



Foto: DEKRA Media GmbH

Tarek Lababidi

Mit Mut von 4.0 zu vierpunkteins

Neue Methoden und Technologien führen in vielen kleinen und mittleren Unternehmen zu Unsicherheit bei den Beschäftigten. Das Projekt vierpunkteins zielt darauf, den Wissenstransfer beim berufsbezogenen digitalen Lernen zu verbessern.

Die Betriebe finden bei maximaler Auslastung kaum qualifiziertes Fachpersonal angesichts der Tatsache, dass das Ausbildungsinteresse bei Jüngeren an sogenannten „blue-collar-Berufen“ stagniert beziehungsweise stetig abnimmt. Wenn in den nächsten Jahren in Deutschland die große Renteneintrittswelle der Baby-Boomer-Generation auf die Firmen zurollt, steht aufgrund der

demografischen Lage eine ernste Krise bevor. Jemand muss die Arbeit verrichten. So schlussfolgern viele Studien unisono: Wer als Unternehmen am Markt längerfristig eine Überlebenschance haben und für Berufseinsteigende attraktiv sein möchte, für den führt kein Weg am Einsatz digitaler Technologie vorbei.

demografischen Lage eine ernste Krise bevor. Jemand muss die Arbeit verrichten. So schlussfolgern viele Studien unisono: Wer als Unternehmen am Markt längerfristig eine Überlebenschance haben und für Berufseinsteigende attraktiv sein möchte, für den führt kein Weg am Einsatz digitaler Technologie vorbei.

vierpunkteins

Das Transfernetzwerk vierpunkteins umfasst zahlreiche Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Partner der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Organisiert wird das Vorhaben durch fünf Verbundpartner: IMBSE GmbH (Koordination und Konzeption), DEKRA Media GmbH (mediendidaktische Expertise), KH Qualifizierungs- und VermittlungsgmbH (Cluster NRW), Unternehmerverband Mecklenburg-Schwerin e. V. (Cluster Mecklenburg Vorpommern), Berufsförderungswerk der Fachgemeinschaft Bau Berlin und Brandenburg gGmbH (Cluster Berlin und Brandenburg)

vierpunkteins wird im Rahmen des Programms DigiNet vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und dem Europäischen Sozialfonds der Europäischen Union gefördert (Projektlaufzeit: 1. Oktober 2017 bis 30. September 2021). Die bundesweite Koordination liegt bei dem DLR Projektträger.

Weitere Informationen: www.vierpunkteins.net

Know-how fehlt

Laut einer Studie von Bitkom Research (2017) wurde in jedem dritten Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitenden ein Change-management zum digitalen Wandel installiert, für digitale Innovationen ist in 86 Prozent der Fälle die IT-Abteilung verantwortlich. Durchschnittlich 4,6 Prozent ihres Gesamtumsatzes investieren größere Unternehmen und Konzerne in die digitale Transformation. Doch wie sieht es in den kleineren Betrieben aus, wo vergleichbare

Abbildung: Fact-Sheet zur Digitalisierung in der Aus- und Weiterbildung Standortbestimmung 2018

75 Interviews mit Expertinnen und Experten

57 Unternehmen • 9 Berufsschulen • 9 Ausbildungszentren
in Mecklenburg-Vorpommern, Berlin und Brandenburg, Nordrhein-Westfalen

76%

unverzichtbar für Kundenkommunikation und bereits heute hoher Wettbewerbsfaktor

80%

sehen Datensicherung als größte Herausforderung mit Sorgen vor Datenverlust und vor neuen Datenschutzbestimmungen.

Digitalisierung

ist Chefsache, auch wenn ihre Mitarbeiter/-innen kompetenter sind (NRW).

Für KMU attraktive Formate

- Inhouse-Schulungen
- Webinare & Erklärfilme
- Beratung im Betrieb
- Ein-Tagesseminare
- Produktschulungen

25%

nutzen externe Dienstleister.

27%

des Personals sind gut vorbereitet.

73%

formulieren Qualifikationsbedarf.

Solides Grundwissen und Fertigkeiten der Azubis attestieren die Berufsschullehrer aus MV.

Keine Agenda für Digitalisierung

haben 3 von 4 Berufsschulen.

Durchschnittliche Weiterbildungskosten

400 € je Mitarbeiter/-in pro Jahr in NRW

68%

fühlen sich durch Land und Bund schlecht informiert.

Mehr als die Hälfte

der befragten Betriebe nutzen Erklärfilme.

Einsatz von Smartphone & Tablet ist heute Standard in Betrieben.

Ausbildungsverantwortliche

sind keine Digital Natives und haben höheren Fortbildungsbedarf als Azubis.

