



Corporate E-Learning

Ein Vorschlag für eine effizientere Nutzung vorhandener
E-Learning-Möglichkeiten in Unternehmungen

Semesterarbeit

Eingereicht bei:

Prof. Dr. Olaf Jacob

Zürich, im März 2002

Gruppe 2, WI 3a

Dominik Bollen
Susanne Diemand
Corinne Dietemann
Tom Jeck

Kontaktadresse:
Susanne Diemand
Kleinjoggstrasse 2
8615 Wermatswil

Tel. 01 940 30 39
E-Mail: diemand_s@yahoo.de

Executive Summary

Corporate E-Learning, d.h. E-Learning im Einsatz bei Unternehmen ist ein sehr komplexes Thema. Aufgrund dieser Tatsache und der bereits vorhandenen Literatur diesbezüglich, fokussiert sich die Autorengruppe auf die Maximierung des Nutzens von E-Learning.

Im ersten Kapitel werden die Abgrenzungen dieser Arbeit vorgenommen und die Zielsetzungen definiert.

Das zweite Kapitel zeigt grundsätzliche Informationen von E-Learning bei Unternehmen auf und stellt die Begriffs- und Grundlagendefinition in den Mittelpunkt.

Das dritte Kapitel beschreibt die Vorgehensweise in der Informationsbeschaffung, zeigt die im Vorfeld durch die Autorengruppe definierten Annahmen auf und verweist schliesslich auf die statistischen Auswertungen im Anhang.

Kapitel vier befasst sich mit den modellhaften Kernfragen, welche vorher definiert wurden. Diese werden anhand der Resultate aus dem Umfragebogen analysiert und mögliche Erfolgsfaktoren werden eruiert.

Das fünfte Kapitel beinhaltet die allgemeine Schlussfolgerung und gibt einen Ausblick in die Zukunft.

Um die Problembereiche von E-Learning bei Unternehmen klar und aktuell aufzuzeigen und den in den vorangegangenen Kapiteln gefundenen Kernfragen mehr Gewicht zu verleihen, wurde eine schriftliche Umfrage bei diversen Firmen durchgeführt. Der Aufbau und auch die wertfreie Auswertung dieser Umfrage werden im Anhang aufgeführt.

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary	I
Inhaltsverzeichnis	II
Ehrwörtliche Erklärung	III
Vorwort	IV
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Abgrenzung der Arbeit	1
1.3 Zielsetzung.....	1
2. Grundlagen	2
2.1 Begriffsdefinition/ -erklärungen.....	2
2.1.1 Definition E-Learning.....	2
2.1.2 Corporate E-Learning.....	3
2.1.3 Computer Based Training (CBT)	3
2.1.4 Web Based Training (WBT).....	3
2.1.5 Distance Learning	3
2.2 E-Learning im Vergleich mit traditionellen Lernmethoden.....	4
2.3 Evolution von E-Learning	4
2.4 Marktentwicklung	4
3. Methodik	5
3.1 Untersuchung des aktuellen Corporate E-Learning-Einsatzes.....	5
3.2 Annahmen der Autorengruppe	5
3.3 Art und Umfang der Befragung.....	6
4. Untersuchungsergebnisse	7
4.1 Kommunikationswege	7
4.1.1 Wirkungsgrad der einzelnen Distributionskanäle	7
4.1.2 Analyse der Ursache des Informationsmangels.....	8
4.1.3 Erfolgsversprechende Kommunikationswege	8
4.2 Anwendungsmotivation	9
4.2.1 Anstrengungen zur Steigerung der Anwendungshäufigkeit	9
4.2.2 Erfolgsfaktoren für die Steigerung der Anwendungsmotivation.....	10
4.3 Persönlicher Nutzen des Anwenders.....	11
4.3.1 Analyse der Vorteile von E-Learning	11
4.3.2 Häufigkeiten der Nennung von Vorteilen	12
4.3.3 Potential im Kommunizieren der Vorteile.....	12
4.4 Zukunftschancen E-Learning	13
4.4.1 Wichtigkeit von E-Learning für die Arbeitnehmer.....	13

4.4.2 Potential von E-Learning in der Zukunft.....	13
4.5 Technische Bereitstellung	14
4.5.1 Art der Bereitstellung in den Betrieben	14
4.5.2 Erfolgsversprechende Trends in der technischen Bereitstellung.....	14
4.6 Produktgestaltung	15
4.6.1 Zufriedenheit der Anwender	15
4.6.2 Verbesserungspotential in der Produktgestaltung.....	15
4.7 Weitere Erkenntnisse	16
4.7.1 E-Learning als Ergänzung	16
4.7.2 Trennung Arbeitsplatz/ -zeit von Schulungsort/ -zeit.....	16
4.7.3 Übersichtlichkeit und Einfachheit von E-Learning-Produkten.....	16
5. Schlussfolgerung und Ausblick in die Zukunft	17
5.1 Schlussfolgerung.....	17
5.2 Ausblick in die Zukunft	18
6. Anhang	19
6.2 Literaturverzeichnis	19
6.4 Alphabetisches Glossar.....	20
6.3 Abkürzungsverzeichnis	20
6.5 Umfragebogen	21
6.6 Auswertung der Antworten	24

Ehrwörtliche Erklärung

Wir erklären hiermit, dass

- die vorliegende Semesterarbeit selbständig durch die Verfasser und ohne Benützung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt wurde;
- die benutzten Quellen wörtlich oder inhaltlich als solche kenntlich gemacht wurden; und
- diese Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungskommission vorgelegt wurde.

Zürich, 1. März 2002

Dominik Bollen

Susanne Diemand

Corinne Dietemann

Tom Jeck

Vorwort

„Corporate was?“ war häufig die Frage, die uns gestellt wurde, wenn wir über unsere Gruppenarbeit berichteten. Tatsächlich ist Corporate E-Learning ein noch sehr junger Begriff, obwohl die Schulungsmethode E-Learning bereits seit mehreren Jahren existiert. Je mehr wir uns mit dem Thema auseinandersetzen, desto mehr merken wir, dass auch Corporate E-Learning nicht mehr erst in den Kinderschuhen steckt. Bei der Befragung der einzelnen Unternehmen stellten wir fest, dass in dieser Richtung bereits einiges geschehen und sehr viel im Gange ist.

Da es uns wichtig ist, einen Erkenntnisfortschritt aus unserer Arbeit zu erzielen, entschieden wir, unser Thema abzugrenzen. Wir setzten uns zum Ziel, herauszufinden, welchen Nutzen die bereits mit E-Learning operierenden Firmen daraus ziehen und wie sie ihn maximieren können. Der Rücklauf unserer Umfragebogen und das Interesse der befragten Firmen an unserer Arbeit bestätigten unsere Zielrichtung.

Neben theoretischen Grundlagen legten wir grossen Wert auf die Meinung der Arbeitnehmer, die bereits mit E-Learning konfrontiert wurden. Aus diesem Grund konzentriert sich die Arbeit auf die Auswertung der Umfragebogen sowie auf die daraus folgenden Kenntnisse.

Wir bedanken uns bei allen, die uns bei dieser Semesterarbeit unterstützt haben. Vor allem danken wir den Arbeitnehmern, die sich die Zeit nahmen, den Umfragebogen auszufüllen, und uns damit wichtige Informationen lieferten. Ein weiterer besonderer Dank geht an Herrn Prof. Dr. Olaf Jacob, der uns für Fragen zur Verfügung stand und wertvolle Hinweise gab, die zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen haben.

Zuletzt möchten wir erwähnen, dass diese Semesterarbeit zur besseren Lesbarkeit in der männlichen Form verfasst wurde. Alle Ausdrücke beziehen sich jedoch auch auf die weibliche Form.

Zürich, 1. März 2002

Dominik Bollen
Susanne Diemand
Corinne Dietemann
Tom Jeck

1. Einleitung

1.1 Problemstellung

Literatur zum Thema Corporate E-Learning ist im Vergleich zu jenem herkömmlicher Lernmethoden erst spärlich vorhanden. Sie ermöglicht jedoch einer Unternehmung, sich während der Einführungsphase umfassend über die Grundlagen zu informieren. An Fachliteratur über die Möglichkeiten, den Nutzen der bereits vorhandenen E-Learning-Programme zu maximieren, mangelt es aber nach wie vor.

1.2 Abgrenzung der Arbeit

Infolge der oben erwähnten Problemstellung wurde entschieden, in der vorliegenden Semesterarbeit auf die Nutzung bereits vorhandener E-Learning-Funktionalitäten und deren Maximierung einzugehen. Der Kreis der Befragten in diesem Zusammenhang wurde ebenfalls eingeschränkt. Die Semesterarbeit stützt sich auf Daten von Unternehmungen aus dem Grossraum Zürich, die E-Learning bereits eingeführt haben.

1.3 Zielsetzung

Die aktuelle Lage, die im E-Learning-Anwendermarkt herrscht, wird empirisch erforscht. Anhand eines Umfragebogens (siehe Anhang) werden die Eindrücke der Anwender ermittelt und Hemmnisse im Umgang mit E-Learning aufgezeigt, die der Förderung des Benutzens dieser Lernmethode im Wege stehen.

Aus diesen Forschungsergebnissen werden Erfolgsfaktoren ermittelt. Es werden Vorschläge gemacht, die bei Bedarf zur Verbesserung der Situation in den einzelnen Unternehmungen beitragen.

2. Grundlagen

2.1 Begriffsdefinition/ -erklärungen

In der vorliegenden Semesterarbeit werden verschiedene Begriffe verwendet, die in diesem Kapitel definiert werden. Es handelt sich dabei um Ausdrücke, die im Zusammenhang mit dem Thema Corporate E-Learning verwendet werden.

2.1.1 Definition E-Learning

Die in der Fachliteratur auftretenden Definitionen von E-Learning variieren von Autor zu Autor. Eine Definition, die die Hauptmerkmale der verschiedenen Definitionen umfasst, wird hier wiedergegeben:

“E-Learning kann begriffen werden als Lernen, das mit Informations- und Kommunikationstechnologien (Basis- und Lerntechnologien) respektive mit darauf aufbauenden (E-Learning-) Systemen unterstützt bzw. ermöglicht wird. (...)“¹

Die nachfolgende Illustration soll aufzeigen, welche Methoden sich unter den Oberbegriff E-Learning einreihen. Die Aufzählung kann aber nicht als vollständig oder abschliessend betrachtet werden. Es werden nur Schwerpunkte gezeigt.

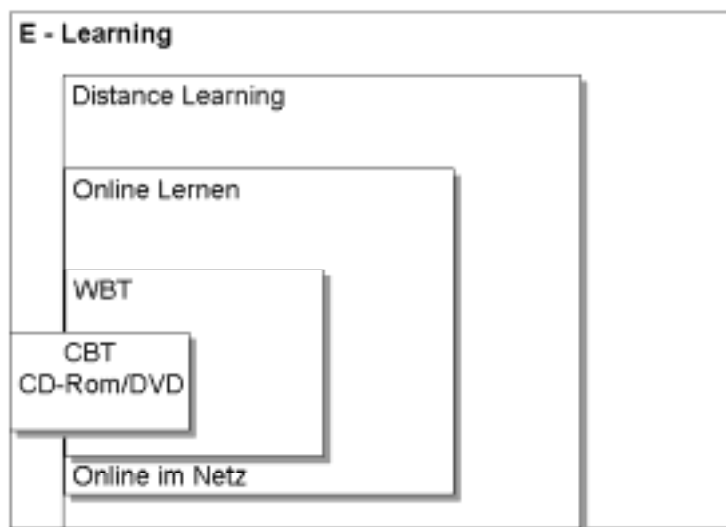


Abbildung 1

(In Anlehnung an: Back, Bendel, Stoller-Schai, 2001, S.34)

¹ Vgl. Back, Bendel, Stoller-Schai, 2001, S. 28

2.1.2 Corporate E-Learning

Die Wissensmenge ist in den letzten Jahren explosionsartig angestiegen. Die Halbwertszeit wird immer kleiner². Dieser Wandel der Gesellschaft macht auch nicht vor Unternehmen halt. Oft müssen daher Unternehmen in sehr kurzer Zeit vielen Personen Wissen vermitteln. Dazu gehören die Einführung neuer Systeme oder auch die fachlichen Neuerungen, welche fast aktuell einer breiten Masse zugänglich gemacht werden müssen.

