

# Die wahren Kosten des E-Learnings: intern vs. Outsourcing



# Inhaltsverzeichnis

Einführung **02**

---

**Kapitel 1**

E-Learnings zu erstellen kostet (viel) Geld **03**

---

**Kapitel 2**

Outsourcing von Lerninhalten: Ist das eine gute Idee? **04**

---

**Kapitel 3**

Checkliste zur Abschätzung der E-Learning-Kosten **06**

---

**Kapitel 4**

Vorteile der internen Erstellung **09**

---

**Kapitel 5**

Mitarbeiter-generiertes Lernen: Die interne Lösung zur Kosteneinsparung **10**

---

Fazit **14**

---

# Einführung

Die digitale Transformation ist die neue Normalität für Lern- und Entwicklungsteams (L&D) weltweit. Es besteht die Notwendigkeit, das Lernen online zu bringen, um mit Trends auf dem Laufenden zu bleiben, – für viele ein unbekanntes Terrain – die Geschwindigkeit des Geschäfts kann aber L&D-Teams daran hindern, mit dem Lernbedarf Schritt zu halten.

Unternehmen erwarten, dass L&D Wissen und Fähigkeiten vermittelt, die die Arbeitsleistung ihrer Mitarbeiter erhöhen. Wenn E-Learnings also die Arbeitsleistung nicht verbessern, werden die meisten Unternehmen nicht weiter darin investieren. Daher ist es für L&D von entscheidender Bedeutung, bei ihren Ausgaben achtsam und strategisch vorzugehen.



Bei hoher Nachfrage nach Schulungsinhalten und begrenzten internen Ressourcen wenden sich viele Unternehmen an externe Content-Ersteller. Obwohl dies eine effektive kurzfristige Lösung ist, stehen Unternehmen möglicherweise vor der Frage, ob Outsourcing sowohl nachhaltig als auch für den wachsenden Schulungsbedarf skalierbar ist.

Betrachten Sie die reale Debatte über den Einkauf Ihrer Lebensmittel vs. den Anbau Ihrer Lebensmittel. Der Einkauf von Lebensmitteln ist zwar schnell und einfach, aber nicht immer nachhaltig, kann gesundheitliche Probleme verursachen und wird oft teuer sein. Wenn Sie überlegen, Ihre eigenen Lebensmittel anzubauen, ist das nachhaltig, gesund und kostengünstiger.

Wenn es um die Erstellung von Lerninhalten geht, kann Outsourcing (Einkauf von Lebensmitteln) als schnelle und einfache Lösung erscheinen. Auf Dauer kann diese Lösung jedoch teuer und umständlich werden. Wenn Sie es gleich am Anfang intern etablieren, ist das auf Dauer die nachhaltigere und kostengünstigere Methode. In diesem E-Book werden wir die Vorteile der internen Erstellung von Inhalten gegenüber dem Outsourcing untersuchen und die wahrgenommenen Vorteile einer Partnerschaft mit externen Agenturen hinterfragen.

## Kapitel 1

# E-Learnings zu erstellen kostet (viel) Geld

Die Erstellung von E-Learnings kann viel Zeit und Geld kosten. Untersuchungen von Kapp und Robyn Defelice zeigen, dass es zwischen 90 und 240 Stunden dauern kann, um nur eine Stunde E-Learning-Material zu erstellen. Im Jahr 2019 berichtete Raccoon Gang, dass die durchschnittlichen Kosten für die Erstellung einer Stunde E-Learning zwischen 8.800 und 28.640 USD liegen können.

Aber das ist nur die halbe Wahrheit. Die Kosten für E-Learnings fallen nicht weg, sobald ein Kurs veröffentlicht wurde. Um mit einer sich schnell verändernden Welt Schritt zu halten, ist es wichtig, die Lerninhalte laufend zu aktualisieren. Dies kann zwar im Vorfeld mehr Zeit und Kosten bedeuten, ist jedoch eine wertvolle Investition, um Inhalte relevant und aktuell zu halten.

Nun stellt sich die Frage: Wie erstellt man Lerninhalte, die die Investition von Zeit und Geld rechtfertigen?

### Rechtfertigen Sie die Kosten mit der Wertschöpfung

Laut einem Bericht von Panopto finden es etwa 60 % der Arbeitnehmer schwierig, die für ihre Arbeit notwendigen Informationen zu bekommen. Ebenso verbringen Mitarbeiter 5,3 Stunden pro Woche damit, auf Informationen zu warten. Die wichtigste Erkenntnis daraus ist, dass die Produktivität Ihrer Mitarbeiter erheblich gesteigert werden kann, wenn ihnen zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Informationen zur Verfügung gestellt werden. Stellen Sie sich vor, Sie könnten berechnen, welchen Wert es hat, wenn jeder Mitarbeiter zwei oder mehr produktive Stunden zusätzlich pro Tag leisten kann. Das kann aus unserer Sicht die tatsächlichen Kosten für E-Learnings schon aufwiegen. Wenn man also die Kosten von E-Learnings betrachtet, ist es wichtig, sie durch die „Wert-Linse“ zu betrachten und sich zu fragen: „Welchen Mehrwert bringt das?“

## Kapitel 2

# Outsourcing von Lerninhalten: Ist das eine gute Idee?

Zur Rechtfertigung der Kosten des E-Learnings mit der Wertschöpfung sehen wir uns zunächst die wahrgenommenen Vorteile des Outsourcings der Kursstellungen an, und bewerten sie mit der „Wert-Linse“:

### 1. Zugang zu einem Expertenpool

Wenn Sie die Inhaltsentwicklung an externe Partner outsourcen, arbeiten Sie mit Experten für Schulungs- und Lehrdesign zusammen. Oft verfügen diese über eine große Menge an Ressourcen, Tools und Techniken, die die Entwicklung von Lerninhalten erleichtern.

**Der Nachteil (durch die Wert-Linse):** Obwohl sie Experten auf dem Gebiet der Kurserstellung sind, sind sie keine Experten für Ihr Unternehmen.

