



### Das Thema im Überblick

Das so genannte Mitarbeiterfernsehen ist seit vielen Jahren fester Bestandteil der möglichen Kommunikationsmedien für ein Unternehmen, um seine Mitarbeiter und/oder Kunden auf diesem Wege zu erreichen. Ursprünglich als Business-TV entwickelt ist heute das Internetprotokoll (IP) die wesentliche technische Grundlage. Über IP lassen sich verschiedene Übertragungstechniken für unterschiedliche Anwendungsszenarien konfigurieren (Web-TV). Überwiegend wird Web-TV zur Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern oder auch für Informationen an Kundengruppen an entfernten Standorten eingesetzt.

# Mitarbeiterfernsehen als Qualifizierungsangebot über das Netz – aus Business-TV wird Web-TV

Mit der rasanten Entwicklung des Internets befindet sich unsere Gesellschaft in einem großen Veränderungsprozess. Aus den immer kürzeren Innovationszyklen beispielsweise bei den Personalcomputern sind innovative Informations- und Telekommunikationstechniken hervorgegangen, die auch im Bereich des Lernens und der Weiterbildung zunehmend mehr an Beachtung finden. Die im Rahmen dieser neuen Möglichkeiten entstandenen Lernangebote werden häufig als Multimedia, E-Learning, technologiebasiertes Training (TBT) oder mediengestütztes Lernen bezeichnet. Der Autor beschreibt im nachfolgenden Beitrag überblicksartig diese Entwicklung und bittet am Schluss Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Konzerns Deutsche Telekom im Rahmen seiner Forschungstätigkeit um Beteiligung an einer Online-Befragung im Intranet zum Thema Web-TV.

### Der Autor



Dipl.-Päd. Michael Schnell ist Buchautor zum Thema Bildungsfernsehen, Experte für neue Lerntechnologien (FH Furtwangen) und seit 2004 als Doktorand bei Telekom Training und im Promotionsförderungsprogramm der Deutschen Telekom beschäftigt (Michael.Schnell@telekom.de).

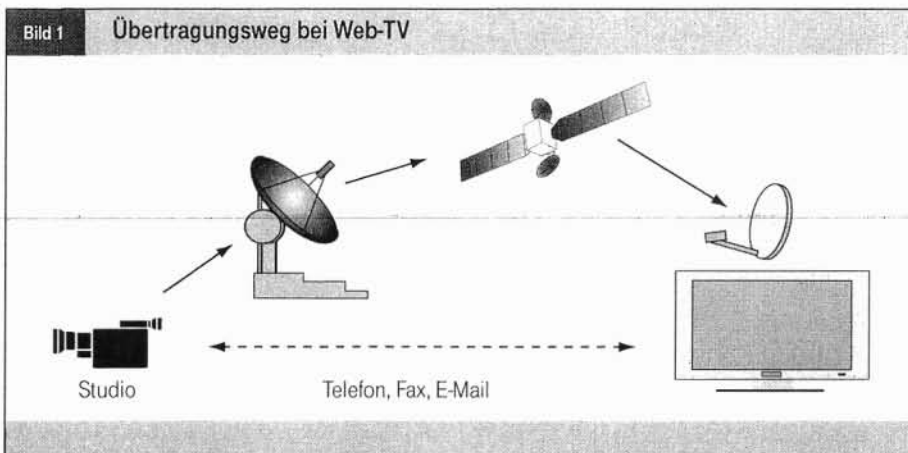
### Wandel beim Lernen

Die Verbreitung moderner Lernformen in Verbindung mit neuen Informations- und Telekommunikationstechniken wird von einer Reihe Argumenten begleitet, die sich aus dem Vergleich mit traditionellen Formen des Lernens (z. B. Präsenzveranstaltungen wie Seminaren), der heutigen Notwendigkeit zu einem lebenslangen Lernen und der vorherrschenden Lernphilosophie ergeben.

