

Fischer, Knoblauch & Co.

E-LEARNING ALS INSTRUMENT FÜR MOTIVATION UND ENGAGEMENT

Guy Fischer und Sara Dejanovic

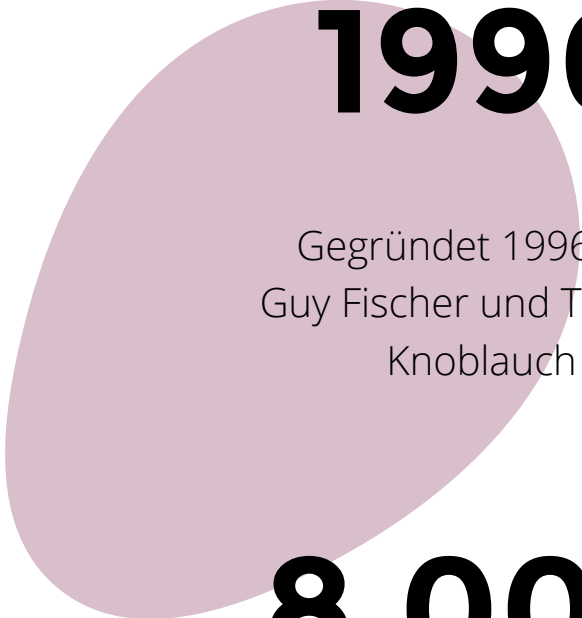
20.03.2025

FIRMENVORSTELLUNG

Fischer, Knoblauch & Co.

Firmenvorstellung

ÜBER BLICK



1996

Gegründet 1996 von
Guy Fischer und Thomas
Knoblauch

100

2024 ein Team von 100
fest angestellten
Mitarbeiter*innen

8.000

Über 10 Millionen
Lernende in mehr als
8.000 Projekten

7

7 Standorte – München,
Frankfurt, Berlin, Basel,
Dubai, Sarajevo und
Bratislava

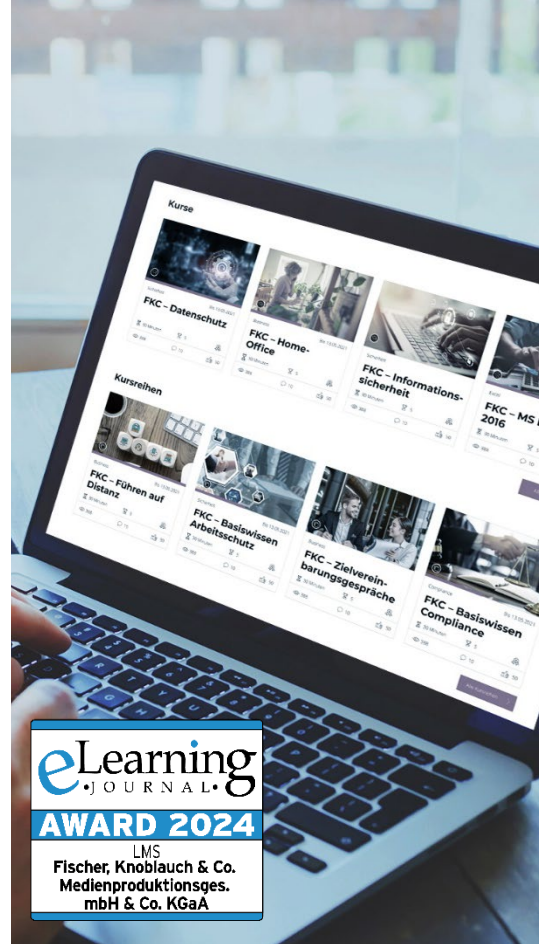
UNSER PORTFOLIO

Beratung

**Learning Management
System**

Individual Content

Standard Content



MARKT FÜHREND

FKC ist in der deutschen E-Learning Landschaft seit vielen Jahren einer der entscheidenden Player und im Bereich der E-Learning Produktion jetzt wiederholt die Nr. 1.

Im Kundenvotum zur E-Learning Dienstleister-Zufriedenheit bei CHECK.point eLearning belegen wir Platz 1 bei 6 von 8 Kriterien, bei Mobile Learning sogar 8 von 8.

REFERENZEN

PORSCHE

SIEMENS
Ingenuity for life



 **ROHDE & SCHWARZ**

 **UniCredit**



accenture


THE LINDE GROUP

 **BASF**
The Chemical Company



Miele

PHILIPS


CISCO™

 **BOSCH**

 **EVONIK**
INDUSTRIES

BERTELSMANN



WACKER



AIRBUS
GROUP



 **ThyssenKrupp**



Tupperware®

REFERENZEN MITTELSTAND



Fischer, Knoblauch & Co.

