

»» Lernprozesse gestalten

Immer größer wird der Bedarf, E-Learning in die bestehenden Aus- und Weiterbildungskonzepte zu integrieren. E-Learning-Anbieter müssen sich verschärft darüber Gedanken machen, wie Lernen in einem Unternehmen tatsächlich funktioniert und wie man diese Art der Lernens gezielt mit innovativen Konzepten unterstützen kann. Das Besondere am Lernen im Business-Kontext ist, dass mit einem sehr klaren Focus gelernt wird. Es geht darum, die vom Vorstand jährlich festgelegten Unternehmensziele möglichst schnell zu erreichen. Nur wer mit kompetenten Mitarbeitern seine Ziele zügig anpackt, hat einen echten Wettbewerbsvorsprung vor der Konkurrenz. Allzu oft sind jedoch die Trainingsabteilungen in einem Unternehmen falsch aufgestellt. Die Trainings hinken den Markterfordernissen hinterher. Der Service für die Lernenden ist unflexibel und die Durchführung von Bildungsmaßnahmen ist zu langsam. Hier kann E-Learning die Funktion eines Turboladers übernehmen.



Verkaufsstrategien für den Mittelstand

ED-LAB. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) müssen sich heute mehr denn je den Chancen und Herausforderungen globaler Märkte stellen. Bei der Erschließung neuer Märkte mit Produkten und Dienstleistungen konkurrieren kleine und mittelständische Unternehmen heute oft auch mit großen multinationalen Konzernen. Gerade im sensiblen Bereich von Marketing und Verkauf mangelt es vielen KMU jedoch am nötigen Know-how, um sich im globalen Wettbewerb durchzusetzen. Mit einem neuen, speziell auf kleine und mittlere Unternehmen zugeschnittenen Online-Training vermittelt ed-lab die erforderlichen Kenntnisse, die es diesen Unternehmen und ihren Mitarbeitern erlauben, schnell und effizient am Markt zu agieren und zu reagieren.

Von *Beate Haussmann*

Das modulare Training European Dynamic Salesman wird von ed-lab gemeinsam mit Partnern aus der Tschechischen Republik, der Slowakischen Republik, Polen, Österreich und den Niederlanden im Rahmen des europäischen Projekts EDS entwickelt, das im Leonardo da Vinci Aktionsprogramm der Europäischen Union gefördert wird. In diesem Konsortium arbeiten internationale Beratungsunternehmen, Universitäten und E-Learning-Experten zusammen, um neueste Erkenntnisse aus dem Bereich Marketing und Sales in einer innovativen Trainingslösung für kleine und mittlere Unternehmen verfügbar zu machen und damit die globale Wettbewerbsfähigkeit dieser Unternehmen zu stärken.

International Excellence in Content, Methodik und Praxis

Gerade für kleinere Unternehmen ist es oft schwierig, geeignete Weiterbildungsprogramme für den

eigenen speziellen Bedarf zu finden. Bei der Auswahl eines entsprechenden Programms muss eine grundsätzliche Wahl getroffen werden – Training von der Stange kaufen, möglicherweise als Teil einer Paketlösung eines E-Learning-Anbieters, oder maßgeschneiderte Angebote entwickeln.

Maßgeschneiderte Angebote haben einen offensichtlichen Vorteil. Sie können so gestaltet werden, dass sie den Bedarf eines Unternehmens und seiner Mitarbeiter genau treffen. Das bedeutet unter anderem, dass die Lernenden sich nicht mit Lerninhalten beschäftigen müssen, die für ihren speziellen Kontext nicht relevant sind. Vor diesem Hintergrund wurden alle Inhalte für European Dynamic Salesman von den Partnern im Konsortium völlig neu entwickelt, um den hohen Ansprüchen an ein solches international ausgerichtetes Trainingsprogramm im Bereich Marketing und Sales für kleine und mittlere Unternehmen gerecht zu werden. Die Contentproduktion führt neueste wissenschaftliche Erkenntnisse aus den beteiligten

Universitäten mit der Erfahrung aus dem internationalen Beratungsgeschäft zusammen. So entstehen praxisorientierte Lernmaterialien, die sich direkt am Bedarf kleiner und mittlerer Unternehmen orientieren – maßgeschneiderter Content.

Das von ed-lab entwickelte Lernszenario ist ebenfalls genau auf den Bedarf von KMU zugeschnitten. In einem ersten Schritt wurde aus dem im Projekt produzierten Content ein Web-based-Training (WBT) entwickelt, das im Modellszenario gleichermaßen als Unterrichtsmaterial und Nachschlagewerk dient. Das WBT erfüllt alle regulären internationalen Standards und kann in zahlreichen Lernumgebungen oder Learning-Management-Systemen eingesetzt werden. Im Modellszenario wird die Open-Source-Lösung Moodle als Plattform für eine Vielzahl weiterer Lernaktivitäten eingesetzt. So ergänzen asynchrone und synchrone Online-Seminare, Teilnehmerforen und thematische WIKIs das Angebot. In allen Phasen des Lernens begleiten Experten die Teilnehmer als Tutoren.

