

# Verbreitung und Akzeptanz von eLearning

---

## Ergebnisse zweier Befragungen

Prof. Dietmar Harhoff, Ph.D.  
Dipl.-Kffr. Claudia Küpper

Ludwig-Maximilians-Universität München





- eLearning – Eine Begriffsklärung
- Forschungsfragen zu eLearning
- Verbreitung von eLearning: Forschungsdesign und Ergebnisse der Studie
- Akzeptanz von eLearning: Forschungsdesign und Ergebnisse der Studie
- Implikationen für das Management



## eLearning

Vermittlung von Lerninhalten mittels elektronischer Medien wie Internet, Intranet, Extranet, Interaktivem Fernsehen und CD-Rom



## Formen des e-Learning

- Computer Based Training (CBT)
- Web Based Training (WBT)
- Virtual Classroom (VC)
- Business TV (BTV)





## Offene Fragen

- Wie variiert die Verbreitung von eLearning mit der Unternehmensgröße?
- Was sind entscheidende Erfolgsfaktoren beim Einsatz von eLearning?
- Was beeinflusst die Akzeptanz von eLearning bei Mitarbeitern?

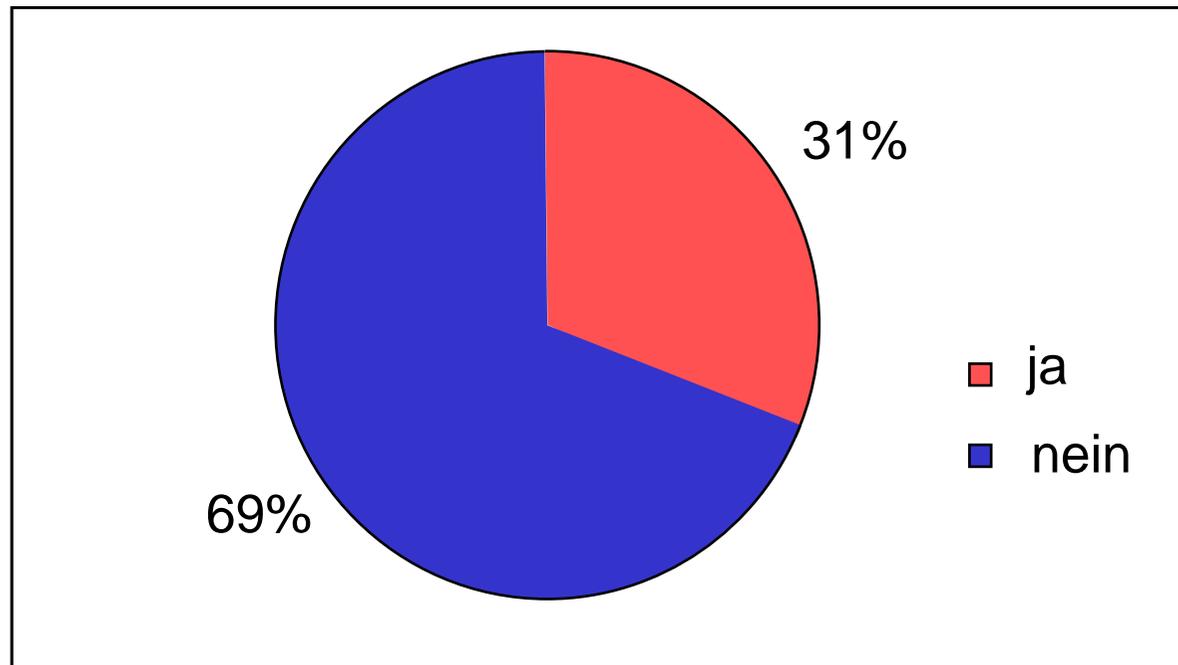


## Studie 1: Die Verbreitung von eLearning

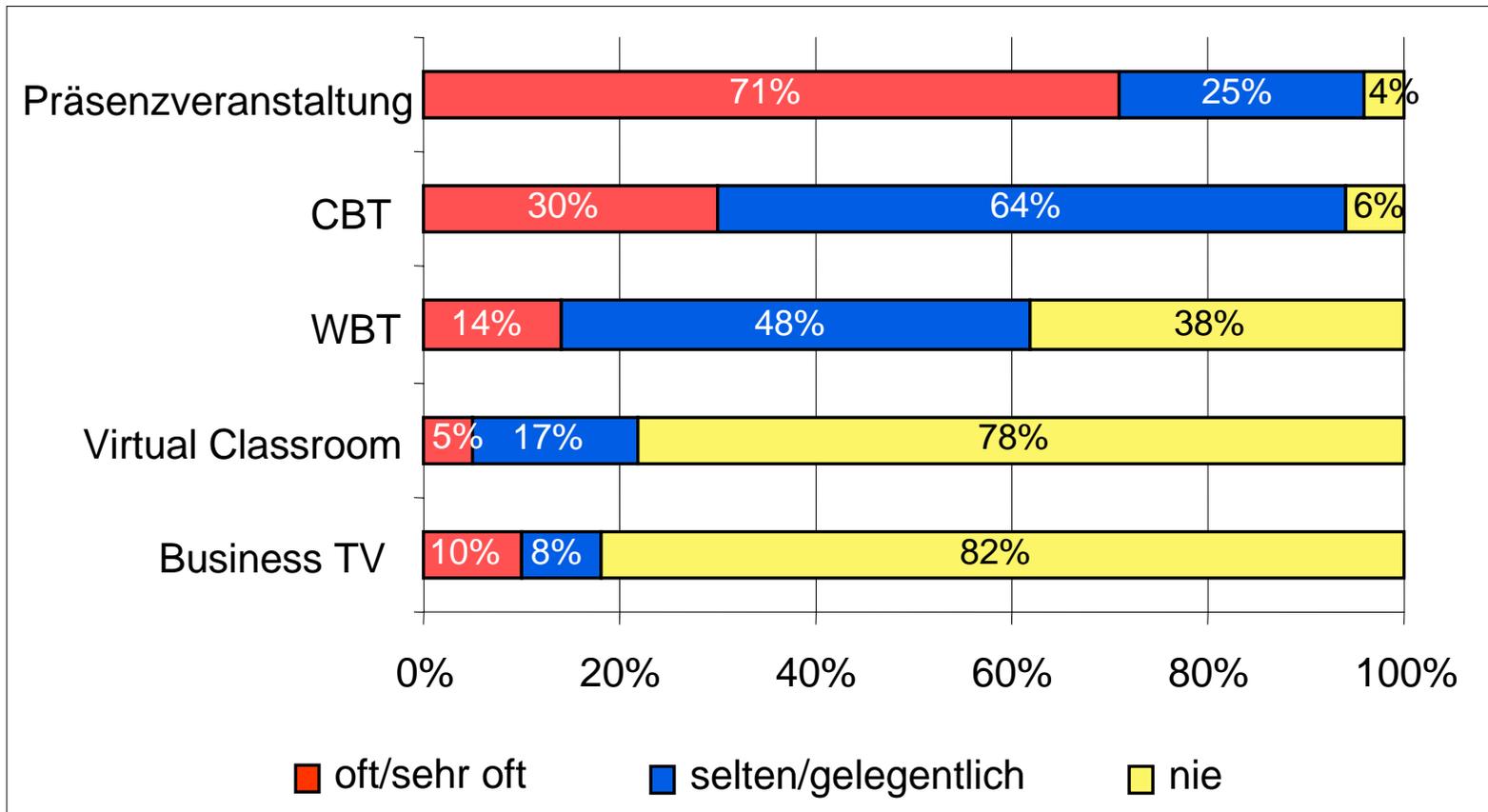
- **Ziel:**  
Analyse der Zielsetzungen, Aktivitäten und Erfahrungen, die CDAX-Unternehmen mit eLearning verbinden
- **Untersuchungseinheit:**  
Alle CDAX-Unternehmen in Deutschland (692 Unternehmen)
- **Untersuchungsdesign:**  
Vollerhebung (Querschnittsanalyse) mit Hilfe einer Online-Befragung, Zeitraum: Juni - August 2001
- **Rücklauf:**  
284 Fragebögen (Rücklaufquote 41%)

