



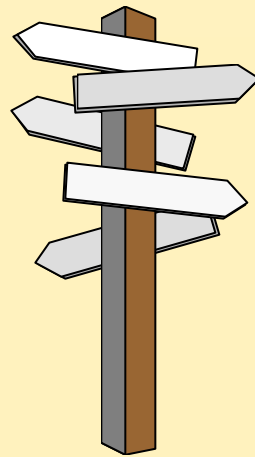
Ergebnispräsentation der SAS e-learning Umfrage

Durchgeführt von
Nicole Flindt (Doktorandin bei SAS Deutschland)

im Auftrag von
Norbert Seibel (Betreuer bei SAS D, PSD/Training)

The Power to Know.

I. Vorgehen und Methodik



Definition e-learning für die Umfragen

Unter e-learning versteht man

ein **Schulungsangebot**, das im Gegensatz zu einer Präsenzveranstaltung entweder

- online im Internet oder
- auf CD

zur Verfügung steht.

Vorteile e-learning

Häufig in der Literatur genannte Vorteile von e-learning:

- ✍ Just-in-time Lernen (zeitunabhängig)
- ✍ Just-in-place Lernen (ortsunabhängig)
- ✍ Effektiver Wissenstransfer (Lernsituation+Umgebung stimmen)
- ✍ Hohe Aktualität (bes. bei Internet e-learning Angeboten)
- ✍ Kostenreduktion

1. Ziele der e-learning Umfragen

- ✍ Nutzung der Umfrageergebnisse als Instrument zur **Entwicklung eines e-learning Prototyps**
- ✍ **Kundenwünsche und –bedürfnisse** sollen bei der Entwicklung von SAS e-learning Angeboten berücksichtigt werden
- ✍ **Vorteil: Optimiertes SAS e-learning Angebot für zufriedene Kunden**

2. Schwerpunkt der Analyse

Hauptfokus:

Kundenanforderungen an ein optimales SAS e-learning Angebot erurieren

Leitfrage: Wenn Sie erfolgreich einen SAS Online Kurs absolvieren möchten, welche Anforderungen stellen Sie an eine solche Schulung?

Ziel: Welche Features brauchen wir, um einen erfolgreichen SAS e-learning Kurs aufzusetzen?

2. Schwerpunkt der Analyse

Fokus: Kundeneinstellungen (1)

Einstellungen zu einem SAS e-learning Angebot

Leitfragen: Würden Sie an einem SAS Online Kurs teilnehmen?
Welche Kurse können Sie sich als Online Angebot vorstellen?

Ziel: Spezielles Interesse an SAS e-learning Angeboten klären

2. Schwerpunkt der Analyse

Fokus: Kundeneinstellungen (2)

Bisherige Erfahrungen und Einstellungen

Leitfrage: Haben Sie bislang schon Erfahrungen mit e-learning gesammelt?

Leitfrage: Wie stehen Sie den neuen Bildungsangeboten (Lernen via Internet / Lernen mit Hilfe von CDs) gegenüber?

Ziel: Bessere Einschätzung der SAS Kunden und der Umfrageergebnisse

2. Schwerpunkt der Analyse

Fokus: Voraussetzungen bei Kunden (1)

Lernvoraussetzungen

Leitfrage: Ist es möglich in Ihrer Abteilung während der Arbeitszeit zu lernen?

Ziel: Liegen gute oder schlechte Voraussetzungen für e-learning am Arbeitsplatz vor?

2. Schwerpunkt der Analyse

Fokus: Voraussetzungen bei Kunden (2)

Technische Voraussetzungen

Leitfragen: Wie werden verschiedene Kommunikationstools (wie email) genutzt? Wie sind die Kunden technisch ausgestattet?

Ziel: Von welchen Voraussetzungen bei den Kunden kann man beim Aufbau eines SAS e-learning Angebots ausgehen?

3. Methodeneinsatz

Datenerhebung

1. Internet-Befragung (06.12.-21.12.01)

- ✍ Versand eines emails an eine bestimmte Anzahl von zufällig ausgewählten SAS Trainingskunden
- ✍ email enthielt Link auf SAS Umfrage im Internet (HTML-Format)



2. Befragung v. Präsenzschnlungsteilnehmern (12.11.-19.12.01)

- ✍ Schriftliche Befragung von SAS Schulungsteilnehmern in Heidelberg und Hamburg



3. Methodeneinsatz

Datenauswertung

1. Internet-Befragung (06.12.-21.12.01)

-  SAS Datenbank im Internet
-  Quantitative Auswertung mit MS Excel

2. Befragung v. Präsenzschnlungsteilnehmern (12.11.-19.12.01)

-  Handauszählung der Fragebögen
-  Quantitative Auswertung mit MS Excel

4. Rücklaufquoten Internet und Präsenzs Schulungen

Teilnahmequote Befragungen insgesamt		
	Teilnahme Internet+Präsenzs Schulungen	Ges. ausgebene Bögen
Häufigkeit	283	627
Prozent	45,14%	100,00%

Hohe Beteiligung (45,14 %) spiegelt das große Interesse an e-learning wieder

4. Rücklaufquoten

Internet

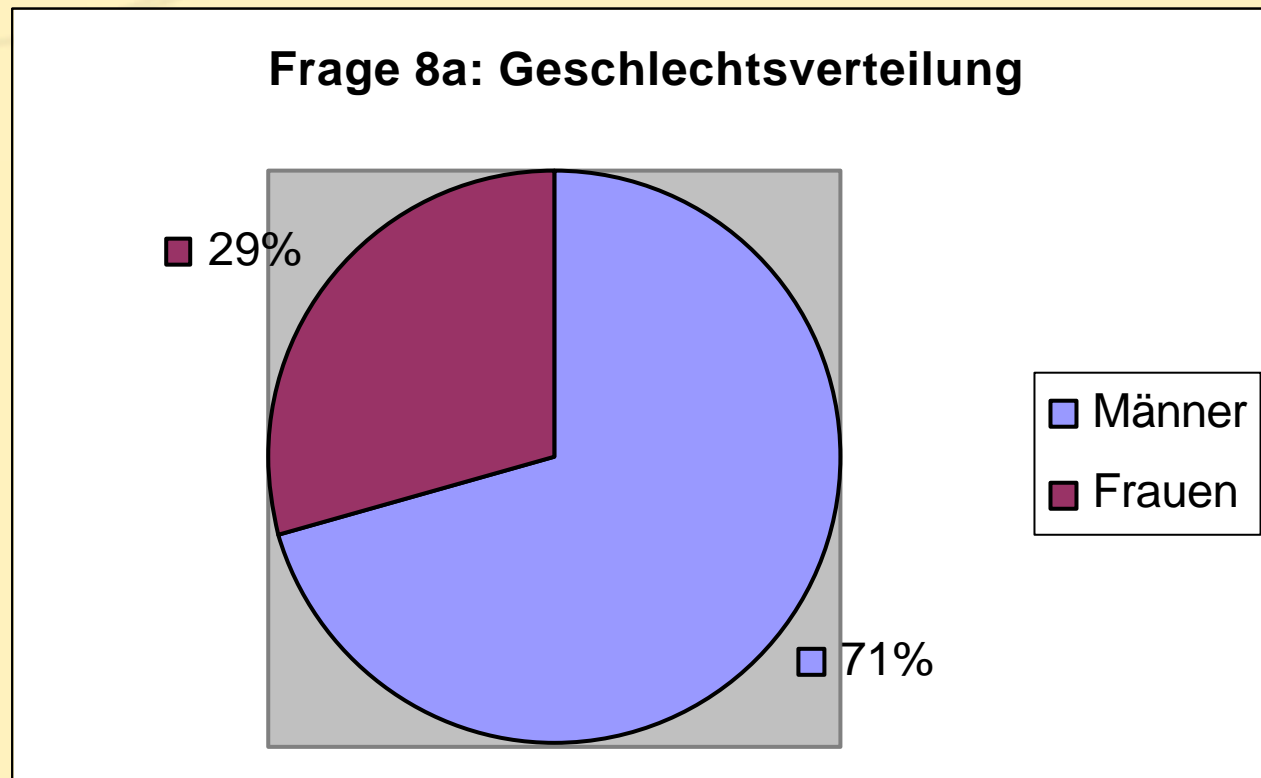
Teilnahmequote Internet-Befragung		
	Rücklauf	Gesamt erreichte Kunden
Häufigkeit	209	547
Prozent	38,21%	100,00%

4. Rücklaufquoten Präsenzs Schulungen

Teilnahmequote Präsenzs Schulungsteilnehmer- Befragung		
	Rücklauf	Ges. ausgegebene Bögen
Häufigkeit	74	80
Prozent	92,50%	100,00%