PRÄAMBEL

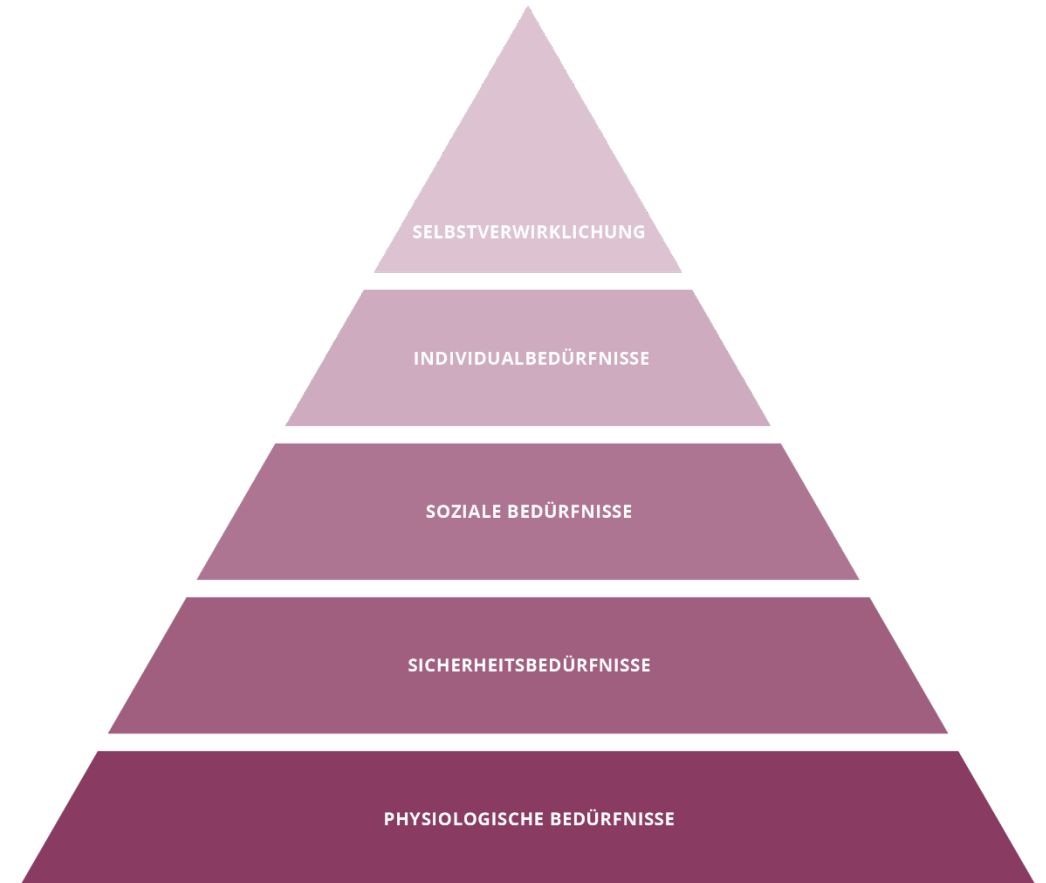
Präambel

Als Instrument...

Schauen wir **in die Forschung und die Fachbücher**,
lesen wir von verschiedenen Menschen und
unterschiedlichen **Treibern für Begeisterung**,
Motivation und Engagement:

Maslowsche Pyramide (Grafik), intrinsisch, extrinsisch,
verschiedene Typen, etc.

Sehen wir uns das Ganze etwas weniger esoterisch an,
dann kommen wir zuerst **zu den biologischen**
Motivationstheorien.



Präambel

Biologie: Instinkt

Zu den biologischen Motivationstheorien zählen **die Instinkttheorie**, die **Erregungstheorie** und die **Triebreduktionstheorie**.

„Motivation ist der zugrunde liegende Antrieb, der ein Verhalten auslöst und als **intrinsisch** (aus dem eigenen Körper stammend) oder **extrinsisch** (aus externen Belohnungen oder Bestrafungen stammend) kategorisiert werden kann.“

Die **Instinkttheorie der Motivation** geht davon aus, dass Menschen viele Verhaltensweisen einfach **nur aus Überlebensgründen** ausführen, insbesondere angeborene Verhaltensweisen, die nicht erlernt werden müssen.

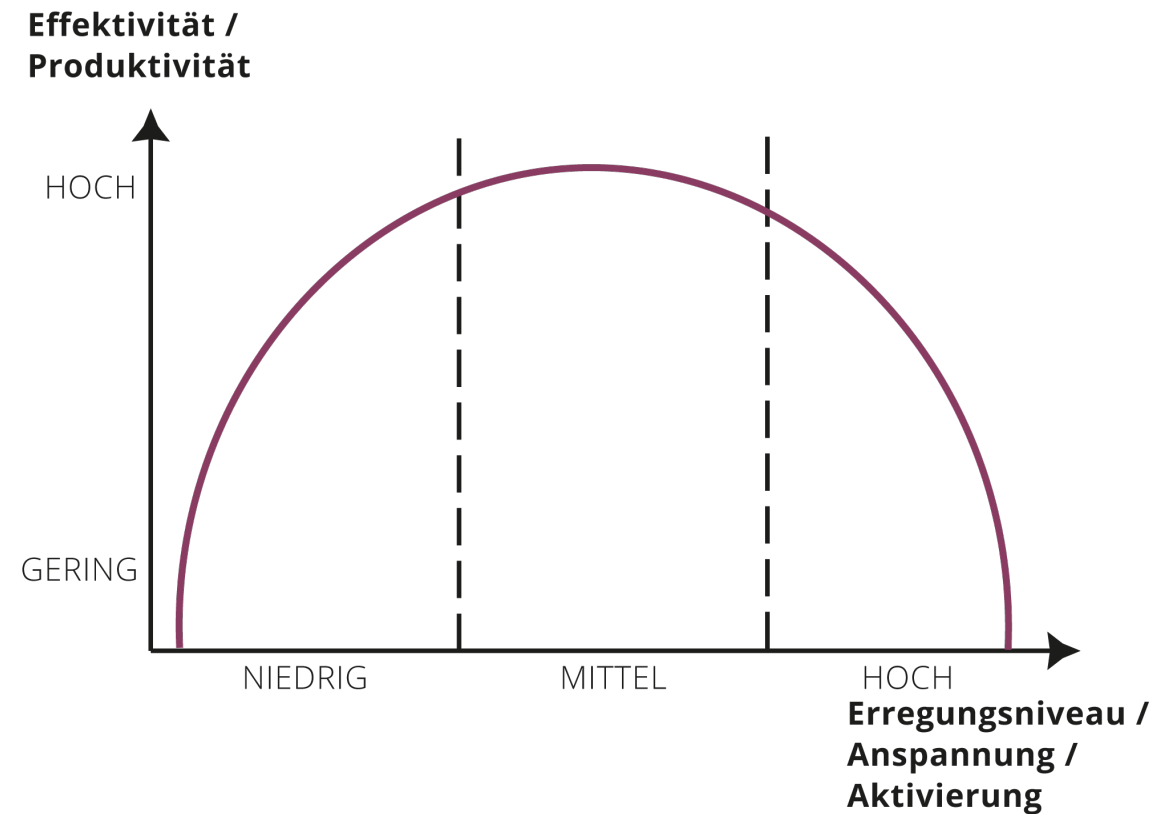


Präambel

Biologie: Erregung

Die **Erregungstheorie** geht davon aus, dass das Verhalten von Menschen durch das Bedürfnis motiviert ist, ein **optimales Erregungsniveau oder psychologisches Engagement** aufrechtzuerhalten.