Externen Lernpartnern fehlt das in Ihrer Organisation einzigartige Wissen, um effektiv mit der großen Menge an Schulungsanforderungen Schritt zu halten. Dieses Wissen findet man oft nur in Nischenbereichen Ihres Unternehmens. Infolgedessen wenden sich L&D-Teams an Fachexperten (subject matter experts - SMEs), die das Wissen bereitstellen können. Da externe Lernpartner typischerweise keinen direkten Zugang zu diesen SMEs haben, verlangsamt dies den Prozess und erhöht die Abhängigkeiten.

Mit dieser ständigen Trennung zwischen Unternehmen und Lernen kann mit Leichtigkeit ein großes Loch in Ihr L&D-Budget gebrannt werden.

### 2. Keine langfristige Verpflichtung

Externe Partner oder Experten werden auf Projektbasis eingestellt. Diese Experten erledigen die Arbeit und verursachen dann keine Kosten mehr, wenn diese abgeschlossen ist. Es müssen nur die für ein bestimmtes Projekt geleisteten Arbeitsstunden bezahlt werden, was langfristig Geld sparen kann, da keine Personal- oder langfristigen Beschäftigungskosten entstehen.

**Der Nachteil (durch die Wert-Linse):** Wenn der externe Experte ausscheidet oder der Vertrag ausläuft, kann die Wirkung ähnlich sein, als würde ein interner Experte das Unternehmen verlassen. Durch die Bindung interner Mitarbeiter mit spezifischem Wissen können Sie die Kosten für Wissensverluste vermeiden. In ähnlicher Weise kann der Schaden noch höher ausfallen, wenn ein externer Wissensträger den Vertrag kündigt, basierend auf den Kosten für Training und Onboarding. Es ist viel Zeitaufwand notwendig, um einen neuen Partner an Bord zu bringen und ihm die Unternehmensmission näher zu bringen. Somit geht nicht nur Wissen verloren, sondern auch Zeit und Geld, wenn man einen neuen Experten einschulen muss.

### 3. Schnellere Durchlaufzeiten und schnellere Entwicklung

Je nach Partner kann das Outsourcen der E-Learning-Erstellung eine schnellere Durchlaufzeit und schnellere Entwicklung im Vergleich zur internen Entwicklung haben.

**Der Nachteil (durch die Wert-Linse):** Die anfängliche Erstellung der Inhalte kann zwar schneller sein, da externe Partner oft Experten auf dem Gebiet der E-Learning-Erstellung sind, aber dies bezieht sich nur auf die tatsächliche Entwicklung des Kurses. Es ist wichtig, bei der Berechnung der Bearbeitungszeit für Ihre Kurse andere Schritte im Prozess zu berücksichtigen, wie z. B. Input-Sitzungen, Überprüfungssitzungen und Aktualisierungen. Wenn das alles im eigenen Haus bleibt, kann der Gesamtprozess tatsächlich viel kürzer und effektiver sein.

4.

## Qualitativ hochwertige Inhalte

Durch die Erstellung von Inhalten durch erfahrene E-Learning-Designer wird die Qualität der Inhalte im Allgemeinen gut und konsistent.

**The down-side (through the value-lens):** Today's business functions are constantly changing, requiring employees to learn, unlearn, and upskill at a rapid pace. As a result, courses become outdated quickly and need to be updated and changed on a regular basis.

For each update, SMEs in the business need to provide input to L&D as they often have the most relevant and up to date knowledge. L&D, therefore, becomes the middleman between the SMEs and external partners, This requires constant back-and-forth communication between all three parties, prolonging the process.

5.

## Gesteigertes Engagement der Lerner

Ein erfahrener E-Learning-Designer kennt das Verhalten der Lerner und kann hochinteressante Trainingserlebnisse gestalten.

**Der Nachteil (durch die Wert-Linse):** Themen wie Führungskräfteentwicklung und Soft Skills erfordern Kurse, die die Lerner motivieren und komplexe Konzepte effektiv vermitteln. Dabei können externe Partner helfen, gekonnt erstellte Kurse sind jedoch nur ein kleiner Teil des Ganzen.

Wenn wir bedenken, dass sich der Geschäftsbetrieb schnell verändert und das Lernen ständig aktualisiert werden muss, ist es wichtig, diese Fragen zu berücksichtigen: Warum in hochgradig interaktive Kurse investieren, wenn sich die Inhalte laufend ändern? Und sollten wir den Kurs neu erstellen, wenn wir den Inhalt später aktualisieren müssen?

Gemäß einem aktuellen Trend bei der Fernarbeit bietet die neue Norm des Engagements den Mitarbeitern die Informationen, die sie im Arbeitsfluss benötigen. Dies kann in einigen Formen auftreten, aber das übergreifende Thema ist, dass es in kurzer Zeit zur richtigen Zeit zugänglich und leicht verdaulich ist. Arbeitnehmer fühlen sich engagiert, wenn sie im Bedarfsfall unterstützt werden, und ein geschickt gestalteter formaler Kurs kann dies nicht immer erfüllen.

6.

## Geringere Kosten

Als Experten auf diesem Gebiet verfügen die meisten externen Partner über die neueste Technologie zur Erstellung von E-Learning-Inhalten. Dies spart normalerweise eine erhebliche Menge an Zeit und Geld beim Lernen und Investieren in Lehrdesign-Tools, was bei einem externen Partner zu Mehrkosten führt. Wenn die Tools jedoch intern gehostet werden, kann die Veröffentlichung der Kurse ein unkomplizierter Prozess sein, da die Technologie bekannt und getestet ist.

Darüber hinaus haben Sie bei der internen Erstellung von Inhalten den Überblick über alle Ausgaben und müssen sich keine Gedanken über versteckte Kosten machen.

