

Hans-Christian Riekhof/
Hubert Schule (Hrsg.)

E-Learning in der Praxis

Strategien, Konzepte, Fallstudien

Mit Beiträgen von ABB, Aral, BASF, Dresdner Bank,
Metro, Price Waterhouse Coopers, SAP, SRI Consulting,
Telekom, unicmind.com

Inhalt

Vorwort

Teil A

E-Learning und Wissensmanagement als Bausteine der Unternehmensstrategie

1. Einleitung: E-Learning und Wissensmanagement als Bausteine der Unternehmensstrategie.	15
<i>Hans-Christian Riekhof, Hubert Schule</i>	
2. Online-Wissenstransfer: Herausforderung für das strategische Management	17
<i>Hans-Christian Riekhof</i>	
1. Vorbemerkungen	18
2. These 1: Dem strategischen Stellenwert von Online-Wissenstransfer und E-Learning wird in der Praxis bislang noch nicht Rechnung getragen	19
3. These 2: Online-Wissenstransfer wird zu einem strategischen Geschäftsprozess der Zukunft	20
4. These 3: Das Wissensmanagement der ersten Generation hat sich als nicht ausreichend leistungsfähig erwiesen	25
5. These 4: Die Auditierung bestehender Wissenstransfer-Systeme kann helfen, Unzulänglichkeiten klar zu erkennen	26
6. These 5: Die Entwicklung von Wissenstransfer-Systemen erfordert zunächst einige strategische Grundsatzentscheidungen	28
7. These 6: Die wirksame Implementierung eines strategischen Online-Wissenstransfer-Systems setzt voraus, dass die sechs Stellhebel der Strategieumsetzung konsequent angewandt werden.	32
3. E-Learning - wichtiger Baustein im strategischen Wissensmanagement.	37
<i>Hubert Schule</i>	
1. Die Ausgangssituation: Wissen ist Erfolgsfaktor	38
2. Was man unter Wissensmanagement versteht	39
3. Wissensmanagement als Geschäftsprozess verstehen	43
4. Wissensmanagement mit Informationsverarbeitung unterstützen	45
5. Lernprozesse durch E-Learning unterstützen	47

4. Trends in Corporate E-Learning	55
<i>Tom Barron</i>	
1. Introduction	56
2. Technology Developments	56
3. Rise of Hosted Services	58
4. The Value of Alliances	61
5. Broadening Competitive Threats	62
6. Characterizing Demand	64
7. Training-intensive Markets	68
5. Wissensmanagement in der Netzwerk-Ökonomie	71
<i>Hans-Gerd Servalius</i>	
1. Verwandlung von Wissen in Wert	72
2. Transformationen in der Netzwerk-Ökonomie	73
3. Wissensmanagement im Rahmen der E-Transformation	74
4. Aufgabenfelder des Wissensmanagements	76
5. E-Learning mit mobilen Portalen	83
6. E-Learning für die Zukunft	
Begriffe, Erscheinungsformen und Aufgabenfelder	87
<i>Corinna Haas, Uwe Hoppe</i>	
1. Einleitung	88
2. Tele(mediales) Lernen, virtuelles Lernen, E-Learning und Co: Der Versuch einer Begriffsklärung	89
3. Kategorisierung der Erscheinungsformen	94
4. Aufgabenfelder	96
5. Zusammenfassung und Ausblick	104

TeilB

Empirische Befunde zu E-Learning in Deutschland

7. Einleitung: Empirische Befunde zu E-Learning in Deutschland	111
<i>Hans-Christian Riekhof, Hubert Schule</i>	
8. „E-Learning und Wissensmanagement in deutschen Großunternehmen" Ergebnisse einer Befragung der Top-350 Unternehmen der deutschen Wirtschaft	113
<i>Hans-Christian Riekhof, Hubert Schule</i>	
1. Gegenstand und Zielsetzung der Studie	115
2. Durchführung der Studie	115
3. Wichtige Ergebnisse zum Thema E-Learning	116
4. Wichtige Ergebnisse zum Thema Wissensmanagement	125
5. Zusammenfassung	129

9. Die Nutzung von E-Learning-Content in den Top-350 Unternehmen der deutschen Wirtschaft	.133
<i>Hans-Christian Riekhof, Hubert Schule</i>	
1. Ausgangssituation, Zielsetzung und Methodischer Steckbrief	.134
2. Ergebnisse der Studie	.136
3. Zusammenfassung	.159

Teil C

Bausteine der E-Learning-Strategie

10. Einleitung: Bausteine der E-Learning-Strategie	.163
<i>Hans-Christian Riekhof, Hubert Schule</i>	
11. Technologie-Konzepte für E-Learning	.165
<i>Hubert Schule</i>	
1. Ausgangssituation	.166
2. Architektur von E-Learning-Systemen	.167
3. Technologievarianten für E-Learning	.174
4. Service Providing für E-Learning	.184
12. Was können Lernmanagement-Systeme leisten?	.187
<i>Hubert Schule</i>	
1. Ausgangssituation	.188
2. Lernprozesse in Unternehmen	.188
3. Funktionen von Lernmanagement-Systemen	.194
4. Worauf es bei der Auswahl eines Lernmanagement-Systems ankommt	.203
13. E-Learning und verteilte Expertise: Drei mediendidaktische Szenarien	.209
<i>Gabi Reinmann-Rothmeier</i>	
1. Das Phänomen der verteilten Expertise	.210
2. Eine semi-virtuelle Vorlesung zur Nutzung der verteilten Expertise	.212
3. Ein virtuelles Seminar zum problemorientierten und verteilten Lernen	.216
4. Eine virtuelle Learning Community zum kooperativen Wissenserwerb	.220
5. Fazit: E-Learning und verteilte Expertise	.224

