VerVieVas Storyclub: „Lernmodelle – oder doch Lernymthen?“

Im Story Club diskutierten die Teilnehmenden mit Johannes Cruyff zentrale Lernmodelle im Corporate Learning und ordneten deren wissenschaftliche Basis sowie den praktischen Nutzen ein.

- **70/20/10 (Lernen on the job / sozial / formal):**
  Johannes Cruyff erläuterte, dass das Modell historisch auf einer Befragung von 200 erfolgreichen Managern zu „drei wichtigsten Lernevents“ basiert und damit häufig überinterpretiert wird (insbesondere die Prozentwerte). Praktisch sei der Kern dennoch nützlich:
  - „70“ steht für Lernen durch herausfordernde Aufgaben (z.B. Jobrotation, projektgetriebenes Arbeiten) mit hoher Wirkung, aber auch hohen Kosten sowie geringer Steuerbarkeit.
  - „20“ (Lernen durch Vorgesetzte/Kollegen) ist wirksam, aber ressourcenintensiv und nicht für alle Inhalte sinnvoll (Zeit der Experten/Führungskräfte).
  - „10“ (formales Lernen) bleibt wichtig, u.a. weil es steuerbar und oft effizient ist; es zu reduzieren wäre eine riskante Fehlinterpretation.

  Kernaussage: Die drei Bereiche sind keine Konkurrenz, sondern sollten je nach Zielgruppe, Karrierestufe, Kontext und Lernziel kombiniert werden.

- **Vergessenskurve (Ebbinghaus):**
  Die Vergessenskurve wurde als valider Beitrag zur Gedächtnisforschung eingeordnet, aber für Corporate Learning zu pauschal verwendet. Ebbinghaus untersuchte sinnlose Silben (geringe Relevanz/kein Kontext), weshalb die direkte Übertragung auf betriebliche Lerninhalte problematisch ist.
  Praktischer Nutzen: Wiederholung/Refresher sind sinnvoll für Inhalte, die automatisiert sitzen müssen (z.B. Regeln, Sicherheit, Grundlagen). Für Anwendungskompetenz reichen Wiederholungen allein nicht aus; dafür braucht es u.a. Kontext, Simulationen, Übung und Storytelling, um Relevanz und Transfer zu erhöhen.

- **Aufmerksamkeitsspanne, „Goldfisch“-These, Video-Trends & Microlearning:**
  Die verbreitete Behauptung einer Aufmerksamkeitsspanne von 8 Sekunden wurde als Fake (bzw. nicht belastbar) eingeordnet und als Beispiel genannt, wie schnell sich vermeintliche Studien in Learning-Trends übersetzen. Gleichzeitig wurde differenziert zwischen:
  - **Attention Span (Fähigkeit, sich lange zu konzentrieren) vs. Attraction Span (Bereitschaft, sich auf Inhalte einzulassen).**
    Menschen können sich lange konzentrieren, wenn Inhalte relevant sind; die Herausforderung sei, in einer überfüllten Informationsumgebung schnell Relevanz zu schaffen.
  - **Video-Learning („Netflix des Learnings“)**
    funktioniert für Reichweite/Teilnahme oft gut, birgt aber das Risiko von passivem Konsum („Berieselung“) ohne nachhaltigen Lernerfolg. Video wird als sinnvoll bewertet, wenn es mit aktivierenden Elementen kombiniert wird und z.B. durch Storytelling mehr Kontext und Transfer erzeugt.
  - **Microlearning**
    wurde als nützlich für Awareness oder als Baustein innerhalb einer Lernstrecke beschrieben, aber ungeeignet als alleiniger Ersatz für tiefes Lernen komplexer Inhalte. Lernen müsse eine gewisse kognitive Anstrengung auslösen; reine Niederschwelligkeit steigert eher Nutzung als Wirksamkeit.

Abschließend wurde als Leitprinzip festgehalten:

Statt Lernorganisationen an einzelnen Modellen oder Buzzwords auszurichten, braucht es ein intelligentes Lernmethoden-Portfolio, das je nach Ziel (Performance), Zielgruppe, Inhalt und Kontext die passenden Formate kombiniert (z.B. Präsenz, E-Learning, Coaching/Mentoring, Praxisaufgaben, Simulationen, Video, Micro-Elemente). Relevanz, Individualisierung, Adaptivität und didaktisch sinnvolle Aktivierung wurden als zentrale Hebel hervorgehoben.