

Zusammenfassung Webinar:

Mix it like a Pro: Blended Learning smart gestalten

In diesem Webinar stand das Thema **Blended Learning** im Mittelpunkt – also die **strategische Kombination von digitalen und analogen Lernformaten**. Nach einer kurzen Einordnung durch Guy Fischer wurden im zweiten Teil durch Laura konkrete **Praxisbeispiele** vorgestellt, wie Blended-Learning-Ansätze in realen Projekten umgesetzt wurden.

1) Einstieg & Kontext: Wer wir sind

Zu Beginn wurde FKC kurz vorgestellt: Seit **1996** arbeitet FKC als E-Learning-Anbieter (rund **100 Mitarbeitende**) in den Bereichen **Plattform, Content** und **Consulting**. Im Contentbereich entstehen unterschiedliche Formate wie WBTs, Erklärfilme, interaktive Videos, Gamification-Formate, Learn Apps – zunehmend auch mit **KI-Assistenzfunktionen**.

Außerdem wurde das eigene LMS **Nectar** erwähnt, das sich im Markt zunehmend etabliert und häufig gemeinsam mit Content als „Lösung aus einem Guss“ eingesetzt wird.

2) Was unter Blended Learning verstanden wurde

Blended Learning wurde als **Lernreise** beschrieben, in der **digitale** und **nicht-digitale** Elemente gezielt kombiniert werden – mit dem Ziel, **Lerneffekt, Wirtschaftlichkeit und Flexibilität** zu optimieren.

Seit den 2000er-Jahren sei Blended Learning gängige Praxis, spätestens seit der breiten Einführung von **LMS-Systemen**, die Lernpfade, Freigaben, Anmeldungen, Tests und Nachweise organisierbar machen.

3) Digitale vs. Präsenzformate: Stärken und Grenzen

Im Webinar wurden die Vorteile digitaler Formate hervorgehoben:

- **Flexibles Lernen** (Zeit, Ort, Tempo), Wiederholung, adaptive Pfade
- **Skalierbarkeit** (von wenigen bis sehr vielen Lernenden)
- **Transparenz & Nachweisbarkeit** (Tests, Zertifikate, Tracking, Abschlussquoten)

Gleichzeitig wurde betont: **Präsenz ist besonders stark**, wenn es um **soziale Interaktion, Rollenspiele, Kommunikation** oder **Hands-on-Training** geht (z. B. Werkstatt- oder Praxisübungen).

Der Blended-Ansatz ermögliche, Inhalte sinnvoll aufzuteilen – z. B. **Theorie digital, Praxis vor Ort**.

4) Studienlage & Nutzen von Blended Learning

Es wurden mehrere Studien bzw. Meta-Studien genannt, die Blended Learning im Vergleich zu reiner Präsenz oder reinem E-Learning Vorteile zuschreiben – etwa in Bezug auf **Lernerfolg, Motivation, Engagement**, teils auch **bessere Ergebnisse, höhere Abschlussquoten** und **mehr Zufriedenheit**.

5) Rolle des LMS: Lernpfade flexibel steuern

Ein zentraler Punkt war die Notwendigkeit eines LMS, das **verschiedene Blended-Szenarien** abbilden kann – nicht nur lineare Pfade, sondern auch Varianten wie:

- Präsenz wird erst nach bestandenem E-Learning freigeschaltet
- Aus mehreren Modulen müssen z. B. **7 von 10** frei gewählt werden
- Abhängigkeiten und Verknüpfungen zwischen einzelnen Elementen

6) Digitale Methodenvielfalt: Formate & Einsatzideen

Es wurde erläutert, dass es auf digitaler Seite heute mehr Lernformate gibt als je zuvor – z. B. **WBTs, Webinare, Learn Apps, interaktive Videos, Podcasts, Spiele/Escape Rooms**.

Je nach Ziel eignen sich Formate unterschiedlich:

- **Interaktive Videos** besonders für Verhalten/Kommunikation
- **Learn Apps/Quizformate** zum Prüfen und Wiederholen
- **Games/Escape Rooms** zur Anwendung/Vertiefung
- **Podcasts** für Lernen unterwegs

7) Praxisbeispiele aus Projekten (Laura)

Im zweiten Teil wurden konkrete Blended-Umsetzungen vorgestellt:

Klassische Kombination „digital + Präsenz“

- **Fraport (Terminal 3):** Digitale Vorbereitung über Lernpfad, anschließend Begehung vor Ort in Kleingruppen; Präsenz-Anmeldung wurde erst nach digitalen Modulen freigeschaltet.
- **Porsche:** E-Learning zur Einführung in CI/CD-Richtlinien, danach Präsenzseminar nach bestandenem Test (Gruppenarbeit und Vertiefung).