Knapp 1/3 der befragten CDAX-Unternehmen nutzt eLearning

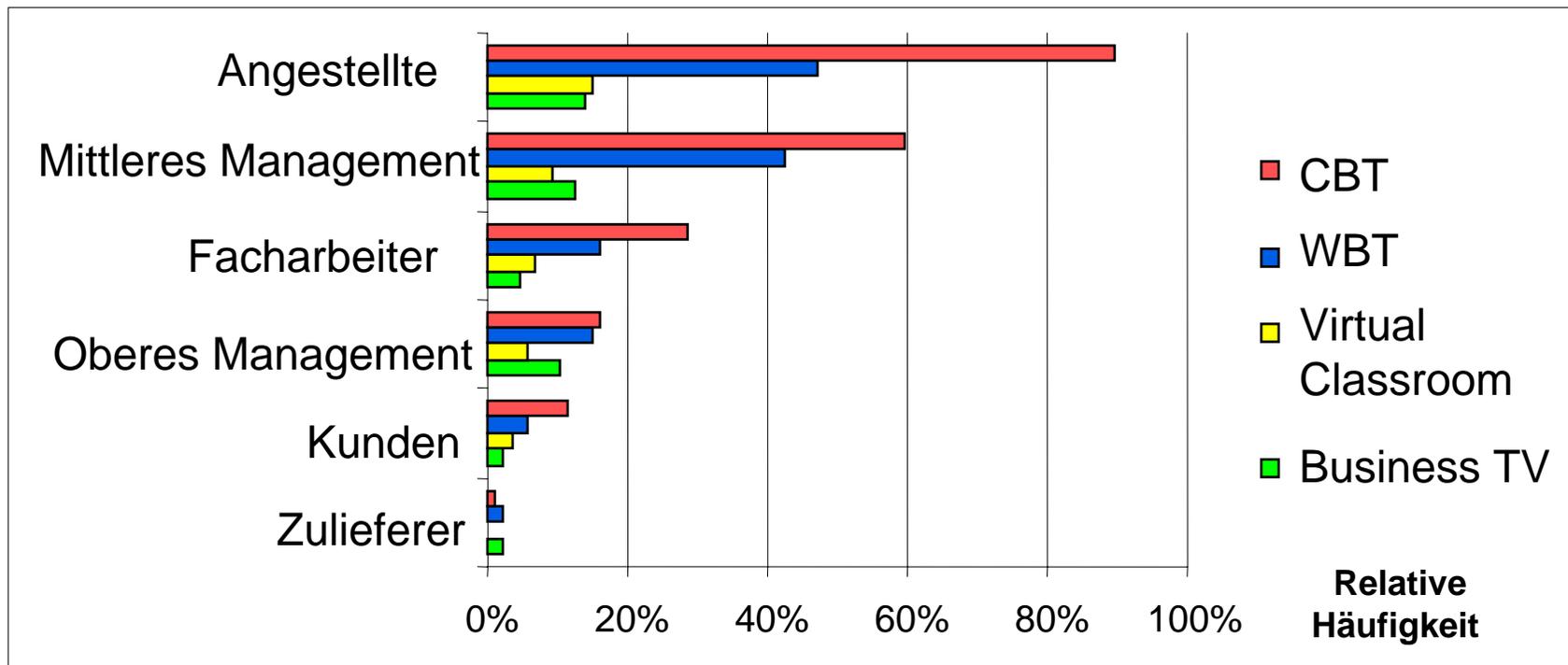
Studie 1: Die Verbreitung von eLearning



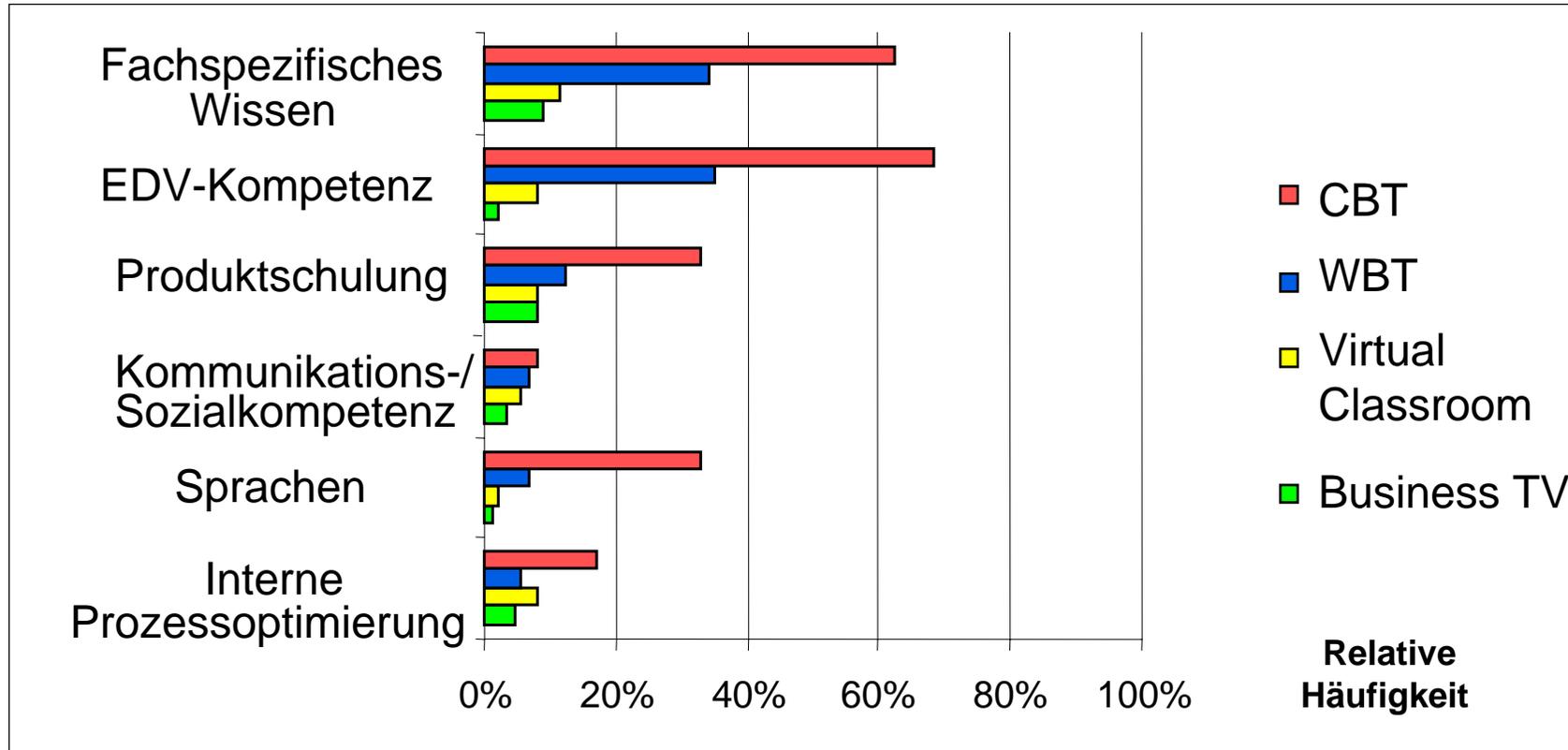
*„Werden elektronische Weiterbildungsmaßnahmen durchgeführt?“*



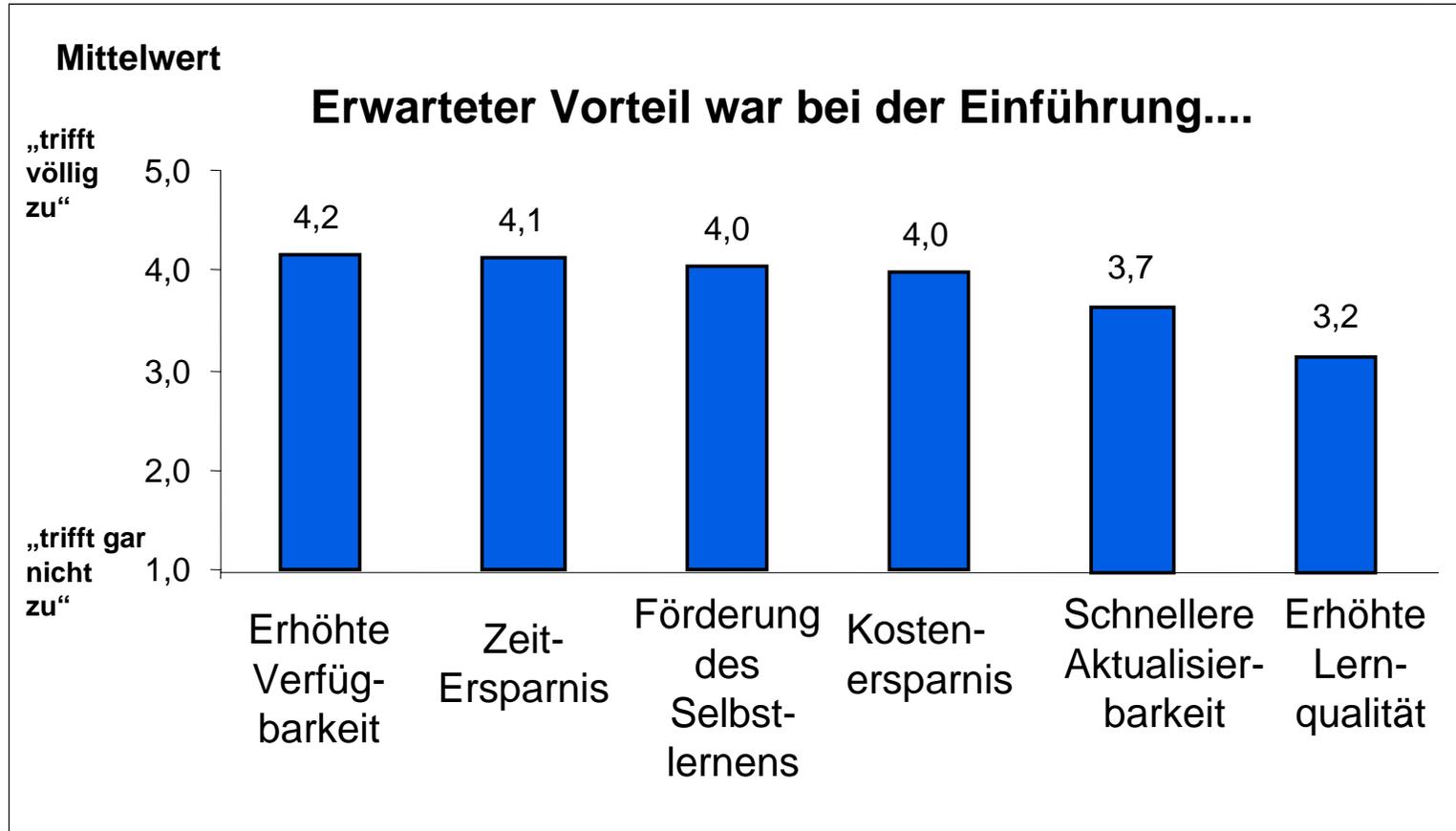
*„Wie häufig wurden im ersten Halbjahr 2001 folgende Weiterbildungsmaßnahmen in Ihrer Unternehmenseinheit durchgeführt?“*



*„Wer nimmt an elektronischen Weiterbildungsmaßnahmen teil?“*

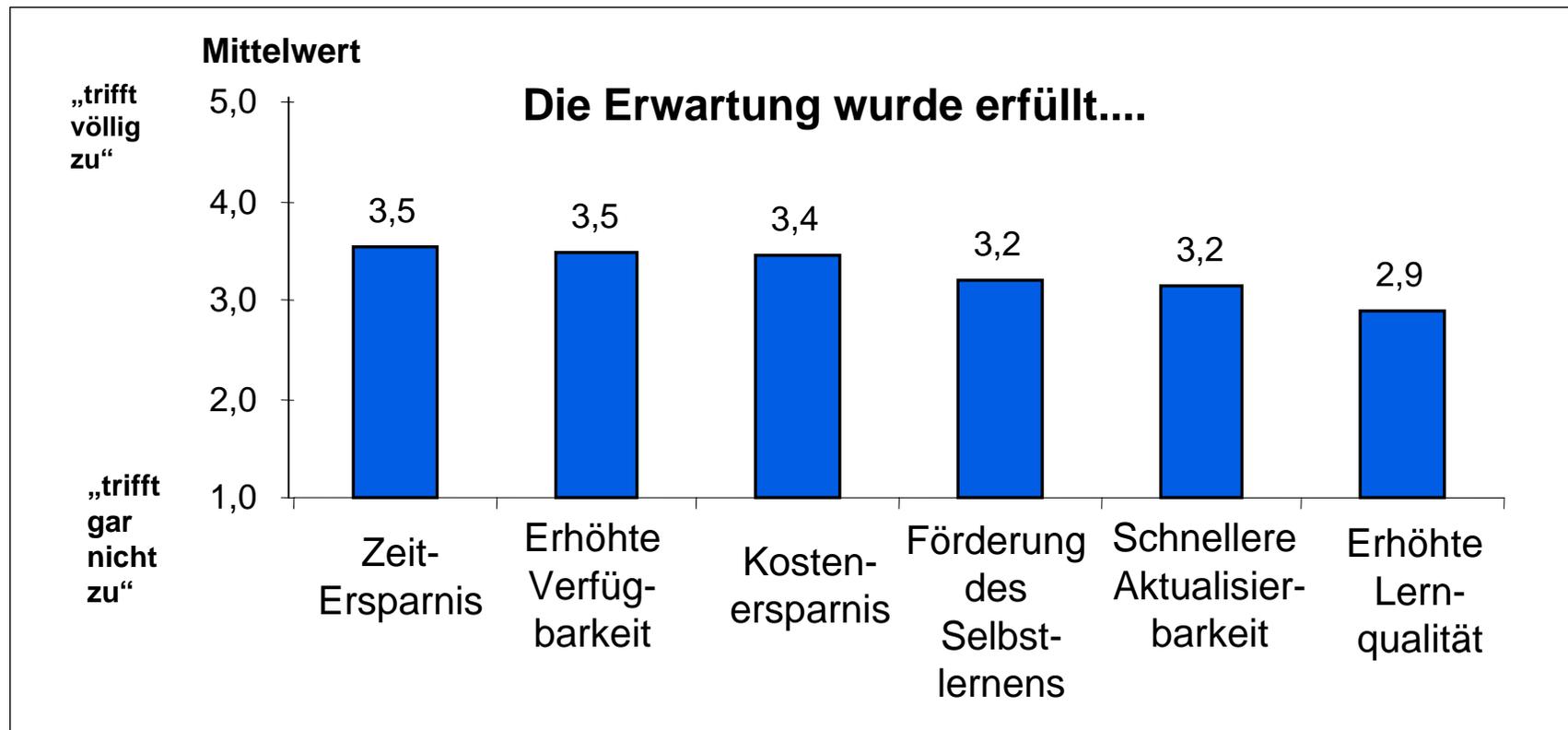


*„Welche Inhalte werden vornehmlich mittels der elektronischen Weiterbildungsmaßnahmen vermittelt?“*



*„Welche Vorteile gegenüber Präsenzveranstaltungen erwartete Ihre Unternehmenseinheit von der Einführung elektronischer Weiterbildungsmaßnahmen?“*

## Erwartungen bislang nur mäßig erfüllt



„Welche Erwartungen wurden im Vergleich zu Präsenzveranstaltungen erfüllt?“

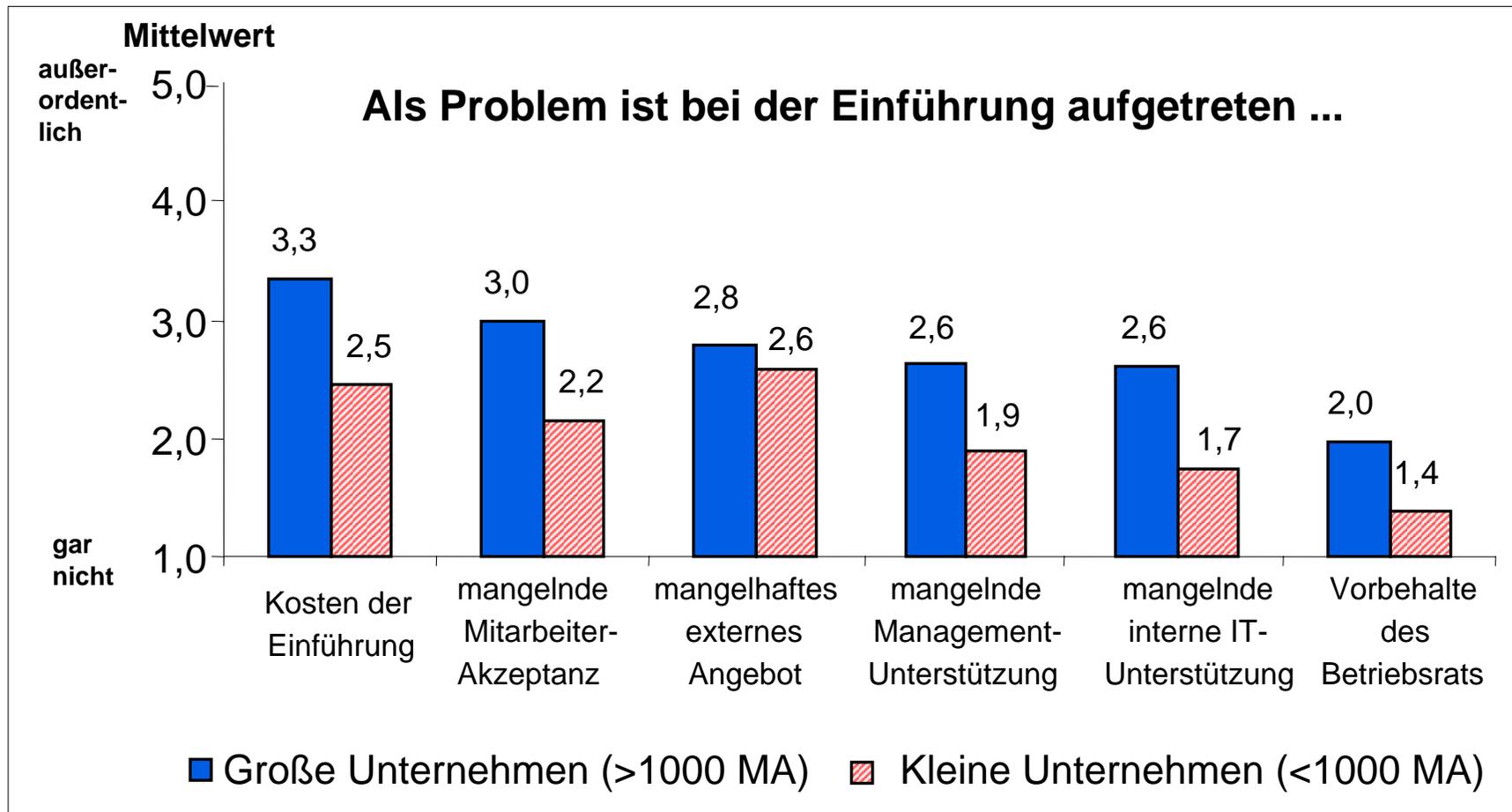


Die „Großen“ gehen voran,...

