

E-Learning in der betriebswirtschaftlichen Weiterbildung - Entwicklung eines E-Learning-Konzepts für KMU in der Agrar- und Ernährungswirtschaft –

SVENJA HANSEN, BONN
GERHARD SCHIEFER, BONN

Abstract

This paper begins by defining the aims of this study and delivers insight into the status quo of the employment of e-learning. This includes the depiction of common problems in e-learning practice. Critical components are identified in order to be able to find and systematise the potential origins of problems. Using these critical components (target group, workplace environment, content, design), a basic approach is developed to generate e-learning concepts that meet their target groups. The approach also isolates three influencing groups (participant, SME and provider) which are especially relevant. This conceptual framework serves as a starting point for further research concerning decision-making processes within the influencing groups (such as economic models, motivational theories, learning theories and marketing approaches), as well as a closer look at the critical components themselves.

1 E-Learning: Definition und derzeitiger Stand

Das Open and Distance Learning Quality Council (ODL QC) definiert E-Learning als „effective learning process created by combining digitally delivered content with (learning) support and services.“ (ODL QC 2001) Diese Definition schließt einen großen Teil dessen, was heute bereits als E-Learning bezeichnet wird, aus.

Betrachtet man den derzeitigen Stand dessen, was unter dem Begriff E-Learning im Sinne von „internet-enabled learning that encompasses training, education, just-in-time information, and communication.“ (Cisco Systems 2001) verstanden wird, ergibt sich folgendes Bild: Die Bereitschaft zur Weiterbildung im Netz, zum Lernen in virtuellen Gemeinschaften ist extrem groß: bereits 80% der Internetnutzer wären bereit, entsprechende Angebote zu nutzen (MUMMERT 2002). Die erwarteten Vorteile wirken verlockend: ortsunabhängiges und zeitunabhängiges Lernen, Zeitersparnis und geringere Kosten. Trotzdem zögern viele Firmen noch - und das offenbar zu recht, denn das virtuelle Klassenzimmer bleibt häufig genug leer. Nach einer Umfrage stellen Unzulänglichkeiten in der Betreuung, Lehrqualität, Vermarktung und Themenauswahl sowie Motivationsprobleme die Haupthindernisse für die Nutzung von E-Learning-Angeboten dar (MUMMERT 2002). Bisher hat sich E-Learning hauptsächlich in Großunternehmen etabliert, während kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) neben den oben genannten Hemmnissen vor allem vor hohen Anschaffungskosten zurückschrecken (o.V. 2003).

Die genannten Probleme belegen, dass die Definition des ODL QC als Definition eines Soll-Zustandes zu verstehen ist, dem ein Großteil der existierenden E-Learning-Angebote nicht gerecht wird, da sie vor allem den Anspruch des effektiven Lernens nicht erfüllen. Ziel dieser Forschungsarbeit ist daher, ein Konzept zu entwickeln, das diesen Anforderungen standhält.

2 Hauptprobleme bestehender E-Learning-Konzepte

In der Literatur werden eine Reihe von Gründen für das häufige Scheitern von E-Learning-Kursen angegeben, z.B. Rosenberg 2001 (S.41f.). Er nennt als häufigste Probleme: unbrauchbaren Inhalt (z.B. inhaltlich falsch oder überholt), wenig „authentisches“ Lernen, der technischen Gestaltung wird mehr Bedeutung beigemessen als dem Inhalt, die Strukturierung der

Programme ist nicht dem Lerntempo oder dem Vorwissen der Lernenden angepasst, das Gelernte wird nicht durch die Anwendung / Übertragung auf den Arbeitsalltag verstärkt, die Unterstützung durch Vorgesetzte oder andere Leitpersonen ist nicht ausreichend, die Unternehmenskultur hemmt die Verbreitung und Anwendung, das Programm langweilt seine Anwender schlicht oder die Materialien eines herkömmlichen Kurses werden einfach in eine neue Technologie übertragen. Es wird also nur die Lieferart des Materials geändert, aber nicht das pädagogische Konzept.

