



Weiter

Letzter Abruf: 09.12.2016 00:31

© 2008-2016, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme), Universität Potsdam

Koordination: Norbert Gronau, Edzard Weber, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme), Universität Potsdam

Impressum

E-Learning

Daniel Stoller-Schai

„E-Learning kann begriffen werden als Lernen, das mit Informations- und Kommunikationstechnologien (Basis- und Lerntechnologien) respektive mit darauf aufbauenden (E-Learning-)Systemen unterstützt, bzw. ermöglicht wird (...).“ [Back, Bendel, Stoller-Schai 2001, S. 28].

E-Learning und das Lernhaus

Das ‚E‘ von E-Learning steht für ‚electronic‘ und ist im Zuge anderer ‚E‘-Begriffe wie E-Business, E-Commerce, E-Banking entstanden. Viele andere Begriffe werden synonym verwendet wie „technology enhanced Learning“, Web based Learning oder seit ca. 2011 auch „Digital Learning“ (im Zusammenhang mit dem Begriff ‚Digitale Transformation‘). Der Begriff befindet sich in einem kontinuierlichen Wandel und ist begrifflichen Moden unterworfen. Mit dem Ausschwingen der Partnerbegriffe wie E-Commerce, E-Business und E-Banking wird auch der Begriff E-Learning durch andere – wie aktuell der Begriff Digital Learning – abgelöst werden.

Weitere Erläuterungen zum Begriff E-Learning im deutschsprachigen Raum finden sich bei: Kerres [2001; 2012], Bruns und Gajewski [2013], Ebner und Schön [2013], Dittler [2011] und Arnold et al. [2015] und laufend auf den aktuellen Stand gebracht im „Handbuch E-Learning“ [Hohenstein, Wilbers 2002 ff.].

Die Auseinandersetzung mit E-Learning findet auf verschiedenen Ebenen und in verschiedenen Formen statt. Das „Lernhaus“ [Stoller-Schai 2015] (Abb. 1.) bildet diese Ebenen und Formen ab und fasst alle wesentlichen Aspekte von E-Learning zusammen.

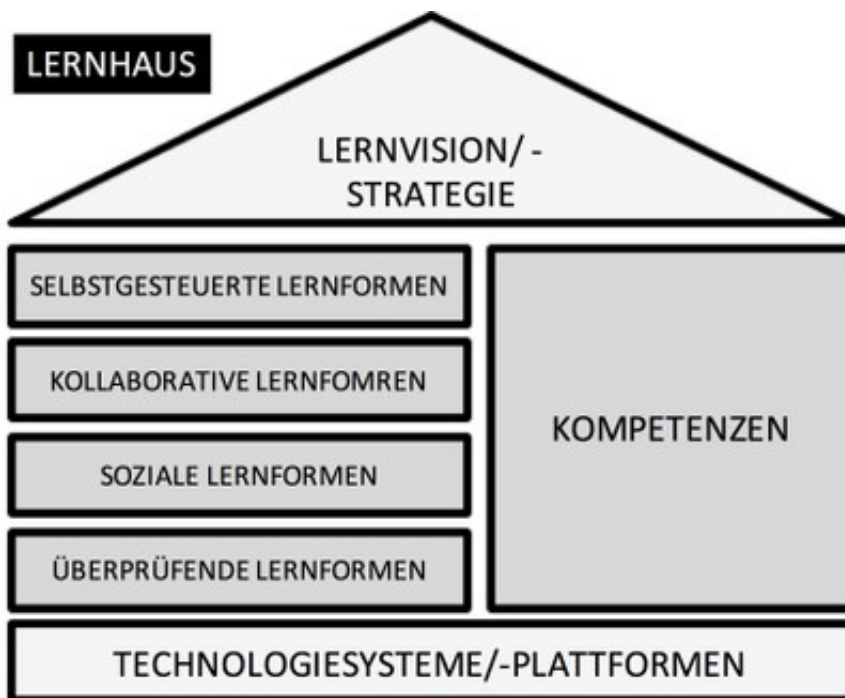


Abb. 1: Das Lernhaus [Stoller-Schai 2015]

Lernvision/ -strategien

Auf der strategischen Ebene geht es darum, eine E-Learning-Strategie zu entwickeln, die sich an der Unternehmensstrategie orientiert und mit der Personalentwicklungsstrategie (Mitarbeitende-Ausbildung), der Marketing- und Produktstrategie (Kundenausbildung) und der Technologiestrategie verbunden ist.

Übergeordnet gibt die Lernvision des Unternehmens den Bezugsrahmen für die Gestaltung aller Lernprozesse an.

Lernformen

E-Learning manifestiert sich in verschiedenen Lernformen. Zusammengefasst können diese auf vier Ebenen verortet werden:

- die selbstgesteuerten Lernformen umfassen asynchrones E-Learning, wie z. Bsp. Webbasierte Lernmodule (Web Based Training; WBT),
- die kollaborativen Lernformen umfassen synchrones E-Learning, wie z. Bsp. virtuelle Klassenzimmer und Chatsysteme, die sozialen Lernformen umfassend beziehungsorientiertes E-Learning, wie z. Bsp. der Austausch in Foren, in Lerngemeinschaften (Learning Communities) und auf Social Business Plattformen,
- die überprüfenden Lernformen umfassend testbasiertes E-Learning, wie z. Bsp. E-Tests, Assessments, aber auch Gamification-Formate und Simulationen.

