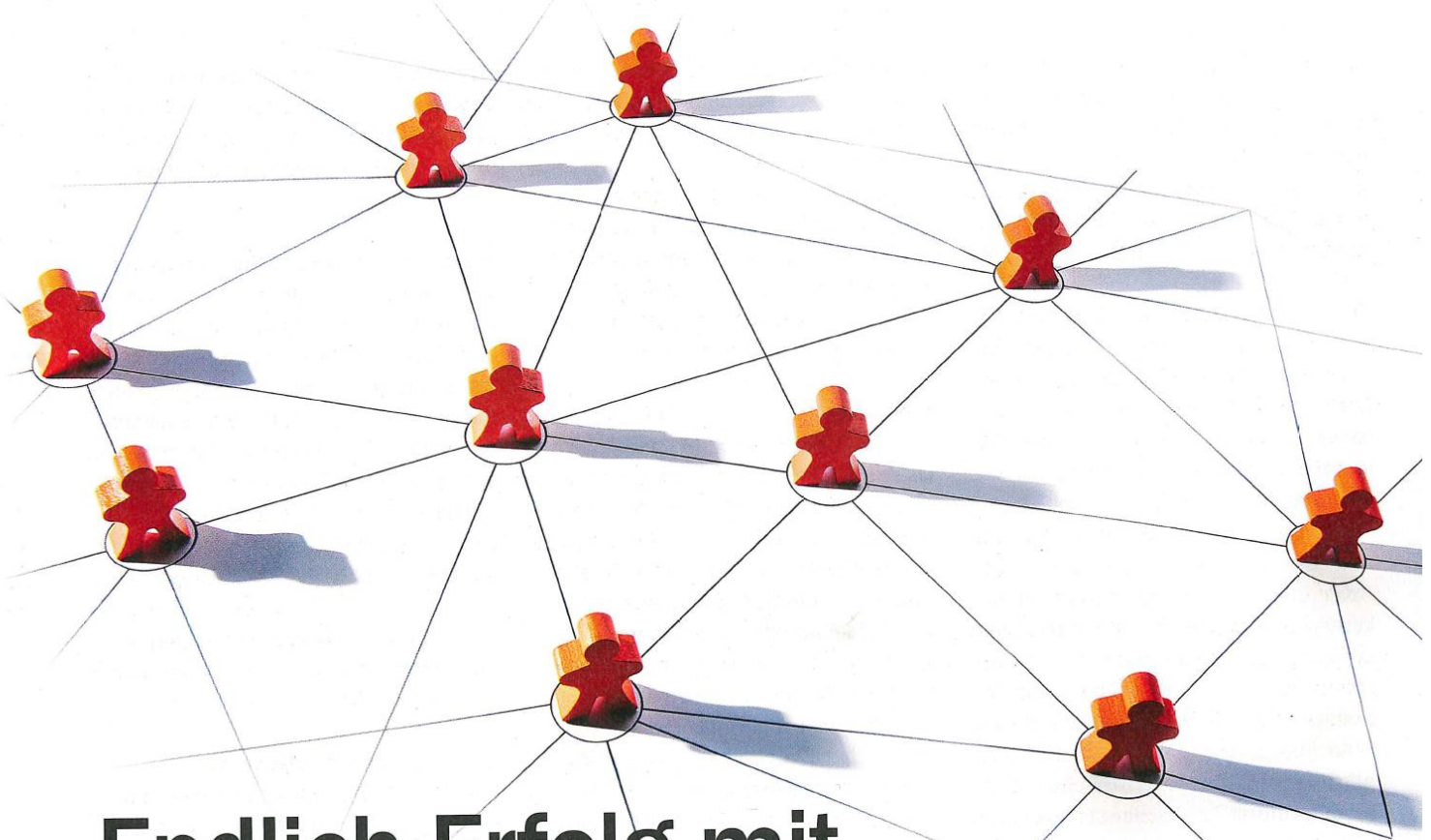




Endlich Erfolg mit Online-Lerngemeinschaften

ANALYSE. Online-Lerngemeinschaften liegen im Trend. Sie ergänzen das bisherige Portfolio der Lernformen und ermöglichen informelle Lernprozesse. Aber es genügt meistens nicht, eine technische Plattform anzubieten und die Mitarbeiter zur Vernetzung und zum Austausch aufzufordern. Relevante Erfolgsfaktoren werden in diesem Beitrag anhand von zwei Fallstudien zu Online-Lerngemeinschaften erläutert.

