



PROJEKTBE SCHREIBUNG

Der renommierte Unternehmensberater und Professor an der Columbia University, Simon Sinek, hielt 2009 einen TED Talk mit dem Titel *How great leaders inspire action*. In diesem Beitrag, der mittlerweile 45 Millionen Mal abgerufen wurde, fällt sein berühmter Satz: *People don't buy what you do; they buy why you do it*. Sineks Kernidee, die er später in seinem Buch *Start With Why* durchbuchstabiert, lautet: Wenn du andere inspirieren willst, kommuniziere immer zuerst dein WARUM („Why“). Die Frage nach dem WIE („How“) zeigt in weiterer Folge auf, wie das WAS („What“) erreicht werden kann.

Warum lohnt es sich, an der KPH Wien/Krems einen *Video-Podcast* für die evangelische Fortbildung einzurichten?

WARUM

- **Fortbildung als stetiger Prozess**

Ein wesentliches Ziel der evangelischen Fortbildungsarbeit besteht darin, evangelische Religionslehrerinnen und Religionslehrer für ihre Tätigkeit so auszurüsten, dass ein qualitativ hochwertiger Unterricht gewährleistet werden kann. Vor diesem Hintergrund erscheint ein *stetiger* Fortbildungsprozess unerlässlich, der es erlaubt die Ansätze und Zugänge anzupassen, mit denen dieses Ziel erreicht werden soll.

- **Fortbildung ‚to go‘**

Fortbildung findet längst nicht mehr nur in Seminarräumen statt, sondern auch unterwegs, im Fitnesscenter, auf Parkbänken oder in Wartezimmern. Die digitale Revolution hat nicht nur dazu geführt, dass Handys und Tablets zu unseren ständigen Begleitern geworden sind, sondern auch, dass sich unsere Lernverhältnisse und Lernsettings grundlegend verändert haben. Entsprechend muss auf diese Entwicklung auch mit einem Fortbildungsangebot reagiert werden, welches Lernen sozusagen ‚to go‘ ermöglicht.

- **Selbstbestimmte Fortbildung im informellen Rahmen**

Mit dem Bedürfnis nach *selbstbestimmter* Fortbildung steigt zunehmend die Nutzung von zeitlich und geographisch entgrenzten Lernangeboten. Fortbildung geschieht damit nicht länger nur im formellen, sondern auch im *informellen* Rahmen.

- **Inspirierender Content**

Damit geht auch das Bedürfnis nach kompakteren Lernsequenzen einher, die gerade an der inhaltlichen Schnittstelle von Alltagsthemen und Fachwelt Interesse wecken und Lust auf mehr machen. An eben diesen Schnittstellen bilden wir uns fort, weil wir *inspiriert* werden, weil uns der *Content* anspricht und berührt.

WIE

- **Public Relation**

Ein *Video-Podcast* bietet einer Organisation die Möglichkeit nach außen zu gelangen und ein bestimmtes Zielpublikum mit Inhalten zu versorgen, die den Kontakt und die Verbindung zur Organisation festigen. Indem ein Format zum Einsatz gelangt, welches am Puls der Zeit ist, erregt die Organisation neues Interesse an ihrem Angebot und bleibt im Gespräch. Mit einem *Video-Podcast* ist es möglich (implizit und explizit) für die eigene Organisation zu werben und die *Corporate Identity* nach außen hin sichtbar werden zu lassen.

- **Vernetzung**

Video-Podcasts eignen sich nicht nur zur Vernetzung mit anderen Online Plattformen, sondern ermöglichen mit einem akademischen Anspruch einen fachlichen Austausch und wissenschaftlichen Betrieb, kurz: sie regen den für eine akademische Einrichtung notwendigen Diskurs an. Darüber hinaus erfordert ein vielfältiges und inhaltlich interessantes Angebot auch ein entsprechend breites Spektrum an Beiträgen und Beitragenden über die Grenzen der Organisation selbst hinaus.

