

Ebner, Martin; Schön, Sandra; Käfmüller, Kathrin
**Inverse Blended Learning bei "Gratis Online Lernen" – über den Versuch,
einen Online-Kurs für viele in die Lebenswelt von EinsteigerInnen zu
integrieren**

Nistor, Nicolae [Hrsg.]; Schirlitz, Sabine [Hrsg.]: Digitale Medien und Interdisziplinarität. Münster, u.a. : Waxmann 2015, S. 197-206. - (Medien in der Wissenschaft; 68)



Quellenangabe/ Reference:

Ebner, Martin; Schön, Sandra; Käfmüller, Kathrin: Inverse Blended Learning bei "Gratis Online Lernen" – über den Versuch, einen Online-Kurs für viele in die Lebenswelt von EinsteigerInnen zu integrieren - In: Nistor, Nicolae [Hrsg.]; Schirlitz, Sabine [Hrsg.]: Digitale Medien und Interdisziplinarität. Münster, u.a. : Waxmann 2015, S. 197-206 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-113538 - DOI: 10.25656/01:11353

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-113538>

<https://doi.org/10.25656/01:11353>

in Kooperation mit / in cooperation with:



WAXMANN
www.waxmann.com

<http://www.waxmann.com>

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt unter folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen: Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen. Dieses Werk bzw. dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden und es darf nicht bearbeitet, abgewandelt oder in anderer Weise verändert werden.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-Licence: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.en> - You may copy, distribute and transmit, adapt or exhibit the work in the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor. You are not allowed to make commercial use of the work or its contents. You are not allowed to alter, transform, or change this work in any other way.

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



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Medien in der
Wissenschaft

GMW
Gesellschaft
für Medien in der
Wissenschaft e.V.



Nicolae Nistor, Sabine Schirlitz (Hrsg.)

Digitale Medien und Interdisziplinarität

Herausforderungen, Erfahrungen, Perspektiven

WAXMANN

Nicolae Nistor, Sabine Schirlitz (Hrsg.)

Digitale Medien und Interdisziplinarität

Herausforderungen,
Erfahrungen, Perspektiven



Waxmann 2015
Münster • New York

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.

Der Volltext ist online unter www.waxmann.com/buch3338 abrufbar.
Die Einzelbeiträge und zugehörige Dateien sind unter <http://2015.gmw-online.de> abrufbar und kommentierbar.



Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz
Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International.
Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Medien in der Wissenschaft, Band 68

ISSN 1434-3436
ISBN 978-3-8309-3338-0
ISBN-A 10.978.38309/33380

© Waxmann Verlag GmbH, 2015
www.waxmann.com
info@waxmann.com

Umschlaggestaltung: Pleßmann Design, Ascheberg
Umschlagfoto: © Pressestelle LMU, München
Satz: Stoddart Satz- und Layoutservice, Münster
Druck: Hubert & Co., Göttingen

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier,
säurefrei gemäß ISO 9706



Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten.

Inhalt

Nicolae Nistor, Sabine Schirlitz

Digitale Medien und Interdisziplinarität

Herausforderungen, Erfahrungen, Perspektiven..... 11

1. Digitale Medien und Interdisziplinarität

Kerstin Mayrberger, Tobias Steiner

interdisziplinär, integriert & vernetzt – Organisations-
und Lehrentwicklung mit digitalen Medien heute..... 13

Philipp Marquardt

Interdisziplinarität? Erkenntnisse der Technikphilosophie –

Argumente für einen Kulturwandel?..... 24

Tilman-Mathies Klar, Dieter Engbring

Braucht die Medienpädagogik Impulse aus der Informatik?

Erkenntnisse aus interdisziplinären Seminaren..... 35

Olaf Pütz, Birgit Döringer

E-Kompetenz: Eine interdisziplinäre Medienkompetenz mit Mehrwert?

Praxisprojekt zur mediengestützten Remodellierung eines Studiengangs
unter besonderer Berücksichtigung der Förderung von E-Kompetenzen..... 46

Ambar Murillo Montes de Oca, Nicolae Nistor

Supporting integrative interdisciplinary research discourse:

A case study analysis..... 57

Jeelka Reinhardt, Susanne Bergann

Digitaler Hörsaal interdisziplinär. Evaluation einer

Online-Vorlesung mit fachlich heterogenen Studierenden..... 69

Robert Meyer, Maxime Pedrotti

Interdisziplinäre Lernkontexte durch annotierte Vorlesungsaufzeichnungen.

Potential nutzergenerierten Contents im Bereich der Hochschulbildung..... 80

2. Open Educational Resources

Matthias Rohs, Mario Ganz

Open Educational Resources zur sozialen Öffnung der

Hochschule. Eine kritische Analyse..... 91

Anja Lorenz, Andreas Wittke, Farina Steinert, Thomas Muschal

Massive Open Online Courses als Teil der Hochschulstrategie..... 102

<i>Jürgen Handke</i> Shift Learning Activities – vom Inverted Classroom Mastery Model zum xMOOC.....	113
<i>Lili Wiesenhütter, Monika Haberer</i> Kaiserslauterer Open Online Course (KLOOC) Erprobung eines offenen Online-Kurses zum Thema „Nachhaltigkeit“ als disziplinübergreifendes Hochschulformat	124
<i>Daniela Pscheida, Andrea Lißner, Maria Müller</i> Spielwiese MOOCs – Drei Experimente im #neuland	132
<i>Klaus Wannemacher, Imke Jungermann</i> MOOCs als Treiber für (interdisziplinäre) Kooperation?	141

3. Geschäftsmodelle

<i>Claudia Bremer, Michael Eichhorn</i> Aufgabenspektrum, Ausgestaltung und Geschäftsmodelle von E-Learning-Einrichtungen an Hochschulen	151
<i>Linda Heise, Helge Fischer</i> Und was bleibt? Nachhaltigkeitsfaktoren der mediengestützten Weiterbildung an Hochschulen.....	165
<i>Anne Fuhrmann-Siekmeyer, Tobias Thelen</i> Einzelerhebung der Nutzung urheberrechtlich geschützter Sprachwerke gemäß §52a UrhG in einem Lernmanagementsystem.....	175