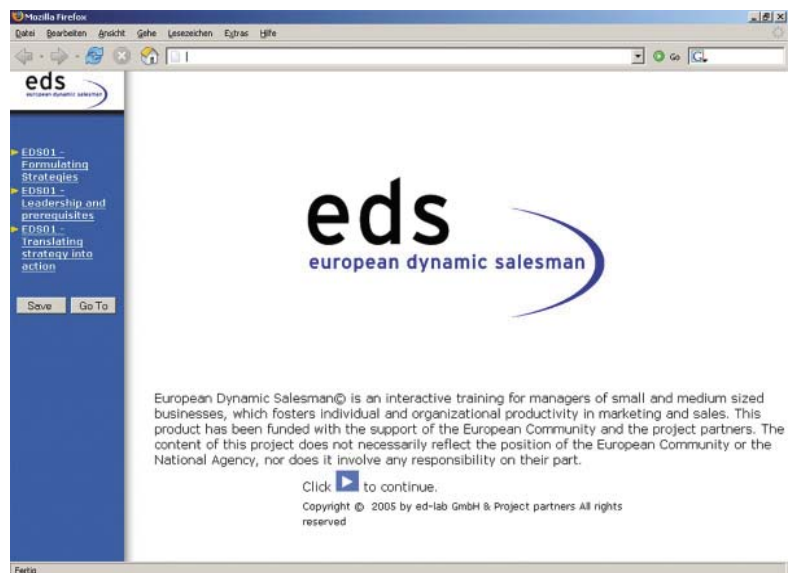
AUTORIN



Beate Haussmann

Die Diplom-Medienpädagogin Beate Haussmann ist Geschäftsführerin der ed-lab GmbH. Unter ihrer Führung werden pädagogisch-didaktische Konzepte, E-Trainer-Programme und E-Learning-Plattformen entwickelt und umgesetzt. Ihre jahrelange Erfahrung in den Bereichen der Erwachsenenbildung, Aus- und Weiterbildung sowie der Medienpädagogik bildet das Fundament für das umfassende Know-how von ed-lab.

haussmann@ed-lab.net



Ein WBT wird als Unterrichtsmaterial und Nachschlagewerk eingesetzt



Das Seminarhaus Gut Gremmelin bietet optimale Bedingungen für Präsenz-Workshops

Die Rolle von Tutoren und Trainern

Der wahrscheinlich wichtigste Faktor bei der Unterstützung des Lernens in kleinen und mittelständischen Unternehmen ist die Rolle von Experten als Tutoren und Trainer. In der Ausbildung zum European Dynamic Salesman arbeiten Trainer viel mehr als Lernerleichterer denn als Wissenslieferanten. So wird investigatives und tiefgründiges Lernen ermöglicht, die Qualität des Lernens erhöht und auf ein bestimmtes Ziel gerichtet. Für die Tutoren und Trainern im E-Learning-Kontext des Programms entstehen unter anderem folgende neue Rollen und Aufgaben:

- Organisation von Lernkontext und Lerngemeinschaft;
- Formulierung der Lernziele
- Strukturierung der Lerninhalte
- Begleitung und Kontrolle des Lernfortschritts durch den Zyklus investigativen Lernens;
- Interaktion und Leitung der Diskussion mit den Lernenden
- Planung und Auswertung des Gesamtlernprozesses

Blended Learning und E-Learning-Kompetenzzentren

In einem Blended-Learning-Konzept werden die Vorteile der Online-Angebote mit den Vorzügen, die die intensive Bildungsarbeit in Präsenzseminaren

bietet, kombiniert. In allen wichtigen Phasen des Trainings European Dynamic Salesman werden Präsenzveranstaltungen durchgeführt.

ed-lab bietet den Lernenden mit seinem Seminarhaus Gut Gremmelin ein eigenes E-Learning-Kompetenzzentrum für einen erfolgreichen Einstieg ins Online-Lernen. Diese Möglichkeit findet man bereits in vielen und besonders in größeren Unternehmen. Spezielle Lernbereiche oder Lernstationen im Unternehmen können zu festen Zeiten für bestimmte Kurse genutzt werden, oder aber als offene Bereiche, die während der Arbeitszeit, in den Pausen oder auch außerhalb der Arbeitszeit zugänglich sind. Ein Vorteil solcher offenen Lernbereiche besteht darin, dass hier auch zusätzliche unterstützende Lernmaterialien zur Verfügung gestellt werden können. Obwohl ein großer Teil des Lernens am Computer stattfinden kann, sind Bücher, Anleitungen und Fachzeitschriften immer noch enorm wichtig.

Ein solches Kompetenzzentrum kann also gleichzeitig E-Learning-Zentrum, Seminarraum und Bibliothek für zusätzliche Ressourcen sein. Gut Gremmelin bietet hierfür die besten Voraussetzungen: Seminarräume und Zimmer sind ausgestattet mit PCs und Internetanschluss, es gibt Außenlernplätze und ein Lernfloß auf dem See, WLAN auf dem gesamten Gelände und eine Bibliothek.

