

ZIELGRUPPENORIENTIERTES eLEARNING

Die Besonderheit des eLearning als ein breit einsetzbares und stark individualisierbares Lerninstrument impliziert, dass neben dem jeweiligen Lernkontext auch die besonderen Voraussetzungen der Nutzergruppe bei der Konzipierung des Instruments zu berücksichtigen sind. Mit der stetigen Verbesserung der Einsatzmöglichkeiten stellt sich die Frage, welche Rolle eine Zielgruppendifferenzierung von eLearning-Angeboten bei der Angebotsentwicklung oder beim Einsatz spielt. Eine weitere – übergreifende – Frage ist die nach der Einbindung des eLearning in das Konzept »Lebenslanges Lernen«. Lebenslanges Lernen hat sich in den letzten Jahren zu einem zentralen Topos sowohl in politischen und in wissenschaftlichen Debatten als auch zu einem neuen Paradigma in der Bildungsdiskussion entwickelt. Für den Einzelnen gewinnt lebenslanges Lernen hinsichtlich der persönlichen Lebensgestaltung in Arbeit und Beruf, aber auch in der Familie, in Freizeit und Kultur sowie Politik, zunehmend an Bedeutung. eLearning ist deshalb gerade im Kontext des lebenslangen Lernens ein geeignetes Werkzeug, um je nach Lebensphase und Lernsituation zielgruppenspezifischen Besonderheiten und Anforderungen gerecht zu werden.

LEBENSLANGES LERNEN IN DER WISSENSGESELLSCHAFT

Das Konzept des »Lebenslangen Lernens« hat zum Ziel, Menschen zu befähigen, eigenständig über ihre gesamte Lebensspanne hinweg zu lernen. Es handelt sich um eine Abkehr von fest definierten, zeitlich befristeten Bildungsphasen, an deren Ende bisher der Einstieg in die Berufstätigkeit und die darin verankerte berufliche Weiterbildung standen. Damit entspricht dieses Konzept den Anforderungen der Wissensgesellschaft im Informationszeitalter, in der die Ressource Wissen eine zentrale Voraussetzung für Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit ist. eLearning stellt ein wichtiges Instrument zur Unterstützung von Lernprozessen dar, das insbesondere eine Individualisierbarkeit der Lerninhalte und einen flexiblen Umgang mit Lernzeiten und -orten ermöglicht.

Damit jedoch eLearning einen optimalen Beitrag zu persönlichen und

gesellschaftlichen Lernprozessen leisten kann, müssen eLearning-Produkte und -Methoden auf individuelle bzw. gruppenspezifische Modalitäten einer Wissensgenerierung und ebensolche Formen eines adäquaten Abrufens von Wissen und Erfahrung zugeschnitten sein. Diese Methoden sind in hohem Maße altersspezifisch. Ohne eine konsequente altersspezifische Umsetzung von didaktischen Konzepten würden die eLearning-Instrumentarien im Kontext des lebenslangen Lernens eine Ansammlung von Informationstechnologien und isolierten Lern-/Lehrprogrammen bleiben.

Eine im Rahmen des TAB-Monitorings eLearning erstellte Studie hat das Themenfeld exemplarisch für die beiden Personengruppen »Kinder« und »ältere Menschen« vertieft betrachtet (TAB 2007). Anhand dieser beispielhaft ausgewählten Lebensphasen – Kindheit und Alter – wurde analysiert, wie sich die Nutzermerk-

male der beiden Zielgruppen hinsichtlich der Lernmedien, insbesondere Computer und Internet als Voraussetzung für den Einsatz von eLearning, unterscheiden bzw. darstellen und inwieweit zielgruppenspezifische Anforderungen in der Entwicklung und im Marktangebot von eLearning-Produkten bereits eine Rolle spielen bzw. wie zukünftig Entwicklungen aussehen müssten.

ZIELGRUPPE KINDER

Für Kinder ist dem Umfang und der Qualität nach das informelle Lernen die wichtigste Lernform. Erstes Bildungsziel in der frühen Lebensphase ist die Kompetenzentwicklung als Kombination aus Persönlichkeitsentwicklung, Lernkompetenz, Fähigkeit des Wissenserwerbs und der Wissensanwendung, sprachlicher, sozialer und motorischer Kompetenz sowie Medienkompetenz. Da nicht nur der familiäre Hintergrund, sondern auch der Einfluss von Bildungsinstitutionen und Peers entscheidend für den Lernerfolg sind, müssen die entscheidenden Akteure gut vernetzt sein und durch Beratung und Vorbereitung bei der Lernbegleitung unterstützt werden.

