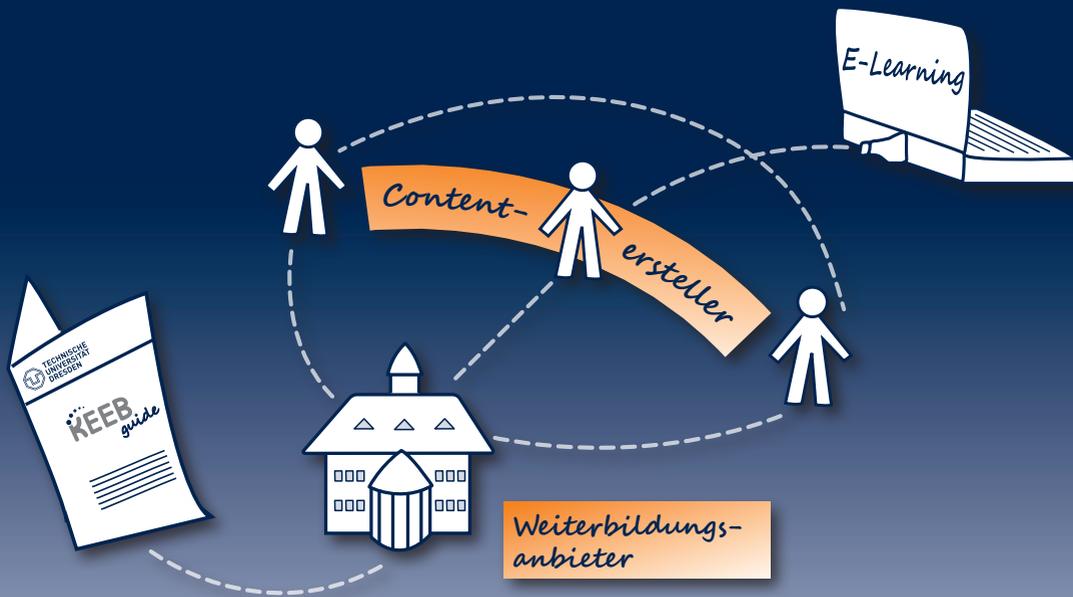




TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN

<http://tu-dresden.de/mz>



Konzeption und Entwicklung von E-Learning gestützten Bildungsangeboten.

EIN LEITFADEN FÜR WEITERBILDUNGS- ANBIETER

KEEB
guide

VORWORT

Die sächsischen Hochschulen verfolgen gemeinsam mit dem Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst (SMWK) mit der Initiierung und Durchführung von Projekten seit nunmehr zehn Jahren das Ziel, die Integration multimedialer und online-gestützter Lehr- und Lernformen und somit die substanzielle Weiterentwicklung des E-Learning an den Hochschulen im Freistaat Sachsen zu befördern. Entsprechende Leitlinien werden im Arbeitskreis E-Learning der Landesrektorenkonferenz erarbeitet und dienen der Steigerung der Nutzung und Effizienz, der Förderung didaktischer Innovationen sowie der Sicherung der Nachhaltigkeit von in diesem Rahmen entwickelten Technologien und deren Einsatzszenarien. Zudem soll es zukünftig besser gelingen, die vorhandenen technischen Möglichkeiten des E-Learning mit Fragen der Didaktik und Lehre zu verbinden. Hier fordern die Hochschulen von den E-Learning-Akteuren zunehmend eine flächendeckende Bereitstellung anerkannter mediendidaktischer Beratungs- und Schulungsangebote für mit akademischer Lehre betraute Personen. Angebote dafür müssen allerdings vor allem bedarfsorientiert entwickelt und bereitgestellt werden. Hier möchte das Projekt „KEEBguide“ ansetzen und einen spürbaren Impuls für die Personalentwicklung auf dem Gebiet der mediendidaktischen Qualifikation im akademischen Umfeld leisten.

Die Idee für „KEEBguide“ – dessen Ergebnisse Sie nun in Form eines Leitfadens in den Händen halten – entstand aus dem Bewusstsein heraus, dass die Technologien für den Einsatz von E-Learning in der Hochschullehre inzwischen sehr ausgereift und benutzerfreundlich gestaltet sind, es allerdings bei den Erstellern von konkreten Lehr-/Lerninhalten an (medien-)didaktischem Handwerkszeug fehlt, insbesondere um den E-Content sinnvoll in die Lehre zu integrieren. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Medienzentrums der TU Dresden befragten hierzu eine signifikante Anzahl von wissenschaftlichen Mitarbeitern/Mitarbeiterinnen, wissenschaftlichen Assistenten/Assistentinnen und Doktoranden/Doktorandinnen an den sächsischen Hochschulen, um sich ein Bild über den Bedarf und den Anspruch an eine entsprechende mediendidaktische Weiterbildung zu machen. Das Ergebnis ist ein, nach unserer Meinung, ebenso erhellender wie nützlicher Leitfaden für die Anbieter von E-Learning-Schulungen – sicher auch über die sächsische Hochschullandschaft hinaus.

Bedanken möchten wir uns an dieser Stelle herzlich bei allen Befragten, die sehr offen über ihre individuellen Erfahrungen berichtet haben. Erst ihre Mitwirkung hat das Projekt und den Leitfaden möglich gemacht.

Thomas Köhler, Dezember 2011

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort.....	1
Das Projekt	3
1. Einleitung.....	4
2. Methodisches Vorgehen	5
3. Bestandsaufnahme relevanter Weiterbildungsangebote	7
3.1 Resümee	12
4. Bedarfsanalyse der Zielgruppe Contentersteller	14
4.1 Arbeitsbedingungen und -tätigkeiten der Contentersteller	15
4.2 Ergebnisse der Bedarfsanalyse nach Auswertungsschwerpunkten	19
4.2.1 Auswertungsschwerpunkt 1: Die drei Kompetenzniveaus	20
4.2.2 Auswertungsschwerpunkt 2: Die Fachbereiche	26
Methodischer Exkurs	38
Fehlerbetrachtung	41
Checkliste	43
Literatur	48

DAS PROJEKT

Der KEEBguide, ein Leitfaden für Weiterbildungsanbieter zur Schulung von wissenschaftlichem Personal für die **K**onzipierung und **E**rstellung von **E**-Learning gestützten **B**ildungsangeboten, ist das Ergebnis eines Forschungsprojektes am Medienzentrum der Technischen Universität Dresden.

Der hier vorgelegte Leitfaden ermöglicht es Weiterbildungsanbietern, ihre Fortbildungen auf diese Zielgruppe zuzuschneiden. Auf Basis der Projektergebnisse werden hierfür Handlungsempfehlungen formuliert.

Das Projekt wurde vom Bildungsportal Sachsen initiiert und durch das Sächsische Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst (SMWK) im Zeitraum 6/2011 bis 12/2011 gefördert.

Mit Abschluss des Projektes steht der Leitfaden als Ergebnis des Projektes allen Weiterbildungsanbietern und Interessierten kostenfrei zur Verfügung.

Projektleitung:

Prof. Dr. Thomas Köhler

Projektmitarbeit:

Claudia Christ, M.A.

Sandra Döring, M.A.

Andrea Lißner, B. ed.

Dipl.-Geogr. Jens Schulz

Technische Universität Dresden

Medienzentrum

01062 Dresden

DEFINITIONEN

E-LEARNING

meint alle Varianten von Lehr- und Lernaktivitäten, die das Internet zum Zwecke der Information oder Kommunikation nutzen (vgl. Kerres, M.; de Witt, C. 2004).

CONTENT-ERSTELLER

sind Personen, welche E-Learning-Umgebungen konzipieren, entwickeln, umsetzen oder evaluieren. Dabei ist der Content das Lernmaterial, welches dem Lernenden über das Internet zur Verfügung gestellt wird (vgl. Kerres, M.; de Witt, C. 2004).

MEDIEN-DIDAKTIK

beschäftigt sich mit dem Lehren und Lernen mittels Medien, genauer mit der Auswahl, der Gestaltung und dem Einsatz geeigneter Medien zur Erreichung spezifischer Lehrziele (vgl. Kerres, M. 2006).

1. EINLEITUNG

Eine nachhaltige und stetige Qualitätsverbesserung der Hochschullehre strategisches Ziel des sächsischen Hochschulsystems. Die Nutzung digitaler Medien spielt hierbei eine große Rolle und hat sich als fester Bestandteil der Hochschullehre etabliert. Digitale Medien werden als Kommunikations- und Kooperationswerkzeuge in die Hochschullehre integriert. Lehrmaterialien können den Studierenden digital übergeben oder in geschlossenen Lernumgebungen online angeboten werden. Diese Vielfalt der Nutzungsmöglichkeiten erfordert eine kritische und intensive Auseinandersetzung mit den Anforderungen und Potenzialen des **E-Learning** bei allen Akteuren. Der Ersteller von Lehrmaterialien und -umgebungen (**Contentersteller**) benötigt, um qualitativ hochwertige, online-gestützte Bildungsangebote konzipieren zu können, neben medientechnischen Kompetenzen insbesondere fach- und **mediendidaktische** Kenntnisse. Die Praxis zeigt, dass häufig wissenschaftliches Personal mit der Erstellung von E-Learning-Angeboten beauftragt wird, welches *nicht primär* in die Hochschullehre eingebunden ist. Dazu zählen mehrheitlich wissenschaftliche Mitarbeiter sowie wissenschaftliche Hilfskräfte¹ ohne oder mit nur geringer Lehrerfahrung. Aufgrund oftmals fehlender Lehrbefähigung ist davon auszugehen, dass bei dieser Gruppe Fertigkeiten im Umgang mit der Planung und Umsetzung von (klassischen) Lehrveranstaltungen in nur geringem Maße entwickelt sind. Dieser Umstand hat direkten Einfluss auf die Erarbeitung der Lerninhalte für medienunterstützte Lehr-/Lernformen, sogenannten E-Content.

Ein Blick auf entsprechende Weiterbildungsangebote in Sachsen zeigt, dass diese vor allem auf die Zielgruppe der Hochschullehrenden ausgerichtet sind. Hier stellt sich die Frage, ob ein bedarfsgerechtes mediendidaktisches Weiterbildungsangebot für die Zielgruppe der Contentersteller existiert.

Wir gehen davon aus, dass ein adressatengerechtes Weiterbildungsangebot für die Entwickler von E-Learning-Angeboten an sächsischen Hochschulen dazu beiträgt, dass qualitativ hochwertiger, didaktisch und methodisch durchdachter und zudem wiederverwendbarer E-Content entstehen kann, welcher zu einer Qualitätsverbesserung der online gestützten Hochschullehre führt.

¹ Alle personenbezogenen Bezeichnungen beziehen sich auf beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit die männliche Form gewählt wurde.

2. METHODISCHES VORGEHEN

Das Interesse der KEEBguide-Studie galt dem momentanen Ist-Zustand mediendidaktischer Weiterbildungsangebote ebenso wie der Bewertung der Erwartungen der Zielgruppe an ein adressatengerechtes Weiterbildungsangebot. Als wissenschaftliche Grundlage wurden daher zwei Erhebungen durchgeführt:

1. Bestandsaufnahme von mediendidaktischen Weiterbildungsangeboten für wissenschaftliches Personal an sächsischen Hochschulen im Zeitraum 04/2011–03/2012,
2. Anforderungsanalyse an die zu entwickelnden Weiterbildungsangebote.



Abbildung 1: Projektverlauf

Ziel der Bestandsaufnahme ist es, ein Verzeichnis mediendidaktischer Angebote zu erstellen, welches Transparenz hinsichtlich des aktuellen Spektrums an Inhalten, Zielgruppe(n), Einzugsgebieten sowie sonstigen Merkmalen herstellt.

HINWEIS

Detaillierte Informationen über Grundgesamtheit der Zielgruppe, Stichprobenumfang sowie Methodik der Stichprobenziehung finden sich in der Anlage: Methodischer Exkurs.

Der Bestandsaufnahme schloss sich die Bedarfsanalyse der Zielgruppe an. Diese erfasste situative Anforderungen wissenschaftlichen Personals an ein mediendidaktisches Weiterbildungsangebot – insbesondere im Hinblick auf benötigte Inhalte, Schwerpunkte sowie präferierte Formate einer Weiterbildung. Darüber hinaus erfolgte eine Analyse der Arbeitsbedingungen, Arbeitstätigkeiten und der erforderlichen Kompetenzen. Im Fokus standen dabei beispielsweise die Einbindung der Zielgruppe in die Präsenzlehre, die Tätigkeitsbereiche im Contenterstellungprozess sowie die verwendeten Werkzeuge. Die entsprechende Erhebung erfolgte in Form einer Online-Befragung.

