

Krischak, Tim; Wolpert, Axel

Innovationen entdecken, Talente fördern. Ein E-Learning-Nachwuchs-Award mit Potenzial

Dürnberger, Hannah [Hrsg.]; Hofhues, Sandra [Hrsg.]; Sporer, Thomas [Hrsg.]: Offene Bildungsinitiativen. Fallbeispiele, Erfahrungen und Zukunftsszenarien. Münster ; New York ; München ; Berlin : Waxmann 2011, S. 201-209. - (Medien in der Wissenschaft; 58)



Empfohlene Zitierung/ Suggested Citation:

Krischak, Tim; Wolpert, Axel: Innovationen entdecken, Talente fördern. Ein E-Learning-Nachwuchs-Award mit Potenzial - In: Dürnberger, Hannah [Hrsg.]; Hofhues, Sandra [Hrsg.]; Sporer, Thomas [Hrsg.]: Offene Bildungsinitiativen. Fallbeispiele, Erfahrungen und Zukunftsszenarien. Münster ; New York ; München ; Berlin : Waxmann 2011, S. 201-209 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-118268

in Kooperation mit / in cooperation with:

WAXMANN
VERLAG GMBH
Münster · New York · München · Berlin



<http://www.waxmann.com>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
Deutsches Institut für Internationale Pädagogische Forschung (DIPF)
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

Offene Bildungsinitiativen

Hannah Dürnberger
Sandra Hofhues
Thomas Sporer (Hrsg.)

Offene Bildungsinitiativen

Fallbeispiele, Erfahrungen und Zukunftsszenarien



Waxmann 2011
Münster / New York / München / Berlin

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Medien in der Wissenschaft; Band 58

Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft e.V.

ISSN 1434-3436

ISBN 978-3-8309-2457-9

© Waxmann Verlag GmbH, Münster 2011

www.waxmann.com

info@waxmann.com

Umschlagentwurf: Pleßmann Kommunikationsdesign, Ascheberg

Titelbild: Christoph Kückner

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier, säurefrei gemäß ISO 9706



Alle Rechte vorbehalten

Printed in Germany

Inhalt

<i>Hannah Dürnberger, Sandra Hofhues & Thomas Sporer</i> Vorwort. Was sind offene Bildungsinitiativen? Eine Begriffsklärung	7
<i>Thomas Sporer</i> Offene Bildungsinitiativen von Studierenden. Lernen im Hochschulstudium als kreative Wissensarbeit.....	15
<i>Thomas Bernhardt, Steffen Büffel & Marcel Kirchner</i> Bildung am „Lagerfeuer“. EduCamps als partizipatives Konferenzformat im Web-2.0-Stil	25
<i>Claudia Bremer</i> Studentische E-Learning-Projekte in der Hochschule.....	41
<i>Karsten Wolf</i> Metareflexion zu Self und EduCamp. Öffnung oder Einfriedung?.....	57
<i>Melanie Gottschalk & Christian Spannagel</i> Die Maschendraht-Community. Grundvernetzung von Lehrerinnen und Lehrern im Web 2.0	67
<i>Patrick Bauer & Wiebke Henke</i> Förderung von offenen Bildungsinitiativen an der Hochschule. Der Innovationswettbewerb betacampus.....	79
<i>Hans Gruber</i> Metareflexion zu Maschendraht und betacampus. Veränderung epistemischer Überzeugungen durch offene Bildungsinitiativen.....	93
<i>Sandra Hofhues</i> Von studentischer Projektarbeit zum didaktischen Modell. Die Augsburger Initiative w.e.b.Square	99
<i>Anna Herbst & Julia Höhl</i> MyPaed. Kompetenzentwicklung und Lernchancen in studentischen Bildungsinitiativen.....	113
<i>Kerstin Mayrberger</i> Metareflexion zu w.e.b.Square und MyPaed. Offene Bildungsinitiativen im Kontext handlungsorientierter Medienpädagogik.....	127