Das **Yerkes-Dodson-Gesetz (Grafik)** ist eine Erweiterung der Erregungstheorie und besagt, dass Menschen Aufgaben auf einem mittleren Erregungsniveau am besten bewältigen.

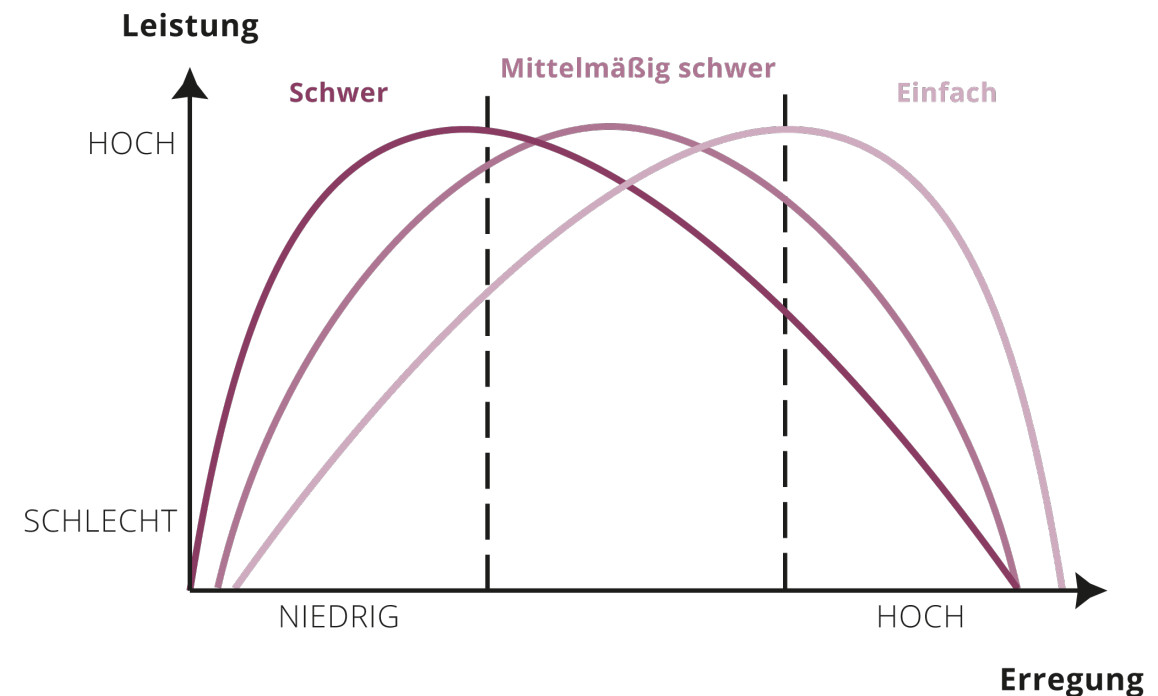


Präambel

Biologie: Triebreduktion

Schließlich geht die **Triebreduktionstheorie** (**Grafik**) davon aus, dass Menschen durch den Wunsch motiviert sind, das durch Triebe verursachte **innere Unbehagen zu verringern**.

Dabei handelt es sich um innere Unbehagenszustände, die auftreten, wenn die Homöostase oder das physiologische Gleichgewicht gestört ist. Diese Theorie unterscheidet zwischen **primären Trieben** (die Menschen motivieren, eine biologische Homöostase zu erreichen) und **sekundären Trieben** (die Menschen auf der Grundlage erlernter psychologischer oder sozialer Bedürfnisse motivieren).

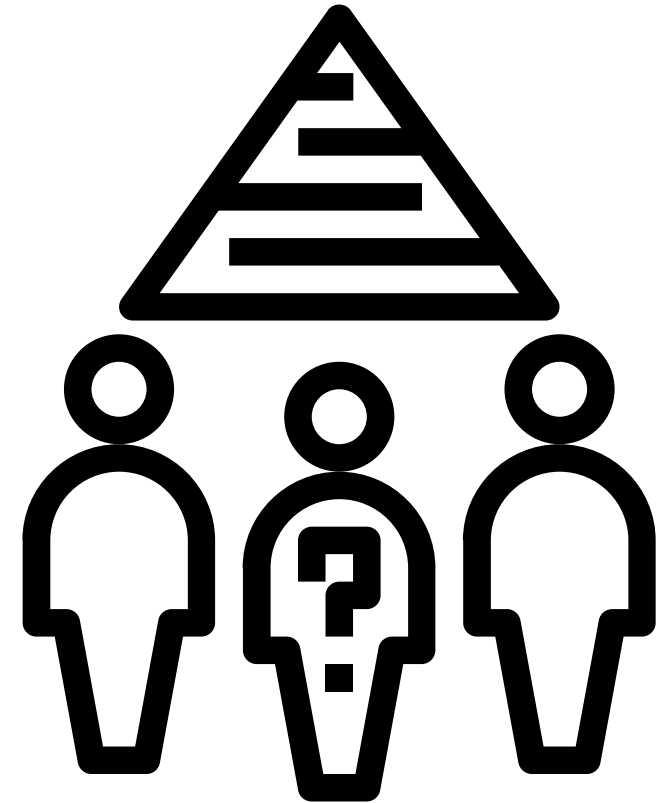


Präambel

Bedürfnis- theorie

Die biologischen Theorien helfen beim Verständnis,
sind aber wenig anwendbar.

McClelland's Theorie ist praktikabler.