Der abschließende Vergleich der Ergebnissen der Bestandsaufnahme mit denen aus der Bedarfsanalyse liefert wissenschaftlich fundierte Anhaltspunkte zur Qualitätsverbesserung von Fortbildungen zur mediendidaktischen Qualifikation. In Form von Empfehlungen werden in diesem Leitfaden umfassende Qualitätsmerkmale für alle wesentlichen Aspekte eines Weiterbildungsangebotes für Contentersteller dargelegt.

3. BESTANDSAUFNAHME RELEVANTER WEITERBILDUNGSANGEBOTE

Im Rahmen der Bestandsaufnahme wurden alle zum gegenwärtigen Zeitpunkt existierenden Weiterbildungs- und Beratungsangebote der Hochschulen Sachsens im Bereich der Contenterstellung analysiert und u.a. deren Verbreitung, Themenschwerpunkte, Anbieter und Zielgruppe herausgearbeitet. Ausgeführt wurde die Erhebung in Form einer Online-Befragung, wobei sich die Aussagen auf den Zeitraum Sommersemester 2011 bis Wintersemester 2012 beziehen.

Folgende Hochschulen wurden dabei befragt:

- Technische Universität Chemnitz
- Technische Universität Dresden
- Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden
- Hochschule Mittweida
- Hochschule Zittau/Görlitz
- Westsächsische Hochschule Zwickau
- Universität Leipzig.

Ergänzt wurde die Online-Befragung durch eine Recherche bestehender Angebote. So wurde auch das Weiterbildungsprogramm des Hochschuldidaktischen Zentrums Sachsen (**HDS**) erhoben.

Nicht alle der befragten Weiterbildungsanbieter führten oder führen im oben genannten Zeitraum mediendidaktische Schulungen durch. Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Angebote nach Anbieter, wobei zwischen hochschulinternen und hochschulübergreifenden Angebote unterschieden wird.

Tabelle 1: Verteilung mediendidaktischer Weiterbildungen

Anbieter	Anzahl hochschulinterner Angebote	Anzahl hochschulübergreifender Angebote
TU Chemnitz	–	1
TU Dresden	2	4
HTW Dresden	1	–

HINWEIS

Die Zusammenstellung der Anbieter erfolgte auf Grundlage ihrer Registrierung im Bildungsportal Sachsen, der E-Learning-Initiative sächsischer Hochschulen.

DEFINITION

Das **HDS** ist eine zentrale Dienstleistungsstruktur für Lehrende an sächsischen Hochschulen und dient der Verbesserung der Lehr- und Lernkultur, z.B. durch die Förderung der Kooperation zwischen sächsischen Hochschulen (vgl. www.hds.uni-leipzig.de).

VERTEILUNG DER ANGBOTE

DEFINITIONEN

LMS – Learning Management Systeme oder auch Lernplattformen (z.B. moodle, OPAL) stellen Inhalte bereit und unterstützen virtuelle Lehr- und Lernprozesse. Außerdem bieten sie Kommunikationswerkzeuge und Hilfsmittel zur Erstellung und Verwaltung von Lerninhalten an. (vgl. Arnold, P. et al. 2004).

CMS – Content Management Systeme (z.B. Joomla) dienen der Organisation von Inhalten. Sie werden vorrangig zum Erstellen, Verwalten, Recherchieren und Wiederverwenden von Online-Inhalten genutzt (vgl. ebd.).

HS Mittweida	1	–
HS Zittau/Görlitz	–	–
Westsächsische HS Zwickau	–	–
Universität Leipzig	–	–
HDS	–	1

Im Untersuchungszeitraum werden insgesamt zehn Schulungen angeboten, welche den Anbietern zufolge dem Thema Mediendidaktik zuzuordnen sind. Sechs der zehn Angebote werden vom Medienzentrum der TU Dresden durchgeführt. Die übrigen vier Angebote verteilen sich auf Hochschulen in Chemnitz, Dresden und Mittweida sowie das HDS. Drei der befragten Hochschulen führen im genannten Zeitraum keine mediendidaktische Schulung durch.

Sechs der zehn Angebote sind hochschulübergreifend. Als Veranstaltungsorte hochschulübergreifender sowie hochschulinterner Angebote konnten Dresden, Chemnitz (Schulungsort des Angebotes des HDS ist ebenfalls Chemnitz) und Mittweida ermittelt werden. Ein flächendeckendes – alle sächsischen Hochschulstandorte berücksichtigendes – mediendidaktisches Weiterbildungsangebot konnte nicht festgestellt werden. Örtlich flexibel nutzbar sind die drei Online-Schulungen des Medienzentrums der TU Dresden.

Die Hochschulen gaben auf die Frage nach ihrem mediendidaktischen Weiterbildungsangebot primär medientechnische Schulungen, wie z.B. OPAL-Schulungen (**LMS**) oder Schulungen zum Umgang mit einem hochschuleigenen Redaktionssystem (**CMS**) an. Diese Veranstaltungen richten sich an Hochschulangehörige und werden regelmäßig angeboten.

Ein flächendeckendes Angebot an mediendidaktischer Weiterbildung konnte für sächsische Hochschulen nicht festgestellt werden. Regelmäßig wiederkehrende hochschulübergreifende Veranstaltungen zum Thema Mediendidaktik wurden nicht genannt.

Die ermittelten Weiterbildungen wurden als reine Online-Veranstaltungen oder als Präsenzveranstaltungen angeboten. Zudem lassen sich verschiedene Weiterbildungsformate unterscheiden (z.B. Vorlesung, Seminar, Workshop).

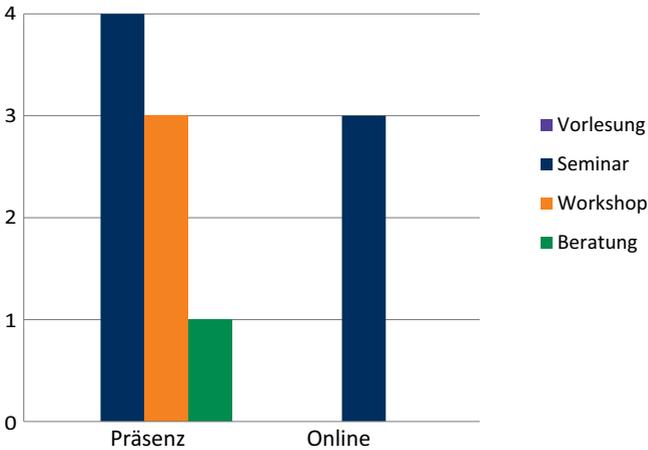


Abbildung 2: Form und Format der ermittelten Weiterbildungsangebote (Anzahl)

Hinsichtlich der Form überwiegen bei den ermittelten Weiterbildungsangeboten die Präsenzveranstaltungen. Dabei werden drei der sieben Präsenzs Schulungen hochschulübergreifend angeboten. Bei den Präsenzveranstaltungen handelt es sich um Seminare und Workshops mit einem zeitlichen Umfang von 1,5 bis 8 Stunden.

Bei den übrigen drei Weiterbildungsangeboten handelt es sich um hochschulübergreifende Online-Schulungen, welche als **Webinare** mit einer Dauer von 45 Minuten angeboten werden.

Die Technische Universität Dresden gibt an, eine universitätsinterne Beratung zur Nutzung der Lernplattform OPAL anzubieten. Weitere Beratungsangebote wurden nicht genannt.

Beratungsangebote zu mediendidaktischen Themen sowie Blended Learning-Angebote konnten nicht ermittelt werden. Es existieren keine reinen Online-Lernumgebungen (Selbstlernmodule) zum Thema Mediendidaktik.

DEFINITIONEN

Ein **WEBINAR** ist ein Seminar, welches über das Internet zu einem festgelegten Zeitpunkt abgehalten wird. Eine Interaktion zwischen Lehrendem und Lernenden ist möglich (vgl. Pachner, A. 2009).

Beim **BLENDED LEARNING** werden traditionelle Präsenzveranstaltungen durch Online-Lernphasen didaktisch sinnvoll unterstützt (vgl. ebd.).

Als Zielgruppe werden in fünf Fällen explizit Contentersteller genannt. Weitere fünf Veranstaltungen richten sich allgemein an Mitarbeiter der Hochschulen mit und ohne Lehrerfahrungen sowie Anfänger und Fortgeschrittene im Bereich E-Learning. Vier der fünf Schulungen thematisieren dabei vorrangig medientechnische Inhalte (Umgang mit LMS, CMS) und werden als Einsteiger- und Fortgeschrittenenkurse angeboten.

INHALT

HINWEIS

Im Vorfeld der Bedarfsanalyse wurden Interviews mit Contentstellern des Medienzentrums der TU Dresden geführt, welche ESF-geförderte Contentstellungsprojekte betreuen. Ziel war die Feststellung zielgruppenspezifischer Arbeitsbedingungen und -tätigkeiten.

Im Rahmen der Bestandsaufnahme wurden die Weiterbildungsanbieter zudem nach den Inhalten der von ihnen ausgerichteten Schulungen befragt.

Je nach inhaltlichen Schwerpunkten wurden die Schulungen anschließend passenden Kompetenzbereichen zugeordnet. Die Kompetenzbereiche selbst wurden auf Grundlage der von Euler 2005 (vgl. Kerres, M; Voß, B. 2006) beschriebenen Anforderungen an Contentersteller, sowie anhand der Ergebnisse aus den Experteninterviews, welche im Zuge der Vorbereitungen der Bedarfsanalyse geführt wurden, formuliert.

Diese Kompetenzbereiche lassen sich in mediendidaktische und medientechnische Grundlagen sowie in spezielle Themenbereiche einteilen:

Mediendidaktische und medientechnische Grundlagen:

- Allgemeine mediendidaktische Grundlagen
- Allgemeine medientechnische Grundlagen
- Einsatzmöglichkeiten digitaler Medien in der Hochschullehre
- Kommunikation und Kooperation mittels digitaler Medien in der Hochschullehre

Spezielle mediendidaktische und medientechnische Inhalte:

- Projektmanagement für E-Learning-Projekte
- Spezielle mediendidaktische Kompetenzen (z.B. mediendidaktisches Potential von LMS)
- Spezielle medientechnische Kompetenzen: Umgang mit Software zur Medienproduktion (Audio, Video, Animation etc.) sowie Umgang mit E-Learning-Erstellungswerkzeugen (z.B. LMS, LCMS)
- Nutzung innovativer Technologien in Lehr- und Lernprozessen (z.B. Mobile Learning)
- Rechtliche und urheberrechtliche Aspekte

Die folgenden Abbildungen zeigen, welche Kompetenzbereiche mit den ermittelten Weiterbildungsangeboten abgedeckt werden.

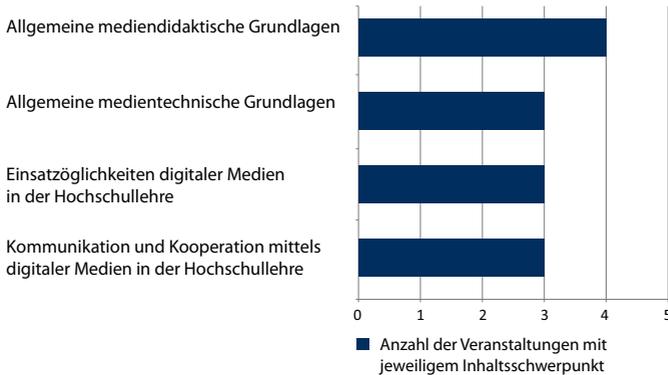


Abbildung 3: Anzahl der Schulungen zu mediendidaktischen und medientechnischen Grundlagen

In allen grundlegenden Kompetenzbereichen gibt es eine vergleichbare Anzahl von Angeboten. Dabei werden sowohl mediendidaktische als auch medientechnische Themen berücksichtigt. Alle medientechnischen Schulungen werden jedoch ausschließlich hochschulintern angeboten.

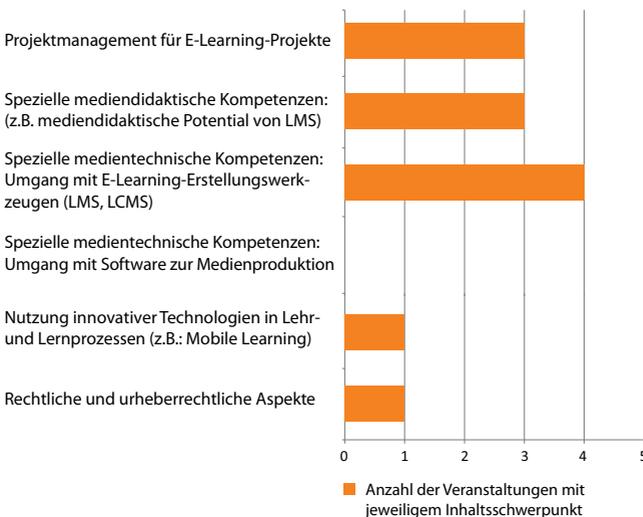


Abbildung 4: Anzahl der Schulungen mit speziellen mediendidaktischen und medientechnischen Inhalten

HINWEIS

Bei der Recherche nach fachdidaktischen Schulungen wurde das ESF-Projekt „E-Didact“ ermittelt, welches das Ziel verfolgt, ein bedarfsorientiertes Aus- und Weiterbildungsangebot für ingenieurpädagogische Lehrkräfte zu entwickeln (<http://tu-dresden.de/erzw/ingenieurdidact>).