4. Gestaltungsbeispiele aus der Praxis

<i>Katja Derr, Reinhold Hübl, Tatyana Podgayetskaya</i> Formative Evaluation und Datenanalysen als Basis zur schrittweisen Optimierung eines Online-Vorkurses Mathematik	186
<i>Martin Ebner, Sandra Schön, Kathrin Käfmüller</i> Inverse Blended Learning bei „Gratis Online Lernen“ – über den Versuch, einen Online-Kurs für viele in die Lebenswelt von EinsteigerInnen zu integrieren	197
<i>Christian F. Freisleben-Teutscher</i> Educamp-Workshop: Angewandte Improvisation. Belebende Impulse für die dialogorientierte Gestaltung von Online- und Offline-Vorbereitungs- bzw. Präsenzphasen	207

<i>Brigitte Grote, Cristina Szász, Athanasios Vassiliou</i> Ein Angebot für alle? – Blended Learning im Umgang mit Vielfalt in (weiterbildenden) Masterstudiengängen	210
<i>Alexander Knoth, Ulrike Lucke, Dariuš Zifonun</i> Lehre im Format der Forschung: ein interdisziplinäres Seminarkonzept	217
<i>Christina Kober, Ines Paland-Riedmüller, Stephanie Hafner</i> „Daumen hoch“ für das virtuelle Klassenzimmer. Zur Förderung mündlicher Interaktion in studienvorbereitenden Online-Sprachkursen durch den Einsatz eines virtuellen Klassenzimmers mit ergonomischer Benutzeroberfläche	228
<i>Sandra Niedermeier, Raphaela Schätz, Heinz Mandl</i> Ausbildung von E-Tutoren zur Betreuung von Studierenden – ein Beitrag aus der Praxis zur Lehre mit digitalen Medien	239
<i>Regina Schiller</i> Praxisbericht über digitale Medien in der Bildung an Beispielen von Museen.....	250
<i>Silke Schworm, Markus Heckner</i> Help design does matter! Supporting knowledge development with design patterns and social computing	260
<i>Ferran Suñer, Ines Paland-Riedmüller</i> Blended Learning Flexible TestDaF-Vorbereitung mit Online-Lernphasen	270

5. Workshops

<i>Claudia Börner, Claudia Bremer, Brigitte Grote, Luise Henze, Peer-Olaf Kalis, Heike Müller-Seckin, Jana Riedel</i> Heterogenität als Chance? Möglichkeiten der Binnendifferenzierung in mediendidaktischen Qualifizierungsangeboten.....	285
<i>Claudia Bremer, Anja Ebert-Steinhübel, Bettina Schlass</i> Change Management und Organisationsentwicklung zur Verbreitung und Verankerung von E-Learning an Hochschulen	289
<i>Claudia Bremer, Martin Ebner, Sandra Hofhues, Thomas Köhler, Andrea Lißner, Anja Lorenz, Markus Schmidt</i> Open Educational Resources und ihre Rolle an Hochschulen. Rahmenbedingungen für die Erzeugung, Bereitstellung und Nutzung	291

<i>Regina Bruder, Petra Grell, Johannes Konert, Christoph Rensing, Josef Wiemeyer</i> Qualitätsbewertung von Lehr- und Lernvideos.....	295
<i>Annabell Lorenz, Bettina Schlass</i> Medieneinsatz in der Hochschullehre mit Moodle/Moodlerooms.....	298
<i>Jörn Loviscach, Anne Thillosen, Klaus Wannemacher</i> Kleine Hindernisse nicht zu Hürden werden lassen: Lektionen für das E-Learning an Hochschulen.....	301
<i>Christiane Metzger, Mathias Hinkelmann, Jens Lüssem, Johannes Maucher, André Rieck, Tobias Seidl</i> Softwaregestützte Analyse von Studienverläufen – neue Grundlagen für Studienberatung, Qualitäts- und Lehrentwicklung	303

6. Poster

<i>Patricia Arnold, Gisela Prey, Dennis Wortmann</i> Interdisziplinarität aus der Perspektive von E-Learning- Supporteinheiten – das fakultätsübergreifende Projektseminar „Future City“.....	306
<i>Stephanie Berner, Markus Fath</i> „LehrLernKultur“ mit „IDID“ – eine mobile didaktische Webanwendung für Lehrende und Lernende	308
<i>Marc Egloffstein, Melanie Klinger, Daniel Schön</i> Die Schnittstellenfunktion der Hochschuldidaktik im Kontext Digitaler Medien. Herausforderungen und Gestaltungsmöglichkeiten.....	311
<i>Ortrun Gröbinger, Michael Kopp, Martin Ebner</i> Was unterscheidet xMOOCs von der Aufzeichnung von Vorlesungen?.....	312
<i>Thiemo Leonhardt, Nadine Bergner</i> Multitouch-Spiele zur Vermittlung fundamentaler Ideen in der Informatik. Planung und Entwicklung kooperativer Lernsoftware in der Lehramtsausbildung	314
<i>Julia Lutz</i> Lebenslang vernetzt lernen und lehren. Blended Learning in der Lehrerbildung am Beispiel eines Praxisprojektes	316

<i>Martina Mauch, Diemut Bartl</i> InterFlex und digitale Medien. Zur Nutzung digitaler Medien in der interdisziplinären Hochschullehre.....	319
<i>Claudia Müller</i> Entwicklung eines Serious Games für Offene Organisationen.....	322
<i>Daniel Potts, Yvonne Winkelmann</i> Aufbau eines elektronischen Übungs- und Bewertungstools für die Mathematikausbildung in MINT-Fächern (ELMAT)	325
<i>Michaela Schunk, Nadja Hourieh Zaza, Martin Fegg, Sabine v. Mutius, Claudia Bausewein</i> E-Learning-Kursentwicklung mit der TAE-Methode in interdisziplinären studentischen Gruppen.....	327
<i>Martin Wessner, Sabine Hueber</i> Vermittlung von Web Literacy in der Hochschullehre.....	329
Autorinnen und Autoren	331
Tagungsleitung	350
Steering Committee	350
Gutachterinnen und Gutachter.....	350
Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft (GMW).....	352

