategie



eLearning JOURNAL BENCHMARKING | n=533 | Frage: Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Trainingsstrategie, die auch den Einsatz von eLearning abdeckt? | powered by: I F B B Institut für Betriebliche Bildung

finanzieller Hürden erkennen immer mehr Betriebe das Potenzial und die Notwendigkeit, in diese Richtung zu investieren. Hierdurch rücken L&D-Manager stärker ins Zentrum der Unternehmensentwicklung und werden als strategische Partner wahrgenommen. L&D-Manager sind daher gut beraten, sowohl in Technologie als auch in Strategie zu investieren.

Der Mehrwert digitale Weiterbildungsplattformen: Effizienz und Flexibilität

Es erscheint in diesem Zusammenhang daher nur konsequent, wenn viele Unternehmen in digitalen Weiterbildungsplattformen auch ein Mittel zur Steigerung der Effizienz in HR- und L&D-Prozessen sehen. In einem sich dynamisch wandelnden Geschäftsumfeld sind solche Plattformen ein Schlüsselinstrument, um interne Abläufe zu straffen. Sie reduzieren Verwaltungsaufgaben, bündeln Lernressourcen und ermöglichen so die effizientere Nutzung von Ressourcen durch die HR- und L&D-Teams. Das zeigt sich auf dadurch, dass sich eine deutliche Korrelation zwischen der Zufriedenheit mit der digitalen Weiterbildungsplattform und den Gründen für deren Einsatz in den von uns erhobenen Daten nachweisen lässt.

Tatsächlich haben 71% der befragten Unternehmen den zentralen Nutzen digitaler Plattformen in der Optimierung ihrer internen Abläufe erkannt. 64% betonen den Wert solcher Systeme für effektivere betrieb-

liche Bildungsmaßnahmen und für ein zielgerichtetes Kompetenzmanagement. Interessanterweise sehen 59% auch die Steigerung der Weiterbildungsbeteiligung der Mitarbeiter – eine politische Priorität – als weiteren Vorteil.

Diese Daten zeigen, dass die Attraktivität digitaler Weiterbildungsplattformen weniger in der Optimierung des Lernerlebnisses der Mitarbeitenden als in der Geschäftsprozessoptimierung liegt. Sie bieten das Potenzial, den HR- und L&D-Bereich grundlegend zu verändern. Der Nutzen dieser Plattformen geht über das Lernen hinaus und betrifft den gesamten Prozess der Personalentwicklung.

Hier einige Beispiele dazu in der Aufzählung:

- **Zentrale Lernbibliothek:** Strukturierte Sammlung von Lernmaterialien an einem Ort, um den Zugang für die Beschäftigten zu erleichtern und den Verwaltungsaufwand zu reduzieren.
- **Automatisierte Kursverwaltung:** Von der Anmeldung über die Durchführung bis zur Nachbereitung – digitale Plattformen automatisieren zahlreiche Schritte im Schulungsprozess und reduzieren so den organisatorischen Aufwand.
- **Flexibilität und Skalierbarkeit:** Integrierter Analysewerkzeuge ermöglichen es, Lernfortschritte der Mitarbeiter kontinuierlich zu verfolgen und daraus Schlüsse für zukünftige Schulungsinitiativen zu ziehen.

- **Anpassungsfähigkeit:** Digitale Lernplattformen sind flexibel und können schnell an veränderte Bedürfnisse angepasst werden. Dies macht sie zu einer zukunftssicheren Investition für Betriebe jeder Größenordnung.

Nationalen Bildungsplattform?

In der Diskussion über Lösungen für den Fachkräftemangel in der DACH-Region wird oft der Ausbau einer kontinuierlichen Förderung der Weiterbildungsbeteiligung in Unternehmen gefordert. Etwa 59% der Unternehmen sehen einen direkten Nutzen von digitalen Weiterbildungsplattformen in diesem Kontext. Vor diesem Hintergrund erscheint die Idee einer nationalen Bildungsplattform, die alle Bildungsbereiche unter einem digitalen Dach vereint und durch die Verknüpfung bewährter und neuer Angebote personalisiertes Lernen in der digitalen Welt ermöglicht, besonders attraktiv. Doch wie bekannt sind diese politischen Bestrebungen eine „Nationale Bildungsplattform“ umzusetzen wirklich?

Es zeigt sich, dass trotz des potenziellen Nutzens einer solchen Initiative viele Unternehmen im DACH-Raum wenig über die von der Bundesregierung geförderte und sich im Aufbau befindende Nationale Bildungsplattform wissen.

