

# »Gute Bildung hat keine Stopptaste.«

WEITER BILDEN spricht mit Anna Hansch und Andreas Dörich

Ist die Zukunft der Bildung durch Technologie geprägt? Das steht für Dr. Anna Hansch, Senior Customer Success Manager bei LinkedIn, und Andreas Dörich, Geschäftsführer der on-campus GmbH, außer Frage. Doch was bedeutet »gute Bildung« in diesem Zusammenhang? Welches sind die Stärken der EdTech-Branche, und welche Rolle spielen pädagogische Fragen? Hierüber sprachen Hansch und Dörich mit Redakteur Jan Rohwerder.

### WEITER BILDEN: Was verstehen Sie unter »guter Bildung«?

ANDREAS DÖRICH: Gute Bildung ist für uns bei oncampus effektiv, eröffnet geistige Horizonte und wird durch qualitativ hochwertige Lerninhalte getragen.

ANNA HANSCH: Ganz klar: Gute Bildung muss einen wirklichen Mehrwert für die Lernenden bieten, sprich, Lernende müssen schnell merken, dass sie ihre Zeit gerade sinnvoll investieren. Je nach Bedarf können die Lerninhalte dabei mehr oder weniger umfangreich sein. Das kann ganz konkretes Wissen sein, mit dem ich neue Kompetenzen entwickle oder auf eine Beförderung hinarbeite, Tricks, die mir das Leben bei der Arbeit erleichtern, Tipps für den Bewerbungsprozess oder auch Ideen dazu, wie ich mich besser präsentieren kann. Wir bei LinkedIn Learning setzen deshalb auch auf Microlearning: Das heißt, Nutzende müssen nicht zwingend den ganzen Kurs anschauen, sondern können gezielt die Kapitel auswählen, die für sie wirklich relevant sind. Das ist also das eine – die Inhalte müssen stimmen und mir nützen. Das andere ist, wie diese Inhalte vermittelt werden. Deshalb achten wir bei der Auswahl der Kursdozentinnen und -dozenten nicht nur darauf, dass sie fachlich exzellent sind, sondern auch darauf, dass sie didaktisch überzeugen und ihre Inhalte ansprechend vermitteln können.

### Welchen Beitrag leisten Ihre Unternehmen zu »guter Bildung«?

DÖRICH: Als Tochterunternehmen der Technischen Hochschule Lübeck hat oncampus einen direkten Zugang zu umfangreicher inhaltlicher Expertise, die wir mit unserem Know-how bestmöglich für alle Zielgruppen digital aufbereiten können. Wir glauben daran, dass erfolgreiches Lernen immer auch Spaß bringt, und leben dies in der digitalen Entwicklung unseres Lerncontents: So nutzen wir eine Mischung aus Video,

Text, Quiz und Gamification – also die Anwendung spielerischer Elemente, um unseren Wissbegierigen das bestmögliche Lernerlebnis zu ermöglichen. Dabei bieten wir unseren Zielgruppen ganz unterschiedliche Bildungsmöglichkeiten und -formate: Diese reichen vom berufsbegleitenden BWL-Studium über den Online-Kurs in Zeitmanagement bis hin zu Schulungen im Bereich der Arbeitssicherheit. Darüber hinaus erstellen wir gemeinsam mit Unternehmen, Bildungseinrichtungen oder Stiftungen auch komplette Lernplattformen für digitale Bildungserlebnisse.

## »Wer gute Bildung will, muss seine Zielgruppe kennen.«

HANSCH: Ich denke, dass die Frage der Zielgruppen entscheidend ist: Wer gute Bildung bieten will, muss seine Zielgruppe kennen und diese abholen. Bei LinkedIn Learning versuchen wir dies unter anderem, indem wir zwischen verschiedenen Erfahrungsleveln unterscheiden und unsere Kurse entsprechend gestalten. Die Bandbreite ist dabei sehr groß: So können Sie sich kurz und knapp ansehen, wie einfache Anwendungen bei Excel funktionieren, Sie können aber genauso eine komplett neue Programmiersprache erlernen. Mit inzwischen über 16.700 Kursen können unsere Nutzerinnen und Nutzer zu so ziemlich jedem Thema einen Kurs finden, der auf ihrem Niveau aufbaut. Gleichzeitig möchten wir auch Unternehmen unterstützen: Unser Workplace Learning Report 2021 hat gezeigt,

dass Weiterbildung und Umschulungen für Personalentwicklerinnen und -entwickler aktuell wirklich kritische Themen sind – gerade weil es so schwierig geworden ist, qualifizierte Mitarbeitende zu finden. Auch interne Mobilität und der Aufbau oder die Förderung von Kompetenzen wie Resilienz und digitale Gewandtheit sind ihnen deshalb extrem wichtig. Um hier erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen eine Lernkultur etablieren, in der es für Mitarbeitende genauso wie für Führungskräfte ganz normal ist, regelmäßiges Lernen in ihren Arbeitsalltag zu integrieren. Wir versuchen sie dabei mit unserem Angebot zu unterstützen.