Online zusammen lernen. Wissen in informellen Netzwerken austauschen. Erfahrungsberichte anderer Personen lesen und Rückfragen stellen. Meinungen zu einem bestimmten Thema sammeln. Für all diese Möglichkeiten wurden inzwischen technische Plattformen entwickelt. Online-Lerngemeinschaften können nun soziale Netzwerke wie „Xing“ oder „LinkedIn“ nutzen sowie integrierte Social-Media-Plattformen wie „SAP Jam“, „Jive“ oder „Yammer“ einsetzen.

Doch wie können Unternehmen solche Online-Lerngemeinschaften erfolgreich etablieren? Zunächst gilt, dass sich Erfolg auf ganz unterschiedliche Aspekte bezie-

hen kann – je nach Perspektive der involvierten Anspruchsgruppen. Während etwa für Mitglieder der gelegentliche Informationsaustausch zentral sein kann, kann für die Sponsoren und Moderatoren eine intensive Lernkooperation oder die Zahl der dauerhaft gebundenen Mitglieder im Vordergrund stehen.

Verschiedene Studien haben Aussagen zu Gestaltungsaspekten und Erfolgsfaktoren für Online-Lerngemeinschaften aufgezeigt. In der Tabelle auf Seite 31 haben wir all diese Faktoren zusammengeführt. Sie lassen sich vier verschiedenen Dimensionen zuordnen: Nutzen, Personen, Moderation und Interaktion sowie tech-

nisch-organisatorische Unterstützung. Im Folgenden werden wir diese Gestaltungsdimensionen und Erfolgsfaktoren anhand von zwei Fallbeispielen beleuchten.

1 SAP Training and Education Community

Im ersten Fallbeispiel geht es um die „SAP Training and Education Community“ (scn.sap.com/community/training-and-education). SAP Education, der Betreiber der Community, hat sie 2012 als offene Austauschplattform zu allen Themen rund um die Schulungs- und Trainingsangebote von SAP ins Leben

gerufen. Beheimatet ist sie im SAP Community Network (SCN), das bereits seit einigen Jahren mehrere große Communities zu SAP-Themen umfasst.

Interessierte Internetnutzer können sich in der SAP Training and Education Community nicht nur umfassend über alle Trainingsangebote informieren und in direkten Kontakt mit der SAP-Trainingsabteilung treten, sondern finden dort auch zahlreiche zusätzliche Inhalte wie kostenlose Online-Kurse, Videos und Experten-Blogs. Betreut wird die SAP Training and Education Community von einem eigenen Team aus Trainern, Schulungsexperten und Moderatoren. Sie stellt eine Interessen-Community dar: Die Teilnehmenden sind primär an Informationsaustausch und Kontaktpflege interessiert. Lernprozesse finden informell statt, von Seiten der SAP Training and Education Community sind keine Lernziele für die Teilnehmenden definiert. Gleichzeitig ist die Community in einem kommerziellen Umfeld verortet, wobei der Betreiber Austausch und Zusammenarbeit ermöglicht, über Moderatoren zur Wahrung von Interaktionsregeln beiträgt und über Blogger inhaltliche Impulse setzt.