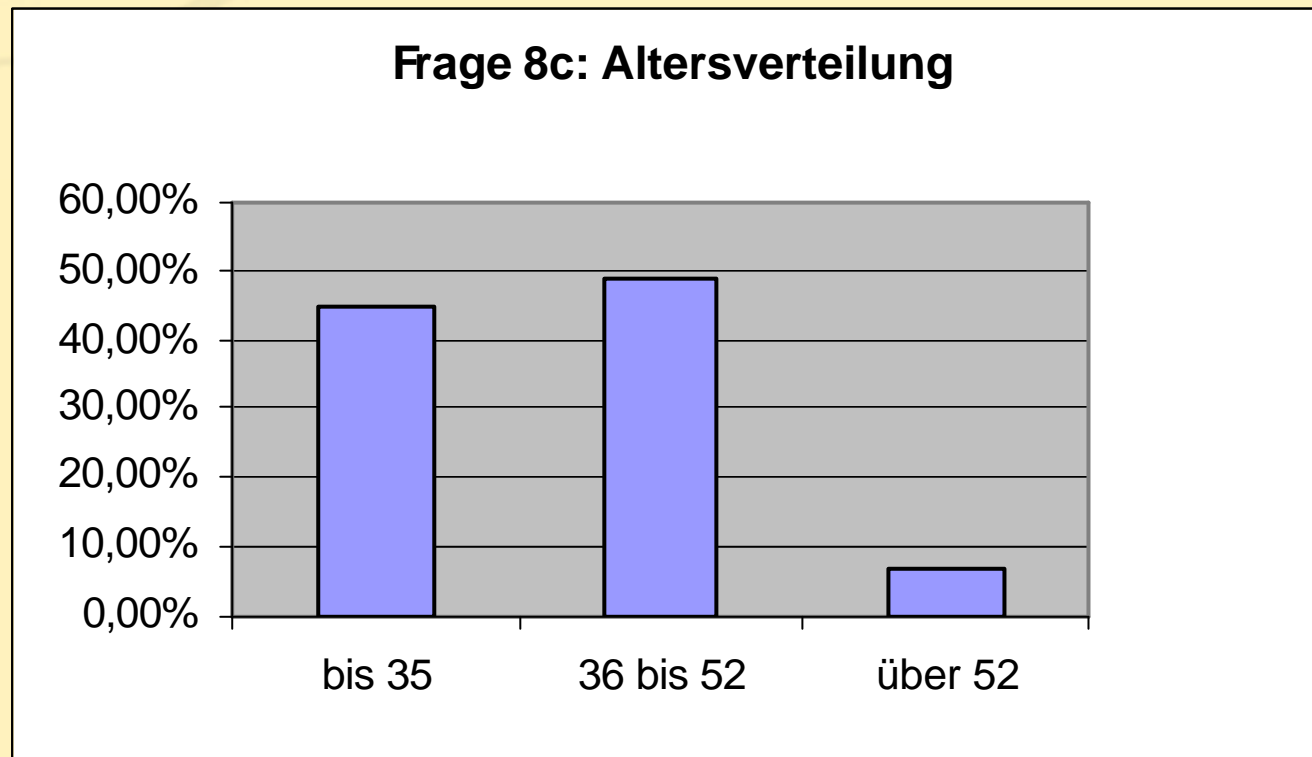
5. Demographische Daten der Umfrageteilnehmer

Geschlechtszugehörigkeit



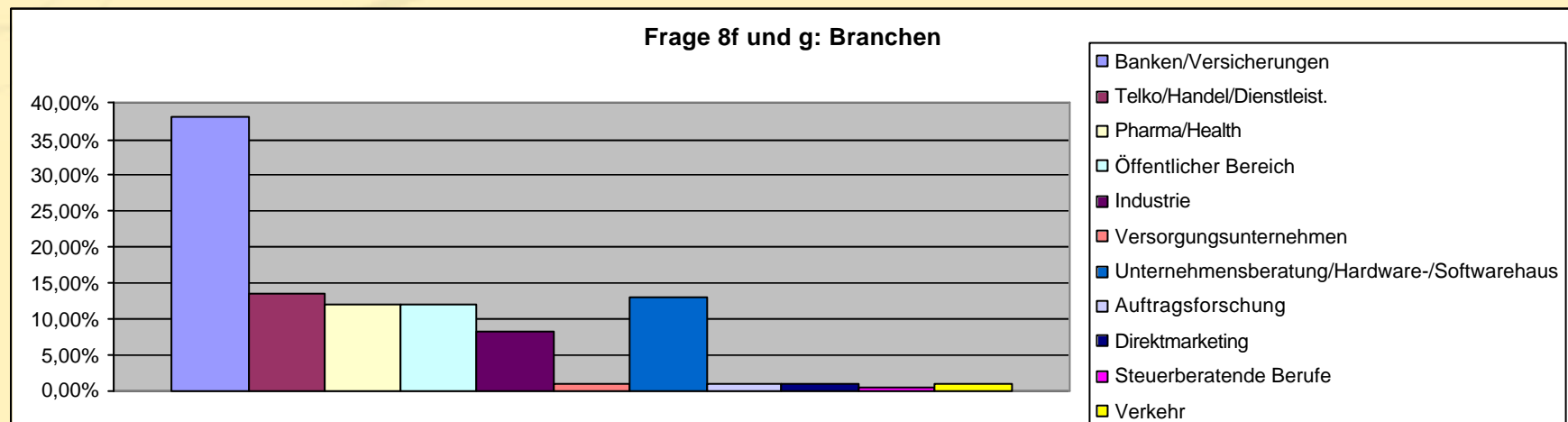
5. Demographische Daten der Umfrageteilnehmer

Alter



5. Demographische Daten der Umfrageteilnehmer

Branchenzugehörigkeit



5. Demographische Daten der Umfrageteilnehmer

Führungsverantwortung / SAS Partner

Führungsverantwortung (f8e)

- ✍ Teilnahme von Führungskräften bei den Umfragen bei 20 %
- ✍ Mehrheitlich (80 %) keine Führungsverantwortung

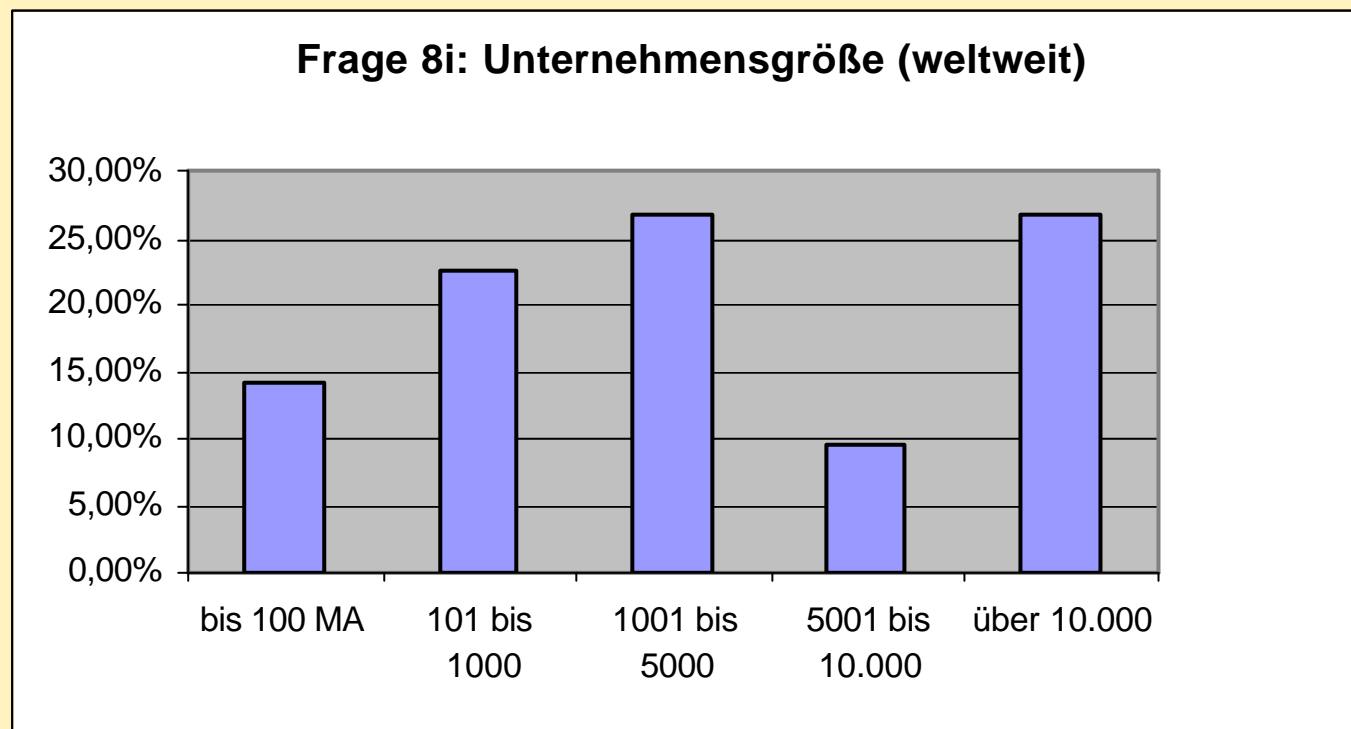
SAS Partner (f8h)

- ✍ Sehr ausgewogenes Verhältnis zwischen SAS Partnern und Non SAS Partnern (SAS Partner: 51 %)
- ✍ Keine Verzerrung der Antworten durch ausschließlich SAS freundliche Partner

5. Demographische Daten der Umfrageteilnehmer

Unternehmensgröße

✍ Gute Mischung bei den Unternehmensgrößen



6. Erfolgsfaktoren für e-learning Angebote

Aussage:

„Didaktische Modelle liefern (...) keine konkreten Handlungsanweisungen, sondern unterstützen den „Designer“ lediglich bei didaktischen Entscheidungen.“

(Bruns/Gajewski, Multimediales Lernen im Netz, S. 13)

6. Erfolgsfaktoren für e-learning Angebote

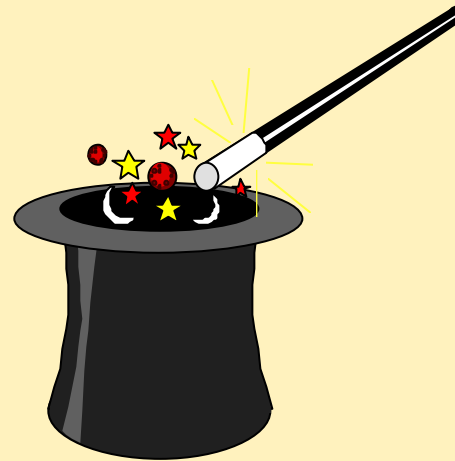
Konstruktivistische didaktische Modelle fordern für die Lernumgebung:

- ✍ **Überblick** über Sachgebiet, ohne daß Lernweg vorgezeichnet wird
- ✍ Angebot eines **zusätzlichen Lernwegs**, der Stoff strukturiert aufbereitet
- ✍ **Handelndes Lernen** wird zur Erarbeitung des Stoffs eingefordert (z.B. in Form von Einstellungen von Dokumenten)
- ✍ **Präsentation** von komplexen Sachverhalten auch in **vereinfachter Form**
- ✍ Angebot von **sinnvollen Problemstellungen**, um Wissensanwendung zu steuern und zu überprüfen
- ✍ **Lernumgebung** ermöglicht Gruppenlernen (z.B. durch Foren) und individuelle Betreuung (z.B. durch Sprechstunden des Tutors, Audiokonferenzen mit Tutor)

6. Erfolgsfaktoren für e-learning Angebote

- ✍ Multimediale Angebote sollen Auseinandersetzung mit Lerngegenstand optimieren
- ✍ **Struktur** und **didaktische Strategie** sowie **Lerninhalte** müssen auch bei e-learning Angeboten das Hauptaugenmerk sein
- ✍ **Aber:** Bei e-learning sind die **Benutzeroberfläche** und die dahinter abgelegte **Struktur** von zentraler Bedeutung: Sie übernehmen wichtige Funktionen im Lernprozess

II. Ergebnisse der e-learning Umfragen



Überblick über die Themengebiete


1. **Bisherige Erfahrungen** der SAS Kunden mit e-learning
2. **Allg. Einstellungen** der SAS Kunden zum Medium e-learning
3. **Spez. Einstellungen** zu SAS Online-Kursangeboten
4. **Anforderungen** an ein SAS e-learning Angebot
5. **Lernsituation** der SAS Kunden in Abteilung/Unternehmen
6. **Lerntypus** der SAS Kunden
7. Nutzung und Zufriedenheit mit verschiedenen **Kommunikationstools**
8. **Technische Voraussetzungen** bei SAS Kunden

1. Bisherige Erfahrungen mit e-learning


Teilnahmen an Internet- und CD-Schulungen (f1a, b)

Bei der Erfahrung mit e-learning zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen WBT und CBT-Kursen:

CBT

 **27 %** der befragten SAS Kunden gaben an, bereits einmal ein CBT absolviert zu haben.

WBT

 Die WBT-Erfahrungen liegen mit knapp **10 %** deutlich tiefer.

1. Bisherige Erfahrungen mit e-learning

Positive Erfahrungen (f1d_pos)

Einige Aussagen aus der Internetbefragung

- ✍ **individuelle Zeiteinteilung** - Wiederholungsmöglichkeit von einzelnen Kapiteln (Aussage Internetbefragung)
- ✍ **Interaktivität** - aktuelles Angebot - erweiterbares Angebot
- ✍ Arbeiten zu einer beliebigen Zeit **spannend**, da neues Medium
- ✍ **flexible** Kurseinteilung, übersichtliche Gestaltung
- ✍ man kann Übungen beliebig lange bearbeiten, ohne den Faden zu verlieren, was in referierten Seminaren ob des unterschiedlichen Basiswissen der Teilnehmer vorkommen kann.
- ✍ eigenständiges Lernen, **kein organisatorischer Aufwand** (Kurs beantragen, Dienstreise, etc.)

1. Bisherige Erfahrungen mit e-learning

Negative Erfahrungen (1d_neg)

Einige Aussagen aus der Internetbefragung

- ✍ Fragen oder auftretende Probleme können schlecht beantwortet werden
- ✍ Systemabstürze bzw. nicht korrekt programmierte Kurse
- ✍ Störung durch Tagesgeschäft
- ✍ individuelle Fragen können nicht gestellt werden
- ✍ Teilweise langweilig, da isoliertes Lernen, kein Austausch
- ✍ keine

2. Einstellungen zum Medium e-learning (f3a, 3a_2)

Der geringen eigenen bisherigen Erfahrung von SAS Kunden mit e-learning steht aber eine **durchweg positive Einstellung** zu diesem Medium gegenüber:

- ✍ **85 %** stehen **Online Schulungen** sehr positiv / positiv gegenüber
- ✍ **88 %** stehen **CBTs** sehr positiv / positiv gegenüber

3. Einstellung zu SAS Online-Kursangeboten Präsenztage + e-learning (f3b)

- ✍ Teilnahme an SAS e-learning Kursen können sich über 91 % der SAS Kunden vorstellen

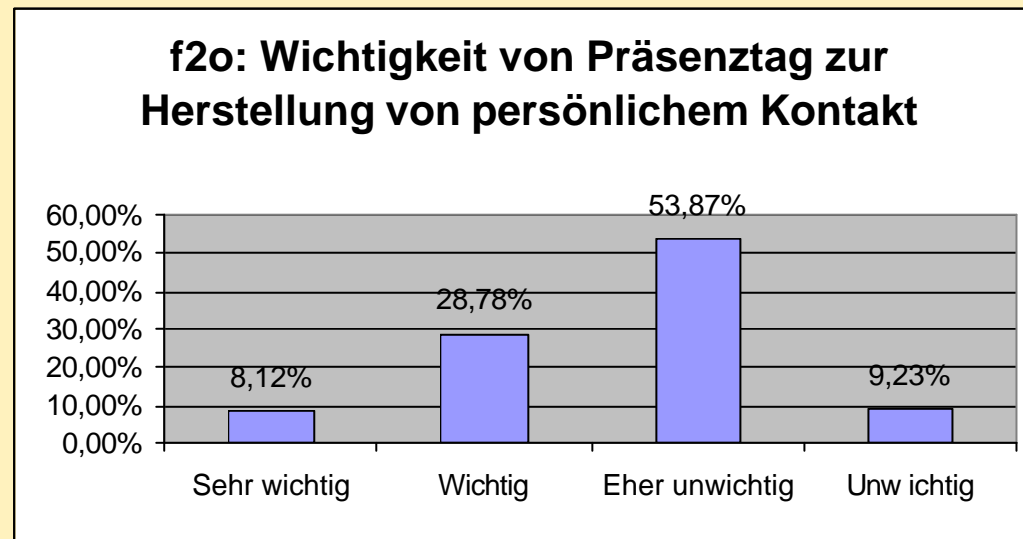
Frage 3b: Können Sie sich vorstellen, an einem Kurs teilzunehmen, der aus einem Schulungstag bei SAS besteht und sonst vom Arbeitsplatz/von zu Hause aus gelernt werden kann?

	Gesamt	Ja	Nein
Nennung	262	239	23
Prozent	100,00%	91,22%	8,78%

3. Einstellung zu SAS Online-Kursangeboten

Wichtigkeit Präsenztage bei e-learning (f2o)

- ✍ Ein Präsenztage während eines SAS e-learning Angebots finden jedoch nur knapp 36 % für sehr wichtig bzw. wichtig



3. Einstellung zu SAS Online-Kursangeboten

Gewünschte SAS Kurse als e-learning Angebot (f3d)

Hit-Wunschliste für SAS e-learning Angebote:

1. Updates.....(134 Nennungen)
2. Allg. Einführungskurse.....(125 Nennungen)
3. Datenmanagement.....(111 Nennungen)
4. Anwendungsentwicklung.....(108 Nennungen)
5. Internet/Intranet sowie Stat. Datenanalyse.....(jew. 105 Nenn.)
6. Data Warehousing.....(101 Nennungen)
7. Data Mining.....(84 Nennungen)
8. Business Reporting.....(78 Nennungen)
9. Business Solutions.....(40 Nennungen)

4. Anforderungen an ein SAS e-learning Angebot

Den Befragten wurde folgendes Statement mit auf den Weg gegeben:

- ✍ Sie wollen erfolgreich einen SAS Online Kurs zu einer SAS Software absolvieren.
- ✍ Welche Anforderungen stellen Sie an eine solche SAS Online Schulung?

