

& WIRTSCHAFT BERUF

Zeitschrift für
berufliche Bildung

WEITERBILDUNG UND TRAINING

Trends und Traditionen



INTERVIEW MIT TOBIAS LOHMANN

Menschen sind keine
Maschinen

DSCHUNGELTOUR E-LEARNING

Lernen mit digitalen
Medien

LERNEN MIT PFERDEN

Team, Führung und
Change Management

OPEN COURSE

Wissen und Lernen in
neuen Strukturen



Dschungeltour E-Learning

Heute können Bildungsexperten und Lerner aus einer breiten Palette an digitalen Medien und Formaten wählen. Wikis, Podcasts, Videocasts, Soziale Netzwerke und Mobile Learning werden zum Alltag in der betrieblichen Weiterbildung.

Dr. Jochen Robes

E-Learning ist in vielen Großunternehmen heute Alltag, berichtete der Bundesverband Informatikwirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) vor einiger Zeit. 55 % der Unternehmen mit mehr 1.000 Beschäftigten nutzen das elektronische Lernen mit Computer und Internet, hieß es dort. Und etwas weiter: „Die größte Bedeutung haben nach wie vor die klassischen Formen des E-Learning. Drei Viertel der Unternehmen nutzen Web Based Training (WBT).“ Daneben werden auch mehr und mehr Web 2.0-Instrumente wie Wikis, Podcasts und Videocasts, also Ton- oder Filmaufzeichnungen, sowie soziale Netzwerke eingesetzt, liest man. Konkrete Beispiele werden allerdings nicht genannt. Doch zwischen dem Web-based Training und dem Web 2.0-Instrumenten liegen weitere Möglichkeiten. Einige von ihnen sollen im Folgenden näher vorgestellt werden.

YouTube als Vorbild

Da sind zuerst die vielen Videoformate zu nennen, auf die mehr und mehr Unternehmen in der

Weiterbildung setzen. Dieser Trend ist natürlich unmittelbar mit der Popularität von Portalen wie YouTube verknüpft. Plattformen, wie z.B. die der Khan Academy (siehe W&B 01-02.2012), haben längst auf die neuen Nutzungsgewohnheiten im Netz reagiert und kurze Erklärfilme in das Zentrum ihrer Angebote gestellt. Die eingesetzten Formate und Stile, denen man hier begegnet, sind vielfältig: Das kann das kurze Statement eines Vorstands sein, der die Bedeutung einer Qualifizierungsmaßnahme unterstreichen will; das kann der Fachexperte sein, der im Interview ein neues Produkt oder Verfahren vorstellt. Oder man setzt ganz auf die Kreativität von Zeichnungen, Bildern und Animationen.

So veröffentlicht die Credit Suisse in Zürich in regelmäßigen Abständen 3–4 Minuten lange Filme über Führungsthemen wie „Motivation“, „Talents“, „Coaching“ und „Health“. Die Reihe heißt treffend „Management in a Nutshell“. Mit diesem Format, so Martin Raske, Global Head eLearning Solutions bei der Credit Suisse, errei-

chen sie Manager, die sich ein klassisches Web-based-Training nie anschauen würden (Robes 2011). Das Format läuft so erfolgreich, dass die Credit Suisse es sogar auf ihren YouTube-Kanal eingestellt hat. Und es hat dazu geführt, dass auch in anderen Bereichen der Bank immer mehr Kurzfilme eingesetzt werden.

Andere Unternehmen gehen noch einen Schritt weiter und geben ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, selbst Filme zu erstellen und diese als Lehrmaterial anderen zur Verfügung zu stellen. „User-generated content“ heißt es, wenn nicht Experten, sondern die Nutzer selbst Inhalte entwickeln. So macht es Alcatel-Lucent und nennt die unternehmensinterne YouTube-ähnliche Plattform „Learning2.gO“. Mit großem Erfolg, wie die Zahl der eingestellten Videos zeigt.