Erfolgsfaktor „Nutzen“

Was den Erfolgsfaktor „Nutzen“ angeht, ist die SAP Community breit aufgestellt: Nicht nur die registrierten Mitglieder der Community können von den Inhalten profitieren, sondern alle Internetnutzer (auch über mobile Endgeräte). Zudem werden neben den von Mitgliedern erstellten Inhalten, die SAP nicht weiter auf Richtigkeit überprüft, weitere qualitativ hochwertige Zusatzinhalte von SAP angeboten, wie zum Beispiel Blog-Artikel von SAP-Experten, kostenlose E-Learning-Angebote zu neuen SAP-Produkten und Videos zu Themen der Aus- und Weiterbildung.

Neben den Inhalten tragen auch die Vernetzungsmöglichkeiten und die Sichtbarkeit beziehungsweise Bekanntheit, die man in der Community erlangen kann, zum Nutzen bei. Dieser Nutzen nimmt mit dem Grad des Engagements zu:

- Alle Internet-Nutzer können die Inhalte der SAP Training and Education Community kostenlos abrufen und herunterladen.

- Registrierte Mitglieder können zusätzlich selbst Inhalte erstellen und sich mit anderen Teilnehmern vernetzen und direkt austauschen.
- Besonders aktive Mitglieder werden in „Top Contributors“-Listen aufgeführt und erlangen damit mehr Sichtbarkeit.
- SAP-Partner können weitere Inhalte (E-Learning, Videos) beitragen und so die eigene Bekanntheit steigern.

Die SAP Training and Education Community wird kontinuierlich evaluiert. Dazu wird das Feedback in der Community selbst über Diskussionen, Posts und Kommentare sowie auf anderen Social-Media-Netzwerken wie Twitter oder Facebook und in bekannten Blogs ausgewertet. Zusätzlich werden auf SAP-Veranstaltungen Gesprächsrunden geführt, zu denen bekannte Blogger und besonders aktive Nutzer eingeladen werden.

Erfolgsfaktor „Personen“

Frühere Erfahrungen bei SAP hatten gezeigt, dass Communities kontinuierlich durch Moderatoren betreut werden müssen, unter anderem, um schnell auf Spam reagieren zu können. Für die SAP Training and Education Community wurde dazu ein eigenes Team aufgestellt:

- Der Community Manager ist verantwortlich für die strategische Ausrichtung der Community, übernimmt die redaktionelle Verantwortung und kümmert sich um die interne Abstimmung mit anderen Bereichen.
- Moderatoren sind verantwortlich für das Moderieren von Diskussionen und Kommentaren. Sie unterstützen Blogger, erstellen Inhalte und informieren Experten über unbeantwortete Fragen.
- Blogger sind Experten auf ihrem Themengebiet und erstellen dazu regelmäßig Blog-Artikel.
- Webentwickler und HTML-Experten kümmern sich um die technische Infrastruktur und die Integration in andere soziale Netzwerke (Facebook, Twitter, Google-Plus).
- Der Online-Marketing-Experte optimiert Webseiten und Texte für die Auffindbarkeit in Suchmaschinen, generiert Interesse durch Anzeigen-Kampagnen und ist verantwortlich für das Analysieren der Besucherströme.

Zum Erfolgsfaktor „Personen“ zählt schließlich auch eine kritische Masse an motivierten Teilnehmenden, die mit ihren Beiträgen die Community attraktiv halten.

Erfolgsfaktor „Moderation/Interaktion“

Gute Moderation und Interaktion bedeutet vor allem, dass Teilnehmende auf Fragen schnell eine Antwort erhalten. Neben der Schnelligkeit spielt auch die Qualität der Antworten eine entscheidende Rolle – neben der inhaltlichen Qualität ist es hier vor allem auch die emotionale Qualität: Ratsuchende wollen sich in der Community angenommen und aufgehoben fühlen. Um diese Qualität in der Moderation und Interaktion zu erreichen, werden Moderatoren, Blogger und Experten in der Online-Kommunikation besonders geschult.

