eBook

siepmann|media

eLearning JOURNAL

L&D-Excellence:

Der ultimative Guide zur Einführung von digitalem Sprachtraining in Ihrem Unternehmen

powered by:

Rosetta Stone®

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung Seite 2

2. Das richtige Sprachtrainings-Konzept Seite 4

3. Planung Seite 9

4. Implementierung Seite 11

4.1. Onboarding
4.2. Internes Marketing & Kommunikation
4.3. Lernziele und die Rolle des Vorgesetzten
4.4. Rahmenbedingungen & Lernkultur

5. Erfolgsmessung & -bewertung Seite 16

1. Einleitung

„Unsere Gesellschaft befindet sich in einem grundlegenden Wandel, der insbesondere auch die Arbeitswelt langfristig und nachhaltig verändern wird“

1. Globalisierung:
Die Globalisierung scheint sich im Umbruch zu befinden, zu diesem Ergebnis kam zumindest das McKinsey Global Institute Anfang des Jahres in einer Studie. Denn vor dem Hintergrund immer neuer Handelshemmnisse, der zunehmenden Bedeutung von Dienstleistungen sowie der fortlaufenden Digitalisierung „entstehen hybride Firmen, also Betriebe ohne fest abgrenzbare Strukturen bei Standorten und Personal, die mehr und mehr ihre nationalen Wurzeln verlieren und wirklich zu globalen Unternehmen mutieren, um dezentral für lokale Kunden Leistungen zu erbringen.“ (Welt 2019)

2. Digitalisierung:
Die voranschreitende Digitalisierung verändert die Arbeitswelt auf verschiedene Weise: Zum einen werden neue Geschäftsmodelle und Wettbewerbsstrukturen entstehen, zum anderen werden sich Arbeitsinhalte und die Organisation von Produktions- und Arbeitsprozessen wandeln. (Wirtschaftsdienst)

3. New Work:
Da sich unsere Gesellschaft im Wandel von einer Industrie- zu einer Wissensgesellschaft befindet, sieht die Arbeitswelt sich mit einem Wertewandel konfrontiert. Vor allem die klassisch hierarchischen Arbeitsstrukturen befinden sich im Umbruch und weichen zunehmend neuen flexibleren Vorstellungen.

Diese Veränderungen nehmen großen Einfluss auf die Art und Weise wie wir arbeiten. Durch die Globalisierung wird länderübergreifende Kommunikation das A und O der Zukunft sein. Die Digitalisierung wiederum nimmt außerdem einen großen Einfluss darauf, wie Unternehmen zukünftig arbeiten und lernen – in beiden Aspekten wird „digital“ weiterhin an Bedeutung gewinnen.

Gleichzeitig ist die Digitalisierung für viele deutsche Unternehmen noch immer “Neuland” und alles was neu ist bereitet einem erst einmal Bedenken. Wie groß ist die Umstellung? Wie viele Ressourcen müssen investiert werden? Dies sind gleichzeitig auch typische Vorbehalte und Bedenken von Unternehmen, wenn es um das Thema digitales Lernen bzw. eLearning geht.

Um diese Bedenken aufzunehmen und Ihnen näher zu bringen, dass Umstellung auf digitales Lernen im Grunde gar nicht so schwer ist, haben wir diesen umfassenden Guide kreiert, der Sie bei der Implementierung von digitalem Sprachtraining von Anfang bis Ende unterstützt. Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und Erfolg für Ihre ganz persönliche Implementierung.

2. Das richtige Sprachtrainings-Konzept

Vor allem für die exportlastige und global operierende deutsche Wirtschaft stellen die Sprachkompetenzen der Mitarbeiter sowohl im Umgang mit Kunden als auch in der internen Kommunikation einen wichtigen Erfolgsfaktor dar.

Eine sichere Kommunikation in der Muttersprache des Kunden, insbesondere beim Vertrieb sowie beim Kundenservice, wirkt sich erfahrungsgemäß positiv auf das Geschäftsergebnis aus und kann somit die Erschließung neuer Zielmärkte unterstützen.

Aber auch innerhalb eines Unternehmens spielt Kommunikation heutzutage eine zentrale Rolle. Vor allem in multinationalen Unternehmen verringert eine sichere Kommunikation sowohl zwischen Abteilungen als auch Standorten Reibungsverluste und verbessert betriebliche Abläufe. Innerhalb von Projektteams kann Kommunikation die Zusammenarbeit stärken, Missverständnisse reduzieren und damit die Effektivität der Projektarbeit erhöhen. Auf der Ebene des Mitarbeiters wiederum kann ein sicherer Umgang mit Sprache zu einer Reduzierung von Ängsten bzw. dem Abbau von Hemmschwellen führen, insbesondere wenn es um die Kommunikation in einer Fremdsprache geht.

