Der rechte Umgang mit Stakeholdern

Roundtable

„Anwendung – Anbieter – Wissenschaft“

Prof. Dr. Andrea Back

Meine Sicht als Vertreterin aus der Wissenschaft:

Aus unseren Arbeiten im Learning Center

Newsletter E-Learning:

Newsletter E-Learning 4/2003, 3. Jahrgang
Learning Center
Lehrstuhl Prof. Dr. Andrea Back
Universität St. Gallen
ISSN 1660-5039
2.100 Abonnenten

1. Kolumne des Monats

2. Nachrichten aus aller Welt

E-Learning: Skeptische Manager
Eduventures: E-Learning-Investitionen bleiben
E-Learning in den Fachhochschulen - erste R
Akquisitionsprozess von PlaceWare durch Mic
Erfolg von E-Learning-Programmen messen

Publikationen:

Fragestellungen

1. Anspruchsgruppen

- **Wer** sind die Stakeholder ?
- **Was** sind ihre Ansprüche ?
- **Wer** können diese ermittelt werden ?

1. Stakeholder: Wer – Was – Wie?

**funktionsbedingte
Bedürfnisse**

Finanzen – Leistung - Image

persönliche Bedürfnisse

*Macht – Zielerreichung – Kontakt –
Anerkennung – Ordnung - Sicherheit*

Fragestellungen

2. Management der Veränderung

- **Was** sind die zentralen **Erfolgsfaktoren** ?

2. Change Management

E-Learning-Referenzmodell

E-Learning-Strategien

Methoden für
Lernprozesse

Lerntechnologien
und Lernsysteme

Management
der Veränderung

Aspekte zum Management der Veränderung

Erfahrungswissen

Erfahrungslücken

- **Projekt-Management bei der Content Produktion, Einführung und Nutzung von CBT/WBT**
- **Evaluation von E-Learning-kursprojekten**

• **E-Learning Readyness**

• **Kommunikationskonzept (Aufklärung, Akzeptanz)**

• **Team „Match-Making“: HR, IT, OE, WM**

• **Angebots- und Anreizstrukturen von E-Learning**

• **Unternehmertum**

„Match-Making“: Ohne „Miteinander Reden“ keine Strategieintegration

IKT: Informations- und
Kommunikationstechnik
WM: Wissensmanagement

Fragestellungen

3. Kommunikation

- **Welche** Kanäle bieten sich für eine Kommunikationspolitik an ?

eLearning-Strategieprozess: Strategiekommunikation

Strategiekommunikation und Messung: Ursache-Wirkungsketten in der BSC

Arveson 1999

Wirkungskette Produktschulung im Verkauf

Fragestellungen

4. Themen

- **Welche Themen** sollten in diesen Kommunikationskanälen aufgegriffen werden ?

Themen für Kommunikation

Aufklärung

Akzeptanz durch
**Kundennutzen-
Orientierung**

- persönlicher Erfolg
- Unternehmenserfolg

Kommunikations- und Lernprozesse bis zum Erfolg

Die strategischen Ziele effektiv umsetzen

Workforce Trends 2006

Through 2006, 30% of the Global 2000 enterprises will adopt an explicit strategy to support a highly distributed, connected and autonomous workforce...

and

...people will spend 70% of their time working collaboratively – and not necessarily face-to-face.

Gartner

Institut für Wirtschaftsinformatik
Institut für Wirtschaftsinformatik

Quelle: Bell, M; Hayward, S.; Tunick M. D.; Murphy, K.; Young, C.:
The agile workplace report: Gartner presents conclusions;
Research Note SPA-15-5232; Gartner Inc, 7. May 2002.

E-Learning ist vor allem ...

Mensch-zu-Mensch-Kommunikation ...

... nicht Mensch-Maschine-Kommunikation

5. Commitment

- **Welche Massnahmen** zur Gestaltung eines Commitments haben sich bewährt ?

Lernen und Wissensentwicklung als Geschäftsprozess behandeln

Fazit: eLearning auf der nächsten Stufe

Anliegen von:

Ausbilder	CLO/CKO	CEO
	Business Engineers	