WHITEPAPER „MOBILE LEARNING“

Wissenstransfer wird mobil

Wie Unternehmen von der Weitergabe von E-Learnings und Corporate Knowhow über mobile Endgeräte profitieren.

Lemon®

63%
IST DER GESCHÄTZTE ANTEIL AN DIGITALEN LERNMITTELN IN DER WEITERBILDUNG IM JAHR 2025.[1]

Mobile Learning ist Bestandteil der digitalen Transformation

Lernen findet nicht mehr nur in Präsenzseminaren statt, sondern schon längst digital: Am Desktop-PC, auf dem Tablet oder auf dem Smartphone.

Betriebliche Fort- und Weiterbildungen spielen in Zeiten der Digitalisierung eine immer wichtigere Rolle. Wir stehen regelmäßig vor neuen Entwicklungen und Technologien, unsere Berufsprofile wandeln sich. Und auch die betriebliche Fort- und Weiterbildung steckt dank Digitalisierung seit einigen Jahren in einem Veränderungsprozess. Digitales, lebenslanges Lernen ist schon längst kein Fremdwort mehr.

Das zeigen auch die Zahlen: Laut der eLearning BENCHMARKING Studie 2018 stehen 79 Prozent der befragten Unternehmen dem Thema eLearning grundsätzlich aufgeschlossen gegenüber. Davon profitiert auch das Mobile Learning als eine konkrete Form des E-Learnings. Als Ergänzungstool zu bestehenden Fort- und Weiterbildungsprogrammen in Unternehmen ermöglicht es den Mitarbeitern, flexibel, von unterwegs zu lernen, sich über neue Produkte zu informieren oder fortzubilden.

Auch die Trendstudie „Digitale Bildung auf dem Weg ins Jahr 2025" der LEARNTEC untermauerte 2016 diese Tendenz. Demnach ist Wissenstransfer über mobile Endgeräte der wichtigste technologische Trend, der das digitale Lernen in den nächsten zehn Jahren prägen wird.[2]

QUELLE 1 UND 2:
SCHLUSSBERICHT ZUR TRENDSTUDIE: DIGITALE BILDUNG AUF DEM WEG INS JAHR 2025 - MMB INSTITUT GMBH 2016

29%

ERST IN 29,2 % DER UNTERNEHMEN WIRD BEREITS MOBILE LEARNING VERWENDET.[3]

Technologischer Trend? Ja. Gelebte Realität? Noch nicht ganz.

Übersicht über die Nutzung von Mobile Learning in der Aus- und Weiterbildung in deutschen Unternehmen 2017-2018.

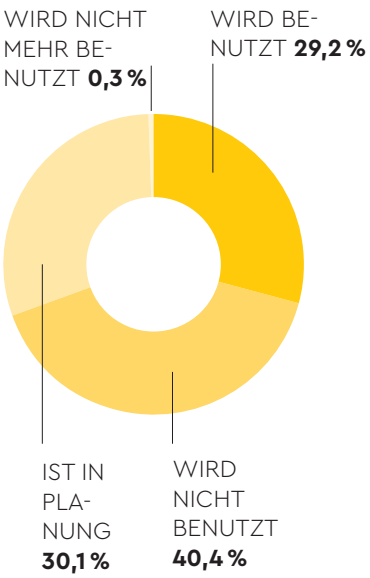
Digitales Lernen ist also angekommen – so der Eindruck. Umso erstaunlicher die Zahlen der tatsächlichen Umsetzung: Auch wenn E-Learning große Akzeptanz erfährt, nutzen erst 32% der befragten Unternehmen bereits digitale Lernformen in ihrem Unternehmen. 16% planen konkret und 23% diskutieren den Einsatz von E-Learning. 24% möchten davon nichts wissen. Bei Mobile Learning ein ähnliches Bild: Knapp 30% der befragten Unternehmen setzt Mobile Learning bereits ein, ebenfalls rund 30% planen damit. Jedoch spielt in 40% der Unternehmen Mobile Learning gar keine Rolle.[3]

Auch die neueste ComTeam STUDIE 2019 unter 700 Führungskräften in Deutschland bestätigt diese Zahlen: Nur knapp ein Drittel nutzt häufig LMS, die Hälfte hat sogar nur geringe oder gar keine Erfahrungen in diesem Bereich. Mit mobilen Lern-Apps hatte ebenfalls rund die Hälfte der Befragten wenig bis gar keinen Kontakt.

Betrachtet man die großen Unternehmen und Konzerne, zeigt sich, dass dort bereits mehr als 40% der Mitarbeiter aus der Führungsebene häufig oder sehr häufig ein LMS nutzen, gleiches gilt für mobile Lern-Apps. Und auch das Alter spielt bei der Nutzung von LMS und Lern-Apps eine Rolle: Digital Natives zwischen 20 und 30 Jahren bilden sich erwartungsgemäß häufiger digital weiter (40%) als es die 51- bis 60-Jährigen tun (25%).[4]

LMS und Lern-Apps scheinen also derzeit meist in größeren Firmen und bei jüngeren Mitarbeitern zum Einsatz zu kommen. Sind mobile Lernsysteme also zu teuer, zu aufwendig, zu schwer zu nutzen? Oder woran liegt es, dass viele den Bedarf zwar sehen, jedoch nicht aktiv werden?