Schulungen zu speziellen Themen finden sich vor allem im medientechnischen Bereich. Dabei überwiegen Angebote zum Umgang mit LMS, wie OPAL. Das mediendidaktische Potential von LMS wird in diesen Schulungen teilweise thematisiert. Zu den übrigen speziellen Bereichen gibt es wenige bzw. keine Angebote. Vor allem im Bereich der Medienproduktion im Zusammenhang mit der Entwicklung von online-gestützten Bildungsangeboten fanden sich keine Angaben.

Es konnte zudem festgestellt werden, dass es abgesehen von den genannten Kompetenzbereichen keine Angebote zum Thema Fachdidaktik unter Einbezug digitaler Medien gibt. Hierzu wurden einzig Ansätze im Zusammenhang mit einem ESF-Projekt ermittelt.

Es konnte kein Angebot an hochschulübergreifenden medientechnischen Schulungen festgestellt werden. Medientechnische Schulungen (Medienproduktion) für Contentersteller konnten nicht festgestellt werden. Es gibt kein Angebot zum Thema digitale Medien in der Fachdidaktik.

3.1 Resümee

Im Rahmen der Bestandsaufnahme wurden mediendidaktische und medientechnische Schulungen an sächsischen Hochschulen für den Zeitraum 04/2011–03/2012 zusammen getragen und hinsichtlich ihrer Merkmale (Form, Format etc.) sowie ihrer Themenschwerpunkte analysiert.

Dabei wurde festgestellt, dass sich das Angebot für den oben genannten Zeitraum auf zehn Veranstaltungen beläuft. Sachsenweit richten fünf sächsische Weiterbildungsanbieter mediendidaktische bzw. medientechnische Schulungen aus, wobei sich die hochschulübergreifenden Angebote auf zwei Hochschulstandorte (Dresden, Chemnitz) beschränken. Zudem wurde aufgezeigt, dass die meisten der angebotenen Schulungen grundlegende Inhalte vermitteln und/oder auf die Nutzung hochschulspezifischer Lernplattformen (LMS) ausgerichtet sind. Außerdem überwiegen die örtlich gebundenen Präsenzangebote gegenüber den vom Ort unabhängigen Online-Schulungen.

Einige Merkmale (formal und inhaltlich) ließen sich im aktuellen Weiterbildungsangebot nicht feststellen. Folgende Tabelle fasst diese noch einmal zusammen.

Tabelle 2: Zusammenfassung nicht festgestellter Weiterbildungsmerkmale

Merkmal der Weiterbildung	In der Angebotsrecherche nicht festgestellt
Form	<ul style="list-style-type: none"> • Blended Learning-Angebote • Selbstlernmodule
Format	<ul style="list-style-type: none"> • Mediendidaktische Beratungsangebote
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Technische Schulungen zur Medienproduktion • Hochschulübergreifende medientechnische Schulungen • Schulungen zum Thema Fachdidaktik und digitale Medien
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> • Flächendeckende Verteilung der Angebote • Regelmäßig angebotene Schulungen

Ob das aktuelle Weiterbildungsangebot die Ansprüche der Contentersteller erfüllt, oder ob dieses durch das Schließen der festgestellten Lücken optimiert werden kann, klärt die nachfolgend dokumentierte Bedarfsanalyse der Zielgruppe.

4. BEDARFSANALYSE DER ZIELGRUPPE CONTENTERSTELLER

Um die spezifischen Anforderungen der Contentersteller an ein mediendidaktisches Weiterbildungsangebot zu erheben, wurde im Rahmen der Untersuchung eine Onlinebefragung der Zielgruppe durchgeführt (eingehende Informationen zur Methodik finden sich in der Anlage: Methodischer Exkurs). Dabei erfolgte eine Analyse in folgenden Bereichen:

- Analyse der Arbeitsbedingungen (z.B. Einbindung in die Präsenzlehre, Vorhandensein mediendidaktischen Wissens, Aneignungsform),
- Analyse der Arbeitstätigkeiten (z.B. Erfahrungen hinsichtlich Bereichen und Systemen der Contenterstellung),
- Analyse des Bedarfes an Inhalten/Kompetenzbereichen,
- Analyse der Anforderungen an ein optimales Weiterbildungsangebot (Ort, Form, Format etc.).

Die Auswertung der Daten der Bedarfsanalyse erfolgte nach zwei Schwerpunkten. Der erste Auswertungsschwerpunkt bezieht sich auf die **Kompetenzniveaus** des befragten wissenschaftlichen Personals. Diese ergeben sich aus der persönlichen Selbsteinschätzung der Befragten der Stichprobe hinsichtlich ihrer Erfahrung im Bereich der Erstellung digitaler Lernumgebungen. Dabei lassen sich zwei Gruppen unterscheiden:

1. Wissenschaftliches Personal, welches aktuell noch keine Erfahrung im Bereich der Contenterstellung hat, aufgrund seiner Anstellung jedoch zukünftig durchaus mit einer derartigen Aufgabe konfrontiert werden kann, wird im Folgenden als Gruppe der „Einsteiger“ bezeichnet.
2. Wissenschaftliches Personal, welches bereits Erfahrungen im Bereich der Entwicklung von E-Learning-Angeboten sammeln konnte wird als Gruppe der „Fortgeschrittenen“ zusammengefasst.

Die dritte Gruppe wird durch die Befragten der Referenzgruppe gebildet:

3. „Experten“ sind alle Contentersteller der Referenzgruppe, welche im Rahmen von Projekten E-Learning-Angebote an sächsischen Hochschulen entwickeln.

Für alle Kompetenzniveaus wurde der Bedarf an Weiterbildungsinhalten sowie Anforderungen an weitere Merkmale wie Form, Format, Ort etc. herausgestellt und verglichen. Bei den erfahrenen Contentestellern und den Vertretern der Referenzgruppe wurden zusätzlich die Arbeitsbedingungen und Arbeitstätigkeiten analysiert.

Der zweite Auswertungsschwerpunkt bezieht sich auf die Differenzierung der Stichprobe nach **Fachbereichen**. Von Interesse waren hier vor allem Unterschiede hinsichtlich der benötigten Inhalte und der Arbeitsbedingungen.

4.1 Arbeitsbedingungen und -tätigkeiten der Contentersteller

Zur Ermittlung der Arbeitstätigkeiten und Arbeitsbedingungen der erfahrenen Contentersteller (Fortgeschrittene, Experten) an sächsischen Hochschulen wurden folgende Daten erhoben:

- Erfahrungen in der Präsenzlehre
- Erfahrungen in E-Learning-Entwicklungs- und Erstellungsbereichen
- Erfahrungen mit E-Learning-Erstellungswerkzeugen
- Vorhandensein mediendidaktischen Wissens

Fortgeschrittene: 93% der Fortgeschrittenen geben an, Erfahrungen in der Präsenzlehre zu besitzen. Demnach fällt die Übernahme von Lehrtätigkeiten in das Arbeitsprofil dieser Untersuchungsgruppe.

Experten: Bei den befragten Experten haben lediglich 62% Erfahrungen mit Präsenzlehre. Der Grund hierfür könnte in den meist projektbezogenen Anstellungsverhältnissen dieser Gruppe (im Vergleich zu den lehrstuhlbezogenen der Stichprobe) liegen.

HINWEIS

Als Referenzgruppe wurden gezielt Mitarbeiter aus E-Learning-Projekten ausgewählt, welche 2010/11 durch den Europäischen Sozialfonds sowie durch das SMWK gefördert werden/wurden. Die Befragten der Stichprobe wurden nach Fachbereich ausgewählt und entstammen in der Regel keinen geförderten E-Learning-Projekten.

ERFAHRUNGEN IN DER PRÄSENZLEHRE

Der Prozess der Entwicklung und Erstellung von online-gestützten Bildungsangeboten lässt sich in verschiedene Arbeitsbereiche einteilen.

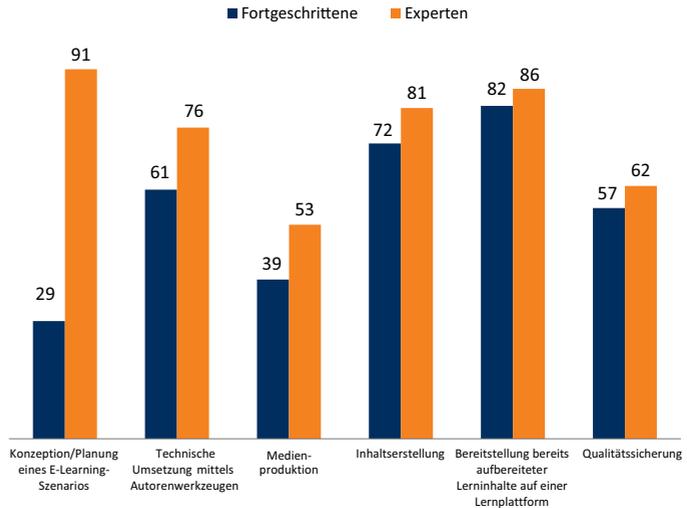


Abbildung 5: Erfahrungen in verschiedenen Arbeitsbereichen der Contenterstellung (in Prozent)

Fortgeschrittene: 82% der Fortgeschrittenen verfügen über Erfahrungen im Bereich der „Bereitstellung bereits aufbereiteter Lerninhalte“. Erfahrungen im Bereich der „Inhaltserstellung“ haben 73%. Ein Zusammenhang zwischen beiden Bereichen könnte darin bestehen, dass die bereitgestellten Inhalte teilweise auch selbst erstellt werden. Diese beiden Bereiche werden bei den Fortgeschrittenen am häufigsten genannt, gefolgt von der „Technischen Umsetzung“ (61%). Die „Bereitstellung von Lerninhalten“ sowie die „Technische Umsetzung“ erfordern primär medientechnische Kompetenzen. Bei der „Inhaltserstellung“ werden dagegen vor allem mediendidaktische und fachdidaktische Kompetenzen benötigt, ebenso wie bei der „Qualitätssicherung“. Hier geben 56,5% an, bereits Erfahrungen gesammelt zu haben. Die übrigen Bereiche wie „Medienproduktion“ und „Konzeption/Planung“ wurden bei den Fortgeschrittenen vergleichsweise selten genannt.

Experten: Die Erfahrungen in der Gruppe der Experten stellen sich etwas anders dar. Mindestens die Hälfte der Befragten ist mit allen genannten Arbeitsbereichen

vertraut. Dabei entfallen die meisten Erfahrungen auf den Arbeitsbereich „Konzeption/Planung eines E-Learning-Szenarios“ (91%). Möglicherweise sind die im Zuge von geförderten Projekten entwickelten E-Learning-Szenarien komplexer als die Szenarien der einzelnen Fachbereiche, so dass eine Konzeptionsphase zu Beginn der Erstellung unverzichtbar ist.

Die Arbeitsbereiche „Bereitstellung bereits aufbereiteter Lerninhalte“, „Inhaltserstellung“ sowie „Technische Umsetzung“ nannten mindestens drei Viertel der Befragten der Referenzgruppe. „Qualitätssicherung“ und „Medienproduktion“ wurden in dieser Gruppe zwar am wenigsten genannt, dennoch gibt mehr als die Hälfte der Befragten an, auch Erfahrungen in diesen Bereichen zu besitzen.

Die Daten deuten darauf hin, dass in geförderten Projekten tätige E-Learning-Akteure meist mit allen Arbeitsphasen/-bereichen der Contenterstellung auseinandersetzen müssen, wohingegen projektunabhängig angestellte Mitarbeiter eher mit der Erstellung von Inhalten und deren Bereitstellung auf Lernplattformen vertraut sind.

Sowohl die Fortgeschrittenen als auch die Experten arbeiten meist mit Learning Management Systemen, überwiegend OPAL und moodle. Erfahrungen mit speziellen bzw. komplexeren Systemen (z.B. LCMS) haben dagegen nur wenige Fortgeschrittene. Die E-Learning-Akteure der Referenzgruppe (Experten) greifen dagegen öfter auf komplexere Systeme, wie Testgeneratoren oder Learning Content Management Systeme (LCMS) zurück.