Die Kursteilnehmer im Programm European Dynamic Salesman werden in einem Kick-Off-Workshop optimal auf die nachfolgende Online-

Phase vorbereitet. Dabei stehen der thematische Einstieg, der persönliche Kontakt zu den Dozenten, Tutoren und anderen Kursteilnehmern sowie der Umgang mit der Lernplattform im Vordergrund. Eine weitere Präsenzveranstaltung am Ende der Online-Phase dient der Evaluation und bereitet den Transfer des Gelernten in die Praxis vor. Die Tutoren und Experten begleiten die Lernenden in dieser kritischen Phase des Wissenstransfers und stehen in einem definierten Zeitraum nach Abschluss des Trainings als Ansprechpartner zur Verfügung.



ed-lab education laboratory GmbH

Am Hofsee 33
18279 Gremmelin
Telefon 03 84 52/51 23
Telefax 03 84 52/51 28

Ansprechpartnerin Beate Haussmann
Büro Hamburg
Telefon 0 40/85 31 14-44
Telefax 0 40/85 31 14-50
haussmann@edlab.net
www.ed-lab.net

ed-lab education laboratory GmbH

Wir machen Sie fit in E-Learning

ed-lab ist spezialisiert auf die Implementierung von E-Learning und E-Training in Unternehmen und Bildungseinrichtungen. Mit pädagogischem und didaktischem Know-how sowie technischer Kompetenz bringen die Mitarbeiter von ed-lab das Wissen der Unternehmen auf den neuesten Stand. Von der Erstellung eines Aus- oder Weiterbildungskonzepts bis zur Umsetzung: Auf die ed-lab Berater ist Verlass. Persönlich und online. Und immer nach individuellen Ansprüchen.

Ein weiterer Schwerpunkt von ed-lab liegt außerdem in der Ausbildung von Trainern zu e-Trainern. Neben den offenen Kursangeboten werden auch speziell und individuell konzipierte Inhouse-Seminare durchgeführt.

Zahlreiche Unternehmen und Bildungseinrichtungen nutzen bereits das Angebot und Trainingsprogramm von ed-lab. Und haben sich – nach jeweils individuellem Workout – bereits in Form gebracht: Alcatel, Allianz, DaimlerChrysler, DIE – Deutsches Institut für Erwachsenenbildung, Europcar, Akademie der Genossenschaftsbanken, Haniel-Akademie, Hochtief, T-Mobile, Union Investment, VW-Coaching, Victoria Versicherungsgruppe.

Das Projekt EUROPEAN DYNAMIC SALESMAN wird im Leonardo da Vinci Aktionsprogramm der Europäischen Union gefördert. LEONARDO DA VINCI ist ein Programm der Europäischen Union, das auf die Entwicklung der beruflichen Bildung in europäischen Ländern, den Ländern des Europäischen Wirtschaftsraumes und verbundenen Ländern gerichtet ist.



E-Learning richtig konzipieren und erfolgreich einführen

LEARNCHAMP. Viele Organisationen fragen sich, wie sie E-Learning erfolgreich einführen und nachhaltig in die Personalentwicklung einbinden können. Andere haben bereits in Lösungen investiert und den gewünschten Erfolg nicht erzielt. Ein Interview mit Michael Repnik, Geschäftsführer der LearnChamp Consulting GmbH, zeigt wichtige Aspekte für eine sinnvolle Vorgehensweise auf und wie hohe Akzeptanz erzielt werden kann.



Michael Repnik gründete gemeinsam mit Partnern das E-Learning-Beratungsunternehmen LearnChamp. Er ist dort Geschäftsführer und in den Bereichen Consulting und Business Development tätig.

LearnChamp hat in diesem Jahr verstärkt Aktivitäten in Deutschland gesetzt. Wie wird Ihr Leistungsangebot als produktneutrales Beratungsunternehmen für E-Learning und Web-Conferencing-Lösungen im deutschen Markt angenommen?

MICHAEL REPNIK: Sehr gut. Aufträge von namhaften Unternehmen bestätigen das. LearnChamp betreut als österreichisches Unternehmen ohnehin seit einigen Jahren erfolgreich Unternehmenskunden im gesamten deutschsprachigen Raum und in osteuropäischen Nachbarländern. Die verstärkte Betreuung unserer bestehenden Kunden in Deutschland über einen Mitarbeiter vor Ort war einfach der nächste logische Schritt. Außerdem können wir Neukunden so noch leichter erreichen.