	„eLearner“	„Traditionelle Weiterbilder“ Kein Einsatz von eLearning
<b>Mitarbeiterzahl</b> 2000 (Median)	1307	286
<b>Mitarbeiterzahl</b> 2000 (Mittelwert)	8364	1327
<b>Umsatz 2000</b> (Median)	250-500 Mio. DM	100-250 Mio. DM
<b>Weiterbildungsaufwendungen</b> 1. HJ 2001 (Median)	250.000-500.000 DM	50.000-125.000 DM

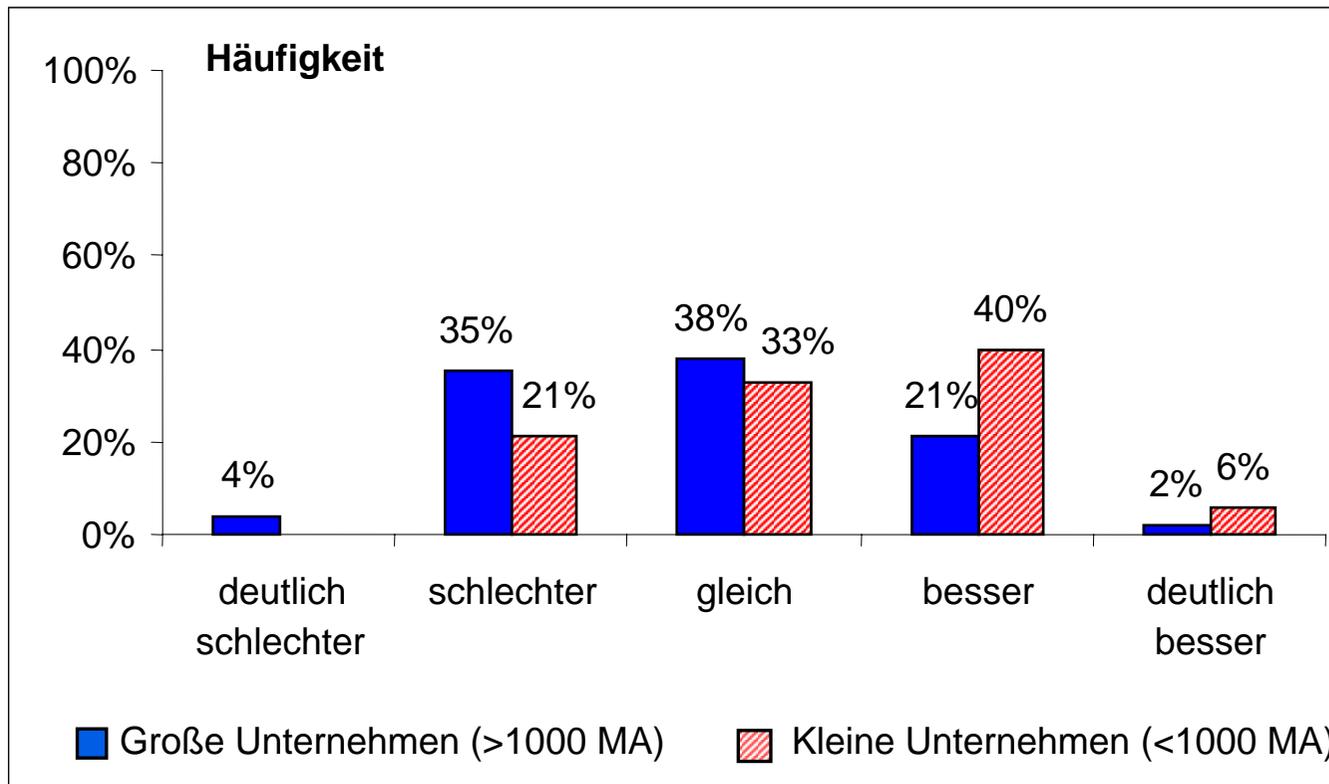


... aber Einführungsprobleme sind bei kleinen Unternehmen geringer ausgeprägt





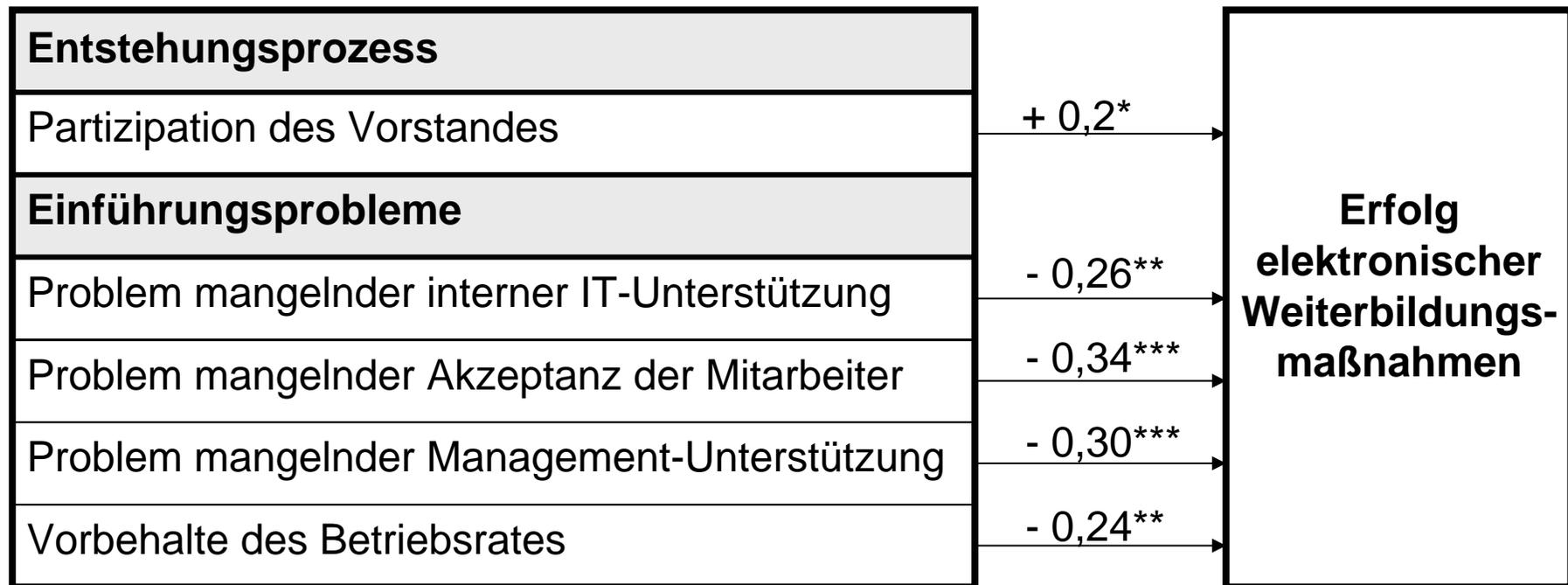
## Gesamterfolg wird von kleinen Unternehmen besser eingeschätzt



*„Wie schätzen Sie den Gesamterfolg elektronischer Weiterbildungsmaßnahmen in Ihrer Unternehmenseinheit im Vergleich zu Präsenzveranstaltungen ein?“*



## Entscheidende Erfolgsfaktoren

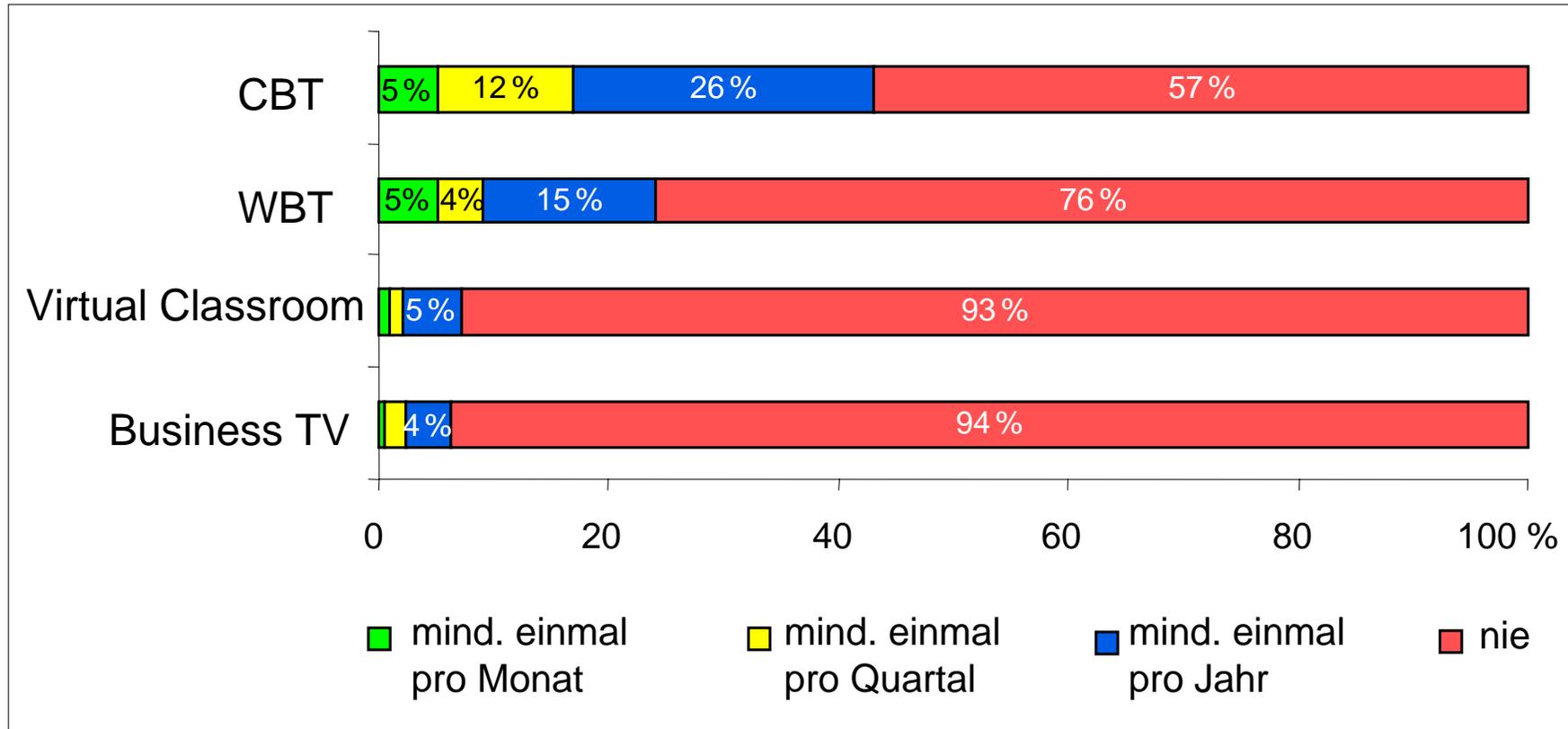


Gemessen als Spearman Rangkorrelation; Signifikanzniveau: \*\*\*= $p < 0,01$ / \*\*= $p < 0,05$ / \*= $p < 0,1$

