

WHITEPAPER

 ZUM AUSDRUCKEN: SCHRITT-FÜR-SCHRITT-ANLEITUNG

# Ratgeber - **LMS für Einsteiger**

Erfahren Sie mehr über die Grundlagen, Funktionen und die Implementierung eines Lernmanagementsystems.

**STUDYTUBE**



# Inhalt

1. <b>WAS IST EIN LMS?</b>	4
2. <b>DIE VORTEILE EINES LMS</b>	8
3. <b>AUF DER SUCHE NACH DEM RICHTIGEN LMS: BASISFUNKTIONEN &amp; OPTIONALE FUNKTIONEN</b>	11
4. <b>5 SCHRITTE ZU IHREM LMS</b>	15
5. <b>BETEILIGTE STAKEHOLDER</b>	20
6. <b>READY TO GO?</b>	27
<b>5-SCHRITTE-ANLEITUNG ZUM AUSDRUCKEN</b>	28

Sie wollen Ihre Lernprozesse effizienter gestalten und digitalisieren, wissen aber noch nicht, wie? Sie haben schon mal von einem Lernmanagementsystem gehört, sind sich aber nicht sicher, was genau das bedeutet?

Kein Problem! In unserem Ratgeber erfahren Sie alle Grundlagen zum Thema Lernmanagementsysteme, welche Arten es gibt und welche Vorteile sie bieten. Wir zeigen Ihnen, welche Funktionen ein LMS haben sollte und wen Sie bei der Auswahl hinzuziehen sollten.

Außerdem haben wir für Sie eine praktische 5-Schritte-Anleitung zusammengestellt, mit der Sie sicher und effizient das richtige LMS für Ihr Unternehmen finden.

**Wir wünschen viel Spaß beim Lesen!**

# 1. Was ist ein LMS?

Sie wissen sicher schon, dass die Abkürzung LMS für Learning Management System oder im Deutschen Lernmanagementsystem steht. Aber was genau bedeutet das? Wer sich noch nicht genauer mit dem Thema beschäftigt hat, denkt oft an eine Software, mit der die Mitarbeiter Lernvideos anschauen. In Wirklichkeit steckt hinter so einem System aber viel mehr.

Unternehmensinternes Lernen ist ein komplexes Themenfeld, bei dem viele Stakeholder eingebunden sind. Jeder Stakeholder hat eigene Interessen und Bedürfnisse. User wollen zum Beispiel ihre Lerninhalte je nach Situation selbst auswählen. Teamleiter möchten sicherstellen, dass alle Teammitglieder verpflichtende Updates durchlesen, verstehen und unterschreiben. Verantwortliche wollen einen Überblick darüber erhalten, wie der Lernstand zu einem bestimmten Thema unternehmensweit gerade ist – und so weiter.

All diese Aufgaben erfüllt ein LMS. Unternehmen können daher in einem LMS nicht nur Lerninhalte hinterlegen, sondern sie können zum Beispiel auch:



## **Mitarbeitenden automatisch Inhalte zuweisen:**

Jeder neue Mitarbeitende kann dort zum Beispiel bestimmte Onboarding-Inhalte automatisch erhalten, sobald sein Benutzerkonto für das LMS erstellt wird.



## **Den Fortschritt und die Leistung der Lernenden tracken:**

Mit Tests und Aufgaben kann man sehen, wer wo im Lernprozess steht und wer in welchen Bereichen noch Unterstützung braucht.



### **Blended Learning implementieren:**

Ein LMS kann eine Mischung aus E-Learning, Dokumenten, Videos, Tests und Präsenzveranstaltungen organisieren.



### **Reports**

über den Lernfortschritt im gesamten Unternehmen erstellen



### **Und noch vieles mehr**

wir gehen weiter unten genauer auf die einzelnen Features ein.

Sie sehen also, dass es sich bei einem LMS um ein komplexes System handelt. Im Prinzip funktioniert ein LMS wie eine betriebseigene Universität. Es stellt die Grundlage für die Verwaltung aller Schulungsprozesse in einem Unternehmen dar. Sie ahnen es schon: Ab einer bestimmten Unternehmensgröße führt an einem gut organisierten LMS kein Weg mehr vorbei.

## **Alternativen zum LMS:**

Braucht Ihr Unternehmen wirklich ein LMS? Und was hat es mit den anderen Abkürzungen auf sich, die in Artikeln zum Thema LMS auftauchen? Sehen wir uns einmal kurz die Alternativen zu einem LMS an.

### **➤ TMS**

„Training Management System“ klingt eigentlich fast genauso wie „Learning Management System“, ist aber etwas ganz anderes. Während Sie mit einem LMS auch Inhalte erstellen können, organisiert ein TMS alles um Präsenz- oder Online-Veranstaltungen herum. Mitarbeiter können in einem TMS Kurse zu bestimmten Zeiten buchen. Ein TMS enthält aber keine eigenen Inhalte. Ein LMS bietet also im Prinzip alle Funktionen eines TMS und noch viele weitere. Wenn in Ihrem Unternehmen E-Learning eine Rolle spielt, ist ein LMS also sinnvoller als ein TMS.