Um diesen enormen Anforderungen des Marktes gerecht werden zu können, benützen viele Unternehmungen diese Form des Lernens.

2.1.3 Computer Based Training (CBT)

Unter CBT versteht man die Verwendung von Computern und den Einsatz von speziell entwickelten Lernprogrammen. Diese können variieren zwischen einfachen Anwendungsprogrammen für ein neues System, einer neuen Software oder aufwändigen Programmen, die mit dem Einsatz von Grafiken und Farben den Lernerfolg erhöhen sollen. CBT werden generell von einer Diskette oder CD-ROM installiert oder vom Intranet herunter geladen.³

2.1.4 Web Based Training (WBT)

Wie im Namen schon ersichtlich, ist WBT eine auf dem Inter- oder Intranet basierende Form des Lernens. Einer der wesentlichen Unterschiede zu CBT besteht darin, dass die Programme immer aktualisiert werden können. Ein zweiter wesentlicher Unterschied liegt in der Möglichkeit der Kommunikation ohne Zeitverzögerung. So kann bei einer Lektion mit dem Leiter/Lehrer des E-Learning-Programms oder auch anderen Teilnehmern kommuniziert werden und virtuelle Wandtafeln können eingesetzt werden.⁴

2.1.5 Distance Learning

Diese Form kann auch unter dem Oberbegriff E-Learning eingereiht werden. Bei Distance Learning können Fragen an den jeweiligen Mentor des Programms via E-Mail oder Newsgroups platziert werden. Oft mit einer grösseren Zeitverschiebung werden dann diese Antworten beantwortet.

Als markantester Unterschied zu den vorhergehenden Methoden muss der Lernstoff hier nicht zwingend in einem System oder Programm vorhanden sein, sondern kann auch in herkömmlicher Form (Buch, Ordner) benutzt werden.

Distance Learning kann auch ergänzend in CBT- und WBT-Methoden zum Einsatz kommen.

“Da E-Learning sehr dynamisch ist und sich die technischen Möglichkeiten laufend ändern, sind die Grenzen zwischen den verschiedenen Methoden fließend und auch nicht über Jahre geltend.“⁵

² Vgl. Magnus, 2001, S.26

³ Vgl. Back, Häusler, Seufert, 2001

⁴ Vgl. Back, Häusler, Seufert, 2001

⁵ Vgl. Back, Häusler, Seufert, 2001

2.2 E-Learning im Vergleich mit traditionellen Lernmethoden

Im Gegensatz zu herkömmlichen Lernmethoden wird E-Learning meistens multimedial aufbereitet. Dadurch werden mehrere Sinnesorgane beim Lernen stimuliert, was dem Lerneffekt zu Gute kommt. In aktuellen Forschungen wird darauf hingewiesen, dass das Gehirn sich verjüngen kann, wenn es dauernd aufgefordert wird, Neues zu lernen oder bereits Gelerntes erneut auf die Probe zu stellen. Gerade der Einsatz von E-Learning bei Unternehmen kommt diesem Gedankenansatz sehr nah, wird doch von den Arbeitnehmern in der heutigen Zeit verlangt, ihr Wissen auf dem neusten Stand zu halten (vgl. Begriffsdefinition Corporate E-Learning, Seite 3). Der erfolgreiche Einsatz von E-Learning setzt eine hohe Eigenverantwortung und die Fähigkeit zur Selbst-motivation der Anwender voraus.

2.3 Evolution von E-Learning

Der Einsatz von Video- und Tonträgern kann als erste Stufe von E-Learning bezeichnet werden. Sehr schnell setzten sich aber CBT Formen durch, welche über Disketten und CD-Rom auf dem lokalen PC installiert wurden. Mit dem Aufkommen des Internets und der daraus entstandenen E-Euphorie sind im Markt immer mehr CBT aufgetaucht, welche über das Intranet bezogen werden können.

WBT Lösungen werden aber in Zukunft den Markt beherrschen. Der Vorteil einer WBT Lösung liegt darin, dass sich der Anwender mit einem Tutor unterhalten kann und das System laufend aktualisiert werden kann.

Es gibt daher Anzeichen, dass Corporate E-Learning immer mehr in ein I, für Intra-/ Internet-Learning übergeht.⁶

2.4 Marktentwicklung

Der E-Learning-Markt, als Teil des Neuen Marktes, leidet besonders stark unter der angespannten wirtschaftlichen Lage. Viele Unternehmen sparen zuerst an der Aus- und Weiterbildung ihrer Arbeitnehmer. Daher werden Investitionen in E-Learning-Lösungen zeitlich verschoben oder ganz zurückgestellt.⁷

Dieses Ausbleiben von Aufträgen hat unweigerlich zu einer Marktbereinigung geführt. Die Konsolidierungsphase ist nun aber zum grossen Teil vollzogen, und mit dem nächsten Anstieg der Konjunktur kann auch von einem Erwachen des E-Learning Marktes ausgegangen werden.

Wie verschiedene Studien⁸ und auch der E-Learning Index von WRHAMBRECHT&Co. (www.wrhambrecht.com) zeigen, werden dem gesamten E-Learning-Markt anhaltende Wachstumschancen prognostiziert.

⁶ Vgl. Back, Bendel, Stoller-Schai, 2001, (E-Learning im Unternehmen)

⁷ Vgl. (www.userpage.fu-berlin.de/satow vom 02. Februar 02)

⁸ Vgl. Back, Bendel, Stoller-Schai, 2001

3. Methodik

3.1 Untersuchung des aktuellen Corporate E-Learning-Einsatzes

In der bestehenden Literatur zum Thema Corporate E-Learning werden hauptsächlich die Einführung dieser Schulungsmethode und die dadurch erreichten Vorteile beschrieben. Als meistgenannte Vorteile figurieren Kosteneinsparungen in der betrieblichen Aus- und Weiterbildung, Zeitersparnisse und Effizienz. Spärlich sind jedoch Leitfaden und Literatur zur Nutzenmaximierung bereits eingesetzter E-Learning-Systeme. Um trotzdem über die elementaren Informationen verfügen zu können, die für diese Forschungsarbeit notwendig sind, ist es wichtig, die Sicht des Benutzers zu untersuchen. Der zweite Grund für die Befragung der Anwender war, herauszufinden, ob sich die unter Abschnitt 3.2 beschriebenen, von der Autorengruppe im Vorfeld getroffenen Annahmen, bestätigen, sowie auf nicht beachtete Probleme aufmerksam gemacht zu werden.

3.2 Annahmen der Autorengruppe

Für den Aufbau des Fragebogens wurden im Vorfeld Hypothesen (nachfolgend Thesen genannt) formuliert, die als Blockaden für eine effiziente Nutzung gelten können.

- These 1: Der Anwender ist zu wenig über das E-Learning Angebot informiert
- These 2: Der Anwender wird von der Unternehmung nicht dazu motiviert, E-Learning anzuwenden
- These 3: Ein Anwender, der einen persönlichen Nutzen aus E-Learning zieht, ist sich der Wichtigkeit dieser Schulungsmethode bewusst
- These 4: Die Anwender sind sich der Wichtigkeit von E-Learning in der Zukunft zu wenig bewusst
- These 5: CD-Rom und Diskette sind die meist verbreitetsten Formen für E-Learning Produkte
- These 6: Die aktuellen E-Learning Angebote der Unternehmen sind noch nicht ausgereift

3.3 Art und Umfang der Befragung

Die Grundgesamtheit der Untersuchung ist eine Auswahl von Unternehmungen im Grossraum Zürich, die Corporate E-Learning bereits einsetzen. Es wurde telefonisch nach dem Stand angefragt. Bei Interesse erhielten sie den Fragebogen elektronisch zugesandt, mit der Bitte, diesen von einigen Mitarbeitern ausfüllen zu lassen. Die Teilnehmer der Umfrage bestehen aus einer Gruppe von Anwendern im Alter von 20 bis 60 Jahren, ungeachtet Ihrer Funktion im Betrieb. Es nahmen 34 weibliche und 72 männliche Personen an der Befragung teil.

Die Auszählung der Antworten und der offenen Fragen wurde strukturiert vorgenommen. Innerhalb sich entsprechender Fragethemen werden bezugnehmende Rückschlüsse auf Kernaussagen und Trends gezogen. Die Verbesserungsvorschläge, die aus dieser Forschungsarbeit abgeleitet werden können, werden in den Schlussfolgerungen dieser Arbeit genannt.

Rücklauf

	Anzahl FB	In Prozent ⁹
Versandte Fragebogen	276	100
Zurückgehaltene Fragebogen	116	42
Davon ausgewertet	106	38
Offene Frage (16) beantwortet	36	34¹⁰
Davon nicht ausgewertet ¹¹	10	4

⁹ In Prozent der versandten Fragebogen

¹⁰ In Prozent der ausgewerteten Fragebogen

¹¹ Kriterien nicht erfüllt

4. Untersuchungsergebnisse

4.1 Kommunikationswege

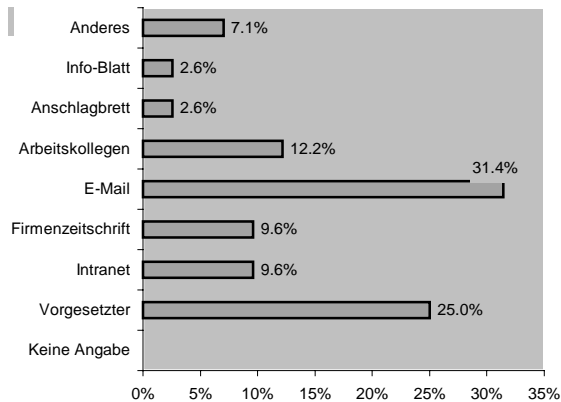
These 1: Der Anwender ist zu wenig über das E-Learning Angebot informiert

Die These wird anhand der Fragen 9 und 10 des Umfragebogens untersucht. Folgende Erkenntnisse können aufgezeigt werden.

4.1.1 Wirkungsgrad der einzelnen Distributionskanäle

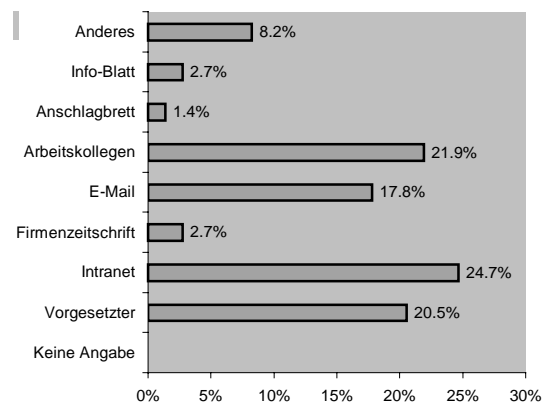
Die untenstehenden Grafiken zeigen auf, welche Distributionskanäle für E-Learning von den Benutzern genannt wurden. Es wird dabei zwischen den Antworten der genügend (Grafik 1) resp. ungenügend (Grafik 2) informierten Benutzern unterschieden.