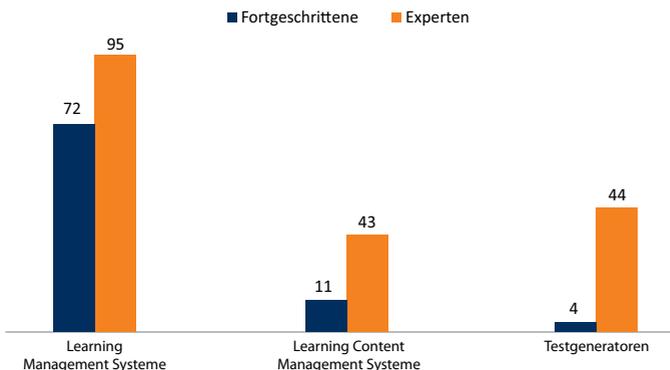


Abbildung 6: Erfahrungen mit verschiedenen Contenterstellungswerkzeugen (in Prozent)

Obgleich es sich bei den Befragten um wissenschaftliches Personal mit Erfahrung in der Contenterstellung handelt, geben die wenigsten an, mediendidaktisches Wissen zu besitzen. Ein Großteil der Befragten beschäftigt sich demnach mit der Erstellung online-gestützter Bildungsangebote ohne mediendidaktische Kompetenz. Dabei ist offenbar auch die Erfahrung in der Präsenzlehre kein Garant für ebensolches Wissen. Dies stellt sich in Bezug auf die unterschiedlich erfahrenen Gruppen wie folgt dar:

Fortgeschrittene: 57% der Fortgeschrittenen geben an, nicht über mediendidaktisches Wissen zu verfügen. Auf die Frage, warum bisher keine Weiterbildung zum Thema Mediendidaktik erfolgt ist, antwortete die Hälfte der Fortgeschrittenen, einen mangelnden Einblick in das Schulungsangebot zu besitzen. 44% dieser Gruppe geben an, die Weiterbildung auf diesem Gebiet bisher noch nicht in Betracht gezogen zu haben.

Experten: 38% der Experten besitzen kein mediendidaktisches Wissen. 50% von ihnen äußern, bisher kein Weiterbildungsangebot zum gewünschten Thema gefunden zu haben. 38% sehen keinen persönlichen Bedarf an mediendidaktischer Weiterbildung.

Bei den Befragten mit mediendidaktischer Kompetenz (Fortgeschrittene und Experten) interessierte darüber hinaus der Aneignungszeitpunkt des Wissens.

Fortgeschrittene: 63% der Fortgeschrittenen geben an, sich parallel zur Erstellung eines Online-Bildungsangebotes mit Mediendidaktik beschäftigt zu haben. Dabei erwarben 77% ihr Wissen im Selbststudium. Ein Drittel der Befragten erwarb sich dieses in der Ausbildung. Nur 12% geben an, jemals eine Weiterbildung zum Thema Mediendidaktik besucht zu haben.

Experten: 48% der Experten eigneten sich mediendidaktisches Wissen parallel zur Contenterstellung an. Bei 85% der Experten erfolgte die Aneignung im Selbststudium, bei 30% in einer früheren Ausbildung. 31% der Experten haben in der Vergangenheit eine mediendidaktische Schulung besucht.

Bei Fortgeschrittenen und Experten gleichermaßen liegt der Zeitpunkt der Weiterbildungsteilnahme zwei oder mehr Jahre zurück.

Fortgeschrittene: Die Tätigkeiten der Fortgeschrittenen liegen vermehrt in medientechnischen Bereichen, wie der Bereitstellung der Inhalte auf Lernplattformen oder der Umsetzung mittels Autorenwerkzeugen. Auch hinsichtlich der verwendeten Systeme beschränken sich die Tätigkeiten der Fortgeschrittenen zumeist auf die Nutzung von Lernplattformen (LMS).

Experten: Die Tätigkeitsbereiche der Experten sind demgegenüber weiter gestreut und betreffen häufig alle im Erstellungsprozess auftauchenden mediendidaktischen und medientechnischen Arbeitsbereiche. Obgleich die Nutzung von Lernplattformen hier ebenfalls stark verbreitet ist, geben die Experten an, Erfahrungen mit unterschiedlichen, zum Teil auch komplexeren Systemen zu besitzen.

Die projektunabhängig angestellten wissenschaftlichen Mitarbeiter und Hilfskräfte (Fortgeschrittene) geben häufiger an, Erfahrungen in der Präsenzlehre zu besitzen, als die Befragten der Referenzgruppe (Experten). Die Präsenzlehre scheint zu den Einsatzbereichen der Fortgeschrittenen zu gehören.

Ein Großteil der Befragten beider Gruppen gibt an, kein mediendidaktisches Wissen zu besitzen. Die Mehrzahl der Befragten mit mediendidaktischem Wissen in beiden Gruppen äußert, dieses parallel zur Erstellung eines online-gestützten Bildungsangebotes im Selbststudium erworben zu haben.

4.2 Ergebnisse der Bedarfsanalyse nach Auswertungsschwerpunkten

Folgend werden die Ergebnisse der Bedarfsanalyse differenziert nach den eingangs formulierten Auswertungsschwerpunkten dargestellt und verglichen. Dabei geht es um die Frage, ob hinsichtlich der spezifischen Gruppenmerkmale unterschiedliche Anforderungen an ein mediendidaktisches Weiterbildungsangebot festzustellen sind.

4.2.1 Auswertungsschwerpunkt 1: Die drei Kompetenzniveaus

Hinsichtlich der Differenzierung der Befragten nach Kompetenzniveau ergibt sich folgende Verteilung:

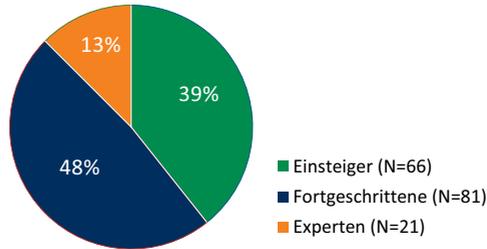


Abbildung 7: Zusammensetzung der Befragten nach Kompetenzniveau

Der aktuelle Weiterbildungsbedarf der Befragten wurde ermittelt. Dabei machten diese Angaben zu den in Kapitel 3 eingeführten Kompetenzbereichen.

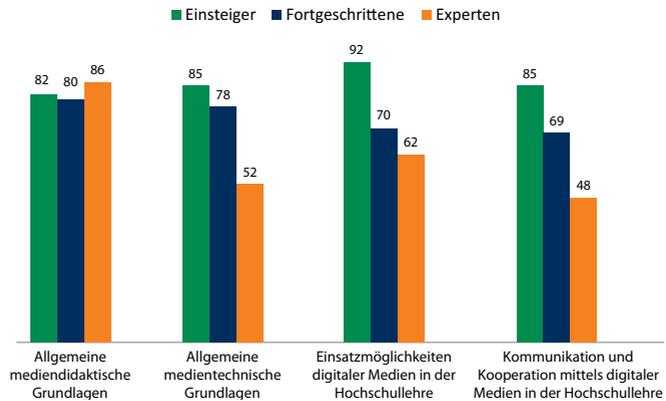


Abbildung 8: Bedarf an mediendidaktischen und medientechnischen Grundlagen (in Prozent)

Der Bedarf an mediendidaktischen und medientechnischen Grundlagenwissen besteht in allen drei Befragungsgruppen. Insbesondere im Kompetenzbereich „Allgemeine mediendidaktische Grundlagen“ unterscheidet sich die Nachfrage zwischen Einsteigern, Fortgeschrittenen und Experten kaum. In den übrigen drei Inhaltsbereichen äußern Einsteiger das größte Interesse, gefolgt von den Fortgeschrittenen

MEDIENDIDAKTISCHE UND MEDIEN-TECHNISCHE GRUNDLAGEN

HINWEIS

Folgender Weiterbildungsbedarf wurde erfasst:

Kein Bedarf – fortgeschrittene Kompetenzen vorhanden,

Mittlerer Bedarf – Grundlagenwissen vorhanden,

Hoher Bedarf – wenig bzw. kein Wissen in diesem Bereich

Kann dazu keine Aussage treffen

Im Folgenden werden unter Bedarf die Angaben zu „Mittlerer“ und „Hoher Bedarf“ zusammengefasst.

und den Experten, wobei jedoch in fast allen Bereichen mindestens die Hälfte der Befragten einen Bedarf äußert.

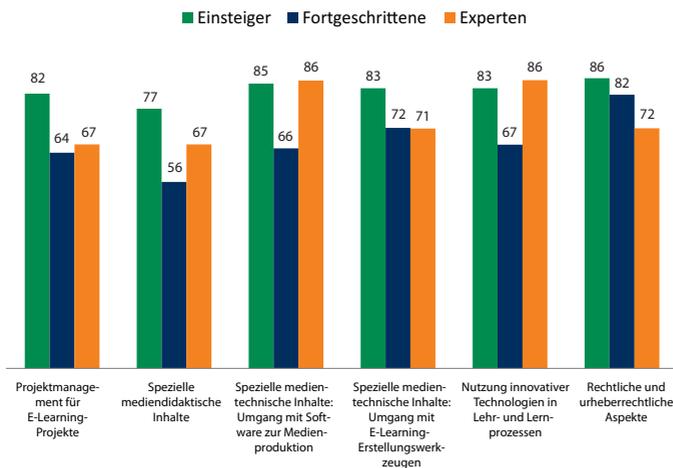


Abbildung 9: Bedarf an speziellen mediendidaktischen und medientechnischen Inhalten (in Prozent)

Hinsichtlich spezieller Themen ist ebenfalls eine hohe Nachfrage bei allen drei Befragungsgruppen festzustellen. Insbesondere Einsteiger zeigen sich sehr interessiert an speziellen Themen. Bei den Experten zeigt sich ein besonderer Bedarf an Inhalten wie „Umgang mit Software zur Medienproduktion“ sowie „Nutzung innovativer Technologien in Lehr- und Lernprozessen“.

Zusammenfassend kann konstatiert werden, dass ein vergleichbar hoher Bedarf sowohl an mediendidaktischen und medientechnischen Grundlagen als auch an speziellen Themen besteht.

Den höchsten Bedarf an grundlegenden und speziellen Inhalten haben die Einsteiger. Die Experten wünschen sich neben allgemeinen mediendidaktischen Grundlagen vor allem Weiterbildungen zu speziellen Themen.

Die Fortgeschrittenen geben in Bezug auf ihren Bedarf an speziellen Inhalten häufig an, keine Aussage treffen zu können. Dennoch kann festgestellt werden, dass die Fortgeschrittenen einen hohen Bedarf an Inhalten grundlegender Themen haben und dass etwa die Hälfte der Befragten ebenfalls Bedarf an speziellen Inhalten äußert.

SPEZIELLE MEDIEN-DIDAKTISCHE UND MEDIENTECHNISCHE INHALTE

HINWEIS

Bei der Gruppe der Fortgeschrittenen ist auffällig, dass etwa ein Drittel der Befragten angibt, keine Aussage treffen zu können. Der Grund für diese Besonderheit ist unklar, dennoch kann dies als eine Erklärung für die vergleichsweise geringen Bedarfsangaben gewertet werden.

Welchen Bedarf haben die drei Befragungsgruppen in Bezug auf die Merkmale eines optimalen Weiterbildungsangebotes? Wo sind Differenzen zwischen den Befragungsgruppen zu verorten?

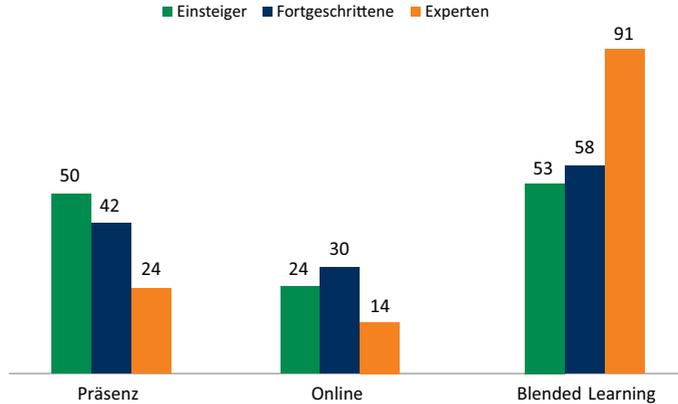


Abbildung 10: Bedarf an Weiterbildungsformen (in Prozent)

WEITERBILDUNGS-FORM

Hinsichtlich der Weiterbildungsform wünschen sich die Hälfte der potentiellen Einsteiger sowie der Fortgeschrittenen eine Weiterbildung in Form eines Blended Learning-Szenarios oder einer Präsenzveranstaltung. Etwa ein Drittel äußert Bedarf an einer reinen Online-Veranstaltung.