Mit diesem Whitepaper möchten wir Ihnen einen Überblick zu den Möglichkeiten und Einsatzgebieten des Mobile Learnings liefern.



QUELLE 3:
ELEARNING BENCHMARKING STUDIE 2018, TEILSTUDIE „MOBILE LEARNING IM PRAKTISCHEN EINSATZ"

QUELLE 4:
COMTEAM STUDIE 2019 „DIGITALE LERNWELTEN"

93%

DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN DENKEN, DASS MIT WEITERBILDUNG DIE MOTIVATION UND ARBEITSZUFRIEDENHEIT DER MITARBEITER STEIGT.[5]

Die Inhalte kommen zum Nutzer, nicht umgekehrt

Das flexible und unabhängige Lernen ermöglicht den Wissenstransfer zu jeder Zeit und an jedem Ort und lässt sich leicht im Alltag der Nutzer unterbringen.

Mobile Learning unterstützt und fördert selbstständiges Lernen. Da der Content jederzeit und flexibel über das mobile Device abgerufen werden kann, lernt der Nutzer bedarfs- und problemorientiert. Steht kein Internet zur Verfügung, können die Inhalte vorab heruntergeladen und zu einem späteren Zeitpunkt offline genutzt werden. Mitarbeiter entscheiden selbst, wann und wo sie sich mit dem Lernstoff beschäftigen – ob im persönlichen Umfeld, auf Reisen oder während der regulären Arbeitszeit. Gelernt werden kann alleine oder in der Gruppe.

Dieses autarke **„Learning on Demand"** lässt sich daher einfach in den Alltag der Mitarbeiter eingliedern. Jeder lernt zudem in seiner eigenen ihm genehmen Geschwindigkeit. Die einzelnen Lektionen sind in sinnvolle Learn-Nuggets, „Lernhappen", eingeteilt, die es dem Nutzer ermöglichen, sich schrittweise neues Wissen anzueignen. Ändern sich bestimmte Sachverhalte, werden diese im System aktualisiert, sodass der Content immer auf dem neuesten Stand ist.

Das Mobile Learning fördert darüber hinaus die Interaktion zwischen Trainern und Kollegen. Innerhalb des Systems können beispielsweise fachspezifische Foren oder Chats zur Verfügung stehen, über die Mitarbeiter Fragen schnell und unkompliziert klären können und adhoc zu einer Antwort gelangen. An den schnellen und bedarfsgerechten Austausch über native Messenger wie beispielsweise „WhatsApp" oder „Threema" sind die Nutzer mittlerweile gewöhnt. Der interdisziplinäre Informationsaustausch zwischen Trainern und Lernern ist also vor allem in nativen Umgebungen sehr performant und einfach. Mobile Learning zeichnet sich darüber hinaus durch eine einfache Handhabung aus. Der Nutzer gelangt über native Apps mit einem Klick zum Content.

QUELLE 5:
STUDIENBERICHT „WEITERBILDUNG FÜR DIE DIGITALE ARBEITSWELT", BITKOM RESEARCH IM AUFTRAG DES VDTÜV E.V. UND DES BITKOM E.V.

45%
DER BUNDESBÜRGER HABEN BEREITS
DIGITALE LERNFORMATE GENUTZT,
UM SICH PRIVAT WEITERZUBILDEN.
TENDENZ WEITER STEIGEND.[6]

Die 7 Vorteile von Mobile Learning

Den Usern die Freiheit zu geben, selbst für sich zu entscheiden, wann und wo sie sich mit Wissens- und Knowhow-Transfer beschäftigen wollen, ist unter dem Strich das bedeutendste Argument für ML.

- Örtliche und zeitliche Flexibilität
- Individuelle Lerngeschwindigkeit
- Learning on Demand
- Motivierte Mitarbeiter
- Nachhaltige Wissensvermittlung
- Aktuelle Lerninhalte
- Kostenersparnis

Mobile Learning hat viele Vorteile – sowohl für den Lerner als auch das Unternehmen, wie auch die Befragung der „eLearning BENCHMARKING Studie 2018" (Teilstudie „Mobile Learning im praktischen Einsatz") zeigt: Besonders die räumliche und zeitliche Flexibilität überzeugt (je rund 87 Prozent). Aber auch die Anpassung des Lernangebots an das Nutzerverhalten (60,2 Prozent), die Steigerung der Akzeptanz (43,6 Prozent) und die bessere Lernmotivation (41,1 Prozent) beim Mitarbeiter sprechen für Mobile Learning. Gleichzeitig können neue Zielgruppen wie Lieferanten, Großhändler etc. für das E-Learning (47,7 Prozent) und dank mobiler Devices neue Einsatzmöglichkeiten erschlossen werden (65,2 Prozent).

