

Torsten Hörsch

Telelearning

**Einsatz neuer Lernmedien im Rahmen der betrieblichen
Weiterbildung in kleinen und mittleren Unternehmen**

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1999 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832423100

Torsten Hörsch

Telelearning

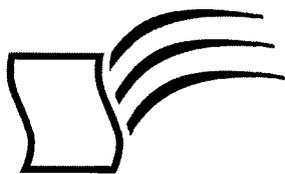
Einsatz neuer Lernmedien im Rahmen der betrieblichen Weiterbildung in kleinen und mittleren Unternehmen

Torsten Hörsch

Telelearning

*Einsatz neuer Lernmedien im Rahmen der betrieblichen
Weiterbildung in kleinen und mittleren Unternehmen*

Diplomarbeit
an der Universität Trier
Fachbereich Betriebswirtschaftslehre
Prüfer Prof. Schmidt
Lehrstuhl für Ökonomie
Dezember 1999 Abgabe



Diplomarbeiten Agentur
Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke
und Guido Meyer GbR

Hermannstal 119 k
22119 Hamburg

agentur@diplom.de
www.diplom.de

ID 2310

Hörsch, Torsten: Telelearning: Einsatz neuer Lernmedien im Rahmen der betrieblichen Weiterbildung in kleinen und mittleren Unternehmen / Torsten Hörsch -
Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 2000
Zugl.: Trier, Universität, Diplom, 1999

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg 2000
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit

Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.de —————
www.diplom.de —————

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abkürzungsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis	V
Tabellenverzeichnis	VI
A Einführung	1
I Auf dem Weg zur Wissensgesellschaft	1
II Zielsetzung und Gang der Diplomarbeit.....	3
B Begriffliche Abgrenzungen und Definitionen	4
I Neue Lernmedien	4
II Betriebliche Weiterbildung	6
III Kleine und mittlere Unternehmen.....	8
C Neue Lernmedien in der betrieblichen Weiterbildung ...	10
I Grenzen konventioneller Lernformen	10
II Das ‚klassische‘ Computer Based Training	12
1 Konzeptionelle Grundlagen.....	12
1.1 Historische Entwicklung des CBT	12
1.2 Charakteristika des CBT heute.....	13
2 Kritische Würdigung des CBT	15
III Telelearning als Synthese.....	17
1 Konzeptionelle Grundlagen.....	17
2 Potentiale und Grenzen des Telelearning.....	21
IV Fazit: Neue Lernmedien in der betrieblichen Weiterbildung.....	26

D Betriebliche Weiterbildung in KMU	28
I Relevanz betrieblicher Weiterbildung	28
II Weiterbildungsbeteiligung kleiner und mittlerer Unternehmen	30
III Weiterbildungsverhalten kleiner und mittlerer Unternehmen	31
1 Organisation der betrieblichen Weiterbildung	32
2 Analyse des Weiterbildungsprozesses	33
2.1 Bestimmung des Weiterbildungsbedarfs	33
2.2 Planung und Durchführung der Weiterbildung	34
2.2.1 Erfolg von Weiterbildungsmaßnahmen	34
2.2.2 Entscheidungsfindung in Sachen Weiterbildung	36
2.3 Erfolgskontrolle in der Weiterbildung	37
3 Fazit: Weiterbildungslücken in KMU	38
E Telelearning in kleinen und mittleren Unternehmen	39
I Telelearning und Weiterbildungslücken in KMU	40
II Erfolgsvoraussetzungen für Telelearning in KMU	41
III Telelearning in KMU: Stand und Perspektiven	43
F Empirische Untersuchung	46
I Forschungsdesign der empirischen Untersuchung	46
II Relevante Ergebnisse der Untersuchung	47
1 Struktur der Unternehmen	47
2 Weiterbildungsverhalten der Unternehmen	50
3 Technologische Ausstattung der Unternehmen	56
4 Telelearning: Stand und Perspektiven	59
III Zusammenfassende Darstellung der Ergebnisse	71
 Anhangsverzeichnis	 VII
Literaturverzeichnis	XLV

Abkürzungsverzeichnis

A.a.O.	An anderem Ort
Abb.	Abbildung
Anm. d. Verf.	Anmerkung des Verfassers
AFG	Arbeitsförderungsgesetz
BBiG	Berufsbildungsgesetz
Bbw	Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft
Bfz	Berufliche Fortbildungszentren der Bayerischen Arbeitgeberverbände
BIBB	Bundesinstitut für Berufsbildung
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
BMBW	Bundesminister für Bildung und Wissenschaft
BMWI	Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
Bspw.	Beispielsweise
Bzgl.	Bezüglich
Bzw.	Beziehungsweise
CAI	Computer Aided Instruction
CBT	Computer Based Training
CC	Kontingenzkoeffizient
CORNELIA	Computer-Netzwerk für Lerner - interaktiv und arbeitsplatznah
CUL	Computerunterstütztes Lernen
CUU	Computerunterstützter Unterricht
CGU	Computergestützter Unterricht
D. h.	Das heißt
DIHT	Deutscher Industrie- und Handelstag
EDI	Electronic Data Interchange
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
E-Mail	Electronic Mail
Et al.	Et alii
Etc.	Et cetera
F.	Folgende
FF.	Fortfolgende
FAQ	Frequently Asked Questions
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
GdWZ	Grundlagen der Weiterbildung Zeitung

