

Social Learning – Lernerfolg durch Interaktion und Zusammenarbeit

Die Nachfrage nach Social Learning in der betrieblichen Weiterbildung steigt. Das Lernen on-demand im Prozess der Arbeit verspricht Realität zu werden. Die time4you GmbH berät umfassend zu Einführung und Gestaltung von Lernszenarien für kooperatives und kollaboratives Lernen und Arbeiten. Wir unterstützen mit maßgeschneiderten Dienstleistungen die Integration von Social-Media-Tools.

➔ **Social-Media-Netzwerke** und -Tools wie Xing, Facebook, Youtube, Twitter, Blogs und Wikis sind Teil unserer Kommunikation und Interaktion in der digitalen Welt und verändern zunehmend auch unsere Arbeitsprozesse (Workplace Learning, New Work). Mitarbeiter teilen ihr Know-how mit anderen, sie veröffentlichen eigenverantwortlich Informationen, sie lernen informell, selbstorganisiert und im Dialog. Dabei entsteht eine neue Kommunikations- und Lernkultur.

Social-Collaboration-Plattformen, idealerweise eingebunden in die organisationsinterne Lernplattform, bilden mit den entsprechenden Social-Media-Tools die Basis dieser veränderten Lern- und Arbeitsprozesse. Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung von Arbeit und Lernen nutzen Organisationen Corporate-Varianten der aus den öffentlichen Sozialen Netzwerken bekannten Tools wie zum Beispiel ein organisationsinternes „Facebook“. Mit der vorliegenden Checkliste geben wir Ihnen eine Orientierungshilfe, die Sie bei Ihren konzeptionellen Überlegungen und der Umsetzung von **Social Learning** unterstützt.

1. Strategische Überlegungen

Welche Ziele verfolgen wir mit Social Learning?

- Wie verbessern wir die Kommunikation und Vernetzung zwischen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern?
- Wollen wir die Effektivität in der Zusammenarbeit steigern? Social Learning unterstützt beispielsweise folgende Aktivitäten:

Gemeinsames Arbeiten an Dokumenten

Erfahrungen online austauschen

Kooperatives Erstellen von Content

- Wird kollaboratives Lernen und Arbeiten zum unternehmensweiten Standard?
- Entwickeln wir unsere Kommunikations- und Lernkultur mit Social Learning weiter?
- Welche Rolle nehmen unsere Trainer und Referenten künftig ein?

Lernbegleiter

Learning Facilitator

Online-Tutor

Community-Manager



2. Lernkultur und internes Marketing

Haben wir wichtige Stakeholder identifiziert und eingebunden?

- Ist das Management eingebunden und unterstützt uns langfristig?
- Haben wir Mitarbeiter eingeladen, die eine Vorreiterrolle übernehmen können?
- Wer moderiert den Veränderungsprozess?

➔ *Checkliste Akzeptanz für E-Learning schaffen und erhalten*

Wie öffnen wir unsere Lernkultur für Social Learning?

- Verstehen wir Lernen zunehmend als Prozess?
- Wie sehen unsere Rahmenbedingungen für informelles Lernen aus?
- Steuern unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Lernprozesse selbstorganisiert?
- Organisieren sich Lernende eigenständig und losgelöst von Hierarchien in Gruppen (Online-Communities)?

Social Learning bedeutet einen Change-Prozess auf vielen Ebenen der Organisation.

Haben wir ein geeignetes Konzept für das interne Marketing entwickelt?

- Wie unterstützen wir die Einführung und wie kommunizieren wir den Nutzen?
- Setzen wir Impulse für Aktivitäten, zum Beispiel in Form von Incentives oder Badges?
- Setzen wir Testimonials von Benutzern ein, die eine Vorreiterrolle übernommen haben?
- Nutzen wir kontinuierlich unterschiedliche Kanäle, wie Intranet, Newsletter, regelmäßige Meetings?
- Zeigen wir, wie Social Learning Teil der Arbeitsroutine werden kann (Workplace Learning), und stellen die damit verbundenen Vorteile deutlich heraus?
- Wie schaffen wir eine generelle Akzeptanz für die neuen Lernformen?

➔ *Mehr in Abschnitt 4 Tools und Technik*

3. Didaktische und methodische Aspekte

Wie integrieren wir informelles und selbstorganisiertes Lernen in unsere Weiterbildungsprozesse?

- Verknüpfen wir unsere Social-Learning-Initiativen mit bestehenden Trainingsangeboten, zum Beispiel zur Vernetzung von Experten oder zur Transferunterstützung?
- Geben wir informellem Lernen, jenseits der formalen Angebote, Raum?
- Gelingt es uns, Lernprozesse durch Erfahrungen und Themen der Mitarbeiter anzureichern?
- Ergänzen und erweitern wir bestehende Lernangebote durch Social-Media-Elemente?
- Ermöglichen wir den Zugriff auf Ressourcen außerhalb des organisationsinternen Angebots, zum Beispiel durch die Nutzung frei zugänglicher Inhalte (Open Educational Resources – OER)?

Mit ➔ gekennzeichnete Informationen senden wir Ihnen gerne zu.

3. Didaktische und methodische Aspekte

Welche Social-Learning-Szenarien setzen wir konkret um?

