Aktuelle Trends im Microlearning

Learning Nuggets – Wunsch und Wirklichkeit

Mit neuen Kurzformaten, meist zwischen drei und 15 Minuten lang und bevorzugt als Video erstellt, versuchen immer mehr Unternehmen, das informelle und selbstorganisierte Lernen ihrer Mitarbeiter zu unterstützen. Zwei Ansätze sind dabei zu beobachten: Während einige Unternehmen die sogenannten ‚Learning Nuggets' von Bildungsexperten nach inhaltlichen und didaktischen Gesichtspunkten entwickeln lassen, stellen andere Community-orientierte Plattformen zur Verfügung und unterstützen Mitarbeiter beim Informationsaustausch und bei der Weitergabe von Wissen.

Dr. phil. Jochen Robes ist Bildungsberater bei der HQ Interaktive Mediensysteme GmbH und Blogger (www.weiterbildungsblog.de) in Frankfurt am Main. Seine Themenschwerpunkte sind Weiterbildung, Wissensmanagement, E-Learning und Web 2.0.

Kurze, flexibel einsetzbare und webbasierte Bildungsangebote liegen im Trend. Als das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung im Frühjahr 2010 wieder einmal E-Learning-Experten nach den wichtigsten Zukunftsthemen befragte, kam Microlearning auf den zweiten Platz. Auf Personal- und Bildungskongressen gibt es längst Microlearning-Sektionen. Die neuen Kurzformate sind zwischen drei und 15 Minuten lang, setzen meist auf das Medium Film, nutzen die Möglichkeiten des Internets und unterstützen das selbstorganisierte, informelle Lernen der Mitarbeiter.

Es ist zunächst einmal ungewöhnlich, dass die Kürze eines Bildungsangebots den Auslöser für neue Lernkonzepte und -formate darstellt. Doch seit geraumer Zeit behauptet sich eine facettenreiche Entwicklung, deren gemeinsamer Nenner genau diese Kürze ist. Als Auslöser für diesen Trend wird häufig auf wirtschaftliche Zwänge verwiesen, die Mitarbeitern ein längeres Aussteigen aus dem Arbeitsprozess immer schwerer machen. Daneben scheinen die Kurzformate aber auch veränderten Gewohnheiten beim Medienkonsum entgegenzukommen, wie an der Popularität von Internetdiensten wie dem Videoportal YouTube oder dem Kurznachrichtendienst Twitter abzulesen ist. Jüngere Mitarbeiter (der ‚Net Generation') und neue Mitarbeiterprofile (Knowledge Worker), so heißt es, werden von strukturierten und geführten Lernangeboten immer weniger angesprochen.

Der Erfolg der neuen Kurzformate ist auch eine Reaktion auf den veränderten Mediengebrauch von Jugendlichen, nicht zuletzt auf deren Unlust, überhaupt noch zu lesen. Foto: Jugendliche auf einer Messe in Hongkong fotografieren Exponate aus der Spielewelt.

Microlearning ist unmittelbar mit der Entwicklung des Internets verbunden. Die statischen Webseiten der ersten Jahre haben sich in kleine, flüchtige und lose Informationsbausteine aufgelöst. Der Philosoph und Harvard-Dozent David Weinberger hat diesen Zustand als „small pieces, loosely joined" bezeichnet. Sie bilden das Gerüst des Internets, der Social Media und des Web 2.0. Zugleich bilden sie für immer mehr Menschen auch die Umgebung, in der sie nach schnellen Lösungen und Informationen suchen und, mehr oder weniger bewusst, selbstorganisiert und informell lernen (Weinberger 2003).

Personalentwicklung und Qualifizierung suchen deshalb in jüngster Zeit verstärkt nach Wegen, das informelle Lernen zu stärken und dabei das Interesse an kurzen Informations- und Medienbausteinen aufzunehmen. Dabei lassen sich heute zwei Ansätze erkennen: Zum einen entwickeln Bildungsexperten selbst Kurzformate, häufig auch „Learning Nuggets" genannt, um die Aufmerksamkeit ihrer Zielgruppen auf bestimmte Themen und Angebote zu lenken. Zum anderen stellen sie ihren Mit-

Flugsimulatoren sind für die einen Spiel, für die anderen Ernst. Foto: Training von Piloten für Rettungshubschrauber in einem Flugsimulator.

arbeitern Plattformen und Werkzeuge zur Verfügung, die sie zum Austausch eigener Inhalte und Informationen nutzen können.

Vier Minuten Lernzeit

Schon 2007 hat die Business School der Credit Suisse begonnen, Podcasts im Audioformat zu entwickeln. Kurze Episoden als Interviews mit internen oder externen Experten sollten Manager für kritische Führungsthemen sensibilisieren, aber auch die Angebote der Business School besser vermarkten. Im Oktober 2009 wechselte man zum Videoformat und startete die Reihe „Management in a Nutshell". In regelmäßigen Abständen werden seitdem drei bis vier Minuten lange Filme im Intranet der Credit Suisse veröffentlicht. Als Vorbild dienen die Videos der amerikanischen Firma Common Craft, die einen eigenen spielerischen Stil entwickelt hat, um in ‚plain English' Phänomene des Internets zu erklären. Die „Management in a Nutshell"-Themen reichen von „Motivation" und „Talents" bis „Coaching" und „Health".