QUELLE 6:
REPRÄSENTATIVE UMFRAGE, DIE BITKOM RESEARCH IM AUFTRAG DES DIGITALVERBANDS BITKOM DURCHGEFÜHRT HAT. IM AUGUST 2017 WURDEN DABEI 1.010 BUNDESBÜRGER AB 14 JAHREN BEFRAGT, DARUNTER 459 NUTZER DIGITALER LERNFORMATE.DIE UMFRAGE IST REPRÄSENTATIV FÜR DIE GESAMTBEVÖLKERUNG.

67%
DER UNTERNEHMEN HALTEN DIE UNTERSTÜTZUNG VON MOBILEN ENDGERÄTEN BEI DER AUSWAHL EINES LMS FÜR EINEN ENTSCHEIDENDEN FAKTOR.[7]

Die Ökonomie des Mobile Learnings

E-Learning und Blended Learning-Konzepte sparen Geld gegenüber klassischer Weiterbildung, die ausschliesslich durch Präsenzseminare stattfindet. Mobile Learning verstärkt diese Entwicklung.

Ein Grund für die Zurückhaltung beim Thema Mobile Learning sind neben fehlenden Devices ein nicht vorhandenes LMS und die zusätzlichen Kosten, die für deren Anschaffung anfallen würden. Aber: Auch externe Schulungen und Weiterbildungen kosten jedes Jahr viel Geld. Durch den Einsatz von Mobile Learning Systemen können diese reduziert und hohe Reise- und Nebenkosten eingespart werden. Und: Präsenzseminare finden in der Regel zwei- bis dreimal im Jahr statt. Mitarbeiter vergessen bereits nach ein paar Wochen, was sie gelernt haben. Mit Mobile Learning kann das erlernte Wissen zudem kontinuierlich unterjährig gefestigt werden.

Digitale und mobile Lernsysteme werden Präsenzveranstaltungen zukünftig aber nicht vollständig ersetzen. Die ComTeam STUDIE 2019 zeigt, dass Führungskräfte heute und auch in Zukunft großen Wert auf Präsenzschulungen legen, aber auch den digitalen Formen eine positive Entwicklung vorhersagen. Bereits heute verbringen die Befragten 3,2 Tage im Jahr mit Präsenzveranstaltungen, jeweils 1,8 Tage mit digitalem Lernen im Team und im Selbststudium. Es wird erwartet, dass beide Werte in den nächsten drei Jahren weiter ansteigen werden. Digitales Teamlernen und Präsenzveranstaltungen sind dabei jedoch am beliebtesten, da sie den sozialen Austausch untereinander und das gemeinsame Lernerlebnis miteinander fördern.

QUELLE 7:
ELEARNING BENCHMARKING STUDIE 2017: „ELEARNING & WEITERBILDUNG", WERTERHEBUNG: JULI 2016 BIS FEBRUAR 2017

Warum sich mobiler Wissenstransfer lohnt?

- Einsparung von Arbeitstagen
- Einsparung von Reisekosten/Spesen
- Einsparung von Seminarkosten
- Verringerung der Wartezeiten auf Seminare
- Steigerung der Arbeitsqualität durch permanente Wissenszufuhr
- Permanente Verfügbarkeit des Wissens
- Reduzierung von Block-Trainings durch Vorbereitung und Vorabschulungen per mobiler App
- Sicherung der Weiterbildungsinvestitionen durch Transfersicherung nach erfolgten Präsenzseminaren

80%

DER UNTERNEHMEN, DIE 2016/2017 B EREITS E-LEARNING EINSETZEN, HABEN MEHR ALS 500 MITARBEITER. FAST JE-DES 2. UNTERNEHMEN LIEGT ZWISCHEN 1.000 UND 10.000 MITARBEITERN.[8]

Flexibel, innovativ, mobil – die Anforderungen an moderne E-Learning-Systeme

Niedrige Einstiegshürden erleichtern den Zugang. Daher ist es essentiell, dass Lernsysteme intuitiv zu bedienen sind. Die User müssen sich in der Lernumgebung „zuhause fühlen", damit sie das Lernangebot oft und gern wahrnehmen.

Moderne E-Learning-Systeme sollten flexibel sein. Anbindungen an bestehende Lernmanagementsysteme (LMS) sind nicht zwingend erforderlich aber wünschenswert, um Inhalte zielgerichtet zu übermitteln, Rückflüsse über den Lernfortschritt zu visualisieren und gegebenenfalls als Unternehmen Einfluss zu nehmen. Allerdings verfügt nicht jedes Unternehmen über ein eigenes LMS oder ist in der Lage, ein solches System anzuschaffen.

Die überwiegende Zahl der im Markt verfügbaren Lernmanagementsysteme ist komplex in der Anwendung und oftmals unübersichtlich in ihren Leistungsumfängen. Es gibt hingegen auch Mobile Learning Systeme, die den Forderungen nach leichten, intuitiven Administrationstools gerechet werden. Auch hier gilt: eine einfache Bedienbarkeit und intuitive Steuerungsfähigkeit sind möglich und erleichtern den Umgang für die Administratoren. Wie wichtig diese Einfachheit ist, belegt auch die ComTeam STUDIE 2019: Eine klare und übersichtliche Bedienung und Orientierung steht bei den befragten Führungskräften auf Platz eins der Qualitätskriterien eines digitalen Lernmediums.