Quelle: vierpunkteins.net

IT- oder Overhead-Abteilungen gar nicht existieren?

Das Innovationshemmnis Nummer eins in deutschen Unternehmen resultiert aus dem fehlenden Know-how der Mitarbeitenden, zu diesem Schluss kommt 2017 eine Umfrage des Instituts für Mittelstandsforschung. Dass in die Qualifizierung des eigenen Personals investiert werden muss, erklären auch 73 Prozent der Befragten in einer Bestandsaufnahme aus dem Verbundprojekt vierpunkteins im Programm DigiNet des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF).

Das Projektziel von vierpunkteins besteht darin, den Wissenstransfer im Themenfeld des digitalen Lernens in der beruflichen

Aus- und Weiterbildung beziehungsweise Qualifizierung zu verbessern. Die Adressaten der Pilotangebote sind vor allem klein- und mittelständische Unternehmen aus der Wertschöpfungskette Bau, die das digitale Know-how ihrer Mitarbeitenden stärken möchten.

Mithilfe strategischer Lernortkooperationen sollen auf diesem Weg drei regionale Transferstellen entwickelt werden, die den Aufbau von Digitalisierungskompetenz schrittweise ermöglichen. Ein besonderes Merkmal liegt hierbei in der Chance, dass Jung und Alt voneinander lernen und in diesem Kontext damit die Umdeutung des Expertenstatus das Betriebsklima positiv beeinflussen kann.

Mit welchen Schritten bewegt sich das Projekt vierpunkteins auf seine Zielsetzungen zu? Welche drei Thesen ergeben sich aus der Beobachtung der betrieblichen Lernpraxis im Rahmen der Bestandsaufnahme zur Digitalisierung im beruflichen Lernen?

Schritt 1: zuhören

In ihren drei vierpunkteins-Regionalclustern führen die Projektpartner in Mecklenburg-Vorpommern, Berlin-Brandenburg und Nordrhein-Westfalen zunächst Anfang 2018 zahlreiche Interviews durch, um Unternehmen und schulischen Berufsbildungsakteuren zuzuhören und eine Bestandsaufnahme zum beruflichen Lernen mit digitalen Medien vorzunehmen (s. Abbil-



Foto: DEKRA Media GmbH

Impressionen von der vierpunkteins-Lernstatt in Berlin

dung). Regionale Bedarfe zu formulieren und daraus passende Pilotfortbildungen zu konzipieren, will Arbeitspaket 1. Die Aussagen der Betriebe sind vielschichtig und nicht frei von Widersprüchen.

- Erste These: Digitale Technologie ist längst im Einsatz und unverzichtbar für die Kundenkommunikation! – Die Digitalisierung im Kontext von Arbeits- und Ausbildungsprozessen ist längst im betrieblichen Alltag angekommen, mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen nutzen Erklärfilme. Smartphones und Tablets sind täglich im Einsatz, Anlagenmechaniker für Sanitär-, Heizung- und Klimatechnik verwenden zahlreiche Apps, etwa für die technische Wartung und das Messen. 80 Prozent aller befragten Unternehmen befassen sich intensiv mit den neuen Datenschutz-Herausforderungen und immerhin drei von vier betrachten die Digitalisierung schon heute als unverzichtbar für die Kundenkommunikation.
- Zweite These: Digitalisierung ist Chefsache! – Ein zentrales Anliegen der Befragten aus gewerblich-technischen Dienstleistungsbranchen ist die erfolgreiche Rekrutierung junger Leute mit Ausbildungsinteresse oder Berufsabschluss. Es fallen Schlagwörter wie soziale Medien, Facebook und Youtube. Ansichten darüber, „wie Jugendliche heute so sind“, sowie Enttäuschungen und Kritik wer-

den ausgesprochen. Doch auf die Idee, Digitalisierungsthemen in die Hände der jüngeren Angestellten zu geben, um glaubwürdiger und ohne enormen Altersunterschied auf den passenden Jugendkanälen zu kommunizieren, kommen bisher die wenigsten. Die Themen in Hinblick auf Weiterbildung, Personalgewinnung, Organisationsentwicklung und Öffentlichkeitsarbeit werden zentral durch die Unternehmensleitung gesteuert.