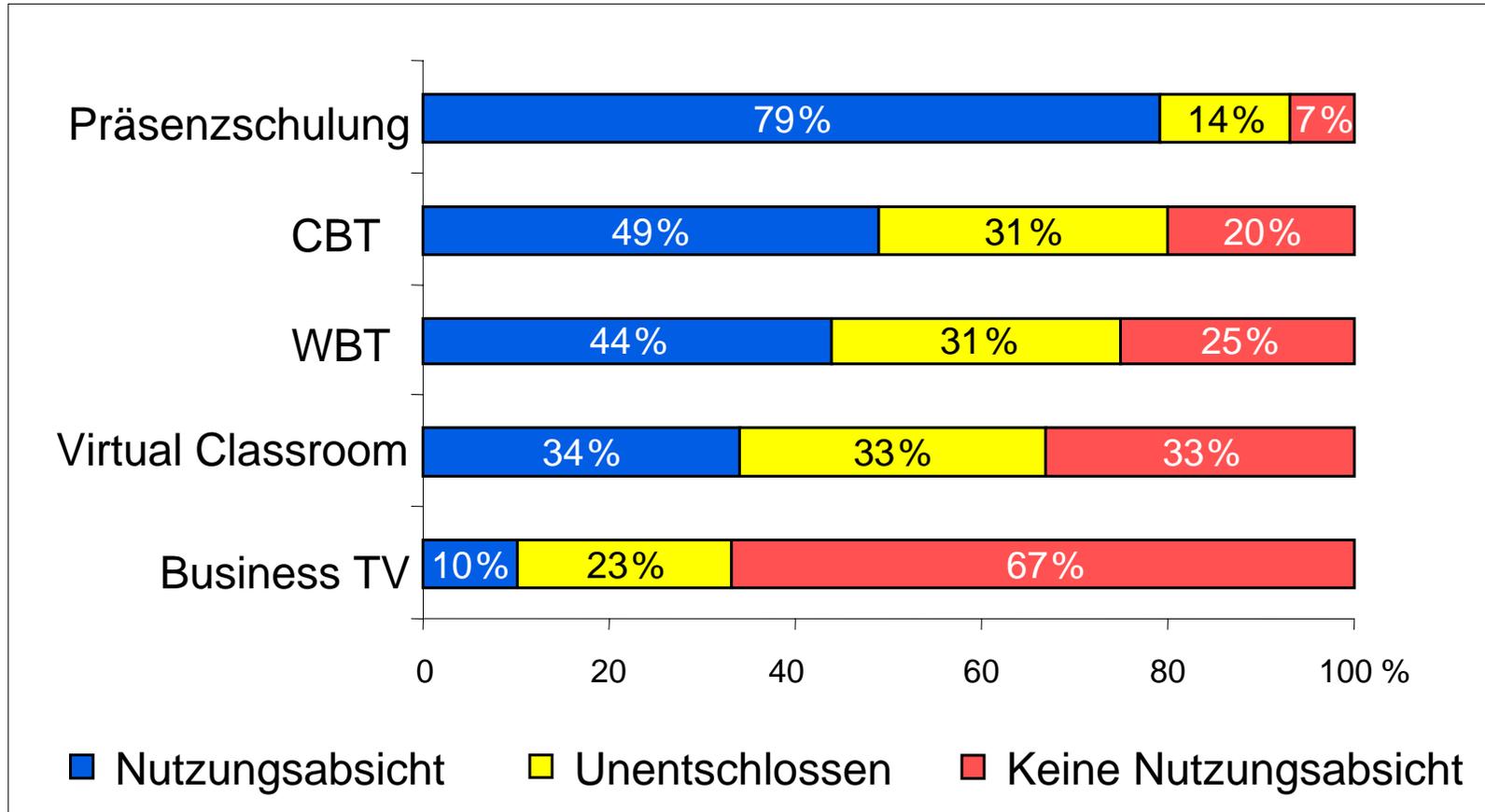


## Studie 2: Die Akzeptanz von eLearning

- **Ziel:**  
Analyse der entscheidenden Einflussgrößen auf die Akzeptanz von eLearning bei Mitarbeitern
- **Untersuchungseinheit:**  
Mitarbeiter aus dem Kundenkreis des Business Intelligence-Anbieters Cognos (2.189 Personen)
- **Untersuchungsdesign:**  
Vollerhebung (Querschnittsanalyse) mit Hilfe einer Online-Befragung, Zeitraum: Dezember 2001 – Januar 2002
- **Rücklauf:**  
616 Fragebögen (Rücklaufquote 28%)



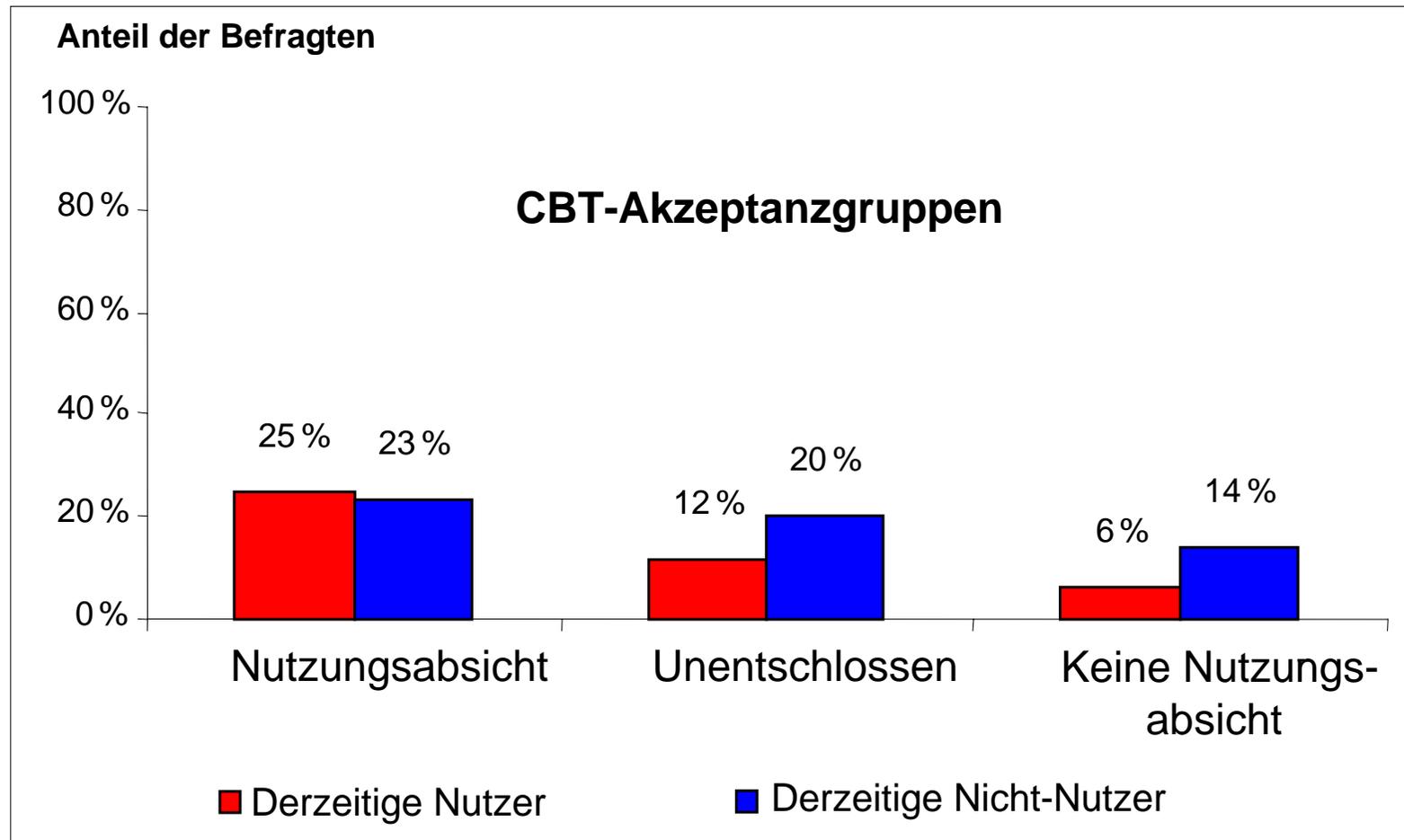
„Wie oft benutzen Sie folgende elektronische Lernformen?“

