

Einsatz und Nutzung von E-Learning in niedersächsischen Unternehmen

Abstract

Dieser Artikel beinhaltet die Ergebnisse einer Studierendengruppe des Projektkurses 'Wissensmanagement und E-Learning' der Stiftung Universität Hildesheim. Die Projektgruppe befasste sich mit dem Einsatz von E-Learning-Angeboten in großen und mittelständischen Unternehmen in Niedersachsen und untersuchte die Einstellungen und Ansichten der Mitarbeitenden hinsichtlich der Nutzung der vom Unternehmen zur Verfügung gestellten E-Learning-Optionen. Des Weiteren wurden eventuelle Diskrepanzen zwischen dem Einsatz von E-Learning durch die Unternehmen und der tatsächlichen Nutzung und Wahrnehmung dieser Art der Wissensvermittlung durch die Mitarbeiter überprüft. Es wurden sowohl Experteninterviews als auch Mitarbeiterbefragungen in sechs Unternehmen durchgeführt. Im Anschluss an die qualitative Auswertung der gesammelten Ergebnisse wurden Handlungsempfehlungen in Bezug auf die Rahmenbedingungen und den Einsatz von E-Learning-Angeboten abgeleitet, die zu einer erhöhten Akzeptanz in der Nutzung dieser und einer zufriedenstellenden Wissensvermittlung im Unternehmen führen sollen. Das Projekt hat ergeben, dass die befragten Unternehmen ihren Mitarbeitern insgesamt eine große Bandbreite an verschiedenen E-Learning-Angeboten anbieten. Trotz großer Schritte in Richtung der Digitalisierung zeigt sich hinsichtlich der Beliebtheit bestimmter Weiterbildungsformen bei den befragten Mitarbeitern, dass klassische Weiterbildungsformate bevorzugt werden und E-Learning-Angebote nur in Kombination mit Offline-Schulungen gerne genutzt werden.

E-Learning als Weiterbildungsmöglichkeit in einer digitalisierten Gesellschaft

Die Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern im Unternehmen ist ein Prozess, der nicht ausbleiben darf, sofern die im Mitarbeiterpool gewonnenen Kenntnisse und Wissensbestände erfolgreich und im Hinblick auf die Zukunft angewendet werden sollen. Viele Unternehmen und Institutionen haben sich dazu entschieden ihre Weiterbildungsangebote zu erweitern und E-Learning in ihr Bildungsrepertoire einzubinden. Gründe hierfür resultieren sowohl aus den schnelllebigen und dynamischen Entwicklungen der Produktions- und Arbeitsprozesse als auch aus der Notwendigkeit sich im Wettbewerb als konkurrenzfähig bezeichnen zu können. Qualifizierte Fachkräfte tragen mit ihrem Wissen wesentlich zum Unternehmenserfolg bei, sodass der Bedarf an solchen Fachkräften stetig ansteigt. In modernen Gesellschaften ist das „Lebensbegleitende Lernen“ bzw. das „Lebenslange Lernen“ daher unumgänglich (vgl. Dittler 2011, 17). Das Lernen mit digitalen Medien ist folglich eine flexible und situationsgerechte

te Möglichkeit den ständig neuen Anforderungen des beruflichen Alltags die Stirn zu bieten. Es sind somit Lernwege geboten, die je nach Art der Wissensgenerierung ausgelegt und unmittelbar in den Arbeitsprozess integriert werden können, ohne auf die nächste Schulung warten zu müssen. Aufgrund der fortschreitenden gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen im Hinblick auf Informations- und Kommunikationsprozesse bieten E-Learning-Angebote vielfältige Möglichkeiten zum Selbst- und kollaborativen Lernen und stellen somit sowohl gegenwärtig als auch zukünftig einen wichtigen Bestandteil der unternehmensinternen Lernprozesse und der Wissensvermittlung dar.

