

Die Zielgruppenanalyse stellt einen der Schritte dar, die zu Beginn der Konzeption eines Lernangebots erfolgen sollte. Sie dient dazu, das Lernangebot besser an die Merkmale und Bedürfnisse der Lernenden anzupassen. Damit verbunden ist auch eine größere Chance für eine Erhöhung des Lernerfolgs.

Im Folgenden stellen wir die einzelnen Aspekte vor, die klassischerweise bei einer mediendidaktischen Zielgruppenanalyse berücksichtigt werden sollten:

### **Soziodemografische Merkmale:**

Bei der Zielgruppenanalyse können zunächst allgemeine soziodemografische Merkmale betrachtet werden. Hierunter fällt bspw. das **Alter** der Lernenden. Dabei kann sowohl das durchschnittliche Alter interessant sein, aber auch die Altersspanne. Ebenso kann überlegt werden, wie sich die Lernenden im Hinblick auf das Merkmal **Geschlecht** verteilen. Die **geografische Herkunft** der Lernenden kann ebenfalls eine Rolle für die Gestaltung eines Lernangebots spielen. Müssen bspw. verschiedene Zeitzonen bei der Planung berücksichtigt werden? Schließlich ist die **Größe der Zielgruppe** zu betrachten. Können Aussagen über die erwartete Anzahl an Nutzenden getroffen werden? Oder die minimale bzw. maximale Anzahl der Lernenden festgelegt werden?

### **Vorwissen:**

Der nächste Aspekt der Zielgruppenanalyse befasst sich mit dem Vorwissen der Lernenden. Für die Gestaltung eines Lernangebots ist es wichtig, auf welchem Wissen der Lernenden aufgebaut werden kann. Dabei kann sowohl bereits vorhandenes **Allgemeinwissen** als auch **fachliches Wissen** von Bedeutung sein. Möglicherweise kann anhand des **Studienverlaufs** und bereits **abgeschlossener Module** darauf geschlossen werden, welches Vorwissen in Bezug auf die konkreten Lerninhalte bereits vorhanden ist. An der FernUniversität ist der Großteil der Lernenden berufstätig. Das heißt, dass viele auch **praktische Erfahrungen** aus ihrem beruflichen Alltag mitbringen. Auch dieses Vorwissen kann in der Zielgruppenanalyse berücksichtigt werden.

Ein allgemeiner Grundsatz für die Gestaltung von Lernangeboten lautet:

Lernende mit großem Vorwissen können auch in offenen und explorativen Lernumgebungen lernen. Sie verfügen über das nötige Rüstzeug, um sich hier orientieren zu können.

Lernende mit niedrigem Vorwissen benötigen hingegen mehr Struktur und Führung. Dies bezieht sich sowohl auf die inhaltliche Ebene als auch die eingesetzten Medien.

### **Lernmotivation:**

Auch in der Mediendidaktik wird im Hinblick auf die Lernmotivation klassisch zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation unterschieden.

Bei intrinsisch motivierten Lernenden ist davon auszugehen, dass sie von sich aus ein Interesse für den Lerngegenstand und die Lerninhalte mitbringen. Meist ist deshalb **keine zusätzliche Motivation** der Lernenden nötig. Ebenso kann auf eine **vorgegebene Einteilung** der Lerneinheiten verzichtet werden. Die Lernenden schaffen sich passende Lerneinheiten meist selbst. Die Kontrolle über den **Lernweg** kann den Lernenden überlassen bleiben. Sie wählen die benötigten Inhalte in der Reihenfolge, die für sie passend ist. **Tests und Rückmeldungen** zum Lernfortschritt sollten nur nach Anforderung der Lernenden gegeben werden. Wichtig ist es vor allem, die **Neugier** der Lernenden aufrecht zu erhalten. Dies kann durch eine **abwechslungsreiche Gestaltung** des Lernangebots

erreicht werden. Auch sollten den Lernenden Möglichkeiten zur **Beeinflussung der Darstellung** des Lernangebots gegeben werden. Sie können dieses so an ihre individuellen Bedürfnisse anpassen.