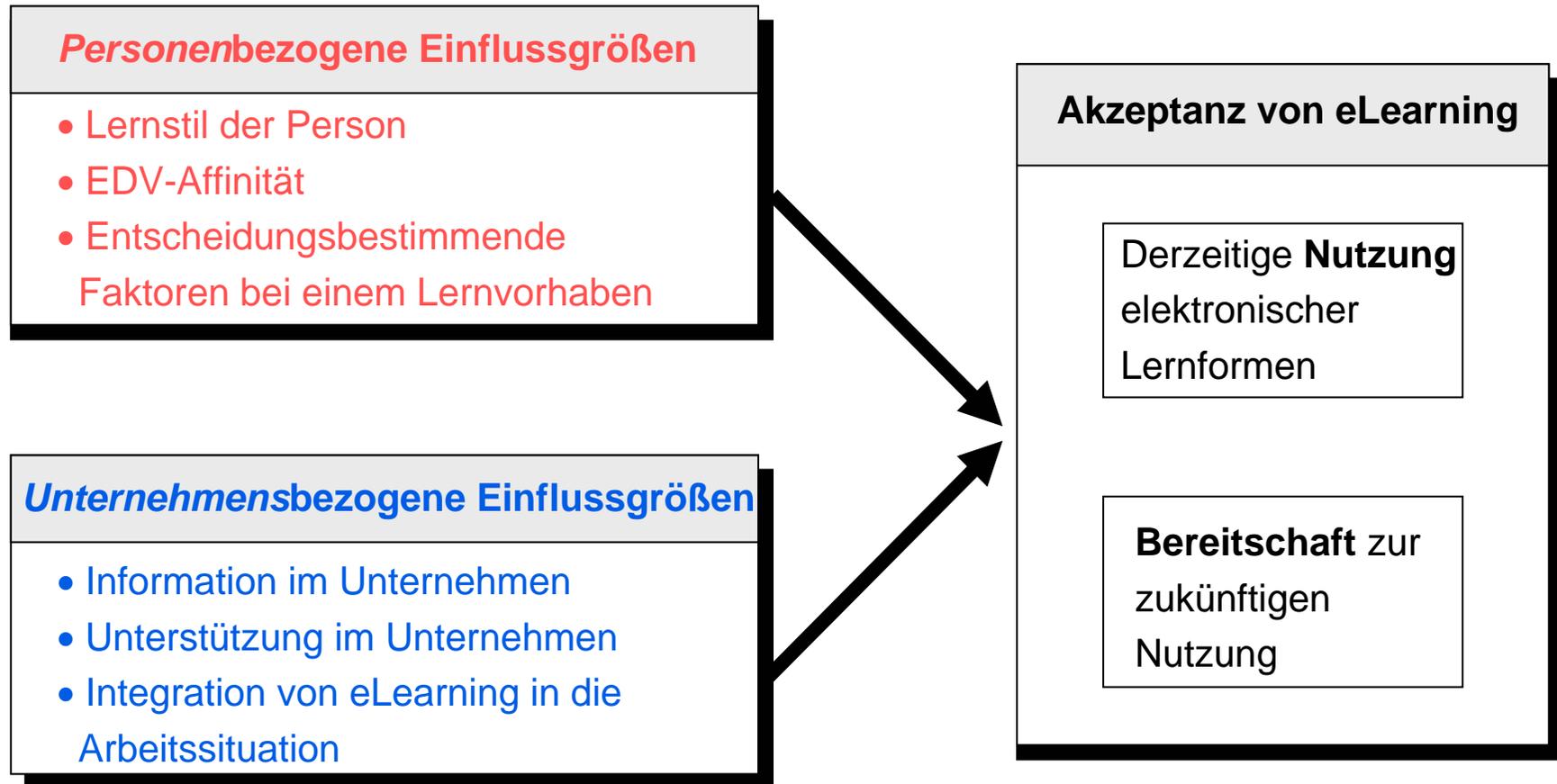


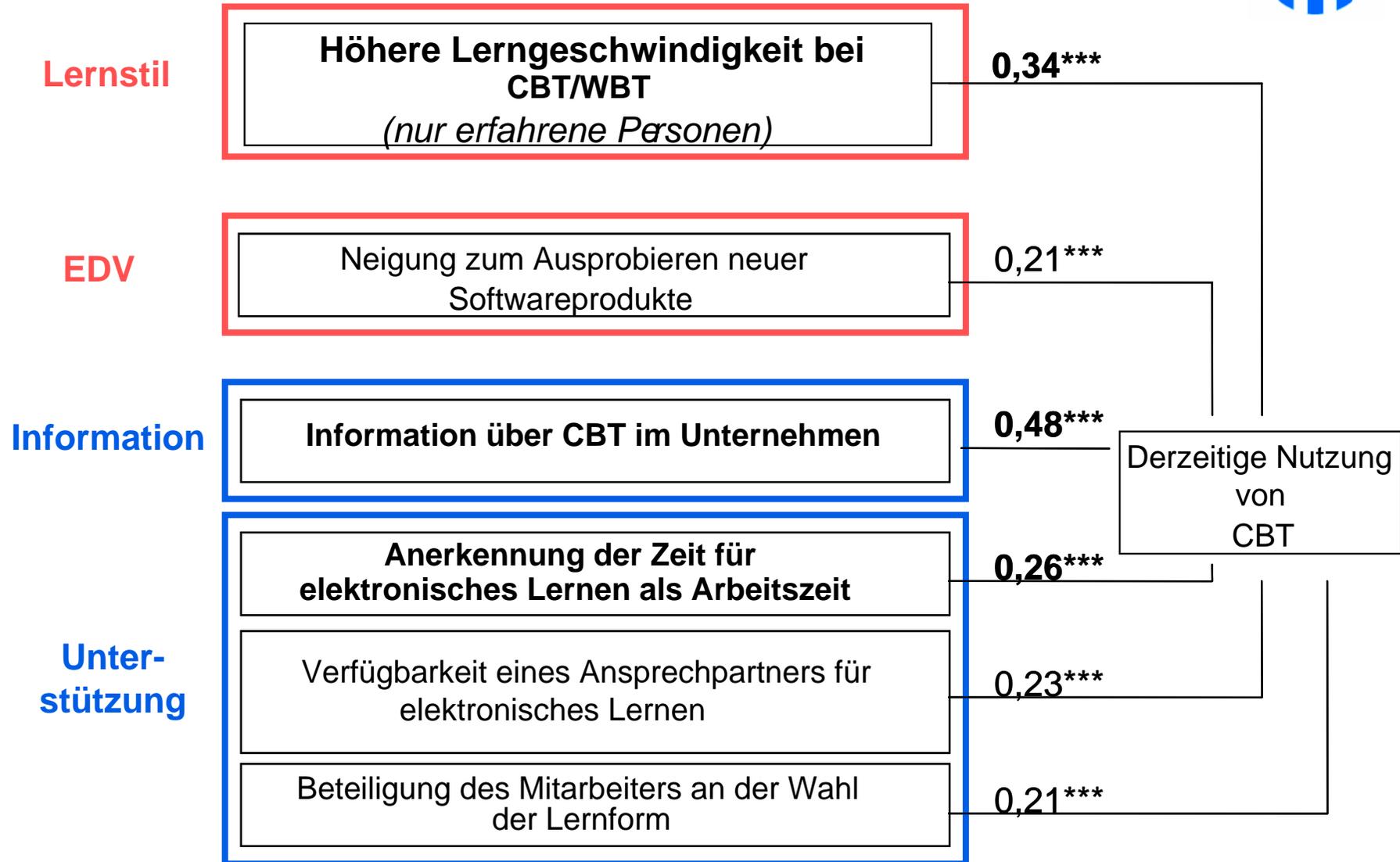
*„Für meine zukünftigen Lernzwecke im Bereich Produkt/Softwaretraining würde ich gerne an ... teilnehmen / ... einsetzen“*



Es lassen sich 6 Akzeptanz-Gruppen unterscheiden:





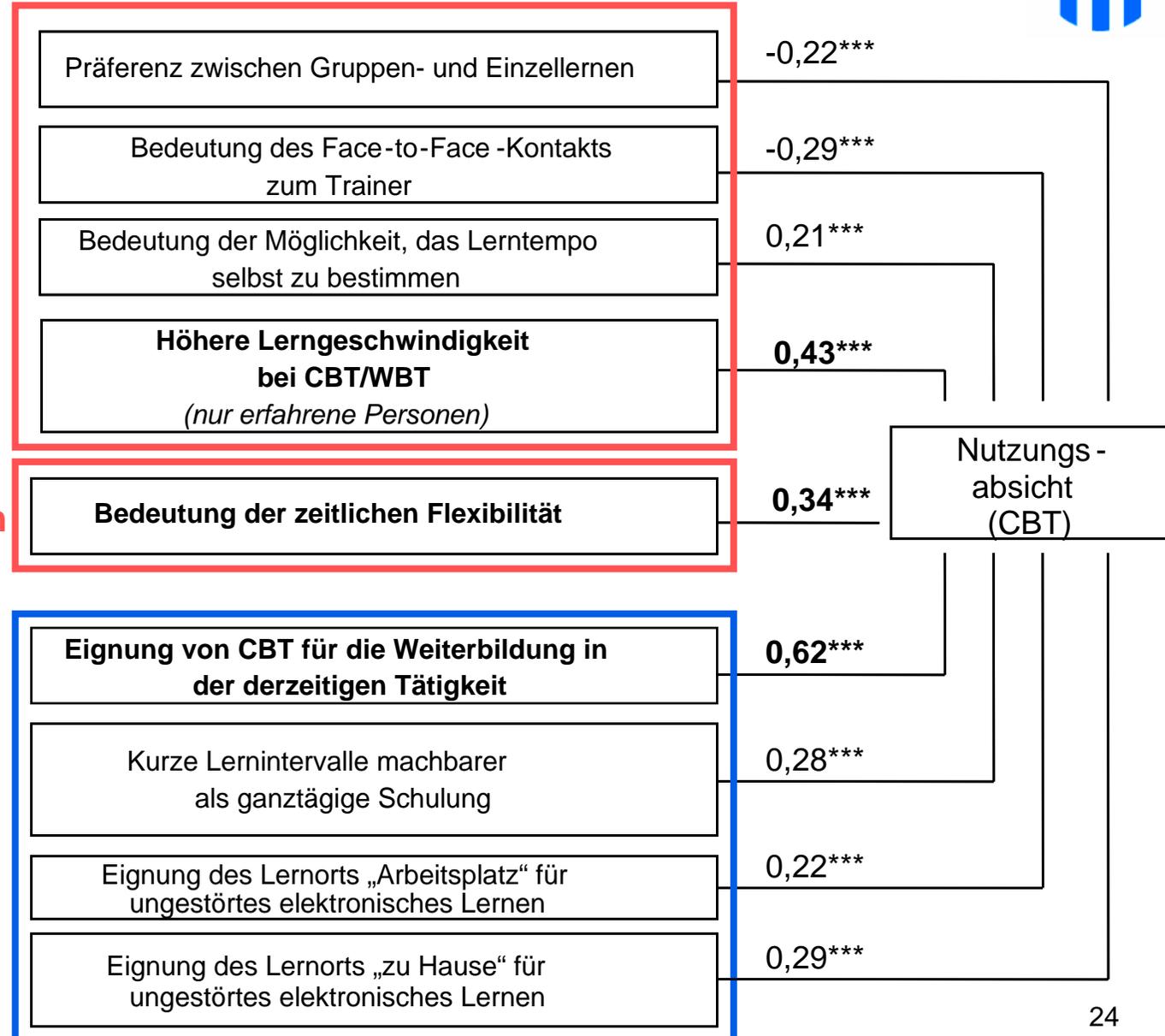




## Lernstil

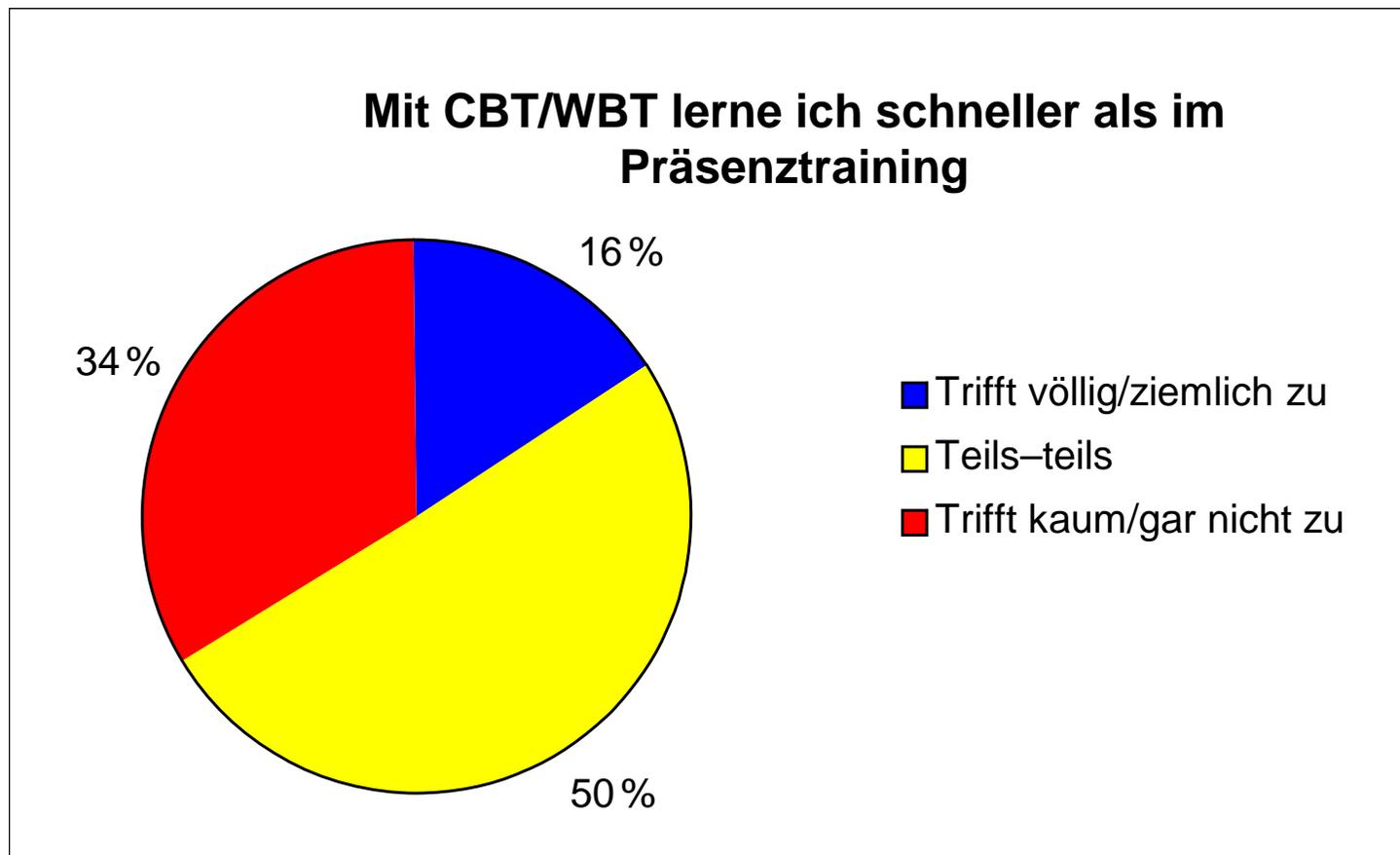
## Entscheidungs- bestimmende Faktoren bei einem Lernvorhaben