## Kapitel 3

# Checkliste zur Abschätzung der E-Learning-Kosten

Wie viel kostet es, einen E-Learning-Kurs zu erstellen? Dies ist ganz unterschiedlich, da jede Organisation einen anderen Lernbedarf hat. Bei der Berechnung der Kosten für einen E-Learning-Kurs sind eine Reihe von Faktoren zu berücksichtigen, darunter die beteiligten Personen, die zu entwickelnden Inhalte, die Lizenzgebühren für Tools und mehr. Bei der Zusammenarbeit mit externen Partnern sind jedoch einige zusätzliche Fragen zu berücksichtigen. Im Folgenden haben wir einige dieser Fragen skizziert, die Sie sich bei der Entwicklung der Inhalte und der Kostenschätzung stellen sollten. Wir haben auch die zusätzlichen Faktoren hervorgehoben, die bei der Zusammenarbeit mit externen Partnern zu berücksichtigen sind:

## 1. Forschungsphase:

Dies kann als die Planungsphase angesehen werden. In dieser Phase sollten Sie herausfinden, welche Inhalte erstellt werden müssen. Es ist wichtig, die verschiedenen Methoden zu berücksichtigen, die Sie einbeziehen möchten, sowie die erforderlichen Ressourcen, um die Inhalte mit Ihren Lernern zu teilen.



### Welche Inhalte werden benötigt?

- Wo gibt es Wissenslücken innerhalb der Organisation?
- Welche Arten von Inhalten sind erforderlich, um die Qualifikations- oder Wissenslücken zu schließen? (Dies kann in Form von Kursen, Workshops, Coaching, Wiederverwendung vorhandener Inhalte und mehr geschehen!)



### Wer sind die Lerner?

- Wer ist das Publikum des Kurses und wie werden Sie es erreichen?



### Wie viele Personen und was sind die Kosten?

- Wie viele Personen soll dieser Kurs erreichen?
- Wie viel Budget kann pro Aktivität zugewiesen werden?



#### Zusätzlicher Punkt beim Outsourcing

Wenn Ihnen nur ein bestimmtes Budget zur Verfügung steht, kann es schwieriger sein, die vollständige Übersicht und Kontrolle darüber zu behalten.



### Wann muss die Schulung verfügbar sein?

- Wird Ihr Team Zeit brauchen, um sich mit neuen Online-Schulungstools vertraut zu machen?
- Wie viel Zeit sollten Sie für die Entwicklung von Online-Schulungen einplanen?



Outsourcing kann wegen der notwendigen Kommunikation deutlich mehr Zeit in Anspruch nehmen. Berücksichtigen Sie unbedingt die Zeit dafür (wieder zusätzliche Kosten).



### Wo werden diese Inhalte geteilt?

- Wo soll das Lernen/Training stattfinden? (Offline oder Online)

## 2. Designphase:

In dieser Phase ist es wichtig, über das Design des Kurses und die verschiedenen Elemente nachzudenken, die enthalten sein sollten. Berücksichtigen Sie die Erfahrung, die die Lerner während des Kurses haben sollen, und wie der Kurs zusammengestellt wird.

### **Wie viel Planung und Storyboarding ist für den Kurs erforderlich?**



Wenn viel Planung und Storyboarding in den Kurs einfließen, bereiten Sie sich auf umfangreiche Meetings und Kommunikation mit externen Anbietern vor. Zudem können in dieser Phase versteckte Kosten für die Planung anfallen.

### **Welche Elemente sollten in Ihren Kurs integriert werden?** Dies kann alles sein von Inhaltstypen bis hin zu Grafiken und interaktiven Elementen.



Je mehr Elemente Sie in Ihren Kurs aufnehmen möchten, desto mehr Designzeit und höhere Kosten.

## 3. Entwicklungsphase:

Dies ist die Phase, in der der Kurs tatsächlich zusammengestellt wird. Es ist wichtig, die Plattform zu berücksichtigen, auf der der Kurs erstellt wird, wer am Erstellungsprozess beteiligt ist, und den Zeitplan.

### **Welche E-Learning-Autoren-/Hosting-Tools sind erforderlich, um die Lerninhalte entwickeln zu können?**

### **Welche Stakeholder und Nutzer werden in den Erstellungsprozess eingebunden?**

Berücksichtigen Sie deren Kosten pro Stunde laut Gehaltsabrechnung. Ihre Zeit ist auch gleich Geld.



Dies kann aufgrund des umfangreichen Hin und Her mit dem externen Anbieter mehr Zeit von den Stakeholdern und Nutzern erfordern.

### **Wie sieht der Zeitplan für die Erstellung des Kurses aus?**



Wie am Anfang des E-Books besprochen, kann die Zusammenarbeit mit externen Anbietern deutlich länger dauern. Bedenken Sie den Zeit- und Geldverlust, der mit diesen langen Wartezeiten verbunden ist.

## 4. Abschlussphase:

### **Welche Tools sind zum Hosten der Inhalte erforderlich?**



Um die Kurse zu hosten, wird oft eine Lernplattform benötigt. Seien Sie hier auf zusätzliche Kosten vorbereitet.

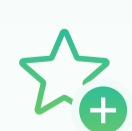
### **Wissen die Lerner, wie sie sich auf der Plattform anmelden können, auf der der Kurs geteilt wird?**



Bei technischen Schwierigkeiten mit dem Kurs müssen sich die Lerner gegebenenfalls an den externen Partner wenden. Diese Kommunikation zu ermöglichen und die Probleme zu lösen kann oft ziemlich lange dauern.

### **Welche Informationen sind in Berichten zur Ergebnismachverfolgung wichtig?**

### **Welche Sicherheitsstufe wird von dem Tool erwartet?**



Wenn es sich um hochvertrauliche Inhalte handelt, kann es schwierig sein, die Prozesse des externen Partners zu überblicken und zu kontrollieren. Der Verlust wichtiger Informationen kann finanzielle Verluste bedeuten.



