

COMMUNITIES OF PRACTICE

Gemeinsam schlauer

Foto: Ojo Images



Wissen wächst durch Austausch – das ist das Geheimnis von informellen Netzwerken wie den sogenannten Communities of Practice, die derzeit verstärkte Aufmerksamkeit erfahren. Ob und wie auch Weiterbildner davon profitieren können, zeigen einige aktuelle Versuche.

Der Begriff ist in Mode: Immer häufiger bezeichnen sich Expertenrunden – Verbands-Foren, Xing-Gruppen oder andere Plattformen für den fachlichen Austausch – als Communities of Practice. Auch wenn der Begriff streng genommen nicht immer zutrifft (s. Kasten S. 40), markiert seine Konjunktur einen Trend, der selbstorganisierte Weiterbildung mit dem von Social Media geprägten Netzwerkgedanken

verbindet. Die Idee ist bestechend: In Communities of Practice tragen erfahrene Praktiker ihr Wissen zusammen, teilen es mit Gleichgesinnten und vermehren dadurch auch ihr eigenes.

Auch in der Weiterbildungsszene gibt es erste Versuche, solche Prozesse des Austauschs und der Wissensmehrung unter Experten zu etablieren. Ein spannendes Projekt hat zum Beispiel Johannes Thönneßen, Geschäftsführer

der Online-Wissensplattform MWonline, Anfang des Jahres gestartet. Erklärtes Ziel dieses „Experiments“: das Wissen der teilnehmenden Fachleute – darunter Personalentwickler, Trainer, Berater und Coachs – zum Nutzen aller zu aktivieren.

Workshop-Entwicklung nach dem Open-Source-Prinzip

Pate stand das Konzept einer Community of Practice vor allem aus zwei Gründen: „Zunächst ging es mir darum, überhaupt einen Austausch der Mitglieder untereinander herzustellen“, erläutert Thönneßen. Bekannte Foren und Diskussionsgruppen haben den Berater für Personal- und Organisationsentwicklung jedoch bislang selten überzeugt. So nutzen etwa Mitglieder von Xing-Gruppen die Plattform oft nur für – mitunter reichlich plattes – Selbstmarketing. „Um das zu vermeiden, braucht der Austausch eine Richtung, ein gemeinsames Interesse“, erklärt Thönneßen weiter – neben dem gemeinschaftlichen Austausch ein Hauptmerkmal von Communities of Practice.

„Ich habe also ein Thema gesucht, das für möglichst viele Teilnehmer interessant ist“, berichtet Thönneßen weiter. Seine Wahl fiel auf das Thema Werte, Plattform für die Auseinandersetzung sollte ein eigens eingerichtetes Forum sein. Um Zielorientierung



Lernende Gemeinschaft

Der Begriff Community of Practice macht derzeit verstärkt die Runde – nicht immer in dem Sinne von Etienne Wenger, einem der geistigen Väter der informellen Interessengruppen.

DEFINITION

Drei Bedingungen müssen laut Wenger in einer Community of Practice erfüllt sein:

- » Eine Community of Practice definiert sich durch ein gemeinsames Interesse an einem bestimmten Thema oder Wissensbereich („Domain“).
- » Die Mitglieder verbindet mehr als beispielsweise ein gemeinsamer Beruf: Sie teilen Informationen, helfen sich und lernen voneinander („Community“).
- » Die Mitglieder sind Praktiker, sie entwickeln ein gemeinsames Repertoire an Erfahrungen, Geschichten, Tools und bekannten Problemen („Practice“).

COMMUNITY ODER NETZWERK?

Als Beispiel für Communities of Practice nennt Wenger die impressionistischen Maler, die sich in Cafés und Studios trafen, um ihren gemeinsamen Stil zu entwickeln. Modernere Versionen existieren häufig in Unternehmen, wo sie zum Teil klar definierte Aufgaben im Wissens- oder Qualitätsmanagement erfüllen. Die meisten selbsterstellten Communities im Internet, beispielsweise Themengruppen auf Xing, sind hingegen eher lose Netzwerke, da ihnen mindestens eins der genannten Kriterien fehlt.