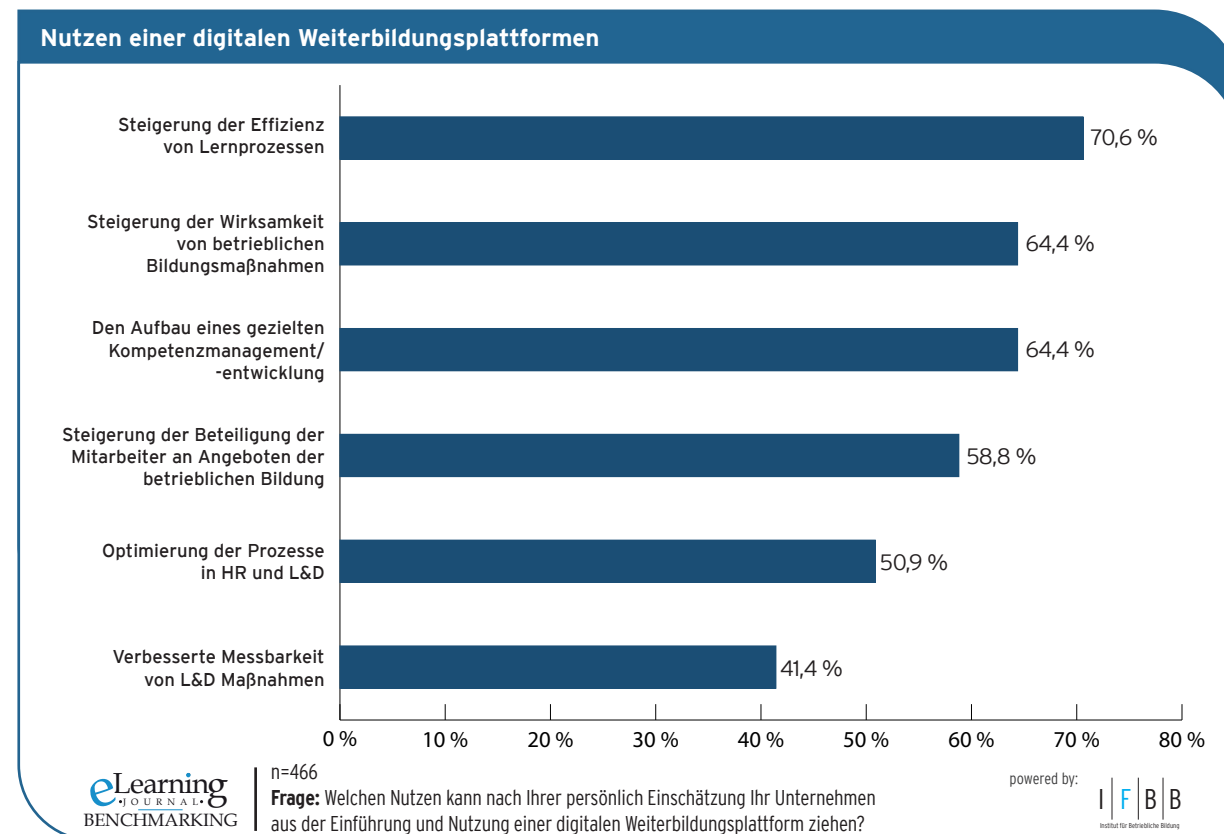
Erstaunlicherweise gaben knapp 79% der Befragten an, von dieser Plattform noch nie gehört zu haben. Nur etwa 21% waren überhaupt informiert. Bei einem Projekt dieses Ausmaßes – mit einem Budget von 630 Mio. Euro – zeigt sich hier eine klare Informationslücke, vor allem wenn man bedenkt, wie wichtig digitale Weiterbildungsplattformen für viele Unternehmen sind.

Selbst die 21% der Unternehmen, die von der Plattform wissen, können ihren Nutzen oft nicht einschätzen. Eine Mehrheit – fast 60% – konnte oder wollte keine klare Einschätzung abgeben. Von den informierten Unternehmen erkannten nur 16% die Relevanz

der Plattform für ihre Geschäftstätigkeit. Viele Unternehmen haben also keine klare Vorstellung darüber, welche Dienstleistungen eine solche Plattform bietet und wie dies ihren Geschäftsbedürfnissen entsprechen könnte. Dies zeigen insbesondere die zuvor genannten Ergebnisse zur Umsetzung von digitalen Weiterbildungsplattformen in Unternehmen. Fast 80% derjenigen Unternehmen, die digitale Weiterbildungsplattformen umgesetzt haben, bevorzugen flexible und an die eigenen Bedürfnisse anpassbare Lösungen und nur 20% setzen auf „One fits all“.

Es lässt sich allerdings eine deutliche Korrelation zwischen der Frage feststellen, ob ein Unternehmen eine digitale Weiterbildungsplattform einsetzt, und der Frage, ob die Befragten schon einmal von der Nationalen Bildungsplattform gehört haben. Dies zeigt, dass Unternehmen, die bereits digitale Weiterbildungsplattformen nutzen, eher mit der Nationalen Bildungsplattform vertraut sind. Eine weitere starke Korrelation zeigt, dass diejenigen, die von der Nationalen Bildungsplattform gehört haben, diese auch als relevant für ihr Unternehmen erachten. Und es gibt deutliche Zusammenhänge zwischen der Nutzung digitaler Weiterbildungsplattformen, dem Bewusstsein für die Nationale Bildungsplattform und der wahrgenommenen Relevanz dieser Plattformen für das Unternehmen.