Das Feedback auf die neuen Angebote ist durchweg positiv. „Als Pädagoge war ich anfangs misstrauisch, als nach immer kürzeren Lerneinheiten gerufen wurde", gibt Martin Raske, Global Head eLearning Solutions bei der Credit Suisse, zu. „Inzwischen ist es erwiesen, dass wir zum Beispiel durch die Kurzfilme Führungskräfte erreichen, die sonst kaum ein klassisches Web-based Training bearbeiten würden. Solange sich alle im Klaren sind, was in vier Minuten vermittelt und erreicht werden kann, ist das Ordnung." Der Erfolg der „Management in a Nutshell"-Reihe hat dazu geführt, dass die Kurzfilme seit Kurzem auch auf dem YouTube-Kanal der Credit Suisse im Internet zu sehen sind.

Inzwischen umfassen die Learning Nuggets der Business School nicht nur die „Management in a Nutshell"-Filme. Weitere Videoformate sind hinzugekommen, die vom Experten-Interview bis zur Animation reichen, aber auch einzelne WBT-Module und -Quiz. Das gesamte Angebot wird in einem eigenen Kanal mit dem Titel „Learn How – Learn Now" zusammengefasst und in verschiedenen Rubriken („Personal Effectiveness", „Work &

Life“ und „Tools & Applications“) präsentiert. Alle drei Wochen erscheinen drei neue Learning Nuggets. „Wir wollen damit Lernen attraktiv machen und Neugierde für diverse Themen wecken. Darum ist auch der ‚Learn more‘-Knopf am Ende eines jeden Nugget so wichtig: Wenn das Interesse am Thema dann bei unseren klassischen Lernangeboten endet, freuen wir uns umso mehr“, sagt Raske. Man sucht auf diesem Weg auch das direkte Feedback der Mitarbeiter, die die neuen Kurzformate bewerten, kommentieren und abonnieren können.

Bei Alcatel-Lucent informiert ein Lernportal über verfügbare Lerneinheiten.

Von Mitarbeitern für Mitarbeiter

Auch Alcatel-Lucent unterstützt aktiv den Wissensaustausch und das informelle Lernen in kurzen Einheiten. Auf der Video-Sharing-Plattform der Alcatel-Lucent University heißt es dementsprechend: „The learning2.gO Channel is your central point of access for relevant, engaging, on-demand learning. Sponsored by Alcatel-Lucent University, Learning2.gO complements more traditional courseware with informal learning ‘shorts’, i.e. interactive presentations delivered in various media, such as video, interactive flash, and recorded demos. Learning that fits your schedule (…) anytime, anywhere.“

Doch während die meisten Unternehmen sich erst vorsichtig an die neuen Formen herantasten und Bildungsexperten noch die Entwicklung der Kurzformate verantworten, geht Alcatel-Lucent einen Schritt weiter. Hier können Mitarbeiter selbst Inhalte erstellen und auf der Plattform anderen zur Verfügung stellen. Eine kurze Lerneinheit erklärt Interessierten, wie es geht. Die Mitarbeiter machen von den neuen Möglichkeiten rege Gebrauch. Seit Anfang 2010, als die neue Plattform weltweit geöffnet wurde, sind bereits über 1 000 Videos veröffentlicht worden. Die Beiträge behandeln zum Beispiel neue Tools (Wie geht das?), Produkte und Lösungen (Experte erklärt für Nicht-Experten), Strategien (Was heißt das für unseren Bereich?), Umweltschutz (Green IT) und Tagungsberichte.

Und Niveau und Qualität…?

Viele Personalmanager zweifeln, ob diese Formen von „user-generated content“ funktionieren und warnen vor Qualitätsverlusten und Missbrauchsfällen. Auch Rüdiger Kortmann, Leiter der Alcatel-Lucent University Europe, bestätigt, dass er hier mit redaktionellem Aufwand gerechnet hat. Doch in den zurückliegenden Monaten gab es für das Team der Alcatel-Lucent University keinen Grund, einzugreifen. Inzwischen können die Mitarbeiter selbst durch einen Klick Beiträge melden, die die Spielregeln der Community verletzen („abuse“).

Für Kortmann sind Plattformen wie „Learning2.gO“ Teil eines langfristigen Wandels, mit dem sich Unternehmen neuen Formen der Kommunikation und Kollaboration öffnen und zu dem werden, was häufig als Enterprise 2.0 bezeichnet wird. Dazu gehört auch, neuen, informellen, aber auch spielerischen Lernformen in der Weiterbildung einen größeren Raum zu geben. Die Integration von klassischer formaler Qualifizierung und den neuen informellen Lernformen bleibt dabei ein wichtiges Thema. Bei Alcatel-Lucent starten Mitarbeiter deshalb ihre Suche nach Lernangeboten in der Regel nicht auf Learning2.gO, sondern einem übergreifenden Lernportal (vgl. Abb. links). Und wenn der Autor eines „learning short“ einen entsprechenden Vermerk setzt, bekommt jeder Nutzer dieses Kurzformats einen entsprechenden Eintrag in seiner Bildungshistorie.

Summary

Microlearning: Current Trends and Lessons Learned

More and more companies are trying to utilize new concise formats between three and fifteen minutes long, frequently in video form, to support the informal and self-organized learning of their employees. Two approaches can be identified: While some companies are having educational experts develop ‘learning nuggets’ based upon content-related and didactic criteria, other companies are providing community-oriented platforms and support employees in their exchange of information and transfer of knowledge (user-generated content).

Literatur

Credit Suisse: Video channel of Credit Suisse, www.youtube.com/user/creditsuissevideos

McAfee, A. (2009): Enterprise 2.0: New collaborative tools for your organization’s toughest challenges, Boston, MA

Weinberger, D. (2003): Small pieces loosely joined: A unified theory of the Web, New York