Kompetenzen

E-Learning bedingt viele neue Kompetenzen für alle Anspruchsgruppen (Stakeholders):

- Manager müssen E-Learning-Strategien entwickeln,
- Mitarbeitende müssen mit verschiedenen Lernformen vertraut werden,
- Trainer und Trainerinnen müssen diese gestalten, umsetzen und begleiten,
- Instructional- und Multimedia-Designer müssen mediendidaktische Kenntnisse erwerben,
- Programmierer müssen sich mit E-Learning-Standards, Schnittstellen und Interaktionsdesign befassen.

Technologiesysteme/ -plattformen

E-Learning-Systeme basieren einerseits auf Basistechnologien wie Netzwerken, Netzwerkprotokollen, Webbrowsern und Medien und Ausgabegeräten wie Bildschirmen, Lautsprechern, Sensoren etc. Andererseits werden für die Gestaltung von E-Learning-Anwendungen Lerntechnologien benötigt:

- Autorenwerkzeuge zum Erstellen von Lernmedien,
- Learning-Management-Systeme zur Bewirtschaftung von Lernmedien und Lernenden,
- Testsysteme für die Messung und Bewertung von Lernaktivitäten,
- Reportingsysteme zur Aufbereitung und Darstellung von Lerndaten.

E-Learning und Wirtschaftsinformatik

Die Wirtschaftsinformatik umfasst die Gestaltung von Geschäftsprozessen mit Unterstützung von Informations- und Kommunikationstechnologien. Lernprozesse und Wissensprozesse gehören auch dazu. Die Wirtschaftsinformatik befasst sich also in Bezug auf E-Learning mit der Frage:

Wie müssen Lern- und Wissensprozesse gestaltet, erstellt, implementiert und betrieben werden, damit ein Unternehmen langfristig erfolgreich bleibt?

Im Rahmen der Digitalen Transformation von Unternehmen wird E-Learning – oder nun aktueller – Digitales Lernen – eine zentrale Rolle spielen. Digitale Lernangebote werden in Zukunft wettbewerbsentscheidende Bestandteile in Produkten und Dienstleistungen von Unternehmen sein. Die Digitale Transformation führt zum digitalen Mitarbeitenden und zum digitalen Kunden. Es liegt auf der Hand, dass die Lernformen für diese Zielgruppen ebenfalls digital sein müssen.

Ausblick

E-Learning befindet sich in einer permanenten Weiterentwicklung. Seit den ersten Lernprogrammen in den 1950er Jahren (siehe [Allen 2008]) hat insbesondere die Entwicklung des World Wide Web und die Verbesserung der Rechenleistung und der Bandbreiten neue Möglichkeiten eröffnet. Augmented Reality, Virtual Reality, Learning Bots, Recommendation Engines und die automatisierte Erstellung oder Zusammenstellung von kuratierten Lerninhalten ermöglichen neue Formen des digitalen Lernens. Damit wird ein personalisiertes Lernen möglich, das die Kompetenzen eines Lernenden mit den Kompetenzprofilen einer Arbeitsstelle oder eines Projektes abgleicht und einen personalisierten, adaptiven Lernpfad mit den entsprechenden Lerninhalten zusammenstellt und diesen Prozess laufend durch Begleitmaßnahmen (Reminder-Mails, Push-Notifications etc.) unterstützt und anpasst.

Literatur

- Allen, Michael W.: Michael Allen's 2008 E-Learning Annual. J-B Pfeiffer Annual Looseleaf, Vol.1, Pfeiffer, San Francisco 2008.
- Arnold, Patricia; Kilian; Lars; Thilloßen, Anne; Zimmer, Gerhard: Handbuch E-Learning – Lehren und Lernen mit digitalen Medien. 4. Auflage. Bertelsmann, Gütersloh 2015.
- Back, Andrea; Bendel, Oliver; Stoller-Schai, Daniel: E-Learning im Unternehmen: Grundlagen – Strategien – Methoden – Technologien. Orell-Füssli, Zürich 2001.
- Bruns, Beate; Gajewski, Petra: Multimediales Lernen im Netz: Leitfaden für Entscheider und Planer. 3. Auflage. Springer, Berlin 2013.
- Dittler, Ullrich (Hrsg.): E-Learning: Einsatzkonzepte und Erfolgsfaktoren des Lernens mit interaktiven Medien. 3. Auflage. De Gruyter, Oldenbourg 2011.
- Ebner, Martin; Schön, Sandra: L3T - Lehrbuch für Lernen und Lehren mit Technologie. (E-Book) Bad Reichenhall 2013.
- Hohenstein, Andreas; Wilbers, Karl (Hrsg.): Handbuch E-Learning, Expertenwissen aus Wissenschaft und Praxis. Fachverlag Deutscher Wirtschaftsdienst, Köln 2002 ff.
- Kerres, Michael: Mediendidaktik: Konzeption und Entwicklung mediengestützter Lernangebote. 3., vollständig überarbeitete Neuauflage. De Gruyter, Oldenbourg 2012.
- Kerres, Michael: Multimediale und telemediale Lernumgebungen. Konzeption und Entwicklung. 2. Auflage. De Gruyter, Oldenbourg 2001.
- Stoller-Schai, Daniel: Lernarchitekturen für moderne Lern- und Arbeitsprozesse. In: HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik, Nr. 301, Schwerpunktthema 'eLearning', Februar 2015, Nummer 1, S. 21-32.