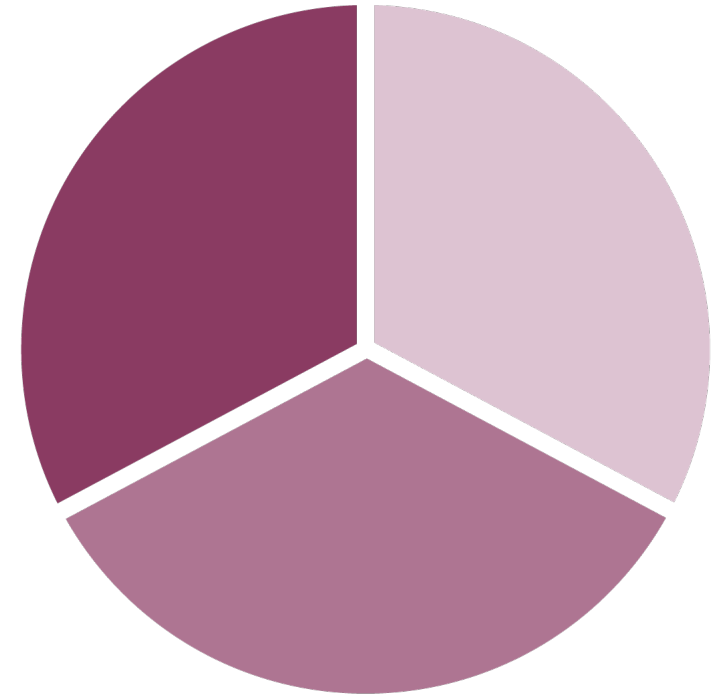
Präambel

Bedürfnis- theorie

McClelland's Theorie der menschlichen Motivation besagt, dass jeder Mensch einen von drei Hauptantriebsfaktoren hat:

- **das Bedürfnis nach Leistung,**
- **das Bedürfnis nach Zugehörigkeit, oder**
- **das Bedürfnis nach Macht.**

Diese Motivationsfaktoren sind nicht angeboren; wir entwickeln sie durch unsere Kultur und Lebenserfahrungen.



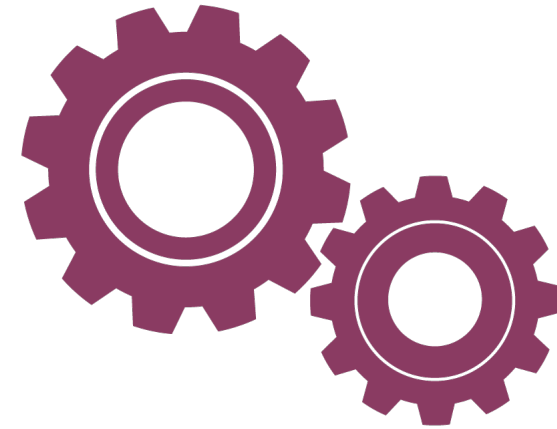
Präambel

Praktisch gedacht

Von dieser Theorie aus gelangt man gut zu praktischen Ansätzen:

Die **10 Faktoren**, die die Mitarbeitermotivation beeinflussen, sind:

- Führung,
- Unternehmenskultur,
- Aufstiegsmöglichkeiten,
- Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung,
- Anerkennung,
- Arbeitsumfeld,
- Flexibilität,
- Zugehörigkeit,
- Work-Life-Balance, und,
- **am wichtigsten: sinnvolle Arbeit.**



THEORY INTO PRACTICE

Fischer, Knoblauch & Co.

IN DER PRAXIS

In der Praxis

Umfragen

Ich habe unsere **Mitarbeitenden befragt, was Sie motiviert** und die Motivation zu antworten war jedoch eher mäßig.

Kurz zusammengefasst:

- Gestaltungsmöglichkeiten,
- erfolgreiche Projekte,
- nettes Team,
- gute Zusammenarbeit,
- abwechslungsreiche Arbeit, und
- Geld.



In der Praxis

Was bedeutet das konkret?

Wir können nur selten direkt oder unmittelbar auf die Motivation der Mitarbeitenden einwirken, sondern eher **indirekt** und **mittelbar**.

Es kann dazu dienen, dass einem die Arbeit besser von der Hand geht, man erfolgreicher ist und bestimmte Lernprogramme können auch dazu dienen, die Teamarbeit zu verbessern.

Ebenso ist es möglich, Wissen über Sinn und Zweck der eigenen Arbeit zu vermitteln und so das Engagement zu fördern.



In der Praxis

Und für E-Learning-Formate?

Wenn E-Learning dazu beitragen soll, dann muss es zumindest selbst **motivierend und engagierend** sein.

Schauen wir hier mal tiefer rein.

Auch dazu habe ich unsere Leute befragt.



In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? - 1

Was würde Euch dazu **motivieren**, ein E-Learning zu bearbeiten?

- Macht Spaß / Ist interaktiv (z. B. **Escape Room**)
- Wenn ich dadurch Fähigkeiten erlernen kann, die mir im Arbeitsalltag nützlich sind

Was in einem E-Learning würde Eure **Motivation beeinträchtigen?**

- Schlechte Grafik
- Zu viel Text / Zu wenig Interaktion
- Z. B. normales Erste-Hilfe-Training vs. Life saver (<https://life-saver.org.uk/>)