MEDIENNUTZUNG ALS VORAUSSETZUNG FÜR eLEARNING

Computer und Internet sind bei Kindern kontinuierlich auf dem Vormarsch. So haben bereits 70 % der 6- bis 13-Jährigen in Deutschland Erfahrungen mit dem Computer. Bei der Nutzung des Computers lernen Kinder immer häufiger auch das Internet kennen. 44 % der computererfahre-

nen Kinder nutzen mindestens einmal pro Woche Lernprogramme. Nimmt man die frühkindlichen Nutzer dazu, so zählen 80 % der Computernutzer zum Kreis derer, die mit dem Lernen via Computer/Internet bereits Erfahrungen gesammelt haben. Es ist zu vermuten, dass die Nutzung neuer Medien für Kinder – auch zum Lernen – in der Zukunft einen noch größeren Stellenwert einnehmen wird (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2006).

Die Merkmale der Zielgruppe Kinder hinsichtlich der Nutzung von Computer und Internet als Voraussetzung für den Einsatz von eLearning sind nicht einheitlich, sondern zeigen sich in Abhängigkeit von verschiedenen Kontexten heterogen. Hierbei gilt es zudem zu berücksichtigen, dass bei der Zielgruppe Kinder zusätzlich zu den eigenen kindbezogenen Präferenzen erzieherische Einflüsse und Maßnahmen wirken. Für Kinder ist der Computer ein prädestiniertes Gerät für informelles Lernen, da er bevorzugt zum Spielen verwendet wird. Für das Verständnis von informellem Lernen mit Medien ist es wichtig, dass informelles Lernen als Erfahrungslernen, implizites Lernen, Alltagslernen, selbstgesteuertes Lernen und kompetenzentwickelndes Lernen existent ist (Aufenanger 2006b).

Nach dem 12. Kinder- und Jugendbericht der Bundesregierung sind Medien(-Welten) keine eigenen Bildungsorte, jedoch eine bedeutsame Lernwelt mit eigenen Chancen und Risiken. Der Grossteil der Kinder und Jugendlichen nutzt den Computer und das Internet, Zugang besteht privat

oder in der Schule. Der familiäre Hintergrund spielt bei der Entwicklung von Medienkompetenz eine große Rolle. So spiegeln sich im Umgang mit Computer und Internet insgesamt soziale Ungleichheiten bzw. können sich diese weiter verstärken. Kinder aus sozial schlechter gestellten Familien sehen überdurchschnittlich lang fern, während Kinder aus sozial besser gestellten Verhältnissen größere Chancen haben, Computer und Internet überdurchschnittlich oft zu nutzen. Sie haben damit auch bessere Teilnahmevoraussetzungen an etwaigen eLearning-Angeboten (BMFSFJ 2005).

Selbstgesteuertes Lernen und die daran geknüpfte Form der Nutzung von Medienangeboten, stellt für Kinder aus bildungsfernen Lebenskontexten eine zusätzliche Hürde zur Teilnahme an Lernprozessen dar, denn multimediale Lernangebote verlangen eine hohe Selbstmotivation, kognitive Fähigkeiten für Naviga-

tionsaufgaben, eigenständiges strukturieren von vernetzten (hypertextuellen) Lernangeboten sowie hohe Grade von Selbststeuerung. Insbesondere letztere Anforderung ist bei lernschwachen Kindern problematisch, wogegen lernstarke Kinder diese Herausforderungen besser bewältigen können. Angesichts der sozialen Differenzen sollte jedoch nicht vernachlässigt werden, dass auch bei vielen »privilegierten« Kindern aus höheren Sozialschichten mit oftmals umfangreicher Ausstattung an neuen Medien sich ein ausgedehnter Mediengebrauch ohne Aufsicht Erwachsener einstellt, bei dem sich ein problematischer Medienkonsum entwickeln kann (Aufenanger 2006b).

eLEARNING-MARKT UND eLEARNING-ANGEBOTE

Der eLearning-Markt für Kinder zeigt weitgehende Transparenz hinsichtlich der Anbieter von eLearning-Produk-

TÄTIGKEITEN AM COMPUTER NACH ANGABEN DER KINDER (IN %)

Tätigkeiten	2000	2002	2003	2005
alleine Computerspiele spielen	63	70	70	63
mit anderen Computerspiele spielen	46	51	53	50
etwas für die Schule machen	–	43	46	49
Lernprogramme benutzen	46	43	44	45
Internet/E-Mails	15	25	30	41
CD-ROMs benutzen	42	41	–	–
mit Computer malen/zeichnen	36	36	34	35
Texte schreiben	28	32	33	35
PC-Lexikon nachschlagen	21	24	25	28
Musik hören	–	17	20	28
Programmieren	8	8	7	9