<i>Denise Kempen & Hendrik den Ouden</i> Der Peer-Info-Pool. Online Studienberatung von Studierenden für Studierende.....	133
<i>Jakob Calice</i> textfeld.ac.at. Ein Erfahrungsbericht zwischen ökonomischen Zwängen und organisatorischen Realitäten.....	147
<i>Gernot Hausar</i> eLib.at. Auf Umwegen zum Guerilla-E-Learning.....	161
<i>Rainer Kuhlen</i> Metareflexion zu PIP, textfeld.ac.at und eLib.at. Innovativ, kollaborativ, nachhaltig und qualitätsgesichert sollte es sein	179
<i>Fabian Gebert & Frank Wolf</i> Die offene Bildungsinitiative Mediabird. Erfahrungsbericht und Ausblick	185
<i>Dieter Euler</i> Metareflexion zu Mediabird	197
<i>Tim Krischak & Axel Wolpert</i> Innovationen entdecken, Talente fördern. Ein E-Learning-Nachwuchs-Award mit Potenzial.....	201
<i>Kristina Notz & Andreas Lenz</i> Der Ideenwettbewerb „GENERATION-D. Ideen für Deutschland. Gemeinsam Anpacken“	211
<i>Carsten Wünsch & Jana Wünsch</i> Metareflexion zu D-ELINA und GENERATION-D. Zur Funktion öffentlicher Wettbewerbe	223
<i>Thomas Sporer, Hannah Dürnberger & Sandra Hofhues</i> Lernen durch aktive Mitgestaltung? Herausforderungen offener Bildungsinitiativen im Umfeld von Hochschulen	229
<i>Gabi Reinmann</i> Nachwort.....	233
Autorinnen und Autoren.....	235

Innovationen entdecken, Talente fördern Ein E-Learning-Nachwuchs-Award mit Potenzial

1 Worum es geht: Auszeichnung für den E-Learning-Nachwuchs

2006 hat das Deutsche Netzwerk der E-Learning Akteure e.V. (D-ELAN) den Nachwuchspreis „D-ELINA“ ins Leben gerufen. D-ELINA steht für „Deutscher E-Learning Innovations- und Nachwuchs-Award“. Er ist der einzige Innovationspreis im deutschsprachigen Raum, der sich direkt an den Nachwuchs in Schule, Hochschule, Wirtschaft und öffentlicher Verwaltung wendet.

Unter dem Stichwort „Innovation durch Lernen mit neuen Medien“ wird der Wettbewerb jährlich ausgeschrieben. Zielgruppen sind Schülerinnen und Schüler, Studierende aller Hochschulen, junge Berufstätige, die nicht länger als zwei Jahre im Beruf sind (darunter fallen z.B. auch junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler) und Start Up-Unternehmen. Gesucht sind erfolgreiche und Erfolg versprechende innovative Konzepte sowie Prototypen und Produkte für das Lernen mit neuen Medien. Eine Besonderheit ist, dass neben abgeschlossenen Konzepten und Produkten auch solche eingereicht werden können, deren „Marktreife“ bzw. Erprobung in der Praxis (noch) aussteht.

Die eingereichten Projekte werden von einer rund fünfzehnköpfigen Jury bewertet. Die Mitglieder der Jury kommen aus Hochschulen, der Personalentwicklung und von Anwender- und Anbieterunternehmen aus der E-Learning-Branche.¹ Insgesamt hat die Jury seit der ersten Vergabe des Awards 2006 14 Projekte mit dem *D-ELINA* prämiert.

Verliehen wird der Preis in enger Kooperation mit der LEARNTEC, internationale Leitmesse und Kongress für professionelle Bildung, Lernen und IT in Karlsruhe.² Seit 2008 präsentieren sich dort alle nominierten Projekte auf einer Sonderausstellungsfläche der Messe.

