

# Escape Room – Mitarbeitende für digitales Lernen begeistern

Denise Gramß, Patricia Pillath, Corinna Schwozer

Hochschule für angewandtes Management

denise.gramss@fham.de, patricia.pillath@fham.de, corinna.schwozer@fham.de

## Zusammenfassung

Zunehmende Digitalisierung der Arbeitswelt verändert auch die Art des Lernens. E-Learning und andere digitale Lernformate werden immer beliebter. Doch setzt die effektive Nutzung digitalen Lernens ausreichende digitale Kompetenzen bzw. Medienkompetenz voraus. Gerade Mitarbeitende mit wenig oder gar keinen Erfahrungen im Umgang mit digitalen Medien müssen zunächst für diese befähigt werden. Der Beitrag stellt den mitarbeiterzentrierten Ansatz des Forschungsprojekts MeQ:ino (Medienqualifizierung: individuell und organisational) vor. Ausgehend von einem Dreiklang aus Begeistern, Befähigen und Beteiligen, wird im ersten Schritt ein Escape Room genutzt, um Mitarbeitende an digitales Lernen heranzuführen. Mit Hilfe des Gamification-Ansatzes sollen Vorbehalte und Ängste abgebaut und die Neugier am digitalen Lernen geweckt werden.

## 1 Einleitung

Digitalisierung hält immer mehr Einzug in die moderne Arbeitswelt. Manche Arbeitsprozesse verändern sich und werden (teilweise) automatisiert. Andere Tätigkeiten in verschiedenen Berufen werden durch digitale Prozesse unterstützt. Damit entstehen auch neue Anforderungen an Mitarbeitende, die durch Lernen, Weiterbildung und Kompetenzentwicklung ihre Erwerbstätigkeit sicherstellen müssen. Aber auch das Lernen selbst wird zunehmend digital, wodurch spezifische Anforderungen an die Lernkompetenzen und insbesondere die Medienkompetenz der Mitarbeitenden entstehen. Dies betrifft auch immer mehr Berufsgruppen, denen man nicht auf den ersten Blick digitale Arbeits- und Lernprozesse zuschreibt (z.B. Garten- und Landschaftsbauer). Das Forschungsprojekt MeQ:ino (Medienqualifizierung: individuell und organisational) nutzt deshalb einen mitarbeiterzentrierten Ansatz, der Mitarbeitenden sukzessive an digitales Lernen heranführt. Dazu wurde ein Dreiklang aus Begeistern, Befähigen und Beteiligen entwickelt. Im ersten Schritt (Begeistern) nutzt den Gamification-Ansatz und stellt das spielerische Lernen der Mitarbeitenden in den Mittelpunkt. Im Rahmen eines Escape Rooms können die Mitarbeitenden verschiedene digitale Medien aus-

probieren, Ängste abbauen und Chancen für digitales Lernen entdecken. Im weiteren Verlauf werden in kleinen Lernnuggets Grundkompetenzen im Umgang mit digitalen Medien und dem Internet vermittelt (Befähigen). Im letzten Schritt, Beteiligen, entwickeln Mitarbeitende mit Unterstützung des Projektteams eigene kleine Lernmodule. Der Fokus des Ansatzes liegt auf den Bedürfnissen der Mitarbeitenden, die für digitales Lernen qualifiziert und ihre Kompetenzen zur Nutzung digitaler Lernangebote gezielt aufgebaut werden. Die Umsetzung des Dreiklangs erfolgt in vier klein- und mittelständische Unternehmen, in denen spezielle Zielgruppen (Gartenbauer, Produktionsmitarbeiter, Verkäufer, Berufsrückkehrer) ausgewählt wurden, die aufgrund von organisationalen Gegebenheiten nur selten an traditionellen Weiterbildungen (Seminare, Workshops etc.) teilnehmen können und somit vom flexiblen digitalen Lernen profitieren würden.

