

WHITEPAPER

VONEINANDER UND MITEINANDER LERNEN

So schaffen Unternehmen die richtigen
Rahmenbedingungen für **Social Learning**.

Einleitung

Nicht erst seit der Corona-Pandemie wissen wir, wie wichtig Experten für komplexe Themen sind. Auch in Unternehmen gibt es Spezialisten, deren Wissen gefragt ist und in dem Moment wertvoller wird, wenn sie beginnen es zu teilen. Social Learning bedeutet, Experten sichtbar zu machen und voneinander zu lernen. Das geschieht in Unternehmen sowohl „analog“, also z.B. über einen Working Out Loud® Circle, oder digital, z.B. durch Learning Experience Plattformen, die das soziale Lernen in die digitale Welt übersetzen. Beide Ansätze haben ein Ziel: den schnelleren Erkenntnisgewinn und die dezentrale Wissensvermittlung – damit Informationen im Moment des Bedarfs auffindbar sind und genutzt werden können.



Inhaltsverzeichnis

Seite

Was ist Social Learning	3
Experten entfesseln – das kann Social Learning	4
Die Vorteile von Social Learning auf einen Blick	5
So geht Social Learning im Unternehmen	7
Die Personalentwicklung schafft das richtige Umfeld für Social Learning im Unternehmen	9
Social Learning – Methoden und Technologie	10
Mit Working Out Loud® Social Learning im Unternehmen testen	10
Proof of Concept: So funktioniert eine LXP in der Haufe Group	12
Erfolgreiches Wissensmanagement: Von der Vision zur Realität	14

Was ist Social Learning

Social Learning bezeichnet den gezielten fachlichen Austausch zwischen Kollegen, Vorgesetzten oder Coaches, mit dem Ziel, Akteure aus verschiedenen Bereichen miteinander zu vernetzen. Dabei können Mitarbeiter mit geeigneten Methoden oder auch technisch durch Tools unterstützt werden.

Um die Relevanz von Social Learning für moderne Unternehmen zu verstehen, braucht es den Blick auf technologische Entwicklungen, die sich seit Dekaden auf unsere Gesellschaft auswirken.

In westlichen Industrienationen spricht die wissenschaftliche Literatur auch von „Netzwerkgesellschaften“ und „informationeller Ökonomie“ aufgrund der zunehmenden Bedeutung von effizienter Wissensverarbeitung.^[1] Stärker als je zuvor sind Gesellschaften heute durch vielfältige Konnektivitäten und Knotenpunkte miteinander verbunden. Die Entwicklung von IT-Netzwerken wie dem World Wide Web hat einen starken Anteil daran, auch das Soziale zeichnet sich durch netzartige Verbindungen aus – die Rede ist heute bereits von einem sozialen Zeitalter, dem „Social Age“.^[2] Besonders anschaulich demonstrieren das einige der machtvollsten Unternehmen dieser Zeit, wie Google, Facebook oder Alibaba. ‚Vernetzung‘ wartet mit enormem Potenzial auf, gerade auch im Sozialen. Erfolgreiches Wirtschaften ist heutzutage immer mehr auch abhängig davon, wie gut es gelingt, unterschiedliche Akteure in Netzwerke einzubinden. Letztlich gilt dieses Prinzip auch innerhalb von Unternehmen aller Branchen: Wenn sich Belegschaften gezielt in Netzwerke einbinden und organisieren lassen, können die Menschen und das Unternehmen immens davon profitieren.

Social Learning hat daher das Ziel, Menschen miteinander zu verbinden, Netzwerke zu kreieren und Wissen sichtbarer, aber auch greifbarer zu machen. Social Learning stellt dafür Instrumente bereit – ein Lernen, das auf gemeinsamen Austausch ausgelegt ist.

Was Social Learning nicht ist

- Social Learning verfolgt nicht einen Weg, sondern offenbart viele Lernformen, um Menschen zusammenzubringen.
- Social Learning sieht Mitarbeiter nicht nur als „Lernende“.^[3] Es sind Akteure, die zeitlebens in ihre Netzwerke eingebunden waren, die visuell durch TV, oder aber durch Bibliotheken, Reglemente, oder durch Computer geprägt wurden. Auch in einem Unternehmen werden die Akteure diesen Lernformen vermutlich eher zugeneigt sein als anderen – es gilt, ihnen die Wahl zu bieten.
- Social Learning geht nicht davon aus, dass ein „Wissen Bewahren“ an sich sinnvoll ist, sondern sieht zirkulierendes Wissen lediglich effektiver nutzbar an als isoliertes.
- Bei Social Learning stehen nicht immer digitale Tools im Fokus: Auch Methoden unterstützen das Lernen durch systematischen Austausch.



^[1] Vgl. Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. In: Das Informationszeitalter Castells, Manuel, 2003, Bd.1. Siehe dazu auch: Reassembling the Social. An introduction to actor-network-theory. Latour, Bruno 2005.

