

2018

Herausgeber:
Frank Siepmann

eLearning BENCHMARKING Studie

TEILSTUDIE

Betriebliches Sprachtraining & eLearning

Projektdurchführung:

eLearning
JOURNAL

Projektpartner:

**Rosetta
Stone** 

Kooperationspartner:

didacta
Verband der Bildungswirtschaft

siepmann|media + research

Impressum

Redaktion:
Siepmann Media
Redaktion eLearning Journal
Zum Dorfe 28
27628 Hagen im Bremischen
Telefon: 0 47 46 / 72 68 85
Telefax: 0 47 46 / 72 68 87
eMail: redaktion@elearning-journal.de
URL: www.elearning-journal.de

Herausgeber: Frank Siepmann

Redaktion: Mathias Fleig, Frank Siepmann
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 © 2018 Siepmann Media. Alle Rechte vorbehalten.

Verwendete Grafiken:

©Palsur / Fotolia
©ihorzigor / Fotolia
©lovemask / Fotolia
©martialred / Fotolia
©telmanbagirov / Fotolia
©stockphoto-graf / Fotolia
©HN Works / Fotolia

Background vector created by Freepik

Inhalt

Impressum	2
Inhaltsverzeichnis	3
Vorwort	4
Zusammenfassung	5
Kapitel 1 nice-to-have oder must-have?	6
Kapitel 2 eLearning für Sprachtraining	10
Methodologie	16
Anerkennungen	18

Vorwort



Frank Siepmann
Herausgeber
eLearning Journal



Mathias Fleig
Chefredakteur
eLearning Journal

Kommunikation ist ein essentieller Bestandteil der modernen Arbeitswelt und deren Bedeutung wird durch aktuelle Trends wie die zunehmende Globalisierung und die gleichzeitig weiter fortschreitende Digitalisierung sogar noch weiter verstärkt. Um sicher und selbstbewusst kommunizieren zu können, müssen entsprechende Sprachkompetenzen vorhanden sein, was nicht selten das Ergreifen von zielgerichteten Maßnahmen seitens des Arbeitgebers notwendig macht.

Um Mitarbeitern schnelle und nachhaltige Unterstützung bei den sich verändernden Anforderungen bieten zu können, setzen Unternehmen auf spezielles Sprachtraining. Bereits vor zwei Jahren wurde das Thema Sprachtraining im Rahmen der eLearning BENCHMARKING Studie 2016 mittels einer eigenen Teilstudie behandelt. In der damaligen Erhebung zeigte sich, dass Sprachtraining insgesamt in rund der Hälfte der Unternehmen angeboten wurde, jedoch eLearning dabei nur eine untergeordnete Rolle spielte. Sprachtraining findet allen voran weiterhin in der Präsenz statt, so die Erkenntnis. In der aktuellen eLearning BENCHMARKING Studie 2018 wurde das Thema Sprachtraining erneut aufgegriffen. Mit einer neuen Teilstudie sollten die Ergebnisse von vor zwei Jahren überprüft und mit Folgefragen weiter vertieft werden. Eine ausführliche Analyse zum Einsatz von Sprachtraining im deutschsprachigen Raum sowie welche Rolle eLearning in diesem Kontext spielt, finden Sie auf den nachfolgenden Seiten.



Sabine Schnorr
Geschäftsführerin
Rosetta Stone GmbH

Unternehmen in der DACH-Region müssen sich den Umbrüchen stellen, die die Globalisierung und die Digitalisierung derzeit mit sich bringen. Dabei stehen alle Beteiligten gleichermaßen unter Druck: Mehrsprachige Kundenbetreuung per Chat, Videokonferenzen mit Lieferanten auf der ganzen Welt und telefonische Kundenakquise in neuen Märkten sind heute selbstverständlich. Wer seinen Mitarbeitern hier auf digitaler und kommunikativer Ebene nicht nachhaltige Unterstützung bietet, kann im Geschäft bald sprichwörtlich nicht mehr mitreden. Als erstes Unternehmen überhaupt, das digitales Sprachtraining angeboten hat und noch heute anbietet, sind wir von den Vorteilen überzeugt. Es überrascht uns daher nicht, dass sich die berufliche Weiterbildung der Digitalisierung anpasst - die Ergebnisse aus der aktuellen eLearning BENCHMARKING Studie 2018 bestätigen das. Digitalisierung bedeutet, dass Prozesse digital abgebildet werden, die bisher analog verliefen. Die Unternehmen zögerten in den letzten Jahren, das unausweichliche und betriebswirtschaftlich relevante Thema anzugehen - zu groß schien die Herausforderung, es bewältigen zu können. Doch die enormen Vorteile, die beispielsweise ein digitales Sprachtraining mit sich bringt, werden heute endlich wertgeschätzt. Dazu zählt unter anderem die Flexibilität: Rund 80 % der Befragten gaben dies als Grund für die Implementierung von eLearning im Sprachtraining an. Die Ergebnisse der aktuellen eLearning BENCHMARKING Studie 2018 sind also durchaus eindrucksvoll. Wir von Rosetta Stone freuen uns daher sehr, als Projektpartner agiert zu haben.

Zusammenfassung

Die Verbreitung von Sprachtraining im deutschsprachigen Raum hat in den vergangenen zwei Jahren zugenommen und mittlerweile bietet eine deutliche Mehrheit Sprachtraining für ihre Mitarbeiter an, dies ist eine der zentralen Ergebnisse der aktuellen eLearning BENCHMARKING Studie 2018. Verbesserte Kommunikationsfähigkeiten sowohl im Umgang mit Kunden als auch unternehmensintern mit Kollegen sind die wichtigsten Argumente, die nach Einschätzung der Studienteilnehmer für den Einsatz von Sprachtraining sprechen.

Alles in allem scheint weiterhin eine Mehrheit der deutschsprachigen Unternehmen für das Sprachtraining auf klassische Präsenzveranstaltungen mit Trainer und Coaches zu setzen. Dennoch ist der Anteil von Unternehmen, die eLearning als Teil des Sprachtrainings einsetzen, in den vergangenen Jahren gestiegen - Tendenz weiter steigend.

Das Hauptargument für eLearning-basiertes Sprachtraining ist nach der Meinung der Studienteilnehmer die Flexibilität, die sich für die Mitarbeiter ergibt. Darüber hinaus gibt es mittlerweile in vielen Unternehmen eine Digitalisierungsstrategie, in deren Rahmen auch eine Digitalisierung der betrieblichen Bildung und damit auch das Sprachtraining vorangetrieben wird. Eine bessere Skalierbarkeit, insbesondere wenn Sprachtraining allen Mitarbeitern eines Unternehmens angeboten werden soll, sowie das Potential für Kosteneinsparungen sprechen laut der befragten Unternehmen ebenfalls für den Einsatz von eLearning-basiertem Sprachtraining. Der fehlende persönliche Kontakt bei eLearning-basierten Sprachtrainingslösungen sowie kein ausreichender Bedarf, weil bisheriges Präsenz- bzw. Face-to-Face-Training diese bereits ausreichend deckt, sind dem gegenüber die primären Argumente, die gegen ein eLearning-basiertes Sprachtraining sprechen.

Sprachtraining in 4 Stichworten

Relevanz

74 % der Studienteilnehmer schätzen Sprachtraining für die kommenden Jahre als sehr relevant oder relevant ein.

Zukunft

Mit 44,4 % stimmt fast die Hälfte der befragten Unternehmen der Aussage zu, dass eLearning die Zukunft für betriebliches Sprachtraining darstellt.