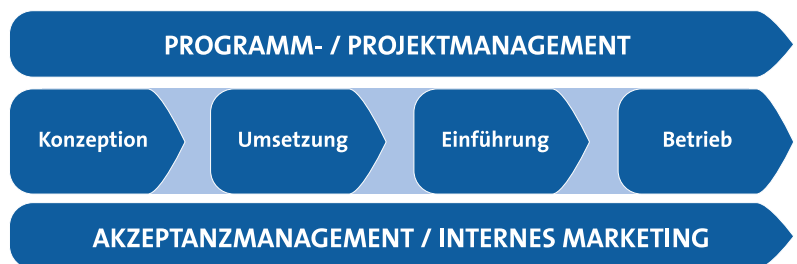
Nun aber zum eigentlichen Thema, der erfolgreichen Konzeption und Einführung von E-Learning. Wie kann E-Learning konzipiert werden, damit nachhaltiger Erfolg tatsächlich erzielt werden kann?

REPNIK: Unternehmen verlangen heute nach Lösungen. Wichtig ist es, Zusatznutzen zu schaffen und Kosten zu vermeiden oder zumindest zu verringern. E-Learning war aber auf Grund seiner immer noch kurzen Historie wie jeder neue und wachsende Markt zu Beginn technik- und produktorientiert. LMS, LCMS, Autorenwerkzeuge, virtuelle Klassenzimmer und IT Standard Content waren dominierende Themen. Erst danach kamen Themen wie Blended Learning und workflowbasiertes Lernen stärker ins Spiel. Aktuell sehen wir auf technischer Seite auch immer häufiger die Integration von HR Software, Web Conferencing, Portalen, Wissensmanagement, Content Management, Suchtechnologien und vielem mehr als Anforderung.

Natürlich waren und sind diese Aspekte wichtig, aber vor allem die Software ist heute, auch laut Marktforschungsunternehmen wie Gartner, ausgereift und sozusagen Mainstream. Wie eingangs erwähnt, steht heute jedoch richtigerweise stärker die tatsächliche Lösung von Problemstellungen im Geschäftsalltag im Vordergrund. Das bringt zwangsläufig eine stärkere Verzahnung von Lern- und Geschäftsprozessen in der Umsetzung mit sich. Neben E-Learning zur Unterstützung von

Organisation im Bereich Blended Learning konkret vorgehen, damit E-Learning langfristig erfolgreich ist?

REPNIK: Unternehmen und deren Verantwortliche müssen sich überlegen, in welche Themen sie Geld und Ressourcen investieren möchten. Das betrifft natürlich vor allem auch die Erstellung von Inhalten. Es kann dabei aber nicht nur um einen positiven Return-on-Investment gehen. Den könnte man beispielsweise auch durch den Ersatz von klassischen MS PowerPoint® Seminaren mit Standard-E-Learning-Kursen erzielen, wenn diese je Mitarbeiter weniger Kosten verursachen. Vielmehr geht es darum, in Themen zu investieren, die dem Unternehmen gegenüber Mitbewerbern Wettbewerbsvorteile bringen. Das sind häufig Themen die strategische Bedeutung haben und selten IT-Standard-Inhalte. Das soll nicht heißen, dass Unternehmen in diesem Bereich nicht investieren sollen. Natürlich müssen auch weiterhin Kurse zu Informationstechnologie abgehalten werden. Wichtiger sind aber Maßnahmen in unternehmenskritischen Bereichen. Sofern E-Learning dafür eine geeignete Methode ist, sollte ein signifikanter Anteil der Investitionen dorthin fließen. Um das Ganze zu vereinfachen, haben

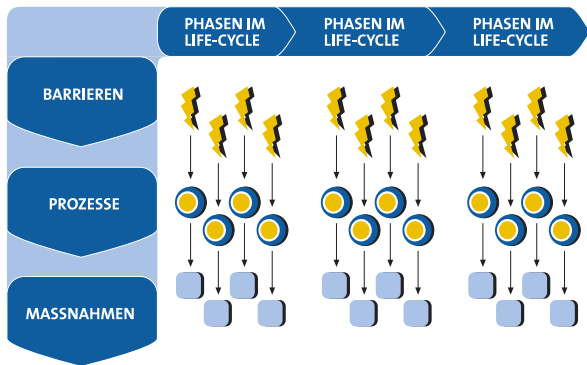


Nachhaltige Strategie und Verzahnung von Lern- und Geschäftsprozessen als Basis für die Umsetzung

Projekten werden deshalb zunehmend unternehmensweite oder sogar unternehmensübergreifende Blended-Learning-Initiativen realisiert. Das ganz klar mit einem strategischen Fokus. Auch die Bildungsstrategie muss sich schließlich aus der Unternehmensstrategie ableiten und diese in der Umsetzung unterstützen.

Nachhaltige Strategien sind als Schlagwort immer begrüßenswert. Aber wie kann eine

wir ein klares Vorgehensmodell entwickelt, um solche Investitionsentscheidungen systematisch treffen zu können. Das ist ein erster, wichtiger Schritt in Richtung einer effektiven Ressourcenverteilung durch Management und Fachabteilungen, um die Wirkung von Bildungsinvestitionen zu optimieren. Die hohe Bedeutung und Relevanz der ausgewählten Initiativen sind letztendlich auch wichtige Faktoren für die Akzeptanz von E-Learning.