Bei den Experten geben 91% an, Bedarf an einer Schulung in Form von Blended Learning zu haben. 24% von ihnen wünschen sich eine Weiterbildung in Präsenzform.

WEITERBILDUNGS-FORMAT

Hier liegen die Angaben aller Befragten etwa gleich verteilt, so dass zusammenfassend bei allen Befragungsgruppen der Wunsch nach allen Formaten (Vortrag, Schulung/Seminar, Workshop und Beratung) formuliert werden kann. Differenzen gab es nur hinsichtlich der Angebotsform der unterschiedlichen Formate.

Tabelle 3: Bedarf an Weiterbildungsformaten

	Einsteiger	Fortgeschrittene	Experten
Vortrag	Präsenz (47%)	Präsenz (43%)	Online (43%)
Schulung/ Seminar	Präsenz/Blended (39%) (49%)	Präsenz/Blended (41%) (39,5%)	Blended (71%)
Workshop	Präsenz (50%)	Präsenz (61%)	Präsenz (57%)
Beratung	Präsenz (49%)	Präsenz (44%)	Präsenz (52%)

Bei allen Befragungsgruppen wird der Wunsch nach Beratungen und Workshops in Präsenzform deutlich. Einen Vortrag wünschen sich Einsteiger und Fortgeschrittene gleichermaßen in Präsenzform. Experten tendieren dem gegenüber zu einem Onlinevortrag. Der Bedarf an Seminaren in Blended Learning-Form besteht in allen Befragungsgruppen. Präsenzseminare können sich darüber hinaus Einsteiger und Fortgeschrittene vorstellen.

Sinkt die Bereitschaft, eine Weiterbildung zu besuchen, mit zunehmender Entfernung des Veranstaltungsortes vom Hochschulstandort?

Die meisten aller Befragten gaben an, eine Schulung innerhalb des eigenen Hochschulstandortes besuchen zu wollen (ca. 90%). Die Bereitschaft, zu einer Schulung zu reisen, ist bei den Experten am höchsten (52%). Bei den Einsteigern und den Fortgeschrittenen ist nur etwa ein Drittel der Befragten dazu bereit.

Weiterbildungsangebote im Internet, als Möglichkeit einer ortsunabhängigen Schulung, sind für 59% der Fortgeschrittenen und 76% der Experten eine Alternative.

WEITERBILDUNGS- ORT

Als Unterstützungsformen gelten Angebote, die im Prozess der Contenterstellung und parallel zu Weiterbildungsveranstaltungen für die Informationsgewinnung herangezogen werden können.

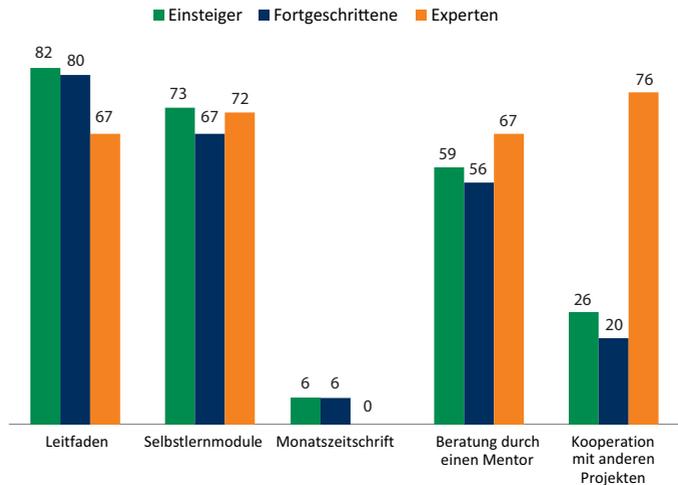


Abbildung 11: Bedarf an Unterstützungsformen (in Prozent)

Bei Einsteigern und Fortgeschrittenen wurde der Leitfaden als Unterstützungsform am häufigsten genannt, gefolgt von Selbstlernmodulen und Beratungsangeboten.

Experten präferieren hingegen die Kooperation mit anderen Projekten und die Nutzung von Selbstlernmodulen. Leitfaden und Beratungsangebote haben aber auch in dieser Gruppe eine wichtige unterstützende Funktion.

Die Beurteilung der subjektiven Wichtigkeit verschiedener Merkmale einer optimalen Weiterbildung erfolgte mittels einer Skala von „nicht wichtig“ bis „sehr wichtig“. Im Folgenden werden unter „Bedarf“ die Ausprägungen wichtig und sehr wichtig zusammengefasst.

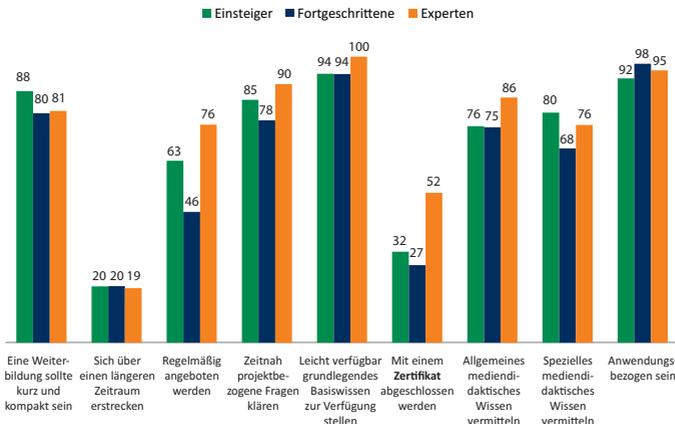


Abbildung 12: Bedarf an sonstigen Merkmalen einer Weiterbildung (in Prozent)

Am häufigsten äußern die Befragten den Wunsch nach leicht verfügbaren, zeitlich effizienten und anwendungsbezogenen Angeboten. Des Weiteren wird der vergleichbar hohe Bedarf aller Befragungsgruppen an allgemeinen und speziellen Weiterbildungsinhalten bestätigt. Der Wunsch nach einem regelmäßigen Angebot besteht vor allem bei den Einsteigern und den Experten. Darüber hinaus äußert die Mehrheit der Experten Bedarf an zertifizierten Veranstaltungen.

Nur für wenige Befragte ist ein Weiterbildungsangebot, welches sich über einen längeren Zeitraum erstreckt, attraktiv.

Obleich sich die Befragungsgruppen hinsichtlich ihrer Bedarfe an Form, Format, Ort, Unterstützungsform und sonstigen Merkmalen in weiten Teilen ähneln, konnten doch einige Unterschiede mit Bezug zum Kompetenzniveau der Befragten herausgestellt werden. Vor allem für die Gruppe der Experten lassen sich spezielle Ansprüche formulieren, wie z.B. Blended Learning-Schulungen als optimale Weiterbildungsform, die Kooperation mit anderen Projekten als hilfreichste Unterstützungsform sowie der vergleichsweise hohe Bedarf an zertifizierten Veranstaltungen.

DEFINITION

Zertifikat – Anerkannter Nachweis einer Qualifikation. In Sachsen ist die Erlangung eines bundesweit anerkannten Zertifikates über das Hochschuldidaktische Zentrum Sachsen (HDS) möglich, dessen Angebotsspektrum kontinuierlich ausgebaut wird. Das HDS bietet sich als Ansprechpartner für Weiterbildungsanbieter an (www.hds.uni-leipzig.de).

ERFAHRUNG IN DER CONTENT-ERSTELLUNG

4.2.2 Auswertungsschwerpunkt 2: Die Fachbereiche

Bei der Differenzierung der Befragten hinsichtlich ihres Fachbereiches konnten eine Reihe von Besonderheiten herausgestellt werden. Zunächst ist eine unterschiedliche Verteilung der Befragten mit Erfahrung in der Contenterstellung festzustellen.

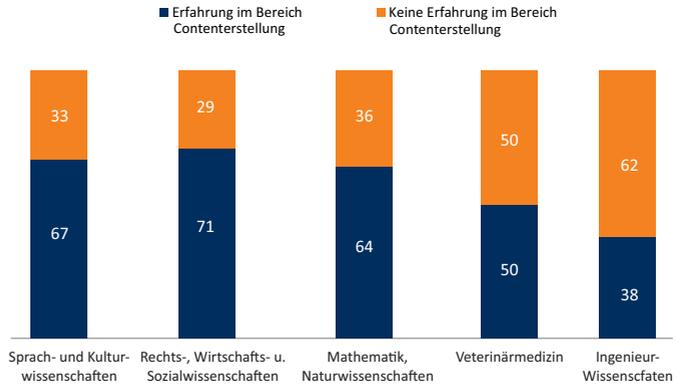


Abbildung 13: Verteilung der Befragten nach Erfahrung im Bereich Contenterstellung (in Prozent)

MEDIENDIDAKTISCHES WISSEN

Zu vermuten wäre, dass diejenigen, welche über Erfahrungen im Bereich der Contenterstellung verfügen, zugleich mediendidaktische Kompetenzen besitzen. Folgende Abbildung stellt beide Angaben gegenüber.

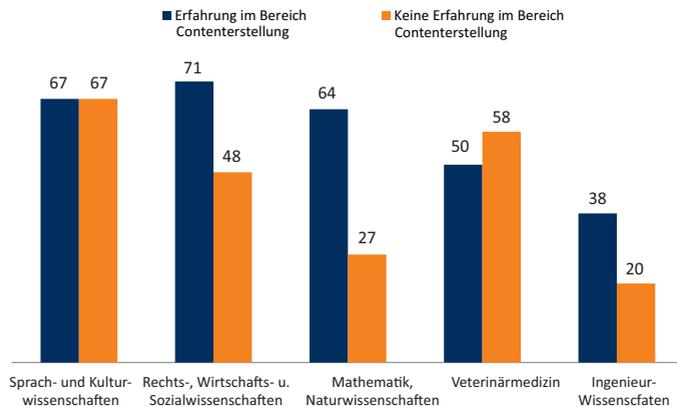


Abbildung 14: Erfahrung im Bereich Contenterstellung und mediendidaktische Kompetenz (in Prozent)

Während im Fachbereich **Sprach- und Kulturwissenschaften** die Erfahrung im Bereich der Contenterstellung mit dem Vorhandensein mediendidaktischer Kompetenz gleichgesetzt werden kann, gibt es in den übrigen Fachbereichen starke Abweichungen. Der Fachbereich **Veterinärmedizin** bildet ebenfalls eine Ausnahme. Hier übersteigt die Anzahl derer mit mediendidaktischer Kompetenz die Anzahl derjenigen mit Erfahrung in der Contenterstellung.

In den übrigen drei Fachbereichen haben mehr Befragte Erfahrungen in der Erstellung online-gestützter Bildungsangebote als mediendidaktisches Wissen.

Es ist zu erwarten, dass in den Fachbereichen **Sprach- und Kulturwissenschaften** sowie **Veterinärmedizin** ein Bedarf an vertiefenden – speziellen – Weiterbildungsinhalten besteht. Demgegenüber ist zu erwarten, dass die übrigen Fachbereiche einen hohen Bedarf an grundlegenden und speziellen Themen äußern.

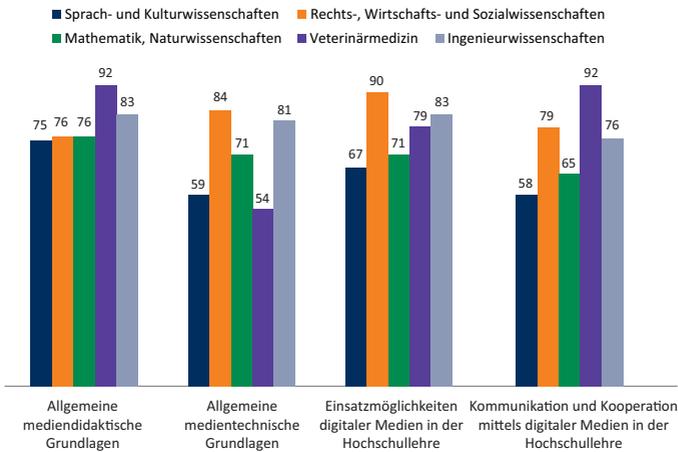


Abbildung 15: Bedarf an mediendidaktischen und medientechnischen Grundlagen (in Prozent)

Zunächst besteht ein hoher Bedarf (>50%) an allen grundlegenden Themen in jedem Fachbereich. Betrachtet man die einzelnen Fachbereiche genauer, so fällt ein besonders hoher Bedarf an allen Inhalten in den Fachbereichen **Ingenieurwissenschaften** und **Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften** auf. Dieser liegt der bei über $m=75\%$.

