

Zukunftsgestalter in Bibliotheken 2017

AR 3177a

Christine Faidt und Tina Grahl

Informationskompetenz online: Mit lebendigen Webinaren neue Zielgruppen individuell ansprechen

Zusammenfassung: Mit Webinaren und Online-Beratung können Bibliotheken ihr Service-Portfolio erweitern und an die Bedürfnisse von neuen Zielgruppen, insbesondere nicht-traditionellen Studierenden, anpassen. Bereits vorhandene Präsenzkonzepte lassen sich mit wenig Aufwand didaktisch aufbereiten und in die digitale Welt überführen. Die Online-Angebote vermitteln den Teilnehmenden neben Inhalten auch digitale Kompetenzen und tragen außerdem zur erfolgreichen Positionierung der Bibliothek im virtuellen Raum bei.

Schlüsselwörter: E-Learning, Webinar, Informationskompetenz, Online-Beratung

Information Literacy Online: Addressing New Target Groups Individually With Interactive Webinars

Abstract: With webinars and advisory services online, libraries can extend their service portfolio and adapt it to the needs of new target groups, especially non-traditional students. Existing presence teaching concepts can be customized with a different didactical approach and transferred into the digital world. In addition to content, the webinars also impart digital competencies to the participants and contribute to the successful positioning of the library in the virtual space.

Keywords: E-Learning, webinar, information literacy, advisory service online

1 Die Webinare der Bibliothek der Hochschule Aschaffenburg

Die Hochschulbibliothek ist die zentrale Informationseinrichtung der Hochschule Aschaffenburg. Hauptzielgruppe sind ca. 3400 Studierende und 300 Professoren und Mitarbeiter.¹ Der Bestand orientiert sich am Studienangebot in den Wirtschafts-, Rechts- und Ingenieurwissenschaften sowie den Forschungstätigkeiten der Wissenschaftler. Zu den Dienstleistungen zählen darüber hinaus der Publikationsserver der Hochschule sowie Beratungs- und Schulungsangebote. Das Bibliotheksteam besteht aus sieben Mitarbeitern, von denen zwei mit der Vermittlung von Informationskompetenz betraut sind.

¹ Hochschule Aschaffenburg (2017a).

Seit dem Wintersemester 2015/2016 bietet die Hochschulbibliothek Aschaffenburg Webinare zu den Themen Recherche, Zitieren und Literaturverwaltung an. Ebenfalls steht den Studierenden eine Online-Beratung zur Verfügung, in welcher individuelle Fragen zum wissenschaftlichen Arbeiten besprochen werden können.² Die Online-Angebote werden ergänzend zu den Präsenzkursen bzw. zur Beratung vor Ort angeboten.

1.1 Hintergrund und Motivation

Die Hochschulbibliothek Aschaffenburg erhebt den Anspruch, ihr Kurs- und Beratungsangebot allen Studierenden der Hochschule im gleichen Umfang zur Verfügung zu stellen und berücksichtigt daher die besonderen Studienformen nicht-traditioneller Studierender.³ Diese Gruppe nimmt an der Hochschule wie auch deutschlandweit zu.⁴ Ebenfalls interessant ist das Angebot für Studierende im Praxissemester und Studierende, die ihre Abschlussarbeit im Unternehmen schreiben. All diese Studierenden können vor Ort stattfindende Kurse der Bibliothek aus zeitlichen bzw. organisatorischen Gründen nur seltener oder gar nicht besuchen.

1.2 Konzeption

Der Begriff Webinar setzt sich zusammen aus „Web“ und „Seminar“ und bezeichnet eine Schulung, die online stattfindet und mit Hilfe entsprechender Software live übertragen wird. Das Webinar ist somit an einen Termin, nicht aber an einen Ort gebunden. Die Teilnehmenden müssen sich zur gleichen Zeit in den virtuellen Raum einloggen, können dies aber von unterschiedlichen Orten aus tun. Dadurch sind Termine für die Zielgruppe einfacher wahrzunehmen. Außerdem bietet das Webinar die Möglichkeit des persönlichen Kontakts. So können im Webinar – im Gegensatz zu Tutorials, Selbstlernkursen oder MOOCs – Verständnisfragen und individuelle Probleme der Teilnehmenden direkt besprochen werden. Zudem können Inhalte und Beispiele spontan an die Teilnehmenden angepasst werden.

