

Best-Practice-Beispiel aus dem Bereich „Innovation“

Offenes Mikrofon – Experten- und Netzwerkgruppen

Ansprechpartner:
Kevin Neu, HWK Hildesheim-Süd-niedersachsen

TT_{net}® Netzwerk der Beauftragten für
Innovation und Technologie

2022



Problemstellung

Als Berater oder Beraterin ist man täglich damit konfrontiert, dass Personen oder -gruppen verschiedenste Anforderungen haben, die je nach Themengebiet, derart detailliert oder gewerkeabhängig sind, dass wirklich praxistaugliche Beratungen besonders schwer sind. Zudem ist eine wiederkehrende Herausforderung, dass zwar Erstberatungen stattfinden, die Betriebe jedoch keinen Folgetermin wahrnehmen bzw. abgesprochene Rückmeldungen nicht erfolgen. Der betriebliche Alltag lässt Veränderungsprozesse in den Hintergrund rücken, bis etwaige Vorhaben ganz zum Erliegen kommen.

Die beschriebene Problemstellung betrifft jede Beratungsstelle – manche mehr, andere weniger. In meinem speziellen Bereich der Beruflichen Bildung, ist es ungleich schwieriger das bereits doppelt belastete Ausbildungspersonal zusätzlich zu Changeprozessen zu animieren bzw. anzuleiten. Im Gegensatz zu den Beratungsstellen der Wirtschaftsförderung, deren Anfragen meist ohne große Streuung von Informationen bzw. Angeboten erfolgen, ist die Anzahl der an Beratung Interessierten in der Beruflichen Bildung ungleich kleiner und zudem schwieriger zu erreichen. Wenn es zu einer Beratung kommt, ist es somit ebenso viel wichtiger, dass die jeweiligen Bedarfe weiterbearbeitet werden.

Lösungsansatz

Um die besondere Problematik des Bereichs des BIT in Teilen zu lösen, ist das Format „Offenes Mikrofon“ entstanden. Das Format umfasst einen 15 – 30-minütigen Impulsvortrag mit anschließender Diskussionsrunde. Im Abschluss sollen die Teilnehmenden das Thema des Vortrags aufgreifen und im Sinne eines umherwandernden Mikrofons erörtern, erweitern, sich gegenseitig Tipps geben und Tricks verraten. Die Struktur des Formats ist nicht als innovativ zu bezeichnen. Die Besonderheit liegt in der sich wiederholenden Teilnehmendengruppe, welche das Thema des Vortrags im Vorhinein vorgibt. Nicht der setzt die Themen, die Gruppe bestimmt in gewissem Rahmen die Richtung. So erhalten sie in regelmäßigen Abständen Informationen zu vielen Detailspekten eines Bereichs, der sich naturgemäß stetig wandelt; Social Media.

Insbesondere solch große Themenbereiche wie Social Media sind mit herkömmlichen Informationsveranstaltungen schwer praxisnah zu vermitteln. Aufgrund der unterschiedlichen Bedarfe wie bspw. Auszubildendenakquise, Fachkräftegewinnung oder schlichter Bewerbung des Betriebs, potenziert mit differierenden Anforderungen nach Gewerk und zudem erschwert durch die Erfahrung, das Alter und die Position der Person, die die Social Media Kanäle leitet und/oder bespielt, werden Betriebe kaum animiert die Social-