2/3

aller Unternehmen bieten
ihren Mitarbeitern Sprachtraining an

Wie bei allen Kompetenzen in einem Unternehmen müssen natürlich auch die Sprachkompetenzen der Mitarbeiter gepflegt und weiterentwickelt werden, um den Bedarfen des Unternehmens gerecht werden zu können.

So weit, so gut. Ihr Unternehmen ist überzeugt und will am besten sofort Sprachtraining für die Mitarbeiter anbieten. Bevor Sie jetzt jedoch direkt auf die Suche nach dem nächstbesten Anbieter machen, gilt es zunächst einige grundlegende Fragen zu klären.

1. Welche Zielgruppen im Unternehmen sollen mit dem Sprachtraining adressiert werden?

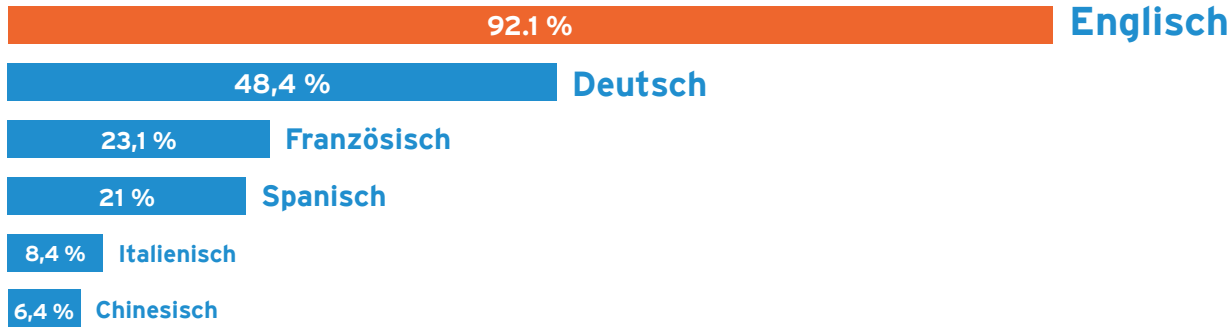
Grundsätzlich sollte man sich zunächst Gedanken darüber machen, ob das eigene Unternehmen Sprachtraining für alle Mitarbeiter oder nur für ausgesuchte Abteilungen bzw. Zielgruppen im Unternehmen anbieten will. Je nach Unternehmensbedarf bzw. -strategie kann es beispielsweise bereits ausreichen, lediglich die Mitarbeiter mit konkretem Kundenkontakt wie den Vertrieb oder den Kundenservice zu schulen. Durch eine solche konzeptionelle Ausrichtung wären sowohl die Lernzielgruppe als auch die Lernbedarfe überschaubarer und könnten ggf. rein über Präsenztraining abgedeckt werden.

Anders sieht es dagegen aus, wenn man ein Sprachtraining für alle Mitarbeiter im Unternehmen anbieten möchte. Die Lernzielgruppe wird dadurch zwangsläufig größer und die Lernbedarfe heterogener, wodurch ein Schulungskonzept, welches rein auf Präsenzunterricht im Seminarraum basiert, schnell an seine Grenzen stoßen kann. Bei Unternehmen mit mehreren hundert oder gar tausend Mitarbeitern führt in diesem Fall eigentlich kein Weg an einem eLearning-basierten Sprachtraining vorbei.

2. Welche Sprachen sollen geschult werden?

Die wichtigste Sprache für internationale Geschäftsbeziehungen ist und bleibt natürlich Englisch, weshalb Englisch auch die mit Abstand am häufigsten geschulte Sprache darstellt. Daneben ist in Unternehmen aus der DACH-Region auch die Schulung von Deutsch weit verbreitet. Daher eignen sich sowohl Deutsch als auch Englisch insbesondere für Schulungskonzepte für alle Mitarbeiter eines Unternehmens. Andere Sprachen werden dagegen deutlich seltener und weniger flächendeckend geschult und eignen sich daher vor allem für bestimmte Abteilungen oder Mitarbeiter zur Abdeckung konkreter Unternehmensbedarfe.

Welche Sprachen werden in Unternehmen aus der DACH-Region am häufigsten geschult?



Quelle: eLearning BENCHMARKING Studie 2019

3. Welche Sprachkompetenzen sollen geschult werden?

Die Beherrschung einer Sprache setzt sich grob formuliert aus 6 Aspekten zusammen: Sprechen, Schreiben, Leseverständnis, Hörverständnis, Grammatik und Vokabular. Bei einem ganzheitlichen Schulungskonzept sollten optimalerweise alle Aspekte berücksichtigt und trainiert werden, wodurch der Lerner eine möglichst umfassende Meisterung der Sprache erlangt. Gleichzeitig ist ein solcher Ansatz aber auch aufwendig und möglicherweise nicht immer notwendig.

