

3/2020

GENOGRAPH

JOURNAL FÜR DIE GENOSSENSCHAFTEN IN BADEN-WÜRTTEMBERG **bwgv**

Schwerpunkt Bildungstrends

Begleiter für Veränderung

GENOscouts des BWGV
bei Grüner Woche in Berlin



Acht-Punkte-Plan zur Verbesserung der Digitalbildung



von Dr. Peter Lender und
Thomas Sickinger

Digitalkunde ist die
beste Zukunftsvorsorge.
Für eine erfolgreiche
Vermittlung sind acht
Erkenntnisse wesentlich.

Digitalisierung passiert nicht über Nacht – und dennoch ist digitale Transformation unausweichlich und verschwindet nicht wieder. Jedoch die Mehrheit der aktuell zwischen 30- und 60-jährigen Erwerbstätigen ist derzeit noch in analogen Berufsbildern ausgebildet und sozialisiert.

Die Digitalisierung hat diese Personengruppe längst erreicht. Die meisten Personen dieser Gruppe beherrschen mittlerweile die fünf meist genutzten Anwendungen von digitalen Geräten: „googeln-posten-texten-sprachsteuern-wischen“. Jedoch scheint die Wirkung der digitalen Transformation bis dato nur ansatzweise verstanden. Der digitale Transformationsprozess ist in vollem Gange und bedeutsamer als uns „niedrigschwellige“ Anwendungs-Apps unserer Smartphones glauben machen wollen. Es ist nicht die nächste



Stufe einer Effizienzsteigerung in dem bestehenden Wirtschaftssystem, vielmehr ist es die vierte industrielle Revolution, die einen grundlegenden Wandel in dieses Wirtschaftssystem, das seit der ersten Industriellen Revolution vor 250 Jahren besteht, bringt.

So überrascht es nicht, dass sich Pressemitteilungen zu Stellenstreichungen in tradierten, analogen Branchen häufen und zugleich der Branchenverband bitkom laufend Zahlen von offenen Stellen in der IT-Branche veröffentlicht (124.000 offene Stellen per Ende 2019).

Wie passt das zusammen? Und was muss getan werden, um gut ausgebildeten Menschen aus der ehemals analogen Welt in der Mitte ihrer beruflichen Schaffensphase im „digitalen Transformationsprozess“ weiterhin Perspektiven aufzuzeigen? Von diesen Fragen geleitet fanden 2019 Expertenworkshops mit Spezialisten der Firmen Awado, EnoCom, T-Systems, Fortschritt und digum statt. Thema war „Digitalbildung – Spannungsfeld zwischen Anspruch und Wirklichkeit“. Zehn Experten aus IT-Unternehmen, Sozial-Unternehmer, Blogger, Trainer und Coaches diskutierten, wie Digitalbildung verbessert werden kann. Diese Erkenntnisse zur Vermittlung der Digitalkunde lassen sich in acht Punkten zusammenfassen:

Punkt 1: Bedarf zur Digitalisierung verstehen und Quick-Wins vermitteln

Menschen für die Digitalisierung erreichen und zum Interesse zu bewegen, bedarf eines tiefen Verständnisses der Probleme der Betroffenen. Der Anspruch auf Digitalbildung lässt sich nur mit dem Wunsch nach Anwendbarkeit und prakti-

schem Nutzen verbinden. Dem einen geht es eher um Zeit- und Kosteneinsparungen, dem anderen um Komfort und Steigerung von Kundennutzen. Genauso vielfältig ist auch das Bedürfnis, wie viel Wissen benötigt wird: Möglichst umfangreiches und tiefgreifendes Verständnis steht oberflächlicher Kenntnis für schnelle Problemlösung gegenüber. Daher ist es wichtig, die Zielgruppe jeder Bildungsinitiative zu kennen. Welche Unterstützung benötigt sie und welche Formate, Inhalte und Kommunikationswege funktionieren für sie am besten? Den einen Weg gibt es nicht.

Punkt 2: Konkrete und realistische Maßnahmen

Detaillinformationen, die auf konkrete Herausforderungen der Adressaten abgestimmt sind, haben mehr Chancen auf Erfolg, als theoretische Komplettklärung. Initiativen zur Digitalbildung gekoppelt mit einem spielerischen Ansatz (Gamification) sind wirksamer, wenn sie anlassbezogen, an die jeweilige Lebensphase der Menschen andocken und einen alltagspraktischen Nutzwert bieten. So erreichen situative Bildungsangebote mehr Nachfrage und Akzeptanz als theoretisch-faktische Rundumschläge. Die Erfahrungen von Bildungshäusern wie die der Geno-Akademien bei Vermittlung von komplexen Sachverhalten (Finanz-Wissen) lassen sich für die Vermittlung von Digital-Wissen nutzen.

