

Presseschau November 2013



Themenübersicht:

- *Weiterbildung mit Moocs*
- *“Moocs”, “Geo-Learning”, “Gamification” – Lerntechniken mit dem Potenzial, unsere Bildungslandschaft zu verändern*
- *Mittelstand setzt auf E-Learning*
- *Coachingmarkt: Starker Druck durch hohe Konkurrenz und fehlende Standards*
- *Führungskräfteentwicklung: Nur jede fünfte Führungskraft wird aktiv coached*

15.10.2013 | WWW.IVERSITY.ORG

Weiterbildung mit Moocs



Mit dem Wintersemester ist in Deutschland auch die größte europäische „Mooc“-Plattform www.iversity.org an den Start gegangen. „Moocs“ steht für „Massive Open Online Courses“ - thematisch breitgefächerte Onlinevorlesungen, die für jede und jeden kostenfrei zugänglich sind. Dass iversity.org das Zeug dazu hat, die deutsche Hochschullandschaft zu verändern, zeigt sich schon jetzt: Laut Firmenangaben sind bereits über 100.000 Studierende jeden Alters und aller Bildungsgrade eingeschrieben. Zusätzlich zu den Onlinevorlesungen gibt es Multiple-Choice-Tests, Diskussionsforen und Vorlesungsunterlagen. Manche Dozenten geben sogar Hausaufgaben auf. Am Semesterende kann ein Teilnahmezertifikat erworben werden. Einige Universitäten machen schon mit, so ist es im Kurs „Grundlagen des Marketing“ z.B. möglich, eine Präsenzprüfung zu machen, um 5 ECTS-Punkte von der Lübeck University of Applied Sciences zu bekommen. Es bleibt abzuwarten, wie Moocs unsere Hochschulen und die gesamte Studienlandschaft verändern werden. Klar ist aber, dass die klassischen Universitäten umdenken müssen und den Trend nicht ignorieren sollten.

Quelle:

- www.iversity.org

November 2013 | THE OPEN UNIVERSITY

“Moocs”, “Geo-Learning”, “Gamification” – Lerntechniken mit dem Potenzial, unsere Bildungslandschaft zu verändern



The Open University

Die britische „Open University“ stellt in ihrem „Innovation Report“ neue und innovative Lerntechniken vor. Laut den Autoren befinden sich die untersuchten Methoden noch in der Experimentierphase und sind bisher wenig etabliert, doch sie alle haben das Potenzial, unser Bildungswesen fundamental zu reformieren.

Ziel des Reports ist es, Lehrende und Entscheidungsträger der Politik an produktive Innovationen heranzuführen.

Folgende Techniken und Methoden werden in dem „Innovation Report“ vorgestellt:

- Moocs – Massive Open Online Courses
- Badges – digitale „Abzeichen“ und Auszeichnungen
- Learning analytics – Auswertung verschiedenster Daten, um Lernfortschritte zu messen
- Seamless Learning – Form des interaktiven, mobilen Lernens
- Crowd Learning – Nutzung und Austausch des Wissens vieler Menschen
- Digital scholarship – Wissenschaftliche Praxis durch vernetzte Technologien
- Geo-Learning – Lernen in und über Standorte
- Learning from Gaming / Gamification – Anwendung spieltypischer Elemente in der Weiterbildung
- Maker culture – Learning-by-doing
- Citizen inquiry – Beantworten von Fragen durch die breite Gesellschaft in Blogs, Foren

Quellen:

- [Sharples, M., McAndrew, P., Weller, M., Ferguson, R., FitzGerald, E., Hirst, T. & Gaved, M. \(2013\). Innovating Pedagogy 2013: Exploring new forms of teaching, learning and assessment, to guide educators and policy makers. Open University Innovation Report 2. Milton Keynes: The Open University.](#)

17.10.2013 | HAUFE AKADEMIE

Mittelstand setzt auf E-Learning

**HAUFE.
AKADEMIE**

Eine aktuelle Studie der Haufe Akademie, des MMB-Instituts für Medien- und Kompetenzforschung und den Fachzeitschriften „personalmagazin“ und „Wirtschaft und Weiterbildung“ zeigt, dass E-Learning auch in kleinen und mittelständischen Unternehmen fester Bestandteil der Aus- und Weiterbildung geworden ist. Das zentrale Ergebnis der repräsentativen Studie: Bereits die Hälfte der insgesamt 200 befragten Unternehmen setzen E-Learning ein und planen eine Ausweitung in den nächsten drei Jahren. Während die größeren Unternehmen auf Web-Based-Training setzen, bevorzugen kleinere Firmen eher Webinare. Inhaltlich liegen die Themen IT, Compliance und Management / Führung weit vorne.

