



*„ Der Schlüssel für funktionierende Sales- und Serviceabteilungen sind motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter! „*

## Competence Report No. 1

www.core-competence.com

Vierteljährlich

### Sehr geehrte Damen und Herren,

wer in wirtschaftlich schwierigen Zeiten den Kopf in den Sand steckt oder nach der Rasenmäher-Methode alle Budgets zusammenstreicht, hat im Grunde schon verloren. Sicher ist es notwendig, die Kosten im Blick zu behalten, doch wer am falschen Ende spart, blockiert den eigenen Erfolg. Wer kurbelt tagtäglich mit innovativen Ideen im Vertrieb die Verkäufe an? Wer sorgt mit kontinuierlich guten Dienstleistungen dafür, dass die Kunden bei der Stange bleiben? Deshalb sollten die Firmen gerade jetzt verstärkt darauf achten, dass die Sales- und Serviceabteilungen funktionieren. Der Schlüssel dafür sind motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter.

Doch die zu bekommen ist nicht einfach. Angesichts sich ständig ändernder Märkte gilt es für die Unternehmen, ihre Beschäftigten kontinuierlich weiterzubilden sowie deren Wissen und Kompetenz zu verbessern. Das muss schnell und effizient gehen. Dabei stoßen herkömmliche Schulungsmethoden wie Präsenztrainings, virtuelle Klassenräume oder auch das klassische E-Learning schnell an ihre Grenzen. Zu oft geht es nur darum, Wissen weiterzugeben.

Viel wichtiger ist jedoch, die Handlungskompetenz der Mitarbeiter zu verbessern. Doch dafür braucht es die richtigen Werkzeuge, sagen die Lernforscher. Gerade Spiel-basierte Ansätze versprechen ein innovatives Lernerlebnis, das die Teilnehmer motiviert. Die Teilnehmer setzen Erlerntes unmittelbar im Spielgeschehen in bestimmten Aktionen um, und verbessern damit ihre Kompetenzen deutlich effizienter und nachhaltiger. Die Core-Competence GmbH hat diesen Trend frühzeitig erkannt und bietet mit Adventure-based Learning™ ein innovatives Tool für alle Unternehmen, die mit gut ausgebildeten Mitarbeitern erfolgreicher sein möchten.

Mit unserem ersten Competence Report möchten wir Sie einladen, sich über die Hintergründe zu informieren. Lesen Sie in den folgenden Beiträgen, wie sich Lernen und Weiterbildung nach Meinung von Forschern in den kommenden Jahren verändern werden, wie sich der E-Learning-Markt aus Sicht der Marktforscher entwickelt und welche Anforderungen künftige Manager Generationen an ihr Arbeitsumfeld stellen werden.

Die Handlungskompetenz der Mitarbeiter zu verbessern, gilt als eine der wichtigsten Komponenten im unternehmensweiten Bildungsprozess.

### eine spannende Lektüre wünscht Ihnen

#### Karl Berger

Geschäftsführender Gesellschafter  
Core-Competence GmbH

Wir freuen uns auf einen ‚prickelnden Austausch‘ mit Ihnen! Nutzen Sie den Link am Ende des Reports und teilen Sie uns Ihre Meinung mit. Unter allen Feedbacks verlosen wir ‚anregenden‘ Champagner! (gilt bis zum 30. September 2009)

---

# Unternehmen investieren in innovative Lernmethoden

**Experten bescheinigen dem weltweiten E-Learning-Markt der Finanzkrise zum Trotz hervorragende Wachstumsaussichten. Gerade jetzt investieren die Firmen verstärkt in die Entwicklung ihrer Mitarbeiter, um sich eine gute Ausgangsposition zu verschaffen, wenn die Geschäfte wieder anziehen.**

Die Anbieter von innovativen Learning-Tools, mit deren Hilfe Unternehmen das Wissen und die Kompetenzen ihrer Mitarbeiter verbessern, können sich in den kommenden Jahren auf gute Geschäfte freuen. Die Marktforscher von Global Industry Analysts (GIA) taxieren das Volumen des weltweiten E-Learning-Markts für 2010 bereits auf 52,6 Milliarden Dollar. Dabei bietet gerade Europa den Analysten zufolge noch viel Potenzial. Laut ihren Schätzungen liegt der europäische Anteil am globalen E-Learning-Geschäft erst bei etwa 15 Prozent. Der US-Markt kann dagegen zirka 60 Prozent des weltweiten Umsatzes für sich verbuchen. Angesichts des Nachholbedarfs vieler europäischer Firmen sei mit jährlichen Wachstumsraten von 15 bis 30 Prozent zu rechnen.