### Wie ermitteln Sie denn die Bedarfe potenzieller Kunden bzw. potenzieller Lernender?

HANSCH: Dafür nutzen wir die Daten von unseren weltweit über 740 Millionen Mitgliedern und Milliarden von Interaktionen auf unserer Plattform. Daraus entsteht der LinkedIn Economic Graph – im Grunde ein digitales Abbild des Arbeitsmarktes –, mit dem wir sehr früh neue und langfristige Trends in der Arbeitswelt identifizieren und direkt passende Angebote für LinkedIn Learning entwickeln können. Das können ganz konkrete Fähigkeiten sein, die verstärkt nachgefragt werden, oder bestimmte Berufsbezeichnungen. Wir schauen aber auch über den Tellerrand und nutzen Branchenberichte, Einschätzungen von Fachexpertinnen und -experten sowie das Feedback zu unseren Kursen, um neue, gefragte Kompetenzen zu erkennen. Unser Kursangebot ist in sieben Sprachen verfügbar, dadurch können wir auch Themen abdecken, die vielleicht nicht weltweit, sondern nur in bestimmten Regionen relevant sind. Mithilfe von intelligenten Algorithmen schlagen wir unseren Nutzerinnen und Nutzern auch gezielt Kurse vor, die vielleicht zur ihrem Jobprofil oder ihren Interessen passen und ihnen

neue, nützliche Kompetenzen vermitteln können. Darüber hinaus beobachten wir auch immer, in welche Richtung sich der Arbeitsmarkt entwickelt, welche Trends entstehen und welche Jobprofile gesucht werden, und richten unser Kursangebot danach aus.

DÖRICH: Auch wir analysieren grundsätzlich die Nachfrage auf dem Markt und orientieren unser Angebot bestmöglich daran. Und dadurch, dass unsere Branche seit Beginn der Pandemie einen starken Aufschwung erlebt, werden wir mit Anfragen und Ideen für spannende Projekte überschwemmt – nicht alle davon sind aber sinnvoll, finanzier- und umsetzbar. Wir befinden uns momentan in einem Prozess, diese einzuordnen und daraus Schlüsse für die Zukunft zu ziehen. Mir ist eins noch wichtig, wenn es um die Verbindung von Zielgruppen und guter Bildung geht: Gute Bildung ist für uns inklusiv. Wir öffnen digitale Türen zu Bildung auch für Menschen, die sich teure Lerninhalte nicht leisten können. So ist etwa die Hälfte der Online-Kurse auf unserer Plattform [oncampus.de](https://oncampus.de) kostenlos verfügbar.

HANSCH: Das sehen wir ähnlich, und das tun wir beispielsweise im Rahmen der Microsoft Skills Initiative auch: Für alle, die gerade umschulen wollen oder vielleicht auch müssen, weil sie durch die Pandemie ihren Job verloren haben, bieten wir Lernpfade für stark nachgefragte Berufe kostenlos an. Uns ist es dabei auch sehr wichtig, mit unserer Contentbibliothek nicht nur Hardskills zu lehren, sondern auch Softskills, denn wer heute erfolgreich sein will, braucht beides – egal in welchem Beruf. In der DACH-Region sehen wir zum Beispiel den Einfluss der Pandemie darauf, welche Kompetenzen gefragt sind: Das sind neben der digitalen Gewandtheit und Resilienz derzeit besonders auch die Fähigkeit, funktionsübergreifend zusammenzuarbeiten, emotionale Intelligenz sowie Kommunikationsfähigkeit in dezentralen Teams. Das wird auch erstmal so bleiben, und wir müssen uns darauf einstellen.

### Sie sprachen den Aufschwung der EdTech-Branche an. Was sehen Sie als Stärke dieser Branche?

DÖRICH: Ich glaube, in der EdTech-Branche steckt noch viel unerforschtes und noch mehr ungenutztes Potential. Momentan gibt es – beflügelt durch die Pandemie – viele Projekte und Start-Ups, die neue Konzepte für digitales Lernen entwickeln und erproben. Die EdTech-Branche ist dabei, anders als viele andere Player in der Bildungsbranche, jung, dynamisch, flexibel und oft in kleinen Einheiten aktiv. Aus dieser Dynamik können sich in den kommenden Jahren noch große Weiterentwicklungen ergeben.