Quelle: TAB 2007

ten, der intermediären Institutionen sowie der angebotenen Produkte. Dort agieren u.a. Schulbuchverlage, Softwareentwickler, Unternehmen, gemeinnützige Institutionen, Privatpersonen. Nur ein Teil der Anbieter verfolgt mit der Vermarktung von eLearning-Produkten (in erster Linie) ein Gewinnziel. Andere Unternehmen bieten aus Imagegründen bzw. mit dem Ziel der langfristigen Kundengewinnung spezifisch auf Kinder ausgerichtete Produkte an. Darüber hinaus ist eine Reihe von Institutionen gemeinnützig oder im öffentlichen Auftrag am Markt aktiv (Büllingen/Böschen 2006).

eLearning-Angebote für Kinder umfassen Computerspiele, reine Lernprogramme und Edutainmentangebote (die enge Kopplung von Unterhaltung und Bildung). Diese Ausweitung der Angebotsdefinition ist dann sinnvoll, wenn man berücksichtigt, dass ein Großteil der Computerspiele auch zu didaktischen Zwecken eingesetzt wird und Fähigkeiten wie logisches und strategisches Denken oder Geschicklichkeit erfordert und fördern kann (Aufenanger 2006a).

Der größte Teil der Unternehmen, der im eLearning-Markt für Kinder tätig ist, produziert und vermarktet Inhalte, wie z.B. Lernsoftware, Edutainmentprodukte und Computerspiele. Es werden vergleichsweise wenige Kurse, Seminare und Workshops angeboten, die auf die Schulung der Medienkompetenz abzielen. Insgesamt ist das an Kinder gerichtete Produktangebot stark diversifiziert. Dies ist ein Hinweis, dass diese Zielgruppe auch kommerziell ernst genommen wird und die

Altersstufe	»Erstes Klicken«	Spielgeschichten	Krimi	Software für Mädchen	Knobeln, Merken, Geschick	Kreativität	Spiele	Konsolen
2–4	15	–	–	–	1	1	3	2
4–6	60	51	1	3	10	10	10	9
6–8	41	90	6	16	29	27	45	77
8–10	24	85	26	22	48	29	58	94
10–12	21	64	26	20	50	25	67	91

Quelle: FEIBEL.DE-Datenbank (<http://www.feibel.de>; abgerufen am 21.01.06); TAB 2007

Marktchancen auch für spezialisierte Produkte mit kleinen Stückzahlen als erfolversprechend bewertet werden. Es ist ferner zu beobachten, dass Produktangebote zunehmend interaktiv gestaltet werden.

Distributionsseitig wird sehr viel unternommen, die Markttransparenz und die Sichtbarkeit der eLearning-Angebote zu erhöhen. Neben abrufbaren Datenbanken und Internetseiten der Anbieter werden traditionelle Distributionskanäle weiter genutzt, wie etwa Werbung in Printmedien, TV und Radio. Die institutionelle Verankerung der eLearning-Angebote für Kinder wird seitens der Anbieter als sehr positiv bewertet. Der Deutsche Bildungsserver, der von der Kultusministerkonferenz, dem BMBF sowie von der Bund-Länder-Kommission ins Leben gerufen wurde, aber auch die Landesbildungsserver können als gute Beispiele für die institutionelle Verankerung sowohl von Anbieterdatenbanken als auch von eLearning-Plattformen gelten. Durch Qualitätsurteile von Experten und Beurteilungen von Nutzern im Internet wurde ein Mechanismus der Qualitätskontrolle eta-

biert, dessen Wirkung nach Ansicht vieler Experten auf den Produktionsprozess der Anbieter erheblichen Einfluss ausübt. Zudem dürften die durch Peers beeinflussten Kaufentscheidungen bei Kindersoftware beachtlich sein (Büllingen/Böschen 2006).

WAS BLEIBT ZU TUN?

eLearning-Instrumente, wie z.B. Lernsoftware für Kinder, stellen einen beachtlichen eigenständigen Markt dar. Hier ist eine enge Kopplung der Computernutzung insbesondere für Spielzwecke mit informellen Lernprozessen erkennbar. Es gibt bereits einige Studien und pädagogische Ansätze zu kinderspezifischen Anforderungen an eLearning, ebenso etliche Ansätze zur Umsetzung in Form von Lernangeboten, sei es für Vorschule, Schule oder für Zuhause. Hinzu kommen Initiativen zur Beurteilung und Sicherung der Qualität der Angebote. Eine stärkere Kommerzialisierung des eLearning-Angebots für Kinder ist in Zukunft wahrscheinlich, da Medienunternehmen und Verlage Kinder und Jugendliche als Zielgruppe längst erkannt haben.