Die Nationale Bildungsplattform steht also vor der Herausforderung, ihre Relevanz und ihren Wert in der Geschäftswelt deutlich zu machen. Es ist unabdingbar, dass die Verantwortlichen tiefer in die Bedürfnisse der Unternehmen eintauchen, gezielte Anpassungen vornehmen und durch effektive Informationskampagnen die Bekanntheit und das Verständnis der Plattform erhöhen.



Zusammenhänge, Trends und Perspektiven

Die L&D-Branche befindet sich in einer dynamischen Phase. Trotz erkannter Chancen und bereits eingeleiteter Schritte konfrontieren technologische und strategische Herausforderungen viele Unternehmen. Ein fundiertes Verständnis dieser Entwicklungen ist unabdingbar, um zukünftige L&D-Maßnahmen effektiv zu gestalten.

In unserer Studie haben wir mehrere prägnante Erkenntnisse und Muster in den Daten entdeckt. Wir wollen hier einige dieser Befunde hervorheben und Ableitungen daraus formulieren, die Unternehmen dabei unterstützen, ihre digitalen Weiterbildungsansätze weiterzuentwickeln.

Das 70:20:10-Modell von Charles Jennings hat das Potenzial des informellen Lernens am Arbeitsplatz effektiv nutzbar gemacht. Ähnlich transformativ könnte in den nächsten Jahren der Begriff des „Corporate Learning Ecosystems“ werden. Viele Unternehmen integrieren L&D-Aktivitäten bisher nicht ausreichend in ihre Unternehmensstrategie, was dazu führt, dass Weiterbildung oft nur als Kostenpunkt wahrgenommen wird. In diesem Kontext verspricht das Konzept des Learning Ecosystems einen systematischen Ansatz für die zielorientierte Gestaltung von betrieblichen Bildungsprozessen.

Strategische Bedeutung von L&D im DACH-Raum

Interessanterweise ergab unsere Studie, dass der Grad der strategischen Integration von L&D im Unternehmen bereits im deutschsprachigen Raum (DACH) weit verbreitet ist. Unternehmen, die ihre L&D-Strategien konsequent an Unternehmenszielen ausrichten, sind besser aufgestellt, um den dynamischen Anforderungen der heutigen Arbeitswelt gerecht zu werden. Solche Unternehmen können ins-

besondere vom Konzept des Learning Ecosystems profitieren. Hier bietet der Ansatz des Learning Ecosystems einen systematischen Rahmen für die Planung und Steuerung der betrieblichen Bildungsmaßnahmen, um die vorhandenen Ressourcen zielgerichtet zu kanalisieren.

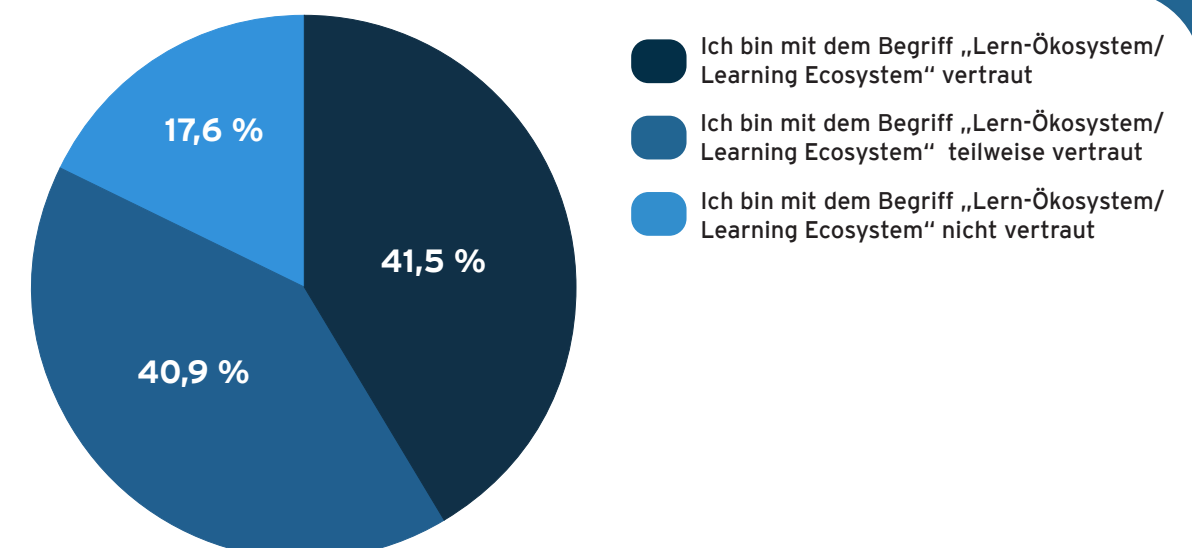
Wenn die Hypothese zutrifft, dass das Lern-Ökosystem als strategisches Instrument für L&D dient, dann können gerade die Unternehmen, die ihre Schulungsstrategien an Unternehmenszielen ausrichten, als besonders aufschlussreich betrachtet werden. Hier ist es interessant zu wissen, wie sie das Konzept „Learning Ecosystem“ interpretieren und umsetzen.