Die Inhalte der Präsenzkurse zu den Themen Recherchieren, Zitieren und Literaturverwaltung werden in abgewandelter Form im virtuellen Raum umgesetzt und durch aktivierende Elemente, wie Quiz und Whiteboard ergänzt. Parallel zu den Webinaren wurde die Online-Beratung als Angebot geschaffen, die – wie die Beratung vor Ort – für individuelle Fragen zum Recherchieren, Zitieren oder

² Hochschule Aschaffenburg (2017b).

³ Als nicht-traditionelle Studierende werden „Studierende, die *nicht auf dem geraden Weg* bzw. in der vorherrschenden zeitlichen Sequenz und Dauer *zur Hochschule* gekommen sind, *nicht die regulären schulischen Voraussetzungen* für den Hochschulzugang erfüllen, und solche, die *nicht in der üblichen Form des Vollzeit- und Präsenzstudiums* studieren“ definiert. Siehe Teichler und Wolter (2004) 64-80.

⁴ Im Sommersemester 2017 umfasste die Gruppe über 170 Studierende, davon 74 in berufsbegleitenden Studiengängen, 14 im Teilzeitstudium und 84 Studierende mit erweitertem Hochschulzugang ohne Abitur. Daten zu Studierenden mit Kind oder Pflegeverantwortung wurden nicht erfasst. Deutschlandweit nimmt das Angebot an Studiengängen mit besonderen Studienformen zu. 2016 studierten laut der 21. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerkes an Fachhochschulen 13% der Studierenden einen dualen Studiengang, 5% berufsbegleitend und 5% in Teilzeit. Siehe Middendorff et al. (2017) 15.

zu Literaturverwaltungsprogrammen genutzt wird. Zur Durchführung werden die gleichen technischen Komponenten wie für die Webinare verwendet.⁵

1.3 Didaktische Umsetzung

Das Webinar unterscheidet sich deutlich von einer Präsenzveranstaltung. Neben den genannten Vorteilen wie der Unabhängigkeit vom Veranstaltungsort sollten Trainer sich bewusst machen, dass die persönliche Präsenz im virtuellen Raum fehlt.⁶ Händeschütteln zur Begrüßung, Blickkontakt oder körpersprachliche Signale wie Mimik der Teilnehmer können nicht übertragen werden. Auch der Einsatz von Webkameras kann dies nicht vollständig auffangen. Daraus ergeben sich zwei zentrale Folgen: Erstens erhält der Dozent weniger Rückmeldung über Mimik, Körpersprache etc. Zweitens fordert das Webinar mehr Konzentration bei Teilnehmenden und Dozenten. In Phasen, in denen die Konzentration nachlässt, lassen sich Teilnehmer einfacher ablenken, da sie z.B. parallel Mails bearbeiten können. Das Wiedereinsteigen in das Webinar fällt einem abgelenkten Teilnehmer außerdem schwerer als in einer Präsenzveranstaltung. Mit Hilfe einer guten Strukturierung und aktivierenden Methoden wie Quizfragen und Übungen können diese Nachteile des virtuellen Raumes jedoch ausgeglichen werden. Gute Einführungen in aktivierende Methoden für Webinare bieten Hermann-Ruess und Ott (2014), Luber und Geisler (2016) sowie Klein (2015). Im Folgenden werden aktivierende Elemente aus den Webinaren der Hochschulbibliothek Aschaffenburg sowie aus der Fortbildung „Keine Angst vor Webinaren“ – Webinare in Bibliotheken vorgestellt.