Das folgende Zitat zeigt ein Beispiel für den Vergleich mit traditionellen Lernformen, bei

dem immer wieder die Kostenfrage im Mittelpunkt steht:

„Die Schulung von Mitarbeitern verschlingt Jahr für Jahr enorme Summen, doch der Erfolg lässt sich oft kaum überprüfen. Die Alternative: E-Learning – das Lernen auf elektronischen Wegen. Diese neue und zeitgemäße Form des Lernens bietet Unternehmen und öffentlichen Institutionen zum einen beachtliche Kostenvorteile, zum anderen deutlich mehr Transparenz hinsichtlich des Lernfortschritts und der Qualität der Wissensvermittlung [1].“



Untermauert werden solche Aussagen auch durch entsprechende Zahlen. Die Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände ermittelte in diesem Zusammenhang, dass zwei Drittel der Kosten von Bildungsveranstaltungen auf Reise- und Arbeitsausfallzeiten entfallen und nur ein Drittel in den eigentlichen Unterricht fließt [1]. Zusätzlich wird bei der Kostenargumentation immer wieder der Vorteil, größere Mengen an Mitarbeitern und/oder Teilnehmern zu erreichen, angeführt.

Weitere klassische Argumente lauten, dass das Lernen zeitlich und räumlich flexibler wird und damit das Lernen für den Einzelnen besser individuell selbst gesteuert werden kann.

An Bedeutung gewinnen solche Argumente durch zwei Faktoren: Zum einen sprechen wir heute vom lebenslangen Lernen und lernenden Organisationen, worin sich die Schnell-Lebigkeit von Informationen und Wissen widerspiegelt. Als entscheidender Erfolgsfaktor (gerade für Unternehmen) gilt es daher, schnell und umfassend auf Veränderungen reagieren zu können oder solche auszulösen, um auf dem Markt zu bestehen. Personalentwicklung und Weiterbildung haben dadurch den Auftrag, diesen Anspruch zu erfüllen und sehen speziell in den neuen Lernformen das Potenzial dazu.

Zum Zweiten dient zurzeit die Konstruktivistische Lernphilosophie<sup>1</sup> als eine oder sogar die vorherrschende Leitphilosophie für die Gestaltung von Lernangeboten. Es besteht

die verbreitete Einschätzung, dass sich konstruktivistische Prinzipien mit den neuen Informations- und Telekommunikationstechniken besonders gut umsetzen lassen. Dazu zählen beispielsweise die Forderungen nach einer besonders realitätsnahen Darstellung der Inhalte (Situiertheit), ein hohes Maß an Selbststeuerung beim Lernen und das Lernen in kooperativen Formen [2].

### Business-TV

Eine genauso rasante Entwicklung wie der Computer hat auch die Fernsehtechnik in den letzten Jahren durchlaufen. Als Ergebnis dieser technischen Entwicklung entstanden beispielsweise auch Unternehmensfernsehsprogramme, denn das Medium Fernsehen gilt für viele als ein ideales Kommunikationsinstrument (besonders für größere Unternehmen mit einer starken Filialstruktur) und optimales Medium für die Aus- und Weiterbildung [3].

Hinter dem Begriff Business-TV verbirgt sich kein Fernsehen über Unternehmen, sondern weitgehend Fernsehen von Unternehmen für geschlossene Benutzergruppen [4]. Die technische Voraussetzung lieferte die Weiterentwicklung der digitalen optischen Nachrichtentechnik, die es inzwischen ermöglicht über Kommunikationssatelliten Daten, bewegte Bilder und Audio in Fernsehqualität zu übertragen [4].

Zu den klassischen Argumenten für die Einführung von Business-TV zählten, Informationen schneller, direkter, effektiver und um

fassender zu vermitteln. Hinzu kommt, dass das Fernsehen als besonders attraktives und anschauliches Medium bewertet wird und man vielfach davon ausgeht, mit audiovisuellen Darstellungen höhere Behaltensleistungen zu bewirken [5], [6]. Das Bild 1 zeigt eine sehr vereinfachte Darstellung der technischen Seite zur Übertragung von Business-TV-Sendungen einschließlich Rückkanal.