Autor



Dr. Daniel Stoller-Schai, Head Sales & Marketing, Digital Learning Specialist, CREALOGIX AG, Digital Learning, Baslerstrasse 60, Postfach 8048, Zürich, Switzerland

Autoreninfo

Zuletzt bearbeitet: 08.12.2016 12:54

Letzter Abruf: 09.12.2016 00:30

[Add Comment](#)

© 2008-2016, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme), Universität Potsdam
Koordination: Norbert Gronau, Edzard Weber, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme),
Universität Potsdam
Impressum

E-Learning-Strategie

Daniel Stoller-Schai

„Eine E-Learning-Strategie ist die Summe der Ziele, Pläne und Maßnahmen, mit denen durch den Einsatz von Technologien und entsprechenden didaktisch-methodischen sowie organisatorischen Maßnahmen innerhalb und außerhalb eines Unternehmens Lernräume für strategierorientierte Lern- und Arbeitsprozesse für alle relevanten Anspruchsgruppe eines Unternehmers entwickelt und realisiert werden.“ [Back, Bendel, Stoller-Schai 2001. S. 74]

Grundlagen

Im E-Learning-Lernhaus (Abb. 1) bildet die E-Learning-Strategie das „Dach“ für alle betrieblichen E-Learning-Maßnahmen.

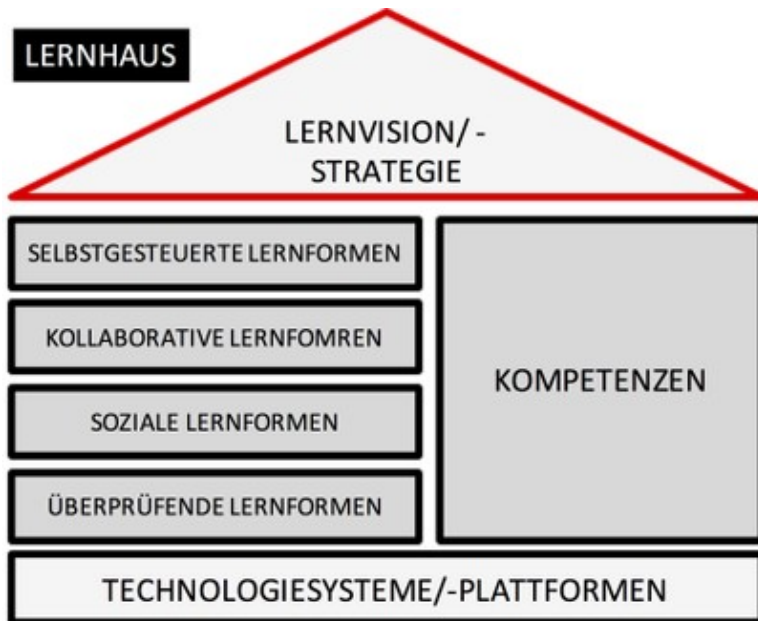


Abb. 1: Das Lernhaus – Fokus auf Lernvision/-strategie [Stoller-Schai 2015]

Eine E-Learning-Strategie (oder Digital-Learning-Strategie) muss einerseits mit der Unternehmensstrategie und den Funktionalstrategien eines Unternehmens integriert werden und andererseits auf bestehende Initiativen und Akteure Bezug nehmen, die im Unternehmen bereits E-Learning-Projekte und –Dienstleistungen umgesetzt haben.

Diese Form der Strategieintegration führt dazu, dass E-Learning-Maßnahmen nicht losgelöst von anderen Unternehmensaktivitäten geplant und umgesetzt werden. Eine E-Learning-Strategie, die festlegt, wie die verschiedenen Anspruchsgruppen eines Unternehmens ausgebildet werden, ist ein wichtiger Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens [Back, Bendel, Stoller-Schai 2001; Bailey et al 2013; Rosenberg 2001]. Da E-Learning die Ausbildung auch am Arbeitsort ermöglicht, muss eine E-Learning-Strategie immer auch aufzeigen, wie Lernen und Arbeit miteinander verknüpft werden.

Change-Prozess

Da die Einführung von E-Learning mit einem veränderten Verständnis von Lernen, Rollen und Prozessen einhergeht, ist die Umsetzung einer E-Learning-Strategie immer auch ein Change-Prozess [Dieser 2009; Laloux 2015; Robertson 2016]. Verändert wird dabei:

- das Lernverständnis,
- die Lernkultur,
- das Kursverständnis,
- das Verhältnis zwischen Trainern und Lernenden,
- Lern- und Arbeitsformen,
- Verteil- und Zugangsformen, sowie
- Effizienz- und Effektivitätskriterien.

Der Erfolg eines solchen Change-Prozesses basiert auf der Unterstützung durch das Topmanagement, der Beteiligung der verschiedenen Anspruchsgruppen sowie der Ermöglichung von konkreten Erfahrungen mit den einzuführenden E-Learning-Maßnahmen (Prinzip der „Selbstanwendung“): Die Verfasser einer E-Learning-Strategie müssen – soweit möglich – konkrete Praxiserfahrung sammeln, damit sie eine realistische und auf das Unternehmen angepasste E-Learning-Strategie entwickeln können.

Strategieentwicklung

Die Strategieentwicklung (Abb. 2) beginnt mit einem Sponsor, sowie einem Strategie- und einem Auditteam. Ein erster Schritt ist die Beschreibung der Ausgangslage. Dies umfasst eine ausführliche Datenerhebung, die für eine Standortbestimmung wie auch für eine Umfeldanalyse verwendet wird. Auf dieser Grundlage kann eine Vision entwickelt werden, die dem Strategieplan und dem Umsetzungsplan als Referenz dient. Ein Kommunikationsprozess sowie Audits, Controlling und Evaluationen runden die Strategieentwicklung ab, resp. führen an den Anfang zurück.

