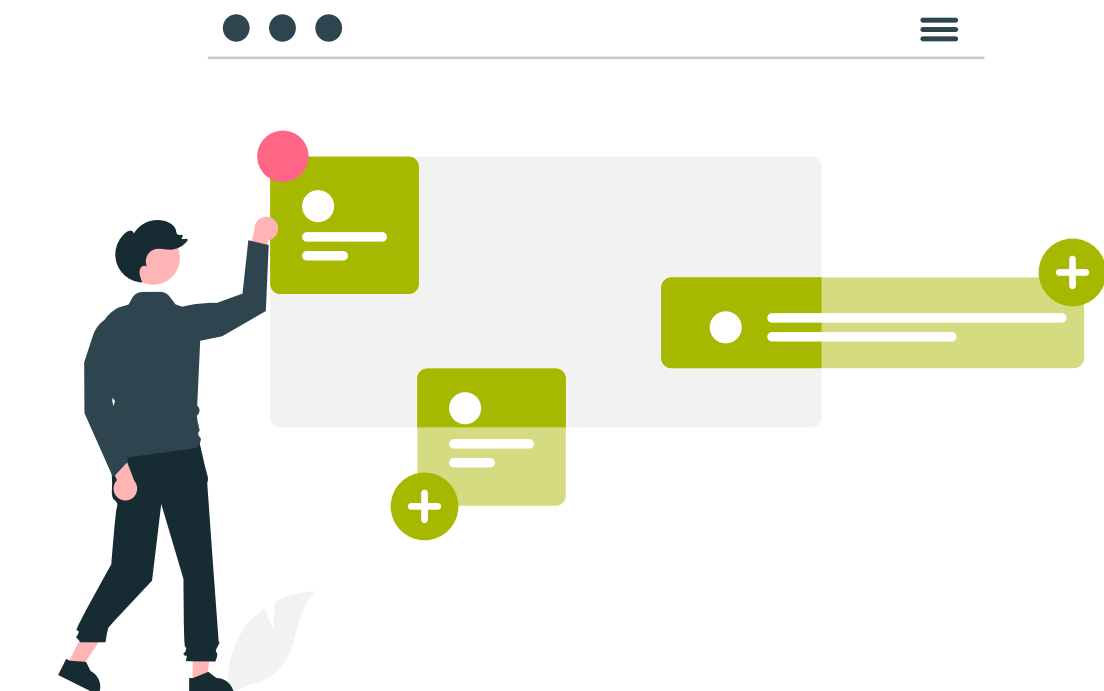


Digitales Lernen Whitepaper Ausgabe 3

DIE ZUKUNFT DES DIGITALEN LERNENS – USER GENERATED CONTENT

Von Nutzern erstellte Inhalte als Bestandteil der E-Learning-Strategie? User Generated Content bietet zahlreiche Vor- und Nachteile. Welche das sind und wie eine Umsetzung in der Praxis aussehen kann, erfahren Sie in diesem Whitepaper.



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
Was ist User Generated Content?	4
Vorteile und Nachteile	5
Fallbeispiele	6
Best Practices	6
Fazit	7
Quellenverzeichnis	8
Unsere zertifizierten und individuellen Trainingsangebote für Sie	9