Digitale Medien und Interdisziplinarität

Herausforderungen, Erfahrungen, Perspektiven

Vorwort zum Tagungsband der GMW 2015

Die Fragen des sinnvollen Medieneinsatzes in Hochschullehre und Forschung sind zentral für die Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft e.V. (GMW). An der Erforschung und Erprobung der entsprechenden mediengestützten Lern- und Arbeitsszenarien sind Expertinnen und Experten aus unterschiedlichsten Domänen beteiligt, womit die Aktivität der GMW unter dem Zeichen der Interdisziplinarität steht. Bereits etabliert sind Fächerkombinationen wie die Mediendidaktik oder die Medieninformatik. Im wissenschaftlichen Alltag entstehen jedoch deutlich mehr interdisziplinäre Schnittstellen, deren Erörterung und Untersuchung das Thema der GMW-Tagung 2015 sind. Dabei werden in den einzureichenden Beiträgen u.a. folgende Fragen angesprochen:

- Wo liegen die interdisziplinären Impulse?
- Welche interdisziplinären Bereiche können entstehen oder sind schon entstanden? Mit welchen spezifischen Problemen sind sie verbunden?
- Welche Lösungen bieten sich dafür an?
- Welche Medienkompetenzen empfehlen sich vor diesem Hintergrund?
- Wie können diese gefördert werden?

Die Einreichungen zu dem Call for Papers für die GMW 2015 erfolgten als Papers für Vorträge und im Flipped-Conference-Format, Praxisberichte, Poster, Educamp-Beiträge und Hands-On-Sessions, die in die folgenden vier Hauptabschnitte gegliedert wurden: Digitale Medien und Interdisziplinarität, Open Educational Resources, Geschäftsmodelle sowie Gestaltungsbeispiele aus der Praxis.

Die Beiträge des Themenbereiches *Digitale Medien und Interdisziplinarität* befassen sich vor dem Hintergrund der Open Education unter anderem damit, welche Unterstützungsmaßnahmen bei einer interdisziplinären Zusammenarbeit notwendig sind, und zeigen aus der Perspektive der Technikphilosophie, wie die aktuelle Neuverortung der Technik einen Kulturwandel zu einem reflektierteren Technikverständnis anregt und damit Hilfestellungen für Modernisierungsprozesse in Verbindung mit digitalen Medien gibt. Der Medienkompetenz vor dem Hintergrund der Interdisziplinarität widmen sich zwei Beiträge, die zum einen die Spezifika digitaler Medien zum anderen die Verbesserung der Chancen der Studierenden im Blick haben. Am Beispiel eines laufenden Forschungsprojektes werden die Möglichkeiten eines integrativen interdisziplinären Forschungsdiskurses an der Schnittstelle zwischen Psychologie, Pädagogik und *Image Information Mining* diskutiert und schließlich die Anforderungen des interdisziplinären digitalen Hörsaals und des nutzergenerierten Contents in der interdisziplinären Hochschulbildung erörtert.

Die *Open Educational Resources*, vor allem die Massive Open Online Courses (MOOCs) in ihren verschiedenen Variationen, stellen ein konferenzübergeordnetes Thema dar, das auch bei den Autorinnen und Autoren der GMW 2015 auf ein großes Interesse stößt. Gleich zu Beginn des Themenbereiches werden vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Mechanismen der Ungleichheit die Chancen von Open Educational Resources zur Öffnung der Hochschulen diskutiert und daran anschließend MOOCs als Teil der Hochschulstrategie betrachtet. Wie MOOCs in Kombination mit anderen mediendidaktischen Konzepten eingesetzt werden können, zeigt das darauf folgende Paper. Der Abschnitt schließt mit der Diskussion, inwieweit MOOCs als Treiber für interdisziplinäre Kooperationen fungieren können.

Ein Einblick in die Hochschulentwicklung in Verbindung mit der stets zunehmenden Anwendung digitaler Medien in Wissenschaft und Hochschulen wird durch die Darstellung einiger *Geschäftsmodelle* gegeben. Dabei werden Aufgabenspektrum, Ausgestaltung und Geschäftsmodelle von E-Learning-Einrichtungen an einigen deutschen Hochschulen präsentiert und Nachhaltigkeitsfaktoren der mediengestützten Weiterbildung an Hochschulen dargelegt. Die exemplarische Darstellung der Nutzung urheberrechtlich geschützter Lehr-Lernmaterialien im Rahmen hochschulischer Lernmanagementsysteme rundet den Themenbereich ab.

Mehrere Höhepunkte aus der Landschaft der Medien in Wissenschaft und Hochschule werden im Abschnitt *Gestaltungsbeispiele aus der Praxis* von zehn Beiträgen geschildert. Der Tagungsband wird durch die Zusammenfassungen von sieben Workshops und elf Postern abgerundet.

Die VeranstalterInnen der GMW 2015 und HerausgeberInnen dieses Tagungsbandes danken allen AutorInnen für ihre Einreichungen sowie den GutachterInnen, die im Rahmen des anonymen Peer-Review-Verfahrens maßgeblich bei der Selektion und Überarbeitung der Beiträge geholfen haben. Alle bringen damit die Hoffnung zum Ausdruck, den Diskurs zur Nutzung digitaler Medien in Wissenschaft und Hochschule durch wissenschaftlich und praktisch fundierte, interdisziplinäre Projekte und Studien zu bereichern und zu konsolidieren.

Unser Dank gilt auch dem Vorstand der GMW für das in uns gesetzte Vertrauen; dem Steering Committee für den Erfahrungsaustausch; dem Team des Waxmann-Verlages, allen voran Beate Plugge, für ihren Einsatz und ihre Hilfe; und den VeranstalterInnen der zeitgleich stattfindenden DeLFI-Tagung, vor allem Hans Pongratz von der TU München.

