



**Auswirkungen des Sprachenlernens im virtuellen Klassenzimmer  
von Babbel  
auf die Kommunikation am Arbeitsplatz**

**Studienleiterin:  
Dr. Milene Mendes de Oliveira  
Nachwuchswissenschaftlerin  
Universität Potsdam**

**Zachary Sporn  
Senior Communications Manager: Forschung und Pädagogik  
Babbel**

**Lea Kliemann  
Werkstudentin: Wissenschaftliche Forschungs Kooperationen  
Babbel**

**Alexandra Borschke  
Master-Studentin  
Universität Potsdam**

**Meike Meyering  
Master-Studentin  
Universität Potsdam**

## Zusammenfassung

Die vorliegende Studie untersucht, wie Personen, die mit den Produkten von Babbel für Unternehmen Fremdsprachen lernen, die Auswirkungen von Babbel Intensive und der Babbel-App auf ihre Kommunikation am Arbeitsplatz und im Alltag wahrnehmen. Ferner wird die Motivation dieser Lernenden für die Nutzung von Babbel Intensive, also den synchronen Einzelunterricht mit qualifizierten Lehrkräften per Videochat, und der Sprachlern-App von Babbel bewertet.

Die Untersuchung folgte dem sequenziellen Mixed-Methods-Ansatz (Mihas & Odom Institute, 2019), bestehend aus einer explorativen qualitativen Phase und einer anschließenden quantitativen Phase, in der die aus Phase 1 abgeleiteten Hypothesen überprüft werden. In Phase 1 wurden sieben vertiefende Interviews mit deutschsprachigen Teilnehmenden geführt, die mit Babbel Intensive Englisch lernen. In Phase 2 nahmen 52 Lernende an einer Umfrage teil, um die Verallgemeinerbarkeit der in den Interviews gewonnenen Erkenntnisse zu überprüfen. 67,3 % der Befragten sprachen Deutsch und lernten hauptsächlich Englisch; die restlichen 32,7 % lernten eine andere Fremdsprache und beantworteten die englische Version der Umfrage. Die Teilnehmenden repräsentierten verschiedene Altersgruppen und waren zwischen 21 und 59 Jahre alt. Von den 52 Befragten waren 44,2 % Angestellte und 44,2 % leitende Angestellte und Teamleiter:innen. Die meisten Teilnehmenden arbeiteten in den Bereichen Kommunikation und Informationstechnologien (30,8 %), Marketing, Vertrieb und Dienstleistungen (23,1 %) sowie Betriebswirtschaft und Verwaltung (15,4 %).

### Die wichtigsten Ergebnisse

- **Kommunikation am Arbeitsplatz:** Die Lernenden gaben an, dass sich die regelmäßige Nutzung von Babbel Intensive für das Erlernen ihrer Zielsprache **positiv auf ihre Kommunikation am Arbeitsplatz auswirkt**. Diese Erkenntnis spiegelt sich auch in den Umfrageergebnissen wider: **86,5 % der Befragten gaben an, dass sie das Gefühl haben, nach einer Babbel-Intensive-Unterrichtsstunde in der Zielsprache Fortschritte zu machen. Darüber hinaus sind 86,5 % der Befragten der Meinung, dass das Lernen mit Babbel ihnen mehr Selbstvertrauen gibt, eine Fremdsprache in allen Alltagssituationen bei der Arbeit anzuwenden.** Babbel Intensive hilft den Lernenden, frei zu sprechen und die Sprachbarriere zu überwinden, die 55,8 % der Teilnehmenden als größte Herausforderung bezeichneten, der sie bei beim Gebrauch einer Fremdsprache begegnen. Die Studie ergab auch, dass der fehlende Wortschatz die größte Herausforderung im Zusammenhang mit dem Gebrauch einer Fremdsprache am Arbeitsplatz ist (57,7 %). Als der wichtigste Aspekt von Babbel Intensive wurde die Erweiterung des Wortschatzes genannt (67,3 %).
- **Allgemeine Erfahrungen mit Babbel Intensive:** Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Lernenden mit den Kursen von Babbel Intensive zufrieden sind: **Alle Befragten fühlten sich selbstbewusster und hatten den Eindruck, dass sich ihre Fähigkeiten verbessert haben. 96,2 % der Befragten empfanden die Babbel-Intensive-**

**Unterrichtsstunden als angenehm.** 55,8 % bezeichneten auch die Atmosphäre der Babbel-Intensive-Unterrichtsstunden als angenehm. Allerdings wünschten sich 40,4 % der Befragten mehr Unterstützung bei der Verfolgung ihrer Fortschritte. Während **69,2 % aller Studienteilnehmenden angaben, sowohl die Business-Lektionen in der Babbel-App als auch Babbel Intensive zu nutzen, äußerten** 38,5 % den Wunsch, die Babbel-Intensive-Unterrichtsstunden mit der Babbel App zu kombinieren. **82,7 % der Befragten schätzten die Flexibilität und Freiheit** bei der Wahl geeigneter Unterrichtszeiten.

- **Bedeutung der Lehrkraft: 90,4 % der Teilnehmenden an der Umfrage schätzten die Möglichkeit, eine feste Lehrkraft zu wählen.** 69,2 % gaben an, dass der wichtigste Aspekt bei der Buchung einer Unterrichtsstunde ist, die gleiche Lehrkraft wie in der vorherigen Unterrichtsstunde wählen zu können. Darüber hinaus **gaben 88,5 % an, dass die Lehrkräfte in der Lage sind, den Unterricht individuell auf ihr Sprachniveau anzupassen,** und alle Interviewten waren der Meinung, dass das Vertrauen und die persönliche Verbindung zu ihrer jeweiligen Lehrkraft wichtig sind. Dies zeigt, dass die jeweilige Lehrkraft einen wichtigen Bestandteil des Lernens mit Babbel Intensive darstellt.
- **Motivation:** Die Umfrageergebnisse zeigen, dass die drei **wichtigsten Gründe für das Erlernen einer Fremdsprache mit Babbel Intensive beruflicher Natur sind,** d. h. für Gespräche bei der Arbeit (59,6 %), das Angebot des/der Arbeitgeber:in, eine Sprache kostenlos zu lernen (42,3 %), und die Verbesserung der beruflichen Aussichten (32,7 %). Dies stützt die Ergebnisse aus den ersten Interviews, die darauf schließen lassen, dass die Lernenden meist extrinsisch motiviert sind, weil sie ihre beruflichen Kommunikationskompetenzen verbessern wollen, indem sie die Zielsprache fließend anwenden und so den Personen, die die jeweilige Zielsprache als Erstsprache sprechen, einen positiven Eindruck von ihrer sprachlichen Kompetenz vermitteln.

# Auswirkungen des Sprachenlernens im virtuellen Klassenzimmer von Babbel auf die Kommunikation am Arbeitsplatz

## 1. Einleitung

Die Globalisierung und der technologische Fortschritt haben erhebliche Auswirkungen auf Führungskräfte und Angestellte in Unternehmen und Organisationen auf der ganzen Welt (Gunnarsson, 2013). Die Dominanz des Englischen und anderer Fremdsprachen zeugt von der Arbeitskräftemobilität und der Vielfalt innerhalb transnationaler Unternehmen. Laut Gunnarsson (2013) gewinnen Sprache und Kommunikation im beruflichen Kontext zunehmend an Relevanz. Unter Berufung auf McCall (2003) vertritt sie die Ansicht, dass viel Reden bei der Arbeit viel Macht, und wenig Reden wenig Macht bedeutet (Gunnarsson 2013, S. 164). Auch Tenzer, Terjesen und Harzing (2017) betonen die Tatsache, dass die Aufmerksamkeit für Sprachen in international agierenden Unternehmen wächst und relevante Forschungsthemen in diesem Zusammenhang die in multinationalen Unternehmen (MNU) gesprochenen Landessprachen, offizielle Unternehmenssprachen und die Verwendung von Business-Englisch als Lingua Franca umfassen. Die Autoren weisen darauf hin, dass diese gestiegene Bedeutung von Sprache wichtig und notwendig ist, da sprachliche Vielfalt fast alle wichtigen Entscheidungen in modernen multinationalen Unternehmen beeinflusst (Tenzer, Terjesen und Harzing 2017, S. 815).

Ähnliche Studien in diesem Bereich zeigen, dass Sprachbarrieren einen großen Einfluss auf die Teamkommunikation, den Wissensaustausch und verschiedene andere Prozesse haben (Tenzer, Terjesen & Harzing, 2017). Zudem sind fehlende Fremdsprachenkenntnisse ursächlich für eine wachsende Diskrepanz zwischen qualifizierten und nicht qualifizierten Arbeitskräften (z. B. Gunnarsson, 2009). Daher wird das Erlernen einer oder mehrerer Fremdsprachen sowohl von der Unternehmensleitung als auch von den Angestellten selbst als „Muss“ angesehen.

Laut Moslehifar und Ibrahim (2012) betrachten Unternehmen gute mündliche Englischkenntnisse als die wichtigste Kompetenz ihrer Mitarbeitenden im Zusammenhang mit der Kommunikation in einer Fremdsprache am Arbeitsplatz. Forschungsergebnisse zeigen konsistent, dass Mitarbeitende von MNU die Sprechfähigkeit als maßgebliche Anforderung für das Beherrschen einer Fremdsprache bewerten (Kassim & Ali, 2010; Moslehifar & Ibrahim, 2012).

Daher ist es nicht verwunderlich, dass sich Erwachsene zunehmend mit dem Sprachenlernen beschäftigen. In der aktuellen Ära des computer- und mobilgestützten Sprachenlernens und insbesondere als Reaktion auf die Coronavirus-Krise, die den traditionellen Sprachunterricht beeinträchtigt, nehmen Angestellte zunehmend verschiedene Arten von Sprachlernlösungen in Anspruch, vom App-basierten Unterricht (Loewen, Isbell & Sporn, 2020) bis hin zum Online-Sprachenlernen in virtuellen Klassenzimmern (Manegre & Sabiri, 2020). Ein bedauerlicher Nachteil des autonomen Lernens mit computergestützten Sprachlernlösungen im Selbststudium sind die hohen Abbruchraten, die in mehreren Studien berichtet wurden. Zu den Gründen für diese hohen Abbruchraten gehören Probleme im Umgang mit der Software, mangelnde institutionelle Unterstützung für das autonome Lernen (Nielson, 2011) oder allgemein die Motivation der Lernenden.

