

- Erklärvideos?
- Bringt das etwas? Für TRs?
- Nachhaltig?



**HOCHSCHULE
HANNOVER**
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS

–
Fakultät I
Elektro- und
Informationstechnik

Sachverhalte visualisieren

Komplexe Inhalte in rezipientengerechten how-to-Video-Einheiten



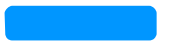
Inhalt

Ziel

Der Weg zum Rezipienten

Aus der Praxis

Zusammenfassung



Ziel

Komplexe Inhalte in rezipientengerechten how-to-Video-Einheiten

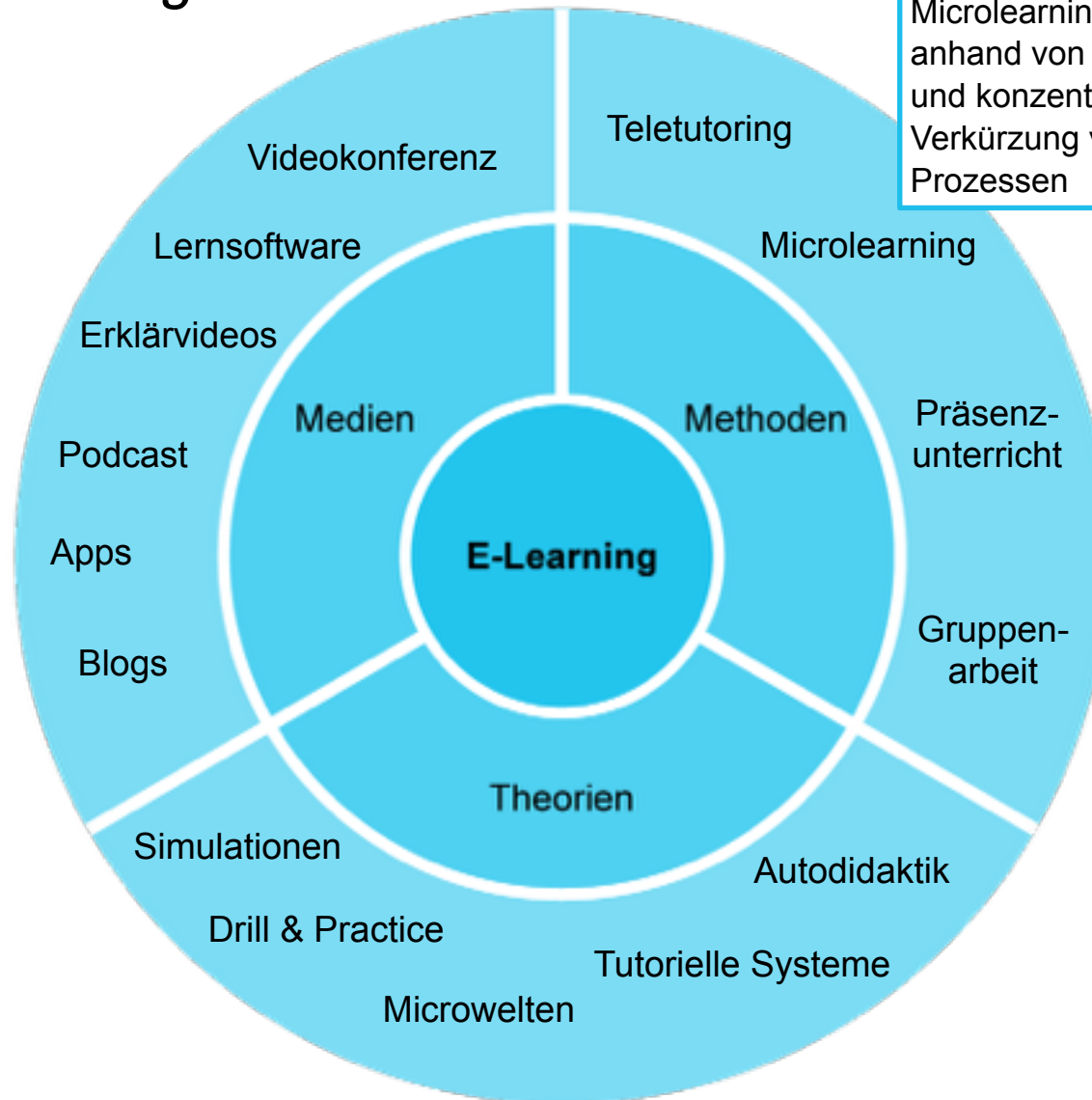
Ziel:

- Komplexe Inhalte auf kleine Lerneinheiten komprimieren
- Emotional und unterhaltend
- International
- Ist das machbar?