Die kommerziellen Potenziale des eLearning für Kinder sind ein Treiber bei der Ermittlung des Zielgruppenbedarfs, sei es auf Anbieterseite oder seitens der Forschung, z.B. in den Bereichen Kinderpsychologie und Medienpädagogik, in denen schädigende Einflüsse und Folgen ebenso untersucht werden sollten wie das Potenzial für bessere Lernerfolge. Die bisher unterrepräsentierte Teilzielgruppe der Vorschulkinder wird im Zuge der aktuellen Debatte um vorschulische Bildungskonzepte und den Ausbau der Betreuung durch Kindertagesstätten sicher in naher Zukunft verstärkt Gegenstand der Bedarfsermittlung sein. Weiterhin gilt es, die Strukturen der Ungleichheit zu berücksichtigen:

- › nicht alle Kinder haben den gleichen Zugang zu Medien;
- › Eltern mit höherer Schulbildung gehen mit Medien kompetenter um;
- › durch die neue IKT bzw. durch unterschiedliche Zugangsmöglichkeiten und Nutzung kann sich eine gesellschaftliche Wissenskluft verstärken.

Notwendig ist nach wie vor, gezielter als bislang in den Erziehungswissenschaften, der Informatik wie auch der Medienpädagogik die Kinderlernsoftware zu evaluieren. Nicht nur der Erfolg ihres Einsatzes ist zu ermitteln, sondern auch die differenzen Altersgruppen, unterschiedlichen didaktischen Ansätze, lerntheoretischen Kontexte sowie pädagogisch gestalteten Lernumgebungen sind zu erfassen. In diesem Sinne ist unter einer pädagogisch angemessenen als auch an-

spruchsvollen Lernsoftware jene zu verstehen, die den pädagogischen Zielen ihres Einsatzkontextes entspricht und die damit verbundenen Erwartungen erfüllt (Aufenanger 2006a). Erschließen lässt sich dies jedoch nur durch systematische Erfahrungsberichte, die auf entsprechende eLearning-Instrumente und -Umgebungen rekurrieren. Diese liegen aber (in größerem Umfang) bisher nicht vor.

ZIELGRUPPE ÄLTERE MENSCHEN

Als Folge des demografischen Wandels erhöht sich der Anteil älterer Menschen an der Gesamtbevölkerung, und diese Entwicklung wird noch an Tempo und Ausmaß gewinnen. Die Nachfrage älterer Menschen nach Bildungs- und Weiterbildungsinhalten sowie generellen Informationsmöglichkeiten wird überproportional steigen. In diesem Zusammenhang gewinnen neue Informations- und Kommunikationstechniken an Bedeutung, da sie älteren Menschen mit oder ohne Altersbeschwerden zahlreiche Möglichkeiten bieten, die alltägliche Lebensqualität zu erhalten oder zu verbessern.

Für ältere Menschen ist der Erwerb oder der Erhalt von Selbstständigkeit und Selbstbestimmung eine wesentliche Zielsetzung des Lernens. Es kommt bei ihnen weniger auf die Neuanlage von Fertigkeiten und Fähigkeiten, sondern mehr auf den Erhalt vorhandener Kompetenzen an. Gleichzeitig erwerben Ältere neue Kompetenzen, um Erfahrungen und Wissen weiterzugeben oder um ehrenamtliche Funktionen ausüben zu kön-

nen. Zudem sind Lernende in dieser Lebensphase i.d.R. weniger mobil als zuvor, sodass medialen Bildungsangeboten eine zusätzliche bzw. auch besondere Bedeutung zukommt. Wichtiges Ziel bei der Gestaltung der Lernangebote für diese Zielgruppe ist der Abbau von Zugangs- bzw. Nutzungsbarrieren. Ältere Menschen, die in ihrem Berufsleben regelmäßig an Weiterbildung teilgenommen haben, schätzen diese auch im Alter als wichtig ein. Personen mit höherer Bildung nehmen mit größerer Wahrscheinlichkeit auch im fortgeschrittenen Alter noch an Bildungsangeboten teil als solche, die einen niedrigeren Bildungsabschluss vorweisen.

MEDIENNUTZUNG ALS VORAUSSETZUNG FÜR eLEARNING

Auch die älteren Menschen bilden keine homogene Gruppe in Bezug auf Mediennutzung und Bildungsnachfrage. Ihre Mediennutzung hat sich in den letzten Jahren hin zu einer häufigeren und intensiveren Nutzung von elektronischen Medien verändert. Die höchsten Steigerungen bei der Internetnutzung weisen seit 2005 die ab 50-Jährigen, hier speziell die über 60-Jährigen, sowie Rentner auf. Trotzdem ist mit derzeit etwa 20 Mio. »nicht vernetzter« älterer Menschen der Bedarf an die Heranführung zur Nutzung moderner Medien und der Wahrnehmung von eLearning-Angeboten noch erheblich. Allerdings finden sich innerhalb dieser Zielgruppe deutliche Nutzungsunterschiede nach Altersklassen, Geschlecht und Bildung. Es zeigt sich, dass Sozialisations-effekte wie Rollenverhalten und Bildungsnähe auch in späten Lern-

phasen noch ihre Wirkung entfalten. Es zeichnet sich zudem ab, dass Altersunterschiede bei der Häufigkeit und Intensität der Nutzung innerhalb der Zielgruppe älterer Menschen zukünftig eher abnehmen (Initiative D2I 2005).