Durch die Einbettung in die Fachmesse ergeben sich für die Bewerberinnen und Bewerber vielfältige Chancen, ihre Projekte einem fachkundigen Publikum zu präsentieren und Kontakte in die E-Learning-Branche zu knüpfen. Damit erfährt der

1 <http://d-elina.de/jury/> (07.01.2010)

2 <http://learntec.de> (07.01.2010)

Ansatz der Nachwuchsförderung eine wirkungsvolle Unterstützung. Gleichzeitig bieten die Tage auf der Messe den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Möglichkeit, sich mit den anderen Nominierten auszutauschen und zu vernetzen. Projekte, die für den *D-ELINA* nominiert wurden, können dadurch in mehrfacher Hinsicht unterstützt werden. So können auch offene Bildungsinitiativen gefördert werden, die für den *D-ELINA* nominiert sind. In den Jahren 2009 und 2010 wurden von Studierenden selbst organisierte Projekte für den Preis nominiert und auch mit dem *D-ELINA* Award prämiert.

2 Auf dem Weg zum etablierten Nachwuchs-Award

Hintergrund für die Initiierung eines Nachwuchspreises war die immer stärkere Bedeutung der Informationstechnologien bei der Vermittlung beruflich relevanten Wissens und die Selbstverständlichkeit, mit der die nachwachsende Generation diese Entwicklung vollzog. Nach wirtschaftlichen Herausforderungen im Zuge des abklingenden New Economy-Booms kurz nach der letzten Jahrtausendwende hatte sich das technologiegestützte Lernen, zumeist als E-Learning bezeichnet, in den vergangenen Jahren als zentrales Querschnittsthema zwischen Informationstechnologie (IT) und Bildung konsolidiert.

Das gilt sowohl aus ökonomischer Perspektive als auch inhaltlich-strukturell im Zuge der Entwicklung von Technologien und Bildungskonzepten. Diese Verstärkung brachte eine wachsende Zahl an E-Learning-Nutzenden hervor. Über neuere Nutzungsweisen des Internets, die allgemein unter dem Schlagwort Web 2.0 zusammengefasst werden (vgl. Kerres, 2006), hat diese Entwicklung noch einmal einen deutlichen Schub bekommen.

Junge Menschen wachsen mit diesen Medien wie selbstverständlich auf und nutzen sie in vielfältigen Kontexten. (vgl. Busemann & Gescheidle, 2009; MPFS, 2009). Lernen und Wissensaneignung sind dabei nur einige von vielen Möglichkeiten. Wer das Internet für die Pflege sozialer Kontakte nutzt, setzt es nicht zwangsläufig auch für das Lernen ein (vgl. Schulmeister, 2008; Ebner & Schiefner, 2009). Aber der Schritt dahin ist nicht groß und auf die Impulse, die von der jüngeren Generation ausgehen, wollen die E-Learning-Branche und die Universitäten nicht verzichten. Die Idee, diesen Aspekten in Form eines Wettbewerbs für den Nachwuchs gerecht zu werden, lag nahe.

2.1 Ein Wettbewerb wird initiiert

Nach ausgiebiger Diskussion der oben beschriebenen Vorüberlegungen innerhalb des E-Learning-Netzwerkes D-ELAN waren für die konkrete Umsetzung letztlich zwei Faktoren ausschlaggebend:

- Das Interesse seitens der LEARNTEC-Verantwortlichen, einen solchen Preis zu unterstützen, um damit das Thema Nachwuchs- und Talentförderung in der Branchenmesse zu verankern.
- Das Auslaufen des Wettbewerbs „Multimedia Transfer“, der – mit Förderung des Landes Baden-Württemberg – bislang studentische Projekte im Bereich Multimedia ausgezeichnet hatte.

Unter Federführung des D-ELAN wurde der Preis Ende 2005 erstmals ausgeschrieben. Mit tatkräftiger Unterstützung der LEARNTEC konnten Sponsoren für die Realisierung gewonnen werden. Die Fachmesse in Karlsruhe bot auch die ideale Plattform für eine Verleihung, die zum ersten Mal im Februar 2006 dort über die Bühne ging. Rund 30 Projekte hatten sich beworben, drei hatten es in die Nominierungsrunde geschafft.

