Transkript

[00:00] Tana Sehorst (VVV): Hallo und herzlich willkommen zum Story Club von Wer wie was? Heute mit einem Gast, den ich euch gleich vorstelle. Es geht um das Thema Lernmodelle und ob es sich dabei nicht doch viel eher um die Lernmythen handelt. Wie viel also an diesen Lernmodellen dran ist, das werden wir heute mit Johannes Cruyff genauer besprechen. Ich freue mich sehr, dass du heute dabei bist, Johannes, und so viel, ja ich sag mal, Input und Mythen und Zweifel und Debunking sozusagen mit im Gepäck hast. Wir haben ja full Disclosure, wir haben ja dieses Webinar schon live abgehalten, haben uns da aber gegen eine Aufzeichnung entschieden, einerseits aus Datenschutzgründen, andererseits weil wir immer versuchen, sehr viele Fragen aus dem Chat mit einzubinden, die Leute irgendwie zwischendurch Fragen stellen. Das wäre dann vielleicht ein bisschen chaotisch geworden, wenn wir dann die Kameras nicht gesehen hätten und ähnliches. Deswegen haben wir gesagt, Johannes, mit dir kann man ewig über das Thema Lernen sprechen und auch über die Lernmodelle. Wir setzen uns einfach noch mal zusammen und plaudern noch mal über die Inhalte und für euch jetzt, die die Aufzeichnung anschauen, haben wir so ein bisschen die Nacherzählung auch mit, denn es gab so die eine oder andere Umfrage, die wir im Webinar gestellt haben und da lassen wir euch einfach an den Ergebnissen teilhaben. Insofern viel Spaß mit dieser Aufzeichnung und ich freue mich jetzt schon wieder auf das Gespräch. Lieber Johannes, herzlich willkommen beim Story Club. The stage is yours. Wärst du denn so lieb und würdest dich auch vielleicht ganz kurz für alle, die dich noch nicht kennen, vorstellen?

[01:33] Johannes Cruyff (JMC): Gern, kann ich machen. Also mein Name ist Johannes Cruyff, ich bin momentan jetzt der Gründer von JM Cruyff Learning Consultant, freier Learning Consultant seit Februar diesen Jahres. Erst Vorher war ich über 20 Jahre lang bei der Unternehmensberatung Accenture, habe dort global das Offering Learning Solutions Services geleitet und danach knapp zehn Jahre hier in Österreich der Geschäftsführer der Sparkassenakademie. Das heißt, was mich ausmacht, ich komme von beiden Seiten, von der Beratungsseite und von der Anwenderseite und das finde ich immer besonders spannend. Ja, und was mir in dieser Zeit immer wieder begegnet ist, ist, dass es irgendwelche Modelle gibt, die in Corporate Learning eingebracht werden oder eingebracht werden sollen, die aber manchmal ein bisschen davon ablenken, worum es eigentlich wirklich im Corporate Learning geht. Es geht eigentlich darum, dass die Leute besser werden, am besten natürlich so effizient wie möglich. Und heute habe ich mal die drei Modelle mitgebracht, denen man draußen ganz besonders oft begegnet und die wollen wir uns mal dann anschauen mit den zwei Was ist an diesen Modellen eigentlich wissenschaftlich dran? Woher kommen sie? Und das zweite Was ist aus pragmatischer Sicht dann dran? Und die drei Modelle 70, 20, 10, vielleicht schon viele gehört 70 Prozent des Lernens passiert on the job, 20 Prozent informell durch den Vorgesetzten und 10 Prozent in den formalen Trainings wie Klassenraum oder E Learning. Dann die Vergessenskurve, die im Prinzip sagt, nach einem Tag habe ich eigentlich fast alles vergessen und ich brauche Refresher, damit es überhaupt hängen bleibt. Das dritte ist so eine Mixtur aus verschiedenen Dingen. Kommt die Aufmerksamkeitsspanne mit rein, sprechen wir Microlearning, Video Learning, Netflix des Learnings und so weiter Und etwas, was auch ganz toll en vogue ist und wo sehr viel Geld rein investiert wird. Ja, dazu haben wir dann auch gleich unsere erste Umfrage gemacht Und Tana, vielleicht erzählst du ein bisschen davon.

[04:02] Tana Sehorst (VVV): Genau, also wir hatten glaube ich zu dem Zeitpunkt, das war ja noch relativ am Anfang vom Webinar, da hatten wir so 35 Teilnehmer innen, also ist die Frage, wie repräsentativ dann unsere Studienergebnisse sozusagen von dieser Umfrage sind. Aber wir

haben die Teilnehmer innen gefragt nach der kurzen Einleitung von Johannes über diese drei Modelle sozusagen, wie sie das eigentlich in ihrer Praxis sehen. Also einerseits gab es die Antwortmöglichkeit, ich kenne dieses Modell gar nicht und auf der anderen Seite der Skala sozusagen war die Antwortmöglichkeit gegeben für jedes der Modelle, dass es super relevant für die Leute ist, also dass die das auch wirklich als Basisgrundsatz eigentlich in ihrer täglichen Praxis, wenn es ums Thema Lernen gehen, einsetzen. Wie war es mit den Ergebnissen? Johannes hat es dich überrascht?

[04:55] Johannes Cruyff (JMC): Also es gab zwar ein, zwei Leute, die das eine oder andere Modell gar nicht kannten, aber bei den meisten war es doch relevant bis sehr wichtig, so als die Basis unseres Lernens. Das war auch ein bisschen, also die Ränder, die Extrema waren nicht so da, aber sie sind schon weitestgehend auch wirklich in der Praxis bekannt und werden als sehr wichtig angesehen.

[05:17] Tana Sehorst (VVV): Ja, und da bin ich jetzt natürlich schon gespannt, beziehungsweise Ich weiß die Auflösung schon, aber ich glaube, da gab es viele Ohos und Ahs auch im Webinar. Von den Leuten immer wieder im Chat zwischendurch, weil eben einige sich doch, also ja, diese drei Modelle, die sind schon sehr stark irgendwie ins Hirn der Leute reingewandert und das, das findet ganz viel Einsatz und genau, gab viele Aha Momente. Deswegen würde ich sagen, schauen wir doch direkt mal rein, oder?

[05:46] Johannes Cruyff (JMC): Genau, gehen wir mal rein, Gehen wir mal in das 70 2010 rein und es ist gegen Modelle nichts zu sagen, weil sie geben einem ja eine guidance dafür. Also 70, 20, 10 noch mal ganz konkret, was sagt es? Es sagt 70 Prozent und was sagt es wirklich, weil das wird manchmal missverstanden. 70 Prozent lernt man on the job aus der Bewältigung von richtig schwierigen, toughen Jobs. Also nicht einfach nur ich lerne on the job und habe mir dort irgendwas daneben geschrieben, sondern aus diesen tough Jobs, wirklich aus dem Job selber. 20 Prozent lernt man von den Kollegen, meistens von dem Boss. Das heißt, der Supervisor bringt einem etwas bei und daraus lernt man um zehn Prozent nur lernt man durch das klassische formelle Lernen, Seminare, Bücher, E-Learning, CBTs, Videos, alles Mögliche in diese Richtung, was einem halt wo gesagt so jetzt setzt du dich hin und lernst bitte mal, was daraus viele interpretieren. Und darum geht es auch. Ich sollte eigentlich nicht mehr richtig in dieses formelle Lernen investieren, sondern vor allen dingen in dieses 70 oder 20 weil es hat ja einen größeren Einfluss. Und da würde ich erst mal sagen, lass uns erstmal einen Schritt zurück machen, denn woher kommt denn dieses Modell eigentlich? Welche Forschung steckt dahinter? Und dazu muss man sagen, es ist noch relativ jung, also gerade erst mal so 30 40 Jahre her und es kommt genau aus einer aktivität. Es wurden 200 erfolgreiche Manager, 200 erfolgreichen Managern wurde eine Frage gestellt und die Frage Was waren die drei Key Events in deiner Karriere, in denen du was ganz Wesentliches für deine Arbeit gelernt hast? Das war der Ausgangspunkt. 200 Leute, eine Frage und auch nur eine Zielgruppe, nämlich die erfolgreichen Manager. Und die Frage war nicht, was glaubst du, was auch subjektiv wäre, wo du am meisten lernst, sondern was waren die drei Key Events, wo du am meisten gelernt hast? Und das ist jetzt, wenn man sich mal drüber nachdenkt nicht gerade verwunderlich, dass wenn man mal richtig auf die Nase gefallen ist in einem richtig toughen Job und sich dann wieder aufgerappelt hat, dass man da viel von gelernt hat. Aber sagt das wirklich etwas aus, ob das die beste Investition in Lernen ist und ob man aus diesen anderen Dingen nichts lernt, Das ist schon mal sehr, sehr fraglich, weil es fragt nur nach diesen drei Key Events und es fragt auch, was sind die Kosten dieses Lernens, weil dieses gibt mir einen tough Job und ich lerne daraus. Ist nicht unbedingt besonders praktikabel, aber man das bleibt natürlich besonders gut in Erinnerung, weil es sehr schmerzhaft war.