- **Effizienzsteigerung des Fortbildungsangebotes**

Ein *Video-Podcast* mit fortbildungsrelevanten Inhalten soll keineswegs in Konkurrenz zum bereits bestehenden Fortbildungsangebot stehen, sondern dieses vielmehr ergänzen und bereichern. Gleichzeitig speist sich das Repertoire der Beiträge zu einem erheblichen Teil aus den Inhalten der Fortbildungen. Der *Video-Podcast* verwertet also die bereits investierte Arbeit weiter und bewirbt in einem Kreislauf erneut das Fortbildungsangebot. Fortbildung und *Podcast* treten somit in eine Symbiose, die nicht nur für beide profitabel ist, sondern auch die Effizienz insgesamt zu steigern vermag.

WAS

- **Nutzung organisationsinterner Ressourcen**

Das in die Organisation integrierte Zentrum für Digitalisierung bietet eine Infrastruktur, die für die technische Umsetzung eines *Video-Podcasts* genutzt werden kann. Eine Vernetzung innerhalb der Organisation fördert nicht nur den Austausch

und die Kommunikation zwischen den einzelnen Bereichen, sondern leistet durch eine größere und breitere Einbettung des Projektes seiner qualitativen Umsetzung Vorschub.

- **Nutzung organisationsexterner Ressourcen**

Der Fortbildungsbetrieb ist breit vernetzt und generiert viele Kontakte zu fachkundigen Personen, deren Expertise auch für digitale Beiträge fruchtbar gemacht werden kann. Die Fortbildungsveranstaltungen bringen zu bestimmten Zeiten und an bestimmten Orten die potentiellen Akteure eines Beitrages bereits zusammen, ohne dass dadurch zusätzliche Kosten anfallen.

- **Regelmäßige Videoclips mit unterrichtsbezogenen Inhalten**

Unter Berücksichtigung und Wahrung der *Corporate Identity* der Organisation soll den evangelischen Religionslehrerinnen und Religionslehrern in Österreich (die primäre Zielgruppe) monatlich ein Videobeitrag (ca. 15min) zugänglich gemacht werden. Als Beiträge wären ein Vortrag, eine Buchpräsentation oder auch ein Interview möglich. Teile der Inhalte können auch in Lernsequenzen der Ausbildungsschiene eingearbeitet werden (*Reusable Content*). Die Qualität der Inhalte, wie auch die Professionalität der Beiträge orientiert sich dabei am Leitbild der KPH. Vorbereitet, aufbereitet, bearbeitet, verantwortet und verwaltet werden diese Clips im Ressort des Bundeskoordinators für evangelische Fortbildung im Pflichtschulbereich.

- **Mediale Einbettung, Verbreitung und Bewerbung**

Die mediale Einbettung der Beiträge im Audio-Format wird über den Podcast Host anchor.fm ermöglicht, der zudem eine kontrollierte Verbreitung der Beiträge auf Podcast Plattformen (z.B.: Spotify) ermöglicht. Die Videobeiträge werden auf einen eigenen Im:Puls Youtube Channel platziert. Von dort aus können sie via Link auf Homepages (z.B.: KPH Homepage) und Social-Media Plattformen (z.B.: Facebook und Instagram) verteilt und einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Die Bewerbung des *Channels* und der Beiträge funktioniert digital und kostenfrei über Newsletter und Abonnements sowie über die KPH Homepage.

- **Auswertung und Akkreditierung**

Auf Basis der gezählten Views und Clicks kann festgestellt werden, ob die Beiträge auf Resonanz stoßen und das Angebot angenommen wird. Ebenso lässt sich auch der Erfolg des Projektes zu einem Teil an diesen Kriterien messen. Wenn auch eine Leistungsfeststellung oder eine Akkreditierung gesehener Beiträge über eine Feedbackfunktion möglich wäre, so ist doch ein *Video-Podcast* seiner Intention nach nicht mit klassischen *e-Learning* Modellen vergleichbar. Als *Serviceleistung* für evangelische Religionslehrerinnen und Religionslehrer appelliert der *Video-Podcast* vorrangig an das Interesse am eigenen Unterrichtsgegenstand und das eigene Fortbildungsengagement.