Nicolae Nistor und Sabine Schirlitz
Ludwig-Maximilians-Universität München
im September 2015

Inverse Blended Learning bei „Gratis Online Lernen“ – über den Versuch, einen Online-Kurs für viele in die Lebenswelt von EinsteigerInnen zu integrieren

Zusammenfassung

Unter der Abkürzung MOOC werden Online-Kurse verstanden, die sich potentiell an viele hundert TeilnehmerInnen richten. Auch der Kurs „Gratis Online Lernen“ ist auf den ersten Blick ein reines Online-Angebot. Da es sich bei der Zielgruppe um EinsteigerInnen beim Lernen handelt, wurde jedoch besonderer Wert darauf gelegt, den Kurs mit der Lebenswelt der TeilnehmerInnen zu verknüpfen. Die entsprechenden Aktivitäten des so bezeichneten „Inverse-Blended-Learning-Konzeptes“ führten zu einer beträchtlich hohen Abschlussquote: Von den bis Dezember 2014 849 registrierten TeilnehmerInnen wurden 383 mindestens einmal im Kurs aktiv, und von diesen wiederum haben 115 (30%) den Kurs erfolgreich abgeschlossen.

1 Einleitung

Der kostenlose Online-Kurs „Gratis Online Lernen“ sollte Interessierte beim Einstieg in das Lernen mit kostenfreien Angeboten im Internet unterstützen. Der Kurs versprach Tipps und Tricks für das erfolgreiche Selbstlernen im Internet und wurde von Oktober bis Dezember 2014 auf der MOOC-Plattform imoox.at durchgeführt. Da sich der Kurs an AnfängerInnen wendete und damit eine Zielgruppe erreicht werden sollte, die sich kaum durch ein Online-Angebot ansprechen lässt, wurde bei der Kursplanung und -durchführung versucht, das Kursangebot möglichst in die Lebenswelt potentieller TeilnehmerInnen zu integrieren. Es wurde nicht wie so oft versucht, herkömmliche Präsenzseminare durch Online-Aktivitäten zu erweitern (engl. „blended learning“, auf Deutsch „vermisches Lernen“), sondern in diesem Fall der umgekehrte Weg gegangen: Ein reines Online-Angebot sollte so umgesetzt werden, dass es sich möglichst auch mit der Lebenswelt von EinsteigerInnen vermischen kann. Wie die Idee des „Inverse Blended Learning“ ausgesehen hat und umgesetzt wurde, wird in diesem Beitrag vorgestellt.

2 Das Konzept des Kurses „Gratis Online Lernen“ als xMOOC

Didaktisch-methodisch erfolgte die Aufbereitung des Kurses als sog. MOOC (engl. **M**assive **O**pen **O**nline **C**ourse), d.h. als ein offener Kurs für sehr viele (McAuley et al., 2010). Als „massive“ werden OOCs bezeichnet, wenn sie die sogenannte Dunbar-Zahl überschreiten, welche die Zahl der sozialen Kontakte angibt, die das menschliche Gehirn verarbeiten kann. Diese Zahl liegt ungefähr bei 150. MOOCs kennzeichnet, dass sie offene Kurse sind. Das bedeutet, dass es für sie keine Zugangsbeschränkungen gibt. Die Teilnahme an MOOCs ist meist kostenfrei, wobei durchaus Gebühren für Prüfungen bzw. Prüfungsleistungen und deren Zertifizierung anfallen können (zu Geschäftsmodellen von MOOCs vgl. Fischer et al., 2014). Diese Kurse finden demzufolge ausschließlich online statt und das gewählte Konzept entspricht dem Modell eines xMOOC, worunter darbietungsorientierte Online-Kurse für viele verstanden werden (Wedekind, 2013). Bei ihnen werden Lernvideos und Materialien zum Selbstlernen in Kursform angeboten. Eine intensive Betreuung und Kooperation der Lernenden ist dabei vor allem auch aus Kostengründen nicht wesentlicher Bestandteil (Lackner et al., 2014). Der Austausch der LernerInnen untereinander wird aber z.B. durch Foren unterstützt. Diese soziale Komponente wird bei MOOCs als Mehrwert gegenüber individuellen, rein modular angebotenen Selbstlernmaterialien betrachtet. Das Konzept des xMOOCs an sich setzt „hohe Medien-, Informations- und Selbstlernkompetenz voraus“ (Wedekind, 2013, S. 53). Um die Hürden geringer zu halten, wurde bei diesem Kurs auf Kooperationen mit Partnereinrichtungen und auf zusätzliche (soziale) Angebote gesetzt.

Der Kurs „Gratis Online Lernen“ sollte über einen Zeitraum von acht Wochen den TeilnehmerInnen eine Einführung in das Selbstlernen mithilfe des Internets bieten. Jede Woche wurde eine neue Einheit freigeschaltet, in der mittels Videos eine Einführung in die jeweilige Thematik geboten wurde. Die Videos waren dabei handgezeichnete, teils animierte Filme im Stile von Erklärvideos (vgl. Schön & Ebner, 2013, vgl. Abb. 1).



Abb. 1: Eindrücke der Gestaltung der Videos (Einführungsvideo 1. Einheit)

In einem zusätzlich angebotenen Arbeitsheft, das sowohl in ausgedruckter Form als auch online verfügbar war, befanden sich weiterführende Hinweise und Übungen zu jeder Kurseinheit. Des Weiteren wurden im Forum Fragen

bzw. Arbeitsaufträge von der Kursleitung gestellt, um den Austausch zwischen den TeilnehmerInnen zu fördern. Es gab auch die Möglichkeit eine kostenlose Teilnahmebestätigung zu erhalten, wenn die wöchentlichen Quiz positiv bestanden wurden und am Ende ein Feedbackformular ausgefüllt wurde. Um das Lösen der Quiz zu erleichtern, wurde bei falscher Beantwortung einer Frage ein Hinweis angezeigt. Somit wurde ein besseres Abschneiden beim Wiederholen des Quiz gefördert.

Technisch wurde der Kurs auf der MOOC-Plattform imoox.at angeboten und durchgeführt (Kopp & Ebner, 2013).