[08:53] Tana Sehorst (VVV): Auch hinzufügen. Ich glaube, das Keyword ist hier speziell Erinnerung, wenn man die Leute sozusagen so ein bisschen on the spot stehen hat und irgendwie sagt, okay, die drei wichtigsten Key Events, wo du das meiste gelernt hast, okay, da musste man irgendwie schnell irgendwie was raushauen. Und du nimmst natürlich auch die Dinge, die du on the top of your mind hast, gar nicht im Sinne von wie viel habe ich gelernt, sondern woran kann ich mich erinnern, was war vielleicht ein einschneidendes Erlebnis auch oder ein großes Projekt, wo ich irgendwie. Also solche Dinge bleiben natürlich ganz klassisch irgendwie eher so bildhaft emotional in Erinnerung, als da habe ich mal ein gutes Buch gelesen und habe mir genau dieses Mindset dann irgendwie daraus geschaffen oder so.

[09:39] Johannes Cruyff (JMC): Genau. Nein, absolut. Dann kommt noch hinzu, als kleiner Wenn man überlegt, wie viel Zeit verbringt man eigentlich mit was Man verbringt eigentlich 70 Prozent ungefähr seiner Zeit wirklich mit der Arbeit, bei der Arbeit, 20 Prozent wahrscheinlich mit Konversationen mit Kollegen und Boss und 10 Prozent wirklich nur im formellen Lernen. Deswegen, selbst dann wäre es nicht verwunderlich, dieses Modell. Aber das Modell sagt überhaupt nichts darüber aus, wie ich lerne, sondern es ist nur eine Befragung von erfolgreichen Managers. Denkt mal drüber nach, wo hast du mal wirklich was gelernt? Okay, die großen Lernpunkte und dem kann man sagen, Conclusio, das ist nicht unbedingt wissenschaftlich fundiert und die Aussagen aus dieser Umfrage werden klar überinterpretiert, wenn man und wir haben jetzt verstanden, wie die Leute lernen draußen. Nein, das sagt das Modell eigentlich, das sagt die Forschung, dass dieses Modell nicht ja so Und wir gucken nachher mal an, was da noch pragmatisch dahinter steht, weil natürlich ist da schon was dabei. Aber bevor wir mit dem nächsten Modell starten, haben wir dann unseren Teilnehmern noch eine weitere Frage gestellt.

[10:52] Tana Sehorst (VVV): Ganz genau. Eine Frage, die natürlich erstmal wahnsinnig polarisierend wirkt möglicherweise, aber da steckt ein bisschen was anderes dahinter. Wir haben den Teilnehmerinnen im Event genau im Webinar eine Quizfrage gestellt, auch mit Antwortmöglichkeiten, und zwar, in welchem der Evangelien kommt denn die Heiligen Drei Könige vor? Und ich glaube, es gab vier Antwortmöglichkeiten und da wurden verschiedene Evangelien zur Auswahl gestellt.

[11:23] Johannes Cruyff (JMC): Es gibt ja nur vier Evangelien und deswegen hat man Johannes, Lukas, Markus und Matthäus.

[11:28] Tana Sehorst (VVV): Siehst du, da weißt du schon mehr

[11:29] Johannes Cruyff (JMC): als ich als Pfarrer Sohn muss ich das wissen. Ja, nein, aber die Frage ist natürlich ein bisschen verwunderlich. Aber worum es einfach geht, weil ich gebe mal da gleich die Antwort vorweg. Die Antwort war es in keinem, weil die Heiligen Drei Könige, und wir hatten das ja gerade Anfang des Jahres, deswegen passt das noch, die werden nie erwähnt als Heilige Drei Könige, sondern es waren Weisen aus dem Morgenland. Es wurde weniger von Königen gesprochen, noch wurde von dreien erzählt. Also eine Anzahl wurde überhaupt nicht erwähnt. Das kam alles erst viel später und das hat sich dann sehr verselbstständigt. Aber in den Köpfen der meisten Leute ist wahrscheinlich drin. Und deswegen stelle ich die, wenn man hier diese Frage beantwortet und pickt sich einen raus und dann hört, ups, der kommt in keinem vor, dann wird man das nie wieder vergessen. Wenn ich diese Frage Ihnen in fünf Jahren wieder stelle, werden sie sie richtig beantworten können, weil sie das jetzt einmal durch eine einzelne Frage gelernt haben. Und warum habe ich das gefragt? Einfach, weil das dem, dem Modell der Vergessenskurve von Hermann Ebbinghaus absolut widerspricht. Weil die sagt

nämlich, wenn ich etwas lerne, habe ich nach einem Tag davon 66 Prozent vergessen, weiß nur noch 34 Prozent und nach einer Woche weiß ich nur noch 20 Prozent. Und nur Refresher oder andere Techniken helfen mir, das zu festigen. Und das ist halt einfach in der Art und Weise nicht allgemein wahr, wie man in diesem Beispiel sieht. Und wenn ihr darüber nachdenkt, werdet ihr mit Sicherheit viele Sachen aus eurer Vergangenheit euch daran erinnern, wo ihr keine Refreshe hattet, aber die euch immer noch erinnert. Und deswegen gehen wir auch hier noch mal zurück in die Forschung. Woher kommt das? Und zwar ist es älter von 185, da hat der deutsche Psychologe Hermann Ebbinghausen eine Studie zum Gedächtnis abgeschlossen. Also Punkt 1, wobei das ist nicht das Hauptrelevante. Es gab nur einen Probanden, ihn selber, das war ein Selbstversuch, aber es wurde von vielen hinterher noch mal bestätigt. Also das ist schon ein valides Experiment gewesen. Aber was hat er gemacht? Er hat sinnlose Silben auswendig zu versuchen zu lernen. Also was wie wit, zoff, nack, klack, meistens so drei Buchstaben sind. Und die hat er versucht zu memorieren und hat dann sich wieder getestet, was weiß ich denn davon? Nach Stunde, nach einem Tag, nach einer Woche und hat dann auch getestet, was hilft es denn, wenn ich das immer wieder lerne, also Refresher. Und aus dem kam diese Vergessenskurve heraus und die ist auch valides. Ein wesentlicher Beitrag für die Gedächtnisforschung. Aber sagt es wirklich etwas aus für den Kontext des betrieblichen Lernens? Denn im betrieblichen Lernen geht es ja gerade nicht darum, sinnlose Silben zu lernen. Das ist ja subjektiv vollkommen unrelevantes Wissen. Da habe ich überhaupt keinen Kontext dazu und es interessiert mich eigentlich auch nicht, das zu lernen. Und in der Aus und Weiterbildung geht es eigentlich auch um, sollte es um Sachen gehen, die mich interessieren, die relevant sind und bei denen ich ein tieferes Verständnis erreichen möchte und wirklich unrelevante Sachen ist vielleicht sogar gut, dass man sie sehr schnell wieder vergisst. So funktioniert ja das Hören nicht wichtig, raus damit. Und um was zu merken, braucht es neben Refreshern, die auch helfen, Relevanz Inhalte, die wirklich gut sind, Simulation oder Storytelling zum Beispiel wieder eines eurer Lieblingsthemen, die helfen, etwas auch jenseits von der Vergessenskurve zu merken. Also die Vergessenskurve ist zwar halbwegs fundiert oder ist fundiert, aber sie wird hier auch wieder im betrieblichen Kontext oft wahnsinnig überinterpretiert. Und das ist etwas, was man nie vergessen sollte. Und wir gucken nachher, was es dann, wo es dann trotzdem wieder relevant ist. Ja, bevor wir jetzt zu dem nächsten Thema, das mit Aufmerksamkeitsspanne kommen, also Tanas Lieblingsthema, habe ich dann eine Frage an alle gestellt und die stelle ich auch euch jetzt hier, die ihr das hört ohne Survey, denn die Frage habt ihr schon mal beobachtet, dass ein Kind oder Jugendlicher oder auch Erwachsener stundenlang voll fokussiert in einem beispielsweise Online Game ist oder Lego baut oder sonst was und zwar so fokussiert, da könnte sogar eine Bombe daneben einschlagen, stundenlang voll drauf und kann ja eigentlich gar nicht sein, Denn Microsoft hat 2015 eine Studie veröffentlicht, der Link dazu ist auch unten hier auf diesem Bildschirm abgebildet, dass die Aufmerksamkeitsspanne eines Menschen mittlerweile nur noch 8 Sekunden beträgt und kürzer als ein Goldfisch ist aufgrund der ganzen Social Media und so weiter, die es damals schon wohl gab 2015 und das hat totale Wellen geschlagen. Also Times Magazine hat dazu darüber berichtet, die der Independent, New York Times und sogar die NBA, also die Basketballer in den USA haben erwogen ihre Spielzeit zu verkürzen aufgrund dieser Studie, weil nach dem Motto wenn die sich nicht so lange konzentrieren können, dann müssen wir es vielleicht alles kürzer machen.