Der Nutzer im Fokus

Beim Thema E-Learning sollte jedoch nicht nur das Unternehmen an sich betrachtet werden, sondern auch die Nutzer der Angebote. Inwieweit ein Mitarbeiter mit dem E-Learning-Angebot zufrieden ist, hängt von unterschiedlichen Faktoren ab. Eine offene Haltung der Mitarbeiter gegenüber den virtuellen Weiterbildungsmöglichkeiten wirkt sich positiv auf die (Effizienz der) Nutzung aus (vgl. Batalla-Busquets; Pacheco-Bernal 2013, 59). Sowohl der konkrete Nutzen, der aus dem E-Learning hervorgeht, als auch das vorhandene Vorwissen haben Einfluss auf die Einstellung des Nutzers gegenüber dem Angebot. Erst nach der Verknüpfung dieser Elemente kann davon ausgegangen werden, dass Mitarbeiter mit Engagement und Elan an die Aufgabe herangehen (vgl. Hesselmann 2011, 402). Verfügt ein Mitarbeiter über ein breites und fundiertes Wissensspektrum über ein Thema oder Produkt, so wird er ein E-Learning Modul, welches sich mit exakt diesem Gegenstand auseinandersetzt, weniger Nutzen hervorbringen, als ein Modul zu einem dem Nutzer noch unbekanntem Thema. Ein Mitarbeiter, der sich mit einem neuen Gegenstand auseinandersetzt, schätzt das genutzte Tool häufiger und schneller als hilfreich und effektiv ein. Die positive Einstellung kann außerdem durch hohe Benutzerfreundlichkeit, Selbstbewusstsein im Umgang mit Informationstechnologien, als auch durch die Qualität und Aktualität des Inhalts und äußerliche persönliche Einflüsse beeinflusst werden (vgl. Rym et al. 2013, 314).

Die Wahl der geeigneten Methoden

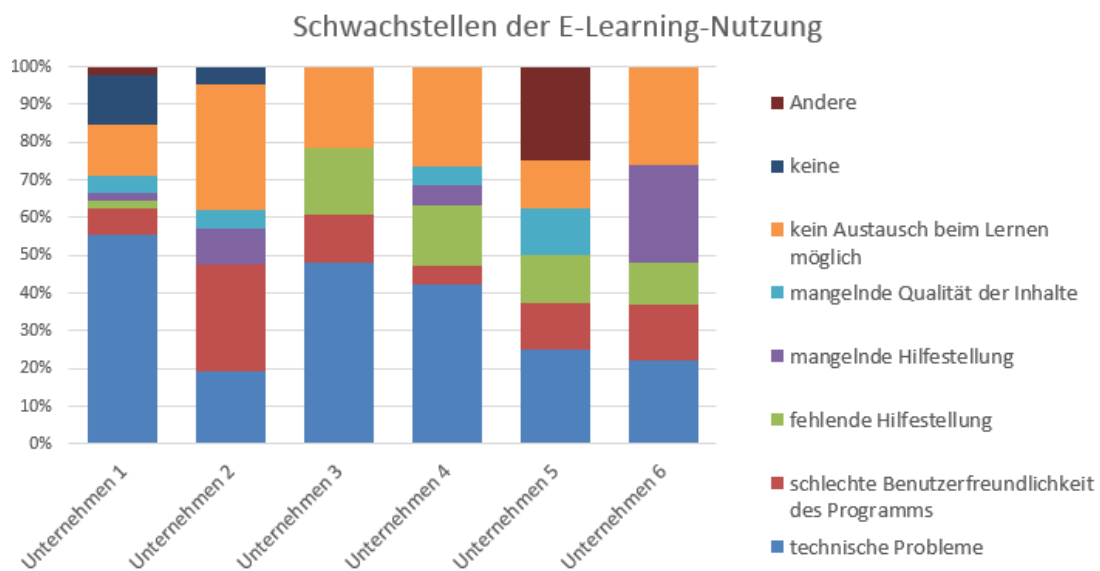
Die Wahl der geeigneten Methode für das Projekt basierte auf der Sichtung aktueller Studien aus dem E-Learning-Bereich und den darin verwendeten Methoden. Kennzeichnend ist, dass in diesem Themenbereich häufig ähnliche Methoden verwendet werden, um neue Forschungsergebnisse zu erzielen. Unterschiede konnten überwiegend in den Zielgruppen der durchgeführten Untersuchungen festgestellt werden. Wie in der Analyse der Studien hervor-