Mobile Learning als Top-Trend

Ganz aktuell ist auch Mobile Learning. Als das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung im letzten Jahr wieder Experten fragte, welche E-Learning-Trends in den kommenden Jahren die größte Bedeutung haben werden, setzte eine Mehrheit (59%) „Mobile Learning“ auf den ersten Platz. Was kaum erstaunt, wenn man auf die rasante Verbreitung von Smartphones und Tablets schaut. Hinzu kommen junge Mitarbeiter, die diese Technologien ganz selbstverständlich im Alltag nutzen. Für viele Bildungsverantwortliche sind das gute Gründe zu überlegen, wie man die neuen Technologien auch in der Weiterbildung nutzen kann. Hier bieten sich natürlich kurze Informationsbausteine an, wie z.B. Checklisten, Guidelines oder Manuals. Kurze Videos oder Audiobeiträge sind gerne gewählte Formate. Beliebt sind auch Aufgaben und kleine Tests, um sich auf eine Prüfung vorzubereiten. Wenn man sich noch weiter auf die vielfältigen Möglichkeiten der sich rasant entwickelnden Geräte einlässt, also die Möglichkeiten, Fotos und Spracheingaben aufzunehmen oder Standort-bezogene Informationen zu verarbeiten, eröffnen sich weitere, neue Lernszenarien.

Natürlich ist Mobile Learning zuerst einmal eine „Grundsatzfrage“: Denn es geht darum anzuerkennen, dass das Lernen heute nicht nur im Seminarraum oder am Arbeitsplatzrechner stattfindet. Immer mehr Mitarbeiter sind häufig und



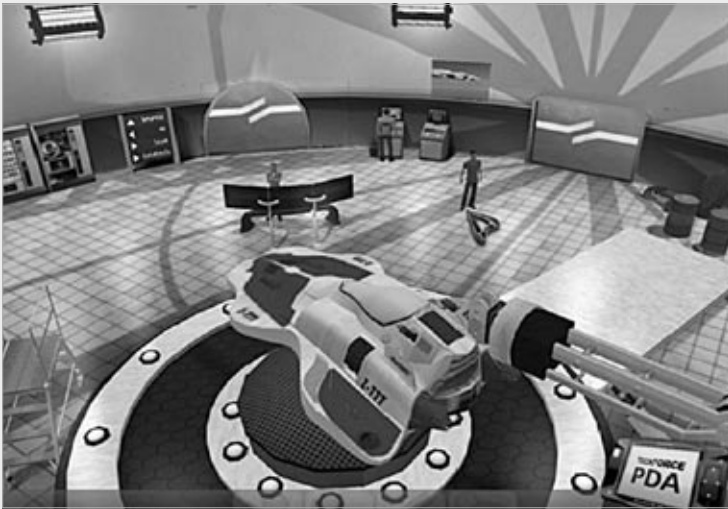
Beispiel aus einem Film der Reihe „Management in a Nutshell“ der Credit Suisse

(<http://www.youtube.com/user/creditsuissevideos>)

lange unterwegs, nutzen flexible Arbeitszeitvereinbarungen und schätzen das Angebot, schnell und bei Bedarf auf für sie wichtige Informationen zuzugreifen. Kurze Wissensbausteine, die das „Lernen zwischendurch“ unterstützen, passen in den modernen Arbeitsalltag vieler Mitarbeiter. Idealerweise geschieht die Einführung von Mobile Learning auf der Grundlage eines umfassenden Qualifizierungskonzepts, mit der Einbindung von Führungskräften, Mitarbeitern und Betriebsrat.