### **➤ LCMS**

steht für „Learning Content-Management-System“. Dabei handelt es sich um ein System, das darauf spezialisiert ist, Trainingsinhalte, wie E-Learning-Lektionen oder Videos zu erstellen. Während ein LMS für die Lernenden und die Administration gemacht ist, fokussiert sich ein LCMS auf die erstellenden Personen von Trainingsinhalten und ihre Bedürfnisse. In einem LCMS können Sie keine Inhalte bestimmten Mitarbeitern zuweisen und auch keine Veranstaltungen buchen. Ein LCMS kann die geeignete Wahl für ein Unternehmen sein, das auf E-Learning spezialisiert ist. Für ein Unternehmen, das seine eigenen Mitarbeiter weiterbilden will, ist es meistens nicht geeignet – vor allem, da die meisten LMS ebenfalls die Möglichkeit bieten, Lerninhalte zu erstellen.

## ➤ LXP

steht für „Learning Experience Platform“. Diese Plattformen stellen das Benutzererlebnis in den Mittelpunkt. Ein zentrales Feature von LXPs ist es, dass sie den Lernenden weitere Inhalte vorschlagen, die ihren jeweiligen Interessen angepasst sind, ähnlich wie zum Beispiel der Algorithmus bei Netflix oder YouTube. Der Übergang zwischen LMS und LXP ist fließend. Fest steht, dass LMS die Business-Seite der Lernprozesse in einem Unternehmen besser berücksichtigen, während LXP den Usern mehr Freiheiten bieten.

## Arten von LMS

Falls Sie sich für den Einsatz eines LMS entscheiden, steht schon sehr bald die Entscheidung an, welche Art von LMS Ihre unternehmensspezifischen Bedürfnisse am besten erfüllt.

Sie müssen zum Beispiel entscheiden, ob Sie ein lokal gehostetes LMS bevorzugen, oder eines, das als SaaS in der Cloud gehostet ist. Bei dieser Entscheidung muss das Unternehmen unter anderem berücksichtigen, welche Kapazitäten die eigene IT-Abteilung hat und welche Vorgaben zum Datenschutz berücksichtigt werden müssen. Diese Frage sollte möglichst früh geklärt werden, da sie die Auswahl an möglichen LMS deutlich einschränkt.

Es gibt außerdem die Unterscheidung in Unternehmens-LMS und akademische LMS. Für die meisten Unternehmen sind akademische LMS nicht geeignet, da sie hauptsächlich auf die Vermittlung von theoretischem Wissen über lange Zeiträume hinweg spezialisiert sind. Überdies fehlen bei akademischen LMS häufig verschiedene Features, die für Unternehmen wichtig sind.

Nicht zuletzt muss sich Ihr Unternehmen entscheiden, ob eine kostenlose LMS-Plattform ausreichend ist, oder ob man besser in eine kommerzielle Lösung investieren sollte. Als Faustregel gilt hier, dass kommerzielle Angebote viel einfacher zu implementieren sind. Kostenlose Open-Source-Software erfordert einen höheren Einsatz von IT-Ressourcen und ist generell viel fehleranfälliger.

# 2. Die Vorteile eines LMS

## **Braucht Ihr Unternehmen ein LMS?**

Vielleicht sind Sie noch unsicher, ob Ihr Unternehmen überhaupt ein LMS braucht. Grundsätzlich spielt natürlich die Unternehmensgröße eine Rolle: Ein Familienunternehmen im Handwerk mit vier Angestellten kommt sicher ohne LMS aus. Ein (internationaler) Konzern nicht.

Andererseits ist auch entscheidend, wie viel neues Wissen die Mitarbeitenden in Ihrem Unternehmen brauchen. Wenn sie nur alle paar Monate ein kurzes Update über neue Prozesse zur Kenntnis nehmen sollen, lohnt es sich vermutlich nicht, dafür eigens ein LMS einzukaufen und aufzusetzen. Wenn hingegen häufiger neue Prozesse implementiert werden, neue Mitarbeitende starten, Pflicht-/ Compliance-Schulungen stattfinden oder neue Vorgaben zu beachten sind, erleichtert ein LMS die Organisation gewaltig.



## Welche Vorteile bietet ein LMS?

Der Einsatz von LMS bietet einige Vorteile und sind je nach Bedarf auch unterschiedlich.



### **Kosten- und Zeitersparnis**

Der wichtigste Vorteil ist sicher die Kosten- und Zeitersparnis, die ein LMS bietet. Es ermöglicht zum Beispiel Videos und E-Learning-Inhalte selbst und günstig zu erstellen und spart potenziell die hohen Kosten von Präsenzs Schulungen ein, zum Beispiel für Flugtickets, Hotels und Konferenzräume.



### **Schonung interner Ressourcen**

Auch sonst schont ein LMS die Ressourcen durch Automatisierung und Digitalisierung. Für verpflichtende Schulungen kann die HR zum Beispiel Fristen setzen. User werden dann automatisch daran erinnert, wenn sich eine Deadline nähert. Auch Einladungen und Erinnerungen zu bestimmten Inhalten können automatisch erstellt werden.



### **Individuelle Inhalte**

Ein weiterer unschlagbarer Vorteil von LMS sind die zielgruppen- und bedarfsgerechten Lerninhalte. Unternehmen können verschiedene Lernpfade erstellen, zum Beispiel für Onboarding oder neue Rollen innerhalb des Unternehmens.