Antworten auf Frage 10 von Anwendern, die sich gut genug informiert fühlen:



Grafik 1

Antworten auf Frage 10 von Anwendern, die sich nicht gut genug informiert fühlen:



Grafik 2

Feststellung 1

Aus Grafik 1 wird ersichtlich, dass jede dritte Person E-Mail als Informationsquelle angegeben hat, während Intranet nur von jeder zehnten Person genannt wird.

Diese Aussagen unterscheiden sich klar von jenen der Nutzer, die sich zu wenig informiert fühlen. Hier geben nur 17% E-Mail als Informationsträger an, während jeder vierte über Intranet informiert wird.

Dadurch zeigt sich deutlich, dass die direkte Kommunikation über E-Mail effektiver wirkt, als die ledigliche Bereitstellung der Information auf dem Intranet.

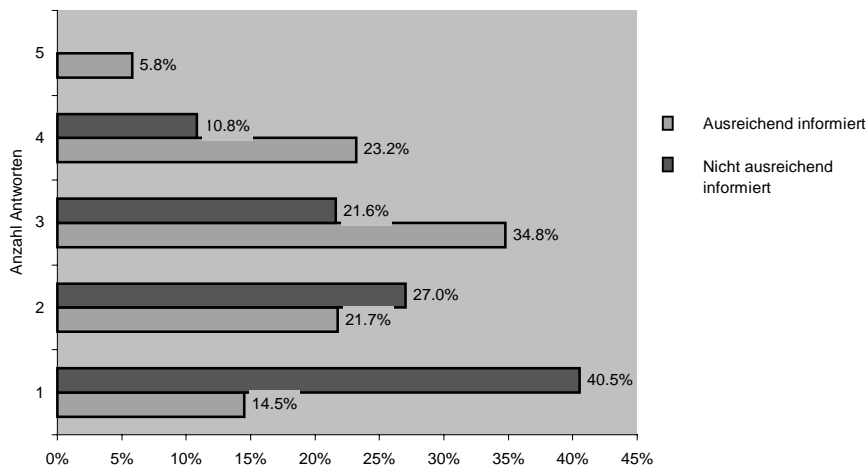
Feststellung 2

Die Grafik 2 zeigt, dass jeder fünfte Benutzer die Information durch Arbeitskollegen oder durch den Vorgesetzten erhält, wohingegen die Firmenzeitschrift mit 2.7% spärlich vertreten ist. Bei den sich genügend informiert fühlenden Benutzern werden die Arbeitskollegen nur von rund 12% und der Vorgesetzte von jeder vierten Person genannt, während die Firmenzeitschrift einen Anteil von rund 10% ausmacht.

Daraus kann geschlossen werden, dass das Arbeitsumfeld als Informationsüberbringer nicht ausreicht. Die direkte Information durch den Vorgesetzten wirkt dann effektiv, wenn die Unternehmung ihn dabei unterstützt. Dies kann z.B. durch Artikel in der Firmenzeitschrift erreicht werden, wie aus Grafik 1 ersichtlich wird.

4.1.2 Analyse der Ursache des Informationsmangels

Die untenstehende Grafik zeigt auf, wie viele Antworten die einzelnen Personen auf die Frage 9 gegeben haben. Abermals wird unterschieden zwischen den ausreichend und den nicht ausreichend informierten Personengruppen.



Grafik 3

Feststellung

Ganz deutlich wird in diesem Diagramm gezeigt, dass der Grossteil der nicht ausreichend informierten Benutzer nur eine Informationsquelle angaben. Der durchschnittliche ausreichend informierte Anwender konnte drei Informationsträger nennen.

Die Wichtigkeit, gleichzeitig auf mehreren Wegen zu informieren, kristallisiert sich deutlich heraus.

4.1.3 Erfolgsversprechende Kommunikationswege

Die Mitarbeiter müssen direkt informiert werden. Als effektive Informationsmittel dienen:

- Direkte E-Mail
- Zusätzliche Bereitstellung der Information im Intranet
- Mündliche Information durch den Vorgesetzten. Wichtig ist hierbei, dass dieser auch nachhaltig auf die Wichtigkeit von E-Learning aufmerksam gemacht wird.
- Plakate
- Events

(Diese Aufzählung ist nicht abschliessend.)

4.2 Anwendungsmotivation

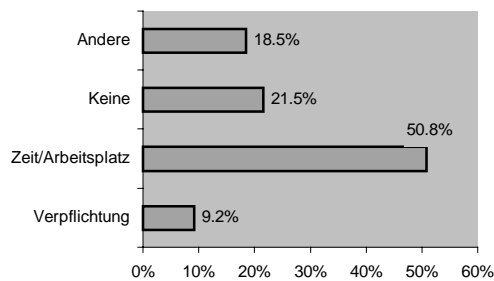
These 2: Der Anwender wird von der Unternehmung nicht dazu motiviert, E-Learning anzuwenden

Die These wird anhand der Fragen 3 und 11 des Fragebogens untersucht. Folgende Erkenntnisse können aufgezeigt werden.

4.2.1 Anstrengungen zur Steigerung der Anwendungshäufigkeit

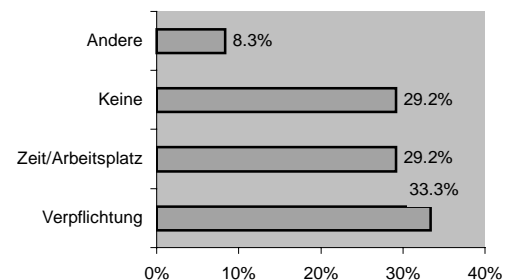
Die untenstehenden Grafiken zeigen auf, welche Anstrengungen die Firmen unternehmen, um die Arbeitnehmer zur Benutzung von E-Learning zu motivieren. Es wird dabei zwischen den Antworten der E-Learning als wichtig (Grafik 4) resp. als unwichtig (Grafik 5) erachtenden Benutzern unterschieden.

Antworten auf Frage 3 von Anwendern, die E-Learning zum heutigen Zeitpunkt als wichtig oder eher wichtig betrachten:



Grafik 4

Antworten auf Frage 3 von Anwendern, die E-Learning zum heutigen Zeitpunkt als unwichtig oder eher unwichtig betrachten:



Grafik 5

Feststellung 1

Grafik 4 zeigt auf, dass ein generelles Interesse an E-Learning ganz klar vorhanden ist. Dies kann man anhand des Balkens „Keine“ klar erkennen. Auch wenn der Arbeitgeber keine Förderungsmassnahmen ergreift, liegt das Interesse bei beachtlichen 21.5%. Weiter kann festgestellt werden, dass die Faktoren Zur-Verfügung-Stellen von Zeit oder einem separaten Arbeitsplatz dazu beitragen, dass die Mitarbeiter die Wichtigkeit von E-Learning erkennen. Er zeigt ihnen durch diese Bereitschaft, dass E-Learning ein wichtiges Instrument in seiner Ausbildungsstrategie ist.

Feststellung 2

Gemäss Grafik 5 sind rund ein Drittel der Anwender, die E-Learning zum heutigen Zeitpunkt als unwichtig oder eher unwichtig betrachten, dazu verpflichtet, E-Learning zu benutzen.

Die Verpflichtung besteht hingegen nur bei jedem zehnten Nutzer, der E-Learning als wichtig oder eher wichtig beurteilt.

Diese erstaunliche Tatsache lässt die Schlussfolgerung zu, dass die Verpflichtung sich als kontraproduktiver Ansatz erweist.

4.2.2 Erfolgsfaktoren für die Steigerung der Anwendungsmotivation

Der Arbeitgeber muss die Arbeitnehmer zur Benutzung von E-Learning motivieren. Dies kann er wie folgt erreichen:

- Einen separaten Arbeitsplatz zur Verfügung stellen (ruhige Umgebung gewährleisten, keine Ablenkung durch Telefonate etc.)
- Explizit Zeit zur Verfügung stellen
- Belohnungen
- Einen Wettbewerb veranstalten
- Extrinsische Motivationshilfen beiziehen: die Anwendung z. B. bonusrelevant machen

(Diese Aufzählung ist nicht abschliessend.)

4.3 Persönlicher Nutzen des Anwenders

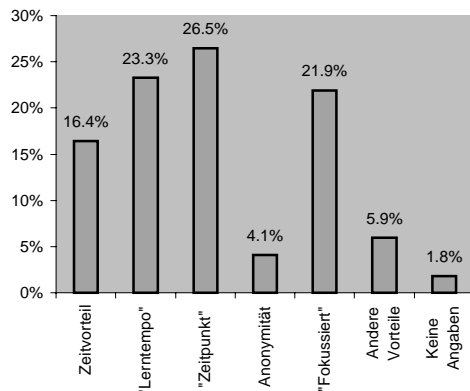
These 3: Ein Anwender, der einen persönlichen Nutzen aus E-Learning zieht, ist sich der Wichtigkeit dieser Schulungsmethode bewusst

Diese These wird anhand der Fragen 3 und 13 des Fragebogens untersucht. Folgende Erkenntnisse können aufgezeigt werden.

4.3.1 Analyse der Vorteile von E-Learning

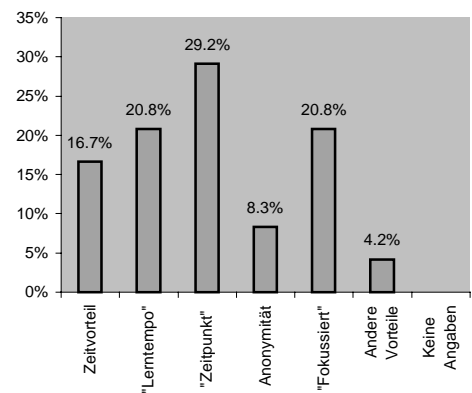
Die untenstehenden Grafiken zeigen die von den Benutzern genannten Vorteile, die ihnen E-Learning gegenüber herkömmlicher Lernmethoden gebracht hat. Es wird dabei zwischen den E-Learning als wichtig (Grafik 6) resp. als unwichtig (Grafik 7) erachtenden Benutzern unterschieden.