Bereits bei der Erstauflage zeigte sich die Schwierigkeit, aus den inhaltlich wie qualitativ sehr unterschiedlichen Projekten das „preiswürdigste“ auszuwählen. Vorgesehen war, nur ein Projekt auszuzeichnen. Einstimmig vergab die Jury einen weiteren Preis für das Projekt eines Schülers. Damit konnte den sehr unterschiedlichen Voraussetzungen, unter denen die einzelnen Projekte entstanden, Rechnung getragen werden.

Diese Erfahrung zeigte aber auch, dass eine Anpassung der Ausschreibung für den kommenden Wettbewerb erforderlich war. Im zweiten Jahr gab es von Anfang an zwei Kategorien. Für die Kategorie „Approved“ waren Konzepte und Produkte gesucht, deren Entwicklung abgeschlossen sein sollte und die bereits erste Praxistests erfolgreich bestanden haben. Im Mittelpunkt sollten die Integration von E-Learning in Personalentwicklung und unternehmens- bzw. organisationsübergreifende Konzepte stehen. Mit der Kategorie „Blueprint“ hingegen sollte Konzepten und Lösungen eine Chance gegeben werden, deren „Marktreife“ bzw. Erprobung in der Praxis noch ausstand. Hier waren der akademische Nachwuchs (Diplomarbeiten, Promotionen) und Schüler sowie Schülerinnen angesprochen. Im Mittelpunkt sollten Lern-Lösungen und -Ansätze für Schule und Hochschule, für die betriebliche Aus- und Weiterbildung, aber auch für den privaten Nutzen stehen.

Aber auch diese Ausdifferenzierung der Ausschreibungen wurde den bestehenden Unterschieden in der Qualität der Einreichungen zwischen Berufstätigen, Schülern und Studierenden nicht gerecht. Die Voraussetzungen der Einreicher waren sehr unterschiedlich und wollte man allen Gruppierungen faire Chancen beim Wettbewerb einräumen, musste man die Kategorien weiter verändern.

Im Jahr 2008 wurde seitens des D-ELAN dazu übergegangen, die Preise nach Zielgruppen zu vergeben. Seitdem wird jeweils ein Preis für junge Berufstätige, Schüler und Studierende ausgeschrieben. Um den unterschiedlichen Leistungen und Voraussetzungen der einzelnen Bewerbergruppen besser gerecht zu werden, hat sich diese Dreiteilung bewährt.

Nicht immer leicht war es, die Grenze zwischen Nachwuchs und schon länger am Markt etablierten Bewerberinnen und Bewerbern zu ziehen. Viele Bewerber und Bewerberinnen haben interessante Konzepte vorgelegt, waren aber schon mehrere Jahre in ihrem Beruf tätig und fielen damit durch das Raster ‚Nachwuchs‘. Um die Innovationsleistungen dieser Gruppe sichtbar zu machen, haben wir uns im Jahre 2009 erstmalig dazu entschlossen, einen Sonderpreis für am Markt etablierte Anwender und Anbieter zu vergeben. In dieser Kategorie werden innovative Produkte und Konzepte prämiert, deren Einreicher über langjährige Erfahrungen verfügen. Dies sind i.d.R. Produkte, die sich bereits am Markt bewährt haben.

2.2 Sonderausstellungsfläche als Plattform für Vernetzung

Einen zusätzlichen Anreiz für Bewerberinnen und Bewerber gibt es seit 2008 mit der Möglichkeit, ihre nominierten Projekte auf der Fachmesse, der LEARNTEC, auszustellen. In einem Sonderausstellungsbereich können Siegerinnen und Sieger sowie Nominierte ihre Projekte dem Fachpublikum der Messe präsentieren. Im ersten Jahr als ‚Zukunftswerkstatt‘ mit Forum und weiteren Ausstellern konzipiert, sollte so die Vernetzung zukünftiger E-Learning-Akteurinnen und -Akteure und der Wissensaustausch gefördert werden.