Der Weg zum Rezipienten

Überblick E-Learning



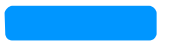
Microlearning ist das Lernen anhand von kurzen Lernsequenzen und konzentriert sich auf die zeitliche Verkürzung von didaktischen Prozessen



Der Weg zum Rezipienten

Überblick Microlearning

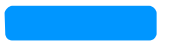
- Zeit:
Die Lernschritte sind kurz (Sekunden, höchstens Minuten).
- Inhalt:
Die Lerneinheiten sind klein und die Themen sind reduziert und einfach
- Nutzung:
mobil/unterwegs, Desktop/stationär
- Form:
Fragmente, Fakten, Episoden, Kurzelemente
- Prozess:
unterschiedlich: begleitend oder wiederholend, integriert
- Medien:
Printmedien, elektronische Medien



Der Weg zum Rezipienten

Beispiele Microlearning

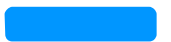
- Bildschirmschoner, die den Benutzer auffordern, kurze Folgen von einfachen Aufgaben zu lösen
- Multiple-choice Quiz auf einem Handy mittels SMS oder mobilen Anwendungen (zum Beispiel Quizduell)
- Wort oder Aufgabe des Tages als täglicher RSS-Feed oder E-Mail
- Lernkartei-Software zum Merken von Inhalten durch Wiederholung mit Zeitabständen
- Erklärvideos auf Youtube oder anderen Kanälen



Der Weg zum Rezipienten

Vorteile von Microlearning mit Erklärvideos

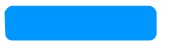
- Microlearning ermöglicht, Lernen zu einer **kontinuierlichen** Aktivität zu machen und natürliche Unterbrechungen im (Arbeits-) Alltag oder Fahrt- und Reisezeiten für kleine aber intensive Lernschritte zu nutzen.
- Vertreter der jüngeren Generationen müssen kaum Hemmschwellen überwinden, um die neuen Medien auch für Lernzwecke zu nutzen.
- Erklärvideos ermöglichen eine bestmögliche **Ergänzung** bisheriger Lernformen, angepasst an einen steigenden Lernbedarf, eine immer mobilere und dynamischere Gesellschaft, grenzüberschreitende Berufstätigkeit sowie den Wunsch nach **situativem Lernen just in time**.
- Microlearning eignet sich besonders für das Wiederholungslernen, als **Erinnerungsstütze**.



Der Weg zum Rezipienten

Microlearning mit Erklärvideos

- Ergebnis einer Befragung der Dualen Hochschule Baden-Württemberg zum Thema „eLearning-Themen für die Zukunft“:
 - Microlearning, das beispielsweise zur Problemlösung am Arbeitsplatz dient, wird von 58 % als „sehr wichtig“ und „wichtig“ für die Zukunft eingeschätzt.
- Ergebnis einer Studie des Massachusetts Institute for Technology:
 - Ein Lernvideo sollte nicht länger als sechs Minuten sein, da danach die Tendenz des Lernenden immer höher wird, das Video vorzeitig zu beenden.
 - Ein Podcast sollte nicht länger als drei Minuten sein und ein Blog-Artikel sollte nicht mehr als 500 Wörter haben, da er sonst selten zu Ende gelesen wird.



Der Weg zum Rezipienten

Microlearning mit Erklärvideos

Salman Amin Khan
<http://www.khanacademy.org>
Youtube subscribers: 2.124.422

- Ergebnis der Studie „How Video Production Affects Student Engagement - An Empirical Study of MOOC Videos“ von Philip J. Guo, Jubo Kim und Rob Rubin:
 - Das Durchhaltevermögen von Lernenden ist bei „Khan-Style“-Tutorials höher als bei einem Video mit PowerPoint Slides
 - Der Erfolg von Videos mit **handskizzierten Inhalten ist 2x so hoch** und für den Lernenden ansprechender als als statische Computerschriften.