### **Zufriedenheit der Mitarbeitenden**

Auch für die User bietet ein LMS Vorteile. Sie können sich häufig ihre Lerninhalte selbst aussuchen und sich dadurch fortbilden. Außerdem können sie das Lerntempo ihrer individuellen Arbeitsbelastung anpassen und lernen, wo und wann sie wollen. Die Mitarbeitenden haben dabei eine gewisse Eigenverantwortung, was für viele motivierend ist. Auch der Mix aus verschiedenen Lernformen ist für viele User attraktiv.



### **Organisation & Struktur**

Natürlich hilft ein LMS vor allem bei der Organisation und Strukturierung der Bildungsmaßnahmen. Ein gutes LMS bietet jederzeit einen umfassenden Überblick über den aktuellen Bildungsstand im Unternehmen. Das ist vor allem entscheidend, wenn es um gesetzliche Vorgaben geht, wie zum Beispiel neue Forderungen laut ISO 9001 zum Qualitätsmanagement oder der Norm ISO/IEC 27001 zur Informationssicherheit.



### **Reporting & Statistiken**

Mit einem LMS kann das Unternehmen mit wenigen Klicks Reportings und Statistiken zu jeder Frage rund um das betriebsinterne Lernen erstellen. Überdies ist es mit einem LMS unkompliziert, Trainingsinhalte auf dem aktuellsten Stand zu halten.

Ein Vorteil von LMS wird häufig entweder gar nicht wahrgenommen oder unterschätzt: Es kann eine Waffe gegen den Fachkräftemangel darstellen – denn es ermöglicht, bereits im Unternehmen vorhandene Qualifikationen und Talente zu erkennen und entsprechend zu fördern.

# 3. Auf der Suche nach dem richtigen LMS: Basisfunktionen & Optionale Funktionen

Der Markt für Learning Management Systeme ist groß und unübersichtlich. Kommerzielle und kostenlose Anbieter konkurrieren, es gibt Systeme, die man einmal einkauft und solche, die man abonniert. Es ist sogar möglich, ein LMS inhouse zu programmieren. Kurz: Es ist quasi unmöglich, alle Angebote auf einen Blick miteinander zu vergleichen. Bei der Entscheidung für ein bestimmtes LMS sollten Sie daher zunächst eine Liste mit allen Features erstellen, die Sie unbedingt brauchen, sowie eine Liste mit Features, die Sie gerne hätten. Anhand dieser Liste können Sie dann eine Vorauswahl treffen.

## **Basisfunktionen, die ein LMS auf jeden Fall bieten sollte:**

- **Eigene Lerninhalte:** Das LMS sollte ein Autorentool enthalten, mit dem Ihr Unternehmen eigene Inhalte erstellen kann. Es sollte eine E-Learning-Funktionalität bieten, das heißt, Sie sollten nicht nur Texte und Videos erstellen können, sondern auch interaktive Elemente wie Quizze oder Szenarios einbinden können.
- Außerdem sollte das LMS die **Kooperation von mehreren Autoren** ermöglichen, sodass diese parallel an den gleichen Inhalten arbeiten können. Idealerweise kommt dann noch eine **Versionskontrolle** dazu, damit Sie immer den Überblick über die aktuellsten Versionen ihrer Inhalte haben und wissen, welcher Autor welche Inhalte beigetragen hat.
- Das LMS sollte die **Erstellung von individuellen oder rollenbasierten Lernpfaden** ermöglichen. Optional können sich auch die User eigene Lernpfade erstellen und untereinander teilen.

- Das LMS sollte **Seminare und Events automatisiert** erstellen. Wenn zum Beispiel ein Seminar für alle Mitarbeitenden aus der Rechtsabteilung erstellt wird, sollte es automatisch Einladungen und Reminder verschicken und koordinieren, in welcher Session wie viele Plätze zur Verfügung stehen.
- Es sollte möglich sein, über das LMS **Qualifikationen und Zertifikate auszustellen** und sie nachzuverfolgen.
- Das LMS sollte generell eine **gute Tracking- und Analytics-Funktionalität** bieten. Sie sollten hier besonders darauf achten, wie flexibel die Möglichkeiten zum Reporting sind. Dashboards innerhalb des LMS helfen Entscheidern, die wichtigsten Kennzahlen auf einen Blick zu erfassen.
- Auch eine positive Usererfahrung ist für ein LMS unabdingbar. Ein **professionelles Look & Feel ist** die Basis für das Vertrauen der Mitarbeiter in das System – ohne dieses Vertrauen sinkt die Lernbereitschaft schnell in den Keller.
- Hier sind außerdem **sinnvolle Filter- und Suchmöglichkeiten** wichtig, damit motivierte Lernende auch tatsächlich die Inhalte finden, die für sie relevant sind.
- Erkundigen Sie sich, ob der Anbieter **technische Schnittstellen** zu Ihrem HR-System, CRM-Tool, Kalender, BI-Tools etc. anbietet
- Das LMS sollte auf jeden Fall mit **verschiedenen Rollen und Rechten** arbeiten. Das gilt einerseits für die Inhaltserstellung: Jemand, der neu im Unternehmen ist, darf zum Beispiel E-Learning-Lektionen schreiben, aber sie noch nicht selbstständig im LMS veröffentlichen. Andererseits sind Rollen und Rechte auch für die User sinnvoll. So können zum Beispiel IT-spezifische Inhalte auch nur für Mitarbeitenden dieser Abteilung angezeigt werden. Das erhöht die Übersichtlichkeit und die Datensicherheit.
- **Sicherheit** ist grundsätzlich ein Thema, das Sie bei der Auswahl des LMS nicht vernachlässigen dürfen. Ihr LMS sollte auf jeden Fall wichtige Sicherheitsstandards einhalten und unbedingt nach ISO27001 zertifiziert sein.

