

Schwaches Zeugnis



Wer Zeit sparen will, bildet sich via Internet weiter. Schneller Zugang, aktuelles Material, individuelle Betreuung – so werben die Anbieter. Doch etliche von ihnen sollten erst einmal die eigenen Hausaufgaben besser machen.

Nach einigen Wochen kam Verzweiflung auf: Plötzlich war der Kurs aus den großen Weiten des Internets verschwunden. Zugangskode ungültig, Lernraum weg – und das war nur der Gipfel einer wahren Pannenserie. Erst kam das Material für eine Übungsaufgabe nicht, später klappte das Einloggen nicht, das kursbegleitende Fachbuch „Englisch für Telekommunikation“ stammte aus dem Jahr 1986 – als es Handys noch gar nicht gab. Berlitz Online ließ Chats und Diskussionsforen gähmend leer stehen, an der Web-Tafel zwei uralte Inserate: „Wer fährt auch zur Expo?“ Vielleicht der freundliche Kursleiter, doch der hatte die Seite offenbar schon lange nicht mehr angeklickt. Die Frage, die unsere Testerin dort gestellt hatte, blieb jedenfalls unbeantwortet.

Betreuung und Kommunikation
Dabei steht und fällt die Qualität eines Kurses damit, wie die Kommunikations-

möglichkeiten des Internets genutzt werden. Das haben wir am Beispiel von 14 Kursen untersucht. Nur drei Anbieter schnitten dabei gut ab. Vor allem haperte es an der persönlichen Betreuung. Sie unterscheidet das Online-Lernen von herkömmlichen Fernkursen. Per Internet kann sich der Teilnehmer direkt mit dem Tutor – oft Kursleiter oder Dozent genannt – sowie mit anderen Teilnehmern austauschen.

Der Tutor soll motivieren, Fragen beantworten, Anregungen geben. Gerade beim Online-Lernen ist das wichtig, denn diese Lernform erfordert eine hohe Motivation. Meldet sich der Tutor auch mal von allein und vermittelt Kontakte zu den anderen Teilnehmern, macht es Spaß, ist das ein Anreiz, sich zu Hause vor den Computer zu setzen.

Doch die meisten Tutoren stellten sich nicht einmal vor, sie reagierten nur. Manchmal hieß es lapidar: „Fordern Sie bei Bedarf tutorielle Unterstützung an“,

dazu eine E-Mail-Adresse. Anders zum Beispiel mev: Dort stellte sich der „Teledozent“ vor und forderte auf, ihn jederzeit in Anspruch zu nehmen. Hatte er längere Zeit nichts vom Teilnehmer gehört, meldete er sich. So stellte er einen persönlichen Draht her, gab Empfehlungen zur Strukturierung des Lernstoffs und ging rasch auf Fragen ein.

Antworten kamen meist nach ein bis zwei Tagen. ac@demy garantierte sogar eine Antwort binnen neun Stunden. Allerdings war der Umfang höchst unterschiedlich: Einige Tutoren schrieben nur ein paar Zeilen, andere gingen gleich auf mehreren Seiten in die Details.

Ähnlich sah es beim Kontakt zu anderen Teilnehmern aus. Aufforderungen, sich auszutauschen, gab es selten. Einige Anbieter richteten zwar Galerien für eine persönliche Vorstellung ein, doch war nicht immer klar, ob es sich auch um aktuelle Teilnehmer handelte. Diskussionsforen und Chats waren reichlich vorhanden, aber für eine gezielte Diskussion wurden sie kaum genutzt. Symptomatisch das Chat-Café der ihk.online&medien: Zwar war es grafisch liebevoll gestaltet, aber nur eine einsame Teilnehmerin verirrte sich zwischen die vielen Tische – ein trostloser Anblick, siehe Bild auf der Seite 18.

Ganz anders bei Englishtown, wo alle zwei Stunden ein Sprach-Chat stattfand: Per Mikrofon und Lautsprecher konnten die Teilnehmer über zuvor auf der Website bekannt gegebene Themen sprechen. Darüber hinaus gab es alle vier Stunden einen Text-Chat und zusätzlich Diskussionsforen, wo sich die Teilnehmer zeitlich versetzt Lerntipps gaben oder in einem Forum zu grammatikali-

schen Fragen diskutierten. In der teleakademie trafen sich die Teilnehmer zu einem konkreten Termin für einen Experten-Chat. Akademie.de forderte sie direkt auf, die Lösung ihrer Wochenaufgabe ins Forum zu stellen und zu besprechen. Bei diesen Kursen, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums mit einer festen Gruppe stattfanden, blieb die individuelle Betreuung jedoch zu-

weilen auf der Strecke. Drei Kurse kombinierten das Online-Lernen mit Präsenzveranstaltungen. So begann die Tüv-Ausbildung zum Online-Redakteur mit einem einwöchigen Kurs vor Ort. Vorteil dieser Variante ist, dass sich die Teilnehmer persönlich kennen lernen. So weiß man in späteren Diskussionsforen und Chats, mit wem man es zu tun hat. Außerdem kann der Kursleiter