Bei der Motivationstheorie handelt es sich um ein breites Forschungsfeld. Die zweifellos einflussreichste Theorie zur Motivation ist jedoch die Selbstbestimmungstheorie (*Self-Determination Theory*, kurz SDT) von Deci und Ryan, die allgemein zwischen zwei Arten von Motivation unterscheidet: der extrinsischen und der intrinsischen Motivation. Extrinsische Motivation bezieht sich auf die Beteiligung an Aktivitäten, um ein von der Aktivität unabhängiges Ziel zu erreichen (z. B. ein höheres Gehalt) oder um mögliche negative Konsequenzen zu vermeiden (z. B. Bestrafungen oder Sanktionen). Intrinsische Motivation hingegen bezieht sich auf die Beteiligung an Aktivitäten um ihrer selbst willen, d. h. aus Interesse, Freude oder Befriedigung von Bedürfnissen im direkten Zusammenhang mit der Aktivität selbst (Ryan & Deci, 2017).

Die Grundaussage der SDT besteht aus der Annahme, dass das Ausmaß, in dem eine Person ein bestimmtes Verhalten annimmt oder missbilligt, davon abhängt, inwieweit sie dieses Verhalten verinnerlicht hat. Dies wiederum steht in engem Zusammenhang mit der Befriedigung der drei psychologischen Grundbedürfnisse nach *Kompetenz*, *sozialer Eingebundenheit* und *Autonomie* (Ryan & Deci, 2017). *Kompetenz* bezieht sich auf die Wahrnehmung der eigenen Kompetenzen, Fähigkeiten und Effektivität im Zusammenhang mit einer Tätigkeit, während *soziale Eingebundenheit* als Gefühl der Verbundenheit und Zugehörigkeit zu Familienmitgliedern, Gleichaltrigen, dem Kollegium oder der Gesellschaft definiert ist. Das Bedürfnis nach *Autonomie* spielt in der SDT eine besonders wichtige Rolle, denn nur wenn Personen ihr eigenes Verhalten als volitional und selbstreguliert (und nicht als abhängig von externen Faktoren) erleben, ist es wahrscheinlich, dass sie sich vollumfänglich und intrinsisch motiviert auf eine Aktivität einlassen. Allein die Befriedigung der Bedürfnisse nach einem Gefühl von Kompetenz und sozialer Eingebundenheit führt zu weniger internalisierten extrinsischen Regulierungen, während der Grad der wahrgenommenen Autonomie bestimmt, wie gut ein Verhalten internalisiert wird. Die Befriedigung aller drei Bedürfnisse führt also zu Wachstum, guter Leistung und Wohlbefinden.

Die Befriedigung dieser drei Bedürfnisse gilt auch für digitale Erfahrungen. Peters, Calvo und Ryan (2018) zeigen, wie die drei psychologischen Grundbedürfnisse auf digitale Lösungen angewendet werden können, die das Wohlbefinden unterstützen. Sie argumentieren, dass:

Obwohl die Grundlagen für Engagement, Motivation und Wohlbefinden oft wie ein großes Geheimnis wirken, zeigt die Forschung, dass es im Gegenteil eher die Grundbedürfnisse sind, die in einer Blackbox verborgen liegen. Mit anderen Worten: Wenn Sie die Autonomie steigern, wird sich das Engagement verbessern, wenn Sie die Kompetenz steigern, wird sich die Motivation erhöhen, und wenn Sie die soziale Eingebundenheit steigern, wird sich das Wohlbefinden verbessern. Diese Bedürfnisse sind dann die Regler, die wir einstellen und anpassen müssen, um Erfahrungen zu wiederholen und zu verbessern (Peters, Calvo & Ryan, 2018, S. 3).

Wir werden die Erkenntnisse von Peters, Calvo und Ryan zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal aufgreifen, wenn wir die Ergebnisse der Studie erläutern.

Die Struktur dieses Forschungspapiers gestaltet sich wie folgt: Zunächst beschreiben wir die Babbel-Intensive-Pakete, die Babbel für Unternehmen (Babbel B2B) an Firmenkunden verkauft, dann stellen wir kurz unsere Forschungsfragen und die angewandte Methodik vor. Danach

beschreiben wir unsere Ergebnisse. Im Anschluss diskutieren wir diese Ergebnisse und geben konkrete Empfehlungen.

Im nächsten Abschnitt werden die Produkte von Babbel vorgestellt, wobei ein besonderer Schwerpunkt auf dem virtuellen Klassenzimmer liegt, der als Teil von Firmenpaketen angeboten wird, die Babbel B2B an Unternehmen verkauft.

## **2. Babbel Intensive**

Babbel ist eine im Jahr 2007 gegründete Online-Sprachlernplattform mit Sitz in Berlin und New York. Sie ist die beliebteste und finanziell erfolgreichste Sprachlern-App mit weltweit mehr als 10 Millionen verkauften App-Abonnements. Als führendes Unternehmen in der Online-Sprachlernbranche wurde Babbel 2016 von der Wirtschaftszeitschrift Fast Company zum weltweit innovativsten Unternehmen im Bildungsbereich ausgezeichnet.

In der Babbel-App, die sowohl als mobile als auch als Webbrowser-Version verfügbar ist, lernen die Teilnehmenden auf der Grundlage von Sprachpaaren. Das bedeutet, dass 14 „Lernsprachen“, darunter Englisch, Deutsch, Französisch und Spanisch, über neun „Anzeigesprachen“ erlernt werden können. Da jeder Kurs auf der Erstsprache der Lernenden basiert, sind die Inhalte für die jeweiligen Sprachpaare optimiert und bauen auf den Kenntnissen der Lernenden in ihrer jeweiligen Erstsprache auf. Die Kurse werden von mehr als 150 Sprachexpert:innen entwickelt und konzentrieren sich vor allem auf die Verbesserung der Konversationskompetenz in Alltagssituationen. Insgesamt bietet die App mehr als 60.000 Lektionen in allen Sprachen sowie ergänzende interaktive Inhalte wie Magazinartikel, Spiele, Podcasts und Videos.

Die Wirksamkeit der Babbel-App in Bezug auf die Verbesserung der mündlichen Sprachkompetenz der Lernenden in einer Fremdsprache sowie die Erweiterung des Wortschatzes und der Grammatikkenntnisse wurde in mehreren Studien nachgewiesen, die in Zusammenarbeit mit externen akademischen Forschungsteams durchgeführt wurden. Eine Studie der Michigan State University zeigte, dass Lernende im Durchschnitt weniger als 11 Stunden mit der App üben mussten, um ihre Sprechfähigkeiten in der Fremdsprache sowie ihre Grammatik- und Wortschatzkenntnisse messbar zu verbessern (Loewen et. al., 2020). Ein unabhängiges Forschungsteam der Yale University fand heraus, dass Personen ohne Vorkenntnisse, die mit Babbel Spanisch lernen, Konversationsfähigkeiten in der Fremdsprache erlernen konnten: Alle Teilnehmenden verfügten nach drei Monaten über mündliche Sprachkompetenz in der gewählten Fremdsprache (Van Deusen-Scholl et. al., 2019). Eine zu einem früheren Zeitpunkt durchgeführte Studie kam zu dem Schluss, dass 15 Zeitstunden mit der Babbel-App etwa einem College-Semester für Spanischlernende ohne Vorkenntnisse entsprechen (Vesselinov & Grego, 2016).

Seit 2019 bietet Babbel „Babbel Intensive“-Pakete für Deutsch, Englisch, Italienisch, Französisch, Spanisch, Portugiesisch, Polnisch und Schwedisch an. Neben dem Zugang zu allen Lektionen der Babbel-App für die jeweilige Sprachkombination erhalten die Lernenden mit Babbel Intensive Zugang zu synchronem Einzelunterricht mit qualifizierten Lehrkräften per Video-Chat. Für die „Blended-Learning“-Erfahrung, die Live-Unterricht mit dem Lernen in der Babbel-App

kombiniert, spielen „Lernpfade“ (von Babbels Sprachsachverständigen entwickelte Lehrpläne), die durch die Inhalte führen, eine wichtige Rolle. Lernpfade gibt es derzeit für die Zielsprachen Englisch, Französisch, Deutsch, Italienisch und Spanisch. Das Angebot soll jedoch in Zukunft je nach Nachfrage erweitert werden. Die Lernpfade werden von Babbels Sprachsachverständigen für Unternehmen konzipiert und an deren Weiterbildungsbedarf und Lernziele angepasst.

Babbel Intensive kombiniert den Zugang zur Babbel-App mit 48 Einzelstunden pro Jahr, die von einer Lehrkraft online unterrichtet werden. Somit haben die Lernenden die Flexibilität, in ihrem eigenen Tempo zu lernen und die Möglichkeit, Feedback zu ihren Sprachkenntnissen zu erhalten. Darüber hinaus erhalten die Lernenden Zugang zu zusätzlichen Tools, wie z. B. Onboarding-Materialien und einem Business-Lernpfad, der sie in den ersten 12 Wochen durch die empfohlenen Lektionen der Babbel-App führt. Innerhalb dieses Angebots können die Lernenden ihre Lernerfahrung individuell gestalten, indem sie die berufsbezogenen Inhalte in der Babbel-App mit der Buchung von 30-minütigen Sprachlerneinheiten mit zertifizierten, professionellen Lehrkräften kombinieren, die von den Lernenden individuell ausgewählt werden können. Um eine Babbel-Intensive-Unterrichtsstunde zu buchen, können die Lernenden die Stunde an dem gewünschten Datum und zu der gewünschten Uhrzeit direkt in den Kalender ihrer Lehrkraft eintragen. Sie können die Lehrkräfte auf der Grundlage ihrer Verfügbarkeit, Ausbildung, Eigenschaften und dem auf der Webseite angezeigten Foto auswählen.