Einleitung

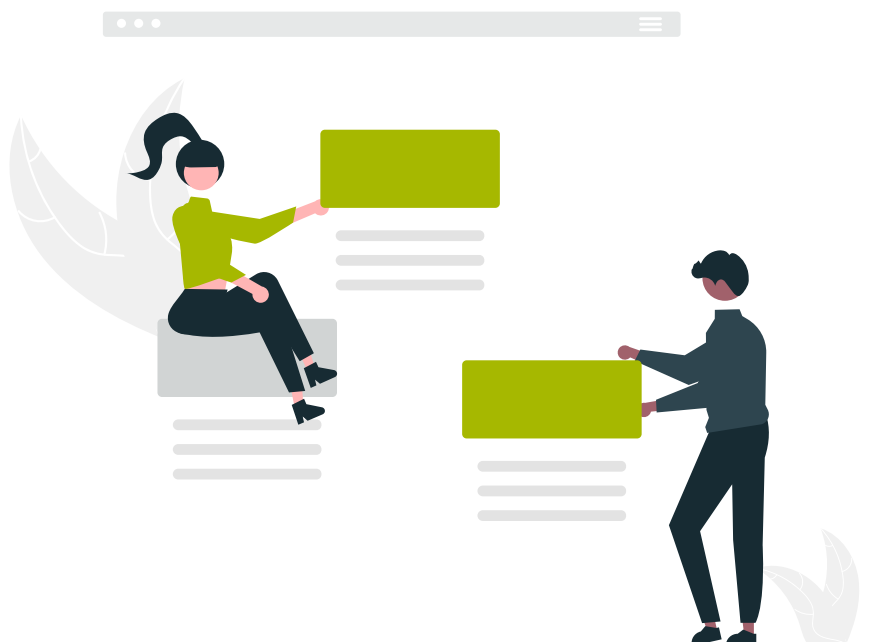
Digitales Lernen hat viel Potential und kann helfen, Themen voranzutreiben und Lernende immer und überall in ihren Lernprozessen zu unterstützen. Die Fokussierung auf die Lernenden, gepaart mit einer guten Gesamtstruktur, helfen, auf ein gutes Ergebnis hinzuarbeiten.

Es ist der Trend erkennbar, die Lernenden immer mehr in den Erstellungsprozess einzubinden – weg von passiven Teilnehmenden hin zu aktiven Experten. Wissen wird übergreifend weitergegeben und gemeinsam neue Inhalte und Formate erschaffen.

Aus diesem Trend lässt sich eine allgemeinere oder grundsätzlichere Tendenz der Entwicklung erkennen. Josh Bersin, einer der wohl bekanntesten Branchenanalysten, hat schon 2018 die Begrifflichkeit „Learning in the Flow of Work“ (Josh Bersin, 6/2018), (Josh Bersin, 11/2018) geprägt. Er hat sogar ein neues „Paradigma“ für die betriebliche Weiterbildungswelt ausgerufen, demzufolge das Lernen immer besser und tiefer in den Arbeitsalltag integriert wird. Lernangebote sollen genau am und zum Point of Need durchgeführt werden können. Mitarbeitende müssen nicht mehr ihren Arbeitsplatz verlassen, um eine Schulung zu besuchen. Sie erhalten kleine, genau passende Lerneinheiten für ihre individuellen Bedürfnisse und das genau dann, wenn sie sie brauchen.

Welche Themen werden die Alltagspraxis im digitalen Lernen zeitnah beeinflussen und verändern? Die Antworten auf diese Frage sind so vielfältig wie die Personen, denen wir diese Frage stellen. Beginnen wir mit einem Trend, der bereits beginnt, seinen Weg in die Wirklichkeit zu finden:

Dem User Generated Content.



Was ist User Generated Content?

Wissenschaftliche und praktische Erkenntnisse fördern die stetige (Weiter-) Entwicklung des digitalen Lernens. Wir möchten insbesondere auf zwei vielversprechende Formate näher eingehen, mit denen Unternehmen ihr digitales Lernen bereichern können: dem User Generated Content und MicroLearnings.

Aktuell erleben viele Personen im Unternehmen folgendes Szenario, wenn sie sich digital weiterbilden wollen: Sie melden sich in ihrem Learning Management System (LMS) oder für eine Präsenzfortbildung an und setzen sich mit Inhalten auseinander, die von einem Fachexperten bereitgestellt und von einem Instructional Designer aufbereitet wurden, um bestimmte Lernziele zu erreichen. Der Teilnehmende nimmt hier in Bezug auf die Inhaltserstellung eine eher passive Rolle ein.

