

Die Didaktik macht's

Dialogmarketing ist dynamisch, die Veränderungen sind rasant. Wer erfolgreich sein will, muss sich permanent weiterbilden. E-Learning ermöglicht nachhaltige Lernerfolge bei akzeptablen Kosten für die Unternehmen. Auch hier gilt aber: **Auf die Didaktik kommt es an.**

Text _ Beate Middendorf

Die Idee des Blended Learning, also bei der Qualifizierung sowohl auf klassische Präsenzlernelemente als auch auf E-Learning zu setzen, ist nicht neu. Auch in Deutschland hat sich der Trend inzwischen durchgesetzt und findet immer mehr Anhänger. Seit es die Informationstechnologie zulässt, kann Aus- und Weiterbildung auch vom eigenen PC aus stattfinden. Attraktiv war das von Anfang an, auch für den Vertrieb: Endlich, so schien es, gab es eine kosten- und zeitsparende Alternative zu ressourcenintensiven Vertriebsschulungen und Workshops. Das Problem: Die Lernerfolge waren mäßig bis schlecht, weil das didaktische Konzept fehlte und die Lernmotivation niedrig war.

Ein neuer Blended-Learning-Ansatz geht deshalb einen anderen Weg, der sich mit dem Stichwort »Verzahnung« am besten beschreiben lässt: Aus der Erkenntnis heraus, dass es nicht ausreicht, Präsenzlern- und Distance-Learning-Elemente nebeneinander herlaufen zu lassen, setzt er auf didaktisch verzahnte Ein-

heiten. Dabei sorgen vor allem zwei unverzichtbare Voraussetzungen für einen nachhaltigen Lernerfolg: zum einen die stringente Anwendung eines individuell auf den Kunden zugeschnittenen Kon-

zepts, das methodisch auf einzelnen, kurzen und aufeinander aufbauenden Lern- und Präsenzmodulen beruht; und zum anderen die Installation eines Tutors, der die Teilnehmer der Qualifizierungsmaßnahme fördert und fordert.

Kleine Häppchen sinnvoll zubereitet

Um gute Lernerfolge zu erzielen, braucht es leicht verdauliche Kost. Wer seinen Mitarbeitern stattdessen ein wochenlanges Selbststudium ohne regelmäßige Erfolgskontrolle zumutet,

braucht sich über den ausbleibenden Fortschritt nicht zu wundern. Neue Blended-Learning-Konzepte setzen deshalb auf kurze Module mit einer begrenzten Anzahl von Themen. Die

»EIN NEUER BLENDED-LEARNING-ANSATZ SETZT AUF VERZAHNUNG VON ELEMENTEN AUS PRÄSENZ- UND DISTANZ-LEARNING.«

Module setzen sich dabei stets aus verschiedenen Elementen zusammen, die inhaltlich und didaktisch aufeinander aufbauen. Ein exemplarischer Ablauf: Die Weiterbildungsmaßnahme »Erfolgreiche Verkaufsgespräche« beginnt mit dem Modul »Gesprächstechniken«. Die Teilnehmer beginnen nach einem Kick-Off (z.B. in Form einer kurzen Präsentation des Schulungsablaufs und der Ansprechpartner) mit dem Selbststudium via Webinar: Vom eigenen Rechner zuhause oder vom Arbeitsplatz aus sehen sie sich zu der von ihnen gewünschten Zeit ein Internet-Seminar an. Um die Inhalte zu verinnerlichen, schließt sich an jedes Webinar ein Lerncheck und/oder eine Hausarbeit (»Homework«) an. In diesen Formaten werden einzelne Aspekte des zuvor im Webinar gehörten Stoffs abgefragt oder etwa zur Anwendung vorgestellter Gesprächstechniken (persönliche Anrede, emotionale Gesprächsführung, Zusammenfassung der Inhalte im Beisein des Interessenten etc.) im eigenen Berufsalltag aufgefordert – die unerlässliche Übertragung des Gelernten in die Praxis. Und apropos Webinare: Auch bei dieser immer mehr in Mode kommenden Form der Wissensvermittlung kommt es [...

→ INFO VERBANDS-NEWS JUNI 2011

CALL CENTER
VERBAND
DEUTSCHLAND

Der Call-Center-Verband Deutschland e.V. ist der Verband der Call-Center-Wirtschaft in Deutschland. Im Juni finden folgende Termine statt:

→ 16. Juni 2011 Regionaltreffen Mitteldeutschland in Dresden

→ 21. Juni 2011 Sommerfest der Regionalgruppe Berlin-Brandenburg in Berlin

→ 22. Juni 2011 Regionaltreffen West (Nord) in Düsseldorf

Detaillinformationen und Anmeldung: www.callcenter-verband.de

auf das »Wie« an: Es reicht nicht, herkömmliche Folien zu zeigen und diese uninspiriert »aus dem Off« kommentieren zu lassen. Vielmehr braucht es – gerade für den zeitversetzten Gebrauch (also nicht »live«) – einen professionellen, didaktisch geschulten Sprecher, der die passende Tonalität wählt und dessen Folien mehr zeigen als blanken Text. Und: Auch in aufgezeichneten Webinaren ist Interaktion mit dem/den Lernenden möglich und auch erwünscht.