Implementierung

Rund 9 Monate dauert nach den Erfahrungen der Studienteilnehmer die Implementierung einer eLearning-Lösung für Sprachtraining.

Kosten

Rund 450 Euro geben die befragten Unternehmen jährlich pro Mitarbeiter für ihr eLearning-basiertes Sprachtraining aus.

nice-to-have oder must-have?

Kommunikation ist eines der zentralen Elemente der modernen Arbeitswelt. Durch die Globalisierung wird es immer wichtiger sowohl mit Kunden als auch Kollegen aus anderen Ländern sicher kommunizieren zu können. Gleichzeitig gibt es dank der Digitalisierung und allen voran des Internets immer mächtigere Werkzeuge, die eine globale Kommunikation ermöglichen und unterstützen. Wie wichtig ist vor diesem Hintergrund also Sprache und Sprachtraining für Unternehmen? Im folgenden Kapitel steht diese Frage im Vordergrund.

Sichere Sprachkenntnisse wirken sich positiv auf nahezu jede Ebene eines Unternehmens aus, sei es in Form einer erhöhten Sicherheit am Arbeitsplatz, eines verbesserten Kundenservices, eines nachhaltigen Talent-Managements, der internen Kommunikation oder [in Form] einer verbesserten Beziehung zu Kunden und externen Partnern. Reibungslose Kommunikation in allen Bereichen trägt nicht nur auf lange Sicht zum Erfolg des gesamten Unternehmens bei. International operierende Unternehmen arbeiten mit Kunden und Partnern in der ganzen Welt, die in ihrer Betreuung Ansprechpartner erwarten, die mindestens mit sicheren Englischkenntnissen, aber noch besser in der Muttersprache kommunizieren können. Kompetente Mitarbeiter, die sich auch in Verhandlungssituationen in einer fremden Sprache wohl fühlen, können ein Unternehmen somit positiv von der Konkurrenz abgrenzen.

Es spricht also einiges dafür, die Sprachkenntnisse der eigenen Mitarbeiter zu fördern und entsprechende Weiterbildungsangebote anzubieten. Doch wie verbreitet ist Sprachtraining in deutschsprachigen Unternehmen?

Die Verbreitung von Sprachtraining steigt

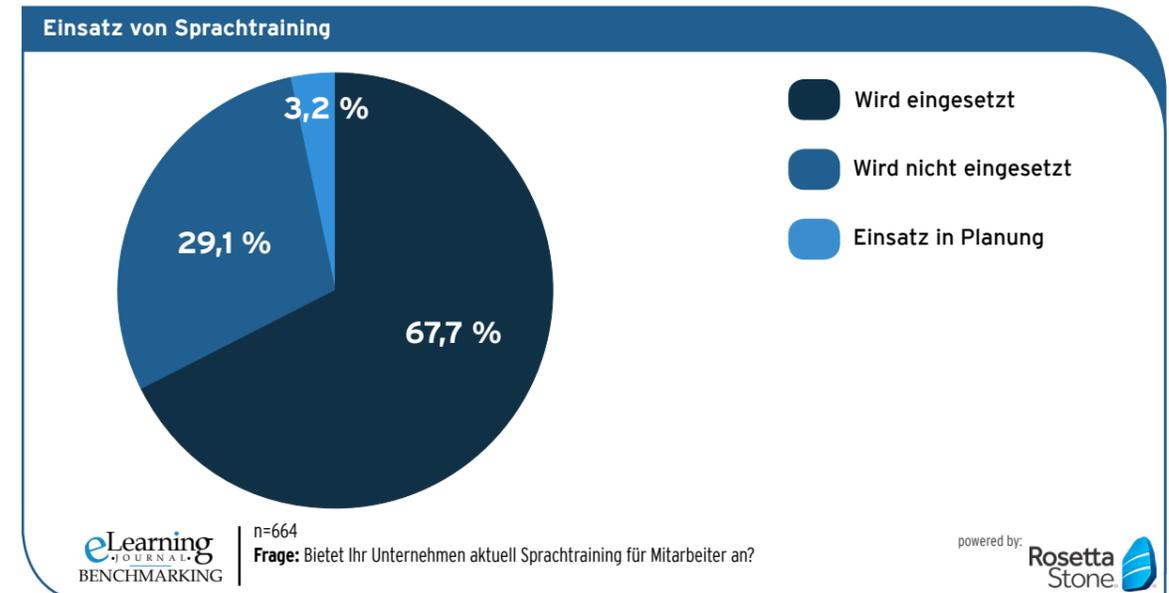
Diese Frage thematisierte vor zwei Jahren bereits die eLearning BENCHMARKING Studie 2016. Damals gaben mit 56,4 % knapp über die Hälfte der befragten Unternehmen an, dass Sprachtraining in ihrem Unternehmen eingesetzt wird. Darüber hinaus planten weitere 5,2 %, zukünftig auf Sprachtraining zu setzen. Laut der Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie 2018 hat sich das prognostizierte Wachstumspotential aus

der Vorgängerstudie mehr als bestätigt, denn die Verbreitung von Sprachtraining ist demnach um 11,4 % auf 67,8 % der befragten Unternehmen gestiegen und liegt damit mittlerweile bei über zwei Drittel der Studienteilnehmer. Demnach stellen Unternehmen, in denen Sprachtraining weder genutzt wird noch dessen Einsatz geplant ist, mit 29,1 % eine klare Minderheit dar.

Wie wichtig Sprachtraining in der Zwischenzeit geworden ist, zeigt auch die Relevanz des Themas in den kommenden Jahren. Mit 74,9 % schätzt die große Mehrheit der Studienteilnehmer Sprachtraining für das eigene Unternehmen entweder als sehr relevant (29,5 %) oder relevant (45,4 %) ein. Kaum eine Relevanz für die kommenden Jahre bescheinigen dem Thema lediglich 20,1 % der Befragten, während keine Relevanz nur 5 % der Antworten darstellen. Die gestiegene Verbreitung sowie die Einschätzung der Relevanz von Sprachtraining unterstreichen also die Bedeutung, welche sichere Sprachkenntnisse für Unternehmen heutzutage hat. Dank Globalisierung und Digitalisierung wird neben dem sicheren Umgang mit der eigenen Muttersprache insbesondere auch verhandlungssichere Englischkenntnisse immer relevanter, was demzufolge auch den Bedarf von Sprachtraining in Unternehmen erhöht.

Großunternehmen und das verarbeitende Gewerbe setzen insbesondere auf Sprachtraining

Eine genauere Betrachtung der Zahlen der eLearning BENCHMARKING Studie 2018 zeigt, dass es große Unterschiede beim Einsatz von Sprachtraining zwischen kleinen und mittelständischen sowie Großunterneh-



men gibt. Denn lediglich 41,9 % der Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeiter bieten ihren Mitarbeitern aktuell Sprachtrainingsangebote an, während der Vergleichswert bereits bei Unternehmen mit 500 bis 1000 Mitarbeitern mit 62,9 % um beinahe 50 % höher liegt. In Großunternehmen mit mehr als 10.000 Mitarbeitern wird mit einem Wert von 85,7 % sogar beinahe flächendeckend Sprachtraining für die eigenen Mitarbeiter angeboten.