Je nach Lernbedarf und Zielgruppe kann es bereits ausreichen, wenn nur bestimmte Aspekte geschult und weiterentwickelt werden. Für Mitarbeiter in einem Call-Center kann es beispielsweise bereits ausreichen, die mündlichen Sprachkompetenzen, also Sprechen und Hörverständnis, zu schulen, so dass sie am Telefon sicher mit Kunden kommunizieren können.

4. Blended Learning - „Best of both worlds"

Eine der größten Herausforderungen der Weiterbildung war in der Vergangenheit die zeitliche Komponente. Setzte man beispielsweise als Unternehmen auf klassisches Sprachtraining, dann musste ein Kurs für mehrere Teilnehmer gebucht werden, die alle zum gleichen Zeitpunkt Zeit haben mussten. Gerade diese zeitliche Bindung entfällt bei einer digitalen Lösung, d.h. die Mitarbeiter entscheiden einfach selbst, wann ihnen der Unterricht am besten passt. Diese Flexibilität kann sich wiederum auch deutlich auf die Motivation auswirken, denn der Mitarbeiter muss sich eben nicht zu einem Kurs mit dem Gefühl begeben, dass er sich in diesem Moment lieber einem wichtigen Projekt widmen sollte. Der Lerner kann die Lernzeit also individuell seinem Arbeitsalltag anpassen. Ebenfalls motivierend ist die größere Kontrolle über den eigenen Lernprozess, denn mit einer digitalen Lösung kann sich der Mitarbeiter selbstbestimmt und basierend auf seinem persönlichen Lerntempo weiterbilden. So leiden sie nicht an Motivationseinbrüchen, weil sie das Gefühl haben, dass andere schneller vorankommen. Denn im Fokus steht das individuelle Ergebnis eines jeden Lerners.

Damit einhergehend ist natürlich auch die freie Wahl des Lernortes. Mitarbeiter können am Arbeitsplatz lernen oder auch Zuhause und müssen nicht etwa zu einer Sprachschule fahren. Auch die Buchung von Meeting-Räumen beispielsweise für einen Lehrer entfällt. All das fügt sich deutlich besser in das neue Lebens-/Arbeitsgefühl ein, dass die „New Work"-Bewegung in den Unternehmen etabliert. Sprachenlernen ist damit also keine Last mehr, sondern vielmehr ein sinnstiftendes Benefit-Programm. Diese Flexibilität sorgt für deutlich bessere Motivation, auch langfristig die Lernziele zu verfolgen.

50 %

aller Unternehmen mit digitalem Sprachtraining setzen auf den Blended Learning-Ansatz

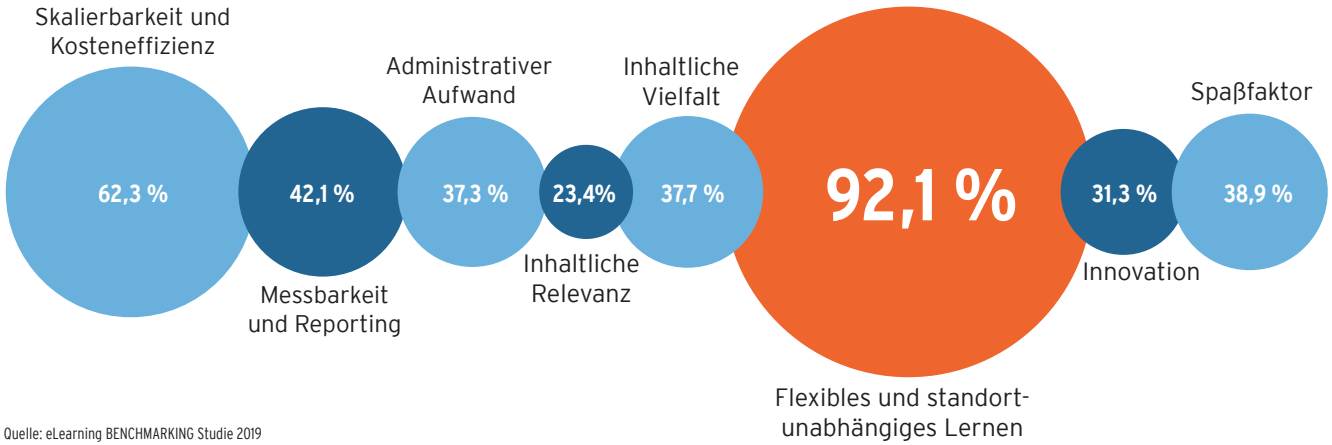
Ein weiterer Flexibilitäts-Faktor betrifft auch die Inhalte selbst: In der Regel stellten bislang standardisierte Bücher den Status quo dar, wodurch jeder Lerner die gleichen Inhalte vorgesetzt bekam. Auch dieses Vorgehen ist nicht wirklich zeitgemäß, denn nicht jeder Mitarbeiter braucht dasselbe Skill-Set, dieselben Szenarien, das gleiche Vokabular. Der Sales-Mitarbeiter hat einen anderen Fokus als der Marketing-Chef. Mit digitalen Methoden können diese individuellen Anforderungen erfüllt werden.