WEITERBILDUNGS-
INHALT

MEDIENDIDAKTI-
SCHE UND MEDIEN-
TECHNISCHE
GRUNDLAGEN

SPEZIELLE MEDIEN- DIDAKTISCHE UND MEDIENTECHNI- SCHE INHALTE

Auch im Fachbereich **Veterinärmedizin** besteht eine große Nachfrage nach Grundlagenwissen. Nur im Inhaltsbereich „Medientechnik“ ist der Bedarf vergleichsweise gering. Im Fachbereich **Mathematik, Naturwissenschaften** ist ein mittlerer Bedarf (m=70%) an grundlegenden Inhalten festzustellen. Die geringste Nachfrage nach mediendidaktischen und medientechnischen Grundlagen äußern die Befragten aus dem Fachbereich **Sprach- und Kulturwissenschaften** (m=65%).

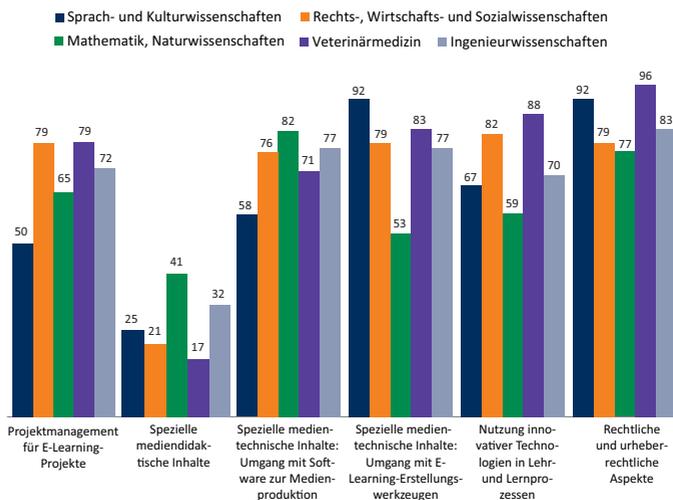


Abbildung 16: Bedarf an speziellen mediendidaktischen und medientechnischen Inhalten (in Prozent)

In allen Fachbereichen fällt zunächst der geringe Bedarf an speziellen mediendidaktischen Inhalten auf. Die Mehrheit der Contentersteller gibt an, Erfahrungen im Umgang mit Learning Management Systemen zu haben. Dies könnte eine Erklärung für die geringe Bedarfsäußerung zu diesem Themenfeld sein.

Den höchsten Bedarf an allen speziellen Themen äußern die Fachbereiche **Veterinärmedizin, Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften** sowie die **Ingenieurwissenschaften**.

Bei den Angehörigen der **Sprach- und Kulturwissenschaften** ist ein hoher Bedarf hinsichtlich rechtlicher und urheberrechtlicher Aspekte und dem Umgang mit E-Lear-

ning-Erstellungswerkzeugen festzustellen. In den übrigen Inhaltsbereichen ist die Nachfrage vergleichsweise gering.

Die Befragten des Fachbereiches **Mathematik, Naturwissenschaften** geben an, Weiterbildungsbedarf zu Themen der Medienproduktion, zu rechtlichen und urheberrechtlichen Aspekten sowie zum Projektmanagement für E-Learning-Projekte zu haben. Die anderen Inhaltsbereiche werden seltener genannt, obgleich hier der Bedarf bei mindestens 50% liegt.

Im Folgenden werden die Besonderheiten der einzelnen Fachbereiche noch einmal zusammengefasst:

Im Fachbereich Veterinärmedizin ist auffällig, dass ein hoher Bedarf an Weiterbildung zu fast allen Inhalten besteht. Die hohen Bedarfsäußerungen spiegeln ein großes Interesse am Thema E-Learning wider.

Leider liegen keine Daten aus der Humanmedizin vor, welche die Ergebnisse aus dem Fachbereich Veterinärmedizin ergänzen und gegebenenfalls eine Verallgemeinerung auf den gesamten Fachbereich Medizin zulassen würden.

Im Fachbereich Mathematik, Naturwissenschaften geben 64% der Befragten an, Erfahrungen mit der Contenterstellung zu haben, jedoch verfügen nur 27% über mediendidaktische Kompetenz. Dies könnte darauf hinweisen, dass es einerseits zahlreiche Angebote im Bereich online-gestützter Lehre gibt, andererseits diese meist ohne mediendidaktisches Grundwissen umgesetzt werden. Der Bedarf an grundlegenden und speziellen Inhalten erscheint vor diesem Hintergrund eher gering. Auffällig ist überdies, dass die Befragten bei der Reflexion des persönlichen Weiterbildungsbedarfs (im Vergleich zu den anderen Fachbereichen) häufig das Item „Kann dazu keine Aussage treffen“ wählten. Möglicherweise müssten die Contentersteller dieses Fachbereichs zunächst für die Relevanz mediendidaktischen Wissens in der E-Learning-Entwicklung sensibilisiert werden.

38% der Befragten des Fachbereiches Ingenieurwissenschaften geben an, Erfahrungen im Bereich der Contenterstellung zu besitzen. Dies ist im Vergleich mit den anderen Fachbereichen der niedrigste Wert. Auch der Prozentsatz der

**VETERINÄR-
MEDIZIN**

**MATHEMATIK,
NATURWISSEN-
SCHAFTEN**

**INGENIEUR-
WISSENSCHAFTEN**

**SPRACH- UND
KULTURWISSEN-
SCHAFTEN**

Befragten mit mediendidaktischem Wissen ist hier mit 20% am geringsten. Der Bedarf an grundlegenden und speziellen Themen ist in dieser Gruppe hoch. Wie im Fachbereich Mathematik, Naturwissenschaften fällt auf, dass ein Großteil der Befragten angibt, keine Aussage zum persönlichen Weiterbildungsbedarf treffen zu können. Es wird vermutet, dass die aufgeführten Inhaltsbereiche bzw. die Begrifflichkeiten wenig bekannt sind und es den Befragten demnach schwer fällt, einen persönlichen Weiterbildungsbedarf zu formulieren. Auch hier ist möglicherweise zunächst eine Sensibilisierung für die Relevanz der Themen notwendig.

Im Fachbereich Sprach- und Kulturwissenschaften sind die Bedarfsäußerungen hinsichtlich grundlegender Themen vergleichsweise gering. Auch der Bedarf an speziellen Inhalten liegt hinter dem der übrigen Fachbereiche, mit Ausnahme von „Umgang mit E-Learning-Erstellungswerkzeugen“ sowie „Rechtliche und urheberrechtliche Aspekte“. Hier kann ein zunehmender Bedarf an ausgewählten speziellen Themen festgestellt werden.

**RECHTS-, WIRT-
SCHAFTS- UND
SOZIALWISSEN-
SCHAFTEN**

Der Fachbereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften ist der mit den meisten erfahrenen Contentestellern. Auch in der Referenzgruppe stammte die Mehrzahl der E-Learning-Akteure aus diesem Fachbereich. Diese Zahlen sprechen dafür, dass die online-gestützte Lehre in diesem Fachbereich besonders gefördert wird bzw. sich bereits stärker etabliert hat. Dennoch geben nur 34% von ihnen an, über mediendidaktische Kompetenz zu verfügen. Eine hohe Nachfrage an mediendidaktischen und medientechnischen Inhalten ist wahrscheinlich und wurde im Rahmen der Untersuchung bestätigt. Es konnte ein hoher Bedarf an grundlegenden und speziellen mediendidaktischen sowie medientechnischen Weiterbildungsthemen festgestellt werden.

5. EMPFEHLUNGEN FÜR WEITERBILDUNGSANBIETER

Auf Grundlage der Angebots- und der Bedarfsanalyse werden im Folgenden Empfehlungen formuliert, welche die Konzeption eines adressatengerechten mediendidaktischen Weiterbildungsangebotes für Contentersteller unterstützen sollen.

5.1 Empfehlungen zum Weiterbildungsinhalt

Es wurde ein hoher Bedarf an Weiterbildungen zu grundlegenden Themen festgestellt. Insbesondere potentielle Einsteiger in den Bereich der Contenterstellung wünschen sich Weiterbildungen zu derartigen Themen. Zwar sinkt die Nachfrage nach grundlegenden Inhalten mit steigendem Kompetenzniveau, dennoch äußert die Hälfte der Fortgeschrittenen und der Experten einen Bedarf an Grundlagenwissen.

Differenzierung nach Kompetenzniveau

Eine Differenzierung der Weiterbildungsangebote zu mediendidaktischen und medientechnischen Grundlagen nach Kompetenzniveaus erscheint nicht erforderlich und wäre eventuell sogar kontraproduktiv, da Fortgeschrittene bzw. Experten kaum eine Veranstaltung für Einsteiger besuchen würden. Vielmehr sollten die Inhalte detailliert aufgeführt werden, so dass die Interessenten selbst entscheiden können, ob die Schulung zum persönlichen Bedarf passt. Zudem sollte das Angebot die verschiedenen Kompetenzniveaus (Einsteiger, Fortgeschrittene und Experten) integrieren und an ihre spezifischen Arbeitstätigkeiten anknüpfen, um somit deren Kompetenzen zu erweitern.

Hinsichtlich des Weiterbildungsbedarfes an grundlegenden Inhalten wurden Differenzen aufgezeigt, welche sich auf den Fachbereich der Contentersteller zurückführen lassen. Daraus resultieren folgende Empfehlungen:

**GRUNDLAGEN
UND KOMPETENZ-
NIVEAU**

**GRUNDLAGEN
UND FACHBEREICH**

Grundlegende Inhalte

Die Konzeption eines Weiterbildungsangebotes zu grundlegenden mediendidaktischen und medientechnischen Inhalten sollte grundsätzlich alle Fachbereiche berücksichtigen. Die Bereiche Ingenieurwissenschaften, Veterinärmedizin und Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sollten – aufgrund ihres hohen medienbezogenen Qualifikationsbedarfes – besondere Berücksichtigung finden. Dies könnte beispielsweise durch eine gezielte Bekanntgabe des Weiterbildungsangebotes oder durch Wahl eines besonderen Veranstaltungsortes erfolgen.

Sensibilisierung für grundlegende Themen

Insbesondere der Fachbereich Mathematik, Naturwissenschaften benötigt zunächst eine Sensibilisierung für die Relevanz mediendidaktischer Themen bei der Contenterstellung.

Fachdidaktische Inhalte

Ein Weiterbildungsangebot welches sich einem speziellen Fachbereich zuwendet, sollte von der Möglichkeit Gebrauch machen, grundlegende mediendidaktische Themen mit fachdidaktischen Inhalte zu verbinden.

Hochschulübergreifende Angebote

Grundlegende medientechnische Schulungen sollten auch hochschulübergreifend angeboten werden.

SPEZIELLE INHALTE UND KOMPETENZ- NIVEAU

Der Bedarf an speziellen Inhalten sowohl zur Mediendidaktik als auch zur Medientechnik besteht auf allen Kompetenzniveaus. Vor allem Einsteiger äußern Interesse an speziellen Themen. Experten äußern den höchsten Bedarf in den Bereichen „Umgang mit Software zur Medienproduktion“ sowie „Nutzung innovativer Technologien in Lehr- und Lernprozessen“. Die Fortgeschrittenen äußern den geringsten Bedarf an speziellen Inhalten.

Differenzierung nach Kompetenzniveau

Weiterbildungen zu speziellen Themen sollten auf die Angabe zum Kompetenzniveau der Zielgruppe verzichten, da der Bedarf auf allen drei Kompetenzniveaus besteht. Insbesondere die Gruppe der Fortgeschrittenen könnte davon profitieren, dass stattdessen eine detaillierte Angabe der Inhalte der Weiterbildung erfolgt.

Ausweitung des Angebotes an medientechnischen Themen

Das Weiterbildungsangebot sollte neben speziellen medientechnischen Themen zur Nutzung von Learning Management Systemen auch medientechnische Inhalte zur Frage der Medienproduktion für das E-Learning beinhalten. Schulungen zur Nutzung weiterer E-Learning-Erstellungswerkzeuge (Testgeneratoren, LCMS) können das Angebot erweitern.

Aktualität spezieller Themen

Bei der Konzeption des Weiterbildungsangebotes sollte auf die Aktualität der Themen geachtet werden. Insbesondere erfahrene Contentersteller wünschen sich Schulungen zu neuesten Entwicklungen und innovativen Technologien im Bereich E-Learning.

Mindestens die Hälfte der Befragten in den unterschiedlichen Fachbereichen formuliert einen Bedarf an speziellen mediendidaktischen und medientechnischen Inhalten.