Antworten auf Frage 3 von Anwendern, die E-Learning zum heutigen Zeitpunkt als wichtig oder eher wichtig erachten:



Grafik 6

Antworten auf Frage 3 von Anwendern, die E-Learning zum heutigen Zeitpunkt als unwichtig oder eher unwichtig erachten:



Grafik 7

Feststellung 1

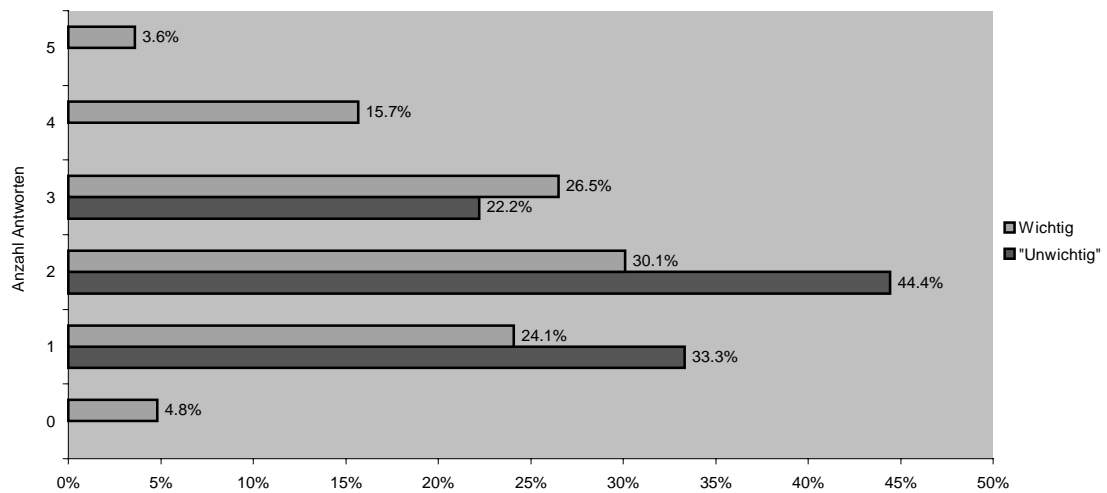
Die Benutzer, die E-Learning als wichtig erachten, gaben als wichtigste drei Vorteile den Zeitpunkt (26.5%), das Lerntempo (23.3%), welche beide individuell bestimmbar sind, sowie die Möglichkeit des fokussierten Lernens (21.9%) an.

Unter "Andere Vorteile" sticht die Mehrfachnennung der entfallenen Reisekosten hervor.

Die beiden Grafiken, die die Gewichtung der verschiedenen Vorteile aufzeigen, sind fast deckungsgleich. Die Auswahl der Vorteile hängt also nicht von der Beurteilung der Wichtigkeit von E-Learning zum heutigen Zeitpunkt ab.

4.3.2 Häufigkeiten der Nennung von Vorteilen

Die untenstehende Grafik Nr. 8 zeigt auf, wie viele Antworten die einzelnen Personen auf die Frage 13 gegeben haben. Abermals wird unterschieden zwischen den E-Learning als wichtig resp. als unwichtig erachtenden Benutzern.



Grafik 8

Feststellung

Jene Personen, die E-Learning zum heutigen Zeitpunkt als wichtig oder eher wichtig betrachten, gaben tendenziell mehr Vorteile von E-Learning gegenüber den herkömmlichen Lernmethoden an. Auffallend ist bei der Personengruppe die E-Learning als eher unwichtig oder unwichtig betrachtet, dass keine mehr als 3 Antworten gab.

4.3.3 Potential im Kommunizieren der Vorteile

Der Arbeitgeber muss folgendes kommunizieren:

- Zeitvorteil
- Vorteil des individuell bestimmten Lerntempos
- Erhöhter Lerneffekt beim multimedialen Lernen
- Abwechslungsreicher und somit spannenderer Ablauf des Lernens im Gegensatz zu herkömmlichen Lernmethoden

(Diese Aufzählung ist nicht abschliessend.)

Der Arbeitgeber muss kleine, themenfokussierte Applikationen zur Verfügung stellen. Dadurch wird verhindert, dass zu umfangreiche oder zeitintensive Programme entstehen.

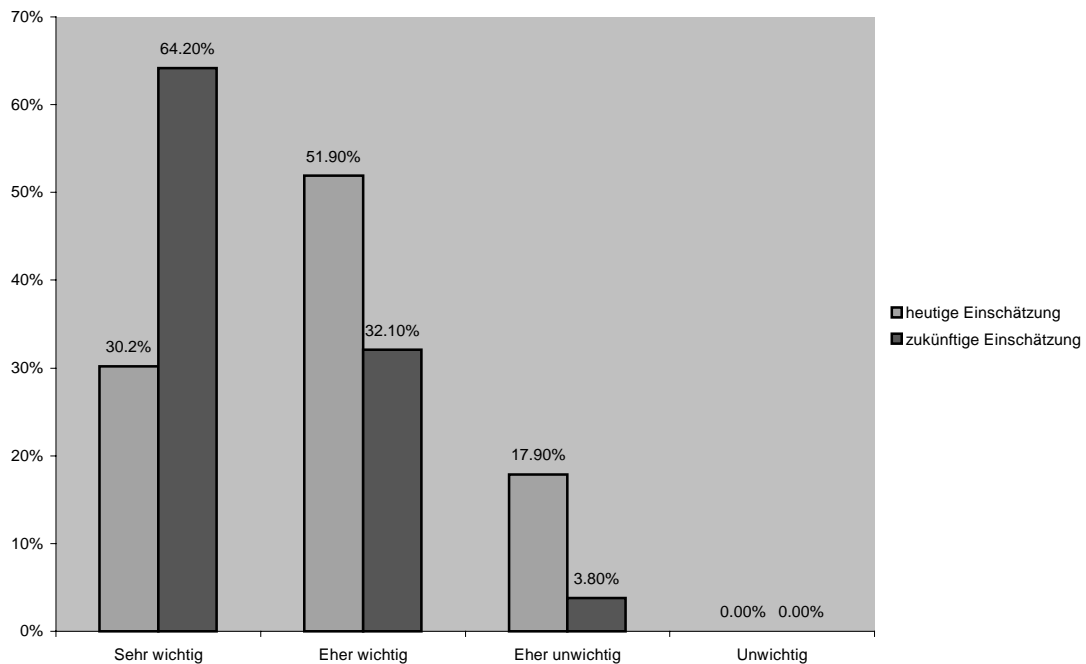
4.4 Zukunftschancen E-Learning

These 4: Die Anwender sind sich der Wichtigkeit von E-Learning in der Zukunft zu wenig bewusst

Die These wird anhand der Fragen 3 und 4 des Fragebogens untersucht. Folgende Erkenntnisse können aufgezeigt werden.

4.4.1 Wichtigkeit von E-Learning für die Arbeitnehmer

Die untenstehende Grafik Nr. 25 zeigt auf, wie die Benutzer die Wichtigkeit von E-Learning heute resp. in der Zukunft beurteilen.



Grafik 9

Feststellung 1

Überraschenderweise beantworteten 18% der befragten Personen die Frage nach der Wichtigkeit zum heutigen Zeitpunkt mit „Eher unwichtig“. Vergleicht man diese Zahl mit den Angaben für die zukünftige Bedeutung, wird jedoch ersichtlich, dass sich dieser negative Trend um den Faktor vier reduziert.

Feststellung 2

Die befragten Personen sind sich der Wichtigkeit von E-Learning zum heutigen Zeitpunkt bewusst. Noch deutlicher zeigt sich, dass sich die Benutzer der Wichtigkeit von E-Learning in der Zukunft bewusst sind. Über 64% beantworteten die Frage diesbezüglich mit „sehr wichtig“.

4.4.2 Potential von E-Learning in der Zukunft

Wie festgestellt wurde, wird die Wichtigkeit von E-Learning als zukünftig stark wachsend empfunden. Dies sollte bereits heute im Festlegen von Bildungsstrategien berücksichtigt werden.

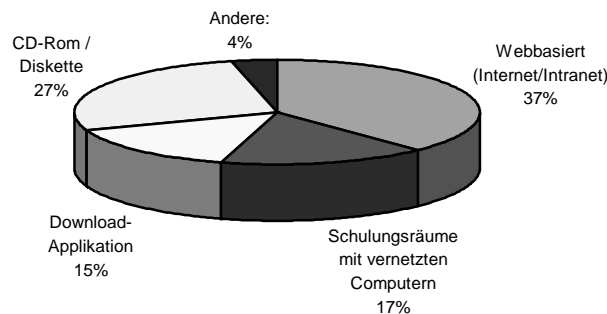
4.5 Technische Bereitstellung

These 5: CD-Rom und Diskette sind die häufigsten Bereitstellungsformen

Die These wird anhand der Frage 7 des Fragebogens untersucht. Folgende Erkenntnisse können aufgezeigt werden.

4.5.1 Art der Bereitstellung in den Betrieben

Die untenstehende Grafik zeigt auf, wie die Anteile der einzelnen Bereitstellungsformen verteilt sind.



Grafik 10

Feststellung 1

Die webbasierte Lösung (37%) ist bereits stärker vertreten als die Bereitstellung von E-Learning per CD-Rom/Diskette (27%). Der Anteil der CD-Rom/Diskette ist noch immer recht gross, wird aber in den nächsten Jahren stark zurückgehen. Eine Studie von IDC (International Data Corporation)¹² aus dem Jahr 1999 zeigt auf, dass WBT-Lösungen die Zukunft von E-Learning dominieren werden.

4.5.2 Erfolgsversprechende Trends in der technischen Bereitstellung

Unternehmungen müssen von den herkömmlichen E-Learning-Lösungen wegkommen, um ihre strategische Ausbildungs- und Informationskonzepte webbasiert zu verbreiten. Daraus können folgende Vorteile erzielt werden:

- Einsparung bei der Herstellung und Verbreitung von Speichermedien
- Schnelleres Verbreiten von neuen Informationen
- Einfacheres Erweitern bestehender Lösungen
- Virtuelle Bibliothek der E-Learning-Produkte

(Diese Aufzählung ist nicht abschliessend.)

¹² Vgl. IDC Studie, Kraemer, Müller, 2001, S.79

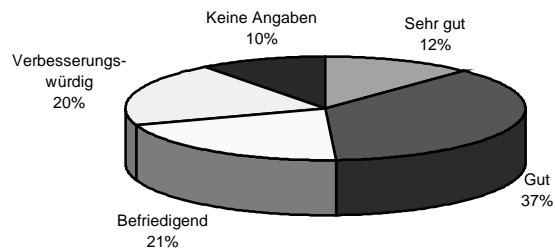
4.6 Produktgestaltung

These 6: Die aktuellen E-Learning Angebote der Unternehmen sind noch nicht ausgereift

Die These wird anhand der Frage 15 des Fragebogens untersucht. Folgende Erkenntnisse können aufgezeigt werden.

4.6.1 Zufriedenheit der Anwender

Die untenstehende Grafik 27 zeigt auf, wie die Arbeitnehmer die ihnen angebotenen E-Learning-Produkte bewerten.



Grafik 11

Feststellung 1

Nur knapp die Hälfte der befragten Personen erachten die angebotenen E-Learning Produkte als gut oder sehr gut. Über 40% gaben nur befriedigende oder verbesserungswürdige Bewertungen ab. 10% machten keine Angaben.

Diese Tatsache zeigt den Handlungsbedarf in der Verbesserung der visuellen und inhaltlichen Produktgestaltung auf.

4.6.2 Verbesserungspotential in der Produktgestaltung

Die E-Learning-Produkte müssen vor der Verbreitung einen "Anwenderfreundlichkeitstest" (usability test) bestehen. Anhand eines solchen Tests können alle oben genannten Punkte kontrolliert werden.

4.7 Weitere Erkenntnisse

4.7.1 E-Learning als Ergänzung

Es wurde mehrfach von den Anwendern darauf hingewiesen, dass E-Learning als Ergänzung zu herkömmlichen Lernmethoden dienen sollte, aber keinesfalls ein Ersatz sein darf. Eine Person, die selber in einem Projekt zur Einführung von E-Learning ist, gab folgendes zur Antwort: Die Lösung biete kein Entweder-Oder, sondern „E- und konventionelles Lernen sollen weiterhin parallel möglich sein.“

E-Learning ist wann immer möglich anzuwenden, jedoch nicht nur als Ersatz von konventionellen Lernmethoden. Es ist vernünftig, E-Learning für Schulungen einzusetzen, die keine oder geringe (im Rahmen der Möglichkeiten von E-Learning) Interaktion verlangen. Beispiele für ideale Einsatzgebiete sind: Sprachkurse, Einführung in neue Applikationen etc. Eine gute Möglichkeit ist auch, E-Learning als Vorbereitung auf einen Kurs einzusetzen.