Erfolgsfaktor „Unterstützung“

Die Nutzerfreundlichkeit der Plattform ist ein weiterer Erfolgsfaktor. Der kostenlose Zugriff ist über die gängigen Web-Browser sowie mobilen Endgeräte wie Tablets und Smartphones möglich. Erst wenn ein Teilnehmer selbst Inhalte erstellen will, wird eine Registrierung erforderlich. Einfache Navigationsstrukturen, intuitive Bedienbarkeit und schnelle Auffindbarkeit sind ebenfalls wichtig. Eine Suchfunktion ermöglicht es beispielsweise, gezielt nach Inhaltstypen und Kategorien zu filtern und so die Suchergebnisse auf wirklich relevante Inhalte einzugrenzen.

Fazit zur Fallstudie 1

Der Erfolg der SAP Training and Education Community zeigte sich bereits in den ersten Wochen nach dem Start in einer äußerst positiven Resonanz und einer großen Aktivität. Bereits innerhalb der ersten sechs Monate wurden mehr als 130 neue Blog-Artikel veröffentlicht und über 2.400 Diskussionsthemen eröffnet. Die Zahl der aktiven Teilnehmer und Besucher stieg in dieser Zeit stetig. Auch neue Besucher fanden sich schnell zurecht. Insgesamt trug die Community so zu einer höheren Kundenzufriedenheit und zu einer Verbesserung der Schulungsprodukte bei. Die Erfahrungen zeigen aber auch, dass die Betreuung einer solchen Community zeit- und kostenaufwendig →

→ ist und darum erfahrene Moderatoren eingesetzt werden sollten.

2 Scil Academy Community

Das zweite Fallbeispiel ist die „Scil Academy Community“. Sie wurde im September 2012 als geschlossene Austauschplattform für Teilnehmende und Alumni der Scil-Weiterbildungsprogramme ins Leben gerufen. Die Initiative ging vom Swiss Centre for Innovations in Learning (Scil) aus, ein an das Institut für Wirtschaftspädagogik der Universität St. Gallen angebundenes Kompetenzzentrum für Innovationen im Bildungsmanagement.

Die Ziele der Scil Community waren:

- Etablieren eines neuen, zusätzlichen Informations- und Kommunikationskanals zu Teilnehmenden und Alumni der Scil-Weiterbildungsprogramme und vermittelt darüber
- Stärkung der Bindung der Community-Mitglieder an Scil als Anbieter von Dienstleistungen im Bereich Weiterbildung und Beratung sowie das
- Ermöglichen von unkompliziertem informellem Austausch unter den Programmteilnehmenden und Alumni.

Zur Teilnahme eingeladen wurden insgesamt knapp 60 Personen. Über die auf „Yammer“ basierende Plattform haben die Mitglieder Zugriff auf verschiedene Ressourcen, unter anderem aktuelle Beiträge aus dem Scil-Weblog, Links auf Fachartikel und Studien, Beispiele für gelungene Transferaufträge im Rahmen der Scil-Weiterbildungsprogramme und Hinweise zur Nutzung der Plattform. Bisher

erfolgt die inhaltliche Anregung der Interaktionen durch die Experten von Scil.

Erfolgsfaktor „Nutzen“

Für Scil als Community-Betreiber steht der gut funktionierende Kommunikationskanal zu den Teilnehmenden und Alumni im Vordergrund. Zudem ergeben sich dadurch Möglichkeiten, Erfahrungen in der Moderation von Online Communities zu sammeln und die Community im Rahmen von (Transfer-)Aufträgen zu den eigenen Seminaren von Scil zu nutzen. Für die Community-Mitglieder stehen dagegen die regelmäßige Information zu aktuellen Themen im Bereich Bildungsmanagement und die Möglichkeit des Austauschs mit anderen im Vordergrund.