^[2] Vgl. Social Learning. Julia Stodd/ Emilie Reitz. In: Modernizing Learning. Building the Future Learning Ecosystem. J. Walcutt, Sae Schatz, S.269 – 283.

^[3] Zum Zweck der besseren Lesbarkeit wird im gesamten Dokument die männliche Schreibweise genutzt, die Formulierungen beziehen aber immer alle Geschlechter mit ein.

Experten entfesseln – das kann Social Learning

Voneinander und miteinander lernen, sich in verschiedenen Gruppen über Abteilungsgrenzen hinweg untereinander austauschen, abteilungsübergreifend an Lösungen arbeiten und dabei sowohl digital als auch formal lernen. Das klingt wie ein Werbespot? Es ist ein realistisches Szenario, sofern im Unternehmen die entsprechenden Voraussetzungen für Social Learning geschaffen werden. Richtig im Unternehmen eingesetzt, weicht Social Learning die Grenzen zwischen Arbeiten und Lernen auf. Dann ist vorhandenes Wissen nicht mehr in Silos verborgen, weil Experten plötzlich bekannt und sichtbar sind und ihr Wissen sich verbreiten kann. So wird Social Learning ein wichtiger Teil erfolgreicher Personalentwicklung.

Dazu notwendig sind aber einerseits das richtige Umfeld, eine offene Unternehmenskultur und Mentalität der Mitarbeiter und nicht zuletzt auch die richtigen Tools und Methoden.

Die Vision ist, dass firmeninternes Wissen und Lösungen so leicht auffindbar sind, wie Informationen und Wissen im Alltag: Hat man zuhause, beispielsweise beim Kochen ein Problem, sucht man im Internet nach Antworten und bekommt schnell und meist recht zielführend Hilfe. Da man bei Google kein unternehmensspezifisches Wissen findet, bieten sich unternehmensintern Learning Experience Plattformen (LXP) an, die sich aktuell immer mehr zu einer Art unternehmensinternes Google entwickeln. Auch in Unternehmen gibt es Menschen, die ihr Wissen gerne verbreiten und Spaß daran haben bei Fragen zu helfen und von ihren Erfahrungen in Projekten zu berichten. Bei solchen Mitarbeitern steht der Bedarf an Social Learning im Vordergrund. Eine Learning Experience Plattform ist hier eine wichtige Basis. Denn sie hilft Wissen zu teilen und/oder zu finden und ermöglicht gleichzeitig selbstgesteuerte Weiterentwicklung.



Die Vorteile von Social Learning auf einen Blick

Social Learning bedeutet das Erarbeiten gemeinsamer Lösungen, bei dem sich zugleich Expertenwissen verbreitet.

Silos brechen auf.

Lernende und Lehrende arbeiten auf Augenhöhe miteinander und tauschen je nach Thema ihre Rollen.

Erhöhte Akzeptanz, denn Lernen wird selbstbestimmter.

Der Transfer von Informationen geschieht automatisch durch Erfahrungsaustausch.

Effizienz bei Erkenntnisgewinnen.

Bisher „versteckte“ Informationen sind plötzlich sichtbar und besser nutzbar.

Wissen kann gesucht und im Moment des Bedarfs abgerufen werden.



Individuelles Wissen – bisher an einzelne Personen gebunden – wird noch relevanter, indem ein ganzes Kollektiv (die Learning Community) davon profitiert.

Viralität stiftet Mehrwert.

Neue Ideen und Innovationen können leichter entstehen.

Das Potenzial von Mitarbeitern entfaltet sich besser.

Social Learning macht Skills wie Kommunikationsstärke, Teamfähigkeit oder Organisationstalent noch relevanter.

Lernen wird menschlicher.

Social Learning bietet für die PE die Möglichkeit sich noch gezielter auf das Modell 70-20-10 auszurichten.

70% Lernen im Arbeitsprozess und 20% Lernen im Austausch.

Das 70-20-10-Modell

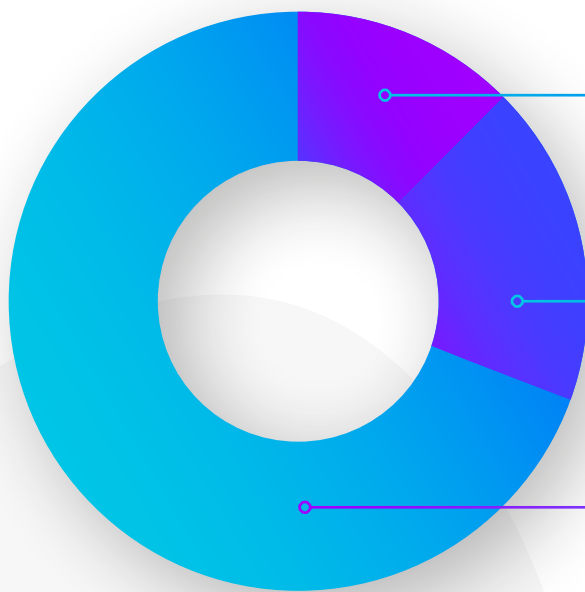


Abbildung: Haufe Akademie in Anlehnung an das 70-20-10-Modell nach Morgan McCall, Robert Eichinger und Michael Lombardo vom Center for Creative Leadership in North Carolina



Exkurs

Erstmals in den 90er-Jahren des 20. Jahrhunderts entwarfen Wissenschaftler des Center for Creative Leadership in North Carolina die Grundlagen des 70-20-10-Modells, 2002 kam es erstmals bei der Nachrichtenagentur Reuters zur Anwendung. Demnach erwerben Menschen in Unternehmen ihre Kompetenzen.

