

Interaktive Medien auf der CeBIT 2009

Serious Games, Web 2.0 und

Kurze Lerneinheiten für unterwegs, Learning Nuggets genannt, und spielerische Lernwelten mit ernststen Botschaften – das sind die neuen Hoffnungsträger der E-Learning-Branche. Jochen Robes hat sich auf der diesjährigen CeBIT Anfang März umgeschaut und berichtet über alte und neue Projekte aus der Medienszene.

Kein Geringerer als BITKOM-Präsident Professor August-Wilhelm Scheer gab die Richtung vor, als er zu Beginn der diesjährigen CeBIT die Ergebnisse einer aktuellen Umfrage unter Personalverantwortlichen in den Top-500-Unternehmen vorstellte. Danach setzen heute 55 Prozent der Unternehmen mit mehr als 1 000 Mitarbeitern Formen von elektronischem Lernen mit Computer und Internet ein. „E-Learning hat sich als fester Bestandteil der Aus- und Weiterbildung etabliert“, berichtete Scheer. „In der Wirtschaftskrise kann E-Learning die Personalbudgets ohne Qualitätsverlust bei der Fortbildung spürbar entlasten.“ Auf 200 Millionen Euro schätzt der Branchenverband BITKOM das Volumen des deutschen E-Learning-Marktes. Nachholbedarf hat allerdings der Mittelstand, wo erst jedes vierte Unternehmen E-Learning einsetzt.

Abschied von der Euphorie

Dass die E-Learning-Branche die Öffentlichkeit sucht, hat gute Gründe, denn es ist ruhig geworden um das Online-Lernen. Kunden wie Anbieter haben ihre Lehren aus der Dotcom-Krise gezogen und in den letzten Jahren auf euphorische Versprechungen und Erfolgsmeldungen weitgehend verzichtet. Man hat die Zeit ge-

nutzt, um schrittweise die Infrastruktur für das Lernen am Computer und im Netz zu entwickeln. Lernplattformen wurden eingeführt, um Bildungsprozesse professionell zu managen. Heute wird E-Learning in vielen Unternehmen neben traditionellen Lernformen ganz selbstverständlich eingesetzt.

Der Markt ist offenkundig da, aber die Aufmerksamkeit schwindet. Die LEARNTEC, traditionelle Leitmesse in Deutschland für E-Learning, stemmt sich seit Jahren mit wechselndem Erfolg gegen diesen Trend. 2010 will man sich auch für nicht technologiebasierte Lernformen öffnen. Die CeBIT hatte dagegen bereits im letzten Jahr entschieden, der Bildungs- und E-Learning-Community mit dem Forum Learning & Knowledge Solutions, das jetzt zum zweiten Mal stattfand, eine Heimat zu bieten.

Spiele als neue Hoffnungsträger

„Game-based Learning“ ist der Trend dieser Tage. Die stetig steigende Zahl der Nutzer von Computerspielen sowie das damit einhergehende Marktvolumen haben schon seit einiger Zeit das Interesse von Bildungsexperten geweckt. In vielen Unternehmen wächst die Einsicht, dass mit den

E-Learning-Angeboten der ersten Generation jüngere Mitarbeiter kaum noch erreicht werden können. Wer mit dem Internet groß geworden ist, so die Vermutung, muss mit anderen Anreizen herausgefordert werden, sollen die Lernbotschaften nicht ins Leere gehen.

Gefragt sind vor allem Lernspiele, sogenannte Serious Games, die in Schulen und Firmen auf ein großes

Dr. Jochen Robes ist Senior Consultant bei der HQ Interaktive Mediensysteme GmbH in Wiesbaden und beschäftigt sich als Autor (www.weiterbildungsblog.de) und Referent mit Bildungstechnologie und Knowledge Management.

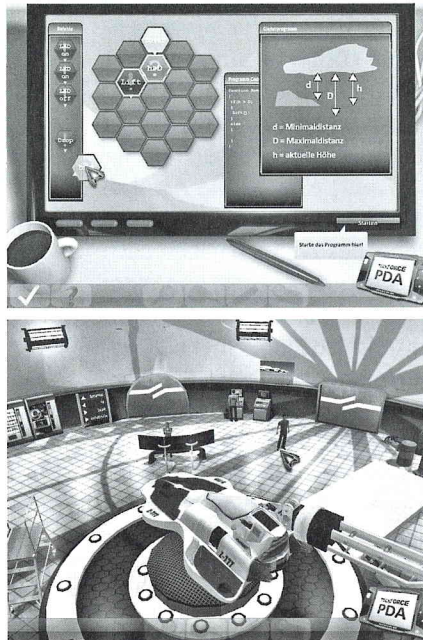
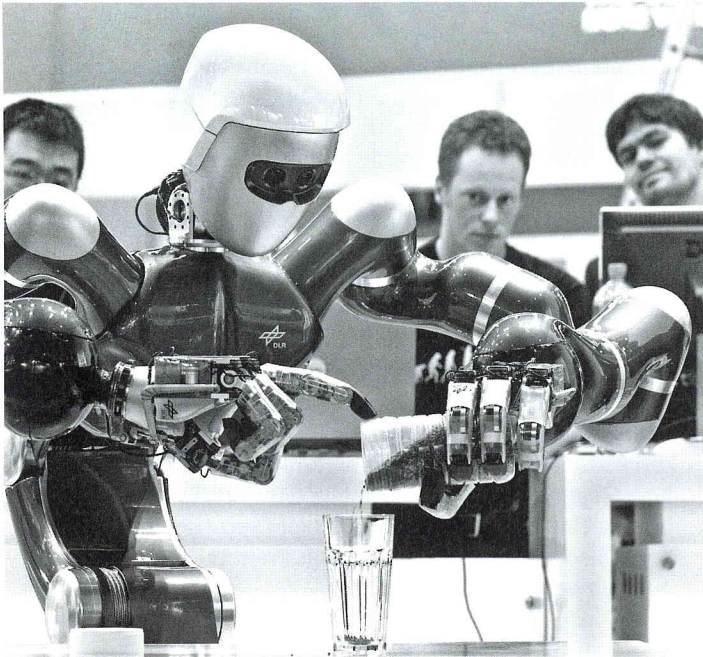