Die Inhalte und Lernmethoden müssen den besonderen Anforderungen des Mobile Learning gerecht werden. Content aus Lernplattformen sowie Lern- und Wissensportalen kann direkt auf mobile Geräte übertragen werden.

QUELLE 8:
ELEARNING BENCHMARKING STUDIE 2017: „ELEARNING & WEITERBILDUNG", WERTERHEBUNG: JULI 2016 BIS FEBRUAR 2017

37%
DER GESCHÄFTSFÜHRER UND VORSTÄNDE SIND BEREITS GUT MIT LMS UND LERN-APPS VERTRAUT UND BILDEN SICH HÄUFIG DIGITAL WEITER.[9]

Grundsätzlich sollte ein Mobile Learning System alle gängigen Lernstoffe wie Lernvideos, WBTs, Webinare, PDFs, Podcasts und sonstige HTML5 Inhalte abbilden und dem Nutzer rollenbasiert zur Verfügung stellen. Gleichzeitig sollten mobile Lernsysteme dabei auch den Gamification-Faktor fördern und Spaß machen: Rankings, interaktive Gestaltung der Lerninhalte oder Quizzes haben einen positiven Einfluss auf die Lernfreude und die Lernergebnisse, da sie – in der Regel unbewusst – den Belohnungseffekt fördern. Selbstverständlich ist hierbei die Online-/Offline-Nutzbarkeit der Lerninhalte, um die volle Unabhängigkeit zu gewährleisten.

Basierend auf den bereits vorgestellten ComTeam Studienergebnissen, dass soziale Interaktion beim Lernen eine wichtige Rolle bei den Führungskräften einnimmt, sollten Mobile Lernsysteme dieses dialogorientierte Arbeiten im Team (oder auch teamübergreifend) sowie die soziale Komponente unterstützen. Möglich ist das zum Beispiel durch die Integration von Chat oder Forum, in dem sich die Lerner austauschen können.

Selbstverständlich ist hierbei die Online-/Offline-Nutzbarkeit der Lerninhalte, um die volle Unabhängigkeit zu gewährleisten. Für die Darstellung komplexer Lerninhalte wie Videos oder PDFs empfehlen sich Tablets, vor allem aufgrund des größeren Displays. Für die Nutzung auf dem Smartphone werden das Interface-Design und die Bedienbarkeit an die Gegebenheiten des kleineren Screens angepasst.

QUELLE 9:
COMTEAM STUDIE 2019
„DIGITALE LERNWELTEN"

69%

DER 300 BEFRAGTEN PERSONAL-ENTSCHEIDER BEVORZUGEN APP-FORMATE FÜR DIE WEITERBILDUNG IM BLENDED LEARNING.[10]

Von Vertrieb und After Sales bis zu HR und PE – Mobile Learning kann überall zum Einsatz kommen

Mitarbeiter aus den verschiedensten Bereichen können über Tablet oder Smartphone Lerninhalte konsumieren.

Mobile Learning kann branchenübergreifend zum Einsatz kommen. So können Unternehmen wie Finanzdienstleister, Versicherer, Händler und Logistikanbieter ebenso Mobile Learning verwenden wie Firmen aus den Bereichen Automotive, Pharma oder der Industrie im Allgemeinen. Es eignet sich generell überall dort, wo kontinuierlich umfangreiches Fachwissen und Corporate-Knowhow aktualisiert und erweitert werden muss und Mitarbeiter über eine Vielzahl von Details, neuen Regelungen, Verfahrenstechniken, veränderten Verordnungen etc. Bescheid wissen müssen. Dezentrale Organisationsstrukturen und Arbeitsplätze ohne ständigen Zugriff auf PC bieten sich für die Nutzung an.

So können Mobile Learning Systeme nicht nur zu Fort- und Weiterbildungszwecken in der HR- und Personalentwicklung sinnvoll sein, sondern auch für Vertriebs- und Marketingzwecke eingesetzt werden, beispielsweise wenn Mitarbeiter, Handelsvertreter oder andere Personen aus den Vertriebskanälen etc. über neue Produkte informiert werden sollen.

Mobile Learning ist hier eine gute Alternative zu Wissen in Papierform, da die Inhalte stets aktualisiert werden können. Auch komplexe Zusammenhänge in hochspezialisierten Branchen wie beispielsweise Pharma, Medizin oder Hochtechnologie lassen sich über E-Learning und mobile Geräte effizient vermitteln. Mobile Learning eignet sich für alle Mitarbeiter, unabhängig von der Hierarchieebene, da Lerninhalte kanalisiert und auf bestimmte Gruppen beschränkt werden können. So erhält jede Gruppe den Content, der auf sie abgestimmt ist.