Auch die Experten des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) sprechen von vielversprechenden Märkten mit großem Potenzial. „E-Learning hat sich als fester Bestandteil der Aus- und Weiterbildung etabliert“, sagte Bitkom-Präsident August-Wilhelm Scheer zur diesjährigen CeBIT. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten könnten die Unternehmen mit E-Learning ihre Personalbudgets ohne Qualitätsverlust bei der Fortbildung spürbar entlasten.

Der IT-Branchenverband schätzt das Volumen des deutschen E-Learning-Marktes auf etwa 200 Millionen Euro jährlich. Allein 2008 hätten die Geschäfte in diesem Marktsegment um 10 bis 15 Prozent zulegen können. Laut einer Umfrage unter den Top-500-Unternehmen setzen derzeit vor allem Großunternehmen auf Tools für das elektronische Lernen. 55 Prozent der befragten Konzerne arbeiten bereits mit diesem Instrument. Dagegen habe gerade der Mittelstand noch Nachholbedarf. Erst ein Viertel der mittelständisch geprägten Unternehmen baut auf E-Learning.

Dabei seien die Erfahrungen der Unternehmen durchweg positiv, so die Bilanz der Bitkom-Umfrage. Zwei Drittel der Befragten nannten Zeit- und Kosteneinsparungen als Hauptmotive für die Einführung von E-Learning. 86 Prozent hoben die räumliche und zeitliche Flexibilität beim Lernen hervor. „Mit E-Learning übernehmen die Mitarbeiter eine größere Eigenverantwortung für ihren Lernerfolg“, sagt Bitkom-Präsident Scheer. „Sie können frei entscheiden, wann und in welchem Tempo sie lernen.“ Angesichts dieser Vorteile beabsichtigen fast zwei Drittel der befragten Nutzer, ihr E-Learning-Angebot auszubauen.

Dabei geht es längst nicht mehr nur um Nischenbereiche in den Firmen. Diente E-Learning bisher vor allem dafür, Standardwissen schnell an eine große Zahl von Teilnehmern zu vermitteln, kann es aus Sicht des Bitkom heute für alle Themen und Inhalte genutzt werden – seien sie noch so komplex. Außerdem eigne sich das Instrument für alle Hierarchie-Ebenen in den Unternehmen, bekräftigt Scheer. „Vom Azubi bis zum Top-Manager – jeder lernt mit Computer und Internet.“

---

Innovative Lernmethoden sind auf dem Vormarsch. Personalbudgets können ohne Qualitätsverluste spürbar entlastet werden.

---

“ *Es ist nicht so, dass Spiel eine Option für erfolgreiches Lernen ist. Spiel ist eine Notwendigkeit dafür.* ”

*James Paul Gee, Autor und Professor an der University Wisconsin-Madison*

---

# Spielend lernen – lernend spielen

**Innovative Lernmethoden wie Serious Games beziehungsweise Game-based Learning (GBL) werden sich durchsetzen, sind sich die Experten sicher. Die Teilnehmer sind motivierter und können deshalb Wissen und Kompetenz schneller und effizienter verbessern als mit herkömmlichen Schulungsinstrumenten, ziehen Wissenschaftler und Forscher Bilanz.**

Galten in der Vergangenheit Spiele im E-Learning-Umfeld vielfach als Exoten, entwickeln sich die anspruchsvollen Lernabenteuer mittlerweile mehr und mehr zu einem ernst zu nehmenden Werkzeug. Beleg dafür ist beispielsweise die Tatsache, dass die Veranstalter der Bildungsfachmesse Learntec in diesem Jahr dem Aspekt „Serious Games“ einen eigenen Schwerpunkt im Messeprogramm widmeten.