4. Anforderungen an ein SAS e-learning Angebot

Aufbereitung der Lerninhalte

SAS Kunden nennen folgende Anforderungen überwiegend für **sehr wichtig bzw. wichtig**:

- ✍ Schaubilder, Grafiken, animierte Bilder (f2a)
- ✍ Zusammenfassungen am Kapitelende (f2b)
- ✍ Kleine Übungsaufgaben (f2c)
- ✍ Einschickmöglichkeit von Übungen mit Tutorüberprüfung (f2d)

4. Anforderungen an ein SAS e-learning Angebot

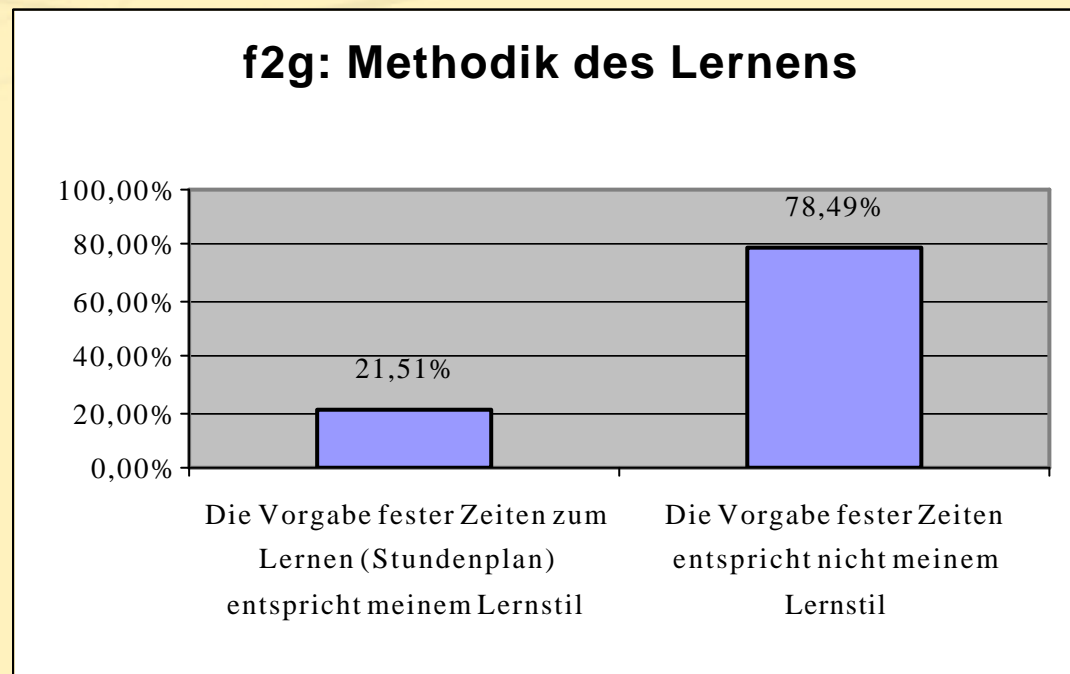
Aufbereitung der Lerninhalte

Weniger wichtig erscheinen SAS Kunden

- ✍️ Zusätzliche auditive Zur-Verfügungstellung des Lernstoffs
(12 % halten dies für sehr wichtig bzw. wichtig)

4. Anforderungen an ein SAS e-learning Angebot

Methodik des Lernens (f2g)



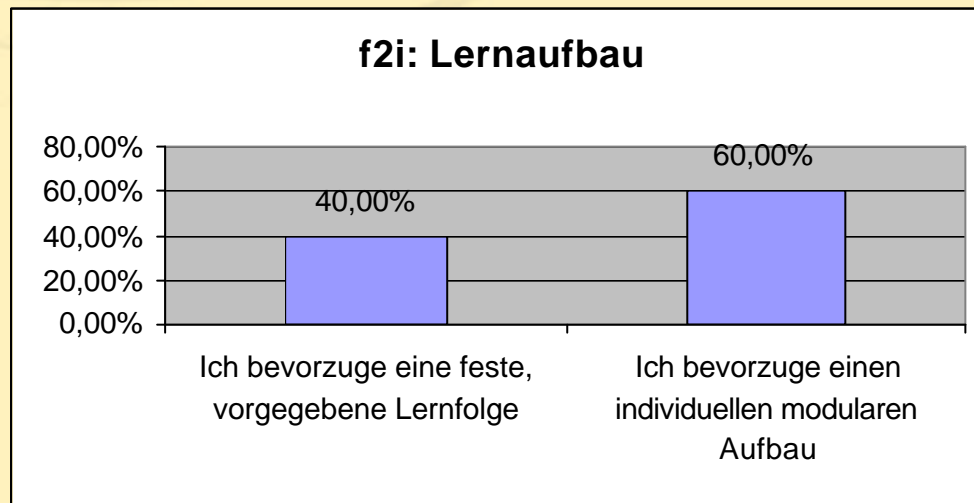
Fast 80% der SAS Kunden sprechen sich gegen einen festen Stundenplan zum Lernen aus.

Empfehlung:

Erstellung eines Wochenplan als Orientierungshilfe.

4. Anforderungen an ein SAS e-learning Angebot

Lernaufbau (f2i)



Empfehlung:

- ✎ **Modularer Aufbau** eines SAS e-learning Kurses
- &
- ✎ Angebot eines **zusätzlichen Lernwegs**, der Stoff strukturiert aufbereitet

4. Anforderungen an ein SAS e-learning Angebot

Überblick über den Lernstoff (f2j)

Struktur des SAS WBT-Angebots:

- ✍ Mehrheitlich knapp **64%** sind für einen **jederzeitigen Überblick über den Lernstoff**.
- ✍ Für 36 % braucht der gesamte Lernstoff nur am Anfang und dann auf Abruf verfügbar sein.

4. Anforderungen an ein SAS e-learning Angebot

Lernumgebung – Was ist wichtig?

Überwiegend **sehr wichtig bzw. wichtig** werden eingestuft:

- ✍ Diskussionsforum (f2m)
- ✍ Erreichbarkeit / Sprechstd. eines Kursleiters (f2n)
- ✍ Ausdruckmöglichkeit des Online Kurses (f2q)
- ✍ CBT-Angebot (f2l)

4. Anforderungen an ein SAS e-learning Angebot

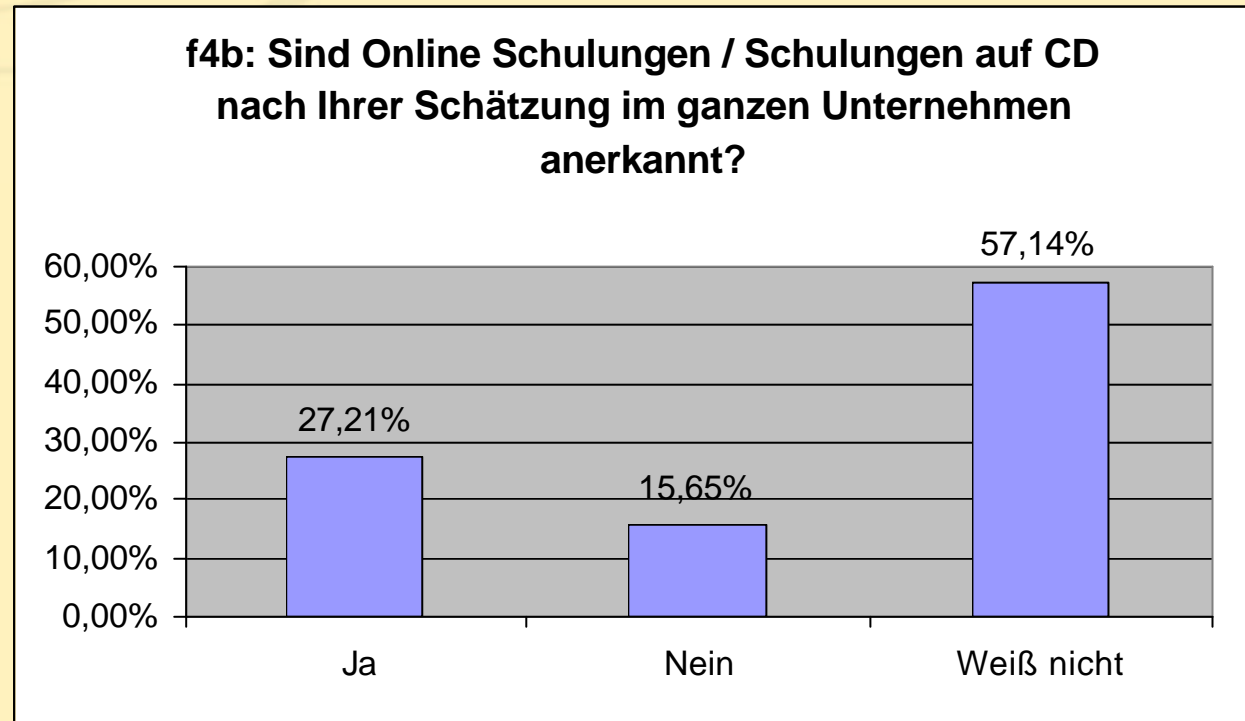
Lernumgebung – Was ist weniger wichtig?