- Dritte These: Fortbildung darf etwas kosten, bloß eine digitale Agenda fehlt! – Bei der Frage nach dem konkreten Qualifizierungsbedarf für das eigene Personal wird es mitunter diffus. Den Geschäftsführungen fällt es schwer, die Anforderungen an die Weiterbildungen überhaupt zu formulieren, obschon sie jährlich mindestens 400 Euro je Mitarbeitenden bereitstellen möchten. Häufig heißt es in den Interviews sehr allgemein: „Unsere Mitarbeiter benötigen EDV-Kenntnisse“. Kein Wunder, nicht nur Dreiviertel der Betriebe haben bislang keine digitale Agenda, auch allgemein- und berufsbildende Schulen sowie Bildungsanbieter agieren zurzeit noch fernab einer einheitlichen Strategie und eines Kompetenzverständnisses. Beklagt werden von allen Seiten infrastrukturelle Defizite (Breitbandsituation) und man fühle sich vom Bund schlecht

beraten. Dabei sind Informationen über verschiedene bundes- und landesweite Förderprogramme tatsächlich nur wenige Mausclicks entfernt.

Schritt 2: Test

Acht Monate nach Projektstart, einer ausführlichen Bestandsaufnahme, interner Fortbildungen und neben dem Aufbau vieler regionaler Partnerschaften startet die erste Phase der Transferprozesse. Im Anschluss an drei Regionalveranstaltungen wird in Berlin eine mehrtägige Lernstatt mit neuen Trends und Beispielen guter Praxis für 120 Fachleute organisiert und durchgeführt. Die Konferenz im Forum des Verbandes kommunaler Unternehmen (VKU) fokussiert Themen zum digitalen Lernen in Ausbildungskontexten und fördert mit zahlreichen Workshops den persönlichen Austausch.

Pilotkonzepte

Der Austausch zwischen den beteiligten Regionalpartnern erweist sich als Horizonterweiterung mit Blick auf Ideen, Methoden und Anwendungen. Aus den ersten Erfahrungen mit den Service-Formaten entstehen eine Reihe von Pilotkonzepten, die im Laufe des Projekts nach dem „Look-and-Learn-Prinzip“ weiter angepasst werden. Nachfolgend einige Beispiele:

d.a.v.i.t.: Mit dem d.a.v.i.t (digital audio visuell introduction toolkit) steht ein Koffer als mobiles Produktionsstudio zur Verfügung. Auszubildende sind nach einer eintägigen Schulung in der Lage eigenständig Filmbeiträge zu produzieren. Ausgestattet mit Raum-Mikrofon und Actioncam, einem Notebook mit open source Software für Audio- und Videoschnittbearbeitung, Datenschutzerklärung sowie lizenzfreien mp3-Titeln.

Jan Kutscha und Michael Trommen vom Bildungszentrum Handwerk in Duisburg organisieren das vierpunkteins-Geschehen im Regionalcluster NRW und freuen sich über die bisher große Resonanz: „In den d.a.v.i.t.-Schulungen zeigen die Auszubildende Spaß an der Sache, sie erweitern ihre Medien-Skills allein durch das erforderliche Dateimanagement und das Story-Board, sie üben das Aufnehmen und den digitalen Schnitt

und sind schließlich in der Lage, einen kleinen authentischen Imagefilm oder ein Erklärvideo über ihren Ausbildungsplatz zu produzieren“, erklärt Michael Trommen, der das mediendidaktische Konzept entwickelt hat.

Jan Kutscha zieht als Regional Koordinator weitere Fäden und ergänzt: „Aufgrund der großen Nachfrage sind wir inzwischen mit der d.a.v.i.t.-Idee viel unterwegs. Nicht nur Handwerksbetriebe haben Interesse, auch die IHK Köln bucht uns für Workshops.“ Der Nutzen für die Betriebe und jungen Erwachsenen ist erkennbar. Eine wichtige Voraussetzung für den weiteren Erfolg von d.a.v.i.t. sieht Michael Trommen darin, dass die Arbeitgeber ihren Azubis ein Zeitfenster für die kleinen Medienproduktionen einräumen.

Unternehmen stärken auf diesem Weg die Identifikation ihrer Nachwuchskräfte mit dem Berufsbild, aber können mithilfe der selbstgemachten Kurzfilme auch etwas für das eigene Azubi-Recruiting tun. Gerade wenn junge Leute ihre Filmbeiträge mit Freunden in sozialen Medien teilen, erhöhe dies die Aufmerksamkeit. „Damit das Konzept nachhaltig wird, planen wir, vermehrt Tandems aus Ausbildern und Azubis in die Schulungen einzubeziehen und Multiplikatoren fortzubilden,“ erklärt Jan Kutscha und wagt einen Blick in die Zukunft: „Unser Traum wäre es, wenn die d.a.v.i.t.-Schulung zu einem Regelmodul im Rahmen der überbetrieblichen Ausbildung werden würde.“ Erste Gespräche dazu sind mit der Handwerkskammer Dortmund bereits im Gange. Mit Blick auf den überregionalen Transfer planen auch die vierpunkteins-Verbundpartner aus Berlin-Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern den Einsatz des mobilen Produktionsstudios.