Für die wissenschaftlichen Befürworter innovativer Learning-Ansätze ein längst überfälliger Schritt. Die früher oft weit verbreitete Meinung, Lernen müsse wehtun, sei inzwischen längst passé, erteilt Linda Breitlauch, Professorin für Game-Design an der deutschen Mediadesign Hochschule in Düsseldorf, antiquierten Lernvorstellungen eine klare Absage. Mit Hilfe von Spielen bleibe der Lernstoff erwiesenermaßen länger im Gedächtnis als auswendig gelernte Inhalte aus Büchern. Der Vorteil der spielerischen Methoden: Die Teilnehmer lesen die Inhalte nicht einfach nur, sie erfahren den Stoff. Dieses Vorgehen verbessere den Lernerfolg deutlich, lautet das Fazit von Breitlauch. Gerade junge Menschen ließen sich mit Hilfe von Spielen für mitunter eher dröge und langweilig anmutende Lerninhalte begeistern.

Das wachsende Interesse an Serious Games könne man nicht nur als kurz aufflammenden Hype abtun, bestätigt Ute Ritterfeld, Lehrstuhlinhaberin am Institut für Psychologie der Universität Amsterdam.

Die Entwicklung hin zu Lernspielen habe sich in den vergangenen Jahren bereits deutlich abgezeichnet. E-Learning sei zwar gut, herkömmlichen Lernangeboten allerdings nicht wirklich überlegen, so die Analyse der Wissenschaftlerin. Auch mit klassischen E-Learning-Werkzeugen sei es in aller Regel schwer, die Teilnehmer zu motivieren und bei der Stange zu halten. Ganz anders beim Spielen: Spieler seien so motiviert, dass über sieben Stunden pro Woche damit verbringen, zitiert Ritterfeld aus Studien. Es sei daher ein logischer Schritt gewesen, beide Welten miteinander zu „Serious Games“ beziehungsweise „Game-based Learning“ (GBL) zu kombinieren. Untersuchungen hätten darüber hinaus gezeigt, dass Spieler digitaler Games auch dabei blieben. Dieser Zielgruppe falle es grundsätzlich leichter, Lerninhalte spielerisch aufzunehmen und umzusetzen.

Das haben mittlerweile auch viele Firmen erkannt. Die Personalverantwortlichen setzen die Erkenntnisse der Lernforscher zunehmend um. Eine Umfrage von Forrester Research unter fast 5200 US-amerikanischen und kanadischen Internet-Nutzern hat ergeben, dass bereits zehn Prozent Erfahrungen mit Serious Games haben – Tendenz steigend. 70 Prozent dieser Gruppe haben ihre Erfahrungen mit der neuen Methode als durchweg positiv bezeichnet, so das Ergebnis der Umfrage. Auch der Spaß sei dabei keineswegs zu kurz gekommen. Auch wer bislang keine Erfahrungen mit Serious Games vorweisen konnte, stehe dem Werkzeug durchaus offen gegenüber. Den Analysten zufolge interessiert sich die überwiegende Mehrheit für das innovative Lerninstrument und geht fest davon aus, Nutzen und Vorteile daraus ziehen zu können.

---

Mit Lernspielen kann in der Anwendung sofort ein Erfahrungsschatz aufgebaut werden.

---

Wissenschaftler sehen in der zunehmenden Umsetzung dieser Verfahren einen längst überfälligen, konsequenten Schritt.

---

“ *Jeder, der einen Unterschied zwischen Spiel und Lernen macht, versteht weder von dem einen noch von dem anderen etwas.* ”

*Marshall McLuhan, Kommunikations- und Literaturwissenschaftler*

---

# Wissenschaftler läuten ein neues Lernzeitalter ein

**Die Arbeitswelt wird sich in den kommenden Jahren grundlegend verändern, sind sich die Zukunftsforscher einig. Um diese Veränderungen zu meistern, wird der Aspekt „Lernen“ immer wichtiger. Da die klassischen Ansätze bei der Lösung der Bildungsprobleme allmählich an ihre Grenzen stoßen, sind gerade jetzt innovative Ideen gefragt.**

„Die Leistungsgesellschaft lebt“, ist sich Horst Opaschowski, wissenschaftlicher Leiter der BAT Stiftung für Zukunftsfragen in Hamburg sicher. Vor allem bei der Jugend nehme die Leistungsorientierung im Rahmen der Lebensplanung immer mehr zu. Dagegen sinke der Anteil derjenigen, die das Genießen ihres Lebens in den Mittelpunkt stellen, stetig ab. Dazu kommt, dass die Menschen in Zukunft länger arbeiten werden, prognostiziert Opaschowski. Statt mit 50 Jahren zum alten Eisen zu gehören, werde die Generation 50+ in Zukunft noch einmal durchstarten und ihrer Karriere neue Impulse geben.