3 Inverse Blended Learning

Mit dem Kurs sollten vor allem Bildungsferne (Personen mit niedrigem Bildungsniveau) erreicht werden, die nicht viel Erfahrungen mit dem Selbstlernen im Internet hatten. Um diese Zielgruppe mit einem Online-Angebot besser ansprechen zu können, wurde das Inverse-Blended-Learning-Konzept eingeführt.

Was bedeutet „Inverse Blended Learning“? Bei der Kursplanung wurde diskutiert, wie man die Zielgruppe erreicht und welche Angebote man machen sollte, damit sie auch erfolgreich teilnimmt. Dabei ist aufgefallen, dass alle Maßnahmen etwas damit zu tun haben, dass man den Kurs in die „Präsenz“-Welt holt. Beispielsweise entstand die Idee eines gedruckten Arbeitshefts, damit „der Kurs“ noch „da“ ist, auch wenn man sich als AnfängerIn mal im Browser vertritt „und alles weg ist“. Es handelt sich dabei jedoch nicht ausschließlich um „Offline-“ Aktivitäten, da es auch hilfreich ist, andere lebensweltnahe Internet-Kanäle und Angebote zu nutzen. Die AutorInnen haben also eine umgekehrte Version des „Blended Learning“ (Reinmann, 2005) genutzt, indem ein reines Online-Angebot mit Offline-Materialien und -Angeboten angereichert wurde (vgl. Abb. 2).

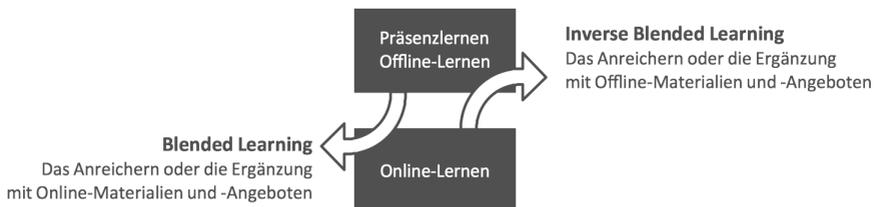


Abb. 2: Blended Learning und Inverse Blended Learning

Wie man Online-Kurse in die Lebenswelt bringt: Beispiele. Mittlerweile gibt es viele MOOCs, bei denen sich lokale Lerngruppen gebildet haben, damit die TeilnehmerInnen über die Inhalte des Kurses diskutieren, ihre Erfahrungen austauschen und die Aufgaben gemeinsam erledigen können. Es ist aber schwierig über die MOOC-Plattformen andere TeilnehmerInnen kennenzulernen und sich mit ihnen regional zu vernetzen. Die Foren sind oft unübersichtlich und es gibt kaum Werkzeuge, die eine Vernetzung ermöglichen (Bruff, 2013). Um eine Vernetzung zu erreichen, versuchen manche Ersteller von MOOCs mit Anbietern von lokalen Lerngruppen zusammen zu arbeiten. So werden beispielsweise von Coursera weltweit „Learning Hubs“ veranstaltet. Solche Learning Hubs bieten einen Internetzugang, bei dem Interessierte an Online-Kursen teilnehmen können. Außerdem werden hierbei interaktive Lerngruppen veranstaltet.¹ Ein Beispiel für einen Anbieter solcher Learning Hubs ist die New York Public Library, die solche Treffen organisiert und ausgebildete Fachkräfte zur Unterstützung bereitstellt (Kolowich, 2014). Damit das Lernen auch mit der Lebenswelt der TeilnehmerInnen verknüpft wird, wurden MOOCs auch mit den sozialen Medien verknüpft. So gibt es beispielsweise für zahlreiche MOOCs eigene Gruppen auf Facebook oder Google+. Außerdem wurden auch von einigen eigene Hashtags eingeführt, um auf den MOOC insbesondere auf Twitter aufmerksam zu machen.

Überblick über die Aktivitäten bei „Gratis Online Lernen“. Der Kurs „Gratis Online Lernen“ möchte möglichst gut seine Zielgruppe erreichen – und dazu viele PartnerInnen einbinden. Die Maßnahmen dazu werden im Folgenden vorgestellt:

Grundlage für Vernetzung und Partnerschaften: Offene Lizenzierung der Materialien. Damit unkompliziert Partnerschaften eingegangen werden können, wurden alle Materialien selbst erstellt und unter der offenen Creative-Commons-Lizenz „CC BY“ zur Verfügung gestellt. Alle Kursmaterialien sind daher sogenannte offene Bildungsressourcen (engl. Open Educational Resources, kurz OER) (vgl. Mruck et al., 2013). Dies erlaubt eine freie Nutzung, Veränderung und Wiederveröffentlichung aller Bestandteile der Videos, der Arbeitsmaterialien sowie der Fragen der Quizzes (soweit es sich nicht um externe Materialien handelt, dann gelten die jeweiligen Bedingungen). Eine nachhaltige Nutzbarkeit und Nutzung ist somit möglich, auch über die Kurs- und Projektlaufzeit von iMooX hinaus. Die offene Lizenzierung ist übrigens (leider) kein Merkmal von sogenannten MOOCs. Auch wenn sie das Wort „offen“ beinhalten, wird hiermit nur der hürdenfreie Zugang zum Kurs gemeint (vgl. Ebner et al., 2014).

Gedrucktes bzw. druckbares Material zum Kurs. Damit den TeilnehmerInnen nicht nur online Lernmaterialien zur Verfügung stehen, sondern sie diese auch „in die Hand nehmen“ können, wurde ein Arbeitsheft zu diesem Kurs gestaltet.

1 <https://www.coursera.org/about/programs/learningHubs>

Dieses Arbeitsheft konnte zu Hause ausgedruckt oder auch in bereits gedruckter Form an zahlreichen Ausgabestellen in Österreich und Deutschland gratis abgeholt werden. Diese Ausgabestellen waren in einem Hotel und in verschiedenen Bildungseinrichtungen zu finden. Das Heft wurde unter eine Creative-Commons-Lizenz gestellt, die es auch ermöglichte, dieses Arbeitsheft kommerziell zu nutzen und zu verändern.

