

## Inhaltsverzeichnis

<b>A. e-Learning als Innovation im Bildungsbereich</b> .....	21
I. e-Learning als neuer Antriebsmotor in der Bildungsbranche .....	21
II. Verbreitung und Akzeptanz als Gegenstand der Arbeit.....	23
1. e-Learning und elektronische Bildungsmaßnahmen.....	25
2. Weiterbildung in Wirtschaftsunternehmen.....	28
3. Verbreitung und Akzeptanz.....	29
III. Ziele und Aufbau der Arbeit.....	34
<b>B. Die Verbreitung von e-Learning in Wirtschaftsunternehmen</b> .....	37
I. Eigenschaften und Formen von e-Learning.....	37
1. Strukturierungsraster und Eigenschaften von e-Learning-Formen .....	38
2. Darstellung ausgewählter e-Learning-Formen .....	41
a) Computer Based Training (CBT).....	42
b) Web Based Training (WBT) .....	43
c) Virtual Classroom .....	44
d) Business TV .....	45
II. Weiterbildung als Einsatzfeld von e-Learning.....	46
1. Qualifikation als entscheidendes Ziel betrieblicher Weiterbildung .....	46
2. Weiterbildungsformen und zukünftige Entwicklungen der Weiterbildung .....	48
3. „Corporate Universities“ als maßgebliche Einsatzbereiche von e-Learning in Wirtschaftsunternehmen .....	53
<b>C. Empirische Analysen der Verbreitung von e-Learning</b> .....	59
I. Bisherige empirische Befunde zur Verbreitung.....	59

1.	Darstellung bisheriger empirischer Forschungsergebnisse.....	59
2.	Analyse der bisherigen empirischen Forschungsergebnisse zur Verbreitung von e-Learning und Ableitung von Forschungsfragen .....	71
II.	Verbreitung von e-Learning bei CDAX-Unternehmen.....	74
1.	Darstellung des Forschungsdesigns.....	74
a)	Fragebogenaufbau und Grundgesamtheit.....	75
b)	Vorbereitung und Durchführung der Erhebung.....	77
c)	Datenaufbereitung und Rücklaufanalyse.....	81
2.	Vergleich der Einsatzfelder von e-Learning zwischen großen und kleinen CDAX-Unternehmen.....	90
a)	Charakteristika der befragten Unternehmen.....	91
b)	Unterschiede zwischen großen und kleinen Unternehmen bezüglich Lernformen, Zielgruppen und Schulungsinhalten des Einsatzes.....	91
c)	Der Entstehungsprozess .....	98
d)	Erwartungen und Probleme der Einführung.....	103
3.	Erfolgsanalyse des e-Learning-Einsatzes .....	107
a)	Analyse erfolgsbeeinflussender Faktoren in der Innovationsforschung.....	107
b)	Operationalisierung der abhängigen Variablen „Erfolg des e-Learning-Einsatzes“ und ihre Ausprägung bei großen und kleinen Unternehmen .....	109
c)	Determinanten des Einsatzenerfolgs von e-Learning.....	111
d)	Empirische Ergebnisse und Ableitung von Forschungshypothesen ....	118
<b>D.</b>	<b>Theoretische Analyse der Akzeptanz von e-Learning .....</b>	<b>123</b>
1.	Mangelnde Akzeptanz als Innovationshemmnis.....	123
II.	Dimensionen der Akzeptanz.....	126
1.	Darstellung des Akzeptanzbegriffs.....	126
a)	Arbeitswissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Ansätze .....	126
b)	Eine ökonomische Begriffsbestimmung im Hinblick auf elektronische Weiterbildung .....	129
2.	Analyse von Akzeptanzmodellen .....	132

a) Input-Modelle der Akzeptanz.....	133
b) Input/Output-Modelle der Akzeptanz.....	136
c) Rückkopplungsmodelle der Akzeptanz.....	140
III. Modell zur systematischen Analyse der Akzeptanz von e-Learning .....	144
1. Darstellung von Einflussgrößen auf die Akzeptanz von e-Learning .....	144
a) Personenbezogene Einflussgrößen der Akzeptanz von e-Learning ....	145
b) Unternehmensbezogene Einflussgrößen der Akzeptanz von e-Learning.....	146
c) Innovationsbezogene Einflussgrößen der Akzeptanz von e-Learning.....	149
2. Gesamtmodell der Akzeptanz von e-Learning in Wirtschaftsunter- nehmen als Basis zur Ableitung von Hypothesen.....	151
<b>E. Empirische Analyse der Akzeptanz von e-Learning .....</b>	<b>159</b>
I. Darstellung des Forschungsdesigns.....	159
1. Fragebogaufbau und Grundgesamtheit.....	159
2. Vorbereitung und Durchführung der Erhebung.....	163
3. Datenaufbereitung und Rücklaufanalyse.....	165
II. Deskriptive Analyse der befragten Zielgruppe .....	169
1. Deskription personenbezogener Einflussgrößen.....	170
a) Allgemeine Persönlichkeitsmerkmale sowie Aspekte der Technik- affinität.....	170
b) Lernstil und sonstige entscheidungsbestimmende Faktoren bei einem Lernvorhaben.....	172
2. Deskription unternehmensbezogener Einflussgrößen.....	175
a) Allgemeine Unternehmensmerkmale sowie generelle Weiter- bildungsaspekte im befragten Personenkreis.....	175
b) Einführungs- und Unterstützungsmaßnahmen der Unternehmen sowie Anwendungssituation von e-Learning .....	178
3. Deskription innovationsbezogener Einflussgrößen .....	181
4. Akzeptanz von e-Learning bei den Befragten .....	183
III. Multivariate Analyse des Akzeptanzmodells von e-Learning .....	186

1. Darstellung der Operationalisierung und Indexbildung.....	186
a) Operationalisierung und Indexbildung auf Seiten der abhängigen Variablen.....	187
b) Operationalisierung und Indexbildung auf Seiten der unabhängigen Variablen.....	189
2. Multivariate Analyse .....	197
a) Die Methodik geordneter Wahrscheinlichkeitsmodelle .....	199
b) Multivariate Analyse der derzeitigen Nutzung von CBT/WBT .....	202
c) Interpretation der Ergebnisse zur derzeitigen Nutzung von CBT/WBT.....	211
d) Multivariate Analyse der Nutzungsabsicht von CBT/WBT .....	221
e) Interpretation der Ergebnisse zur Nutzungsabsicht von CBT/WBT....	229
3. Zusammenfassung der multivariaten Ergebnisse.....	239
<b>F. Fazit und Ausblick.....</b>	<b>244</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>247</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>303</b>
<b>Sachregister .....</b>	<b>319</b>