- > zu 70 Prozent durch im Prozess der Arbeit,
- > zu 20 Prozent durch im Austausch,
- > zu 10 Prozent durch traditionelle Weiterbildung, wie sie bspw. in Seminaren, eLearnings, Trainings und anderen Lernformaten stattfindet.

Dieses Konzept ist eine Beschreibung dessen, was bereits in vielen Unternehmen von Menschen gelebt wird, ohne dass dies bewusst oder in einem strategischen Rahmen geschieht.

So geht Social Learning im Unternehmen

Um das Fundament für Social Learning zu ebnen und Wissen unkonventionell in verschiedene Bereiche tragen zu können, gehören das richtige Umfeld,

die richtigen Strukturen, Freiräume, professionelle Methoden, aber auch Menschen dazu, die Lust haben neue Arbeitsstile auszuprobieren und zu nutzen.

Wann sich Social Learning für Organisationen eignet

Anzahl von Unternehmen, die Social Learning Technologien etabliert haben

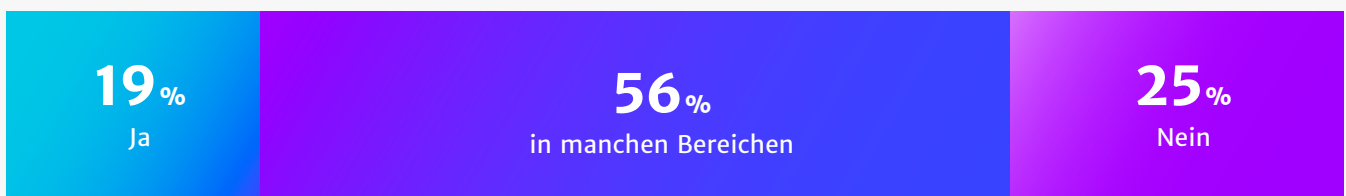


Abbildung: Chief Learning Officer magazine 05.06.2019, Befragung: Chief Learning Officer Business Intelligence Board, N=500. Zahlen sind gerundet. Das Chief Learning Officer Business Intelligence Board ist eine Gruppe von 1.500 Experten im L&D Bereich, die von der Human Capital Media Research and Advisory Group, dem research and advisory Zweig des Chief Learning Officer magazine, befragt wurden.

Rollenklarheit bei PE und Führungskräften

Einerseits haben Personalentwickler die Aufgabe, sich weiterhin über ihre Verantwortlichkeit bewusst zu sein, auch wenn es bei Social Learning keinen klassischen Rollout gibt, das zentral ‚von oben‘ eingesteuert wird. Die Rollen von PE und die der Führungskräfte werden weiterhin, auch bei einer dezentralen Wissensvermittlung beibehalten.

Dazu gehört beispielsweise auch, dass betriebliche Weiterbildung im Unternehmen klar definiert sein muss. Sind jedoch z.B. die Aufgaben und Pflichten der Personalentwicklung noch unklar oder ist die Weiterbildung nur über zentral gesteuerte Wege ausgelegt, kann das den Erfolg von Social Learning hemmen.

Den Reifegrad der Organisation bestimmen – mit dem Haufe Quadranten

Auch können sehr feste Hierarchien ein Stopper für Social Learning sein: In einem solchen Fall wären deshalb direkt transformierende Schritte nötig, um diese Strukturen zu überdenken und sie mit entsprechenden Maßnahmen zu verändern. Eine wichtige Orientierung, wie gut die Rahmenbedingungen für Social Learning