Weiterbildung online

	Englishtown	tele-akademie der FH Furtwangen	akademie.de die Internet Akademie	ihk.online&medien gmbh	tecteam Bildungs-institut GmbH	TÜV Akademie TÜV Süddeutschland	mev gmbH
Internetadresse: http://www.	englishtown.com	tele-ak.de	akademie.de	ihk-lernen.de	tecteam.de	tuev-akd.de	mev-gmbh.de
Kurs	English Intermediate A	Interne Unternehmensrechnung	Online-Marketing	Webseiten-Entwicklung mit HTML	Typografie für Informationsdokumente	Online-Redakteur	Teledozen Didaktik und Methodik online
test-QUALITÄTSURTEIL	GUT (1,9)	GUT (2,1)	GUT (2,3)	BEFRIEDIGEND (2,7)	BEFRIEDIGEND (2,7)	BEFRIEDIGEND (2,7)	BEFRIEDIGEND (2,9)
test-Kommentar	Große Vielfalt der Lernformen rund um die Uhr: Lese- und Ausspracheübungen, Schriftaufgaben mit Korrektur des Tutors, Rollenspiele von Teilnehmern, Sprach- und Text-Chat zu festen Terminen und Themen. Dazu Redewendungen, Geschäftsbriefvorlagen. Genannte technische Mindestvoraussetzungen nicht ausreichend, die empfohlen sind zwingend.	Gezielte Nutzung des Forums. Gruppenaufgaben fördern intensiven Austausch der Teilnehmer, zudem Expertenchat. Lernmaterial fachlich anspruchsvoll, jedoch in keiner Weise interaktiv. Individuelle fachliche Betreuung kommt zu kurz. Teilnehmer-voraussetzungen zu unkonkret.	Gezielte Nutzung des Forums zur Diskussion von Wochenaufgaben. Jeder realisiert ein eigenes praxisorientiertes Projekt. Aktive fachliche Betreuung durch Kursleiterin. Zu hohe Teilnehmerzahl verhindert intensiven Austausch in der Gruppe. Teilnehmer-voraussetzungen zu unkonkret.	Keine aktive Betreuung durch den Tutor. Keine Infos über aktuellen Teilnehmerkreis. Keine gezielte Nutzung von Chat und Diskussionsforum. Lernmaterial nicht ausdrückbar und zu wenig interaktiv. Übungen und Lernmaterial nicht auf gemeinsames Online-Lernen zugeschnitten. Anwendungsorientierte Aufgaben wären hilfreich.	Diskussion der Teilnehmer wird nicht gezielt gefördert. Tutor antwortet ausführlich, agiert aber nicht aktiv. Konkrete Hinweise zur Umsetzung und Bezug zur Praxis fehlen. Lernmaterial: zu dichter Text mit wenigen interaktiven Elementen, außerdem in kleinem Fensterausschnitt. Teilnehmer-voraussetzungen zu unkonkret.	Gezielte Nutzung des Forums. Eigenes praxisorientiertes Projekt. Präsenzunterricht und anschließende Onlinephase nicht ausreichend abgestimmt. In der Onlinephase wenig Stoff und teilweise ähnliche Aufgaben wie in der Präsenzphase. Teilnehmer-voraussetzungen zu unkonkret.	Tutor agiert aktiv, stellt Nachfragen. Austausch der Teilnehmer wird jedoch nicht gefördert. Lernmaterial gut an das Medium angepasst, prägnant, übersichtlich. Anwendungsorientierte Aufgaben am Modulende wären hilfreich. Teilnehmer-voraussetzungen zu unkonkret.
KURSDURCHFÜHRUNG 60 %	sehr gut (1,4)	gut (2,1)	gut (2,4)	befriedigend (3,5)	befriedigend (3,2)	gut (2,5)	befriedigend (2,8)
Betreuung und Kommunikation	++	+	+	⊖	○	+	○
Lernmaterial Qualität	++	+	○	○	○	○	+
und -raum Nutzerfreundlichkeit	++	+	+	○	○	+	+
Organisation und Technik	○	+	+	○	⊖	○	○
INTERNETAUFTRITT¹⁾ 30 %	gut (2,3)	gut (1,8)	gut (2,2)	gut (1,6)	gut (1,6)	gut (2,4)	befriedigend (3,2)
Aufbau und Navigation	○	○	○	++	++	-	⊖
Infos zum Anbieter und Konzept	+	++	++	○	++	++	++
Infos zum Kurs	++	++	+	+	+	++	○
VERTRAGSBEDINGUNGEN 10 %	ausreichend (3,8)	befriedigend (3,0)	gut (2,4)	sehr gut (1,0)	befriedigend (3,1)	mangelhaft (5,0)	befriedigend (2,9)
AGB und Verträge	⊖	○	○	++	⊖	-	⊖
Infos zu Vertragsbedingungen	⊖	⊖	++	++	++	- ³⁾	++
KURSMERKMALE (nicht bewertet)							
Kurskosten in Mark	149 (Monatspauschale ⁴⁾)	1 400	749 ⁵⁾	680 ⁶⁾	2 262	5 445,04	829,40 ⁷⁾
Kursform	Einstieg jederzeit. Zeitlich unbegrenzt.	Fester Termin. Kursdauer 3 Monate.	Fester Termin. Kursdauer 8 Wochen.	Einstieg jederzeit. Zugang 3 Monate.	Einstieg jederzeit. Zugang 12 Wochen.	Fester Termin. Eine Woche Präsenz, 4 Wochen Onlinephase.	Einstieg jederzeit. Zugang 3 Monate.
Lernmaterial	Webbasiertes Material.	Lehrbriefe als PDF-Dokument.	Webbasiertes Material.	Webbasiertes Material.	Webbasiertes Material.	Webbasiertes Material, Skripte.	Webbasiertes Material.
Kommunikation	Sprach-Chat, Text-Chat, Teletutoring.	Diskussionsforum, Expertenchat.	Diskussionsforum.	Teletutoring, Diskussionsforum.	Teletutoring, Diskussionsforum.	Diskussionsforum, Teletutoring.	Teletutoring, Diskussionsforum.

Bewertungsschlüssel der Prüfergebnisse:
 Sehr gut = ++ (0,5-1,5). Gut = + (1,6-2,5).
 Befriedigend = ○ (2,6-3,5). Ausreichend = ⊖ (3,6-4,5). Mangelhaft = - (4,6-5,5).
Bei gleicher Note Reihenfolge nach Alphabet.

Prozentangaben = Gewichtsanteil am test-Qualitätsurteil.
 Anbieter siehe Seite 99.
***) Führt zur Abwertung** (siehe „Ausgewählt ...“ auf Seite 19).

1) Der Internetauftritt wurde zum Zeitpunkt der Kursbuchung im Februar 2001 beurteilt, als Grundlage für die Entscheidung zum Kurs. Alle Anbieter haben seitdem Veränderungen am Internetauftritt vorgenommen, jedoch nicht im-

mer zum Besseren in Bezug auf Nutzerfreundlichkeit und Auffindbarkeit von Informationen. Deutliche Verbesserungen gibt es bei dem Bemühen, den konkreten Kursablauf über Demoverionen oder Schnupperkurse zu veranschaulichen.

