

Interne Kommunikation – ein zentraler Baustein bei der Einführung neuer Lernmethoden

Wie kann die Akzeptanz von eLearning-Projekten gesteigert werden? In vielen Unternehmen eine zentrale Frage, die oftmals auf unterschiedliche Arten beantwortet werden kann. Gutes Stakeholdermanagement kann sich beispielsweise ebenso positiv auf die Akzeptanz von eLearning-Projekten auswirken wie praxisrelevante Lerninhalte oder eine intuitive Bedienung. Ein in der Regel vernachlässigter Aspekt zur Akzeptanzförderung ist die interne Kommunikation. Warum und wie interne Kommunikation bei eLearning-Projekten stärker berücksichtigt werden sollte, behandelt der Workshop von Frau Ariana Fischer auf der LEARNTEC 2016.

eLearning Journal: Guten Tag Frau Fischer. Können Sie sich zunächst kurz vorstellen?

Ariana Fischer: Gern! Ich bin Diplom-Kauffrau, Kommunikationsberaterin sowie ausgebildete systemische Organisationsentwicklerin und seit vielen Jahren in der internen und externen Kommunikationsberatung von Großunternehmen aktiv. Schwerpunkte meiner Arbeit sind das Messen und Steuern von Unternehmenskommunikation sowie die Entwicklung von individuell angepassten, analytisch und betriebswirtschaftlich fundierten Konzepten für die jeweilige Herausforderung, wie z.B. die Begleitung von Veränderungsprozessen. Meine Leidenschaft ist die interne Kommunikation verbunden mit der richtigen Vorgehensweise, wie Mitarbeiter kommunikativ einzubinden und zu motivieren sind.

Ich bin Inhaberin von ARIANAFISCHER Kommunikationsberatung & Organisationsentwicklung mit Sitz in Hochheim am Main und Referentin für Kommunikationsmanagement an verschiedenen Akademien in Berlin, u.a. depak Deutsche Presseakademie und SCM School for Communication and Management.

eLearning Journal: In Ihrem Workshop auf der LEARNTEC geht es um das Thema „Interne Kommunikation für die erfolgreiche Einführung von E-Learning-Projekten“. Wie führen Unternehmen Ihrer Erfahrung nach neue E-Learning-Projekte typischerweise ein und wie erfolgreich sind Unternehmen in der Regel damit?

Ariana Fischer: Die Einführung von E-Learning-Projekten erfolgt natürlich nicht von heute auf morgen, sondern basiert auf Überlegungen und Planungen, die je nach Größe des Unternehmens und Komplexität der Lernmaßnahme mehr oder weniger umfangreich sind. Sie sind das Ergebnis einer Business Strategie, auf deren Grundlage die dazu notwendigen Entwicklungs- und Umsetzungsschritte stattfinden. Dazu zählen idealtypisch die Bedarfsanalyse (welche Weiterbildung ist notwendig?), die Konzepterstellung (welche Inhalte, Methodiken, Ressourcen etc. werden benötigt?), die konkrete Umsetzungsplanung (welche

Technik, Zeitplan, Beteiligte, konkrete Aktivitäten etc. braucht man zur Umsetzung?) und schließlich die Implementierung und Durchführung. In der Realität kommt es aber schon vor, dass die Komplexität solcher Projekte unterschätzt wird: So werden z.B. einzelne Projektschritte übersprungen oder nicht alle Beteiligten mit einbezogen. Knackpunkt dabei ist häufig eine unzureichende interne Kommunikation, die einerseits frühzeitig für Akzeptanz sorgt und Widerstände in der Belegschaft aufdeckt und hilft, sie zu beseitigen, und andererseits auch nachhaltig wirkt, d.h. auch während der Durchführung anhält und zur Motivation beiträgt.

eLearning Journal: Welche Rolle spielen Stakeholder, insbesondere die Lerner, bei der Einführung von E-Learning-Projekten?

Ariana Fischer: Die Lerner stehen natürlich im Mittelpunkt der Lernmaßnahme. Sie müssen verstehen, was genau von ihnen verlangt wird und von der Lernmaßnahme überzeugt sein. Wichtig für den Erfolg ist allerdings nicht nur, sich die Rolle des Lerners anzuschauen, sondern auch die Rollen der übrigen Stakeholder genauer zu analysieren. Der direkte Vorgesetzte spielt dabei z.B. eine zentrale Rolle, da er die wichtigste interne Informationsquelle für die Mitarbeiter ist. Deshalb gilt wie bei allen Veränderungsprozessen, gerade die Führungskräfte vom Nutzen der Lernmaßnahme zu überzeugen und sie in ihrer Rolle als Kommunikatoren zu stärken. Da neue Lernmethoden mit Kulturveränderungen zu tun haben, sollten die Führungskräfte eine aktive Rolle erhalten und bei der Entwicklung der Lernmethoden einbezogen werden.

eLearning Journal: Wie kann interne Kommunikation die erfolgreiche Einführung von E-Learning-Projekten unterstützen?

