

Die neue Welt des Lernens

BILDUNG MOOCs sind online angelegte Lern- und Lehrprogramme auf Hochschulniveau. Sie werden die klassischen Vorlesungen ersetzen und Bibliotheken verändern.

Kennen Sie MOOCs? Nein? Dann wird es höchste Zeit, dass Sie es kennenlernen. Denn MOOCs wird die Welt verändern, Ihre und die der Bibliotheken. MOOCs ist die Abkürzung für Massive Open Online Courses und kennzeichnet einen Trend, der bislang vornehmlich in den USA für Furore sorgt.

MOOCs ist die neue Welt des Lernens, genauer des Online-Lernens. Dabei ist MOOCs nicht die Volkshochschule im digitalen Taschenformat, sondern ein Online-Lernen auf Hochschulniveau. Online-Unterstützung von Bildungs- und Lernangeboten gibt es zwar schon seit einigen Jahren, aber das alles ist im Vergleich zu MOOCs nur „Beigabe“ und Ergänzung zur eigentlichen Lehr- und Lernveranstaltung. Denn neu bei MOOCs ist der Alleinanspruch als Lernkonzept.

Massive Open Online Courses sind weder die Online-Versionen von Vorlesungen noch aufgezeichnete Seminarstunden. Sie sind integrierte, ganzheitliche, online angelegte Lern- und Lehrprogramme, deren Herzstück kurze, 20-minütige Video-Vorlesungen sind, eingebettet in eine umfassende On-

AUSSENANSICHT



RAFAEL BALL
Der Autor ist Direktor der
Universitätsbibliothek Regensburg.

line-Lernumgebung mit den verschiedensten Online-Werkzeugen und Quellenmaterial.

In den USA ist das bereits ein Massen-Phänomen: Hunderte von Elite-Institutionen haben sich zusammenschlossen und bieten für Millionen von „Online-Studierenden“ professionelle MOOCs-Angebote.

MOOCs aber werden große Konsequenzen haben für die klassischen Lern- und Lehrinrichtungen, für Schulen und Hochschulen, sie werden die klassischen Lehrveranstaltungen nicht nur ergänzen, sondern in Grenzen mehr und mehr ersetzen.

Noch viel größer werden die Auswirkungen auf Bibliotheken sein. Sie werden sich in MOOCiotheken umwandeln müssen. Denn wer schon nicht mehr zur Vorlesung in die Universität und zum Seminar in den Hörsaal kommen muss, der wird schon gar nicht mehr wegen Literatur in die Bibliothek gehen. Mit MOOCs werden

die Bibliotheken entweder Teil der virtuellen Lernumgebung oder sie verkümmern zur analogen Bücherstube. In San Antonio im US-Bundesstaat Texas hat gerade erst vor wenigen Tagen die erste papierlose Bibliothek eröffnet.

MOOCiotheken, bieten sie doch schon lange digitale Inhalte und Services an. Doch das ist erst die halbe Miete: Wer sich nicht ganz einlässt auf die neue Lernwelt und meint, es genüge Medien in digitaler Form anzubieten, wird Schiffbruch erleiden.

Hier ist mehr Engagement gefragt: Kooperationen mit den neuen Bildungsanbietern, eigene Plattformen zum virtuellen Lernen und professionell gemanagte virtuelle Räume als Erweiterung und Ersatz der klassischen Lernräume. Und zwar nicht irgendwann in der Zukunft, sondern jetzt. Dies gilt umso mehr, je mehr relevante Inhalte frei zur Verfügung stehen.

Gerade erst hat eine von der Europäischen Kommission in Auftrag gegebene Studie klar gemacht, dass bereits die Hälfte der wissenschaftlichen Forschungsbeiträge frei im Netz zur Verfügung steht. Ein gewaltiges Ergebnis: Es zeigt, dass mit den klassischen bibliothekarischen Kategorien und Qualifikationen schon heute kaum mehr etwas anzufangen ist.

→ Die Außenansicht gibt die subjektive Meinung des Autors wieder und nicht unbedingt die der Redaktion.