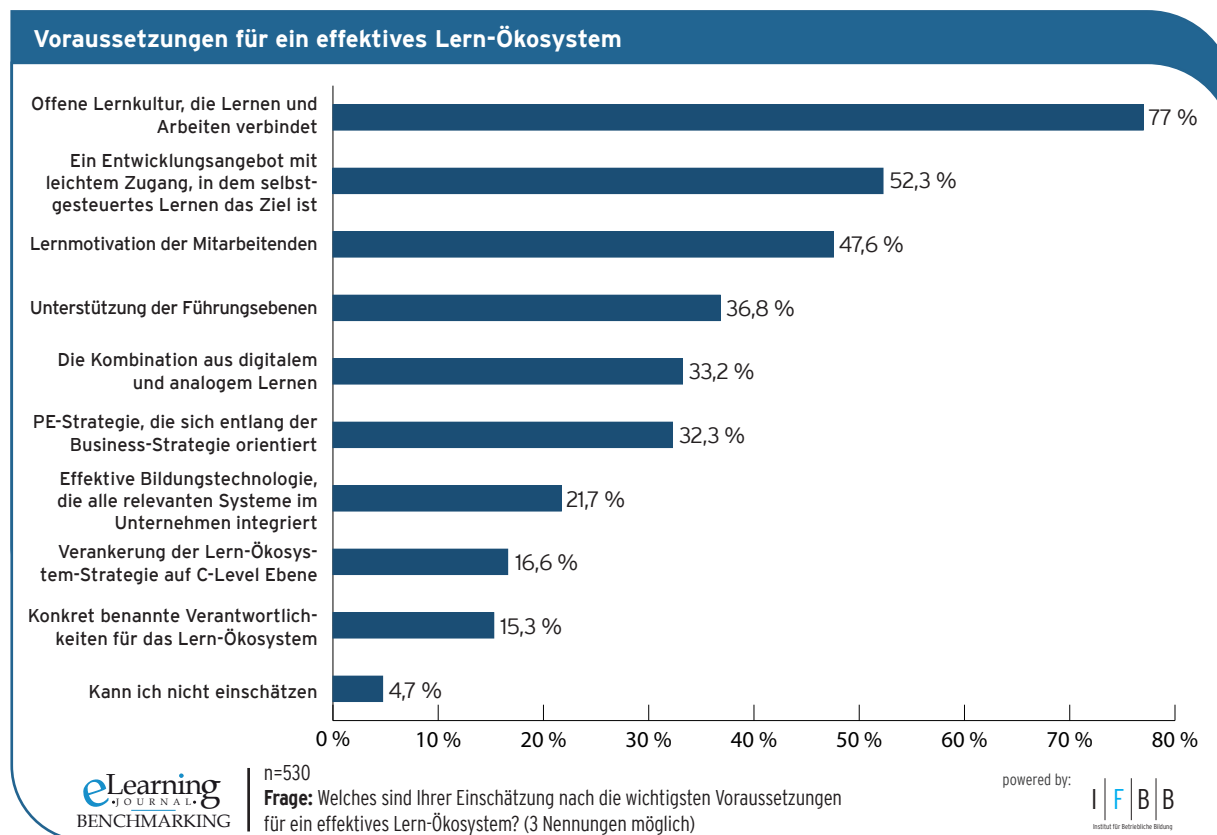
Bewusstsein und Einflussfaktoren von Learning Ecosystems

Etwa 41% der befragten Unternehmen sind mit dem Begriff des Learning Ecosystems vertraut, während fast ebenso viele (weitere 41%) teilweise damit vertraut sind. Der Begriff „Learning Ecosystem“ ist bereits bei mehr als drei Vierteln der befragten Unternehmen bekannt und gibt einen klaren Hinweis auf eine breite Akzeptanz in der DACH-Region.

Unsere Daten identifizieren klar abgegrenzte Faktoren, die zur Wirksamkeit eines Lern-Ökosystems beitragen. An der Spitze steht eine lernfördernde

Vertrautheit mit dem Begriff „Lern-Ökosystem/Learning Ecosystem“





de Unternehmenskultur, die Lernen und Arbeiten nahtlos miteinander verbindet mit gut 77% der Nennungen. Dies steht im Gegensatz zur geringeren Bedeutung, die der Lernmotivation (knapp 48%) oder der Unterstützung durch die Führungsebene (gut 37%) beigemessen wird. Überraschenderweise wird die Bedeutung von Personalentwicklungsstrategien im Kontext des Lern-Ökosystems oft unterschätzt (32%), obwohl gerade diese für den Erfolg von digitalen Weiterbildungsplattformen entscheidend sind.

Dieser Befund steht im Gegensatz zu der allgemeinen Bedeutung von Lernstrategien in Bezug auf die Wirksamkeit von digitalen Bildungsplattformen. Denn die Unternehmen billigen in unserer Befragung diesen Steuerungseffekt auf L&D Initiativen in Bezug auf Unternehmensziel und Wertbeitrag für das Unternehmen eher dem Einsatz des technischen Tools „digitale Weiterbildungsplattformen“ zu. Die Nennung von Kultur, Motivation und selbstgesteuertem Lernen (52%) als Treiber der Wirksamkeit von Lern-Ökosystemen wirft die Frage auf, ob Unternehmen ein Learning Ecosystem eher als Rahmenbedingung für erfolgreiches Lernen, denn als Steuerungsinstrument betrachten. Es zeigt sich darüber hinaus, dass Unternehmen, die digitale Plattformen nutzen, eher mit dem Begriff „Lern-Ökosystem“ vertraut sind und die Vorteile eines solchen Systems sehen.