gegangen, steht der Mitarbeiter oftmals nicht im Fokus der Befragungen. Da die Mitarbeiter eines Unternehmens jedoch die potentiellen Nutzer der E-Learning-Angebote sind, wurden sie für dieses Projekt als Zielgruppe definiert. Zur Ermittlung der Nutzung und Einschätzung von E-Learning-Angeboten wurde in sechs teilnehmenden Unternehmen eine Online-Umfrage mit insgesamt 97 Mitarbeitern durchgeführt. Die Online-Umfrage beinhaltete insgesamt 27 Fragen zu den demographischen Daten, der Nutzung von Weiterbildungsmöglichkeiten allgemein und der Nutzung und Wahrnehmung von E-Learning. Außerdem wurden Fragen zu den Merkmalen der E-Learning-Nutzung gestellt und die Einstellungen und Präferenzen der Teilnehmer gegenüber E-Learning-Angeboten abgefragt. Die Teilnehmer hatten des Weiteren die Möglichkeit, konkrete Verbesserungsvorschläge zu äußern. Die Online-Umfrage ist eine geeignete Methode zur direkten Informationsgewinnung bezüglich der Nutzung von E-Learning Angeboten. Allein ermöglicht diese jedoch nur einen Einblick in die direkte Nutzung und die subjektive Meinung der Mitarbeiter, stellt jedoch keine Basis für einen Vergleich zwischen dem Einsatz und der Nutzung von E-Learning dar. Demzufolge wurden zusätzlich telefonische Interviews (N=11) mit den jeweiligen E-Learning Experten der Unternehmen durchgeführt. Die Experten wurden zu den im Unternehmen eingesetzten E-Learning-Angeboten, der Dauer des Einsatzes dieser Angebote, den Einsatzbereichen und den vermittelten E-Learning-Inhalten befragt. Die Kombination dieser Methoden ermöglichte eine umfangreiche Untersuchung des Einsatzes und der Nutzung von E-Learning in Unternehmen.

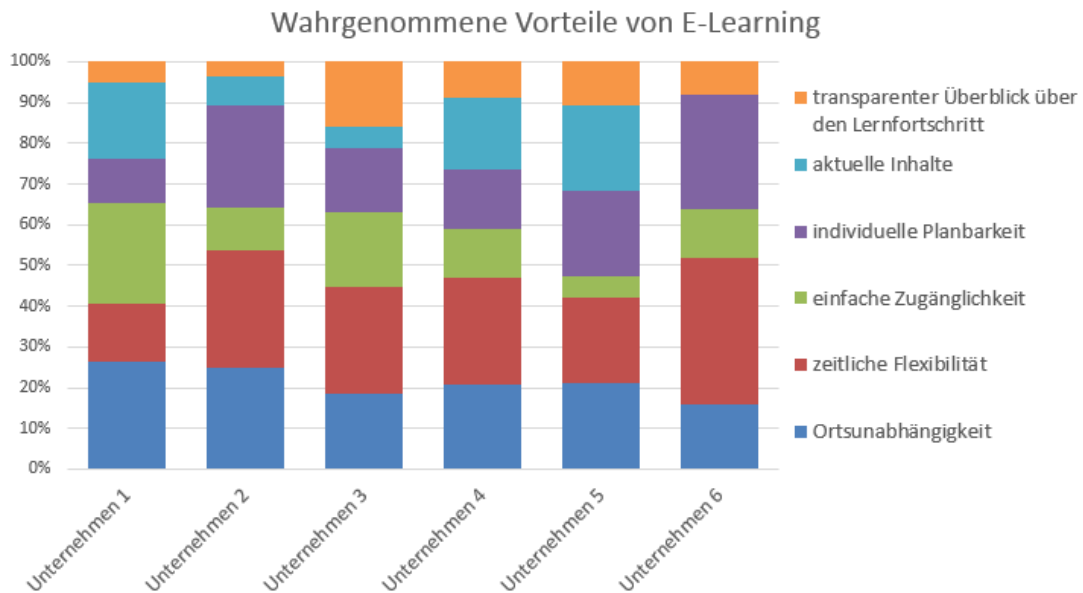
Eckdaten des Einsatzes von E-Learning in den befragten Unternehmen

Die Interviews ergaben, dass die Unternehmen ihren Mitarbeitern eine große Bandbreite an unterschiedlichen E-Learning-Angeboten anbieten. Zu den am häufigsten eingesetzten Angeboten der befragten Unternehmen gehören Webinare (video-gestützte Online-Schulungen), Podcasts, Online-Module und Web based Trainings (WBTs). Aspekten des kollaborativen und sozialen Arbeitens, wie beispielsweise interne soziale Netzwerke oder MOOCs, wird bisher seitens der Unternehmen wenig Aufmerksamkeit gewidmet. Die Interviews ergaben außerdem, dass es teilweise erhebliche Unterschiede bezüglich der Dauer des Einsatzes von E-Learning-Angeboten in den Unternehmen gibt. Während sechs Unternehmen angaben, E-Learning-Angebote erst seit weniger als fünf Jahren einzusetzen, stellen vier Unternehmen ihren Mitarbeitern E-Learning-Angebote bereits seit über zehn Jahren zur Verfügung. In den befragten Unternehmen wird E-Learning unter anderem in den Bereichen des Vertriebs, des Einzelhandels, der Verwaltung, der Logistik, der Qualitätssicherung oder auch der Software-