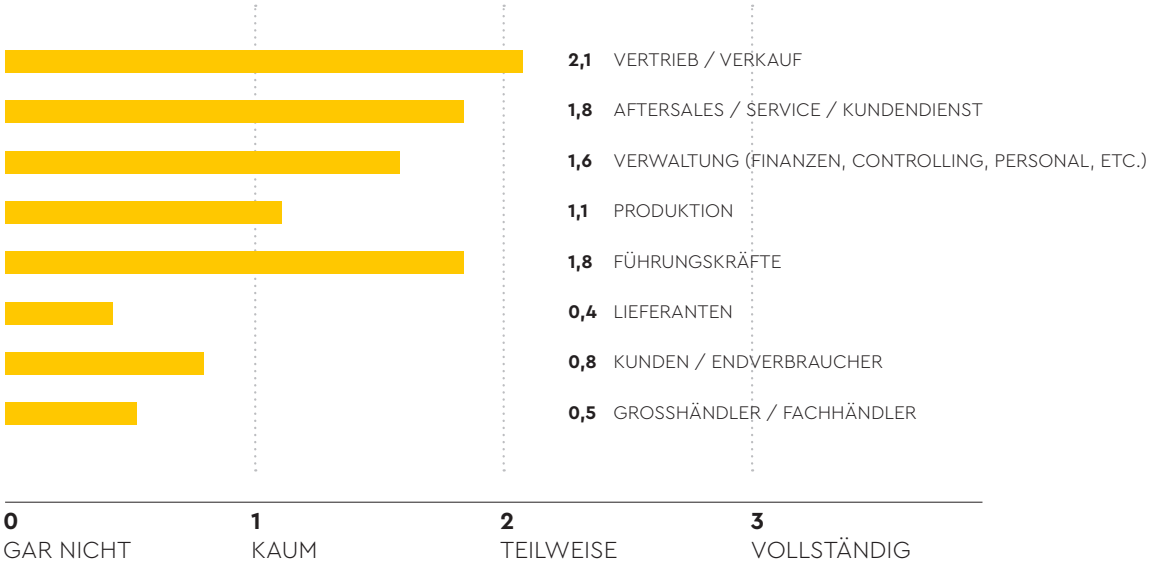
QUELLE 10:
WEITERBILDUNGSTRENDS IN DEUTSCHLAND 2018, TNS INFRATEST

57,0

MIO. MENSCHEN NUTZTEN 2018 IN DEUTSCHLAND EIN SMARTPHONE[12]

Welche Zielgruppen werden mit E-Learning in Ihrem Unternehmen erreicht?

Innerhalb von Unternehmen findet E-Learning bereits Verwendung. Auffallend ist, das die peripheren Peergroups von Unternehmen wie z. B. Lieferanten oder Grosshändler noch wenig integriert werden.



QUELLE 11:
ELEARNING BENCHMARKING STUDIE 2016: „ELEARNING-SZENARIEN IM BETRIEBLICHEN EINSATZ" - WERTERHEBUNG: JULI 2015 BIS FEBRUAR 2016

Die E-Learning Benchmarking Studie 2016 zeigt, dass die wichtigsten Zielgruppen für E-Learning der Vertrieb, After Sales und Kundendienst sind. Dezentrale Organisationsstrukturen und Arbeitsplätze ohne festen PC sind also prädestiniert. Aber auch in anderen Bereichen kommt es zum Einsatz. Als Ergänzung spielt auch das neuere Mobile Learning hier eine Rolle.

QUELLE 12:
STATISTA.COM, 2019

92%

DER 14–15-JÄHRIGEN DEUTSCHEN BESITZEN BEREITS EIN EIGENES SMARTPHONE, DASS SIE TAGTÄGLICH NUTZEN. BINNEN DER KOMMENDEN 3 JAHRE TRITT DIE MEHRHEIT VON IHNEN IN DIE ARBEITSWELT EIN.[13]