Punkt 3: Spielerisches Lernen statt klassischer Wissensvermittlung

Um Interesse für Digitalisierungsthemen zu gewinnen, ist neben theoretischer Vermittlung

ein weiterer Zugang nötig. Studien haben gezeigt, dass Erwachsene anders lernen, weil das Gehirn eine natürliche Sperre besitzt, Neues zu lernen, um die Speicherfähigkeit des ehemals Erlernten nicht zu gefährden. Ein spielerischer Zugang im Rahmen von Praxisfällen – egal ob in Form einer App oder eines realen Seminars – funktioniert mittels Anwenden, Ausprobieren und des konkreten Erfolgserlebnisses. Dabei wird ein Bewusstsein für aktives Handeln geschaffen und Konsequenzen möglicher Unkenntnis aufgezeigt. Es entwickelt sich eine Handlungsfähigkeit zu Wirkungen und Auswirkungen der Digitalisierung. Solche didaktischen Erfahrungen der Wissensvermittlung komplexer Sachverhalte können die Geno-Akademien einbringen.

Punkt 4: Neutralität durch Netzwerke als Voraussetzung für Akzeptanz

Aufklärung zu Fragen der Digitalisierung ist ähnlich einem Beipackzettel von Hustensaft – müßig und dennoch notwendig. In der öffentlichen Wahrnehmung gelten vor allem unabhängige Anbieter als neutral und glaubwürdig, wie es die Geno-Akademien seit langem sind. Das aktuelle Anwendungs-Wissen zur „digitalen Transformation“ liegt jedoch aktuell nicht bei den Hochschulen oder staatlichen Bildungseinrichtungen, sondern in Netzwerken und privatwirtschaftlichen Organisationen (Stichwort: Schwarmintelligenz in Bezug auf Umsetzung). Die staatlichen Institutionen haben die Lücken erkannt und bieten aktuell viele öffentliche Fördermittel, um dieses dringend notwendige Bildungsangebot voranzutreiben. Ein Überblick zum Thema: www.bmbf.de/de/nationale-weiterbildungsstrategie-8853.html.

Punkt 5: Selbstwirksamkeit stärken

Maßnahmen zur Bildung in Digitalisierung (Digitalkunde) sollen nicht das Ziel haben, alle zu Digitalexperten auszubilden. Man muss nicht Fachmann im Maschinenbau sein, um ein Auto zu fahren. Wissen allein führt nicht automatisch zu erweitertem Handeln. Wissensvermittlung in Digitalkunde gleicht einem Update und hilft Betroffenen, selbst aktiv zu werden. Schnelle Erfolge sichern Selbstvertrauen und „fortgesetzten Handlungsmut“. Wichtige Voraussetzung für Erfolg der Digitalkunde ist es, nicht abstrakt und theoretisch, sondern erlebbar zu schulen und eigenständiges Handeln der Menschen zu aktivieren.

Punkt 6: Vernetzung – Schwarmintelligenz sichert aktuelles Wissen

Jede gesellschaftliche Gruppe hat eigene Interessen und Maßnahmen zur digitalen Transformation. Gleichwohl haben alle eine gemeinsame Verantwortung für die Entwicklung von Wirt-

schaft und Gesellschaft. Digitalkunde wird bisher zumeist als singuläres Projekt einzelner Akteure betrieben. Um einen wirklichen Entwicklungsschritt zu tun, braucht es eine kontinuierliche und qualitativ sinnvolle Bündelung von Akteuren und Maßnahmen. Kooperationen sowie der Aufbau eines Netzwerks zur umfassenden Vermittlung der Digitalkunde ist von großer Bedeutung. Jede Organisation kann ihr Anwendungswissen, ihre Stärke, ihre Gestaltungsmacht und ihre jeweilige Öffentlichkeit einbringen.

Punkt 7: Kontinuierliche Begleitung ermöglichen

Die Ausbildung in Digitalkunde darf nicht nur als zeitlich befristetes Leuchtturmprojekt verstanden werden. Ein kontinuierliches und stets aktuelles Angebot kann ein Anbieter allein kaum stemmen. Initiativen mit dem Ansatz der Schwarmintelligenz sind erste konkrete Schritte. Hier braucht es aufeinander abgestimmte Maßnahmen. Digitalisierung begleitet die Menschen ein Leben lang. Daher bedarf es nicht nur der Impulse zur richtigen Zeit, sondern einer qualitativen Kontinuität. Netzwerke und Kooperationen werden daher immer relevanter: Volkshochschulen, IHK-Akademien, Fach- und Meisterschulen, Kreishandwerkskammern, Geno-Akademien – je mehr Aktivitäten aufeinander abgestimmt werden, umso schneller wird das Thema Digitalkunde erfolgreich wirken.

Punkt 8: Neue Medien und Kanäle nutzen

Die Zusammenarbeit mit Multiplikatoren erlaubt es, mit wenigen Personen viele Adressaten zu erreichen. Auch „branchenfremde“ Botschafter – Blogger – können über ihre spezifischen Kanäle bislang uninteressierte Menschen für die Digitalkunde sensibilisieren. Neben der spielerischen Herangehensweise und einem Alltagsbezug sind auch digitale Medien und Kanäle für die systemische Verzahnung von digitalen Informationsangeboten notwendig

AUTOREN



Dr. Peter Lender
Geschäftsführender Gesellschafter
digum GmbH
Mitherausgeber des Transformations-Magazins
Mitgründer von Digitalisierungs-Akademie.com



Thomas Sickinger
Geschäftsführender Gesellschafter
EnoCom GmbH
Mitherausgeber des Transformations-Magazins
Gründer der Digitalisierungsplattform klargemacht.de