Nennenswerte Differenzen beim Einsatz von Sprachtraining zeigen sich auch zwischen den verschiedenen Branchen. Mit Abstand am häufigsten setzt 92,8 % der Nennungen demnach das verarbeitende Gewerbe Sprachtraining ein. Ebenfalls auf überdurchschnittlich hohe Vergleichswerte kommt die Informations- und Kommunikationsbranche mit 84,4 %, die Ressourcen-Branche mit 73,7 % sowie mit 73 % die Unternehmen der Handels-, Verkehrs- und Logistikbranche. Dem gegenüber weisen Unternehmen aus dem Gesundheits- und Gemeinwesen mit 45,9 % sowie die Dienstleistungsbranche mit 52,1 % die geringste Verbreitung von Sprachtraining auf.

Auf der einen Seite legen diese Werte die Vermutung nahe, dass die Bedeutung von Sprachkompetenzen und daraus resultierend der Einsatz von Sprachtraining stark davon abhängt, wie international ein Unternehmen aufgestellt ist. Gerade Großunternehmen sind typischerweise in zahlreichen Ländern und oftmals in mehreren Kontinenten aktiv und werden dadurch mit einer Vielzahl von Sprachen konfrontiert. Entsprechend wichtig sind in einem solchen Umfeld die Sprachkenntnisse der Mit-

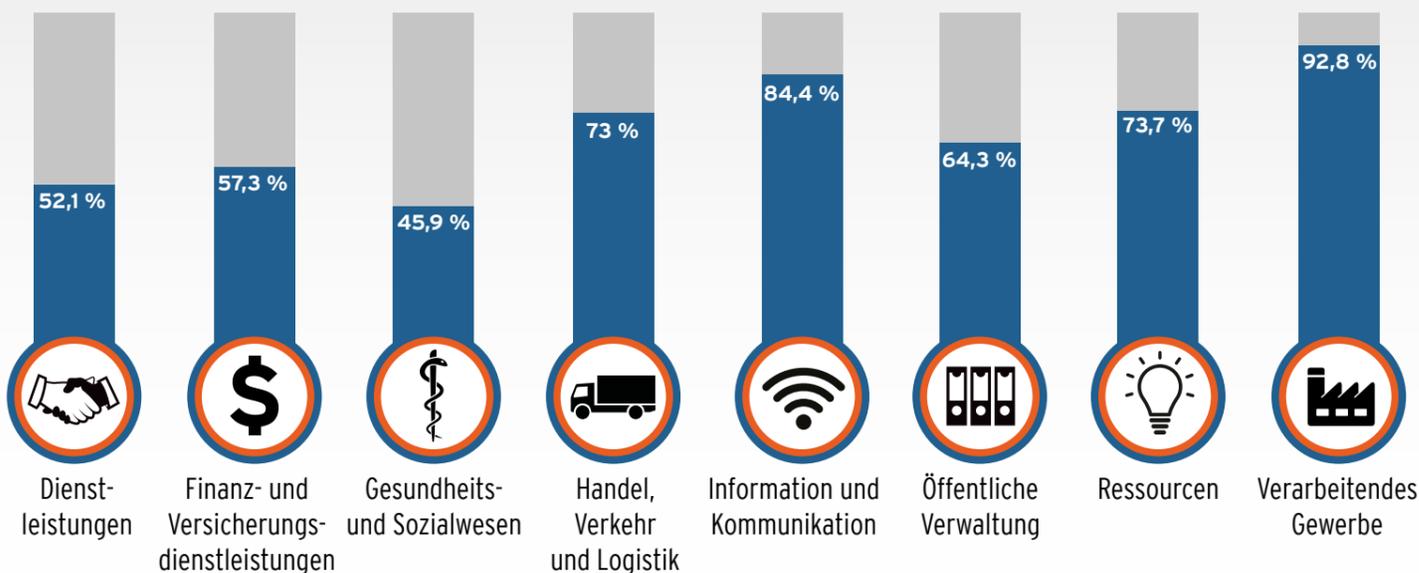
arbeiter sowohl im Umgang mit Kunden als auch unternehmensintern mit Kollegen. Eine ähnliche Logik könnte auch die Differenzen zwischen den Branchen erklären. Allen voran das verarbeitende Gewerbe, aber auch die Handels-, Verkehrs- und Logistikbranche sind dafür bekannt, eine starke internationale Ausrichtung zu haben, was entsprechende Sprachkenntnisbedarfe nach sich zieht.

Auf der anderen Seite ist allerdings ebenfalls auffällig, dass selbst in Branchen wie dem Dienstleistungssektor oder dem Gesundheits- und Sozialwesen, welche typischerweise deutlich weniger international, sondern primär national operieren, ebenfalls rund jedes zweite Unternehmen auf Sprachtraining setzt. Ähnlich sieht es auch bei der Unternehmensgröße aus. Selbst bei kleinen und mittelständischen Unternehmen mit weniger als 250 Mitarbeitern bietet mit 34,2 % rund ein Drittel der Befragten Sprachtraining an. Alles in allem scheint Sprachtraining also über unterschiedliche Unternehmensgrößen und Branchen hinweg im deutschsprachigen Raum ein wichtiger Schulungsbedarf für die betriebliche Bildung darzustellen. Doch welche konkreten Vorteile versprechen sich Unternehmen von Sprachtraining eigentlich?

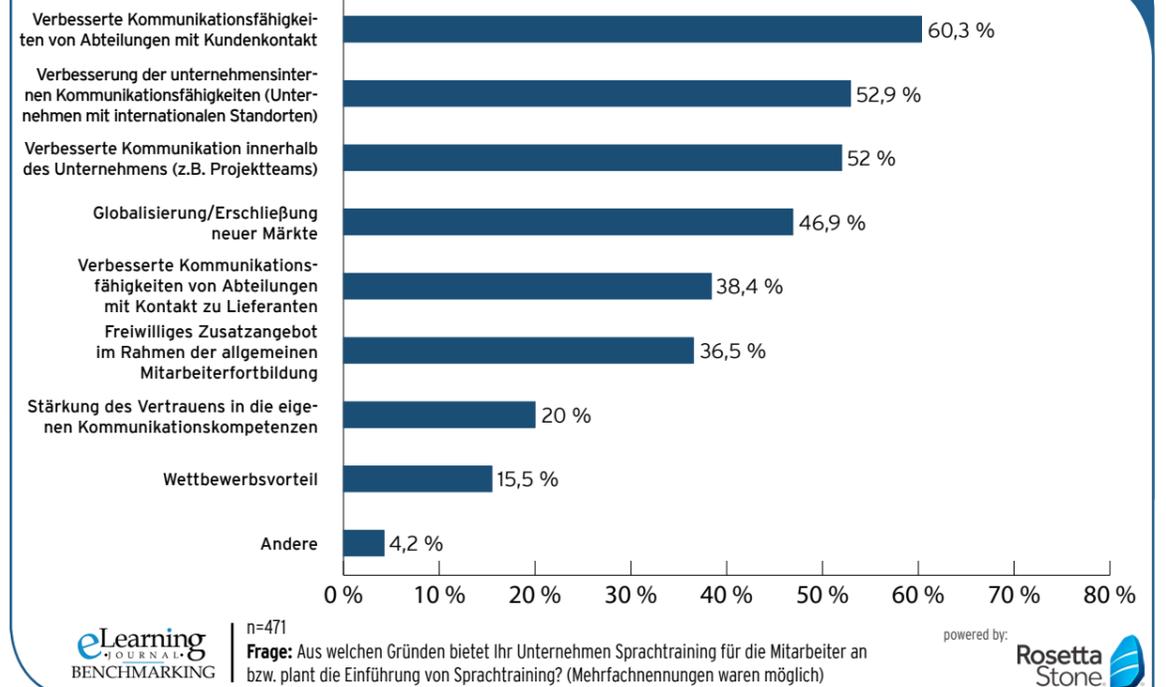
Gründe für und gegen den Einsatz von Sprachtraining