Darum lohnt sich Mobile Learning – die Erfolgsfaktoren

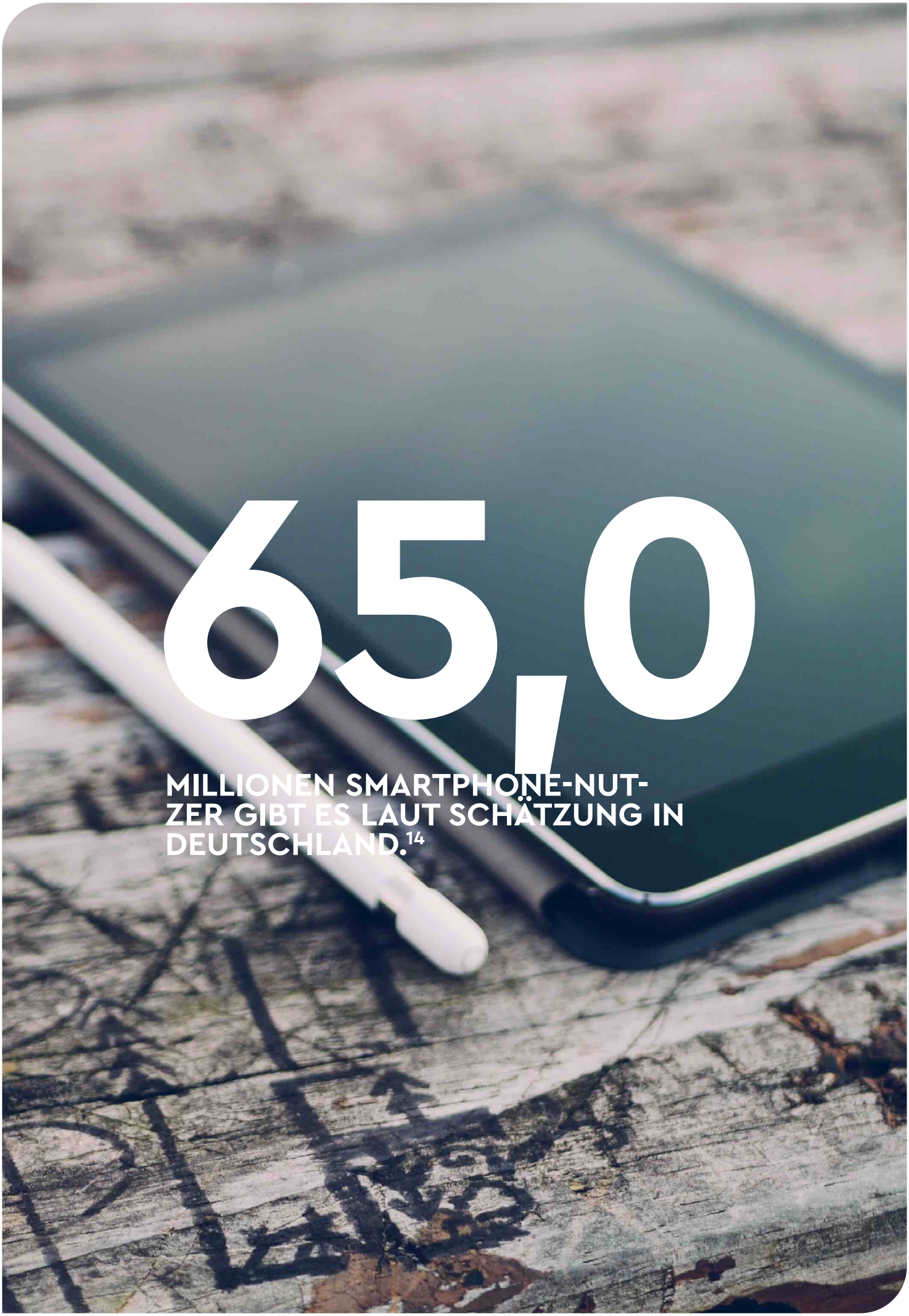
Mobiles Lernen ist innovativ und bietet Mehrwerte. Das steigert die Bereitschaft der Nutzer, sich mit den Inhalten auseinanderzusetzen.

Lerninhalte können in Mobile Learning-Systemen vor allem deshalb so effizient und einfach vermittelt werden, weil neben den Vorteilen des flexiblen und ortsunabhängigen Weiterbildens der innovative Charakter im Vordergrund steht. Außerdem werden Tablets und Smartphones intuitiv gesteuert, was wiederum die Bedienbarkeit erleichtert und das Lernen zum Erlebnis macht. Beides erhöht die Akzeptanz zum Thema Lernen.

Ergänzendes Element beim E- und Mobile Learning ist die Gamification der Lerninhalte. Dies trägt ebenfalls wesentlich zur Motivation der Nutzer bei. Auch Incentivierungen in Form von Punkten, Gutscheinen oder Ranglisten, beispielsweise nach Abschluss einer Lektion, schaffen Anreize zum Weiterlernen und belohnen den Nutzer. Über Push Notifications, also Benachrichtigungen auf dem mobilen Endgerät, können Lernende auf Wunsch über bestimmte Applikationen und neue Daten informiert werden. Diese Mitteilungen erfolgen meist über Pop-Ups, die auf dem Bildschirm erscheinen. Auch dies animiert zum Weiterlernen. Außerdem lassen sich Kamera, Kontakte, Kalender, GPS sowie diverse Zusatzfunktionen, die bei mobilen Endgeräten zur Verfügung stehen, mit in die Lerneinheiten einbinden.

QUELLE 13:
STATISTA.COM, 2019

PUSH NOTES SIND BENACHRICHTIGUNGEN DES MOBILEN ENDGERÄTS, DASS FÜR EINE BESTIMMTE APPLICATION NEUE DATEN, NEUE INHALTE ODER INFORMATIONEN VORLIEGEN. DIESE MITTEILUNGEN ERFOLGEN MEIST ÜBER POP-UPS, DIE DIREKT AUF DEM BILDSCHIRM ERSCHEINEN.



65,0

MILLIONEN SMARTPHONE-NUTZER GIBT ES LAUT SCHÄTZUNG IN DEUTSCHLAND.[14]

Wissensvermittlung über Mobile Learning Systeme ist für nahezu alle Lerninhalte geeignet, verbindet fachspezifisches Lernen mit Spaß und kann klassische Präsenzseminare ergänzen. Darüber hinaus vereint es konzentriertes, individuelles Selbststudium mit sozialem, interaktiven Teamlernen. Mobile Learning Systeme lassen sich einfach bedienen – so wie es der Nutzer beispielsweise von Mediacentern gewöhnt ist. Durch die intuitive Benutzerführung und die Gestensteuerung fällt der Umgang mit Mobile Learning Systemen nicht nur „Digital Natives" leicht, sondern auch älteren Menschen. Eine große Stärke gegenüber webbasierten Systemen, die mit Browsern arbeiten.