4.7.2 Trennung Arbeitsplatz/ -zeit von Schulungsort/ -zeit

Einige Benutzer machten darauf aufmerksam, dass sie E-Learning wenig benutzen, weil ihnen die Zeit dazu fehlt oder sie am Arbeitsplatz nicht ungestört ein E-Learning-Programm durchgehen können.

Dem Arbeitnehmer sollte Zeit und/oder ein abgegrenzter Arbeitsplatz zur Verfügung stehen. Wenn er nicht durch ständige Ablenkung (Telefonate, Fragen von Mitarbeitern etc.) unterbrochen wird, kann er E-Learning effizienter nutzen. Dies gilt hauptsächlich für E-Learning-Programme, die anspruchsvolle Inhalte vermitteln. Möglich wären ein abgeschotteter Arbeitsplatz ohne angeschlossenes Telefon, ein Schulungsraum, der bereits mit den notwendigen Installationen versorgt ist, an kursfreien Tagen ausnutzen, etc. Weiter muss dem Arbeitnehmer eine gewisse Zeit für E-Learning zugesprochen werden, so dass er keine Hemmungen hat, diese Zeit zu investieren. Der Arbeitgeber spart so immer noch mehr Zeit der Arbeitnehmer, als wenn sie einer konventionellen Schulung beiwohnen würden.

4.7.3 Übersichtlichkeit und Einfachheit von E-Learning-Produkten

Die E-Learning-Programme sind häufig zu unübersichtlich und unstrukturiert.

Die Arbeitnehmer müssen somit einen zu grossen Aufwand betreiben, bis sie sich im Programm zurechtfinden. Sie werden demotiviert, sobald sie zuviel Zeit für das Navigieren verbringen müssen.

Es ist wichtig, für ein benutzerfreundliches E-Learning-Umfeld zu sorgen. Die Zeit (bei Eigenentwicklung) oder das Geld (bei Fremdentwicklung) zahlen sich wieder aus, wenn die Arbeitnehmer E-Learning vermehrt anwenden.

5. Schlussfolgerung und Ausblick in die Zukunft

5.1 Schlussfolgerung

In den vergangenen Wochen haben wir uns intensiv mit dem Thema Corporate E-Learning auseinander gesetzt. Während dieser Zeit haben wir uns einen Überblick über die aktuelle Marktlage verschafft.

Wir stellten fest, dass viele Unternehmungen während den Boom-Jahren des neuen Marktes E-Learning als neue Lernmethoden einführten. Verschiedenste E-Learning-Produkte schossen wie Pilze aus dem Boden. Gleichzeitig haben sich viele Autoren mit dem Thema E-Learning-Architektur und –Einführung auseinander gesetzt. Zu unserem Erstaunen fanden wir jedoch nur spärlich Informationen und Wegweiser zur Nutzenoptimierung der E-Learning-Anwendungen.

Da wir mit unserer Arbeit einen Erkenntnisvortschritt erzielen wollen, konzentrierten wir uns nicht auf das Thema Corporate E-Learning als solches, auf dessen Einführung oder Anwendungsbereiche, sondern setzten den Fokus auf den Mehrwert, den die mit E-Learning arbeitenden Unternehmungen erzielen können. Der Nutzen, der sich durch Effizienz, Kosteneinsparungen, etc. auszeichnet, war der Grund, weshalb die Firmen E-Learning einführten. Doch setzen sie sich bereits genügend dafür ein, dass dieser Nutzen auch wirklich optimal ist und wissen sie, was sie andernfalls dazu beitragen können?

Während unseren ersten Überlegungen kamen wir zu der Überzeugung, dass der Nutzen direkt von der Anwendungshäufigkeit des Systems abhängt. Ein System, das zu wenig angewendet wird, bringt nur einen kleinen Nutzen. So entstand unsere Motivation, in dieser Richtung Nachforschungen zu betreiben. Mit der Befragung der Anwender wollten wir herausfinden, ob unsere folgenden Annahmen den Tatsachen entsprechen:

- Der Anwender ist zu wenig über das E-Learning Angebot informiert
- Der Anwender wird von der Unternehmung nicht dazu motiviert, E-Learning anzuwenden
- Ein Anwender, der einen persönlichen Nutzen aus E-Learning zieht, ist sich der Wichtigkeit dieser Schulungsmethode bewusst
- Die Anwender sind sich der Wichtigkeit von E-Learning in der Zukunft zu wenig bewusst
- CD-Rom und Diskette sind die meist verbreitetsten Formen für E-Learning Produkte
- Die aktuellen E-Learning Angebote der Unternehmen sind noch nicht ausgereift

Wie in dem vorangehenden Kapitel aufgezeigt, haben sich einige Hypothesen bewahrt, bei anderen wiederum lagen wir falsch. So bestätigte es sich u.a., dass ein Mitarbeiter, der E-Learning als wichtig erachtet, motiverter damit arbeitet. Auf der anderen Seite war es eine erfreuliche Überraschung für uns herauszufinden, dass der Grossteil der befragten Anwender angab, genügend über das E-Learning-Angebot seiner Unternehmung informiert zu sein.

5.2 Ausblick in die Zukunft

Das Thema Corporate E-Learning wird auch in naher Zukunft noch viele Unternehmen intensiv beschäftigen. Es kann unterschieden werden zwischen den Unternehmen, die noch keine E-Learning-Systeme eingeführt haben und jenen, die E-Learning schon als ergänzendes Glied in ihrem Ausbildungskonzept verankert haben, die Systeme aber weiterhin aktualisieren und ausweiten lassen

Wenn sich nun die Arbeitgeber bewusst sind, wie man diese neue Lernform optimal nutzen und so auch einen grossen Mehrwert für die Unternehmung schaffen kann, steht unserer Meinung nach der Zufriedenheit der Arbeitgeber und Arbeitnehmer und somit auch der Langlebigkeit von E-Learning nichts im Wege.

6. Anhang

6.2 Literaturverzeichnis

- Magnus, Stephen, E-Learning, 2001, Wiesbaden
- Back, Andrea, Bendel, Oliver; Stoller-Schai, Daniel, E-Learning im Unternehmen, 2001, Zürich
- Back, Andrea, Häusler, Martin; Seufert, Andrea, E-Learning, Weiterbildung im Internet, 2001, St. Gallen
- Kraemer, Wolfgang; Müller, Michael (Hrsg.), Corporate Universities und E-Learning; 2001, Wiesbaden
- Betriebswirtschaftslehre Band 1, Jean-Paul Thommen, 4. Auflage Ort, 1996, Zürich
- <http://www.wrhambrecht.com> (21. Februar 2002)
- www.userpage.fu-berlin.de/satow (20. Februar 2002)

6.4 Alphabetisches Glossar

Applikation	angewendetes Programm
CD-ROM	Compact Disc-Read Only Memory
Corporate	(e) unternehmensweit
Diskette	Datenträger
Distance	(e) Distanz
E-Learning-Systeme	Verwaltung von E-Learning-Programmen
E-Mail	E-: (e) electronic, elektronische Mail: (e) Post
Event	(e) Veranstaltung
Extrinsisch	von aussen kommen
Grundgesamtheit	gesamte statistisch auswertbare Menge
Halbwertszeit	Zeit, nach der sich etwas halbiert
Interaktiv	Benutzer und Computer im Dialog
Internet	(e) Internationales Computernetzwerk
Intranet	Firmeninternes Internet
Tendenziell	Zu etwas hinneigend
Tutor	Lehrer
Usability	(e), Gebrauchstauglichkeit
Virtuell	nicht physisch
via	durch, anhand von
Webbasiert	Auf Web-Technologie basierend

6.3 Abkürzungsverzeichnis

z.B.	zum Beispiel
resp.	respektive
etc.	(f) et cetera: und so weiter
FB	Fragebogen
HTML	Hyper Text Markup Language
www	World Wide Web

6.5 Umfragebogen

Umfragebogen zum Thema Corporate E-Learning

Allgemeine Informationen

Fragebogen für eine Gruppensemesterarbeit an der Zürcher Fachhochschule, Hochschule für Technik, Wirtschaft und Verwaltung, Studienbereich Wirtschaft und Verwaltung, Abteilung Wirtschaftsinformatik.

Bitte um schnellstmögliche Rücksendung

Alle Informationen werden streng vertraulich behandelt. Die Auswertung der Ergebnisse wird in zusammengefasster Art publiziert, so dass kein Rückschluss auf eine Einzelfirma möglich sein wird.

Bei Gebrauch der männlichen Form ist die weibliche Form eingeschlossen.

Sie erreichen die auszufüllenden Felder mit der Tabulatortaste. Kreuze werden mit der Leertaste erzeugt.

Allgemeine Angaben

(nicht zwingend, Fragebogen kann auch anonym beantwortet werden)

Firma: _____

Kontaktperson: _____

Geschlecht: w / m

Alter: _____

Telefon: _____ E-Mail: _____

**Bitte kreuzen Sie bei folgenden Fragen die jeweils zutreffenden Felder an.
→ Mehrfachnennungen sind möglich!**

1. Zu welcher Branche gehört Ihre Firma?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bank / Finanz | <input type="checkbox"/> Versicherung |
| <input type="checkbox"/> Maschinenbau / Industrie | <input type="checkbox"/> Chemie / Pharma |
| <input type="checkbox"/> Verkehr / Transport | <input type="checkbox"/> Informations- / Kommunikationstechn. |
| <input type="checkbox"/> Gross- / Einzelhandel | <input type="checkbox"/> Verwaltung |
| <input type="checkbox"/> Übrige Dienstleistungen | <input type="checkbox"/> Andere: |

2. Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihre Firma in der Schweiz?