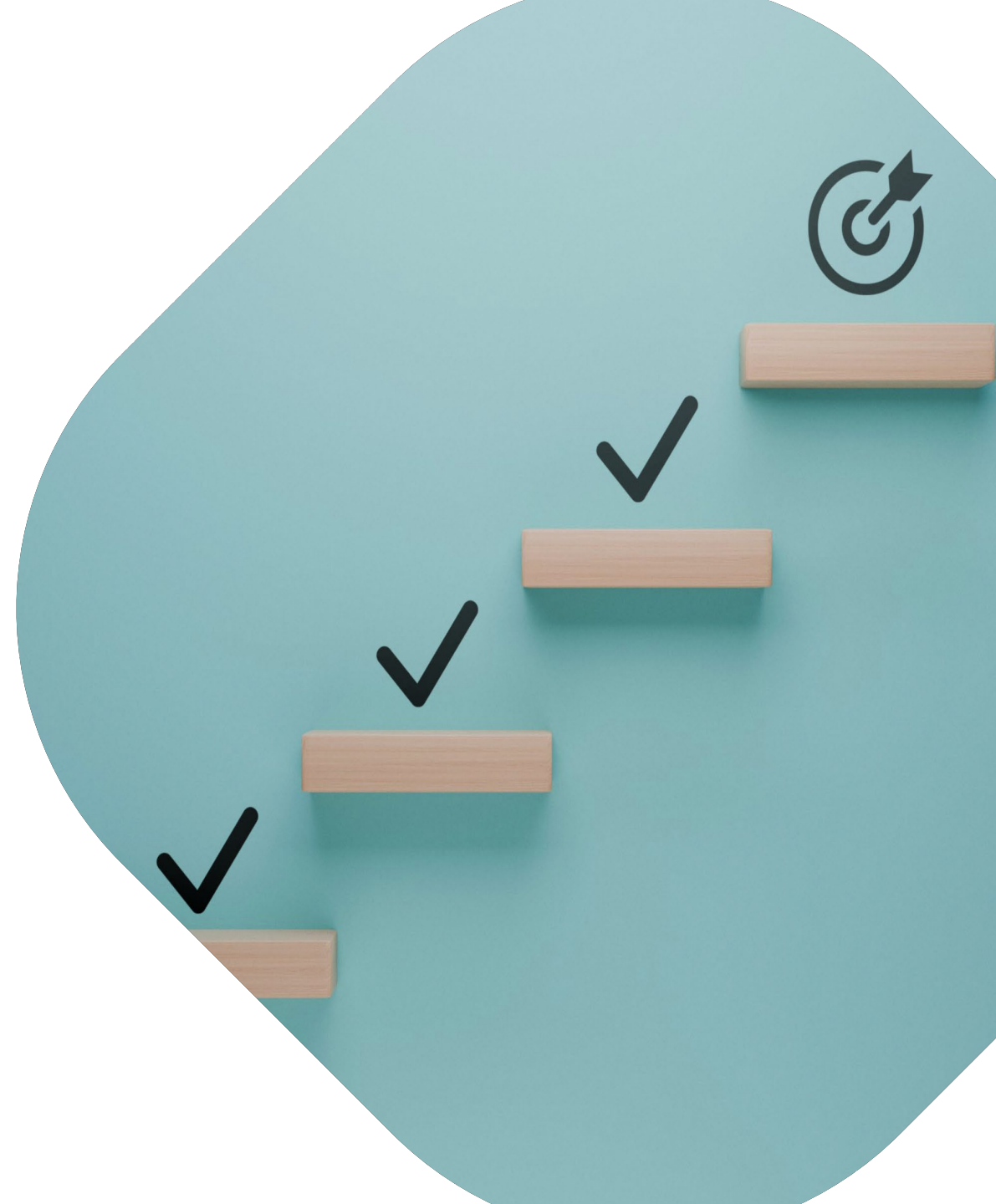


In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? – 2.1

Was würde Euch dazu **motivieren**, ein E-Learning zu bearbeiten?

- Wenn das Lernen, Wiederholen, Testen effizient geschieht und es wirklich einen Mehrwert durch den Einsatz digitaler Möglichkeiten gibt
- Eine klare Struktur mit einem **klaren Ziel und Ende**
- Sinnvolle Wiederholung zur Verfestigung
- Wenn das E-Learning mich da abholt, wo ich wissensmäßig bin und weder zu leicht, noch zu schwer ist



In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? – 2.2

Was in einem E-Learning würde Eure **Motivation beeinträchtigen?**

- Unsinnige Gimmicks wie Popup Infofenster-Aufklapp-Fluten
- Ich will nicht auf irgendwas warten, um zu lernen: Langatmige Animation oder optische Effekte oder sonstige **Umständlichkeit**
- Ich weiß auch nicht, ob ich jemals ein Unity 3D-Spiel machen möchte, um irgendwas zu lernen (hängt aber auch vom Thema ab).



In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? - 3

Was würde Euch dazu **motivieren**, ein E-Learning zu bearbeiten?

- **Gamification** und Personalisierung – also die Integration von spielerischen Elementen sowie die Einbindung meines Hobbys, wie z. B. dem Motorradfahren oder allgemein dem Motorsport

Was in einem E-Learning würde Eure **Motivation beeinträchtigen**?

- Wenn alles gleich aufgebaut ist
- Zu lange E-Learnings (Mehr als eine Stunde), dann lieber mehrere kleinere



In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? - 4

Was würde Euch dazu **motivieren**, ein E-Learning zu bearbeiten?

- Meine größte Motivation ist, wenn ich etwas selber lernen / wissen will oder mich verbessern möchte, viel aus **Eigeninitiative** heraus (Schwierig bei Themen wie Datenschutz 😊)
- Individualität, wenn etwas mehr auf mich zugeschnitten ist

Was in einem E-Learning würde Eure **Motivation beeinträchtigen**?

- Lange Intros, schlechtes Design, „Ein Training für alle“



In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? - 5.1

Was würde Euch dazu **motivieren**, ein E-Learning zu bearbeiten?