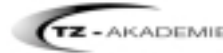
direkt am Computer erklären, wie Technik und Software funktionieren. Nachteil: Der Kursteilnehmer ist zeitlich und örtlich nicht mehr ganz unabhängig, denn zur Präsenzveranstaltung muss er mitunter weit reisen

Lernmaterial und Lernraum

Was einige Anbieter an Lernmaterial verschickten, war mitunter ein starkes

Stück. Die TZ-Akademie gönnte uns ganze zwölf Seiten, die unsere Testerin in einer halben Stunde durchgearbeitet hatte. Dabei war der Kurs für zehn Stunden veranschlagt. tecteam lieferte zu jeder Fachlektion sechs bis sieben Seiten, jede Seite vollgepackt mit eng gedrucktem Text. Da gab das Begleitbuch mehr her, doch das kostete 70 Mark extra – trotz üppiger 2 262 Mark Kursgebühr.

Auffallend: Das Lernmaterial blieb oft hinter den Möglichkeiten des Internets zurück. Statt interaktiver Aufgaben kamen allenfalls Multiple-Choice-Fragen, und die teils mit irritierenden Programmierfehlern, etwa bei Lerneffekt und ac@demy. Oder wir bekamen Lehrbriefe im PDF-Format, die genauso gut als Broschüre hätten verschickt werden können – Interaktion war so nicht möglich.



ac@demy GFN e-Learning AG	Lerneffekt A/H/R Beratergruppe	Internet Uni AG	kärntner kolleg sprachen	TZ-Akademie	Berlitz Online
ac@demy.de	lerneffekt.de	internetuniversitaet.de	sprachmobil.com	tz-akademie.de	berlitz.com/german/
MS Excel 2000 + Mentoring	Effiziente Suche im WWW	Power Point 2000	Englisch Intensiv +	Zeitmanagement	English for Telecommunications
BEFRIEDIGEND (3,4)	BEFRIEDIGEND (3,4)	BEFRIEDIGEND (3,5)	AUSREICHEND (3,6)	MANGELHAFT (5,0)	MANGELHAFT (5,5)
CD-Rom gut aufbereitet. Aber keine aktive Betreuung durch den Tutor. Keine Infos über aktuellen Teilnehmerkreis. Chat funktioniert nicht, Diskussionsforum nicht gezielt genutzt. Übungen und Lernmaterial nicht auf gemeinsames Online-Lernen zugeschnitten. Anwendungsorientierte Aufgaben wären hilfreich.	Keine aktive Betreuung des Tutors. Keine Infos über aktuellen Teilnehmerkreis. Teilweise unübersichtliches Lernmaterial mit verschiedenen Begriffen für dieselben Funktionen. Im Lernmaterial einfache Beispiele im Vergleich zu differenzierten Übungsaufgaben. Zahlreiche technische Probleme.	Keine aktive Betreuung durch den Tutor. Kein Austausch mit anderen Teilnehmern vorgesehen. Lernmaterial gut aufbereitet und komplett ausdrückbar, aber zu wenig interaktiv. Anwendungsorientierte Aufgaben wären hilfreich.	Intensiver Kontakt zwischen Tutor und Teilnehmer. Tutor ist gleichzeitig Lehrkraft im Einzelunterricht. Kein Kontakt zu anderen Teilnehmern, Diskussionsforum und Chat auf CD vorbereitet, aber seitens des Anbieters nicht umgesetzt. Mängel bei der Kursorganisation.	Tutorieller Kontakt auf Website angekündigt, aber nicht realisiert. Diskussionsforum nur fachübergreifend für alle Kurse vorgesehen, Link zum Chat funktioniert nicht. Wenig Lehrstoff. Keine Infos zur Technik vor der Buchung. Umstellung der Lernplattform ohne Vorinformation, Zugang nicht mehr möglich, Kurskosten wurden deshalb erstattet.	Keine aktive Betreuung durch den Tutor. Keine Infos über aktuellen Teilnehmerkreis. Literatur für Fachenglisch veraltet. Übungen und Lernmaterial nicht auf gemeinsames Online-Lernen zugeschnitten. Umstellung der Lernplattform ohne Vorinformation, Zugang war nicht mehr möglich. Keine Infos zur Technik vor Buchung.
ausreichend (3,6)	ausreichend (3,6)	befriedigend (3,4)	befriedigend (3,0)	mangelhaft (5,0)*	mangelhaft (5,5)*
⊖	⊖	–	⊖	–	–
○	○	○	+	–	–*)
○	○	+	+	○	⊖
⊖	–	+	○	–	–
befriedigend (2,6)	befriedigend (3,1)	ausreichend (4,2)	mangelhaft (5,2)	befriedigend (2,9)	befriedigend (3,0)
○	⊖	⊖	–	+	–
+	○	○	–	○	++
+	+	⊖	–	⊖	+
ausreichend (4,4)	befriedigend (3,0)	gut (2,0)	gut (2,4)	gut (2,2)	sehr gut (1,0)
–	○	++ ²⁾	++ ²⁾	++ ²⁾	++
○	○	⊖	–	–	++
510	202,80 ³⁾	37,16	999	240	695
Einstieg jederzeit. 29 Tage Mentoring (Teletutoring).	Einstieg jederzeit. Zugang 30 Tage.	Einstieg jederzeit. Zugang 5 Wochen.	Einstieg jederzeit. Zeitlich unbegrenzt. Präsenzunterricht 8 Std.	Einstieg jederzeit. Zugang 3 Monate.	Einstieg jederzeit. Zugang 6 Monate.
CD-Rom.	Webbasiertes Material.	Webbasiertes Material.	CD-Rom.	Webbasiertes Material.	Lehrbücher, Kassetten, CD-Rom.
Teletutoring, Chat, Diskussionsforum.	Teletutoring, Diskussionsforum.	Teletutoring.	Teletutoring.	Teletutoring, Chat.	Teletutoring, Chat, Diskussionsforum.

2) Keine AGB vorhanden. Es gilt das BGB, sodass hier das Gruppenurteil mit „sehr gut“ (1,0) eingeht.
3) Mittlerweile ist der Zugriff auf die AGB auf der Website des Anbieters möglich.

Aktuelle Preise (Stand: 14. September 2001):
4) 79 Mark, wird ständig verändert.
5) 855 Mark. 6) 649,60 Mark.
7) 915 Mark. 8) 220,40 Mark.

CHECKLISTE

Hilfe für die Auswahl eines Kurses

Wer sich für einen Onlinekurs interessiert, sollte auf folgende Punkte achten. Vieles lässt sich schon auf der Website klären, falls nicht, wird ein Telefonat zur Beratung weiterhelfen.