Quelle:

- [Studie](#) kann kostenlos angefordert werden (Download oder per Post)

16.10.2013 | STIFTUNG WARENTEST

Coachingmarkt: Starker Druck durch hohe Konkurrenz und fehlende Standards



Spiegel Online macht in einem Artikel mit dem Titel „Wer nichts wird, wird Coach“ auf schwierige Arbeitsbedingungen vieler Coaches in Deutschland aufmerksam. Dabei wird vor allem mit dem Vorurteil aufgeräumt, dass horrendes Tagessätze für vergleichsweise wenig Arbeit erzielt werden. Der Markt in Deutschland sei gesättigt, neue Anbieter hätten es schwer, Fuß zu fassen. Der Großteil der Coaches müsse sich neben der Coaching-Tätigkeit andere Erwerbsmöglichkeiten erschließen, um sich ein ausreichendes Einkommen zu sichern. Ausschlaggebend für die angespannte Marktlage ist der ungebrochene Ansturm auf den Beruf des Coaches – auch aufgrund mangelnder Ausbildungskriterien. Der Begriff des Coaches ist nicht geschützt und erfordert daher auch keine festgeschriebenen Qualifikationen.

Stiftung Warentest hat sich nun ausführlich mit dem Thema befasst und einen umfangreichen Kriterienkatalog für die Standardisierung und Vereinheitlichung der Coaching-Ausbildung vorgestellt. Der Katalog wurde von zahlreichen Experten, darunter Vertreter aus Coaching-Verbänden, aus der Praxis und der Wissenschaft erarbeitet. Sie fordern eine mindestens einjährige Coaching-Ausbildung mit mindestens 250 Stunden Präsenzunterricht, um als Coach arbeiten zu dürfen. Inhaltlich werden vor allem Rollenkonzepte, psychologische Themen und auch der Nachweis der persönlichen Kompetenz gefordert. Zudem müssten angehende Coaches die verschiedenen Formen von Unternehmen und Organisationen kennen und in Rollenspielen auf die Coaching-Situationen vorbereitet werden.

Quelle:

- Spiegel Artikel – „Wer nichts wird, wird Coach“
- Stiftung Warentest – Kriterienkatalog „Coachen lernen“: Was ein guter Lehrgang für Einsteiger bieten sollte.

08.10.2013 | MANAGER SEMINARE

Führungskräfteentwicklung: Nur jede fünfte Führungskraft wird aktiv gecoacht

managerSeminare
DAS WEITERBILDUNGSMAGAZIN

Coaching ist in aller Munde, deshalb überrascht diese Zahl umso mehr: Nur 16% der Führungskräfte lassen sich coachen oder haben die Möglichkeit, an einem Coaching teilzunehmen. Zu diesem Ergebnis kommt eine neue Umfrage, die der Führungskräfteverband ULA zusammen mit dem Weiterbildungsmagazin managerSeminare durchgeführt hat. Die meisten Manager und Führungskräfte wünschen sich ein Coaching, nur knapp jede/r Fünfte kommt tatsächlich in den Genuss. Am häufigsten werden Führungskräfte in kurzen Präsenzveranstaltungen wie Eintagesseminare (43 Prozent) und Zweitagesseminare (34 Prozent) fortgebildet; auch Kurzworkshops von zwei bis drei Stunden sind üblich. Die wichtigsten Weiterbildungsthemen für die befragten Führungskräfte sind "Selbstführung", gefolgt von "Stressmanagement", "Strategieentwicklung" und "Mitarbeitermotivation". Gerade in diesen Feldern wünschten sich die Befragten mehr Unterstützung und Coaching.

Quelle:

Führungskräfteumfrage: Coaching interessiert, wird aber wenig gebucht, in: managerSeminare – Das Weiterbildungsmagazin. Heft 188. November 2013. S. 14-17.