Die Nominierten kommen in Kontakt zu Branchenprofis, was den Fortgang der Projekte positiv beeinflussen kann (vgl. etwa die Initiative ‚*Mediabird*‘, Gebert & Wolf, in diesem Band). Umgekehrt werden Unternehmen auf Nachwuchstalente aufmerksam und können diese über Vergabe von Praktikumsplätzen an das eigene Unternehmen binden.

Für alle Beteiligten sind die Tage auf der LEARNTEC eine Gelegenheit, Wissen und Erfahrungen auszutauschen. Dieses Angebot zur Vernetzung wird von den Nominierten gut angenommen, können sie doch von Erfahrungen anderer profitieren, die an ähnlichen Fragestellungen und Problemen arbeiten. Aus der sozialen Netzwerkforschung weiß man, dass Kontakte zu Personen aus anderen Gruppen häufig zur Verbreitung neuer Ideen führen. Beziehungen, die Gruppengrenzen überschreiten, sogenannte *Weak Ties*³, können Informationen liefern, die in einem sozialen Subsystem noch nicht bekannt sind. Die Verbindung verschiedener Grup-

3 Der Begriff stammt von Mark Granovetter (1973) und bezeichnet soziale Beziehungen, die unterschiedliche Netzwerke miteinander verknüpfen.

pen kann so zur Diffusion neuer Technologien und Ideen beitragen (vgl. McAfee, 2009).

Dieser Ansatz passt gut zum Anliegen des D-ELAN, die deutschsprachigen E-Learning-Akteure besser zu vernetzen. Mit den Nominierten des *D-ELINA* können möglicherweise die E-Learning-Akteure von morgen miteinander verbunden werden.

Über die Ausstellung auf der LEARNTEC erreicht D-ELAN zudem eine breite Öffentlichkeit. Deshalb ist die Sonderausstellung auch für die nominierten Projekte ein Gewinn, die bei der Preisvergabe in ihrer Kategorie leer ausgegangen sind. Stellvertretend hierfür steht das Statement eines Teilnehmers, der mit seinem Projekt 2009 zu den Nominierten zählte:

„Der Auftritt auf der LEARNTEC hat uns echt sehr viel gebracht. Besucher haben uns neue Ideen mit auf den Weg gegeben, wir haben Kunden kennen gelernt etc. Alles, was wir danach erreicht haben, können wir irgendwie immer wieder darauf zurückführen.“⁴

3 Grenzen der Nachwuchsförderung: Vernetzung als Chance

Die Schwierigkeiten eines Wettbewerbs, der sich an unterschiedliche Zielgruppen mit jeweils unterschiedlichen Voraussetzungen richtet und den Anspruch einer transparenten Preisvergabe vertritt, haben wir bereits geschildert. Im nachfolgenden Abschnitt soll kurz die Rolle der Jury im Bewertungsprozess, damit verbundene Schwierigkeiten, aber auch die Chancen, die im Konzept der Vernetzung liegen, beleuchtet werden.

3.1 Rolle der Jury

Die Entscheidung einer Jury ist immer auch mit subjektiven Momenten verbunden. Einen objektiv richtigen Gewinner kann es nicht geben. Bei der Besetzung der Jury wurde daher von Anfang an großen Wert darauf gelegt, Expertinnen und Experten zu finden, die eine große Bandbreite an wissenschaftlicher Expertise und beruflicher Praxis mitbringen. So wurden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen berufen, aber ebenso auch Vertreterinnen und Vertreter aus Unternehmen und aus dem Kontext von Schule und Ausbildung.