- Das Thema selbst & eine gute Struktur
- Wenn ein Stoff mit **Storytelling** umgesetzt ist (das kommt natürlich auf die Thematik an)
- Professionelle Sprecher
- Gute Fragen zum Thema am Anfang des E-Learnings, die während des E-Learnings beantwortet werden
- (Technik / Layout) gute Lesbarkeit bei Textlastigen E-Learnings / ansprechende Gestaltung
- Abwechslungsreiche Medienpräsentation (guter Mix aus Video/Audio, Grafiken und Text) - sonst neigt man dazu, dabei einzuschlafen

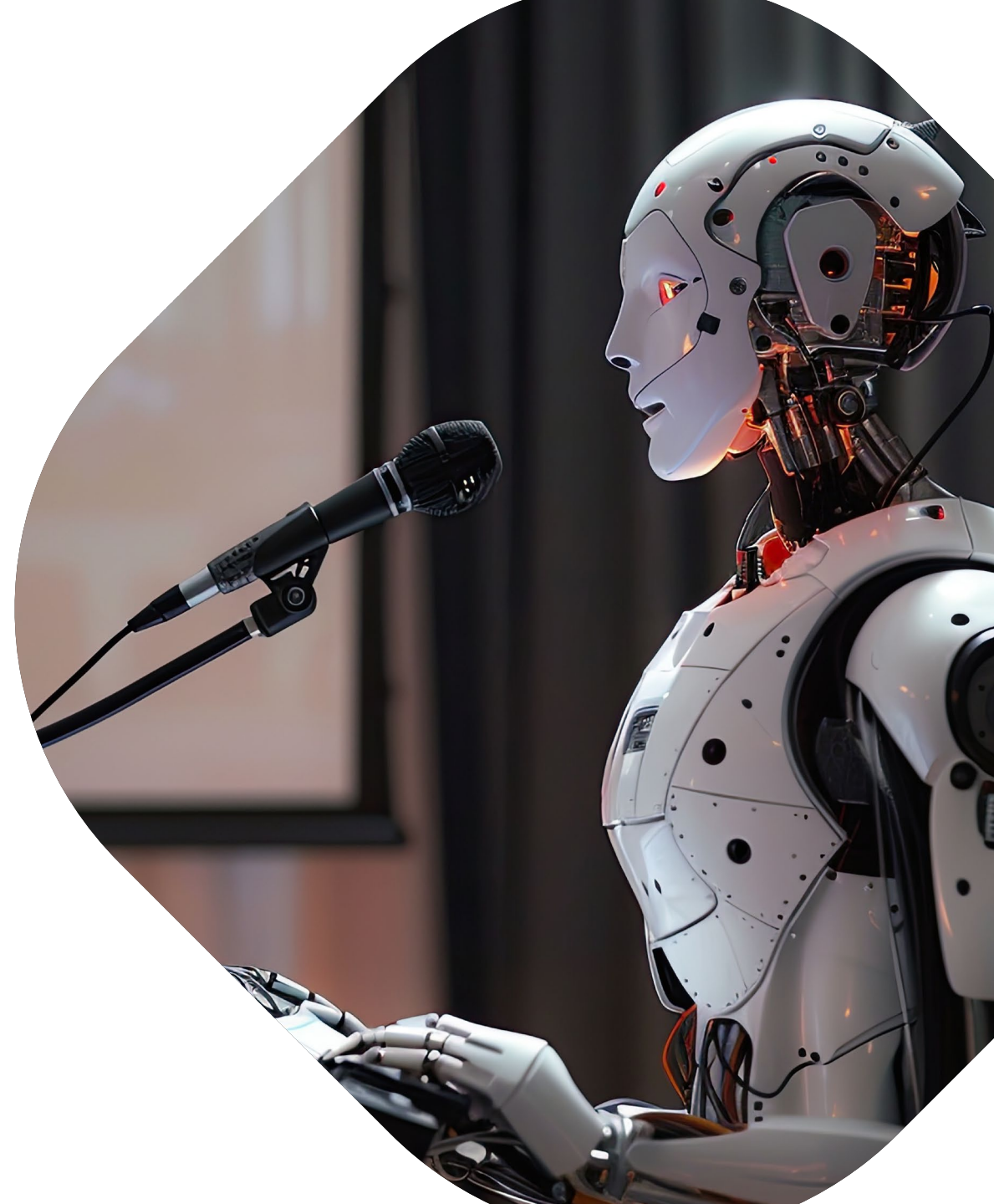


In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? - 5.2

Was in einem E-Learning würde Eure **Motivation beeinträchtigen?**

- (Technik) klar, es sollte alles funktionieren
- (Inhalt) unvollständige Themenabhandlung, mit der Aussage "Hier näher drauf einzugehen, würde den Rahmen sprengen"... also damit auch zu viele Verweise/Links auf weitere Inhalte
- (Inhalt) langweilige Themen
- (Sprecher) zu langsame, aber auch zu schnelle Sprecher (das sollte individuell anpassbar sein)
- (Sprecher) **KI-Stimmen**



In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? – 6.1

Was würde Euch dazu **motivieren**, ein E-Learning zu bearbeiten?

- Die örtliche und zeitliche Flexibilität, der schnelle Zugriff darauf und der Inhalt. Diese Reihenfolge bedeutet, dass ich auch E-Learning-Angebote anschauen würde, die zu meinen Lernzielen inhaltlich nicht 100% passen. Einfach, weil es schnell & easy ist.
- Die **Kostenübernahme** vom Arbeitgeber hat auch eine positive Einwirkung auf meine Motivation, daran teilzunehmen. Sonst würde ich schauen, wie wichtig sind die Inhalte im Zusammenhang mit den Kosten.



In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? – 6.2

Was in einem E-Learning würde Eure **Motivation beeinträchtigen?**

- Die Dauer, die Kosten, die Themen, die Funktionalität des Systems z. B. wenn es **viele technische Probleme** gäbe oder die Lernformate sehr langweilig sind (= für mich heißt nur lange Lehrvorträge) würde ich vielleicht meine Teilnahme abbrechen.
- **Allerdings**, wenn ich verpflichtet vom Arbeitgeber bin, einen E-Learning-Kurs abzuschließen, würde ich es trotz der Probleme machen und danach Feedback geben, warum der Kurs nicht der beste ist.



In der Praxis

Was motiviert zu E-Learning? - 7

Was würde Euch dazu **motivieren**, ein E-Learning zu bearbeiten?