[17:29] Tana Sehorst (VVV): Basketballspiel in 8 Sekunden wird spannend in

[17:32] Johannes Cruyff (JMC): 8 Sekunden, das haben sie nicht, aber wir müssen es halt kürzer. Vielleicht sollten wir die Halbzeiten fünf Minuten machen, dafür mehr Halbzeiten und noch mehr Werbepausen. Keine Ahnung. Wenn man dann aber hier nachforscht, findet man

sehr schnell raus, dass Microsoft einem Fake Forschungsinstitut aufgesessen war. Die haben also diese Studie von jemandem gekauft, der sie erfunden hat und also ist die Conclusion schon mal vorwegzunehmen, Fake, falsch, Unsinn. Und der Funfact dabei ist, dass Goldfische in der Gedächtnisforschung eigentlich ein Paradeforschungsobjekt sind für das Lernen bei Tieren, weil sie eigentlich ein sehr gutes Gedächtnis haben. Aber das ist jetzt mal nicht so das Relevante. Aber warum habe ich das dann hier mit aufgenommen, obwohl es auch gar nicht ein ganzes Learning Modell ist, weil dieses immer kürzer werden, weil die Leute sich nicht lange konzentrieren können. Das spielt in einen Trend rein, der im Learning sehr dominant ist, nämlich Learning muss kurz sein, Learning muss super sexy sein, Learning muss total niederschwellig sein und Beispiele hierfür sind zum Beispiel das Microlearning oder Bytes Learning, also Lernhäppchen von 30 Sekunden bis ein, zwei, drei Minuten oder auch dem Lasst uns doch nur noch mit Video lernen, dem Ruf nach dem Netflix des Learnings, wo wirklich signifikante Investitionen passieren. Und das sind so die Auswirkungen unter anderem dieser Studie und das ist dann oft sehr fatal, wenn man weiß, dass das eigentlich auf etwas beruht, was sich irgendjemand mal ausgedacht hat.

[19:17] Tana Sehorst (VVV): Also da im Webinar und jetzt auch jetzt auch, wo ich es ein zweites Mal höre, da lege ich mir schon meine Aber Argumente privat, aber wir machen das ja hier der Reihe nach zum Thema Aufmerksamkeitsspanne und Goldfisch und so weiter, den muss ich nachher retten. Da habe ich dann auch noch so ein bisschen was dazu sagst, aber gehen wir es der Reihe nach durch. Also wir hatten jetzt unsere drei Lernmodelle, du hast erklärt, woher die denn kommen und hast irgendwie gezeigt, dass sie eigentlich alle, also gut, die Studie ist überhaupt von einem Fake-Forschungsinstitut bei der Vergessenskurve. Ja ein Proband und völlig irrelevant, unrelevante Silben aneinandergereiht. Die Frage, ob das jetzt fürs betriebliche Lernen so relevant ist und bei 70 2010 halt auch so ein bisschen in Frage gestellt, ob die Studie oder quasi wie befragt wurde, ob das überhaupt quasi auch eine relevante Richtung vorgibt, dann fürs betriebliche Lernen. Jetzt ist die Frage, jetzt hast du die quasi alle so ein bisschen diskreditiert bis zum Wie ist es denn jetzt aber in der Praxis? Also wir bei Wer wie was erstellen ja auch E Learning Kurse, ganz viel Medien und Content zum Thema. Also für den betrieblichen Lernkontext. Würdest du uns jetzt raten, zum Beispiel 70 20, 10, ja, das können sie mal gleich über Bord werfen, da ist jetzt nichts dran oder wie soll man damit in der Praxis umgehen?

[20:56] Johannes Cruyff (JMC): Also du hast vollkommen recht. Also es gibt ja auch einen Grund, warum die sich so hartnäckig halten, nämlich der, dass da schon in der Praxis ein wahrer Kern mit dran ist. Nicht unbedingt aufgrund der Forschung, weil die, wie gesagt, meistens ein bisschen was anderes aussagt. Und diese ganzen, gerade bei 70 20, 10, diese ganzzahligen Prozentwerte, da sträuben sich immer die Nackenhaare von allen echten Forschern nach dem Motto, warum gerade 70, warum nicht 69? Aber sie halten sich deswegen hartnäckig, weil sie intuitiv an vielen Stellen was dran ist und weil da auch, wie gesagt, ein wahrer Kern ist. Und außerdem muss man sagen, wir sprechen hier von Menschen, Wir sprechen hier nicht von dem Bereich, aus dem ich auch mal ursprünglich kam, der Physik, wo man alles ganz genau messen kann, sondern Da geht es oft auch um good enough. Der Mensch ist halt komplex und man kann auch für alles, was man findet in der in solchen Studien auch immer wieder Gegenbeispiele finden. Es geht darum, was hilft jetzt wirklich? Und dabei lass uns doch mal durchgehen, was man sich denn von 70, 20 Themen mitnehmen könnte. Denn das 70 ist, und ich bleibe jetzt mal dabei, Ich glaube, das hat man sich Vielleicht gemerkt, das 70 als das Learning on the Job von toughen Jobs ist schon sehr, sehr mächtig. Gar keine Frage. Also wenn ich und das sollte ich auch berücksichtigen, weil ja, da finden tiefe, tiefe Learning statt. Aber diese Wie kann man sowas erreichen? Nicht indem man sagt Learning on the Job heißt, ich gebe dir jetzt etwas mit

und du arbeitest einfach irgendeine Case Study am Arbeitsplatz durch, sondern es geht ja um diese toughen Jobs. Das heißt, was man den Jobrotations zum Beispiel macht. Und das ist total mächtig. Natürlich, wenn ich sage, ich möchte Leute signifikant weiterbringen, dann gebe ich ihnen diese Möglichkeit, diese Big Learning Points zu machen, zum Beispiel in solchen Jobrotations oder anderen Punkten. Denn das ist schon sehr mächtig. Aber es hat auch sehr, sehr hohe Kosten. Nicht nur die Risikokosten, ob ich wirklich was lerne oder dass ich was lerne, sondern ich kann in normalen Unternehmen selten Leute jetzt oh, du sollst was zu diesem Thema lernen, also schicke ich dich jetzt in eine Jobrotation für diesen Modul auf die Nase fliegen kannst oder ganz schnell ins kalte Wasser geschmissen wirst und schwimmen können musst. Das ist auch gar nicht praktikabel. Aber das ist etwas, was man selber achten muss. Und es gibt auch Firmen, wo das wirklich eine große Basis ist in den großen Consulting Firmen zum Beispiel, in denen ich kam, denn dort rein projektorientiert hüpft man von Projekt zu Projekt und ich verrate jetzt, glaube ich kein großes Geheimnis, nicht immer weiß man alles von vornherein, sondern lernt dann sehr viel on the job und dadurch wächst man dort in solchen rein projektorientierten großen Beratungsfirmen meistens auch sehr schnell. Aber das ist halt einfach auch nicht praktikabel für alle. Das ist für gewisse Szenarien gut, dass 2. Dieses strukturierte E Learning vom Kollegen von BOSS, super. Wenn das immer gut funktioniert, dass ich Vorgesetzte und eine Umgebung habe, die mich immer mitnehmen und die mir alles beibringen, was für mich wichtig ist. Aber zum einen ist das auch nicht unbedingt für alle Contents die richtige Methode, weil warum soll mir mein Boss die Basics beibringen? Das ist einfach auch dann eine Verschwendung seiner Zeit. Und damit ist es auch wieder eigentlich sehr teuer, weil wir sprechen hier von einem One on One Learning Szenario mit teuren Experten, super mächtig, aber und Mentoring Ansätze sind mit Sicherheit auch sehr, sehr gut. Aber auch da muss man sich überlegen, wann mache ich das und ist es sinnvoll für alles? Und dann geht es darum.