Genau dieser Frage ging auch die eLearning BENCHMARKING Studie 2018 nach. Demnach ist der wichtigste Grund für die Schulung von Sprachen mit 60,3 % der Nennungen demnach die verbesserte Kommunikation von Abteilungen mit Kundenkontakt wie beispielsweise der Vertrieb. Aber auch Verbesserungen der internen

Einsatz von Sprachtraining nach Branchen



Gründe für die Einführung von Sprachtraining



Kommunikation stellen einen großen Mehrwert von Sprachtraining dar sowohl innerhalb von Projektteams (52 %) aber auch zwischen Teams an verschiedenen Standorten (52,9 %). Als ein weiterer verbreiteter Vorteil von Sprachtraining wird mit 46,9 % Nennungen die Erschließung neuer Märkte wahrgenommen. Eher unbedeutend ist dagegen die Stärkung des Vertrauens in die eigenen Kommunikationsfähigkeiten für die Mitarbeiter (20 %). Auch Wettbewerbsvorteile dank Sprachtraining gegenüber der Konkurrenz verspricht sich mit 15,5 % nur eine Minderheit der befragten Unternehmen.

Insgesamt bestätigten die Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie 2018 also weitgehend die eingangs aufgestellten Erwartungen hinsichtlich der Vorteile, welche Sprachtraining aus Unternehmenssicht bieten kann. Verbesserte Sprachkompetenzen der eigenen Mitarbeiter können sowohl direkt im Umgang mit Kunden als auch indirekt durch bessere Kommunikation mit Kollegen und externen Partnern wie beispielsweise Lieferanten den Unternehmenserfolg positiv beeinflussen. Im Anbetracht dieser Vorteile stellt sich dem gegenüber die Frage, was eigentlich gegen den Einsatz von Sprachtraining spricht.

Dem gegenüber sind innerhalb der Minderheit der befragten Unternehmen, die bisher kein Sprachtraining nutzen, keine ausreichenden Vorteile für dessen Implementierung erkennbar. Mit 49,7 % Nennungen betrifft dies rund

die Hälfte dieser Zielgruppe, die hauptsächlich innerhalb der DACH-Region operiert und daher auch einen deutlich reduzierten Bedarf an Sprachtraining besitzt.

Daneben verfügen laut 25,9 % der Studienteilnehmer aus Unternehmen ohne Sprachtraining die Mitarbeiter bereits über ausreichende Sprachkompetenzen. Für rund ein Viertel der Studienteilnehmer ist außerdem Sprachtraining nicht die Aufgabe des Unternehmens. Nahezu keine Rolle spielen dagegen Bedenken verschiedener Stakeholder wie die Geschäftsführung (5,2 %), der Betriebsrat (0,5 %), die Personalabteilung (1 %), Fachabteilungen (1 %) oder die Mitarbeiter selbst (0,5 %). Selbst Aufwände für Kosten (8,8 %) sowie die Administration (3,1 %) stellen nur untergeordnete Gründe dar, die nach Erfahrung der Studienteilnehmer gegen den Einsatz von Sprachtraining sprechen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass es basierend auf den Studienergebnissen eigentlich keine Gründe gibt, die gegen Sprachtraining an sich sprechen würden, wie beispielsweise zu hohe Kosten, administrativer Aufwand oder Widerstände bei den Lernern. Vielmehr scheinen ein mangelnder Bedarf aufgrund des Fokus auf die DACH-Region oder bereits ausreichende Sprachkenntnisse die primären Argumente gegen den Einsatz von Sprachtraining zu sein.

eLearning für Sprachtraining

Der Bedarf für Sprachtraining ist in den vergangenen zwei Jahren also gestiegen. Doch wie schulen Unternehmen eigentlich konkret Sprachen? In der eLearning BENCHMARKING Studie 2016 dominierten noch klar Inhouse-Schulungen mit externen und internen Trainern in der Präsenz das betriebliche Sprachtraining. Doch welchen Stellenwert hat eigentlich eLearning für Sprachtraining? Im nachfolgenden Kapitel stehen die Vor- und Nachteile von eLearning für das Schulen von Sprachen im Vordergrund.

Der Einsatz von eLearning zur Schulung von Sprachen steigt

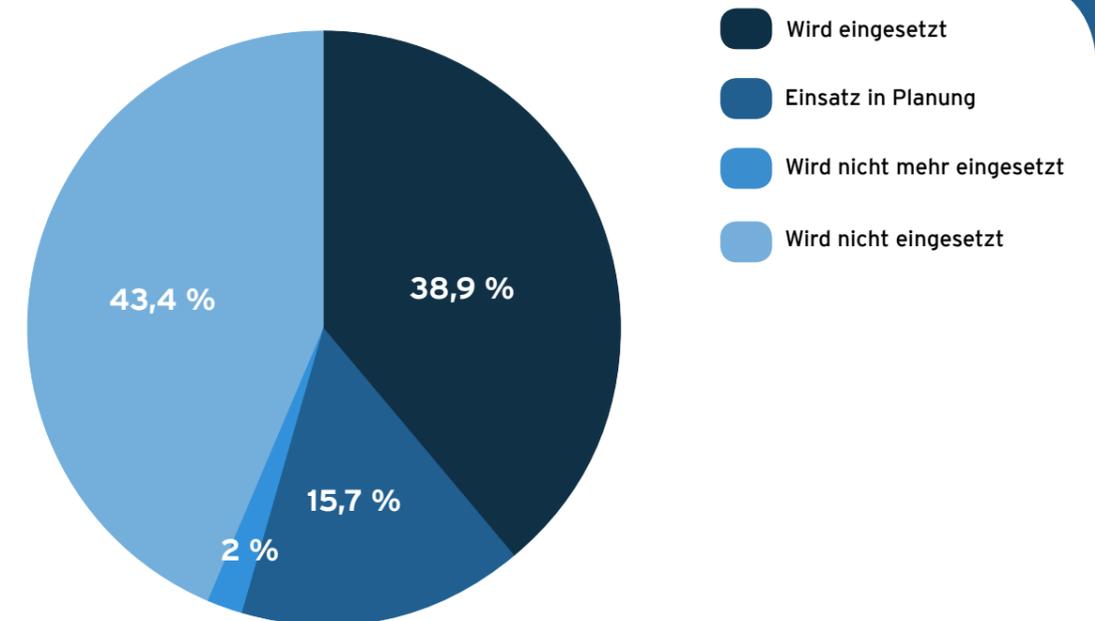
Wer an das Erlernen einer Sprache denkt, dem kommen schnell die Erinnerungen aus der Schulzeit in den Sinn: Frontalunterricht eines Lehrers in einem Klassenzimmer mit vielen anderen Schülern. In diesem Setting wurde man mit den verschiedenen Aspekten einer Sprache konfrontiert, vom Lesen und Schreiben bis hin zum Verstehen und Sprechen. Gleichzeitig stand der Lehrer hilfreich zur Seite und wies auf Fehler bei der Aussprache oder bei der Satzbildung unmittelbar hin. Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass betriebliches Sprachtraining lange Zeit einen ähnlichen und für die Mitarbeiter vertrauten Aufbau aufwies, in dem Sprachen primär in der Präsenz zusammen mit einem Dozenten oder Coach trainiert wurden.