Mobile Learning Systeme lassen sich darüberhinaus an die Bedürfnisse der Unternehmen anpassen, die sie einsetzen, zum Beispiel an das eigene Corporate Design der Firma. Mobile Learning zahlt daher zusätzlich auf das Employer Branding ein und der gewohnte Look und Feel bleibt für die Mitarbeiter bestehen. Das fördert die Mitarbeiternähe und -bindung, vor allem wenn die Mitarbeiter viel unterwegs sind, wie dies zum Beispiel teilweise in der Logistikbranche oder bei vertriebsstarken Unternehmensstrukturen der Fall ist.

Mobile Learning kann auch ein Instrument zum Talentmanagement sein. Schätzungsweise 2 Millionen qualifizierte Arbeitskräfte werden laut McKinsey den deutschen Unternehmen 2020 fehlen.[15] Da ist es wichtig, junge Talente zu gewinnen und zu halten. Vor allem für junge Mitarbeiter und „Digital Natives" ist der Umgang mit mobilen Endgeräten selbstverständlich. Sie können in besonderem Maße von den Vorteilen des Mobile Learnings profitieren.

QUELLE 14:
STATISTA DIGITAL MARKET OUTLOOKS

QUELLE 15:
MCKINSEY STUDIE: WILLKOMMEN IN DER VOLATILEN WELT, 2010. (HTTPS://WWW.MCKINSEY.DE/FILES/FACHKRAEFTE.PDF)

49%

DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN LASSEN MITARBEITER IHRE EIGENEN MOBILEN ENDGERÄTE VERWENDEN (BYOD), 51,5 % STELLEN IHREN MITARBEITERN EIN FIRMENGERÄT ZUR VERFÜGUNG.[16]

Praxisbeispiele für den Einsatz von Mobile Learning

Die Einsatzgebiete des Mobile Learnings gestalten sich vielfältig. Ein paar Beispiele aus der Praxis.

BEISPIEL PHARMABRANCHE

Ein Pharmaunternehmen möchte Apotheken, Ärzte und Großhändler über seine Produkte informieren und gezielt Knowhow aufbauen. Mithilfe eines Mobile Learning Systems wird das Produktwissen innovativ und interaktiv in Form von WBTs, Lernvideos, Podcasts und Präsentationen für die Zielgruppen aufbereitet, die sich über Smartphones, Tablets und PC mit dem neuen Produkt auseinandersetzen. So können Anwendungsbeispiele, Verkaufsleitfäden, Promotions, Produktinfos für den Wiederverkauf, etc. direkt an die relevanten Adressaten distribuiert werden. Der User absolviert seine Wissenstests, kann sich zertifizieren, Best Practices werden ausgetauscht, mit Trainern kann direkt Kontakt aufgenommen werden und der eigene Wissensfortschritt kann überprüft werden. Für den Hersteller wird sichtbar, wie die Zielgruppe die Wissensinhalte konsumiert und verarbeitet und wo Handlungsbedarf besteht.

BEISPIEL RETAIL

Ein Filialist hat 1.000 Mitarbeiter in seinen Filialen, die nur über wenige PC-Arbeitsplätze vor Ort verfügen und trotzdem permanent dezentral geschult werden müssen: Produktneuheiten, richtiges Verhalten im Kundengespräch, Umgang mit Reklamationen und Rückläufern, Dienstanweisungen zu Themen wie Zahlungsverkehr und Sicherheit, Pflichtschulungen zu Datenschutz und Hygiene oder Vorgaben für das Visual Merchandising. Für die Filialleiter vor Ort ist es über ein Mobile Learning System einfach zu beobachten, wo seine Teammitglieder Wissensrückstände aufweisen und einer gezielten Förderung bedürfen, welche Zertifikate erworben wurden und welche bereits abgelaufen sind.

BEISPIEL LOGISTIKBRANCHE

Ein Logistikunternehmen hat 5.000 Fahrer, die jedes Jahr zu Themen wie Verkehrssicherheit, Ländertransfers, Verfahrensänderungen, neue Techno-

QUELLE 16:
ELEARNING BENCHMARKING STUDIE 2018, TEILSTUDIE „MOBILE LEARNING IM PRAKTISCHEN EINSATZ"

64%

DER ARBEITGEBER BERICHTEN VON SUBSTANTIELLEN PRODUKTIVITÄTS-VERBESSERUNGEN BEI MITARBEITERN, DIE TABLETS IM BERUFLICHEN EIN-SATZ VERWENDEN.[17]

logien, Durchgängigkeit der Kühlkette usw., an sieben Tagen Präsenzschulungen in der Zentrale besuchen müssen. Bei diesen Veranstaltungen frischen die Mitarbeiter ihr Wissen auf und erarbeiten sich notwendige Zertifikate. Durch den Einsatz eines Mobile Learning Systems können sich die Fahrer auch ortsunabhängig weiterbilden und zertifizieren, beispielsweise in Wartezeiten oder den Lenkpausen. Das bedeutet effizienteres Lernen für die Mitarbeiter durch gesteigerte Wissensfestigung sowie eine deutliche Kostenersparnis für das Unternehmen. Nebeneffekt ist der häufigere Austausch mit Kollegen und Trainern und eine bessere Identifikation mit dem Arbeitgeber.