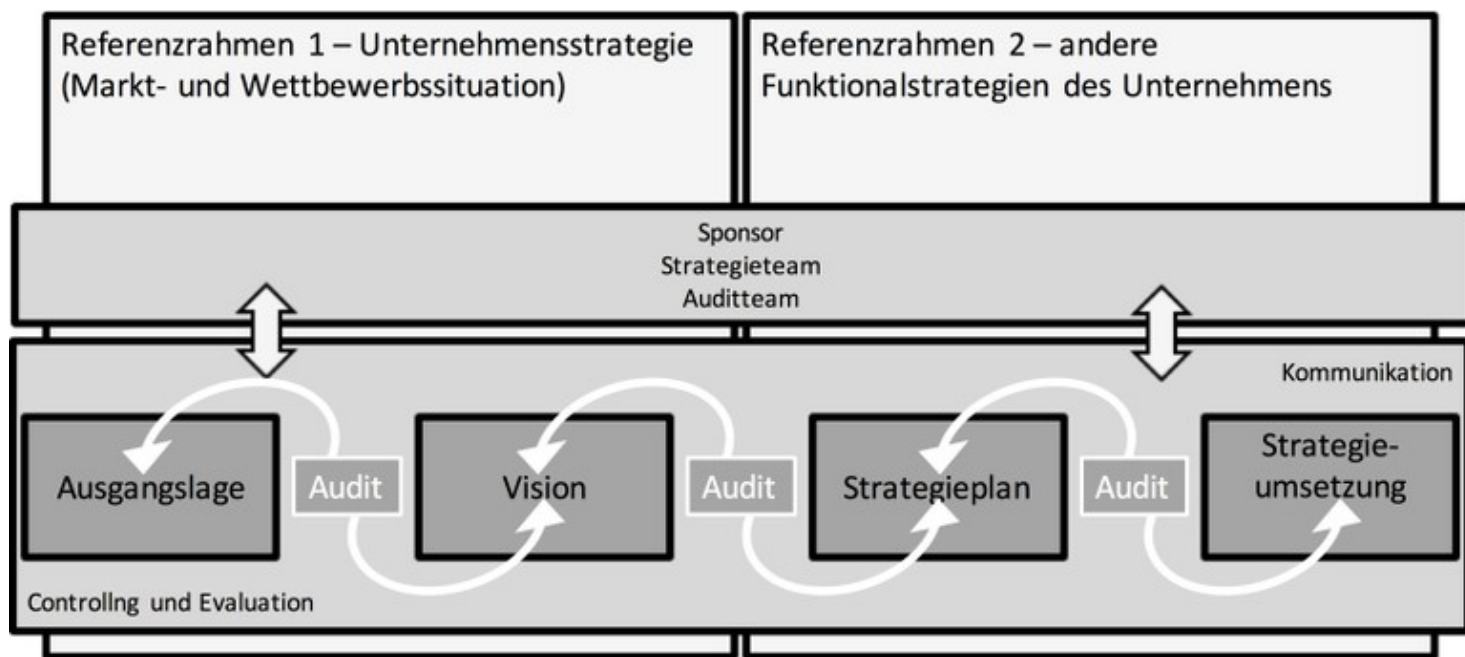


Abb 2: Strategieentwicklung [in Anlehnung an Back, Bendel, Stoller-Schai 2001, S. 113]

Literatur

Back, Andrea; Bendel, Oliver; Stoller-Schai, Daniel: E-Learning im Unternehmen: Grundlagen – Strategien – Methoden – Technologien. Orell-Füssli, Zürich 2001.

Bailey, John; Schneider, Carri; Vander Ark, Tom: Navigating The Digital Shift: Implementation Strategies For Blended And Online Learning. Digital Learning Now!, Tallahassee 2013.

Deiser, Roland: Designing the Smart Organization: How Breakthrough Corporate Learning Initiatives Drive Strategic Change and Innovation. John Wiley & Sons, New York 2009.

Laloux, Frederic: Reinventing Organizations: Ein Leitfaden zur Gestaltung sinnstiftender Formen der Zusammenarbeit. Vahlen, München 2015.

Robertson, Brian J.: Holacracy: Ein revolutionäres Management-System für eine volatile Welt. Vahlen, München 2016.

Rosenberg, Marc J.: E-Learning. Building Successful Online Learning in Your Organization: Strategies for Delivering Knowledge in the Digital Age. McGraw-Hill, New York 2001.

Stoller-Schai, Daniel: Lernarchitekturen für moderne Lern- und Arbeitsprozesse. In: HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik, Nr. 301, Schwerpunktthema 'eLearning', Februar 2015, Nummer 1, S. 21-32.

Autor



Dr. Daniel Stoller-Schai, Head Sales & Marketing, Digital Learning Specialist, CREALOGIX AG, Digital Learning,
Baslerstrasse 60, Postfach 8048, Zürich, Switzerland

Autoreninfo

Zuletzt bearbeitet: 08.12.2016 12:52

Letzter Abruf: 09.12.2016 00:30

[Add Comment](#)

© 2008-2016, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme), Universität Potsdam

Koordination: Norbert Gronau, Edzard Weber, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme), Universität
Potsdam

Impressum

E-Learning im Unternehmen

Daniel Stoller-Schai

E-Learning im Unternehmen umfasst die Dimensionen Strategie, Produktion, Vertrieb und Controlling. Des Weiteren deckt E-Learning im Unternehmen die verschiedenen Anwendungsformen von E-Learning im betrieblichen Umfeld ab. Dies umfasst sowohl die Innenperspektive (Ausbildung von Mitarbeitenden mittels E-Learning-Maßnahmen) als auch die Außenperspektive (Ausbildung von Kunden, Lieferanten, Vertriebspartnern, Investoren etc.) mittels E-Learning-Maßnahmen.