## Integration von eLearning in die Arbeitssituation

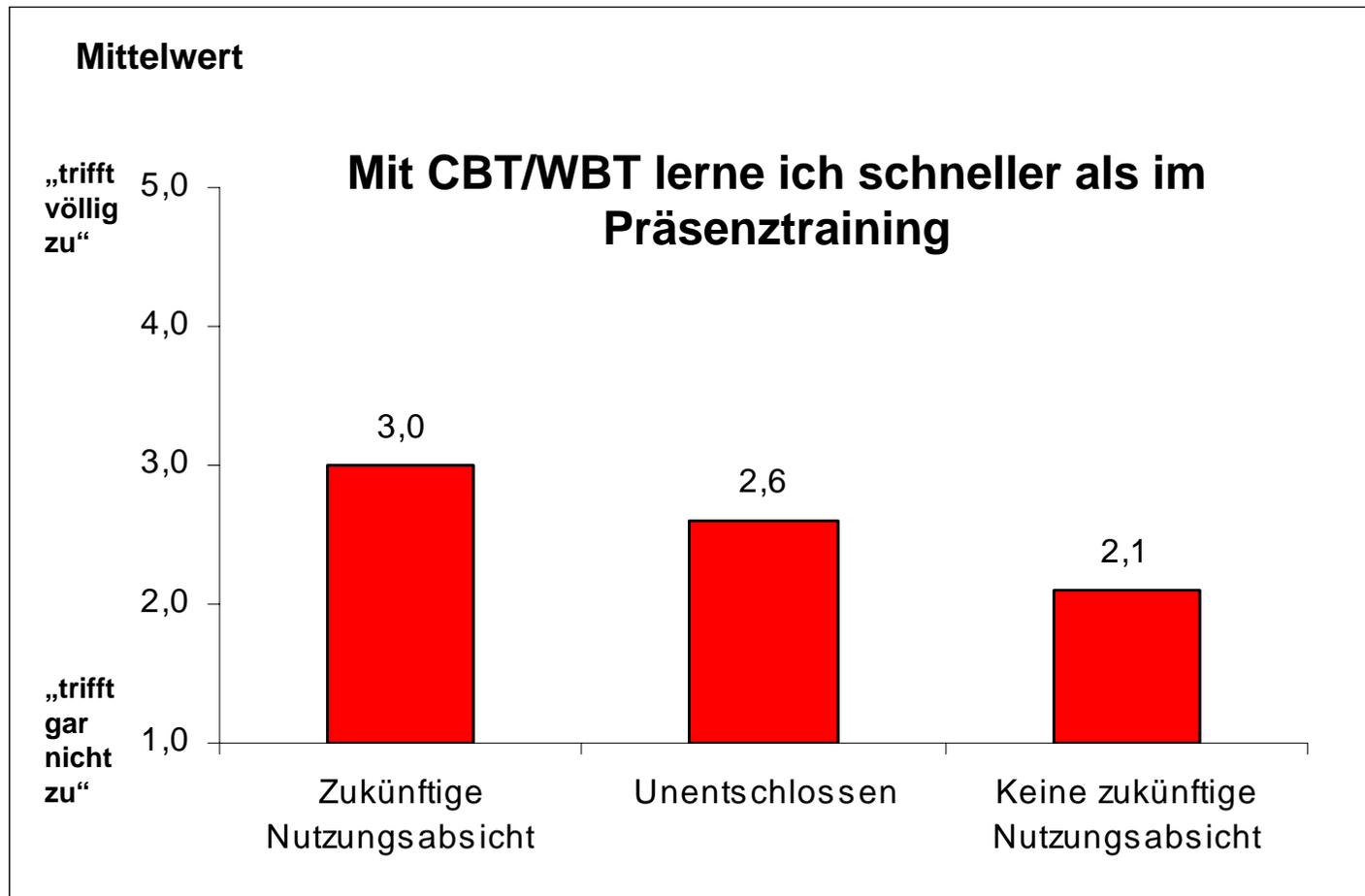




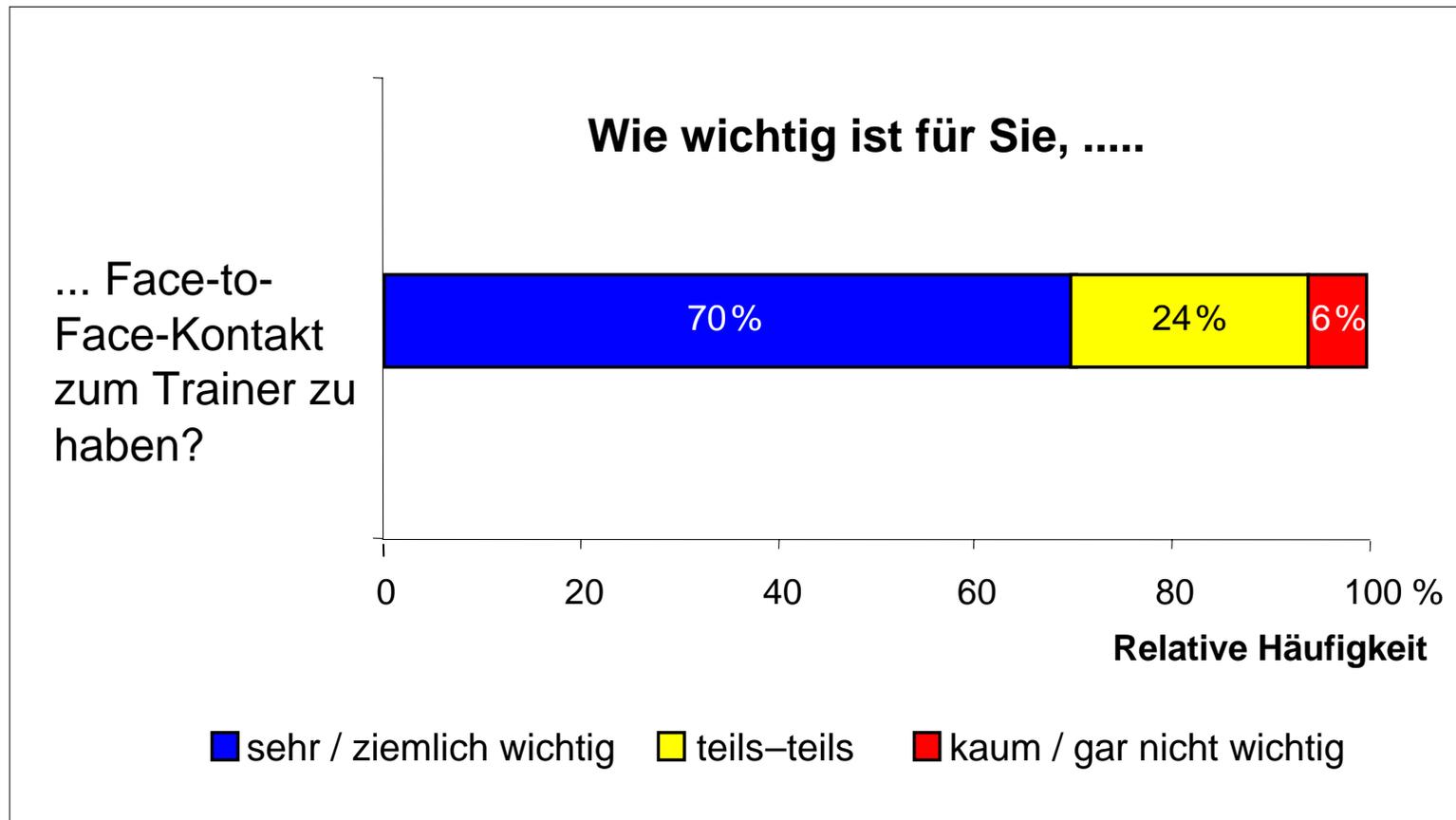
## Personenbezogene Einflussgrößen: Lernstil



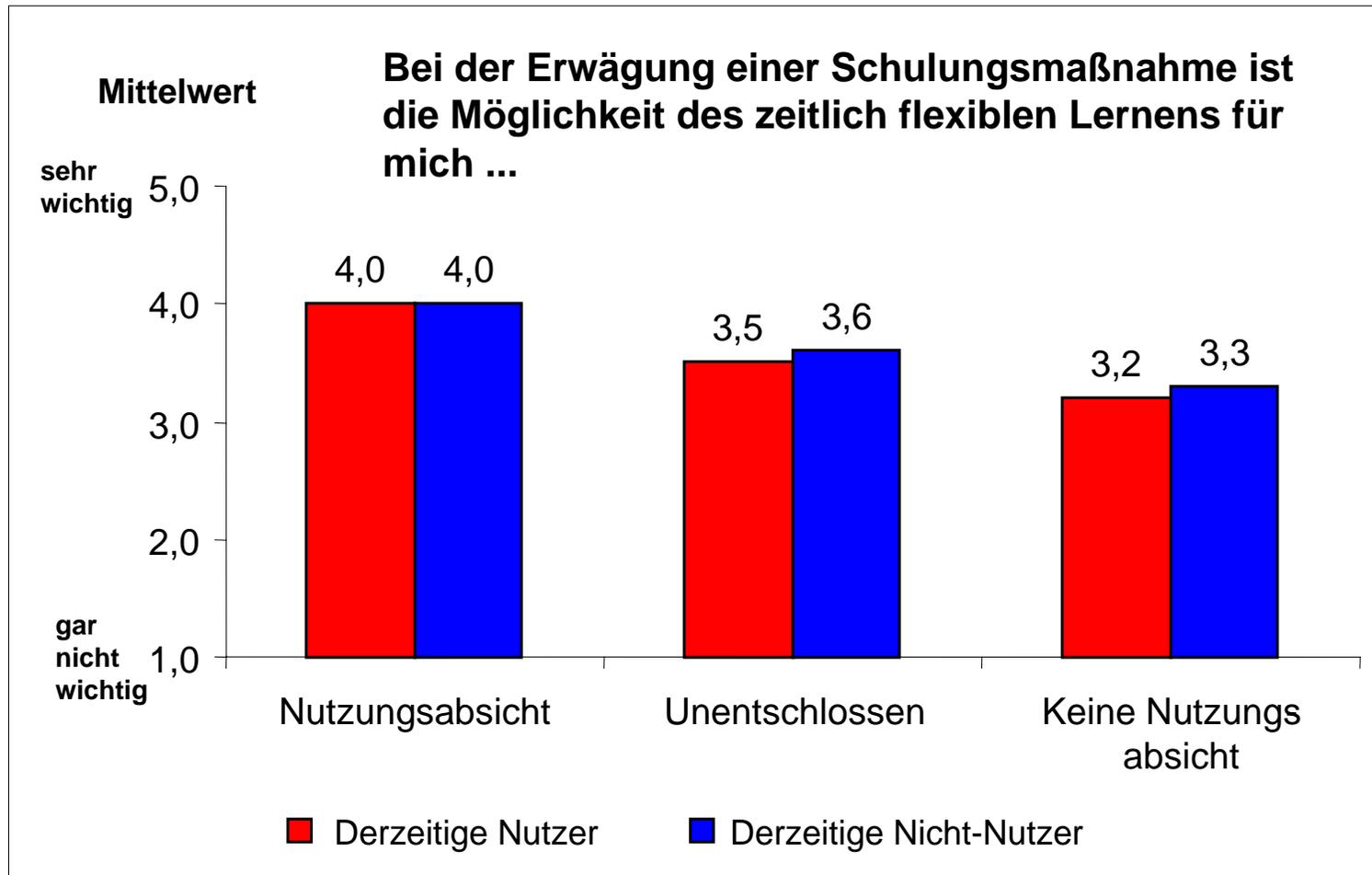
## Personenbezogene Einflussgrößen: Lernstil



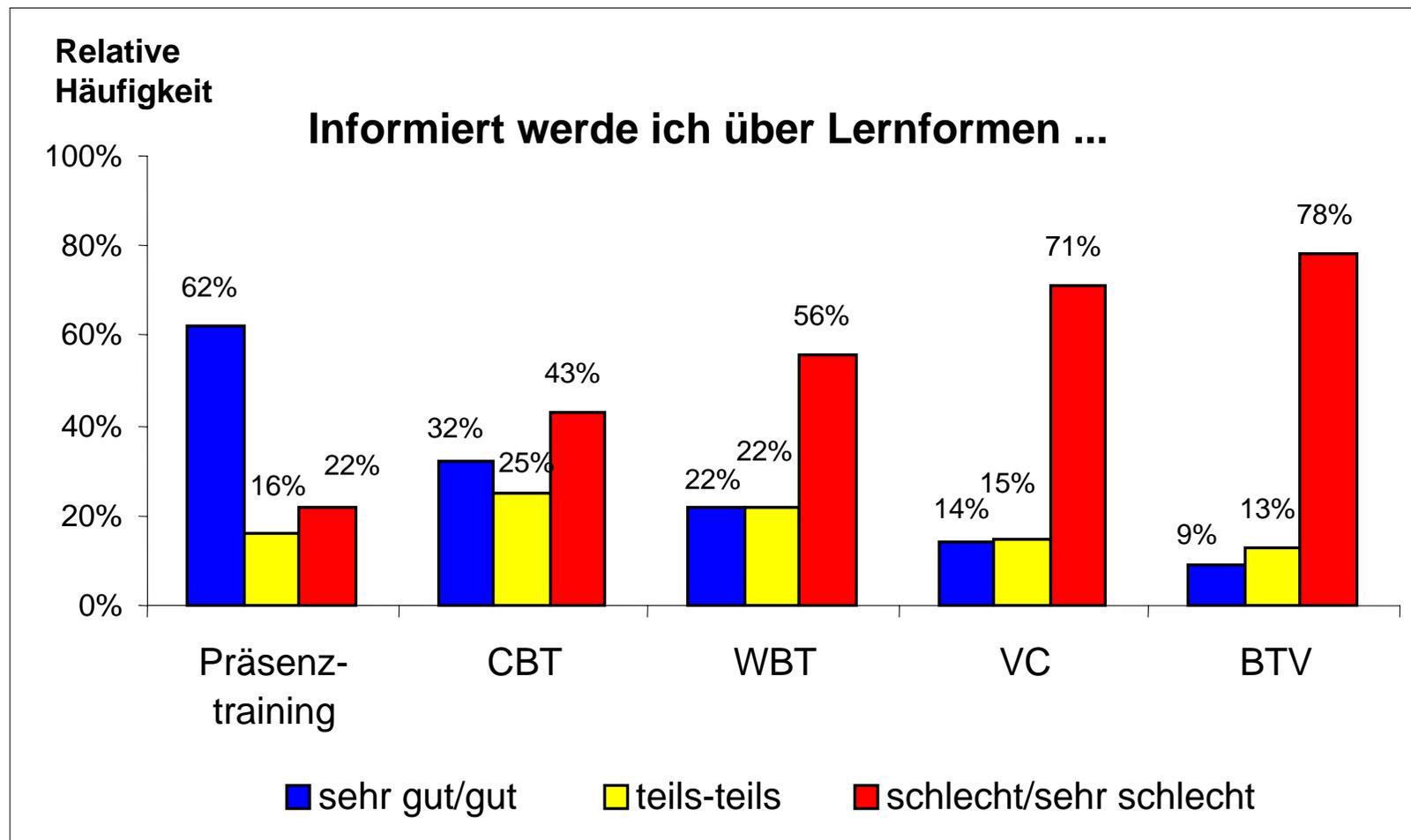
## Personenbezogene Einflussgrößen: Lernstil