[25:00] Tana Sehorst (VVV): Entschuldigung, ich wollte nur hinzufügen. Absolut, Also ich denke jetzt, wir haben ganz viele Projekte, wo es auch um so Onboarding Themen geht und da findet aber tatsächlich mittlerweile so aus meiner Perspektive ein Trend zu diesem, was hier unter diesen 10 sozusagen drinnen ist oder unter diesem klassischen Lernen sozusagen, da findet Gott sei Dank wieder ein Trend dahin statt, weil sich einfach in der Praxis zeigt, ja natürlich wäre es wunderbar, wenn ein neuer Mitarbeiter, eine neue Mitarbeiterin irgendwo beginnt und sofort an der Hand genommen wird vom Kollegen, von der Kollegin, von der Führungskraft und irgendwie monatelang einfach mitläuft und on the job lernt und von denen persönlich eingeschult wird. Aber in der Realität gibt das unsere heutige Businesswelt einfach nicht mehr her. Das ist einfach, du hast die Ressourcen nicht, die Leute strudelt extrem, gerade wenn neue Kolleg innen anfangen, da erhofft man sich eher eine Entlastung sozusagen als quasi, dass man selber quasi in die Einschulungsrolle steigen darf, auch wenn das vielleicht schön wäre oder man sich das wünschen würde, aber effektiv die Ressourcen geben es nicht her und da sprechen wir einfach von zeitlichen Ressourcen auch. Und ich sehe das jetzt mittlerweile wieder, also gerade so im Onboarding zum Beispiel so ein Trend in diese 10 Prozent Prozentrichtung sozusagen.

[26:29] Johannes Cruyff (JMC): Ja und man hat auch mehr Kontrolle über das Learning im formellen Lernen. Natürlich, was Jemand in dem 20 lernt, ist sehr abhängig davon, wie die Kollegen der Boss drauf ist und was man in den 70 lernt, hängt auch sehr davon ab, was da wirklich passiert. Also ich würde das eher auch als Lernmethoden sehen Und vielleicht kann man sagen, diese 70, 20, 10 ist die Größe des Lernpunkts, den man macht, weil diese dicken großen Erkenntnisse, die lernt man vielleicht am besten on the job. Und diese vielen, vielen kleinen Lernpunkte, die man braucht als Basis, die lernt man eher in dem formellen lernen, in

dem 10 und darum geht es für mich auch. Wenn man 70, 20, 10 so interpretiert, dass formelles Lernen nicht wichtig ist, dann ist das ein Missverständnis, eine Überinterpretation. Und es kann auch sehr, sehr schädlich sein für die Organisation, denn man schmeißt viel, viel Geld raus, ohne dass den Leuten wirklich dann teilweise auch die Basis, ohne dass sie wirklich die Basis dazu haben. Denn dieses formelle Lernen, das ist eine ab diese Zeit schneidet man sich ganz bewusst raus. Und gerade hier sollte man wirklich gutes Learning haben, egal ob Das nun im E-Learning oder im Klassenraum Training in dem formellen Lernen oder anderen Dingen ist, denn das ist eine fokussierte Zeit auf das Lernen, die eigentlich dadurch sogar die billigste Art des Lernens bleibt, weil man hier 100 Prozent seiner Zeit in diesen 10 Prozent mit reinbringt. Also wenn man das interpretiert als formelles Lernen, nehme ich die Investition raus. Falsch. Und wenn man denkt, ich kann 70 statt 10 machen. Nein, das ist eine Fehlinterpretation. Abgesehen von den Prozentzahlen ist das etwas, was man kombinieren sollte. Und das ist eigentlich das Wichtige und

[28:42] Tana Sehorst (VVV): wahrscheinlich auch für sich selbst und die eigenen Themen und den eigenen Bereich ist ja auch immer ganz unterschiedlich, in welcher Branche, um welche Arbeit oder um welche Lernthemen es sich handelt, sich da quasi erstmal so einen Überblick verschaffen und für sich selbst entscheiden, welche Themen fallen denn vielleicht in welchen, ich sage jetzt mal Topf dazu. Und die Verteilung ist dann wahrscheinlich auch sehr individuell eben, die ist immer total

[29:07] Johannes Cruyff (JMC): individuell, die kommt auf deinen Job an, die kommt darauf an, wo du in der Karriere bist, was macht am meisten Sinn. Das sind eigentlich Lernmethoden und die sollte man sich wirklich gut überlegen und die sind kein Entweder oder. Und da sollte man nicht in die Konkurrenz Ich gebe jetzt Geld für 70 aus und 10 nicht mehr. Das ist Unsinn. Das ist auch gefährlich.

[29:29] Tana Sehorst (VVV): Richtig gefährlich ist ein gutes Stichwort, das wollte ich nur dazu zeigen. Vielleicht auch noch so ein bisschen aus unserer Sicht oder aus unserer Erfahrung. Learning on the job, das hört sich auch immer ganz großartig an, aber du hast schon angeschnitten, eigentlich wenig kontrollierbar. Das ist vielleicht so ein bisschen das eine, das man immer bedenken sollte, was kommt denn da wirklich beim Learning on the Job raus? Kann ich quasi das Lernergebnis, das ich für die Lerner erzielen möchte, kann ich das überhaupt quasi in der Realität einfach so passieren lassen? Quasi ergibt sich das auch wirklich? Und auf der anderen Seite aber auch das Thema Risiko, wenn ich das Lernen quasi das formelle Lernen sozusagen ins Hintertreffen geraten lasse und quasi mir denke, ja, die lernen das dann schon alles on the Job. Klassisches Beispiel sind so Sicherheitsschulungen. Also gerade in der Industrie sehen wir das ganz stark. Da gibt es rechtliche Verbindlichkeiten sozusagen, die man erfüllen muss und so weiter. Also ich glaube, alle drei Bereiche haben ihre Daseinsberechtigung, aber eben wie wir schon festgehalten haben, wie diese prozentuelle Aufteilung ist, dass es pro Unternehmen, pro Branche, Themen, Lernenden und so weiter, sehr, sehr unterschiedlich. Aber wie schaut es denn aus mit der zweiten Methode? Da haben wir noch die kleinen eingebaut. Vielleicht nur ganz kurz das Risiko. Also hier zum Beispiel könnten Unfälle passieren, wenn das nicht geschult wird vorher, weil man nicht weiß, wie die Palette sozusagen zu handhaben ist und auf was man achten muss. Das macht man vielleicht nicht on the Job erst, sondern schaut sich erst mal kurz das Video an, macht kurz vielleicht ein kleines Quiz oder ein BB dazu und weiß dann für die Praxis, Learning on the Job könnte in dem Fall aussehen, dass tatsächlich ein Arbeitsunfall passiert. Dann merkt man sich wahrscheinlich auch, aber dann ist halt auch zu spät und das will man natürlich nicht. Jetzt haben wir noch die Animation gesehen. Genau, Vergessenskurve zum Vergessen. Also wir haben ja gesehen, okay,

bisschen komisch erhoben, sagen wir mal wohlgemerkt, gut, aber fürs 19. Jahrhundert muss man auch sagen, jetzt auch nicht schlecht gemacht, der Herr Elbinghaus, dass der sich schon so überlegt hat, wie funktioniert Lernen eigentlich? Was sollte man sich da für die Praxis mitnehmen? Ist es jetzt Refresher geben bis zum Umfallen?