entwicklung eingesetzt. Die Inhalte, die beim E-Learning vermittelt werden sind breit gefächert, da die befragten Unternehmen unterschiedlichen Branchen angehören. Es konnten jedoch Parallelen verzeichnet werden, wie beispielsweise bei jährlichen Pflichtunterweisungen (z.B. Datenschutz oder Compliance) oder Inhalten, die der Verbesserung der persönlichen Qualifikationen dienen (z.B. Verkaufstraining oder internationale Kommunikation). Die bewährten Weiterbildungsformate bieten Vorteile, die bei den E-Learning-Angeboten teilweise nicht vorhanden oder noch nicht gut ausgereift sind. Eine häufig genannte Schwachstelle des E-Learning-Einsatzes basiert auf dem fehlenden Möglichkeit des Austauschs während der Nutzung des E-Learnings. Diese Erkenntnis unterstützt das Fehlen sozialer und kollaborativer Lernformen in den befragten Unternehmen. Ein weiterer Aspekt, welcher zu einer geringeren Zufriedenheit der Mitarbeiter führt, sind häufig auftretende technische Probleme. Diese treten in Form von Ton- und Verbindungsproblemen besonders häufig in Webinaren auf, was die Mitarbeiter häufig zu einem späteren Ansehen der Video-Aufzeichnung zwingt.



Es zeigte sich allerdings, dass die Mitarbeiter der befragten Unternehmen insgesamt mehr Vorteile als Nachteile wahrnehmen. Häufig genannte Vorteile in den Unternehmen sind die zeitliche Flexibilität und die Ortsunabhängigkeit, was insbesondere die Mobilität und die Möglichkeit des orts- und zeitunabhängigen Selbstlernens beim E-Learning hervorhebt.



Handlungsempfehlungen für den Einsatz von E-Learning in Unternehmen

Aus den Ergebnissen der Online-Umfrage sowie den Vorab-Befragungen wurden Handlungsempfehlungen formuliert, die von Unternehmen genutzt werden können, um eine Verbesserung des E-Learning-Angebots zu erzielen. Dies kann zu einer häufigeren Nutzung des E-Learnings durch die Mitarbeiter in den Unternehmen führen.

Die abgeleiteten Handlungsempfehlungen lauten wie folgt:

- **Blended Learning**, also die Kombination von klassischen Weiterbildungsmaßnahmen und E-Learning, sollte das anvisierte Ziel für den erfolgreichen Einsatz von E-Learning im Unternehmen sein.
- Es sollte eine oder mehrere **zuständige Person/en** für die E-Learning-Angebote geben, damit ein funktionsfähiges und inhaltlich aktuelles Angebot für die Nutzer zur Verfügung steht.
- Es sollten Möglichkeiten für die Nutzung von E-Learning von **zu Hause** und von **unterwegs** bereitgestellt werden. Eine Vergrößerung des Angebots auf mobile Geräte kann in diesem Fall hilfreich sein. An dieser Stelle sollte die Bedürfnisse und Präferenzen der Mitarbeiter erfasst werden.
- Die Mitarbeiter sollten in der Nutzung des E-Learnings möglichst umfangreich und **auf verschiedene Arten** unterstützt werden, wie beispielsweise in Form von Ansprechpartnern oder einer Einweisung in das E-Learning-System oder -Programm. Je

umfangreicher die Mitarbeiter unterstützt werden, desto positiver ist die Einstellung gegenüber den Angeboten.

- Die **Verbreitung** des E-Learning-Angebots muss nicht zwingend durch den Vorgesetzten erfolgen, es bietet sich auch an, über andere Kanäle wie das Intranet, E-Mailings oder Kollegen auf das Angebot aufmerksam zu machen.
- Bei dem Einsatz eines E-Learning-Angebots sollte außer auf den Inhalt auch großer Wert auf die **visuelle Gestaltung** und den **Unterhaltungswert** gelegt werden.
- **Technische Probleme** sollten vor der Einführung von E-Learning möglichst schnell identifiziert und behoben werden, um zu verhindern, dass die Mitarbeiter dem Angebot schon zu Anfang negativ gegenüberstehen. Aus diesem Grund bietet es sich an, mehrere Testdurchläufe zu vollziehen, bevor das Angebot im Unternehmen verbreitet wird.
- Vorhandene Schwachstellen beim E-Learning sollten durch eine **Mitarbeiterbefragung** identifiziert und daraufhin behoben werden.
- Der **transparente Überblick** über den Lernfortschritt und die **einfache Zugänglichkeit** zu E-Learning-Angeboten sollte verbessert werden, was zu einer häufigeren Nutzung führen kann.
- **Kollaboratives Lernen** sollte gefördert werden, da der Austausch beim Lernen für die E-Learning-Nutzer von hoher Bedeutung ist.