Überwiegend **weniger wichtig bis unwichtig** werden eingestuft:

- ✍ Präsenztage (f2o)
- ✍ Virtuell Classroom (f2p)
- ✍ Online Kommunikation (Email, Chat) (f2k)
 - allerdings sehen dies auch fast 44 % für sehr wichtig und wichtig an!

5. Lernsituation in Abteilung / Unternehmen

Anerkennung e-learning (f4b)



5. Lernsituation in Abteilung / Unternehmen

Möglichkeit des Lernens während Arbeitszeit (f4d,g)

E-learning setzt voraus, daß Zeit zum Lernen am Arbeitsplatz (oder Zuhause) vorhanden ist.

✎ Gefragt wurde daher, ob Lernen während der Arbeitszeit möglich ist:

- ✎ Über **78 %** gaben an, daß Lernen in Ihrer Abteilung möglich sei (f4d)
- ✎ Lernen im Unternehmen ist nach Ansicht von **73%** möglich (f4g)

5. Lernsituation in Abteilung / Unternehmen

Chefakzeptanz des Arbeitsplatz-Lernens (f4e,h)

Die geschätzte Chefakzeptanz von Arbeitsplatzlernen beträgt

In der eigenen Abteilung:	mehrheitlich zu 100% (f4e) 76 % votierten mit 50-100% Akzeptanz
Unternehmensweit:	mehrheitlich zu 100% (f4h)* 78 % votieren mit 50-100% Akzeptanz

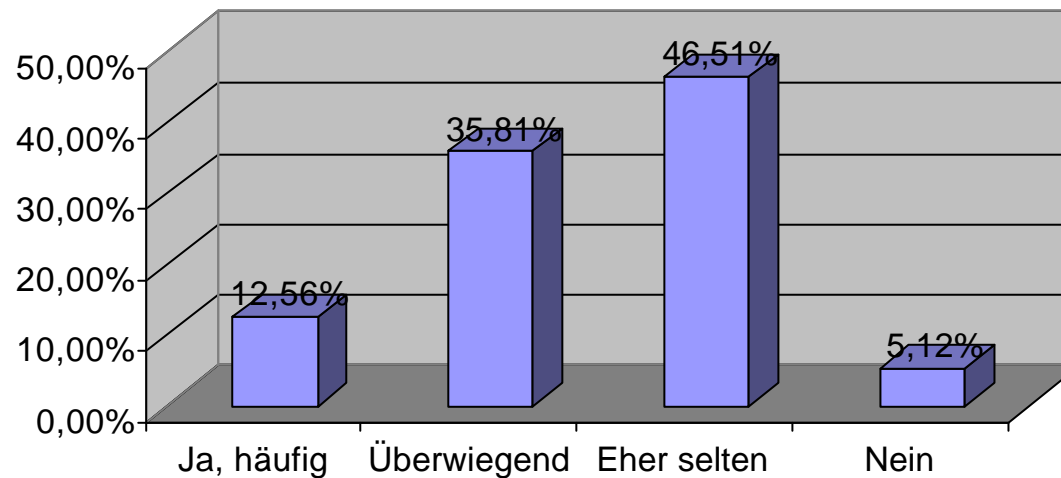
*Hier liegen nur Ergebnisse der Präsenzteilnehmer-Befragung vor.

Seite 43

5. Lernsituation in Abteilung / Unternehmen

e-learning in Freizeit? (f4f)

f4f: Wenn Sie nicht während der Arbeitszeit lernen können, können Sie sich vorstellen, eine Online Schulung während der Freizeit zu nutzen?




6. Lerntypus der SAS Kunden

Aktive Bildungshungrige? (f5a)

Frage 5a: Wann haben Sie das letzte Mal einen (Weiterbildungs-)Kurs besucht?

	Gesamt	Vor 1 Jahr	Vor 1-2 Jahren	> 2 Jahren
Nennung	267	209	39	19
Prozent	100,00%	78,28%	14,61%	7,12%

 SAS Kunden sind aktive Bildungswillige!

6. Lerntypus der SAS Kunden

Einzelkämpfer oder Gruppenmensch? (f5e,f)



- ✍ Eine Kombination aus Allein- und Gruppenlernen wird überwiegend für sinnvoll angesehen.

6. Lerntypus der SAS Kunden

Fazit

Für die Konzeption von SAS WBTs heißt dies:

- ✎ Den Lerngewohnheiten folgend müssen auch **Gruppenkonzepte** eingesetzt werden.
- ✎ Dies kann erreicht werden durch:
 - Gruppenkonzepte durch Präsenztage stärken
 - Diskussionsforen / Chat – Funktionen anbieten
 - Gruppenarbeiten anregen

6. Lerntypus der SAS Kunden

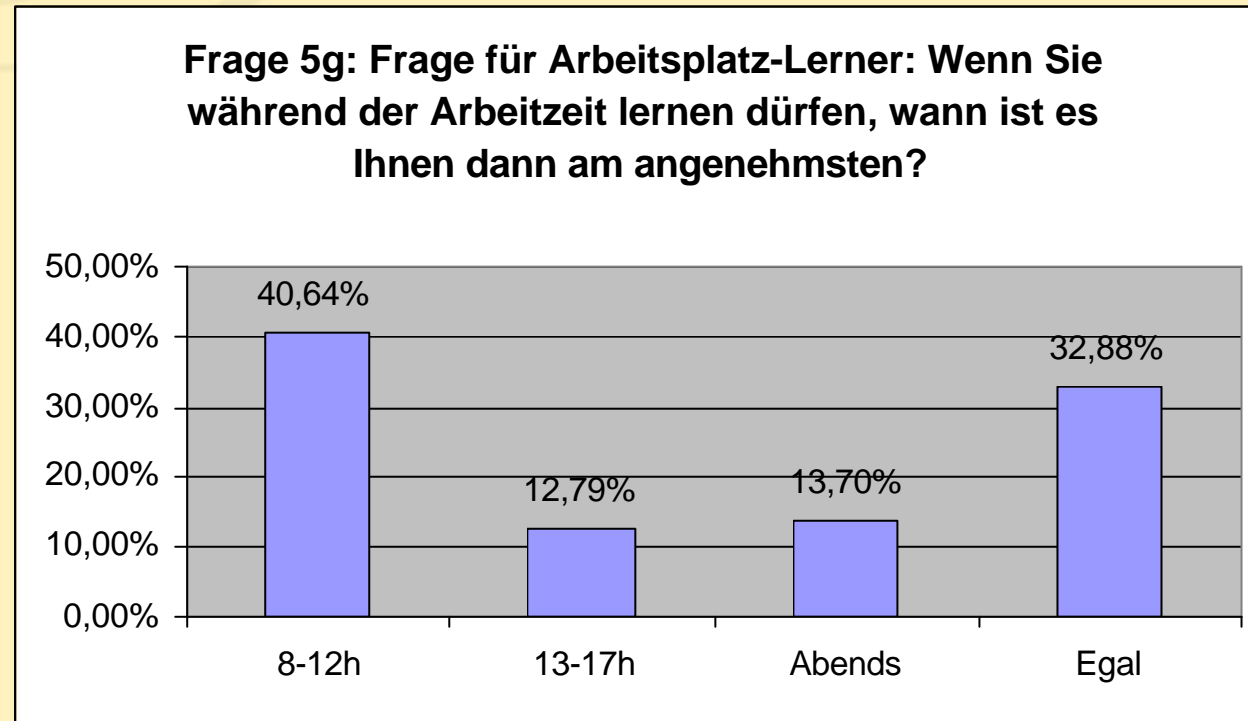
Beste Lernzeit für Arbeitsplatz-Lerner

Ziel dieser Fragen:

- ✍ Wann müssen die Sprechzeiten für Trainer/Teletutoren eingerichtet werden?