Fachdidaktische Inhalte

Ein Weiterbildungsangebot, welches auf einzelne Fachbereiche ausgerichtet ist, hat die Möglichkeit fachdidaktische Inhalte und spezielle mediendidaktische Themen zu verbinden.

Sensibilisierung für spezielle Themen

Der Fachbereich Mathematik, Naturwissenschaften bedarf hinsichtlich spezieller Themen einer besonderen Beachtung. Hier sollte zuerst die Relevanz der Themen für die Contenterstellung verdeutlicht werden.

**SPEZIELLE
INHALTE UND
FACHBEREICH**

**WEITERBILDUNGS-
FORM****WEITERBILDUNGS-
FORMAT****E-Learning-Projekte**

Der Fachbereich Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften weist die meisten geförderten E-Learning-Erstellungsprojekte auf. Schulungen zum Projektmanagement von E-Learning-Projekten oder zu anderen projektspezifischen Themen sollten hier verstärkt angeboten werden.

**5.2 Empfehlungen zur Durchführung
einer Weiterbildung**

Die folgenden Empfehlungen beschreiben die Nachfrage der Zielgruppe hinsichtlich verschiedener Weiterbildungsmerkmale. In Bezug auf die Weiterbildungsform lässt sich folgendes resümieren:

Blended Learning-Angebote

Die Konzipierung von Weiterbildungen in Blended Learning-Form erscheint notwendig, da derartige Angebote aktuell nicht festzustellen sind.

Präsenz-Angebote

Soll ein Angebot speziell für Einsteiger entwickelt werden, eignet sich die Präsenzform.

Die festgestellten Weiterbildungen werden hauptsächlich als Workshops und Schulungen/Seminare in Präsenzform sowie als Online-Angebot in Form von Webinaren angeboten. Dies entspricht den Anforderungen der Zielgruppe. Der Bedarf an Beratungsangeboten und Vorträgen wird nicht gedeckt.

Mediendidaktische Beratungsangebote

Die Schaffung von lokalen Beratungsangeboten für Contentersteller zum Thema Mediendidaktik erscheint dringend erforderlich.

Vorlesungen/Vorträge

Vorträge zum Thema E-Learning werden von Contentstellern aller Kompetenzniveaus gewünscht. Die Aufzeichnung einer Präsenzveranstaltung und die anschließende Bereitstellung im Internet könnte sowohl dem Bedarf von Einsteigern und Fortgeschrittenen als auch dem der Experten Rechnung tragen.

In der Bedarfserhebung äußern nahezu alle Befragten den Wunsch nach Weiterbildungen innerhalb des Hochschulstandortes. Reisebereit innerhalb Sachsens zeigt sich maximal die Hälfte.

Hochschulnahe Angebote

Attraktiv für alle Kompetenzniveaus sind Weiterbildungen innerhalb des Hochschulstandortes. Dies sollte bei der Auswahl der Veranstaltungsorte berücksichtigt werden. Insbesondere die in Kapitel 3 aufgeführten Hochschulstandorte sind dabei zu integrieren.

Ortsunabhängige Online-Schulungen

Eine Ausweitung des Weiterbildungsangebotes hin zu ortsunabhängigen Online-Schulungen (Vorträge, Selbstlernmodule) wird angeraten. Diese Angebote stellen vor allem für Fortgeschrittene und Experten eine Alternative zur Präsenzveranstaltung dar.

Als zielgruppengerechte Unterstützungsformen stellten sich bei allen drei Befragungsgruppen Leitfaden, Selbstlernmodule und Beratungsangebote heraus. Die Experten wünschen sich darüber hinaus eine stärkere Kooperation mit anderen Projekten.

Leitfaden

Die Entwicklung eines Leitfadens, welcher grundlegende Informationen zur Entwicklung online-gestützter Lehre beinhaltet (Planung, mediendidaktische Grundlagen, Qualität, Umsetzung etc.), entspricht dem Bedarf der Zielgruppe.

VERANSTALTUNGORT

UNTERSTÜTZUNGSFORMEN

**SONSTIGE
WEITERBILDUNGS-
MERKMALE****Selbstlernmodule**

Die Konzeption und Bereitstellung von Selbstlernmodulen bietet einen ortsunabhängigen, zeitlich flexiblen und zielgruppengerechten Zugang zu Inhalten rund um das Thema E-Learning.

Kooperation

Die Förderung der Kooperation von Projekten wird den Anforderungen der Experten gerecht. Weitere Informationen dazu erhalten sie z.B. über das Projekt „Q2P“ des Medienzentrums der TU Dresden (http://tu-dresden.de/die_tu_dresden/zentrale_einrichtungen/mz/forschung/aktuelle_projekte/q2p).

In Bezug auf sonstige Weiterbildungsmerkmale konnten Präferenzen der Zielgruppe aufgezeigt werden. Dabei wurde besonders auf den Wunsch nach zeitlich effizienten, leicht zugänglichen sowie anwendungsbezogenen Angeboten hingewiesen. Diese Ergebnisse bestätigen die Nachfrage nach kompakt aufbereiteten Informationen in Form eines Leitfadens sowie nach leicht zugänglichen und flexibel nutzbaren Selbstlernmodulen.

Zeitliche Effizienz

Ein zielgruppengerechtes Weiterbildungsangebot sollte kurz und kompakt sein. Der Forderung nach der zeitnahen Klärung projektbezogener Fragen kann durch die Schaffung von Beratungsangeboten nachgekommen werden.

Anwendungsbezug

Auf Anwendungsbezug der Schulungen ist zu achten. Dies sollte bereits in der Inhaltserstellungsphase berücksichtigt werden.

Verfügbarkeit

Grundlegendes Basiswissen sollte in einer Form aufbereitet sein, welche sich durch leichte Verfügbarkeit auszeichnet (z.B. Leitfaden, Selbstlernmodul).

Regelmäßigkeit

Ist eine Schulung auf die Belange von Einsteigern oder Experten abgestimmt, so ist es sinnvoll, diese in regelmäßigen Abständen (z.B. einmal im Semester) anzubieten.

Die Angaben zum Bedarf an zertifizierten Schulungen sind äußerst verschieden. So äußern die wenigsten Fortgeschrittenen Interesse am Erwerb eines Zertifikates. Als Gründe werden vor allem der hohe zeitliche und finanzielle Aufwand genannt, welcher sich nicht mit der Arbeit vereinbaren lässt. Ein Drittel von ihnen gibt an, dass ihnen zertifizierte Angebote nicht bekannt sind. Dagegen hält ca. die Hälfte der Experten zertifizierte Veranstaltungen für wichtig.

Transparenz

Das Angebot, die Anforderungen an die Teilnehmer (zeitlich, inhaltlich und finanziell) und der Nutzen zertifizierter Veranstaltungen sollten transparenter dargestellt werden.

Auf welche Weise Weiterbildungsanbieter aktuelle Informationen zum Weiterbildungsangebot adressatengerecht bekanntgeben können, wurde erhoben.

Bekanntgabe an Hochschulen

Die Verteilung von Informationsmaterial an den Hochschulen ist anzuraten. In diesem Zusammenhang lässt sich auch ein fachbereichsspezifisches Angebot verbreiten bzw. die Sensibilisierung wissenschaftlichen Personals für die Relevanz mediendidaktischer Kompetenz für die Contenterstellung bewerkstelligen.

Zentrale Website

Die Nutzung einer zentralen sachsenweiten Website, welche das gesamte Weiterbildungsangebot präsentiert, entspricht dem Bedarf der Zielgruppe.

Newsletter

Das Abonnement eines Newsletters kann darüber hinaus angeboten werden (z.B. über die Website des Weiterbildungsanbieters).

ZERTIFIKAT

BEKANNTGABE DES WEITER- BILDUNGS- ANGEBOTES

METHODISCHER EXKURS

Nach dem Bericht des Statistischen Landesamtes Sachsen über das Personal an den Hochschulen im Freistaat Sachsen aus dem Jahr 2010 sind 11.234 wissenschaftliche Mitarbeiter und Hilfskräfte an sächsischen Hochschulen tätig (vgl. Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen 2010).

Im Zuge ebendieser Erhebung wurden die einzelnen Lehrbereiche insgesamt neun Fachbereichen zugeordnet. Folgende Tabelle zeigt die Einteilung des Statistischen Landesamtes, welche auch in der Studie zum vorliegenden Leitfaden verwendet wurde.

Tabelle 4: Fachbereiche an sächsischen Hochschulen und zugeordnete Lehrbereiche (vgl. ebd.)

Fachbereich	Zugeordnete Lehrbereiche
Sprach- und Kulturwissenschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine und vergleichende Literatur- und Sprachwissenschaft • Altphilologie • Anglistik, Amerikanistik • Erziehungswissenschaften • Evangelische Theologie • Katholische Theologie • Germanistik • Geschichte • Kulturwissenschaften • Philosophie • Psychologie • Romanistik • Slawistik • Sonderpädagogik • Sonstige Sprach- und Kulturwissenschaften
Sport	<ul style="list-style-type: none"> • Sport
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Politikwissenschaften • Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften allgemein • Rechtswissenschaften • Regionalwissenschaften • Sozialwissenschaften • Wirtschaftswissenschaften
Mathematik, Naturwissenschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Biologie • Chemie • Geografie

Fachbereich	Zugeordnete Lehrbereiche
	<ul style="list-style-type: none"> • Geowissenschaften • Informatik • Mathematik • Physik, Astronomie • Pharmazie
Humanmedizin	<ul style="list-style-type: none"> • klinisch-theoretische Humanmedizin • klinisch-praktische Humanmedizin • vorklinische Humanmedizin (einschl. Zahnmedizin) • Zahnmedizin (klinisch-praktisch und klinisch-theoretisch)
Veterinärmedizin	<ul style="list-style-type: none"> • klinisch-praktische Veterinärmedizin • klinisch-theoretische Veterinärmedizin • Veterinärmedizin allgemein • vorklinische Veterinärmedizin
Ingenieurwissenschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Bauingenieurwesen • Maschinenbau/Verfahrenstechnik • Raumplanung • Architektur • Elektrotechnik • Ingenieurwissenschaften allgemein • Verkehrstechnik, Nautik • Vermessungswesen
Fachbereich	Zugeordnete Lehrbereiche
Kunst und Kunstwissenschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Darstellende Kunst, Film und Fernsehen, Theaterwissenschaft • Kunst, Kunstwissenschaft allgemein • Musik, Musikwissenschaft • Gestaltung • Bildende Kunst
Agrar-, Forst-, und Ernährungswissenschaften	<ul style="list-style-type: none"> • Forstwissenschaft, Holzwirtschaft • Landespflege, Umweltgestaltung

Die Ordnung des Statistischen Landesamtes ermöglichte einen praktikablen Zugang zur Zielgruppe. Mittels einer Zufallsstichprobenziehung wurden die zu befragenden Fachbereiche an den entsprechenden Hochschulen bestimmt.

Die Stichprobe setzt sich wie folgt zusammen:

Tabelle 5: Stichprobe der Bedarfsanalyse – Ausgewählte Hochschulen nach Fachbereich

Fachbereich	Hochschulen	Anzahl der zu Befragenden
Sprach- und Kulturwissenschaften	TU Dresden	501
	HS Zittau/Görlitz	2
Sport	TU Chemnitz	27
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	TU Dresden	278
	IHI Zittau	17
	HTWK Leipzig	4
Mathematik, Naturwissenschaften	TU Chemnitz	303
	HTW Dresden	41
	HS Mittweida	4
Humanmedizin	Universität Leipzig	1269
Veterinärmedizin	Universität Leipzig	189
Ingenieurwissenschaften	TU Chemnitz	693
	TU Bergakademie Freiberg	570
	HTW Dresden	115
Kunst und Kunstwissenschaft	Westfälische HS Zwickau	20
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	HTW Dresden	20

Die Stichprobengröße der zu befragenden wissenschaftlichen Mitarbeiter und Hilfskräfte beträgt 4.053.

Die Verteilung der Fragebögen erfolgte über die den Fachbereichen zugeordneten Lehrbereiche. Dabei wurden die Leiter der jeweiligen Institute gebeten, die Einladung zur Online-Umfrage an ihr wissenschaftliches Personal weiterzuleiten.

