

Quelle: <https://www.arbeitssicherheit.de//document/d7757d9a-ebc7-48f0-892e-37a8d11efc56>

Bibliografie

Zeitschrift	arbeitssicherheits.journal
Autor	Bettina Kötteritz
Rubrik	arbeitssicherheit.training
Referenz	Arbeitssicherheitsjournal 2010, 21 (Heft 4)
Verlag	Carl Heymanns Verlag

Kötteritz, Arbeitssicherheitsjournal 2010, 21 Weltweites E-Learning bei der Roto Frank AG

Dipl.-Päd. Bettina Kötteritz, Leinfelden-Echterdingen, Roto Frank AG

Kötteritz: Weltweites E-Learning bei der Roto Frank AG - Arbeitssicherheitsjournal 2010 Heft 4 - 21

In nur drei Jahren hat der international tätige TÜrenspezialist Roto Frank ein länderübergreifendes E-Learning-Konzept für Mitarbeiter im Vertrieb erfolgreich umgesetzt. Ein Praxisbeispiel, das sich auch auf Arbeitssicherheitsschulungen übertragen lässt. Worauf es dabei besonders ankam, erklärt Bettina Kötteritz, die Leiterin des E-Learning-Projekts.



Als mittelständisches, metallverarbeitendes Unternehmen ist die Roto Frank AG ein international aufgestellter „Global Player“ mit 12 Produktionsstätten in Europa und Übersee sowie weit über 40 Vertriebsniederlassungen und -partnern. Das Unternehmen erschließt laufend neue Märkte mit vielfältigen Anforderungen und Kundenwünschen. Die Halbwertszeit von Produktwissen verringert sich dadurch zusehends, sodass sich die Schulungszyklen für die Vertriebsmitarbeiter verkürzen. E-Learning schien 2006 das Mittel der Wahl, um den stetig steigenden Schulungsanforderungen gerecht zu werden.

Erste Phase: Implementieren

Die Implementierungsphase erstreckte sich über einen Zeitraum von etwa acht Monaten. Roto entwickelte dafür ein individuelles Verlaufsmodell mit vier Abschnitten. Nacheinander wurden die Vision, das Konzept, der Inhalt und letztlich die Realisierung unter konzernrelevanten Gesichtspunkten beleuchtet und mit Inhalten gefüllt.

Gemäß der informations- und sicherheitstechnologischen Infrastruktur bei Roto Frank läuft die Lernplattform ausschließlich im Intranet ohne Zugang von außen. Mit einem lizenzierten Autorentool können Inhalte entweder inhouse oder in Kooperation mit Programmierern und externen Partnern produziert werden.

Eine Pilotgruppe von 40 Personen hatte zunächst über ca. acht Wochen die Aufgabe, die komplette Lernplattform unter verschiedenen Gesichtspunkten zu testen und zu bewerten. Für Roto war es wichtig, von Anfang an auch internationale Teilnehmer anzusprechen, sodass sechs – Deutsch bzw. Englisch sprechende – Personen aus Russland, Polen und den USA an der Pilotphase teilnahmen.

Zweite Phase: Etablieren

Die Etablierung von E-Learning im Unternehmen stellte mit einer Dauer von ca. 20 Monaten den umfangreichsten Prozess dar. Aus der in der Pilotphase angehäuften Datenfülle konnten zunächst einige besonders wichtige Herausforderungen identifiziert werden:

- Dem **Management der Akzeptanz** sollte innerhalb des Projekts eine separate, als Teilprojekt abzugrenzende und entsprechend zu bewertende Rolle zugeordnet werden. Entsprechende Maßnahmen und Kommunikationsschritte sind zu planen, zu kalkulieren und umzusetzen.
- **Transparenz der Inhalte und des Systems** stellen eine wichtige Grundlage für das Gelingen des Auftrags dar. Grundlegend ist dabei, den Teilnehmern und Nutzern ein Verständnis für die Maßnahmen selbst genauso wie für deren Struktur zu vermitteln.
- **Die Lernsprache entspricht der Muttersprache:**
- Aufgrund der besonderen Lerninhalte – neue Produkte in Verkaufsverhandlungen und im Umgang mit Kunden zu platzieren – erschien es sinnvoll, den Teilnehmern ein Lernen weitgehend in der eigenen Sprache zu ermöglichen.
- **Networking:** Für eine optimale Ausschöpfung des Expertenwissens im Unternehmen erschien eine frühzeitige Vernetzung zwischen den Fachbereichen hinsichtlich E-Learning unumgänglich.

Das Ende 2006 fertig gestellte Konzept sah ein Blended-Learning-Konzept vor, welches gleichermaßen Online-Elemente und Präsenzphasen integrierte. Der Startschuss für die Realisierung fiel Anfang 2007.

Online- und Präsenzphasen im Wechsel

In einer zeitlich flexiblen Struktur eignet sich der Teilnehmer zu Beginn einer Bildungskampagne online, eigenverantwortlich und nach selbst geplantem Modus und individuell gestaltetem Lernprozess die produktrelevanten Grundlagen und Begriffe an. Anschließend lernt er die gesamte Thematik bzw. das Produkt in einer konventionell gegliederten, zweitägigen Präsenzveranstaltung in einer kleinen Lerngruppe gemeinsam mit einem Trainer vertieft kennen, diskutiert spezielle Detailfragen und löst eventuelle Probleme.

Zwischen Online- und Präsenzphase absolviert der Lerner zur eigenen Einschätzung seines Wissenszuwachses eine Onlineprüfung mit ca. zehn bis fünfzehn Einzelfragen. Mit Bestehen der Prüfung erhält der Lerner die Berechtigung zur Teilnahme an der Präsenzveranstaltung. Im Falle eines Nichtbestehens hat ein Trainer bzw. Teletutor die Möglichkeit, dem betroffenen Teilnehmer bei erheblichen Defiziten eine besondere Schulung oder individuelle Förderung anzubieten, damit letztendlich eine homogene Qualifikation des gesamten Roto Vertriebs gewährleistet wird. Die Gesamtdauer einer Bildungskampagne beträgt insgesamt etwa acht bis zwölf Wochen.

Dritte Phase: Optimieren

Die meisten Teilnehmer haben sich entweder selbstständig oder mit Hilfestellung mit dem Thema E-Learning vertraut gemacht, kennen die gängigen Begriffe und nutzen die zur Verfügung gestellten Angebote und Werkzeuge je nach Bedarf und Interesse. Aufgrund der positiven Resonanz, die E-Learning bei Roto erfährt, steigen die internen Anfragen, themen- und fachbereichspezifische Schulungen zu erstellen.

Ausblick: Verbesserungspotenziale für die Zukunft

Bei Roto Frank stellten sich die folgenden drei Aktionsfelder als wichtigste Verbesserungspotenziale heraus:

- 1) Erhöhte Qualität der Lernprogramme durch Routinen und Standards
- 2) Etablierung von Workflows und Prozessen bei der Produktion von E-Learnings
- 3) Erfolgsmessung durch Bildungscontrolling mit einer Learning Scorecard.

Hinweis:

Die ausführliche Langfassung des Beitrags steht auf www.arbeitssicherheit.de zum Download bereit – [Webcode 12465](#)