Bei extrinsisch motivierten Lernenden müssen **externe Anreize** für die Auseinandersetzung mit dem Lernangebot gesetzt werden. Zu beachten ist, dass das **Lernen** von diesen Lernenden **als Anstrengung** erlebt wird und ihnen deshalb häufig schwerfällt. Ggf. sind Elemente zu integrieren, die dem entgegenwirken. Lernumgebung ist mit einer **klaren Struktur** zu gestalten, mit vorgegebenen Lernwegen und Lerneinheiten. Der zu vermittelnde Lehrstoff ist in **definierte und überschaubare Einheiten** einzuteilen. Insbesondere zum **Einstieg** in das Lernangebot sind **motivierende Maßnahmen** einzuplanen. Es sind **Tests zur Wissensprüfung** nach der Präsentation von Inhalten durchzuführen. Auch sollten regelmäßig die **Lernfortschritte** an die Lernenden rückgemeldet werden. Diese Sichtbarmachung des Fortschritts im Lernprozess steigert die Motivation der Lernenden. Das Lernangebot ist mit einer **Struktur und Darstellungsform** zu gestalten, die rigide aufrechterhalten werden sollte. Wichtig ist es darüber hinaus, in der Planung auch **Pausen** vorzusehen, in denen die Lernenden sich erholen können.

#### **Lerndauer:**

Dieser Aspekt der Zielgruppenanalyse hat vor allem Auswirkungen auf den späteren Schritt der zeitlichen Organisation des Lernangebots. Zu betrachten ist hier zum einen, welche **zeitlichen Fenster** den Lernenden zur Verfügung stehen. Insbesondere bei Studierenden der FernUni sind zeitliche Restriktionen zu bedenken. Diese können bspw. durch berufliche oder persönliche Verpflichtungen entstehen. Zu analysieren ist vor diesem Hintergrund nicht nur die **Dauer von Lerneinheiten**. Beachtet werden sollte auch, zu welchen **Tageszeiten** und an **welchen Tagen** die Lernenden sich wie lange mit den Inhalten befassen können.

Zum anderen ist zu berücksichtigen, wie viel **Zeit für die Bearbeitung** einer Lerneinheit oder Aufgabe erforderlich ist. Die jeweiligen Einheiten sollten möglichst nicht überfrachtet werden. Andererseits sollte die **Struktur inhaltlich sinnvoll** sein und zusammenhängende Themen nicht auseinandergerissen werden. Hier müssen also die Anforderungen der Lernenden mit den inhaltlichen Anforderungen des Lernstoffes in eine möglichst **optimale Passung** gebracht werden.

Ebenfalls im Kontext dieses Aspekts ist zu überlegen, ob für die jeweilige Zielgruppe **Einarbeitungszeitfenster** eingeplant werden sollten. Dies kann bspw. erforderlich sein, wenn die Lernenden zum ersten Mal mit einem neuen Tool oder einer neuen Methode lernen sollen.

Ein kleiner Tipp: Eine Überprüfung mittels **Pretests oder Evaluation** hilft festzustellen, ob die Einschätzungen richtig waren oder ggf. korrigiert werden müssen.

#### **Erfahrungen und Einstellungen:**

Bei diesem Aspekt der mediendidaktischen Zielgruppenanalyse ist zunächst grundlegend zu klären, ob die Lernenden **Anfänger\*innen oder Fortgeschrittene** sind. Dies betrifft sowohl die inhaltliche als auch die technisch-methodische Ebene. Je nach dem sind Einarbeitungszeiten, intensivere Betreuung oder zusätzliche Hinweise im Lernangebot erforderlich. Insbesondere die Nutzungsoberfläche technischer Tools ist nach Möglichkeit an die Zielgruppe anzupassen.

Weiterhin zu berücksichtigen sind bereits bestehende **Lerngewohnheiten**. Sind die Lernenden daran gewöhnt eher in geschlossenen, stark strukturierten Settings zu lernen oder haben sie sich bisher in offenen, selbststeuernden Lernangeboten bewegt?

Zu betrachten ist auch die generelle **Einstellung zu digitalen Medien** und zum Lernen mit digitalen Medien. Sind die Lernenden hier eher neugierig und positiv eingestellt? Oder herrschen Skepsis, Misstrauen und vielleicht sogar Angst vor den unbekanntem Technik vor? In letzterem Fall ist dies besonders durch eine Eingewöhnungszeit und Betreuung in der Startphase zu berücksichtigen.

Neben den Einstellungen spielen auch **Erfahrungen** eine wichtige Rolle. Lernende können bereits Erfahrungen mit Lernmedien oder bestimmten Lernmethoden gemacht haben. Auch ist es wichtig abschätzen zu können, ob bereits selbstgesteuert oder selbstorganisiert gelernt wurde. Hieraus können Rückschlüsse auf erforderliche Unterstützungsangebote sowie Einarbeitungszeiten gezogen werden.