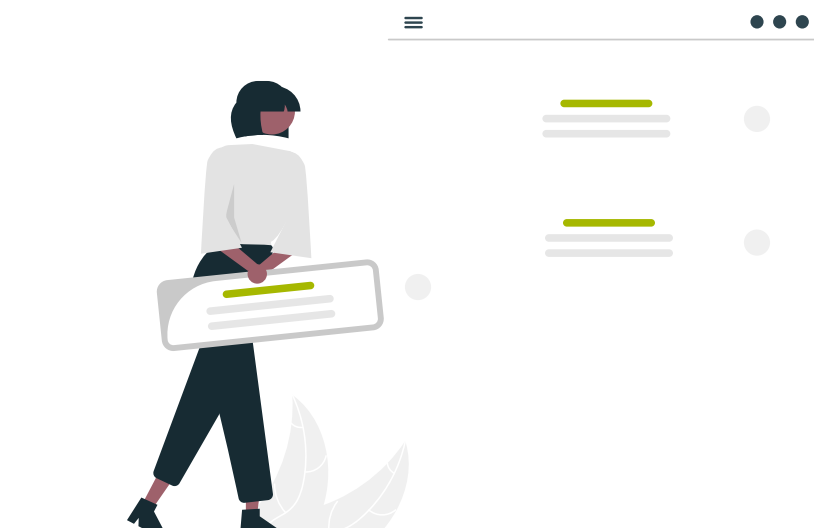
Aufgrund des unaufhaltsamen technologischen Fortschritts gibt es mittlerweile auch für die Gestaltung des Lehr-/Lernumfelds – ähnlich wie im Marketing – verschiedene Möglichkeiten, wie Lernende selbst zu Inhaltsproduzenten werden können. Diese Demokratisierung von Inhalten wird als User Generated Content betitelt.

Aus unserem täglichen Leben kennen wir das schon sehr gut. Wenn ich wissen möchte, wie ich eine Waschmaschine anschließe oder beim Renovieren am besten vorgehe, schaue ich mir dazu ein Video an, welches eine andere Person mit entsprechendem Wissen auf einer Plattform hochgeladen hat. Also eigentlich gar nichts Neues, aber im beruflichen Alltag noch selten gesehen.

User Generated Content...

... sind Lerninhalte, die direkt von Mitarbeitenden selbst erstellt werden. Die Mitarbeitenden können dazu die Plattform des Unternehmens nutzen oder auch völlig ohne (eigene) Plattform Inhalte veröffentlichen. Dadurch entsteht eine soziale Komponente, die Lernende sonst aus dem digitalen Lernen in Form von Web Based Trainings (WBTs) nicht kennen. Sie werden von ausschließlich Lernenden zu Lehrenden und erstellen Inhalte, von denen auch andere lernen können.

Beispielsweise macht eine Excel-Expertin eine Bildschirmaufnahme, während sie ein wichtiges Excel-Makro für ihre Abteilung anpasst. Kaum im Intranet veröffentlicht, können dieses Video auch die Mitarbeitenden in anderen Abteilungen nutzen, um die Anpassungen auch in ihren Excel-Tabellen vorzunehmen. Sie teilt also ihre eigenen Erfahrungen und Ideen mit anderen Nutzenden, damit diese von ihr lernen können.



War diese Form des Lernens früher eher dem informellen Lernen zugeordnet, sind mittlerweile ganze Lerneinheiten vollständig User generiert. Das gilt sowohl für den Unternehmens-, als auch für den Hochschulkontext. Das Geheimnis liegt darin, dass Menschen der Erfahrung von Personen und der Anwendbarkeit von Inhalten – zu Recht – einen höheren Wert zusprechen als der reinen Theorie.

