

Viele Studien und Befragungen der letzten Monate befassten sich mit dem Thema E-Learning: Welches Potenzial bietet dieser Markt? Welche Entwicklungen wird es geben? Lohnt sich E-Learning nur für Konzerne oder auch für den Mittelstand? Bei allen Fragen blieb einer außen vor: Der Anwender, der E-Lernende. Wie sind die Erfahrungen der Teilnehmer mit den aktuellen E-Learning-Angeboten? Welche Erwartungen haben sie? Mit welchen Hindernissen kämpfen sie beim Online-Lernen?

Der E-Lernende – das unbekannte Wesen

Licht in dieses Dunkel zu bringen, darum ging es in der von der Webacad initiierten Untersuchung im März diesen Jahres. Die Webacad, ein Tochterunternehmen der Management Circle AG, hat sich als Unternehmen auf die Produktion und Bereitstellung von E-Learning-Content für Unternehmen spezialisiert.

Für die Studie „E-Learner 2002“ haben Nutzer von diversen E-Learning-Angeboten verschiedener Hersteller an einer detaillierten Online- (auf der Webacad-Homepage unter www.webacad.de) und Print-Befragung (via Mailing) teilgenommen. Dabei traten interessante Details zu Tage: Was nützen denn zum Beispiel multimedial aufgepeppte Trainings, deren beste Features an den Firewalls der Unternehmen hängen bleiben?

Hause aus oder am Arbeitsplatz während der Arbeitszeit. Die Dauer einer E-Learning-Sitzung übersteigt meist nicht 45 Minuten. Fast die Hälfte der Befragten sucht sich bei der Bearbeitung eines Trainings gezielt interessante Themen heraus, nur 40 Prozent bearbeiten das Training komplett vom Anfang bis zum Ende. Auch ist die Angst vieler Präsenztrainer, ersetzt zu werden, unbegründet, denn die Nutzer sehen E-Learning als Ergänzung zu klassischen Seminaren, nicht als Ersatz.

Bei der Nachfrage nach Schulungsinhalten kristallisieren sich einige Schwerpunkte heraus: Die Themenbereiche „Software-Trainings“ und „WBTs zu Fachthemen“ sind für die Befragten besonders interessant. Diese Fachthemen werden in Zukunft vermehrt in firmenindividuellen WBTs umgesetzt werden, zum Beispiel in Produktschulungen. Hier

AUTOR



Christoph Laves,
Leiter Marketing,
Webacad GmbH & Co.
KG, Hauptstraße 129,
65760 Eschborn,
Telefon: 06196/

77999251, laves@webacad.de,
www.webacad.de

Einsatz von E-Learning

Die Hälfte der befragten Unternehmen setzt E-Learning ein. Dabei werden bereits jetzt mehr Web Based Trainings (WBT) eingesetzt als Computer Based Trainings auf CD-ROM. Die WBTs werden häufiger über ein firmeneigenes Intranet angeboten. Auch etwa die Hälfte der Befragten nutzt bereits das E-Learning-Angebot des Unternehmens, meist von zu

kommt einer der großen Vorteile der Web Based Trainings voll zur Geltung: Innerhalb von kurzer Zeit können Teilnehmer geschult werden, die räumlich weit getrennt sind. So informiert ein Pharma-Unternehmen alle Apotheker in Deutschland über ein neues Arzneimittel, oder der international tätige Automobilhersteller schult seine Verkäufer weltweit in den Features des neuen Luxusmodells. In diesen Fällen Präsenzseminare einzuberufen bedeutet, Termine für Hunderte von Teilnehmern abzustimmen, die Beteiligten über Tausende von Kilometern anreisen zu lassen, Unterbringung und Verpflegung zu organisieren und und.

Fast 70 Prozent der Befragten können sich auch vorstellen, in fachbezogenen Themen (Marketing, Rechnungswesen, Recht) online geschult zu werden. Bei den konkreten Themenvorschlägen bekundeten die meisten Befragten Interesse für die Themen „IT-Wissen für Führungskräfte“, „Präsentationstechnik“ und „BWL-Kompaktkurs“. Die Nachfrage und Akzeptanz von E-Learning steigt dabei in Unternehmen, in denen die Angebote aktiv beworben werden.