### **3. Forschungsfragen**

Während immer mehr Fachliteratur zum App-basierten Sprachenlernen zur Verfügung steht, gibt es nur wenige Studien zu virtuellen Klassenzimmern. Eine davon ist die Studie von Manegre und Sabiri (2020), die untersucht, wie Lehrkräfte den Online-Unterricht wahrnehmen. Die befragten Lehrkräfte berichteten von einer hohen Zufriedenheit mit dieser didaktischen Methode. Unsere Studie hingegen betrachtet virtuelle Klassenzimmer aus der Perspektive der Lernenden, genauer gesagt aus der Sicht von Personen, die mit Hilfe des virtuellen Klassenzimmers und der App von Babbel lernen. Ziel unserer Studie ist die Beantwortung der folgenden Forschungsfragen:

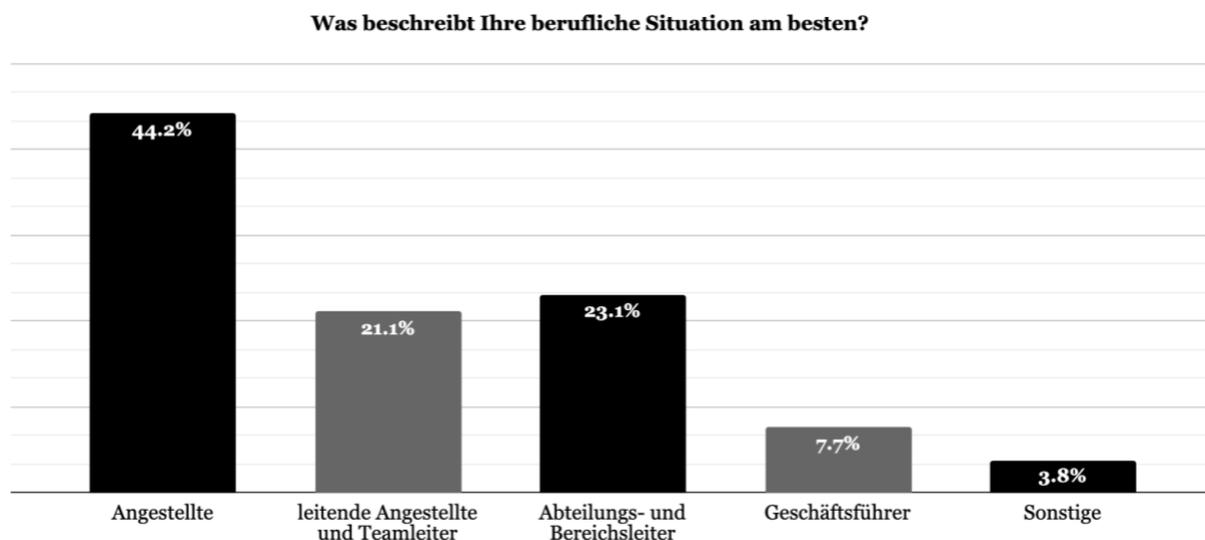
1. Wie nehmen die Personen, die das virtuelle Klassenzimmer von Babbel nutzen, die Auswirkungen des virtuellen Unterrichts und der App-Nutzung auf ihre Kommunikation am Arbeitsplatz wahr?
2. Welche Arten der Motivation lassen sich bei den Lernenden erkennen?

### **4. Methodik**

Die Datenerhebung für diese Studie fand zwischen August 2020 und Januar 2021 statt. Die Untersuchung folgte dem sequenziellen Mixed-Methods-Ansatz (Mihás & Odom Institute, 2019), bestehend aus einer explorativen qualitativen Phase und einer anschließenden quantitativen Phase, in der die aus Phase 1 abgeleiteten Hypothesen überprüft werden. Das Auswahlkriterium für die Befragten war die Teilnahme an mindestens fünf Babbel-Intensive-Unterrichtsstunden, also von mindestens 38 % der ihnen zugeteilten Babbel-Intensive-Stunden. In der ersten Phase wurden sieben vertiefende Interviews mit deutschsprachigen Teilnehmenden geführt, die in verschiedenen

Abteilungen von zwei Unternehmen arbeiten, die ihren Mitarbeitenden Babbel als Sprachlernlösung anbieten. Das vertiefende Interview bestand aus einer Liste mit 15 Fragen, darunter Fragen zum bisherigen Lernverhalten bis hin zu den konkreten Erfahrungen mit dem virtuellen Unterricht von Babbel. Die fünf weiblichen und zwei männlichen Befragten waren zwischen 25 und 55 Jahre alt. In der zweiten Phase nahmen 52 Lernende an einer Befragung teil, um die Verallgemeinerbarkeit der in den Interviews gewonnenen Erkenntnisse zu überprüfen und bestimmte Punkte weiter zu vertiefen. Die Umfrage umfasste 45 Items.

67,3 % der Befragten sprachen Deutsch und lernten hauptsächlich Englisch; die restlichen 32,7 % lernten eine andere Fremdsprache und beantworteten die englische Version der Umfrage. Die Teilnehmenden repräsentierten verschiedene Altersgruppen und waren zwischen 21 und 59 Jahre alt. Es gab etwas mehr weibliche als männliche Teilnehmende: 51,9 % waren weiblich, 42,3 % männlich und 5,8 % wollten zu ihrem Geschlecht keine Angaben machen. Von den 52 Befragten waren 44,2 % Angestellte und 44,2 % leitende Angestellte und Teamleiter:innen. Die meisten Teilnehmenden arbeiteten in den Bereichen Kommunikation und Informationstechnologien (30,8 %), Marketing, Vertrieb und Dienstleistungen (23,1 %) sowie Betriebswirtschaft und Verwaltung (15,4 %).



**Abbildung 1: Berufliche Situation**

Das Umfragen-Design folgt dem Prinzip der Multi-Item-Skala, das die Verwendung verschiedener Typen von Fragebogen-Items vorsieht, die unterschiedlich formuliert sind, aber dasselbe Ziel verfolgen (Dörnyei, 2002, S. 24). Indem die Teilnehmenden auf unterschiedlicher Art und Weise z. B. nach ihrer Motivation gefragt werden, können genauere und detailliertere Informationen über verschiedene Aspekte der Motivation abgeleitet werden (Dörnyei, 2002, S. 24-25). Für die Befragung wurden daher verschiedene Arten von Umfrage-Items entwickelt: geschlossene (Multiple-Choice und Likert-Skala) und offene Fragen. Die geschlossenen Fragen eigneten sich besonders für die quantitative Analyse. Es wurden mehrere Items des Likert-Skala-Typs verwendet, weil sie wenig Aufwand seitens der Befragten erfordern und selbsterklärend sind (Dörnyei, 2002). Außerdem erfordern sie keinen großen Zeitaufwand bei der Beantwortung und können auf einfache Weise quantitativ ausgewertet werden. Zusätzlich wurde den Befragten die

Möglichkeit gegeben, in einem zusätzlichen Kommentarfeld eine eigene Antwort auf die geschlossenen Fragen zu geben, um sicherzustellen, dass keine wertvollen Informationen übersehen werden, wenn die Befragten keine passende Antwort auf eine bestimmte geschlossene Frage finden konnten.

Wir haben auch offene Items erstellt, um den Befragten die Möglichkeit zu geben, ihre Meinung frei zu äußern (Dörnyei, 2002, S. 36). In einigen offenen Items wurden die Befragten gebeten, Sätze zu vervollständigen, was in der Fachliteratur als Diskursvervollständigungstest (Discourse Completion Task, kurz DCT; siehe z. B. Sweeney & Hua 2015) bezeichnet wird. Ein Beispiel für ein solches Item ist: „Ein Aspekt, der mir an dieser Aktivität gefallen hat, ist...“ (Dörnyei, 2002, S. 38). Mit Hilfe dieser Methode können die Strategien und Motivation der Lernenden erfasst werden, ohne die Lernenden explizit nach ihren Lernansätzen zu fragen. Außerdem können mittels der DCT-Methode Überzeugungen der Lernenden aufgedeckt werden, denen sie sich möglicherweise gar nicht bewusst sind oder die [in einer Sprache] möglicherweise nicht einfach und direkt ausgedrückt werden können (Ellis, 2002, S. 13).

Die Transkripte der Antworten (Phase 1) sowie die offenen Umfrage-Items (Phase 2) wurden mit MAXQDA 2020 (VERBI Software, 2019; Kuckartz & Rädiker, 2019) kodiert. Die Analyse der Phase 1 ergab 1.056 Codes, die in 7 Kategorien eingeteilt wurden, nämlich (a) die Nutzung von Babbel Intensive; (b) die Nutzung der Babbel-App; (c) die Nutzung von Babbel Intensive in Kombination mit der Babbel-App; (d) die Kommunikation am Arbeitsplatz in der Zielsprache, (e) die Motivation, die Zielsprache zu lernen; (f) Lernprozesse und Überzeugungen der Lernenden; (g) Gefühle und Emotionen im Zusammenhang mit Babbel Intensive. Aus diesen Kategorien haben wir die folgenden Themen für eine eingehendere Untersuchung im Rahmen der Umfrage ausgewählt: (a) Lernprozesse und Überzeugungen der Lernenden, (b) Kommunikation am Arbeitsplatz in der Zielsprache, (c) die Nutzung von Babbel Intensive mit dem Schwerpunkt auf der Rolle der Lehrkraft, (d) die Zufriedenheit der Lernenden mit Babbel Intensive und (e) die Motivation der Nutzer:innen, eine Fremdsprache mit Babbel zu lernen. Im Folgenden präsentieren wir eine Zusammenfassung unserer Ergebnisse für jedes dieser Themen.

## **5. Ergebnisse**

Die folgenden Unterabschnitte sind gemäß der Kategorien gegliedert, die für das Umfragedesign und die Analyse relevant waren. Es werden aber auch Erkenntnisse aus Phase 1 näher beleuchtet, die relevant sind oder ergänzende Informationen zu denen aus der Umfrage bieten.

### **5.1 Lernprozesse und Überzeugungen der Lernenden**

Bei der Analyse dieses Umfrageteils wurden die Antworten auf die DCTs aufgeschlüsselt und in semantische Gruppen unterteilt. So betont z. B. die Antwort „Die [mit Babbel gelernte] Fremdsprache [ist] wie ein Chamäleon, weil sie immer etwas Besonderes ist und sich verändern

kann“ die komplexen und vielschichtigen Eigenschaften des Sprachenlernens<sup>1</sup>. Die Antwort „Für mich ist eine Sprache online zu lernen, wie eine Wanderung, weil es anstrengend ist, aber man Erfolge aufweist und der Horizont erweitert wird.“ betont ein Gefühl der Anstrengung aber auch der Entwicklung im Zusammenhang mit dem Online-Lernen.

