

E-Learning – Unsere Erfahrungen!

Die Stimmungen im letzten Jahr auf E-Learning-Konferenzen wie Learntec, Online Educa, Didaktik Fachtagungen etc. waren vielerorts geprägt durch Aussteller- und Besucher-schwund. Die Medienberichte reagierten darauf mit dem Satz: „E-Learning ist tot.“

Tatsächlich ist es auch so, dass in vielen Hochschulen und beruflichen Schulen Blended Learning, d.h. ein abgestimmter Wechsel zwischen E-Learning Phasen und „Schulbank“-Phasen, längst zum Unterrichtsalltag geworden ist. Der Einsatz von Internet und neuen Medien ist aus unserem privaten und beruflichen Alltag sowieso nicht mehr weg zu denken.

Dennoch hat sich das Bild von E-Learning etwas gewandelt und man muss genau hinschauen. Das haben wir getan.

E-Learning Umgebungen mit Web 2.0 Anwendungen

Siehe dazu die Vorträge auf <http://www.centrestage.de/2008/11/14/e-learning-umgebungen-mit-web-20-anwendungen/>

Im November letzten Jahres haben wir im Rahmen eines Symposiums im SCSI-Schulungscenter (<http://www.scsi.de>) in Stuttgart-Vaihingen mit Unternehmen aus dem Mittelstand über den Einsatz von E-Learning diskutiert. Zum Auftakt haben wir zusammen mit dem FBD-Bildungspark Stuttgart (<http://www.fbd-bildungspark.de>) die wesentlichen Aspekte von E-Learning aufgezeigt. Es geht dabei um

- Klassisches E-Learning mit dem Einsatz kommerzieller oder Open Source Learning Management Systemen,
- Web 2.0 Anwendungen, die den Lern- und Wissensraum erweitern, in dem Inhalte von den Nutzern selbst (User-generated Content), von Experten oder Peers (Co-Created Content) und aus dem Web (Open Content) hinzukommen,
- die Unterstützung informeller Lernprozesse und Wissensmanagement am Arbeitsplatz und im Arbeitsprozess.

Teilbereich 1: Klassisches E-Learning

(siehe dazu den Vortrag „E-Learning in und für Unternehmen“ von Herbert Müller Philipps Sohn, FBD-Bildungspark)

E-Learning aus Sicht eines Unternehmens erfordert wie jede formale Bildungsform einen gewissen Rahmen, feste Zeiten, Steuerung durch Tutoren, Prüfungsdruck für die Lernenden. Dazu benötigen wir Lernmanagementsysteme (LMS), die dafür sorgen, dass die

Lerninhalte, die zur Prüfung oder zur Zertifizierung relevant sind, in der erforderlichen Qualität und Zeit bereitgestellt und Lernerfolge kontrollierbar werden. Umgangssprachlich würde man dazu sagen, ein LMS ist ein „notwendiges Übel“, damit wir tatsächlich auch das Lernen, was wir müssen, in dem Zeitraum, der vorgegeben ist und wir bzw. ein Tutor unseren Lernstatus überprüfen können, wo wir noch Lücken haben oder Inhalte wiederholen sollten. Es ist so ähnlich wie in der Schule, nur eben digital und auf elektronischem Wege. Damit habe ich eine gewisse Flexibilität und Individualität in meinem Lernweg aber innerhalb eines vorgegebenen Rahmens und die Prüfung am Ende muss ich auch bestehen. Sonst gibt es kein Zertifikat oder keine Karriere, oder ich beherrsche das Produkt nicht. Je nachdem, für welches Ziel die Maßnahme gedacht war.