3 Analyse der kritische Komponenten

Um die oben genannten Probleme lösen zu können, ist es sinnvoll, sich zu verdeutlichen, was ein konkretes E-Learning-Programm leisten soll und welche Komponenten dabei eine Rolle spielen. Im Mittelpunkt der Bemühungen steht der Wunsch, den ausgewählten, zuvor definierten Inhalt auf die Zielgruppe zu übertragen. Der Inhalt braucht dazu eine geeignete Form: die Gestaltung – eine weitere kritische Komponente. Die Gestaltung ist gewissermaßen das Transportmittel, um den Inhalt kommunizieren zu können. Das heißt, jede Form der akustischen oder visuellen Umsetzung des Inhalts fällt unter die Komponente Gestaltung, während der Inhalt an sich als zu vermittelndes Wissen „gestaltlos“ ist. Auch die Zielgruppe steht nicht isoliert, sondern ist immer in ein bestimmtes Arbeitsumfeld eingebettet, durch das der Inhalt über die Gestaltung hindurch zur Zielgruppe vordringen muss (siehe *Abbildung 1*).

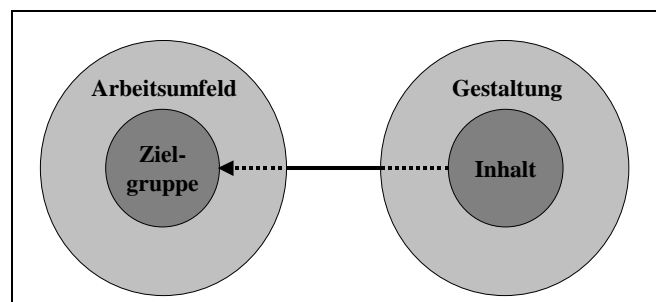


Abbildung 1: Kritische Komponenten (Quelle: eigene Darstellung)

Während der Inhalt eines Kurses, im Sinne des Wissens, das vermittelt werden soll, immer in einer bestimmten Weise gestaltet bzw. umgesetzt sein muss, um „transportiert“ werden zu können, so ist auch zwangsläufig jede Zielgruppe in ein bestimmtes Umfeld eingebunden, das wiederum Einfluss darauf hat, was von der Zielgruppe aufgenommen wird. Ziel eines Kurses muss es also sein, den im Bezug auf die Zielgruppe adäquaten Inhalt so zu gestalten, dass er sie in ihrem speziellen Umfeld auch tatsächlich erreicht. Der Erfolg einer E-Learning-Lösung ist abhängig von der Abstimmung der vier Elemente untereinander. Der Ausgangspunkt wird immer durch die Zielgruppe vorgegeben. Dieser Kernpunkt wurde bisher von den meisten E-Learning-Entwicklungen vernachlässigt. Variabel sind dagegen der Inhalt, der entsprechend dem Bedarf der Zielgruppe ausgewählt werden muss und mit gleicher Bedeutung auch dessen Gestaltung. Die Umsetzung des Inhalts in visuelle und akustische Form dient dem Transport des Inhalts. Das heißt, der Inhalt kann noch so zielgruppengerecht, interessant und wichtig sein, ist die Übertragung mangelhaft, so wird er nie beim Adressaten ankommen.