Konzept: Ist das methodische Konzept des Anbieters zum Online-Lernen konkret beschrieben?

Inhalt: Erfahren Sie im Detail, was im Kurs vermittelt wird?

Lernkontrolle: Wie wird der Lernerfolg kontrolliert? Werden anwendungsorientierte Aufgaben gestellt?

Tutor: Sichert der Anbieter eine aktive, individuelle Begleitung zu? Macht er konkrete Angaben zur Kompetenz der Fach- und Lehrkräfte?

Gemeinsames Lernen: Werden konkrete Funktionen für Diskussionsforen und Chats genannt?

Zeit: Wie viel Zeit müssen Sie in die Weiterbildung stecken? Wird das beschrieben oder nur die Freischaltdauer zum Kursmaterial ausgewiesen?

Voraussetzungen: Werden Teilnehmergebühren und Zielgruppen eindeutig definiert? Welche Technik ist erforderlich?

Abschluss: Gibt es eine aussagekräftige Teilnahmebestätigung oder ein Zertifikat? Welche Anforderungen werden daran gestellt?

In jedem Fall sollten Sie die allgemeinen Geschäftsbedingungen lesen. Außerdem empfiehlt es sich, Demoversionen und Schnupperkurse zu nutzen. Eine ausführlichere Checkliste finden Sie unter www.warentest.de, dann „Bildung und Soziales“, dann „Downloads“. Oder Faxabruf 0 180 5/ 88 76 84 14 (24 Pf./Min.).

Einige Anbieter quetschten den Lernstoff in kleine Fensterchen, die nur einen Ausschnitt des Bildschirms einnahmen. Kaum mal Überraschendes, Abwechslungen oder Drag-and-Drop-Übungen, bei denen Symbole oder Wörter am Bildschirm mit der Maus angefasst und zugeordnet werden.

Weitere Wissensquellen im Internet zu nennen, müsste beim Online-Lernen eigentlich selbstverständlich sein. Doch nicht einmal jeder zweite Anbieter stellte Linklisten zu anderen Webseiten bereit. Nur drei richteten ein Archiv mit Aufgabenlösungen anderer Teilnehmer ein. Leider stand in der Bibliothek von ihk.online&medien nur ein „Werk“: das

Jahresprogramm des Anbieters. Immerhin boten acht ein Glossar.

Tests, bei denen einmal gelernter Stoff abgefragt wurde, gab es viele, Übungen, in denen der Stoff anzuwenden war, dagegen wenig. Einmalig sind die Gruppenaufgaben bei der tele-akademie, wo die Teilnehmer gemeinsam Lösungen zu Problemen der Unternehmensrechnung erarbeiten mussten. Auch Aufgaben wie das Erstellen eines Marketingkonzepts bei akademie.de blieben die Ausnahme. Im Regelfall fehlte der Bezug zur beruflichen Praxis.

Die meisten Anbieter gestalteten den Lernraum wie eine übliche Internetseite, andere versuchten es mit einer dreidimensionalen Lernumgebung: als Schulungsraum oder als Büro mit vielen Regalen. Ob das wirklich besser ist, blieb fraglich, denn die Teilnehmer empfanden die Orientierung als ziemlich anstrengend. Mitunter mussten sie mit der Maus systematisch den Bildschirm absuchen und auf jeden Aktenordner klicken, um ihr Lernmaterial zu ent-

decken. Verblüffend einfach war dagegen bei Berlitz die virtuelle Toilette zu finden – aber die hatte niemand gesucht.

Organisation

Problemlos klappte es dagegen, sich anzumelden. Nur bei wenigen Anbietern mussten wir hartnäckig dranbleiben. So waren bei der TZ-Akademie sieben Anläufe für ein Passwort nötig.

Oft war für unsere Testpersonen nicht eindeutig, wie viel Zeit sie investieren mussten. So hieß es bei Lerneffekt lediglich, dass man nach der Bezahlung vier Wochen Zugang zum Lernmaterial habe – nicht aber, wie viel Zeit pro Tag und wie lange insgesamt einzuplanen waren. Andere Angaben waren zu ungenau. Außerdem unterschätzten einige Anbieter die Zeit, die erforderlich ist, um Übungsaufgaben zu lösen.

Auch das notwendige Vorwissen setzten viele Anbieter niedrig an, wohl um Interessenten nicht von vornherein abzuschrecken. Formuliert wurde das oft reichlich nebulös. So sprach akademie.de „alle, die das Internet kommerziell erfolgreich nutzen wollen“ an – wer aber will das nicht? Ähnlich unklar blieben die Qualifikationen der Tutoren und Dozenten: „Einige haben in kleinen Unternehmen gearbeitet, andere in großen



Gähmend leer: Das Chat-Café der ihk.online&medien.

VERTRAGSKLAUSELN

Oft unzulässige Preisangaben

Fast alle untersuchten Anbieter haben allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) entwickelt, mit denen sie die gesetzlichen Rechte der Kunden zum Teil einschränken. Das ist zwar selten verbraucherfreundlich, aber auch in anderen Branchen allgemein üblich. Dass es auch anders geht, zeigen die Internet Uni, das Kästner Kolleg sprachten und die TZ-Akademie: Sie kommen ganz ohne AGB aus und erhalten dafür ein „Sehr gut“. Doch leider: Während Anbieter mit AGB den Kunden immerhin über seine Rechte informieren, ließen die drei genannten Firmen die Kursteilnehmer darüber weitgehend im Dunkeln. Insgesamt sah es in diesem Prüfpunkt eher düster aus. Die Hauptmängel:

Information. Die AGB gelten nur, wenn sie dem Kunden vor Vertragsabschluss vorgelegt werden. Drei Anbieter schickten diese jedoch erst nach der verbindlichen Anmeldung zu. Tipp: Sie sind dann nicht rechtswirksam. An ihrer Stelle gelten die

günstigeren gesetzlichen Regelungen.

Rücktritt. Klauseln wie „Wir haben das Recht, die Telekurse auch nach erfolgter Anmeldebestätigung aus wichtigen Gründen abzusagen“ sind zu allgemein. Hier müssten konkrete sachliche Gründe stehen, zum Beispiel eine von vornherein festgelegte Mindestteilnehmerzahl.

