

# E-Learnings für die arbeitsorientierte Grundbildung: Eindrücke aus der Entwicklungsarbeit an eVideo

Fragen an Andrea Brandt

Andrea Brandt gründete 2014 gemeinsam mit einem spanischen Geschäftspartner die Firma digitallatam GmbH ([www.digitallatam.com](http://www.digitallatam.com)), die auf die Entwicklung interaktiver digitaler Lernlösungen spezialisiert ist. Die Wirtschaftsinformatikerin ist dort vor allem für das Thema Business Development verantwortlich. Parallel ist Andrea Brandt (MBA) international tätig als zertifizierter Executive Coach für persönliche Weiterentwicklung von Managern und Führungskräften und hat über viele Jahre als externe Beraterin für größere Unternehmen Projekte im digitalen Marketing geleitet. Sie hat unter anderem in Spanien und Costa Rica gelebt und gearbeitet, bevor sie sich in Berlin niederließ.

**Frau Brandt, sie haben langjährige Erfahrung in der Entwicklung von E-Learnings für die Fort- und Weiterbildung. In welcher Hinsicht hat sich die Entwicklungsarbeit in den letzten Monaten verändert?**

Seit der Pandemie hat sich die Entwicklungsarbeit merklich verändert. Zunächst haben sich die organisatorischen Strukturen in vielen Unternehmen gewandelt. In der Vergangenheit hatten wir häufig mit unterschiedlichen Fachabteilungen zu tun, mittlerweile haben die Unternehmen auch mehr und mehr Abteilungen

für Learning und Development geschaffen. Inhaltlich werden heute viel mehr begleitende Services nachgefragt, also Consulting und die Entwicklung von Lernstrategien. In der Vergangenheit haben Unternehmen uns beispielsweise häufig nur ein PDF-Dokument zur Verfügung gestellt, aus dem ein E-Learning entwickelt werden sollte. Jetzt beginnt der Prozess der Zusammenarbeit schon einige Schritte vorher mit der Lernstrategie. Hierbei steht im Vordergrund, zu definieren, was ist eine Lernstrategie, die zu uns als Unternehmen und zu unserer Zielgruppe passt. Welche Dinge müssen

wir mitbeachten, auch im Sinne von hybriden Modellen, die Elemente von Online und Offline miteinander kombinieren? Das sind so Dinge, die in der Vergangenheit gar nicht da waren. Es gibt jetzt eine viel stärkere Nachfrage auch nach Consulting Services, wo wir dann am Anfang ganz konkrete Workshops anbieten, um überhaupt erst einmal zu erarbeiten, was für das Unternehmen passend ist und was es an unterschiedlichen Möglichkeiten gibt, die als Lösung im Nachgang entwickelt werden könnten.

**Sie erkennen also sowohl einen Digitalisierungsschub als auch den Bedarf nach passgenauen Lernstrategien. Sehen Sie auch einen Innovationsschub in Sachen E-Learning?**

Das ist eine sehr gute Frage. Ja, ich würde sagen, auch E-Learning wird in Schritten innovativer, weil natürlich über die Consulting-Leistungen, die wir am Anfang erbringen, gleich auch der ganze Blumenstrauß gezeigt werden kann. Damit eröffnet man dem Kunden eine Möglichkeit, über den Tellerrand hinauszuschauen auf das, was machbar ist. Dass man nicht nur in Texten und Bildern denkt, sondern vor allem auch das Thema Interaktivität über digitale Medien integriert und auch gemeinsam mit dem Kunden darüber nachdenkt, was typische Szenarien sein könnten, die sich

aus der praktischen Welt in die Online-Welt transferieren lassen. Das ist ein Thema, wo ich sagen würde, dass E-Learnings heute sehr viel innovativer sind, als das in der Vergangenheit der Fall war.

**Lernende haben stets spezifische Bedürfnisse und bringen unterschiedliche Vorkenntnisse mit. Inwieweit können Sie diese bei der Entwicklung eines E-Learnings mit einbeziehen? Wie gehen Sie vor?**

Bevor man mit der Entwicklung eines E-Learnings startet, kommt es darauf an, die Lernenden mit ihren Bedürfnissen und Voraussetzungen zu erfassen. Dabei müssen wir herausfinden, welche Lernstrategien zur Zielgruppe passen. Dafür bieten wir konkrete Workshops an, in denen wir grundlegend erarbeiten, welche Lernbedarfe es in der Organisation, Einrichtung oder dem Unternehmen gibt. Anhand von Personenbeschreibungen müssen wir herausfinden, wer die Zielgruppe ist, welches Wissen wir voraussetzen können und auf welchem Level wir ansetzen können, um das E-Learning später weder zu einfach noch zu schwer zu gestalten. Dabei gilt es auch, unterschiedliche Voraussetzungen innerhalb der Zielgruppe zu berücksichtigen. Wir müssen herausfinden, wie die Zielgruppe interagiert, wie erfahren sie generell im Umgang mit digitalen Medien ist.