Computer und Internet sind aufgrund ihrer Möglichkeit, auch weniger mobile Lernende zu erreichen, für die Zielgruppe ältere Menschen interessante Alternativen zu herkömmlichen Bildungsmedien. Die wenigen Ergebnisse, die bisher zur Mediennutzung älterer Menschen im Bereich der Weiterbildung vorliegen, weisen ebenfalls darauf hin, dass auch die Älteren ein Interesse an allen mediengebundenen Möglichkeiten des informellen und formellen Lernens haben.

eLEARNING-MARKT

Der Begriff eLearning besitzt im Marktsegment ältere Menschen eine völlig andere Akzentuierung als im Markt für Kinder. Er liegt bisher eindeutig auf der Vermittlung von Medienkompetenz, also dem Erlernen des Umgangs mit elektronischen Medien. Und ältere Menschen haben ein überwiegend praktisches Interesse am Internet und betrachten den Computer selten als Unterhaltungsmedium. Daher werden insbesondere Informationen zu thematischen Schwerpunkten wie z.B. Erkrankungen, Reisen, Finanzfragen, Sprachen usw. abgerufen. Möglicherweise ist hierin die Ursache zu suchen, dass Bildung und das Erlernen von Inhalten sich bisher nur in sehr geringem Umfang in den Produktentwicklungs- und Vermarktungsaktivitäten der Anbieter

niedergeschlagen haben. Die Analyse des Marktes zeigt, dass entsprechende Produkte kaum vorhanden sind bzw. nur verhalten vermarktet werden. So werden vereinzelt Online-Englisch-Kurse speziell für ältere Menschen angeboten, nicht aber beispielsweise eLearning-Module zu speziellen Themenfeldern (Büllingen/Böschchen 2006).

Eine institutionelle Verankerung von entsprechenden Angeboten ist derzeit nicht zu erkennen, von einem Marktgeschehen kann nicht die Rede sein. Alle identifizierten Angebote haben eher (Modell-)Projekt- oder Experimentiercharakter und stellen noch kein stabilisiertes Angebot dar. Die diesbezüglichen Teilnehmerzahlen bewegen sich bestenfalls im unteren vierstelligen Bereich, verglichen mit einem Potenzial von etwa 300.000 Bildungswilligen (setzt man konservativ geschätzt nur 1 % dieser Bevölkerungsgruppe an) ein äußerst geringer Anteil. Die verfügbaren Angebote kann man kaum als formal konsolidierte eLearning-Kurse bezeichnen, die es ermöglichen, zusammenhängend ein definiertes Wissen zu erwerben. Es handelt sich eher um informelle Lernangebote, bei denen das Lernen eine Begleiterscheinung themenbezogener synchroner oder asynchroner Kommunikation im Netz ist. Auch auf didaktischer Ebene ist noch keine Konsolidierung zu erkennen. Das hier vorherrschende Prinzip ist, dass ältere Menschen Berührungsängste und Vorurteile gegenüber dem Medium Computer am ehesten abbauen können, wenn sie nach dem Prinzip »learning by doing« direkt damit konfrontiert sind (Held et al. 2006).

Mittlerweile sind Studien zu angemessenen Lernumgebungen für die Älteren angelaufen, bislang liegen jedoch Ergebnisse noch nicht vor. Der Ansatz, entsprechende Angebote nachhaltig und zugleich mit dem Anspruch der Kostendeckung zu entwickeln, spielt bisher noch eine untergeordnete Rolle. Wie die verschiedenen Komponenten von eLearning für die Älteren stimmig und organisatorisch zu einem Gesamtsystem zusammengefügt werden können, ist erst ansatzweise zu erkennen.

WAS BLEIBT ZU TUN?

Da zielgruppenorientierte Angebote derzeit für ältere Menschen kaum verfügbar sind, finden dementsprechend bislang erst sehr wenige zielgruppenorientierte Bildungs- und Umsetzungskonzepte Anwendung bzw. werden erst entwickelt. Es ist jedoch für ältere Menschen, trotz der aktuell noch geringen Berücksichtigung zielgruppenspezifischer Bedarfe, in Zukunft ebenfalls mit einer Ausweitung der Zielgruppenorientierung bei der Angebotsentwicklung zu rechnen. Zentrale Treiber sind die derzeitige demografische Entwicklung und die damit einhergehende generelle Zunahme der Bedeutung der älteren Menschen als Zielgruppe für Unterhaltung und Weiterbildung. Eine engere Kopplung von Unterhaltung und Bildung, das Edutainment, wie es bei der Zielgruppe Kinder schon weitverbreitet ist, steht für die Angebote für ältere Menschen noch aus (Held et al. 2006).