Der Weg zum Rezipienten

Fakten über Youtube



- YouTube hat mehr als eine Milliarde Nutzer.
- **Täglich** werden auf YouTube Videos mit einer Gesamtdauer von mehreren hundert Millionen Stunden wiedergegeben und **Milliarden Aufrufe** generiert.
- **Pro Minute** werden **300 Stunden** Videomaterial auf YouTube hochgeladen.
- Das ist **in 30 Tagen mehr Material**, als die drei größten amerikanischen TV-Gesellschaften ABC, CBS und NBC in den **letzten 30 Jahren** zustande brachten.
- Die Anzahl der Stunden, die Nutzer jeden Monat auf YouTube ansehen, steigt jährlich um 50 % im Vergleich zum Vorjahr.
- YouTube gibt es in 75 Ländern und 61 Sprachen.
- Suchmaschinenbetreiber Google erwarb YouTube 2006 für einen Aktienanteil von 1,31 Milliarden Euro.

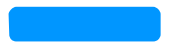


Der Weg zum Rezipienten

Fakten über Youtube



- 20 Prozent der Zuschauer klicken das gerade angewählte Video bereits innerhalb der ersten zehn Sekunden wieder weg.
- Nach einer Minute sind es bereits 45 Prozent, die das Video frühzeitig beenden und nach zwei Minuten haben sich bereits 60 Prozent der Zuschauer verabschiedet.
- Mehr als 80 Prozent verlassen das Video, wenn dieses nicht sofort startet, ruckelt oder zwischendurch nachlädt.
- Beliebte Inhalte sind News (33 Prozent) und Comedy-Content (38 Prozent). Knapp ein weiteres Drittel entfällt auf das weite Feld der Musik.



Der Weg zum Rezipienten

Fakten über Youtube



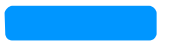
- 2012 lag der Gesamtumsatz aus Werbung bei rund vier Milliarden Dollar.
- Im Vergleich zum Vorjahr ist das eine Steigerung um 60 Prozent.
- Die **Hälfte der Aufrufe** werden über **Mobilgeräte** generiert.
- Der über Mobilgeräte generierte Umsatz steigt auf YouTube pro Jahr um über 100 Prozent.
- Laut dem Social Media Examiner planen alleine in den USA 76 Prozent der Marketing-Entscheider, ihre Videoaktivitäten auf YouTube deutlich zu verstärken.
- **50 Prozent der Führungskräfte** suchen nach weiteren Informationen zu einem Produkt, nachdem sie durch ein Video darauf aufmerksam geworden sind.
- Laut eines Berichtes des Magazins Forbes geben fast **60 Prozent der Entscheider** zu, selbst **lieber ein Video** zu sehen anstatt einen Text zu lesen.



Der Weg zum Rezipienten

Beliebte Youtube-Formate

- Beliebte Youtube-Formate sind:
 - Tutorials jeglicher Art
 - Challenges
 - Hauls
 - Let`s Plays
 - Vlogs
 - Follow-me-around
 - FAQs
 - Unboxings
 - Dokumentationen
 - Musik
 - Parodien
 - Fail-Videos