1.3.1 Kursphase Ankommen – Kennenlernen – Einstieg

Zu Beginn des Webinars stehen das Ankommen im Webinarraum, das Kennenlernen der Teilnehmenden und der Einstieg in das Thema im Mittelpunkt. Je nach Art, Inhalt und Dauer der Veranstaltung bzw. abhängig von der Gruppengröße kommen diese Phasen unterschiedlich ausgeprägt zum Einsatz. Eine einfache Möglichkeit, um den Teilnehmenden das Ankommen und die erste Orientierung im virtuellen Raum zu erleichtern, ist eine Umfrage in Form einer Auswahlfrage. Die Umfrage dient dabei als Einstieg in den Webinarraum, wird aber idealerweise bereits mit dem Thema - wenn z.B. Erfahrungen, Vorwissen oder Interessen abgefragt werden – oder mit dem Kennenlernen verbunden. Über die Abfrage des Studiengangs oder des Fachsemesters können die Teilnehmenden (ebenso wie der Dozent) einen Eindruck von der Zusammensetzung der Gruppe erhalten und sich darin verorten.

⁵ Informationen zur Technik des Webinars siehe Arbeitskreis Fortbildung der Bibliotheken von Hochschule Bayern (2017).

⁶ Hermann-Ruess und Ott (2014) 13-14.

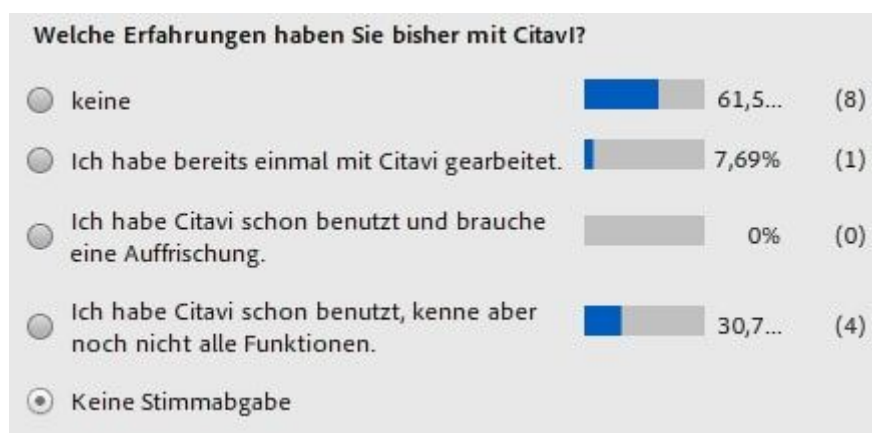


Abb. 1: Welche Erfahrungen haben Sie bisher mit Citavi? (Screenshot aus Adobe Connect)

Die Erstellung, Durchführung und Nachbearbeitung von Auswahlfragen nimmt wenig Zeit in Anspruch. Zugleich bedarf es seitens der Teilnehmenden keiner technischen Vorkenntnisse, da die Antwort durch einfaches Klicken ausgewählt wird. Für Teilnehmende ohne Erfahrung in virtuellen Räumen können durch die informelle und einfache Benutzung des Tools Hemmungen vor der Technik abgebaut werden. Das Ankommen und die erste Orientierung im Webinarraum können durch den Einsatz einer solchen Umfrage erleichtert werden. Das sorgt für eine angenehme Lernatmosphäre und erhöht die Chance auf eine spätere Teilnahme an weiteren Aktivierungen. Je mehr Interaktionen und Gruppenarbeitsphasen es im Verlauf des Webinars geben wird, desto mehr Zeit sollte in die Startphase des Webinars investiert werden.

1.3.2 Kursphase Bearbeitung des Themas

In dieser Phase wird das Thema erschlossen. Sie gilt daher – in der Präsenz wie auch im Webinar – als Hauptphase und nimmt i.d.R. auch zeitlich den meisten Raum ein. Da in dieser Phase seitens des Dozenten viel inhaltlicher Input erfolgt, sind zugleich auch Aktivierungen besonders wichtig. Da die Aufmerksamkeitsspanne im Webinar i.d.R. kürzer als in einer Präsenzveranstaltung ist, sollten die Aktivierungen nach spätestens 10 Minuten erfolgen.⁷ Wenn also Präsentationen oder Anwendungen wie die Recherche in einer Datenbank oder die Nutzung einer Software mittels Screensharing gezeigt werden, sollten diese ausreichend strukturiert und durch Aktivierungen unterbrochen bzw. ergänzt werden. In den Webinaren zur Einführung in die Recherche und das Zitieren setzen wir aktuell v.a. Quizfragen ein, da diese sowohl in der Erstellung als auch in der Bearbeitung durch die Teilnehmenden wenig Zeit in Anspruch nehmen. So können auch in kürzeren Webinaren mehrere Aktivierungen umgesetzt werden.

