

## Der CL20-MOOC: Unternehmen lernen gemeinsam im Netz

von Jochen Robes

Am 21. September 2015 startete der Corporate Learning 2.0 MOOC, ein offener Online-Kurs, der sich mit der Zukunft der Weiterbildung beschäftigte. Er dauerte acht Wochen, wobei jede Woche von einem anderen Unternehmen gestaltet und betreut wurde. Über 1 500 Teilnehmer meldeten sich für den Kurs an. Die wichtigsten Erfahrungen und Ergebnisse des CL20-MOOC werden im Folgenden kurz dargestellt.

Die Leitfrage des CL20-MOOC lautete: »Wie gestalten wir künftig Lernen in Organisationen?« Diese Frage sollte Interessierte rund um die Themen zusammenbringen, die die Weiterbildung in Zukunft beschäftigen werden. Zum einen wollte der CL20-MOOC eine offene Plattform bieten, um sich über Unternehmensgrenzen hin-

weg über zukünftige Konzepte, Formen und Formate in der Weiterbildung auszutauschen. Und zum anderen wollte er selbst möglichst viele Konzepte, Lernformen und -formate einsetzen, die das Lernen 2.0 ausmachen. Denn, so die Überzeugung der Veranstalter, ohne Personalentwickler und Bildungsexperten, die die neuen Möglichkeiten des Lernens kennen und einschätzen können, wird es keinen Wandel geben. Oder es gibt den Wandel ohne sie.

Veranstaltet wurde der Kurs von der Corporate Learning Alliance (CLA), einem nicht-kommerziellen Netzwerk von Bildungsexperten (<https://colearnall.wordpress.com>). In der Ankündigung schrieben die Veranstalter: »Wir wollen über Erfolge mit neuen Lernszenarien und -umgebungen diskutieren, aber auch über die Her-

ausforderungen, die der Wandel und das Neue bringen. Im Mittelpunkt steht der Austausch unter Corporate Learning Professionals, also all denen, die mit Weiterbildung, Kompetenzen und Wissensmanagement in den Unternehmen und Organisationen zu tun haben – und natürlich all denen, die sich dafür interessieren. Denn: Gerade im Austausch werden bewährte Erfahrungen, weitere Ideen und neue Wege für alle Beteiligten sichtbar. Wir sind ganz sicher, dass dieser Kurs die Entwicklung von Corporate Learning unterstützt – wenn sich die Akteure hier in den Diskussionsprozess einbringen.«

Für den CL20-MOOC stellte die FH Lübeck ihre MOOC-Plattform »mooin« sowie weitere Ressourcen unentgeltlich zur Verfügung (<https://mooin.oncampus.de/>).



Abb.1: Grafik des CL20-MOOC

## Das Kursformat

Das Kursformat orientierte sich bewusst an den Erfahrungen, die seit 2008 mit der Konzeption und Durchführung von Massive Open Online Courses gesammelt wurden. Hier haben sich in den letzten Jahren zwei Modelle (und viele kleine Varianten) etabliert:

- xMOOCs sind häufig wie Vorlesungen aufgebaut: Inhalte werden präsentiert, meist als Video, dann gibt es Aufgaben und Tests sowie ein Diskussionsforum für offene Fragen. Oft erhalten die Lerner am Ende eine Teilnahmebescheinigung, manchmal auch gegen Gebühr ein Zertifikat, das ihre individuelle Leistung ausweist. Das »x« in xMOOCs steht für »extension« und soll auf eine Konvention der Harvard University Bezug nehmen.
- cMOOCs setzen den Schwerpunkt auf den Austausch, die Diskussion und die Vernetzung. Sie laden die Teilnehmer ein, gemeinsam die Themen einer Agenda zu diskutieren, selbst aktiv zu werden, neue Themen und Erfahrungen beizusteuern, sich im Verlauf des Kurses zu vernetzen, und so, im Idealfall, vielleicht auch über den Kurs hinaus eine Community oder ein informelles Netzwerk zu bilden. Das »c« in cMOOCs steht für »connectivism«, die Theorie für das Lernen in der Netzwerkgesellschaft.

Der CL20-MOOC war als Kombination beider Modelle geplant, wobei der Schwerpunkt eindeutig auf dem »c«, dem offenen Austausch aller Teilnehmer und dem Lernen in Netzwerken, lag.