Dimensionen von E-Learning im Unternehmen

E-Learning im Unternehmen befasst sich mit der strategischen Umsetzung von digitalen Lernformen für alle Anspruchsgruppen eines Unternehmens [Back, Bendel, Stoller-Schai 2001; Rosenberg 2001; Van Dam 2011]. Dabei sind folgende Dimensionen von Bedeutung:

- Strategie:

Die Unternehmensstrategie ist der Referenzrahmen für die Entwicklung einer E-Learning-Strategie, welche die Lernvision und das Lernverständnis beschreibt und den Beitrag zum Unternehmenserfolg und Geschäftsmodellen aufzeigt.

- Produktion:

Die Produktionsstrategie legt fest, wie Lernmedien produziert werden. Dies ist oft eine Mischung aus interner Produktion und der Zusammenarbeit mit externen Partner. In diesen Bereich fällt auch die Ausbildung digitaler Fachkompetenzen für Instructional Designer, Multimedia Designer, Moderatoren und Communitymanager.

- Vertrieb:

Die Vertriebsstrategie legt fest, wie E-Learning-Maßnahmen ausgerollt werden. Dazu muss festgelegt werden, ob die dafür benötigten Plattformen und Systemen inhouse (on premise) oder extern (als Cloud-Lösung) betrieben werden. Auch der Zugriff der Anspruchsgruppen muss definiert werden. Oft wird dies im Rahmen einer BYOD-Strategie (Bring Your Own Device) geregelt.

- Controlling:

Die Controlling-Strategie legt fest, wie der Erfolg und die Effektivität der E-Learning-Maßnahmen gemessen und ausgewiesen werden. Dies erfolgt meistens über die Controlling-Funktionen eines Learning-Management-Systems und wird oft ergänzt durch weitere Data Analytics Maßnahmen (Data Warehouse, Management-Cockpit, resp. – Dashboard etc.).

Anwendungsformen

Es gibt verschiedene Anwendungsformen, wie E-Learning in einem Unternehmen umgesetzt werden kann. Diese Anwendungsformen sind oft eine Kombination aus verschiedenen Lernformen und lassen sich in vier Quadranten über die beiden Achsen „individuell – gemeinsam“ und „Informell – Formell“ aufteilen (siehe Abb. 1). Während der informelle Bereich eher das individuelle Lernen am Arbeitsplatz (Individual Support) oder in Praxisgemeinschaften (Peer Support) abdeckt, umfasst der formelle Bereich mehr die klassischen Bereiche von Lernen in Form von selbstgesteuertem Lernen (Individual Courses) oder Gruppenlernen (Peer Classes):

