

Aktuelle Studien zu Akzeptanz und Nutzung von E-Learning

Was sagen (potenzielle) Nutzer zu den Vorzügen und Nachteilen von netzgestütztem Lernen?

Berufliche Weiterbildung ist zu einem Schlüsselfaktor für die Zukunftsfähigkeit von Wirtschaft und Beschäftigten geworden. Allerdings geraten die tradierten Formen der betrieblichen und überbetrieblichen Weiterbildung immer stärker in die Kritik. Um die Akzeptanz und Effektivität der Weiterbildung wieder zu verstärken, werden die folgenden Veränderungen immer wieder angemahnt:

1. kürzere und modular aufgebaute Kurse; 2. stärker individualisierte Bildungsangebote; 3. effiziente Angebote für die Weiterbildung am Arbeitsplatz und schließlich 4. Reduzierung der Weiterbildungskosten pro Teilnehmer bzw. Erhöhung der Effektivität bei gleichen Kosten.

Dies sind zugleich zentrale Argumente, mit denen für neue Lernformen in der betrieblichen Weiterbildung, insbesondere für das netzgestützte Lernen am Computer geworben wird. Was sagen die (potenziellen) Nutzer dazu, sehen sie in E-Learning eine attraktive Alternative zu traditionellen Weiterbildungsformen?

Erst in jüngster Zeit wurde dieser Frage systematisch nachgegangen. Zunächst hatte man sich offenbar darauf verlassen, dass der Nutzen des E-Learning „selbsterklärend“ sei. Wie immer bei der Einführung neuer Technologien dominierte anfangs eine angebots- und produktorientierte Perspektive. Techniker und ihre Argumente standen im Vordergrund, die Argumente und Fragestellungen von zielgruppenorientiertem Marketing und Vertrieb waren (und sind es teilweise noch immer) von nachgeordnetem Interesse.

Die erste systematische Nutzerbefragung wurde im Juni 2001 in den USA veröffentlicht (ASTD/Masie [1]). Die Ergebnisse dieser Befragung von Nutzern in ausgewählten Unternehmen belegen, dass E-Learning keineswegs ein Selbstläufer ist. Um die Akzeptanz zu fördern, müsse vor allem das interne Marketing dringend verbessert werden, so eine zentrale Schlussfolgerung der Studie.

Anfang 2002 wurden auch in Deutschland die ersten Untersuchungen zu Nutzerpotenzial und Akzeptanz durchgeführt. Drei Studien basieren auf einem bevölkerungsrepräsentativen Stichprobenansatz (Bertelsmann-Stiftung/Emnid [2], MMB/Psephos [4] und Marketagent.com [7]), die übrigen konzentrieren sich auf die Belegschaften von Wirtschaftsunternehmen (z.B. WEBACAD [6] und Cognos/INNO-tec [9]).

Die Ergebnisse der Studien (vgl. Synopse am Ende des Beitrags) sollen hier kurz zusammengefasst werden. Im Zentrum stehen dabei drei übergeordnete Fragestellungen: 1. Worin sehen (potenzielle) Nutzer die Vorzüge von E-Learning-Angeboten? 2. Welche denkbaren Nachteile stehen dem gegenüber? 3. Welche Erfolgsfaktoren für den zukünftigen Einsatz von E-Learning in der betrieblichen und beruflichen Weiterbildung lassen sich daraus ableiten?

Vorzüge des E-Learning aus Nutzersicht

Zu den am häufigsten genannten Vorzügen des E-Learning zählt die räumliche und zeitliche Flexibilität des Lernens. Von den befragten Nutzern wird die individuelle Gestaltung des Lernprozesses als besonderer Vorteil gegenüber Präsenzveranstaltungen benannt. Damit einher geht auch die Möglichkeit einer bedarfsgerechten Bildung („on demand“), die mit E-Learning

Möglichkeit einer bedarfsgerechten Bildung („on demand“), die mit E-Learning zeitökonomisch umgesetzt werden kann.