## »Wie soll das Spannungsverhältnis von ›Mensch und Maschine‹ zukünftig gestaltet werden?«

HANSCH: Auch ich sehe hier noch enormes Potenzial. EdTech-Anbieter haben den Vorteil, dass sie relativ zügig neue Kurse entwickeln und bereitstellen können, um aktuell wichtige Themen schnell abzudecken und Lernende von Anfang an zu begleiten. Digitale Lernangebote haben für den einzelnen Nutzer den Vorteil, dass sie mehr Flexibilität und Individualität bieten als herkömmliche Trainings. Ich muss also nicht warten, bis die Schulung endlich stattfindet, die mir mein Chef versprochen hat, sondern ich kann genau dann genau das lernen, was mich interessiert, wenn es mich interessiert. Ich kann das

außerdem von überall auf der Welt, zu jeder Uhrzeit und in meinem eigenen Tempo tun. Gerade zu Beginn der Pandemie haben wir gesehen, wie hilfreich das ist. Kurse zum richtigen Umgang mit Video-Konferenz-Tools waren hier beispielsweise heiß begehrt. Auch Unternehmen profitieren davon, zumal sich digitale Angebote zur Weiterentwicklung leicht skalieren lassen. Das heißt, sie können viel mehr Mitarbeitende in viel kürzerer Zeit erreichen.

DÖRICH: Zusätzlich verändern natürlich auch die Globalisierung und Digitalisierung die gesamte Bildungsbranche. Vieles wird jetzt erst möglich, und es wird von allen Beteiligten entsprechend viel ausprobiert. So werden auch generelle Technologiesprünge einen direkten Einfluss auf die Entwicklung neuer Bildungskonzepte haben.

### Das heißt, die Zukunft des Lernens ist technologisch geprägt?

HANSCH: Ja. Wie in mittlerweile so vielen Lebensbereichen wird die Technologie auch beim Lernen in Zukunft eine immer größere Rolle einnehmen. Wir haben es ja in den letzten Monaten gesehen – jetzt, wo viele Mitarbeitende im Homeoffice arbeiten, mussten Unternehmen neue, digitale Wege finden, Trainings durchzuführen. Das wird sicherlich dauerhaft erhalten bleiben. Aber auch für jeden Einzelnen bieten sich durch Technologie neue Möglichkeiten, Zugang zu hochwertigen Bildungsinhalten zu erhalten und das Lernen zu individualisieren. Ich kann in digitalen Lernangeboten viel leichter Kurse finden, die für mich persönlich oder meine Karriere relevant sind – zum einen, weil das zur Verfügung stehende Angebot einfach viel größer ist, zum anderen, weil Lehrangebote personalisiert werden können. Dass mein Dozent und meine Lerngruppe über die ganze Welt verteilt sind und der Austausch online stattfindet, kann außerdem ein Vorteil sein. Ich bin heute

nicht mehr darauf angewiesen, Experten in meiner direkten Umgebung zu finden, sondern kann von Professionals weltweit lernen und von ihrem Wissen profitieren. Und auch für Unternehmen bieten sich natürlich immer neue Möglichkeiten, ihre Mitarbeitenden zu unterstützen und weiterzubilden. Gerade



DR. ANNA HANSCH

ist Mitglied des International Track Committee der diesjährigen European MOOCs Stakeholder Summit and Learning at Scale-Konferenz.

ahansch@linkedin.com

Letzteres wird künftig wichtig werden. Re- und Upskilling wird ein großes Thema werden, um Mitarbeitende zu halten und auf neue Aufgaben vorzubereiten, um den Bedarf an neuen Fähigkeiten und Kompetenzen überhaupt decken zu können. Allein durch neue Mitarbeitende wird das nicht funktionieren. Smarte Technologien können an diesem Punkt anknüpfen und bei Umschulungen und Weiterbildung unterstützen.

DÖRICH: Ja, das Thema »Lebenslanges Lernen« erhält immer größere Bedeutung. Schon heute gibt es nicht mehr »die eine Fortbildung alle zwei Jahre«, sondern wir entwickeln uns ständig weiter – wir müssen uns stetig weiterentwickeln –, um »up to date« zu bleiben in dieser komplexen und technologisch voranschreitenden Welt. Wir bei oncampus glauben an »Lifelong Learning«: Gute Bildung hat keine Stopptaste – wir lernen alle nie aus!