Änderung. Änderungsvorbehalte sind oft zu allgemein. Beispiel: „Der A/H/R steht das Recht zu, die Lerninhalte jederzeit zu ändern.“ Solche Klauseln müssen Rücksicht auf Belange des Schülers nehmen.

Widerruf. Das Fernunterrichtsschutzgesetz (FernUSG) legt fest, dass Kunden einen einmal unterschriebenen Vertrag innerhalb von 14 Tagen widerrufen können. Die Frist beginnt mit Zugang des Lernmaterials. Lerneffekt verkürzt sie kurzerhand auf sieben Tage und setzt die Frist sogar ab dem Tag der Kursbuchung. Die Mehrzahl der Anbieter muss im Übrigen ihre Kurse nach diesem Gesetz durch die Staat-

liche Zentralstelle für Fernunterricht zertifizieren lassen. Bei den anderen gilt als Fristbeginn der Vertragsabschluss. Eine deutliche Widerrufsbelehrung muss aber in jedem Fall erfolgen.

Vorauszahlung. Laut Fernunterrichtsschutzgesetz dürfen Vorauszahlungen nur für maximal drei Monate verlangt werden. Bei längeren Kursen kann der Anbieter den Gesamtbeitrag also nicht schon bei Kursbeginn verlangen. Dennoch behält sich beispielsweise ac@demy dieses Recht vor.

Gerichtsstand. Es ist unzulässig, gegenüber Nichtkaufleuten einen Gerichtsstand festzulegen, beispielsweise „Gerichtsstand ist München“.

Preise. Klauseln wie „Alle Preise zuzüglich Mehrwertsteuer“ sind gegenüber Nichtkaufleuten unzulässig, es müssen Endpreise angegeben werden. Auch die Regelung bei Englishtown, dass Wechselkurschwankungen hingenommen werden müssen, ist unzulässig.

Konzernen“, informierte ac@demy. Während des Kurses fragte nur Englishtown die Teilnehmer in einem Fragebogen, wie ihnen der Kurs gefiel. Nach Ende des Kurses machten das noch die tele-akademie, Berlitz und mev, um von den Lernenden eine Einschätzung der Kursqualität zu bekommen. Die anderen Anbieter interessierten sich dafür gar nicht oder fragten nur lapidar in einer E-Mail nach.

Schließlich die Teilnahmebestätigung zum Abschluss: Einige Anbieter stellten sie ohne jede Kontrolle des Gelernten aus, andere hatten eine solche Bescheinigung gar nicht vorgesehen. Mitunter gab es vor Kursbeginn keine Informationen, welche Übungen, Tests oder Arbeiten der Teilnehmer vorlegen muss. Vorbildlich waren die Tüv-Akademie und die tele-akademie, die detailliert die Anforderungen festlegten und in der Teilnahmebestätigung auch die Kursinhalte aufführten.

Technik

Bei den technischen Voraussetzungen fiel auf, dass die Firmen oft niedrige Systemanforderungen nennen. Wenn der Internet-Explorer 4.0 als Mindestanforderung und die Version 5.5 als Empfehlung gilt, kann der Teilnehmer nach unseren Erfahrungen schon fast sicher sein, dass er mit dem älteren Browser schier verzweifelt. Besonders unangenehm wirkte sich das aus, wenn die Testperson erst nach der Anmeldung erfuhr, welche Technik vorausgesetzt wurde.

Manches hielten die Anbieter offenbar auch schlicht für selbstverständlich. So wurden zum Beispiel bei der Tüv Akademie, bei Daten + Dokumentation und bei tecteam Übungsaufgaben formuliert, die das Programm Power Point voraussetzen. Bei den Systemvoraussetzungen wurde es aber nicht genannt.

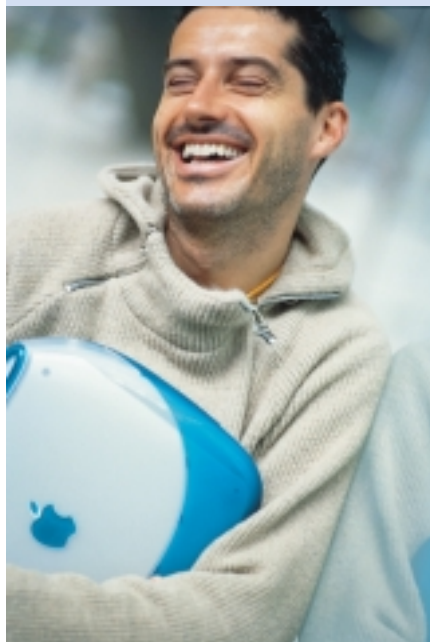
Fazit

Übereinstimmend kamen unsere Testpersonen zu folgendem Ergebnis: Die Kommunikation zum Tutor sowie zu anderen Kursteilnehmern ist für den Lernerfolg entscheidend. Je besser das Lernklima, desto weniger Überwindung kostete es, sich zu Hause vor den Computer zu setzen. Der Spaß blieb aber allzu oft auf der Strecke, weil das Lernmaterial zu langweilig aufbereitet war und das Versprechen, jeden individuell nach seinen Lernbedürfnissen zu betreuen, nicht eingelöst wurde. Grundsätzlich wünschten sich unsere Testpersonen mehr Unterstützung, Motivation und auch Kontrolldruck durch die Tutoren. ◀

ANDERES KURSKONZEPT

Unterricht live

Kein Qualitätsurteil konnten wir für den Kurs „Teleinstructor“ vergeben, weil sein Konzept zu sehr vom üblichen Muster abwich. Bei dieser Ausbildung zum Kursleiter für E-Learning-Kurse fand der Online-



Unterricht live am Bildschirm statt, zu drei festen Terminen. Den Auftakt machte eine ganztägige Präsenzveranstaltung. Dort wurde ausführlich inhaltlich diskutiert und der spätere gemeinsame Unterricht abgesprochen.

Beim Online-Unterricht von jeweils 1,5 Stunden hörten die Teilnehmer über Kopfhörer die Dozentin. Wer sich melden wollte, klickte mit der Maus auf das Symbol „Hand heben“ am Bildschirm. Weitere Buttons waren für Lachen und Applaus vorgesehen. Zusätzlich konnten sich die Teilnehmer untereinander oder mit der Dozentin schriftlich austauschen. Beim dritten Live-Termin mussten die Kursteilnehmer den anderen etwas zu einem bestimmten Thema vermitteln und die Diskussion moderieren. Gemeinsames Lernen stand hier also im Vordergrund. Abgesehen von kleinen technischen Störungen lief der Kurs reibungslos und machte Spaß.