[31:56] Johannes Cruyff (JMC): Es kommt auch hier wieder drauf an. Also ich würde nicht sagen, die Vergessenskurve ist zum Vergessen, weil wie gesagt, sie hat ja eine valide Sache. Und wenn wir es mal bisschen allgemeiner sagen, da ging es ja darum, von Sachen, die ich mir in den Kopf hauen möchte, wie gehe ich damit um, wenn ich mir Sachen einfach jetzt, wenn ich sie so ins Gedächtnis reinbringen will, dass ich sie verinnerliche, dass es ein Automatismus ist, dass ich sie weiß, um Platz zu haben für andere Dinge, die ich mir dann mehr komplexer arbeite. Und dafür ist es auch sinnvoll. Ich würde es nicht unbedingt sagen, dass wir davon sagen können, das sind jetzt wieder genau dieses folgt genau der Vergessenskurve. Aber ja, es ist ja richtig, das wissen wir auch, wenn ich irgendetwas lerne, ich habe nicht unbedingt alles immer sofort im Kopf und Wiederholung hilft. Und gerade bei den Dingen, die ich wirklich so verinnerlichen möchte, dass sie, dass sie haften bleiben auf jeden Fall. Sei es irgendwelche Regularien, sei es irgendwelche Produkte, sei es irgendwelche Grunddinge, über die du gar nicht mehr nachdenken sollst. Dafür ist das ein adäquates Modell. Wirkt auch die Prozentzahlen sind vielleicht nicht unbedingt direkt übertragbar, auch wenn sie für die sinnlosen Silben passen, aber dafür ist es gut zu sagen, ja, ich lerne es, ich lerne es auswendig, ich mache, nutze, Refresher, damit es wirklich picken bleibt. Das ist gut dabei. Aber man darf dann nicht vergessen, dass das nicht das Ende der Story ist. Da gibt man der Basis für dieses normale Laufen lernen. Aber dann, wie ich das wirklich anwende, wie ich den relevanten Inhalt mit Anwendungsverständnis in andere Situationen reinbringe, das lerne ich nicht durch Auswendiglernen und Bimsen und Refresher und alles. Dazu braucht es mehr, um Anwendung zu lernen. Da brauche ich Simulationen, da helfen mir Stories, die mir sagen, was passiert, wenn ich das jetzt so und so verwende. Also auch hier, nein, nicht zum Vergessen. Aber es ist nicht die eine Antwort, dass ich sage, ich mache alles mit in den Kopf hauen und Refresher und dann wird es schon gut sein. Dann sind wir Automaten, die nur Wissen haben Und das ist einfach, das reicht nicht aus. Das ist ein Aspekt, wieder eine Art des Lernens für gewisse Arten von Content.

[34:42] Tana Sehorst (VVV): Absolut. Ich habe jetzt gerade, während du die Vergessenskurve quasi erläutert hast, hatte ich jetzt gerade die Assoziation zu so wahnsinnig nervigen Werbespots, die irgendwie in einer Werbepause ein oder selbe Werbespot irgendwie zehnmal hintereinander gespielt werden. Die glauben wahrscheinlich ganz stark an die Vergessenskurve, weil ich finde, du hast das auch ganz richtig gesagt. Das eignet sich für Dinge, an die man vielleicht gar nicht mehr so groß denken soll oder die in so einen Automatismus irgendwie übergehen sollen, wo gar nicht groß hinterfragt nachgedacht werden soll. Ich glaube, das ist in der Werbung auch so bei Schokoriegel Sachen und so, gar nicht viel drüber nachdenken. Einfach wissen, dass es Kinderpingui oder andere im Kühlregal gibt.

[35:25] Johannes Cruyff (JMC): Es sind natürlich Sachen auch, aber auch ganz einfache Sachen in der Sicherheit. Man will jetzt nicht drüber nachdenken und sich herleiten, wie ich jetzt irgendwelche sicherheitsrelevante Verhalten oder Wissen mache, sondern das will ich einfach. Das muss drin sein, das muss passen. Und dafür ist es sowas natürlich gut. Lernen, wiederholen, wiederholen, klar. Und ich habe auch Addition hat man nicht gelernt, indem man sich irgendwas hergeleitet hat und konstruiert hat, sondern einige Dinge muss man einfach auch sich in den Kopf reinhauen und das ist gut. Das lässt dann Platz, um tiefer weiter reinzugehen.

Da gibt es ja auch dieses Modell vom schnellen und langsamen Lernen und Gedächtnis von Kahnemann. Auch das ist hier etwas, was hier seine Rolle mit reinspielt.

[36:10] Tana Sehorst (VVV): Absolut. Also wir sprechen uns jetzt auch nicht gegen Wiederholung quasi aus bei wer, wie, was. Aber was wir halt sehen, ist, dass es mit Maß und Ziel erfolgen muss und dass es eine Mischung eigentlich meistens ist. Das heißt, Wir haben hier 700 Bullet Points mit Wiederholung. So versuchen wir es nicht zu machen. Also wir hören das auch ganz oft von unseren Kundinnen und oh mein Gott, aber wir haben jetzt nur einmal in der Zusammenfassung die wichtigsten Punkte wiederholt. Da müssen wir jetzt irgendwie noch fünf Handouts dazu machen, wo das selber nochmal draufsteht und die Leute müssen das unbedingt anschauen, damit die Wiederholung gegeben ist. Ich glaube, die Angst ist auch sehr groß da, weil eben speziell dieses Lernmodell, habe ich das Gefühl, ist in der Praxis sehr stark verbreitet und dieser Glaube, es muss alles, egal wie immer wiederholt werden, ansonsten merkt man sich das nicht. Das ist irgendwie in den Leuten ganz stark drin. Was sich aber einfach bei uns gezeigt hat, ist, und das ist ja auch so ein bisschen unser Ansatz einfach, ist, dass wir ganz stark mit Storytelling arbeiten und natürlich aber auch mit Wiederholung verbinden. Aber durch den Einsatz von Storytelling, wie du es vorher schon gesagt hast, schaffen wir das einfach, dass der Inhalt an sich schon mal irgendwie greifbarer, relevanter, vorstellbarer wird. Und da passieren dann gleich mal ganz andere Dinge im Hirn. Wir haben eine emotionale Assoziation dazu, wir wissen, wie das angewendet wird, wir haben gleich viel mehr im Kopf als vielleicht nur wie im Fall von Ebbinghaus irgendwie die unzusammenhängenden Silben. Und dadurch alleine können wir uns das schon besser merken. Und wenn es dann vielleicht noch mal wiederholt wird in einem anderen Kontext, ist es super, das kann das auch noch verstärken. Aber eben die Wiederholung ist bei uns auch nicht, ich sage jetzt mal, der heilige Gral, eben viel mehr das Storytelling. Und ich finde ein sehr schönes Beispiel, das ich auch immer in so Storytelling Workshops erzähle, wo wir auch das Thema haben, Wiederholung, wie merke ich mir denn eigentlich Dinge oder wie verstehe ich Dinge schnell und die bleiben dann im Kopf, Muss ich sie 100 mal wiederholen? Nein, schönes Beispiel ist die Einführung vom iPod. Und Steve Jobs, damaliger Apple Chef, hat vor jetzt dann 25 Jahren den iPod der ersten Generation vorgestellt. Und das Besondere an dem Ding war, er hat wahnsinnig viel Speicherplatz gehabt und fünf Gigabyte waren es damals. Das ist heute nichts. Damals war das total unvorstellbar und ein total irrelevantes technisches Feature sozusagen. Und er hat aber mit Storytelling, also die ganze Vorstellung kann man sich gerne auf YouTube anschauen, aber mit Storytelling zusammengefasst in einen Satz, hat er das sehr gut gemacht, dass er sofort Relevanz geschaffen hat zu diesem komischen technischen Produkt, mit komischen technischen, unvorstellbaren Features, die sich sonst keiner merkt, eine Story gemacht und hat gesagt, das ist der neue iPod, it's like having one thousand songs in your pocket. Und allein dieser einfache Satz, die ganze Geschichte ist natürlich länger, die er erzählt hat, Songs in your pocket, hat das Ganze schon so greifbar und relevant gemacht, dass die Leute sofort Verstand haben, worum es geht. Und das hat sich jeder gemerkt, das wissen die Leute auch noch heute, die die erste Generation damals gekauft haben, wussten, da haben tausend Lieder draufgepasst. Wie wichtig es ist, das jetzt zu wissen, ist jetzt fraglich. Im betrieblichen Lernen haben wir da vielleicht ein bisschen wichtigere Themen, aber einfach nur um zu zeigen, dass so ganz einfache Geschichten sofort für Relevanz sorgen, sofort dafür sorgen, dass man sich das viel viel besser und länger merkt. Also ich werde diesen Satz sowieso nie vergessen, weil ich hier noch immer wieder hervorkrame, aber eben so ein kleines Beispiel dafür, wie man vielleicht auch Geschichten einsetzen kann, um so ewige Wiederholungen zu verhindern. So und jetzt kommen wir zu dem Thema, wo ich ja fast schon vom Glauben abgefallen bin, nämlich das Thema Aufmerksamkeit. Und bevor du hier irgendwas noch dazu sagst, muss ich gleich reingrätschen. Also ich bringe ja ganz gerne das Beispiel mit dem Goldfisch. Ich sage immer dazu, dass das höchst fraglich ist,