Media-Kanäle zu nutzen, wenn sie lediglich einem 60-minütigen Vortrag zum Thema folgen. Es verlangt – wie in anderen Bereichen der Beratungen anderer TT-BeraterInnen u.U. auch – eine fortwährende Betreuung und viel mehr noch die Notwendigkeit die zu beratenden Personen zu motivieren. Diese Motivation erlangen die Teilnehmenden auch durch die Peer-to-Peer-Beratungen im offenen Mikrofon. Nicht selten kommt es im Nachgang zu Fragestellungen, die von den anderen Teilnehmenden auf eine Weise beantwortet werden, die der BIT aus fehlender Praxiserfahrung heraus, so nicht hätte beantworten können. Aus meiner Beraterrolle beantwortet er Fragen aus einer Metaperspektive, angereichert mit Berichten aus der Praxis. Das informelle Wissen, das die tatsächlichen Verantwortlichen der Kanäle und die Ausbildungsverantwortlichen jedoch nicht mit dem BIT teilen, da sie nicht einmal daran denken, dass es relevant sein könnte, kann der BIT nicht bieten. In einer Runde mit 10 - 15 Experten aus diesem Bereich, existiert eine sehr viel höhere Wahrscheinlichkeit, Fragestellungen praxisnah beantworten zu können, somit das eben beschriebene informelle Wissen mit anderen zu teilen.

Neben dem eben genannten Aspekt ist zudem zu erwähnen, dass durch den wiederkehrenden Charakter und dem einhergehenden Gruppengefühl die Hemmschwelle der Beteiligung stark sinkt. In üblichen Informationsveranstaltungen oder Vorträgen ist die Beteiligung der Zuhörenden am Ende in der Fragerunde oft gering. Durch die Struktur dieses Formats werden Hürden hinsichtlich Beteiligung stetig weiter abgebaut.

Um die Motivation hochzuhalten, ist das Format ebenfalls bestens geeignet, da die Teilnehmenden sehen, dass andere mit den gleichen Problemen zu kämpfen haben. Dazu erhalten sie verschiedene Lösungsansätze sowie Ideen zur Contentgenerierung. Eines der größten Schwierigkeiten der Social-Media-Kanäle ist die fortwährende Erzeugung von Inhalt. Dies ist jedoch die Basis eines funktionierenden Kanals. Die Follower müssen, neben vielen anderen Aspekten, stetig an die Kanäle erinnert werden, um eine Verbindung zu Betrieb und Mitarbeitenden aufzubauen, um dann in den entscheidenden Momenten an den Betrieb zu denken; wenn sie auf der Suche nach einer Anstellung für sich oder andere sind. Natürlich auch, wenn sie einen Handwerker oder eine Handwerkerin suchen. Hier scheitert die Initiierung von Social-Media-Kanälen meist, wenn sie überhaupt das Wagnis einmal eingegangen sind. Nach wenigen Wochen verwaist der Kanal, da die Verantwortlichen nicht wissen, welche Inhalte sie teilen können bzw. sollen und/oder wie sie diese aufbereiten. Oder sie erreichen keine ausreichende Reichweite. Von den Teilnehmenden hat allerdings beinahe Jeder oder Jede eine interessante Idee, die sie einmal umgesetzt haben oder umsetzen wollen. Diese teilen sie gerne, da die Betriebe keine Konkurrenz füreinander sind, da die Gruppe relativ klein ist und die Gefahr derlei Informationen mit Betrieben aus dem gleichen Gewerk und gleichem Einzugsgebiet zu teilen nicht vorhanden ist.

Hinsichtlich der Ausgestaltung der Termine sind beinahe ausschließlich die Betriebe zuständig. Die Entscheidung über Online- oder Präsenzveranstaltungen wurde bisher stets mit dem Willen zu Online-Terminen beantwortet. Um das Gruppengefühl zu erhöhen, strebe ich jedoch mindestens einmal im Jahr eine Präsenzveranstaltung an.

Zudem muss erwähnt sein, dass die Betreuung einer „Offenes Mikrofon“-Gruppe einen hohen Aufwand mit sich bringt, weshalb pro Jahr eine eher kleine Anzahl an Terminen umsetzbar ist. Dies birgt die Gefahr, dass das Gruppengefühl verlorenght. Deshalb ist ein Ziel, dass die Gruppe sich irgendwann in Teilen selbst organisiert. Letztlich bleibt zu empfehlen, dass eine solche Gruppe von mehr als einer Person betreut wird, um Stabilität zu gewährleisten.