Allerdings stellt auch in diesem Bereich eLearning mittlerweile eine hochwertige und in vielerlei Hinsicht eine gleichwertige Alternative zur Präsenz dar. Wie verbreitet eLearning für die Schulung von Sprachen bereits ist, zeigen die aktuellen Ergebnisse der eLearning BENCHMARKING Studie 2018. Mit 38,9 % nutzt bereits deutlich über jedes Drittel befragte Unternehmen eLearning als Teil des eigenen Sprachschulungskonzepts. Darüber hinaus planen weitere 15,7 % der Studienteilnehmer, zukünftig auf

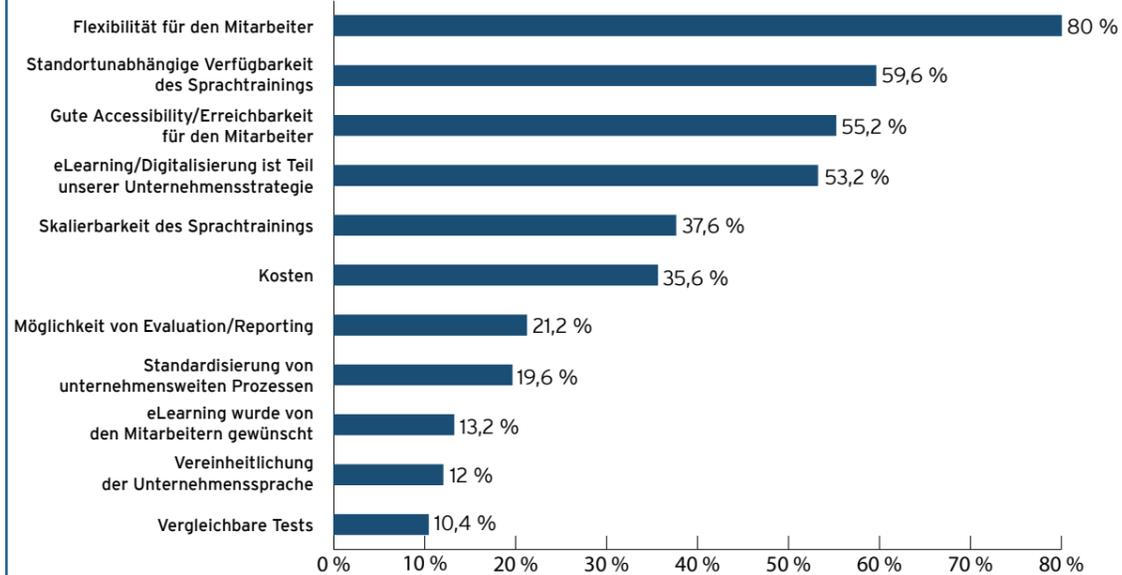
eLearning in im betrieblichen Sprachtraining zu setzen, d.h. in den nächsten Jahren könnte die Verbreitung von eLearning in diesem Bereich auf deutlich über 50 % anwachsen. Demnach stellen Unternehmen, die aktuell eLearning für ihr Sprachtraining einsetzen oder planen, mit 43,4 % eine Minderheit der Studienteilnehmer dar. Im Vergleich zur eLearning BENCHMARKING Studie 2016 stellt das eine deutliche Reduktion dar, denn vor zwei Jahren lag der Vergleichswert von Unternehmen, die kein eLearning zur Schulung von Sprachen verwenden, noch bei 61,6 %.

Mögliche Erklärungen für diesen Sprung könnte auf der einen Seite der generell gestiegene Bedarf für Sprachtraining in Unternehmen sein, auf den wir bereits im ersten Kapitel eingegangen sind. Je höher natürlich der Bedarf für Sprachtraining in einem Unternehmen ist, desto aufwendiger und damit kostenintensiver ist ein reines Präsenzkonzept, welches beispielsweise auf interne und externe Coaches oder Dozenten setzt. Gleichzeitig ist die Digitalisierung in vollem Gange, was u.a. auch allgemein zu einem umfassenderen Einsatz von digitaler Medien in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung führt.

Einsatz von eLearning im Sprachtraining



Gründe für die Implementierung von eLearning im Sprachtraining



eLearning
JOURNAL
BENCHMARKING

n=250

Frage: Aus welchen Gründen hat sich Ihr Unternehmen für die Implementierung von eLearning als Teil des Sprachtrainings entschieden? (Mehrfachnennungen waren möglich)

powered by:

Rosetta
Stone

Gründe für den Einsatz von eLearning zur Schulung von Sprachen

Darüber hinaus scheint es außerdem eine ganze Reihe von überzeugenden Argumenten zu geben, die für eLearning als Teil der Trainingsstrategie von Sprachen sprechen, dieser Schluss liegt zumindest mit einem Blick auf die eLearning BENCHMARKING Studie 2018 nahe.

Der größte Pluspunkt ist demnach die Flexibilität, welche eLearning den Mitarbeitern beim Sprachtraining bietet. Mit 80 % Nennungen ist dies der mit Abstand meistgenannte Grund, der für den Einsatz von eLearning spricht. Ebenfalls relevant ist mit 59,6 % Nennungen die Standortunabhängigkeit des Sprachtrainings, welche sich durch eine eLearning-basierte Lösung ergibt. Damit verbunden ist auch eine bessere Accessibility bzw. Erreichbarkeit des Sprachtrainings, was für 55,2 % ein Vorteil von eLearning darstellt. Darüber hinaus kann eLearning allerdings auch Teil einer übergeordneten Unternehmensstrategie sein, z.B. im Rahmen der Digitalen Transformation des Unternehmens. Mit 53,2 % Nennungen ist dies in rund der Hälfte der befragten Unternehmen ein Argument für ein eLearning-basiertes Sprachtraining.

Interessanterweise ist die Bedeutung sowohl der Kosten mit lediglich 35,6 % der Nennungen als auch

der Skalierbarkeit mit 37,6 % der Nennungen nicht so hoch, wie man es vielleicht erwarten könnte. Geringere Kosten und eine bessere Skalierbarkeit sind oftmals zentrale Argumente, die für den Einsatz von eLearning sprechen, insbesondere wenn es sich um Themen wie Sprachtraining handelt, die oftmals von einer großen Anzahl von Mitarbeitern genutzt werden, denn in einem solchen Kontext wird flächendeckendes Präsenztraining schnell unrentabel. Während Kosten und Skalierbarkeit zwar relevante Faktoren in der Bewertung darstellen, scheinen aus Sicht der befragten Unternehmen jedoch die örtliche und zeitliche Flexibilität die primären Vorteile von eLearning-basierten Sprachtrainings darzustellen.

Fehlt eLearning-basiertem Sprachtraining der „persönliche Touch“?

Trotz dieser Vorteile setzen jedoch derzeit 45,4 % der befragten Unternehmen nicht oder nicht mehr auf eLearning-basiertes Sprachtraining. Doch wieso eigentlich? Auch auf diese Frage liefert die eLearning BENCHMARKING Studie 2018 Antworten.