Beide Aspekte – die wachsende Leistungsorientierung und der steigende Anteil älterer Menschen im Arbeitsmarkt – wird nach Einschätzung von Experten zu einem Paradigmenwechsel im Bereich Bildung führen. Die künftig geforderten Qualifikationen seien durch die klassische Schul- und Universitätslaufbahn nur mehr unzureichend zu vermitteln. Im Kern müssten sich künftige Bildungsmaßnahmen daran messen lassen, ob sie neben Wissen auch Handlungskompetenz vermitteln können. Um dies zu leisten, werden sich die Lernmethoden in den kommenden Jahren drastisch verändern. Innovative Methoden wie beispielsweise das „Game-based Learning“ werden Lernen und Bildung revolutionieren, sind sich die Forscher einig. „Spiele sind so erfolgreich bei der Vermittlung von Wissen, weil Menschen vorprogrammiert sind, spielerisch zu lernen“, lautet ihr Credo.

Spiele mit ihren Möglichkeiten, Dinge auszuprobieren und die Wirklichkeit zu simulieren, werden sich zum Wissensparadigma des 21. Jahrhunderts entwickeln, prognostiziert James Paul Gee, Professor an der University Wisconsin-Madison. Das Sender-Empfänger-Modell im Frontalunterricht des 20. Jahrhunderts habe mittlerweile ausgedient. Die Gesellschaften weltweit täten gut daran, Gaming als Produktivkraft und Lerninstrument ernst zu nehmen. „Es ist nicht so, dass Spiel eine Option für erfolgreiches Lernen ist. Spiel ist eine Notwendigkeit dafür“, plädiert der Forscher für ein Umdenken. Aus seiner Sicht heißt Lernen in Zukunft nicht mehr nur, Inhalte in sich aufzusaugen, sondern das Wissen anzuwenden, Handlungsstrategien zu überlegen und in Problemlösungen zu denken.

Verspieltheit wird sich mehr und mehr zu einer Kernkompetenz in der künftigen Arbeitswelt entwickeln, bestätigt Byron Reeves, Kommunikationswissenschaftler an der Stanford University, seinen Kollegen. Ständige Veränderungen und wachsender Druck, sich immer wieder auf neue Geschäftsparameter einzustellen, würden den Arbeitsalltag der Zukunft bestimmen. Sich mit derart komplexen Systemen auseinanderzusetzen, ist für die meisten Menschen neu und stellt eine Herausforderung dar. Der Grund: Die Entwicklung lässt sich wegen vieler eigendynamischer Variablen in aller Regel kaum vorhersehen. Spiele seien ein probates Mittel, sich auf diese Herausforderungen vorzubereiten, sagt Siegfried Lehl, Direktor der psychiatrischen Klinik an der Universität Erlangen Nürnberg und Vorsitzender der Gesellschaft für Gehirntaining. Kreativität, Anpassungsfähigkeit, Gedächtnisleistungen und das schnelle Erfassen von komplexen Inhalten lasse sich mit Hilfe von Computerspielen trainieren.

---

Veränderungen in der Arbeitswelt benötigen ein „Mehr“ an Lernen und Bildung.

---

Handlungen auszuprobieren, Wirklichkeiten zu simulieren werden sich zum Wissensparadigma des 21. Jahrhunderts entwickeln.