Dann arbeiten wir an der Frage: Wie kommen wir an die Motivation heran? Dabei geht es immer um drei Komponenten: Kopf, Hand, Herz. Wie nutze ich den Kopf, also wie viel lasse ich die Lernenden innerhalb des E-Learning denken? Wie nutze ich die Hand, also „haptische“ Elemente, wie etwa Schieberegler oder Drag & Drop? Dabei lasse ich die Lernenden innerhalb des E-Learnings aktiv und interaktiv Dinge ausführen, damit sie Teil dessen werden. Und wie integriere ich das Herz, also Emotionen? Wie kann ich in irgendeiner Form auch die emotionale Komponente über das E-Learning spiegeln? Diese drei Komponenten gilt es so zu kombinieren, dass etwas Interaktives entsteht, das bei den Lernenden Motivation auslöst, sich näher mit dem jeweiligen Thema zu beschäftigen.

**Die Pandemie und das Distanzlernen sind große Herausforderungen für die Lehrenden. Welche Rolle spielen diese aus ihrer Sicht sowohl im Hinblick auf Beratungsleistungen als auch auf die Entwicklung von E-Learnings?**

Die Lehrenden sind unglaublich wichtig, denn sie sind letztendlich der Kern des Wissens und sollen und müssen auch zukünftig elementarer Teil der Wissensvermittlung bleiben. Wir stellen jedoch fest, dass auch in dieser Gruppe viele

Ängste vorhanden sind. Oft besteht die Sorge, einfach ersetzt zu werden, nachdem das Wissen gewissermaßen abgesaugt und dann online zur Verfügung gestellt wurde. Diese Gefühle ernst zu nehmen, ist auch Teil unserer Aufgabe. In den Workshops, die wir in Unternehmen oder Einrichtungen geben, müssen wir die jeweilige Situation dort erfassen und zunächst Vertrauen bei den Lehrenden aufbauen. Wir müssen sie abholen und vermitteln, dass wir sie nicht ersetzen, sondern ihre Möglichkeiten erweitern wollen. Es geht uns darum, Austausch zu kreieren und so gemeinsam eine hybride Lernwelt zu schaffen, in der sich die Beteiligten noch besser auf die eigenen Fähigkeiten konzentrieren können.

Wir stellen fest, dass auch aufgrund der letzten anderthalb Jahre Pandemie diese hybriden Modelle sehr viel stärker nachgefragt werden. Es gilt, einen guten Übergang zu finden zwischen Methoden, die in Offline-Seminaren weiterhin von Lehrenden angewendet werden – zum Beispiel, wenn Gruppenprozesse im Vordergrund stehen –, sowie andererseits Inhalten, die eher in die digitale Welt übersetzt und als ergänzende Elemente zur Verfügung gestellt werden können. Wir müssen didaktische Konzepte entwickeln, die wie ein Schirm über beide Welten gespannt werden – auch das können nur Lehrende.

## „Wie kommen wir an die Motivation heran? Dabei geht es immer um drei Komponenten: Kopf, Hand, Herz.“

Und: Die Erfahrung zeigt, dass E-Learnings Grenzen haben, wenn es um den ganz persönlichen Austausch geht. Hier bleiben Lehrende unersetzbar.

**Im Hinblick auf die Lernenden und ihre Motivation nutzen viele E-Learnings heute Gamification-Elemente. Auch in unseren Web Based Trainings kommen solche Elemente vor, angepasst auf die Zielgruppe der Geringlitalisierten. Jüngst haben Sie für unser Projekt einen digitalen Escape Room entwickelt. Welche Idee steckt dahinter?**

Der Escape Room soll für Spaß beim Lernen sorgen und ist somit ein sehr schönes Beispiel für Gamification im Kontext von E-Learnings. Die Lernenden sind hier in einem digitalen Raum beziehungsweise in einem Szenario wortwörtlich gefangen und müssen sich innerhalb eines vorab festgesetzten Zeitrahmens aus diesem Raum befreien. Dafür müssen sie bestehendes Wissen einbringen und sich neues Wissen aneignen, indem sie sich

Herausforderungen stellen und Probleme lösen. Die Idee hinter diesem Format ist, dass die Lernenden automatisch in diese Lernwelt eindringen, ohne es überhaupt zu bemerken.