Resümee

In Summe konnten wir bei den Unternehmen im DACH-Raum drei unterschiedliche digitale Reifegrade identifizieren:

- 1. Digitale Vorreiter:** Sie haben bereits robuste digitale Weiterbildungsplattformen implementiert und sehen klar den Mehrwert.
- 2. Aufstrebende Innovatoren:** Diese Unternehmen stehen an der Schwelle zur Digitalisierung ihrer L&D-Aktivitäten, weil sie die Vorteile erkennen können. Sie verfügen aber noch nicht über das notwendige Know-How oder die Ressourcen und befinden sich daher in der Experimentierphase.
- 3. Traditionalisten:** Diese Gruppe zeigt Zurückhaltung gegenüber dem Einsatz digitaler Bildungsplattformen. Sie müssen den Weg der digitalen Transformation der betrieblichen Bildung erst noch betreten und geben deshalb traditionellen Bildungsmethoden in ihrer betrieblichen Bildung den Vorzug.

Dieser Befund zeigt, dass es eine klare Diversität unter den befragten Unternehmen in Bezug auf ihre Meinung und Nutzung von digitalen Weiterbildungsplattformen gibt. Dies zeigt, wie wichtig es ist, Bildungslösungen anzubieten, die den unterschiedlichen Bedürfnissen und Reifegraden von Unternehmen gerecht werden können.

In Summe beeinflussen vielschichtige Faktoren, wie die Wahl der Plattform, die Zufriedenheit mit dieser und die allgemeine Unternehmenskultur, die Einstellung der Unternehmen zu L&D-Strategien und -Maßnahmen. Es lässt sich daher für die Unternehmen im DACH-Raum folgende Diagnose zum derzeitigen Status quo von L&D festhalten:

- Unternehmen suchen nach Möglichkeiten, ihre Lernressourcen zu zentralisieren und zu organisieren. Dies wird vor allem durch die Bündelung und Verknüpfung von Lernangeboten auf einer digitalen und zentralen Plattform erreicht.
- Die erfolgreiche Implementierung und Nutzung dieser Plattformen erfordern eine klare Strategie und Planung.
- Das Endziel vieler Unternehmen ist es, ihre HR- und L&D-Prozesse zu optimieren, um diese effizienter und effektiver zu gestalten.

Diese Studie unterstreicht, dass digitale Weiterbildungsplattformen zu einem Fundament der zeit-

genössischen betrieblichen Bildung avanciert sind und bekräftigen die zunehmende Bedeutung digitaler Bildungsplattformen im Unternehmenskontext. Während viele Unternehmen den Sprung ins digitale Zeitalter erfolgreich gemeistert haben, wartet auf andere, insbesondere kleinere Betriebe, noch ein Stück des Weges. Nationale Initiativen wie die Nationale Bildungsplattform könnten eine wichtige Rolle spielen, um den Einsatz und den Wert digitaler Bildungsressourcen in Unternehmen zu fördern.

Die Tendenz zur Digitalisierung im Bildungsbereich wird sich fortsetzen. Unternehmen, die vorausschauend agieren und in digitale Lernökosysteme investieren, werden besser vorbereitet sein, um den dynamischen Marktbedingungen und den Bildungsansprüchen ihrer Belegschaft gerecht zu werden.

Methodologie

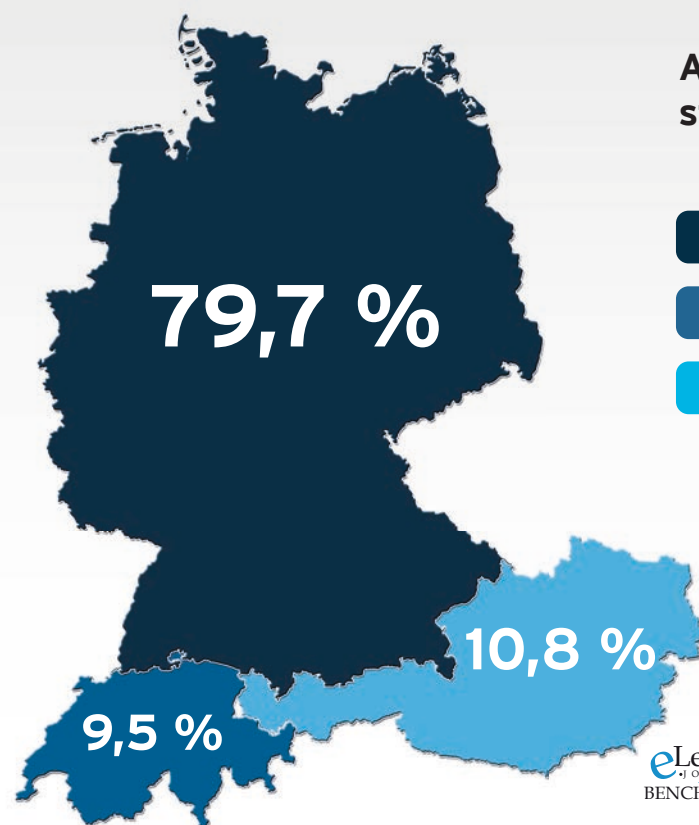
Die Redaktion des eLearning Journals begleitet seit über 18 Jahren die digitale Transformation der betrieblichen Bildung der deutschsprachigen Wirtschaft. Vor diesem Hintergrund führt das eLearning Journal seit 2014 jährlich die eLearning BENCHMARKING Studie durch, um aktuelle Einblicke in die eLearning- und Weiterbildungspraxis der deutschsprachigen Wirtschaft inklusive des momentanen Einsatz von eLearning-Maßnahmen sowie erwartete Trends und zukünftige Entwicklungen in diesem Bereich für die kommenden Jahre zu erlangen. Damit bietet die eLearning BENCHMARKING Studie eine umfassende Orientierungshilfe für Unternehmen und Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