Aus der Diskussion mit den Unternehmens-Vertretern ging hervor:

- Der gehobene Mittelstand denkt auch schon mal an eine eigene LMS-Installation.
- Grundsätzlich ist aber eher ein LMS-Service für den Mittelstand die vorteilhaftere Lösung, aus Kosten- und Kapazitäts- und Kompetenzgründen. Hier kaufen wir nur den Zugriff auf die Inhalte und die tutoriellen Services, die wir benötigen, damit unsere Mitarbeiter adäquate Qualifizierungen erhalten. Die Plattform, die Entwicklung, die Betriebssicherheit verbleiben beim Anbieter.
- Bei Schulungen an eigenen Produkten z.B. bei Vertriebsschulungen will man natürlich die Kernkompetenz am Produkt nicht gerne rausgeben. Hier gibt es auch Software-as-a-Service- (SaaS) Lösungen, bei denen zwar die Technologie, der Betrieb, die Entwicklung beim Anbieter liegen, aber eigene Inhalte und Konfigurationen der Anwendung durch das Anwenderunternehmen selbst vorgenommen werden und aus Wettbewerbsgründen auch dort liegen.
- Vorgestellt vom FBD-Bildungspark wurde auch ein Open Source LMS, Sakai (http://en.wikipedia.org/wiki/Sakai_Project). Open Source hat den Charme, dass es kostenfrei genutzt werden kann und der Code allen frei zur Verfügung steht, so dass man ihn in eigene Anwendungen einbinden kann. Man profitiert von vielen, die daran weiterentwickeln und von vielen Anwendern, die das Produkt verbessern. Kostenlos nutzbar bedeutet aber nicht ohne Aufwand. Der sollte laut Dr. Müller Philipps Sohn gerade bei Sakai nicht unterschätzt werden. Ein weiteres open Source LMS ist beispielsweise Moodle.

Teilbereich 2: Web 2.0 Applikationen erweitern den Lern- und Wissensraum

(siehe dazu den Vortrag „E-Learning 2.0“ von Joachim Niemeier, Universität Stuttgart, centrestage)

Lerninhalte kommen einmal von den Lernanbietern. Hier geht es vor allem um Grundlagen, um wenig veränderbare, eher statische Inhalte. Lernanbieter sorgen im wesentlichen dafür, dass Inhalte

- den Prüfungsordnungen entsprechen,
- über einen adäquaten Zeitraum zum Lernen verteilt werden und
- im Blended Learning Curriculum mit entsprechenden Materialien und Medien vermittelt werden.

Darüber hinaus entstehen weitere Inhalte, die ergänzend, erweiternd wirken, für Kontext sorgen oder unmittelbare Erfahrungen liefern. Diese Inhalte können durch die Nutzung von Web 2.0 Tools in den Lernprozess integriert werden. Diese Inhalte kommen von:

- den Lernenden selbst oder von anderen am Thema interessierte Nutzer, sogenannter User-Generated Content;
- Experten oder Peers, die ihre eigenen Erfahrungen hinzuliefern, sogenannter Co-Created Content;
- Unternehmen und Einrichtungen, die zum Zwecke von eigenen Schulungen, Marketing, F&E, Produktpräsentationen u.v.a.m. produziert und als Open Content zur Verfügung gestellt werden.

Teilbereich 3: Unterstützung informeller Lernprozesse und Wissensmanagement im Arbeitsprozess

(siehe dazu den Vortrag „Informelles Wissensmanagement“ von Martina Göhring, centrestage)

Die beiden Teilbereiche 1 und 2 haben dargestellt, dass viele Lern- und Wissensprozesse den Einsatz von LMS benötigen, zunehmend aber die Inhalteerstellung nicht nur vom Lernanbieter getragen wird, sondern durch Mitwirkung unterschiedlichster Protagonisten und Nutzer wichtige Inhalte aus dem Arbeits- und Erfahrungsschatz der Teilnehmenden hinzukommen. In Teilbereich 3 geht es daher auch um das Lernen am Arbeitsplatz bzw. im Arbeitsprozess.

Wie und wo lernen wir denn im täglichen Arbeitsprozess? Wir lernen doch in der Kommunikation mit Kollegen, Kunden, in der Zusammenarbeit bei Projekten und der Erledigung gemeinsamer Aufträge, im Austausch zwischen Tür und Angel. Wir entwerfen gute Ideen in der Kaffeeküche oder in Diskussionen in der Mittagspause.