### **Das bezieht sich auf die Herausforderungen, die der technologische Wandel mit sich bringt. Wie sieht es mit den Möglichkeiten des Lernens aus, die durch Technologie geschaffen werden?**

DÖRICH: Hier stimme ich Frau Hansch zu: Technologien ermöglichen immer mehr Arten des Lernens und erlauben eine immer größere inhaltliche und zeitliche Flexibilität. Daher wird die Zukunft des Lernens eine stark technologische Prägung erfahren. Ich möchte aber nochmal auf die Herausforderungen zurückkommen, denn der Bildungsbereich steht meines Erachtens vor der großen Aufgabe, zu klären, wie das Spannungsverhältnis von »Mensch und Maschine« zukünftig gestaltet werden soll. Das lässt sich beispielsweise für den Schulkontext diskutieren, wo der Frontalunterricht mit Tafel und Overheadprojektor veraltet ist, ein rein digitaler Unterricht, bei dem die Kinder zu Hause alleine vor dem Computer lernen, aber auch nicht wünschenswert sein kann. Die spannende Frage, ob die EdTech-Branche das Lernen vom Primat des Pädagogischen zu einer gleichgewichteten Beeinflussung auch durch technologische Möglichkeiten verändern wird, bleibt dabei zunächst offen.

### **Welche Rolle spielen pädagogische Aspekte denn bei der Planung Ihrer Angebote?**

DÖRICH: Wie ich schon angedeutet habe, steht bei uns das Zusammenspiel zwischen pädagogischen und technologischen Aspekten im Fokus. Die Frage lautet immer: Was möchten wir didaktisch gestalten, und wie ist dies technisch umsetzbar? Kurse ohne professionelle pädagogische Konzeption sind für uns trotz oder vielleicht auch gerade wegen der heutigen und künftigen technischen Möglichkeiten undenkbar. Dafür haben wir sowohl didaktisch geschultes Personal als auch IT-Expertinnen und

-Experten im Team (u. a. für das Lernmanagementsystem Moodle), die diesen Balanceakt gemeinsam bestmöglich umsetzen. Wir bleiben gespannt – aber auch skeptisch –, ob eine künstliche Intelligenz diese Aspekte jemals angemessen abbilden können.



DIPLOM-KFM. ANDREAS DÖRICH

ist laut oncampus-Webseite nicht nur Finanzkontrolleur und Dienstreisender, sondern auch Cakemaker.

andreas.doerich@oncampus.de

### **Wie sehen Sie sich als Teil der EdTech-Branche im Verhältnis zu klassischen Bildungseinrichtungen?**

HANSCH: Wir möchten – ich denke, wie alle Anbieter der Erwachsenen- und Weiterbildung – möglichst viele Nutzerinnen und Nutzer erreichen und sie mit unserem Angebot in ihrer persönlichen und beruflichen Weiterbildung unterstützen. Damit sehe ich uns als Ergänzung zu klassischen Weiterbildungseinrichtungen. Durch den technologischen Wandel werden konkrete Fähigkeiten und Kenntnisse von Arbeitnehmenden künftig eine viel größere Rolle spielen als beispielsweise ihre Abschlüsse oder bisherige Positionen. Wenn Unternehmen diesen Entwicklungen offen gegenüberstehen, können sie ihr Recruitment ganz anders angehen – zu ihrem eigenen Vorteil und dem ihrer Mitarbeitenden. Um Arbeitnehmer und

Arbeitgeber auf diese Veränderungen vorzubereiten, brauchen wir allerdings ein Zusammenspiel von verschiedenen Bildungseinrichtungen und -anbietern. Wir arbeiten auch eng mit Regierungen, öffentlichen Institutionen, internationalen Organisationen und Forschungsinstituten zusammen, um gemeinsam jedem Arbeitnehmer und jeder Arbeitnehmerin berufliche Möglichkeiten zu eröffnen.

