

Swiss E-Learning Conference SeLC 2015

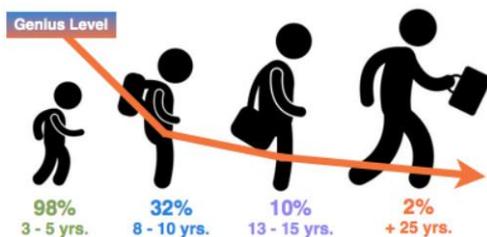
14./15. April 2015, Zürich – www.selc.ch

Rückblick von Daniela Lozza, 20.05.15

Lernen Grenzenlos

Simon Dückert, CEO Cogneon GmbH

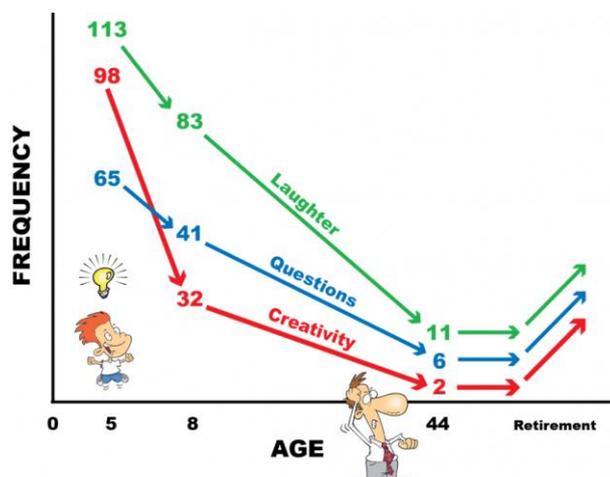
Der Unternehmensberater bezeichnet sich selbst als „Unternehmenshacker“ der gegen etablierte Managementmodelle und Systeme ankämpft. Er startete mit einer [Studie von George Land](#) in der Fünfjährige einen Kreativitätstest für NASA Ingenieure lösten. 98% der Kinder wurden als „sehr kreativ“ bzw. als „Genie“ eingeschätzt. Als die Kinder den Test mit 10 Jahren wiederholten, waren es nur noch 30% und mit 15 Jahren waren es nur noch 12%. Bei den über 1 Mio. Erwachsenen, die den Test absolviert haben, waren nur noch 2% sehr kreativ.



% OF PARTICIPANTS SCORING AT A CQ GENIUS LEVEL BY AGE
(Source: *Breakpoint and Beyond* by George Land & Beth Jarman, 1992)

Offenbar verlernen wir während unserer Schulzeit die Fähigkeit, besonders kreativ zu denken. Gemäss Land liegt das vor allem daran, dass wir lernen, dass es in der Regel nur eine richtige Antwort für eine Frage gibt. Folglich beginnen wir, sobald wir eine Idee haben oder hören, sofort diese zu werten. Das konvergente Denken wird in der Schule gefördert, während das divergente Denken, bei dem es nicht nur eine, sondern viele richtige Antworten gibt, meist zu kurz kommt; nicht zuletzt, weil es in standardisierten Tests keinen Platz für divergentes Denken gibt.

[Chic Thompson](#) hat basierend auf dieser Studie eine interessante Lifetime Creativity Curve abgeleitet bei der man seiner Meinung nach mit ca. 44 Jahren den „Point of terminal seriousness“ erreicht. Überraschenderweise steigt die Kreativität nach der Pensionierung wieder an. Chic sieht darin einen Hinweis, dass wir uns von der Schulzeit bis zur Pensionierung in die bestehenden Systeme mit ihren Regeln und Vorgaben zwängen und so das kreative Denken nach und nach verlernen - bis wir mit der



Pensionierung wieder frei sind und unseren eigenen Interessen nachgehen können. Folglich müssten Organisationen aufpassen, dass sie den Mitarbeitenden nicht die Kreativität nehmen.

Dückert sieht für das Lernen in Organisationen vor allem einen Trend in Richtung informelles Lernen. In Anbetracht der 70-20-10 Regel investieren Unternehmen immer mehr Ressourcen in das informelle Lernen.

Als Beispiel führt er den Adidas Learning Campus auf. Adidas verfolgt damit die Philosophie „*Working is learning and learning is working*“. Jeder Mitarbeitende ist Lehrer und Lerner zugleich. Ziel ist das selbstgesteuerte, lebenslange Lernen zu fördern. Hierfür werden in diesen Online Learning Campus nebst externen Ressourcen wie Videos auf YouTube und TED auch Buchempfehlungen, Wikis, Blogs, sowie eine Community und ein Mentoring Programm „Coffee learning“ angeboten.

Kernstück des Adidas Learning Campus ist aber nicht die Online Plattform, sondern der Wandel in der Lernkultur. Learning by doing kann nur funktionieren, wenn die Führung dies unterstützt und die Grenzen, welche viele Mitarbeitend vom Lernen abhalten, aufhebt. Dücker wies übrigens darauf hin, dass die Forderung nach Knowledge Leadership auch Teil des neuen ISO 9001 Standards ist.

Informelles Lernen fordert nicht nur einen Wandel der Lernkultur, sondern auch der Infrastruktur. Selbstorganisiertes Lernen hat andere Anforderungen an Lernräume als formelles, gesteuertes Lernen in einem traditionellen Klassenzimmer. Wichtig sei hier auch, eine Do-it-yourself Kultur zu etablieren und den Mitarbeitenden das nötige Equipment zur Verfügung zu stellen, damit sie zu Wissensarbeiter werden können. Oft reiche hier schon eine einfache Ausrüstung.

Fazit

Die letzte Keynote fokussierte nochmals stark auf die Wichtigkeit des informellen Lernens in Unternehmen. Die Studie von George Land sollte uns aufhorchen lassen. Dr. Matthias Kaiserswerth, Director von IBM Research, sagte am letzten International Day, dass „*Keeping the flying ducks*“ eine der grössten Herausforderung seines Unternehmens sei. Damit meinte er, dass es für Unternehmen schwierig ist, die wirklich kreativen Köpfe zu behalten und ihnen den Freiraum zu geben, den sie brauchen, um herausragende Leistungen zu erbringen. Auch Prof. Ulrich Weinberg vom Hasso-Plattner-Institute sagte an den eduhub days, dass sie an der School of Design Thinking viel Zeit investieren, um den Studierenden zuerst einmal beizubringen, wie sie gemeinsam und konstruktiv an kreativen Lösungen arbeiten können. Als Hochschule liegt es in unserer Möglichkeit, kreatives Denken „out of the box“ zu fördern und sowohl die „flying ducks“ als auch ihre zukünftigen KollegInnen und Vorgesetzten auf die Herausforderung vorzubereiten, gemeinsam die komplexen Probleme der Zukunft zu lösen.