

„Badges“ können Motivationshilfen sein

LEBENSLANGES LERNEN. Wer heute einen Onlinekurs besucht, hat gute Chancen, dafür mit einem sogenannten „Badge“ (einem „Abzeichen“) belohnt zu werden. Badges sind digitale Leistungs- und Kompetenznachweise, die von immer mehr Bildungsanbietern zusätzlich auch eingesetzt werden, um Teilnehmer zu motivieren, sich jenseits der bekannten Zertifikate weiterzubilden.

Was macht Badges so attraktiv? Sie begegnen uns heute an vielen Stellen und auf vielen Plattformen. Wer zum Beispiel Sport treibt und in einer Community wie Garmin, Runtastic oder Strava aktiv ist, kann aus unzähligen Challenges wählen und erhält bei ihrer Erfüllung fantasievoll gestaltete Badges. Diese Badges sind mit dem eigenen Profil verknüpft und machen so die eigene Leistung für andere sichtbar. Das Seepferdchen auf dem Badetrikot ist so gesehen nichts anderes als ein Badge.

Welche Regeln sollten für Badges gelten?

Hier setzen viele Weiterbildungsplattformen an, wenn sie Badges verleihen. Sie wollen Teilnehmer motivieren, sich Ziele zu setzen und an einer Sache dranzubleiben. Badges, so verstanden, haben etwas Spielerisches und gehören deshalb zum Werkzeugkasten vieler Gamification-Konzepte. In Bildung und Weiterbildung kommt ein weiterer Aspekt hinzu. Denn Menschen lernen immer häufiger außerhalb von Bildungsinstitutionen wie Schule und Hochschule, in ihrer Freizeit, online und selbstorganisiert. Für die dabei nebenbei (informell) erworbenen Kompetenzen gibt es oft keine Abschlüsse, sodass es schwerfällt, die dahinterstehenden Leistungen transparent zu machen. Deshalb wird an verschiedenen Stellen mit Badges experimentiert.

Jeder Bildungsanbieter kann den Teilnehmern seiner Workshops und Kurse Badges verleihen. Es gibt hier technisch,

gestalterisch und inhaltlich erst einmal keine Regeln. Doch Nutzer schätzen es, wenn sie die Badges, die sie bei verschiedenen Bildungsanbietern und auf verschiedenen Plattformen erworben haben, „mitnehmen“ und auf Netzwerken wie LinkedIn in ihren Profilen anzeigen können. Badges, die diese Möglichkeit bieten, folgen festgelegten technischen Standards und werden „Open Badges“ genannt. Und nicht nur das: Interessieren sich andere, zum Beispiel Arbeitgeber, für das Profil eines Kandidaten und seine Badges, so können sie sich mit einem Klick weitere Informationen über die Badges und die damit verbundenen Kompetenzen anzeigen lassen. Auch, ob die Badges zu Recht erworben wurden. Badges haben darüber hinaus noch eine inhaltliche Seite.

Der Aussteller eines Badges bestimmt die Leistungen, die erbracht werden müssen, um Badges zu erlangen. Hier hat er die freie Wahl: Er kann Badges zum Beispiel für die einfache Teilnahme an einer Veranstaltung oder die Mitgliedschaft in einer Community verleihen. Er kann sie aber auch an eine bestimmte Leistung knüpfen, die nachgewiesen werden muss. Er kann Badges nach verschiedenen Levels ausschreiben: So erwerben Teilnehmer vielleicht zuerst einen Bronze-Badge und können sich anschließend, dem olympischen Beispiel folgend, bis zum Gold-Badge weiterqualifizieren. Je differenzierter ein Badge-Konzept entwickelt und umgesetzt wird, umso mehr Aufwand hat auch der Aussteller. Denn er muss gegebenenfalls genau beschreiben, welche Leistungen für das Erlangen eines

Foto: Peter Dazeley / gettyimages.de



Badges erbracht werden müssen und wie die Leistungen überprüft werden. Und das kann nur in Einzelfällen automatisiert werden. Vertreter aus der Wirtschaft versichern, dass Badges eine Möglichkeit darstellen, um Mitarbeiter für das selbstorganisierte Lernen zu motivieren.

Sollen Badges aber darüber hinaus als Kompetenznachweise gehandelt werden, braucht es ein qualitätsgesichertes System, in das die Nutzer (Lernende wie Arbeitgeber) vertrauen können. So hieß es in einer vom Hochschulforum Digitalisierung organisierten Gesprächsrunde. Das „Hochschulforum Digitalisierung“ hat dazu im Oktober 2019 das Arbeitspapier Nr. 48 veröffentlicht (https://hochschulforumdigitalisierung.de/sites/default/files/dateien/HFD_AP_Nr48_Open_Badges_Bericht_2019_DE_web.pdf).

Wer setzt jetzt schon Badges ein?

Im Jahr 2017 hat Ernst & Young, eines der weltweit führenden Wirtschaftsprüfungunternehmen mit über 260.000 Mitarbei-



tern, die EY Badges eingeführt (<https://www.credly.com/organizations/ey/badges>). Seit Januar 2019 steht das Programm auch in Deutschland zur Verfügung. EY Badges ist ein freiwilliges Lernangebot. Mitarbeiter können sich im Rahmen dieses Angebots zu einer Reihe von strategischen Themen der Digitalisierung weiterqualifizieren. Sie reichen von Cyber Security über Artificial Intelligence bis zu Design Thinking. Die EY Badges gibt es in Bronze, Silber, Gold und Platin. Um einen Badge zu erlangen, müssen die Lernenden auf verschiedenen Feldern aktiv werden:

Learning, Experience und Contribution. „Learning“ bedeutet, dass sie sich mit einem vorgegebenen Curriculum auseinandersetzen, das sich aus Online-, Präsenz- oder Projekttrainings zusammensetzt. Hinter „Experience“ steht das Engagement in konkreten Projekten. Und „Contribution“ meint, dass die Lernenden ihr Wissen mit Kollegen und Kunden oder in Netzwerken geteilt haben.