An der aktuell vorliegenden eLearning BENCHMARKING Studie 2023 beteiligten sich 536 Unternehmen. Die Studie umfasst insgesamt 3 Teilstudien mit den Themenschwerpunkten: Trendradar, Microlearning, Kompetenzentwicklung sowie digitale Weiterbildungsplattformen..

Die eLearning BENCHMARKING Studie 2023 befragte primär eLearning-anwendende Unternehmen und Organisationen. Im Rahmen der Studiendurchführung luden Mitarbeiter des eLearning Journals die Studienteilnehmer aus den Vorjahren sowie die Teilnehmer aus anwendenden Unternehmen und Organisationen der eLearning SUMMIT Tour der Vorjahre ein, die Datenerhebung erfolgte dann anonymisiert über eine entsprechende online Umfrage-Software. Ergänzend wurden mit einer E-Mail-Aktion die redaktionellen Kontakte des eLearning Journals zu einer Beteiligung an der eLearning BENCHMARKING Studie eingeladen.

Aus welchem Land der DACH-Region stammen die Studienteilnehmer?

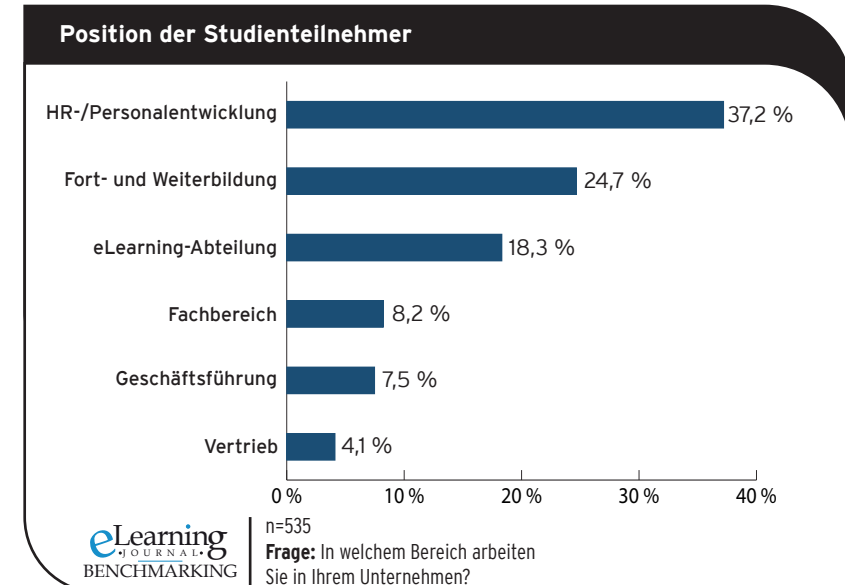
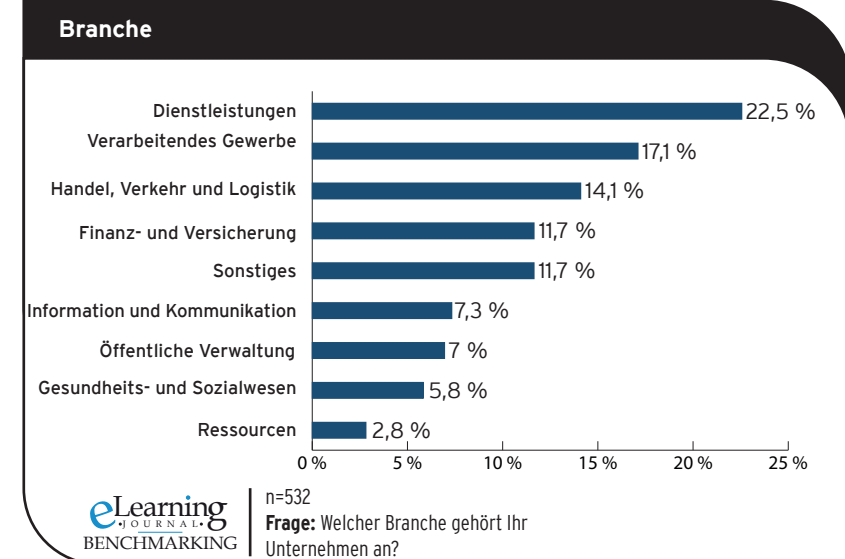
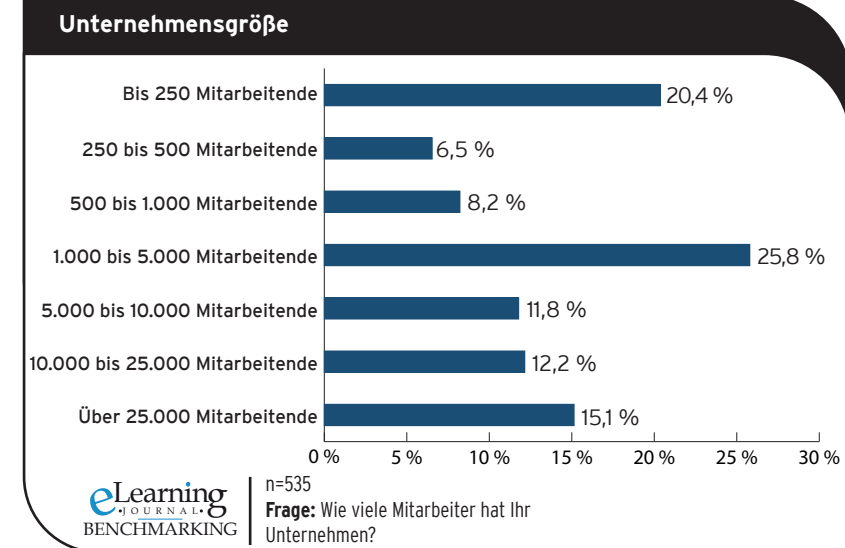
- Deutschland
- Schweiz
- Österreich