Teleinstructor – e-Learning für Trainer. Firma Daten + Dokumentation, www.daten-dokumentation.de, 1 200 Mark.

AUSGEWÄHLT ▶ GEPRÜFT ▶ BEWERTET

Getestet wurden 14 Anbieter von Onlinekursen für Privatverbraucher im Bereich der beruflichen Weiterbildung. Grundlage für die Stichprobe war eine Marktübersicht von Anbietern, die das Internet zur Vermittlung des Lernstoffs und/oder zur Kommunikation nutzen. Im Untersuchungszeitraum (März bis Juli 2001) wurde bei der Kursdurchführung das pädagogisch-didaktische Konzept unter Berücksichtigung der fachlichen Anforderungen geprüft. Bei jedem Anbieter hat eine vorab geschulte Testperson verdeckt an einem Kurs teilgenommen. In Fragebögen wurde die Kursteilnahme dokumentiert. Den Internetauftritt analysierte eine Expertin auf der Grundlage eines standardisierten Fragebogens. Zu AGB und Verträgen wurde ein Rechtsgutachten erstellt.

Abwertung

Bei „mangelhaft“ in der „Kursdurchführung“ wurde das test-Qualitätsurteil auf „mangelhaft“ abgewertet. Die Qualität von „Lernmaterial und Lernraum“ wurde bei „mangelhaft“ im Unterpunkt „fachliche Qualität“ auf „mangelhaft“ abgewertet.

Kursdurchführung

60 %

In der Kategorie Betreuung und Kommunikation ging es um die Begleitung durch Fach-

Lehrkräfte und den gezielten Austausch der Teilnehmer. Qualität von Lernmaterial und -raum: Einführung in den Kurs, Struktur, Interaktionsmöglichkeiten, multimediale Gestaltung, Gestaltung von Übungsaufgaben und Kontrolle, fachliche Qualität, Verständlichkeit und weitere Wissensquellen. Auch die Nutzerfreundlichkeit des Lernmaterials und -raums wurde geprüft. Im Bereich Organisation und Technik ging es um die Übereinstimmung der technischen Voraussetzungen mit den tatsächlichen, den technischen Support und die gesamte Kursorganisation und -beratung.

Internetauftritt

30 %

Aufbau und Navigation: Neben der Orientierung auf der Website und Auffindbarkeit von Infos wurden auch Schriftgröße, Kontrast und die Beeinträchtigung durch Werbung berücksichtigt. Auch Infos zum Kurs, zum Anbieter und zum Konzept wurden bewertet.

Vertragsbedingungen

10 %

Im Bereich AGB und Verträge wurden die Zugänglichkeit der allgemeinen Geschäftsbedingungen, die Widerrufsbelehrung und die Rechtslage für den Kunden bewertet. Ebenso prüften wir die Infos zu Vertragsbedingungen und Anmeldeverfahren auf der Website.

WEITERBILDUNGSKURSE IM INTERNET

Seite 15–19

ac@demey
Internet Training
Institut
Waldburgstr. 17–19
70563 Stuttgart
Tel. 07 11/7 18 63 16

akademie.de asp
Hardenbergplatz 2
10623 Berlin
Tel. 0 30/28 00 00

Berlitz Online
Hauptstr. 81
65760 Eschborn
Tel. 0 61 96/40 04 24

Daten + Dokumentation
Ockstädter Str. 23
61169 Friedberg
Tel. 0 60 31/68 63 60

Englishtown
Markgrafenstr. 58
10117 Berlin
Tel. 0 30/20 34 75 55

ihk.online&medien
Bahnhofstr. 23–27
95444 Bayreuth
Tel. 09 21/88 67 04

Internet Uni
Käthe-Kollwitz-Str. 15
07743 Jena
Tel. 0 36 41/
2 24 15 00

kästner kolleg sprachen
Kamenzer Str. 52
01099 Dresden
Tel. 03 51/8 03 68 93

Learngate & mev
Ulmer Str. 160 a
86156 Augsburg
Tel. 08 21/4 44 35 27

Lerneffekt A/H/R
Osterholder Allee 2
25421 Pinneberg
Tel. 0 41 01/53 62 00

tecteam
Bildungsinstitut für
Technische Dokumen-
tation
Im Defdahl 5–10
44141 Dortmund
Tel. 02 31/5 57 14 20

tele-akademie
FH Furtwangen
Postfach 11 52
78113 Furtwangen
Tel. 0 77 23/92 06 80

TÜV Akademie
Westendstr. 199
80686 München
Tel. 0 89/57 91 16 79

TZ-Akademie
Johann-Hammer-Str. 24
97980 Bad Mergentheim
Tel. 0 18 05/78 38 92
Fax: 0 180 5/32 98 92

FAXKOMBI-GERÄTE

Seite 22–26

Aldi/Tevion
Postfach 10 01 52
45401 Mülheim/Ruhr
Tel. 02 08/9 92 70
Fax 02 08/9 92 73 21

Brother
61116 Bad Vilbel
Tel. 0 61 01/80 50
Fax 0 61 01/80 53 33

Canon
Postfach 10 04 01
47705 Krefeld
Tel. 0 21 51/34 50
Fax 0 21 51/34 51 02

Deutsche Telekom
Am Kavalleriesand 3
64307 Darmstadt
Tel. 0 61 51/8 30
Fax 0 61 51/83 47 91

Hewlett-Packard
Herrenberger Str.
110–140
71034 Böblingen
Tel. 0 70 31/1 40
Fax 0 70 31/14 29 99

Olivetti
Fürther Str. 212
90429 Nürnberg
Tel. 09 11/9 31 20
Fax 09 11/9 31 28 84

Philips
Hauptstr. 139–145
65760 Eschborn
Tel. 0 180 5/10 29
Fax 0 61 96/
9 54 53 30

Panasonic
Postfach 54 04 69
22504 Hamburg
Tel. 0 40/8 54 90
Fax 0 40/85 49 25 00

Sagem
4, rue du Petit Albi
F-95800 Cergy
St.-Christophe
Tel. 0 180 5/31 61 22
Fax 0 70 31/14 75 05