Aus den Antworten zu diesen optionalen Items erfuhren wir, dass die Zielsprache (a) von 44,0 % der Umfrageteilnehmenden als komplex und vielschichtig, (b) von 20,0 % als mit Entwicklung und Fortschritten verbunden, c) interessanterweise im Gegensatz dazu von 20,0 % als ein Hindernis und (d) von weiteren 20,0 % als Chance bezeichnet wurde<sup>2</sup>. Hier sind Beispiele für jede Kategorie:

- (a) *Wenn die Fremdsprache ein Objekt oder ein Tier wäre, dann wäre sie ein Chamäleon, weil sie immer etwas Besonderes ist und sich verändern kann (verschieden Sprachen auf der Welt, Dialekte, etc.), D\_08;*<sup>3</sup>
- (b) *Die Fremdsprache ist eine Rosenknospe, denn wenn sie genug Sonne, Wasser, einen fruchtbaren Boden und Geduld bekommt, wird sie zu einer schönen Blume, E\_06;*
- (c) *Die Fremdsprache ist wie eine Mauer, denn um sie zu knacken, braucht es viel Arbeit, E\_17;*
- (d) *Wenn die Fremdsprache ein Objekt oder ein Tier wäre, dann wäre sie ein offenes Tor, weil ich dadurch mit Menschen in der ganzen Welt kommunizieren kann, D\_21.*

Das **Online-Lernen einer Sprache** wurde (a) von 32,7 % mit Flexibilität, (b) von 32,4 % mit Anstrengung und daraus resultierenden Fortschritten, (c) von 25,0 % mit inhaltlicher Vielfalt, (d) von 15,4 % mit Unterhaltung und Personalisierung und (e) von 13,5 % mit Effizienz und Selbstdisziplin in Verbindung gebracht. Im Folgenden sind Beispiele für jede Antwortkategorie aufgeführt:

- (a) *Für mich ist eine Sprache online zu lernen, wie das Anschalten von Musik, weil ich es fast immer und jederzeit tun kann, D\_21;*
- (b) *Für mich ist eine Sprache online zu lernen, wie ein Musikinstrument zu lernen, weil es zu Beginn schief klingt und mit der Zeit besser klingt, D\_35;*
- (c) *Eine Sprache online zu lernen ist wie ein Spiel, denn die Aktivitäten machen Spaß, E\_01;*
- (d) *Für mich ist eine Sprache online zu lernen wie eine große Chance, weil ich im Gegensatz zur schulischen Erfahrung, in meinem eigenen Tempo mit positiver Verstärkung die Sprache erlernen kann, D\_05;*
- (e) *Für mich ist eine Sprache online zu lernen, wie ins Fitnessstudio zu gehen, weil wenn ich nicht dranbleibe und mich selbst diszipliniere, werde ich keine Verbesserung erreichen, D\_28.*

Es ist interessant zu sehen, dass die Assoziationen meist positiv sind und dass selbst die negativen Eindrücke bis zu einem gewissen Grad durch positive Assoziationen ergänzt werden. Da z. B. die Zielsprache von einigen als Hindernis gesehen wird, ist eine gewisse Anstrengung notwendig, aber

---

<sup>1</sup> Die Forschung zeigt, dass figurative Sprache und vor allem figurative Bilder die Wirksamkeit von Werbung beeinflussen können, indem sie die Aufmerksamkeit fesseln und emotional ansprechend und überzeugend sind (Pérez-Sobrinó, Littlemore, Houghton 2019).

<sup>2</sup> Hier ist zu beachten, dass mit Ausnahme der Likert-Skala-Fragen die Antworten auf geschlossene Fragen nicht 100 % ergeben, da die Befragten die Möglichkeit hatten, bis zu 3 Antworten zu wählen.

<sup>3</sup> In der Studie werden für alle Studienteilnehmenden eindeutige Pseudonyme verwendet. Teilnehmende, die die Umfrage in deutscher Sprache beantworteten, werden als D\_01, D\_02 usw. bezeichnet. Teilnehmende, die die englische Version der Umfrage beantworteten, werden als E\_01; E\_02, usw. bezeichnet. Die Teilnehmenden an den Interviews werden als I\_01, I\_02, usw. bezeichnet.

das Ergebnis ist trotzdem positiv, nämlich die persönliche oder berufliche Entwicklung.

Bezogen auf die relationalen Antonyme „Lernende“ und „Lehrende“ waren (a) für 44,1 % der Befragten erfolgreiche Lernende diejenigen, die sich anstrengen, (b) für 17,6 % diejenigen, die Interesse an unterschiedlichen Kulturen haben und (c) für 14,7 % diejenigen, die Spaß am Lernen haben. Beispiele hierfür sind:

*(a) Ein/e erfolgreiche/r Sprachenlerner/in ist wie ein Leistungssportler, weil er jeden Tag hart trainieren muss, um sein Ziel zu erreichen. D\_17;*

*(b) Erfolgreiche Lernende sind wie Entdecker, denn sie müssen in die jeweilige Sprache eintauchen (Fernsehen/Lesen/Podcasts), E\_05;*

*(c) Ein/e erfolgreiche/r Sprachenlerner/in ist wie ein guter Freund, weil ich Spaß an der Konversation habe und ohne Qual spielerisch neue Dinge lerne, indem ich mich auf Augenhöhe unterhalte., D\_10.*

Hier wird wieder „Anstrengung“ erwähnt, zusammen mit zwei anderen Punkten, die den Eigenschaften intrinsisch motivierter Lerner zugrunde liegen, nämlich Interesse und Spaß.

Gute Lehrende waren dahingegen (a) für 38,2 % diejenigen, die sich auf die Lernenden konzentrieren, (b) für 20,6 % diejenigen, die für eine positive Atmosphäre sorgen und (c) für 17,6 % diejenigen, die die Lernenden korrigieren und motivieren. Die allgemeine Schlussfolgerung aus diesem Umfrage-Item ist, dass die Lernenden Lehrkräfte schätzen, die eine personalisierte Erfahrung bieten. Im Folgenden finden sich einige Beispiele:

*(a) Eine gute Lehrkraft ist wie ein Personal Trainer, weil sie mich fordert und fördert und dabei auf meine Bedürfnisse eingeht, D\_28,*

*(b) Eine gute Lehrkraft ist wie ein leichter Cocktail, weil er den Kopf frei macht und die Zunge löst, D\_13, und*

*(c) Eine gute Lehrkraft ist wie eine Mutter, weil sie ihr Kind lobt und motiviert, auch wenn es Fehler macht, D\_01.*

In ihrer Forschungsarbeit<sup>4</sup> führte Borschke (in Vorbereitung) eine eingehende Analyse der Antworten auf die DCTs der Umfrage durch und teilte sie in verschiedene Kategorien ein. Die folgenden Kategorien traten dabei als die wichtigsten hervor: Flexibilität, Selbstdisziplin und persönliche Entwicklung. 82,7 % der Umfrageteilnehmenden schätzten die Flexibilität und die Freiheit, geeignete Zeiten und Themen für ihren Online-Unterricht zu wählen. Die Lernenden erkannten auch, dass sie diszipliniert sein müssen und sich bemühen sollten, regelmäßig am Unterricht teilzunehmen. Dies wiederum wirkte sich positiv auf ihren persönlichen Entwicklungsprozess aus, was darauf hindeutet, dass die meisten Lernenden nach bestimmten Lernzielen streben und ein Erfolgsgefühl schätzen.

## **5.2 Kommunikation am Arbeitsplatz in der Zielsprache**

Dieser Abschnitt enthielt geschlossene Umfrage-Items, für die die Befragten bis zu drei Antwortmöglichkeiten wählen konnten. Auf diese Weise sollten zwei konkrete Fragen zur

---

<sup>4</sup> Die Forschungsarbeit, die auf der Analyse der für diese Studie erhobenen Daten basiert, wird auf dem AILA-Weltkongress im August 2021 vorgestellt.

Kommunikation am Arbeitsplatz beantwortet werden: für welche Aufgaben die Lernenden ihre Zielsprache verwenden und welchen Herausforderungen sie bei der Kommunikation am Arbeitsplatz begegnen. Wir erfuhren, dass 65,4 % der Lernenden die Zielsprache für das Schreiben von E-Mails verwenden, 38,5 % in Gesprächen mit anderen Mitarbeitenden, 30,8 % in Telefonaten und 25,0 % in Gesprächen mit Geschäftspartner:innen (siehe Abbildung 2 unten). Auf die Frage, welche Herausforderungen die Lernenden bei der Kommunikation in der Zielsprache erleben, wurden alle vier Fertigkeiten (Sprechen, Hören, Lesen und Schreiben) genannt, aber Vokabular und Grammatik stellten sich als die größten Probleme heraus: 57,7 % gaben an, nicht über ausreichend oder für sie relevantes Vokabular zu verfügen, um sich professionell auszudrücken, und 38,5 % hatten Probleme, die Grammatik richtig anzuwenden (siehe Abbildung 3 unten).

**Was sind die häufigsten Aufgaben, die Sie bei der Arbeit in der Sprache erledigen, die Sie mit Babbel Intensive lernen?**

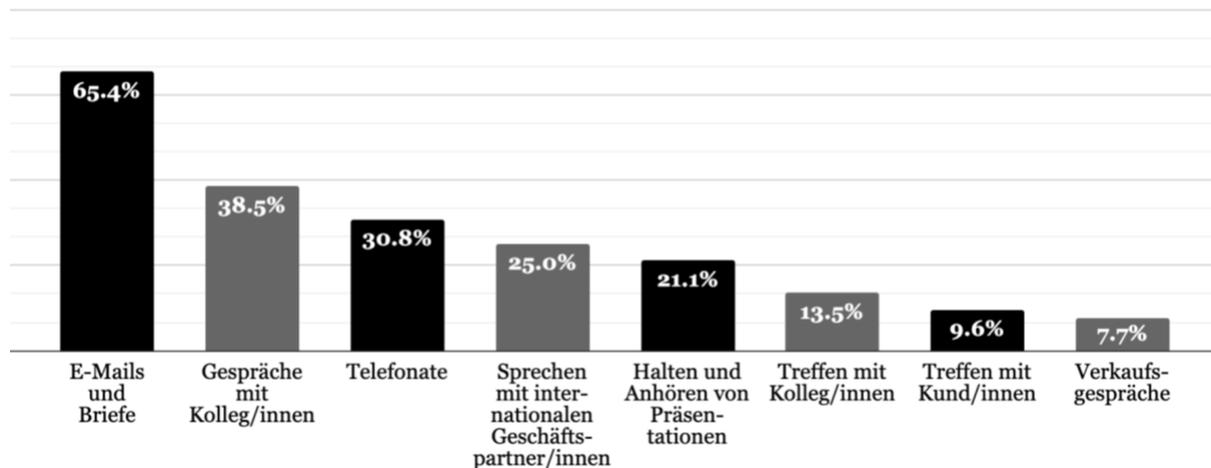


Abbildung 2: Die häufigsten Aufgaben bei der Arbeit

**Was sind die größten Herausforderungen, denen Sie bei der Arbeit begegnen, wenn Sie die Sprache verwenden, die Sie mit Babbel Intensive lernen?**