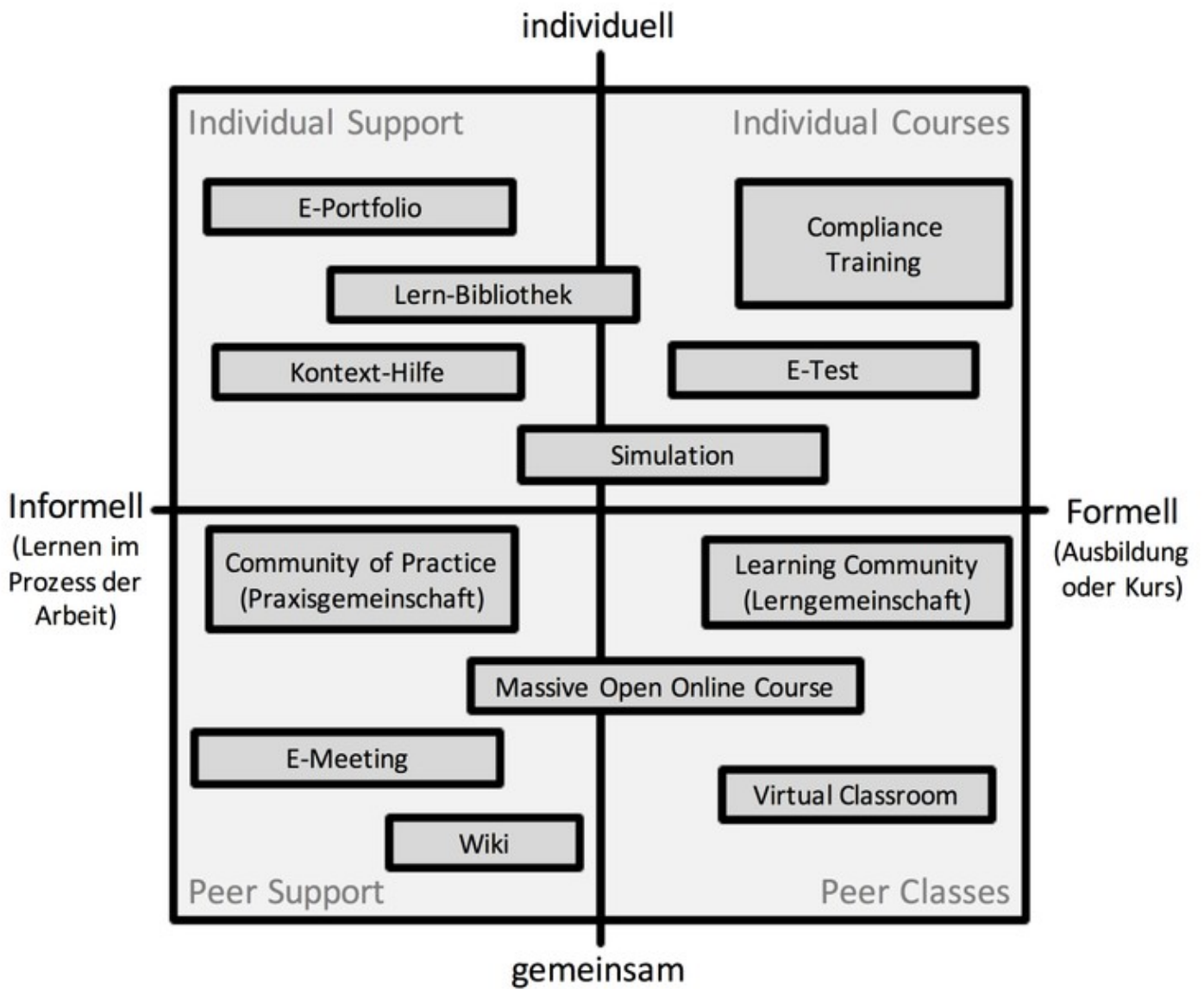


Abb. 1: Anwendungsformen

Beispiele für Anwendungsformen

Individual Courses:

- Compliance Training: Umfasst alle regulatorisch vorgeschriebenen Trainings, die ein Mitarbeitender absolvieren muss.
- E-Test: Umfasst die Überprüfung von spezifischem Wissen, welches ein Mitarbeitender erworben hat.
- Simulation: Umfasst das Training von Zusammenhängen oder Szenarien anhand von Experimenten, die an einem Modell durchgeführt werden.

Individual Support:

- E-Portfolio: Umfasst das Erfassen und Bewirtschaften der individuellen Lernprozesse und Lernergebnisse.
- Lern-Bibliothek: Umfasst den Zugriff auf Lernmodule aus verschiedenen Sachbereichen, die den Mitarbeitenden für die persönliche Weiterbildung zur Verfügung stehen.
- Kontext-Hilfe: Umfasst den Zugriff auf kontextbasierte Lernmodule, die bei der Lösung einer aktuellen Aufgabe helfen.

Peer Classes:

- Lerngemeinschaft: Umfasst die Gemeinschaft von Lernenden, die miteinander und begleitet durch einen Coach oder Mentor gemeinsam einen Lernprozess durchlaufen.
- Massive Open Online Course (MOOC): Umfasst Onlinekurse mit grossen Mengen an Teilnehmenden. Wissensvermittlung, Wissensvertiefung und Kursbegleitung finden online statt.

- Virtual Classroom: Umfasst zeitgleiches Erarbeiten und Bearbeiten von Lernthemen in einer synchronen Lernumgebung (Webconferencing).

Peer Support:

- Praxisgemeinschaft: Umfasst die Gemeinschaft von Mitarbeitenden, die miteinander einen Arbeitsprozess durchlaufen.
- E-Meeting: Umfasst das zeitgleiche Erarbeiten und Bearbeiten von Arbeitsthemen in einer synchronen Arbeitsumgebung (Webconferencing).
- Wiki: Umfasst den Zugriff auf ein Wiki-System, das der Dokumentation und dem Austausch von Arbeitsergebnissen dient.

Ausblick

Digitales Lernen ist eine Schlüsselkomponente bei der Transformation von Unternehmen. Die damit einhergehenden Change- und Kulturprozesse generieren bei allen Anspruchsgruppen einen entsprechenden Lernbedarf, der durch klassische Präsenzformen nur bedingt abgedeckt werden kann. Die oben aufgeführten Anwendungsformen bilden die Grundlage für entsprechende digitale Lern- und Kommunikationsangebote.

In vielen Unternehmen wird E-Learning jedoch erst in sehr eingeschränktem Umfang – z. B. in Form von webbasierten Lernmodulen für das Compliance-Training – eingesetzt. Das volle Potenzial von E-Learning wird erst ausgeschöpft, wenn verschiedene Lernformen miteinander kombiniert und diese in Geschäftsprozesse integriert werden, um bei den verschiedenen Anspruchsgruppen einen konkreten Nutzen zu generieren. Digitale Lernangebote werden in Zukunft wettbewerbsentscheidende Bestandteile in Produkten und Dienstleistungen von Unternehmen sein. Die Digitale Transformation führt zum digitalen Mitarbeitenden und zum digitalen Kunden. Es liegt auf der Hand, dass die Lernformen für diese Zielgruppen ebenfalls digital sein müssen.

Literatur

Back, Andrea; Bendel, Oliver; Stoller-Schai, Daniel: E-Learning im Unternehmen: Grundlagen – Strategien – Methoden – Technologien. Orell-Füssli, Zürich 2001.

Rosenberg, Marc J.: E-Learning. Building Successful Online Learning in Your Organization: Strategies for Delivering Knowledge in the Digital Age. McGraw-Hill, New York 2001.

Van Dam, Nick: Next Learning, Unwrapped! Leading Learning Practices and 37 Case Studies: Personalized - Social and Collaborative - On Demand - Mobile - In the Workplace. Lulu.com. Research Triangle Park, NC 2011.