4 Systematisierung möglicher Problemquellen

Mit Hilfe der vier kritischen Komponenten lassen sich die möglichen Problemquellen eines E-Learning-Konzepts systematisieren. Ursachen für das Scheitern eines Programms können aus der Ausprägung eines einzelnen Elements erwachsen oder aus einer unzureichenden Abstimmung der Komponenten untereinander. Es ergeben sich damit zehn mögliche Problemquellen,

die in *Abbildung 2* aufgelistet sind. Für jede Problemquelle wird zur Verdeutlichung aus den unter 2 genannten Praxisproblemen ein Beispiel angeführt. Daneben finden sich zwei weitere Beispiele, zum einen für eine ungünstige Ausprägung der Zielgruppe: Ist die Zusammensetzung einer Zielgruppe zu heterogen, was z.B. das Vorwissen und die Erfahrung der Teilnehmer angeht, so wird es kaum möglich sein, einen für jeden einzelnen Teilnehmer passenden Kurs zu entwickeln. Zum anderen wird ein neues Beispiel für die mangelnde Abstimmung des Inhalts mit dem Arbeitsumfeld angeführt. Dies kann der Fall sein, wenn ein Programm zwar für eine bestimmte Zielgruppe angelegt ist, es in einigen Einsatzbereichen (spezielle Branche, Behörden etc.) besondere Auflagen gibt, die der Inhalt unberücksichtigt lässt und damit für die Teilnehmer aus einem bestimmten Arbeitsumfeld unbrauchbar wird.

Zielgruppe	Zusammensetzung der Zielgruppe zu heterogen			
Arbeitsumfeld	Mangelnde Unterstützung durch Vorgesetzte	Unternehmenskultur hemmt Verbreitung / Anwendung		
Inhalt	Inhalt für Publikum nicht geeignet	Inhalt spielt für Arbeitsumfeld keine Rolle	Inhalt fehlerhaft, veraltet	
Gestaltung	Strukturierung dem Lerntempo der Nutzer nicht angepasst	Programm spiegelt Probleme nicht richtig wider	Technische Gestaltung wichtiger als Inhalt	Übertragung herkömmlichen Materials in neue Technik
	Zielgruppe	Arbeitsumfeld	Inhalt	Gestaltung

Abbildung 2: Systematisierung möglicher Problemquellen (Probleme, die aus der Ausprägung einer Komponente entstehen sind dunkelgrau hinterlegt, mangelnde Abstimmung der Komponenten untereinander hellgrau.) (Quelle: eigene Darstellung unter Einbeziehung von Beispielen nach ROSENBERG (2001, S. 41f.))

5 Basis für die Entwicklung eines E-Learning-Konzept

Nach der Identifizierung der kritischen Komponenten ist es wichtig, im nächsten Schritt zu klären, wer in welcher Weise die Ausprägung dieser Komponenten beeinflusst, um eine Basis für die Entwicklung eines E-Learning-Konzepts zu erhalten.

Ausgehend von dem Ziel, einen zielgruppengerechten Kurs erstellen zu können, steht das Anforderungsprofil der Zielgruppe im Vordergrund. Mit seinen persönlichen Eigenschaften wie Vorwissen, Erfahrung, Motivation, Lernverhalten etc. bestimmt jeder einzelne Teilnehmer die Struktur der Zielgruppe mit. Gleichzeitig ist jeder in ein Arbeitsumfeld eingebunden, das durch das Unternehmen vorgegeben wird. Das KMU nimmt aber auch indirekt Einfluss auf die Zielgruppe, denn ihm obliegt die Entscheidung, welcher Mitarbeiter für welche Fortbildungsmaßnahme vorgesehen wird. Am Beginn der Einflusskette kann auch der Mitarbeiter und spätere Teilnehmer selbst stehen, indem er von sich aus an seinen Arbeitgeber herantritt und um Teilnahme an einer Weiterbildungsmaßnahme ersucht. Gleiches gilt auch für das Arbeitsumfeld. Jeder Mitarbeiter nimmt natürlich als Teil des Unternehmens Einfluss auf die Umgebung, in der er arbeitet. Aus diesen Überlegungen ergibt sich, dass das Anforderungsprofil für den Inhalt und die Gestaltung eines E-Learning-Programms unmittelbar und mittelbar durch die Teilnehmer und die KMU, in denen sie beschäftigt sind, bestimmt wird.