Die Studie hat ergeben, dass es relevant ist die Bedürfnisse und Präferenzen der Mitarbeiter zu registrieren und auf diese einzugehen. Trotz großer Schritte in Richtung der Digitalisierung bevorzugen viele Personen eine Kombination aus E-Learning und den üblichen offline Weiterbildungsformaten, die ihnen vertraut sind. Die bewährten Weiterbildungsformate bieten Vorteile, die bei den E-Learning-Angeboten teilweise nicht vorhanden oder noch nicht gut ausgereift sind. Ein häufig genanntes Problem basiert auf dem fehlenden Austausch während der Nutzung des E-Learnings, was bei der Gestaltung der Angebote beachtet werden sollte. Auch weniger komplexe Aspekte, wie beispielsweise technische Probleme, führen zu einer niedrigeren Zufriedenheit bei den Nutzern. Solche Probleme lassen sich jedoch relativ leicht identifizieren und zeitnah beheben. Insgesamt ist eine stetige Weiterentwicklung des Angebots und der Austausch und die Kommunikation mit den Nutzern bezüglich deren Wahrnehmung und deren Nutzerverhalten/-gewohnheiten relevant, um eine effektive Wissensvermittlung via E-Learning gewährleisten zu können. Zu betonen ist, dass die Ergebnisse nicht universell betrachtet werden dürfen und an die jeweilige Benutzergruppe angepasst

werden müssen. Jede Benutzergruppe besteht aus anderen Personen, mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Prioritäten, die bei dem Einsatz von E-Learning in Unternehmen berücksichtigt werden müssen.

Quellen:

Batalla-Busquets, Joseph-Maria; Pacheco-Bernal, Carmen (2013): On-the-Job E-Learning - Workers' Attitudes and Perceptions. In: The International Review of Research in Open and Distance Learning. Vol. 14, No. 1, S.40-64.

Dittler, Ullrich (2011): E-Learning: Lernen, Wissen und Bildung auf dem Weg in die Post-medialität. In: Dittler, Ullrich (Hrsg.): E-Learning. Einsatzkonzepte und Erfolgsfaktoren des Lernens mit interaktiven Medien. 3., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, S. 1-27.

Hesselmann, Ursula (2011): Grundlegende Gedanken zur Einführung von E-Learning in Unternehmen. In: Dittler, Ullrich (Hrsg.): E-Learning. Einsatzkonzepte und Erfolgsfaktoren des Lernens mit interaktiven Medien. 3., komplett überarbeitete und erweiterte Auflage. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, S. 397-407.

Rym, Bouzaabia; Olfa, Bouzaabia; Mélika, Ben M'Barek (2013): Determinants of E-Learning Acceptance: An Empirical Study in the Tunisian Context. In: American Journal of Industrial and Business Management. No. 3. S. 307-321.

Projektmitglieder:



Corinna Dulle (23) studiert M.A. Internationales Informationsmanagement mit Schwerpunkt Informationswissenschaften und dem Nebenfach BWL an der Universität Hildesheim.



Hanne Ritter (23) studiert M.A. Internationales Informationsmanagement mit Schwerpunkt Informationswissenschaften und dem Nebenfach BWL an der Universität Hildesheim.



Lisa Neumann (23) studiert M.A. Internationales Informationsmanagement mit Schwerpunkt Informationswissenschaften und dem Nebenfach BWL an der Universität Hildesheim.



Nicola Nowara (25) studiert M.A. Internationales Informationsmanagement mit dem Schwerpunkt Informationswissenschaften und dem Nebenfach BWL an der Universität Hildesheim. Neben ihrem Studium arbeitet sie im Personalmanagement der Jägergruppe in Hannover.



Annia Olszewska (25) studiert M.A. Internationales Informationsmanagement mit dem Schwerpunkt Informationswissenschaften mit dem Nebenfach Soziologie an der Universität Hildesheim.