Interesse stoßen. Ein Beispiel, das auch auf dem Forum Learning & Knowledge Solutions in Hannover zu sehen war, ist das 3-D-Adventure-Spiel „TechForce“, das Jugendliche für die Ausbildung in der Metall- und Elektroindustrie begeistern soll. Der Spieler ist dabei Teil eines Teams von Azubis der Metall- und Elektroindustrie (eben jener TechForce) und hat die Aufgabe, einen futuristischen Glider zu montieren. Alle zum Gelingen der Aufgabe notwendigen Informationen aus Mechanik und Hydraulik, Steuerungstechnik und Qualitätssicherung sind in das Spiel integriert.

Was den breiteren Einsatz von Lernspielen in der Vergangenheit ausbrems-



Knowledge Nuggets



Ein humanoider Roboter demonstriert auf dem CeBIT-Stand des Bundesbildungsministeriums seine Geschicklichkeit (links).

Das Lernspiel „Tech-Force“ informiert Schulabgänger über Arbeits- und Tätigkeitsfelder der Metall- und Elektroindustrie (rechts).

te, waren vor allem die hohen Entwicklungskosten für didaktisch und medientechnisch herausfordernde Lösungen. Hier wird sich zeigen, ob sich in naher Zukunft durch intelligente Baukastensysteme anspruchsvolle Lernspiele entwickeln lassen, die dem Vergleich mit ihren kommerziellen Vorbildern standhalten.

Was kommt nach dem E-Learning?

Die auf der CeBIT vorgestellte BITKOM-Studie konnte auch zeigen, dass neben den klassischen Anwendungen des E-Learning zunehmend Web-2.0-Instrumente in der betrieblichen Weiterbildung eingesetzt werden. „Der Einsatz von Web-2.0-Anwendungen gibt dem E-Learning einen enormen Schub“, berichtete BITKOM-Präsident Scheer. Die präsentierten Zahlen überraschten: So setzen 41 Prozent der befragten Unternehmen Virtual Classrooms und Videokonferenzen ein, 35 Prozent Wikis und Weblogs, 27 Prozent Podcasts und Videocasts, 25 Prozent Simulationen, Planspiele und Game-based Learning, 22 Prozent Communities. Rolf Schmidt-Holtz, CEO der Sony BMG Mu-

sic Entertainment, ging noch einen Schritt weiter und kündigte schon im Vorfeld der CeBIT seine Eröffnungs-Keynote mit der Frage „Ist E-Learning tot?“ an. Dies war der deutliche Hinweis, dass sich Unternehmen mit ihren klassischen E-Learning-Angeboten partizipatorischen Systemen wie Blogs, Wikis und sozialen Netzwerken öffnen müssten, um das informelle Lernen, das Miteinander- und Voneinander-Lernen stärker zu fördern.

Wie diese Öffnung aussehen könnte, präsentierte Markus Bentele, Chief Knowledge Officer bei der Rheinmetall Aktiengesellschaft. In seinem Vortrag „Blended Learning: Der Mix macht es“ zeigte er, dass es heute nicht mehr allein darum geht, Präsenzlernen und elektronisches Lernen miteinander zu verbinden. Bei Rhein-

metall wird Blended Learning vielmehr als „integriertes Lernkonzept“ betrachtet, das aus den Komponenten „Präsenz“, „Collaboration“, „Dokumentation“ und „eCampus“ besteht und diese über ein Portal intelligent miteinander verbindet.