### Web-TV

Eine ständige Weiterentwicklung der Digitaltechnik bildet die Grundlage für die Entstehung neuer Informations- und Telekommunikationstechniken für unterschiedliche Netztopologien, wie beispielsweise Mobilfunk, Rundfunk- und Fernsehnetze, Satellitenfunk oder Kabel. Mit Hilfe größerer Bandbreiten, verbesserter Datenkompression und höherer Speicherkapazität der Server wird das Angebot digitaler und interaktiver Medien deshalb weiter zunehmen.

Aus der Verschmelzung verschiedener Übertragungstechniken (Konvergenz) werden im Zusammenhang mit Business-TV verschiedene Anwendungsvarianten möglich, die aus den drei grundlegenden Bereichen

- Audiovisuelle Technologien
- Web-Technologien
- Collaborative Technologien

entstehen [6]. Bild 2 zeigt einen Überblick über die Anwendungsvarianten und ihre Beziehungen zueinander.

Nach Bild 2 ergeben sich also aus den drei Technikbereichen wiederum drei kombinierte Varianten: Aus Audiovisuellen und Web-Technologien entsteht das Internet Video Multitasking (beispielsweise Web-TV, Video on Demand), aus der Verschmelzung von Audiovisuellen, Web- und Collaborativen Technologien entsteht Internet Broadcasting & Collaboration. Schließlich basieren Video-

<sup>1</sup> **konstruktivistisch:** von Konstruktivismus; Lehre, die ein herleitendes, methodisch konstruierendes Vorgehen vertritt und darauf basierend verschiedene erkenntnistheoretische Schlüsse zieht.

konferenzsysteme aus dem Zusammenwachsen von Audiovisuellen- und Collaborativen Technologien [6].

Tiefgehende Veränderungen werden gerade von der Verschmelzung des Medium Fernsehens mit dem Arbeitsmittel Computer erwartet. Das Schlagwort dafür lautet Web-TV, Fernsehen auf der Basis des Internetprotokolls [7]. Dahinter steckt die Vision, aus dem Fernseher und dem Computer ein Gerät zu machen. Zahlreiche Fernsehsendungen werden heute schon von Webseiten begleitet und immer mehr TV-Produktionen werden parallel als Internet-Angebot produziert [8].

Bei der Deutschen Telekom beispielsweise startete das Tochterunternehmen T-Systems 2005 das neue Mitarbeiterfernsehen „SystemsTV“. Die Sendungen sind über das Intranet des Unternehmens anschaubar oder können über ein Download-Archiv heruntergeladen werden. Zielsetzung ist dabei, über dieses neue Medium wichtige Trends und Ereignisse rund um das Unternehmen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verständlich und aktuell zu liefern.

Auch Telekom Training setzt seit einiger Zeit auf Web-TV. Im Mittelpunkt steht dabei die Qualifizierung bestimmter Zielgruppen. So wurden – je nach Bedarf – spezielle Sendungen als ein besonderer Baustein sowohl innerhalb bestimmter Maßnahmen und/oder Veranstaltungen produziert als auch als eigenständiges Qualifizierungsangebot. Dabei spielt die Lernplattform Global Teach von Telekom Training eine besondere Rolle, denn sie dient oft auch als eine Art „Programm-bibliothek“, über die die einzelnen Sendungen angeschaut werden konnten. Eine Beispielsendung aus der Vergangenheit ist über den folgenden Link zu erreichen: <http://gt5.telekom.de/Twi.Gt.Sui/Pages/Login.aspx?Language=de>

- Benutzernamen: „web-tv
- Passwort: „web-tv)

Die Einsatzmöglichkeiten von Web-TV sind sehr vielfältiger Art: Neben den klassischen Informationssendungen können sowohl verschiedene Lernthemen von Produktschulungen bis zu Verhaltensthemen angeboten werden als auch kleinere Module für Blended-Learning-Maßnahmen<sup>2</sup> und Präsenzveranstaltung oder E-Classroom-Sitzungen.