SOCIAL LEARNING

Wenn von Communities of Practice die Rede ist, fllt häufig auch der Begriff Social Learning. Diese informelle Form des Lernens voneinander, von Experten und Kollegen, findet am Arbeitsplatz permanent statt und macht den größten Teil des individuellen Wissenserwerbs aus. Der Austausch folgt dabei nicht zwingend der Hierarchie, jeder kann von jedem lernen. Dasselbe geschieht in den Communities, die mit ihrer konkreten Zweckorientierung allerdings weit über bloße Lerngruppen hinausgehen.



und Beteiligung zu erhöhen, gab Thönneßen ein konkretes Ziel aus: Die Teilnehmer sollten das Thema nicht nur diskutieren, sondern gemeinsam ein Workshop-Konzept zum Thema „Führen mit Werten“ erarbeiten, das dann von allen Teilnehmern genutzt werden kann – frei nach dem Vorbild der kollaborativen Produktionsweise von Open-Source-Software.

Community lebt vom Engagement des Gründers

Bis das Konzept eingesetzt werden kann, wird noch einige Zeit vergehen. Das Projekt ruht im Moment, soll aber noch fertiggestellt werden, versichert Thönneßen. Insgesamt ist der Initiator mit der Resonanz zufrieden: Gut 50 Personen – die Einladung erging zunächst nur an Premium-Abonnenten von MWonline – haben sich an der Diskussion beteiligt, an der Workshop-Entwicklung haben bislang 17 Trainer, Berater und Coachs mitgewirkt. „Zwei Drittel der Beiträge diskutieren das Thema an sich, was wertvolle Anregungen fürs Seminar ergibt. Ein Drittel sind konkrete Beiträge zum Konzept, bungsteile etwa oder Varianten für den Einstieg“, berichtet Thönneßen.

Viele der Beiträge sind spannend, bei der Lektüre der virtuellen Gespräche kommt durchaus ein gewisses Gruppengefühl zum Ausdruck. Dass dieses

Gebilde – selbst unter kommunikativen, kooperationserfahrenen Weiterbildungsexperten – sehr fragil ist, hat Thönneßen allerdings überrascht: „Die Gruppe muss ständig gepflegt werden, sonst löst sie sich auf. Man muss die Themen selber füttern, damit etwas zurückkommt.“ Trotzdem würde Thönneßen jederzeit einen neuen Versuch wagen. „Allerdings mit höherem Ergebnisdruck, weil das Projekt sonst leicht unter den Tisch fllt.“

Karneval des Wissens: Zwischen Netzwerk und Gemeinschaft

Einen anderen Ansatz verfolgen der Weiterbildungsexperte Jochen Robes vom Weiterbildungsblog und die Schweizer E-Learning-Professorin Andrea Back. Unter dem Namen WissensWert tragen sie seit zwei Jahren das Wissen vieler Bildungsexperten zusammen und machen es einem breiteren Publikum zugänglich. Sie setzen auf die Methode des Blog Carnival: Zu einem aktuellen Thema wird die Netzgemeinde regelmig aufgerufen, sich in Form von Blog-Beiträgen, Mails oder Kommentaren zu einem bestimmten Thema zu ufern. Beteiligen kann sich grundsätzlich jeder Interessierte, sofern er sich an den relativ engen zeitlichen Rahmen hält.

Die Themenpalette von WissensWert reicht von E-Learning über allgemeine Personalentwicklungsthemen bis hin zum Selbstmanagement für Wissensarbeiter. Im März etwa fragten die Bildungsexperten nach Bewältigungsstrategien für den Information Overload. Aktuell geht es um spannende Lernformate. Der Erfolg der Reihe kann sich sehen lassen, immerhin geht das Blog Carnival schon in die 19. Runde, zwischen fünf und 40 Beiträge kamen jeweils zusammen. Eine reiche Informationsquelle, die noch dazu frei zugänglich ist. „Damit entsteht zwar noch keine Community

of Practice im engeren Sinne, sondern eher ein loses Netzwerk“, sagt Robes. Dennoch: Ein harter Kern von bis zu 40 Teilnehmern beteiligt sich immer wieder an der Umfrage, darunter bekannte Namen aus dem Weiterbildungsbereich.