Komplett digitale Blended-Kombinationen (Miele)

- **WBT + Escape Room:** Wissen aus Produkt-WBTs wurde anschließend in einem digitalen Escape Room angewendet (Transfer/Vertiefung; zusätzlich zum Quiz, nicht als Ersatz).
- **WBT + Verkaufsspiel:** Gesprächsführung im Verkauf wurde über ein interaktives Szenario mit Antwortoptionen und Feedback/Stimmungsbarometer trainiert.
- **Quiz-App (Gamification):** Quizduell-ähnliches Format zum Wiederholen/Challengen (gegen Kolleg:innen oder Computer).
- **Smart Learning (mobile):** Inhalte zusätzlich als mobiloptimiertes Format für schnelles Nachschlagen im Verkauf.

Chatbot/Messenger Learning & KI-Assistenz

- **Messenger Learning / Chatboard („Frag Henry“):** Lernen im dialogischen Messenger-Stil – als eigenständiges Format oder kombiniert nach einem WBT zur Anwendung/Überprüfung.
- **KI-Chatbot im WBT („Nekti“):** In einem Storyline-WBT (KI & EU-KI-Verordnung) unterstützte ein integrierter Bot durch Kapitel-Zusammenfassungen, Quizfragen und Rückfragen.

Blended für heterogene Zielgruppen (digital + Print)

Für eine Zielgruppe mit teilweise fehlendem Gerätezugang wurde eine **Lernplattform mit Nuggets** geplant und durch **Printmaterial (Flyer/Handouts)** ergänzt – als Alternative oder zusätzliche Zusammenfassung.

360°-Räume als Medien-Hubs (DK / Bundesagentur für Arbeit)

In 360°-Umgebungen wurden mehrere Medien **zum gleichen Thema** bereitgestellt (WBT, Video, PDF, PowerPoint, teils Podcast). Lernende konnten selbst wählen, welches Medium sie bevorzugen und wie tief sie einsteigen.

Social Learning im Nectar LMS

Zum Abschluss wurden Social-Learning-Elemente im **Nectar LMS** gezeigt:

- **Chaträume und Foren** für Austausch mit Gruppe/Dozent:innen
- **Kommentare, Bewertungen, Gamification** in Kursansichten
- **Kollaborative Whiteboards** als neues Feature: gemeinsames Arbeiten in Echtzeit, Ideensammlungen, Notizen, Umfragen und Praxis-Austausch.

8) Abschluss & Kontakt

Am Ende wurde betont, dass Blended Learning vor allem als **durchdachte Lernreise** verstanden werden sollte – mit passenden Medien je nach Ziel, Zielgruppe und Rahmenbedingungen. Für Rückfragen und Projektanfragen wurde zur Kontaktaufnahme eingeladen.

Unsere Standorte

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

Lilienthalallee 7, 80807 München

<https://www.fkc-online.com/muenchen>

info@fk-online.com

+49 89 95 84 34 – 0

Fischer, Knoblauch & Co. Medienproduktionsgesellschaft (Berlin) mbH

Heylstraße 33, 10825 Berlin

<https://www.fkc-online.com/berlin>

berlin@fk-online.com

+49 30 26 55 73 16

Fischer, Knoblauch & Co. Medienproduktionsgesellschaft (FFM) mbH

Louisenstraße 68, 61348 Bad Homburg

<https://www.fkc-online.com/frankfurt>

frankfurt@fk-online.com

+49 6172 68 09 6 – 0

FKC Schweiz AG

Picassoplatz 4, CH – 4052 Basel

<https://www.fkc-online.com/basel>

basel@fk-online.com

+41 61 273 44 - 66

Fischer, Knoblauch & Co. Medienproduktionsgesellschaft (AT) mbH

Neu Ötting 24, 9781 Oberdrauburg

<https://www.fkc-online.com/oesterreich>

info@fk-online.at

+49 89 95 84 34 – 0