Im Kern scheint es aus Sicht der befragten Unternehmen zwei zentrale Gründe zu geben, die gegen den Einsatz von eLearning für das eigene Sprachtraining sprechen. Mit 47,7 % Nennungen kann rund die Hälfte der Unternehmen, die kein eLearning-basiertes Sprachtraining einsetzen, die eigenen Be-

darfe mit dem etablierten Face-to-Face- bzw. Präsenztraining abdecken, weshalb kein Bedarf für die Implementierung von eLearning besteht. Der zweite zentrale Grund ist mit 39,2 % der fehlende persönliche Kontakt für die Lerner, der sich aus Sicht der befragten Unternehmen durch ein eLearning-basiertes Sprachtraining ergibt. Andere Gründe wie etwa die Kosten (13,6 %), Bedenken der Lerner (12,6 %) oder Angst vor technischen Schwierigkeiten (10,6 %) spielen dagegen weitgehend eine untergeordnete Rolle.

Unter diesen Ergebnissen ist allen voran der fehlende persönliche Kontakt interessant. Auf der einen Seite handelt es sich hierbei um ein Argument, was allgemein gegen eLearning angeführt werden kann. Daher stellt sich die Frage, ob der persönliche Kontakt zum Dozenten/Coach bzw. zu anderen Lernern beim Sprachtraining besondere Relevanz besitzt und dementsprechend für diesen Lernbedarf eine Hürde für den Einsatz von eLearning darstellt. Auf der anderen Seite bemühen sich moderne eLearning-basierte Sprachtrainings, diesen Kontakt zu emulieren, beispielsweise durch das Zuweisen eines persönlichen Coaches, welcher den Lerner über die Dauer seines Sprachkurses begleitet, oder durch den Einsatz von Gruppenveranstaltungen mit anderen Lernern etwa in der Form einer Virtual Classroom-Session. Vor diesem Hintergrund stellt sich natürlich die Folgefrage, ob die bisherigen Versuche

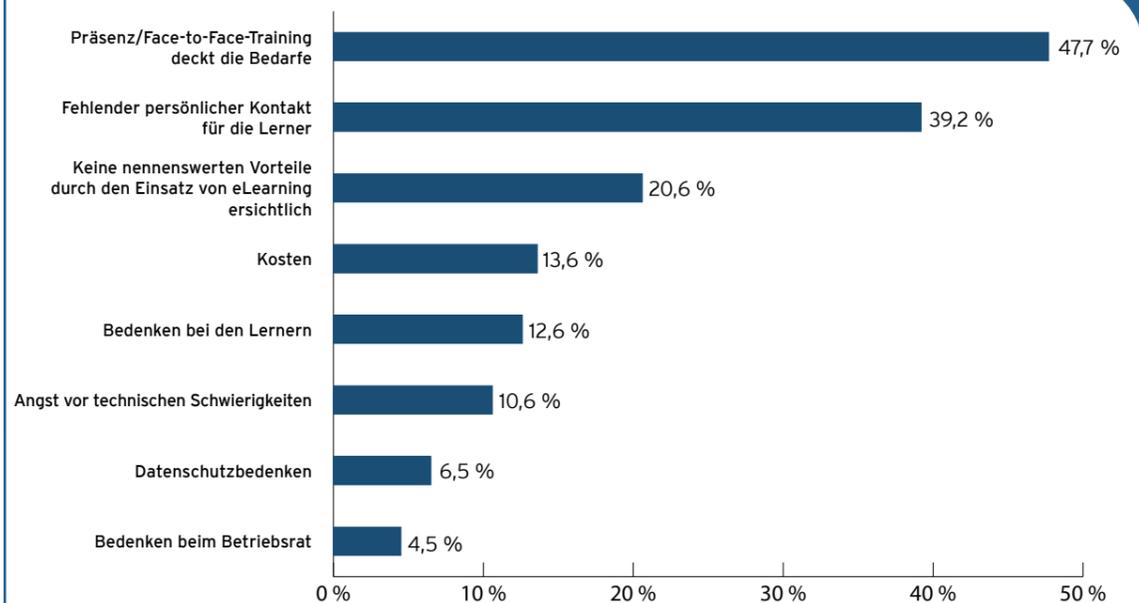
auch bei einem eLearning-basierten Sprachtraining einen „persönlichen Touch“ herzustellen, aus Sicht vieler Unternehmen bisher nicht ausreichend sind oder ob sich diese Zielgruppe bisher schlichtweg nicht der Möglichkeiten heutiger digitaler Sprachtrainings bewusst ist.

Den passenden Anbieter finden - aber wie?

Ist also die Entscheidung gefallen, dass ein Unternehmen auf ein eLearning-basiertes Sprachtraining setzen will, dann stellt die nächste Herausforderung die Auswahl des richtigen Anbieters dar. Innerhalb der DACH-Region sowie international gibt es eine ganze Reihe von Sprachtraining-Anbietern, die als Partner für die Implementierung eines eLearning-basierten Ansatzes in Frage kommen können. Doch nach welchen Kriterien wählen Unternehmen ihren Anbieter aus?

Etwas überraschend ist laut den Ergebnissen der eLearning BENCHMARKING Studie 2018 mit einem kombinierten Wert von 96,3 % der Umfang des Lernangebots. Fast gleichauf im Relevanzranking ist mit einem Vergleichswert von 93,6 % die Benutzerfreundlichkeit bzw. Usability. In vergangenen eLearning BENCHMARKING Studien war die Benutzerfreundlichkeit einer eLearning-Lösung oder Infrastruktur typischerweise das wichtigste Auswahlkriterium, insbesondere weil die Akzeptanz der

Gründe gegen den Einsatz von eLearning im Sprachtraining



eLearning
JOURNAL
BENCHMARKING

n=250

Frage: Welche Gründe sprechen in Ihrem Unternehmen gegen den Einsatz von eLearning als Teil des Sprachtrainings? (Mehrfachnennungen waren möglich)

powered by:

Rosetta
Stone

Lerner, die maßgeblich durch die Benutzerfreundlichkeit beeinflusst werden kann, zu den größten Hürden digitaler Lernlösungen gehört. Daher ist es etwas ungewöhnlich, dass der Umfang des Lernangebots die Usability sogar noch toppen konnte, selbst wenn der Wert der „sehr wichtig“-Nennungen mit 58,9 % leicht über der des Umfang des Lernangebots liegt (51,5 %).

Weitere relevante Auswahlkriterien für die Anbieterauswahl sind die Kostenersparnisse (80,5 %), die Minimierung von administrativen bzw. organisatorischen Prozessen durch die eLearning-Lösung des Anbieters (79,9 %) sowie die Verfügbarkeit von Online-Tutorings und virtuellen Klassenzimmern (79,7 %). Der hohe Wert von Virtuellen Klassenzimmern bzw. Online-Tutorings unterstreicht noch einmal die Bedeutung, welche Unternehmen der sozialen Komponente von Sprachtraining beimessen. Gleichzeitig bestätigt sich dadurch auch die Vermutung, dass heutige eLearning-basierte Sprachtraining-Konzepte durchaus auch den Austausch mit einem Dozenten bzw. Coach sowie anderen Lernern unterstützen können und dies ein wichtiges Element bei der Anbieterwahl darstellt.