---

*„Spieledesigner haben einen besseren Zugang zur Natur des Lernens als die Ersteller von Lehrplänen.“*

*Seymour Papert, Mathematiker und Psychologe*

---

# Mit dem Joystick auf den Chefsessel

**Die Millenials machen sich auf den Weg, als künftige Manager die Geschicke unserer Unternehmen und Wirtschaft in die eigenen Hände zu nehmen. Doch eine Generation, die mit PC, Internet und Games groß geworden ist, stellt ganz andere Ansprüche an ihr Arbeitsumfeld.**

"Die nachwachsende Generation, die Millennials, kann sich ein Leben ohne Mobiltelefon und Internet gar nicht mehr vorstellen", berichtet Tönnies von Donop, Geschäftsführer des Bereichs System Integration & Technology bei Accenture, die Ergebnisse einer Umfrage. Die Analysten haben Ende vergangenen Jahres 570 Menschen zwischen 14 und 32 Jahren in einer Online-Studie befragt. Das Ergebnis: Die Millennials haben hohe Ansprüche, was das technische Equipment und die Ausstattung ihres künftigen Arbeitsplatzes angeht. Rund zwei Drittel der Befragten bezeichneten diese Kriterien als ausschlaggebend für die Wahl des nächsten Arbeitgebers.

Die „Digital Natives“ unterscheiden sich aber nicht nur hinsichtlich ihrer stärkeren Technikorientierung von früheren Generationen. Sie agieren zudem wesentlich individualisierter sowie freiheitsorientierter und sind verspielter. Mit diesen Anforderungen wird die kommende Generation die Art und Weise, wie sie lernt, arbeitet und kommuniziert, maßgeblich verändern, sind sich Forscher sicher. Für die Digital Natives gehören Arbeit und Spaß zusammen. „Serious Gaming“ stellt für diese Generation keinen Widerspruch dar. Spiele bildeten einen wesentlichen Teil ihrer Sozialisation und werden wie selbstverständlich als Technik genutzt, sich Wissen und Kompetenzen zu erschließen und anzueignen. Unternehmen, die diesen Trend verschlafen, werden kaum eine Chance haben, gute

Mitarbeiter für die Herausforderungen der Zukunft zu gewinnen, warnt Claudia Johnson von der Texas A&M University. „Wer dieser Generation keine passenden Lernerfahrungen bietet, wird sie verlieren.“

Die wesentliche Komponente ist dabei das Internet. Diesen Trend haben auch die Veranstalter der CeBIT erkannt und in diesem Jahr mit dem Thema Webciety einen entsprechenden Schwerpunkt gesetzt. und haben für die diesjährige Messe den Begriff "Webciety" geprägt. Vor allem die jüngere Generation, die mit dem World Wide Web aufgewachsen ist, hantiert in der kommenden Netzgesellschaft wie selbstverständlich mit Tools wie Social Networks, Blogs und Wikis. Umfragen bestätigen diesen Trend: 58 Prozent der deutschen Online-Nutzer sind auf Plattformen wie StudiVZ, Stayfriends, Facebook oder Xing aktiv, hat das Internet-Portal Web.de ermittelt. Vor allem bei den Jüngeren sind Social Networks beliebt. In der Altersgruppe der unter 20-jährigen Onliner organisieren sich schon 95 Prozent in solchen Netzen.

Diese Entwicklung hat Konsequenzen für die IT-Welt, die Unternehmen und die Gesellschaft. Die Marktforscher von Gartner sprechen von einer zunehmenden "Konsumerisierung der IT". Tools und Werkzeuge, die Anwender aus ihrem Privatleben gewohnt sind zu nutzen, werden zunehmend auch im Arbeitsalltag eingefordert. Angesichts dieser Entwicklungen ermahnt das Marktforschungsinstitut IDC die Firmen, sich in Richtung "Enterprise 2.0" zu entwickeln. Künftig würden verstärkt Web-2.0- und andere IT-Werkzeuge aus der Welt der Endverbraucher in die Firmen einsickern - ob gewollt oder nicht.

---

Spiele werden zunehmend als Technik genutzt, sich Wissen und Kompetenzen zu erschließen.

---

Der Generation der Millenials müssen passende Lernerfahrungen geboten werden.