Wie werden diese Formen des informellen Lernens und Wissensmanagements unterstützt? Beispielhaft sollen hier einige Werkzeuge in einem lernenden Unternehmen oder auch Enterprise 2.0 (siehe Quellen) aufgezeigt werden:

- **Lernen in der Konversation:** Mit Twitter - Tools (siehe Quellen) verfolgen von Konversationen, Veranstaltungen, Ideenprozessen, Entwicklungsprozessen, an Brainstorming anderer teilhaben.
- **Lernen in der Kommunikation:** Microblogging - Tools (siehe Quellen) für die Übergabe von Aufgaben, in der Projektkommunikation, im Schichtdienst, für das Ideenmanagement, im Vorschlagswesen, für Kritik, Meinungen und Kommentare.
- **Lernen in der Kollaboration:** Wikis und Sharing - Tools zur Kollaboration, um mit anderen Menschen einen Arbeits- und Kommunikationsfluss sicherzustellen, oder um die richtigen Menschen zur Kollaboration zu finden.
- **Lernen im Kollektiv:** mit Web 2.0 profitieren Unternehmen auch von weniger engagierten Mitarbeitern und Bastlern, die Inhalte "nur" sammeln, cut and paste, remixen. Beispiel Social Bookmarking Sites wie <http://delicious.com/centrestage>: mit kollektiv gesammelten Favoriten entstehen umfassende Wissenspools.

Einführung von E-Learning und Co.

Es geht nicht darum E-Learning einzuführen, sondern es geht darum, was will ich mit E-Learning und den oben dargestellten Werkzeugen erreichen um bestimmte Unternehmensziele zu erfüllen und darauf eine Einführungsstrategie zu erarbeiten. Unternehmenszielsetzungen sind vielfältig. Ein Auszug aus unseren Erfahrungen:

1. Unternehmen will vorhandene Lernkurse effizienter, flexibler oder effektiver machen und
 - E-Learning Elemente z.B. zur Vorbereitung von Präsenzkursen einsetzen oder
 - anstelle von Präsenzkursen online Kurse durchführen über sogenannte virtuelle Klassenzimmer oder
 - das komplette Kursmanagement mit Kursinhalten, tutorieller Betreuung, Prüfungsfragen und Zertifizierung elektronisch unterstützen z.B. mittels LMS.
2. Unternehmen will vorhandene Lernkurse um Kommunikationsmöglichkeiten zwischen den Lernenden und Tutoren oder um Inhalte, die von Nutzern beigetragen werden, erweitern bzw. vervollständigen durch
 - den Einsatz von Foren, Blogs oder Wikis
 - online Coaching von Trainern und Beratern.
3. Dem Unternehmen geht es weniger um die Lernkurse selbst, sondern eher darum, Lernende, Nutzer und Trainer, sowie auch Kunden in einem Expertennetzwerk zusammen zu bringen, in dem sie sich austauschen und ihre Erfahrungen einbringen können, und somit gleichzeitig miteinander arbeiten als auch von einander lernen können.

4. Unternehmen will formales und informelles Lernen und Wissensmanagement unterstützen und dazu im Unternehmen eine geeignete Lern- und Wissensumgebung zur Verfügung stellen mit:

- allen erforderlichen Ressourcen wie Materialien, Studien, Datenbanken;
- der Möglichkeit, Communities zu bilden um Beziehungen zu pflegen und Kontakte herzustellen;
- Supportmaßnahmen für Coaching und Feedback;
- formalen Lern- und Trainingsmaßnahmen und Lernzielen, die es zu erfüllen gilt bzw. mit dem Zielesystem des Personalmanagements verknüpft werden müssen.