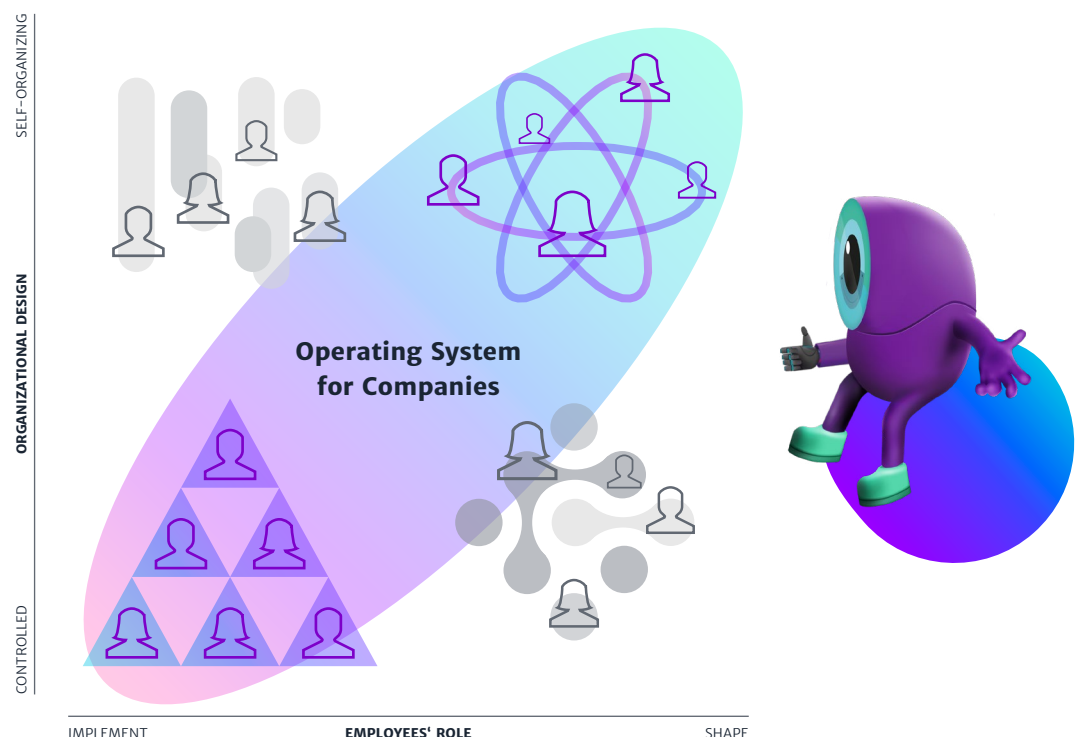
bereits vorhanden sind, bietet der Haufe Quadrant. Organisationen können sich hiermit selbst verorten und ihren Reifegrad bestimmen. Dadurch wird deutlicher, wie bereit und offen ein Unternehmen für Themen wie Social Learning ist und in welchem Verhältnis Mitarbeiter-Typ und Organisationsstruktur zueinander stehen.

Überlastete Organisation

Maximale Freiheit für Mitarbeiter, die sich eigentlich nach harten Vorgaben sehen

Agiles Netzwerk

Flexibles Organisationsdesign mit eigenverantwortlichen und gestalterisch ambitionierten Mitarbeitern



Weisung und Kontrolle

Klassisches, hierarchisches Topdown-Modell



Abbildung: Der Haufe Quadrant zeigt, wo sich Organisationen, Unternehmensbereiche und Mitarbeiter befinden. Daraus lassen sich Erkenntnisse gewinnen, in welche Richtung es in Zukunft gehen soll.

Schattenorganisation

Missverhältnis zwischen autoritärer Struktur und dem Drang nach Eigenverantwortung

Die Personalentwicklung schafft das richtige Umfeld für Social Learning im Unternehmen

An allererster Stelle gilt es zunächst, Betriebsvereinbarungen festzulegen, die dezentrales und selbstgesteuertes Lernen sowie Social Learning ermöglichen, oder sogar verlangen. Darauf aufbauend folgen offen kommunizierte Leitlinien und Visionen beim Thema Lernen.

Wichtige weitere Schritte sind:

- > Aufklärungsarbeit leisten, um unterschiedliche Formen des Lernens in der Organisation bekannt zu machen.
- > Führungskräfte, HR und PE fördern das Thema Lernen und sie arbeiten dafür eng zusammen, sodass Lernen einen noch höheren Stellenwert im Unternehmen erlangt.
- > Internes Marketing optimieren: Social Learning wird von der PE bekannt gemacht.
- > Führungskräfte sensibilisieren: Personalentwickler und HR-Fachleute besuchen Workshops zu diesem Thema.
- > Freiräume einräumen: Die Mitarbeiter brauchen für einen regen Wissensfluss und Austausch die nötige Zeit.
- > Motivieren durch Wertschätzung: Eigens erstellte, originelle „Goodies“ drücken individuelle Wertschätzung aus. Auch wenn Social Learning selbstgesteuert stattfindet, können z.B. T-Shirts helfen, gemeinsam Erreichtes auszudrücken.
- > Lernbotschafter und interne „Learning-Influencer“ ernennen, um Social Learning im Unternehmen vorzuleben und voranzutreiben.
- > Eine interne Lernplattform implementieren, die den Mitarbeitern den Austausch untereinander unabhängig von Ort, Raum und Zeit ermöglicht und den Wissenstransfer zusätzlich vom Arbeitsplatz aus erleichtert.