Da sich der Kurs „Gratis Online Lernen“ vor allem an AnfängerInnen richtete, wurde darauf geachtet, die Sprache sehr einfach zu halten und fachspezifische Begriffe zu erklären. Um auch Personen mit diesem Kurs zu erreichen, die nur geringe Erfahrungen mit dem Internet haben, wurde zu Beginn des Arbeitsheftes Schritt für Schritt mithilfe von Screenshots erklärt, wie man sich bei iMooX registrieren und sich zu diesem Kurs anmelden kann. Passend zu den Einheiten lassen sich im Arbeitsheft Lernpläne anlegen und Lernziele notieren, auch sind Kreuzworträtsel und Rechercheaufträge enthalten (vgl. Abb. 3).

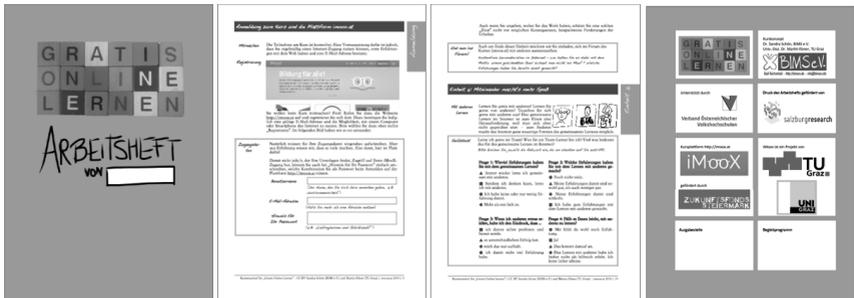


Abb. 3: Einige Seiten des Arbeitsheftes von „Gratis Online Lernen“

Bildungsmarketing: Wie erreiche ich KursteilnehmerInnen außerhalb des Online-Kosmos? Damit nicht nur Personen auf diesen Kurs aufmerksam werden, die schon einige Online-Kurse besucht und mit dem Selbstlernen im Internet vertraut sind, wurde dieser Kurs auch offline beworben. Es gab zwar viele Hinweise auf diesen Kurs in den sozialen Medien und über Newsletter, aber damit auch andere Personen erreicht werden, die nicht regelmäßig online sind, wurde dieser Kurs auf eine für MOOCs eher untypische Weise beworben. An zwei Tagen wurde auf den Infoscreens in Grazer Bussen und Straßenbahnen eine Werbung für diesen Kurs geschaltet. Des Weiteren wurde in einem kostenlosen Kundenmagazin eines großen Elektronikfachmarktes auf den Kurs hingewiesen. Auch über die insgesamt 32 Ausgabestellen der Arbeitshefte wurde auf diesen MOOC aufmerksam gemacht. Dass man das Arbeitsheft dort gedruckt abholen konnte, sollte, wie oben erwähnt, dafür sorgen, das virtuelle Angebot auch als präsent zu erleben.

Präsenztreffen, auch in bestehenden Strukturen. Online-Kurse bieten kaum Möglichkeiten, die anderen TeilnehmerInnen kennenzulernen. Oftmals gibt es zwar eine Vorstellungsrunde, aber eine Vernetzung untereinander findet nur in seltenen Fällen statt (Khalil & Ebner, 2013). Nach einem Aufruf meldeten sich 12 Freiwillige sowie Einrichtungen, die in Österreich und Deutschland Treffen für KursteilnehmerInnen angeboten haben. In diesen Präsenztreffen wurden Inhalte des Kurses „Gratis Online Lernen“ besprochen und vertieft. Im Laufe des Kurses entstand noch in Israel ein Stammtisch, da es auch dort einige TeilnehmerInnen an diesem Kurs gab. Einige dieser Präsenztreffen wurden auch noch nach Kursende weitergeführt.

Virtuelle Begleitangebote. Neben den Präsenztreffen gab es auch Online-Möglichkeiten zum Austausch durch Begleitangebote. Hierbei fanden in drei verschiedenen bereits bestehenden Netzwerken wöchentliche Treffen statt. Zwei dieser Angebote befassten sich mit den Fragen der TeilnehmerInnen, die während der Lektüre der Kurseinheiten entstanden. In diesem geschützten Rahmen fiel es den TeilnehmerInnen leichter ihre Fragen zu stellen, als in einem Forum mit mehreren hundert LeserInnen.

4 Vorgehen bei der Bewertung des Inverse-Blended-Learning-Konzepts

Zur allgemeinen Evaluation des Angebots und insbesondere zur Bewertung des Inverse-Blended-Learning-Konzepts wurden auf unterschiedliche Weise Daten erhoben. So wurden alle TeilnehmerInnen bei der Anmeldung nach ihren Motiven befragt (N = 849), im Rahmen jedes Tests am Ende der Einheit wurden zwei Fragen zum Kurs gestellt und am Ende um eine abschließende Rückmeldung gebeten (N = 146). Des Weiteren wurden zehn AnbieterInnen von Zusatzangeboten und KursteilnehmerInnen zu ihren Erfahrungen befragt. Da sich viele Personen an den Diskussionen im Forum beteiligt hatten, wurden auch diese Beiträge analysiert. Im nachfolgenden Abschnitt werden Teile der Ergebnisse dargestellt.

5 Ergebnisse

Ob und inwieweit die Überlegungen hinsichtlich der Möglichkeiten und Erfolge des Inverse-Blended-Learning-Konzeptes eingetroffen sind, wird in diesem Abschnitt vorgestellt.

Die TeilnehmerInnen im Überblick. Die TeilnehmerInnen wurden bereits im Video der ersten Einheit mehrfach auf das Forum und die darin enthaltenen Aufgabenstellungen hingewiesen. Um den Austausch und die Diskussion

im Forum zu aktivieren, wurden zu jeder Einheit Fragen gestellt. Dadurch entstand eine rege Beteiligung. In der ersten Einheit wurden die TeilnehmerInnen aufgefordert, sich vorzustellen und eventuell auch ihre Beweggründe für die Teilnahme an diesem Kurs zu nennen. 142 Personen (17%) beteiligten sich an dieser Vorstellungsrunde und viele Personen nannten hierbei auch ihr Herkunftsland). 44 Personen (31%) waren aus Österreich, 38 (27%) aus Deutschland, 8 (6%) aus Russland und 3 (2%) aus der Schweiz. 20 Personen (14%) nannten anderen europäische, asiatische und südamerikanische Länder.