5. Ein Unternehmen befindet sich in einer zwar noch sehr klassisch aufgebauten Organisationsstruktur aber mit innovativen Produkten, zu denen ein innovativeres Lern- und Wissensmanagement gut passen würde. Hier muss zunächst sehr viel für das interne Marketing und die Bewusstseinsbildung für neue Prozesse und Aufgaben getan werden. Es muss klar gemacht werden, dass es sich hierbei um einen Change Management Prozess für das Unternehmen handelt. Hier sollte man nach dem Motto „start small, move fast, run big“ vorgehen und zweigleisig fahren:

- zunächst eine mehrstufige Einführungsstrategie konzipieren, aber parallel dazu
- in einem ausgewählten definierten Pilotfeld möglichst schnelle Erfolge erzielen und
- darauf aufbauend sukzessive weitere Einführungsmaßnahmen umsetzen.

6. Unternehmen will sein Wissen am Markt verkaufen. Eine Einführungsstrategie würde hier zunächst mit der Entwicklung geeigneter Geschäftsmodelle starten.

Gute Planung ist halb gewonnen!

Die dargestellten Szenarien zeigen auf, dass eine technische Herangehensweise nach dem Motto „Auswahl von E-Learning und Co. Systemen“ nicht zielführend ist, sondern es auf die Zielsetzungen des Unternehmens ankommt, die als erstes erarbeitet werden müssen.

Projektbeispiel Lernet 2.0 Portal für Weiterbildung und Wissensmanagement (siehe dazu www.lernetblog.de)

In unserem aktuellen E-Learning Projekt „Lernet 2.0“, das vom BMWi gefördert wird, erproben wir Web 2.0 Anwendungen, die für Weiterbildung und Wissensmanagement in kleinen und mittelständischen Unternehmen geeignet sind. Dieses Vorhaben zeigt auf, wie man ganz konkret in Projekten und durch Projekte, also in der täglichen Arbeitssituation von einander lernen kann. Eine für die meisten mittelständischen Unternehmen sehr typische Situation ist die, dass man Veranstaltungen z.B. von IHKs oder von Berufsverbänden besucht um sich weiterzubilden, aber auch eigene Firmenevents anbietet, um Kunden

über neue Produkte des Unternehmens zu informieren. In unserem Projekt führten wir bundesweite Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk elektronischer Geschäftsverkehr durch. Diese Vorort Events wurden online begleitet. Dieser blended – offline/online– Ansatz hat drei Ziele:

1. Man lernt bereits im Vorfeld die Inhalte und Referenten besser kennen und kann sich entscheiden, ob es sich für einen lohnt, auf die Veranstaltung zu gehen. Man kann sich aber auch besser darauf vorbereiten, in dem man die richtigen Fragen mitnimmt.
2. Es wird entweder die komplette Veranstaltung oder aus der Veranstaltung werden Meinungen und Kommentare zu den Vorträgen online gesendet. Internetnutzer, die sich für das Thema interessieren, aber nicht zur Veranstaltung kommen konnten, können sich über das Web einbringen mit Fragen, eigenen Hinweisen oder weiterführenden Informationen. Die Reichweite einer Veranstaltung beschränkt sich daher nicht mehr nur auf den Veranstaltungsort sondern auf das gesamte Internet.
3. Vorträge und Materialien werden im Nachgang online gestellt, so dass nicht nur die Teilnehmer, sondern jeder interessierte Internetnutzer darauf zurückgreifen kann.

Erfahrungen mit Lösungen, Best Practices, Trends, Material aus dem Projekt werden im Lernetblog (<http://www.Lernetblog.de>) veröffentlicht.

Gelernt ist nicht genug: Wissensmanagement mit Web 2.0

Siehe dazu den Vortrag auf <http://www.centrestage.de/2009/03/12/gelernt-ist-nicht-genug-wissensmanagement-mit-web-20/>

Erfahrungen zum Einsatz von Web 2.0 für das Wissensmanagement, die wir im Projekt Lernet 2.0 gesammelt haben, werden im Folgenden skizziert. Die einzelnen Punkte beziehen sich direkt auf die jeweiligen Folien des Vortrages. Ein Nebeneinander von Vortrag und Text wäre daher von Vorteil.

Wozu Wissensmanagement?

80% der Investitionen gehen in formales Lernen. Warum reicht aber formales Lernen nicht aus? Weil 80% des Wissens nicht in formalen Lernprozessen erworben wird, sondern informell.