Auffällig ist der vergleichsweise niedrige Wert 58,1 % für eine begleitende App, denn lediglich die Markenbekanntheit wurde mit 22 % weniger oft als sehr wichtig oder wichtig für die Anbieterauswahl genannt. Dieser niedrige Vergleichswert sticht deshalb ins Auge, weil die zeitliche und örtliche Flexibilität von den befragten Unternehmen eigentlich zu den großen Vorteilen eLearning-basierte Sprachtraining-Konzepte gezählt wurde und gerade Apps die Nutzung des Lernangebots unterwegs deutlich vereinfachen kann. Daraus lässt sich die Schlussfolgerung ableiten, dass eLearning-basiertes Sprachtraining mehrheitlich noch immer am Desktop-PC

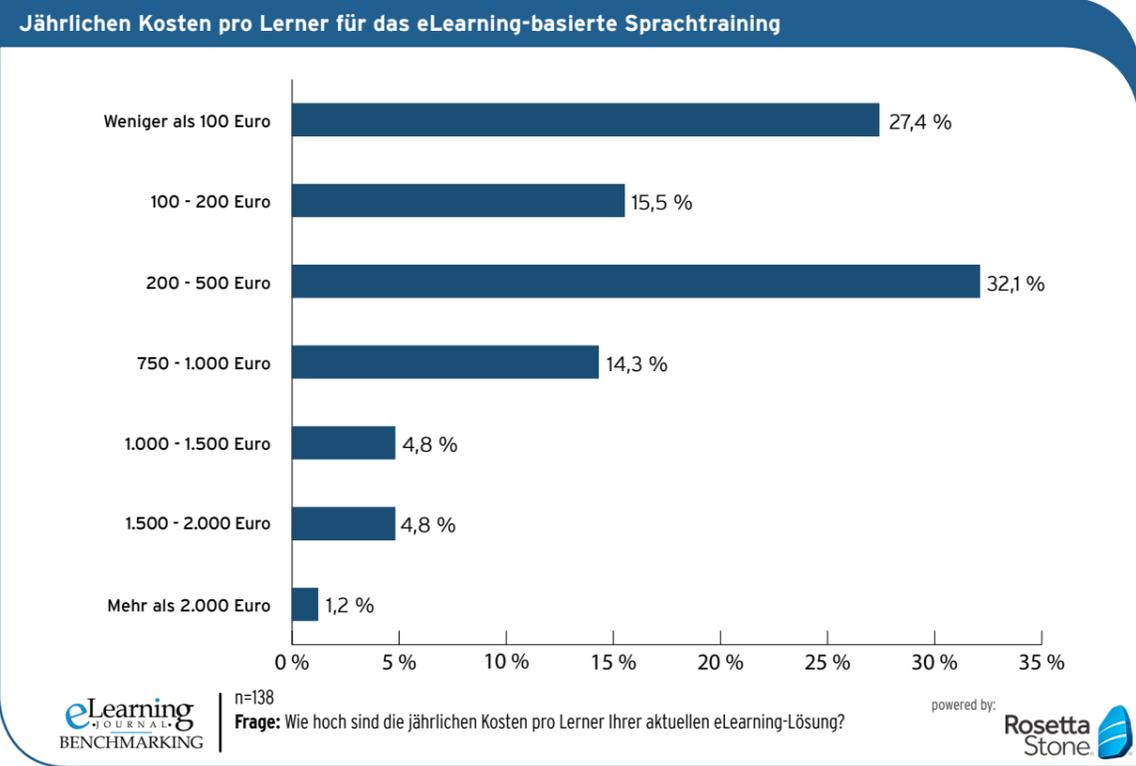
gemacht wird und statt die Nutzbarkeit auf mobilen Endgeräten die örtliche und zeitliche Flexibilität von eLearning allgemein als Argument überwiegt.

Was kostet eigentlich eLearning-basiertes Sprachtraining?

Auch wenn die Kosten laut der befragten Unternehmen weder zu den primären Gründen gehören, die für oder gegen den Einsatz von eLearning zur Schulung von Sprachen spricht, so sollten in der eLearning BENCHMARKING Studie 2018 die zu erbringenden Investitionen für eine eLearning-basierte Sprachtraining-Lösung untersucht werden.

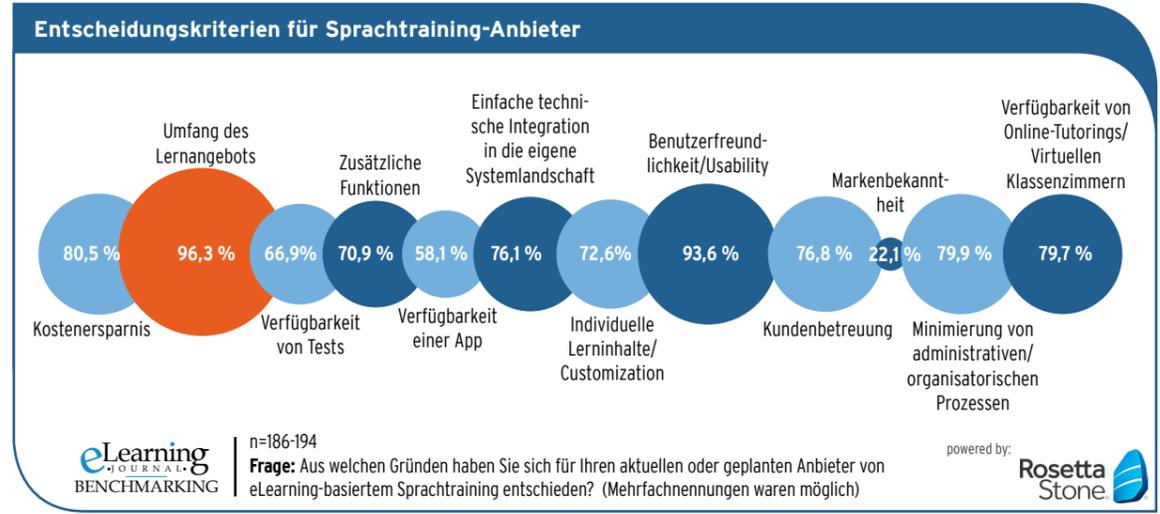
Bereits vor zwei Jahren in der eLearning BENCHMARKING Studie 2016 wurden die damaligen Studienteilnehmer nach einer Einschätzung gefragt, wie groß das verfügbare Budget ist, welches pro Mitarbeiter für Sprachtraining zur Verfügung steht. Ein zentrales Ergebnis war die Tatsache, dass mit 47,7 % in fast der Hälfte der befragten Unternehmen dieses Trainingsbudget überhaupt nicht ermittelt wird. Von den verbleibenden Unternehmen gaben nach eigenen Angaben 50,6 % weniger als 200 Euro und 26 % zwischen 200 und 500 Euro jährlich für Sprachtraining pro Mitarbeiter aus. Insgesamt ergab sich ein durchschnittliches jährliches Budget von rund 540 Euro.

Diese Zahlen bieten eine gute Vergleichsgrundlage für die geschätzten und tatsächlichen jährlichen Kosten von eLearning-basiertem Sprachtraining, welche im Rahmen der eLearning BENCHMARKING Studie 2018 ermittelt wurden. Zunächst bestätigen auch die aktuellen Zahlen die Erkenntnis, dass die jährlichen Kosten pro Mitarbeiter in vielen Unternehmen nicht ermittelt werden, denn auch in der Folgestudie liegt dieser Wert mit 39,1 % recht hoch. Von



den befragten Unternehmen, die diese Zahlen intern ermitteln, scheint mit 27,4 % rund ein Viertel ein echtes Schnäppchen zu machen, denn die jährlichen Kosten ihres eLearning-basierten Sprachtrainings scheint pro Lerner weniger als 100 Euro zu betragen. Dem gegenüber gibt mit 10,7 % rund jedes zehnte Unternehmen über 1.000 Euro pro Jahr pro Mitarbeiter aus. Mit 32,1 % liegen die meisten Unternehmen allerdings zwischen 200 und 500 Euro an jährlichen Kosten pro Mitarbeiter, was sich weitgehend mit dem Durchschnittswert von rund 450 Euro pro Lerner pro Jahr für die eingesetzte eLearning-Lösung deckt.