- Wenn es modern, Spaßig und authentisch gestaltet ist. Spielerische Faktoren finde ich persönlich auch sehr toll. Nicht zu textlastig und **nicht zu lang**. Wenn ich sehe das Training **dauert 60 Min.** verliere ich schon direkt 30% meiner Motivation...

Was in einem E-Learning würde Eure **Motivation beeinträchtigen?**

- Zu viel Text, erst recht, wenn der Text „kompliziert“ geschrieben ist, zu viele Interaktionen, die ineinander geschachtelt sind. Überfüllte Screens und wie bereits erwähnt zu lange Bearbeitungszeiten.



In der Praxis

Zwischen- fazit

Wir können nur mittelbar auf die Motivation / das Engagement einzahlen – was mit vielen Maßnahmen nicht anders möglich ist.

Wenn wir **positiven Impact** haben wollen, muss zumindest die Maßnahme in sich motivierend sein!

Was macht das E-Learning motivierend?
Oder auch nicht ?



In der Praxis

Zwischen- fazit

Motivierend:

- Klare Struktur
- Passend (nicht zu leicht, nicht zu schwer)
- Nützliche Fähigkeiten erlernen
- Gamification
- Storytelling
- Professionelle Sprecher
- Abwechslungsreiche Medien
- Modern
- Spielerisch



In der Praxis

Zwischen- fazit

Demotivierend:

- Unsinnige Gimmicks
- Zu viel Text
- Länger, als eine Stunde
- Lange Intros
- Unklarer Aufbau
- KI-Stimmen
- Lange Audios



Fischer, Knoblauch & Co.

HANDS ON

Hands On

Blick in einige Programme



Fischer, Knoblauch & Co.

DIE EINZELNEN FAKTOREN

Die einzelnen Faktoren

Klare Struktur

Dies ist eine Anforderung, die oft gestellt wird.

Das **Programm muss übersichtlich aufgebaut** sein:

- Es darf nicht zu tief gestaffelt sein (Fenster im Fenster im Fenster – Pop-up im Pop-up,...).
- Das Menü muss übersichtlich sein: Kapitel und Unterkapitel.
- Die Programme dürfen nicht zu lang sein, sonst eher aufteilen in mehrere Programme.
- Es muss eine Fortschrittsanzeige geben.
- Es darf keine redundante Bedienung sein - also keine zwei Fortschrittsanzeiger etc.



Die einzelnen Faktoren

Passendes Niveau

Das Thema kann man auf verschiedene Weise lösen:

- Wenn man die **Zielgruppe** kennt und sie halbwegs homogen ist, kann man passende Programme bauen.
- Wenn das nicht geht: adaptiv arbeiten (beliebig komplex), am pragmatischsten sind einfach ein oder mehrere Eingangstests - wie beim Sprachenlernen schon lange üblich - und dann entsprechend verschiedene Lernangebote.
- Option: via Area9 mit einer Selbsteinschätzung verbinden und das KI nennen (😊) oder eine echte KI implementieren, die das Userverhalten analysiert. Herausforderung: die benötigten Mengen an Daten und man muss - mit großem Aufwand - genau passende Lernangebote definieren.... entweder also persönlicher Lernbegleiter mit Datenlast im Hintergrund oder nichts 😊.



Die einzelnen Faktoren

Passendes Niveau

Wenn das alles nicht möglich ist, sondern aus Ressourcengründen am Ende One-size-fits-all steht, dann sagte bereits **Le Bon in seiner *Psychologie der Massen*** (1885), dass man die Menschen mit den einfachsten Denkmustern ansprechen muss, um alle zu erreichen. Was diese Gruppe versteht, verstehen die Klugen auf jeden Fall - aber andersrum funktioniert es nicht.

Randnotiz: Die propagandistischen Parteien verstehen diese Methode vorzüglich.



Die einzelnen Faktoren

Nützliches erlernen

Zu beachten ist: Der Nutzen, wenn wir den Lernenden motivieren wollen, darf nicht nur der Nutzen für die Firma sein - **es muss auch der Nutzen für die individuellen Lernenden sein!**

Will man ein erfolgreiches Lernprogramm für einen Mitarbeiter bei z. B. BMW machen, dann sitzt da nicht nur ein Vertreter von BMW, sondern auch dieser Mensch...**Diese beiden Personas haben keine deckungsgleichen Bedarfe!** Sie haben Überschneidungen und je größer die sind, desto gesünder die Firma, aber sie sind nie gleich!

Nutzen für BMW ist, dass der Verkäufer das Produkt besser verkauft, wenn er es gut kennt.

Nutzen für den Mitarbeiter ist, dass er sich im Verkaufsgespräch sicherer fühlt, wenn er viel Wissen hat.

Das ist einfach – bei Compliance etc. muss man hier mehr nachdenken, um beide zu erreichen!



Die einzelnen Faktoren

Gamification

Mit Gamification Elementen wie dem **Erreichen von Punkteständen** oder dem **Sammeln von Gadgets** oder **Levelaufstiegen** kann man den Lernfortschritt sichtbar machen, kleine Erfolge feiern und damit motivatorisch wirksam sein.

Wichtig ist, dass man versucht, einen **Bezug zwischen den spielerischen Elementen und dem Inhalt** zu erzeugen, damit es nicht zu einem reinen „Punktsammelspielchen“ wird.

Wenn der Einsatz gut funktioniert, trägt es dazu bei, dass Lernende im Flow bleiben und durch ein positives Lernerlebnis die Inhalte gut aufgenommen werden.



Die einzelnen Faktoren

Storytelling

Ein ganz wesentlicher Faktor bei allem Lernen: **Menschen denken und erinnern sich intuitiv** in Geschichten. Schon seit Jahrtausenden werden kulturelles Wissen, Werte und Traditionen über Erzählungen weitergegeben.