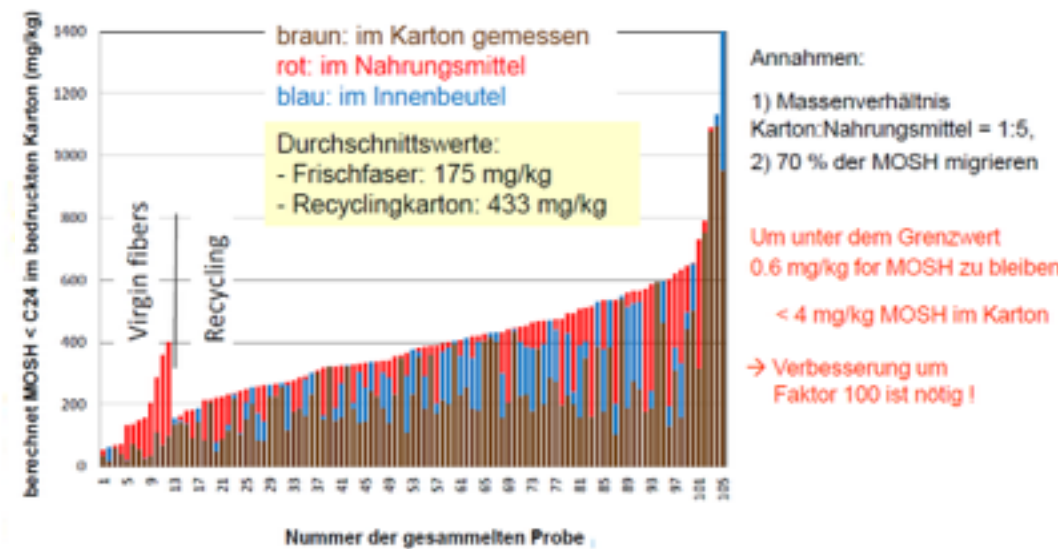


Aus der Praxis

Spezialpapier für den LEH

Fakten:

- Mineralöl sind seit 1990 in Lebensmitteln nachgewiesen
- giftige Kohlenwasserstoff Gemische durch Druckfarben
- ~ 10% giftige Mineralöle bleiben nach dem Recycling im Papier
- Migration von Mineralölen in Lebensmittel
- Querkontamination von Stoffen über Verpackungen und Versand (Phtalate, Benzophenon, BPA, DIPN)
- Giftige Mineralöle:
 - MOSH (Mineral Oil Saturated Hydrocarbons) gesättigte ketten- und ringförmige KWS (Kohlenwasserstoffe)
 - MOAH (Mineral Oil Aromatic Hydrocarbons) aromatische (ungesättigte) KWS (Kohlenwasserstoffe)
- MOAH hat eine gefährlichere Bedeutung für den Menschen und eine kleinere Molekularstruktur.
- Beispiel eine Faltschachtel aus Frischfaser für Nudeln:
ca. 1mg/Kg MOSH // Umkarton: ca. 95 mg/Kg MOSH
- Bundesinstitut für Risikobewertung:
Mineralöle = Krebs, Leberentzündungen, Herzschäden, Lymphknoten Schäden



Aus der Praxis

Spezialpapier für den LEH

Lösungsansätze:

- Barriere schaffen (Effektive MOSH / MOAH Barriere)
- Laminate
- Extrusionsbeschichtung (Kaschieren)
- Innenbeutel
- Funktionalität (Fett / Öl Barriere usw.)
- Heißsiegelfähig
- Geeignet für Barriere Anwendungen in der Weiterverarbeitung wie Dispersion usw.



Aus der Praxis

Spezialpapier für den LEH

Idee:

- Primär wird eine MOAH-Barriere angestrebt, da dadurch automatisch auch eine MOSH-Barriere erzielt wird.
- eine MOB (Mineral Oil Barrier) ist sehr wichtig und muss geschaffen werden
- Sappi (größter Papierhersteller der Welt) hat in Zusammenarbeit mit BASF (Dispersionsmittel) eine MOB-Papierlösung entwickelt.
- Das Sappi-Papier erhält bei der Papierproduktion eine Barriere-Beschichtung von BASF (Dispersionsbeschichtung).
- Der Risi „PPI Award 2013 für Advances and Innovation“ ging an Sappi MOB Papiere.



Aus der Praxis

Spezialpapier für den LEH

Herausforderung:

- Erklärvideo des komplexen Sachverhaltes mit stimulierenden emotionalen Elementen
- Zielgruppe Entscheider und Einkäufer (~ 85% männlich)
- International einsetzbar
- Kein Ton / Sprecher (Übersetzungskosten)
- Länge: unter 1:30

Ergebnis:

- <http://algro-guard-m.com/home-de/>



Zusammenfassung

Komplexe Inhalte in rezipientengerechten how-to-Video-Einheiten

Annahme:

- Ein TR ist ein Informationsspezialist/architekt, der komplexe Sachverhalte (rezipientengerecht) aufbereitet.
- Der TR sollte dann folgende Punkte berücksichtigen:
 - Einsatzzweck, Mediengerecht, Nutzungsdauer, Verfügbarkeit, Zielgruppengerecht

Kritische Frage:

- Ab wann ist ein Erklärvideo eine gesunde Alternative zur „klassischen“ Dokumentation?
- Sind wir (TRs) zu wenig grafisch bzw. medial?



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