## Optionale Funktionen, die für einige Unternehmen wichtig sein können:

- Einige LMS bieten einen **Marktplatz**, auf dem auch Menschen außerhalb des Unternehmens bestimmte Lerninhalte buchen können.
- Falls schon viele fertige Lerninhalte vorhanden sind, sollten Sie sich informieren, welches LMS hier eine einfach zu handhabende **Plug & Play**-Lösung mit dem bestehenden System anbietet, oder ob Inhalte gegebenenfalls per Schnittstelle übertragen werden können.
- Es ist auch möglich, dass Sie **externe Ressourcen**, zum Beispiel YouTube Videos, in das LMS einbinden möchten. Auch das sollte in die Entscheidung für ein bestimmtes LMS einfließen.
- Funktionen zur Erstellung von **Blended-Learning-Inhalten**: Informieren Sie sich im Vorfeld darüber, welche Features hier für Ihr Unternehmen wichtig sind und welche LMS-Provider diese Features anbieten.
- Einige LMS bieten die Möglichkeit, dass die User einzelne Inhalte bewerten und direkt **Feedback** zum System selbst geben können. Das vereinfacht es in der Zukunft, das LMS zu verbessern und weiterzuentwickeln.
- **Mobiles Lernen**. Ist es für Ihr Unternehmen wichtig, dass Ihre Mitarbeitenden auch auf dem Smartphone oder Tablet lernen können? Sprechen Sie hierzu frühzeitig auch mit der IT-Abteilung, denn in diesem Bereich ergeben sich häufig Show-Stopper-Situationen.
- **Soziales Lernen**: Einige LMS bieten interne soziale Plattformen an, auf denen User sich zu Lern- und Projektgruppen zusammenschließen können. Dies kann vor allem sinnvoll sein, wenn Teams über weite Entfernungen hinweg gemeinsam etwas lernen sollen.

- **Gamification:** Die Entscheidung, ob Gamification-Elemente für Ihr LMS sinnvoll sind, hängt vor allem davon ab, was und wie in Ihrem Unternehmen gelernt wird. Das ist vor allem der Fall, wenn mobiles Lernen eingesetzt wird und die einzelnen Lektionen eher kurz sind.
- **Genehmigungsworkflows und Verwaltung von Schulungsbudgets:** Einige LMS bieten die Möglichkeit, dass Mitarbeitende sich externe Schulungen selbst aussuchen, und deren Kosten dann entweder automatisch oder nach einem bestimmten Workflow im LMS genehmigt werden, falls sie sich innerhalb eines festgelegten Budgets befinden.
- **Service vom Provider:** Ist es Ihnen zum Beispiel wichtig, eine persönliche Ansprechperson zu haben? Wünschen Sie sich Unterstützung bei der Implementierung oder auch darüber hinaus? Auf welcher Sprache wird der Support angeboten?
- **Personalisierbarkeit der Plattform in der CI:** Viele LMS können Sie entsprechend Ihrer Corporate Identity branden, bei einigen können Sie sogar die URL ändern.

Nehmen wir also an, Ihr Unternehmen hat beschlossen, ein LMS zu implementieren und es gibt auch schon erste Bedingungen, was das neue System alles können muss. Wie gehen Sie dann am besten vor? Im Folgenden finden Sie die ersten fünf Schritte, mit denen Sie auf der sicheren Seite sind.

# 4. 5 Schritte zu Ihrem LMS

Es kann verlockend sein, sich einfach schnell für ein LMS zu entscheiden, das einem sympathisch und sinnvoll erscheint. Sie sollten dieser Verlockung aber auf keinen Fall nachgeben, denn wer beim Entscheidungsprozess für ein LMS einige Faktoren und Stakeholder nicht beachtet, bereut das im Nachhinein eigentlich immer. Im Anhang dieses Whitepapers finden Sie die 5-Schritt-Anleitung auch zum ausdrucken.

## 1. Interne Analyse

- Eine gute Entscheidung für das richtige LMS beginnt mit einer sorgfältigen betriebsinternen Analyse. Dazu sollten Sie zuerst den Status quo so ausführlich wie möglich festhalten. Als Leitfaden können Ihnen dazu folgende Fragen dienen.
- Gibt es eine Weiterbildungsstrategie? Welche Herausforderungen gibt es in diesem Bereich?
- Wie lernen die Mitarbeitenden in Ihrem Unternehmen momentan? Warum möchten ihr an diesem Status quo etwas ändern? Was sind die größten Pain Points und welche Features eines LMS könnten diese beseitigen?
- Welchen Herausforderungen begegnen Ihre Mitarbeitenden in ihrem Arbeitsalltag besonders häufig? Wie könnte ein LMS dazu beitragen, diese Herausforderungen schnell und effizient zu meistern?
- Wie hoch sind die Kosten für Weiterbildung in Ihrem Unternehmen momentan?
- Wie viele Mitarbeitende nehmen an Weiterbildungen in einem bestimmten Zeitraum teil?
- Werden die Lernangebote als Bereicherung empfunden, oder sitzen die Mitarbeitenden eher genervt ihre Zeit dort ab?