## Die gastgebenden Unternehmen

Die erste Aufgabe bestand darin, eine Reihe von Unternehmen dafür zu gewinnen, für jeweils eine Woche die Rolle des Gastgebers im CL20-MOOC zu über-

nehmen und ein Thema ihrer internen Bildungsagenda mit der Community im Kurs und im Netz zu diskutieren. Acht Unternehmen, angesprochen über das CLA-Netzwerk, erklärten sich sofort bereit, das Experiment mitzugehen. Sie wurden jeweils von einem CLA-Paten in ihrer Woche betreut. Die Unternehmen waren frei in der Wahl ihrer Themen sowie in der Gestaltung der Kurswoche, wobei die Kursziele, der Ablauf einer Woche sowie die Funktionen der MOOC-Plattform »mooin« einen selbstverständlichen Rahmen setzten. Hier die Übersicht über die gastgebenden Unternehmen und ihre Themen:

- Woche 1: Deutsche Bahn Training – »Next Education«
- Woche 2: Swisscom – »Digitales Lernen attraktiv machen«
- Woche 3: Österreichischer Automobil-, Motorrad- und Touringclub (ÖAMTC) – »Selbstgesteuertes Lernen für Führungskräfte«
- Woche 4: Festo – »Soziales Lernen nach formalem Training«
- Woche 5: Miele – »Nutzung von offenen versus geschlossenen Lernportalen«
- Woche 6: SICK AG – »Informelles Lernen im internationalen Vertrieb«
- Woche 7: SAP – »Gamification«
- Woche 8: Adidas – »adidas Learning Campus – Past & Future«

## Die Kursaktivitäten

Die Unternehmen entwickelten bereits im Vorfeld unzählige Ideen, produzierten kurze Videos und Whitepaper und stimmten mögliche Lernaktivitäten für die jeweiligen Kurswochen ab. In den Wochen selbst gab es regelmäßig Live-Online-Sessions, Podiumsdiskussionen, Video-Chats, Podcasts, Blogbeiträge und Tweets – und es wurde in den Foren diskutiert. Es fanden regelmäßig Ideenwettbewerbe und Abstimmungen statt, oft kombiniert mit der Möglich-

keit, den Wochen-Badge zu erlangen. Badges sind jene kleinen virtuellen Abzeichen, die auf vielen Plattformen für bestimmte Aktivitäten vergeben werden.

Auch wenn sich der CL20-MOOC vor allem auf der Kursplattform, in den Lektionen und Foren abgespielt hat, waren alle Teilnehmer eingeladen, die Diskussion weiterzutragen und »nach außen« zu öffnen. So hat sich z. B. auf Facebook eine Lerncommunity zusammengefunden, die heute 400 Mitglieder zählt. Einzelne Teilnehmer haben ihre Blogs genutzt, um Eindrücke und Erfahrungen zu reflektieren. Harald Schirmer von der Continental AG berichtete beispielsweise wenige Tage nach dem Start des MOOCs auf seinem Blog unter der Überschrift »CL20 Überblick behalten«:

»Es geht mit viel Geschwindigkeit weiter im Corporate Learning 2.0 MOOC. Da fällt es immer mehr Beteiligen (1253) schwer, Schritt zu halten, die vielen Beiträge zu lesen und auf Stand zu bleiben. Es ist zum einen die Vielzahl an Beiträgen, aber auch Anzahl von beteiligten Plattformen und eben die gewünschte Freiheit, dass jeder lernen kann, wie er/sie möchte. Das führt zu einer großen Diversität, in der Chancen, aber auch Risiken liegen, und die damit genau die Herausforderung beschreibt, die wir im Social Learning haben ...« (<http://www.harald-schirmer.de/2015/09/28/cl20-ueberblick-behalten/>)

Daneben sind Mind-Maps, Sketchnotes und Infografiken entstanden. Die Teilnehmer haben kollaborativ geschrieben (TitanPads), Listen in Wikis gepflegt und Video-Chats organisiert (Blab). Begleitend zu den Aktivitäten im Netz haben sich auch mehrere Lerngruppen vor Ort gebildet und zu regelmäßigen Treffen verabredet, wie z. B. in Stuttgart und Nürnberg. Aber auch die MOOC-Veranstalter waren bemüht, Brücken zwischen den Communities zu schlagen

und haben den MOOC in verschiedene Bildungs-Konferenzen und -Messen getragen und dort berichtet. So fand eine Wochen-session auf dem CorporateLearn-

ningCamp in Frankfurt statt und wurde von dort ins Netz gesendet. Der Rückblick der fünften Woche mit Miele kam live vom HRM Forum Corporate Learning aus

Berlin. Und auch der Abschluss des MOOCs am 13. November wurde direkt vom Learning Campus der adidas Group aus Herzogenaurach übertragen.