Im Ergebnis konnte ein Rücklauf von 147 Fragebögen (3,6% der Stichprobe) verzeichnet werden. Dieser verteilte sich wie folgt:

Tabelle 6: Verteilung des Rücklaufes nach Fachbereich

Fachbereich	Häufigkeit	Prozent
Sprach- und Kulturwissenschaften	12	8,2
Sport	2	1,4
Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften	38	25,9
Mathematik, Naturwissenschaften	17	11,6
Humanmedizin	0	0
Veterinärmedizin	24	16,3
Ingenieurwissenschaften	53	36,1
Kunst und Kunstwissenschaft	1	0,7
Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften	0	0
Gesamt	147	100

Für die Fachbereiche Humanmedizin und Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften liegen keine Daten vor. In den Bereichen Sport sowie Kunst und Kunstwissenschaft war die Beteiligung zu gering, als dass sich valide Schlussfolgerungen ziehen lassen. Der Rücklauf in den übrigen Fachbereichen ist ausreichend hoch, um eine Auswertung der Daten vorzunehmen.

Ergänzend zur Stichprobe wurde eine Referenzgruppe befragt. Diese umfasst alle E-Learning-Akteure Sachsens, aus SMWK-finanzierten Projekten der Förderlinien 1 und 2, sowie aus ESF-geförderten Projekten der Jahre 2010 und 2011. Die Grundgesamtheit beträgt hier $G=40$, der Rücklauf beläuft sich auf $N=21$.

FEHLERBETRACHTUNG

Im Folgenden erfolgt eine kritische Reflexion des methodischen Vorgehens, der anschließenden Auswertung der Bestandsaufnahme mediendidaktischer Weiterbildungsangebote sowie der Bedarfsanalyse.

Ziel war die Ermittlung aktueller mediendidaktischer Schulungen in Sachsen für das Sommersemester 2011 sowie das Wintersemester 2011/12. Diese wurde mittels einer Online-Befragung von sieben sächsischen Hochschulen sowie dem HDS, ergänzt durch die Internetrecherche, umgesetzt. Obgleich gezielt aussagefähige Personen innerhalb der Hochschulen angeschrieben wurden, kann nicht sichergestellt werden, dass das ermittelte Angebot vollständig ist.

In der Auswertungsphase der Bestandsaufnahme wurden die Angebote – auf Basis der Inhaltsangaben der Schulungsanbieter – den entsprechenden Kompetenzbereichen zugeordnet. Diese Zuordnung erfolgte mit dem Ziel der besseren Übersicht über das aktuelle Weiterbildungsangebot. Berücksichtigt wurden alle angegebenen Schwerpunkte. Auch an dieser Stelle kann kein Anspruch auf

Vollständigkeit erhoben werden, da nicht sichergestellt werden kann, dass die Inhaltsangaben der Schulungsanbieter wirklich alle Inhalte des Angebotes berücksichtigen.

Die Bedarfsanalyse ermittelte die Ansprüche der Zielgruppe an ein medien-didaktisches Weiterbildungsangebot. Die Grundgesamtheit beläuft sich auf 11.234 Personen und berücksichtigt alle an sächsischen Hochschulen angestellten wissenschaftlichen Mitarbeiter und Hilfskräfte. Die Stichprobenziehung erfolgte in Form einer nach Fachbereichen geschichteten Zufallsstichprobe und umfasst 4.053 Personen. Die Verteilung der Online-Fragebögen erfolgte in der Regel über die entsprechenden Institutsleiter, welche gebeten wurden, die Einladung zur Online-Umfrage an alle wissenschaftlichen Mitarbeiter und Hilfskräfte ihres Institutes weiterzuleiten. 147 Personen der Zielgruppe aus sieben Fachbereichen füllten den Fragebogen aus. Im Vergleich zum Stichprobenumfang erscheint der Rücklauf sehr gering. Aus zwei Fachbereichen (Humanmedizin, Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften) sind keine Teilnahmen zu verzeichnen und in wiederum zwei Fachbereichen (Sport, Kunst und Kunstwissenschaft) war die Beteiligung so gering, dass eine Verwendung der Daten nicht sinnvoll war. Aus diesem Grund konnten lediglich die Daten von vier anstatt von acht Fachbereichen ausgewertet werden. Eine Ursache für die Begrenzung des Rücklaufs könnte in der Methode der Verteilung über die Institutsleiter liegen. Bei fehlender Weiterleitung durch diesen Metakontakt werden alle nachgeordneten Vertreter der Zielgruppe nicht erreicht. Besser wäre hier der direkte Kontakt zur Zielgruppe, unter Verzicht der Verwendung von Metakontakten.

Aufgrund des fehlenden bzw. zu geringen Rücklaufes aus vier Fachbereichen wird zeitnah eine Nacherhebung der betreffenden Bereiche empfohlen, um die Ergebnisse der Bedarfsanalyse zu vervollständigen.

Bei der Formulierung des persönlichen Weiterbildungsbedarfes fiel auf, dass die Befragten der Fachbereiche Mathematik, Naturwissenschaften sowie Ingenieurwissenschaften häufig angaben, keine Aussage treffen zu können. Als Grund wurde (in Bezug auf weitere fachbereichsspezifische Angaben) angenommen, dass die Inhaltsbereiche bzw. Begriffe wenig bekannt sind und es den Befragten schwer fällt, einen persönlichen Weiterbildungsbedarf zu beschreiben. An dieser Stelle wäre möglicherweise eine detailliertere Beschreibung der Inhaltsbereiche hilfreich.

Die in der Bedarfsanalyse ermittelten Daten sind ordinal- und nominalskaliert. Die statistische Auswertung basiert deshalb auf Häufigkeitstabellen, welche einen univariaten Vergleich der Angaben unterschiedlicher Kompetenzniveaus bzw. Fachbereiche ermöglichen sowie über Kreuztabellen, welche die bivariate Analyse des Zusammenhangs zweier Variablen erlaubt. Für die vorliegende Untersuchung erscheint die Form der statistischen Analyse angemessen. Auf die Formulierung von Fragetypen, welche Daten komplexerer Skalenniveaus liefern, wurde bewusst verzichtet.

CHECKLISTE

Auswahlfrage	Ja	Nein	Kommentar
<p>1. Bestimmung der Zielgruppe</p> <p>Soll eine Differenzierung der Zielgruppe erfolgen?</p> <p>Soll eine Differenzierung nach Kompetenzniveaus erfolgen?</p> <p>Falls ja, welches Kompetenzniveau soll das Angebot ansprechen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einsteiger • Fortgeschrittene • Experten <p>Soll eine Differenzierung nach Fachbereichen erfolgen?</p> <p>Falls ja, welchen Fachbereich soll das Angebot ansprechen?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veterinärmedizin • Mathematik, Naturwissenschaften • Ingenieurwissenschaften • Sprach- und Kulturwissenschaften • Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften • Sonstigen Fachbereich 			
<p>2. Auswahl der Weiterbildungsinhalte</p> <p><u>Grundlagen:</u></p> <p>Welche mediendidaktischen/medientechnischen Grundlagen sollen vermittelt werden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine mediendidaktische Grundlagen • Allgemeine medientechnische Grundlagen • Einsatzmöglichkeiten digitaler Medien in der Hochschullehre • Kommunikation und Kooperation mittels digitaler Medien in der Hochschullehre • Sonstige 			

Auswahlfrage	Ja	Nein	Kommentar
<p><u>Vertiefung:</u> Welche speziellen mediendidaktische/ medientechnische Inhalte sollen vermittelt werden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement für E-Learning-Projekte • Spezielle mediendidaktische Kompetenzen • Spezielle medientechnische Kompetenzen: Umgang mit Software zur Medienproduktion sowie Umgang mit E-Learning-Erstellungswerkzeugen • Nutzung innovativer Technologien in Lehr- und Lernprozessen • Rechtliche und urheberrechtliche Aspekte • Sonstige <p>Falls eine Differenzierung der Zielgruppe vorgenommen wurde: Lassen sich die Inhalte dem Kompetenzniveau der Zielgruppe anpassen? Lassen sich die Inhalte dem speziellen Fachbereich der Zielgruppe anpassen?</p>			
<p>3. Auswahl der Weiterbildungsform</p> <p>In welcher Form soll die Schulung angeboten werden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenzveranstaltung • Online-Veranstaltung • Blended-Learning-Szenario <p>Entspricht die gewählte Form dem spezifischen Bedarf der Zielgruppe (allgemein bzw. spez. Kompetenzniveau)?</p>			

Auswahlfrage	Ja	Nein	Kommentar
<p>4. Auswahl des Weiterbildungsformates</p> <p>Welches Format wird angestrebt?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung • Seminar • Workshop • Beratung <p>Entspricht das angestrebte Format dem spezifischen Bedarf der Zielgruppe (allgemein bzw. spez. Kompetenzniveau)?</p>			
<p>5. Auswahl des Veranstaltungsortes</p> <p>Ist das gewählte Weiterbildungsformat ortsgewunden?</p> <p>Falls ja, existieren innerhalb des gewählten Veranstaltungsortes ähnliche Angebote (Inhalt, Form, Format).</p> <p>Erreicht das Weiterbildungsangebot im gewählten Ort eine ausreichende Teilnehmerzahl (Differenzierung beachten)?</p>			
<p>6. Auswahl der Unterstützungsformen</p> <p>Sollen parallel zur Veranstaltung Unterstützungsformen angeboten werden?</p> <p>Falls ja, welche?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leitfaden • Selbstlernmodule • Beratung • Kooperation mit anderen Projekten • Sonstige <p>Entspricht die gewählte Unterstützungsform dem Bedarf der Zielgruppe (allgemein bzw. spez. Kompetenzniveau)?</p> <p>Kann auf bestehende Unterstützungsformen zurückgegriffen werden?</p>			

Auswahlfrage	Ja	Nein	Kommentar
<p>7. Sonstige Merkmale des Weiterbildungsangebotes</p> <p>Weist die Veranstaltung folgende Merkmale auf?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Veranstaltung ist kurz und kompakt. • Eine Wiederholung der Veranstaltung in regelmäßigen Abständen ist geplant. • Das Angebot bietet die Möglichkeit, zeitnah projektbezogene Fragen zu klären. • Das Angebot hält leicht verfügbar grundlegendes Basiswissen bereit. • Der Anwendungsbezug der Inhalte ist gegeben. 			
<p>8. Zertifikat</p> <p>Ist eine Zertifizierung des Angebotes vorgesehen?</p>			
<p>9. Bekanntgabe des Weiterbildungsangebotes</p> <p>Auf welche Weise soll die Zielgruppe über das Weiterbildungsangebot informiert werden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durch die Präsentation der Schulung auf einer zentralen Sachsenweiten Website? • Durch die Präsentation der Schulung auf der Website des Weiterbildungsanbieters? • Durch die Präsentation der Schulung in einem Verzeichnis/Kursbuch (Printversion)? • Durch die Verteilung von Informationsmaterial zur Weiterbildung in den Hochschulen? • Durch Newsletter per Email an registrierte Interessenten? • Sonstiges 			

LITERATUR

- Arbeitskreis E-Learning der Landesrektorenkonferenz Sachsen (2009; Redaktion: Köhler, T. & Schulz J.). Synopse der Abschlussberichte E-Learning 2007/08 der „Projekte zur strategischen Entwicklung des E-Learning und zur weiteren Erschließung von Nutzerkreisen für das netzgestützte Lehren und Lernen an den sächsischen Hochschulen“ im Rahmen der E-Learning Förderung des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst; Dresden, Technische Universität.
- Arnold, P.; Kilian, L.; Thillosen, A.; Zimmer, G. (2004): E-Learning. Handbuch für Hochschulen und Bildungszentren. Didaktik, Organisation, Qualität. Nürnberg: BW Bildung und Wissen Verlag und Software GmbH.
- Hochschuldidaktisches Zentrum Sachsen. <http://www.hds.uni-leipzig.de> (abgerufen am 22.12.2011).
- Kerres, M.; de Witt, C. (2004): Pragmatismus als theoretische Grundlage zur Konzeption von eLearning. In: Treichel, D.; Meyer, H. O. (Hrsg.): Handlungsorientiertes Lernen und eLearning. Grundlagen und Beispiele. München: Oldenbourg Verlag.
- Kerres, M. (2006): Zum Selbstverständnis der Mediendidaktik - eine Gestaltungsdisziplin innerhalb der Medienpädagogik? In: Sesink, W; Moser, H.; Kerres, M. (Hrsg.): Jahrbuch Medienpädagogik. Zum Selbstverständnis der Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag.
- Köhler, T., Neumann, J. & Jentzsch, D. (2007). Organisation des E-Learning. Band 1. Ausgangsanalyse am Beispiel der TU Dresden; Dresden, TUDpress.
- Pachner, A. (2009): Entwicklung und Förderung von selbst gesteuertem Lernen in Blended Learning-Umgebungen. Eine Interventionsstudie zum Vergleich von Lernstrategietraining und Lerntagebuch. Münster: Waxmann Verlag GmbH.