Autor



Dr. Daniel Stoller-Schai, Head Sales & Marketing, Digital Learning Specialist, CREALOGIX AG, Digital Learning, Baslerstrasse 60, Postfach 8048, Zürich, Switzerland

Autoreninfo

Zuletzt bearbeitet: 08.12.2016 12:53

Letzter Abruf: 09.12.2016 00:30

[Add Comment](#)

© 2008-2016, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme), Universität Potsdam

Koordination: Norbert Gronau, Edzard Weber, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme), Universität Potsdam

Impressum

Lernformen

Daniel Stoller-Schai

E-Learning-Lernformen decken verschiedene Aspekte des technologieunterstützten Lernens ab. Dabei sollen nicht nur selbstgesteuerte, sondern auch kollaborative, soziale und überprüfende Lernformen abgedeckt werden. Die Kombination dieser Lernformen mit Formen der Präsenzausbildung können in einem Learning Design Prozess zu einem Blended-Learning-Lernarrangement ausgebaut werden.

Überblick

Um die in der E-Learning-Strategie formulierten Ziele und Ansprüche einlösen zu können, braucht es ein breites Set an methodisch-didaktischen Lernformen, die sowohl formelles als auch informelles Lernen abzudecken vermögen. Im Lernhaus werden vier Lernformen unterschieden:

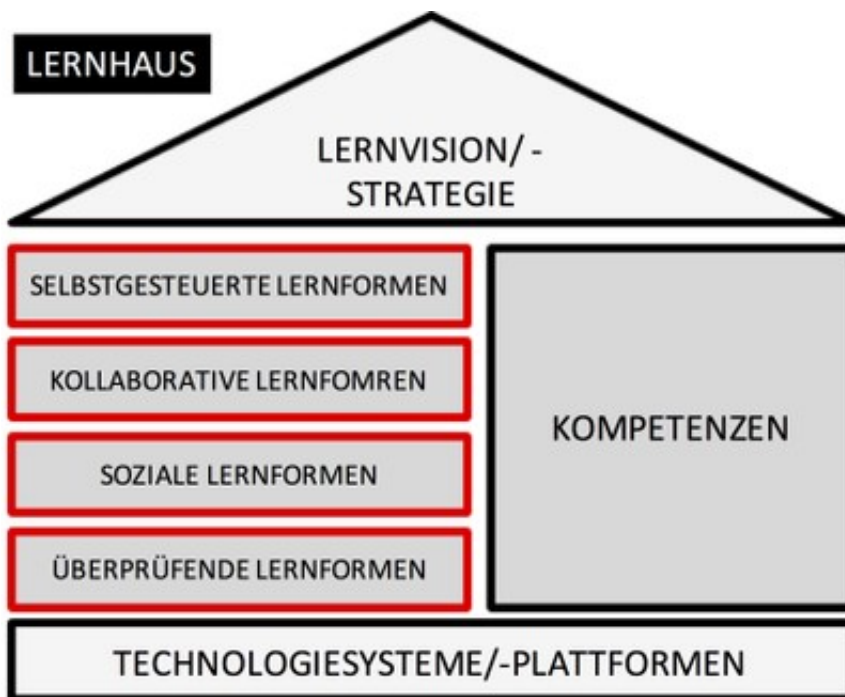


Abb. 1: Lernhaus – Fokus auf Lernformen [Stoller-Schai 2015]

- Selbstgesteuerte Lernformen umfassen asynchrones E-Learning, wie z. Bsp webbasierte Lernmodule (Web Based Trainings, WBT), eBooks, Lernspiele, und Lernfilme. Beim selbstgesteuerten Lernen wird individuell und zeitversetzt an einem Lernthema gearbeitet.
 - Die monetären Mittel werden bei selbstgesteuerten Lernformen in die Erstellung des Inhalts investiert: dies umfasst die Interaktivität der Lernprogramme, die Ausarbeitung von Drehbüchern und die attraktive multimediale Umsetzung.
- Kollaborative Lernformen umfassen synchrones E-Learning, wie z. Bsp. virtuelle Klassenzimmer und Chatsysteme oder 3D-Welten. Beim kollaborativen Lernen wird „zur gleichen Zeit“ an einem Lernthema gearbeitet.
 - Die monetären Mittel werden bei kollaborativen Lernformen in die Interaktion zwischen den Teilnehmenden investiert: dies umfasst den Zugang zu synchronen Lernsysteme wie WebConferencing-Systemen für die Durchführung von virtuellen Klassenzimmerlektionen und die Investition in die Ausbildung guter Moderatoren.
- Soziale Lernformen umfassen beziehungsorientiertes E-Learning, wie z. Bsp. den Austausch in Foren, die Beteiligung in Learning Communities und auf Social Business Plattformen. Mit solchen Plattformen ist es möglich, Online-Lerngemeinschaften (Learning Communities) zu initiieren und aufzubauen.

- Die monetären Mittel werden bei sozialen Lernformen ebenfalls in die Interaktion zwischen den Teilnehmenden investiert: dies umfasst den Zugang zu Social-Business-Plattformen für den Aufbau und die Betreuung von Online Communities und Learning Communities sowie die Investition in die Ausbildung guter Communitymanager [Stoller-Schai, Büniger 2009].
- Überprüfende Lernformen umfassen testbasiertes E-Learning, wie z. Bsp. E-Tests, Assessments, aber auch Gamification-Formate und Simulationen. Überprüfendes Lernen wird oft mit den Testfunktionen der Learning-Management-Systeme oder den integrierten Quiztools der Autorenwerkzeuge umgesetzt. Alternative Möglichkeiten, um Wissen zu bewerten oder zu bestätigen, können über Badges, Ratings und Gamification umgesetzt werden. Social-Computing-Plattformen verfügen standardmäßig über diese Funktionen und Learning-Management-Systeme werden zunehmend um solche erweitert.
 - Die monetären Mittel werden bei überprüfenden Lernformen in das Feedback an die Teilnehmenden investiert: dies umfasst die Investition in personalisierte, adaptive Testsysteme, die für Pre- und Post-Tests verwendet werden können, aber auch für Übungen, Assessments und Prüfungen. Die Aufbereitung der Testresultate erfolgt in persönlichen Dashboards („Wie gut bin ich?“) oder unternehmensweiten Leaderboards („Wie gut bin ich im Vergleich mit anderen?“).