eLearning
JOURNAL
BENCHMARKING

n=535
Frage: In welchem Land der DACH-Region sind Sie tätig?

Unsere Studienteilnehmer im Querschnitt



Anerkennungen

Projektdurchführung:



Das eLearning Journal ist ein Fachblatt des Wirtschaftsverlags Siepmann Media und veröffentlicht jährlich 5 Printpublikationen mit verschiedenen Themenschwerpunkten aus dem Bereich eLearning und Betriebliche Bildung. Darüber hinaus führt das eLearning Journal seit 2014 mit der eLearning BENCHMARKING Studie jedes Jahr die größte Studie zum betrieblichen Einsatz von eLearning im deutschsprachigen Raum durch. Neben den publizistischen Tätigkeiten organisiert das eLearning Journal die dezentrale Konferenzreihe „eLearning SUMMIT Tour“ mit über 30 Veranstaltungen mehr als 15.000 Teilnehmern*innen aus Unternehmen und Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Projektpartner:



PINKTUM ist einer der führenden Anbieter für die nachhaltige Verbesserung von Soft Skills in Unternehmen. Kunden durchlaufen digitale Lernpfade, die auf ihren individuellen Entwicklungsbedarf ausgerichtet sind und in den Arbeitsalltag integriert werden. Herzstück des Angebots ist die international preisgekrönte Online-Bibliothek. Sie umfasst rund 600 videobasierte, interaktive E-Trainings, die in mehreren Sprachen kulturell angepasst zur Verfügung stehen. Auf Basis psychologischer Forschung entwickelt PINKTUM seine Methoden und Lerninhalte stetig weiter und setzt neue Lernimpulse in Unternehmen.

PINKTUM ist der Markenname der 2010 gegründeten Pink University GmbH, die mit mehr als 150 Mitarbeitenden an 16 Standorten weltweit vertreten ist und ihren Hauptsitz in Hamburg und München hat. CEO ist Joachim Pawlik. Das Unternehmen gehört zur PAWLIK Group.

<https://www.pinktum.com>

Projektpartner:



Cornerstone unterstützt die zukunftsfähige Belegschaft mit einer Talent-Experience-Plattform der nächsten Generation, die Technologie, Daten und Inhalte vereint und ein Arbeitsumfeld schafft, das Wachstum, Flexibilität und Erfolg für alle ermöglicht. Mit Cornerstone modernisieren Unternehmen die Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten ihrer Mitarbeitenden, liefern die relevantesten Inhalte und fördern die Talent- und Karrieremobilität. Kompetenzen werden als universelle Sprache für Wachstum und Erfolg in ihrem Unternehmen angesehen. Cornerstone bedient mehr als 7.000 Kunden und 100 Millionen Nutzer in 180 Ländern und 50 Sprachen.