⁷ Vgl. Hermann-Ruess und Ott (2014) 126.


Wie können Sie Auslassungen in einem wörtlichen Zitat kennzeichnen?

<input type="radio"/> et al.	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	0%	(0)
<input type="radio"/> [...]	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	0%	(0)
<input type="radio"/> [sic]	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	0%	(0)
<input type="radio"/> Ebenda.	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	0%	(0)
<input checked="" type="radio"/> Keine Stimmabgabe			

Abb. 2: Wie können Sie Auslassungen in einem wörtlichen Zitat kennzeichnen? (Screenshot aus Adobe Connect)

Möglich sind auch aus der Praxis bekannte Methoden zu Reflektion, Wiederholung, Transfer und Anwendung des neuen Wissens wie Zuordnungsaufgaben („Ordnen Sie die Beispiele den Zitierweisen zu!“), Aufgaben zur Vervollständigung („Vervollständigen Sie die folgenden Aussagen!“), Brainstorming („Zu welchen Inhalten würden Sie ein Webinar anbieten?“) oder Diskussionen („Was spricht für und was spricht gegen den Einsatz von Webinaren?“).

Was spricht für und was spricht gegen den Einsatz von Webinaren?



pro

Stimmabgaben anzeigen | Bearbeiten | Erneut öffnen

Bei dieser Umfrage kann nicht mehr abgestimmt werden. Klicken Sie auf „Erneut öffnen“, wenn Sie zulassen möchten

Geben Sie Ihre Antwort hier ein...

Ergebnisse veröffentlichen

Antworten (9)

- Unabhängig von Raum und Zeit
- kostengünstig - d.h. keine Reisekosten
- TN finden die Form interessant. Gerade Schülerinnen und Schüler.
- geringer Zeitaufwand fr keine Reisekosten ür die TN
- Teilnahmekapazität ist viel höher
- neue Zielgruppen / erreicht Personen, die nicht an Präsensterminen teilnehmen können
- auch größere Gruppen leichter zu schulen
- Anonymität - viele tun sich leichter, zu fragen
- Termine sind einfacher wahrzunehmen

kontra

Stimmabgaben anzeigen | Bearbeiten | Umfrage beenden

Geben Sie Ihre Antwort hier ein...

Ergebnisse veröffentlichen

Antworten (8)

- Ablenkung
- Technik muss vorhanden sein
- persönliche Netzwerkbildung fehlt
- Man ist schneller abgetenkt und surft event. nebenbei
- Anonymität
- Nutzer müssen mit der Technik umgehen können
- Technische Hürden
- Abhängigkeit von Technik

Abb. 3: Was spricht für und was spricht gegen den Einsatz von Webinaren? (Screenshot aus Adobe Connect)

Im Webinar zum Literaturverwaltungsprogramm Citavi setzen wir außerdem kurze Übungen ein, die die Teilnehmenden am eigenen PC durchführen. Bei Übungen ist es notwendig eine eindeutig formulierte Aufgabenstellung und eine Bearbeitungszeit vorzugeben. Zusätzlich fragen wir über eine Umfrage nach der Beendigung der Aufgabe.

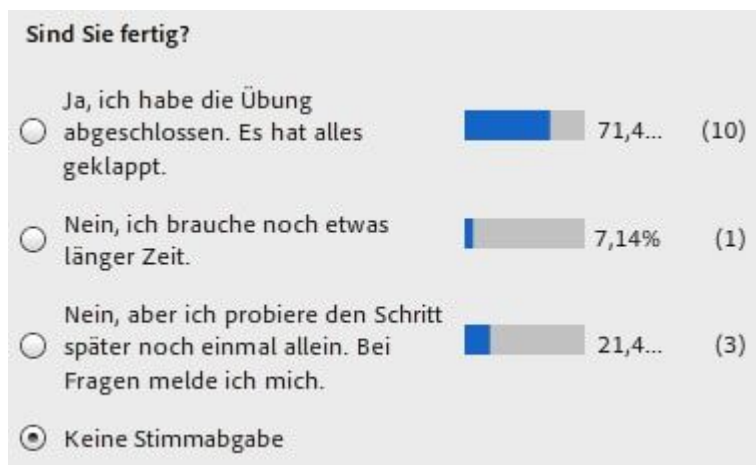


Abb. 4: Sind Sie fertig? (Screenshot aus Adobe Connect)