- Gibt es vielleicht in unterschiedlichen Unternehmensbereichen unterschiedliche Situationen? Vielleicht gibt es gar eine Abteilung oder einen Marktbereich, den Sie als Vorbild sehen würden?

**Diesem Ist-Zustand stellen Sie dann den gewünschten Soll-Zustand gegenüber, den Sie ebenfalls möglichst ausführlich beschreiben und definieren sollten. Fragen Sie sich dazu:**

- Wie sieht das optimale Szenario für alle Beteiligten aus?
- Welche strategischen Ziele erreichen Sie im Idealfall mit dem neuen LMS und wie verändert das die Situation des Unternehmens?
- Erstellen Sie einige Business-Cases, die darstellen, welche Vorteile ein zukünftiges LMS bringen soll und in welchen Situationen es besonders hilfreich sein könnte.

Als dritte Perspektive gehört zu der Analyse noch die Sichtweise der einzelnen Stakeholder in Ihrem Unternehmen. Da sie so wichtig ist, widmen wir ihr weiter unten einen eigenen Abschnitt.

Ein sinnvolles Tool in dieser Phase ist auch eine Learning Needs Analysis. Dabei handelt es sich um ein Framework, das Ihnen dabei hilft, genauer herauszufinden, welcher Lernbedarf genau in Ihrem Unternehmen besteht. Wie bei allen Schritten gilt: Wer es eilig hat und sie schnell abhakt, übersieht vielleicht Aspekte, die für die Entscheidung für ein bestimmtes LMS zentral sind.

## 2. Marktsondierung

Im nächsten Schritt nehmen Sie eine Marktsondierung vor. Dazu informieren Sie sich genauer über die verschiedenen LMS und ihre Angebote. Wir empfehlen, dass Sie maximal fünf Anbieter mit in die engere Auswahl nehmen.

Capterra, ein Online-Marktplatz für Software, bietet [hier](#) ein gutes und kostenloses Tool, mit dem Sie LMS-Anbieter nach verschiedenen Kriterien filtern können. Außerdem finden Sie auf dieser Seite Reviews von Kunden der unterschiedlichen LMS. Auf diese Weise können Sie Ihre Vorauswahl weiter einschränken.

### **Auch auf Studytube finden Sie einige hilfreiche Ressourcen zu diesem Schritt, unter anderem**

- Unsere [persönliche LMS-Checkliste](#), die Sie einfach online ausfüllen können.
- Unseren [How-to-guide](#)

### 3. Validierung

Der dritte Schritt ist es, dass Sie sich die finale Zustimmung des Managements holen. Dazu erstellen Sie am besten einen möglichst überzeugenden internen Business-Case.

Zusätzlich sollte in diesem Schritt das Budget genehmigt werden, sodass Sie wissen, in welchem Rahmen sich die Möglichkeiten für Ihr zukünftiges LMS bewegen. Im Idealfall erstellen Sie während dieser Phase, gegebenenfalls in Zusammenarbeit mit dem Management, auch ein genaues Anforderungsprofil inklusive Ausschlusskriterien für die Anbieter. Dazu können Sie zum Beispiel einen Bewertungsbogen erstellen, der auf der oben verlinkten Checkliste basiert. Sinnvoll wäre zum Beispiel ein Excel-File mit den besten fünf Anbietern. Kontaktieren Sie diese Anbieter und vereinbaren Sie Demo-Termine mit den wichtigsten Stakeholdern in Ihrem Unternehmen, um sich auf den nächsten Schritt vorzubereiten.