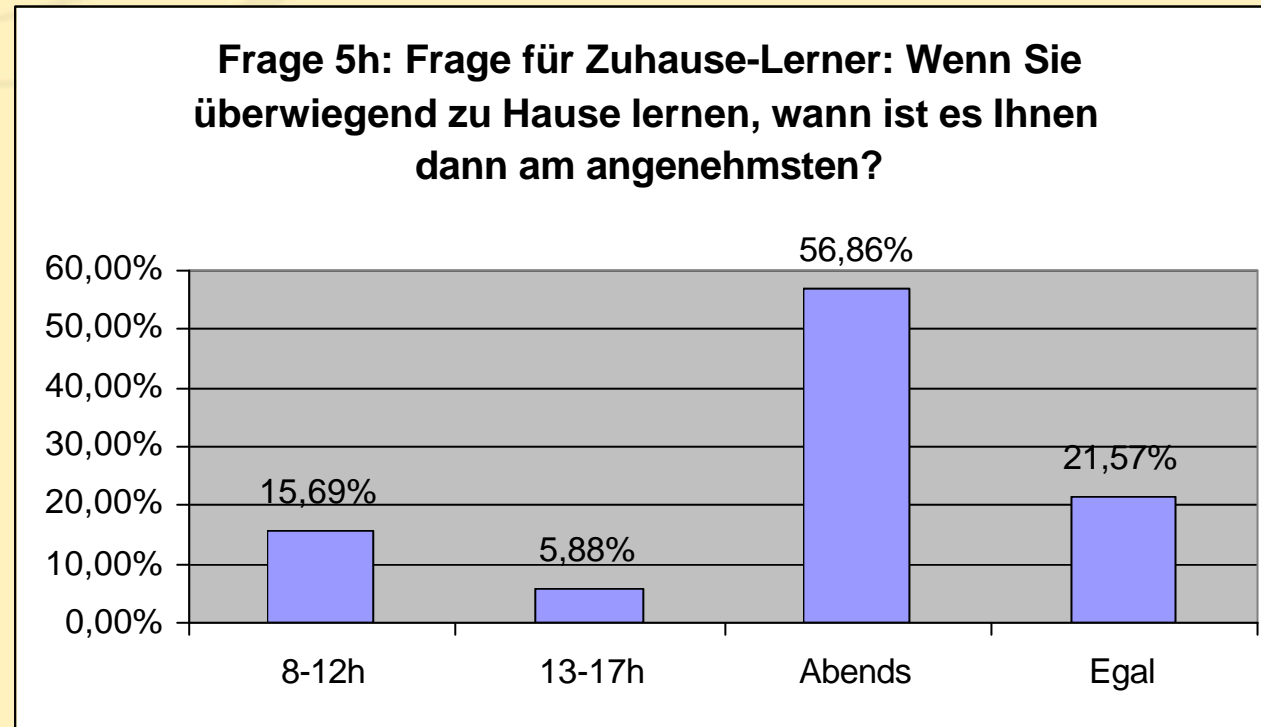
6. Lerntypus der SAS Kunden

Beste Lernzeit für Arbeitsplatz-Lerner (f5g)




6. Lerntypus der SAS Kunden


Beste Lernzeit für Zuhause-Lerner (f5h)



6. Lerntypus der SAS Kunden

Fazit für ein SAS e-learning Angebot

 Die Erreichbarkeit des Kursleiters sollte **vormittags**, zur besten Lernzeit der SAS Kunden möglich sein.

 Für Zuhause-Lerner sollte eine **email-Erreichbarkeit** der Kursleiter gewährleistet sein (Ziel: Beantwortung der emails innerhalb von 48 Stunden)

Nutzung und Zufriedenheit m. verschied. Kommunikationstools & technische Ausstattung

Für die Konzeption von SAS e-learning Angeboten ist

✎ nicht nur technische Machbarkeit (Fragekomplex 7: Technische Ausstattung)

✎ sondern auch der sinnvolle Einsatz und die Nutzung und Zufriedenheit mit Multimedia-Produkten

(Fragekomplex 6: Nutzung u. Zufriedenheit mit verschiedenen Kommunikationstools)

entscheidend.

7. Nutzung und Zufriedenheit mit verschiedenen Kommunikationstools

Die Internetnutzung ist überwältigend. Von 269 Befragten gaben 267 an, daß sie das Internet nutzen.



7. Kommunikationstools: Nutzung+Zufriedenheit email (f6s,t) und Online-Hilfe (f6v,w)

Sehr häufig bis häufig werden genutzt: **Zufriedenheit** mit diesen Tools:

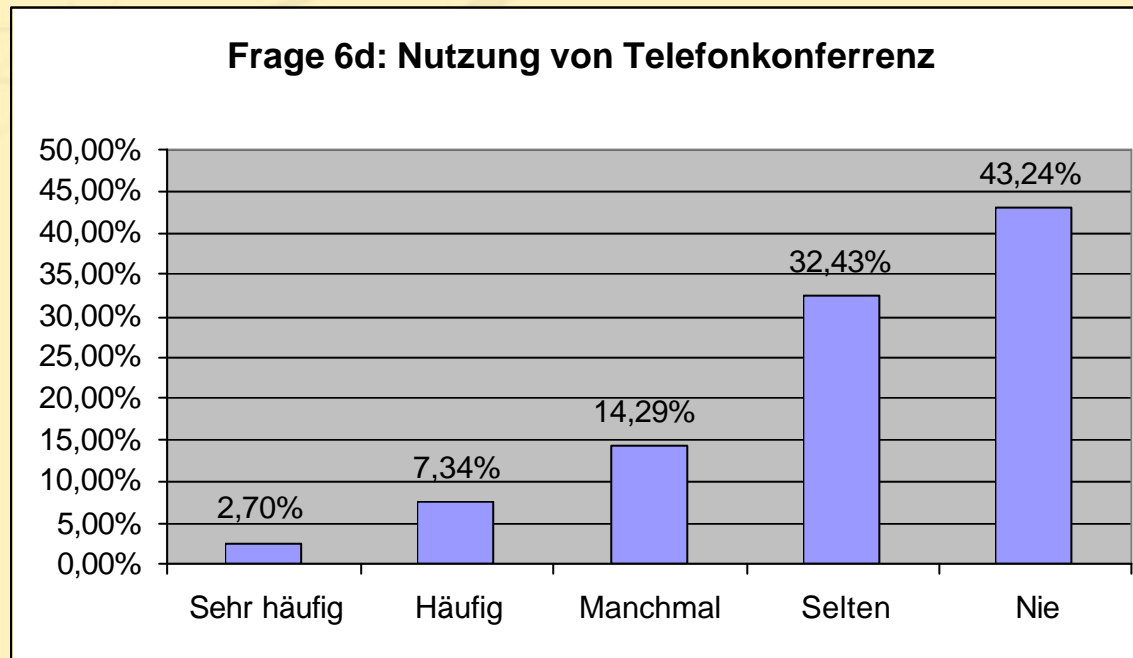
✍ email (f6s).....92%

✍ Email: 98% sehr zufrieden/zufrieden

✍ Online-Hilfe (f6v).....63%

✍ Online-Hilfe: 70% sehr zufrieden/
zufrieden

7. Kommunikationstools: Nutzung+Zufriedenheit Telefonkonferenz (f6d,e)



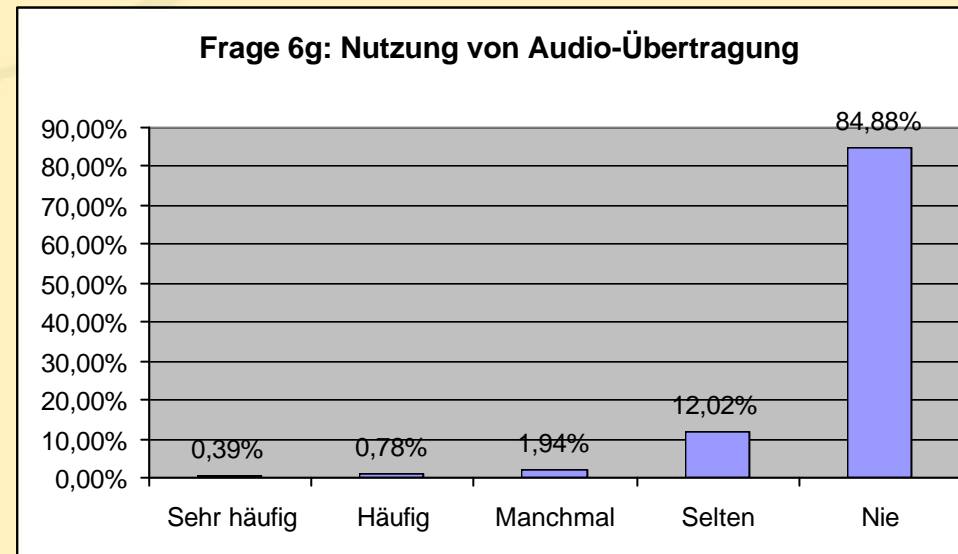
Zufriedenheit mit Telefonkonferenz

✍ Die Mehrheit (70%)
gibt an, keine
Erfahrung zu haben.

✍ Von den
verbleibenden 30%
sind 17% mit diesem
Tool sehr zufrieden bis
zufrieden.

7. Nutzung und Zufriedenheit

Audio-Übertragung durch Voice-over-IP (f6g,h)

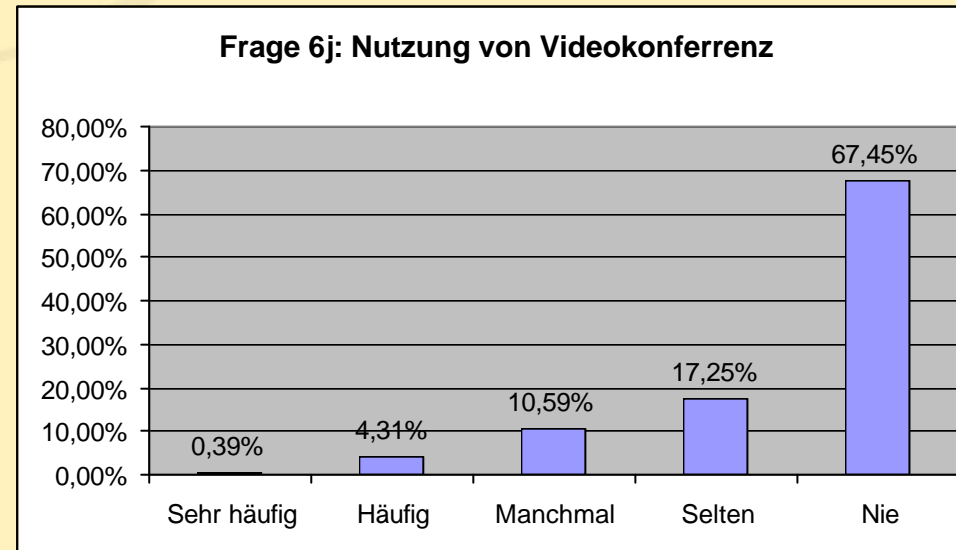


Zufriedenheit:

57% haben keine Erfahrung

fast 23 % sind jedoch eher unzufrieden bzw. sehr unzufrieden.