1.3.3 Kursphase Abschluss und Feedback

Für den Abschluss des Webinars sind Methoden geeignet, die die Teilnehmenden motivieren das neue Wissen noch einmal zu resümieren. Die Methode Spickzettel ist als Umfrage mit Kurzantwort, d.h. mit freier Antwortmöglichkeit einfach umzusetzen („Notieren Sie die wichtigsten Begriffe aus dem heutigen Webinar, die sie auf einem Spickzettel notieren würden, wenn wir gleich einen Test schreiben würden!“). Auch mittels Whiteboard können Quiz oder Abstimmung in Form von Skalafragen umgesetzt werden, indem die Frage oder Aufgabe und mögliche Antworten als Visualisierungen vorgegeben werden.



Abb. 5: Wo können Sie sich den Einsatz von Webinaren in ihrer Bibliothek vorstellen? (Screenshot aus Adobe Connect)

Um Feedback einzufordern, eignen sich ebenfalls Umfragen mit geschlossenen Fragen oder das Whiteboard mit vorgegebenem Inhalt. Auch hier können aus der Präsenz bekannte Methoden adaptiert werden.

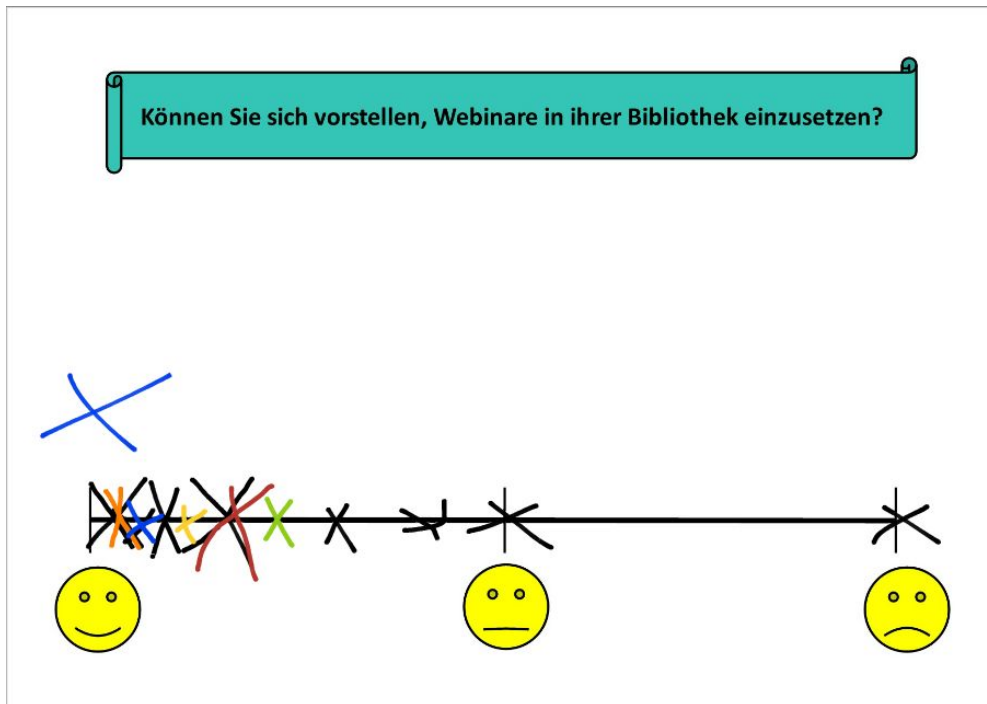


Abb. 6: Können Sie sich vorstellen, Webinare in ihrer Bibliothek einzusetzen? (Screenshot aus Adobe Connect)

Darüber hinaus steht während des Webinars ein Chat zur Verfügung, der für Rückmeldungen und Fragen zu Ablauf und Inhalt genutzt wird. Um die Nutzung des Chats zu fördern, sollte zu Beginn des Webinars auf das Tool hingewiesen werden. Zudem kann die Kommunikation über den Chat auch durch Fragen wie „Was ist das Thema ihrer Arbeit?“ angeregt werden.