Vorteile und Nachteile

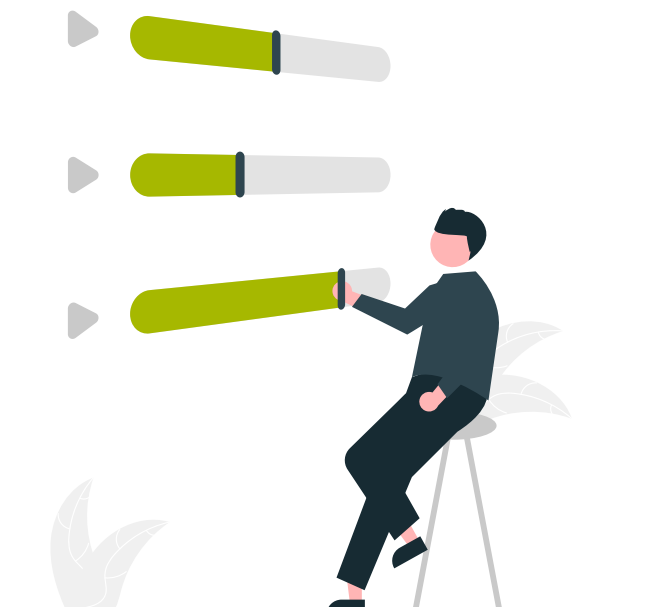
Inhalte, die von den Lernenden selbst generiert werden, bieten wie viele andere Lehr- und Lernformen sowohl Vor- als auch Nachteile. Um besser abwägen zu können, wann diese Art des Lernens sinnvoll ist, lohnt es sich, diese genauer zu betrachten.

Vorteile

1. Lernende werden stärker aktiviert und setzen sich detaillierter mit Inhalten auseinander. Wenn die Lernenden zu Lehrenden werden, müssen sie selbst den Inhalt gut genug kennen, um das Relevante vom Irrelevanten unterscheiden zu können. Darüber hinaus braucht es ebenfalls Engagement seitens der Inhaltsproduzierenden für die Strukturierung und Aufbereitung der Inhalte, damit ihr Thema verstanden und gut rezipiert werden kann.
2. Die Zufriedenheit der Lernenden steigt. Das betrifft sowohl die Inhaltserstellenden, die das Gefühl des Gehörtwerdens verspüren als auch die anderen Lernenden, die lieber von der Erfahrung ihrer Kolleg*innen profitieren, als Inhalte trocken von jemand Fremdem anzuschauen.
3. Inhalte sind relevanter, wenn sie direkt von der Zielgruppe erstellt werden. Das stimmt nicht nur in der Wahrnehmung der Kolleg*innen, sondern generell. Da sich die Inhaltsproduzierenden selbst in der Zielgruppe befinden oder ihr zumindest sehr nah sind, wissen sie, was für ihren Arbeitsalltag relevant ist und was nicht.
4. Die Akzeptanz für Lerninhalte steigt. Wenn die Kolleg*innen wissen, dass z. B. eine erfahrene Person aus ihrem Team einen Inhalt erstellt, können mögliche Vorurteile z. B. gegenüber dem Lernmedium ignoriert werden, da das Vertrauen in das Wissen höher wiegt als mögliche Vorbehalte.
5. Die Lernkultur verbessert sich. Die Lernenden wechseln von ihrer passiven Rolle als Inhaltskonsumierende hin zu aktiven Inhaltsproduzierenden und verändern so ihre Perspektive auf das Lernen im Allgemeinen. Dadurch kann das Verständnis von Lehren und Lernen, sowie das Teilen von Wissen noch tiefer in der Lernkultur eines Teams oder gar Unternehmens eingebettet werden.
6. Durch Einbindung der Expert*innen im Unternehmen können Inhaltsmonopole verringert und Wissen effektiver weitergegeben werden.

Nachteile

1. Es besteht eine hohe Abhängigkeit von den Inhaltserstellenden. Da Inhalte in der Regel neben der sonst anfallenden Arbeit erstellt werden (müssen), kann es zuweilen zu höheren Wartezeiten kommen. Das kann bei dringenderen Themen zu Frust bei den Lernenden führen, die auf die Inhalte warten oder gar angewiesen sind.
2. Ein weiterer Nachteil ist die einseitige Gestaltung der Inhalte. Da nicht alle Personen im Team oder im Unternehmen aktiv Lerninhalte gestalten, kann es zu einem inhaltlichen Ungleichgewicht kommen. Das betrifft sowohl die Auswahl der Themen als auch die Gestaltung der Inhalte. Hier braucht es dann zusätzlich Moderatoren, die Inhalte prüfen und einlenken können, wenn solche Tendenzen sichtbar werden.
3. Die Abdeckung des Themenspektrums kann Lücken aufweisen. Da die Lernenden in erster Linie Inhalte erstellen, die sie selbst interessieren bzw. an denen sie Spaß haben, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass manche Themenfelder gar nicht bearbeitet werden und so Wissenslücken für die anderen Lernenden entstehen. Das gilt selbstverständlich nur dann, wenn man sich ausschließlich auf User Generated Content verlässt.