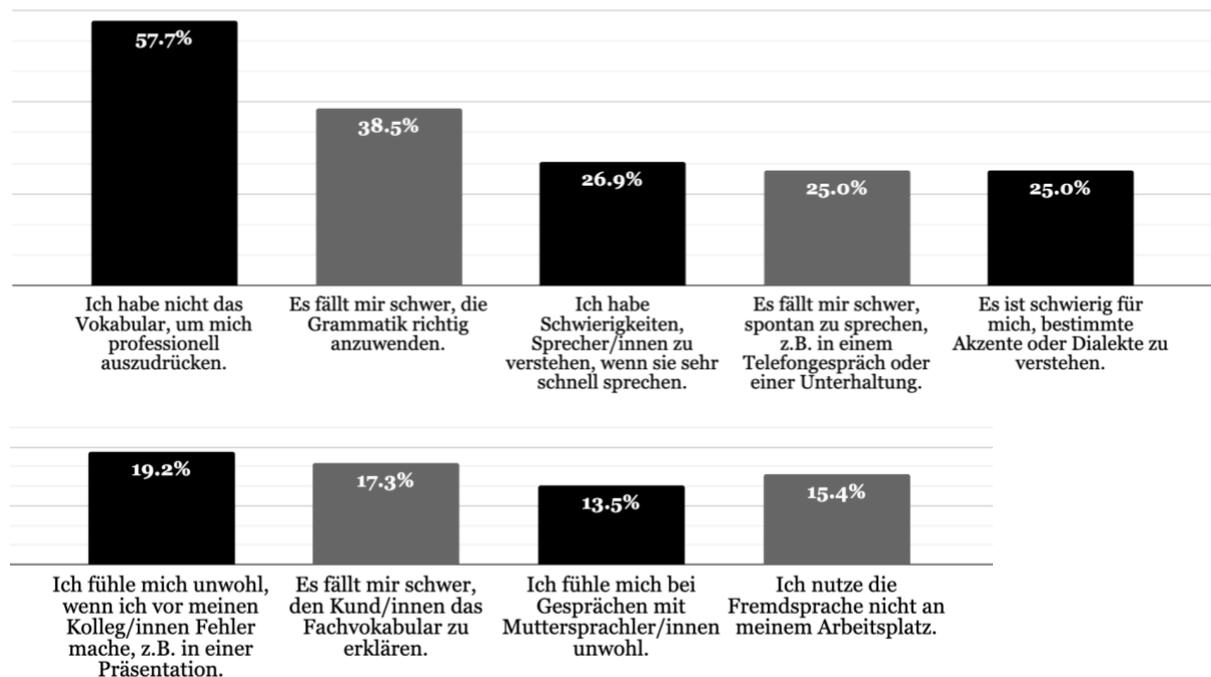


Abbildung 3: Herausforderungen beim Kommunizieren in der Fremdsprache

### 5.3 Der Einsatz von Babbel Intensive: die Rolle der Lehrkraft

In diesem Abschnitt gehen wir auf verschiedene Aspekte der Erfahrungen der Lernenden mit virtuellen Klassenzimmern ein, von der Begegnung mit der Lehrkraft bis zu den Erfahrungen mit dem Buchungssystem.

Als Antwort auf die Frage nach den Kriterien, die die Befragten bei der Auswahl einer Lehrkraft berücksichtigen, war die am häufigsten gewählte Antwort, dass die Lehrkraft den Lernenden helfen sollte, ihre Schwachstellen zu identifizieren (63,6 %), dass sie die Fremdsprache als Erstsprache spricht (57,7 %), dass sie freundlich ist (55,8) und dass sie versuchen sollte, eine persönliche Verbindung zum Lernenden aufzubauen (25,0 %). Abgesehen davon, dass sie die Zielsprache als Muttersprache spricht,<sup>5</sup> wird eine ideale Lehrkraft also allgemein dadurch beurteilt, ob sie den Lernenden eine personalisierte Erfahrung bietet.

Auf die Frage, was die Lernenden von einer Lehrkraft während einer Online-Unterrichtsstunde erwarten, steht erneut die Personalisierung im Vordergrund, diesmal in Verbindung mit der Unterstützung der Lernenden bei der Verbesserung der Hör- und Sprechkompetenz (65,4 %), dem Geben von Feedback zur Aussprache (46,2 %), dem Anbieten von individueller Unterstützung (36,5 %) und der Hilfe bei der Verbesserung der Grammatik (34,6 %).

Die Bedeutung des „Sprechens“ als wichtigste Fähigkeit zeigt sich nicht nur in den Beschreibungen, die sich auf die Erwartungen an die Lehrkraft beziehen, sondern auch, wenn die Umfrageteilnehmenden nach den Aussagen befragt wurden, die sie mit Babbel-Live-Unterrichtsstunden an sich verbinden. Hier gaben 57,7 % an, dass sie ihre Sprechfähigkeiten trainieren können und 42,3 %, dass sie individuelles Feedback bekommen. Zusätzlich üben die Befragten das Sprechen in verschiedenen Situationen, wie z. B. Sprache in Alltagssituationen (38,5 %) und in persönlichen Gesprächen (34,6 %) (siehe Abbildung 4 unten).

---

<sup>5</sup> Auch wenn Lehrkräfte, die die Zielsprache als Erstsprache haben, von einer Reihe von Befragten als besser qualifiziert angesehen werden, stellt sich das Forschungsteam, angelehnt an Forschungsergebnisse aus dem Bereich Englisch als Lingua Franca (z. B. Ehrenreich 2010; Kankaanranta und Salminen 2013), dieser Position entgegen und regt neue Ansätze für das Lehren und Lernen von Fremdsprachen an, die die Pluralität dieser Sprachen sowie Fähigkeiten berücksichtigen, die in Kontexten interkultureller Kommunikation einen Unterschied machen können, wie z. B. die Fähigkeit, sich auf seinen Gesprächspartner einzustellen und eine persönliche Verbindung aufzubauen. Einen interessanten Blog-Beitrag zu diesem Thema findet sich bei [Bosso \(2021\)](#).

**Welche der folgenden Aussagen trifft/treffen am meisten auf die Babel Intensive- Unterrichtsstunden zu?**

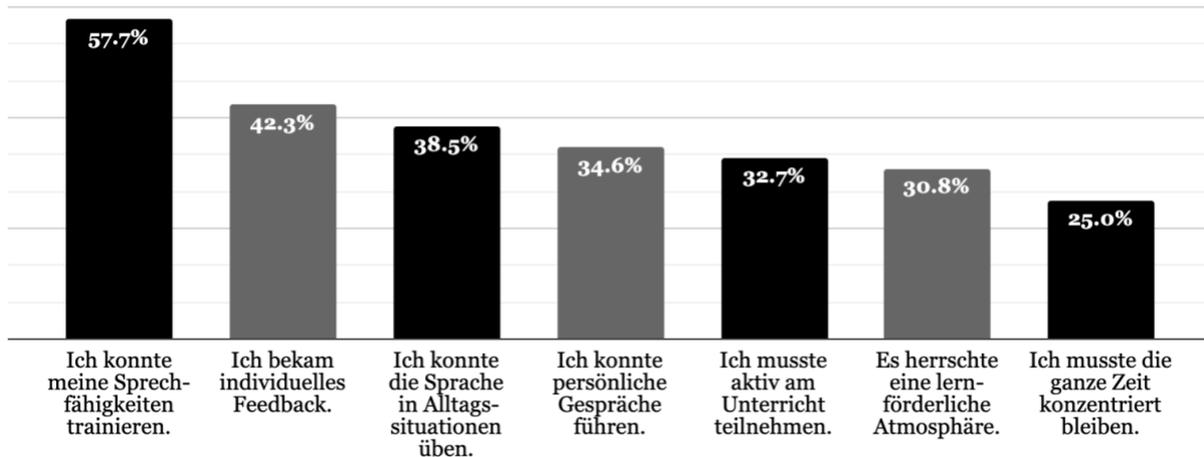


Abbildung 4: Aussagen über Babel-Intensive-Unterrichtsstunden

Auf die Frage nach den Aspekten, die sie bei der Buchung einer Unterrichtsstunde berücksichtigen, gaben 69,2 % der Befragten an, dass sie es vorziehen, dieselbe Lehrkraft wie in der vorherigen Unterrichtsstunde zu wählen. An zweiter Stelle kam das Finden von Zeitfenstern, die zu ihrem Kalender passen (51,9 %). Andere Optionen beziehen die Lehrkraft auf unterschiedliche Art und Weise mit ein: die Wahl der Lehrkraft aufgrund ihrer Qualifikationen (38,5 %); aufgrund ihrer Verfügbarkeit (19,2%) und anderer Faktoren (siehe Abbildung 5).