Von Bedeutung ist auch die Tatsache, dass sich die am häufigsten angebotenen Themen auf dem eLearning-

Markt derzeit noch nicht mit den Bildungspräferenzen der Zielgruppe decken. Und diese Präferenzen verweisen, da vorwiegend Themen wie Kunst, Kultur, Theater, Gesundheit und Ernährung gewünscht werden, prinzipiell auch auf ein hohes Potenzial für Edutainment hin. Zudem wird die durch eLearning mögliche Senkung der Zugangsbarriere zu Bildung hinsichtlich technischer Unterstützung bei mangelnder Mobilität oder Unterstützung von Seh- und Hörfunktionen noch unzureichend thematisiert bzw. in der Anwendungsentwicklung berücksichtigt. Weitere Potenziale bestehen im Einsatz des eLearning im Zusammenhang mit spezifischen Lerninhalten, z.B. dem Umgang mit dem Älterwerden, dem Lernen in Verbindung mit der Pflege sozialer Kontakte oder der (virtuellen) Teilhabe am gesellschaftlichen Leben bei eingeschränkter Mobilität oder körperlicher Beeinträchtigung (Held et al. 2006). Die im Rahmen einer Befragung gewonnenen Erkenntnisse,

welche Vorteile sich Ältere von den Möglichkeiten des eLearning mithilfe neuer Kommunikationsmedien erhoffen, sind in der Abbildung dokumentiert.

In Zukunft werden sich Organisationen, die im Bereich Erwachsenenbildung erfolgreich sein wollen, insgesamt dem Komplex eLearning für die Zielgruppe der Älteren intensiver widmen müssen. Bislang fehlt ihnen zumeist noch die spezielle technisch-organisatorische Kompetenz, um diese Zielgruppe erfolgreich ansprechen zu können. Die Entwicklung von mehr Phantasie, wie Bildung und Nutzung neuer Technologien mit der Zielgruppe ältere Menschen erfolgreich verbunden werden können, ist diesem Marktsegment zu wünschen.

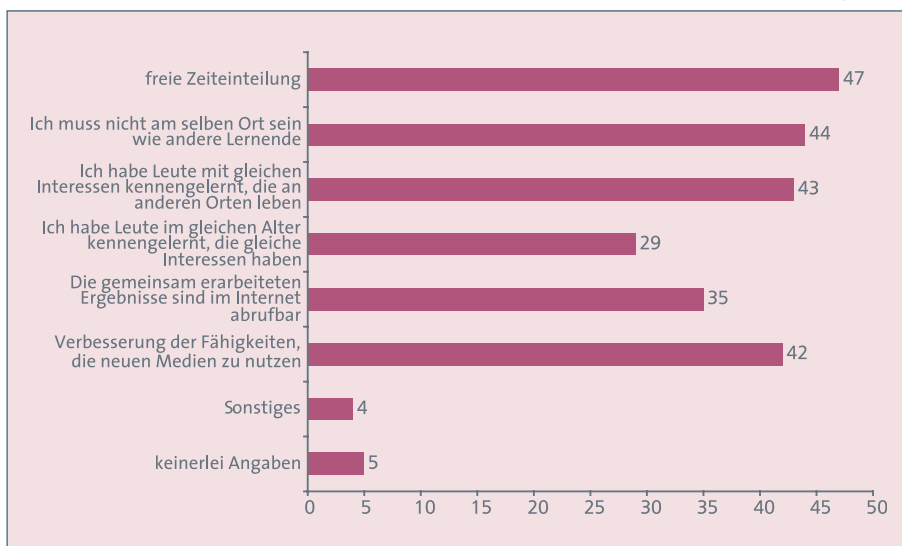
Da sich der eLearning-Markt für ältere Menschen noch in einer frühen Entwicklungsphase befindet, gibt es diesbezüglich bisher auch nur einen sehr geringen Erfahrungsschatz. Aber

die prinzipiell positiven Erfahrungen mit eLearning-Angeboten für ältere Menschen – so es sie denn gibt – in Deutschland wie auch in anderen europäischen Ländern zeigen, dass entsprechende Angebote dann erfolgreich sind, wenn eine institutionelle Verankerung sichergestellt, an bestehende Kompetenznetzwerke angeknüpft und entsprechende Serviceplätze genutzt werden können. Hier zeigen die bisherigen Erfahrungen, dass weiterbildungsinteressierte ältere Menschen besonders an Formen des kooperativen Lernens unter Einsatz spezifischer, kontextbezogener medialer Lehr- und Lernangebote interessiert sind (Held et al. 2006).