»FEHLENDE ERFOLGSKONTROLLE UND FEHLENDE LERNMOTIVATION SIND DIE GROSSEN HERAUSFORDERUNGEN BEI QUALIFIZIERUNGSFORMATEN, DIE AUF E-LEARNING SETZEN.«

Abgerundet wird jedes Modul schließlich – und damit wird das Konzept nicht nur »blended«, also gemischt, sondern eben auch verzahnt – durch eine kurze Präsenzeinheit im Unternehmen, und zwar in kurzem zeitlichen Abstand zu den Distanz-Elementen. Hier können nun einige Aspekte des Gelernten untereinander sowie mit dem eigens dafür eingesetzten Tutor besprochen werden. Ein weiterer Vorteil der »kleinen Häppchen«: Lernerfolge machen sich schon während der Weiterbildung sukzessive und Schritt für Schritt bemerkbar und werden durch erfolgreich absolvierte Lernchecks dokumentiert. Das motiviert die Mitarbeiter, steigert den beruflichen Erfolg schon während der Maßnahme und zeigt der Geschäftsführung, dass die Investition wirkt.

Die Schlüsselfigur Tutor

Fehlende Erfolgskontrolle und fehlende Lernmotivation – das sind die großen Herausforderungen bei allen Qualifizierungsformaten, die ganz oder in wesentlichen Teilen auf E-Learning setzen. Denn: Alleine Lernen macht keinen Spaß. Wer es richtig machen will, setzt deshalb auf einen Tutor, der fördert und fordert. Und zwar optimalerweise auf einen Tutor aus dem eigenen Haus, weil der die Menschen besser kennt. Die Auswahl und Instruktion des Mitarbei-

ters trifft der Qualifizierungsanbieter dabei in Abstimmung mit dem Kunden – fachliche (Beherrscht er das Thema?) und menschliche Eigenschaften (Kann er führen?) sind hier der Maßstab. Die Hauptaufgabe des Tutors besteht dann darin, das Selbstlernen im Rahmen des Distance-Learnings zu fördern. Dazu stehen ihm verschiedene Instrumente zur Verfügung: Das aussagekräftigste Instrument sind die schon angesprochenen Lernchecks, also Aufgaben,

die elektronisch beantwortet werden. Der Tutor prüft dabei, ganz wie ein Lehrer, ob, inwieweit und mit welcher Qualität die Aufgaben gelöst wurden. Selbstverständlich kommentiert er seine Verbesserungsvorschläge und gibt Hinweise für die Praxis. Darüberhinaus sorgt der Tutor auch für Kommunikation und Austausch der Lernenden untereinander, indem er Diskussionsanreize liefert. Über Foren und Chatrooms, aber eben auch in den Präsenzeinheiten, bietet er Themen an, die mit dem Lernstoff in Verbindung stehen. So regt er zur intensiveren Auseinandersetzung mit dem Lernstoff an. Der Tutor muss aber von den Lernenden auch aktiv eigene Themen einfordern: Wer sieht wo welche persönlichen Defizite? Welche Lerninhalte erwarten die Teilnehmer? Dass er schließlich auch für simple Fragen zur Organisation und Fristen bereitsteht, ist selbstverständlich.

Keine Frage der Technik

Wie oft hört man, dass die Technik das entscheidende Kriterium beim E-Learning ist? Die Praxis zeigt aber, dass dies nicht so ist. In Zeiten des Web 2.0, da einerseits geeignete, intuitiv zu bedienende Lernplattformen zur Verfügung stehen und andererseits immer mehr Menschen (und zwar nicht nur die jungen) sich wie selbstverständlich in Com-



WEBINARE 2011

Auch die Haufe Gruppe, in der die Zeitschrift *acquisa* erscheint, bietet zahlreiche Webinare aus dem Bereich Marketing und Vertrieb.

»KUNDENDATEN LEGAL FÜR WERBUNG UND VERTRIEB NUTZEN: SO GERATEN SIE NICHT INS ABSEITS«

Termin: Mittwoch, 29.06.2011
Beginn: 11:00 Uhr
Dauer: ca. 60 Min.
Ort: www.haufe-online-training.de
Referent: Dr. Flemming Moos Rechtsanwalt, Fachanwalt für IT-Recht
Teilnahmegebühr: 89 Euro inkl. MwSt.

»GOOGLE ANALYTICS & CO: DATENSCHUTZRECHTLICHE VORAUSSETZUNGEN UND RISIKEN BEIM WEBSITE TRACKING«

Termin: Donnerstag, 14.07.2011
Beginn: 11:00 Uhr
Dauer: ca. 60 Min.
Ort: www.haufe-online-training.de
Referent: Thomas Schwenke
Teilnahmegebühr: 89 Euro inkl. MwSt.
www.haufe-online-training.de

munities, Chats und Blogs bewegen, bleibt die Technik ein wichtiger Faktor. Erfolg und Misserfolg einer Qualifizierung hängen aber in erster Linie vom didaktischen Konzept der Maßnahmen ab. Wer sich der oben beschriebenen Ideen verschreibt und sich Weiterbildungs-Sachverstand einkauft, kann seine Vorurteile gegenüber E-Learning ad acta legen und seine Mitarbeiter in einen Lehrgang schicken, der sie fordert und motiviert, am Ball zu bleiben. Erfolge garantiert und dokumentiert.
 redaktion@acquisa.de

AUTORIN

Beate Middendorf,
 ist Leiterin der Profitel Akademie in Hamburg und Mitglied im CCV.



→ www.profitel.de