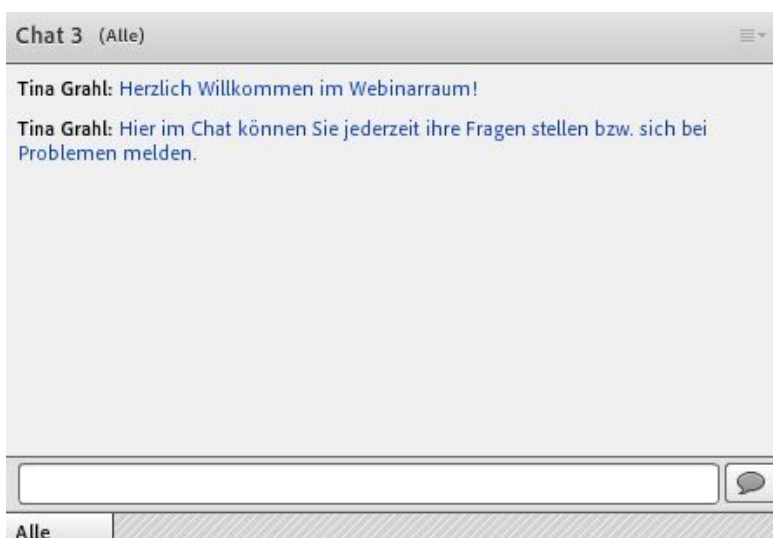


Abb. 7: Chat (Screenshot aus Adobe Connect)

Aktivierende Inhalte sollten in Webinaren fest eingeplant werden. Gerade für Webinareinsteiger hat sich die Erstellung eines Ablaufplans bewährt, in dem neben den Folien und Sprechanteilen die aktivierenden Methoden einzeln aufgeführt werden.⁸ Zwar ist die Beteiligung der Teilnehmenden nicht ausschließlich von den Aktivierungen abhängig, sie kann jedoch durch zielgerichtete Aktivierungen gefördert werden. Eine aktive und positive Lernatmosphäre trägt dazu bei, dass Teilnehmende sich am Webinar beteiligen und sich auch nach dem Webinar mit Fragen zum Thema an den Dozenten wenden.

2 Umsetzung an der Hochschule Aschaffenburg

Nach einer Einarbeitung in Technik und Didaktik durch zwei Mitarbeiter wurden nach zwei Monaten erste Termine im Wintersemester 2015/16 angeboten. Die ersten Termine wurden zu zweit umgesetzt, sodass sich ein Mitarbeiter auf den Vortrag und die Präsentation konzentrieren konnte und der zweite Mitarbeiter die Kommunikation im Chat übernahm. Mittlerweile werden die Webinare von jeweils einem Mitarbeiter durchgeführt.

Unter den Teilnehmenden sind regelmäßig Studierende aus berufsbegleitenden Studiengängen, Studierende im Praxissemester und Studierende, die ihre Abschlussarbeit nicht vor Ort schreiben. Gab es für die ersten Termine noch wenige Anmeldungen, konnte sich das Angebot im Laufe des ersten Jahres etablieren. Im Jahr 2016 hat die Hochschulbibliothek Aschaffenburg acht Webinare mit insgesamt 42 Teilnehmenden durchgeführt. Mittlerweile sind die Anmeldezahlen mit denen der Präsenzkurse vergleichbar. Allein im ersten Halbjahr 2017 wurden 11 Termine mit insgesamt 67 Teilnehmenden realisiert. In der vorlesungsfreien Zeit gibt es für die Webinare z.T. mehr Anmeldungen als für die parallel stattfindenden Präsenzkurse.

