

# Verbreitung und Akzeptanz von e-Learning

**Eine theoretische und empirische Untersuchung**

**Von**

**Claudia Küpper**

# Inhaltsverzeichnis

<b>A. e-Learning als Innovation im Bildungsbereich</b>	<b>21</b>
I. e-Learning als neuer Antriebsmotor in der Bildungsbranche	21
II. Verbreitung und Akzeptanz als Gegenstand der Arbeit	23
1. e-Learning und elektronische Bildungsmaßnahmen	25
2. Weiterbildung in Wirtschaftsunternehmen	28
3. Verbreitung und Akzeptanz	29
III. Ziele und Aufbau der Arbeit	34
<b>B. Die Verbreitung von e-Learning in Wirtschaftsunternehmen</b>	<b>37</b>
I. Eigenschaften und Formen von e-Learning	37
1. Strukturierungsraster und Eigenschaften von e-Learning-Formen	38
2. Darstellung ausgewählter e-Learning-Formen	41
a) Computer Based Training (CBT)	42
b) Web Based Training (WBT)	43
c) Virtual Classroom	44
d) Business TV	45
II. Weiterbildung als Einsatzfeld von e-Learning	46
1. Qualifikation als entscheidendes Ziel betrieblicher Weiterbildung	46
2. Weiterbildungsformen und zukünftige Entwicklungen der Weiterbildung	48
3. „Corporate Universities“ als maßgebliche Einsatzbereiche von e-Learning in Wirtschaftsunternehmen	53
<b>C. Empirische Analysen der Verbreitung von e-Learning</b>	<b>59</b>
I. Bisherige empirische Befunde zur Verbreitung	59

1.	Darstellung bisheriger empirischer Forschungsergebnisse	59
2.	Analyse der bisherigen empirischen Forschungsergebnisse zur Verbreitung von e-Learning und Ableitung von Forschungsfragen	71
<b>II.</b>	<b>Verbreitung von e-Learning bei CDAX-Unternehmen</b>	<b>74</b>
1.	Darstellung des Forschungsdesigns	74
a)	Fragebogenaufbau und Grundgesamtheit	75
b)	Vorbereitung und Durchführung der Erhebung	77
c)	Datenaufbereitung und Rücklaufanalyse	81
2.	Vergleich der Einsatzfelder von e-Learning zwischen großen und kleinen CDAX-Unternehmen...	90
a)	Charakteristika der befragten Unternehmen	91
b)	Unterschiede zwischen großen und kleinen Unternehmen bezüglich Lernformen, Zielgruppen und Schulungsinhalten des Einsatzes	91
c)	Der Entstehungsprozess	98
d)	Erwartungen und Probleme der Einführung	103
3.	Erfolgsanalyse des e-Learning-Einsatzes	107
a)	Analyse erfolgsbeeinflussender Faktoren in der Innovationsforschung	107
b)	Operationalisierung der abhängigen Variablen „Erfolg des e-Learning-Einsatzes“ und ihre Ausprägung bei großen und kleinen Unternehmen	109
c)	Determinanten des Einsatzserfolgs von e-Learning	111
d)	Empirische Ergebnisse und Ableitung von Forschungshypothesen ....	118
<b>D.</b>	<b>Theoretische Analyse der Akzeptanz von e-Learning</b>	<b>123</b>
I.	Mangelnde Akzeptanz als Innovationshemmnis	123
II.	Dimensionen der Akzeptanz	126
1.	Darstellung des Akzeptanzbegriffs	126
a)	Arbeitswissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Ansätze	126
b)	Eine ökonomische Begriffsbestimmung im Hinblick auf elektronische Weiterbildung	129
2.	Analyse von Akzeptanzmodellen	132

a)	Input-Modelle der Akzeptanz	133
b)	Input/Output-Modelle der Akzeptanz	136
c)	Rückkopplungsmodelle der Akzeptanz	140
III.	Modell zur systematischen Analyse der Akzeptanz von e-Learning	144
1.	Darstellung von Einflussgrößen auf die Akzeptanz von e-Learning	144
a)	Personenbezogene Einflussgrößen der Akzeptanz von e-Learning ...	145
b)	Unternehmensbezogene Einflussgrößen der Akzeptanz von e-Learning	146
c)	Innovationsbezogene Einflussgrößen der Akzeptanz von e-Learning	149
2.	Gesamtmodell der Akzeptanz von e-Learning in Wirtschaftsunternehmen als Basis zur Ableitung von Hypothesen	151
<b>E.</b>	<b>Empirische Analyse der Akzeptanz von e-Learning</b>	<b>159</b>
I.	Darstellung des Forschungsdesigns	159
1.	Fragebogenaufbau und Grundgesamtheit	<b>159</b>
2.	Vorbereitung und Durchführung der Erhebung	163
3.	Datenaufbereitung und Rücklaufanalyse	165
II.	Deskriptive Analyse der befragten Zielgruppe	169
1.	Deskription personenbezogener Einflussgrößen	170
a)	Allgemeine Persönlichkeitsmerkmale sowie Aspekte der Technikaffinität	170
b)	Lernstil und sonstige entscheidungsbestimmende Faktoren bei einem Lernvorhaben	172
2.	Deskription unternehmensbezogener Einflussgrößen	175
a)	Allgemeine Unternehmensmerkmale sowie generelle Weiterbildungsaspekte im befragten Personenkreis	175
b)	Einführungs- und Unterstützungsmaßnahmen der Unternehmen sowie Anwendungssituation von e-Learning	178
3.	Deskription innovationsbezogener Einflussgrößen	181
4.	Akzeptanz von e-Learning bei den Befragten	183
III.	Multivariate Analyse des Akzeptanzmodells von e-Learning	186

1. Darstellung der Operationalisierung und Indexbildung	186
a) Operationalisierung und Indexbildung auf Seiten der abhängigen Variablen	187
b) Operationalisierung und Indexbildung auf Seiten der unabhängigen Variablen ;	189
2. Multivariate Analyse	197
a) Die Methodik geordneter Wahrscheinlichkeitsmodelle	199
b) Multivariate Analyse der derzeitigen Nutzung von CBT/WBT	202
c) Interpretation der Ergebnisse zur derzeitigen Nutzung von GBT/WBT ;	211
d) Multivariate Analyse der Nutzungsabsicht von CBT/WBT	221
e) Interpretation der Ergebnisse zur Nutzungsabsicht von CBT/WBT....	229
3. Zusammenfassung der multivariaten Ergebnisse	239
<b>F. Fazit und Ausblick</b>	<b>244</b>
<b>Anhang</b>	<b>247</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>303</b>
<b>Sachregister</b>	<b>319</b>