Face-to-Face digital

Natürlich haben aber auch die klassischen Methoden ihre Vorteile – diese haben sie jedoch nicht mehr exklusiv. Denn einige digitale Sprachlernlösungen bringen mit einem „Blended Learning"-Ansatz diese Vorteile von Präsenztraining ins digitale Zeitalter. Allen voran der Aspekt des „Face-to-face"-Sprachtrainings spielt in diesem Kontext eine zentrale Rolle. Denn natürlich ist und bleibt der direkte Austausch mit einem Lehrer oder Tutor essentiell, um Lerner-Fragen schnell zu beantworten sowie Aussprache und Vokabular direkt anzuwenden.

Doch mit Video-Technologie können Lerner in einem digitalen Klassenzimmer diesen Austausch genauso zeitlich und örtlich unabhängig erleben wie beim Rest ihrer digitalen Lernerfahrung. Außerdem können sie zusammen mit einem Dozenten gezielt sprachliche Schwächen adressieren und gewünschte Kompetenzschwerpunkte weiterentwickeln. Sie können also soviel sprechen wie sie wollen und sowohl Business- als auch Alltags-Szenarien durchspielen. Und gleichzeitig kann dies alles in ihren, auf sie abgestimmten, digitalen Sprachlernkurs eingebettet werden.

Vorteile von eLearning gegenüber Präsenztraining



Quelle: eLearning BENCHMARKING Studie 2019

3. Planung

Die Vorüberlegungen sind gemacht und als nächsten Schritt soll die Planungsphase für die Einführung von Sprachtraining im Unternehmen beginnen. Nehmen wir für diesen Fall einmal an, dass das Unternehmen digitales Sprachtraining für Englisch für alle Mitarbeiter im Unternehmen anbieten möchte. Um ein entsprechendes Angebot aufbauen zu können, möchte man mit einem etablierten Sprachtraining-Anbieter zusammenarbeiten. Am Markt gibt es jedoch Dutzende möglicher Anbieter, die alle mehr oder weniger umfangreiche Lösungen für Unternehmen anbieten. Um in dieser Fülle an Möglichkeiten den geeigneten Projektpartner zu finden, sollte man zunächst eine Bedarfsanalyse mit den „Must-haves“ sowie den „Nice to haves“ erstellen:

Die 10 wichtigsten Fragen vor der Einführung von Sprachtraining

- Welche Kompetenzen (Lesen, Schreiben...) sollen wie umfangreich geschult werden?
- Wie umfangreich soll das Lernangebot sein?
- Sind die Lerninhalte auch mit mobilen Endgeräten kompatibel? Gibt es eine native App?
- Gibt es einen Virtual Classroom oder eine andere vergleichbare Software?
- Wie benutzerfreundlich ist das Lernangebot?
- Gibt es persönliche Tutoren für die Lerner?
- Wie interaktiv und ansprechend sind die Lerninhalte?
- Welchen Eindruck macht der Anbieter selbst? Hat der Anbieter bereits Erfahrungen mit der eigenen Branche?
- Lässt sich die Lösung einfach und unproblematisch in die eigene Systemlandschaft integrieren?
- Welche Controlling- und Reporting-Möglichkeiten stehen zur Verfügung (Stichwort Messbarkeit/KPIs)?

Erfolgsfaktor Stakeholdermanagement

Komplementär zur Bedarfsanalyse sollte man ebenfalls frühzeitig versuchen, mögliche Hindernisse bzw. Stolpersteine zu identifizieren und proaktiv zu managen. Neben rechtlichen Fragen und technischen Hürden kann vor allem das Stakeholdermanagement eine erfolgskritische Rolle spielen. Bei der Einführung von digitalem Sprachtraining, insbesondere wenn alle Mitarbeiter im Unternehmen adressiert werden sollen, ist eine Vielzahl von Akteuren und Abteilungen direkt oder indirekt betroffen. Man sollte daher möglichst frühzeitig die relevanten Stakeholder identifizieren sowie ihre Wünsche, Bedarfe und Bedenken ermitteln und berücksichtigen.