Bildung ignoriert das Web 2.0

Doch hier steckt wie häufig der Teufel im Detail: Es steht außer Frage, dass für viele Großunternehmen Web 2.0 schon längere Zeit auf der Agenda steht. Anbieter wie IBM, deren Collaboration-Suite auch die Rheinmetall einsetzt, und Microsoft bieten entsprechende Lösungen an, um Unternehmen auf dem strategischen Weg zum Enterprise 2.0 zu begleiten. Im Personalmarketing, in der Kommunikation sowie im Projektma-

nagement sind viele der genannten Web-2.0-Instrumente bereits eingebunden. In der betrieblichen Weiterbildung dagegen ist es heute noch schwer, entsprechende Beispiele für das E-Learning 2.0 zu finden. So waren wichtige Impulse für wissensorientierte und kollaborative Lösungen auf der CeBIT nicht auf dem Forum Learning & Knowledge Solutions, sondern in der benachbarten Webciety zu finden, mit der die Veranstalter der vernetzten Gesellschaft und deren Zukunft eine eigene Ausstellungsfläche ausgewiesen hatten.

Die neuen Instrumente des Web 2.0 haben auch dazu beigetragen, dass heute verstärkt von einer Miniaturisierung der Weiterbildung und ihrer Angebote die Rede ist. Man spricht in immer mehr Unternehmen von „Mini-Lektionen“, „Learning Nuggets“ oder „Wissenshäppchen“, die zwischen fünf und zehn Minuten Bearbeitungszeit erfordern. Neben den durch das Internet veränderten Gewohnheiten bei der Nutzung von Informationen stehen im Hintergrund des neuen Trends auch wirtschaftliche Zwänge, die ein längeres Aussteigen der Mitarbeiter aus dem Arbeitsprozess immer schwieriger machen.

Bunte Vielfalt bei Kurzformaten

Die neuen Kurzformate in der Weiterbildung können der schnellen Vorbereitung auf einen Kundentermin dienen, sie können die kurze Präsentation eines aktuellen Themas durch einen Mitarbeiter umfassen und betreffen Präsenzveranstaltungen genauso wie das Online-Lernen. Das Spektrum der Lösungen ist weit und verbindet in der Regel E-Learning und Wissensmanagement sowie formales Training und informelles Lernen.

So stellte der Bildungsanbieter IMC auf der CeBIT eine Lösung vor, die als Electronic Performance Support System den Mitarbeiter kontextsensitiv genau an der Stelle in einem System mit kurzen Informationen und Hilfestellungen versorgt, an der er sie braucht. Unternehmen wie Credit Suisse setzen dagegen schon seit Längerem auf Podcasts, um ihre Führungskräfte mit kurzen Audioangeboten für die weiterführenden Angebote ihrer Business School zu sensibilisieren. Diese wiederum werden sowohl als Seminare als auch zum E-Learning angeboten. Die Grenzen zwischen den Bildungsformaten, das hat die diesjährige CeBIT gezeigt, werden offener.

Professionalisierung der Personalprozesse

steht oben auf der Agenda von Klaus Bauer, der im August beim Sportartikelunternehmen Puma, Herzogenaurach, den neu geschaffenen Vorstandsposten des Chief Operating Officer antreten soll. Der 53-Jährige ist künftig für Personal, Finanzen, Controlling, Recht, Operations, Logistik und IT verantwortlich. Dass in diesem Bauchladen die HR-Funktion untergehen könnte, scheint nicht zu befürchten zu sein, weil Bauer ihr seit vielen Jahren verbunden ist. Er kommt allerdings aus dem Finanzwesen. Nach der Berufsausbildung zum Industriekaufmann, Betriebswirt und Bilanzbuchhalter machte er ab 1981 im Controlling des Büromaschinenherstellers Triumph-Adler Karriere. Bauer arbeitete sich zudem in IT und Projektmanagement ein. 1989 ging er als IT-Führungskraft zu Puma, wo er bald auch wieder mit Controlling befasst war. 1994 kam die Verantwortung für den Personalbereich hinzu, die er fortan in verschiedenen Konstellationen mit IT, Finanzen und Logistik kombinierte. Im Juni 2007 schaffte Bauer als Senior Executive Vice President IT Systems, Processes, Strategic Projects den Sprung auf die zweite Führungsebene.



Heben statt abheben wird künftig Aloysius Rauen, der ein Vierteljahrhundert in der Luft- und Raumfahrtindustrie gearbeitet hat. Der neue Vorstandsvorsitzende von Demag Cranes, einem der weltweit bedeutendsten Hersteller von Industrie- und Hafenkränen mit Sitz in Düsseldorf, übernimmt zusätzlich die Verantwortung für

das Personalressort. Bislang hatte dort der Finanzvorstand das Sagen. Rauen, 52, ist kein ausgewiesener HR-Manager, aber ein erfolgreicher Unternehmenslenker, der in Personalfragen keine Schwächen erkennen ließ. Seine Karriere begann der Ingenieur für Luft- und Raumfahrttechnik 1983 in der Hubschrauberentwicklung von MBB. 1989 wurde er Leiter des Zentralsekretariats der Geschäftsführung, 1991 Programmbereichsleiter für den Militärjet Tornado. Nach der Übernahme durch Daimler-Benz und EADS stieg er zum Werksleiter und Produktbereichsleiter auf. Die Geschäftsleitungsebene erklomm er 1997. Ab Mai 2004 war Rauen Chef des Jagdflugzeugbauers Eurofighter. Neben dem Beruf engagiert er sich bei einer Stiftung für herzkranken Kinder, außerdem ist er norwegischer Honorarkonsul in Bayern.