7. Nutzung und Zufriedenheit Videokonferenz (f6j,k)



Zufriedenheit:

39% sind sehr zufrieden / zufrieden

35% eher unzufrieden / sehr unzufrieden

7. Nutzung und Zufriedenheit

Chat (f6m,u) und Forum (f6p,q)

Nutzung von

Chat: 42%

Zufriedenheit mit

Chat: 43%

sind sehr zufrieden /
zufrieden (21% haben
keine Erfahrung)

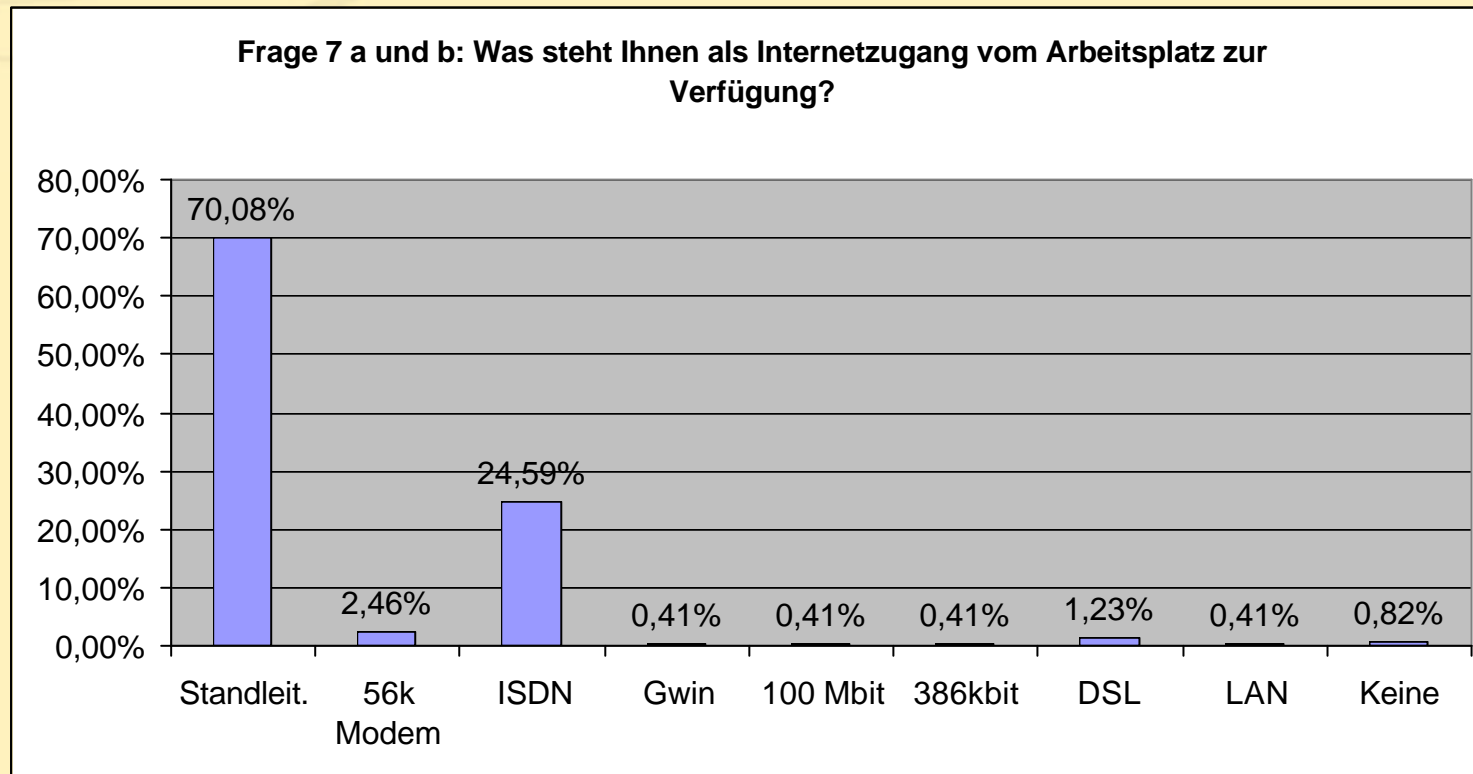
Forum: 63%

Forum: 67%

sind sehr zufrieden /
zufrieden (15% haben
keine Erfahrung)

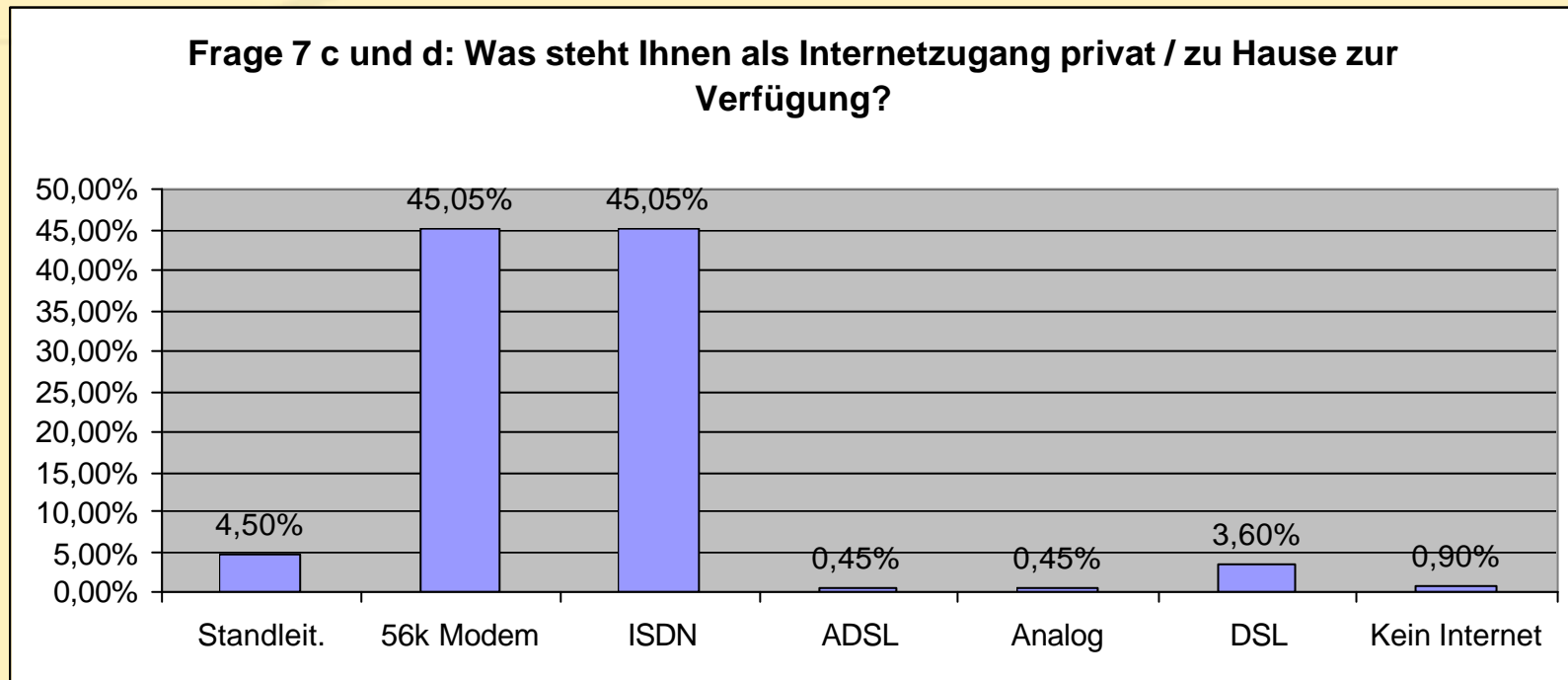
8. Technische Voraussetzungen bei SAS Kunden

Internetzugang am Arbeitsplatz (f7a,b)



8. Technische Voraussetzungen bei SAS Kunden

Internetzugang privat (f7c,d)