was die, was die erhobenen Zahlen und Aufmerksamkeitsspannen angeht, also ob diese 8 und 9 Sekunden jetzt wirklich so sind, wie sie sind. Aber ich finde, da ist schon was dran, denn wir schreiben das Jahr 2025, wir alle haben Screens, die Welt wird immer schneller, wir können es schon nicht mehr hören, sehen, es ist alles digital, wir sind ständig erreichbar über Kanäle, ich übertreibe massiv, werden wir ständig bombardiert mit Informationen, To dos, was ich nicht alles tun muss, mit wem ich nicht in Kontakt sein soll, was ich nicht alles wissen und verstehen muss, ansonsten komme ich nicht mehr mit. Und da hat man schon hin und wieder mal so ein bisschen das Gefühl, man ersäuft in Information. Und das heißt, ich habe ja, der Tag hat ja deshalb, die Tage von uns Menschen sind ja deshalb trotzdem nicht länger geworden, also der Tag hat nach Wie vor nur 24 Stunden, paar Stunden sollten wir schlafen. Also da ist jetzt, da ist nicht viel mehr Zeit dazugekommen, in der ich mir irgendwie Informationen drauf schaffen kann oder merken kann oder lernen kann. Das heißt, ich habe für den einzelnen Informationshappen ja ganz natürlich einfach weniger Zeit, weil es ist mehr Information da, aber die Zeit, die ich habe, die ist gleich geblieben. Das heißt, man kann schon theoretisch sagen, dass die Aufmerksamkeitsspanne in dem Sinn gesunken ist, nicht unbedingt, weil es uns nicht mehr interessiert, sondern, und das hast du angesprochen, dieser Filter mich Mechanismus irgendwie da ist. Also wir filtern halt aus, damit wir uns irgendwie auf irgendwas konzentrieren können. Und deswegen finde ich, dass dieses Goldfisch Paradoxon eigentlich schon ein ganz gutes Beispiel ist, weil wir sind so ein bisschen, wenn der Goldfisch so clever ist und so viel Aufmerksamkeitsspanne hat, ich glaube Im Vergleich sind wir in den letzten Jahren schon so ein bisschen zu so, ich sage mal, Aufmerksamkeits Zombies geworden oder sehe ich das falsch?

[41:58] Johannes Cruyff (JMC): Ja, ich würde unterscheiden zwischen Aufmerksamkeitsspanne, Attention Span und Attraction Span. Das heißt, wie viel Toleranz habe ich dafür, ob mich etwas interessiert oder nicht. Und ich glaube, unabhängig davon, ob ich insgesamt weniger Zeit am Tag habe. Und das ist mit Sicherheit ein Effekt. Und wenn ich 10 Sachen gleichzeitig machen muss, fällt mir das schwer. Das heißt aber nicht, dass ich mich nicht lange auf etwas konzentrieren kann, wenn mich es interessiert. Ich darf es vielleicht nicht, weil mein Boss sonst kommt und du, du musst jetzt was anderes machen oder der Kunde steht vor der Tür. Aber es ist nicht, dass wir als Mensch nicht in der Lage sind, uns lange auf etwas zu konzentrieren. Und dieses Thema mit Attraction Spenden, Aufmerksamkeit bekommen, das ist ein ganz wesentliches Thema, weil man hat sehr viel konkurrierende Aspekte. Und wenn etwas, die gerade auch die jüngeren Leute, die jüngere Generation gelernt hat durch die Social Media, durch TikTok und so weiter, anderes, wo man sich ganz schnell, was weiß ich, wegscrollen sieht oder nach links oder rechts scrollen lässt, obwohl das eine andere App ist, dann ist

[43:14] Tana Sehorst (VVV): es wipen und ja, es ist eine

[43:16] Johannes Cruyff (JMC): ganz Entschuldigung, ich kenne mich da nicht so aus. Dann ist das, dass man, um die Aufmerksamkeit zu bekommen, wahnsinnig gut investieren muss, weil sie haben gelernt, sehr schnell zu sehen, ist das relevant für mich, ist das interessant für mich? Und sie geben den Überschriften oder den ersten Eindrücken, die werden sehr kritisch gesehen, sind wahnsinnig gut drin geworden zu sagen, nein, interessiert mich nicht, das nehme ich, das schaue ich mir an. Und wenn du dann die Aufmerksamkeit hast und nicht jedem eine Außen eine Außenwirkung dazu. Kommt, die dich ablenkt, dann kannst du sie auch dabei behalten. Also das, was du vorhin gesagt hast, sind mehr die Außenwirkungen, die die Aufmerksamkeit ablenken, dass man von einem zum anderen gehetzt wird, aber nicht, dass wir nicht mehr in der Lage sind, unsere Aufmerksamkeit auf etwas zu geben. Und das heißt natürlich auch, wenn du sie, wenn du die Leute kriegen willst und sie nicht verlieren willst, musst du schon hochrelevanten Inhalt sehr gut aufbereiten, weil sonst kriegst sie nicht und

dann hältst du auch nicht. Aber das heißt nicht, dass wir menschen nur uns 8 Sekunden konzentrieren können dann

[44:40] Tana Sehorst (VVV): genau Kompromiss machen wir da draußen. Wir machen aus Aufmerksamkeitsspanne attraktive Span und dann sind wir wieder Freunde und der Goldfischt auf weit. Wir sind trotzdem ein bisschen Zombie, Ich glaube das wird klar. Ich finde es ganz gut, dass du jetzt auch vorher die Apps und Social Media und TikTok erwähnt hast. Ich glaube einige, wenn sie diesen Zombie anschauen, erkennen sich oder vielleicht jüngere Generation vor TikTok wieder. Ich zum Beispiel sehe mich am Abend wieder TikTok scrollen, da nehme ich ungefähr diesen Modus ein. Oder auch Stichwort, das hattest du ja ganz zu Beginn Netflix des Lernens, auch großes Thema. Du hast das eh auch ganz gut beschrieben mit ich scroll und bis mich irgendwas catchen, so das schaue ich jetzt an und da lege ich jetzt meine Aufmerksamkeit rein, alles andere verpufft irgendwie, was rundherum war, dem habe ich gar keine Aufmerksamkeit geschenkt. Wie ist das denn mit dem Netflix des Lernens? Das müsste ja dann bombastisch funktionieren, wenn

[45:48] Johannes Cruyff (JMC): damit gemeint ist, dass ich einen hohen Produktionswert in Lernmedien haben sollte, damit ich die Aufmerksamkeit bekomme und auch halte, dann ist das mit Sicherheit richtig. Meistens. Es gibt ja auch etliche Anbieter, die haben hochgradig gut gemachte Videos und andere Sachen, aber wenn das heißt alles auf Videolern umzustellen, läuft man wieder meiner Meinung nach gegen die Wand und das passiert leider in vielen Häusern. Ich sage, wir machen nur noch Videolern, denn das läuft ins Leere, denn man gibt nur den visuellen Kanal wirklich und es ist ein passives Konsumieren und du hast mit Sicherheit eine hohe Teilnahmequote. Du kriegst die Leute ziehen das an, ist ja wunderbar, lehnen sich zurück, lassen sich berieseln, aber echtes Lernen passiert nicht, denn für echtes Lernen musst du herausgefordert werden. Das darf nicht zu einfach sein, das muss dich mit involvieren. Du musst auch was dabei tun, denn im passiven Modus wirklich zu lernen ist sehr, sehr schwer. Da können Dinge helfen und eines der wichtigsten Sachen, die im Videos, weil sie sind wirklich ja nicht schlecht, aber halt passiv, die aber hier helfen können, sind Storytelling, also eure Domain. Das sage ich nicht nur, weil ich hier sitze. Da gibt es auch einen sehr interessanten Forbes Artikel von 2023 ich glaube ich habe euch den Link geschickt, den könnte man vielleicht noch mit einblenden, der wirklich sagt, wie kann ich mit Storytelling auch wirklich aus solchen passiven Situationen was rausholen, dass ich einfach dann wirklich viel mehr lerne und das ist gut. Also Videos Kombination mit Storytelling sind sehr gut und Videos, wie gesagt, haben diesen sehr hohen Produktionswert, diese hohe Attraktivität, aber man muss sehr aufpassen, man sollte es sehr gut mit anderen Methoden kombinieren und nicht nur Videothek zur Verfügung stellen, weil die Wahrscheinlichkeit, dass ich da zwar hohe Teilnahmequoten, super viele Daumen hoch von meinen Mitarbeitern bekomme, aber sehr wenig lernen, ist groß.

