

Die Zielgruppen

Technologiegestütztes Lernen wird heute grundsätzlich von allen Zielgruppen in Unternehmen genutzt. Bei der Entscheidung, ob sich neue Lernmedien für eine bestimmte Zielgruppe eignen, orientiert man sich in der Regel an zwei Fragestellungen, die unmittelbar mit den Bedürfnissen und Erfahrungen der Zielgruppe verbunden sind: Das ist zum einen die Frage, inwieweit die Zielgruppe in der Lage ist, selbstorganisiert zu arbeiten und zu lernen oder ob sie durch ein Thema bzw. Lernprogramm geführt werden muss. Expertinnen und Experten, die eher informell lernen, nutzen dabei zum Beispiel Social-Media-Plattformen und Communities im Internet. Ihnen gegenüber stehen Neueinsteiger/inn/en in ein Themengebiet, die ein formales, strukturiertes Trainingsangebot in Form eines Web-Based Training vorziehen (Rosenberg, 2006, 94). Das ist zum anderen die Frage, welche Erfahrungen die jeweilige Zielgruppe mit Formen des technologiegestützten Lernens besitzt. Hier sind sowohl Medien- wie Lernkompetenzen der Mitarbeitenden angesprochen, mittelbar aber auch die organisatorischen und lernkulturellen Rahmenbedingungen, die das technologiegestützte Lernen im Unternehmen fördern oder behindern können. Zuletzt: Technologiegestützte Lernangebote müssen sich nicht ausschließlich an die eigenen Mitarbeitenden richten. Viele Unternehmen haben zum Beispiel E-Learning als Vertriebs- und Marketinginstrument entdeckt und beziehen Vertriebspartner/innen, Lieferantinnen und Lieferanten sowie die Endkundinnen und -kunden in ihre Bildungsprozesse ein (auch: „Customer-Focused E-Learning“ oder „EduCommerce“; Montandon, 2004; Stoller-Schai, 2012).

“

!

Grundlage des Einsatzes von Bildungstechnologien sind Zielgruppenanalysen, welche die Lern- und Medienkompetenzen von Mitarbeitenden berücksichtigen.

Revision #3

Created 28 February 2025 21:17:11 by Bernd Grabner

Updated 13 February 2026 14:21:07 by Github Admin