- Unter 50 Mitarbeiter
- 51 – 100 Mitarbeiter
- 101 – 200 Mitarbeiter
- 201 – 500 Mitarbeiter
- 501 – 1000 Mitarbeiter
- mehr als 1000 Mitarbeiter

3. Wie beurteilen Sie die Wichtigkeit von E-Learning zum heutigen Zeitpunkt?

- Sehr wichtig Eher wichtig Eher unwichtig Unwichtig

4. Denken Sie, dass E-Learning in der Zukunft an Bedeutung gewinnen wird?

- Ja Eher ja Eher nein Nein

5. Wissen Sie, wie lange E-Learning in Ihrer Firma bereits angewendet wird?

- Ja: Seit bis zu 1 Jahr
 Seit 1 bis 3 Jahren
 Seit 3 bis 5 Jahren
 Seit mehr als 5 Jahren
 Nein. Ich vermute, seit ungefähr

6. Wie lange benutzen Sie persönlich in Ihrer Firma E-Learning?

- Seit bis zu 1 Jahr
 Seit 1 bis 3 Jahren
 Seit 3 bis 5 Jahren
 Seit mehr als 5 Jahren
 Seit meiner Einstellung; seit
 Ich benutze es gar nicht

7. In welcher technischen Form können Sie in Ihrer Firma E-Learning benutzen?

- Webbasiert (Internet/Intranet)
 Schulungsräume mit vernetzten Computern
 Download-Applikation
 CD-Rom / Diskette
 Andere:

8. Für welche Art Schulung wird E-Learning bei Ihrer Firma primär eingesetzt?

- Neue Applikationen / Systeme
 Neue Produkte (geschäftsspezifisch)
 Neues Fachwissen vermitteln
 Allgemeinwissen
 Andere:

9. Wie werden Sie von Ihrer Firma auf E-Learning aufmerksam gemacht?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Vorgesetzter | <input type="checkbox"/> Arbeitskollegen / Umfeld |
| <input type="checkbox"/> Intranet (interne Homepage) | <input type="checkbox"/> Anschlagbrett |
| <input type="checkbox"/> Firmeninterne Zeitschriften | <input type="checkbox"/> Informationsblatt |
| <input type="checkbox"/> E-Mail | <input type="checkbox"/> Anderes: |

10. Denken Sie, Sie sind ausreichend über die E-Learning-Möglichkeiten in Ihrer Firma informiert?

- Ja Nein

11. Welche Anstrengungen unternimmt Ihre Firma, um die Benutzung von E-Learning zu fördern ?

- Die Mitarbeiter sind dazu verpflichtet, E-Learning zu benutzen:
 Ist Teil der individuellen Zielvereinbarung
 Workshop / Schulungsangebot
 Rückmeldung an vorgesetzte Stelle erforderlich
 Andere:
 Die Firma stellt mir Zeit (und/oder einen speziellen Arbeitsplatz) zu Verfügung
 keine
 andere:

12. Kontrolliert Ihre Firma, wie oft Sie E-Learning nutzen?

- Ja
- Teilweise
- Nein
- Weiss nicht

13. Was hat Ihnen E-Learning gegenüber herkömmlichen Lernmethoden gebracht?

- Zeitvorteil
- Lerntempo kann individuell bestimmt werden
- Zeitpunkt kann individuell bestimmt werden
- Anonymität
- Auf Themengebiet fokussiertes Lernen
- Andere Vorteile:

14. Welches sind Ihre Gründe dafür, E-Learning nicht oder nur sehr wenig zu benutzen?

- Das System ist nicht benutzerfreundlich
- Zu kleines Angebot
- Zeitmangel
- Nicht prioritär
- Persönlicher Nutzen fehlt
- Schwierigkeitsgrad zu schwer / zu einfach
- Ich bevorzuge herkömmliche Lernmethoden
- Andere Gründe:

15. Wie beurteilen Sie persönlich das E-Learning Angebot Ihres Arbeitgebers?

- Sehr gut
- Gut
- Befriedigend
- Verbesserungswürdig
- Keine Angaben

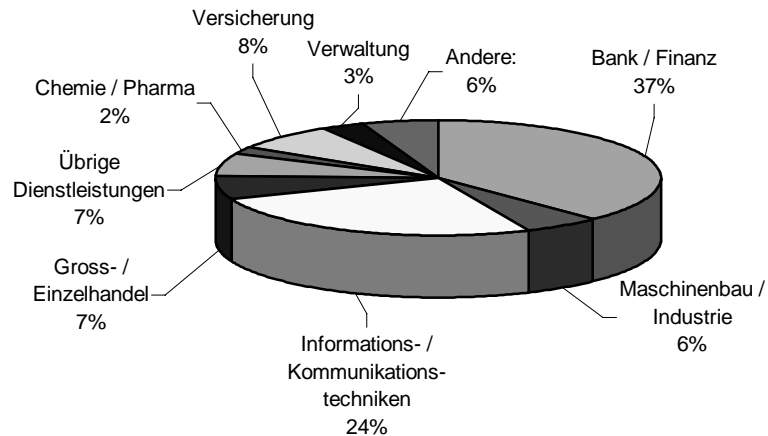
16. Welche generelle Verbesserungsvorschläge haben Sie?

(Ich bin an der Semesterarbeit interessiert und bitte nach Beendigung um Zusendung einer Kopie per E-Mail)

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben, diesen Fragebogen auszufüllen. Dank Ihrer Mithilfe wird es möglich sein, in unserer Arbeit wichtige Erkenntnisse aufzuzeigen.

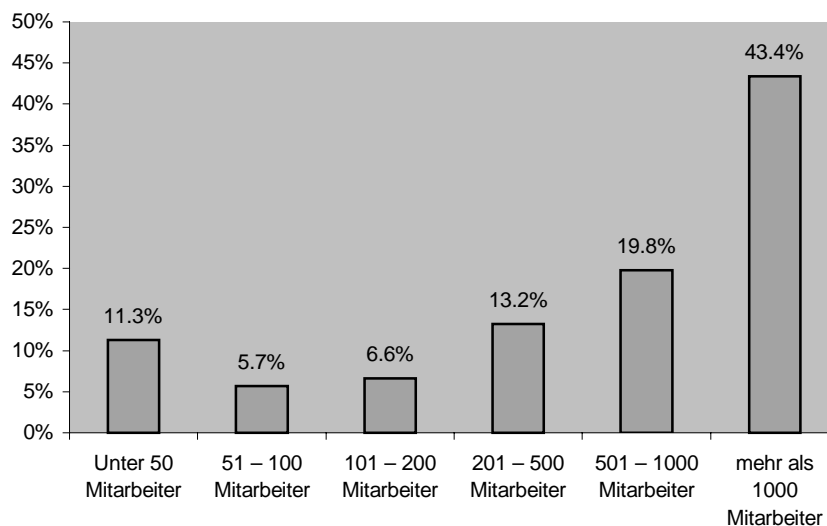
6.6 Auswertung der Antworten

1. Zu welcher Branche gehört Ihre Firma?



Von den befragten Personen arbeiten 37% im *Bank- und Finanzwesen*. Weitere 24% stammen aus dem *Informations- und Kommunikationssektor*. Die restlichen Anteile verteilen sich fast gleichmässig über die anderen Branchen, wobei die Sparten *Chemie/Pharma* sowie *Verwaltung* mit 2% resp. 3% schwach vertreten sind. Der Sektor *Verkehr/Transport*, von dem keine Angaben eruiert werden konnten, wird der Übersicht halber nicht in der Grafik dargestellt.

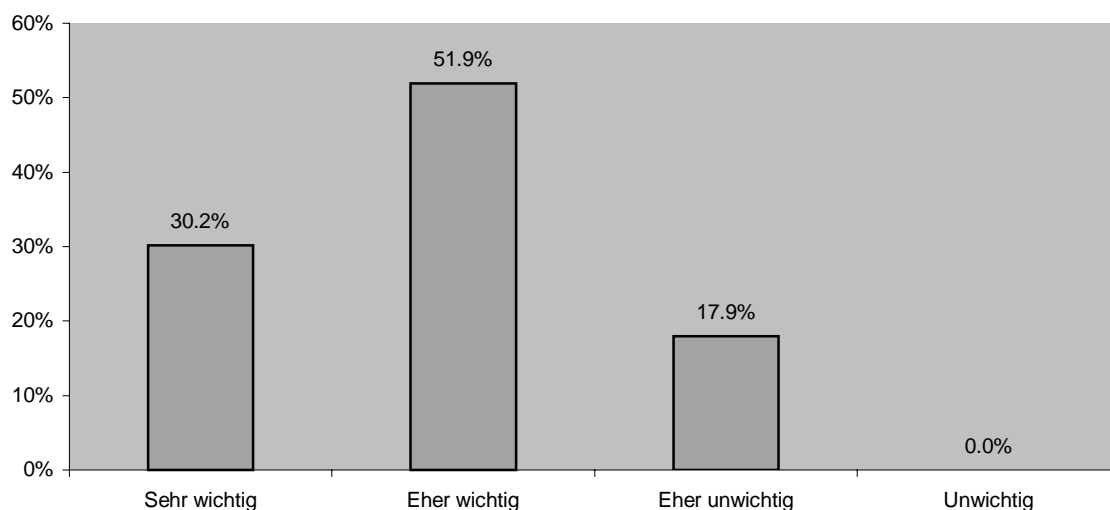
2. Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihre Firma in der Schweiz?



43.4% der befragten Personen arbeiten bei Grossbetrieben. 45.3% arbeiten bei Mittelbetrieben und 11.3% arbeiten in Kleinbetrieben.¹³

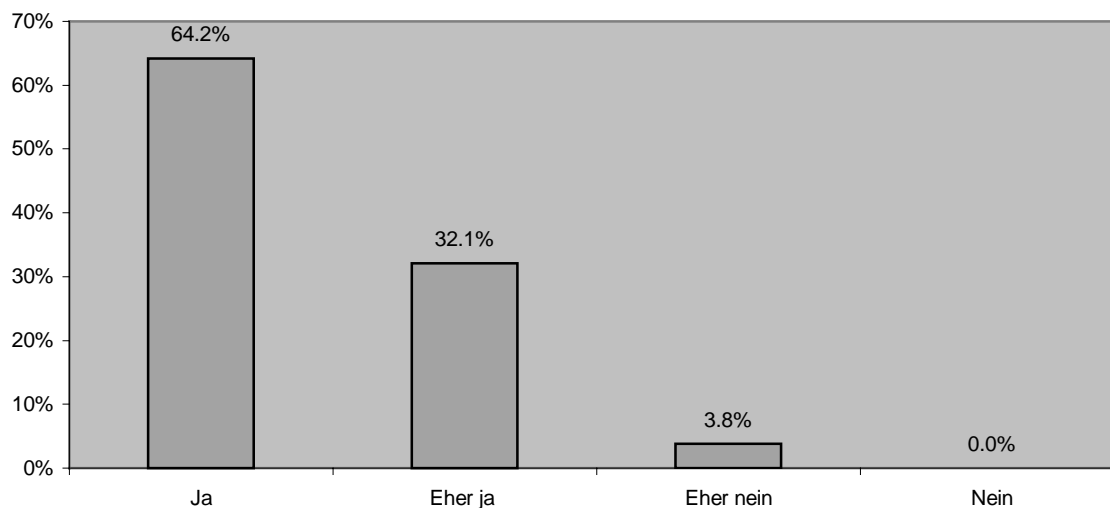
¹³ Vgl. Definition Betriebsgrösse, Jean-Paul Thommen, Betriebswirtschaftslehre Band 1, 4. Auflage, Kapitel 1, Abbildung 7

3. Wie beurteilen Sie die Wichtigkeit von E-Learning zum heutigen Zeitpunkt?



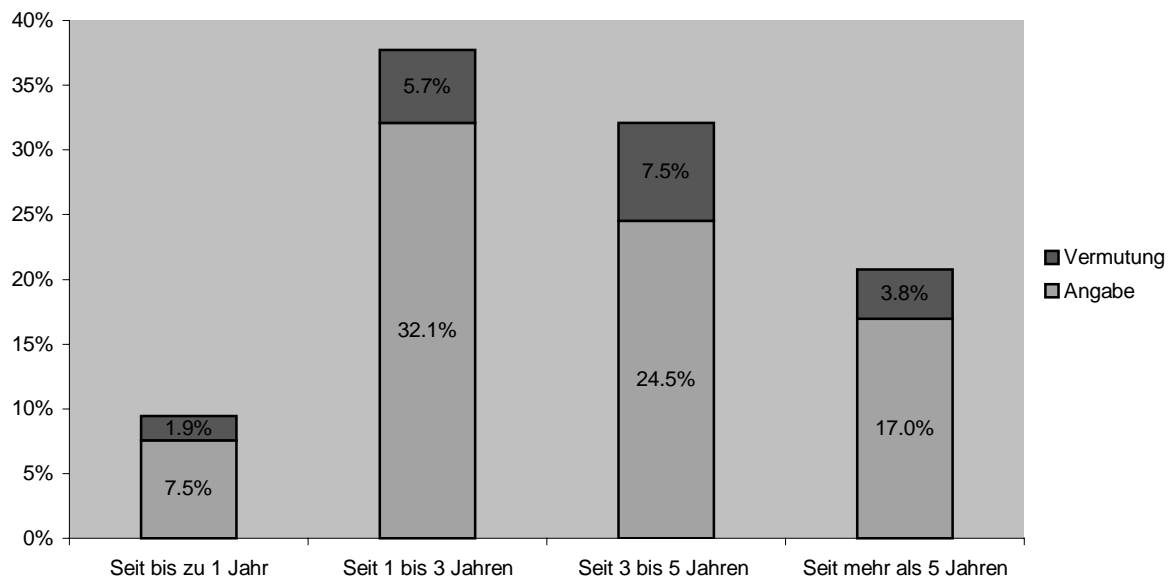
Mehr als 3/4 der befragten Personen erachteten E-Learning zum heutigen Zeitpunkt als *eher wichtig* oder *sehr wichtig*. Niemand beurteilt E-Learning als *unwichtig*.