HANDLUNGSFELDER UND HANDLUNGSERFORDERNISSE

Lebenslanges Lernen gewinnt zum einen für die persönliche Lebensgestaltung und Kompetenzentwicklung an Bedeutung; zugleich entspricht dieses Konzept in Wirtschaft und Gesellschaft den zentralen Anforderungen auf dem Weg zur Wissensgesellschaft. Es zeigt sich, dass in diesem Kontext eLearning eine sinnvolle Ergänzung zu herkömmlichen Lehr- und Lernarten darstellt und dabei insbesondere der Zielgruppenorientierung von eLearning-Angeboten eine wichtige Rolle bei der Differenzierung der Angebotsentwicklung zukommt. Mediengestütztes Lehren und Lernen ist ein breit einsetzbares und stark individualisierbares Lerninstrument, das neben dem jeweiligen Lernkontext auch die unterschiedlichen Voraussetzungen der jeweiligen Nutzer bei der Konzipierung der Inhalte berücksichtigt. Zu

VORTEILE VIRTUELLEN LERNENS MIT NEUEN KOMMUNIKATIONS MEDIEN (N = 64)



Quelle: TAB 2007, nach Held et al. 2006, S. 149

konstatieren ist jedoch insgesamt eine notwendige weitere Vertiefung des Themas. Zielgruppenspezifischer Bedarf wie auch die spezifische Nutzung der verschiedenen eLearning-Instrumentarien im Kontext von Lernen und Bildung sind bei Kindern als auch insbesondere bei Älteren unzureichend ermittelt und wurden bislang in der Entwicklung von entsprechenden Angeboten nicht angemessen berücksichtigt. Hieraus ergeben sich einige zentrale Handlungsnotwendigkeiten:

KINDER

Grundsätzlich ist eine weiter gehende Differenzierung der Zielgruppe Kinder und Jugendliche hinsichtlich unterschiedlicher Lernvoraussetzungen wichtig, um der Verstärkung von sozialen Ungleichheiten durch Medienutzung mithilfe spezifischer pädagogischer Ansätze entgegen wirken zu können. Die Zugangs- und Nutzungsvoraussetzungen für adäquates eLearning sind zu Hause nicht immer gegeben, und die Schule als ein Ort möglicher Kompensation ist oftmals zu wenig für diese Aufgabe gerüstet. Daraus ergeben sich folgende Hinweise für die Bereiche Forschung, Schule, Lehrerbildung, Elternhaus sowie außerschulische Kontexte:

- › Forschung: Es müssen verstärkt Forschungen initiiert und gefördert werden, die verlässliche und vor allem differenzierte Daten zur Nutzung von Computer und Internet von Kindern im Vor- und Grundschulalter liefern.
- › Schule: Schulen können diese Aufgaben sinnvoll nur übernehmen, wenn verstärkt Angebote zur

Vermittlung von Medienkompetenz entwickelt werden, um vor allem Kindern aus bildungsfernen Lebenskontexten Voraussetzungen zu einer aktiven Beteiligung an förderlichen eLearning-Angeboten zu geben.

- › Lehrerausbildung: In diesem Zusammenhang ist auch auf die mangelnde Vorbereitung von Lehrpersonen in der Ausbildung für diese Aufgaben hinzuweisen. Nur wenige Bildungsangebote an Hochschulen bereiten zukünftige Lehrkräfte unter inhaltlichen, didaktischen und technischen Aspekten auf die Nutzung von Computer und Internet im Unterricht vor.
- › Häuslicher Bereich: In der Elternarbeit sollte verstärkt darauf hingewirkt werden, dass Kinder bei der Nutzung von Computer und Internet nicht nur die konsum- und spielorientierten Formen nutzen, sondern auch die informationsorientierte Nutzung verstärkt in den Blick genommen wird.

Im Bereich des informellen Lernens, z.B. in außerschulischen pädagogischen Kontexten, muss sich verstärkt der Frage angenommen werden, ob hier Kinder aus sozial benachteiligten Familien auch mit eLearning-Angeboten erreicht bzw. besser erreicht werden.

ÄLTERE MENSCHEN

eLearning-Produkte für Ältere sind kaum vorhanden oder werden nur verhalten vermarktet. Das rudimentäre Marktgeschehen ist zudem unübersichtlich: Die existierenden Angebote konzentrieren sich auf (informations)

technische Themen, es fehlt an Angeboten mit Lebenslagenbezug (z.B. Alter, Gesundheit, Prävention). Bildung und Erlernen von Inhalten haben sich bisher nur sehr wenig auf die Produktentwicklungs- und Vermarktungsaktivitäten für diese Gruppe bei den Anbietern niedergeschlagen. Als notwendig wird auch erachtet, die Zielrichtung der jeweiligen Angebote bzw. der eingesetzten Instrumente klar zu definieren (Welche Gruppe der Älteren ist angesprochen, welche technischen Vorkenntnisse müssen berücksichtigt, welche Inhalte sollen vermittelt werden?) sowie ein schlüssiges Evaluationskonzept zu entwickeln, welches die jeweiligen Projekte von Beginn an begleiten kann. Bezogen auf die Entwicklung von konkreten eLearning-Angeboten lassen sich u.a. folgende Hinweise geben (Held et al. 2006):