Für den langfristigen Erfolg ist es besonders wichtig, Lernziele an den strategischen Unternehmenszielen auszurichten sowie die **obere Führungsebene bzw. die Geschäftsführung** mit ins Boot zu holen. Denn allzu oft scheitern Projekte daran, dass Unternehmen Sprachtraining als Selbstläufer ansehen und davon ausgehen, dass die Mitarbeiter das schon irgendwie machen werden. Damit Sprachtraining allerdings aktiv von den Mitarbeitern genutzt wird und einen Mehrwert darstellt, muss ein Unternehmen auch die passenden Rahmenbedingungen schaffen und etwaige Anpassungen an der Lernkultur vornehmen. Dies gelingt in der Regel allerdings nur dann, wenn die Maßnahmen auch wirklich „von oben" getragen und unterstützt werden.

Ein weiterer zentraler Stakeholder ist der **Betriebsrat**. Der Betriebsrat muss laut dem Betriebsverfassungsgesetz grundsätzlich bei allen Fragen der Personalplanung informiert bzw. einbezogen werden. Vor allem, wenn es um Bildungsmaßnahmen mit Verhaltens- oder Leistungskontrolle geht bzw., wenn die personenbezogenen Daten der Mitarbeiter erfasst, genutzt oder ausgewertet werden, hat der Betriebsrat ein umfassendes Mitspracherecht und kann ggf. sogar ein Veto einlegen. Vor diesem Hintergrund sollte der Betriebsrat von Anfang an konsultiert und die Betriebsvereinbarung, soweit vorhanden und für das Projekt relevant, berücksichtigt werden.

4. Implementierung

Die Planungsphase ist erfolgreich abgeschlossen und nach einem ausführlichen Auswahlprozess wurde die passende Sprachtrainings-Lösung gefunden und in die Systemlandschaft integriert. Ab sofort kann jeder Mitarbeiter über das firmeneigene Lernmanagementsystem auf das Sprachtraining zugreifen und nach einem kurzen Einstufungstest seine Englischkenntnisse basierend auf dem eigenen Sprachniveau auffrischen bzw. weiterentwickeln. Mission erfolgreich, Projekt beendet?

Internes Marketing

Nun, theoretisch könnte man diese Frage sicher bejahen, aber in der Praxis wäre das neu eingeführte Sprachtraining ohne flankierende Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen vermutlich mittel- und langfristig zum Scheitern verurteilt. Damit die Mitarbeiter das neue Lernangebot auch wirklich nutzen, ist es wichtig, sie mit einem **Onboarding-Prozess** abzuholen und beim Einstieg in das digitale Sprachtraining zu unterstützen sowie sie mit einer abgestimmten **Kommunikations-Strategie** dauerhaft zur Nutzung zu animieren. Darüber hinaus ist es außerdem wichtig, zusammen mit dem direkten Vorgesetzten klare und verbindliche **Lernziele** zu definieren sowie passende **Rahmenbedingungen** zu schaffen.

4.1. Onboarding

Bereits vor dem eigentlichen Roll-out des Sprachtrainings sollten die Mitarbeiter über das bevorstehende Sprachtraining per E-Mail oder einem anderen Informationskanal informiert und angeteasert werden. Für den eigentlichen Startschuss empfiehlt es sich, einen **„Lerner-Kick-off"** entweder vor Ort oder online zu organisieren. An diesem Kick-off-Event sollte mindestens jemand von der Personalabteilung, aber besser noch die Geschäftsführung beteiligt sein, um die Mitarbeiter von den Vorteilen des neuen Sprachtrainings zu überzeugen:

- Warum investiert das Unternehmen in (Fremd-) Sprachen?
- Welche Erwartungen verknüpft das Unternehmen mit dem Sprachtraining und welche Erwartungen ergeben sich daraus an die Lerner?
- Welche Vorteile und Mehrwerte bietet das Sprachtraining wiederum den Mitarbeitern und deren Karrieren?

Diese und weitere Fragen sollten im Rahmen des Kick-off-Events thematisiert werden, um die Mitarbeiter von Anfang an über die Absichten und Erwartungen des Unternehmens zu informieren sowie die Vorteile und Chancen für den eigenen beruflichen Werdegang zu unterstreichen. Dadurch können vorab mögliche Fragen, Ängste oder Widerstände von Seiten der Mitarbeiter abgebaut und die Akzeptanz für das Sprachtraining erhöht werden.

Willkommens-E-Mail

Nach dem Kick-off sollte jeder betroffene Mitarbeiter eine persönliche „Willkommens-E-Mail" inkl. seiner Login-Daten sowie einer Anleitung zu der Sprachtrainings-Plattform bekommen. Diese Anleitung hat die Aufgabe, den Mitarbeiter kurz und prägnant über die wichtigsten Funktionen zu informieren und somit den Einstieg und die Nutzung des Sprachtrainings zu erleichtern. Alternativ bzw. komplementär kann sich auch die Erstellung eines kurzen Lernvideos zur Veranschaulichung der Funktionen empfehlen.