## 2 Digitales Lernen nicht ohne Medienkompetenz

Digitales Lernen bereichert Lernen und Weiterbildung von Mitarbeitenden. Das Lernen kann beispielsweise individuell sowie zeit- und ortsunabhängig erfolgen. Zudem bieten digitale Lernformate die Möglichkeit Inhalte multimedial anzureichern und damit das Lernen auch vielfältiger zu gestalten. Allerdings reichen E-Learning-Angebote allein nicht aus. Große Unternehmen etablieren oft Lernplattformen und verschiedene digitalen Lern-Tools, ohne klare Vorstellungen von deren Nutzen, Akzeptanz und Möglichkeiten zu haben (Armutat et al., 2004). Bei KMUs kommt hinzu, dass diese häufig nur limitierte technische Ausstattung und finanzielle Ressourcen für den Einsatz digitaler Medien haben (Flasdick, Goertz, Johanning, & Michel, 2008; Hegewald, 2015). Ein großer Teil der KMUs nutzt bereits E-Learning mit zunehmender Tendenz, greift dabei aber häufig auf die Angebote der Verbände und Kammern zurück (Flasdick et al., 2008; Haufe Akademie & MMB, 2014; MMB, 2018). Die Nutzung von Standardlösungen birgt allerdings die Gefahr, dass nicht der gewünschte Erfolg erzielt wird. Insbesondere die Förderung digitaler Kompetenzen der Nutzer schützt vor hohen Abbruchraten und geringer Nutzung vieler E-Learnings (Meier & Seufert, 2003).

### 2.1 Medienkompetenz als Voraussetzung für digitales Lernen

Kompetente Mediennutzer wissen wie digitale Medien von ihnen in Beruf und Bildung eingesetzt werden können und kennen auch die Grenzen digitaler Einsatzbereiche und Nutzung (Schelhowe, 2010). Bei der Einführung von E-Learning steht bisher selten die grundlegende Medienkompetenz als Voraussetzung für digitales Lernen im Fokus. Fehlende Sicherheit und mangelnde Erfahrung im Umgang mit digitalen Medien können in Vorbehalten und Ängsten bei Mitarbeitenden resultieren und die Akzeptanz von E-Learning beeinflussen. Deshalb sollte mit der Einführung von digitalem Lernen im Unternehmen zunächst der Aufbau der Medienkompetenz von Mitarbeitenden gefördert werden.

Medienkompetenz umfasst dabei weit mehr als nur die Nutzung von Medien. Baacke, Kornblum, Lauffer, Mikos, & Thiele (1999) definieren vier Dimensionen von Medienkompetenz: Mediennutzung, Medienkunde, Medienkritik und Mediengestaltung. Neben der

Handhabung von Medien (Mediennutzung) sind somit auch das Wissen über Medien (Medienkunde), der kritische Umgang und das Hinterfragen von Informationen (Medienkritik), ebenso wie die kompetente Erstellung von Medieninhalten (Mediengestaltung) von Bedeutung. Neuere Ansätze wie digital intelligence, digital literacy und digital competence beziehen sich speziell auf digitale Medien und betrachten damit weiterführende Aspekte wie Datensicherheit, digitale Identität und die veränderte Kommunikations- und Interaktionsgestaltung in digitalem Austausch mit anderen (Ferrari, 2013; Futurelab, 2010; Gilster, 1997).

Der erste Schritt zur Förderung der Medienkompetenz ist der Abbau von Hemmnissen, verbunden mit dem Aufzeigen von Anwendungsmöglichkeit digitale Angebote. Dazu sollten vor allem niedrigschwellige Möglichkeiten genutzt werden, um den Zugang zu erleichtern.

### 3 Gamification – das spielerische Lernen

Gamification-Ansätze beschäftigen sich mit der spielerischen Art des Lernens. Dazu werden Lerninhalte mit spielerischen Elementen kombiniert. Ziel ist die Steigerung der Motivation, sich mit den jeweiligen Lerninhalten genauer auseinanderzusetzen und Erfahrungen im Umgang mit den Lerninhalten zu sammeln (Clarke et al., 2017). Le, Weber, & Ebner (2013) fassen häufige ambivalente Erwartungen von Gamification-Ansätzen zusammen:

- offene Exploration ermöglichen, die aber auch einem festgelegten Plan folgen soll
- Lerninhalte müssen komplex genug sein, aber in der Produktion keine hohen Kosten verursachen
- Motivation der Teilnehmer möglichst lange erhalten, aber dabei nicht die Lerninhalte vernachlässigen
- Spielspaß bieten, aber auch Lerninhalte vermitteln

