

Integrata schwört auf ihr „Agiles Vorgehensmodell“

AKADEMIEN I. Fachabteilungen wollen oft schnell eine Bildungsmaßnahme konzipiert haben. Gut, wenn bereits bestehende Seminare in kleine Lernobjekte zerlegt wurden, die dann zielgerichtet zu neuen Lernpfaden verknüpft werden können. Das Rad muss nicht immer neu erfunden werden, sagte sich die Integrata AG.

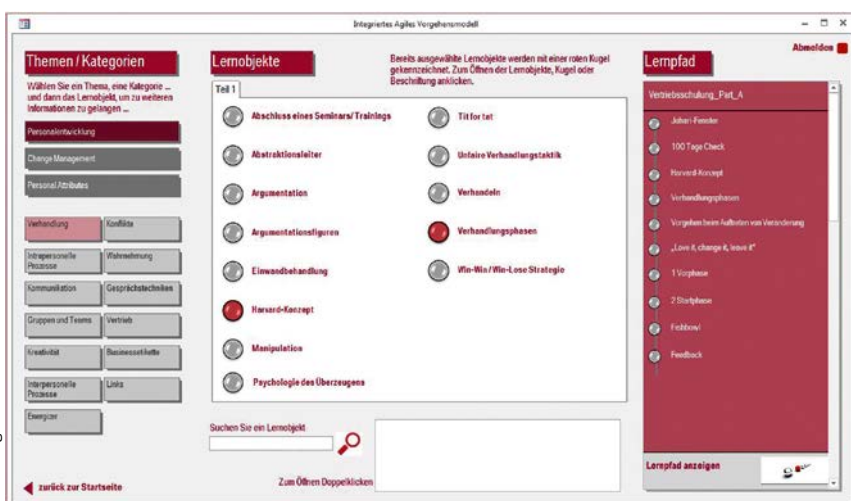


Foto: Integrata

Lernpfad anlegen. Mit dieser Maske werden die Inhalte einer Bildungsmaßnahme zu einem Lernpfad zusammengestellt und der zeitliche Ablauf visualisiert.

An der Entwicklung eines modernen Pkw wirken Fachleute aus einer Vielzahl naturwissenschaftlicher, technischer und humanwissenschaftlicher Disziplinen mit. Unter der Haube eines BMW steckt nun auch noch die Expertise der Bildungsexperten der Integrata AG, Stuttgart. Das Unternehmen der Cegos-Gruppe und der Autobauer haben mit dem „Agilen Vorgehensmodell“ (AGVM) ein webgestütztes System zur Optimierung der Planungsprozesse der BMW Group Akademie entwickelt, das mit dem Europäischen Preis für Training, Beratung und Coaching des BDVT – Berufsverband für Trainer, Berater und Coaches und dem Europäischen Innovationspreis ausgezeichnet worden ist.

„Wir wollten, dass unsere Berater die kundenorientierte Erstellung von individuellen Qualifizierungsmaßnahmen für

persönliche Kompetenzen und die Beratung bei Veränderungsvorgehen schneller bewältigen können. So nahm bislang die Suche nach vorhandenen Lernmaterialien zu viel Zeit in Anspruch. Die kommt nun der intensiven Beratung bei gleichzeitiger direkter Veranschaulichung zugute“, sagt Alfred Gura, Bildungsmanager der BMW Group.

Die Ansprüche waren hoch: Im 100. Jahr seines Bestehens legte sich der Konzern auf die Strategie „Number one - next“ fest, die das Unternehmen zu einem digitalisierten Mobilitätsdienstleister und zur Nummer eins der internationalen Autobranche machen soll. Daraus leitete sich der Auftrag an die Akademie ab, die rund 122.000 Beschäftigten weltweit fachlich auf die Überholspur zu führen – jeder Kopf ein Technologieführer gewissermaßen.

Das AGVM wird durch das sogenannte Learning Center unterstützt, ein neuartiges Tool, das einen schnellen, direkten Zugriff auf Inhalte, Materialien, Medien und Methoden ermöglicht. Alle diese Elemente lassen sich modular abrufen und „agil“ kombinieren. Präsenz-, E-Learning- und Blended-Ansätze spielen gleichermaßen eine Rolle. Personalentwickler und Produktmanager können so umfassender und zielgerichteter auf die Bedarfe der Fachabteilungen eingehen. BMW-Bildungsmanager Gura berichtet von einer höheren Qualität der Beratungsgespräche – die zudem bis zu 80 Prozent weniger Zeit beanspruchen.