Wozu Wissensmanagement bei kleinen und mittelständischen Unternehmen?

Es gibt typische Situationen für Wissensmanagement in Unternehmen. Wenn wir uns aber anschauen, welche Systeme zur Verfügung stehen, diese Situationen zu unterstützen, stellen wir viele Lücken fest:

- Lücken in der Unterstützung von Konversationen,
- in Kommunikations- und Kollaborationsprozessen,
- beim Lernen aus den Ergebnissen.

Einsatzbereiche zur Gestaltung von Wissensmanagement

1. Konversationen gestalten
2. Umgang mit den Inhalten der Nutzer (UGC)
3. Kollaborativ arbeiten
4. Unterstützung kollektiver Aktivitäten

Konversationen gestalten

Unternehmen haben inzwischen sehr viel Erfahrung mit dem Einsatz von Wissensmanagementsystemen und E-Learning Tools.

Aber: wie und wo dokumentiert man Informelles?

Projektkommunikation im Microblog

Wir brauchen etwas, das so einfach ist wie eMail, das sich aber besser strukturieren lässt und alle müssen die Inhalte sehen können. Wir nutzen dazu einen Microblog in unserem Projektprozess für:

- Meldungen, Nachrichten in eigenen Worten
- Status im Projekt just in time
- Kritik, Meinungen
- Kommentare
- Was ist wichtig?

Die Strukturierung erfolgt zunächst durch den Nutzer, der seine Beiträge mit Schlüsselbegriffen oder Etiketten versieht. Der Nutzer wird auf dem Laufenden gehalten, indem er die Beiträge per RSS abonnieren oder einzelne Tags verfolgen kann. Darüber hinaus werden Inhalte aus anderen Systemen automatisch mit eingepflegt, z.B. aus Twitter, Blogs, Bookmarking Tools, Wiki oder formalen Projektsystemen wie Bugtracking, Change Management u.ä.

Anwendungen und Effekte der Gestaltung von Konversationen

Was konnten wir feststellen?

- Keine an alle-Mails mehr
- Schnell, einfach (gelber Zettel-Effekt)
- Immer aktuell
- Vollständig bis weitgehende Projekttransparenz

Die chronologische Ablage, die dafür sorgt, dass immer der aktuellste Beitrag ganz oben steht, ist im Projektgeschäft sehr hilfreich, da man sofort sieht, was aktuell los ist.

Leichtes Finden von „verschwundenen Inhalten“:

- über Suchmaschinen
- über Kalender und Autoren

- über Tags, Tagcloud, Kategorien

Relevanz der Inhalte:

- die Anzahl der Microinhalte zu einem Tag liefert eine Aussage zur Relevanz dieser Inhalte
- Inhalte, die in mehreren Anwendungen und Prozess-übergreifend dieselben Tags haben, müssen anders bewertet werden als Einzelinhalte.
- Inhaltsanalyse und Auswertungen über Inhaltenutzung sowie Auswertungen der Suchbegriffe

Strukturierung der Inhalte:

- während die Tags Bottom-Up festgelegt werden, werden die Kategorien Top-Down festgelegt und entsprechen der offiziellen Projekttaxonomie.
- Der Projektleiter in seiner Aufgabe als Tagmanager kann Tags verändern, löschen, anpassen. Er bewertet die Inhalte nach ihrer Projekt-übergreifenden Relevanz im Sinne der im Unternehmen festgelegten Taxonomie.

Umgang mit User-Generated-Content (UGC)

Nutzer sind verteilt im Web und schreiben über uns und Themen, die uns interessieren. Wir wollen Nutzergenerierte Inhalte, unabhängig ob intern oder extern, sondern aus dem Netzwerk scannen, bewerten, auswerten, nach Schwerpunktthemen, nach Trends, nach Ideen, nach Beschwerden.

Was wird zum Thema Lernet im Netzwerk diskutiert, geschrieben?