Erfolgsfaktor „Personen“

Mit Blick auf den Erfolgsfaktor „Personen“ lässt sich festhalten, dass die Zielgruppe klar definiert ist: Es sind Teilnehmende an den Scil-Weiterbildungsprogrammen (inklusive der Alumni), die zugleich Bildungsexperten und Bildungsverantwortliche in ihren jeweiligen Unternehmen sind. Die Beteiligung ist freiwillig und stabil. Aus der Perspektive der Betreiber ist kein dem Austausch zwischen den Beteiligten abträgliches Konkurrenzverhältnis auszumachen. Ebenso wenig finden sich Anzeichen für fehlenden Respekt der Beteiligten untereinander.

Erfolgsfaktor „Moderation/Interaktion“

Um den Erfolgsfaktor „Moderation und Interaktion“ zu stärken, haben die Betreiber zu Beginn einen Grundstock an

Beiträgen und Materialien in die Community eingestellt, wie zum Beispiel Hinweise zur Nutzung oder thematische Fachbeiträge. Dann erfolgte ein Einladungsmail, in der die mit der Community verbundenen Ziele kommuniziert wurden.

Eine im Bereich der betrieblichen Weiterbildung und der neuen Medien fachlich ausgewiesene Person ist für die Moderation zuständig. Sie sorgt für inhaltliche Beiträge, stößt Interaktion und Diskussion durch Fragen in die Runde der Teilnehmenden an und zeigt zum Beispiel durch „Likes“ bewusst Wertschätzung.

Die Beiträge des Scil-Weblog (www.Scil-blog.ch) werden automatisch in die Scil Academy Community weitergeleitet. Ergänzt werden diese durch weitere Postings, die exklusiv nur für die Scil Community erstellt werden. Zusammen mit den (noch seltenen) Beiträgen der Mitglieder werden im Mittel etwas mehr als zwei Beiträge pro Woche in die Community eingestellt. Die Moderatorin achtet bewusst darauf, dass dieser Rhythmus der Interaktion erreicht wird.

Erfolgsfaktor „Unterstützung“

Technisch basiert die Scil Academy Community auf der Social-Media-Plattform „Yammer“. Von den umfangreichen Funktionalitäten, die Yammer auch in einer kostenfreien Variante anbietet, werden vor allem die folgenden genutzt: Postings (Status-Updates), Likes/Kommentare zu diesen Postings, Kurzumfragen, Dateiablage, Seiten (Notes) und die (stark eingeschränkten) Funktionen der Mitglieder-

AUTOREN



Dr. Christoph Meier ist Sozialwissenschaftler und Projektleiter beim Swiss Centre for Innovations in Learning (Scil) der Universität St. Gallen. Zuvor war er als Berater bei IMC AG und als Projektleiter am Fraunhofer Institut Arbeitswirtschaft und Organisation tätig.

christoph.meier@unisg.ch



Dr. Lars Satow

ist als Projektleiter und Knowledge Transfer Architect bei SAP verantwortlich für Planung und Umsetzung von innovativen Lernszenarien und Weiterbildungsprogrammen. Er studierte Psychologie und war wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Arbeits-, Organisations- und Gesundheitspsychologie der Freien Universität Berlin.

lars.satow@sap.com



Dr. Tanja Fandel-Meyer

ist Betriebspädagogin und Projektleiterin am Swiss Centre for Innovations in Learning (Scil) der Universität St. Gallen und verantwortet dort die Weiterbildung für Learning Professionals. Zuvor war sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin und Dozentin an der European Business School tätig.

tanja.fandel@unisg.ch

verwaltung. Yammer kann als Webservice über den Browser genutzt werden und erfordert keine Softwareinstallation.

Fazit zur Fallstudie 2

Die kontinuierliche Beobachtung der Aktivitäten auf der Community-Plattform (Anzahl der Mitglieder, Zugriff auf die Plattform, Anzahl der Beiträge und Kommentare von Teilnehmenden) und auch eine erste Befragung der Mitglieder zeigen, dass die Community genutzt und geschätzt wird. Sie ist für viele Mitglieder ein fester Bestandteil in ihrem jeweiligen Kommunikations- und Informationsmix geworden und wird sowohl von Zuhause als auch vom Büro und auch von unterwegs aufgerufen. Es hat sich aber auch gezeigt, dass die Einrichtung von verschiedenen Subgruppen oder Kanälen innerhalb der Plattform wie zum Beispiel nur für das Scil-Team intern für gelegentliche Nutzer zu kompliziert war und vereinfacht werden musste.