Praxiserprobtes Vorgehensmodell für erfolgreiches Akzeptanzmanagement (© LearnChamp, 2005)

Angenommen ein Unternehmen ist sich nach diesem Schritt bewusst über die adäquate Ressourcenverteilung für den Teilbereich Content Produktion. Kaum jemand startet doch mit einer Komplettlösung, die sofort alle erforderlichen Aspekte abdeckt. Wie ist hier Ihre Erfahrung aus Projekten?

REPNIK: Es stimmt, dass kaum ein Unternehmen mit allen Bausteinen einer unternehmensweiten

Praxisbeispiel

Kunde

Eine führende Kommerz- und Investmentbank und ein Top-Player in Zentral- und Osteuropa.

Herausforderung

Bestehende Initiativen im Konzern und die Sichtweise der Holding zum Thema E-Learning und Blended Learning sollten zu einer gruppenweiten Vorgehensweise zusammengeführt werden. Zusätzlich dazu sollten die einzelnen Länder bestmöglich bei Planung und Implementierung von E-Learning unterstützt und Erfahrungen ausgetauscht werden.

Lösung

Aufbauend auf einer Analyse aller relevanten Rahmenbedingungen, wurde in einem Team mit Mitgliedern aus verschiedensten Ländern eine einheitliche Vision und Strategie für die Gruppe erarbeitet. In diesem Zusammenhang wurden auf Basis der Konzernstrategie auch alle Schulungsmaßnahmen in Bezug auf ihre strategische Bedeutung und Eignung für E-Learning eingeordnet.

Danach wurde ein detaillierter Umsetzungsplan erstellt. Ein praxisnahes Handbuch mit wichtigen Informationen und Best-Practices rundet das Ganze ab.

Vorteile

- Strategischer und einheitlicher Umgang mit dem Thema Blended Learning
- Best-Practice-Sharing zwischen den Ländern
- Klare Verteilung der Verantwortung zwischen Holding und Ländern
- Einheitliche Lösung in Bezug auf Learning-Management-System und Standards bei der Content Produktion

Strategie und die optimale Umsetzung sind Voraussetzungen für den späteren Erfolg. In weiterer Folge steht jedoch die Akzeptanz der Lösung durch Führungskräfte und tatsächliche Anwender im Vordergrund. Wird die neue Lernform nicht angenommen, werden bereits getätigte und schon geplante Investitionen gefährdet.

Internes Marketing und Change Management für neue Methoden wie E-Learning ist also entscheidend. Welche Maßnahmen können Bildungsverantwortliche hier setzen?

REPNIK: Projektverantwortliche denken dabei vielfach sofort über ganz konkrete Maßnahmen wie Aussendungen, Beiträge in der Mitarbeiterzeitschrift oder Anreizsysteme wie Gewinnspiele nach. LearnChamp hat sich im Detail mit dem Thema Akzeptanzmanagement für E-Learning beschäftigt und ein leistungsfähiges und praxiserprobtes Referenzmodell entwickelt. Dabei hat sich aber gezeigt, dass der erste Schritt nicht die Maßnahmen selbst sein können. Um gezielt die Akzeptanz beeinflussen zu können, müssen zuerst die Barrieren erkannt werden, die es zu überwinden gilt. Erst danach kann es um die Festlegung der erforderlichen Prozesse und um die Definition und Umsetzung der von Ihnen angesprochenen Maßnahmen gehen. Es hat sich auch gezeigt, dass es um Einstellungsakzeptanz geht, die passen muss, damit es zu einer tatsächlichen Verhaltensakzeptanz kommt. Effektives Akzeptanzmanagement als Treiber für »Wirklichen Wandel« ist nur auf Basis einer gründlichen Analyse möglich.

Es ist also für die Konzeption und erfolgreiche Einführung von E-Learning einiges an Aufwand nötig. Verstehe ich Sie richtig: Ausgangspunkt ist eine klare Strategie, bevor in Systeme investiert werden kann. Danach muss durch einen systematischen Ansatz die Akzeptanz der jeweiligen Lösung im Alltag sichergestellt werden.

REPNIK: Ganz genau. Das sind natürlich auch nur einige Bausteine auf dem Weg zu einer erfolgreichen E-Learning-Lösung. Natürlich muss die Strategie auch erfolgreich umgesetzt werden. Aber gerade die Akzeptanz und damit auch der erfolgreiche Transfer in den Geschäftsalltag sind von großer Bedeutung. Hier kann man mit unse-

rer systematischen Vorgehensweise ganz gezielt Einfluss nehmen. Wenn Unternehmen Geld in Lösungen investieren, muss alles getan werden, um diese nachhaltig erfolgreich zu machen. Sonst ist es wie das Umsägen eines Baums mit einer stumpfen Säge in vier Stunden, statt die Säge eine halbe Stunde zu schärfen und den Baum dann in zwei Stunden zu fällen. Mit professionellen Beratungsleistungen unterstützt LearnChamp seine Kunden dabei, ihre »E-Learning-Sägen« zu schärfen.