[48:05] Tana Sehorst (VVV): Absolut. Also ich glaube, das richtige Stichwort, das wir auch immer verwenden oder das du schon gesagt hast und wir auch immer wieder im Lernkontext verwenden, ist das Thema Berieselung. Und das ist ja das Letzte, was man möchte. Also Berieselung gerne, also über Netflix lasse ich mich gerne berieseln, da schadet es jetzt auch nicht, ist völlig egal, ich habe mein Abo abgeschlossen, niemand zwingt mich. Das ist reine Freizeitbeschäftigung, da kann ich irgendein Reality TV Format andrehen, im Hintergrund laufen lassen und schön, wenn es mich amüsiert hat und ich mal kurz aufgepasst habe, ist gut. Und wenn nicht, dann passiert aber auch nichts. Im betrieblichen Lernen ist es halt ein bisschen anders. Das heißt, da muss man definitiv vorsichtig sein, dass du dich für Storytelling aussprichst, freut uns natürlich, klar. Aber auch wir, obwohl wir ja, wir kommen ja ganz stark aus dem Videobereich raus, aber auch wir appellieren immer in Projekten, wo die Tendenz

dahin geht, ach, lass uns doch nur Video machen, appellieren wir das nicht zu machen. Also Video Content ist cool, aber die Abwechslung macht es. Also was eben nicht passieren darf, ist, ich habe ihn jetzt extra noch eingeblendet gelassen, dieser Zombie Modus dieses Jahr, klick mal auf Play, klassische Rücklehnen, berieseln, lassen wir auf Play und schauen wir, was hängen bleibt für die nächsten 15 Minuten. Das ist schwierig. Wenn es jetzt eine coole, spannende Story ist, wie so ein Film, der mich voll packt oder so, dann kann das schon funktionieren. Das ist aber natürlich im Lernkontext wird es natürlich schwierig, sage ich jetzt mal, weil du hast, du musst halt teilweise gewisse, ich sag jetzt mal, trockene Themen einfach auch rüberbringen und die kannst du dann nicht wie in dem Hollywood Film darstellen. Das geht halt nicht. Also der Procurement Prozess ist der Prozess, der Susi und Strolch Geschichte damit erzählen. Das wird schwierig und deswegen, da braucht man auf jeden Fall die richtige Mischung. Da stimme ich dir auf jeden Fall zu. Einen Trend hast du da ja in diesem Kontext auch noch erwähnt. Da geht es jetzt weniger um dieses selektive Ich nehme was mir gefällt und lass mich da ein bisschen berieseln. Da geht es ja eher so wahrscheinlich um den Gegentrend, nämlich Microlearning. Das hattest du zu Beginn auch erwähnt. Also sprich immer kürzer, immer niederschwelliger, immer schneller, immer billiger wahrscheinlich auch. Das schlägt ja auch so ein bisschen in diese Aufmerksamkeitsspannen Kerbe. Wie siehst du das? Wie sollte man jetzt mit diesem Trend umgehen? Ist Micro Learning aus deiner Sicht jetzt etwas, was man eigentlich gar nicht zum Einsatz bringen sollte oder schon?

[50:51] Johannes Cruyff (JMC): Naja, für mich fällt es schon in die gleiche Kategorie, Lerne ich so lieber anstatt lerne ich so besser. Denn der Wert von Microlearning ist nicht unbedingt ein lernpsychologischer. Und wenn du mit Behavioral Scientists sprechen, die werden beides gleich verdammen. Sowohl das passive lernen mit Videos als auch dieses wir machen jetzt mal 30 60 Sekunden Dinge. Die sind zwar alle sehr niederschwellig und deswegen werden sie wahrscheinlich auch sehr leicht genutzt und im täglichen Alltag, du hast ja vorhin schon erwähnt, ist es vielleicht mal leichter, fünf Minuten reinzupacken als eine halbe Stunde oder eine Stunde. Aber zum einen komme ich gar nicht erst in den richtigen Lernmodus für mich selber rein und zum anderen kannst du an dieser Stelle auch ganz schwer wirkliche Inhalte komplex vermitteln und auch noch oder gar die Leute aktivieren. Das heißt ja, für mich ist Microlearning etwas, wo ich sage, bringe ich mit rein für Awareness Building, so kurze Sequenzen, weil ich weiß, die werden mit Sicherheit von vielen Leuten dann auch mal angeklickt, aber ist nur eine Minute, mache ich mal, tut ja nicht weh. Aber zum einen muss Lernen, ich will nicht sagen, muss wehtun, aber muss eine Anstrengung sein, sonst passiert kein Lernen durch Nichtanstrengung. Und wir hatten vor kurzem in einem anderen Gespräch mal das Beispiel, dass man in den Gym gehen sollte und nicht in den Spa. Man muss die Muskeln üben. Man muss auch beim Lernen, muss man sich mit Dingen beschäftigen. Man muss sich mit denen wirklich beschäftigen. Und in den Micro Learnings, die ganz niederschwellig sind, passiert das ähnlich wie auch bei den Videos an vielen Stellen nicht. Und die Gründe, warum sie genutzt werden, du hast einen genannt, auch Kosten wahrscheinlich, aber auch einfach Vereinbarkeit mit dem täglichen Job, die sind da und man kriegt, wie gesagt, wieder sehr hohe Teilnahmequoten, wahrscheinlich auch viele Daumen hoch. Also und leider werden die Lernmassnahmen oft nicht nach Effektivität, sondern einfach nach Gefallen bewertet und erfolgreich und auch bin ich jetzt als Learning Development erfolgreich. Ja, meine Sachen werden ja super genutzt, aber es ist wirklich sehr, sehr schwer mit Microlon komplexere Zusammenhänge zu vermitteln. Du schaffst es nicht, jemanden beizubringen, wie eine Analyse machen muss, indem du ihn 10 30 Sekunden Videos anschauen lässt. Dazu muss er auch mal eintauchen, muss sich damit beschäftigen. Und Niederschwelligkeit und Konsum ist einfach das Gegenteil von dem, wie man weiß, wie Lernen funktioniert. Und da sind wir wieder am Anfang, weil wenn du dich erinnerst, was haben die Manager, die erfolgreichen Manager gesagt, wann

haben sie am meisten gelernt in toughen Jobs, wo sie richtig tief drin sind und wo sie gestruggelt haben und wo sie dann auf die Nase gefallen sind, wo sie was getan haben, da haben sie am meisten gelernt. Und das hier Netflix und Microlearning sind das Gegenteil von dem. Ich will jetzt nicht einen Mythos mit dem anderen Mythos aushebeln, aber du kannst davon ausgehen, dass auch Microlearning seinen Platz hat. Aber zu ich stelle jetzt mal alles auf kurze Learning Nuggets um, kannst du vergessen.

[54:36] Tana Sehorst (VVV): Ja, ich sehe das ähnlich und ich glaube, wir haben vor allem gerade so eine Zeit im Bereich E Learning speziell, wo wahnsinnig viele Buzzwords und Begriffe irgendwie so rumgeworfen werden und jeder interpretiert und definiert für sich immer ein bisschen anders. Zum Beispiel die meisten oder was ich jetzt auch viel höre, was du jetzt auch gerade gesagt hast, ist das Micro Learning ist einfach du Thema. Und anstatt dass du wie bisher ein Seminar gemacht hast oder irgendwie eine größere Lernstrecke mit mehreren verschiedenen Dingen, die insgesamt sozusagen das ganze Thema irgendwie vermitteln, machst du plötzlich nur noch ein Drei Minuten Nugget und erwartest aber quasi denselben Lernerfolg, dieselbe Lerntiefe auch wie du es vorher bei einer längeren anderen Maßnahme irgendwie erwartet hättest. Und das ist so die eine Seite und es gibt aber auch die andere Seite. Und so sehe ich das mittlerweile ein bisschen. Ich habe das Gefühl, Microlearning hat durchaus seinen Platz, aber nicht alleinstehende Maßnahme, sondern Microlearning. Wenn wir jetzt in Lernstrecken eigentlich denken, also ich habe ein Thema, Leute sollen folgende Lernziele erreichen innerhalb dieses Themas, dann habe ich eine Lernstrecke und innerhalb dieser Lernstrecke, dass wir uns vielleicht kollektiv irgendwie im Lernkontext das angewöhnen. Und da zeigt sich auch viel Erfolg, dass wir dann so Lernstrecken, wo lange Inhalte eigentlich sind, dass wir die nicht mehr zu dreistündigen WBTs aufbereiten, sondern dass wir das einfach aufbrechen, dass wir sagen, dass wir die Themen besser schneiden sozusagen und besser strukturieren. Und dann kann innerhalb einer langen Lernstrecke können auch so kleine Elemente, kleine Puzzlesteine oder Nuggets, wie man sie nennen möchte, die können da macht dann auch so ein Drei Minuten Ding vielleicht sind so wie du sagst, am Anfang zum Awareness schaffen oder zwischendurch als kleiner Refresher, Stichwort Vergessenskurve zum Beispiel. Also die haben da schon ihre Daseinsberechtigung. Ist immer die Frage, wie definiere ich Microlearning, glaube ich, als wirklich komplett alleinstehendes Ding? Das sehe ich auch eher schwierig, ähnlich wie du.