Ein Klassiker: Das Virtuelle Klassenzimmer

Eine weitere Form von E-Learning ist der Einsatz des Virtuellen Klassenzimmers, einer Form von E-Learning, bei der sich alle Teilnehmer zu einem bestimmten Zeitpunkt im Netz einwählen. Die dahinter stehenden Technologien sind schon seit langer Zeit auf dem Markt und je nach Perspektive wird auch von Live E-Learning, Webinaren oder Web-Conferencing gesprochen. Viele Unternehmen sind heute mit der Technologie vertraut, setzen sie aber noch selten zur Qualifizierung der Mitarbeiter ein. Dabei eignen sich Virtuelle Klassenzimmer hervorragend, um neue Produkte oder Lösungen vorzustellen und zugleich Raum für Fragen und Diskussionen zu bieten. Die Einbindung verschiedener Medien, das gemeinsame Betrachten von Webseiten sowie der Einsatz von Kamera



Screenshots aus dem Spiel „TechForce“
(<http://www.techforce.de/gallery.html>)



Die Seite des Azubi-Blogs bei Otto

Literatur

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.

(BITKOM): E-Learning setzt sich durch. Presseinformation, 4. März 2009

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung: Weiterbildung und Digitales Lernen heute und in drei Jahren: Mobile und vernetzte Szenarien im Aufwind.

MMB-Trendmonitor II/2011

Robes, J.: Learning Nuggets – Wunsch und Wirklichkeit, in: Personalführung, 2/2011, S. 50–53

und Mikrofon sind heute fast Standard. Zudem bieten Virtuelle Klassenzimmer den Vorteil, kurzfristig und gezielt auf Trainingsbedürfnisse zu reagieren. Da die meisten Systeme zudem die Möglichkeit bieten, ein Event zu speichern, entwickelt sich schnell ein Archiv, auf das jeder Mitarbeiter später zugreifen kann.

Natürlich brauchen auch Virtuelle Klassenzimmer eine professionelle Einführung und Moderation, um das Potenzial dieses Online-Formats wirklich zu nutzen. Es gibt eine Reihe von Tipps und Tricks, um hier nicht Gefahr zu laufen, durch eintönige Monologe schnell seine Teilnehmer zu langweilen oder gar zu verlieren. Wer ganz sicher gehen will, setzt auf erfahrene Online-Tutoren, die bereits eine Reihe von Virtuellen Klassenzimmern betreut haben.

Spielend Lernen geht immer: Serious Games

Wenn von neuen Formen des Online-Lernens gesprochen wird, stehen seit einigen Jahren auch Game-based Learning bzw. Serious Games weit oben auf der Agenda. Dabei ist der Einsatz von Spielen oder spielerischen Konzepten in der Weiterbildung nicht neu. Planspiele oder Simulatoren haben längst einen Stammplatz in vielen Personalentwicklungskonzepten. Doch durch die große Popularität von Video- und Computerspielen sowie Massively Multiplayer Online Role-Playing Games (MMORPG) wie z.B. „World of Warcraft“ erlangte die Verbindung von Online-Lernen und Spielen wieder neue Aufmerksamkeit. Auch hier ist die Palette von Möglichkeiten groß: Manchmal werden nur spielerische Elemente wie z.B. Quizzes oder alternative Entwicklungswege verwendet, um die Bearbeitung eines Online-Kurses kurzweiliger zu gestalten; manchmal werden aufwendige und komplexe Games entwickelt, um vor allem Berufseinsteiger und junge Mitarbeiter für neue Themen zu interessieren.

„Techforce“ ist ein solches Serious Game, das vom Arbeitgeberverband Gesamtmetall und dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH in Auftrag gegeben wurde, um Jugendlichen einen Einblick in die Ausbildungs- und Berufswelt der Metall- und Elektroindustrie zu geben. Hier wird der Spieler zum Mitglied eines

Teams von Azubis, das vor der Aufgabe steht, Teile eines futuristischen „Glider X2100“ zu konstruieren und zu montieren. Informationen aus den verschiedenen Bereichen der Metall- und Elektroindustrie, wie beispielsweise der Elektrotechnik, Mechanik und Hydraulik, Steuerungstechnik und Qualitätssicherung, helfen dem Spieler, diese Aufgabe zu meistern. „TechForce“ fordert darüber hinaus Konzentration und Ausdauer, aber auch analytisches Denken, Kombinationsvermögen und gute räumliche Vorstellung von den Spielern. Das interaktive Abenteuer- und Lernspiel wurde im Jahr 2008 zum ersten Mal veröffentlicht und hat seitdem eine Reihe von Preisen erhalten, unter anderem 2009 den Deutschen Computerspielpreis.