LearnChamp Consulting GmbH

Garnisongasse 7
A-1090 Wien
Telefon 0043/(0)1/9 08 13 23-0
Telefax 0043/(0)1/9 08 13 23-29
www.learnchamp.com

Die LearnChamp Consulting GmbH gehört zu den führenden E-Learning und Web-Conferencing-Beratungsunternehmen im deutschsprachigen Raum. Als Strategie- und Technologieberatung unterstützt LearnChamp branchenfokussiert bei der Planung, Entwicklung, Einführung und dem Betrieb von individuellen Bildungs- und Kommunikationslösungen (Enterprise Learning und Enterprise Conferencing Solutions) für konkrete Problemstellungen im Geschäftsalltag. Im Blickpunkt steht die nachweisliche Verbesserung der Leistungsfähigkeit.

Unsere Leistungen umfassen:

- Analyse von Rahmenbedingungen und Bedarf
- Business Cases
- Vision und Strategie
- Umsetzungskonzepte
- Systemauswahl
- Prozessberatung und -reorganisation
- Systemimplementierung und -integration
- Content Konzeption
- Skill- und Kompetenzmanagement
- Bildungscontrolling
- Akzeptanzmanagement/Internes Marketing
- Projektmanagement

Geschäftsführer sind Christoph Gerhold und Michael Repnik. Zu den Kunden gehören renommierte Unternehmen wie Allianz, bauMax, Böhler-Uddeholm, D.A.S., Erste Bank, Generali, GfK, GIS, Mondi Packaging, Raiffeisen International, Siemens Business Services, Rewe Austria, Telekom Austria, Uniqa, VA TECH und Wr. Städtische.

STRABAG E-Learning auf Erfolgskurs

STRABAG. Höhere IT-Kompetenz, eigenverantwortliches Lernen und positiver Return of Investment – ein Schulungsprogramm sorgt in einem Konzern für Furore.

Im Januar 2004 begann STRABAG mit der deutschlandweiten Einführung von E-Learning als Ergänzung der PC-Anwendungsschulungen (Word, Excel, Lotus Notes) des »Zentralen STRABAG Schulungsprogramms«. Das 14-monatige Pilotprojekt mit 3.200 Mitarbeitern diente der Evaluierung der neuen Schulungsform für den Gesamtkonzern. Das Ergebnis ist eine echte Erfolgsbilanz: 26 Prozent Nutzungsquote, 756 Teilnehmer und 204 ausgestellte Zertifikate.

Als André Bernhardt, Niederlassungsleiter der InfoSys GmbH, dem konzerneigenen IT-Dienstleister der STRABAG, im Herbst 2003 die Personalentwicklung aufsuchte, um über höhere IT-Kompetenz im Unternehmen zu sprechen, kam schnell auch die Möglichkeit »E-Learning« zur Sprache. Petra Bunse, Projektleiterin E-Learning bei STRABAG, erinnert sich: »Diese neue Lernform war seit einiger Zeit Thema in der Personalentwicklung. In der Presse gab es sowohl Erfolgsberichte als auch Beiträge mit eher kritischem Tenor. Die Frage war, ob sich E-Learning für STRABAG als zielführende und wirtschaftliche Alternative erweisen würde.«

Für die InfoSys war die Erhöhung der IT-Kompetenz das Ziel der Schulung. Die Generation von Mitarbeitern, die nicht mit Computern aufgewachsen ist, bildet noch eine relativ große Gruppe. Das normale Seminar-Angebot zu den Endanwender-Programmen hatte bisher nicht zur Erreichung des erwünschten Niveaus in der IT-Kompetenz geführt. Die Personalentwicklung definierte ein weiteres wichtiges Ziel der neuen Schulungsmaßnahme:

Die Entwicklung einer neuen Lernkultur, bei der eigenverantwortliches Lernen und selbstständiges Problemlösen im Vordergrund stehen. Und schließlich sollte E-Learning auch Kosten senken.



Die Konzernzentrale der STRABAG in Donau-City

Nach dem »Okay« des Vorstands machte sich das Projektteam daran, die rund 40 Direktionsleiter der STRABAG von den neuen Lernmethoden zu überzeugen. »Die ständige Verfügbarkeit von E-Learning bedeutet, dass die Fortbildung nicht mehr einzeln vom Direktionsleiter genehmigt werden muss«, erläutert Petra Bunse die Vorteile. »Die Abwesenheitszeit der Mitarbeiter ist reduziert, die Kosten werden nicht individuell, sondern per Umlage verrechnet.«

Im Herbst 2003 begann STRABAG die Migration von Windows NT auf XP. »Diese Software-Umstellung nutzen wir als Anlass und An Schub für die Einführung der neuen Schulungsform«, erläutert André Bernhardt. »Durch die neue Software gab es sowohl im Management als auch bei den Mitarbeitern hohe Aufmerksamkeit.«

Den offiziellen Startschuss für das Pilotprojekt gab der Mentor, Dr. Thomas Birtel, in einem deutschlandweiten Info-E-Mail. In flächendeckenden Veranstaltungen wurden dann jeweils 30 – 40 Mitarbeiter über die Softwareumstellung und das neue Schulungsangebot informiert. Dabei wurde ein gedruckter Flyer verteilt. Danach waren Intranet und E-Mail die Hauptkommunikationsformen. Auf der ersten Seite des Intranets weist ein Newsticker regelmäßig auf E-Learning hin. Das Thema wird auch bei anderen Unternehmenskommunikationen immer integriert. In der Mitarbeiterzeitung erschien ebenfalls ein Artikel.