---

*„Selbst gewähltes Lernen, das die Person als Ganzes erfordert, also sowohl Emotionen als auch Intellekt, erzeugt die durchdringendsten und nachhaltigsten Lernerfahrungen.“*

*Carl Rogers, Psychologe und Psychotherapeut*

# Adventure-based Learning™ (ABL): Fünf Fragen – fünf Antworten

Mit Adventure-based Learning™ hat die Core-Competence GmbH eine innovative Methode entwickelt, mit der sich Wissen und Kompetenz von Mitarbeitern und Partnern effizienter und nachhaltiger verbessern lässt als mit herkömmlichen Lernmethoden. Lesen Sie im FAQ, was Adventure-based Learning™ ausmacht:

1

## Was ist Adventure-based Learning™?

ABL ist eine innovative Schulungsmethode. Mit Hilfe von Lernabenteuern können Unternehmen Wissen und Kompetenz ihrer Mitarbeiter schnell, nachhaltig und effizient verbessern. Dafür werden Lerninhalte vermittelt, die sich unmittelbar in praxisnahen Spielszenen umsetzen und damit vertiefen lassen.

2

## Wer macht Adventure-based Learning™?

Die Core-Competence GmbH entwickelt seit 2007 individuell an die Bedürfnisse ihrer Kunden angepasste Lern-Adventures. Das Angebot umfasst die gesamte Servicepalette von der Entwicklung der Adventures über die Implementierung und den Betrieb der Lösung bis hin zur Auswertung der Ergebnisse.

3

## Wie funktioniert Adventure-based Learning™?

ABL lässt sich online als Software-as-a-Service-Lösung nutzen, die Teilnehmer benötigen lediglich einen Internet-Zugang und einen Browser. Der Vorteil: Die Mitarbeiter können flexibel trainieren, was den Ort und die Zeit angeht. Die interaktiven Rollenspiele lassen sich zu jedem beliebigen Zeitpunkt unterbrechen und wieder aufnehmen.

4

## Wen adressiert Adventure-based Learning™?

Grundsätzlich richtet sich ABL an alle Unternehmen, vom Mittelständler bis zum Großkonzern. Auch das Einsatzgebiet der Lernabenteuer unterliegt keinen Beschränkungen: Neben Service und Vertrieb lassen sich auch alle anderen Bereiche im Unternehmen mit dieser Methode weiterentwickeln.

5

## Welche Vorteile bringt Adventure-based Learning™?

ABL motiviert die Teilnehmer durch seinen spielerischen Ansatz zum Mitmachen und weckt Freude am Lernen. Die interaktiven Rollenspiele kombinieren Wissen und Anwendung in einer Plattform. Weil die Teilnehmer erlerntes Wissen sofort anwenden, wirkt ABL nachhaltiger als herkömmliche Schulungen.

## Erfahren Sie mehr über Adventure-based Learning™:

Die Fähigkeiten und Kompetenz der eigenen Mitarbeiter weiter zu entwickeln wird für alle Unternehmen in Zukunft ein wettbewerbsentscheidender Faktor sein. Die Märkte ändern sich laufend und stellen damit höhere Anforderungen an die Unternehmen. Für die Beschäftigten gilt es, sich kontinuierlich neues Wissen anzueignen sowie das Knowhow zügig und erfolgreich im Praxisalltag umzusetzen. Die Core-Competence GmbH bietet mit Adventure-based Learning™ das richtige Werkzeug dafür:

Ein erfahrenes **Management-Team** aus Vertriebs- und Service-Spezialisten entwickelt Adventure-based Learning™ laufend weiter.

[mehr »](#)

Adventure-based Learning™ hebt sich durch seinen **innovativen Ansatz** deutlich von herkömmlichen Lernmethoden ab.

[mehr »](#)

Adventure-based Learning™ bietet Kunden eine Komplettlösung, um **Knowhow und Kompetenz** ihrer Mitarbeiter zu verbessern.

[mehr »](#)

Schon heute schulen Unternehmen wie **Microsoft** und die **Deutsche Telekom** tausende von Mitarbeitern und Partnern mit Adventure-based Learning™.

[mehr »](#)



**Competence Report jetzt abonnieren**

Bitte klicken Sie hier

Sagen Sie uns Ihre Meinung und mit ein bißchen Glück, genießen Sie schon bald eine Flasche Champagner! Ist der Report für Sie spannend? Sind Sie auch von den Möglichkeiten fasziniert, die in Adventure-based Learning™ stecken? Und: Was sagen Sie zu unserer neuen Website? Feedback mit Gewinnchance bis zum 30. September 2009 an [operations@core-competence.com](mailto:operations@core-competence.com)