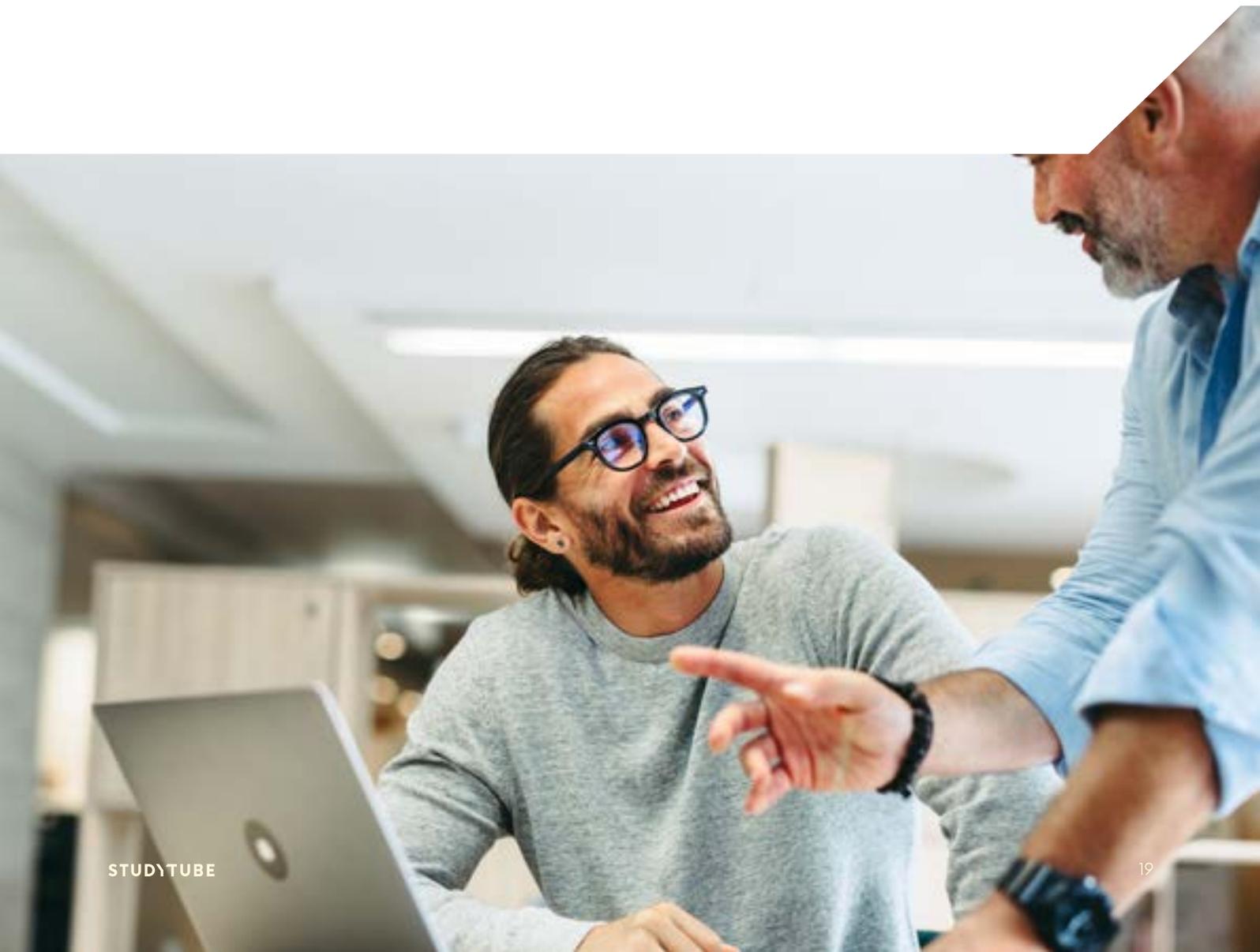
### 4. Auswahl

In diesem Schritt geht es ans Eingemachte. Sie vergleichen die konkreten Angebote der verschiedenen LMS-Provider. Dabei ziehen Sie auch ihre Excel-Liste zu Rate, in der Sie die einzelnen Punkte abhaken können. Holen Sie dazu Bieterpräsentationen von den Providern ein, die mittlerweile zur Auswahl stehen. Im Idealfall können Sie auch verschiedene betriebsspezifische Anwendungsfälle in einer Demo simulieren – vor allem größere Anbieter von LMS bieten diesen Service häufig. Zusätzlich sollten Sie nach Möglichkeit Referenzgespräche führen. In diesen Gesprächen bringt der jeweilige LMS-Anbieter Sie mit einem seiner Bestandskunden in Kontakt und Sie können direkt Informationen von jemandem einholen, der dieses Produkt bereits benutzt.

Lassen Sie sich dann auf jeden Fall ausreichend Zeit, um alles vollumfänglich zu testen. Bei diesen Tests sollten Sie unbedingt auch die verschiedenen Stakeholder mit einbeziehen und erst anschließend die Entscheidung fällen.

## 5. Implementierung

Für die Implementierung gilt das gleiche wie für alle IT-Projekte: Auf keinen Fall „einfach mal loslegen“. Ihr Unternehmen braucht einen klaren Implementierungsplan. Den sollten Sie möglichst bald nach der Entscheidung für ein bestimmtes LMS erstellen. Er sollte eindeutige Fristen, Pflichten und Meilensteine erhalten. Außerdem sollten Sie darin festlegen, ob ihr mit einigen Pilot-Bereichen starten oder das LMS direkt im ganzen Unternehmen ausrollen wollen. Der Endpunkt dieses Implementierungsplans ist der Go-live. Die Customer-Success-Abteilung des LMS-Anbieters kann Sie hierbei unterstützen. Diese Unterstützung sollten Sie auf jeden Fall annehmen, denn niemand hat so viel Erfahrung bei der Implementierung eines LMS wie der Anbieter selbst.



# 5. Beteiligte Stakeholder

## Wen sollten Sie bei der Internen Analyse einbeziehen?

Soweit zum groben Ablauf des Prozesses vom einer vagen Idee bis hin zur Einführung eines neuen LMS. Gehen wir noch einmal einen Schritt zurück und sehen uns im letzten Teil dieses Whitepapers einen besonders wichtigen Punkt im Detail an. Er ist Teil der Internen Analyse, die Sie zu Beginn des Prozesses durchführen sollten.