Mithilfe des Feedbackformulars konnte festgestellt werden, ob die angestrebte Zielgruppe der Bildungsfernen erreicht wurde. Da 94% der Personen, die ein Feedback lieferten, mindestens eine Hochschulreife bzw. eine abgeschlossene Berufsausbildung hatten und AkademikerInnen mit 64% eindeutig überwogen, kann festgehalten werden, dass dies nur bedingt gelungen ist.

Aktivität und Abschluss beim Kurs. Die Beteiligung an den Forumdiskussionen war in der ersten Einheit mit 194 Beiträgen sehr hoch und sank danach stark, vor allem ab der fünften Kurseinheit gab es nur noch maximal 17 Beiträge pro Einheit. In der ersten Einheit nutzten 142 Personen die Möglichkeit sich mit ihren KollegInnen über das Forum auszutauschen. Nur 24 (16%) der 146 Personen, die das Feedbackformular ausgefüllt haben, haben sich öfters als fünf Mal an den Diskussionen im Forum beteiligt. 68 Personen (47%) hingegen schrieben nach eigenen Angaben nie etwas in das Forum.

Am MOOC nahmen bis Ende Dezember 849 Personen teil, von denen 115 Personen (14%) eine Teilnahmebestätigung erhalten haben. Wenn man nur jene Personen als aktiv bezeichnet, die zumindest einen Fragebogen bzw. Quizz ausgefüllt haben, erhöht sich die Quote sogar auf beträchtliche 30%. Auch wenn die angestrebte Zielgruppe von völligen NeueinsteigerInnen und Nicht-AkademikerInnen bzw. Studierenden nur teilweise erreicht wurde, wurden mit diesem MOOC andere Erwartungen erfüllt. Bei vielen MOOCs wird die hohe Dropout-Rate oft kritisiert, da bei weitem nicht einmal 10% der angemeldeten TeilnehmerInnen den Kurs erfolgreich abschließen (vgl. Khalil & Ebner, 2014).

Bei der Anmeldung zu diesem MOOC wurde nach der Motivation für die Teilnahme gefragt. Es zeigt sich, dass die Abschlussquoten bei Personen, die angaben, dass sie am Ende eine Teilnahmebestätigung haben wollen (38% von 849) überdurchschnittlich sind (23%).

Rückmeldung zum Arbeitsheft. Die StammtischleiterInnen und TeilnehmerInnen waren sich einig, dass das Arbeitsheft für die Zielgruppe hilfreich sei. Von einem Anbieter eines Begleittreffens kam der Hinweis, dass die Personen der angestrebten Zielgruppe noch andere Lerngewohnheiten mitbringen. Früher lernten sie, indem sie sich beispielsweise Notizen im Heft machten und für diese Personen sei das Heft bestimmt eine große Erleichterung. Das Arbeitsheft diene demnach auch als Werbung. Die befragten Personen waren zudem ein-

hellig der Meinung, dass das Heft viele hilfreiche Tipps und interessante Aufgaben enthalte. Es wurde meist als Leitfaden für die Begleitangebote verwendet. AnbieterInnen, deren Treffen eher AnfängerInnen besuchten, sahen das Arbeitsheft als motivierendes Begleitmaterial. Ein Anbieter war auch der Meinung, dass ein solches Heft immer bei Online-Kursen dabei sein sollte.

Am Ende des Kurses füllten 146 Personen das Feedbackformular aus. Darin gaben mehr als die Hälfte dieser Personen an, mit dem zur Verfügung gestelltem Unterrichtsmaterial sehr zufrieden zu sein. Ein Teilnehmender wies darauf hin, dass er das angebotene Begleitheft zwar gut fand, es aber lieber online verwendete. Denn dadurch hatte er die Möglichkeit die Schriftgröße zu verändern.

Wie wurden die Kursteilnehmer/innen erreicht? In dem Feedbackformular wurde auch danach gefragt, wie die TeilnehmerInnen auf diesen Kurs aufmerksam wurden. 49 Personen (34%) erfuhren von diesem Kurs durch persönliche Empfehlung aus dem Freundes-, Bekannten- oder Kollegenkreis. Über Social-Media-Plattformen sind 40 Personen (27%) zu diesem Kurs gelangt. Nur 18 (12%) der 146 Personen wurden durch die iMooX-Plattform über diesen MOOC informiert. Aufgrund der Ausgabestellen beziehungsweise der Präsenztreffen und deren Bewerbung meldeten sich 26 Personen (18%) an.

In den öffentlichen Verkehrsmitteln in Graz wurde an zwei Tagen erstmals ein iMoox-Kurs beworben, was zu ca. 30 Neuanmeldungen im Kurs führte. Laut Resultaten des Feedbackformulars wurden aber keine der TeilnehmerInnen durch diese Werbung auf den Kurs aufmerksam. Diese bedeutet, dass es vermutlich niemand aus dieser Gruppe zu einem Abschluss brachte.

Präsenztreffen und virtuelle Begleitangebote. Es wurden zehn AnbieterInnen von Begleittreffen interviewt, wobei vier solcher Treffen aufgrund mangelnder Nachfrage nicht stattgefunden haben. Auf der Kursseite gab es einen eigenen Bereich mit einer Übersicht und Informationen zu den einzelnen Präsenztreffen. Diese Treffen wurden teilweise auch im Forum und auf den Homepages der VeranstalterInnen sowie in den sozialen Medien beworben. Für einen Stammtisch erfolgte die Bekanntmachung auch in lokalen Zeitungen, wobei dies nicht erfolgreich war. Zwei Präsenztreffen entstanden durch die persönliche Ansprache der VeranstalterInnen. Die Teilnehmerzahl der verschiedenen Präsenztreffen variierte sehr stark, wobei durchschnittlich ca. vier bis acht Personen anwesend waren. Bei einem Treffen war die Nachfrage so groß, dass parallel noch zwei andere hätten stattfinden können.