Fallbeispiele

Bekannt ist der Begriff User Generated Content hauptsächlich durch Marketingaktionen großer Unternehmen. Doch wie kann User Generated Content im Lernkontext aussehen? Folgende Beispiele verdeutlichen eine mögliche Umsetzung:

- 1**

Ein Unternehmen möchte das Wissen der einzelnen Mitarbeitenden allen Beschäftigten zur Verfügung stellen. Hierzu wird ein firmeninternes Wiki erstellt, in dem jede/r Mitarbeitende sein Expert*innenwissen zum eigenen Fachbereich eintragen kann. Bei Bedarf können andere Mitarbeitende auf die Beiträge zugreifen.
- 2**

In Firma XY werden bestimmte Techniken für die tägliche Arbeit benötigt. Da die langjährigen Mitarbeitenden diese am besten beherrschen, erstellen sie Erklärvideos und Tutorials, auf die neue Mitarbeitende im Rahmen ihres Onboardings zugreifen können.
- 3**

Experten aus der Trainingsabteilung stehen zur Verfügung, um Unterstützung zu geben oder bieten einen kleinen Crash-Kurs an, worauf es bei der Erstellung des User Generated Content ankommt.
- 4**

Für erstellte Videos von den Fachexpert*innen werden QR Codes erstellt und an den jeweiligen Geräten/Maschinen angebracht, so dass andere Mitarbeitende über mobile Geräte schnell vor Ort auf Erklärungen/Video-Anleitungen zugreifen können.

Best Practices

Bei der Einführung von User Generated Content in einer Arbeitsumgebung, in der dies bis jetzt nicht vertreten ist, sind Startschwierigkeiten normal. In der Praxis haben sich folgende Tipps – insbesondere zu Beginn – bewährt, um Frustrationen zu vermeiden:

1. Transparenz:

Es ist wichtig, dass die Mitarbeitenden wissen, warum sie Content für ihre Kolleg*innen erstellen sollen. So kann Frustration über den Mehraufwand verringert und das Gefühl, mehr als die Kolleg*innen tun zu müssen, verhindert werden. Den Mitarbeitenden zu sagen, dass ihr Wissen in ihrem Fachbereich wichtig für andere ist, hilft, Motivation und Freude an der Erstellung von Lerninhalten aufzubauen und wertschätzt ihr Fachwissen.

2. Planung/Zeitmanagement:

Sollen Mitarbeitende selbst Lerninhalte erstellen, ist es sinnvoll, gerade zu Beginn Extra-Zeit zur Verfügung zu stellen. In diesen Zeiträumen können die Mitarbeitenden ausprobieren und lernen, Inhalte so zu erstellen, dass sie für ihre Kolleg*innen nutzbar sind. Mit jeder Erstellung von Lerninhalten sinkt der Zeitaufwand, da die Mitarbeitenden die Möglichkeiten immer besser kennenlernen und weniger suchen und ausprobieren müssen.

3. Technische Voraussetzungen:

Es sollte sichergestellt werden, dass die Mitarbeitenden, die Content erstellen sollen oder möchten, die technischen Gegebenheiten nutzen können und ggf. eine Einweisung erhalten, um zeitsparend und unkompliziert arbeiten zu können.