## 5. Bewertung:



**Bietet das E-Learning-Tool grundlegende Nutzungsinformationen und Ergebnisse der Lerner?**



**Schließen die Lerner den Kurs erfolgreich ab und behalten sie das vermittelte Wissen bei?**



Wenn dies nicht der Fall ist, ist es wichtig, auf den Kurs zurückzublicken, um zu verstehen, was geändert werden muss. Wenn es sich um kleinere Änderungen handelt, kann es zu einer größeren Aufgabe als nötig werden und mehr Zeit und Geld kosten.

## 6. Wartung:



**Erfordert der Inhalt eine regelmäßige Wartung und Aktualisierung?**



Wenn der Kurs geändert oder aktualisiert werden muss, kann die Zusammenarbeit mit einem externen Partner zusätzliche Kosten verursachen.

Wie oben gezeigt, gibt es eine Reihe zusätzlicher Faktoren und Fragen, die bei der Abschätzung der Kosten für die Erstellung eines E-Learning-Kurses mit einem externen Partner zu berücksichtigen sind. Diese Fragen sollen als Orientierungshilfe für die Kostenabschätzung dienen. Obwohl die Liste nicht allumfassend ist, hebt sie die wichtigsten Punkte hervor, die zu berücksichtigen sind, und wie die Zusammenarbeit mit einem externen Partner zusätzliche und versteckte Kosten bedeuten kann.

## Kapitel 4

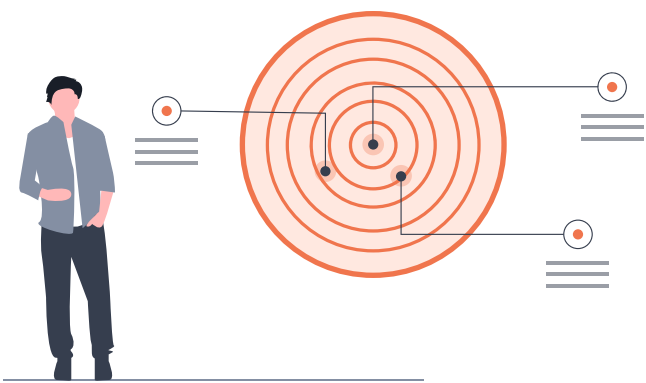
# Vorteile der internen Erstellung

Während wir einige der potenziellen „Nachteile“ der Erstellung von Kursinhalten mit externen Anbietern besprochen haben, werden wir uns in diesem Abschnitt die Vorteile der internen Erstellung von Lerninhalten genauer ansehen. Nachfolgend finden Sie eine Liste der Vorteile:



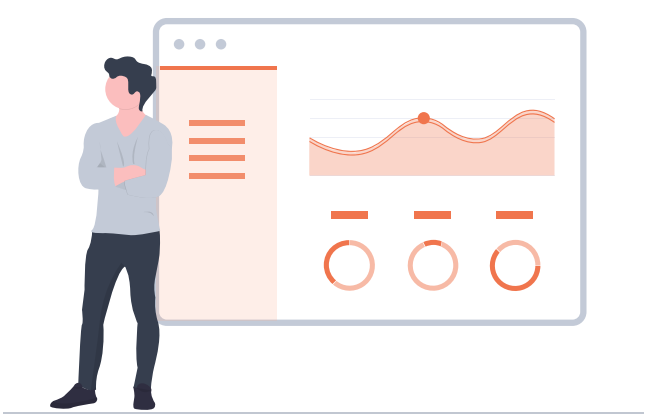
### Bessere Übersicht über den Inhaltsprozess und Kontrolle des Budgets

Ein internes L&D-Team hat ein besseres Verständnis Ihrer organisatorischen Bedürfnisse und Beschränkungen als ein externer Partner, was sich direkt in einem Bewusstsein für Zeitpläne, Budgets, Prozesse, Praktiken und Bereitstellung niederschlägt. Ein ausgelagertes Team kann sich bei der Erstellung von Inhalten auszeichnen, aber dies ist nur der erste Schritt in diesem Prozess. Interne Teams kennen jedoch den End-to-End-Prozess und haben mehr Kontrolle über Inhalt, Zeitpläne und Kosten.



### Der Schulungsbedarf kann von den Experten selbst gedeckt werden

Nicht alle Ausbildungsbedürfnisse werden am besten durch einen formellen Kurs erfüllt. Manchmal kann eine kurze Checkliste oder eine Schritt-für-Schritt-Anleitung Ihrem Mitarbeiter das nötige Wissen vermitteln. Dieser Bedarf kann leicht von jemandem im Haus mit den entsprechenden Kenntnissen gedeckt werden. Bei einer Vergabe an einen externen Anbieter kann dies nicht nur viel Zeit in Anspruch nehmen, sondern kann auch zu einem für den Bedarf unnötigen formalen und erweiterten Kurs führen.



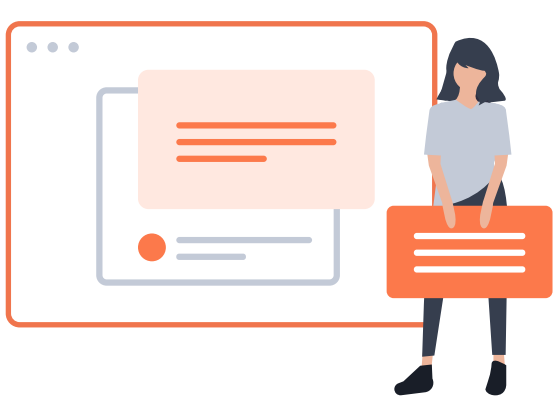
### Verbesserte Sicherheit und Vertraulichkeit sensibler Informationen

Die Vertraulichkeit der Daten ist ein nicht verhandelbarer Grund, Inhalte intern zu entwickeln. Trotz vieler vertraglicher Vereinbarungen ist es nach wie vor schwierig, die sichere Verarbeitung sensibler Daten bei externen Anbietern zu gewährleisten. Ein internes L&D-Team kann sich einfach auf die Erstellung von Inhalten konzentrieren, ohne zusätzliche Maßnahmen zur Wahrung der Sicherheit und Vertraulichkeit ergreifen zu müssen.