Ariana Fischer: Die interne Kommunikation sollte von Anfang an bereits bei der Strategieentwicklung der Lernmethode berücksichtigt werden. Je eher die Betroffenen über die Umsetzung informiert und daran beteiligt werden, desto besser können die Unter-



Donnerstag | 28.01.2016 | 11:00-12:30 Uhr

LEARNTEC -KONGRESS

Workshop: Interne Kommunikation für die erfolgreiche Einführung von E-Learning-Projekten

Referentin: Ariana Fischer, Kommunikationsberatung & Organisationsentwicklung

Ort: Messe Konferenz Center | Konferenzraum 10/11

nehmen auf mögliche Widerstände eingehen. Oftmals haben diese mit Ängsten vor dem Umgang mit neuen Lernmethoden zu tun oder mit Frustration, weil angenehme „Privilegien“ entfallen, wie z.B. das Reisen zu Seminaren. Offenheit, Transparenz und Dialogbereitschaft in der Kommunikation bezeugen, dass das Unternehmen diese Befürchtungen ernst nimmt.

eLearning Journal: Welchen Stellenwert räumen Unternehmen Ihrer Erfahrung nach interner Kommunikation bei der Einführung neuer E-Learning-Projekte ein?

Ariana Fischer: Leider häufig einen zu geringen. Das hat u.a. damit zu tun, dass die kommunikativen Herausforderungen bei der Einführung von neuen Lernmethoden gern unterschätzt werden. Die Entscheider und Projektverantwortlichen beschäftigen sich im Vorfeld zur Entscheidung intensiv mit der Frage, warum eine E-Learning-Maßnahme sinnvoll ist und was sie leisten soll. Nun offenbaren sich plötzlich bei der Einführung Widerstände, mit denen keiner gerechnet hat.

So wächst die Frustration bei den Beteiligten, gleichzeitig verzögert sich der gewünschte Erfolg. Die Ursachenforschung zeigt, dass die mangelnde Akzeptanz häufig weniger am Verständnis für eine Lernmaßnahme an sich liegt, sondern vielmehr mit einer unzureichenden Beteiligung der Betroffenen und der internen Kommunikation zu tun hat. Während die Entscheider selbst einen intensiven Abwägungsprozess durchlaufen, bis es zu einer finalen Entscheidung kommt, erhalten die Betroffenen zu wenig Informationen und Dialogangebote.

eLearning Journal: Wie sieht Ihrer Meinung nach eine erfolgsversprechende Kommunikationsstrategie zur Einführung von E-Learning-Projekten aus?

Ariana Fischer: Zu einer erfolgsversprechenden Kommunikationsstrategie zählt bei der Einführung ein gut aufeinander abgestimmter interner Medienmix bestehend aus Informationsmaterial, das die neuen Lernmethoden anschaulich erklärt, und sowohl in Print als auch elektronisch angeboten werden kann. Die Inhalte sollten sich nicht nur auf die Vermittlung von reinen Fakten beziehen, sondern interaktive Elemente und Geschichten im Sinne des Story Telling beinhalten. Dazu eignen sich ergänzend z.B. Dialogveranstaltungen oder Workshops mit Mitarbeitern. Auf diese Weise werden emotionale Anker gesetzt, die für den Umsetzungserfolg von Bedeutung sind. Darüber hinaus gilt es, wie bereits erwähnt, die Führungskräfte in die kommunikativen Aufgaben mit einzubeziehen. Wenn die Vorgesetzten von der Lernmaßnahme überzeugt sind, können sie bei Widerständen schnell und direkt reagieren. Das ist v.a. dann wichtig, wenn die Lernmaßnahme länger andauert. Denn nicht nur die Einführung sollte kommunikativ begleitet werden, sondern auch bei der Durchführung anhalten. Dazu zählt auch die kontinuierliche Evaluation, um die Kommunikationsmaßnahmen frühzeitig steuern und ggf. justieren zu können.

eLearning Journal: Zum Abschluss: Warum sollte man Ihren Workshop auf der LEARNTEC 2016 auf keinen Fall verpassen?

Ariana Fischer: Weil interne Kommunikation Akzeptanz schafft und dazu beiträgt, kostenintensive Verzögerungen zu vermeiden! In meinem Workshop werde ich zunächst in einem Impulsvortrag die verschiedenen Kommunikationsphasen und geeignete Maßnahmen präsentieren. Darauf aufbauend erarbeiten die Teilnehmer anhand von Leitfragen erste Bausteine eines Kommunikationskonzepts und diskutieren Erfolgskriterien und Stolpersteine bei der Umsetzung.

KONTAKT

Ariana Fischer
Inhaberin

ARIANAFISCHER
Kommunikationsberatung &
Organisationsentwicklung

www.ariana-fischer.de

