

Vorlesung einmal anders! – Lernen im virtuellen Klassenraum

Studenten der TU Dresden bearbeiten eine aktuelle Fallstudie der Deutschen Bahn

Matthias Jung

Erstmals wurde im Wintersemester 2014/15 im Rahmen der Lehrveranstaltung Human Resource Management mit Social Media ein Pilotprojekt mit der Deutschen Bahn gestartet.

Das Ziel des Projektes bestand darin, in interdisziplinären Kleingruppen eine realitätsnahe Fallstudie im virtuellen Klassenraum zu bearbeiten. Im Fokus lag die Beurteilung der Wettbewerbsposition des IC Busses und welche Verbesserungsmöglichkeiten vorstellbar sind.

Die Erarbeitung der Fallstudie lag in studentischer Hand. Mit Unterstützung der DB Hochschulk Kooperationen unter der Leitung von Monika Danner wurde dazu ein Praktikum ermöglicht. Die Fallstudie konnte so in enger Abstimmung mit der Projektleitung »IC Bus«

bei der Deutschen Bahn erarbeitet werden und aktuelle Daten mit einfließen.

Den Beginn stellte die Einführungsveranstaltung am 24. Oktober 2014 dar. Die Studenten der Fakultäten Wirtschafts- und Verkehrswissenschaften wurden darin mit der aktuellen Debatte bezüglich der Entwicklung des Fernbusmarktes vertraut gemacht. Die beiden Initiatoren, Prof. Eric Schoop von der Professur für Informationsmanagement sowie Prof. Jürgen Krimmling, Inhaber der Professur für Verkehrsleitsysteme und -prozessautomatisierung, betonten darin die Besonderheit von innovativer und interaktiver Gruppenarbeit im starren Studienalltag. Für die Betreuung während der Bearbeitungszeit sowie den organisatorischen Ablauf war Matthias Jung mit seinem Team verantwortlich.

Als Vorbereitung auf die komplexen Anforderungen an die Teams hatten die Studenten die Möglichkeit zur Teilnahme an einem Projektmanagementseminar der Deutschen Bahn. Hierbei wurden die einzelnen Phasen, Herausforderungen und mögliche Problemstellungen bei einer Zusammenarbeit im Projektalltag näher diskutiert.

Mit Beginn des Seminars wurden die Gruppen festgelegt und die Rollen verteilt. Darüber hinaus fand die Kommunikation weitestgehend auf der zur Verfügung gestellten e-Learning-Plattform statt. Die Intention dahinter war die Sicherstellung eines reibungslosen Informationsaustausches über verteilte Standorte insbesondere mit Hinblick auf das spätere Berufsleben.

Den ersten Meilenstein bildete, nach intensiver Bearbeitung der ersten

Aufgabenblöcke in der Fallstudie, die Zwischenpräsentation aller Gruppen Mitte Dezember. Auch Vertreter der Deutschen Bahn waren hierbei anwesend.

So hatten die Studenten die Möglichkeit die ersten Ergebnisse zu präsentieren und fachliche Hinweise der DB für die weitere Bearbeitung der Fallstudie mitzunehmen. Während zu Beginn der thematische Schwerpunkt eher auf verkehrstelematische Aspekte gelegt wurde, legte sich das Hauptaugenmerk in den weiteren Aufgabenpaketen der Fallstudie auf marketingorientierte Belange. So wurde der interdisziplinäre Charakter während der gesamten Bearbeitung aufrechterhalten.

Den finalen Abschluss bildete die Endpräsentation am 23. Januar 2015, die auf großes Interesse seitens der Deut-

schen Bahn stieß. Mehrere Vertreter aus unterschiedlichen Sparten hinterfragten die Ausarbeitungen der einzelnen Gruppen kritisch und waren dankbar für zahlreiche Anregungen. Dabei standen insbesondere die Realisierbarkeit sowie der Kostenfaktor im Mittelpunkt. Im Anschluss konnten die Studenten beim informellen Ausklang das persönliche Gespräch mit den Verantwortlichen der DB suchen. Frau Danner offerierte den Teilnehmern die Möglichkeit eines »Berlin-Tages« im März, bei dem sowohl der Besuch der ICE-Werke als auch ein Get Together mit dem Social-Media-Team auf der Agenda standen.

Die beteiligten Professuren:
<http://tinyurl.com/tud-wiwi-infman> und <http://tinyurl.com/tud-vls>