[56:45] Johannes Cruyff (JMC): Ich glaube auch, dass wirklich kaum eine Firma wirklich voll reingeht, sagt wir machen nur noch Learning Nuggets oder nur noch Microlearning. Aber es wird halt oft auch auch übertrieben überschätzt und es wird halt mit dem falschen Mindset reingegangen. Und ich glaube auch, das kommt halt auch einfach daher, dass man es immer noch nicht in den es geschafft hat in den Unternehmen die neue Lernwelt neu, also erst seit 30 40 Jahren, nämlich dass es auch E Learning und Arbeitsplatzlernen gibt, mit dem Arbeitsalltag zusammenzubringen, Weil es ist heute immer noch so, wenn jemand am Arbeitsplatz sitzt und ein E Learning macht, dass er manchmal immer noch Archiv angeklaut wird. Also spielen kannst zu Hause oder lernen machst du mal wann anders in der Freizeit. Aber wenn jemand in ein zweitägiges Seminar reingeht nach draußen, dann ist das immer noch akzeptiert und man muss, da spielen natürlich solche Microlearnings rein, die macht man mal zwischendurch, lernt zwar nicht unbedingt was und kriegt vielleicht nur einen Punkt, aber man hat einen Haken dran gemacht,

[57:49] Tana Sehorst (VVV): auch wieder für Erfolgserlebnis.

[57:51] Johannes Cruyff (JMC): Ja, absolut. Und ich habe auch nichts gegen drei Stunden E Learnings, wenn sie entsprechend so gemacht sind, dass sie einen simulativen Charakter hat, wo ich eine richtige Case Study bearbeite in einer virtuellen Simulation. Das kann wahnsinnig mächtig sein und dann sind es gar nicht mal, es ist gar nicht so sehr die Zeit, es kommt darauf an, um was es geht. Und die muss man sich aber nehmen, die muss man sich zur Seite setzen. Und das ist mit Sicherheit auch nicht der Normalfall, der ist ein Extremfall. Und das Wichtige ist, dass man das wirklich kombiniert. Und eigentlich der ganze Tenor von dem, was ich hier sagen wollte, ist, wenn man eines dieser Modelle nimmt oder dieser Philosophien nimmt und jetzt weiß ich, wie Learning funktioniert und ich richte mich danach aus und alles andere ist nur Nebensach, weil es ja auch darum geht, wo investiere ich mein Geld rein, dann läuft man in ein sehr, sehr großes Risiko, weil was man eigentlich braucht und das sind alles verschiedene Methoden, auch 70, 20, 10 eigentlich nur verschiedene Methoden, oder du musst ein intelligentes Lernmethoden Portfolio haben, das dir sagt, wann, für welche Zielgruppe, in welchem Kontext, mit welchem Content wende ich welche Methode an, um was zu erreichen. Weil man darf nie vergessen, wie gesagt, es geht darum, wie bringe ich meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der maximal effizientesten Art dazu, dass sie besser werden. Und dazu muss man sich individuell überlegen, was sind die richtigen Methoden. Und da braucht man ein gutes, smartes Lernmethoden Portfolio, denn das Ziel ist die Performance, nicht die Attraktivität des Lernmaterials. Und es ist schön, wenn man einfache Modelle hat, aber einfache Modelle zeigen sich in der Realität als leider oft übereinfach oversimplified. Und das ist einfach die große Gefahr an allen ist da was dran. Es gibt noch viele andere Dinge. Nutzt genau, nutzt es, aber nehmt es nicht als eure Bibel vor. Sagt nicht, wir richten unser Learning nach 70 20, 10 aus, ohne wirklich zu verstehen, was ihr damit meint und ohne dann in Sachen rein zu investieren, die sehr selektiv sind pro Zielgruppe und Sachen nicht mehr rein zu investieren die wahnsinnig wichtig sind. Der Klassenraum ist wahnsinnig wichtig, Das normale Elon ist wichtig, das Buch ist wichtig, das Video ist wichtig, das Learning on the Job ist wichtig, die Jobrotation, das sind alles wichtig, alles haben ihren Platz und man braucht das passende Methodenportfolio und muss das smart anwenden.

[01:00:42] Tana Sehorst (VVV): Ein sehr schöner Appell und eine sehr schöne Zusammenfassung von dir, lieber Johannes. Ich habe jetzt gerade auf die Uhr geschaut, natürlich sind wir wieder länger geworden, aber ich hoffe, euch hat es gefallen oder ihr konntet was mitnehmen, Johannes und ich, um aus dem Nähkästchen zu plaudern. Wir haben schon festgestellt, wenn wir uns über das Thema Lernen unterhalten, es wird immer länger als wir glauben. Und also ja, man könnte, man könnte Stunden mit dem Material füllen, aber ich würde sagen, für heute machen wir Schluss, denn um fair zu sein, das Webinar hat auch an dieser Stelle geendet. Wir haben euch aber natürlich noch was gegeben. Wo und wie kann man dich treffen, sehen, dein Wissen sozusagen anzapfen, Berichte.

[01:01:31] Johannes Cruyff (JMC): Also zum einen, wir haben den QR Code und Cruyff ist jetzt auch nicht so ein häufiger Name. Man findet mich also schnell online und kann mich gerne kontaktieren. Ich bin mit euch zusammen auch, also nicht mit euch zusammen, aber auch durch Euch auf der E Learning Summit am 27.03. Auf der LearnTec bin ich auch. Man kann mich jederzeit kontaktieren, weil für mich ist dieses Learning that works, also wirklich worum geht, ist, dass man eine richtige Strategie hat, ein richtiges Lernmethoden Portfolio, dass man überlegt, wie kriege ich diese wesentlichen Punkte hin, nämlich dass Relevanz King ist, dass Individualität und idealerweise Adaptivität von Lernmaterial einen absoluten Unterschied machen kann, dass Storytelling so mächtig ist. Wie kriege ich das mit meinem Ansatz hin, den ich in meiner Firma habe, ohne dass ich jetzt in die wahnsinnig aufwendige Dinge reingehe. Also einfach mal dieses mit Sinn und Verstand mein Learning irgendwie auf die nächste Ebene

zu bringen. Da bin ich gerne bereit, jedem zu helfen mit meinen doch über 30 Jahren Erfahrung von beiden Seiten des Tisches. Bin also da. Open for business, feel free to contact me.

[01:02:54] Tana Sehorst (VVV): Wunderbar. Open for business. Meldet euch gerne bei Johannes und du hast schon angeteased, sowohl der Johannes als auch wir von wer wie was wir sind am E Learning Summit in Wien, der ist am 27. März. Jetzt ist die Aufzeichnung, wie ihr am Datum der Präsentation gesehen habt, am 21. Gemacht worden. Vielleicht ist die Aufzeichnung vor dem Summit ja noch draußen, dann könnt ihr noch schnell entscheiden, uns dort zu besuchen. Ansonsten, vielleicht sehen wir die einen oder anderen von euch auf der LearnTec. Wir von wer wie was haben auch einen Stand dieses Jahr auf der LearnTec. Kommt gerne vorbei, wir würden uns freuen. Und ja, dann sage ich vielen Dank fürs Zuschauen und vielen lieben Dank fürs dabei sein. Lieber Johannes. Bis zum nächsten Mal.

[01:03:33] Johannes Cruyff (JMC): Gerne und immer wieder.