Digitales Berichtsheft (s. Beitrag S. 22): Das Regionalcluster Berlin-Brandenburg entwickelt in Kooperation mit dem IMBSE Beratungsworkshops zur Nutzung digitaler Berichtshefte. Interessierte Unternehmen erhalten einen Überblick zu verschiedenen Lösungen mit vielen Tipps und einer Checkliste. Judith Merhout vom Berufsförderungswerk der Fachgemeinschaft Bau Berlin und Brandenburg

begleitet zwei Auszubildende und ihre Ausbildungsverantwortlichen schrittweise beim Umstellungsprozess von der Papierform in das Onlineformat und lotet dabei die Akzeptanz und Veränderungsbereitschaft aus.

Betriebliche Medienmanager:

Ein weiteres Pilotkonzept vom Projekt vierpunkteins stammt aus Schwerin vom Unternehmerverband Norddeutschland Mecklenburg-Schwerin. Nach einem Ausbildertrainingscamp für 30 Akteure mit Workshops zu digitalen Möglichkeiten in Aus- und Weiterbildung konzipieren Anja Kirchner und Julia Jenzen ein Fortbildungsprogramm für Auszubildende und Auszubildende bestehend aus fünf Modulen in Selbstlern- und Präsenzphasen im Umfang von 34 Unterrichtseinheiten. Betriebliche Medienmanager/-innen erledigen anfallende Aufgaben im Unternehmen im Zusammenhang mit digitalen Medien und sind Ansprechpersonen für die Kolleginnen und Kollegen:

- Sie informieren, führen ein und begleiten andere beim Einsatz von Lernmedien und Apps.
- Sie erkennen Gefahren der Mediennutzung und können diese vermeiden.
- Sie wissen, wie man social media mit Themen der Berufsausbildung sinnvoll verbindet.
- Sie verfügen über erste Erfahrungen in der Produktion von Erklärvideos.

Die Fortbildung wird im Jahr 2019 erstmalig in Schwerin erprobt und Interessierten angeboten.

Weitere Pilotkonzepte und Serviceangebote aus vierpunkteins im Überblick (Stand Januar 2019):

ART – Augmented Reality Technician: Mitarbeitende im Außendienst haben die Möglichkeit, per Livestream Unterstützung zu erhalten und beispielsweise Gegenstände in Montagesituationen zu markieren. Dazu reichen internetfähige Smartphones.

Easy Documents: Das kosten- und werbefreie Onlineprogramm unterstützt Betriebe bei der Generierung von Arbeitszeugnissen und Arbeitsverträgen.

Corporate Designer: Mithilfe von künstlicher Intelligenz und sehr geringem finanziellen Einsatz organisieren Unternehmen ihr eigenes komplettes Design für eine



Foto: vierpunkteins NRW

Ein Koffer geht auf Reisen: d.a.v.i.t. ist ein mobiles Produktionsstudio.

professionelle Außendarstellung, Firmenlogo, Briefpapier, Visitenkarten, Flyer und Poster erscheinen beim Corporate Design wie aus einer Hand.

Junge Leute an Bord nehmen: ein Seminar zur gelingenden Ausbilder-Azubikommunikation, mit Onboarding-Strategien und Möglichkeiten der Online-Berichtsheftführung als Tool zur Ausbildungsplanung.

Schritt 3: Transfer

Aus den Erfahrungen der Pilotfortbildungen und Serviceangeboten sollen im weiteren Projektverlauf regionale Transferstellen entstehen. Die Aufgabe der Projektteams in Zusammenarbeit mit regional Unterstützenden besteht darin, einer solchen Servicestelle ein Profil zu geben. Dazu werden regionalspezifische Anforderungs- und Qualitätsmerkmale definiert und Handlungsempfehlungen formuliert. Es werden Interessenslagen und Vernetzungsmöglichkeiten geprüft, um ein tragfähiges Geschäftsmodell einer Transferstelle ins Auge zu fassen.

Bis dahin ist es noch ein weiter Weg für die Projektpartner. Die Öffnung von Unternehmen und Entwicklung einer positiven wie mutigen Grundhaltung zum digitalen Wandel ist die vornehmliche Aufgabe für die Mitarbeitenden im Verbundprojekt vierpunkteins. ■

Der Autor



Tarek Lababidi
Projektleiter Transfer-
netzwerk vierpunkt-
eins
IMBSE GmbH, Krefeld
lababidi
@imbse-gmbh.de