

Case Study:

Otto Group

Das Ziel: Digitales Lernen erfolgreich implementieren

Wie schafft man es, Mitarbeiter regelmäßig und langfristig zum Lernen zu bewegen? Masterplan.com gestaltete gemeinsam mit der Otto Group eine Pilotphase, um zunächst auszuloten, wie digitale Lernangebote einfach und dauerhaft in die Organisation implementiert werden können.

Nach dem erfolgreichen Abschluss der Pilotphase rollt die Otto Group Masterplan nun international auf alle 55.000 Mitarbeiter aus - und beginnt so eine langfristige Zusammenarbeit im Bereich „Digitales Lernen“.

Die Herausforderung: Wie können alle Mitarbeiter mitgenommen werden?

Die Otto Group hatte vor der Zusammenarbeit mit Masterplan kein digitales Lernangebot flächendeckend eingeführt. Es stellte sich daher die Herausforderung, zunächst jeden einzelnen Mitarbeiter - vom Azubi bis zum CEO - zu befähigen, die Plattform zu nutzen und deutlich zu machen, warum die digitale Transformation lebenslanges Lernen für jeden voraussetzt.

Doch damit nicht genug: Um langfristig eine Lernkultur zu schaffen und Masterplan als digitalen Lernhub dauerhaft zu verankern, galt es vor allem eins zu verstehen: Wie funktioniert Lernen in Organisationen grundsätzlich? Was sind die Voraussetzungen, die für regelmäßiges Lernen gegeben sein müssen?

Die Lösung: Kommunikation & Social Learning

Die Otto Group startete ihre Pilotphase mit 400 Teilnehmern, die bewusst heterogen zusammengestellt wurde. Alle Alters- und Hierarchiestufen sowie die unterschiedlichsten Fachbereiche waren vertreten.

Von Beginn an stellten Masterplan.com und Otto eine **quantitative und qualitative Auswertung** sicher, um Verhalten und Anforderungen der Mitarbeiter datengestützt auszuwerten. Es wurden dafür sowohl auf der Plattform, als auch analog vor Ort Maßnahmen getroffen. Bestehende Angebote wurden um digitale ergänzt, um orts- und zeitunabhängiges Lernen zu ermöglichen.

Durch die Erhebung und Auswertung von Daten durch regelmäßige Routinen, Workshops und Befragungen stellte sich heraus, dass vor allem eine **intensive und frühzeitige Kommunikation** entscheidend ist. Die Otto Group hat sehr früh alle Stakeholder in den Prozess mit einbezogen und gemeinsam mit Masterplan eine Vorbereitungsphase geplant. Unterstützt wurde diese vorlaufende Kommunikation durch ein eigens produziertes CEO-Video mit Alexander Birken, der vor Beginn des digitalen Grundkurses auf den Sinn des digitalen Lernangebots und dessen Relevanz für die gesamte Unternehmung einging. Zudem wurde klar kommuniziert, dass alle Nutzer eine Lernzeit von mindestens zwei Stunden pro Monat einplanen sollten.

Darüber hinaus schlossen sich viele Teilnehmer zu Lerngruppen zusammen. Die Daten zeigten eindeutig, dass gemeinsames Lernen sich als effektiver erwies. Dabei erwies sich die Rolle der Führungskräfte als weniger relevant als die der direkten Kollegen - kurz: Wenn gemeinsam mit direkten Kollegen gelernt wird, wird häufiger gelernt.

Das Ergebnis: Offenheit für Lernangebote

Es zeigte sich deutlich, dass Mitarbeiter grundsätzlich sehr bereit sind zu lernen, wenn die Rahmenbedingungen stimmen: Es gab eine sehr große Offenheit ggü. lebenslangem Lernen und Lernen mit digitalen Angeboten - unabhängig von Alters- und Hierarchiestufen.

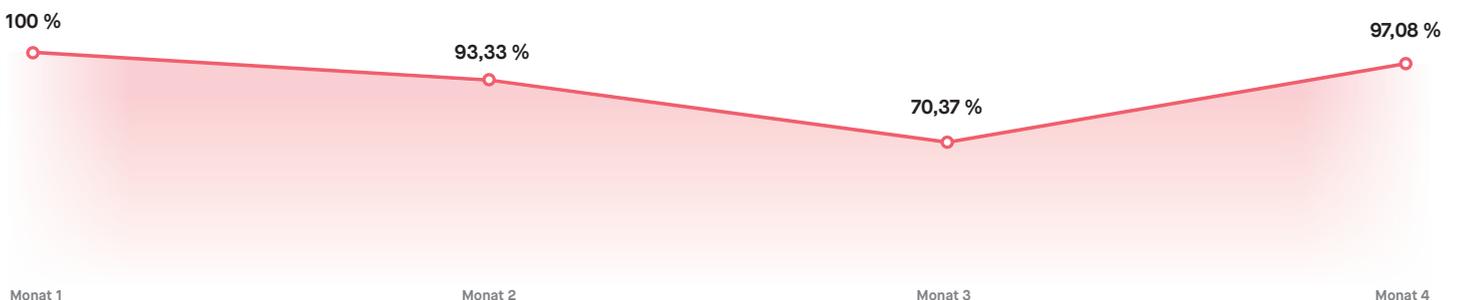
Besonders hervorzuheben war, dass viele Lernende bereit waren, in der Freizeit zu lernen. Lernende, die Masterplan.com hauptsächlich in der Freizeit nutzen, lernen ca. 60% mehr pro Lernsession.

Die Ergebnisse sprechen die eindeutige Sprache: Es liegt nicht an der Bereitschaft der Mitarbeiter, sondern an der Organisation, die richtigen Rahmenbedingungen für die erfolgreiche Implementierung digitaler Lernangebote zu schaffen.

Die Erkenntnisse flossen nicht nur in die lernende Organisation, sondern auch in die Produktentwicklung von Masterplan ein. So wurde bspw. das "Learn Buddy"-Feature für Mikro-Lerngruppen aufgrund der Datenbasis entwickelt.

Die Otto Group und Masterplan sind weiterhin im engen Austausch und arbeiten gemeinsam daran, ein noch größeres Verständnis über Lernen in Organisationen zu gewinnen.

Monatliche Nutzer (MAU)



150

Minuten / User

Durchschnittliche Lernzeit im Monat



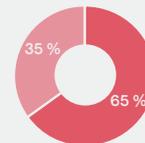
96 %

Ich würde Masterplan an meine Kollegen weiterempfehlen



95 %

Das Lernen mit Masterplan bewerte ich für mich als großen Erfolg



35 % der Lektionen wurden in der Freizeit gelernt

● Arbeitszeit ● Freizeit



Alexander Birken
CEO

„Masterplan hat entschieden dazu beigetragen, dass unsere Mitarbeiter ein Verständnis über die digitale Transformation und Offenheit neuen Arbeitsmethoden gegenüber entwickeln“