

Learning findet ein Umdenken statt: Statt Bottom-up-Experimenten wird immer mehr der hochschulweite Einsatz von E-Learning basierend auf einer hochschulübergreifenden Strategie propagiert.

Im Organisationsentwicklungsprozess wird die strategische Ausrichtung allerdings zumeist erst nach technischen und didaktischen Fragen thematisiert (Collis & van der Wende, 2002). Eine umfassende E-Learning Strategie sollte jedoch die vier Felder Didaktik, Technik, Organisation, Ökonomie und Kultur umfassen (Seufert & Euler, 2004).

Kerres definiert vier zentrale Ziele einer E-Learning Strategie (Kerres, 2001):

1. Reform und Verbesserung der Lehre (Inhalte und Methoden),
2. Nachhaltige Entwicklung, Produktion und Distribution von mediengestützten Lehrangeboten nach mediendidaktischen Aspekten,
3. Entwicklung der strukturellen und personellen Voraussetzungen zur Umsetzung der Medienstrategie (Organisations- und Personalentwicklung durch Qualifizierung oder Umstrukturierung),
4. Ausbau und Sicherung der Infrastruktur (Hard- und Software, Dienstleistungen für Einrichtung, Wartung und Pflege).

E-Learning stellt hier die Initialzündung für weiterreichende Veränderungen dar, z.B. was die Lehr- und Lernkultur aber auch sich daraus ergebende Geschäftsmodelle z.B. im Weiterbildungsmarkt betrifft (Seufert & Euler, 2005).

In Bezug auf die Integration digitaler Medien in die Hochschullehre werden drei Konzepte unterschieden (Bachmann et al, 2002):

I. Anreicherungskonzept:

Ziel: Anreicherung der Präsenzlehre z.B. durch die Bereitstellung veranstaltungsbegleitender Materialien.

II. Integrationskonzept:

Ziel: Die Kombination von online und Präsenzphasen, Integrativer Einsatz beider Veranstaltungsformen

III. Virtualisierungskonzept:

Ziel: Vorrangig netzbasierte Veranstaltungen mit hohem online Anteil und ggf. mit tutorieller Betreuung.

In einer Hochschule können für verschiedene Ebenen unterschiedliche Strategien bestehen. Neben einer gesamtuniversitären Strategie kann es Teilpläne für Fachbereiche oder einzelne zentrale Einrichtungen (wie Bibliothek, Medienzentrum, Hochschulverwaltung) geben. Während ein Fachbereich sich für das Anreicherungskonzept entscheidet, kann ein anderer den Virtualisierungsansatz einer einzelnen online Veranstaltung umsetzen (Bremer, 2004). Wichtig ist, dass die einzelnen Strategien mit der Gesamtstrategie nicht kollidieren. Bei der Strategieentwicklung muss immer beachtet werden, dass sie zentrale und dezentrale Interessen berücksichtigt.

Kritische Faktoren bei der Strategieentwicklung

Mögliche Fehler bei der Entwicklung einer Medienstrategie (vgl. Kerres, 2005):

Der Aufbau der technischen Infrastruktur wird nicht in Bezug auf didaktische Konzepte konzipiert.

- Bei der Anschaffung werden konkrete Nachfrage und Einsatzgebiete zu wenig berücksichtigt.
- Produkte werden entwickelt, deren nachhaltige Nutzung fraglich ist.
- Strategien in der Mediendistribution werden zu spät aufgebaut.
- Die erforderlichen Serviceeinrichtungen zur Unterstützung bei medienunterstützten Lehr- und Lernszenarien sind nicht verfügbar oder die Dienste werden intransparent dargestellt.
- Interne und externe Kooperationen werden zu wenig verfolgt.

Die E-Learning-Strategie kann innerhalb eines Medienentwicklungsplans operationalisiert werden.

Beispiele:

- Auskunft über die strategische Anbindung von E-Learning, die Initiatoren, die Kernelemente, die Zuständigkeiten und die Ansatzpunkte für die Implementierung der Strategie geben verschiedene Hochschulen in den Fallstudien.
- Hier finden Sie die aktuelle E-Learning Strategie der Universität Zürich.
- Innerhalb des Auftragsprojekts "Strategie und Umsetzung des Einsatzes neuer Medien in der Lehre - nml-nib" wurden die E-Learning Strategien österreichischer Hochschulen erhoben. Die Dokumentation des Projekts zeigt wichtige strategische Aspekte von E-Learning auf, die innerhalb einer Strategie dargestellt werden sollten.
- Unter http://www.nml.at/projekte_fhcluster.html/ verbirgt sich ein vom bm:bwk gefördertes Projekt zur Umsetzung von E-Learning Strategien an österreichischen Fachhochschulen. Ziel ist es für die jeweilige Institution ein passendes Konzept zu entwickeln.

Letzte Änderung: 16.06.2015

Zitation

e-teaching.org (2015). E-Learning-Strategie. Zuletzt geändert am 16.06.2015. Leibniz-Institut für Wissensmedien: https://www.e-teaching.org/projekt/organisation/organisationsentwicklung/strategie/e-learning-strategie/index_html. Zugriff am 26.10.2021

Barrierefreiheit [Direkt zum Inhalt](#) [Übersicht](#) [Erweiterte Suche](#) [Direkt zur Navigation](#) [Kontakt](#)