Vor dem Hintergrund der Einstellungen und Erfahrungen mit mediengestütztem Lernen ist dabei auch eine grundsätzliche Frage zu stellen: Inwiefern und in welchem Umfang macht ein Medieneinsatz bei dieser Zielgruppe Sinn? Zeichnet sich ab, dass die Zielgruppe nur über geringe Erfahrung verfügt und/oder eine starke Ablehnung zu erwarten ist, dann sollte auf komplette Online-Lehre verzichtet werden. Stattdessen sollten Kombinationen aus Präsenz- und Onlinelehre gewählt werden, um einen ersten Zugang zu schaffen- Hierfür eignen sich Anreicherungs- oder Integrationsszenarien.

#### **Lernorte und Medienzugang:**

Ein weiterer zentraler Aspekt der mediendidaktischen Zielgruppenanalyse sind die Fragen nach den Lernorten und dem Medienzugang.

Lernenden können auch Lernangebote an unterschiedlichen Orten zugreifen. Zum Beispiel vom PC zuhause oder im Büro, von unterwegs mit dem Smartphone oder Tablet... Die Gestaltung der Lernangebote hat diese unterschiedlichen Orte zu berücksichtigen. Nicht nur in technisch-gestalterischer, sondern auch in inhaltlicher Sicht.

Insbesondere im Hinblick auf die Medienwahl in der Konzeption ist zu berücksichtigen, welche Medienausstattung bei den Lernenden vorhanden bzw. zu erwarten ist. Tools, die hohe Anforderungen an die Hardware stellen, sind ungeeignet für eine Zielgruppe, die nur über durchschnittliche Office-PCs verfügt. Auch ist bspw. zu bedenken, dass nicht alle Lernenden an ihren Geräten Anpassungen – bspw. Programme installieren – durchführen dürfen.

Es sollte grundsätzlich versucht werden, die Materialien soweit wie möglich an die vorhandene oder erwartbare Ausstattung anzupassen. Ggf. ist auf Alternativen hinzuweisen bzw. sind diese zur Verfügung zu stellen.

#### **Diversity:**

Beim letzten Aspekt, den es bei einer mediendidaktischen Zielgruppenanalyse zu berücksichtigen gilt, handelt es sich um Diversity. Gerade an der FernUni mit ihrer sehr diversen Studierendenschaft ist dieser Aspekt besonders zu betonen.

In Bezug auf die Gestaltung von Lernangeboten sind Merkmale wie der **kulturelle Hintergrund** der Lernenden zu berücksichtigen. Dieser kann Auswirkungen auf das Lernverhalten haben. Bspw. wie aktiv sich Lernende beteiligen, ob und wie sie Lehrende bei Fragen kontaktieren.

Das **sprachliche Niveau** der Zielgruppe sollte ebenfalls berücksichtigt werden. Etwa im Hinblick darauf, welche Sprachkenntnisse auf welchem Niveau vorliegen.

In diesem Kontext möchten wir auch noch einmal darauf verweisen, dass in Lernangeboten grundsätzlich eine **gendergerechte und antidiskriminierende Sprache** zu wählen ist.

Zugangsbarrieren sind ebenfalls möglichst gering zu halten. Ein wichtiges Stichwort hierbei ist **Barrierefreiheit**, die so umfassend wie möglich gewährleistet werden sollte.

Im Hinblick auf Diversity gilt die gleiche Empfehlung wie bei der Medienausstattung: Ggf. sind **unterschiedliche Formate und Medien anzubieten**.

Ein letzter Hinweis noch zum Abschluss: Zielgruppenanalysen basieren sehr selten auf gesicherten Daten. Nur in wenigen Fällen kennen Lehrende ihre Lernenden im Vorfeld so gut, dass sie sichere Aussagen über die treffen können. Auch ist es nur in Ausnahmen möglich, die Lernenden im Vorfeld zu befragen. Wenn das jedoch möglich ist, sollte die Chance genutzt werden.

Normalerweise aber sind Zielgruppenanalysen plausible Schätzungen, die aus Vorerfahrungen und bekannten Informationen abgeleitet werden. In den Fällen, wo auch dies kaum möglich ist, sollte versucht werden, die Lernangebote so flexibel wie möglich zu gestalten, um für alle Fälle gerüstet zu sein.