Während selbstgesteuertes und überprüfendes Lernen eher formelle Lernformen abdecken, sind soziale und kollaborative Lernformen dazu geeignet, informelles Lernen zu ermöglichen.

Lernformen und Lernprozesse

Oft wird digitales Lernen nicht als ein didaktisch und strategisch ausgerichteter Lernprozess verstanden [Allen 2016; Hohenstein, Wilbers 2002 ff.], sondern lediglich als ein Bereitstellen von webbasierten Lernmodulen in einem Learning-Management-System.

Digitales Lernen bietet aber bedeutend mehr. Das Zusammenspiel der vier verschiedenen E-Learning-Lernformen ermöglicht rein virtuelle (Virtual Learning) oder integrierte Lernprozesse in Kombination mit Präsenzlernformen (Blended Learning). Beispiele für solche Lernprozesse sind:

- Blended Learning (auch: integriertes Lernen): die Kombination von Präsenz- und virtuellen Kursteilen.
- Flipped Classroom: die Verlagerung der Wissensvermittlung auf virtuelle Kursteile und Fokussierung der Präsenzkursteile auf Wissensanwendung, -vertiefung, -überprüfung sowie auf Gruppenlernformen wie Workshops und Teamarbeit [Carbaugh, Doubet 2016].
- Massive Open Online Courses (MOOC): Ausschließliche Onlinekurse mit großen Mengen an Teilnehmenden. Wissensvermittlung, Wissensvertiefung und Kursbegleitung finden online statt [Haber 2014].
- Workplace Learning: E-Learning-Lernformen unterstützen die Bearbeitung und die Erledigung von Aufgaben am Arbeitsplatz [Malloch et al. 2013]. Je nach Industrie sieht diese Unterstützung anders aus:
 - Im Finanzbereich sind es kontextbasierte Lerneinheiten (Microlearning) oder der Zugriff auf Experten auf einer Social-Business-Plattform, welche die Arbeitsprozesse effizienter machen.
 - Im Industriebereich können es multimediale Hilfestellungen sein, die auf das mobile Endgerät eines Mitarbeitenden gesendet werden, wenn ein konkretes Problem an einer Maschine auftritt und dieses unmittelbar gelöst werden muss.

Ausblick

Die Akzeptanz und die Effektivität von E-Learning hängt maßgeblich von einem strategie- und lernzielorientierten Learning Design ab, welches das Potenzial der verschiedenen Lernformen zu nutzen weiß und nachhaltige, motivierende Lernprozesse gestaltet. Dies wird dazu beitragen, dass E-Learning nicht einfach nur eine „Lernmaschine für Compliancetrainings“ ist, sondern zur zentralen Lernform in allen Ausbildungsbereichen eines Unternehmens wird.

Literatur

Allen, Michael W.: Michael Allen's Guide to e-Learning: Building Interactive, Fun, and Effective Learning

Programs for Any Company. 2. Auflage. John Wiley & Sons, New York 2016.

Carbaugh, Eric M.; Doubet, Kristina J.: The Differentiated Flipped Classroom: A Practical Guide to Digital Learning. Corwin, Newbury Park 2016.

Haber, Jonathan: MOOCs. The MIT Press Essential Knowledge series. MIT Press, Cambridge 2014.

Hohenstein, Andreas; Wilbers, Karl (Hrsg.): Handbuch E-Learning, Expertenwissen aus Wissenschaft und Praxis. Fachverlang Deutscher Wirtschaftsdienst, Köln 2002 ff.

Malloch, Margaret; Cairns, Len; Evans, Karen; O'Connor, Bridget N. (Hrsg.): The Sage Handbook of Workplace Learning. Sage Publications Ltd; London 2013.

Stoller-Schai, Daniel; Bünger, Laethitia.: Learning Communities. Das "Missing Link" auf dem Weg zum Workplace Learning. In: Handbuch E-Learning. (Hrsg.) K. Wilbers / A. Hohenstein. Erg.-Lieferung Oktober 2009. Fachverlang Deutscher Wirtschaftsdienst, Köln 2009.

Stoller-Schai, Daniel: Lernarchitekturen für moderne Lern- und Arbeitsprozesse. In: HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik, Nr. 301, Schwerpunktthema 'eLearning', Februar 2015, Nummer 1, S. 21-32.

Autor



Dr. Daniel Stoller-Schai, Head Sales & Marketing, Digital Learning Specialist, CREALOGIX AG, Digital Learning, Baslerstrasse 60, Postfach 8048, Zürich, Switzerland

Autoreninfo

Zuletzt bearbeitet: 08.12.2016 12:53

Letzter Abruf: 09.12.2016 00:28

[Add Comment](#)

© 2008-2016, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme), Universität Potsdam
Koordination: Norbert Gronau, Edzard Weber, Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (insb. Prozesse und Systeme),
Universität Potsdam
Impressum