- › Tutoriell betreute sowie in Stil und Intensität altersspezifische Angebote sollten unbetreuten Angeboten vorgezogen werden. Die Betreuenden sollten eine zielgruppenspezifische Schulung erhalten haben.
- › Auf eine konstruktive soziale Einbettung des eLearning-Angebots, die zugleich eine notwendige Transparenz schafft, welche Mitlernende und Betreuende im jeweiligen Lernkontext anzutreffen sind, sollte geachtet werden.
- › Didaktische Konzepte sollten die Lernerfahrungen der Älteren berücksichtigen. Inhalte müssen in kleinen Schritten bearbeitbar und Möglichkeiten der Erprobung gegeben sein. Die Berücksichtigung der thematischen Interessen

der Älteren ist unabdingbar für eine erfolgreiche Vermarktungsstrategie.

- › Die Technik sollte so gestaltet sein, dass sie kognitiv in den Hintergrund tritt und keine dauerhafte Erschwernis darstellt. Technische Umgebungen sollten auf unbedingt notwendige Funktionalitäten reduziert werden. Hard- und Software sollten fehlerfreudlicher bzw. fehlbedienungssicherer sein, damit Zugangsbarrieren vermieden oder verringert werden.
- › Da ältere Frauen vielfach andere Interessenschwerpunkte als ältere Männer haben, sollten unter inhaltlichen, sozioökonomischen und strukturellen Gesichtspunkten geschlechtsspezifisch angepasste Angebote vorgesehen werden.

Noch mehr als bei der Zielgruppe Kinder sind für die Zielgruppe der Älteren verstärkte Forschungsanstrengungen notwendig, die zum Teil überhaupt erstmals gesicherte Informationen und differenzierte Daten dazu erbringen müssten, auf welchen Voraussetzungen zur Nutzung von Computer und Internet – und damit zu einer aktiven Beteiligung an eLearning-Angeboten – die Zielgruppe der Älteren aufbauen kann, und welche Interessen und Ambitionen ältere Menschen bei der Nutzung von eLearning im Kontext des lebenslangen Lernens überhaupt verfolgen.

Christoph Revermann

LITERATUR

Aufenanger, S. (2006a): Pädagogische Anforderungen an Lernsoftware für Kinder und Empfehlungen für ihre Umsetzung. Johannes Gutenberg Universität Mainz, Mainz (unveröffentlicht)

Aufenanger, S. (2006b): Teilnahmevoraussetzungen für eLearning-Angebote für Kinder mit besonderem Fokus auf Konsequenzen sozialer Ungleichheit. Johannes Gutenberg Universität Mainz, Mainz (unveröffentlicht)

BMFSFJ (Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) (2005): 12. Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Berlin, http://www.bmfsfj.de/doku/kjb/data/download/kjb_060228_ak3.pdf, abgerufen am 26.04.2007

Büllingen, F., Bösch I. (2006): Analyse der Anbietermärkte für Zielgruppen »Kinder« sowie »ältere Menschen« und aktueller Stand der institutionellen Verankerung von Angeboten und entsprechender Bildungsorte und Lernwelten für eLearning im Alter. WIK-Consult, Bad Honnef (unveröffentlicht)

Held, P., Hahner, R., Heid, S., Hetzner, S., Hetzner, U., Paulmann, E., Rohleder, S. (2006): Gutachten zur institutionellen Verankerung von Angeboten und zur Bereitstellung entsprechender Bildungsorte und Lernwelten für eLearning im Alter. FIM-NeuesLernen, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Erlangen (unveröffentlicht)

Initiative D21 (2005): (N)onliner Atlas 2005 – Deutschlands größte Studie zur Nutzung und Nicht-Nutzung des Internets. Sonderauswertung 50plus, http://www.nonliner-atlas.de/kontakt-bestellen/download_nonliner.asp?dfilename=dl_NONLINER-Atlas2005.pdf, abgerufen am 26.04.2007

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2006): KIM-Studie 2005. Kinder und Medien. Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger, Stuttgart

TAB (Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag) (2007): Zielgruppenorientiertes eLearning für Kinder und ältere Menschen. Sachstandsbericht zum Monitoring eLearning (Autoren: Kimpeler, S., Georgieff, P., Revermann, Ch.), TAB-Arbeitsbericht Nr. 115 (im Erscheinen), Berlin