Klarer Projekterfolg

Eine Erhöhung der IT-Kompetenz und der Produktivität in der Arbeit mit der IT sind mittlerweile bei STRABAG definitiv erzielt worden. Dies lässt sich anhand zurückgehender Benutzeranfragen bei der InfoSys klar belegen. Das E-Learning Angebot wird nicht nur zum Lernen, sondern auch als Online-Hilfe genutzt. »Verschiedene positive Effekte haben sich hier überlagert«, erläutert André Bernhardt. »Unsere STRABAG-Standardinstallation hat ebenso dazu beigetragen wie die höhere PC-Kompetenz der nachwachsenden Generation. Klar ist aber, dass 26% unserer PC-Nutzer aktiv gelernt hat, um die eigene Kompetenz zu verbessern.«

Die aktive Nutzung der Kurse belegt auch, dass es mit »STRABAG E-Learning« gelungen ist, unter den Mitarbeitern ein offensichtliches, messbares

Interesse sowie die Motivation zu eigenständigem Lernen zu wecken. »Damit sind wir auch auf dem Weg in eine neue Lernkultur, die Selbstständigkeit und Eigenverantwortung im Sinne unserer Unternehmensziele fördert, deutlich vorangekommen«, freut sich der Mentor, Dr. Thomas Birtel.

Die Zusammenarbeit mit Thomson NETg beurteilt Projektleiterin Petra Bunse durchweg positiv: »Mit Thomson NETg haben wir einen Partner, der mit einer umfassenden Produktpalette unsere Anforderungen abdeckt und durch kompetente, persönliche Ansprechpartner eine hohe Kunden- und Serviceorientierung gewährleistet.«

STRABAG BRVZ
Bau-Rechen- und Verwaltungszentrum GmbH

Siegburger Straße 241
50679 Köln
Telefon 02 21/8 24 01
info@strabag.de
www.strabag.de

Die STRABAG ist die operative Kernmarke der BAU HOLDING STRABAG SE bzw. STRABAG AG, Köln. STRABAG ist in allen Bereichen der Bauindustrie tätig und steht weltweit im Einsatz. Über 32.000 Mitarbeiter an über 500 Standorten erbringen Bauleistungen von über 5,6 Mrd. EUR. In einem 14-monatigen Pilotprojekt mit 3.200 PC-Nutzern testete STRABAG E-Learning mit den Kursen und der Beratung von Thomson NETg.

Die Ziele

- Höhere IT-Kompetenz
- Höhere Produktivität im Umgang mit der IT
- Entwicklung einer neuen Lernkultur
- Senkung der Kosten

Das Ergebnis

STRABAG konnte die Ziele erreichen.

- 26% Nutzerquote
- 756 Kursbenutzer
- 204 Abschlusszertifikate
- Positiver Return of Investment ab dem 84. Nutzer

Der Ausblick

Die konzernweite Einführung von E-Learning wird zurzeit geprüft. E-Learning und eine vereinheitlichte IT-Infrastruktur sollen eine Klammerfunktion bilden und einen Beitrag zur Integration im Konzern leisten.

Systemex: Geringere Kosten und höhere Effizienz durch E-Learning

SYSTEMEX. Die Mitarbeiter des japanischen Medizingeräteherstellers SYSTEMEX vertreiben rund 20 verschiedene Analysengeräte in den unterschiedlichsten Konfigurationen plus Softwarelösungen weltweit. Weil der Verkaufserfolg aber von der Wissens- und Erklärungskompetenz der Mitarbeiter abhängt, setzt Systemex Europe auf virtuelle Schulungen der international arbeitenden Techniker.



Die deutsche Systemex-Zentrale befindet sich in Norderstedt

Von Norderstedt bei Hamburg aus vertreiben rund 160 Systemex-Mitarbeiter Medizingeräte, die vorrangig in der Hämatologie eingesetzt werden. In Europa, Afrika und im Nahen Osten setzt der Marktführer mit weltweit 2.700 Mitarbeitern in 125 Ländern auf 45 Partner, die im jeweiligen Land die Produkte vertreiben. So kommen nochmals gut 540 Mitarbeiter hinzu, die auf neue Produkte geschult und über gesetzliche und produktspezifische Veränderungen informiert werden müssen.