**Was motiviert Lernende in einem Escape Room?**

Ein Escape Room, ob real oder virtuell, ist immer eine Art Puzzle. Wir Menschen wollen, wenn wir ein Puzzle haben, auch alle Puzzlestücke zusammenbringen. Unsere Motivation bringt uns dazu, solange weiter zu suchen, bis wir alle Teile zusammenhaben. Über dieses Suchen und Ausprobieren entsteht ein Lerneffekt, weil wir uns in diesem Moment auch mit der Wissensvermittlung auseinandersetzen. In einem realen Escape Room finden diese Prozesse gemeinsam in der Gruppe statt. Im digitalen Escape Room fehlt dieser Austausch. Damit die Lernenden nicht allein in der Situation feststecken, gibt es einen virtuellen Assistenten. Dieser gibt kurze Erklärungen, worum es geht und was das Ziel ist. Er lässt sich als

Hilfestellung aufrufen, wenn die Lernenden nicht mehr weiterwissen, und er motiviert dazu, weiter auszuprobieren und nach Lösungen zu suchen.

**Welchen Stellenwert kann der Escape Room in einem didaktischen Gesamtsetting einnehmen, das die Lehrperson konzipieren muss?**

So wie wir Escape Rooms umsetzen, sehen wir sie als eine Ergänzung zu einem existierenden E-Learning oder auch zu einem Kurs oder Seminar, also immer in Bezug zu anderen Lernmedien. Denn natürlich kann der Escape Room nicht in die Tiefe gehen, was die Wissensvermittlung angeht, insbesondere in Hinblick auf den Zeitdruck, unter dem die Lernenden arbeiten. Er kann aber Punkte anstoßen und Lernende dahingehend reflektieren lassen. Wir bieten innerhalb der Escape Rooms immer auch die Möglichkeit, sich weiterführend über diese Themenfelder informieren zu lassen. Die eigentliche Aneignung des Lernstoffes findet also nicht im Escape Room statt, sondern die Lernenden sollen dort dazu animiert werden, sich intensiver mit dem Thema zu befassen. Dabei empfinden die Lernenden Freude, Motivation und Begeisterung; sie merken meist gar nicht, wie schnell zehn oder 15 Minuten um sein können.

**Escape Rooms sind eine relativ neue Entwicklung im E-Learning-Bereich, mit der Sie seit einem Jahr experimentieren. Wenn Sie E-Learning-Kund\*innen davon zum ersten Mal erzählen, was löst der Begriff bei denen aus?**

Wenn wir in Kundengesprächen das Wort „Escape Room“ in den Mund nehmen, findet sofort ein Kreativitäts-Workshop im Kleinformat statt. Viele haben sofort Ideen, welche Szenarien sie gerne in einem solchen Format abgebildet haben möchten. In dem Moment geht es dann gar nicht mehr darum, zu entscheiden, ob die Umsetzung in Form eines Escape Rooms für sie sinnvoll ist, sondern welche konkreten Ideen sie für die Umsetzung und die Szenarien haben. Wir erleben da eine sehr große Nachfrage und stellen fest, dass die Leute dieses Thema spannend finden und sich mit voller Begeisterung damit intensiver beschäftigen möchten.

**Schauen wir uns abschließend noch einmal Aufwand und Kosten einer E-Learning-Produktion an. Nehmen wir doch direkt das Beispiel Escape Room: Es gibt in unserem Fall drei Schwierigkeitsstufen, die kürzeste ist zehn Minuten. Da denkt man, zehn Minuten Lernzeit, das muss doch schnell zu entwickeln sein.**

„So wie wir Escape Rooms umsetzen, sehen wir sie als eine Ergänzung zu einem existierenden E-Learning oder auch zu einem Kurs oder Seminar, also immer in Bezug zu anderen Lernmedien.“

**Daher vielleicht auch dann noch einmal für die Leser und Leserinnen: Wie viel Zeit braucht man eigentlich für die Erstellung eines solchen E-Learnings?**

Sie haben es schon ganz gut angedeutet. Das E-Learning ist ein sehr komplexer Prozess, weil einfach wahnsinnig viele kleine Teilschritte involviert sind und diese Teilschritte am Ende auch alle wieder gut zueinander passen müssen. Für ein einfaches E-Learning, das auch ein bisschen Interaktion hat und ungefähr 20 Minuten Lernzeit beinhaltet, ohne dabei ausführlich in die Tiefe zu gehen, rechnen wir mit acht bis zwölf Wochenstellungszeit. Das beinhaltet die Erstellung eines sogenannten Drehbuches am Anfang, mit einem kleinen Konzept vorab. Dann geht es weiter, indem man zum Beispiel Audios von professionellen Sprechern aufnehmen lässt und ein schlüssiges visuelles und technisches Design entwickelt. Das Ganze hat immer mit einem

sehr komplexen Testing-Prozess zu tun, weil wirklich alles in jeder Kombination geprüft werden muss. Zum Beispiel, ob Bild und Ton auch wirklich überall synchron sind. Das sind Kleinigkeiten, für die man, wenn man sich ein E-Learning nur oberflächlich anschaut, wahrscheinlich gar nicht so den Blick hat. Wenn man aber einmal hinter die Kulissen schaut, erkennt man die vielen Arbeitsprozesse dahinter. Bei einem einfachen Escape Room rechnen wir ungefähr mit zwölf Wochenstellungszeit.

