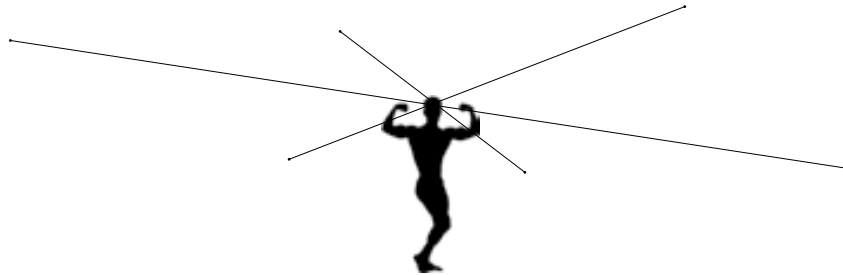


WIM VEEN



Der „Homo Zappiens“ lernt nur mit Leidenschaft

Homo Zappiens learns only with passion

Veränderungen im Lernverhalten in Unternehmen durch das digitale Zeitalter

The digital age is changing the way we learn in business

Professor Wim Veen von der Technischen Universität Delft beleuchtete in seiner Keynote die Frage, wie das Lernverhalten im Unternehmen durch eine Generation verändert wird, die im digitalen Zeitalter aufwächst.

Provokativ, pointiert, humorvoll und zukunftsweisend. Die scharfsinnigen Antworten Professor Wim Veens von der University of Technology im niederländischen Delft auf die Frage „Wie wird das Lernen am Arbeitsplatz durch die nachrückende Generation verändert?“ fesselten die rund 220 Zuhörer. Sein Eröffnungsvortrag zum TTS Knowledge Transfer Forum 2012 initiierte eine leidenschaftliche Plenums-Diskussion im Anschluss.

Was „Digital Natives“ antreibt

Die Net-Generation der heute 13- bis 24-Jährigen starte unter ganz anderen Bedingungen ins Leben. Das erste Fenster eines „Digital Natives“ mit Blick auf die Welt sei das Computerfenster, nicht das Küchenfenster. Schon ein 16 Monate altes Kleinkind erkenne auf dem iPhone die Symbole für Fotos oder Videos. „Ganz schnell lernen Kinder, dass sie Informationsflüsse beherrschen und beeinflussen können.“ Spielen sehe heute ganz anders aus. Staunen erntete der Bericht des Professors, vorgetragen mit charmantem niederländischen Akzent, über einen Versuch aus den 1990er-Jahren: 15 Studenten gingen in seiner heimischen Garage an damals noch überdimensionalen Rechnern ins Netz – 36 Stunden nonstop, ohne Schlaf, kaum Essen. Was sie fes-

The generation that has grown up in the digital age is changing learning behavior in business. In his keynote, Professor Wim Veen from the Technical University of Delft shed some light on how this has happened.

Provocative, trenchant, humorous and futuristic. Around 220 listeners were held spellbound by the sharp-witted answers that Professor Wim Veens gave to the question, “How will the upcoming generation change learning in the workplace?” His opening lecture at the TTS Knowledge Transfer Forum 2012 initiated a passionate plenary discussion.

What motivates “Digital Natives”?

The Net-Generation – today’s 13 to 24 year olds – is making its start in life under entirely different circumstances. The “Digital Native’s” first view of the world is through Windows, not windows. Even a 16-month child can recognize the symbols for photos or videos on an iPhone. “Children learn very quickly that they can master and influence streams of information.” Play looks quite different these days. The Professor provoked astonishment with his report, delivered in a charming Dutch accent, of an experiment in the 1990s: 15 students went online via the oversized computers still typical at that time for 36 hours nonstop, without sleep and with hardly anything else to eat. What kept them going was the computer game, “World of Warcraft”. The participation of more than 100 12 to 16 year-olds, who have collectively built



„Jede Art von Kommunikation bedeutet Lernen!“
“Every type of communication means learning!”