80 Prozent Zeitersparnis

Das Trio aus AGVM, Learning Center und dem strukturierten Fragebogen zur Auftragsklärung erlaubt es dem Berater, sich auf seine eigentliche Aufgabe zu konzentrieren: Know-how und Soft Skills so aufzubauen, dass Mitarbeiter ihr Potenzial ausschöpfen und einen greifbaren Lernerfolg sehen können. Produktmanager und Change Berater erhalten einen systematischen und intuitiven Zugriff auf Lernobjekte, sie gestalten flexibel individuelle Lernpfade, können Lerninhalte qualitativ anpassen und ergänzen. Außerdem unterstützt das AGVM den sinnvollen Einsatz von Lerninhalten und ermöglicht es, Konzepte auf hohem Niveau zu erstellen. Kernstück des AGVM ist der Lernpfad, eine Zusammenstellung der Inhalte einer Bildungsmaßnahme und zugleich die Visualisierung des zeitlichen Ablaufs aller Kurse, Seminare et cetera. Die im AGVM strukturiert bereitgestellten Inhalte, Me-

thoden und Medien werden als Lernobjekte und -formate nach dem Bedarf der Fachabteilungen ausgewählt. Dabei bezeichnet „Lernobjekt“ das kleinste inhaltliche Element, das eigenständig vermittelt werden kann, zum Beispiel Aktives Zuhören, das Eisbergmodell oder eine Methode wie die Stakeholder-Analyse. Während sich der „Warenkorb“ füllt, erhält der Berater vom AGVM Empfehlungen zu geeigneten Methoden und Medien.

Die Bedienung ist einfach: Nach der Anmeldung mit Benutzername und Kennwort legt der Berater einen neuen Lernpfad an, beispielsweise unter dem Titel „Vertriebsschulung“. Das AGVM schlägt eine Reihe von Themen und Kategorien

vor, denen der Lernpfad zugeordnet werden soll. Eine Vorauswahl von möglichen Lernobjekten erscheint, zu denen Details abgerufen werden können. Die meisten Lernobjekte sind auf mehreren Lernlevels verfügbar; sie können im Ablauf der Bildungsmaßnahme an verschiedenen Stellen eingesetzt werden – Vorphase, Startphase, Projektphase, Abschlussphase. Mit jedem Lernobjekt verlängert sich der Lernpfad um ein Stück Weges. Zum Schluss druckt der Berater den Lernpfad der Vertriebsschulung als PDF aus. Der Trainerleitfaden wird als Excel-Datei ausgegeben. Die Materialien, also Medien und PDF, sind in einem ZIP-Ordner komprimiert. Einzige technische Voraus-

setzung für das AGVM ist die Microsoft-Anwendung Access.

„Die Innovation besteht in der Kombination von Learning Center und AGVM“, sagt Claudia Geier, Leiterin Produktmarketing PE/OE der Integrata AG. „Das ist im Markt zurzeit noch ein Alleinstellungsmerkmal. Für die Produktmanager und Change-Berater haben wir einen wichtigen Prozessablauf in der Beratung optimiert und gleichzeitig die Konzeptionsicherheit und -qualität erhöht.“ Strategische Ausbildungsplanung erfolge ziel- und budgetorientiert. „Da ist noch eine Steigerung drin“, verspricht Geier. „Wir setzen auf Schwarmintelligenz“.

Christoph Stehr ●

Drei Fragen an Claudia Geier

Interview. Claudia Geier, Leiterin Produktmarketing PE/OE der Integrata AG, hat das „Agile Vorgehensmodell“ (AGVM) mitentwickelt und antwortet auf drei grundlegende Fragen.

Lernstile und -formen verändern sich über die Jahre und sind zudem von Land zu Land verschieden. Ist das AGVM darauf eingerichtet?

Claudia Geier: Autonomes Lernen ist gerade für junge Generationen von großer Bedeutung. Dieses sich wandelnde Lernverhalten wird im AGVM und im Learning Center berücksichtigt. Die Personalentwickler können demografische Aspekte sowie unterschiedliche Lerntypen und -gewohnheiten in die Konzeption einbeziehen. Darüber hinaus trägt das Modell zur Harmonisierung internationaler Bildungsmaßnahmen bei, indem es Inhalte, Materialien, Medien und Vermittlungsmethoden in einem Tool integriert.

Welche Vorteile bietet das AGVM gegenüber anderen Instrumenten der Ausbildungsplanung?

Geier: Eine hohe Wiederverwertbarkeit bereits vorhandener Konzepte, Entwicklungen und Inhalte! Heute werden mehrfach für vermeintlich „neue“ Inhalte und Durchführungskonzepte Aufträge vergeben. Vorhandene Inhalte, die gut sind und bereits in der Praxis erprobt, werden immer und immer wieder in anderen Zusammenhängen neu entwickelt. Das toolgestützte AGVM verhindert dieses „Hamstern“ mannigfaltiger Konzepte mit gleicher oder ähnlicher Zielsetzung. Also Fokussierung auch hier!

Gibt es eine Vision, wie das AGVM weiterentwickelt werden könnte?

Geier: Ja, wir haben eine intelligente technische Lösung und ein praktikables AGVM für Personalentwickler kreiert. Heute beschäftigt uns die Umsetzung einer „Internal Open Educational Ressource Strategy“. Wie kann das ganze Wissen innerhalb eines Unternehmens so geteilt und zur Verfügung gestellt werden, dass es einerseits von allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen genutzt werden und andererseits in einer Art „Schwarmintelligenz“ aufgehen kann? Diese Frage wollen wir beantworten.

Interview: Christoph Stehr ●



Foto: Pichler

Präsentation. Marketingreferentin Sandra Roßbach (li.) und Claudia Geier auf einer Messe.