Projektmonitoring mit Google Reader

Wir wollen wissen, was andere über uns schreiben. Dazu gehen wir wie folgt vor:

- Auswahl geeigneter Suchmaschinen, Blogs und Social Sites, die regelmäßig gescannt werden sollen
- Entwicklung von Suchstrings und OPML files (für Suchmaschinen, Suche in Blogs, Social Sites, Websites mit RSS).
- Suchstrings als RSS in den Reader nehmen
- Sobald ein Inhalt mit den Suchbegriffen eingestellt wird, bekommen wir das Suchergebnis in den Reader.
- Manuell werden die Ergebnisse gecheckt und dann bereitgestellt.

Anwendungen und Effekte im Umgang mit UGC

Was konnten wir feststellen?

- Wir wissen immer sofort, was über uns im Internet steht und können darauf reagieren.
- Wir kennen unsere Reputation und die Web-Loyalität zu unseren Produkten.

- Manchmal entsteht auch ein „Serendipity“-Effekt, d.h. auf der Suche finden wir zwar nicht das Gesuchte aber etwas überraschend Neues und Wesentliches. Wichtige Erfindungen sind durch serendipity entstanden: Entdeckung von Amerika, Röntgenstrahlen, Penicillin, Sekundenkleber.

Kollaborativ arbeiten

FRÜHER wurden vor allem real existierende Kommunikationskanäle elektrifiziert:

- Vom one2one und one2many an getrennten Standorten
- Entweder synchron, wenn jemand da war (Telefon, VC)
- Oder asynchron, wenn jemand nicht da war (E-Mail)

HEUTE gibt es mit Web 2.0 neue Konstellationen von Kommunikationskanälen wie „Wenige mit Wenigen“ und „Viele mit Vielen“, für die wir neue Fähigkeiten entwickeln müssen:

1. Die Fähigkeit, die richtigen Menschen zu identifizieren, mit denen ich kollaborieren möchte (Reach)
2. Die Fähigkeit, mit diesen Menschen einen Kommunikationsfluss sicherzustellen (Awareness)

Themen und Veranstaltungen in Twitter folgen

Twitter ist ein gutes Beispiel, wie viele mit Vielen kommunizieren und inzwischen ein beliebtes Tool für das Liveblogging von Veranstaltungen, Events, von Orten, an denen etwas geschieht oder auch nur, um seine Gedanken loszuwerden. Kollaboration erfolgt:

- durch Following und Followers
- über die Verständigung auf einen #hashtag

Meetings in Google Text und Tabellen

Ein Beispiel für Kollaboration zwischen Wenigen mit Google Text und Tabellen. Wir führen damit regelmäßige Projektmeetings oder auch Adhoc Meetings und Abstimmungsprozesse zwischen verteilten Standorten durch.

Anwendungen und Effekte für Kollaboration

- Planungsprozess von Meetings verkürzen sich, werden gleichzeitig kurzfristiger, d.h. man kann noch Minuten vor Beginn Inhalte einbringen (nicht geeignet für Deadline-Agendas)
- Kurzfristige Meetings können jederzeit einberufen und unterstützt werden, in Projekten keine Seltenheit
- Fast keine Nachbereitung: Protokoll entsteht schon während des Meetings

Unterstützung kollektiver Aktivitäten

Kollaboration ist das eine, aber es gibt in einem Unternehmen auch Nutzer, die etwas weniger Engagement aufbringen können oder wollen. Kollektive Systeme unterstützen auch die weniger engagierten Nutzer.

Partizipation oder wer generiert Inhalte?

Nach der McKinsey Studie aus 2007 stellt nur ein Bruchteil der Nutzer Inhalte ein oder -auf ein Unternehmen übertragen- beteiligt sich aktiv in Gruppen oder Communities.

Web 2.0 hilft, die 1% Regel zu brechen!