Corporate Learning 2.0 MOOC

Deutsch (de) Jochen Robes

Woche 1 Woche 2 Woche 3

Lektion 1 Lektion 2 Lektion 3 Lektion 4 Lektion 5 Lektion 6

Übersicht zur 2. Woche gestaltet von Swisscom (Schweiz) AG: Digitales Lernen attraktiv gestalten

Abb. 2: Einstiegsseite der zweiten Kurswoche (Swisscom)

### Eine typische Kurswoche

Was passierte nun in den einzelnen Wochen? Beispielhaft sei hier der Ablauf der zweiten Woche vorgestellt, die Martin Geisenhainer und sein Team von der Swisscom betreuten:

Swisscom-Themenstellung: »Mitarbeiter zum digitalen Lernen verführen«

■ Montag: Vorstellung des Swisscom-Fallbeispiels – Live-Session mit Martin Geisenhainer und Joachim Niemeier

- Dienstag: Feedback zu den aktuellen Ansätzen bei der Swisscom – Diskussion im Forum
- Mittwoch: Good-Practice-Beispiele für die Swisscom (und uns alle) – Diskussion im Forum
- Donnerstag: Vorgehensweisen und Werkzeuge zur Weiterentwicklung und Optimierung von digitalem Lernen – Ein Experiment: Gemeinsames Online-Brainstorming
- Freitag: Zusammenfassung der Diskussions- und Arbeitsergebnisse der zweiten Woche –

Live-Session mit Martin Geisenhainer und Joachim Niemeier  
In seiner Zusammenfassung konnte CLA-Wochenpate Joachim Niemeier schließlich von 30 Good-Practice-Beispielen berichten, die von den Teilnehmern des MOOCs im Rahmen dieser Kurswoche beigesteuert wurden.



Abb. 3: Swisscom Kurzfilm »CL20 MOOC – Vermarktungsstrategie: wie wir die Shops zum Lernen verführen«

## Fazit

Nicht nur die Swisscom, alle Unternehmen haben bestätigt, dass sie von ihrer Teilnahme an diesem offenen Kurs profitiert haben. Natürlich ist es manchmal eine große Hürde, die eigenen Projekte und Fragestellungen zur Diskussion zu stellen. Dabei ist oft gar nicht die Sorge, wichtiges internes Know-how nach draußen zu tragen, das größte Problem. Oft bewegte die Teilnehmer vielmehr die Frage, was denn eine große, unbekannte Community aus Experten und Interessierten zu den eigenen Projekten rückmeldet, ob sie den eigenen Kontext versteht bzw. bereit ist zu verstehen. Aber diese Bedenken sind spätestens dann verschwunden, wenn man die Ideen und Anregungen liest, die von den anderen Teilnehmern zurückkommen. Sie honorierten die Offenheit und Bereitschaft der Unternehmen, sich der Diskussion zu stellen und Einblicke in die eigene Arbeitspraxis zu gewähren (oftmals mit dem anerkennenden Seufzer, dass man selbst noch nicht so weit ist).

Eine andere Erfahrung betrifft das MOOC-Format. Viele Unternehmen sind ja gerade auf der Suche nach Modellen und Konzepten, mit deren Hilfe das Lernen in Netzwerken und Communities auch in den Organisationen eingeführt bzw. gefördert werden kann. Der CL20-MOOC bot hier eine Fülle an Anregungen. Das beginnt mit der Kursstruktur selbst, die die Möglichkeit eröffnet, sich über einen längeren Zeitraum und über Abteilungsgrenzen hinweg offen mit einem Thema auseinanderzusetzen. Das schließt aber auch einzelne Aktivitäten, kollaborative Arbeitsaufgaben sowie Foren-Diskussionen ein, für die es heute unzählige Plattformen und Werkzeuge im Netz gibt. Einige Unternehmen im Umfeld des CL20-MOOC haben bereits angekündigt, jetzt mit internen MOOCs (»Corporate MOOCs«) und Social Learning beginnen zu wollen.

Karlheinz Pape, Mitveranstalter und CLA-Mitglied, schreibt in seinem Rückblick: »Das Experiment, Corporate Learning Professionals selbst in einer innovativen Lern-

form zum Lernen zu bringen, scheint gelungen. Lernen voneinander im CL20-MOOC-Netzwerk hat offenbar vielfältig stattgefunden. Dazu brauchte es keinen ›Wissensvermittler‹, nur eine Community, die auf gleicher Augenhöhe miteinander umgeht. Auch den viel beschworenen ›Lern-Begleiter‹ brauchte es hier ganz offensichtlich nicht. Dafür waren aber verschiedene ausgeprägte Community-Manager-Rollen in den einzelnen Wochen zu spüren. Und dass jede Woche ganz anders abließ – der CL20-MOOC also nicht aus einem Guss war – schien fürs Lernen ganz und gar nicht hinderlich, vielleicht war es sogarförderlich, wöchentlich andere Impulsgeber, andere Vorgehensweisen zu erleben.« (<https://khpape.wordpress.com/2016/01/27/cl20-mooc-ein-erster-rueckblick/>)

Weitere Informationen zum CL20-MOOC finden Sie unter <https://mooin.oncampus.de/mod/page/view.php?id=1348>