8. Technische Voraussetzungen bei SAS Kunden

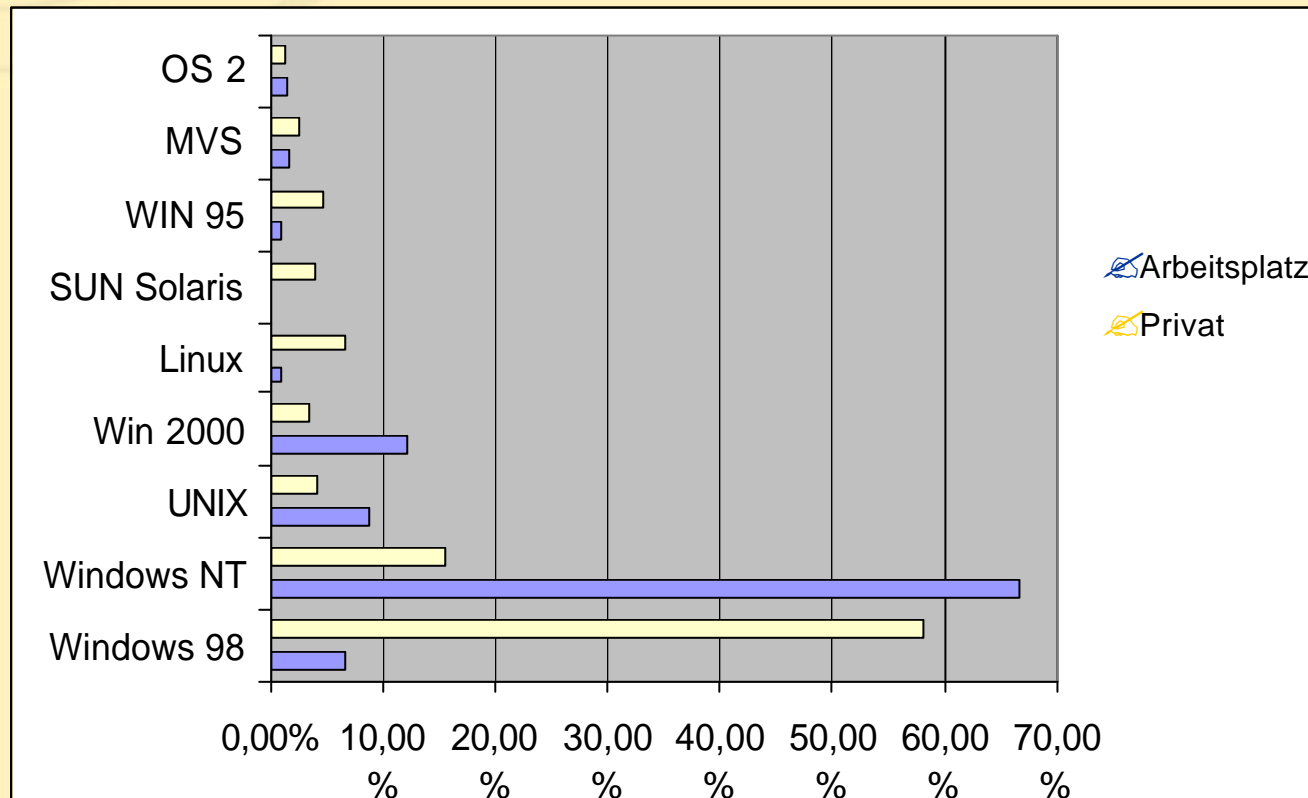
Internetzugang – Präsenzbefragung

Teilnehmer bei der Internetumfrage verfügen am Arbeitsplatz über einen Internetzugang (sonst hätten sie nicht teilnehmen können). Von Interesse sind daher die Zahlen der Präsenzteilnehmerbefragung:

- ✍ Von 69 Präsenzteilnehmern gaben nur 2 an, am Arbeitsplatz über **keinen Internetzugang** zu verfügen (2,9%).
- ✍ Die **Mehrheit** verfügt entweder über eine **Standleitung** (72%) oder über **ISDN** (knapp 25%).

8. Technische Voraussetzungen bei SAS Kunden

Betriebssystem (f7e-h)



8. Technische Voraussetzungen bei SAS Kunden

Monitor (f7i-l)

- ✎ Die **Mehrheit** der Befragten verfügt
 - ✎ am Arbeitsplatz und privat über einen **17“ Monitor**
- ✎ Die **kleinsten** benutzten Monitore sind **15“ Monitore**
 - ✎ 11% nutzen diese noch am Arbeitsplatz
 - ✎ 25% nutzen diese privat
- ✎ **Laptops** finden mit 2% (Arbeitsplatz) bzw. 4% (privat) **eher geringe Anwendung.**

8. Technische Voraussetzungen bei SAS Kunden

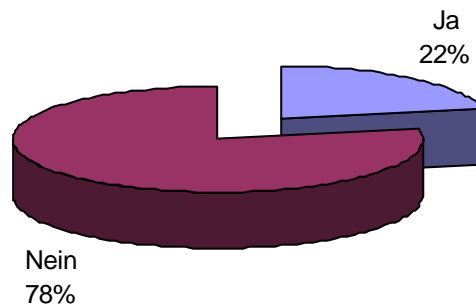
Auflösung (f7m-p)

- ✎ Die Auflösung **1025x768 pixel** hat sich als **Standardauflösung** am Arbeitsplatz (84%) und privat (77%) durchgesetzt.
- ✎ Mit **800x600 pixel** arbeiten am Arbeitsplatz nur noch 9%, privat noch 20%.

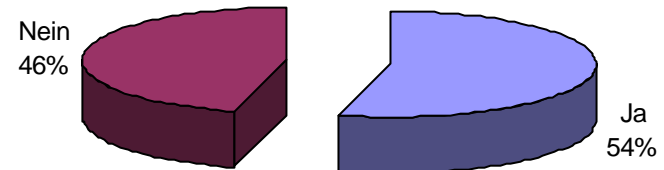
8. Technische Voraussetzungen bei SAS Kunden

Kopfhörer am PC (f7q,r)

Frage 7q: Arbeitsplatz Kopfhörer am PC



Frage 7r: Privat Kopfhörer PC

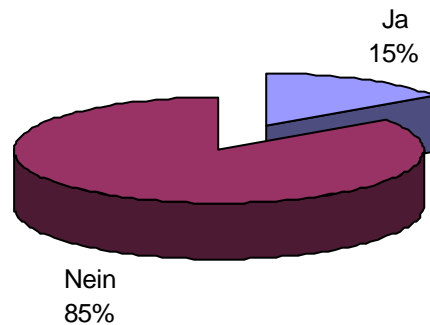


- ✍️ Ausstattung mit Kopfhörern ist im Privatbereich weiter fortgeschritten.
- ✍️ PC-Kopfhörer **am Arbeitsplatz** sind **Mangelware**.

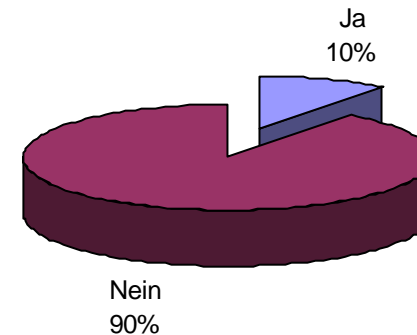
8. Technische Voraussetzungen bei SAS Kunden


Kopfhörer am Telefon (f7s,t)

Frage 7s: Arbeitsplatz Kopfhörer Telefon



Frage 7t: Privat Kopfhörer Telefon



 Mit Kopfhörern am Telefon sind SAS Kunden sowohl am Arbeitsplatz als auch im Privatbereich nicht gut ausgestattet.

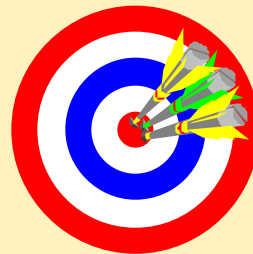
8. Technische Voraussetzungen bei SAS Kunden

Videocam am PC (f7u,v)

Die Ausstattung mit einer Videokamera am PC ist **noch nicht verbreitet**:

- ✎ **Am Arbeitsplatz:** nur **1%** verfügt dort über eine Videocam am PC
- ✎ **Im Privatbereich:** immerhin **8 %** verfügen über eine Videocam

III. Zusammenfassung und Fazit



1. Zusammenfassung

Gesamtumfrage


✎ SAS Kunden stehen **e-learning positiv** gegenüber, haben jedoch bislang eher Erfahrungen in CBT als in WBT gesammelt.

✎ Die **Teilnahme an SAS e-learning Angeboten** ist für 91% der Befragten vorstellbar. Am gefragtesten sind e-learning Angebote für **SAS Updates, Allg. Einführungskurse** und **Datenmanagement**.

✎ Es liegen mehrheitlich **positive Arbeitsplatz-Lernvoraussetzungen** mit (geschätzter) guter Akzeptanz der Vorgesetzten vor.

✎ Die **technische Ausstattung** der SAS Kunden ist **überwiegend gut**. Vor allem verfügt die Mehrheit über einen Internetanschluß mit Standleitung am Arbeitsplatz. Allerdings stehen 78 % der SAS-Kunden für Audio-Übertragungen keine Kopfhörer am PC bereit.

2. Fazit

 **Kunden-Einstellung** zu e-learning **sehr gut**

 **Großes Interesse** an SAS e-learning Kursen

 **Gute Voraussetzungen bei SAS Kunden** für e-learning

(gute Lernmöglichkeiten, hohe Akzeptanz von Arbeitsplatzlernen, gute technische Ausstattung)

! **Allerdings:** Für Placeware-Konferenzen und verschied. auditive Elemente sollten den SAS Kunden **Kopfhörer** zur Verfügung gestellt werden

2. Fazit

Insgesamt:

Ideale Voraussetzungen und hohes Interesse der SAS Kunden an einem SAS e-learning Angebot