WIM VEEN

selte, war das Computerspiel „World of Warcraft“. Ebenso leidenschaftlich: der Umgang mit dem aktuellen Online-Spiel „Eve“, bei dem mehr als 100 12- bis 16-Jährige sechs Monate lang ein Raumschiff „zusammenbauen“. Jeder mit einer eigenen Internet-Identität, einer speziellen Aufgabe. Was treibt diese Generation an? Die Motivation beruht laut Veen auf drei Gründen:

1. Ich bestimme meine eigene Strategie
2. In dieser Welt treffe ich Entscheidungen, ich (er)schaffe etwas
3. Spielen macht Spaß



Kommunikation bedeutet Lernen

Zu viele Reisen durch das World Wide Web isolieren Kinder und sorgen für Konzentrationsprobleme? Können die Schüler deswegen kaum dem normalen Unterricht folgen? Sind die Trips im Netz unnötige Zeitverschwendung und halten vom Wesentlichen, also vom Lernen, ab? Diese Eltern-Sorgen wischte der Professor vom Tisch: „Keineswegs!“. Denn jeder Mausklick, jeder Kontakt via Netz sei Lernen, bedeute Kommunikation mit aller Welt. „Es gibt kein Lernen ohne Kommunikation!“ Selbst Sechsjährige seien in der Lage, mit Gleichaltrigen in Japan Kontakt aufzunehmen. Oft liefen sieben bis zehn Konversationen gleichzeitig. Hausaufgaben machen, chatten, Musik hören, telefonieren, alles laufe parallel. „Das ist Multitasking in jeder Hinsicht!“ Isolation? „Die sind doch mit 1.000 Freunden gleichzeitig zusammen!“ Das Lernen aus Büchern sei dagegen veraltet. Beispiel gefällig? „Bevor Sie auf Seite 3 der Bedienungsanleitung sind, hat Ihr Kind Ihr Handy schon konfiguriert!“ Die Net-Generation verfüge über Fähigkeiten, die im normalen Schulunterricht, respektive in Unternehmen zu wenig abgerufen und schon gar nicht eingesetzt würden.

Zappen mit Strategie

Interessant auch eine andere Studie der Universität Delft: „Ich habe monatelang mit Kindern ferngesehen. Das macht Spaß!“ Dabei untersuchte Veen deren Zapp-Verhalten. Er ließ sie zwischen den Programmen switchen und erkannte bald nicht etwa Willkür, sondern eine komplexe Strategie. „Kinder gehen Themen nonlinear an und können dreimal so viele Informationen verarbeiten wie Erwachsene“, so Veen. Sie seien in der Lage, zerstückelte Informationen zur Bedeutung zusammenzufügen. Die Soap etwa wurde nur an ganz bestimmten Stellen angesehen. Der Text war dabei uninteressant. „Wenn die Schauspieler anfangen zu sprechen, zappen die weg!“ Das wirklich Wichtige, so vermittelten ihm die Kinder, werde sowieso am Ende in Bildern zusammengefasst. Das sehe man später in Aktionen. „Schalten

Sie am Fernsehen den Ton aus, und Sie verstehen, was Kinder wirklich sehen“, forderte Veen die Zuhörer auf.

Die neue Ethik des Lernens

So entwickle der „Homo Zappiens“ eine neue Ethik: Gelernt wird aus Leidenschaft, nicht aus einer Verpflichtung heraus und in einer ganz persönlichen Lernumgebung. Aber wie lässt sich selbst organisiertes, informelles „Lernen“, will man es denn so nennen, bewerten und zertifizieren? Aus Veens Sicht ganz einfach: mit virtuellen Reputationen. Diese hängen nach der These des Professors von den Aktivitäten eines Internetnutzers ab. Reputation bedeute Vertrauen. Ein Mitarbeiter eines Unternehmens habe beispielsweise seinen Kollegen in aller Welt via Internet 3.404 Fragen beantwortet. Darauf habe er 304 Feedbacks, also Reputationen, erhalten. Wissensmanagement mal anders! „Dieser Mitarbeiter ist unkündbar!“



Kernkompetenzen besser nutzen!