### Einfachere und schnellere Pflege von Inhalten.

Änderungen und Aktualisierungen sind Teil des Content-Zyklus. Bei der Arbeit mit einem internen Team können diese Updates meistens sofort und ohne viel Hin und Her mit externen Anbietern durchgeführt werden. Diese interne Pflege spart viel Zeit und Mühe und macht es einfacher und schneller, Inhalte aktuell zu halten. Insbesondere bei großen Unternehmen können Inhalte auf lokaler Ebene bearbeitet werden, anstatt über einen externen Anbieter oder eine zentrale Abteilung gehen zu müssen.



### Inhalte können mit benutzerfreundlichen Tools schneller entwickelt werden

Indem Sie Ihr internes Team mit einfach zu bedienenden Tools zur Inhaltserstellung ausstatten, wird der gesamte Entwicklungszyklus verkürzt. Diese Tools sind im Allgemeinen intuitiv, damit Teams einfach und ohne Schulung interaktive Inhalte für jeden Lernbedarf erstellen können. Bei der Zusammenarbeit mit externen Anbietern können durch den notwendigen umfangreichen Austausch die Entwicklungszeiten verlängert werden.

Im Folgenden tauchen wir tiefer in die Möglichkeiten ein, mit der internen Erstellung von Inhalten durch die Nutzung von Mitarbeitern und internen Ressourcen zu beginnen.

## Kapitel 5

# Mitarbeiter-generiertes Lernen: Die interne Lösung zur Kosteneinsparung

Wir bei Easygenerator möchten die Art und Weise ändern, wie Inhalte intern erstellt werden können. Unsere Lösung ist ein Bottom-up-Lernansatz namens Mitarbeiter-generiertes Lernen (Employee Generated Learning - EGL). Mit EGL kann jeder Mitarbeiter, egal ob Trainer, Fachexperte (SME) oder L&D-Fachkraft, spezifisches Wissen aufbauen und mit seinen Kollegen teilen.

Anstatt mit externen Anbietern zusammenzuarbeiten, können Mitarbeiter ihren Kollegen weiterhelfen, indem sie selbst Inhalte erstellen. Dies kann die Verbreitung von Wissen im gesamten Unternehmen beschleunigen und L&D Zeit und Geld sparen, da nicht mit externen Anbietern zusammengearbeitet werden muss. Im Gegenzug kann L&D eine unterstützende Rolle übernehmen, indem sie die notwendige Infrastruktur und Anleitung bereitstellen, um Mitarbeiter in die Lage zu versetzen, Lerninhalte selbst zu erstellen.

## Der schnelle Einstieg in Mitarbeiter-generiertes Lernen

Es ist wichtig anzumerken, dass das Konzept des EGL nicht nur darin besteht, SMEs den Austausch von Wissen und Fachwissen zu ermöglichen, sondern auch nicht-technische Trainer zu befähigen, Wissen zu teilen und Lerninhalte zu erstellen. Kasper Spiro, CEO von Easygenerator, skizziert die verschiedenen Dimensionen von EGL wie folgt:

- Ermöglicht SMEs ohne didaktischen Hintergrund die Erstellung von Lernressourcen
- Ermöglicht Trainern ohne E-Learning-Hintergrund, Lernressourcen zu erstellen
- Ermöglicht Schulungsteams, Schulungsinhalte intern zu erstellen/zu aktualisieren und nicht an externe Anbieter outzusourcen
- Ermöglicht jedem, E-Learning-Ressourcen zu erstellen, ohne sich um komplexe Interaktionen oder Designstandards kümmern zu müssen
- Ermöglicht jedem, Wissen zu teilen und in Lernressourcen umzuwandeln

EGL ist ein interner, mitarbeiterorientierter und kosteneffektiver Ansatz, der Geld und den Aufwand von L&D spart, da nicht mit externen Anbietern zusammengearbeitet werden muss. Betrachtet man die am Anfang dieses E-Books erwähnte Wert-Linse, ist dies der effektivste Weg, um die Erstellung von Inhalten intern durchzuführen, um Kosten zu sparen und Mehrwert im Unternehmen zu schaffen.

# BHP | Fallstudie: BHP

## Wie BHP mitarbeitergeneriertes Lernen nutzte, um die Inhaltserstellung intern zu ermöglichen

Ein Kunde von Easygenerator, BHP, ist ein internationales Bergbau-, Metall- und Erdölunternehmen. Sie verfügen über ein zentralisiertes L&D-Team, das mehrere Abteilungen bedient und unterschiedliche Schulungsbedürfnisse erfüllt. Das L&D-Team entschied sich für ein EGL-Modell (Employee Generated Learning – Mitarbeiter-generiertes Lernen), indem es Trainern und einzelnen Abteilungen die Möglichkeit bot, ihre eigenen Lerninhalte zu erstellen.

### ☆ Der Hintergrund

Rob Jack ist Abteilungsleiter für Risk Culture and Capability bei BHP. Er arbeitet mit fünf Kollegen im Team für Risikostrategie und Entwicklung zusammen. Das Team ist Teil eines größeren 60-köpfigen globalen Risikoteams bei BHP. Gemeinsam besteht ihre Mission darin, die Risikomanagementaktivitäten im gesamten Unternehmen zu gewährleisten und zu überprüfen, womit er an den Vorstand und die Geschäftsleitung berichtet. Es liegt an Rob und seinen Kollegen, konsistente Risikokenntnisse und -fähigkeiten im gesamten Unternehmen sicherzustellen, was für Tausende von Risk Ownern und Control Ownern weltweit obligatorisch ist.

### 📄 Das Problem

Das Risikoteam von BHP verließ sich stark auf externe Lernanbieter, um risikobezogene Lerninhalte für das globale Team zu erstellen. Das Risikoteam hat die Inhalte selbst verfasst, sie dann an externe Anbieter weitergegeben, um das Schulungsmaterial zu erstellen, und dann die Schulung in ihr zentrales Learning Management System (LMS) hochgeladen. Dieses Outsourcing der Kurserstellung an E-Learning-Drittanbieter war zu langsam, zu teuer und zu unflexibel.