4.2. Internes Marketing & Kommunikation

Um die Belegschaft über das Kick-off-Event hinaus über das neue Sprachtraining zu informieren bzw. dafür zu sensibilisieren, empfiehlt es sich, eine begleitende Marketing- und Kommunikations-Kampagne durchzuführen. Der genaue Aufbau und der Umfang einer solchen Kampagne kann sehr unterschiedlich sein und unterscheidet sich von Unternehmen zu Unternehmen. Grundsätzlich gibt es jedoch eine Fülle von möglichen Maßnahmen, die je nach Bedarf und Kommunikationsabsicht zu einer Kampagne zusammengesetzt werden können.

Regelmäßige Kommunikation ist das A und O

Egal für welche Maßnahmen man sich schlussendlich entscheidet, das Ziel der Marketing- bzw. Kommunikationsstrategie ist es, die Mitarbeiter einerseits ausführlich zum Roll-out des Sprachtrainings zu informieren und andererseits das Thema durch regelmäßige Updates mittel- und langfristig aktuell und für alle präsent zu halten.

Beispiel-Maßnahmen zur interne Kommunikation

Mund-zu-Mund-Propaganda
(z.B. über HR-Mitarbeiter oder Führungskräfte)

Poster und/oder Infostände im Unternehmen
(ggf. zeitlich begrenzt)

Wettbewerbe

Regelmäßige Mailings/Newsletter-Beiträge

Individuell für die Firma erstellte OnePager/Broschüren
(oder vergleichbares Informationsmaterial)

Info-Webinare mit Managern bzw. der Führungsebene

Beiträge bzw. Erfahrungsberichte von Lernern aus dem eigenen Unternehmen
(z.B. wie sie ihre neuen Sprachkenntnisse im In- oder Ausland konkret eingesetzt haben)

Bereitstellung von Studien zu den Vorteilen/Mehrwerten von Sprachkompetenzen für Mitarbeiter

4.3. Lernziele und die Rolle des Vorgesetzten

Wie bei anderen Lernbedarfen, ist es auch bei der Einführung von Sprachtraining essentiell, dass Manager mit ihren zugeordneten Mitarbeitern das persönliche Gespräch suchen, um die Erwartungen des Unternehmens zu kommunizieren, gemeinsam verbindliche Ziele zu definieren und sich als Ansprechpartner bei Fragen und Problemen anzubieten. In diesem Kontext ist es wichtig, nicht nur die Erwartungshaltung bzgl. des Spracherwerbs aus Unternehmenssicht zu erörtern, sondern parallel auch die des Mitarbeiters selbst zu thematisieren. Anschließend sollten gemeinsam klare und vor allem realistische Lernziele definiert werden. Um solche Ziele zu definieren, kann man sich z.B. an der „SMART-Formel" orientieren.

Milestoneplanung

Neben der Vereinbarung von Lernzielen sollten die beiden Parteien also außerdem einen gemeinsamen „Milestone"-Plan erarbeiten, der für beide Seiten verbindliche Termine festlegt und die Lernziele damit für beide Seiten planbar macht. Darüber hinaus kann sich ein aktives Interesse von Seiten des Managers bzw. direkten Vorgesetzten sowie die Unterstützung bei Fragen oder Problemen positiv auf die Akzeptanz bei den Mitarbeitern auswirken.

S = **Spezifisch** = Die Ziele müssen eindeutig und klar formuliert sein

M = **Messbar** = Die Ziele müssen messbar sein

A = **Attraktiv** = Die Ziele müssen für den Mitarbeiter erstrebenswert oder eben attraktiv sein

R = **Realistisch** = Die Ziele müssen erreichbar bzw. realisierbar sein

T = **Terminiert** = Die Ziele müssen zeitlich definiert sein

„Verbindliche Ziele zwischen Mitarbeiter und Vorgesetztem steigern den Lernerfolg"

4.4. Rahmenbedingungen & Lernkultur

Damit die Mitarbeiter das neue Sprachtraining auch nutzen und ihre verbindlichen Lernziele erreichen können, müssen von der Unternehmensseite die entsprechenden Rahmenbedingungen geschaffen werden. Ein wichtiger Aspekt in diesem Kontext ist die Lernzeit, schließlich bringt das beste Schulungsangebot recht wenig, wenn die Mitarbeiter keine Möglichkeit haben, dieses auch aktiv zu nutzen.