Fazit

Wenn wir es schaffen, User Generated Content im beruflichen Alltag genauso zu integrieren, wie wir es schon aus dem privaten Umfeld kennen, kann man aus den Vollen schöpfen. Wissen teilen steht im Vordergrund und eine gesunde Lernkultur, die das Unternehmen nach vorne bringt, entsteht. Der/die Mitarbeitende, der/die sein/ihr Wissen teilt, wird wertgeschätzt und die Lernenden bekommen praxisnah und authentisch Lerninhalte vermittelt, die ihnen den Berufsalltag vereinfachen. Dann auf Lerninhalte zugreifen zu können, wenn sie gebraucht werden, um Herausforderungen zu meistern oder Probleme zu lösen, schafft zufriedene Mitarbeitende und effizientes Arbeiten.



Autor

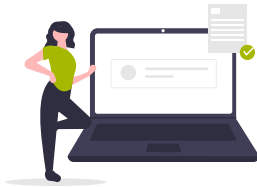
Johann Sening ist Learning Solution Manager bei Interlake und begleitet Menschen in Unternehmen bei ihren ersten Schritten in der Erstellung von digitalen Lerninhalten. Als Trainer teilt er seine Expertise in Articulate 360 und mediendidaktischen Themen und ist im Herzen ein Unterstützer.

Quellenverzeichnis

[Josh Bersin, 6/2018](#)

[Josh Bersin, 11/2018](#)

Unsere zertifizierten und individuellen Trainingsangebote für Sie

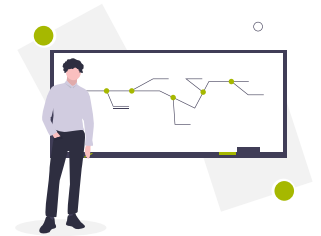


Zertifiziertes Articulate Blended Learning

Unser Training ist praxisorientiert und flexibel: In Self-Learning-Einheiten lernen Sie in Ihrem eigenen Tempo die Tools der Articulate 360-Suite kennen. Im direkten Austausch mit unseren Trainern konsolidieren Sie Ihr Wissen und profitieren vom Austausch mit anderen Kursteilnehmenden. Nach erfolgreichem Abschluss, erhalten Sie Ihr Articulate-Zertifikat.

Unsere Didaktik-Trainings

In unserem Didaktik-Training lernen Sie die verschiedenen Formen des digitalen Lernens kennen. Wir erarbeiten gemeinsam, was die Begriffe Didaktik und Mediendidaktik voneinander abgegrenzt. Anschließend erklären unsere Trainer die mediendidaktischen Design-Regeln an Praxisbeispielen. Nach der Theorie folgt die Praxis. Wir analysieren E-Learning-Inhalte und wenden das ADDIE-Modell – als Hilfsmittel für eine erfolgreiche E-Learning-Prozessplanung – auf Projekte an.



Unser Workshop „Barrierefreie E-Learnings“ in Articulate Storyline 360.

Barrierefreie E-Learnings sind unabdingbar, um allen Mitarbeitenden digitale Lerninhalte zur Verfügung zu stellen. Gesetzliche Vorgaben erfordern heutzutage in vielen Bereichen schon die Erstellung barrierefreier E-Learnings. Dafür bietet Storyline viele Features und Einstellungen, die dies auf professionelle Art möglich machen. Wir zeigen Ihnen die wichtigsten Einstellungen und Vorgaben, die eingehalten werden müssen, sowohl funktional als auch grafisch.

Weitere Details zu unseren Trainingsangeboten finden Sie [hier](#).

Nehmen Sie Kontakt auf!

Gerne besprechen wir gemeinsam Ihr digitales Lernprojekt.
Telefonisch unter +49 331 281 282 0 oder per
E-Mail an learning@interlake.net

Interlake ist ein inhabergeführtes Unternehmen im Bereich von Cloud und Learning Solutions. Bei der Digitalisierung von Lernen in Unternehmen verstehen wir uns als Ihr Partner. Das Portfolio reicht von der Beratung zur Einführung von digitalem Lernen, Konzeption und Erstellung von Kursen bis hin zur Beantwortung von Fragen zum Kauf und Training des Articulate-Autorentools. Interlake beliefert zusammen mit 30 Partnern Medien-, Mittelstands- und Konzernkunden in 35 Ländern mit Cloud und digitalen Lernlösungen.