Die Anforderungen steigen also, je höherwertig der Badge ist. So ist bei einem Bronze-Badge der Lernanteil größer, während bei einem Gold- oder Platin-Badge die Schwerpunkte mehr auf „Experience“ und „Contribution“ liegen. Das Programm EY Badges wird über eine eigene Onlineplattform des Anbieters Credly (<https://info.credly.com>) moderiert, ist aber Teil der globalen Lerninfrastruktur von Ernst & Young und mit anderen Lernplattformen und Lernangeboten im Unternehmen verknüpft. Und es sind Open Badges, die die Mitarbeiter hier erwerben: Sie können die Badges auf ihren persönlichen LinkedIn-Profilen anzeigen, was viele Mitarbeiter auch tun.

Auch die SAP setzt schon seit Jahren auf Badges (<https://community.sap.com/resources/missions-badges>). Einerseits sind sie bei der SAP wie Ernst & Young auf der Plattform von Credly aktiv. Darüber hinaus bietet die Softwareschmiede ihren Mitarbeitern an, in über 120 Mis-

sions aktiv zu werden und Badges zu erwerben. Wer sich hier engagieren will, kann zum Beispiel Blogbeiträge schreiben („Blogging Missions“), Fragen in der SAP Community beantworten („Q&A Missions“), rund um Community-Events Aufgaben übernehmen („Event Missions“) und vieles mehr. In der SAP Community werden die erworbenen Badges in den Profilen der Mitarbeiter angezeigt. Doch es sind nicht nur Unternehmen wie EY und SAP, die Badges einsetzen. Die Union Investment hat jüngst einen unternehmensweiten Onlinekurs (MOOC) mit dem Erwerb von Badges verknüpft. Die Haufe Akademie (<https://www.haufeakademie.de/seminare-lehrgaenge/trending-topics/open-badges>) und die IHK Akademie München und Oberbayern (<https://akademie.muenchen.ihk.de/open-badges>) verleihen Teilnehmern ihrer Veranstaltungen Open Badges, die diese anschließend über die sozialen Netzwerke darstellen und teilen können. Viele Hochschulen bieten inzwischen den Erwerb von Badges in verschiedenen Projekten an. Lernplattformen wie Moodle bieten Schnittstellen, um Open Badges schnell und unkompliziert zu verwalten. Und das Personalentwickler-Netzwerk „Corporate Learning Community“ hat gerade eine Arbeitsgruppe gebildet, um die vielfältigen Community-Aktivitäten ihrer Mitglieder und die dabei erworbenen Kompetenzen durch Badges sichtbarer zu machen.

Welche Zukunft haben Badges?


Das Interesse an Badges ist also da. Aber werden sie sich langfristig neben den bekannten Leistungsnachweisen und Zertifikaten etablieren? Die Frage ist nicht einfach zu beantworten und hängt davon ab, aus welcher Perspektive man Badges beziehungsweise Open Badges betrachtet:

- Badges sind heute Bausteine vieler virtueller Lernumgebungen und Lernplattformen und können von Lehrenden und Trainern flexibel in ihre Lernkonzepte integriert werden, um Lernende zu motivieren. Hier bleibt es dem einzelnen Trainer oder Experten überlassen, ob und wie er oder sie Badges einsetzt.

- Badges können aber auch zum Anlass genommen werden, um das freiwillige Engagement der Mitarbeiter in den Fokus zu rücken: Wer ist am Standort in einem Nachhaltigkeitsprojekt aktiv? Wer übernimmt die Rolle des Mentors beim nächsten (virtuellen) Onboardings eines neuen Mitarbeiters? Wer teilt nach der Mittagspause seine Projekterfahrungen mit anderen? Häufig fehlen die Wege, das Engagement der Beteiligten sichtbar zu machen. Hier können Badges greifen.
- Badges können ein eleganter Einstieg in Lernkultur eines Unternehmens sein. Die Personalentwicklung widmet sich den informellen Lernaktivitäten in der Organisation und überlegt, wie sie diese unterstützen und fördern kann. Mitarbeiter sehen, dass ihre Erfahrungen und ihr Engagement wertgeschätzt werden. Und wenn es sich bei den Badges um Open Badges handelt, die von den Mitarbeitern auf ihren öffentlichen Profilen angezeigt werden können, setzen Unternehmen auch nach außen ein sichtbares Zeichen in Sachen professioneller Weiterbildung und Kompetenzentwicklung.

Immer mehr Weiterbildungsprofessionals sind also mit Recht der Ansicht, dass sich der Einstieg in das Thema Badges gleich aus verschiedenen Gründen durchaus lohnen kann.

Dr. Jochen Robes ●

AUTOR	
	Dr. Jochen Robes ist als selbstständiger Berater, Hochschullehrer (Darmstadt-Dieburg) und Blogger (www.weiterbildungsblog.de) aktiv. Er ist Mitglied des Kernteams der Corporate Learning Community. Seine Arbeitsschwerpunkte bilden Innovationen in der Personalentwicklung und Themen der digitalen Bildung.
Dr. Jochen Robes Siebenbürgen Str. 6 60388 Frankfurt am Main www.weiterbildungsblog.de	