**Und die entscheidende Frage, die sicherlich auch viele Leserinnen und Leser interessiert: Was kostet das eigentlich?**

Also, das ist immer die erste Frage, die kommt, oder zumindest eine der ersten. Ich sage dann üblicherweise, dass das auch davon abhängt, wie viel Interaktion dabei angedacht ist, wie lang das E-Learning sein soll, wie viel Video integriert werden soll. Wichtig ist auch,

ob Audio geplant ist oder nicht, weil natürlich gerade professionelle Sprecher ihren Preis haben und das Ganze ja auch geschnitten und wirklich punktgenau eingearbeitet werden muss. Da gibt es am Ende viele Komponenten, die

den Preis bestimmen. Ich würde Pi mal Daumen sagen, dass so ein E-Learning preislich irgendwo im unteren fünfstelligen Bereich startet – nach oben hin gibt es keine Grenzen. Man kann ein E-Learning als Golf entwickeln oder man kann

## Der „Digitale Escape Room: Gebäudedienstleistung Arbeitsschutz“

ist auf der eVideo-Homepage frei zugänglich:

<https://www.lernen-mit-evideo.de/video/digitaler-escape-room-gebaeuedienstleistung-arbeitsschutz/>

## Gamification

- Gamification ist vom englischen Wort „game“ für Spiel abgeleitet und kann übersetzt als Spielifizierung bezeichnet werden.
- Der Begriff „Gamification“ kommt aus dem Marketingbereich, taucht aber seit ca. 2010 zunehmend in Lehr- und Lernkontexten auf.
- Typische Spielstrukturen und -elemente werden extrahiert und auf spielfremde Systeme angewendet.
- Lernszenarien werden gezielt mit spielerischen Elementen angereichert.
- Die Anreize des Spielsystems sind ansprechend; Freiwilligkeit und Abwechslung sind beim Einsatz von Gamification entscheidend.
- Viele Gamification-Mechaniken sind primär Feedback-Mechaniken, wie zum Beispiel Erfahrungspunkte, Highscores, Fortschrittsbalken, Ranglisten, Auszeichnungen etc.
- Kern guter Gamification ist, unterschiedliche Zugänge für unterschiedliche Menschen zu schaffen.
- Ziel der Gamification ist das Beeinflussen von Verhalten und Motivation der User\*innen.

einen Porsche daraus machen. Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Damit gibt es auch preislich nach oben keine Grenzen. Das würden wir natürlich dann gemeinsam mit dem Kunden am Anfang besprechen. Genau dafür

sind auch solche Workshops gut: Was ist die Zielsetzung, welchen Budgetrahmen hat der Kunde? Das Ziel ist immer, bedarfsgerechte und individuelle Lösungen anzubieten.

## Haptische Elemente in E-Learnings: Beispiele für interaktive Übungen

- **Drag & Drop** – Bei „Drag & Drop“-Aufgaben müssen die Lernenden einzelne Elemente auf bestimmte Felder oder in die richtigen Lücken ziehen.
- **Schieberegler** – Bei Schieberegler-Aufgaben müssen die Lernenden den richtigen Wert einer Maßeinheit berechnen und diesen durch Schieben auf dem Regler markieren.
- **Memory** – Bei einem Memory-Spiel müssen aus verschiedenen verdeckten Karten jeweils die richtigen Paare durch Anklicken gefunden werden.
- **Wortgitter** – In einem Wortgitter müssen Wörter gefunden und markiert werden.

## Was ist „Szenario-basiertes E-Learning?“

E-Learnings auf der Grundlage von Szenario-basiertem Lernen (SBL) arbeiten auf Basis realistischer Anwendungssituationen. Sie vermitteln kein reines Theoriewissen, sondern zielen auf die Handlungskompetenz der Lernenden ab. Mithilfe von konkreten Lernsituationen sollen diese üben, reale Probleme zu lösen, um die erworbenen Fähigkeiten später in ihrer Alltagswelt, zum Beispiel am Arbeitsplatz, anwenden zu können. Ein Beispiel hierfür sind die Web Based Trainings der eVideo-Lernwelt.

<https://www.lernen-mit-evideo.de/jetzt-lernen>