Individuelle Umsetzung nötig

Die beiden Fallstudien haben gezeigt, dass die betrachteten Online-Lerngemeinschaften in unterschiedlichen Kontexten stehen und sich auch die Ausprägung der Betreiberrolle unterscheidet. Darüber hinaus liegen unterschiedliche Konfigurationen von Zielen, Zielgruppen, technischen Plattformen, organisatorischer Einbettung und Moderatorenrollen vor. Gleichzeitig ergibt sich keine einfache Sequenz von Arbeitsschritten, die für eine erfolgreiche Lancierung von Online-Lerngemeinschaften durchlaufen werden muss – etwa in dem Sinne, dass zunächst relevante Kooperationsziele für eine bestimmte Zielgruppe identifiziert werden müssen, dann eine technische Plattform ausgewählt und schließlich eine unterstützende Moderation umgesetzt werden muss. Vielmehr repräsentieren die vier Dimensionen von Erfolgsfaktoren Arbeitsfelder, die für einen nachhaltigen Erfolg von Online-Lerngemeinschaften mehrfach zu durchlaufen und weiterzuentwickeln sind. Dabei ist die Relevanz der aufgeführten Erfolgsfaktoren jeweils für den konkreten Einzelfall zu prüfen.

Christoph Meier, Lars Satow,
Tanja Fandel-Meyer ●

Dimensionen und Erfolgsfaktoren

Checkliste. Aus einer Vielzahl an Studien lassen sich folgende Erfolgsfaktoren für Online-Lerngemeinschaften ableiten.

Nutzen

Wichtige Gründe / Ziele für die Kooperation

Gemeinsame Werte / gemeinsame Vision

Gegenstand und Nutzen für Beteiligte deutlich / sichtbar / erfahrbar

Monitoring / Evaluation der Aktivitäten in der Community und Aufgreifen von Feedbacks

Personen

Klar definierte Zielgruppe

Freiwillige, relativ stabile Teilnehmerschaft

Kein Konkurrenzverhältnis zwischen Teilnehmerschaft

Qualifizierte Moderatoren

Verfügbarkeit und Präsenz der Teilnehmenden

Gegenseitiger Respekt der Teilnehmenden

Ausreichende Medienkompetenz der Teilnehmenden

Bekannte Experten als Zugpferde

Gemeinsames Interesse und Perspektivenvielfalt

Moderation und Interaktion

Sorgfältig gestalteter Start der Aktivitäten

Moderatoren, die den Prozess beobachten und unterstützen

Klare Spielregeln beziehungsweise Aktivitäten zur Vertrauensbildung

Fokussierung der Interaktion auf Themen / Aspekte, die für die Teilnehmenden wichtig sind

Qualitativ gute Beiträge (relevant, aktuell, korrekt)

Gegenseitiger Respekt und professioneller Umgangston

Möglichkeit unterschiedlicher Formen / Intensitäten der Beteiligung

Feedback und Beiträge der Mitglieder werden zur Kenntnis genommen / wertgeschätzt

Antizipierbarer Rhythmus der Interaktionen

Anlässe in direkter Interaktion (Face to Face) als Ergänzung zur virtuellen Interaktion

Technische und organisatorische Unterstützung

Geeignete Infrastruktur (Funktionalitäten, Nutzerfreundlichkeit, Stabilität)

Angemessener Eintrittsaufwand (Registrierung et cetera)

Erleichterung des Einstiegs für neue Mitglieder (zum Beispiel Orientierung über FAQ, Suche)

Freiraum für die Beteiligung an Communities

Anerkennung für die Beteiligung an Communities

Transparenz zu verfügbaren Communities und Vermeidung von Überschneidungen