In den Webinaren nehmen die Studierenden an den aktivierenden Elementen, d.h. an Umfragen, Quiz und Übung teil und nutzen den Chat für Verständnisfragen und Fragen zu ihrem konkreten Schreibprojekt.

Das Feedback der Studierenden zum Angebot ist durchweg positiv. Vereinzelt melden sich die Studierende im Anschluss an das Webinar mit vertiefenden Fragen zum Inhalt, insbesondere zu ihrem Schreibprojekt.

3 Marketing

Für die Vermarktung des Angebotes wurde zunächst die Webseite angepasst, sodass Präsenz- und Onlineberatung gemeinsam beworben werden. Die Termine werden auf einer eigenen Webseite und dem Kursportal der Hochschule veröffentlicht, über das die Anmeldung getätigt werden kann. Die

⁸ Vgl. Luber und Geisler (2016) 89; Arbeitskreis Fortbildung der Bibliotheken von Hochschule Bayern (2017).

Zielgruppe der Studierenden wird über den hochschulinternen Nachrichtendienst „Campus Info“ und Social-Media-Kanäle wie Twitter und Facebook angesprochen. Als besondere Zielgruppe werden die Studierenden der berufsbegleitenden Studiengänge über das E-Learning-Portal Moodle direkt in den Kursen über die neuen Termine informiert. Dozenten werden als Multiplikatoren regelmäßig per Mail auf das aktuelle Kursangebot aufmerksam gemacht.

4 Übertragbarkeit

Die Implementierung eines Webinar-Angebotes als Ergänzung zu Präsenzkursen ist für Bibliotheken einfach und kostengünstig möglich. Die technischen Komponenten stehen meist bereits zur Verfügung. Hochschulbibliotheken können i.d.R. über den DFN-Rahmenvertrag auf Adobe Connect zugreifen.⁹ Inhaltlich und didaktisch können Inhalte aus vorhandenen Präsenzveranstaltungen übernommen und angepasst werden. Um die Umsetzung von Webinaren in anderen Bibliotheken zu erleichtern, haben Christine Faidt und Tina Grahl gemeinsam mit Teresa Ledermann (Hochschulbibliothek Ansbach) im Januar 2017 eine Fortbildung für Bibliothekare angeboten.¹⁰ Inhalte der dreiteiligen Reihe „Keine Angst vor Webinaren“ – Webinare in Bibliotheken waren eine Einführung in Technik und Didaktik des Webinars sowie eine Vorstellung von Best-Practice-Beispielen zum Einsatz von Webinaren in Bibliotheken in Form von Schulungen und Beratungen, Fortbildungen von Lehrern und Mitarbeitern sowie Meetings.

5 Fazit

In Wirtschaft, Industrie und Erwachsenenbildung sind virtuelle Räume bzw. Webinare als Kommunikationsmittel und Schulungsform bereits etabliert und werden in den nächsten Jahren voraussichtlich zunehmend eingesetzt. So gaben in einer Umfrage des mmb Institut für Medien- und Kompetenzforschung 87% der befragten Experten an, dass Webinare in den kommenden Jahren eine zentrale Bedeutung beim Lernen in Unternehmen haben werden.¹¹ Meetings wie Teambesprechungen oder Arbeitskreise, ebenso wie Fortbildungen, Tagungen und Seminarreihen können als Webinar umgesetzt werden und sparen so Zeit und Kosten, da z.B. Fahrten zum Veranstaltungsort entfallen. Viele Kurse können als Webinar daher günstiger oder kostenfrei angeboten werden. Auch die Kommunikation mit Mitarbeitern im Home-Office oder an verschiedenen Standorten kann mit Hilfe virtueller Räume gestaltet werden.

Hochschulbibliotheken können Webinare als neue Form für Beratung und Wissensvermittlung nutzen, um ihr Serviceangebot zu erweitern und an die Bedürfnisse der wachsenden Gruppe von nicht-traditionellen Studierenden anzupassen. Für Hochschulen mit mehreren Standorten oder

⁹ Deutsches Forschungsnetz (2017).

¹⁰ Arbeitskreis Fortbildung der Bibliotheken von Hochschule Bayern (2017).