Je mehr Personen an einer Entscheidung beteiligt werden, desto komplizierter wird es. Daher ist es verlockend, sich einfach schnell und im kleinen Kreis für einen bestimmten Anbieter zu entscheiden. Wenn Sie allerdings den Input eines Stakeholders außen vor lassen, ist der Erfolg des gesamten Projektes in Gefahr. Sie sollten sich also zunächst überlegen, welche Stakeholder es in Ihrem Unternehmen gibt. Einige von ihnen sind offensichtlich:

- **Das Management** – die Mitglieder dieser Gruppe haben einen guten Überblick und können außerdem die strategische Perspektive beitragen.
- **HR** – die Spezialist\*innen für Aus- und Weiterbildung müssen auf jeden Fall ihren Input beitragen.
- **IT** – sie können Ihnen sagen, was technisch geht und was nicht. Auch für die langfristige Integration des LMS mit anderen Systemen im Betrieb ist ihr Input unverzichtbar.
- **Diejenigen, die Trainingsinhalte erstellen** – sie sind die Schnittstelle, die pädagogische Aspekte, sowie unternehmensspezifische Elemente wie die Unternehmenskultur und -struktur gemeinsam betrachten.
- Die **verschiedenen Unternehmensbereiche** – sie unterscheiden sich oft nicht nur hinsichtlich der Kultur, sondern auch in Bezug auf die Prozesse und Anforderungen. Wenn nicht alle Unternehmensbereiche in die Analyse eingebunden werden, kann es passieren, dass sich das LMS im schlimmsten Fall für einen Bereich als nutzlos herausstellt.
- **Die User** – es ist besonders wichtig, diese Gruppe bei der Entscheidungsfindung früh ins Boot zu holen. Das schönste LMS ist praktisch nutzlos, wenn sich im Unternehmen eine Stimmung gegen das neue System ausgebreitet hat.

Andere Stakeholder sind weniger offensichtlich und hängen von den Besonderheiten in Ihrem Unternehmen ab. Vielleicht hat Ihr Unternehmen ein Mentoring-Programm, dessen Teilnehmer berücksichtigt werden sollten? Einen Pädagogik-Spezialisten? Einen Produktionszweig, in dem ganz anders zusammengearbeitet wird als in anderen Abteilungen? Strecken Sie Fühler aus und fragen Sie nach, ob diese Personen vielleicht wertvolle Informationen zur Entscheidungsfindung für ein bestimmtes LMS beitragen können.

Jeder zusätzliche Stakeholder macht die Entscheidung für ein LMS komplexer – aber auch besser. Damit die Entscheidungsfindung nicht ausartet, sollten Sie schon in dieser Phase mit einem Zeitplan arbeiten.

Außerdem sollten Sie nach Möglichkeit schon möglichst früh einen internen Sponsor finden, also eine Person, die in der Firmenhierarchie weit oben steht, und das Projekt innerhalb des Unternehmens aktiv promotet und als Schirmherr fungiert.



## Wer sollte an der Implementierung beteiligt werden?

Die Antwort auf diese Frage hängt vor allem davon ab, wie stark ihr euer neues LMS an euer Unternehmen anpassen möchtet und welchen Umfang dieses Projekt hat. Falls es User-Acceptance-Tests gibt, sollten in den Testgruppen Vertreter aller Stakeholder-Gruppen präsent sein.

## Wie holen Sie den Input der verschiedenen Stakeholder zum Entscheidungsprozess ein?

Vermutlich haben Sie jetzt eine recht große Gruppe an Menschen, die an der Entscheidung für ein LMS beteiligt werden sollten. Wie holen Sie am besten ihre Meinung ein? Eine Online-Umfrage mag verlockend unkompliziert erscheinen. Dabei bleibt allerdings wenig Raum für individuelle Antworten und für Input zwischen den Zeilen.

Deswegen ist es ratsam, sich den Input der Stakeholder durch persönliche Interviews zu holen. Ideal sind 1:1 Interviews, im Notfall können die Gespräche aber auch in kleinen Gruppen geführt werden.

Die Interviews werden für viele Stakeholder der erste Kontakt mit dem Projekt sein, deswegen ist es entscheidend, dass Sie diese gut vorbereiten.

### Daher sollten sie im Vorfeld folgende Schritte gehen:

- 1** Erstellen Sie eine Liste mit allen möglichen Stakeholdern und Interviewpartnern. Fragen Sie nach, ob sie für diese Aufgabe zur Verfügung stehen. Senden Sie denjenigen, die sich dazu bereit erklären, ein erstes Briefing über das Projekt und erklären Sie ihnen, welche Rolle sie in dem Projekt spielen werden.
- 2** Erstellen Sie einen sinnvollen Fragenkatalog. Es ist ratsam, diese Fragen schon einige Tage vorher an die Interviewpartner zu schicken, damit sie sich ebenfalls gut vorbereiten können.
- 3** Buchen Sie die einzelnen Interviews rechtzeitig. Nehmen Sie sich nach Möglichkeit eine Stunde Zeit für jede Session.

**4** Bereiten Sie sich auf jedes einzelne Interview gut vor. Finden Sie möglichst viel über Ihren Interviewpartner heraus. Welche Rolle hat er im Unternehmen, was sind seine Aufgaben? Sie können die Partner auch bitten, im Vorfeld des Interviews Dokumente mit Ihnen zu teilen, die für das Thema relevant sein könnten.

Warum so viel Aufwand? Ganz einfach: Wenn die Interviewpartner wahrnehmen, dass Sie und Ihr Team gut vorbereitet sind und den Input ernst nehmen, ist es wahrscheinlicher, dass sie das Projekt unterstützen werden. Schlechte Vorbereitung, mangelnde Sorgfalt oder sogar fehlender Respekt und mangelndes Einfühlungsvermögen können in dieser Phase deswegen schnell einen negativen Schneeballeffekt auslösen.