- Erweitern wir bestehende Online-Kurse, zum Beispiel durch moderierte Foren, tutorielle Begleitung oder Einbindung von Blogs und Wikis für die Dokumentation von Lernergebnissen?
- Erproben wir neue Lernformate, die stark auf Social-Learning-Elemente setzen? Zum Beispiel:
 - MOOCs (Massive Open Online Courses)*
 - cMOOCs (Corporate MOOCs)*
- Planen wir Communities-of-Practice? Zum Beispiel:
 - Fachexperten aus unterschiedlichen Geschäftsbereichen*
 - E-Learning-Autoren*
 - Trainer und Tutoren*
 - Community-Manager*
 - Neue Mitarbeiter*
 - Neue Führungskräfte*
- Wie vernetzen wir effektiv unterschiedliche Unternehmensbereiche, um gemeinsam von einander im Arbeitsprozess zu lernen?

Verfügen wir über ausreichend Ressourcen und Erfahrungen, um unsere Social-Learning-Aktivitäten zu begleiten?

- Ist das Management eingebunden und unterstützt uns langfristig?
- Wer moderiert den Veränderungsprozess?
- Sind Community-Manager, Trainer, Tutoren und Lernbegleiter eingearbeitet?
- Sind erste Inhalte in Foren, Wikis, Blogs eingepflegt?
- Ist die Planung zeitlich realistisch und für uns umsetzbar?
- Welche Ziele und Regeln haben wir vereinbart?
- Wie gehen wir mit Regelverstößen und kritischen Inhalten um?
- Welche Redaktions- und Feedbackprozesse haben wir etabliert?

Gewähren wir unseren Lernenden die notwendige Autonomie bei der Nutzung kollaborativer Tools?

- Können Lernende eigenständig Inhalte erstellen (User-generated-Content) und selbstständig ihr Kommunikationsmittel wählen, zum Beispiel das Schreiben in einem Wiki?
- Haben Lernende und Community-Mitglieder ausreichend zeitliche Freiräume?
- Fließen erarbeitete Inhalte und Ergebnisse in weitere Lernprozesse ein?
- Übergeben wir die Verantwortung für die Lernprozesse an die Mitarbeiter im Sinne eines selbstorganisierten Lernens?
- Stärken wir das vernetzte Lernen durch den offenen Erfahrungsaustausch mit anderen?
- Akzeptieren wir die unterschiedlichen Fähigkeiten der Lernenden?

➔ **Checkliste E-Didaktik und -Methodik**

Mit ➔ gekennzeichnete Informationen senden wir Ihnen gerne zu.



Social Learning – Lernerfolg durch Interaktion und Zusammenarbeit

4. Tools und Technik

Haben wir im Vorfeld über IT-Sicherheit und Datenschutz nachgedacht?

➔ *Checkliste Datenschutz und Informationssicherheit*

Können unsere Mitarbeiter auf Informationsangebote im Internet, zum Beispiel Youtube, Wikipedia oder Slideshare, zugreifen?

Nutzen die Mitarbeiter Netzwerke wie Facebook, LinkedIn oder Xing für berufliche Aktivitäten?

Welche Software-Lösungen und Tools setzen wir intern ein?

Verfügen wir über passende Software-Lösungen und Tools mit den zentralen Features für Social Learning (Corporate-Social-Network)? Wichtig sind zum Beispiel folgende Funktionen:

Mitarbeiterprofile sichtbar („Wer ist online?“)

Activity Stream („Sehen, was gerade läuft.“)

Unternehmensinterner Nachrichtenfluss (Microblogging)

Gemeinsames Arbeiten an Dokumenten

Einrichtung von Arbeits- und Lerngruppen

Nutzung eines virtuellen Seminarraums für Live-Online-Trainings

- Ist die Bedienung einfach und intuitiv für unterschiedliche Anwendergruppen?
- Bieten wir ausreichend Unterstützung und Einarbeitung in die Nutzung an?

Mit ➔ *gekennzeichnete Informationen senden wir Ihnen gerne zu.*

Weiterführende Literatur:

- Back, Andrea; Gronau, Norbert; Tochtermann, Klaus: *Web 2.0 und Social Media in der Unternehmenspraxis: Grundlagen, Anwendungen und Methoden mit zahlreichen Fallstudien*, Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 3. Auflage 2012.
- Erpenbeck, John; Sauter, Simon; Sauter, Werner: *Social Workplace Learning: Kompetenzentwicklung im Arbeitsprozess und im Netz in der Enterprise 2.0 (essentials)*, Springer Verlag, 2015.
- Krämer, Nicole C. u.a. (Hrsg.): *Lernen im Web 2.0: Erfahrungen aus Berufsbildung und Studium (Berichte zur beruflichen Bildung)*, BIBB Bundesinstitut für Berufsbildung, 2014.



Weitere Informationen / Beratung

time4you GmbH communication & learning, Karlsruhe
Fon +49 (0)721 83 01 60, consulting@time4you.de, www.time4you.de

time4you GmbH, gegründet 1999, ist führender Anbieter von Software und Lösungen für E-Learning, Personalentwicklung und Weiterbildung. Das innovative Karlsruher Unternehmen realisiert als Dienstleister und Software-Hersteller für nationale wie internationale Kunden maßgeschneiderte High-End-Lösungen.