BEISPIEL FINANCE

Ein Finanzinstitut entdeckt eine neue Verbraucherzielgruppe und will diese als Community miteinander vereinen, zum Austausch anregen, stärken, allgemeines Wissen über den Finanzmarkt und Geldanlageformen weitergeben und nebenbei auch für seine eigenen Finanzprodukte werben. Über ein Mobile Learning System erfolgt das User Engagement und der leichte Aufbau von Wissen und Knowhow bei den Verbrauchern.

BEISPIEL FRANCHISE

Ein Franchisesystem verfügt über 90 Franchisenehmer, die jeweils über bis zu 30 Mitarbeiter in den eigenen Teams führen. Die Idee des Franchisesystems muss im Onboarding an neue Mitarbeiter weitergegeben werden, Handlungsvorgaben, Produktwissen, Dienstanweisungen und Verhaltensregeln werden rollengerecht über Lernvideos und WBTs gelehrt. Auch Marketing- und Promotionaktionen werden erklärt, vorbereitet und die Daten über das Mobile Learning und Knowledge Management System ständig aktuell vorgehalten. Über Foren und Chats tauschen sich alle Mitarbeiter miteinander aus und können so digital und direkt kollaborieren.

QUELLE 17:
„DYNAMIC MARKETS" STUDIE, „TABLETS AND THE EUROPEAN PRODUCTIVITY REVOLUTION INFOGRAPHIC RESULTS, GERMANY. PANASONIC

89%

DER BEFRAGTEN MESSEN LERNFORMEN ÜBER MOBILE ANWENDUNGEN UND APPS BIS 2021 EINE ZENTRALE BEDEUTUNG BEI.[18]

Mobile Learning ist die ideale Ergänzung zu klassischen Lernmethoden

Das Fazit ist klar: Mobile Learning ist längst mehr als nur ein Zukunftstrend. Mobile Learning ist essentiell.

Lernen ist heutzutage so vielfältig und flexibel wie noch nie. Der Lernende kann und will selbst entscheiden, wann, wie und in welchem Tempo er sich weiterbilden will. Mobile Learning fördert diese Lernfreiheit des Individuums: Der Content kommt zum Nutzer, nicht umgekehrt. Es bietet außerdem eine Lernumgebung, die Spaß macht. Das breite Gestaltungsspektrum der Mobile Learning Systeme sorgt für hohe Motivationsanreize sowie multisensorische und damit nachhaltige Lernerfahrungen. Die Systeme orientieren sich an den Gewohnheiten der Smartphone- und Tablet-Nutzer und sorgen für einen intuitiven und spielerischen Umgang mit dem Content. Mit Mobile Learning Systemen können Unternehmen und Organisationen ihren Content so attraktiv gestalten, dass Nutzer Lerninhalte und -formen nicht als lästige Pflicht empfinden. Der Trend geht ganz klar hin zum interaktiven, sozialen Lernen.

Der Mobile Learning-Markt entwickelte sich in den letzten Jahren schnell und hat inzwischen eine relevante Größe im E-Learning eingenommen. Trotzdem bietet Mobile Learning weiterhin großes Wachstumspotential, denn viele, gerade mittelständische und kleinere Unternehmen müssen immer noch von den Vorteilen von Mobile Learning überzeugt werden. Mobile Learning soll allerdings kein Ersatz für klassische Lernmedien, Präsenzschulungen oder andere Formen des E-Learning sein, sondern stellt viel mehr eine sinnvolle Erweiterung dar. Es kommt hier vor allem auf den gesunden Mix an.

QUELLE 18:
STATISTA „BEDEUTUNG VON E-LEARNING ANWENDUNGEN IN UNTERNEHMEN 2018"

Das Lemon® Mobile Learning System.

Das Lemon® Mobile Learning System macht Wissens- und Knowhow-Transfer in Unternehmen und Organisationen direkt, effizient und flexibel. Lemon® vereint die 3 Bereiche Corporate Knowhow-Distribution, E-Learning und interne Kommunikation für Teams und Mitarbeiter in einem modularen System. Online und off-line lauffähig auf allen mobilen Endgeräten wie Tablets, Smartphones und über PC. Lemon® besteht aus verschiedenen Bausteinen, die nach Bedarf ausgewählt oder kombiniert werden können, um den heterogenen Anforderungen an mobiles Lernen gerecht zu werden.

Lemongroup®

Lemon Systems GmbH
Beim Alten Gaswerk 1
D-22761 Hamburg Germany
+49 (0) 40 88 88 27 70
systems@lemon-group.com
lemon-group.com

Lemon Consulting GmbH
Beim Alten Gaswerk 1
D-22761 Hamburg Germany
+49 (0) 40 88 88 27 70
consulting@lemon-group.com
lemon-group.com

Lemon®