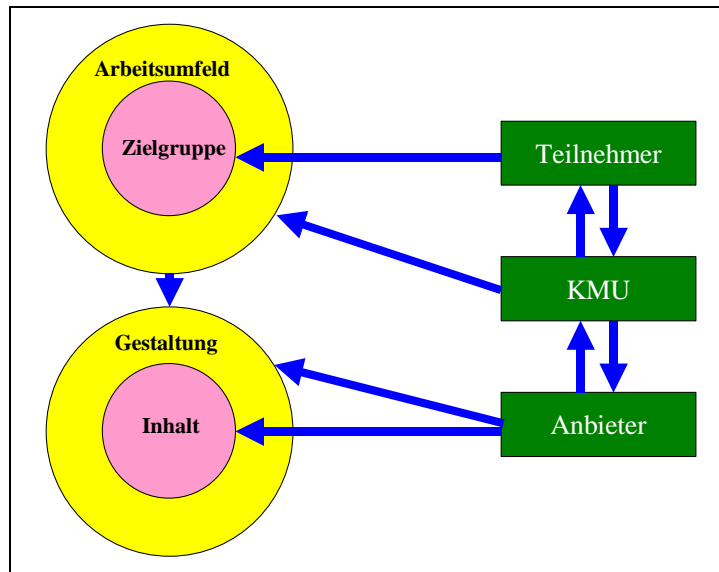


Abbildung 3: Basis für die Entwicklung eines E-Learning-Konzepts (Quelle: eigene Darstellung)

Auf der Gegenseite steht die konkrete Umsetzung dieses Anforderungsprofils, die von einem entsprechenden Anbieter übernommen wird. Es wird von einem externen Anbieter ausgegangen, da KMU aufgrund ihrer finanziellen Restriktionen meist keine eigenen Ausbildungsabteilungen unterhalten, die E-Learning-Kurse entwickeln könnten. Dem vom KMU ausgewählten Anbieter kommt der eher technische Teil der konkreten Auswahl und Gestaltung des Inhalts zu. Die Beziehungen zwischen Anbieter und KMU sind dabei nicht auf eine Richtung beschränkt, sondern ermöglichen einen Austausch zur bestmöglichen Abstimmung der E-Learning-Lösung mit dem Anforderungsprofil. Darüber hinaus ist es denkbar, dass der Anbieter das Unternehmen auch bei der Erhebung des Fortbildungsbedarfs und der Fortbildungsplanung unterstützt und von sich aus an die Unternehmen herantritt.

6 Ausblick

Nach der Analyse der kritischen Komponenten und deren Einflussgruppen, steht als nächster Schritt die Untersuchung der einzelnen Einflussgruppen und ihrer Triebkräfte an. Das mittelfristige Ziel dieser Untersuchungen soll ein detailliertes Bild über grundsätzlichen Anforderungen der drei Einflussgruppen an ein E-Learning-Konzept sein, um auf der Basis dieses Profils eine allen drei Parteien gerecht werdende Lösung zu entwickeln, die der eingangs erwähnten Definition des E-Learnings im Sinne eines effektiven Lernprozesses gerecht wird.

7 Literatur

- CISCO SYSTEMS, INC. (2001): Internet Learning solutions Group E-Learning Glossary
http://www.cisco.com/warp/public/10/wwtraining/elearning/pdf/elearn_glossary.pdf
- MUMMERT (2002): E-Learning braucht Nachhilfe.
http://www.mummert.de/deutsch/press/a_press_info/022506.html
- O.V. (2003): E-Learning: Pauken am PC. In: Facts, Vol. 10, Jan./Feb. 2003, S. 20.
- ODL QC (2001): A Definition for E-Learning. <http://www.odlqc.org.uk/odlqc/n19-e.html>
- ROSENBERG, MARC J. (2001): E-Learning. Strategies for delivering knowledge in the digital age. New York, San Francisco, Washington D.C. et al.