



WERBEN, KAUFEN UND VERKAUFEN IM INTERNET

e-commerce®

MAGAZIN

05/2008 Juli / August 2008 | D 9,50 € CH 17,75 sFr A 10,00 € L/B 10,00 € NL 10,00 €

Dr. Torsten Schwarz
gilt als Fachmann für
Online-Marketing.
Im e-commerce Magazin
erklärt er, wie sich das
Social Web auf das
Marketing auswirken wird.

Special E-Procurement

Das Google-Kartell

Online-Kundenservice
Mit wenigen und günstigen Tricks zum
erfolgreicheren Online-Shop

Personalmanagement
Was ist besser: Recruiting via Xing
oder Second Life?

Interview Dr. Torsten Schwarz
„2008 wird das Jahr
des Social Surfing“

BUSINESS-BENIMM IST WIEDER IN

NEBEN DEN SO GENANNTEN SOFT UND HARD SKILLS ENTDECKEN IMMER MEHR UNTERNEHMEN AUCH WIEDER DIE BEDEUTUNG VON BENIMM IM GESCHÄFTSALLTAG. E-LEARNING-PROGRAMME KÖNNEN DAZU BEITRAGEN, MITARBEITER ENTSPRECHEND ZU SCHULEN.

VON ACHIM VON MICHEL

„Wenn Sie sich nicht wohl bei dem Gedanken fühlen, Ihr Handy während des Geschäftsessens auszuschalten, dann machen Sie sich einfach klar: Nur Dienstboten sind rund um die Uhr verfügbar.“ Mit derartig plakativen Aussagen ermuntert Benimm-Expertin Sabine Schwind von Egelstein zu einem bewussten Umgang mit dem Mobiltelefon. Als Mitglied im Deutschen Knigge-Rat hat sie sich der Aufgabe verschrieben, gutes und situativ angemessenes Benehmen nicht nur für das Privatleben, sondern auch im beruflichen Alltag zu vermitteln. Sie liegt damit genau richtig, denn Markt- und Meinungsforscher registrieren schon seit einiger Zeit: Benimm ist wieder in.

E-LEARNING STATT OUTDOOR-TRAINING

Auch Unternehmen entdecken den Wert der Sozialkompetenz ihrer Mitarbeiter neu und erweitern ihr Seminarangebot um Kurse zu Umgangsformen, sprachlicher Kompetenz, Teamfähigkeit oder Motivation. Daniela Häfner von der Stabsstelle Personalentwicklung der Münchener Rückversicherungsgesellschaft erinnert sich: „Anfang bis Mitte der 90er Jahre hatte das Thema „Soft Skills“ in Unternehmen hohe Priorität. Das Angebot an Outdoor-Trainings wurde jedoch mit der Zeit unübersichtlicher und der Nutzen immer schwerer zu fassen. Darum haben wir bei der Auswahl geeigneter Maßnahmen im Soft-Skill-Bereich stets darauf geachtet, dass der

Nutzen für das Unternehmen erkennbar ist. Im Bereich E-Learning haben wir uns bis vor einem Jahr auf die Vermittlung von Fachwissen konzentriert. Inzwischen setzen wir auch zu überfachlichen Themen E-Learning ein.“

Auch die Art der Vermittlung hat sich seit den 90er Jahren verändert – Lernprogramme sind auch bei Themen wie sozialer Kompetenz und Führungsqualifikation auf dem Vormarsch. „Das hat damit zu tun, dass moderne Lern-

programmen die tatsächliche Nutzung und das Trainingsergebnis von Lerneinheiten nicht bis auf den einzelnen Mitarbeiter analysiert, aber die Leistungsbereitschaft von Gruppen unterliegt sehr wohl dem Bildungs-Controlling durch Personaler und interne Trainer. „Wenn wir ein Lernprogramm zur Vorbereitung auf ein Präsenz-Seminar einsetzen, achten wir darauf, wie hoch die Beteiligungsquote innerhalb der Seminargruppe ist

84 Prozent aller Befragten einer Umfrage des Ipsos-Instituts legen Wert auf gutes Benehmen ihrer Mitmenschen.

programme heute attraktiver und benutzerfreundlicher gestaltet werden können, als das vor zehn Jahren möglich war“, erklärt Weiterbildungsexpertin Daniela Häfner. Tatsächlich verfügen die heutigen Lernplattformen, in die Unternehmen die Lernprogramme in der Regel einbinden, über umfangreiche Funk-

tionen und welche Ergebnisse bei Tests erzielt werden. Ist die Beteiligung oder die Leistung zu gering, kann es vorkommen, dass Bildungsverantwortliche eine E-Mail an die Seminarteilnehmer versenden, und sie daran erinnern, dass das Präsenzseminar auf die Inhalte des Lernprogramms aufbaut.“

Das Lernprogramm „Business Etikette“ zeigt beispielsweise die einzelnen Lerneinheiten in Form von unterhaltsamen Video-Einspielungen und unterstützt sie durch konkrete Praxistipps. (Quelle: Insys 2008)

› MULTIMEDIAL UND SPIELERISCH ZUM LERNERFOLG

Auch Sabine Schwind von Egelstein vermittelt ihre Benimm-Tipps im Unternehmen virtuell im Rahmen des Lernprogramms „Business Etikette“. In Form von Video-Einspielungen unterstützt sie die Lerneinheiten in unterhaltsamer Form durch Praxistipps. „Der erhobene Zeigefinger ist out“, weiß Berthold Helmes, Geschäftsführer des E-Learning-Produzenten Insys, der „Business Etikette“ entwickelt hat. „Unterhaltsame Gesamtkonzeptionen, die Wissen in multimedialen Präsentationen und spielerisch vermitteln, sind die einzige Möglichkeit, um Mitarbeiter zu einer aktiven Teilnahme an PC-basierten Weiterbildungsmaßnahmen zu motivieren.“ Für Daniela Häfner von der Münchener Rückversicherung ist darüber hinaus der Grad der Aktivität, den ein Lernprogramm von seinem Anwender fordert, zentraler Beurteilungsaspekt.