### Mitarbeiterbefragung

Die Deutschen Telekom fördert im Rahmen einer Promotionsarbeit einen Forschungsauftrag, dessen Zielsetzung es ist, mit Hilfe einer Mitarbeiterbefragung im Konzern, die Frage

zu klären, welche Faktoren eine häufige Nutzung des Lernangebotes Web-TV fördern oder hemmen könnten. Über die so erhaltenen Erkenntnisse sollen die Web-TV-Sendungen in Zukunft noch optimaler auf die Bedürfnisse der Kunden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausgerichtet werden.

In diesem Sinne setzen die Initiatorinnen auch auf die Beteiligung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens, die mindestens schon einmal eine Web-TV-Sendung gesehen haben oder daran beteiligt waren. Die Online-Befragung ist ab dem 11. bis zum 29. September über den folgenden Link:

<http://sprungbrett.telekom.de/tdexportal/?tdexredirect=F5B43FB5|QkgmUD04MiZUPQ==>

zu erreichen<sup>3</sup>. (Hinweis: Ein Zugang zur Befragung und Beispielsendung ist nur über das Intranet der Deutschen Telekom möglich.)

(He)

<sup>2</sup> **Blended Learning:** Eine Kombination verschiedener Lernformen aus E-Learning-Elementen und Präsenzseminaren. (Ansprechpartner bei Telekom Training ist intern Willi Elz: [willi.elz@telekom.de](mailto:willi.elz@telekom.de))

<sup>3</sup> Als Dankeschön erhält jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer auf Wunsch eine CD, auf der einige besondere Web-TV Sendungen zusammengestellt sind. Darüber hinaus gibt es ein Samsung SGH-X 490 Handy zu gewinnen.

### Literaturhinweise und Internetadressen

- [1] Zeitler F.: E-Learning - multimediales Lernen online. Flexibilität und Effizienzgewinne (2003). [www.pallas.com/d/news/publikationen/Praxis-bea05.pdf](http://www.pallas.com/d/news/publikationen/Praxis-bea05.pdf), 23.02.04.
- [2] Kerres M. und de Witt C.: Quo vadis Mediendidaktik? Zur theoretischen Fundierung von Mediendidaktik (2002). [www.medienpaed.com/02-2/kerres\\_dewitt1.pdf](http://www.medienpaed.com/02-2/kerres_dewitt1.pdf), 25.08.04
- [3] Bretschneider J.: Weiterbildung auf neuen Wegen. I. Michael Broßmann und Ulrich Fieger (Hrsg.), Business Multimedia: Innovative Geschäftsfelder strategisch nutzen. Frankfurt am Main, Frankfurter Allg.; Wiesbaden: Gabler Verlag 1997.
- [4] Broßmann M.: Wertschöpfungspotentiale durch Anwendung von interaktivem Business Television. In Hans-Jörg Bullinger und Michael Broßmann (Hrsg.), Business Television: Beginn einer neuen Informationskultur in den Unternehmen. Stuttgart, Schäfer-Poeschel Verlag 1997.
- [5] Elis A.: Business-TV in Deutschland. In Media Perspektiven. Heft 03/98 1998.
- [6] Schäfer M.: Gestaltungsaspekte für Business-TV Anwendungen. In Hans-Jörg Bullinger und Michael Broßmann (Hrsg.), Business Television: Beginn einer neuen Informationskultur in den Unternehmen. Stuttgart: Schäfer-Poeschel Verlag 1997.
- [7] Michel Medienforschung und Beratung: Neues aus dem Medienland Nordrhein-Westfalen. Audiovisuelle Medien in NRW, 2002. [www.mmb-michel.de/avkurz.pdf](http://www.mmb-michel.de/avkurz.pdf), 18.03.04.
- [8] PLAN.NET. Die Entwicklung von Web-TV 2003. [http://www.plan-net-media.de/pn\\_media/media\\_news/themendossiers/die\\_entwicklung\\_von\\_webtv\\_arial\\_sever.pdf](http://www.plan-net-media.de/pn_media/media_news/themendossiers/die_entwicklung_von_webtv_arial_sever.pdf), 18.03.04.

