

Veranstaltung: DGWF Jahrestagung 2022 an der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
(14. – 16. September 2022)

Beitrag: Praxisorientierter Vortrag im Umfang von 15-20 Minuten.

Themenbereich (Vorschlag): Innovation und Vielfalt

Titel: Kleinteilig, ubiquitär und digital: eine Weiterbildungsapp für die KMU Baubranche.

Ein innovatives Weiterbildungsprojekt aus den Projekt-, Transfer- und Bauwissenschaften an der Hochschule Biberach.

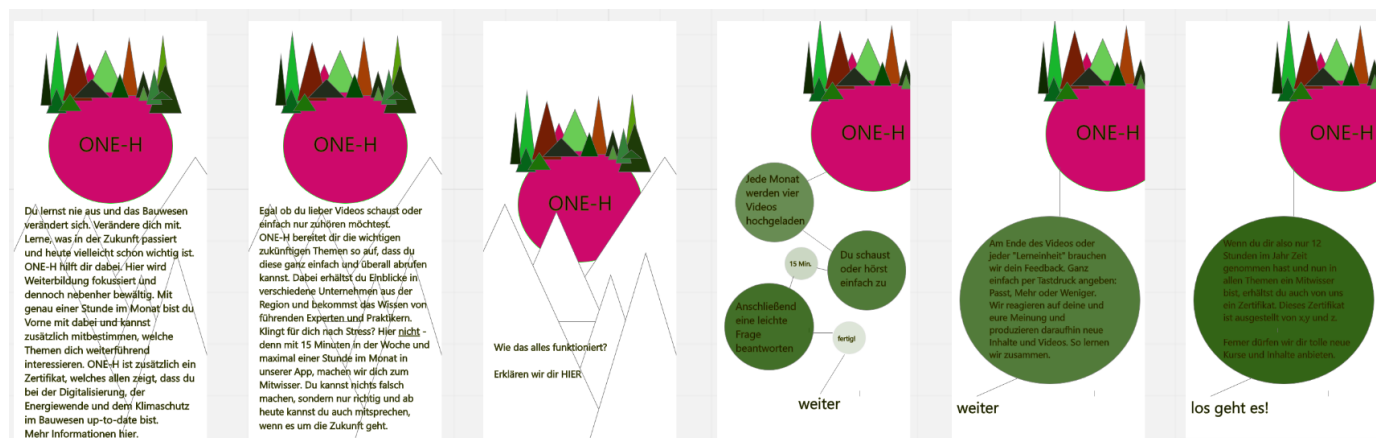
Inhalt/Abstract

Wie können kleine und mittlere Unternehmen (KMU) aus der Baubranche die Aus- und Weiterbildung für ihre Mitarbeiter*innen aufbauen und strukturieren? Und wie können KMUs bei dieser Herausforderung unterstützt werden? Das Projekt „Bauen Morgen“ der Hochschule Biberach, welches sich im Rahmen des Bundesprogramms „Aufbau von Weiterbildungsverbänden“ des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) einreicht, befasst sich mit dieser Fragestellung und verfolgt das zentrale Ziel, einen Weiterbildungsverbund bestehend aus KMUs der Baubranche sowie Bildungs- und Beratungseinrichtungen in Baden-Württemberg aufzubauen.

Im Laufe des Projekts sollen der Weiterbildungsbedarf der Beschäftigten (ausführende Mitarbeiter) identifiziert, die inhaltlichen Notwendigkeiten und die Schwerpunkte festgelegt sowie die Ausgestaltung neuer Weiterbildungsmaßnahmen determiniert werden. Das Projekt „BauenMorgen“ bezieht sich sowohl auf die wissenschaftliche, als auch auf die praktische Weiterbildung. Als ein Ergebnis des Projekts soll auch ein „Produkt“ entstehen, welches zum einen Wissenschaftlern hilft den Transfer von Wissen zu ermöglichen und zum anderen den Arbeitnehmer*innen Unterstützung bietet, Inhalte zu vermitteln, die heute und in Zukunft in ihrem Arbeitsbereich relevant sind. Um diese diversen Ziele zu erreichen, wurde ein s.g. „Digital Innovation Board“ er- und bearbeitet. Dafür wurden klassische Produktentwicklungselemente genutzt und mit wissenschaftlichen Elementen ergänzt. Letztere wurden mithilfe von qualitativen Interviews mit Geschäftsführer*innen von Bauunternehmen und standardisierten explorativen Interviews mit Mitarbeiter*innen erhoben.