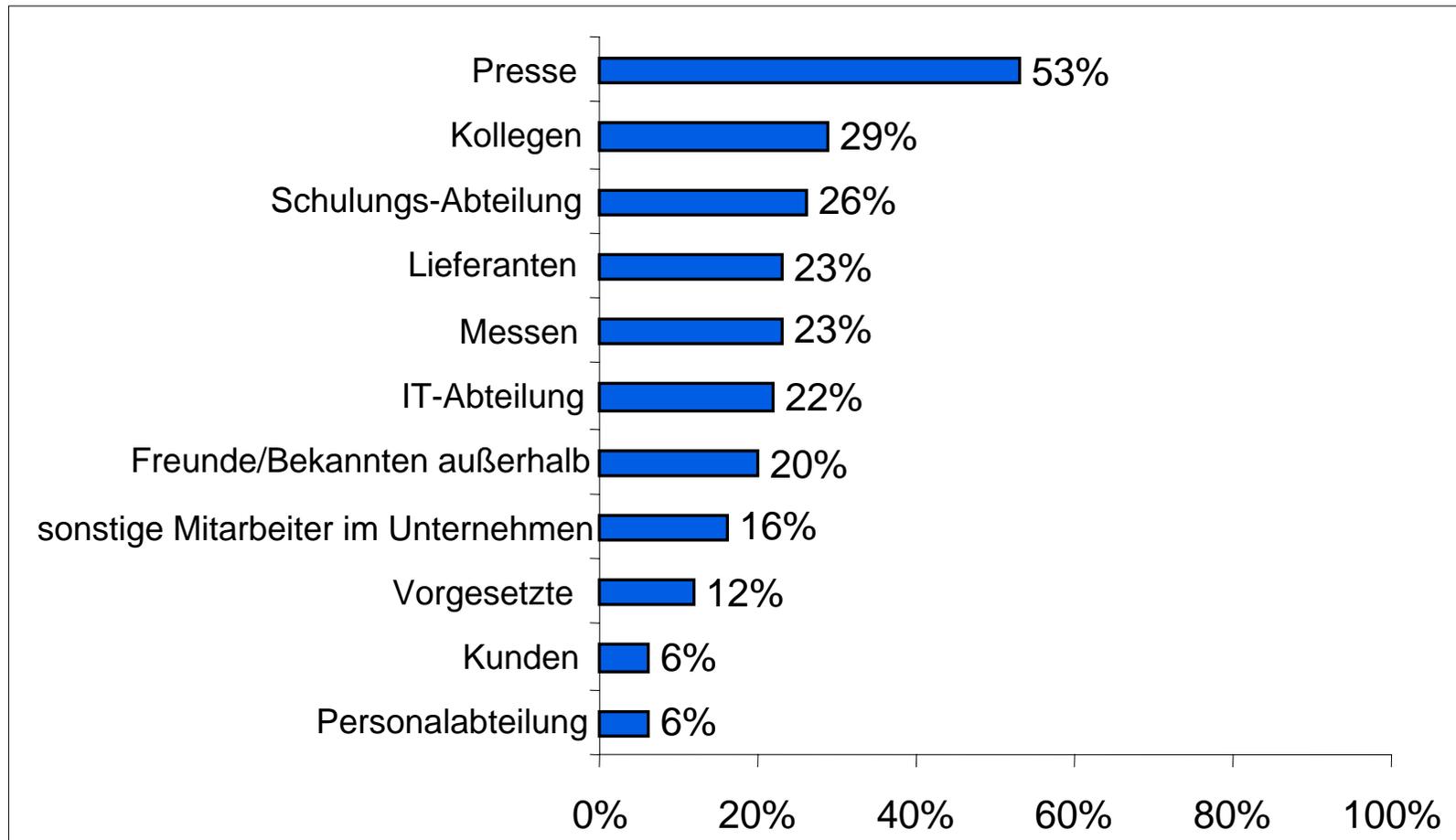
## Personenbezogene Einflussgrößen: Entscheidungsbestimmende Faktoren



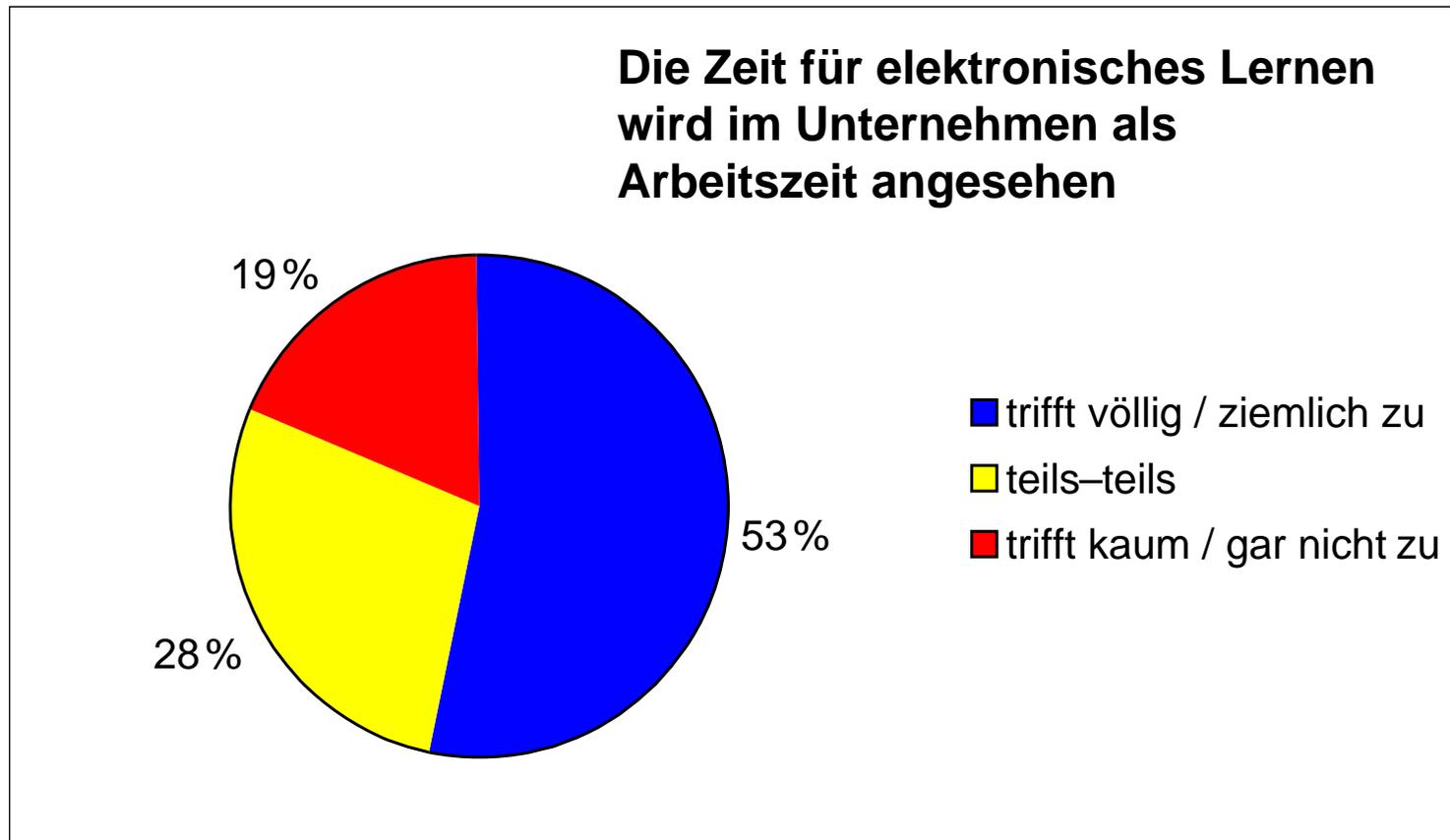
## Unternehmensbezogene Einflussgrößen: Information



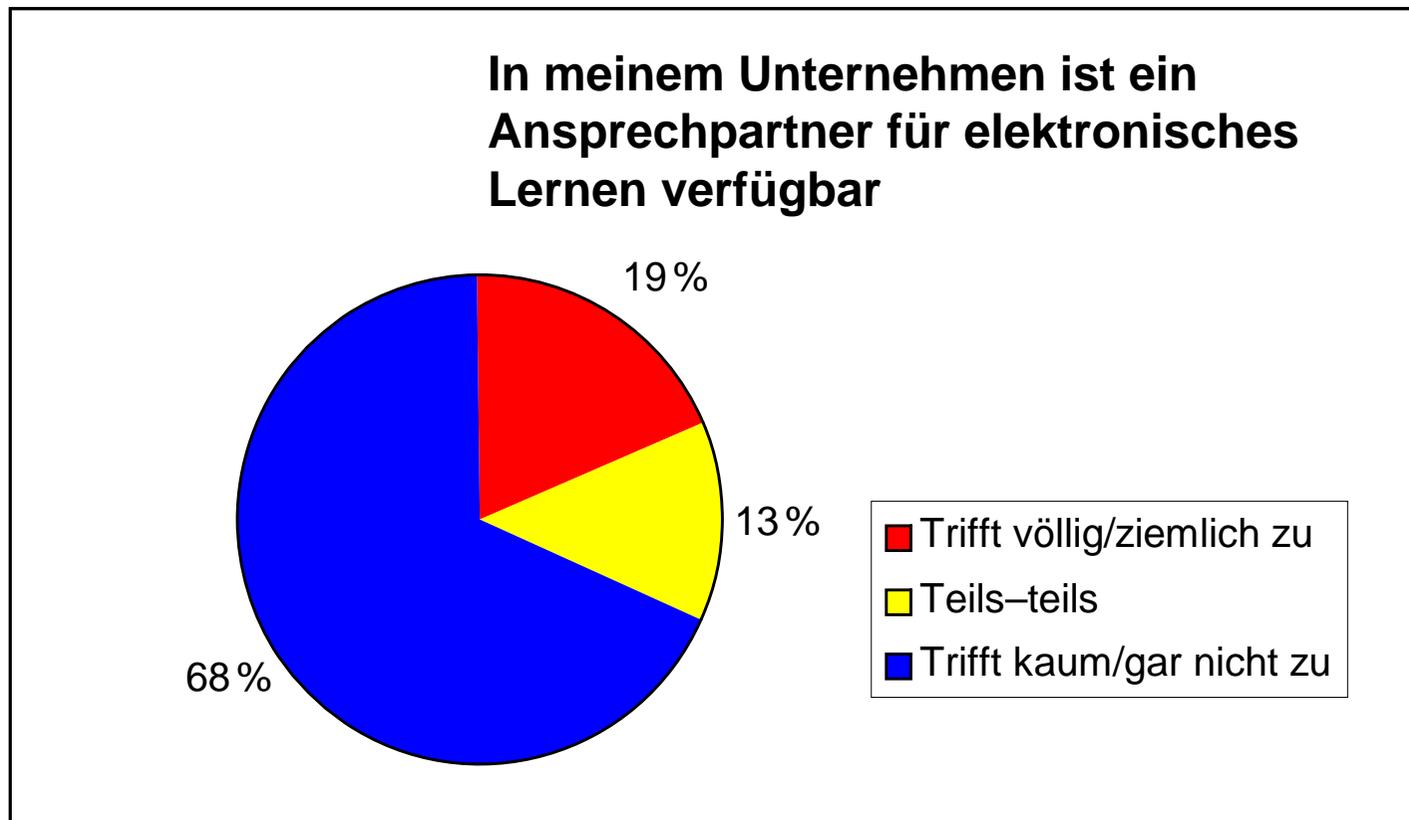
## Informationsquellen zu elektronischen Lernformen



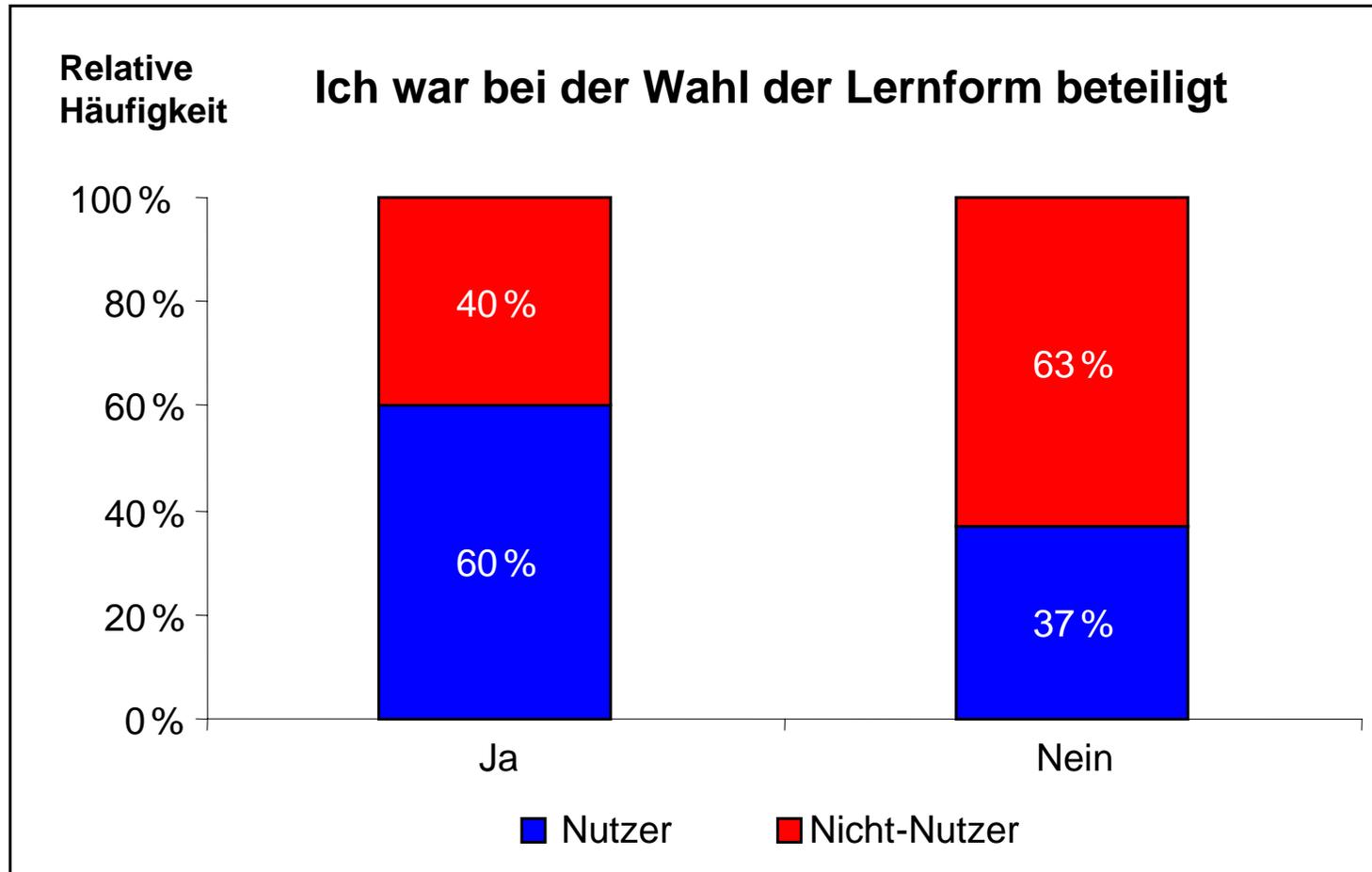
## Unternehmensbezogene Einflussgrößen: Unterstützung im Unternehmen