**Welche Aspekte waren für Sie beim Buchen der Unterrichtsstunde am wichtigsten?**

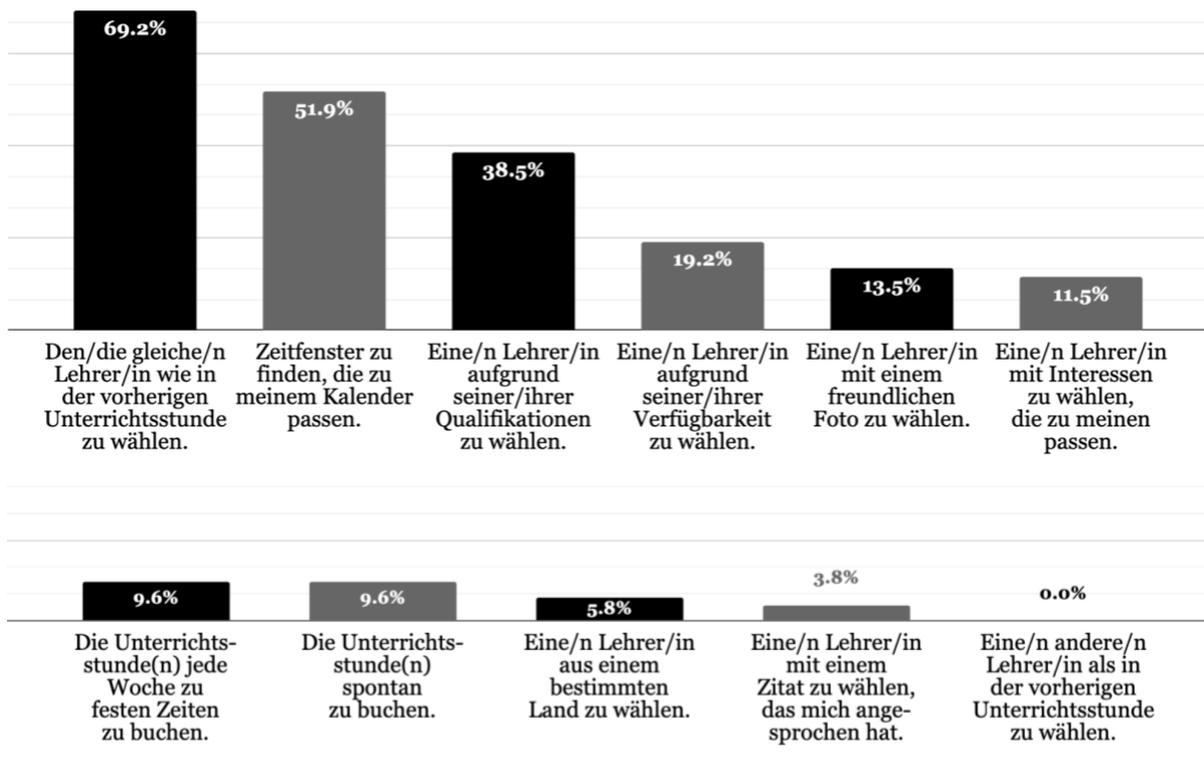


Abbildung 5: Buchung einer Babel-Intensiv-Unterrichtsstunde

Als letzten Punkt, der in diesem Teil der Umfrage untersucht wurde, haben wir die Teilnehmenden nach Herausforderungen beim Lernen mit Babbel gefragt und ob sie sich bei einigen Aspekten mehr Unterstützung wünschen. Jeweils 36,5 % der Umfrageteilnehmenden gaben an, dass es ihnen bei der Nutzung von Babbel Intensive besonders schwerfällt, motiviert zu bleiben sowie die Zeit und die richtige Lehrkraft zu finden (hierbei ist zu berücksichtigen, dass Herausforderungen bei der Suche nach der richtigen Lehrkraft oft auf Zeitzoneneunterschiede zurückzuführen sind, wie von einigen Befragten im offenen Kommentarfeld erklärt wurde). Eine weitere relevante Antwortmöglichkeit war „einen Lernplan zu erstellen“, die von 28,8 % gewählt wurde.

Die nächste Frage war, ob die Lernenden das Gefühl haben, dass sie zusätzliche Unterstützung benötigen. Insgesamt antworteten 40,4 %, dass sie sich Unterstützung bei der Verfolgung ihrer Fortschritte wünschen; 38,5 % bei der Kombination von Babbel Intensive mit den Lektionen der App; 34,6 % bei der Strukturierung ihres Lernens und 28,8 % bei der Suche nach der richtigen Lehrkraft (siehe Abbildung 6).

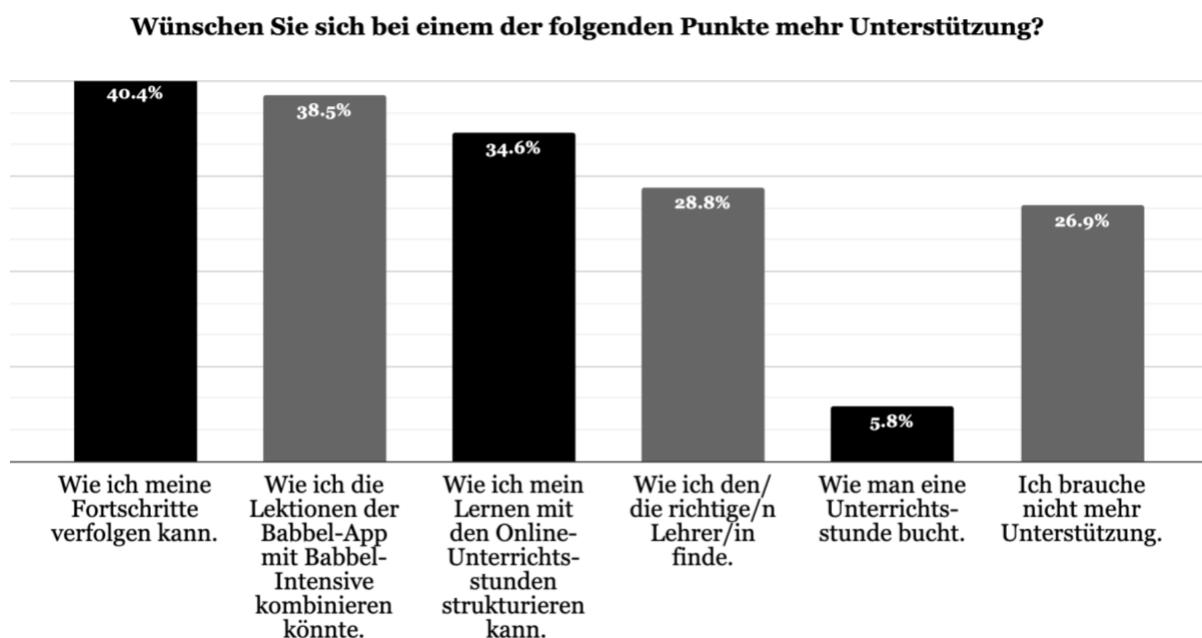


Abbildung 6: Zusätzliche Unterstützung

#### 5.4 Zufriedenheit der Lernenden mit Babbel Intensive

Im Folgenden werden die Antworten auf die 12 fünfstufigen Likert-Skala-Fragen analysiert, mit denen die Teilnehmenden gefragt wurden, inwieweit sie einer bestimmten Aussage über Babbel Intensive zustimmten. Diese Fragen standen am Ende der Umfrage und basierten auf den häufigsten Antworten in den Interviews. Mit ihrer Hilfe sollte die Zufriedenheit der Lernenden mit Babbel Intensive, dem virtuellen Einzelunterricht, bewertet werden.

Im Hinblick auf die Verbesserung ihrer Kommunikationskompetenz am Arbeitsplatz gaben fast alle Lernenden an, dass sich die regelmäßige Nutzung von Babbel Intensive positiv auf ihre Fähigkeit auswirkt, am Arbeitsplatz effektiv zu kommunizieren. Die Umfrageergebnisse zeigen,

dass 86,5 % der Befragten das Gefühl haben, dass das Lernen mit Babel ihnen mehr Selbstvertrauen gibt, eine Fremdsprache in Alltagssituationen bei der Arbeit anzuwenden. Darüber hinaus gaben 86,5 % der Befragten an, beim Lernen mit Babel ein Erfolgserlebnis gehabt zu haben und 80,8 % hatten das Gefühl, nach einer Babel-Intensiv-Unterrichtsstunde in der Sprache Fortschritte zu erzielen.

Die Erfahrung mit Babel Intensive wird allgemein positiv bewertet. 96,2 % der Befragten empfinden den Unterricht als angenehm. Die Flexibilität des Buchungsprozesses wird von 82,7 % geschätzt, da dies das Lernen und Erzielen von Fortschritten erleichtert, und 65,4 % freuen sich nach einer Babel-Intensiv-Unterrichtsstunde auf die nächste Stunde mit Babel Intensive.

Wie bereits dargelegt, unterstreichen die Antworten der Teilnehmenden auf diese Fragen die zentrale Bedeutung der Lehrkraft für das Lernen mit Babel Intensive: 90,4 % der Umfrageteilnehmenden schätzen die Möglichkeit, eine feste Lehrkraft wählen zu können, und 75,0 % bevorzugen es, die Unterrichtsstunden mit einer festen Lehrkraft zu haben. Darüber hinaus sind die Babel-Intensive-Unterrichtsstunden individualisiert: 88,5 % der Teilnehmenden gaben an, dass ihre Lehrkraft in der Lage ist, die Unterrichtsstunden ihrem Sprachniveau anzupassen, und 78,8 % sagen, dass ihre Lehrkraft in der Lage ist, die Unterrichtsstunden auf ihre individuellen Bedürfnisse anzupassen. Alle Befragten waren der Meinung, dass das Vertrauen und die persönliche Verbindung zur Babel-Intensive-Lehrkraft essentiell sind. Dies hebt erneut hervor, dass der Pool an qualifizierten Lehrkräften ein maßgeblicher Vorteil des Lernens mit Babel Intensive ist.

Hinsichtlich der Kombination der Babel Intensive Online-Unterrichtsstunden mit den Lektionen der Babel-App zeigen die Umfrageergebnisse, dass 64,4 % der Befragten beides nutzen und somit das Blended-Learning-Angebot in Anspruch nehmen. In diesem Zusammenhang stimmten 34,6 % der Teilnehmenden der Aussage zu: „Die Babel-Intensive-Unterrichtsstunden mit einer Lehrkraft ermutigen mich, die Babel-App zu nutzen.“ Weitere 34,6 % stimmten jedoch der Aussage zu, dass sie nach der Teilnahme an den Babel-Intensive-Unterrichtsstunden die Babel-App weniger nutzen. Daraus lässt sich schließen, dass, obwohl die Mehrheit der Lernenden angibt, sowohl von der App als auch den Babel-Intensive-Unterrichtsstunden Gebrauch zu machen, die Lernenden diese beiden Produkte nicht wirklich als miteinander verbunden betrachten.

### **5.5 Motivation der Lernenden für das Erlernen einer Fremdsprache mit dem virtuellen Klassenzimmer von Babel**

Wie zunächst durch die Interviews gezeigt und später mit der Umfrage quantitativ bestätigt wurde, übertrifft die extrinsische Motivation die intrinsische Motivation der Teilnehmenden. So gaben beispielsweise 38,5 % der Befragten an, dass das Lernen einer Sprache mit Babel Intensive Spaß macht, was auf eine intrinsische Motivation hindeutet. Hier ein Beispiel für eine Antwort einer der Befragten:

*Also, einfach um Informationen auszutauschen, ein bisschen was über das Land herauszufinden und Fragen zu stellen wie: Wie ist es bei euch in Deutschland? Diese Neugierde, dieser Austausch in den ersten Minuten ist mir wichtig und ich genieße das sehr. (I\_06, Pos. 44)*

Andererseits gaben 55,8 % der Befragten an, dass sie die Vorteile des Fremdsprachenlernens mit Babbel Intensive schätzen und 28,9 %, dass sie mit Babbel Intensive lernen, weil sie der Meinung sind, dass gute Mitarbeitende in einem Unternehmen eine zweite Sprache beherrschen sollten. Bei beiden Antworten handelt es sich um eine extrinsische Motivation. Hier sind konkrete Beispiele für die Antworten der Teilnehmenden:

*Vor allem, um sich mit Kollegen, welche nicht ... dieselbe Muttersprache haben, austauschen zu können. Oder meine Projekte vorstellen zu können bei Kollegen, die Deutsch nicht als Muttersprache haben, also wo die gemeinsame Arbeitssprache Englisch ist. (I\_03, Pos. 4)*

*Meine Firma wurde verkauft und ist nun in einem internationalen Verbund und Englisch ist nun die „Amtssprache“. Ich kann ohne Englisch meinen Job nicht ausführen, D\_23)*

Auch wenn die Mehrheit der Teilnehmenden extrinsisch motiviert ist, argumentiert Meyering (in Vorbereitung)<sup>6</sup>, dass die meisten Lernenden den Nutzen von Babbel Intensive als für sie persönlich wichtig betrachten und ein hohes Maß an Motivation und Engagement zeigen. Das wiederum bedeutet, dass solange sie den Nutzen der Aktivität als wichtig für ihre persönliche Ziele einschätzen, sie eine stabile Form der Motivation aufweisen (Ryan & Deci, 2017).

