

# AudioTrainer

## Podcasts im E-Learning und in der Weiterbildung

---

### Audio-Lernen ist im Kommen

Podcasts, Blogs und Wikis heißen die zentralen Schlagworte, wenn es um die Zukunft des Lernens geht. Dahinter steckt die Chance, formelles Lernen mit dem informellen Lernen zu verknüpfen. In den USA wurde "Podcast" zum Wort des Jahres 2005 gewählt. Nun erobern die Audiodateien auch die Bildungsbranche.

Die E-Learning-Szene entdeckt mittlerweile Podcasts, die einfach zu produzierenden und zum Download angebotenen Hördateien. In den USA wurde jetzt die erste Lernplattform mit Podcasting-Funktion vorgestellt. Der US-Anbieter BerkeleySoft supportet seit neuestem als Bestandteil seiner Lernplattform "ODLS" auch sicheres Podcasting im Unternehmen. "Podcasting ist ein extrem effizienter Weg für Unternehmen, Schulungsinhalte für Mitarbeiter, aber auch für Partner und Kunden zu verbreiten", so CEO Scott Sampson.

Mit ODLS bekommen Unternehmen personalisierte Trainings-Podcasts ohne zusätzlichen Aufwand. BerkleySofts Kunden können spezifizieren, welche Teile einer Schulung als Audio-Inhalt zur Verfügung stehen sollen. Der Lerner greift dann mit seinem Passwort für die Lernplattform über einen Apple iTunes Client darauf zu.

Der amerikanische Marktforscher Forrester Research traut dem Medium "Podcasting" in den USA bis 2010 eine Reichweite von 12,3 Millionen Nutzern zu und sieht eine Finanzierung des Angebots über Abonnements durchaus als ein tragfähiges Geschäftsmodell.

"Dass große Radio-Networks und Inhalte-Anbieter aggressiv in dieses Feld vorstoßen, könnte auch ein Signal für Trainingsanbieter sein, sich in diesem Bereich zu engagieren", sagen die Marktforscher.

Interessant ist auch eine aktuelle Umfrage ([www.podcastumfrage.de](http://www.podcastumfrage.de)) in der deutschen Podcast-Szene. Bereits ein Drittel der knapp 2400 Befragten setzt Podcasts für die persönliche Weiterbildung ein. Laut Umfrage hat der deutschsprachige Podcast-Hörer einen Hochschulabschluss, ist berufstätig (64 Prozent) oder in Ausbildung (33 Prozent), verdient im Durchschnitt 2100 Euro netto, hat acht Podcasts und hört 3,6 Stunden in der Woche "seine" Audioclips - oft auf dem Weg zur Arbeit. Idealerweise sollte ein Podcast zwischen 10 und 20 Minuten lang sein und wöchentlich erscheinen.

Bei Leuten, die viel unterwegs sind und die für Seminare schlicht keine Zeit haben, trifft man auf Bedarf. Der Podcast von Trainer Hans Jürgen Walter ([www.DasAbenteuerLeben.de](http://www.DasAbenteuerLeben.de)) hat bis zu 5000 Hörer pro Sendung. Jede Woche gibt es jeweils eine neue etwa 20-minütige Ausgabe.

Erste Bezahl-Services werden angesichts des Massenmarktes zur Zeit eingerichtet. Auf der Macworld 2006 im Januar hat Apple-Chef Steve Jobs erste kostenpflichtige Video-Podcasts angekündigt.

Es gibt einen Trend zum auditiven Lernkanal. Man kann sich in der Regel Gehörtes leichter vorstellen und merken, weil mehr Emotionen mitschwingen. Man kann nebenher noch Autofahren oder Joggen. Auf Platz eins im "Apple-Podcast-Ranking" befindet sich seit längerem "Englisch Lernen mit The Grooves."

Podcast-Hörer können verschiedene Sendungen abonnieren und sich so Ihren ganz persönlichen Weiterbildungs-Sampler zusammenstellen. Man nimmt sich genau, was man braucht. Vor allem die jüngere Generation zappt viel und pickt sich ganz gezielt heraus, was sie wirklich will. Diesem Bedürfnis wird man auch in der Weiterbildung nachkommen müssen. Hier bieten sich auch für Inhalte-Anbieter wie Schulbuch- und Weiterbildungsverlage sowie Lernsoftwareproduzenten neue Umsatzpotenziale.

Podcasts sollten als Zusatzservice eingebettet sein in einen kontrollierbaren Lernkanal wie Präsenzunterricht, Live-Seminare oder Blended Learning.

Personalentwickler könnten z.B. in Ihren Unternehmen Lernportale einrichten, auf denen nach bestimmten Qualitätskriterien vorselektierte Podcasts zum Download für die Mitarbeiter angeboten werden. Dies kann man je nach Bedarf und Themenspektrum auch auf bestimmte Kunden-Zielgruppen ausweiten.

Podcasts können auch im Sinne des klassischen Bildungsmarketings genutzt werden. Einem flächendeckenden Training von ausgewählten Mitarbeitern und Führungskräften geht schließlich fast immer eine Informations- und Motivationskampagne voraus. In dieser Phase haben besonders Podcasts einen hohen Nutzwert. Ein persönliches Statement eines Vorstands oder Geschäftsführers, der kurz auf den Punkt bringt, was ihm am Herzen liegt, kann äußerst informativ und motivierend sein.

Auch jüngere Mitarbeiter und Auszubildende lassen sich in Betrieben gut über Podcasts erreichen.

Unter den neuen Lernformen und Tools werden Podcasts in den kommenden drei Jahren in deutschen Unternehmen eine wichtige Rolle spielen. Zu diesem Ergebnis kamen 40 Experten, die vom MMB Institut während der Learntec im Februar 2006 befragt wurden. Gleichzeitig rechnen ca. zwei Drittel von Ihnen damit, dass zukünftig immer mehr Lerninhalte in den Anwenderunternehmen selbst erstellt werden.

Vier von fünf Experten (80 %) rechnen mit einer steigenden Nutzung von Podcasts, und auch Weblogs (74 %) und Wikis (72 %) als Mittel des informellen Lernens werden eine bedeutende Rolle spielen.

**AudioTrainer**  
Der Coach fürs Ohr

Buchenweg 7 – 55278 Mommenheim

Tel. +49(6138)-94 12 96 – Mobil: +49 (171) 830 68 62 - Fax +49(6138)- 94 12 95

Ansprechpartner: Martin Falk – [info@audiotrainer.de](mailto:info@audiotrainer.de) – [www.audiotrainer.de](http://www.audiotrainer.de)