

**Suchen**

- ▶ Profi-Suche
- ▶ sitemap



Der Faktor Mensch bei der Einführung von E-Learning

Die "Akzeptanz bei der Ein- und Durchführung von E-Learning", so das Thema einer Fachtagung des E-Learning Presseclubs in München, gilt als wichtiger Erfolgsfaktor. Über 50 Experten aus Politik, Wissenschaft und Praxis diskutierten über die Bedeutung des Faktors Mensch bei der Einführung von E-Learning.

Die frühzeitige Einbindung der betroffenen Mitarbeiter und der Arbeitnehmervertretungen sind die wichtigste Hürde, die genommen werden will. "Betriebsräte sind offener als ihr Ruf. Werden sie frühzeitig in die Planung und Umsetzung miteinbezogen, [...] kann nicht mehr viel schief gehen", sagt Matthias Rückel vom E-Learning-Dienstleister [M.I.T newmedia](#). Angela Werner vom Reifenhersteller [Continental](#) fügt noch die Anhänger "alter bzw. anderer Lösungen", sogenannte "Partisanen", hinzu, die überzeugt werden müssten.

Die Einführung von E-Learning-Maßnahmen im Unternehmen braucht die Unterstützung der Mitarbeiter, Trainer, Betriebsräte und des Managements. Alle Gruppen haben eigene Interessen, aber auch eigene Ideen, die für den Erfolg notwendig sind. Gerade die "Partisanen" können konstruktive Helfer sein, wenn sie überzeugt sind, etwas verändern zu können.

Persönliche Beziehung wichtig

Die zweite große Erkenntnis war, dass es ganz ohne persönliche Präsenz denn doch nicht geht. Virtuelles Lernen am Arbeitsplatz sei "problematisch. Vor allem in Großraumbüros." Werner setzt deshalb auf separate Lernräume und zusätzliches Präsenztraining. So können die Bedürfnisse aller Lernwilligen besser befriedigt und Ängste abgebaut werden.

Einen besonders offenen Ansatz präsentierte die [Daimler-Chrysler AG](#). Dort verzichtet man ganz auf zentrale Verordnungen, sondern setzt auf die Initiative einzelner Werke oder Abteilungen. Dadurch sollen Berührungsängste verringert und die Praxisnähe sichergestellt werden. Selbst das Projekt "Basisqualifizierung zum Multimedia-Trainer" steht jedem Interessierten offen, Trainer oder nicht. Bei Daimler-Chrysler erhofft man sich davon Multiplikatoreffekte und mehr Akzeptanz für die Werkzeuge und Methoden des E-Learning. In dieselbe Kerbe schlägt auch Dr. Anke Hirning von [HP Education](#) und betont: "Sie müssen die Teilnehmer anheizen und neugierig machen."

Fazit

Login

Benutzerkennung:

Passwort:

▶ Mitglied werden

Newsletter bestellen
 E-Mail Adresse ▶

- ▶ ändern/ abbestellen
- ▶ Newsletter-Archiv

Unsere Online-Workshops

- ▶ Einführung von HelpDesk-Verfahren
- ▶ Praktisches Online Marketing: Kunden gewinnen im Internet
- ▶ Balanced Scorecard als effektives Management-Instrument
- ▶ Service verbessern mit Prozessmanagement: Verstehen Sie das Nervensystem Ihres Unternehmens
- ▶ E-Learning für Personalentwickler und Entscheider

E-Learning befindet sich immer noch in der Versuchsphase. Obwohl mehrere große Firmen das Instrument einsetzen, gibt es wenige anerkannte Standards in der Trainerausbildung und in den Methoden. Wir von business-wissen.de setzen daher auf Leistung und persönliche Betreuung. Wer Online-Workshops besucht, will wissen, was er lernt und wo es in der Praxis eingesetzt werden kann. Der enge Kontakt zum Kursleiter und den anderen Teilnehmern, ermöglicht den Erfahrungsaustausch und offene Diskussionen. So wird das Gelernte gleich angewendet und in die Praxis transferiert.

[nd]

► [Zum E-Learning Presseclub](#)

[In unser Diskussionsforum zum Thema Personal](#)

zum Thema auf [business-wissen.de](#) 📄

Nachrichten

- [E-Learning-Euphorie noch verhalten](#)
vom 26.06.2002
- [Der Trend geht zu E-Learning](#)
vom 16.05.2002

Web-Guide

- [Persönliche Fähigkeiten](#)

► [Weitersagen](#) ► [Übersicht](#) ► [Druckversion](#)

[Seitenanfang](#)

[Home](#) | [Newsletter](#) | [Philosophie](#) | [Nutzungshinweise](#) | [Kontakt](#)
[Impressum](#) | [Media-Daten](#) | [Presse](#)

Copyright 2000-2002, [b-wise gmbh](#)
powered by [avisma](#)