Vertrauenslernzeit

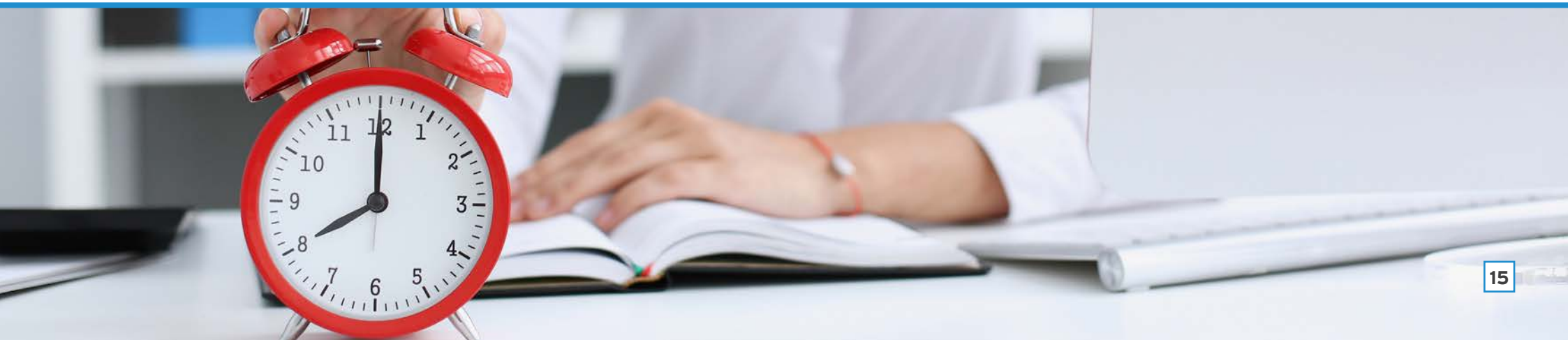
Ein Unternehmen kann beispielsweise eine Vertrauenslernzeit einführen, wodurch jeder Mitarbeiter ein bestimmtes Zeitkontingent pro Woche für seine eigene Weiterbildung in der regulären Arbeitszeit frei verwenden kann. In der Theorie könnten Mitarbeiter dadurch eigenverantwortlich und im Einklang mit ihren Arbeitsaufgaben das Sprachtraining nutzen. Damit ein solches Modell in der Praxis allerdings funktioniert, müssen die Mitarbeiter auch tatsächlich die Möglichkeit haben, die Zeit zu investieren. Wenn die Arbeit immer Vorrang hat und der Lernzeit insbesondere vom direkten Vorgesetzten keine Bedeutung beigemessen wird, dann ist das Sprachtraining in dieser Form zum Scheitern verurteilt. Wenn wiederum die Mitarbeiter auch außerhalb der Arbeitszeit lernen können, sollte eindeutig geregelt sein, ob und wie private Lernzeit als Arbeitszeit gutgeschrieben wird.

Lernorte

Eine weitere Rahmenbedingung sind die bereitgestellten Lernorte. In den meisten Unternehmen hat nicht jeder Mitarbeiter Zugriff zu einem eigenen Desktop-PC, womit man das digitale Sprachtrainingsangebot ohne größeren Aufwand nutzen kann. Mitarbeitern in der Produktion beispielsweise steht eine solche Option in der Regel nicht zur Verfügung. Für ebensolche Zielgruppen sollte ein Unternehmen entsprechende „EDV-Räume“ bzw. Lerninseln einrichten, die von Mitarbeitern eigenständig oder in Abstimmung mit dem Vorgesetzten genutzt bzw. gebucht werden können.

Anreize/Incentives

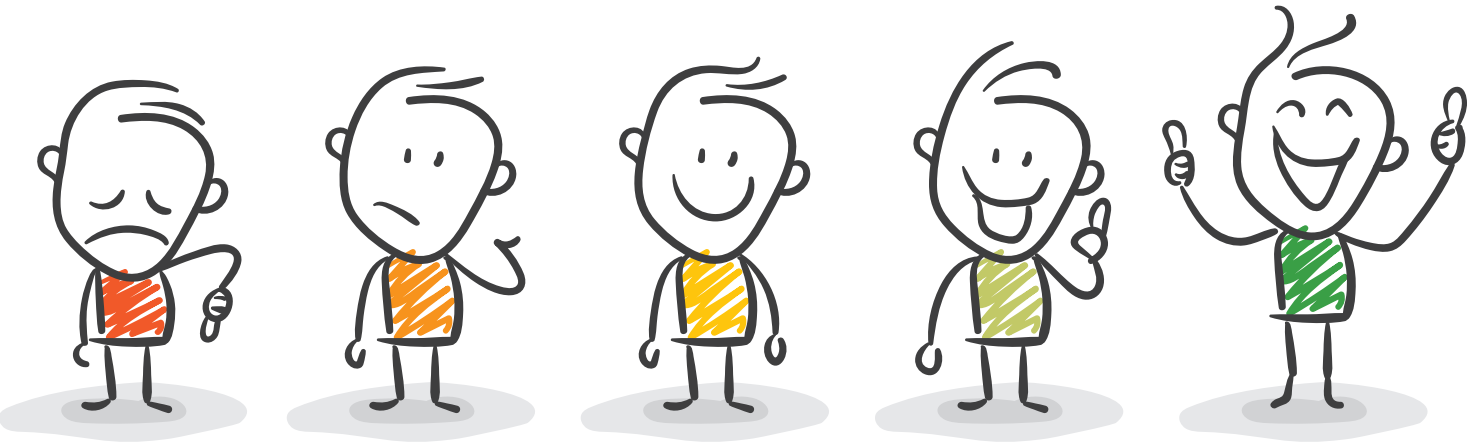
Darüber hinaus kann es sich für ein Unternehmen lohnen, über Motivationssteigerung nachzudenken. Mitarbeiter können beim Erreichen ihrer Lernziele eine Belohnung erhalten (z.B. Kantinengutschein, zusätzliche Urlaubstage...) oder es könnten spielerische Elemente wie Highscore-Listen oder Ähnliches genutzt werden.