Social Learning – Methoden und Technologie

Es gibt viele Möglichkeiten, für das vernetzte Lernen im Unternehmen. Welche davon die beste oder wirksamste ist, hängt von vielen, bereits erwähnten, Faktoren ab. In Unternehmen z. B., die klassisch durch Weisung und Kontrolle strukturiert sind, besteht möglicherweise bei der PE Unsicherheit, ob Social Learning interessant sein und umgesetzt werden kann. Die Einführung einer Social Learning Technologie ohne vorherige Verprobung von Social Learning, wäre hier eventuell zu voreilig. Die Methode Working Out Loud® (WOL®) kann ein guter erster Schritt in die richtige Richtung sein.

Mit Working Out Loud® Social Learning im Unternehmen testen

Wenn vernetztes Arbeiten also zunächst ausprobiert werden soll, bietet sich WOL® als Methode an, denn damit lässt sich gut zeigen, wie Social Learning wirkt. Unternehmen wie Bosch oder Siemens setzen diese Methode seit Jahren ein, denn WOL® ist ein Arbeitsstil, aber auch eine Selbstlern-Methode, mit der Mitarbeiter ihre eigenen Fähigkeiten weiterentwickeln, indem sie individuell gesetzte Ziele gemeinsam mit anderen Kollegen in sogenannten „Circles“ verfolgen.

Working Out Loud® in der Praxis: Den ersten WOL®-Circle einberufen

Tipp #1

Starten Sie selbst WOL® – machen Sie eigene Erfahrungen, zur Not auch mit externen Teilnehmern und dokumentieren Sie erste Erkenntnisse. Überzeugen und untermauern Sie mögliche Widersacher mit Ihren gewonnenen, unternehmensspezifischen Erfahrungen und eigenen Argumenten.

Tipp #2

Falls Skepsis im Unternehmen gegenüber Social Learning prinzipiell herrscht: Suchen Sie für die erstmalige Einführung einen offenen Unterstützer im Management. Gerade in klassisch hierarchisch strukturierten Unternehmen kann ein solches Vorbild Wunder bewirken.

Tipp #3

Suchen Sie sich eine Person, die den Circle gründet und bereit ist, weitere Kollegen ins Boot zu holen, um gemeinsam wöchentlich eine Stunde zu investieren.

Tipp #4

In bestimmten Unternehmensbereichen kann WOL® besonders starke Effekte erzielen, bspw. im Bereich Sales, oder überall dort, wo der Kontakt mit Kunden besteht. Aber auch HR/Employer Branding und jegliche Bereiche des Marketings gehören dazu, wo mittels WOL® Corporate Influencer aufgebaut werden können und gemeinsam entwickelte Lösungen schnell Effekte erzielen.



Was man dafür braucht?

- 4 oder 5 Personen, die jeweils 12 Wochen lang Lust haben, eine Stunde zu investieren
- Man gründet mit ihnen einen „Circle“ – das ganz persönliche Expertennetzwerk, jeder setzt sich sein konkretes persönliches Ziel.
- Jede Woche wird dort der Weg zum Ziel besprochen, neue Erkenntnisse, Erfolge oder Rückschläge – das eigene Wissen, wie dieser Weg zu beschreiten ist, wird geteilt.
- 5 Grundprinzipien durchziehen jedes Treffen – ob virtuell oder persönlich: Beziehung, Großzügigkeit, Sichtbarkeit, zielgerichtetes Verhalten und wachstumsorientiertes Denken
- Jeder in der Expertenrunde profitiert somit von den geschilderten Erfahrungen, weil er Einblicke erhält und das eigene Silo verlassen kann.
- Passende Lösungen und Expertenwissen – jederzeit zugänglich

Mit Technologie & Software die Social Learning Strategie manifestieren

Um das gesamte Potenzial von Social Learning wirklich und nachhaltig zu entfalten sind integrierte Lösungen, die auf der Ebene der Menschen im Unternehmen und auf der Ebene der Organisation wirken, erfolgsentscheidend. Die Ebene der Prozesse, Tools und Technologien, also des Umfelds, sollte genau auf sie abgestimmt werden. Denn Technologie manifestiert schlussendlich strategische Maßnahmen auf den beiden anderen Ebenen. Daher ist es wichtig, dass die Technologie zur Strategie passt. Ein gutes Beispiel ist die Investition in ein klassisches Learning Management System (LMS): mit dem Ziel, Social Learning im Unternehmen zu ermöglichen, wäre diese Investition fehl am Platz.

Denn zu den vielen Aufgaben eines klassischen LMS gehört unter anderem die zentrale Organisation von betrieblichem Lernen. Es sieht keine freie Vernetzung der Lernenden miteinander vor. Neuere Systeme, wie beispielsweise Learning Experience Plattformen (LXP), leisten hier wesentlich wirksamere und nachhaltigere Dienste. Sie helfen, Social Learning professionell in der Organisation umzusetzen und langfristig auszurollen. Auf unterschiedliche Art unterstützen sie den gemeinsamen und vernetzten Austausch, stellen Lerninhalte bereit und fördern die Kommunikation untereinander.