Entscheidung für Thomson NETg

»Bei der internationalen Struktur unseres Vertriebs war es schon immer schwierig, Präsenzschulungen zu organisieren«, begründet Karsten Zierke die Einführung von E-Learning. Der technische Produktmanager verantwortet bei Systemex Europe in Norderstedt die virtuelle Weiterbildung, was angesichts der Haftungsfrage im Gesundheitswesen hohe Anforderungen an die alternative Lernform stellt. 2002 hörten sich die Weiterbildungsexperten intern und auf dem Anbietermarkt um und entschieden sich schließlich für eine Zusammenarbeit mit dem E-Learning-Spezialisten Thomson NETg. »Für die Düsseldorfener sprachen seriöses Preis-Leistungs-Verhältnis, jahrzehntelange Erfahrung, ausgereifte Technik, international renommierte Referenzkunden und vor allem die hervorragende

Unterstützung in methodisch-didaktischen Fragen«, so Zierke.

Die Kooperation begann im April 2003 mit Basiskursen in Windows, MS Office und Netzwerktechnik, die Thomson NETg in vielen Sprachen aus einem Pool punktgenau zusammenstellen kann. Die Resonanz war nicht zuletzt auf Grund der freien Zeiteinteilung der Lerner so gut, dass Zierkes Team mit Beratern von Thomson NETg daran ging, Systemex-spezifische Kurse zu erstellen, die seit November 2003 zur Verfügung stehen.

Präsenzzeiten halbiert

Hilfreich war hierfür das benutzerfreundliche NETg-Autorensystem, in dem Systemex-Trainer Lehrinhalte im eigenen Firmendesign erstellen können. Der Anbieter gab Hilfestellung beim Transfer vom Präsenzlernen zum Selbststudium indem er Kurztests oder interaktive Übungen einführte. Diese erhalten die Aufmerksamkeit des Lernenden und bieten ihm die Möglichkeit, seinen Wissensstand rasch zu ermitteln und gegebenenfalls eine Lektion zu überspringen – oder zu wiederholen.

Mit Einführung der E-Learning-Schulung wurden die Präsenzzeiten in Norderstedt halbiert. Wo früher auf eine Woche Softwaretraining eine Woche Hardwaretraining folgte, wird jetzt nur noch fünf Tage im Schulungsraum gemeinsam gelernt. Nachdem die Methode bei Mitarbeitern, Kunden und Vertriebspartnern gleichermaßen gut ankommt, soll die nächste Produktinnovation ebenso eingeführt werden. Anschließend könnten Schulungen für medizinisch-technische Assistenten, die Systemex-Geräte im Alltag bedienen, virtuell erfolgen. Ein solcher Service könnte im Produktverkauf sogar Pluspunkte geben, denn auch in Kliniken und Praxen ist Zeitersparnis bares Geld.

Systemex

Systemex Europe GMBH

Bornbach 1
22848 Norderstedt
Telefon 0 40/5 43 10 20
info@systemex.de

Ansprechpartner Karsten Zierke
www.systemex.de

DIE SYSTEMEX-LÖSUNG

Das Unternehmen

Systemex Europe vertreibt in 45 Ländern Produktlösungen in unterschiedlichsten Konfigurationen, die auf rund 20 verschiedenen Analysengeräten aus der Medizintechnik basieren.

Das Problem

Der Verkaufserfolg und die fachliche Kompetenz der Vertriebsmannschaft stehen in direktem Zusammenhang. Der zunehmende Schulungsbedarf für das internationale Team ließ sich kaum noch im Präsenztraining abdecken.

Die Lösung

Ein maßgeschneidertes E-Learning-Programm aus Standard-E-Learning und firmenspezifischen Kursen.

Das Ergebnis

Die Dauer der zweiwöchigen Präsenztrainings wurde halbiert; die Methode kommt bei Mitarbeitern, Kunden und Vertriebspartnern gleichermaßen gut an.

Der Ausblick

Produkt- und Kundensschulungen könnten in Zukunft auf E-Learning umgestellt werden, was den Käufern von Systemex-Geräten einen Zusatznutzen und Zeitersparnis bringen würde.

bibliografische information

trendbook e-learning 2005/06
Erste Auflage 2005

Herausgeber/Verlag
Haufe Fachmedia GmbH & Co. KG
Im Kreuz 9, D-97076 Würzburg
Telefon 09 31/27 91 400
www.haufe-fachmedia.de
Geschäftsführer: Helmuth Hopfner
Verlagsleitung: Thomas Danz,
Norbert Schrade, Reiner Straub
www.haufe-fachmedia.de
www.wuw-magazin.de

Druck
Echter Druck GmbH, Würzburg

Projektmanagement
Dietlinde Schmelz

Grafik
Kerstin Fikentscher, Kerstin Hlava-Landeck

Redaktion wirtschaft & weiterbildung
Martin Pichler (Chefredakteur),
Frank Henkhus (Redakteur)
Regine Plumeyer, Gabriele Barthel
(Redaktionsassistenten)

Anzeigen-Verkauf
Jörg Walter (Ltg.), Annette Förster, Petra Hahn
Anzeigen-Disposition
Christine Wolz

© 2005 Haufe Fachmedia GmbH & Co. KG,
Würzburg
Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck und
Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit
schriftlicher Genehmigung des Verlags.