4. Denken Sie, dass E-Learning in der Zukunft an Bedeutung gewinnen wird?



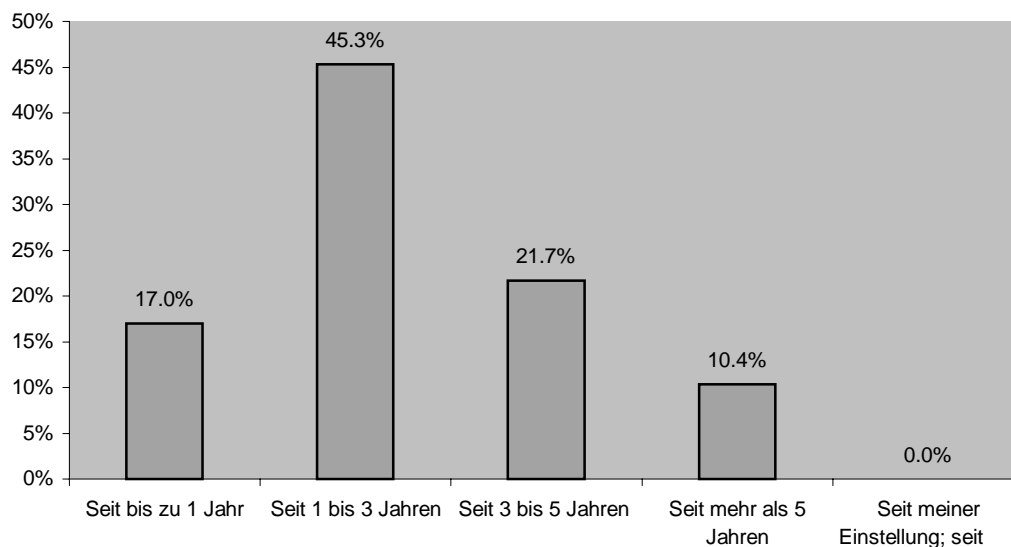
Über 90% der befragten Personen gehen davon aus, dass E-Learning in der Zukunft an Bedeutung gewinnen wird. Der Anteil der Antwort *Eher nein* ist mit 3.8% marginal.

5. Wissen Sie, wie lange E-Learning in Ihrer Firma bereits angewendet wird?



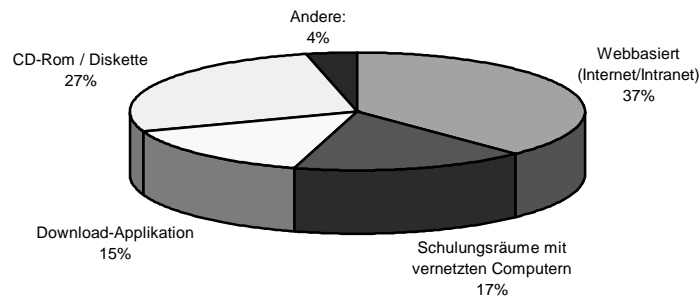
Gemäss den Angaben der Arbeitnehmer wendet ein Grossteil der Firmen (32.1%) E-Learning *seit 1-3 Jahren* an. 18.9% der Befragten trafen diesbezüglich eine Vermutung.

6. Wie lange benutzen Sie persönlich in Ihrer Firma E-Learning?



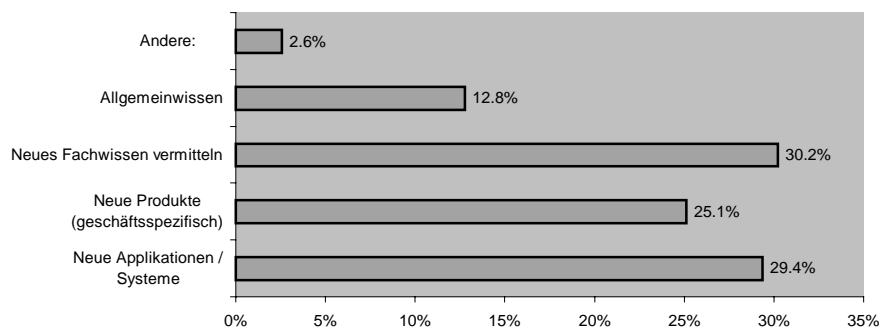
Die meisten der befragten Personen (45.3%) benutzen E-Learning *seit 1-3 Jahren*.

7. In welcher technischen Form können Sie in Ihrer Firma E-Learning benutzen?



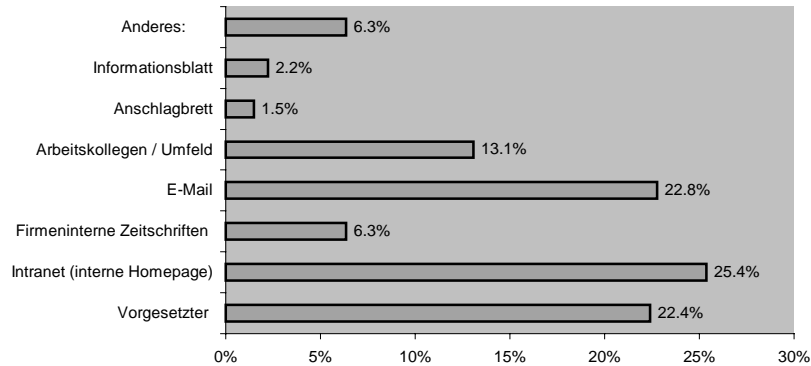
37% der befragten Personen haben die Möglichkeit, E-Learning-Produkte *webbasiert* zu benutzen. Ebenfalls deutlich vertreten mit 27% sind E-Learning-Systeme, welche über *CD-Rom/Diskette* angewendet werden können.

8. Für welche Art Schulung wird E-Learning bei Ihrer Firma primär eingesetzt?



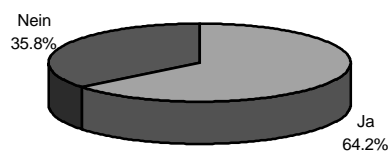
Neues Fachwissen vermitteln wurde vor *neue Applikationen/Systeme* (29.4%) und *neue geschäftsspezifische Produkte* (25.1%) mit 30.2% als meist eingesetzte Art Schulung angegeben.

9. Wie werden Sie von Ihrer Firma auf E-Learning aufmerksam gemacht?



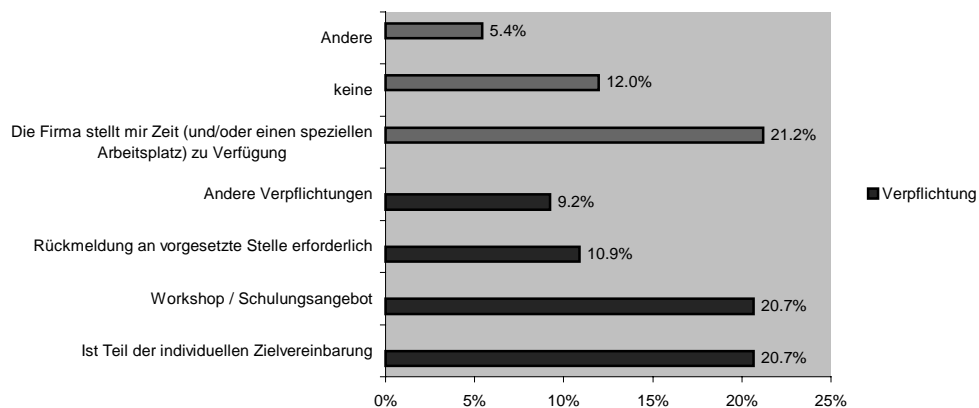
Die befragten Personen wurden zu 25.4% durch das *Intranet* auf E-Learning aufmerksam. 22.8% werden per *E-Mail* und 22.4% durch den *Vorgesetzten* informiert.

10. Denken Sie, Sie sind ausreichend über die E-Learning-Möglichkeiten in Ihrer Firma informiert?



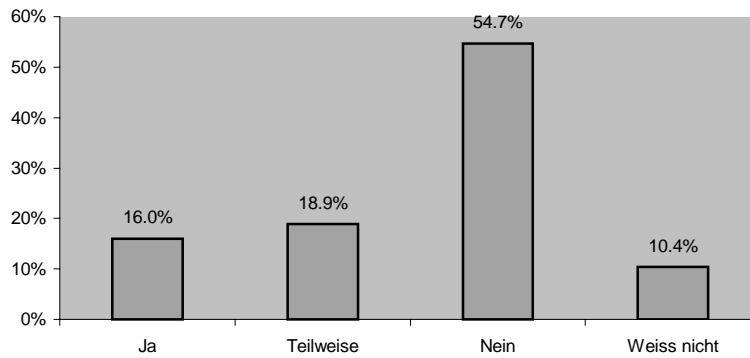
64% der befragten Personen gaben an, ausreichend über die E-Learning-Möglichkeiten in ihrer Firma informiert zu sein. 36% sind der Meinung, dass die Information noch nicht ausreichend ist.

11. Welche Anstrengungen unternimmt Ihre Firma, um die Benutzung von E-Learning zu fördern?



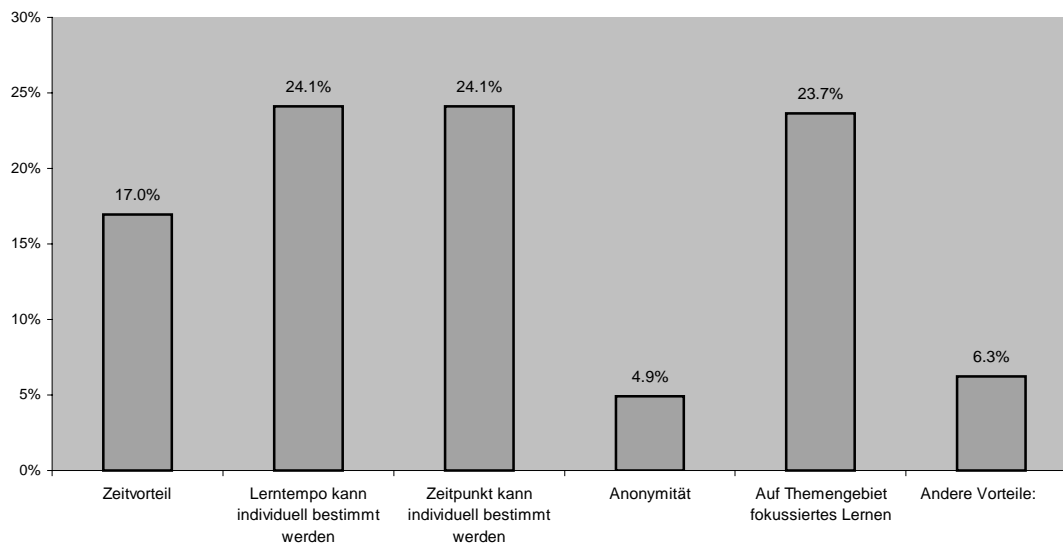
Die drei Anstrengungen *zur Verfügung Stellen von Zeit*, *Workshop/Schulungsangebot*, *individuelle Zielvereinbarung* sind jeweils mit rund 21% am stärksten vertreten.