Tabelle 1: Vorzüge des E-Learning

Vorzüge des E-Learning
Räumliche und zeitliche Flexibilität
Schulung einer großen Anzahl von Nutzern
Selbstbestimmung des Lerntempos
Bedarfsgerechte, problemnahe Weiterbildung je nach Wissens- und Kenntnisstand (am Arbeitsplatz)
Zeitersparnis
Anonymisierter Lernprozess
Kostensparendes Verfahren

(Reihenfolge gibt keine Rangfolge wieder)

Nachteile oder Schwachpunkte des E-Learning aus Sicht (potenzieller) Nutzer

Die größte Herausforderung – so die einhellige Erkenntnis der vorliegenden Akzeptanzstudien – stellt für die Nutzer der hohe Grad an nötiger Selbstlernkompetenz und Selbstmotivation dar, den die neue Lehr-/Lernform als eine wesentliche Zugangsvoraussetzung vom „Enduser“ einfordert. Diese Anforderung erhält zusätzliches Gewicht, wenn die potentiellen Endanwender nur unzureichend oder gar nicht durch das unternehmensinterne Marketing über das Angebot informiert werden. Darüber hinaus erfährt E-Learning häufig deshalb Ablehnung, weil es für das Lernen am Arbeitsplatz noch keine verbindlich geregelten Lernfreiräume gibt. Nicht selten fehlt den Nutzern von E-Learning der soziale Austausch mit den Mitlernenden und den Lehrenden, der oft die Entscheidung für den Besuch von Präsenzveranstaltungen bestimmt.

Tabelle 2: Nachteile des E-Learning

Mögliche Nachteile des E-Learning
Hoher Grad an Selbstlernkompetenz und Selbstmotivation erforderlich
Fehlende Regelungen zum Lernen am Arbeitsplatz
Begrenzter sozialer Austausch und begrenztes direktes Feedback
Mangelhaftes internes Marketing für E-Learning
Intransparenz des E-Learning-Markts
Mangelhafte Regelungen zur Anerkennung von Qualifikationen durch E-Learning Lehrgänge
Hohe Anfangsinvestitionen

(Reihenfolge gibt keine Rangfolge wieder)

Erfolgsfaktoren für effizientes und nutzerfreundliches E-Learning

Um die Akzeptanz und Nutzung von E-Learning-Angeboten in Zukunft zu optimieren, sollten die wichtigsten Lehren aus den genannten Vorzügen und Nachteilen gezogen werden. Die wichtigsten Erfolgsfaktoren, die sich aus den genannten Studien ergeben sind: Es sollte sichergestellt werden, dass E-Learning Angebote einem einheitlichen Qualitätsstandard genügen, die Nutzung von E-Learning Lehrgängen die gleiche Anerkennung wie der Besuch von Präsenzveranstaltungen erhält der soziale Prozess des Lernens durch die Integration von verschiedenen Kommunikationsformen unterstützt wird, die strukturellen und organisatorischen Voraussetzungen für E-Learning u.a. am Arbeitsplatz oder von zu Hause aus gegeben sind, E-Learning allein nur in wenigen Fällen ausreichend ist; es bedarf einer Ergänzung des mediengestützten, selbstgesteuerten Lernens durch andere Lehr-/Lernformen („blended learning“).

Tabelle 3: Erfolgsfaktoren

Erfolgsfaktoren für effektives E-Learning
Entwicklung von Qualitätssicherungsmaßnahmen, mit denen die Intransparenz des E-Learning-Angebots reduziert werden kann
Anerkennung von E-Learning-Lehrgängen als gleichwertige Weiterbildung zu Präsenzveranstaltungen
Integration von Kommunikationsformen, die die Vorzüge von E-Learning wie zeit- und ortsunabhängiges Lernen unterstützen
Schaffung von strukturellen und organisatorischen Voraussetzungen für die Integration von E-Learning in Personalentwicklungsstrategien
Entwicklung eines Blended Learning Konzepts, das u.a. den (derzeit technisch noch eingeschränkten) face-to-face Austausch ermöglicht

(Reihenfolge gibt keine Rangfolge wieder)

Grundsätzlich gilt: **Es gibt keinen Königsweg zum „richtigen“ Lernen.** Um den für die jeweilige Zielgruppe, den jeweiligen Lerninhalt, das jeweilige Lernziel usw. besten Weg zu finden, sind Pilotprojekte unverzichtbar. Auch in dieser Hinsicht stellt das LERNET-Projekt des BMWi einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung einer „neuen betrieblichen Lernkultur“ dar.

