



2. Projektleiter Erfahrungsaustausch

**CSC Ploenzke Akademie,
Hamburg den 1. Oktober 2001**

e-Learning

**Moderation:
Ralf Seidel
Dr. Frank Edelkraut**



***„Also lautet ein Beschluß:
Daß der Mensch was lernen muß.-
- Nicht allein das A-B-C
Bringt den Menschen in die Höh´;
Nicht allein im Schreiben, Lesen
Übt sich ein vernünftig Wesen;
Nicht allein in Rechnungssachen
Soll der Mensch sich Mühe machen;
Sondern auch der Weisheit Lehren
Muß man mit Vergnügen hören. –
Daß dies mit Verstand geschah,
War Herr Lehrer Lämpel da. –***

(Wilhelm Busch (*1832) | Max und Moritz)





Begriffe

Lernen

Lernen ist die Veränderung des Verhaltenspotenzials eines Organismus durch bewusste oder unbewusste Erfahrungen.

e-Learning

Der Begriff e-Learning umfasst alle Arten des Lernens, die durch elektronische Medien unterstützt werden.

CBT

Computer Based Training; umfasst prinzipiell alle Lernformen, die an einen Rechner gebunden sind. Im engeren Sinne bezieht sich der Begriff auf CD-ROMs

WBT

Web Based Training; alle Formen des elektronischen Lernens, die auf Informationsverteilung über ein Netzwerk beruhen.



Ziele und Inhalte des e-Learnings

Von der Einführung von e-Learning versprechen Unternehmen sich:

- Reduktion der Weiterbildungskosten
- Möglichkeiten zur Schulung großer Gruppen (Vertrieb, Kunden)
- Schulung unabhängig von Zeit und Ort
- Verfügbarkeit on demand

Themen, die per e-Learning geschult werden:

- Office-Software (66%)
- Andere Software-Anwendungen (44%)
- Bedienung von Betriebssystemen (38%)
- Produktschulungen (31%)
- Unternehmensspezifische Themen (18%)



Praxisbeispiel 1: Accenture / Siemens

Die Siemens AG hat Accenture beauftragt eine CBT – Schulung für den Führungskräftenachwuchs zu entwickeln.

ACE – Achieving Finance and Controlling Excellence

Das System zeichnet sich aus durch:

- Interaktivität,
- exzellente Didaktik,
- Media Convergence und
- Personalisierung

Kosten: 40 Mio.\$

Demoversion in der Pause !!



Praxisbeispiel 2: Volkswagen AG

Im Mai 1999 führte die Volkswagen Coaching GmbH LINE (Learning in Network Environment) ein.

In den ersten 14 Monaten verzeichnete das System 80.000 Besucher
Im gleichen Zeitraum meldeten sich 700 Lerner für Kurse an

Ursachen für die geringe Resonanz?

- mangelnde Eigeninitiative
- Eingefahrene Strukturen
- Kostenlose Konkurrenzseminare



Praxisbeispiel 3: Deutsche Bank AG

„Erfolgreich Führen“ ist ein Qualifizierungsprogramm der Deutschen Bank für Nachwuchsführungskräfte. Zentraler Baustein sind intranetbasierte Lernbausteine.

Einteilung:

1. Eintägiger Kick-Off
2. Selbstlernprogramm (100 Tage Basiswissen)
3. Coaching durch den Vorgesetzten (gesamte Programmdauer)
4. Chat-Room (programmbegleitend, Eigeninitiative)
5. „Meisterstück“ (eigenes Projekt mit Mitarbeitern)
6. Workshop (2 Tage; Aufarbeitung und Übung des Stoffs)
7. Vertiefungsphase (acht Monate)



Wo stehen wir heute ?

Der ersten Euphorie ist Ernüchterung gewichen. Die Steigerungsraten im e-Learning sind 2001 deutlich niedriger ausgefallen als erwartet.

Bisher setzen vor allem Großunternehmen e-Learning in nennenswertem Umfang ein. Der Anteil am Gesamtbudget ist noch immer sehr gering.

Die Nutzerakzeptanz bleibt gering.

Erfolgreiche Beispiele von e-Learning-Einsätzen sind Insellösungen, die in umfassendere Personalentwicklungskonzepte eingebunden sind.

Der Mittelstand und Endkunden haben keinen nennenswerten Zugang zum e-Learning-Markt.

Die Besitzer von Content (Verlage, Universitäten, TV-Anstalten) stellen diesen nur sehr zögerlich für e-Learning zur Verfügung.



Wie ist dieser Status zu verstehen?

E-Learning ist ein Teilaspekt der Digitalisierung der Wirtschaft. Diese setzt sich nun zusammen aus:

- B2C – Business to Customer
- B2B – Business to Business
- B2E – Business to Employee

Eine erfolgreiche Umsetzung von B2E beinhaltet drei Komponenten:

- Technologie
- Strategie und angepasste Organisationsstruktur
- Individuelle Fähigkeiten und Erfahrungen der Mitarbeiter

Die Technologie existiert, während die meisten Unternehmen noch nicht über eine e-Strategie und entsprechende Organisationsformen verfügen. Die individuellen Fähigkeiten hängen stark von Branche und individuellen Faktoren ab.



10 Trends für das e-Learning

10. Das Lernen wird eher dem Computerspiel gleichen, als den klassischen Lernmedien
9. Class- und e-Learning wachsen zusammen
8. Integrated ecosystems; das Lernen wird Teil der Arbeit und umgekehrt
7. Compression; der Faktor Zeit gewinnt immer mehr an Bedeutung, das Lernen wird durch kleinere Einheiten und Feedback-Schleifen beschleunigt.
6. Media Convergence; „Learning cockpit“ aus Video, Feedback-Systemen, Personalisierung, Toolbox, Interaktion und virtuellem Kontakt
5. e-Learning plus Knowledge Management
4. Neue Strukturen der Weiterbildung (Verantwortlichkeit, peer-to-peer)
3. Prozeß vs. Event; Schulung und Praxis werden weniger getrennt
2. Blending; Mischung verschiedener Technologien sowie von Präsenz- und PC-Zeiten
1. Strategie für e-Learning



Versuch eines Fazits

Bisher war e-Learning ein **Technologiethema**. Die notwendigen Technologien existieren.

Der nächste Schritt ist die **Schaffung geeigneter strategischer und organisatorischer Rahmenbedingungen**. Hierzu gehören u.a.:

- konsequente Digitalisierung der Unternehmensprozesse
- Qualifizierung der Trainer und Bildungsanbieter
- Erarbeitung e-spezifischer Inhalte, die die Vorteile der Technologien auch nutzen

Der **Fokus** zukünftiger Entwicklungen wird auf dem **Menschen** liegen. E-Learning wird dann erfolgreich, wenn Nachfrage besteht. Diese resultiert aus der Befriedigung der Nutzerbedürfnisse und der Bereitschaft zur Veränderung →

Lernen ist die Veränderung des Verhaltenspotenzials eines Organismus durch bewusste oder unbewusste Erfahrungen.



Vielen Dank !