Insgesamt betrachtet legen diese Zahlen die Vermutung nahe, dass ein eLearning-basiertes Sprachtraining keinesfalls mit mehr Kosten als eine „klassische“ bzw. präsenz-basierte Lösung verbunden sein muss, sondern im Gegenteil scheinen die jährlichen Kosten pro Mitarbeiter sogar etwas unter dem allgemeinen Kostendurchschnitt für Sprachtraining von 2016 zu liegen, d.h. potenzielle Kosteneinsparungen als Argument für den Einsatz von eLearning im Sprachtraining scheinen sich durch diese Zahlen durchaus zu bestätigen.



Methodologie

Die Redaktion des eLearning Journals führt seit 2014 jährlich die eLearning BENCHMARKING Studie durch, um aktuelle Einblicke in die eLearning- und Weiterbildungspraxis der deutschsprachigen Wirtschaft inklusive des momentanen Einsatzes 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 2018 mit dem Titel „eLearning & Weiterbildung“ beteiligten sich ca. 850 Unternehmen. Die Studie umfasst insgesamt 6 Teilstudien mit den Themenschwerpunkten Mobile Learning, Kompetenzmanagement, Talent Management, Digitalisierung, Sprachtraining sowie eine eigene Teilstudie für eLearning-Dienstleister und Freelancer.

Die eLearning BENCHMARKING Studie 2018 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 2017, welche sich aus insgesamt 25 Veranstaltungen sowie rund 3.000 Teilnehmern zusammensetzte, telefonisch zur Studie ein. Die eigentliche Datenerhebung erfolgte anonymisiert über eine spezielle online Umfrage-Software. Ergänzend wurden mit einer E-Mail-Aktion die 20.000 redaktionellen Kontakte des eLearning Journals zu einer Beteiligung an der eLearning BENCHMARKING Studie eingeladen.



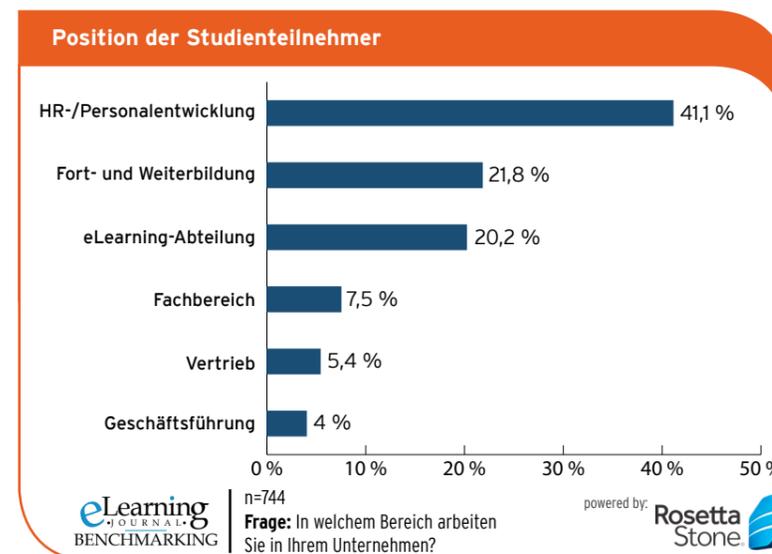
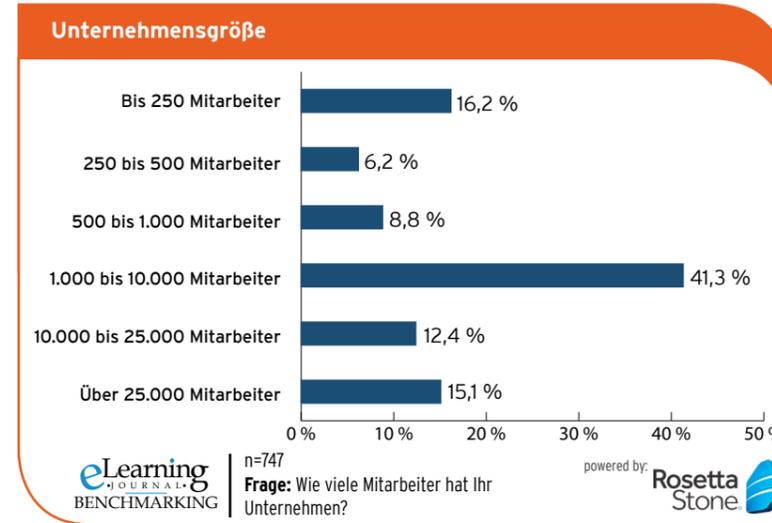
Aus welchem Land der DACH-Region stammen die Studienteilnehmer?

- Deutschland
- Schweiz
- Österreich

eLearning JOURNAL BENCHMARKING | n=740
Frage: In welchem Land der DACH-Region sind Sie tätig?

powered by: Rosetta Stone

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 ca. 25 Veranstaltungen und 2.500 bis 3.000 Teilnehmern aus Unternehmen und Organisationen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Projektpartner:



Rosetta Stone ist weltweit einer der führenden Anbieter moderner webbasierter Sprachlernprogramme. Über 22.000 Hochschulen und Universitäten, 12.000 Unternehmen sowie 9.000 öffentliche Institutionen haben sich bereits für ein Sprachlernprogramm von Rosetta Stone entschieden. 2016 hat Rosetta Stone die neue Sprachlernlösung Catalyst in der DACH-Region auf den Markt gebracht. Die Lösung umfasst 24 Sprachen und Lerninhalte für alle Sprachniveaus. Damit bedient Catalyst die Bedürfnisse von Anfängern, Fortgeschrittenen und Sprachexperten gleichermaßen.

Rosetta Stone ist an der New Yorker Börse notiert. Der Hauptsitz des Unternehmens ist in Arlington (Virginia), USA. Rosetta Stone unterhält weltweit Niederlassungen. Seine Europazentralen befinden sich in Köln und London. „Rosetta Stone“ ist ein eingetragenes Warenzeichen der Rosetta Stone Ltd. in den USA und in anderen Ländern.

Kooperationspartner:



Der Didacta Verband e. V. ist der ideelle Träger der weltgrößten Fachmesse für Bildung, der didata – die Bildungsmesse, auf der sich jährlich über 100.000 Fachbesucher zu Neuigkeiten rund um das Thema Bildung informieren können. Der Didacta Verband e. V. vertritt die Interessen von mehr als 260 Unternehmen und Organisationen im In- und Ausland und setzt sich gemeinsam mit diesen dafür ein, die Marktchancen im nationalen und internationalen Wettbewerb zu verbessern. Im Namen seiner Mitglieder macht sich der Didacta Verband e. V. für den Einsatz qualitativ hochwertiger Lehr- und Lernmittel und eine bedarfsgerechte Einrichtung und Ausstattung aller Lernorte stark. Darüber hinaus bringt sich der Verband aktiv in die Debatten über die Weiterentwicklung der Bildungssysteme ein und informiert die Öffentlichkeit über wichtige Entwicklungen rund um die Bildung.