**“Wir hätten in den letzten Jahren leicht 500.000 AUD für risikobezogene Schulungen ausgeben können. Wir hatten eine Schwelle erreicht, wo wir das Rahmenwerk ändern mussten, aber wir hatten das Geld nicht, um die entsprechenden Schulungen durchzuführen.”**

Jede noch so kleine Änderung musste besprochen und abgezeichnet werden, bevor sie an den Anbieter geschickt wurde. Wenn dieser ganze Prozess abgeschlossen war, war der Inhalt oft bereits veraltet. Als BHP sein neues Risiko-Rahmenwerk auf den Markt brachte, wussten Rob und sein Team, dass es an der Zeit war, ihren Ansatz zur Erstellung und Verwaltung von Lerninhalten zu verändern. Das neue Rahmenwerk stellte ihnen spezifische Lernanforderungen, die im gesamten globalen Risikoteam des Unternehmens durchgeführt werden mussten. Mit mehreren Lernmodulen, die auf die unterschiedlichen Bedürfnisse Ihrer Mitarbeiter zugeschnitten werden mussten, wussten Rob und sein Team, dass sie eine kostengünstige Möglichkeit zur Pflege einer großen Menge an Inhalten benötigten.

### 💡 Die Lösung

Um diese Lernbedürfnisse zu erfüllen, wandten sich Rob und sein Team dem Mikrolernen zu und befähigten interne Trainer, die große Menge an Lerninhalten zu pflegen. Mit Easygenerator – zunächst als Experiment – erkannte das Team schnell, dass es seine Schulungen ansprechend und effektiv gestalten konnte, indem es intern Inhalte erstellte. Rob und sein Team konnten auf die individuellen Bedürfnisse jedes Lerners eingehen, basierend auf seinem Hintergrundwissen und seinem Standort. Und ohne Erfahrung zum Erstellen von Lerninhalten in Easygenerator zu benötigen, konnte Rob und sein Team innerhalb von Tagen neues Lernmaterial erstellen, während es früher Monate dauerte.

**“Es ist ganz einfach, ich habe innerhalb weniger Tage ein Microlearning-Stück gebaut, das ich schon im Kopf hatte.”**

Das Risikoteam von BHP hatte mehr Freiheit bei der Erstellung, Bearbeitung und Lokalisierung von Lerninhalten. Sie konnten den Lernern mit Mikrolernmodulen erfolgreich eine besser personalisierte und zugänglichere Lernerfahrung bieten und gleichzeitig Kosten senken.

### 📊 Ergebnisse

Durch den Einsatz von Easygenerator zur internen Erstellung von Inhalten ist das BHP Risk Strategy and Development Team flexibler denn je, wenn es um die Erstellung von Lernmaterialien geht. Aufgrund des Personalisierungsgrads, den das Team mit seinen Kursen erreichen kann, hat sich das Engagement der Lerner erhöht. Und noch besser, Rob muss nicht länger 100.000 AUD für einen Drittanbieter ausgeben, um ein 60-minütiges Video zu erstellen. Dies hat BHP bereits über 250.000 AUD bei der Kurserstellung eingespart, indem sie modulares Mikrolernen mit Easygenerator verwendet haben.

**“Wir hätten in den letzten Jahren leicht 500.000 AUD für risikobezogene Schulungen ausgeben können. Derzeit sind wir auf dem besten Weg, weniger als 100.000 AUD auszugeben, um alle Komponenten zu bauen, die wir brauchen.”**

## Warum ist Mitarbeiter-generiertes Lernen langfristig die nachhaltigste Lösung?

Aufgrund seiner organischen und demokratischen Natur ist Mitarbeiter-generiertes Lernen (EGL) eine Konstante in sich verändernden Zeiten, Technologien und Trends. EGL wurzelt in den Theorien des sozialen Lernens und der Communities of Practices, die sich seit jeher als wichtige Ideologien am Arbeitsplatz durchgesetzt haben.

Im Folgenden haben wir einige bewährte Vorteile im Zusammenhang mit EGL und deren Nutzung für die langfristige Erstellung von Inhalten im eigenen Haus skizziert. Auch wenn sie bei der Umstellung auf interne Content-Erstellung oder EGL vielleicht nicht sofort spürbar sind, zeigen diese Vorteile die längere Nachhaltigkeit des Ansatzes.

### ● **Geschwindigkeit des Geschäftsbetriebs**

EGL ermöglicht es Ihren Mitarbeitern, ihr spezifisches Wissen in einem kontinuierlichen Zyklus zu teilen. So entsteht ein ständig aktueller Wissenspool. Diese Wissenspools können anderen Mitarbeitern helfen, mit den sich schnell ändernden Geschäftsanforderungen Schritt zu halten.

### ● **Regionale Anforderungen**

L&D-Teams können EGL nutzen, indem sie regionalen Abteilungen die Möglichkeit bieten, ihre eigenen Lernlösungen zu entwickeln und regionalspezifisches Wissen auszutauschen. Anstatt Schulungsanfragen ablehnen zu müssen, können L&D-Teams eine gut unterstützte Lösung anbieten, um diese Anforderungen zu decken und sich gleichzeitig auf globale Initiativen zu konzentrieren.

### ● **Mangel an essentiellen, aktuellem Wissen bei L&D**

Das fehlende Wissen von L&D zur Erstellung spezifischer Lerninhalte stellt keine Hürde mehr dar, da Ihre Mitarbeiter befähigt werden, ihren eigenen Schulungsbedarf zu decken. Anstatt selbst Inhalte zu erstellen, kann L&D SMEs anleiten und ihre Inhalte überprüfen, um die Qualität sicherzustellen. Zu Beginn dieses Prozesses kann L&D als strategischer Berater fungieren, ein Netzwerk von SMEs aktivieren und sie bei der Erstellung der richtigen Inhalte unterstützen.