Bislang werde Lernen im Betrieb zu sehr als Kostenfaktor angesehen. Dabei sei es das Wichtigste überhaupt: „Die Expertise ist im Kopf!“ Und die moderne Technik ermögliche es, die Beschränkung von Information und Kommunikation aufzuheben. Kommunikation werde durch moderne Medien ganz bequem jederzeit und überall möglich. Grenzen setze höchstens noch die biologische Beschränkung, erklärte Veen schmunzelnd. Die Wissensvermittlung, egal ob in der Schule oder im Unternehmen, müsse also ganz neu durchdacht werden. „Es gibt tatsächlich noch Firmen, die ihren Mitarbeitern den Internetzugang verwehren.“

Professor Dr. Wim Veen, Jahrgang 1949, leitete bis 2011 den Lehrstuhl für Bildung und Technologie der Technischen Universität Delft. Heute berät der niederländische Erziehungswissenschaftler Unternehmen und Regierungen beim Aufbau und der Strukturierung von Wissen in Organisationen. In seinen aktuellen Forschungsarbeiten fokussiert er sich auf Technik und Methoden für das Lernen mit Neuen Medien sowie deren Auswirkungen auf das künftige Lern- und Arbeitsverhalten. Seit 2010 ist er Mitglied der European Learning Industry Group (ELIG), die sich zum Ziel gesetzt hat, zukunftsweisende Lerninhalte und -methoden in der Wirtschaft voranzubringen.

a spaceship in the current online game “Eve”, has been equally passionate. Each with a unique internet identity and a particular task. What motivates this generation? According to Veen, there are three factors at play:

1. I determine my own strategy
2. In this environment, I make decisions, I create something
3. Games and playmaking are fun

Communication means learning

Do all those trips through the World Wide Web isolate children and cause concentration deficits? Does this all mean that school-children can barely follow a traditional lesson? Is all this time spent online a useless waste of time, keeping them away from reality and therefore from learning? The Professor wiped away these typical parent worries: “No way!” Because every mouse-click, every contact via the internet is learning: it means communication with the world at large. “There is no learning without communication!” Even six-year-olds are able to make contact with children the same age in Japan. They often conduct seven to ten conversations in parallel. Doing homework, chatting, listening to music, speaking on the phone, all at the same time. “This is multitasking in anyone’s book!” Isolation? “They are communicating together with a thousand friends!” Learning from books is, by contrast, antiquated. Need an example? “Before you have found page 3 of the instructions manual, your child has already configured your mobile phone!” The Net Generation has capabilities that are called upon all too rarely in traditional lessons, or for that matter in business, even if they are employed at all.

Strategic zapping

Another study by the University of Delft is interesting: “I have watched television with children for months on end. It’s fun!” Veen studied their way of zapping channels. He let them switch from one program to another. What he observed was not arbitrary behavior, but rather a complex strategy. “Children approach subjects in a nonlinear way and can, in this way, digest three times as much information as adults,” according to Veen. They are in a position to assimilate fragments of information. They paid attention to TV soaps only at specific points in the drama. The script is uninteresting. “When the actors start to speak, they zap them away!” The really important parts, so the children tell him, are in any case summarized at the end. You can see that later, in actions. “Switch the sound off, and you understand what children really see,” Veen challenged his audience.

The new ethics of learning

“Homo Zappiens” has thereby developed a new ethic: you learn from passionate interest, not from duty, and in a quite personal learning environment. But, how can you validate and certify such self-organized and informal “learning” (if you want to call it that)? From Veen’s point of view, it is quite easy: via virtual reputations. According to the Professor’s thesis, this depends on the activities of an internet user. Reputation means trust. For example, supposing a company employee has answered 3404 questions from his colleagues around the world, via the internet. He has received 304 feedbacks for these questions, i.e. credits to his reputation. A quite different approach to knowledge management! “This employee is irreplaceable!”

Use core competences better!

Until now, learning in business has all too often been regarded as a cost factor. At the same time, it is the most important thing of all. “Our expertise is all ‘upstairs’ – in the head.” Now, modern technology makes it possible to nullify the limitations of information and communication. With modern media, communication is possible, and easy, anytime, anywhere. The only limits are biological, Veen declared with a chuckle. As a result, knowledge transfer, whether at school or in a company, must be rethought. “Incredibly, there are still companies that don’t allow employees to access the internet.”

Born in 1949, Professor Dr. Wim Veen has held the Chair in Education and Technology at the Technical University of Delft since 2011. Today the Dutch educational scientist is advising companies and governments on the setup and structuring of knowledge in organizations. In his current research activities, he focuses on technology and methods for learning with new media as well as their impact on future learning and work behavior. Since 2010 he has been a member of the European Learning Industry Group (ELIG), which has set itself the objective of promoting forward-looking learning content and methods.