Die Schulung von Softskills via E-Learning – das heißt Faktoren der Persönlichkeit wie etwa soziale und interkulturelle Kompetenz, emotionale Belastbarkeit, Teamfähigkeit oder Flexibilität – können sich immerhin 51 Prozent der Anwender vorstellen, obwohl es auch von Anbieterseite inzwischen als zweifelhaft eingestuft wird, einem Menschen zwischenmenschliche Kompetenzen zu vermitteln, der alleine vor seinem Rechner sitzt. Dies scheint doch mehr die Domäne der klassischen Präsenztrainings zu sein.

Interaktivität ist wichtig

Die wichtigsten Faktoren beim E-Learning sind nach Meinung der Befragten die Aufbereitung der Inhalte, die Zeit- und Ortsunabhängigkeit, das individuelle Lerntempo, sowie Tests und Übungsfragen. Ein weiterer wichtiger Faktor ist Interaktivität, die nach Meinung der meisten Befragten in Form von Experten-

Chats, Simulationen und interaktiven Tests mit sofortigem Feedback integriert sein sollen.

Wichtigste Kommunikationsmöglichkeit im Rahmen von E-Learning sind E-Mail und Foren. Nicht alle E-Learning-Anbieter haben diese Funktionen in ihren Trainings integriert, aber selbst wenn diese Kommunikationskanäle angeboten werden, nutzt mindestens die Hälfte der Befragten sie noch nicht. Wie in einem Präsenzseminar nehmen die Teilnehmer erst eine abwartende Haltung ein

Leider fehlt vielen E-Learning-Programmen oft ein grundlegendes didaktisches Konzept, das dann durch ein multimediales Feuerwerk ersetzt wird.

und klinken sich erst in die Konversation ein, wenn diese in Fahrt gekommen ist. Die Anonymität des Internets bremst hier vor allem den zwischenmenschlichen Austausch, wenn sich die Teilnehmer noch nicht kennen. Im Gegensatz dazu beobachten E-Learning-Verantwortliche bei der Nutzung interner Web Based Trainings, zum Beispiel über das firmeneigene Intranet, eine sehr aktive Kommunikation zwischen den Teilnehmern, die ja alle Mitarbeiter ein und desselben Unternehmens sind. Als wichtigster Ansprechpartner erweist sich der Tutor, gefolgt vom Fachreferenten und anderen Trainingsteilnehmern.

Kommunikative und inhaltliche Mängel

Die von vielen Anbietern angepriesene Kommunikation mit Teletutoren scheint aber noch nicht so recht zu funktionieren, denn kommunikative Mängel werden als häufigste Nachteile genannt. Als Hauptmangel wurde in der logischen Folge die fehlende Kommunikation mit Tutoren oder anderen Teilnehmern genannt.

Als weitere Nachteile werden schlechte inhaltliche Aufbereitung und technische

Mängel angeführt. Leider werden immer noch viele WBTs und CBTs nur von Multimediadesignern entworfen und umgesetzt. Dadurch fehlt oft ein grundlegendes didaktisches Konzept, das dann durch ein multimediales Feuerwerk ersetzt wird. Professionelle E-Learning-Anbieter setzen daher in der Produktion der Trainings auf Teams, die sowohl aus speziell ausgebildeten Mediendidaktikern als auch den Multimediaspezialisten bestehen.

In vielen Fällen prägt die Präsenz von technischen Problemen (meist firmen-

interne Konfigurationsprobleme) bei der Nutzung von E-Learning den Gesamteindruck der Qualität von E-Learning-Trainings. Keiner der Befragten, der technische Probleme bei der Nutzung von E-Learning hatte, hat die Qualität der bisher bearbeiteten Trainings mit sehr gut eingeschätzt.

Mangelnde Selbstdisziplin und Motivation

Da die Befragten zwischen 30 Minuten (36 Prozent) und 45 Minuten (31 Prozent) pro E-Learning-Sitzung am Bildschirm verbringen, ist eine Aufteilung der Lerninhalte in Lektionen dieser Länge sinnvoll. Auf die Frage nach den Schwierigkeiten mit E-Learning bekannten viele Nutzer selbstkritisch mangelnde Selbstdisziplin und Motivation.

Wer sich für die Ergebnisse der Studie interessiert, kann bei der Webacad (Telefon: 0 61 96 / 77 999 222, E-Mail: info@webacad.de) eine kostenfreie Zusammenfassung bestellen. Die gesamte Studie – mit allen Fragen, Zahlen und Kommentaren – wird auf Anfrage als Druckversion (gebunden, 42 Seiten) für 120 Euro verschickt. ■