12. Kontrolliert Ihre Firma, wie oft Sie E-Learning nutzen?



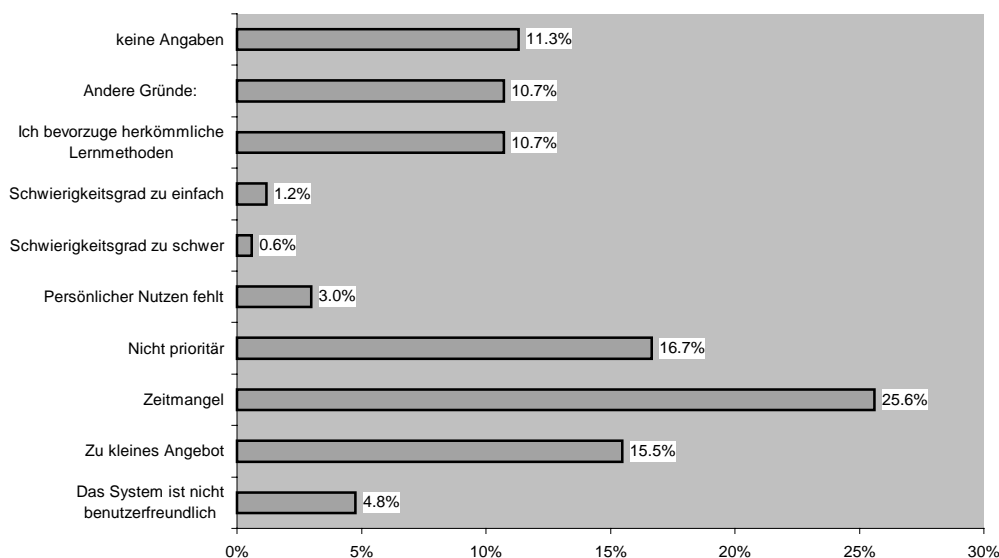
Über die Hälfte der befragten Personen gaben an, bei ihren E-Learning-Aktivitäten nicht kontrolliert zu werden. Bei 16% führt der Arbeitgeber Kontrollen durch, bei 18.9% geschieht dies nur teilweise.

13. Was hat Ihnen E-Learning gegenüber herkömmlichen Lernmethoden gebracht?



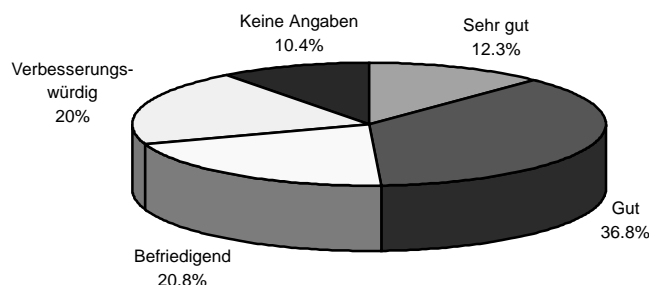
Die drei Vorteile *Lerntempo kann individuell bestimmt werden*, *Zeitpunkt kann individuell bestimmt werden* und *auf Themengebiet fokussiertes lernen* wurden mit je rund 24% gleich häufig genannt.

14. Welches sind Ihre Gründe dafür, E-Learning nicht oder nur sehr wenig zu benutzen?



Der Grund *Zeitmangel* ist mit 25.6% am stärksten vertreten. *Nicht prioritär* und *zu kleines Angebot* werden mit rund 16% als weitere häufige Gründe angegeben.

15. Wie beurteilen Sie persönlich das E-Learning Angebot Ihres Arbeitgebers?



Rund die Hälfte (49%) der befragten Personen beurteilen das E-Learning Angebot ihres Arbeitgebers als *gut* oder *sehr gut*. 41% geben an, dass Sie das Angebot als *befriedigend* oder *verbesserungswürdig* empfinden.

Antworten zu den offenen Fragen

Frage 7: In welcher technischen Form können Sie in Ihrer Firma E-Learning benutzen?

- Netmeeting
- Vernetzte Computer, die nur in Anwesenheit eines Ausbildners genutzt werden
- Drivetime Audio CDs (gesprochener Kurs auf Audio Compact Disc, Anm. der Verf.)
- Datenbanken
- Virtual Classrooms

Frage 8: Für welche Art Schulung wird E-Learning bei Ihrer Firma eingesetzt?

- Allgemeines geschäftsspezifisches Fachwissen
- Sprachen
- Kursvorbereitung

Frage 9: Wie werden sie von Ihrer Firma auf E-Learning aufmerksam gemacht?

- Gar nicht
- Lieferantenfirmen, Hersteller von E-Learning-Produkten
- Von Fremdfirmen/Kunden
- Selbststudium
- Personal-Abteilung
- Events
- Teil der Zielerreichung jedes Mitarbeiters
- Learning Portal
- Internes Training/Schulung

Frage 11: Welche Anstrengungen unternimmt Ihre Firma, um E-Learning zu fördern?

Andere Verpflichtungen: „Die Mitarbeiter sind dazu verpflichtet:“

- Jeder sollte selber wissen, was gut für ihn ist
- Wird im System automatisch registriert
- Einführungsprogramm neuer Mitarbeiter
- Karriereplanung
- Automatische Unterstützung durch Hersteller (per E-Mail)
- Posters, Events

Frage 11 Andere:

- CDs für offline Arbeit werden abgegeben (offline: getrennt von der Datenverarbeitungsanlage arbeitend, Anm. d. Verf.)
- Durch gelegentliche Information über das Angebot oder News zum Thema
- Im freiwilligen Schulungsangebot integriert
- Festlegung innerhalb Förderungsgespräch
- Wird als Kommunikationstool eingesetzt
- Ersteller des Produktes administriert Kurse und schickt E-Mails mit Kontrollfragen zum Thema

Frage 13: Was hat Ihnen E-Learning gegenüber herkömmlichen Lernmethoden gebracht?

- Ortsunabhängigkeit des Lernens
- Weniger Reisekosten
- Geeignet für praxisbezogenes Lernen
- Einsatz für Spezialgebiete, für die kein Kurs zustande kommt
- Andere Art des Lernens entdecken
- Neue Themengebiete erschliessen
- Eigener Lernweg, z. B. bei Desktop-Applikationen
- Jeder kann nachvollziehen, was der Ausbildner zeigt

Frage 14: Welches sind Ihre Gründe dafür, E-Learning nicht oder nur sehr wenig zu benutzen?

- Für Fachschulungen keine guten Angebote vorhanden
- Oft nur Grundwissen
- Schliesst auf Gruppendynamik/Teambildung aufgebaute Kurse aus und ist daher eingeschränkt nutzbar
- Bildschirm lesen nicht geeignet für lange Texte. Bücher müssen Teil des professionellen E-Learning-Angebotes bilden. Damit kann überall und jederzeit gelernt werden, mit dem Vorteil, dass das Lesen auch bei langen Texten leichtfällt, Notizen zum Text gemacht werden können. Interaktive E-Learning-Kurse sollten daher z. B. mit downloadbaren PDF gemischt werden. Nebst Foren, Chats etc. sollte der persönliche Kontakt mit Mitmenschen ebenfalls möglich sein. (download: herunterladen, Forum: Austausch/Diskussion, Chat: Interaktive Kommunikation)
- Anonymität beim Lernen
- Auf Papier Gedrucktes wird besser aufgenommen
- Persönlicher Kontakt fehlt
- Kein spezifisches Angebot vorhanden

Frage 16: Welche generellen Verbesserungsvorschläge haben Sie?

- E-Learning sollte die herkömmlichen Lernmethoden nicht ersetzen, sondern ergänzen
- Ausbau, Diversifizierung (Diversifizierung: Ausweitung, Anm. d. Verf.)
- Mehr Informationen
- Auch bei dieser Lernmethode ist ein Coaching erwünscht (Coaching: betreuen, Anm. d. Verf.)
- Möglichkeit zum Importieren der Stoffe in XML, TXT sollte gegeben sein, plattformunabhängige Aufbereitung (XML: Extended Markup Language, TXT: Text, plattformunabhängig: auf verschiedenen Betriebssystemen anwendbar, Anm. d. Verf.)
- Content Management
- Print-Optionen optimieren (Print: (e): Druck, Anm. d. Verf.)
- Archivierungsmöglichkeit des gelernten Stoffes für später optimieren
- Sprache
- Für Lehrlinge ein grosses Angebot, ein recht abgespecktes für Mitarbeiter. Unterschiedliche Unternehmensbereiche werden nicht berücksichtigt, der Inhalt ist zu generell
- Mix aus E-Learning und konventionellen Lernmethoden innerhalb eines Kurses
- Den Mitarbeitern persönliches Zeitbudget im Rahmen der Arbeitszeit einräumen
- E-Learning ist für viele zu undifferenziert, da nicht individualisierbar. Coaching-Kombination wäre wünschenswert.
- Lernprozesse möglichst einfach formulieren. Benutzerfreundlichkeit
- Werbung und Kommunikation
- Angebot zielt eher in die Breite und nicht in die Tiefe

- Nicht Ersatz, sondern Ergänzung
- Mehr einsetzen, nicht nur, um neue Applikationen kennenzulernen, sondern vermehrt fachliche Kurse. Angebot besser publizieren.
- Geschwindigkeit über Intranet zu tief, Angebot meistens nur auf Basic-Wissen beschränkt (Basic: Grund, Anm. d. Verf.)
- Sollte als Zielvereinbarung eingebaut sein
- Es ist schwierig, die internen und sinnvollen Module überhaupt zu finden, da sie jeder Unternehmensbereich woanders anbietet
- Begriff E-Learning müsste abgegrenzt werden, da sonst Verwirrung auf dem Markt
- E-Learning sollte auch zuhause verfügbar sein
- Lerneffekt bei E-Learning ist geringer als mit anderen Lernmethoden, spezifisch für Repetitionen und um Details zu klären. (Repetition: Wiederholung, Anm. d. Verf.)
- Auch bei Änderungen Updates machen (Update: Mit Neuerungen versehen, Anm. d. Verf.)
- E-Learning nur einsetzen, wenn es wirklich Sinn macht und in jeder Beziehung von bester Qualität
- Klare Trennung Arbeitsplatz/Arbeitszeit mit E-Learning
- Kursangebot darf nicht nur aus interaktiven Bildschirmpräsentationen/-Lerninhalten bestehen. Downloadbare Lesedatei, interaktive Kontroll- und Lernmöglichkeit, Mehrsprachigkeit, Foren/Chats, Expertendatenbank, etc. sollten zentral zusammengefasst via moderner Web-Technologie angeboten werden. Kein „Entweder-Oder“, es sollten weiterhin E- und konventionelles Lernen möglich sein.