Diese „**Erzähl-Logik**“ ist in unserer kognitiven Verarbeitung fest verankert: Wir verknüpfen Erlebnisse, Emotionen und Informationen zu Geschichten, weil sie uns helfen, komplexe Zusammenhänge verständlich zu machen und zu behalten. Im nutzt man genau diesen Effekt.



Die einzelnen Faktoren

Geschichten aufbauen

Relevanz. Eine gut erzählte Geschichte weckt Interesse und schafft eine Verbindung zum eigenen Erleben. Das führt dazu, dass Lernende den Inhalt für relevanter halten und sich stärker damit identifizieren.

Emotionale Bindung:

- Storytelling bringt Emotionen ins Spiel. Emotionen erhöhen nachweislich die Merkfähigkeit, weil sie die Aufmerksamkeit steigern und den Lernprozess anregen (Stichwort: *Aha-Erlebnisse*).
- Durch das „Miterleben“ einer Geschichte (mit Protagonisten, Herausforderungen, Wendepunkten) werden Lernende tiefer involviert.

Strukturierung komplexer Themen:

- Geschichten haben meist einen klaren Aufbau: Anfang (Einleitung/Problem), Mittelteil (Konflikt/Herausforderung) und Ende (Lösung/Auflösung). Diese Struktur hilft dabei, Wissen übersichtlich zu vermitteln.



Die einzelnen Faktoren

Durch Authentizität verankern

Identifikation und Motivation

- Indem man Charaktere oder Szenarien schafft, die den Lernenden ähneln oder ansprechen, steigt die Bereitschaft, sich mit dem Thema aktiv auseinanderzusetzen.

Authentische Praxisbezüge

- Storytelling kann realitätsnahe Beispiele und Szenarien aufgreifen (z. B. Fallstudien, Business Cases oder Kundenerlebnisse).
- Durch diese *Story-Cases* verstehen Lernende besser, wie der Lernstoff in der Praxis anzuwenden ist und sehen einen direkten Nutzen.

Langfristige Verankerung

- Neurowissenschaftliche Forschung zeigt, dass Informationen, die in emotional aufgeladenen Kontexten vermittelt werden, länger im Gedächtnis bleiben.
- Eine spannend erzählte Geschichte lässt sich im Nachhinein leichter abrufen, weil wir uns an die Handlung und die Gefühle erinnern – und damit an die zugehörigen Lerninhalte.



Die einzelnen Faktoren

Prof. Sprecher

Für manche Lernenden (die auditiven Typen) ist es wichtig, dass die Sprecherstimme oder die **Sprecherstimmen** als **angenehm erlebt** werden. Manche von uns kennen das, dass man manchen Stimmen kaum zuhören kann, weil sie einen mehr oder weniger unerschwinglich nerven.

Dazu kommt, dass mehrere verschiedene Stimmen verschiedene Inhalte besser transportieren können und auch, dass bestimmte Stimmen zu bestimmten Inhalten gut passen und diese besonders wirksam transportieren. Das kennen wir alle aus Filmen und Podcasts.



Die einzelnen Faktoren

Abwechslungsreiche Medien

Eintönigkeit führt zu Langeweile und Langeweile ist ein Feind des Lernens. Durch den Einsatz verschiedener Medien sind Lernprogramme abwechslungsreicher und funktionieren besser.

Von daher ist es sinnvoll **die verschiedenen Inhaltsformen** wie Text, Ton, Bild, Video, Animationen und Interaktionen zu verwenden.

Gerade die **Interaktionen** sind besonders wichtig, da der Lerneffekt erheblich steigt, wenn der Lernende nicht bloß passiv konsumiert, sondern aktiv mit den Inhalten arbeitet – etwa durch verschiedene Übungsformen.



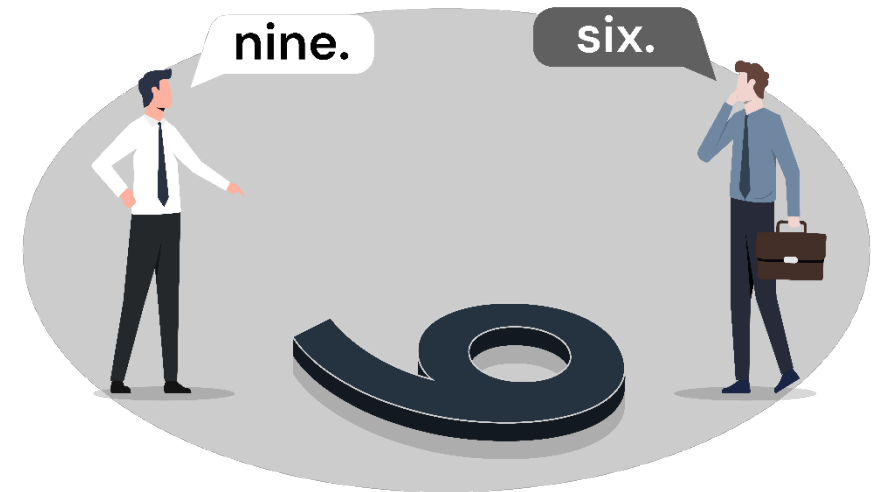
Die einzelnen Faktoren

Modern

Das ist so eine Sache – was der eine modern findet, findet der nächste altbacken und für den übernächsten ist es nicht sachlich genug...

Wichtig ist, was **gestalterisch gerade zeitgemäß** und somit üblich ist. Sehgewohnheiten ändern sich ständig – man kennt das von alten Filmen, die heute oft ‚komisch‘ oder unfreiwillig wie Slapstick wirken.

Das hängt auch immer von der Zielgruppe ab. Ein Fintech-Start-up in München oder Berlin hat andere Lernende und ein anderes ästhetisches Umfeld als ein alteingesessener Betrieb in ländlicher Umgebung.



Fischer, Knoblauch & Co. Medienproduktionsges. mbH & Co. KGaA

Lilienthalallee 7
80807 München

Telefon +49 89 95 84 34 10
Fax +49 89 95 84 34 99

www.fkc-online.com