In Anlehnung an die 1:9:90 Nielsen-Regel:

1. Es sind zwar nur wenige, die Inhalte originär erzeugen (1% Prosumer), aber....
2. einige mehr, die vorliegende Inhalte ergänzen, kommentieren, weitertragen (10% Multiplikatoren) und
3. viele, die ihre Spuren und damit auf ihre Art, ihre Inhalte, Meinungen hinterlassen (100% Konsumer)

Es gilt nun:

1. die 1% im Unternehmen zu finden und zu fördern.
2. den überwiegenden Rest nutzbar zu machen: Toplisten, Tagclouds, Amazon-Tipp aus Warenkorbanalyse.

Power of Participation

Nur auf Kollaboration zu setzen reicht nicht bzw. verschenkt großes Potenzial, Mitarbeiter in die Unternehmensprozesse einbinden. Die Nutzung kollektiver Tools decken den Long-tail ab: mit deren Hilfe erreicht man den Letzten in der Prozesskette (Menschen), findet Nischen (Produkte), entdeckt relevante, aber verborgene Inhalte oder findet Inhalte besser wieder (Content).

Kollektives Bookmarking in Delicious

Ein Beispiel für ein kollektives System ist das Social Bookmarking Tool delicious:

- Wenige stellen Bookmarks ein, beschreiben, verschlagworten, strukturieren
- Das Netzwerk teilt diese Inhalte und multipliziert damit die Verbreitung (Multiplikatoren)
- Jeder Nutzer profitiert von der Folksonomy und den aggregierten Darstellungen der Inhalte wie Tagcloud, most recent/popular (kollektiver Effekt).

Anwendungen und Effekte von kollektiven Systemen

- Man erkennt Wissens- und Themenschwerpunkte und Trends.
- Man findet kleinste Inhalte z.B. einen einzelnen Blogpost.
- Man kann gezielt sein eigenes Expertennetzwerk aufbauen, das als Filter für gute Inhalte wirkt und Ansprechpartner für Themen identifiziert.

Erfolgreiche KMU sind vernetzter

Die Fraunhofer IAO-Studie hat ermittelt, dass stark vernetzte KMUs sowohl doppelte Umsatz- als auch Wachstumszahlen für Innovationen vorweisen können.

Einstein

„Fortschritt lebt vom Austausch des Wissens.“ Sagte einer, der vom rein formalen Wissenserwerb in Schule und Studium nicht viel hielt und dort vor allem durch Abwesenheit glänzte.

Lernen im Web 2.0: Aus- und Weiterbildung der Zukunft

Siehe dazu den Vortrag auf <http://www.centrestage.de/2009/04/08/lernen-im-web-20-aus-und-weiterbildung-der-zukunft/>

Der FBD Bildungspark feierte Anfang April 2009 das 100-jährige Jubiläum der Handelsschule C.G. Zimmermann GmbH. centrestage wurde dazu eingeladen, im Rahmen der Festveranstaltung einen Ausblick auf die Zukunft der Aus- und Weiterbildung im Web 2.0 zu geben. Aber wie vermittelt man das Thema dem erwarteten Teilnehmerkreis in 20 Minuten?

Sir Ken Robinson hat in seinem faszinierenden Vortrag „Learning to be creative“ (siehe Quelle) erwähnt, dass sich Menschen aus dem Bildungsbereich schwer tun, bei Anderen Eindruck zu machen. Man wird möglicherweise akzeptiert, aber als Gesprächspartner sucht man sich dann interessantere Menschen. Gibt das Thema wirklich nichts her? Wir wollten aber beweisen, dass Bildung auch jenseits der offiziellen Bildungsberichte ein spannendes und attraktives Thema ist. Drei Signale fanden wir dazu:

EduCamps

Junge Menschen treffen sich freiwillig und auf eigene Kosten am Wochenende, um in einer offenen, partizipativen Umgebung über das Thema Bildung zu sprechen. Das erste BarCamp (siehe Quelle) in der Ausprägung eines EduCamps fand im April 2008 statt.