Ggf.	Gegebenenfalls
HMD	Handbuch der Maschinellen Datenverarbeitung
Hrsg.	Herausgeber
IAB	Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit
IDC	International Data Corporation
I. d. R.	In der Regel
IHK	Industrie- und Handelskammer
ISDN	Integrated Services Digital Network
IfM	Institut für Mittelstandsforschung
IGA	Internationales Gewerbearchiv
IT	Informationstechnologie
IuK	Information und Kommunikation
IW	Institut der deutschen Wirtschaft
IWB	Institut für Wirtschaftsberatung Berlin
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
M. E.	Meines Erachtens
Mio.	Million(en)
MittAB	Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung
Mrd.	Milliarde(n)
MSA	Measure of Sampling Adequacy
ODL	Open Distance Learning
O. V.	Ohne Verfasserangabe
PC	Personal Computer
PU	Programmierte Unterweisung
QUEM	Qualifikations - Entwicklungs - Management
RBS	Referenz Betriebs System
RGU	Rechnergestützter Unterricht
S.	Seite
SBS	Siemens Business Services
SKIN	Skill Improvement Network
SNI	Siemens Nixdorf Informationssysteme
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
Tab.	Tabelle
U. a.	Und andere
Vgl.	Vergleiche
Z. B.	Zum Beispiel
Z. T.	Zum Teil

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	
Konzeption von neuen Medien	5
Abbildung 2:	
Der erweiterte Weiterbildungsbegriff	8
Abbildung 3:	
Mittelstandsdefinition des Instituts für Mittelstandsforschung	10
Abbildung 4:	
Weiterbildungslücken in KMU	39
Abbildung 5:	
Anteil kleiner, mittlerer, großer Unternehmen nach Mitarbeiterzahl	47
Abbildung 6:	
Weiterbildungszuständigkeit in den Unternehmen	49
Abbildung 7:	
Zugang der Mitarbeitergruppen zur Weiterbildung	51
Abbildung 8:	
Technologische Ausstattung der Unternehmen	57
Abbildung 9:	
Anwendungsfelder des Internet	60
Abbildung 10:	
Hinderungsgründe für den Einsatz des Telelearning	63
Abbildung 11:	
Eignung des Telelearning für Weiterbildungsthemen	69
Abbildung 12:	
Wichtigkeit der Weiterbildungsthemen	70

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:

Entscheidung hinsichtlich der Weiterbildungsteilnahme nach Betriebsgrößen ... 53

Tabelle 2:

Weiterbildungsformen heute und in Zukunft..... 55

A Einführung

I Auf dem Weg zur Wissensgesellschaft

Bereits Peter F. Drucker beschreibt in seinem Buch *Die postkapitalistische Gesellschaft*¹ den Umstand, daß sich die westlichen Gesellschaften in einer Zeit des Umbruchs befinden und stellt fest, daß das Wissen in dieser Gesellschaft die wichtigste Ressource sein wird. Für Unternehmen bedeutet dies, daß sie sich wandelnden Rahmenbedingungen ausgesetzt sehen, wobei den Human-Ressourcen eine zunehmende Bedeutung bei der Bewältigung der damit einhergehenden Herausforderungen beigemessen wird.²

Wirtschaftliche, technologische und sozio-kulturelle Entwicklungen haben in den letzten Jahren dazu geführt, daß die in der Erstausbildung erworbenen Qualifikationen nicht mehr für die gesamte Zeit des Erwerbslebens vorhalten, sondern nach einem immer kürzeren Zeitraum obsolet werden. Dies wird mit einer sinkenden ‚Halbwertszeit‘ des Wissens umschrieben und die Forderung nach einem ‚lebenslangen Lernen‘ wird immer dringlicher.³ Da auch die Schule und das Hochschulwesen immer weniger in der Lage sind, die aus betrieblicher Sicht geforderten Qualifikationen am Markt bereitzustellen, erfährt die Weiterbildung eine zunehmende Aufwertung und wird vielfach bereits als vierter Bildungssektor angesehen. Dies anerkennt auch die *Bundesregierung*, wenn sie im jüngsten *Berufsbildungsbericht* anmerkt, daß die Weiterbildung zu einem gleichberechtigten Bereich des Bildungssystems ausgebaut werden soll.⁴

Will man den Ursachen für die steigende Bedeutung der Weiterbildung bzw. einen erhöhten Weiterbildungsbedarf im einzelnen nachgehen, so werden insbesondere die nachfolgend angeführten Entwicklungen in der Literatur benannt. Diese Aspekte sollen nur schlaglichtartig dargestellt werden und können dabei weder dem Anspruch der Vollständigkeit noch der Allgemeingültigkeit genügen.

Für die meisten Unternehmen haben sich die **Wettbewerbsbedingungen** in den letzten Jahren auffällig verändert. So führt der zunehmende Globalisierungsprozeß dazu, daß sich die Konkurrenzsituation für viele Unternehmen merklich verschärft hat. Der Erfolg kann unter diesen Bedingungen nur sichergestellt werden, wenn Unternehmen in der Lage sind, flexibel und schnell auf sich rasch verändernde Kundenwünsche einzugehen und dabei eine möglichst hohe Produktqualität zu möglichst niedrigen Preisen zu bieten. Der Wandel von Verkäufer- zu Käufermärk-

¹ Vgl. Drucker (1993), S. 9 ff.

² Vgl. Rodehuth (1999), S. 1.

³ Vgl. Wuppertaler Kreis (1993), S. 5 f.

⁴ Vgl. BMBF (1999), S. 14.