Bei dieser Arbeit wurden sehr viele Einflussfaktoren auf das Konsumieren, Partizipieren und Anwenden von wissenschaftlichen Erkenntnissen und der Weiterbildung beachtet. Dadurch entsteht ein völlig neues Weiterbildungsprodukt, welches explizit auf die Bedürfnisse der Bauunternehmen und deren Mitarbeiter*innen zugeschnitten ist. Neue Bedarfe werden kontinuierlich erfasst und wird dabei den Gütekriterien der Hochschulforschung gerecht. Das Produkt und das Projekt sollen dabei in wöchentlichen 15-minütigen Lerneinheiten, die Nutzer mit den relevanten Bauthemen versorgen. Dabei werden zudem wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Didaktik, der Psychologie und der Pädagogik einfließen.

Die Weiterbildungsapp (ONE-Hour) – Mock-ups / optische Erklärung. (kein fertiges Design usw.)



Erkenntnisse zur App und USP's

1. Aus den Gesprächen (explorativ und qualitativ) mit Mitarbeitern und GF aus dem Baubereich, ergibt sich die Empfehlung, Inhalte zu übermitteln, von denen u.U. die Betroffenen gar nicht wissen, dass Diese relevant sind. Weiterbildung im Bau finden a. nur im Bedarfsfall statt, b. ist sehr auf Basics konzentriert und c. wird nach Ausbildungsgrad immer weniger. Ferner möchten Bau-Mitarbeiter auch keine langen und komplizierten Fortbildungen. Es gilt das "Lernen" und eine "Prüfungssituation" zu vermeiden.
2. Die Baimitarbeiter wollen neues Wissen und sind interessiert. Dennoch sind viele nicht bereit sich in komplexe Sachgebiete einzuarbeiten, wenn es nicht (sofort) betrieblich nötig ist. Auch die Arbeitgeber sind daran interessiert, dass die Mitarbeiter Wissen aufbauen, auch wenn sie dafür keine zusätzliche Zeit "spendieren".
3. Es wird nicht möglich sein, die Bau-Mitarbeiter in einer hohen Anzahl mit viel Text zu konfrontieren. Weiterbildung darf nur nebenbei auftreten, kurz und verständlich sein und eine Ubiquität haben. Primär Audio und Video sind geeignet, um die Zielgruppe zu treffen.
4. Ein Zertifikat ist wichtig. Besonders denn der Anbieter einen guten Namen hat.
5. Der Aufbau der App muss leicht und intuitiv sein. Es dürfen keinerlei digitale oder technischen Hürden vorherrschen. Ferner darf dadurch kein Ma kontrolliert werden.
6. Das Lernen muss kurzweilig sein. Es gibt kein "Durchfallen" beim Test/Abfragen - die einzelnen Fragen, dürfen so lange beantwortet werden...bis sie richtig sind. Jeder Mitarbeiter muss mitgenommen werden.

USP's (Unique Selling Proposition/ Unique Value Proposition):

1. Die verschiedenen Baimitarbeiter wollen sehen, was in anderen Betrieben passiert. Sie vergleichen sich und wollen wissen, wo die anderen stehen. Deswegen sind möglichst viele Inhalte mit Partnerunternehmen und Praktikern zu produzieren (Video) - dass befriedigt einen Bedarf (und davon gibt es kaum welche). Ferner ist es klug auch viele Einzelpersonen (normale Mitarbeiter) aus den Unternehmen zu integrieren. Zusätzlich: die Unternehmen sind bereit sich zu zeigen und anderen (auch Wettbewerbern) etwas beizubringen - win win.

2. Feedback. Nach jeder Lerneinheit wird der Inhalt bewertet. Nicht ob er gut oder schlecht war/ist, sondern ob noch mehr und tieferes Wissen gewollt wird. Damit können wir a. neue Inhalte produzieren und b. unseren Stakeholdern und Partnerunternehmen sagen, was der Markt und die Mitarbeiter wollen - daraus können neue Angebote entstehen und auch über das Produkt One-h ggf. vertrieben werden.
3. Business Modell (ggf. eine Verstetigung). Das Produkt kostet Geld - jedes Unternehmen muss für seine Mitarbeiter zahlen, dass sie die App/das Programm nutzen können. Aber nicht mit einem festgelegten Betrag/Preis, sondern via "pay what you want". Das bedeutet, dass jedes Unternehmen selbst entscheiden darf, wie viel es für die Leistung zahlen will/kann. Das bringt die Eintrittsbarriere auf fast null - gleichzeitig verschafft dieser Umstand aber Verbindlichkeit, da es kein Gratisprodukt ist. Die Unternehmen werden dennoch mit einem Referenzpreis konfrontiert.

Die App befindet sich momentan in der Entwicklung. Auch die Inhalte und Videos werden derzeit produziert. Erste Testkunden sind bereits gefunden. Der offizielle „Launch“ des Produktes wird im September sein. In der ersten Version wird ein 3 monatiges Programm (12-15 Videos) gestartet (+ Fast-Track).

Die Appvorstellung wird zusätzlich ergänzt mit wissenschaftlichen Weiterbildungs-Erkenntnissen des IBiT der Hochschule Biberach.