Retail & E-Learning

Lernen am Bildschirm

Immer mehr Lehr- und Lernprozesse im Bereich betrieblicher Weiterbildung beinhalten E-Learning – oder besser – medial gestützte Lernprozesse.

Lernen unter Einbezug elektronischer Kommunikationsmittel verspricht viele Vorteile – wenn die Lernenden ausreichend Unterstützung erfahren.

Die erwarteten Vorteile liegen auf der Hand: Der Wissenserwerb ist effektiver, die Motivation der Lernenden im Vergleich zu anderen Lernformen höher. Via Internet besteht ein unbegrenzter Zugang zu fast allen Informationen und Themenbereichen. Hinzu kommen die Reduzierung der Reise- und Ausfallzeiten sowie die zeitliche und örtliche Unabhängigkeit des Lernens.

Dass es dennoch nicht überall reibungslos funktioniert, hat verschiedene Ursachen:

- Die neuen Medien führten nicht automatisch zu einer Steigerung von Motivation, Lerneffektivität und -effizienz.
- Der nahezu unbegrenzte Zugang zum Wissenspool Internet verhindert oft genug, aufgrund seiner chaotischen Struktur, effizientes Aufsuchen von Inhalten.
- Die geforderte Integration von E-Learning und Präsenzseminaren findet vielfach nicht oder nur unzureichend statt. Das mediale Lernen wird überwiegend in den Freizeitsektor der Bildungswilligen verlagert, ohne dass eine Anerkennung des Lernens in Form von Arbeitszeitausgleich während der beruflichen Routine erfolgt.

Lerner nicht allein lassen

Es genügt nicht, ein Produktdatenblatt oder einen Präsenz-Studienbrief zu digitalisieren und die Mitarbeiter aufzufordern, sich dieses Wissen anzueignen, um es nachher im Verkauf erfolgreich anzuwenden.

Fehlen didaktisch und methodisch durchdachte Lehr-/Lernkonzepte, wird allein die mediale Ausgestaltung des Prozesses zu keinem nachhaltigen Erfolg führen. Fehlen gesteuerte Kommunikations- und Kooperationsmöglichkeiten, fühlen sich die Lerner schnell allein gelassen und ziehen sich aus den Lernprozessen zurück. Diese Effekte erscheinen dann als Drop-out-Quoten in den Statistiken und werden pauschal dem E-Learning als Lernmethode angelastet.

Das in der PISA-Studie zu Recht kritisierte „Ansammeln von Faktenwissen“ darf nicht länger im Vordergrund der (Weiter-)Bildung stehen.

Motivation durch Erfolgserlebnisse

Die Anwendung des Gelernten, die Bewertung von konkreten Sachverhalten und die Entwicklung von eigenen Problemlösungsstrategien müssen in den Vordergrund rücken. Das Gelernte muss für den Lerner einen unmittelbaren Erfolg zeigen.

Damit dies eintritt, müssen Lernprozesse gezielt initiiert werden, indem internes „Lern-Marketing“ betrieben wird. Überall dort, wo keine positive Lern- und Weiterbildungskultur vorgelebt wird und Lernprozesse nicht in Unternehmensziele integriert sind, scheitern insbesondere medial basierte Weiterbildungsformen, die ein hohes Maß an Eigenmotivation und Selbstlernkompetenz erfordern.

Lernbegleiter einsetzen

Weiterhin müssen die Lernprozesse begleitet werden, um über den Weg zu den gesteckten Zielen jederzeit auf

dem Laufenden zu sein und bei Abweichungen frühzeitig reagieren zu können. Die neuen Medien bieten dazu vom einfachen Text-Chat über Foren und E-Mail bis hin zu Audio-Video-Conferencing ideale synchrone wie asynchrone Werkzeuge. Die „Lernbegleiter“ können dabei sowohl externe Prozess- oder Fach-Experten als auch interne „Lern-Paten“ sein.

Projektorientiertes Lernen

Aus zwei Gründen haben sich projektorientierte Lernszenarien am Arbeitsplatz als besonders erfolgreich erwiesen:

1. Die Lerner bringen ihre neu erworbenen Kompetenzen je nach Weiterbildungsgang in unterschiedlich komplexe Praxisprojekte ein. Dabei dokumentieren sie, dass sie Wissen und Kompetenzen nicht nur speichern, sondern auch praxisbezogen anwenden können. Da die Praxisprojekte jeweils aus drei Phasen (Planung, Durchführung, Controlling) bestehen, lernen sie, mit knappen Ressourcen umzugehen, Ziele zu formulieren, Marketing für ihr Projekt zu betreiben, Projektdurchführungen zu steuern und ihren eigenen Erfolg zu messen.

2. Die Praxisprojekte sind „wertschöpfend“ im tatsächlichen Arbeitsprozess. Sie diskutieren keine theoretischen Labor-Ergebnisse, sondern finden in der Arbeits-Realität statt. In den meisten Fällen erhalten die Unternehmen bereits während der laufenden Weiterbildung eine Verzinsung ihrer Investition (Weiterbildungsgebühr) in Form von messbaren Umsätzen und Erträgen. So werden medial begleitete Weiterbildungen einer Forderung gerecht, die mit zunehmender Verknappung der Ressourcen immer lauter wird: Nachweisliche Wertschöpfung im betrieblichen Leistungsprozess.

Für die Zukunft der (Weiter-)Bildung in den Unternehmen wird es darauf ankommen, Wissen und Kompetenzen dort aufzubauen und zu fördern, wo sie „just in time“ benötigt werden. Dazu brauchen die Betriebe eine große Zahl von Lernern, die in hohem Maße eigenmotiviert und selbstorganisiert formell und informell zu lernen bereit sind. Den Grundstein dazu legen die Unternehmen durch eine entsprechend ausgerichtete Aus- und Weiterbildung selbst.

Projektorientierte Lernszenarien am Arbeitsplatz haben sich als besonders erfolgreich erwiesen.

Medial gestützte Lernprozesse sind für diese Herausforderungen bestens geeignet, wenn sie richtig gestaltet, angewendet und in die Unternehmensziele integriert sind.

Edmund Wolf ist als Projektleiter für den Bereich „Neue Medien“ bei der TOP GmbH verantwortlich.

Ihr zuverlässiger Partner im Do-it-yourself Markt

RST-DIY Vertriebs GmbH

Ihr starkes Umsatzplus:

Unser innovatives Konzept:

- kreative Komplettlösungen
- aktive Verkaufsförderung durch animative Video-promotions
- intensive Personalschulung
- kundenorientierter Service vor Ort
- europaweite Präsenz in über 1.000 Outlets

Unser ertragsstarkes Sortiment:

- funktionale RST-Wassersparer im Hauptsortiment
- viele weitere renditestarke DIY Produkte

Sprechen Sie mit uns.

Tel.: 0 61 28 / 91 57 - 0

RST-DIY

In den Faltern 4a
65232 Taunusstein
Fax: 0 61 28 / 91 57 58
E-Mail: RST-DIY@t-online.de
Internet: www.RST-DIY.com