Die TeilnehmerInnen bei den Online-Begleittreffen wurden aufgrund von Newslettern innerhalb der vorhandenen Netzwerke darauf aufmerksam. Zwei dieser Begleitveranstaltungen richteten sich vor allem an LehrerInnen und das dritte an TrainerInnen. Zu einem dieser Begleitangebote gab es Anmeldungen aus 33 verschiedenen Ländern, was auch der Grund für die hohe Zahl der internationalen TeilnehmerInnen an dem deutschsprachigen Kurs ist.

Der im Vergleich zu anderen MOOCs hohe Prozentsatz von erfolgreichen Abschlüssen ist wohl auch im Zusammenhang mit den Begleitangeboten zu sehen: Am Ende führten mehr als die Hälfte von 155 Personen, die ein Feedback lieferten, an, dass sie ein Begleitangebot besucht hatten und dass es ihnen geholfen hatte.

6 Diskussion und Ausblick

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass insbesondere die Begleitangebote eine sehr positive Auswirkung auf eine erfolgreiche Teilnahme hatten. Dies überrascht wenig, da gerade oftmals der Verlust von persönlichen Kontakten in Online-Settings beklagt wird.

Überraschend ist, dass die (ersten) PR-Versuche in öffentlichen Verkehrsmitteln sich nicht auf die TeilnehmerInnenzahl niederschlug: Die meisten TeilnehmerInnen wurden durch persönliche Empfehlungen auf den Social-Media-Plattformen, wie Facebook, Twitter und Google+, erreicht.

Offen bleibt, dass wir in diesem Fall nur von Personen wissen, die an dem Kurs teilgenommen haben – nicht, welche Auswirkungen das Arbeitsheft oder auch die Videos sonst haben (beides ist ja längerfristig verfügbar und kann auch anderweitig genutzt werden). Es ist auch nicht nachvollziehbar, inwieweit die zur Verfügung gestellten Materialien überarbeitet wurden, da es diese Möglichkeit aufgrund der Creative-Commons-Lizenz gibt.

Anhand des Feedbacks der TeilnehmerInnen und der AnbieterInnen der Begleitprogramme sowie der hohen Zahlen der erfolgreichen Abschlüsse kann gefolgert werden, dass das „Inverse-Blended-Learning-Konzept“ die Motivation der Teilnahme an MOOCs verstärkt. Daraus resultiert die Empfehlung, je nach Möglichkeiten auch bei anderen MOOCs ein solches Konzept zu verfolgen: Es könnten neue Wege der Bewerbung ergründet, durch andere Personen Begleittreffen organisiert und gedruckte Arbeitsmaterialien zur Verfügung gestellt werden.

Literatur

- Bruff, D. (2013). *Second Week Reflections: Social Learning in a MOOC*: <https://my.vanderbilt.edu/vandymaps/2013/07/second-week-reflections-social-learning-in-a-mooc/>
- Ebner, M.; Kopp, M.; Wittke, A. & Schön, S. (2014). Das O in MOOCs – über die Bedeutung freier Bildungsressourcen in frei zugänglichen Online-Kursen. *HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik*, 52(1), 68–80.

- Fischer, H.; Dreisiebner, S.; Franken, O.; Ebner, M.; Kopp, M. & Köhler T. (2014). Revenue vs. Costs of MOOC Platforms. Discussion of Business Models for xMOOC Providers, Based on Empirical Findings and Experiences During Implementation of the Projekt iMooX. In *ICERI2014 Proceedings, 7th International Conference of Education, Research and Innovation*, Seville (Spain) 17.-19. November, 2014 (S. 2991–3000). Sevilla: IATED.
- Khalil, H. & Ebner, M. (2013). Interaction Possibilities in MOOCs – How Do They Actually Happen? In *International Conference on Higher Education Development* (S. 1–24). Mansoura University, Egypt.
- Khalil, H. & Ebner, M. (2014). MOOCs Completion Rates and Possible Methods to Improve Retention – A Literature Review. In *Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2014* (S. 1236–1244). Chesapeake, VA: AACE.
- Kolowich, S. (2014). *N.Y. Public Library Plans Face-To-Face 'Classes' for MOOC Students*: <http://edf.stanford.edu/readings/ny-public-library-plans-face-face-classes-mooc-students>
- Kopp, M. & Ebner, M. (2013), Bildung für alle! Neue gemeinsame Bildungsplattform der Universität Graz und der Technischen Universität Graz. *Hamburger eLMagazin*, 11, 54–56.
- Lackner, E., Kopp, M. & Ebner, M. (2014). How to MOOC? – A pedagogical guideline for practitioners. In I. Roceanu (Hrsg.), *Proceedings of the 10th International Scientific Conference „eLearning and Software for Education“ Bucharest, 24.-25. April, 2014*. Editura Universitatii Nationale de Aparare “Carol I”.
- McAuley, A., Stewart, B., Siemens, G. & Dave Cormier, D. (2010). *Massive Open Online Courses Digital ways of knowing and learning, The MOOC model For Digital Practice*, http://www.elearnspace.org/Articles/MOOC_Final.pdf
- Mruck, K., Mey, G., Schön, S., Idensen, H. & Purgathofer, P. (2013). Offene Lehr- und Forschungsressourcen. Open Access und Open Educational Resources. In S. Schön & M. Ebner (Hrsg.) *Lernen und Lehren mit Technologien (L3T)*. Ein interdisziplinäres Lehrbuch, Berlin: epubli. <http://l3t.eu>
- Reinmann, G. (2005). *Blended Learning in der Lehrerbildung. Grundlagen für die Konzeption innovativer Lernumgebungen*. Lengerich: Pabst.
- Schön, S. & Ebner, M. (2013). *Gute Lernvideos ... so gelingen Web-Videos zum Lernen!* Norderstedt: BoD.
- Wedekind, J. (2013). MOOCs – eine Herausforderung für die Hochschulen?. In G. Reinmann, M. Ebner & S. Schön (Hrsg), *Hochschuldidaktik im Zeichen von Heterogenität und Vielfalt* (S. 45–62). Norderstedt: BoD.