10 *Inhalt*

14. E-Learning und didaktische Vielfalt	229
<i>Hans-Dieter Haller</i>	
1. Einführung	230
2. Die Vielfalt der didaktischen Modelle	231
3. Die Vielfalt der Lernerpersönlichkeiten	235
4. Didaktische Modelle und deren Bezug zum E-Learning	238
5. E-Learning in Hybrid-Lösungen	249
15. Flexible Instruktionsstrategien in L³	253
<i>Wolfgang Gerteis, Michael Altenhofen</i>	
1. Einführung	254
2. L ³ -Kursmodell	255
3. Ein formaler Ansatz	262
4. Evaluation in L ³	270
5. Zukünftige Arbeiten	273
16. E-Learning @ iusto tempore Rechtliche Aspekte des E-Learning.	277
<i>Bernd Rohlfing</i>	
1. Einleitung	278
2. Der Begriff des E-Learning	278
3. Die rechtliche Ausgangssituation beim E-Learning	279
4. E-Learning unter dem Geltungsbereich des FernUSG	279
5. Rechtsrahmen für das E-Learning außerhalb des FernUSG	284
6. E-Learning im Bereich EGG/TDG	288
7. E-Learning aus der Sicht des Datenschutzes	290

TeilD

Anwendungen und Praxisbeispiele

17. Einleitung: Anwendungen und Praxisbeispiele	299
<i>Hans-Christian Riekhof Hubert Schule</i>	
18. elba - E-Learning by Aral	
Online-Wissenstransfer für Mitarbeiter und Partner der	
Aral Lubricants GmbH	301
<i>Christoph Bartels, Florian Curdt</i>	
1. Einleitung	302
2. Ausgangssituation und Ziele der Aral Lubricants GmbH	302
3. E-Learning by Aral: In drei Monaten zur fertigen Plattform	305
4. elba - E-Learning-Plattform für innovative	
Vertriebskommunikation	312
5. Fazit und Ausblick	321

19. E-Learning bei der Deutschen Telekom AG.	323
<i>Erwin Ihm</i>	
1. Ein Blick zurück	324
2. Konzeptionelle Ansätze für E-Learning	325
3. Rahmenbedingungen für erfolgreiches E-Learning	335
4. Zukünftige Schwerpunkte.	337
20. Stichwort Paradigmenwechsel: Die Wissensmanagement- und E-Learning-Strategie der Metro Cash & Carry GmbH	339
<i>Verena Dziobaka-Spitzhom</i>	
1. Einleitung	340
2. Unsere Herausforderungen.	341
3. Die Metro Cash & Carry GmbH	343
4. Stabilität durch Veränderung	347
5. Aus der Reaktion in die Proaktion - Zur Bedeutung dynamischer Lernenergien.	348
6. Vom Intranet zum Knowledge Web.	353
7. Optimierung der Prozesse des Lernens und der Wissensgenerierung	356
8. Fazit	362
21. E-Learning der Dresdner Bank Basic Skills zur Nutzung neuer Lerntechnologien.	365
<i>Manfred Bührmann, Gernold P. Frank</i>	
1. Lernkultur im Umbruch	366
2. Stand und Entwicklung von E-Learning	368
3. Qualifizierungsinitiative Web-Führerschein.	370
22. E-Learning bei BASF.	381
<i>Hubert Kapp, Christiane Mahl</i>	
1. Strategie der BASF Weiterbildung - Förderung des eigenverantwortlichen Lernens.	382
2. Erfahrungen mit unterschiedlichen E-Learning-Konzepten.	384
3. Technologie	386
4. Einsatz von E-Learning bei BASF.	388
5. Evaluation der Bildungsangebote.	391
6. Aktuelle Rahmenbedingungen und Herausforderungen.	392
7. Erfolgsfaktoren für E-Learning	393
8. Ausblick	394

23. InterTraining - von Anfang an, ein Leben lang	
Das E-Konzept des ABB Training Centers Rhein-Neckar (= TCR).	397
<i>Jürgen D. Ostrowski</i>	
1. Bildungskompetenz - von Anfang an im internationalen Leistungsvergleich	398
2. Trends in der Berufsausbildung	399
3. Aktive Gestaltung von Lernprozessen durch Unternehmen und Mitarbeiter.	401
4. Klug und reich durch E-Learning - Chancen aus Sicht ABB.	402
5. InterTraining - Anwendungsbeispiele bei ABB.	403
6. Unsere Strategie: Learn local - earn global.	406
Stichwortverzeichnis	409
Die Autoren	415