## Unternehmensbezogene Einflussgrößen: Unterstützung im Unternehmen

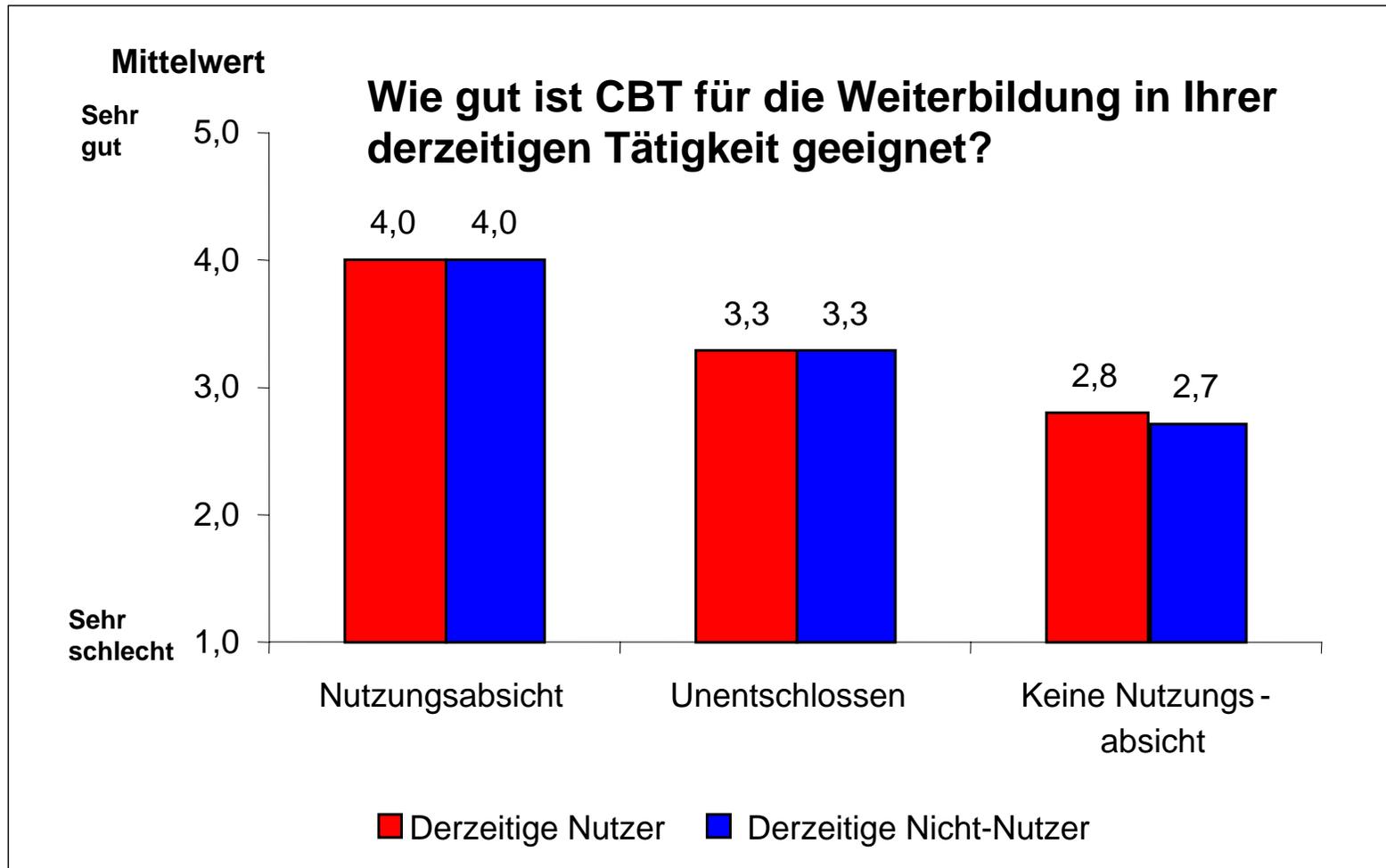


## Unternehmensbezogene Einflussgrößen: Unterstützung im Unternehmen

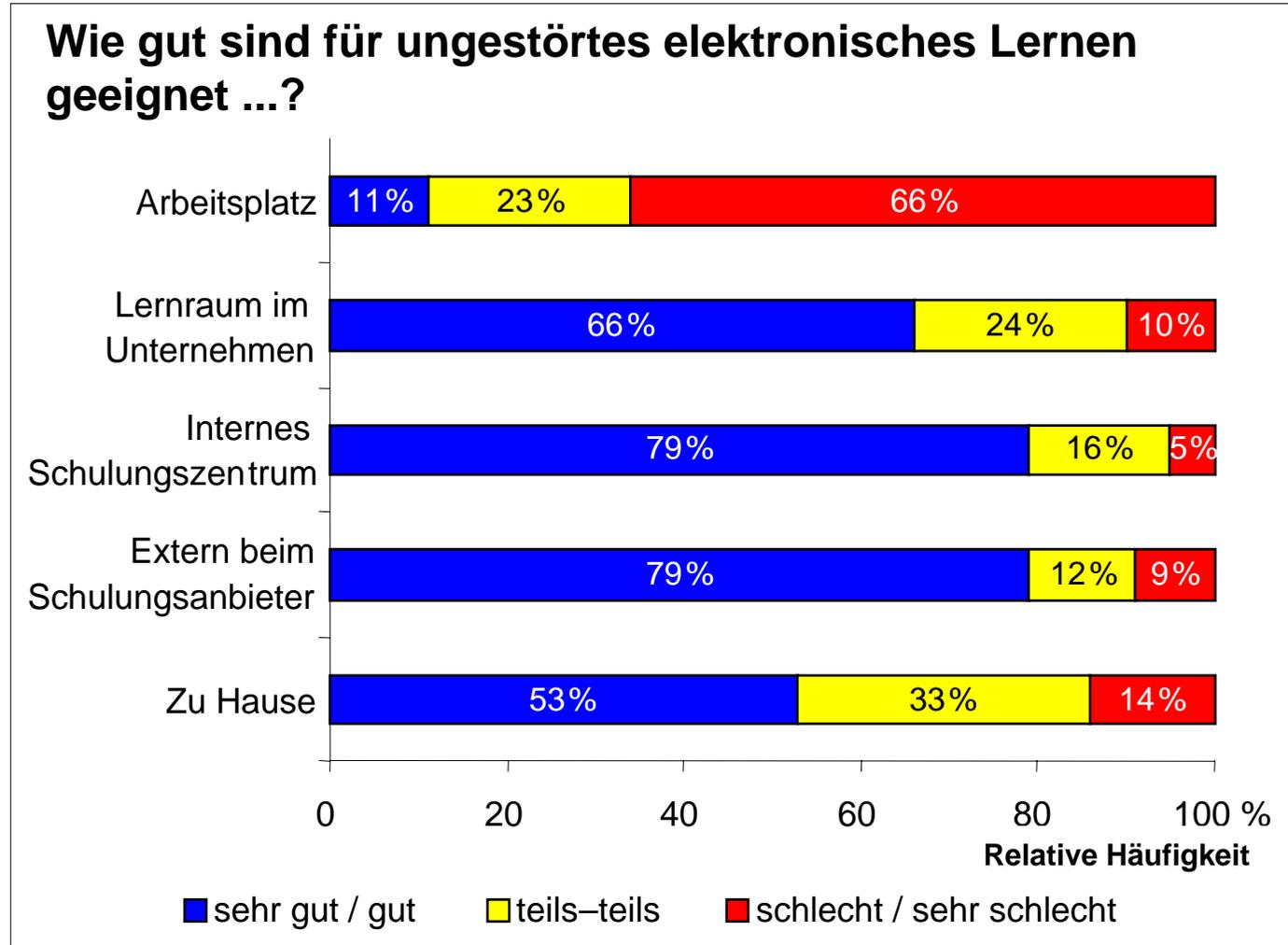




## Unternehmensbezogene Einflussgrößen: Integration von eLearning

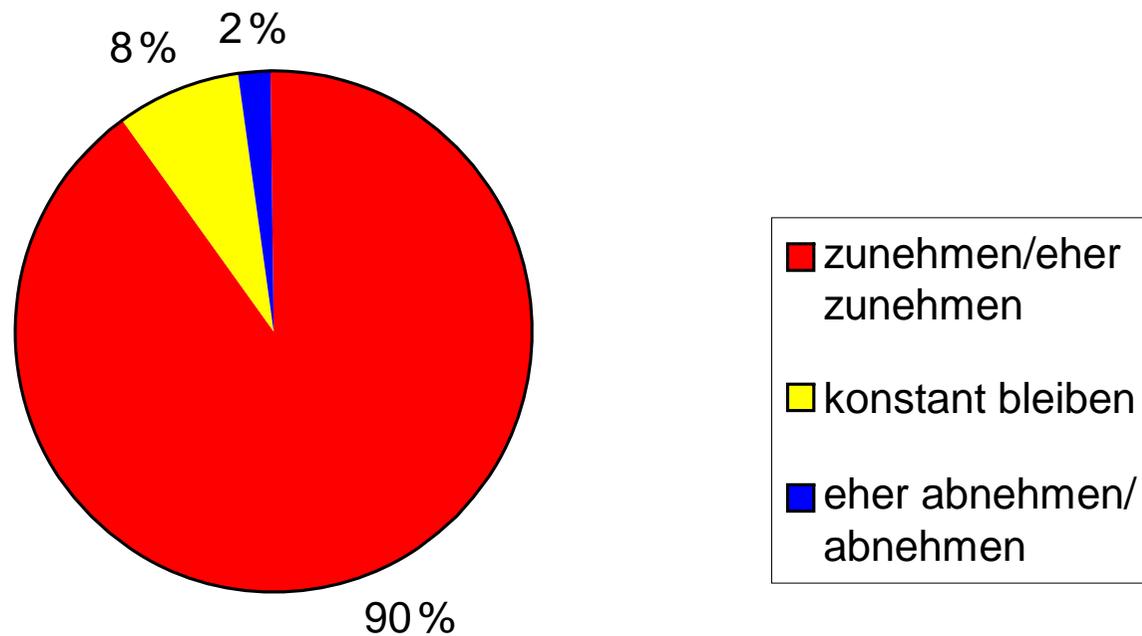


## Unternehmensbezogene Einflussgrößen: Integration von eLearning





## Die Bedeutung von elektronischen Lernformen wird in den nächsten fünf Jahren ...





- **CBT die bislang noch am häufigsten verwendete Form von eLearning**
- **Akzeptanz der Mitarbeiter ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg von eLearning**
- **Aus Unternehmenssicht lässt sich Akzeptanz fördern durch:**
  - Bessere Informationspolitik über eLearning
  - Unterstützung des elektronischen Lernens (Verfügbarkeit von Ansprechpartnern, Annerkennung als Arbeitszeit, Beteiligung des Mitarbeiters bei Wahl der Lernform, Arbeitsplatzgestaltung)

Prof. Dietmar Harhoff, Ph.D., Dipl.-Kffr. Claudia Küpper

Institut für Innovationsforschung, Technologiemanagement  
und Entrepreneurship

Ludwig-Maximilians-Universität

Kaulbachstr. 45

80539 München

Tel.: 089/2180-2878

[harhoff@bwl.uni-muenchen.de](mailto:harhoff@bwl.uni-muenchen.de), [kuepperc@bwl.uni-muenchen.de](mailto:kuepperc@bwl.uni-muenchen.de)

Studien: <http://www.inno-tec.de/forschung/e-Learning.htm>

[http://www.inno-tec.de/forschung/e-Learning\\_Akzeptanz.htm](http://www.inno-tec.de/forschung/e-Learning_Akzeptanz.htm)