Tabelle 4: Nutzer- und Akzeptanzstudien im Überblick

Studie	Titel	Methodisches Design	Veröffentlichung
[1] ASTD/ Masie	If we build it would they come?	<u>Untersuchungsziel:</u> Erhebung von kontext- und nutzerbezogenen Faktoren, die die Akzeptanz von E-Learning befördern oder hemmen <u>Befragte/Stichprobe:</u> 700 US-amerikanische Nutzer aus 16 unterschiedlichen Unternehmen <u>Methode:</u> Befragung <u>Art der Erhebung:</u> Querschnittsanalyse <u>Erhebungszeitraum:</u> ? <u>Gegenstand:</u> 30 verschiedene Kurse <u>Veröffentlichung:</u> Juni 2001	http://www.masie.com/masie/researchreports/ASTD_Exec_Summ.pdf
[2] Bertelsmann Stiftung (Hrsg.)	Nachfrageanalyse Telelernen in Deutschland	<u>Untersuchungsziel:</u> Bedarfsanalyse und Potenzialerhebung für E-Learning sowie Erwartungen von/an E-Learning-Angeboten im Privatkundenmarkt <u>Befragten/Stichprobe:</u> 1.000 (800 West-/200 Ostdeutsche) Personen ab 14 Jahren aus der bundesdeutschen Bevölkerung <u>Methode:</u> CATI <u>Art der Erhebung:</u> Querschnittsanalyse <u>Erhebungszeitraum:</u> 11.01. und 12.01.2002 <u>Veröffentlichung:</u> Januar 2002	http://www.internet-fuer-einsteiger.org/ife/
[3] Business- wissen.de (Hrsg.)	Umfrage – E-Learning – Multimedia wenig gefragt	<u>Untersuchungsziel:</u> Erhebung der akzeptanzhemmenden und – fördernden Faktoren sowie der Lerninhalte <u>Befragte/Stichprobe:</u> 170 Nutzer von business-wissen.de <u>Methode:</u> Online-Befragung <u>Art der Erhebung:</u> Querschnittsanalyse <u>Erhebungszeitraum:</u> 12/01 bis 01/02 <u>Veröffentlichung:</u> Februar 2002	http://business-wissen.de/index.php?main=wissen&akt=2908&prn=1
[4] MMB/ Psephos	Bedarfserhebung E-Learning NRW - Repräsentative Bevölkerungsbefragung zu Weiterbildungsverhalten und E-Learning-Interesse	<u>Untersuchungsziel:</u> Erfassung des Weiterbildungsverhaltens allgemein; Bedarfserhebung für E-Learning; Bestimmung der Erfolgsfaktoren für E-Learning <u>Befragte/Stichprobe:</u> 803 Personen ab 16 Jahren aus der NRW-Bevölkerung <u>Methode:</u> CATI <u>Art der Erhebung:</u> Querschnittsanalyse <u>Erhebungszeitraum:</u> 22.01-31.01.2002 <u>Veröffentlichung:</u> April 2002	http://www.mmb-mi-chel.de/BedarfELearningNRW.pdf
[5] Digital-Spirit	Studie zur computergestützten Weiterbildung	<u>Untersuchungsziel:</u> Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes von E-Learning in der Weiterbildung anhand einer konkreten Weiterbildungs-CBT <u>Befragte/Stichprobe:</u> 20 Mitarbeiter eines Anwenderunternehmens <u>Methode:</u> Befragung <u>Gegenstand:</u> Weiterbildungs-CBT <u>Veröffentlichung:</u> April 2002	http://www.add-new-knowledge.de
[6] WEBACAD	E-Learner 2002	<u>Untersuchungsziel:</u> Ermittlung von Einstellungen und Erwartungen der (potenziellen) E-Learning-Nutzer gegenüber E-Learning <u>Befragte/Stichprobe:</u> 200 Kunden der WEBACAD, Besucher der Website von WEBACAD und Management Circle <u>Methode:</u> Schriftliche und Online Befragung <u>Art der Erhebung:</u> Querschnittsanalyse <u>Erhebungszeitraum:</u> 06.03. bis 20.03.2002 <u>Rücklauf:</u> 92 Fragebogen <u>Veröffentlichung:</u> April 2002	http://www.elearning-expo.de
[7] Market-agent.com	Lernen per Maus-Klick	<u>Untersuchungsziel:</u> Erfassung des Marktpotentials <u>Befragte/Stichprobe:</u> 3.596 Internetnutzer aus Deutschland und Österreich <u>Methode:</u> Online-Befragung <u>Art der Erhebung:</u> Trendanalyse <u>Erhebungszeitraum:</u> März 2002 <u>Veröffentlichung:</u> April 2002	http://www.market-agent.com/default.asp?CID=Frameset.ReadyStudies (Presse)