### ● **Time-to-market**

Indem die Inhaltserstellung in die Hände von Ihren Mitarbeitern, den SMEs, gelegt wird, können Kurse schneller und effektiver erstellt werden. Für L&D ist kein intensiver Austausch mit externen Partnern mehr erforderlich, um Informationen und Wissen zu teilen. Durch die Verringerung dieser Abhängigkeiten können Inhalte viel schneller erstellt und geteilt werden. Dadurch stehen mehr Inhalte und Wissen innerhalb der Organisation zur Verfügung.

### ● **Budgets**

Mit EGL wird alles im eigenen Haus gehalten. Dies ist besonders wichtig, wenn Aktualisierungen und Änderungen an einem Kurs vorgenommen werden müssen. Bei der Zusammenarbeit mit externen Partnern können die Updates zusätzliche Kosten verursachen. Wenn die Inhalte jedoch intern erstellt und gehostet werden, können Updates im Bedarfsfall kostenlos und von Mitarbeitern vorgenommen werden.

### ● **SME-geführte Schulungen**

EGL ermöglicht SMEs, Schulungsinhalte zu erstellen, auf die jeder im Unternehmen jederzeit zugreifen kann. Wenn Schulungen zu einem bestimmten Thema erforderlich sind, können Ihre Mitarbeiter, anstatt viele Stunden ihrer Zeit für eine Einzelsitzung zu investieren, auf die Schulungsinhalte zugreifen, wenn sie sie benötigen und in ihrer eigenen Zeit.

### ● **Mit weniger mehr erreichen**

L&D kann jetzt mehr erreichen. Sobald Ihre Mitarbeiter gut darin geschult sind, ihre eigenen Inhalte zu erstellen, kann L&D eine unterstützende Rolle übernehmen. Dies trägt nicht nur dazu bei, die Arbeitsbelastung effizienter zu verwalten, sondern kann auch einen stärkeren Fokus auf strategische Schulungsprojekte ermöglichen.

## T . . | Fallstudie: T-Mobile

### Wie T-Mobile die Reichweite von Mitarbeiter-generiertem Lernen (EGL) erweitert hat, um die Wirkung von L&D-Teams zu erhöhen

Ein weiterer Kunde von Easygenerator ist T-Mobile, ein globales Telekommunikationsunternehmen. Das Unternehmen ist in 6 Ländern weltweit aktiv und beschäftigt über 44.000 Mitarbeiter. Nachdem die L&D-Abteilung den Lernbedarf bereits intern abdeckte, entschied man sich, die Erstellung von Lerninhalten noch weiter auf SMEs auszudehnen (die langfristige Lösung für das EGL). Dies hat es der L&D-Abteilung ermöglicht, sich auf andere Initiativen zu konzentrieren und eine nachhaltigere Lernumgebung zu schaffen.

#### ☆ Der Hintergrund

Dennis Mooldijk ist Schulungsspezialist bei T-Mobile. Seine Verantwortung liegt in der Erfüllung von Schulungsanforderungen, die von Produktschulungen, Compliance- und Verhaltenskodexschulungen bis hin zu Partnerschulungen (Reseller-Produktschulungen) und Arbeitsanweisungen reichen. In der schnelllebigen und wettbewerbsorientierten Telekommunikationsbranche gibt es ständig wachsende Schulungsanforderungen. Die L&D-Abteilung von T-Mobile sah sich jedoch mit einer deutlichen Reduzierung ihrer Ressourcen konfrontiert. Wie konnte Dennis mit weniger L&D-Mitarbeitern eine steigende Zahl von Schulungsanforderungen erfüllen?

#### 📄 Die Herausforderung

Die Situation von T-Mobile ist im Bereich Lernen und Entwicklung sehr verbreitet, Budgetkürzungen hatten das L&D-Team von 14 Trainern auf 4 reduziert, während die Nachfrage nach Schulungen weiter stieg. Die Nachfrage nach Schulungen nahm zu, da schnell neue Produkte auf den Markt kamen. Personalkürzungen zwangen das L&D-Team, Schulungsanfragen abzulehnen. Dennis erkannte, dass die L&D-Abteilung allein den hohen Bedarf an Schulungsressourcen nie abdecken könnte. Schulungsanfragen könnten unerfüllt bleiben und die Markteinführungszeit für Schulungsressourcen wäre zu lang. Dennis wusste, dass er einen Weg finden musste, die Trainingsleistung zu skalieren und dabei nur 25 % seiner bisherigen Ressourcen zu verwenden.

#### 💡 Die Lösung

Nachdem sie User Generated Content (oder EGL) als die am besten geeignete Lösung identifiziert hatten, stießen Dennis und sein Team auf Easygenerator mit seiner kurzen Lernkurve. Dennis stellte fest, dass selbst Personen ohne E-Learning-Hintergrund ansprechendes und interaktives Schulungsmaterial erstellen können. Infolgedessen konnten Mitarbeiter innerhalb des Unternehmens die Aufgabe der Erstellung von Inhalten übernehmen. Und mit der didaktischen Unterstützung von Easygenerator musste sich Dennis keine Sorgen um die Qualität der Kurse machen. Die Verantwortung für die Erfüllung von Schulungsanforderungen verlagerte sich von der L&D-Abteilung auf die Geschäftsbereiche, sodass Dennis und sein Team Anfragen nicht mehr ablehnen mussten. L&D wurde für die Qualitätssicherung und -beratung verantwortlich und konnte von der Inhaltserstellung abgehen.

**“Was Easygenerator auszeichnete, war seine sehr kurze Lernkurve, auch für Leute, die keinen E-Learning- oder didaktischen Hintergrund haben. Mit Easygenerator ist es für jeden Mitarbeiter sehr einfach, ansprechende und interaktive Schulungsmaterialien zu erstellen.”**

#### 📈 Das Ergebnis

Innerhalb eines Jahres nach dem unternehmensweiten Einsatz von Easygenerator wurden 100 % der Schulungsanforderungen erfüllt. Weil Mitarbeiter Lerninhalte generieren können, werden Schulungen in Easygenerator 12x schneller erstellt. Dennis und sein Team müssen nicht mehr warten, bis ein Schulungsspezialist einen Kurs mit einer komplizierten, spezialisierten E-Learning-Lösung erstellt. Seit T-Mobile Easygenerator eingeführt hat, hat sich die Zahl der geschaffenen Schulungsressourcen verfünffacht.