Das Haufe 3-D-Modell:

**Die Technologie muss zur Strategie passen.
Nicht umgekehrt.**

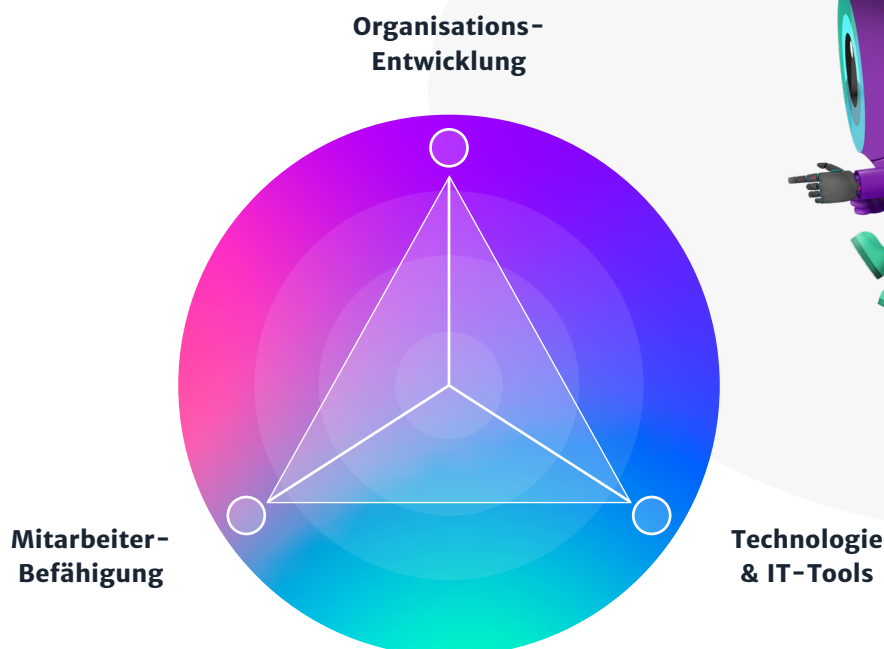


Abbildung: Das 3D Modell für zukunftswirksames Lernen in Unternehmen mit den 3 Ebenen, die ineinander greifen müssen: Mensch, Organisation und Umfeld

Proof of Concept: So funktioniert eine LXP in der Haufe Group

Welche Ziele mit einer Learning Experience Plattform (LXP) erreicht werden können, hat die Haufe Group im „Selbsttest“ mit der eigens entwickelten Haufe Learning Experience erfahren. Von ihr profitieren aktuell mehr als 2.000 Mitarbeiter.

Vor Jahren startete auch die Haufe Group als mittelständisches Unternehmen in die digitale Transformation, begann nach und nach Geschäftsbereiche zu digitalisieren und macht, als ehemaliger Verlag, den überwiegenden Teil der Umsätze inzwischen mit digitalen Produkten. Ein Transformationsprozess, der ein Bewusstsein für Innovation und Weiterentwicklung bei der Belegschaft verlangt, denn der Lernprozess in der Organisation geht stetig weiter. Aus diesem Grund brauchte es eine Learning Experience Plattform, mit der die Transformation als konsequenter Lernprozess in die Zukunft fortgeführt werden kann. Kompetenzen und das interne Knowhow der Mitarbeiter werden durch diese Lernplattform automatisiert, z. B. mit Mentoring, selbst erstellten Videonuggets, Feedbackfunktionen und Lernpfaden – die Mitarbeiter werden zu selbstbestimmten Lernenden. Auch neue Herausforderungen sind KI-unterstützt adaptierbar und zugleich werden die individuellen Interessen der Lernenden abbildet.

Mit der Haufe Learning Experience ist das Ziel erreicht: Die Mitarbeiter begeben sich auf eine individuelle Lernreise, die nicht zentral vorgegeben ist und sie werden dabei digital und kollegial unterstützt. Indem Kollegen immer neues Wissen selbst erstellen und Experten sichtbar werden, ist Social Learning gelebte Realität geworden.

„Für selbstgesteuertes Lernen und die aktive Nutzung von vorhandenem Wissen können wir unseren Mitarbeitenden heute technologische Unterstützung bieten. Durch User-Generated-Content und spezifische Learning-Nuggets sind die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass sich der Fundus an praxisrelevantem Know-how in unserer Organisation dezentral erneuert.“

Stephanie Anton, Consultant Learning & Development bei der Haufe Group

Bei der Haufe Learning Experience gibt es folglich keine Pflichtkurse für Mitarbeiter. Die Lerninhalte und Formate, wie z. B. Lernvideos, werden als Häppchen thematisch sortiert und je nach Interessen automatisch vorgeschlagen. Vergleichbar mit Amazon oder Spotify, wo der Käufer Empfehlungen für ähnliche Produkte erhält, oder Lieder vorgeschlagen bekommt, auf Grundlage seines bisherigen Verhaltens. So hilft die Plattform Stärken zu stärken, zeigt aber auch immer wieder Entwicklungspotenziale auf. Dadurch bleiben Mitarbeiter leistungsfähig, aber auch fachlich und persönlich auf dem neuesten Stand.