Masse: Erfolgsfaktor und Problem

Unabhängig von der korrekten Bezeichnung ist WissensWert damit einer der weitreichendsten Versuche im deutschsprachigen Raum, Bildungsexperten zum Wissensaustausch zu animieren. Dass das nicht immer einfach ist, diese Erfahrung hat auch Robes gemacht. Das hängt zum einen vom Thema ab. „Manche funktionieren so, andere müssen angeschoben werden“, berichtet Robes. Zum anderen ist die Bereitschaft zur Beteiligung begrenzt.

Ein Grund dafür könnte sein, dass Trainer und Berater ungern das Wissen teilen, das die Basis ihres Geschäfts ist. Eine Gefahr, die Robes zufolge jedoch von der Chance zur Profilschärfung mehr als aufgewogen wird: „Durch ihre Teilnahme können sich Trainer und Coachs von der Masse der Weiterbildner abheben.“ Als Hindernisse sieht er vielmehr zwei andere Punkte: die überschaubare Netz-Community zum Thema Bildung und den Mangel an zugkräftiger Prominenz.

Was diese Faktoren bewirken können, zeigt ein Beispiel aus dem englischsprachigen Raum. Die bekannte britische Bildungsexpertin Jane Hart hat eine Plattform ins Leben gerufen, die allein in den ersten zwei Monaten mehr als 600 Mitglieder gewonnen hat. Der Name ist Programm: In der „Social Learning Community“ diskutieren Interessierte gemeinsam über die Themen Social Learning (s. Kasten rechts) und Lernen via Web 2.0.

Was diese Community so attraktiv macht, analysiert der britische Berater Nic Laycock in seinem Blog „Nic's Discoveries“: Das sind neben der Prominenz Harts vor allem ihr Engagement auf der Seite. Ein entscheidender Faktor ist auch, dass schnell eine kritische Masse erreicht wurde, dank der sich die Community selbst erhalten kann. Auch die Technik spielt eine Rolle: Plattform ist der Facebook-Klon Yammer. Wie beim großen Vorbild können hier Beiträge kommentiert, Links gepostet und Dateien hochgeladen werden. Mittels Schlüsselwörtern lassen sich die Beiträge sortieren und damit zumindest ein bisschen Ordnung ins Chaos bringen. Hier zeigt sich ein Problem, das allen Communities of Practice gemein ist: Je größer sie werden, desto unübersichtlicher und zeitaufwändiger werden sie.

Sascha Reimann ■

COMMUNITIES FÜR TRAINER

Welchen Mehrwert Communities of Practice bringen, davon können sich Trainer selbst ein Bild machen:

» MWonline

Gemeinsam einen Workshop zum Thema „Führen mit Werten“ zu entwickeln – das ist das Ziel dieses Projektes von Johannes Thönenßen. Zugang nur für Abonnenten (kostenpflichtig). Link: <http://is.gd/1i3FT0>

» WissensWert

Per Blog Carnival bitten Andrea Back und Jochen Robes regelmäßig um Beiträge zu aktuellen Bildungsthemen. Der Zugang ist frei, beteiligen kann sich jeder interessierte Weiterbildner. Link: <http://wissenswert.iwi.unisg.ch>

» Social Learning Community

Die von Jane Hart initiierte Plattform zum Thema Social Learning basiert auf dem Social-Media-Tool Yammer. Die Teilnahme ist kostenlos, muss aber vom Administrator genehmigt werden. Link: www.yammer.com/sociallearningcommunity

»Auch in der Weiterbildungsszene gibt es erste Versuche, den Wissensaustausch unter Experten anzuschieben.«