**“Easygenerator ist so beliebt, weil IT keine Einzellizenzen kaufen und installieren muss. Die Leute melden sich einfach an und können schon loslegen. Es ist so leicht zu skalieren, weil alles online ist. Jetzt kommen die Leute zu mir und sagen: ‚Hey Dennis, ich habe von diesem neuen Tool gehört, mit dem man Trainings erstellen kann. Kann ich es auch benutzen?’”**

### Wie können Sie Ihre Content-Erstellung intern halten und mit Mitarbeiter-generiertem Lernen (EGL) beginnen?

Hier sind einige Empfehlungen für den Einstieg in Mitarbeiter-generiertes Lernen:

#### 1. Fangen Sie klein an und identifizieren Sie die Wissenslücken

Finden Sie heraus, wo in der Organisation unerschlossenes Wissen vorhanden ist. Arbeiten Sie mit denjenigen zusammen, die das Wissen haben, um es zu erfassen und zu teilen.

#### 2. Stellen Sie Anleitungen zur Verfügung

Geben Sie Ihren Mitarbeitern Anleitungen und stellen Sie die richtigen Tools und Plattformen bereit, um die Inhalte zu erstellen, zu teilen und zu pflegen. Easygenerator ist ein solches Tool, mit dem Ihre Mitarbeiter ihre eigenen Inhalte erstellen, teilen und pflegen können.

#### 3. Stärken Sie SMEs und gestalten Sie Lernressourcen mit

Mitarbeiter mit spezifischen Kenntnissen, die SMEs, können zu Erstellern von Inhalten werden. Fördern Sie ein „Co-Development“-Modell, um einen Dialog zwischen Ihren Mitarbeitern und L&D-Teams zu fördern.

#### 4. Nutzen Sie Feedback und Analysen

Ermutigen Sie Feedback von Ihren Mitarbeitern, um die Inhalte kontinuierlich zu verbessern. Dieses Feedback kann eine Goldgrube sein, um die besten Inhalte bereitzustellen und zukünftige Ressourcen zu verbessern.

# Fazit

Nun bleibt die eigentliche Frage: **Wie viel Geld kann die interne Content-Erstellung wirklich einsparen?**

Die einfache Antwort lautet: Zeit und Wissen sind die neue Währung für jede Organisation. Die Aufsummierung der E-Learning-Kosten funktioniert daher nicht. Es ist wichtig, den langfristigen Wert zu berücksichtigen. Durch die Nutzung interner Mitarbeiter, die Beschleunigung der Prozesse und die Möglichkeit, dass sich L&D-Teams auf andere Initiativen konzentrieren können, ist die Gesamtwirkung größer und die Kosten sind geringer.

Lassen Sie uns anhand der am Anfang des E-Books erwähnten Wert-Linse die wichtigsten Vorteile des internen Wegs gegenüber dem Outsourcing untersuchen.

Wertschöpfung	Kosteneinsparungen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pünktliche Lieferung, da die Inhalte mit der Geschwindigkeit des Geschäftsbetriebes erstellt werden</li> <li>• Keine Verzögerung bei der Aktualisierung des Inhalts bei geringfügigen Änderungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es wird keine Zeit mit der Validierung von Inhalten und der Erstellung mehrerer Iterationen mit externen Partnern verschwendet</li> <li>• Inhalte werden im Handumdrehen aktualisiert, ohne Zwischenstufen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lerninhalte sind auf die Unternehmensziele ausgerichtet, da interne Experten die Bedürfnisse und Erkenntnisse besser kennen als externe Partner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es wird keine Zeit damit verschwendet, die Unternehmensziele zu formulieren, um sich mit externen Partnern abzustimmen</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beschleunigte Inhaltserstellung mit einfachen Tools ermöglicht eine schnellere Schulungserstellung</li> <li>• Einfachere und effektivere Inhalte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es wird keine Zeit damit verschwendet, komplizierte Tools zu lernen</li> </ul>

Betrachtet man die obige Grafik, kann der Mehrwert durch die interne Erstellung von Inhalten wiederum helfen, Kosten zu sparen. Auch wenn es nicht sofort in der Gewinn- und Verlustrechnung aufscheint, hat es doch eine langfristige Auswirkung auf die Kosteneinsparungen. Wie bereits erwähnt, ist Mitarbeiter-generiertes Lernen (EGL) eine hervorragende Möglichkeit, die Erstellung von Inhalten intern zu ermöglichen. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass dies möglicherweise nicht immer die beste Lösung für jeden Schulungsbedarf ist. Beispielsweise werden Sicherheits- und Compliance-Schulungen in der Regel als hochsensible Aufgaben angesehen und dürfen nicht an Ihre Mitarbeiter zur Erstellung weitergegeben werden. Befolgen Sie die Leitprinzipien in Ihrer Organisation, aber scheuen Sie sich auch nicht, diese in Frage zu stellen.

Fangen Sie klein an und beweisen Sie die Wertschöpfung. EGL und die interne Inhaltserstellung können Ihre L&D-Teams vervielfachen, begrenzte Budgets maximieren und helfen, immer mehr Lernanforderungen zu erfüllen. L&D kann Ihre Mitarbeiter in den Mittelpunkt des Lernökosystems stellen und ihnen ermöglichen, ihren Schulungsbedarf selbst zu steuern und abzudecken. Diese Vorteile allein können die geschätzten Kosten aufwiegen, aber L&D ist gefordert, eine offene Haltung zu bewahren und die sich verändernde Welt der Lernökosysteme innerhalb von Unternehmen anzunehmen.