### Warum ist diese Zusammenarbeit so wichtig?

HANSCH: Für manche Themen braucht man einfach eine Berufsausbildung oder ein Grundlagenstudium, das am besten in einer klassischen Bildungseinrichtung absolviert wird. Um nochmal Inhalte zu wiederholen, Wissen aufzufrischen oder auch um ganz neue Fähigkeiten, die beispielsweise für eine neue Position im Unternehmen nötig sind, zu entwickeln, bieten sich aber auch LinkedIn-Learning-Kurse und -Lernpfade an. Und wer mehr Flexibilität braucht, beispielsweise berufstätige Eltern, die ihre Weiterbildung erst in Angriff nehmen können, wenn die Kinder im Bett sind, hat es natürlich leichter mit digitalen Angeboten. Es kommt also immer darauf an, wer der beste Partner für welchen Inhalt, welches berufliche Ziel und welche Lebenssituation ist – das können wir sein, aber genauso auch klassische Weiterbildungseinrichtungen. Grundsätzlich denke ich, dass die EdTech-Branche andere Lernformen nicht verdrängen wird, aber dass sie diese exzellent ergänzen und bereichern kann.

### In den Beiträgen dieses Hefts spielt die Frage der Qualität von Bildungsangeboten eine Rolle. Wie sichern Sie die Qualität Ihrer Angebote?

DÖRICH: Wir betreiben seit mehr als einem Jahrzehnt ein Qualitätsmanagementsystem nach ISO 9001, das sämtliche Prozesse bei oncampus umfasst,

und sind zusätzlich vielfältig als E-Learning-Anbieter zertifiziert. Daher haben wir selbstverständlich ein eigenes Team, das die Qualität unserer Angebote evaluiert und sichert. Durch die enge Anbindung an unser »Mutterschiff« TH Lübeck und eine gute Vernetzung in der Hochschulwelt besitzen wir einen direk-

## »Die EdTech-Branche wird andere Lernformen nicht verdrängen, sondern ergänzen und bereichern.«

ten Zugang zu qualitativ hochwertigen Wissensressourcen. Wir vereinen im Team sowohl didaktische als auch technische und multimediale Expertise und legen großen Wert auf Weiterbildung, um jederzeit auf dem neuesten Stand zu sein. Die Entwicklung von Lerninhalten erfolgt durch unser Team in Zusammenarbeit mit vertrauenswürdigen Partnern und Partnerinnen. Bei den Dozierenden prüfen wir im Vorfeld sowohl die fachliche Kompetenz als auch die Eignung für die Online-Lehre. Zu den wesentlichen Kriterien gehören dabei bisherige Publikationen und berufliche Tätigkeiten, die eine Eignung in dem Fachgebiet begründen, aber auch die Affinität zur Online-Lehre und die Bereitschaft, sich in neue Lernformate einzuarbeiten und Lehrmaterialien kompetenzorientiert aufzubauen. Wir unterstützen sie dabei durch eine Schulung, prüfen aber auch, ob die inhalt-

liche Auswahl, der Einsatz von geeigneten Aufgaben und die Formulierung von Lernergebnissen stimmig sind und den Erwerb von anwendbaren Kompetenzen fokussieren.

Mit vielen unserer Dozierenden pflegen wir bereits eine jahrelange, vertrauensvolle und erfolgreiche Zusammenarbeit. Für unsere Online-Kurse haben wir zudem ein Bewertungssystem eingeführt. Wir schätzen das Feedback unserer Lernenden sehr und berücksichtigen dies beim Update und der Neuerstellung von Kursen. Und wir haben uns sehr darüber gefreut, dass unsere hohe Qualität auch von außen bestätigt wird: Wir sind dieses Jahr von mehreren Zeitschriften als einer der besten E-Learning-Anbieter Deutschlands ausgezeichnet worden!

HANSCH: Auch für uns hat Qualitätsmanagement oberste Priorität, denn – ganz klar – wir wollen Lernenden in unseren Kursen hochwertige Inhalte und einen wirklichen Mehrwert bieten. Deshalb spielt die Expertise der Lehrenden natürlich eine sehr große Rolle. Wir haben ein sehr strenges Auswahlverfahren entwickelt, das zunächst jeder durchlaufen muss. Dabei achten wir besonders darauf, dass wir Fachexpertinnen und -experten aus der Praxis mit langjähriger Berufserfahrung und großer Leidenschaft für ihr jeweiliges Gebiet auswählen. Wie schon erwähnt, kommt es aber auch auf das »Wie« an – deshalb suchen wir auch Expertinnen und Experten, die didaktisch und kommunikativ versiert sind und Inhalte lebendig und eindringlich darstellen können, unter anderem anhand von bildhaften Fallbeispielen und konkreten Praxistransfers. Bei der Entwicklung der Kurse stehen ihnen unsere Content Manager zur Seite, die ebenfalls über sehr viel Wissen und langjährige Erfahrung verfügen und dadurch die hohe Qualität unseres Angebots sicherstellen können.

**Ich danke Ihnen für das Gespräch!**