Regensburgs Historisches Werbefunkarchiv:**Ein „Wiederhören“ mit HB-Männchen, Pril-Ente und Hustinetten-Bär**

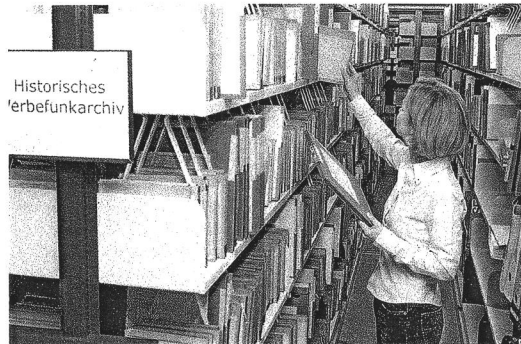
„DEM LIEBSTEN das Beste, der Wäsche Persil“ – Viele Werbespots haben sich in das kollektive Gedächtnis der Verbraucher eingebrannt und sind ein Spiegel ihrer Zeit. Die Universität Regensburg bewahrt in ihrem Historischen Werbefunkarchiv über 50 000 Radiospots von Traditionsmarken wie Alete, Bärenmarke, Maggi und Co. und hat damit eine der weltweit größten Sammlungen dieser einzigartigen Tondokumente. Mit der Digitalisierung von rund 8000 Magnet-Tonbändern mit Radiowerbung haben die Regensburger Archivare einen ungewöhnlichen Kulturschatz für die Nachwelt gesichert. Doch die Arbeit geht den Forschern nicht aus: Immer noch warten in Regensburg tausende historische Werbefilme und Radiospots aus zahlreichen Sammlungen auf ihre Archivierung – darunter auch Deutschlands erster Fernsehwerbespot für die Waschmittel-Marke Persil.

„Mädchen, Mädchen, wie willst du dir denn ein Zusatz-Taschengeld verdienen, wenn du keine Zeitung liest. Da steht doch ganz genau drin: Unser Bestes in der Viereinhalb-Kilo-Packung zum Sonderpreis“, tönte eine Männerstimme in der Bundesrepublik der siebziger Jahre aus dem Radio. „Heute wäre so ein Spot unvorstellbar“, sagt Gabriele Gerber, Koordinatorin des Historischen Werbefunkarchivs der Universität Regensburg.

Die Reklame-Sammlung aus den Jahren 1948 bis 1987 gewährt erstaunliche Einblicke in den Wandel von Werbung und Gesellschaft. So wird auch das unrühmliche Ende der „Pril-Ente“ mithilfe des Werbe-

funkarchivs verständlich: Um dem Spülmittel-Slogan „Pril entspannt das Wasser“ sicht- und hörbare Beweiskraft zu geben, ließen die Wer-

ligen Leiter des Frankfurter Tonstudios Professor Erwin H. Geldmacher. In München wollte man die Tondokumente aus Platzmangel los-



DAS HISTORISCHE WERBEFUNKARCHIV: Die Universität Regensburg hütet einen weltweit einzigartigen Schatz historischer Werbespots aus Funk- und Fernsehen.

Foto: obx-news

bestrategen eine Ente gluckend im Pril-Wasser versinken, weil sich der Fettschutz ihres Federkleids auflöste. Doch als in den 70er-Jahren der Tierschutz aufkam, verschwand die „Werbe-Ente“ plötzlich aus der Öffentlichkeit.

Es war ein glücklicher Zufall, dass das Regensburger Werbe-Archiv vor rund zehn Jahren in die Dom-Stadt kam. Eine damalige Doktorandin und heutige wissenschaftliche Betreuerin des Historischen Werbefunkarchivs stieß bei Recherchen für ihre Doktorarbeit in einem verstaubten Keller des Bayerischen Rundfunks auf die Werbeschätze. Ein Großteil der Sammlung stammt von dem 2009 verstorbenen ehema-

werden, und so wanderte die Sammlung nach Regensburg. Neben zehntausenden Radiospots lagern heute zahlreiche weitere

Sammlungen historischer Werbedokumente in den Beständen der Universität Regensburg. Darunter auch eine Sammlung aus dem Privatbesitz des ehemaligen Radiomoderators Christian Spremberg von über 500 Werbeschallplatten aus den 50er bis 80er Jahren. Das Medium „Werbeschallplatte“ ist heute fast nicht mehr bekannt und wurde früher als Beilage zu Zeitschriften, als Zugabe zu Produkten oder als Werbegeschenk für besondere Berufsgruppen verteilt.

Seit 2007 ist auch eine Sammlung mit Werbefilmen aus der Produktion des Bayerischen Rundfunks in der Regensburger Universitätsbibliothek untergebracht. Darunter befindet sich auch der erste deutsche Fernsehwerbespot vom 3.11.1956 über 55 Sekunden für das Waschmittel Persil. Heute kümmert sich vor allem der Regensburger Verbund für Werbeforschung (RVW) als Zusammenschluss von Wissenschaftlern verschiedener Disziplinen sowie Vertretern aus der Medienwirtschaft um die Erforschung des Regensburger Werbe-Archivs. obx