Eine besondere Form des spielerischen Lernens ist der Escape Room. Hierfür werden Spielszenarien entwickelt, in denen verschiedene Rätsel gelöst werden müssen. Diese spezielle Art des spielerischen Lernens erlangt immer mehr Beliebtheit. Dabei gibt es verschiedene Formen von Escape Rooms. Zum einen können sie virtuell sein oder real-life-Szenarien darstellen. Üblicherweise muss ein Team verschiedene Aufgaben im Escape Room lösen. Diese können je nach Lerninhalt sehr vielfältig gestaltet sein und unterschiedliche Schwierigkeitsgrade aufweisen. Nicholson (2015) differenziert zudem Escape Rooms die lediglich aus einer Abfolge von Aufgaben bestehen, narrative Spiele, in denen Spieler eigenen Rollen definieren oder Rollen vorgegeben sind bis hin zu Spielräumen, die vor Abschluss des Szenarios tatsächlich nicht verlassen werden können.

### 4 Escape Room für digitales Lernen

Für MeQ:ino wurde ein Escape Room speziell für Mitarbeitende entwickelt, die bisher sehr wenig Erfahrungen im Umgang mit digitalen Medien und Internet haben. Der Escape Room bietet einen geschützten Raum zum spielerischen Explorieren und Ausprobieren, um mögli-

che Vorbehalte und Ängste gegenüber der Mediennutzung abzubauen. Ziel ist es diese Mitarbeitenden im Sinne des genannten Dreiklangs zunächst für digitales Lernen zu begeistern.

## 4.1 Gestaltung des Escape Rooms

Der Escape Room ist ein real-life Szenario mit 5 bis 7 Teilnehmer, die vier Aufgaben lösen müssen. Das ganze Spiel dauert ca. 45 Minuten. Um die Anwendbarkeit des Escape Rooms sowohl für die spezifischen Zielgruppen als auch die unterschiedlichen Unternehmen zu realisieren, orientiert sich die Entwicklung an den genannten Erwartungen für Escape Rooms. Insbesondere ist darauf hinzuweisen, dass der Escape Room mobil ist, d.h. alle Materialien können in einem Koffer verstaut und somit der Escape Room an verschiedenen Orten aufgebaut werden. Damit geht eine hohe Flexibilität und Anwendbarkeit einher.

Im Spielszenario befinden sich die Teilnehmer in der Zukunft in Quarantäne und müssen ihre digitalen Fähigkeiten unter Beweis stellen. Nacheinander werden vier verschiedene Aufgaben bearbeitet, deren Lösung am Ende jeweils zu einem Passwort führt. Dieses wird in eine eigens erstellte App eingegeben, woraufhin die Hinweise für die nächste Aufgabe gegeben werden. Eine Audioaufnahme führt die Teilnehmer durch den gesamten Spielverlauf. Jedem Teilnehmer steht ein Smartphone oder Tablet zur Verfügung. Alle Aufgaben können nur mit Hilfe dieser verschiedenen technischen Geräte und den darauf verfügbaren digitalen Anwendungen bzw. Apps gelöst werden. Dabei sind die Aufgaben vielfältig gestaltet, um möglichst verschiedene Anwendungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Die Aufgabenschwierigkeit wurde in verschiedenen Probeläufen an die Voraussetzungen der Zielgruppen angepasst, so dass die Mitarbeitenden mit wenigen Vorerfahrungen die Aufgaben gut bewältigen können. Für den Fortschritt im Escape Room erhält das Team Punkte für jede Aufgabe (max. 25 Punkte je Aufgabe, insgesamt 100 Punkte). Zu den Teilaufgaben gehört u.a. mit Hilfe einer App einen versteckten Schlüssel zu finden, Fremdsprachen zu übersetzen, zu navigieren, mittels App eine Lampe einzuschalten, soziale Netzwerke zu nutzen und versteckte Nachrichten mit Hilfe einer Augmented Reality-Anwendung zu entdecken.

Der Escape Room wird aktuell in verschiedenen Unternehmen des Projekts eingesetzt. Die teilnehmenden Zielgruppen sind Garten- und Landschaftsbauer, Verkäufer im Einzelhandel Produktionsmitarbeiter und Berufsrückkehrer.

## 5 Fazit

Der vorgestellte mitarbeiterzentrierte Ansatz kann den Einstieg ins digitale Lernen unterstützen und den Zugang für Mitarbeitende erleichtern, ihre Teilhabe an der digitalen Arbeitswelt fördern und die damit langfristig ihre Employability sicherstellen können.

