

Prof. Dr. Andreas König

Machbarkeitsstudie Projekt "Edu-Trendspotting"

**Ein Auftrag der SSAB – Stiftung Audiovisuelle
Bildungsangebote <http://www.ssab-online.ch/>**

**an das Zentrum Neues Lernen der ZHAW
www.znl.zhaw.ch**



Letzter Stand: 14.07.08

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|--------------------------|
| <u>Machbarkeitsstudie Projekt "Edu-Trendspotting".....</u> | <u>1</u> |
| <u>1 Braucht es „Edu-Trendspotting“? Eine Studie der SSAB und des ZNL.....</u> | <u>2</u> |
| <u>2 Die Bedarfssituation im Bildungsmanagement.....</u> | <u>2</u> |
| <u>3 Was bringt „Edu-Trendspotting“?.....</u> | <u>2</u> |
| <u>4 Machbarkeitsstudie.....</u> | <u>3</u> |
| <u>5 Mögliche Szenarien des Edu-Trendspottings.....</u> | <u>3</u> |

1 Braucht es „Edu-Trendspotting“? Eine Studie der SSAB und des ZNL

Die Arbeitsgruppe des Edu-Trendspottings wurde initiiert von der SSAB und ihren Mitgliedsorganisationen, allen voran vom IBM der PHBern, vom ZEM und weiteren. Kernidee ist die Initiierung eines „Educational Trendspotting im Web“, speziell mit Blick auf Bildungsträger und verwandte Organisationen. Das Zentrum Neues Lernen der ZHAW untersucht mit einer Machbarkeitsanalyse im Auftrag der SSAB, ob es ein „Edu-Trendspotting“ in der Schweiz braucht.

Das „Edu-Trendspotting“ stellt ein Instrument zur Früherkennung und Trendforschung im Bildungsbereich dar, zunächst auf die Einflüsse Neuer Medien fokussiert. Im Zentrum stehen Informationen zu Trends im Sinn der Früherkennung neuer Entwicklungen (technischer und inhaltlich pädagogischer Art sowie im Sinn der Nutzung neuer digitaler Medieninhalte) und der strategischen Einschätzung ihres Potenzials in Lehr- und Lernzusammenhängen.

2 Die Bedarfssituation im Bildungsmanagement

- Bildungsorganisationen sind stark von Innovationen abhängig und haben typische Probleme der Strategiefindung, des CRM und der Marktforschung. Sie arbeiten heute alle auch im Bereich des Internet und speziell der Bildungsmedien.
- Sie befinden sich in kritischen Entscheidungssituationen, in denen substantielle Ressourcen in innovative, aber auch riskante und unabsehbare Projekte investiert werden müssen.
- Der Entscheid hängt von der Qualität von Informationen ab, die auf Zukunftseinschätzungen basieren, die so – in aller Regel – nicht vorliegen und nur von Experten und in aufwändiger, zeitintensiver Form produziert werden können.
- Die – für unser Projekt besonders relevanten – Organisationen im Bildungsbereich finden ihr Problem weniger in der Frage, welche Produktionsmittel oder auch Produkte sie künftig bereithalten müssen, als vielmehr in der Frage, wie die Verhaltens- und Nutzungsstrukturen ihrer Kunden künftig sein werden. Sie benötigen also eine Beratungsexpertise in der Kombination von wirtschaftlichen, Marketing-, technologischen und soziologischen Aspekten.

3 Was bringt „Edu-Trendspotting“?

Für die beteiligten Organisationen:

- Entscheidungsqualität erhöhen durch professionelle Methoden
- Absicherung und Legitimierung von Entscheiden

- Investitionsrisiko minimieren
- frühzeitig Kundenkontakt aufnehmen, ohne selbst aufwändige CRM-Apparate betreiben zu müssen

Für den Innovationsplatz Schweiz:

- jederzeit über professionelle Daten zu Trendaussichten und Entwicklungsperspektiven des Internets und der Bildungsmedien zu verfügen, um so im europäischen und globalen Innovationswettbewerb wie auch in der Qualitätssicherung der Bildungsbranche eine führende Stelle beibehalten zu können.

Für die Nutzer und Kunden:

- rechtzeitig Kompetenzen aufbauen und ihre Employability sichern zu können,
- Aufwand für Planung, Erstellung und Nutzung neuer Methoden in der Bildung gering halten zu können im Vergleich zum Nutzen.

4 Machbarkeitsstudie

Die Frage, ob ein Edu-Trendspotting Sinn macht, kann nur entschieden werden, wenn a) vorgängig eine Idee dessen besteht, was das Edu-Trendspotting genau sein und leisten sollte. b) Vor der Aufnahme der operativen Arbeiten prüft eine Machbarkeitsstudie gemeinsam mit Partnern und Kunden, ob und mit welcher Konzeption ein solches Projekt Erfolg verspricht und welche Form es gegebenenfalls idealerweise haben sollte.

5 Mögliche Szenarien des Edu-Trendspottings

Aus den bisherigen Vorarbeiten ergeben sich folgende drei grobe Szenarien:

- Variante 1: Szenario des Edu-Trendspottings als einer Instanz der Schul-/ Politikberatung (im Sinne der Arbeitsgruppe),
- Variante 2: Szenario, das aus den Beispielfällen resultiert und stark unternehmerisch geprägt ist,
- Variante 3: Szenario, das beide Modelle verbindet und Ergebnisse der Analyse der Mitbewerber aufnimmt.