Projektpartner:



Die Ghostthinker GmbH ist der Begleiter für erfolgreiche Lern- und Kollaborationstechnologie. Seit über 15 Jahren unterstützt Ghostthinker Organisationen, Hochschulen und Unternehmen dabei, ihre Lern- und Kollaborationsangebote auf technologisch und didaktisch höchstem Niveau zu digitalisieren. Ghostthinkers Erfolgs-Dreiklang besteht aus innovativer Lernsoftware, didaktischer Beratung und maßgeschneiderten Implementierungsprogrammen. Verstehen und Verständigung beim Lernen und Arbeiten stehen für Ghostthinker an oberster Stelle, daher bildet Social Video Learning den Kern des Portfolios. Die edubreak® Lern- und Wissenswelt bietet als Komplettpaket eine moderne Lernplattform, ein Community-Netzwerk sowie dazu passende Kursangebote. Mit der Interactive Video Suite als Plugin bringt Ghostthinker Social Video in das Lernsystem Moodle und der Social Video Hub ist als Video-Plattform ideal für die kollaborative Zusammenarbeit und bietet viele Anbindungsmöglichkeiten an bestehende IT-Systeme.

Projektpartner:



Das niederländische Unternehmen GoodHabitZ ist ein international führender Anbieter von E-Learning-Trainings für Unternehmen. Mit attraktiven Online-Trainings im Bereich der Soft-Skills, Sprachen und Digitalisierung sorgt GoodHabitZ für eine nachhaltige Entwicklung der Mitarbeitenden. GoodHabitZ vereinfacht den Prozess der persönlichen Entwicklung und gestaltet digitales Lernen für alle zugänglich und unterhaltsam. Zu monatlich fixen Kosten werden selbst produzierte Trainings in verschiedenen Lernformaten für jeden Lerntyp zur Verfügung gestellt. Zudem sorgen engagierte GoodHabitZ Coaches dafür, dass Unternehmen und ihre Mitarbeitenden sich nachhaltig weiterentwickeln. Mehr als 2.500 Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen und in 15 Ländern weltweit vertrauen auf den Corporate E-Learning-Anbieter.

www.goodhabitz.com

Projektpartner:



Das Institut für Betriebliche Bildung GmbH (IFBB) ist ein privates Forschungsinstitut, das sich auf die Verknüpfung von Akteuren der betrieblichen Bildung mit Wissenschaft und bildungspolitischer Arbeit fokussiert. Ziele sind die Förderung von praxisnaher Forschung und die Verbreitung relevanter Projektergebnisse, sowie die Unterstützung bei der Einführung marktrelevanter Bildungsinnovationen. Mit dem „Network of Practice“, einer Community von etwa 150.000 L&D-Professionals, betreut das IFBB Europas größte Plattform für Fachleute im Bereich Learning and Development. Diese Community ermöglicht den Austausch von praxisrelevanten Erfahrungen und Erkenntnissen der deutschsprachigen L&D Community. Sie dient damit als Instrument zur Bewältigung der Herausforderungen der digitalen Transformation in der betrieblichen Bildung.

Projekt:



Das Projekt KIPerWeb (KI-gestützte Personalisierung in der berufsbezogenen Weiterbildung) im Rahmen des BMBF-Innovationswettbewerbs INVITE ist ein überregionales Verbundvorhaben. Zum einen trägt es durch bereichsübergreifende und praxisnahe Forschung in akademischer und beruflicher Bildung dazu bei, die Rahmenbedingungen für den Einsatz von KI in der Weiterbildung zu ermitteln. Zum anderen leistet es durch die Entwicklung innovativer und individualisierter Weiterbildungsangebote und deren Erprobung einen Beitrag zur Optimierung des digitalen Weiterbildungsraums. Die Lerninhalte sollen in geeigneter, übertragbarer Weise in kleinere Lerneinheiten (Micro-Learning) überführt werden, um so ein adaptives Lernsystem erstellen zu können, das die Vergleichbarkeit von Modulen über Bildungsstränge hinweg gewährleistet.

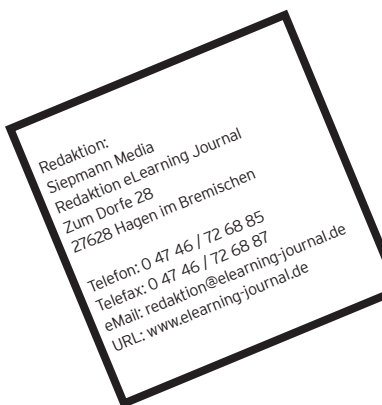
Kooperationspartner:



Sonstige Partner:



Impressum



Herausgeber: Frank Siepmann

Redaktion: Mathias Fleig, Frank Siepmann, Dr. Jens Kohne, Franziska Bredehorn
Schlussredaktion: Mathias Fleig, Nicole Fricke

Gestaltung und Satz: Matthias Gerth

Dieses Werk ist einschließlich seiner Teile urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich durch das Urheberrechtsgesetz gestattet ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Herausgebers. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme.

Copyright © 2023 Siepmann Media. Alle Rechte vorbehalten.

Verwendete Grafiken:

©Palsur - stock.adobe.com
©ihorzigor - stock.adobe.com
©lovemask - stock.adobe.com
©martialfred - stock.adobe.com
©telmanbagirov - stock.adobe.com
©stockphoto-graf - stock.adobe.com
©HN Works - stock.adobe.com
©saicle - stock.adobe.com