Samsung
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach/Ts.
Tel. 0 180 5/12 12 13
Fax 0 180 5/12 12 14

Sharp
Postfach 10 55 04
20038 Hamburg
Tel. 0 180 5/25 12 06
Fax 0 180 5/25 12 07

SEG
Postfach 10 20
66774 Rehlingen-
Siersburg
Tel. 0 68 35/5 00 00
Fax 0 68 35/78 55

Sharp
Postfach 10 55 04
20038 Hamburg
Tel. 040/2 37 60
Fax 0 40/23 76 26 60

Sony
Postfach 30 13 49
50782 Köln
Tel. 02 21/5 96 60
Fax 02 21/5 96 63 49

TechniSat:
Technic Park
54550 Daun
Tel. 0 39 25/9 22 00
Fax 0 39 25/
2 92 02 14

Hitachi
Am Seestern 18
40547 Düsseldorf
Tel. 02 11/52 91 50
Fax 02 11/529 15-90

JVC
Postfach 10 05 62
61145 Friedberg
Tel. 0 60 31/93 90
Fax 0 60 31/93 91 00

Panasonic
Postfach 54 04 69
22504 Hamburg
Tel. 0 40/8 54 90
Fax 0 40/85 49 25 00

Sanyo
Postfach 82 02 40
81802 München
Tel. 0 89/45 11 60
Fax 0 89/45 11 61 01

Sharp
Postfach 10 55 04
20038 Hamburg
Tel. 0 40/2 37 60
Fax 0 40/23 76 22 24

Sony
Postfach 30 12 49
50782 Köln
Tel. 0180 5/25 25 86
Fax 0 180 5/25 25 87

Thomson
Postfach 61 01 31
30601 Hannover
Tel. 05 11/41 80
Fax 05 11/4 18 23 00

Thomson
Postfach 61 01 31
30601 Hannover
Tel. 05 11/41 80
Fax 05 11/4 18 23 00

FERNSEHGERÄTE

Seite 35–40

Grundig
Beuthener Str. 43
90471 Nürnberg
Tel. 09 11/70 30
Fax 09 11/7 03 85 00

Loewe
Postfach 15 54
96305 Kronach
Tel. 0 92 61/9 90
Fax 0 92 61/9 54 11

Panasonic
Postfach 54 04 69
22504 Hamburg
Tel. 0 40/8 54 90
Fax 0 40/85 49 25 00

Philips
Postfach 10 14 20
20009 Hamburg
Tel. 0 40/2 85 20
Fax 0 40/28 52-12 12

SEG
Postfach 10 20
66774 Rehlingen-
Siersburg
Tel. 0 68 35/5 00 00
Fax 0 68 35/78 55

Sharp
Postfach 10 55 04
20038 Hamburg
Tel. 040/2 37 60
Fax 0 40/23 76 26 60

Sony
Postfach 30 13 49
50782 Köln
Tel. 02 21/5 96 60
Fax 02 21/5 96 63 49

TechniSat:
Technic Park
54550 Daun
Tel. 0 39 25/9 22 00
Fax 0 39 25/
2 92 02 14

TechniSat:
Technic Park
54550 Daun
Tel. 0 39 25/9 22 00
Fax 0 39 25/
2 92 02 14

Thomson
Postfach 61 01 31
30601 Hannover
Tel. 05 11/41 80
Fax 05 11/4 18 23 00

KLEBSTOFFE

Seite 58–63

Auro
Postfach 12 38
38002 Braunschweig
Tel. 05 31/28 14 10
Fax 05 31/2 81 41 61

Bindulin
Postfach 12 54
90702 Fürth
Tel. 09 11/73 10 48
Fax 09 11/73 10 45

Elefant: Breuhan
Zur Mühle 1–3
30559 Hannover
Tel. 05 11/52 27 77
Fax 05 11/52 77 77

Kaso Tec
Priessallee 18
33604 Bielefeld
Tel. 05 21/2 70 47 06

Loctite: Henkel
40191 Düsseldorf
Tel. 02 11/7 97-0
Fax 02 11/7 98 40 08

Marston-Domsel
Bergheimer Str. 15
53909 Zülpich
Tel. 0 22 52/17 44
Fax 0 22 52/59 72

Pattex: siehe Loctite

Pritt: siehe Loctite

Tesa:
Beiersdorf AG
20245 Hamburg
Tel. 0 40/49 09-0
Fax 0 40/49 09-34 34

Uhu
77813 Bühl
Tel. 0 72 23/28 40
Fax 0 72 23/28 45 00

CARVERSKI

Seite 70–74

Atomic
Am Kirchenhöhl 13
82166 Gräfelfing
Tel. 0 89/8 98 01 02
Fax 0 89/89 80 11 17
www.atomicsnow.com

Blizzard
Weissenbachstr. 1
88316 Isny
Tel. 0 75 62/7 09 00
Fax 0 75 62/70 90 20
www.blizzard-ski.com

Fischer
Max-Emanuel-Str. 3
94036 Passau
Tel. 0 80 00/83 38 11
Fax 0 80 00/83 38 13
www.fischer-ski.com

Head
HTM Deutschland
Velaskostr. 8
85622 Feldkirchen
Tel. 0 89/9 09 99 50
Fax 0 89/90 99 95 84
www.head.com

K2
Seehaupter Str. 60
82377 Penzberg
Tel. 0 88 56/90 10
Fax 0 88 56/90 11 01
www.k2sports.de

Kneissl
Ladestr. 2–10
A-6330 Kufstein
Tel. 00 43 53 72/
6 99 00
Fax 00 43 53 72/
6 21 87
www.kneissl.com

Rossignol
Postfach 49
82212 Maisach
Tel. 0 81 41/94 00
Fax 0 81 41/9 40 60
www.rossignol.com

Salomon
Adi-Dassler-Str. 1–2
91072 Herzogen-
aurach
Tel. 0 91 32/8 40
Fax 0 91 32/84 22 41
www.adidas.com

Vökl
Steinweg 62
94315 Straubing
Tel. 0 94 21/32 00
Fax 0 94 21/32 01 86
www.voelkl.com

Calix: Seehase
Korschenbroicher
Str. 83
41065 Mönchen-
gladbach
Tel. 0 21 61/49 28 80
Fax 0 21 61/
4 92 88 49