4 Weitere Interviews mit Nominierten und Preisträgern findet man im D-ELINA Blog (<http://d-elina.de>).

Von der Arbeit der Jury profitiert nicht nur der Wettbewerb selbst, auch einzelne Mitglieder greifen Ideen und Impulse aus den eingereichten Beiträgen auf. So wird es beispielsweise geschätzt, über die Bewertungsarbeit „erfrischende E-Learning-Ideen mit teils sehr pragmatischen Realisierungen“ kennenzulernen. Das „kreative Potenzial des E-Learning-Nachwuchses motiviert und regt die eigene Perspektive an“. Interessant empfunden wird von einzelnen Jury-Mitgliedern auch der Begutachtungsprozess selbst, der durch die „Einsicht in die Begutachtungsergebnisse der Kolleginnen und Kollegen“ wie eine „Art Weiterbildung“ wirkt.⁵

Die nachfolgende Tabelle zeigt das derzeit gültige Bewertungsschema und die Kriterien, anhand derer die Juroren ihre Bewertungen vornehmen:

Kriterium	Erläuterung
1. Durchdachter Einsatz innovativer und zukünftiger Technologien und Medien	Integration von Web 2.0 Tools wie Blogs, Wikis, Podcasting, Twitter oder RSS-Feeds etc. in Lernumgebungen. Einbindung simulations- und spielbasierter Anwendungen. Umsetzung/Anwendung u.a. virtueller Welten, 3-D-Simulationen (immersive Technologien), „intelligenter Umgebungen“ (ambient technologies). Berücksichtigung mediendidaktischer Aspekte.
2. Einbindung in Organisation u. Unternehmen / Integration in Wissensmanagement	Integration der Konzepte und Produkte/Prototypen in Schule, Hochschule und in den betrieblichen Kontext. Beispielhafte Verknüpfung von Wissensmanagement und E-Learning bzw. neue Wege für die Verschmelzung von Arbeit und Lernen (Lernen am Arbeitsplatz).
3. Originalität des Konzepts	Eigene Entwicklung bzw. Weiterentwicklung bestehender Produkte/Anwendungen/Konzepte mit deutlich erkennbarem Eigenanteil.
4. Förderung informeller Lernprozesse	Einbindung kollaborativer Lernformen, Bildung von Communities. Einbindung und Förderung einer aktiven Rolle des Lernenden (Learner as Creator). Zielgruppengerechte Ansprache; Einbindung und Motivation der Nutzer, z.B. durch einfach zu handhabende und selbsterklärende Techniken und Tools. Berücksichtigung mediendidaktischer Aspekte.
5. Neue Methoden und Prozesse zur Entwicklung von Bildungsprodukten / Content Sharing	Gelungene Konzepte und Lösungen für die Mehrfachverwertung von Inhalten. Optimierung von Prozessmanagement und Entwicklung adäquater Tools.
6. Transferpotenzial	Übertragbarkeit des Konzeptes/Produktes auf andere Organisationen und Nutzergruppen.
7. Wirtschaftlichkeit	Nutzen gegenüber Entwicklungs-, Einführungs- und Pflegeaufwand; Einsparpotenziale durch die Anwendung gegenüber herkömmlichen/bisherigen Lernlösungen. Potenzial für Weiterentwicklung und Vertrieb von Produkt/Dienstleistung.
8. Berücksichtigung geltender technologischer und qualitativer Standards	Systematische Exploration, kreative Anwendung und ggf. Weiterentwicklung zukunftsweisender Standards (SCORM 2004, IMS Learning Design, EN ISO/IEC 19796-1 und PAS 1032-2).

5 Antworten eines Jury-Mitgliedes auf die Frage nach den Beweggründen für eine Mitwirkung in der D-ELINA-Jury.

Grenzen gibt es dort, wo Zielgruppen nicht oder nur in geringem Umfang erreicht werden. Abgesehen von wenigen Ausnahmen ist es uns mit dem *D-ELINA* nicht gelungen in größerem Umfang Schülerinnen und Schüler zu erreichen. Das mag einerseits durch die begrenzten Ressourcen der Zielgruppe bedingt sein, hängt möglicherweise aber auch damit zusammen, dass das Thema E-Learning im Schulunterricht eine eher untergeordnete Rolle spielt.

3.2 Ausstellung: Plattform für die Vernetzung

Mit dem derzeit bestehenden Ausschreibungskonzept und der Vergabe der Preise nach Zielgruppen ist eine Form erreicht, die sich in den vergangenen Jahren bewährt hat und aus unserer Sicht der Mehrzahl der Bewerber und Bewerberinnen auch gerecht wird. Dennoch ziehen wir jedes Jahr eine neue Bilanz. Eine Anpassung oder Veränderung ist nicht ausgeschlossen.