## Sinnvolle Fragen für ein Interview können zum Beispiel die folgenden sein:

- Welche Rolle spielen Lernprozesse für die Erreichung Ihrer Abteilungsziele? Denken Sie, ein LMS kann hierbei unterstützen?
- Wie würden Sie sich die ideale Lernsituation in Ihrer Abteilung vorstellen? Was wünschen Sie sich von einem LMS?
- Wenn Sie an das neue LMS denken, welche möglichen Hindernisse und Probleme könnten Sie sich vorstellen? Vielleicht im Zusammenhang mit der Organisationsstruktur oder der Technologie, die wir benutzen?
- Was sind ihre größten Befürchtungen hinsichtlich des Neuen LMS und was können wir dagegen unternehmen?
- Wer ist in Ihrer Abteilung für das Lernen verantwortlich?
- Was stört Sie daran, wie Lernprozesse momentan organisiert sind, und wie würden Sie diese Situation verbessern?
- Kennen Sie noch jemanden, mit dem wir über dieses Projekt sprechen sollten?



## Wie binden Sie die Stakeholder erfolgreich in das LMS-Projekt ein?

Bedenken Sie bitte, dass die Menschen, die sich bereit erklärt haben, als Stakeholder am Projekt mitzuarbeiten, eine wertvolle Ressource sind. Früher oder später werden Sie die Hilfe und den Rat von jedem von ihnen brauchen.

Daher sollten Sie die Stakeholder in Ihrem Projekt tatsächlich einbinden, anstatt einen Top-down-Ansatz zu verfolgen. Behandeln Sie die Stakeholder mit besonderem Respekt und halten Sie engen Kontakt. Schaffen Sie die Möglichkeit, regelmäßig Feedback in einer offenen und angstfreien Atmosphäre zu geben. Nur so werden Sie frühzeitig auf auftauchende Probleme und mögliche Hindernisse aufmerksam gemacht.

Es ist hilfreich, sich in die Lage der Stakeholder hineinzusetzen, um ihr inhaltliches und emotionales Engagement besser nachzuvollziehen. Sie könnten einige Stakeholder zum Beispiel einen halben Tag in ihrem Arbeitsalltag begleiten oder bei bestimmten Trainingsveranstaltungen dabei sein, um einen genaueren Einblick in ihre jeweilige Realität zu erhalten.

# 6. Ready to Go?

Wenn Sie jetzt direkt loslegen wollen, dann empfehlen wir Ihnen die persönliche LMS-Checkliste, die wir [hier](#) auf unserer Webseite zur Verfügung stellen. Anhand von 30 Fragen unterstützen wir Sie dort bei der Auswahl der Webplattform, die perfekt zu Ihrer Organisation passt. Das Ausfüllen dauert nur fünf Minuten und ist vielleicht der erste Schritt hin zu effektiverem Lernen in Ihrem Unternehmen.





# 5-Schritte-Anleitung zum ausdrucken

## Schritt 1: Interne Analyse

### Ist-Zustand

- Erfassung des aktuellen Lernstands im gesamten Unternehmen
- Identifikation der Pain Points/ Herausforderungen im aktuellen Prozess
- Definition der aktuellen Aus- und Weiterbildungsstrategie
- ROI: wie hoch sind die Kosten aktuell rund um das Thema Lernen?
- Gibt es Best-Practices
- Interne Stakeholder befragen

### Soll-Zustand

- Definition eines optimalen Szenario
- Definition der (strategischen) Ziele
- Erstellung eines Business-Case für ein LMS
- Interne Stakeholder befragen

## Schritt 2: Marktsondierung

- Recherche im Internet (z.B. Capterra)
- Identifikation von ca. 5 LMS-Anbietern

## Schritt 3: Validierung

- Genehmigung des Management durch Präsentation eines Business-Case
- Budget-Freigabe
- Bewertungsbogen erstellen mit denen benötigten Funktionen & Anforderungen
- Top 5 Anbieter kontaktieren & Demo-Termine vereinbaren

## Schritt 4: Auswahl

- Bewertungsbogen für Top 5 Anbieter ausfüllen
- Referenzgespräche mit Kunden der Anbieter führen
- Miteinbeziehen der wichtigen internen Stakeholder
- Entscheidungsgrundlage für Management vorbereiten

## Schritt 5: Implementierung

- Implementierungsplan mit Fristen, Meilensteinen & Pflichten
- Entscheidung über Art des Roll-Outs (Pilot oder gesamt)
- Support durch die Customer Success Abteilung des Anbieters



## Interesse geweckt? Studytube macht Ihr Leben leichter.

Studytube ist die umfassendste Lernplattform und bietet vielfältige und relevante Lernangebote. Wir haben schon Dutzende von Organisationen geholfen, das Thema Personalentwicklung zu vereinfachen.

Zukunftssicher und effizient. Sind Sie an weiteren Informationen und einem Gespräch über dieses Thema mit einem unserer Spezialisten interessiert? Dann wenden Sie sich bitte an uns.

[sarina.fritsche@studytube.de](mailto:sarina.fritsche@studytube.de)

**STUDYTUBE**

Designed with  
**your future**  
in mind.

[www.studytube.de](http://www.studytube.de)

Erfstraße 15 - 17  
50672 Köln

[sales@studytube.de](mailto:sales@studytube.de)

Büro: +49 30 30806704