Studie	Titel	Methodisches Design	Veröffentlichung
[8] Mummert + Partner	E-Learning braucht Nachhilfe	<u>Untersuchungsziel:</u> Erfassung von Hemmnissen und Erfolgsfaktoren des E-Learning <u>Befragte/Stichprobe:</u> 594 Internetnutzer <u>Methode:</u> Online-Befragung <u>Art der Erhebung:</u> Trendumfrage <u>Veröffentlichung:</u> Juni 2002	http://www.mummert.de/deutsch/press/a_press_info/022506.html
[9] Cognos/ INNO-tec	Akzeptanz von E-Learning	<u>Untersuchungsziel:</u> Akzeptanzerhebung von E-Learning im Bereich Software-/ Produkttraining und Benennung von Beeinflussungsfaktoren <u>Befragte/Stichprobe:</u> 2.189 Personen aus dem Kundenkreis der cognos GmbH <u>Methode:</u> Online-Befragung <u>Art der Erhebung:</u> Querschnittsanalyse <u>Erhebungszeitraum:</u> 12/01-01/02 <u>Rücklauf:</u> 616 Fragebögen (28%) <u>Veröffentlichung:</u> Juli 2002	http://www.inno-tec.de/forschung/e-Learning_Akzeptanz.htm http://www.cognos1.de/news/presseinformationen/select.asp?id=1&presseld=111
[10] Jane Massy	Qualität und eLearning in Europa	<u>Untersuchungsziel:</u> Qualitätsbeurteilung und Benennung von qualitätsbestimmenden Faktoren im E-Learning <u>Befragte/Stichprobe:</u> Registrierte Nutzer der Website Cedefop/training village (Personalverantwortliche, Trainer) <u>Methode:</u> Online-Befragung <u>Art der Erhebung:</u> Trendanalyse <u>Erhebungszeitraum:</u> 2001 <u>Veröffentlichung:</u> August 2002	http://www2.trainingvillage.gr/download/elearning/quality_summary.pdf
[11] Universität Bielefeld	Qualität beim Onlinelernen aus der Sicht der Lernenden		Voraussichtliche Veröffentlichung Anfang nächsten Jahres (2003): Einzelergebnisse werden auf verschiedenen Veranstaltungen bereits vorgestellt
[12] FhG - IAO Studie (Hrsg.)	Nutzerbefragung, Teilstudie einer umfangreichen Potentialanalyse, in der Unternehmen (KMU), Mitarbeiter von KMU und Anbieter zum E-Learning befragt werden		Im Oktober 2002 werden die Ergebnisse präsentiert

Autoren: Dr. Lutz P. Michel/Anja Johanning MMB/LernetResearch