› CHANGE MANAGEMENT IM VIRTUELLEN RAUM

„Von den Präsenz-Seminaren wissen wir seit langem, dass Frontal-Unterricht den Lernenden zu Passivität verleitet und Lernen erschwert. Deshalb achten wir bei Lernprogrammen, die wir für Unternehmen lizenzieren oder entwickeln lassen, darauf, dass der Nutzer aktiv in den Lernprozess eingebunden wird, zum Beispiel, indem er sich Informationen selbst beschaffen muss, zwischendurch Fragen beantwortet oder spielerisch sein eigenes „Wissenskonto“ verwaltet.“

Besonders konsequent wurde dieser Ansatz in dem System „Change Management“ umgesetzt, denn es fordert nicht nur bei seiner Bearbeitung einen hohen Grad an Selbständigkeit und Eigeninitiative, sondern vereint derartige Merkmale im gesamten Seminarkonzept. „Change Management“ soll Führungskräften im Unternehmen erleichtern, Veränderungsprozesse zu initiieren oder zu begleiten. Ein Lernziel lautet deshalb, gewohnte Verhaltensmuster zu durchbre-

chen und zu hinterfragen. „Wer mit unserem Lernsystem zu arbeiten beginnt, wird gleich zu Anfang mit einer spielerischen Herausforderung konfrontiert: Die Funktionen der linken und rechten Maustaste werden vertauscht, so dass sich der Lernende auf eine neue Bedienung einstellen muss, um im Programm navigieren zu können. Aber natürlich nur für ein paar Seiten“, erklärt Uwe Katzky von der Bremer Niederlassung von Ray Sono. „Change Management“ entstand aus einer E-Learning-Anwen-



Daniela Häfner
von der Stabsstelle Personalentwicklung der Münchener Rückversicherungsgesellschaft.

derung für die Führungsakademie der Deutschen Bundeswehr, wo es die Probleme von Transformationsprozessen in der militärischen Hierarchie anhand konkreter Beispiele aufgriff. „In unserer zivilen Version unterstützt Change Management als Lernprogramm in diesem Bereich Führungskräfte bei der generellen Herangehensweise in der Umsetzung von Strategien, Strukturen, Systemen, Prozessen oder Verhaltensweisen in Unternehmen“, erklärt Uwe Katzky.

› LIZENZPROGRAMME SCHONEN DAS BUDGET

Wohl wissend, dass die Veränderung von Verhaltensweisen zu den schwierigsten Lernerfahrungen des Menschen gehört, wird „Veränderungsmanagement“ nicht als Stand-alone-Lösung angeboten, sondern als vorbereitendes Element eines Gesamttrainings, in dem ein dreitägiger Präsenz-Lehrgang vorgesehen ist. Auch bei der Münchener Rück teilt man die Einschätzung, dass E-Learning im Bereich der Soft Skills mit Präsenz-Phasen kombiniert werden sollte: „Bei jedem Thema, das wir im

Unternehmen vermitteln wollen, stellen wir uns immer wieder die Frage: Auf welche Weise kann der Inhalt am besten weitergegeben werden? Lernprogramme können dazu beitragen, Reisekosten zu reduzieren oder dafür Sorge zu tragen, dass alle Mitarbeiter vor Beginn eines Präsenz-Seminars auf demselben Wissensstand sind. Aber der „Lehrer“ bleibt trotzdem ein Computer, und in den meisten Fällen ist deshalb ein ergänzendes Training in einer Gruppe oder mit einem Coach angebracht“,



Uwe Katzky
von der Bremer Niederlassung von Ray Sono, das internetbasierte elektronische Geschäftsabläufe entwickelt, implementiert und betreut.

meint Daniela Häfner. Auch der Preis spielt im Gegensatz zum Boom der 90er Jahre eine Rolle: 20.000 bis 35.000 Euro kostet die Produktion einer E-Learning-Stunde im Durchschnitt. Darum gehen viele Unternehmen inzwischen den Weg der Lizenzierung von Standard-Programmen wie „Business Etikette“ oder „Change Management“, deren Inhalte in allen Branchen und beruflichen Situationen Anwendung finden können. Auch Autorensysteme, mit denen Unternehmen in der Lage sind, ihre Lernprogramme selbstständig mit neuen Inhalten zu befüllen, sind inzwischen verbreitet. Nach Ansicht von Insys-Geschäftsführer Berthold Helmes bieten sie aber oft zu wenig Flexibilität im Bereich der didaktischen Aufbereitung. „Besser ist es, wenn sich mehrere Unternehmen – beispielsweise aus einer Branche – zusammenschließen und ein für sie wichtiges Thema in ein standardisiertes Lernprogramm umsetzen. Dieses kann dann mit wenig Aufwand an die Anforderungen und Inhalte jedes einzelnen Unternehmens angepasst werden.“ ■

› Kennziffer: ECM15161