Edupunk

Edupunk ist eine relativ junge Bewegung. Im Mai 2008 hat Jim Groom diesen Begriff in der Welt gesetzt und er wurde von einigen E-Learning-Akteuren begeistert aufgenommen (siehe Quelle Downes). Der Edupunker - jung, wild und schlau - sucht sich sein Wissen in der Do-It-Yourself-Mentalität selbst zusammen und nutzt dazu die unterschiedlichsten Technologien und Features, kommerzielle Tools lehnt er ab. Das Thema Edupunk und die Folgen für persönliche Lernumgebungen (PLEs) wurden gerade im aktuellen Online Round Table von Martin Ebner und Steve Wheeler diskutiert (siehe Quelle).

Bildung-Hacker

Im November 2008 trafen sich Finanzinvestoren und Vordenker aus dem E-Learning-Bereich, um zu überlegen, wie man in der Tradition der Hacker das geschlossene System Bildung mit kleinen, möglichst einfachen Ansätzen spielerisch umfunktionieren, kreativ verändern und öffnen kann. Die Bildung-Hacker stehen in der Tradition der Open Source und Open Content-Ansätze (siehe Quelle avc). Ein deutschsprachiges Gegenstück zu dieser "Hacking Education"-Tagung soll im Herbst stattfinden (siehe Quelle weblernen). Es gibt also genügend Signale, um zu belegen, dass das Thema attraktiv und Schwung vorhanden ist. Im zweiten Teil des Vortrags geht es um ein paar persönliche Erfahrungen. Im dritten Teil wird kurz skizziert, wie sich die Technologien, die Inhalte, die Methoden und die Lernenden verändern.

Bleibt zum Schluss noch der Hinweis, dass die Schaffung neuer Lernwelten ein komplexer Wandlungs- und Anpassungsprozess ist. Dazu müssen Werkzeuge für das Lernen auf Basis der neuen Generation von Webumgebungen bereitgestellt, mit neuen (pädagogischen) Methoden experimentiert und die Beteiligten aus der Konsumentenhaltung herausgeholt werden.

Vor hundert Jahren waren die gut funktionierenden Schreibmaschinen, auf denen aber zu wenige Menschen schreiben konnten, der Startpunkt für die Handelsschule C.G. Zimmermann GmbH (siehe Quelle 100 Jahre). Heute haben wir die zwar gut funktionierenden Web 2.0-Technologien, mit denen aber noch viel zu wenige Menschen lernen können.

Quellen zu E-Learning und Wissensmanagement im Internet

<http://www.centrestage.de/2008/11/14/e-learning-umgebungen-mit-web-20-anwendungen/>
<http://www.centrestage.de/2008/08/20/enterprise-20-executive-forum/>
<http://www.twitter.com/centrestage>
<http://www.centrestage.de/2008/10/13/microblogging-zur-projektkommunikation/>
<http://www.centrestage.de/2009/03/12/gelernt-ist-nicht-genug-wissensmanagement-mit-web-20/>
<http://www.centrestage.de/2009/04/08/lernen-im-web-20-aus-und-weiterbildung-der-zukunft/>
<http://de.wikipedia.org/wiki/Barcamp>
<http://en.wikipedia.org/wiki/Edupunk>
<http://www.downes.ca/cgi-bin/page.cgi?post=44760>
<http://educamps.elearning2null.de/2009/03/30/ort09-session-4-edupunk/>
http://www.avc.com/a_vc/2009/03/hacking-education-continued.html
<http://www.weblernen.de/?p=174>
<http://www.centrestage.de/wp-content/uploads/2009/04/100-jahre-cgj.pdf>

Impressum

Göhring, Martina (2009): E-Learning. Whitepaper. Esslingen 2009

Dokument: Whitepaper
Titel: E-Learning
Jahr: Juni 2009

Autor: Dr. Martina Göhring
Herausgeber: centrestage GmbH
Anschrift: Bergstraße 81 – 73733 Esslingen
Internet: www.centrestage.de
E-Mail: goehring@centrestage.de
Telefon: +49 (0) 711 3105 9704
Fax: +49 (0) 711 3105 9705
Mobil: +49 (0) 160 15 555 13

Amtsgericht: Stuttgart HRB 214576
USt.-IdNr.: DE 235 790 808