Andererseits deutet Meyering (in Vorbereitung) darauf hin, dass Befragte, die angeben, ihre Zweitsprache verbessern zu *müssen* – entweder um in ihrer aktuellen Position zu bleiben oder um ihre Vorgesetzten zufriedenzustellen –, wahrscheinlich weniger Ausdauer und schlechtere Leistungen zeigen, da ihre Einstellungen von einem geringeren Maß an Absicht und Autonomie zeugen (Ryan & Deci, 2017).

Im nächsten Abschnitt wiederholen wir zunächst die wichtigsten Ergebnisse und besprechen sie sowie ihre Bedeutung.

## 6. Diskussion und Empfehlungen

Zurückblickend auf unsere erste Forschungsfrage, *wie die Personen, die das virtuelle Klassenzimmer von Babbel nutzen, die Auswirkungen des virtuellen Unterrichts und der App-Nutzung auf ihre Kommunikation am Arbeitsplatz wahrnehmen*, können wir feststellen, dass die Lernenden die Erfahrung des Online-Lernens einer Sprache mit Flexibilität, Anstrengung und Schwierigkeiten, aber auch (persönlicher und beruflicher) Entwicklung verbinden. Die Ergebnisse zeigen, dass wiederkehrende Aufgaben in der Zielsprache am Arbeitsplatz E-Mails und Gespräche mit anderen Mitarbeitenden oder Geschäftspartner:innen (auch über das Telefon) sind; die größten Herausforderungen, die die Umfrageteilnehmenden erleben, stehen im Zusammenhang mit Wortschatz, Grammatik und den Sprechfähigkeiten.

Auf die Frage nach spezifischen Aspekten rund um ihre Erfahrungen mit Babbel Intensive beschrieben die Lernenden die *Lehrkräfte* als diejenigen; die eine personalisierte Erfahrung

---

<sup>6</sup> Die Analyse der in dieser Studie erhobenen Daten bildet die Grundlage für die MA-Arbeit von Meike Meyering an der Universität Potsdam.

ermöglichen; die *Unterrichtsstunde* als Chance, ihre Sprechfähigkeiten zu trainieren, Vokabeln zu lernen und Feedback zu erhalten; die *idealen Lernenden* als diejenigen, denen Tools/Strategien zur Verfügung gestellt werden, um das Lernen zu strukturieren (einschließlich, aber nicht beschränkt auf die Kombination von App und virtuellem Unterricht) und die eigenen Fortschritte zu verfolgen.

Insgesamt bewerteten die Lernenden also die Auswahl der Lehrkräfte, die Personalisierung des Unterrichts in den virtuellen Klassenzimmern und ihre Fortschritte in der Zielsprache positiv. Eine hohe Zufriedenheit zeigte sich vor allem in Bezug auf die Auswirkungen des Unterrichts auf die Kommunikation am Arbeitsplatz und im Alltag. Im Allgemeinen berichteten die Teilnehmenden, dass sie Fortschritte gemacht haben und legten großen Wert auf die Möglichkeit, ihre eigene Lehrkraft zu wählen. Dies scheint im Einklang mit den Ergebnissen von Manegre und Sabiri (2020) zu stehen, die eine ausgesprochen positive Einstellung der Lehrkräfte gegenüber dem Unterrichten in virtuellen Klassenzimmern feststellten. Unsere Ergebnisse in Verbindung mit den Erkenntnissen von Manegre und Sabiri deuten also darauf hin, dass virtuelle Klassenzimmer sowohl von Lehrenden als auch von Lernenden positiv wahrgenommen werden.

In Bezug auf unsere zweite Forschungsfrage zu den *Arten der Motivation, die sich bei den Lernenden erkennen lassen*, fanden wir Hinweise auf sowohl intrinsische als auch extrinsische Motivationstypen, wobei die letzteren gegenüber den ersteren überwiegen. Laut Ryan und Deci (2017) gibt es verschiedene Arten von extrinsischer Motivation, von weniger bis zu stärker selbstregulierten Formen (hierbei gilt zu beachten, dass die intrinsische Motivation der am stärksten selbstregulierte Typ ist). Wie in Bezug auf die extrinsische Motivation erläutert, berichtete eine Reihe von Teilnehmenden, dass sie die Vorteile von Babbel Intensive als persönlich und beruflich wichtig einschätzen. Dies kann eine stabile Form der Motivation darstellen, da ein gewisses Maß an Selbstregulierung zu erkennen ist. Andererseits erklärten mehrere Befragte auch, dass sie lernen, weil sie ihre Zweitsprache aus externen Gründen wie (wahrgenommenem) Druck durch den Arbeitsmarkt oder ihre Vorgesetzten verbessern *müssen*, was eine weniger selbstregulierte Form der Motivation darstellt.

Wir werden nun unsere Erkenntnisse zur Motivation aus der Perspektive der drei menschlichen Grundbedürfnisse – Autonomie, Kompetenz und soziale Eingebundenheit – betrachten, die für die Selbstmotivation und das Wohlbefinden essentiell sind und deren Vernachlässigung oder Fehlen zu Unwohlsein oder Belastung führt (Peters, Calvo & Ryan, 2018). Beginnen wir mit der *Autonomie*. Obwohl es offensichtlich scheint, dass eine Fülle von Lernoptionen per se die Autonomie maximiert, hat die Forschung zu Selbstlernplattformen gezeigt, dass es nicht ausreicht, nur Materialien zur Verfügung zu stellen, um Lernende zu motivieren. Das liegt daran, dass Autonomie das psychologische Bedürfnis ist, Verhalten als selbstbestimmt zu erleben (Ushioda, 2011, S. 223). Die Bereitstellung von Materialien oder Techniklösungen allein reicht nicht aus, um ein Gefühl der Handlungsfähigkeit zu erzeugen.

Unsere Ergebnisse zeigen jedoch, dass das Grundbedürfnis nach Autonomie durch einige Funktionen von Babbel Intensive angesprochen wird, z. B. wenn die Lernenden die Möglichkeit haben, aus einem Pool von qualifizierten Lehrkräften zu wählen und wenn sie Einfluss auf das Thema des Unterrichts nehmen können, der – da es sich wie bereits dargelegt um Einzelunterricht

handelt – stark personalisiert ist. Wenn die Lernenden das Produkt nutzen und erkunden, erleben sie also oft ein Gefühl der Autonomie. Allerdings kann das Gefühl der Autonomie in der für den weiteren Verlauf maßgeblichen Einführungsphase fehlen. Zum Beispiel berichtet eine Person, dass sie „am Anfang nicht einmal verstanden hat, dass es einen Intensivkurs gibt“(D\_17). In diesem Fall wurde ihre Autonomie nicht berücksichtigt. Peters, Calvo & Ryans erklären, dass

Die SDT [Selbstbestimmungstheorie] besagt, dass Personen eine neue Technologie in dem Maße annehmen, in dem sie autonom dazu motiviert sind. Daher lautet die wichtigste Frage: Inwieweit ist die Motivation einer Person, eine Technologie anzunehmen, autonom, d. h. gewollt und auf ihre Werte und Ziele ausgerichtet (z. B. „Ich möchte diese App wirklich ausprobieren, weil ich glaube, dass sie mir helfen wird, mehr Sport zu treiben“), oder wird sie als von außen gesteuert wahrgenommen („Meine Vorgesetzten zwingen mich, diese App herunterzuladen“)? (Peters, Calvo & Ryans, 2018, S. 7)

Unternehmen sollten also darauf achten, dass die Lernenden ihre Entscheidung für die Nutzung von Babel-Intensive-Produkten nicht allein mit der Argumentation „da meine Firma dieses Angebot bezahlt, muss ich es nutzen“ treffen oder das Angebot als zufälligen Vorteil sehen, der gar nicht ihren Interessen entspricht. Deshalb empfehlen wir einen innerbetrieblichen Onboarding-Prozess, der die Wünsche und Bedürfnisse der Lernenden in Bezug auf das Erlernen einer Fremdsprache berücksichtigt und ihnen das Gefühl gibt, aktiv die Entscheidung für ein Sprachtraining zu treffen. Konkrete Vorschläge sind (a) dass die Teilnehmenden ihr Interesse bekunden und sich für Babel-Intensive-Kurse anmelden und (b) dass Onboarding-Marketing-Materialien erstellt werden, die betonen, wie das Erlernen einer Fremdsprache mit Babel Intensive die Lernenden auf dem globalen Weltmarkt positioniert.

Unsere Ergebnisse zeigen auch, dass viele Lernende eine Fremdsprache zum Nutzen ihrer Vorgesetzten lernen. Daher liegt die Erwartung nahe, dass ihre Vorgesetzten dieses Bemühen anerkennen, indem sie die Lernenden entsprechend belohnen, sei es, indem sie die Mitarbeitenden dazu ermutigen, die App während Bürozeiten zu nutzen oder Anreize zu schaffen, die das Lernen mit Babel Intensive belohnen. Idealerweise würde das Unternehmen Babel Intensive also nicht nur als klassische Firmenleistung sehen, sondern tatsächlich als Investition des Unternehmens in die Mitarbeitenden (Weiterbildung). Der „Return of Invest“ (also der durch die Investition bedingte Vorteil) des Unternehmens ist in diesem Fall nicht nur die Zufriedenheit der Mitarbeitenden, sondern eine bessere kommunikative Leistung am Arbeitsplatz.