5. Erfolgsmessung & -bewertung

Die Implementierungsphase ist vorbei und das Sprachtraining befindet sich mittlerweile seit einigen Monaten erfolgreich im Einsatz. Routine ist eingekehrt. An diesem Punkt lohnt es sich, zu reflektieren und den Ist- mit dem Soll-Zustand zu vergleichen. Denn zu den großen Vorteilen digitaler Lernlösungen gehören die umfassenden Controlling- und Reporting-Möglichkeiten. In der Regel können ohne größeren Aufwand eine Vielzahl von aggregierten Nutzungsdaten wie beispielsweise Zugriffszahlen oder Abschluss- bzw. Abbruchsquoten erhoben und eingesehen werden.

Daneben lohnt es sich, insbesondere in der Anfangszeit Feedback von den Mitarbeitern/Lernern, aber auch von deren Vorgesetzten einzuholen. Mitarbeiterbefragungen können dazu genutzt werden, um ein Bild von der Zufriedenheit mit dem eingeführten Sprachtraining zu erhalten und zu erfahren, was nach Einschätzung der Nutzer funktioniert, aber vor allem auch nicht funktioniert. Komplementäres Feedback der Vorgesetzten kann einem beispielsweise einen Einblick darin geben, ob die vordefinierten Lernziele mit der Sprachlösung auch wirklich erreicht werden oder ob der Vorgesetzte etwa eine gesteigerte Kommunikationssicherheit und -bereitschaft unter seinen Mitarbeitern feststellen kann.



Die richtigen Ziele definieren

Um schließlich zu bewerten, ob die Einführung von digitalem Sprachtraining ein Erfolg war, hängt oftmals allerdings auch von den ursprünglich definierten Erwartungen bzw. Projektzielen ab. Denn eine Zielvorgabe in der Art von „Nach einem Jahr sollen alle Mitarbeiter im Unternehmen das Englisch-Niveau C1 erreicht haben“ ist von vornherein zum Scheitern verurteilt. Wenn die Mitarbeiter jedoch auch Monate nach dem Roll-out das Sprachtraining aktiv nutzen, sich die Sprachkompetenzen im Unternehmen langsam, aber kontinuierlich weiterentwickeln und sich insgesamt die Fremdsprachen-Kommunikation verbessert, dann war die Einführung von Sprachtraining alles in allem vermutlich ein voller Erfolg.

siepmann|media

eLearning JOURNAL

Dieses eBook entstand in Zusammenarbeit mit Rosetta Stone, einem der weltweit führenden Anbieter moderner webbasierter Sprachlernprogramme.
www.rosettastone.de

© siepmann|media 2020

Impressum

Redaktion:
Siepmann Media
Redaktion eLearning Journal
Zum Dorfe 28
27628 Hagen im Bremischen

Telefon: 0 47 46 / 72 68 85
Telefax: 0 47 46 / 72 68 87
eMail: redaktion@elearning-journal.de
URL: www.elearning-journal.de

Herausgeber: Frank Siepmann

Redaktion: Mathias Fleig
Layout & Satz: Ingo Böden

Dieses Werk ist einschließlich seiner Teile urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich durch das Urheberrechtsgesetz gestattet ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Herausgebers. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme.

Verwendete Grafiken von stock.adobe.com: S. 1 & 2: zorandim75, S. 3: metamorworks, S. 4: bluedesign, S. 5: Flamingo Images, S. 6: contrastwerkstatt, S. 7: Photographee.eu, S. 8: ASDF, S. 9: agongallud, S. 10: sebra, S. 11: JackF, S. 12: Graf Vishenka, S. 15: H_Ko, S. 16: strichfiguren.de