Das gilt auch für den Bereich, der für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit die größten Chancen bietet: die Ausstellung der nominierten Projekte auf einer Sonderausstellungsfläche im Rahmen der LEARNTEC. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer profitieren dabei direkt vom Netzwerk des D-ELAN. In den Tagen auf der Messe können die Teilnehmerinnen und Teilnehmer voneinander lernen. Auch die Branche profitiert durch innovative Ideen und Good Practice Beispiele und – wie angedeutet – von der Möglichkeit, Nachwuchskräfte und deren Ideen ins eigene Unternehmen zu integrieren. Der Vernetzungsgedanke, dem der D-ELAN folgt, wird damit, wie bereits an anderer Stelle erwähnt, in beide Richtungen gestärkt.

Lernen und profitieren können auch Organisationen, aus denen sich Teilnehmerinnen und Teilnehmer am *D-ELINA* bewerben. Eine Nominierung mit verbundener Ausstellung oder ein Preis bringen der Organisation positive Öffentlichkeit. Das mit dem *D-ELINA* Award ausgezeichnete Projekt wird durch die Prämierung innerhalb der Organisation gestärkt. Die Prämierung eines Projekts aus den eigenen Reihen ist für eine Organisation in der Regel anschlussfähig. Im Idealfall werden so Bottom-up-Prozesse angestoßen oder bereits vorhandene Bottom-up-Prozesse innerhalb einer Organisation durch eine Unterstützung von „oben“ (Top-Down) unterstützt. Ungeplante Strukturentwicklungen innerhalb der Organisation werden dadurch möglicherweise nachträglich festgeschrieben (vgl. Schulte-Zurhausen, 1999). Auf diese Art und Weise profitieren Organisationen von den eigenen Nachwuchskräften, deren Talente vorher möglicherweise im Verborgenen geblieben wären und die nun das Lernangebot innerhalb der Organisation bereichern oder mehr Effizienz in ihren Bereich einbringen können. Gut nachvollziehen lässt sich dies anhand der Beiträge, die in den vergangenen Jahren aus dem universitären Umfeld eingereicht wurden. Hier haben Studierende Lernanwendungen auf ihren Bedarf

hin konzipiert und teilweise auch umgesetzt. Dabei handelte es sich um Bedürfnisse, die seitens der Hochschulen scheinbar nicht abgedeckt oder erkannt wurden.⁶ Durch die Außenwirkung einer *D-ELINA* Nominierung oder Prämierung erhielten diese Studierenden eine Stärkung innerhalb der eigenen Hochschule, ihr Projekt weiterzuentwickeln. So konnten und können offene Bildungsinitiativen an Hochschulen finanzielle und ideelle Unterstützung erfahren.

Die Frage, wie man das Wissen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern innerhalb von Organisationen zugänglich macht, ist eine der zentralen Fragen im Wissensmanagement. Überträgt man die Idee eines Nachwuchswettbewerbs auf eine Organisation, könnte z.B. eine organisationsinterne oder standortübergreifende Ausschreibung innerhalb eines größeren Unternehmens ein Weg für einen Erfolg versprechenden Lösungsansatz sein. Die Ausschreibung animiert Nachwuchskräfte, eigene Projekte einzubringen bzw. selbst zu entwickeln. Damit werden sie mit ihrem Wissen und ihren Kompetenzen in der Organisation sichtbar, Bottom-up-Prozesse und Selbstorganisation (Probst, 1987) werden gefördert. Durch die Vernetzung – z.B. bei Workshops oder Hausmessen kann der Wissenstransfer gefördert werden.