Durch Social Media das informelle Lernen unterstützen

Auch das Web 2.0 und Social Media wie z.B. Wikis, Blogs oder Community-Plattformen finden langsam einen Weg in die Weiterbildung. Das ist keineswegs selbstverständlich. Denn zumeist bedeuten ja Weiterbildung und Qualifizierung, dass Trainer oder Fachexperten „ihre“ Themen und Inhalte vermitteln. Wenn aber Auszubildende und Mitarbeiter sich kontinuierlich weiterbilden und ihr Wissen aktuell halten wollen, müssen sie selbst aktiv werden. Was sie dafür benötigen, sind Freiräume und Instrumente, um sich im Arbeitsalltag schnell und informell die Antworten auf Fragen zu holen und sich mit Kollegen und Teammitgliedern auszutauschen. Die Möglichkeiten des Web 2.0 eignen sich hervorragend, um hier die Eigeninitiative, die Selbstverantwortung, aber auch die Kreativität der Mitarbeiter zu unterstützen. So setzen Unternehmen wie Audi, Schaeffler und Siemens zum Teil schon seit vielen Jahren Wikis ein, in denen die Mitarbeiter selbst gemeinsam Anleitungen und Dokumentationen, Glossare und FAQs zu den verschiedensten Themen erstellen. Vor allem das Skywiki der Fraport, das seit 2007 als Wissensdatenbank von den Mitarbeitern gepflegt und weiterentwickelt wird, ist hier ein gerne zitiertes Beispiel.

Eine Reihe von Unternehmen gibt Auszubildenden im Rahmen von Azubi-Blogs die Möglichkeit, über ihre Erfahrungen zu berichten. Diese

Form der Öffentlichkeitsarbeit ist in vielen Fällen für beide Seiten ein Gewinn: Die Auszubildenden reflektieren ihre Erlebnisse, halten sie öffentlich fest und lernen die besondere Art der Kommunikation im offenen Web kennen. Und die Unternehmen setzen auf die authentischen Stimmen ihrer Auszubildenden, um für sich zu werben und neue Mitarbeiter anzuziehen. Beispiele von Azubi-Blogs finden sich im Web auf den Seiten von Otto, Warsteiner, Bertelsmann, Douglas, Fraport, Edding und der Volksbank Nordmünsterland.

Ausblick

Die Möglichkeiten des Lernens im Netz haben sich in den letzten Jahren dramatisch erweitert. Und sie werden sich noch einmal erweitern, wenn mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets auch als Lerninstrumente betrachtet und genutzt werden. Das wird nicht ohne neue Verabredungen und Vereinbarungen geschehen können. Denn spätestens dann wandert das Lernen aus den Büros und den Arbeitsrechnern und wird mobil, flexibel und

Mobile Endgeräte wie Tablets und Smartphones als Lerninstrumente betrachteten und nutzen

überall verfügbar. Wenn Unternehmen dann noch Raum für selbstorganisiertes, informelles Lernen geben, wie wir es aus den sozialen Netzwerken im Internet kennen, wird das klassische Web-based Training vielleicht in naher Zukunft eher die Ausnahme als die Regel darstellen.



Dr. Jochen Robes
Senior Consultant bei
HQ Interaktive Mediensysteme GmbH
in Wiesbaden und Betreiber
des Weiterbildungsblog
www.weiterbildungsblog.de
e-mail: jr@hq.de