Lerninhalte kommen entweder von HR oder von Kollegen, die diese selbst produzieren und hochladen, oder sie stammen von externen Anbietern oder Plattformbetreibern. Außerdem ermöglicht die Haufe Learning Experience dem Lernenden, sich abteilungsübergreifend mit anderen Lernenden im Unternehmen zu vernetzen. So können sich

beispielsweise Kollegen für Projekte finden oder sich über Schwierigkeiten zielgerichtet austauschen. Hat ein Mitarbeiter ein bestimmtes Spezialgebiet oder kennt sich in einem Thema besonders gut aus, dann fragt das System, ob er oder sie Mentor und damit für alle sichtbar werden möchte.

Neben der eigenen Plattform kommen in der Haufe Group noch andere Instrumente und Methoden zum Einsatz, die Social Learning unterstützen. Dazu gehören beispielsweise:

Feedback/Mentoring



Dem Coaching ähnlich, aber: Ein jüngerer Mitarbeiter greift hier auf die Kenntnisse und Erfahrungen eines anderen Mitarbeiters zurück, das können Mitarbeiter mit mehr Erfahrung oder Experten in einem Fachgebiet sein.

Lernpatenschaften



Lernen durch soziale Interaktion und Beobachtung. Wenn Kollegen ihre Kollegen beraten, dann kann das besonders positive Effekte haben.

Peer Coaching



Eine intensive Form der individuellen Förderung, zeitlich begrenzt und meist für High Potentials. Es ist dem Mentoring ähnlich, geschieht aber unter Gleichgestellten: Nicht nur ältere Mitarbeiter coachen jüngere oder unerfahrenere, sondern eben auch anders herum. Bei dieser kollegialen Beratung lassen sich nebenbei Kommunikationskompetenz, Teamorganisation oder Präsentationsfähigkeiten trainieren.

Vernetztes Arbeiten



Zum Beispiel mit Working Out Loud® (WOL®), einer Arbeitsmethode, um gemeinsam mit anderen Kollegen Lösungen zu finden, Silos einzureißen und persönliche Ziele zu verfolgen, um sich dabei weiterzuentwickeln.



Erfolgreiches Wissensmanagement: Von der Vision zur Realität

Die Feststellung des ehemaligen Siemens Vorstandschefs Heinrich von Pierer, „... wenn Siemens wüsste, was Siemens weiß, dann wären unsere Zahlen noch besser“, macht einmal mehr deutlich: Der dezentrale Austausch von Wissen und das gemeinsame Erarbeiten von Lösungen hat aus unternehmersicher Sicht eine Vielzahl positiver Effekte. Social Learning kann dazu beitragen, dass die eingangs beschriebene Vision Realität wird:

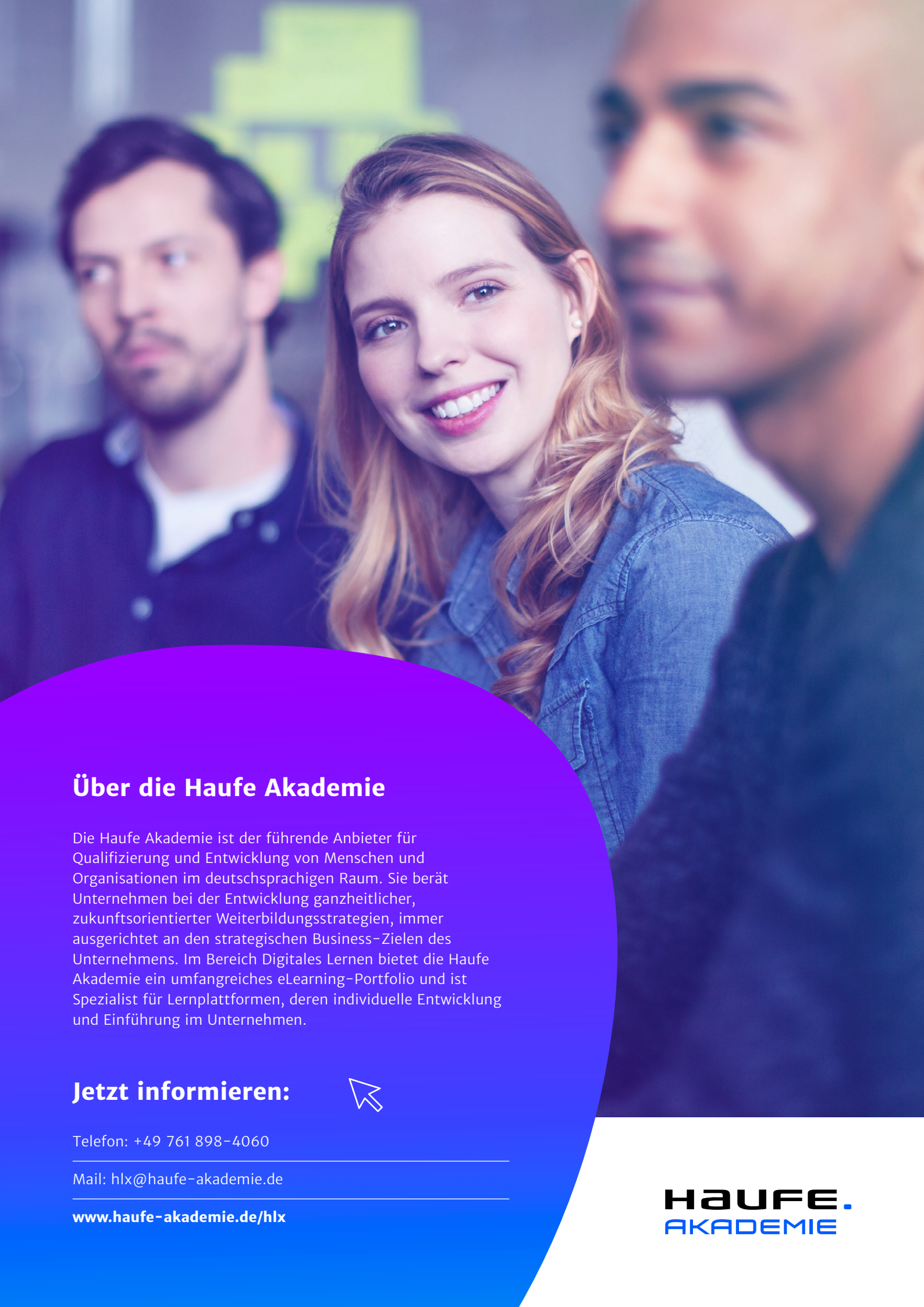
- Isoliertes Wissen wird so leicht aufgedeckt und verbreitet wie im Internet.
- In einer Zeit, in der Fachwissen nur eine geringe Halbwertszeit hat, erhalten Experten die Möglichkeit ihr Wissen schnell und zielgerichtet im Unternehmen zu teilen. Reibungsverluste werden minimiert.
- Es entsteht eine offener Lern- und Fehlerkultur. Denn der Umgang mit Fehlern entscheidet darüber, ob sie zur Chance oder zur Bedrohung im Unternehmen werden. Wer Fehler teilt und aus ihnen lernen darf, kann sich und andere verbessern.

Menschen in Unternehmen erhalten mit Social Learning die Möglichkeit analog ihrer individuellen Vorlieben auf verschiedenen Wegen zu lernen. Das gelingt durch den Einsatz unterschiedlicher Lern- und Kooperationsmethoden und auch mit digitalen

Werkzeugen wie entsprechend ausgerichteten Learning Experience Plattformen. Gerade mit solch einer Plattform werden unternehmensinternes Wissen und zielgenaue Lerninhalte für jeden Mitarbeiter, individuell zugeschnitten auf sein Profil, abrufbar. Mentoren oder Experten sind sichtbar, das Vernetzen und der gemeinsame Austausch werden effektiv gefördert. Dadurch gewinnt Lernen zusätzlich an Leichtigkeit und Individualität. Schließlich ist Social Learning kein Projekt, das nach Erreichen eines gesetzten Ziels abgeschlossen ist. Vielmehr geht es darum, die Lernkultur im Unternehmen so zu ändern, dass ein lebenslanges Lernen möglich wird – und zwar auf individueller und auf Organisationsebene.

Eine funktionierende Lernkultur garantiert den Unternehmen damit auch morgen die Fähigkeiten, die sie brauchen, um zukunftsfähig zu bleiben. Zentralistisch ist dieser Bedarf nicht abzudecken. Es braucht daher Konzepte und Methoden, die einerseits die Menschen in Unternehmen in Punkto Lernen stärker in die Eigenverantwortung nehmen und andererseits den Transfer von Wissen in die Organisation garantieren. In Zukunft machen es diese effektiven (Social Learning) Konzepte, Methoden und Techniken möglich, dass sich Wissen innerhalb einer Organisation zielgenau, businesswirksam und in hoher Geschwindigkeit verbreitet, viral geht, und eben auch im Moment des Bedarfs lösungsorientiert abgerufen werden kann.





Über die Haufe Akademie

Die Haufe Akademie ist der führende Anbieter für Qualifizierung und Entwicklung von Menschen und Organisationen im deutschsprachigen Raum. Sie berät Unternehmen bei der Entwicklung ganzheitlicher, zukunftsorientierter Weiterbildungsstrategien, immer ausgerichtet an den strategischen Business-Zielen des Unternehmens. Im Bereich Digitales Lernen bietet die Haufe Akademie ein umfangreiches eLearning-Portfolio und ist Spezialist für Lernplattformen, deren individuelle Entwicklung und Einführung im Unternehmen.

Jetzt informieren:



Telefon: +49 761 898-4060

Mail: hlx@haufe-akademie.de

www.haufe-akademie.de/hlx

HAUFE.
AKADEMIE