Bezüglich des zweiten psychologischen Grundbedürfnisses nach *Kompetenz* berichtet die Mehrheit der Lernenden, dass sie bereits Fortschritte in ihren Sprachfähigkeiten feststellen. Andererseits äußern die Lernenden auch den Wunsch nach mehr Unterstützung und Anleitung bei der Strukturierung ihres Lernens und der Verfolgung ihrer Fortschritte. Beide Wünsche hängen mit dem Bedürfnis nach „Kompetenz“ zusammen. Daher empfehlen wir zwei neue Lösungen: einen App-basierten Sprachlernplaner – in dem die Lernenden ihre persönlichen Ziele und Aufgaben zum Erreichen dieser Ziele eintragen und ihren Fortschritt verfolgen können – und einen Sprachlern-Coach (ein Coach, der sich regelmäßig mit den Teilnehmenden von Babel Intensive trifft, um ihnen zu helfen, ihre Ziele mit nachhaltigen Strategien zu verbinden; wie ein „Personal Trainer“ für Sprachen).

In Bezug auf die *soziale Eingebundenheit* können bestehende Merkmale hervorgehoben werden, wie z. B. die Tatsache, dass das Einzelunterrichtsformat die Wahrnehmung der Personalisierung von Zielen und Inhalten der Unterrichtsstunden begünstigt. Allerdings scheinen neben der Beziehung zwischen Lernenden und Lehrenden andere Beziehungsarten (z. B. zu anderen Lernenden) zu fehlen. Zukünftige Entwicklungen der Babel-Intensive-Erfahrung könnten berücksichtigen, wie Lernende in Unternehmen davon profitieren könnten, ihren Lernfortschritt zu verfolgen und diesen mit Lernenden im gleichen Unternehmen oder Bekannten und Familienmitgliedern zu teilen und zu vergleichen.

Alles in allem empfehlen wir eine sorgfältige Betrachtung aller Phasen der Interaktion der Personen, die mit Babel Intensive lernen, von der Einführung bis hin zu den Auswirkungen auf das Leben der Lernenden,<sup>7</sup> um ihre drei psychologischen Grundbedürfnisse zu erfüllen. In diesem Sinne gehen wir davon aus, dass die Lernenden den folgenden Zitaten der Teilnehmenden an unseren Interviews zustimmen werden:

Und dann habe ich mir wieder eine neue Lehrerin gesucht, und dann irgendwann bin ich bei Sandra<sup>8</sup> hängen geblieben und dann habe ich gesagt: Ok, wir verstehen uns, wir lachen viel zusammen, es ist immer eine schöne Zeit, die wir miteinander verbringen, wir genießen es beide. Ich kann ihr ein bisschen was von Deutschland erzählen, weil sie auch da interessiert ist und sie erzählt dann immer etwas aus Südafrika und wir haben unsere Englischstunden und dann habe ich erstmal, ich glaube, zwölf Sessions hintereinander gebucht. Also immer Dienstag, Freitag, immer um die gleiche Uhrzeit. Die habe ich einmal durchgebucht und hatte mir schon eine Notiz gemacht in meinem normalen Kalender, ich arbeite viel mit Kalendereinträgen als auch Aufgabenlisten. Dann stand da irgendwie so: Achtung, neue Termine machen, damit ich keine zu großen Lücken da habe. (I\_06, Pos. 64)

Im Prinzip für das, zum Beispiel, finde ich, diese Live-Sessions auf jeden Fall sinnvoll, weil man einfach gezwungen ist, Englisch zu reden und wenn man Fehler macht, dann wird man korrigiert, ohne dass man, wie soll ich sagen, ohne ein schlechtes Gewissen zu haben, einfach reden und schauen, wo was gibt. (I\_03\_Pos. 28)

Wir haben gemeinsam gesprochen, wir haben improvisiert, wir haben diskutiert in Englisch über diverse Themen, einfach um das freie Sprechen zu üben und das hat mir sehr zugesagt. (I\_04, Pos. 57)

Und ich hab jetzt schon gemerkt über die Monate, dass mein Wortschatz größer geworden ist und dass das Reden auch flüssiger wird, jetzt auch grad im Unterricht. Und das finde ich eigentlich ganz gut. (I\_02, Pos. 41)

Da hab ich immer ganz, ganz viel gesprochen und sie hat nur ein paar Fragen gestellt. Und da hab ich dann schon gemerkt, wie cool das ist, wenn man selber so viel sprechen kann. Und vor allem wenn es dann vielleicht gar nicht so drum geht, jetzt möglichst auf den Punkt zu kommen, wie es

---

<sup>7</sup> Peters, Calvo und Ryan (2018) erklären, wie die Befriedigung von Bedürfnissen verschiedene Ebenen der Interaktion zwischen Mensch und Technologie erklären kann: die Technologieadoption, die Interaktion mit der Benutzeroberflächen, die damit verbundenen Aufgaben, das Verhalten bis hin zur individuellen Lebens- und Gesellschaftsebene.

<sup>8</sup> Der Name der Lehrkraft wurde geändert.

im Unternehmen eigentlich ist bei der Kommunikation. Aber halt wirklich das Sprechen zu üben und richtig zu betonen und so und das ist halt im Einzelunterricht schon megagut, finde ich. (I\_03, Pos. 04)

Ich fand zum Beispiel, ich habe manche neue Worte aus App herausgepickt, also mein Gehirn hat sie rausgepickt, und dann habe ich die bei Babbel Live angewendet und wenn man das mal anwendet, es ist schon eine große Wahrscheinlichkeit, dass diese Worte überhaupt dann im Gehirn hängen bleiben. (I\_04, Pos. 113-114)

## Literaturverzeichnis

- Borschke, A. (in Vorb.). *Investigating learners' beliefs about their (B)ELF online learning experiences using conceptualization analysis*.
- Bosso, R. (2021). Learning English for schools, relearning it for life. Abgerufen von: <https://youthmedialife-blog.univie.ac.at/learning-english-for-school-relearning-it-for-life/?fbclid=IwAR2Vg6-hwGKqOMN5MaInK3r5Pdqb6aQSJyGuvzB7fGfCgyRsHFizHVKt9r0>.
- Gunnarsson, B.-L. (2009). *Professional discourse*. London, UK: Continuum.
- Gunnarsson, B.-L. (2013). Multilingualism in the Workplace. *Annual Review of Applied Linguistics*, 33, 162-189. <https://doi.org/10.1017/S0267190513000123>.
- Dörnyei, Z. (2002). *Questionnaires in second language research: Construction, administration, and processing / Zoltán Dörnyei*. Mahwah, US: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ehrenreich, S. (2010). English as a business lingua franca in a German multinational corporation: Meeting the challenge. *The Journal of Business Communication* (1973), 47(4), 408-431. <https://doi.org/10.1177/0021943610377303>.
- Ellis, R. (2002). A metaphorical analysis of learner beliefs. In P. Burmeister, T. Piske and A. Rohde (Eds.), *An integrated view of language development: Papers in honor of Henning Wode*, 163-180. Trier, Deutschland: Wissenschaftlicher Verlag.
- Harwood, Sophie (2017). *Babbel Intensive: Learner Guide for all Levels*.
- Kankaanranta, M., & Salminen, L. L. (2013). "What language does global business speak?" -The concept and development of BELF. *Ibérica: Revista de la Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos (AELFE)*, 26, 17-34.
- Kassim, Hafizoah & Ali, Fatimah. (2010). English communicative events and skills needed at the workplace: Feedback from the industry. *English for Specific Purposes*, 29, 168-182. <https://doi.org/10.1016/j.esp.2009.10.002>.
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2019). *Analyzing Qualitative Data with MAXQDA Text, Audio, and Video*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-15671-8>.
- Loewen, S., Isbell, D. R., & Sporn, Z. (2020). The effectiveness of app-based language instruction for developing receptive linguistic knowledge and oral communicative ability. *Foreign Language Annals*, 53(2), 209–233. <https://doi.org/10.1111/flan.12454>.
- Manegre, M.; Sabiri, K.A. (2020). Online language learning using virtual classrooms: an analysis of teacher perceptions. *Computer Assisted Language Learning*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/09588221.2020.1770290>.

- McCall, C. (2003). Language dynamics in the bi- and multilingual workplace. In R. Bayley & S. Schecter (Eds.), *Language socialization in bilingual and multilingual societies*, 235–250. Bristol, UK: Multilingual Matters.
- Meyering, M. (in Vorbereitung). „I thought if I get the offer, I'll gladly accept it.“ *An empirical study on motivation in app-based second language acquisition*.
- Mihas, P., & Odom Institute (2019). *Learn to Use an Exploratory Sequential Mixed Method Design for Instrument Development*. London, UK: SAGE Publications, Ltd.
- Nielson, Katharine B. (2011). Self-study with language learning software in the workplace: What happens? *Language Learning and Technology*, 15(3), 110-129. <https://doi.org/10.125/44265>.
- Pérez-Sobrino, P., Littlemore, J., & Houghton, D. (2019). The role of figurative complexity in the comprehension and appreciation of advertisements. *Applied Linguistics*, 40(6), 957-991. <https://doi.org/10.1093/applin/amy039>.
- Peters, D., Calvo, R. A., & Ryan, R. M. (2018). Designing for Motivation, Engagement and Wellbeing in Digital Experience. *Frontiers in psychology*, 9, 797. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00797>.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. New York, US, London, UK: Guilford Press.
- Sweeney, E., & Hua, Z. (2015). Discourse Completion Tasks. In Z. Hua (Ed.), *Research Methods in Intercultural Communication*, 212–222. Chichester, UK: John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119166283.ch14>.
- Tenzer, H., Terjesen, S., & Harzing, A.-W. (2017). Language in International Business: A Review and Agenda for Future Research. *Management International Review*, 57(6), 815–854. <https://doi.org/10.1007/s11575-017-0319-x>.
- Ushioda, Ema. (2011). Why autonomy? Insights from motivation theory and research. *Innovation in Language Learning and Teaching*, 5(2), 221-232. <https://doi.org/10.1080/17501229.2011.577536>.
- Van Deusen-Scholl, N., Lubrano, M., & Sporn, Z. (2019). Measuring Babbel's Efficacy in Developing Oral Proficiency (Rep.). Abgerufen von: [https://press.babbel.com/shared/downloads/studies\\_research/Measuring-Babbels-Efficacy-in-Developing-Oral-Proficiency.pdf](https://press.babbel.com/shared/downloads/studies_research/Measuring-Babbels-Efficacy-in-Developing-Oral-Proficiency.pdf)
- VERBI Software. (2019). MAXQDA 2020 [Computer-Software]. Berlin, Deutschland: VERBI Software. Verfügbar unter [maxqda.com](http://maxqda.com).
- Vesselinov, R., & Grego, J. (2016). The Babbel Efficacy Study (Rep.). Abgerufen von: <http://comparelanguageapps.com/documentation/Babbel2016study.pdf>