¹¹ mmb Institut – Gesellschaft für Medien- und Kompetenzforschung mbH (2016).

Bibliotheken ohne Räumlichkeiten für Schulungen können Webinare eine ressourcenschonende Alternative zum Präsenzkurs sein. Im Kontext von Weiterbildung und lebenslangem Lernen an Hochschulen können Bibliotheken mit Webinaren zudem einen Beitrag zur Medien- und Informationskompetenz sowie zur digitalen Kompetenz aller Teilnehmenden leisten. Dies sind im Zuge von Digitalisierung und Industrie 4.0 wichtige Schlüsselkompetenzen im Berufsleben.¹² Die Positionierung der Bibliothek im virtuellen Raum ist zudem ein wichtiger Image-Faktor, um sich in der digitalen Wissensgesellschaft als gefragter Ansprechpartner in den Bereichen Informationsbeschaffung und wissenschaftliches Arbeiten zu etablieren.

Literaturverzeichnis

- Arbeitskreis Fortbildung der Bibliotheken von Hochschule Bayern (2017): „Keine Angst vor Webinaren“ – Webinare in Bibliotheken. Verfügbar unter <http://www.bib-bvb.de/web/bhb/vergangene-veranstaltungen>, zugegriffen am 21.09.2017.
- Bitkom e.V (2016): Digitale Bildung. Handlungsempfehlungen für den Bildungsstandort Deutschland. Verfügbar unter <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digitale-Bildung-Handlungsempfehlungen-fuer-den-Bildungsstandort-Deutschland.html>, zugegriffen am 21.09.2017.
- Deutsches Forschungsnetz (2017): Webkonferenzen mit Adobe Connect. Verfügbar unter <https://www.vc.dfn.de/webkonferenzen.html>, zugegriffen am 21.09.2017.
- Hochschule Aschaffenburg (2017a): Hochschule in Zahlen. Verfügbar unter <https://www.h-ab.de/ueber-die-hochschule/profil/hochschule-in-zahlen/>, zugegriffen am 21.09.2017.
- Hochschule Aschaffenburg (2017b): Beratung. Verfügbar unter <https://www.h-ab.de/ueber-uns/organisation/einrichtungen/bibliothek/beratung/>, zugegriffen am 21.09.2017.
- Hermann-Ruess, Anita; Ott, Max (2014): *Das gute Webinar. Online präsentieren und Kunden gewinnen*. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Klein, Zamyat M. (2015): *150 kreative Webinar-Methoden. Kreative und lebendige Tools und Tipps für ihre Live-Online-Trainings*. Bonn: managerSeminare Verlags GmbH.
- Luber, Silvia; Geisler, Inga (2016): *Online-Trainings und Webinare. Von der Vermarktung bis zur Nachbereitung*. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Middendorff, Elke; Apolinarski, Beate; Becker, Karsten; Bornkessel, Philipp; Brandt, Tasso; Heißenberg, Sonja; Poskowsky, Jonas (2017): *Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in Deutschland 2016. 21. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks durchgeführt vom Deutschen Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung*. Berlin: Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF).

¹² Vgl. Bitkom (2016) 3.

mmb Institut – Gesellschaft für Medien- und Kompetenzforschung mbH (2016): Weiterbildung und Digitales Lernen heute und in drei Jahren. Mobiles Lernen wird der Umsatzbringer No. 1. Ergebnisse der 10. Trendstudie mmb Learning Delphi. Verfügbar unter http://www.mmb-institut.de/mmb-monitor/trendmonitor/mmb-Trendmonitor_2016_I.pdf, zugegriffen am 21.09.2017.

Teichler, Ulrich; Wolter, Andrä (2004): Zugangswege und Studienangebote für nicht-traditionelle Studierende. In: *die hochschule. Journal für wissenschaft und bildung*, 13 (2), 64–80.



Christine Faidt

Hochschule Aschaffenburg

Hochschulbibliothek

Würzburger Straße 45

D-63743 Aschaffenburg

christine.faidt@h-ab.de



Tina Grahl

Hochschule Aschaffenburg

Hochschulbibliothek

Würzburger Straße 45

D-63743 Aschaffenburg

tina.grahl@h-ab.de