Defa: Waeco
Hollefeld Str. 63
48282 Emsdetten
Tel. 0 25 72/87 90
Fax 0 25 72/87 93 00
www.waeco.de

Eberspächer
Eberspächer Str. 24
73730 Esslingen
Tel. 07 11/9 39 00
Fax 07 11/9 39 14 14
www.eberspaecher.de

Ritter
Rheinstr. 23
54348 Bornich
Tel. 0 67 71/28 46
Fax 0 67 71/95 11 22
www.waermespeicher.com

Webasto
Kraillinger Str. 5
82131 Stockdorf
Tel. 0 800/1 23 45 77
Fax 0 80 95/5 23 53
www.webasto.de

ÖKOSIEGEL

Seite 84–86

ANOG
Pützchens Chaussee 60
53227 Bonn
Tel. 02 28/46 12 62
www.bonnet.de/
ANOG

Biokreis
Heiliggeist-/
Ecke Hennengasse
94032 Passau
Tel. 08 51/3 23 33
www.biokreis
online.de

Bioland
Kaiserstraße 18
55116 Mainz
Tel. 0 61 31/23 97 90
www.bioland.de

Biopark
Karl-Liebknecht-Str. 26
19395 Karow
Tel. 03 87 38/7 03 09
www.biopark.de

Demeter-Bund
Brandschneise 2
64295 Darmstadt
Tel. 0 61 55/8 46 90
www.demeter.de

Eco Vin
Wormser Str. 162
55276 Oppenheim
Tel. 0 61 33/16 40
www.ecovin.de

Gää
Am Beutlerpark 2
01217 Dresden
Tel. 03 51/4 01 23 89
www.gaea.de

Naturland
Kleinhaderner Weg 1
82166 Gräfelfing
Tel. 0 89/8 98 08 20
www.naturland.de

Neuland
Baumschulallee 15
53115 Bonn
Tel. 02 28/6 04 96 88
www.neuland-
fleisch.de

Ökosiegel
Barnser Ring 1,
29581 Gerdau,
Tel. 0 58 08/18 34

Edeka
New York Ring 6
22297 Hamburg
Tel. 0 40/63 77-0

real
Reyerhütte 51
41065 Mönchen-
gladbach
Tel. 0 80 05/18 55 18

Rewe
Domstraße 20
50668 Köln
Tel. 02 21/14 90

Spar
Osterbrooksweg 35–45
22867 Schenefeld
Tel. 0 40/83 94-0

Tengelmann
Wissollstraße 5–43
45278 Mülheim/Ruhr
Tel. 02 08/58 06 64 01

VERBRAUCHERZENTRALEN

Baden-Württemberg
Paulinenstr. 47, 70178 Stuttgart
Tel. 07 11/66 91 10, Fax 07 11/66 91 50
info@verbraucherzentrale-bawue.de
www.verbraucherzentrale.de

Bayern
Mozartstr. 9, 80336 München
Tel. 0 89/53 98 70, Fax 0 89/53 75 53
info@verbraucherzentrale-bayern.de
www.verbraucherzentrale-bayern.de

Berlin
Bayreuther Str. 40, 10787 Berlin
Tel. 0 30/21 48 50, Fax 0 30/2 11 72 01
info@verbraucherzentrale-berlin.de
www.verbraucherzentrale-berlin.de

Brandenburg
Templiner Str. 21, 14473 Potsdam
Tel. 03 31/29 87 10, Fax 03 31/2 98 71 77
vz.brbr@t-online.de
www.vzb.de

Bremen
Altenweg 4, 28195 Bremen
Tel. 04 21/16 07 77, Fax 04 21/1 60 77 80
info@verbraucherzentrale-bremen.de
www.verbraucherzentrale-bremen.de

Hamburg
Brandschneise 22, 20099 Hamburg
Tel. 0 40/24 83 20, Fax 0 40/24 83 22 90
info@verbraucherzentralehamburg.de
www.verbraucherzentralehamburg.de

Hessen
Große Friedberger Str. 13–17
60313 Frankfurt/M.
Tel. 0 69/9 72 01 00, Fax 0 69/97 20 10 50
vzh@verbraucher.de www.verbraucher.de

Mecklenburg-Vorpommern
Strandstr. 98, 18055 Rostock
Tel. 03 81/49 39 80, Fax 03 81/4 93 98 30
info@verbraucherzentrale-mv.de
www.verbraucherzentrale-mv.de

Niedersachsen
Herrenstr. 14, 30159 Hannover
Tel. 05 11/9 11 96 01, Fax 05 11/9 11 96 10
info@vzniedersachsen.de
www.verbraucherberatung.de

Nordrhein-Westfalen
Mintropstr. 27, 40215 Düsseldorf
Tel. 02 11/3 80 90, Fax 02 11/3 80 91 72
vz.nrw@vz-nrw.de www.vz-nrw.de

Rheinland-Pfalz
Ludwigstr. 6, 55116 Mainz
Tel. 0 61 31/2 84 80, Fax 0 61 31/28 48 66
verbraucherzentrale-rlp@verbraucherzentrale-rlp.de
www.info-mainz.de/verbraucherzentrale

Saarland
Hohenzollernstr. 11, 66117 Saarbrücken
Tel. 06 81/50 08 90, Fax 06 81/5 88 09 22
vz-saar@vz-saar.de
www.vz-saar.de

Sachsen
Bernhardstr. 7, 04315 Leipzig
Tel. 03 41/6 88 80 80, Fax 03 41/6 89 28 26
vzs@vzs.de
www.vzs.de

Sachsen-Anhalt
Steinbockgasse 1, 06108 Halle/Saale
Tel. 03 45/2 98 03 29, Fax 03 45/2 98 03 26
vz-sa@t-online.de
www.verbraucherzentrale.com

Schleswig-Holstein
Bergstr. 24, 24103 Kiel
Tel. 04 31/59 09 90, Fax 04 31/5 90 99 77
verbraucherzentralesh@t-online.de
www.schleswig-holstein.de/vz-sh

Thüringen
Eugen-Richter-Str. 45, 99085 Erfurt
Tel. 03 61/55 51 40, Fax 03 61/5 55 14 40
vz-thueringen@t-online.de
www.th-online.de/vereine/vz-thueringen