## Literaturverzeichnis

- Armutat, S., Dichanz, H., Kelp, G., Närmann, A., Rau, S., & Witte, N. (2004). E-Learning in Unternehmen Konzepte - Einsatzmöglichkeiten - Qualitätskriterien. *Praxis Papiere, 1*, 145.
- Baacke, D., Kornblum, S., Lauffer, J., Mikos, L., & Thiele, G. A. (1999). *Handbuch Medien: Medienkompetenz: Modelle und Projekte*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Clarke, S., Peel, D. J., Arnab, S., Morini, L., Keegan, H., & Wood, O. (2017). escapED: A Framework for Creating Educational Escape Rooms and Interactive Games For Higher/Further Education. *International Journal of Serious Games, 4*(3), 73–86.
- Ferrari, A. (2013). *DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe*. European Commission, Joint Research Centre.
- Flasdick, J., Goertz, L., Johanning, A., & Michel, L. P. (2008). *E-Learning in KMU – Markt , Trends , Empfehlungen - Leitfaden, Ein Einsteiger, Nutzer Lernet, Ergebnisse Bmwi-Technologieprogramms*. Berlin.
- Futurelab. (2010). Digital Literacy Professional Development Resource.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy. Work* (Vol. 12).
- Haufe Akademie, & MMB, I. für M. K. (2014). *Ergebnisbericht zur Studie 2014: Der Mittelstand baut beim e-Learning auf Fertiglösungen. Repräsentative Studie zu Stauts quo und Perspektiven von e-Learning in deutschen Unternehmen*.
- Hegewald, U. (2015). *Einstellungen zur Digitalisierung* (Vol. Werksheft).
- Le, S., Weber, P., & Ebner, M. (2013). Game-Based Learning. Spielend Lernen? *Lehrbuch Für Lernen Und Lehren Mit Technologien*, 267–275.
- Meier, C., & Seufert, S. (2003). Game-based learning: Erfahrungen mit und Perspektiven für digitale Lernspiele in der beruflichen Bildung. *Handbuch E-Learning*, (February 2016).
- MMB, I. (2018). Weiterbildung und digitales Lernen heute und in drei Jahren - Erklärfilme als Umsatzbringer der Stunde.
- Nicholson, S. (2015). Peeking behind the locked door: A survey of escape room facilities. *White Paper*.
- Schelhowe, H. (2010). Kompetenzen in einer digital geprägten Kultur. Berlin, Bonn: Bundesministerium für Bildung und Forschung.

## Autoren



### **Gramß, Denise**

Denise Gramß (Dipl.-Psych.) ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Hochschule für angewandtes Management. In ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit an verschiedenen Universitäten, hat sie sich mit dem Lernen in Mensch-Maschine-Systemen, im Software engineering und der Prozessüberwachung sowie der Usability beschäftigt. Außerdem liegt ihr Arbeitsschwerpunkt auf Lernkompetenzen und Medienkompetenz und deren Einfluss auf das Lernen in Studium und Beruf. Aktuell ist sie im Forschungsprojekt „MeQ:ino – Medienqualifizierung: individuell und organisational“ am Competence Centre of Innovation und Quality in Leadership and Learning tätig.



### **Pillath, Patricia**

Patricia Pillath ist studentische Mitarbeiterin der Hochschule für angewandtes Management. Ihre bisherigen Tätigkeiten umfassten Themen der synergetischen Führung und der Lernkompetenzen von Mitarbeitenden. Aktuell ist Frau Pillath im Forschungsprojekt „MeQ:ino – Medienqualifizierung: individuell und organisational“ am Competence Centre of Innovation und Quality in Leadership and Learning tätig. Sie beschäftigt sich mit der Durchführung von Escape Rooms und insbesondere einer Toolbox für digitales Lernen.



### **Schwozer, Corinna**

Corinna Schwozer (M.Sc. Psych.) ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Hochschule für angewandtes Management. Ihr bisheriger Arbeitsschwerpunkt liegt in der spielerischen Persönlichkeitsentwicklung mit Schwerpunkt auf digitalen Lernformaten, Gamification und digitaler Kollaboration (Projekt: coLegend). Ähnlich ist auch ihr Schwerpunkt im aktuellen Forschungsprojekt „MeQ:ino – Medienqualifizierung: individuell und organisational“ am Competence Centre of Innovation und Quality in Leadership and Learning: Hier arbeitet sie an der Erstellung und Durchführung von Escape Rooms und der Zusammenstellung einer Toolbox für digitales Lernen.