4 Fazit

Mit dem Deutschen E-Learning Innovations- und Nachwuchs-Award (*D-ELINA*) hat der D-ELAN ein Instrument geschaffen, um jungen Menschen, die zukunftsweisende E-Learning-Anwendungen hervorbringen, in der „Community“ und für Unternehmen sichtbar zu machen und ihre Ideen und Lösungen zu würdigen. Mit der Akzentuierung auf den Nachwuchs (Schüler, Studierende, junge Berufstätige) hat *D-ELINA* ein Alleinstellungsmerkmal im deutschsprachigen Raum und grenzt sich damit von anderen Preisen deutlich ab.

Das Sichtbarmachen beschränkt sich nicht nur auf die mediale Darstellung der Preisträger, sondern schließt die Präsentation der nominierten Projekte auf einer Branchenmesse mit ein. Der Wettbewerb lebt den Vernetzungsgedanken und bietet jungen Menschen die Chance, ihre Ideen im Kontakt mit Gleichgesinnten und Experten weiterzuentwickeln. Von Beginn an wurde bei der Ausschreibung daher Wert darauf gelegt, Wirtschaftlichkeitsaspekte in die Bewertung einfließen zu lassen und die Realisierungschancen der eingereichten Konzepte zu erhöhen. Am Schnittpunkt von Bildung und Wirtschaft sollen die Potenziale der Wettbewerbsbeiträge erkannt und auch zukünftig ausgeschöpft werden.

6 Von einigen Universitäten werden studentische E-Learning-Projekte bereits als Innovationspotenziale wahrgenommen. So hat z.B. die Goethe Universität in Frankfurt im Jahre 2007 damit begonnen, studentische E-Learning Vorhaben zu fördern (vgl. Bremer, 2009, S. 332 ff.).

An dieser Stelle zeigen sich Grenzen, aber auch weitere Ansatzpunkte, den Preis für alle Beteiligten noch attraktiver zu gestalten. Die zusätzliche Einbindung von Netzwerken und Sponsoren aus der Wirtschaft ist bislang nicht in dem Umfang gelungen, wie es für den Preis wünschenswert wäre. Vorstellbar wäre beispielsweise, prämierte Konzepte durch Förderer zu realisieren bzw. weiterzuentwickeln.

Literatur

- Bremer, C. (2009). E-Learning durch Förderung promoten und studentische Projekte als Innovationspotenzial für die Hochschule. In N. Apostolopoulos, H. Hoffmann, V. Mansmann & A. Schwill (Hrsg.), *E-Learning 2009. Lernen im digitalen Zeitalter 2009*. Münster: Waxmann Verlag.
- Busemann, K. & Gscheidle, G. (2009). Web 2.0: Communitys bei jungen Nutzern beliebt: Ergebnisse der ARD/ZDF Online Studie 2009. *Media Perspektiven*, 7/2009, 356-364.
- Ebner, M. & Schiefner, M. (2009). *Digital native students? Web-2.0-Nutzung von Studierenden*. Erfahrungsbericht auf www.e-teaching.org. Verfügbar unter: http://e-teaching.org/praxis/erfahrungsberichte/ebner_schiefner_web20 [07.01.2010].
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78 (6), 1360-1380.
- MPFS – Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2009). JIM-Studie 2009. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart. Verfügbar unter: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf09/JIM-Studie2009.pdf> [26.02.2010].
- Kerres, M. (2006). *Potenziale von Web 2.0 nutzen*. In A. Hohenstein & K. Wilbers (Hrsg.), *Handbuch E-Learning*. München: DWD. Verfügbar unter: <http://mediendidaktik.uni-duisburg-essen.de/system/files/web20-a.pdf> [07.01.2010].
- McAfee, A. (2009). *New Collaborative Tools for Your Organization's Toughest Challenges*. Boston: Harvard Business Press.
- Probst, G. J. B. (1987). *Selbst-Organisation*. Berlin: Parey.
- Schulmeister, R. (2008). *Gibt es eine Netgeneration? Version 2.0*. Verfügbar unter: http://www.zhw.uni-hamburg.de/uploads/schulmeister-net-generation_v2.pdf [07.01.2010].
- Schulte-Zurhausen, M. (1999). *Organisation* (2. Auflage). München: Vahlen.