



hochschulforum digitalisierung

Digitale Angebote in der Weiterbildung: Neue Entwicklungen und Erkenntnisse

Hans Pongratz, Technische Universität München (TUM)

Sebastian Horndasch, Hochschulforum Digitalisierung

DGWF-Jahrestagung Wien, 14. September 2016

www.hochschulforumdigitalisierung.de



ÜBERSICHT

1. Hintergrund Hochschulforum Digitalisierung
2. Studie: Ein Leben lang digital lernen
 - a) Beschreibung
 - b) Ergebnisse
 - c) Szenarien
3. Konsequenzen für digitalisierte Weiterbildungsangebote



1 - Hintergrund: Das Hochschulforum Digitalisierung



DAS HOCHSCHULFORUM DIGITALISIERUNG „IN A NUTSHELL“

- | Vom BMBF geförderte, nationale Initiative & Plattform des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft, des CHE Centrum für Hochschulentwicklung und der Hochschulrektorenkonferenz
- | Seit dem Start der Initiative im März 2014 arbeiten über siebzig Expertinnen und Experten fortlaufend in sechs Themengruppen.

Ziele:

- Bündelung & Moderation des Dialogs zur Digitalisierung der Hochschulbildung in Deutschland
- Vernetzung zentraler Akteure aus Wirtschaft, Politik & Wissenschaft auf allen Ebenen
- Aufzeigen von Herausforderungen und „Good Practices“ für die Hochschulen
- Erarbeitung von Handlungsempfehlungen für die Hochschulen und Beratung der Politik zur Weiterentwicklung der Hochschulbildung im digitalen Zeitalter

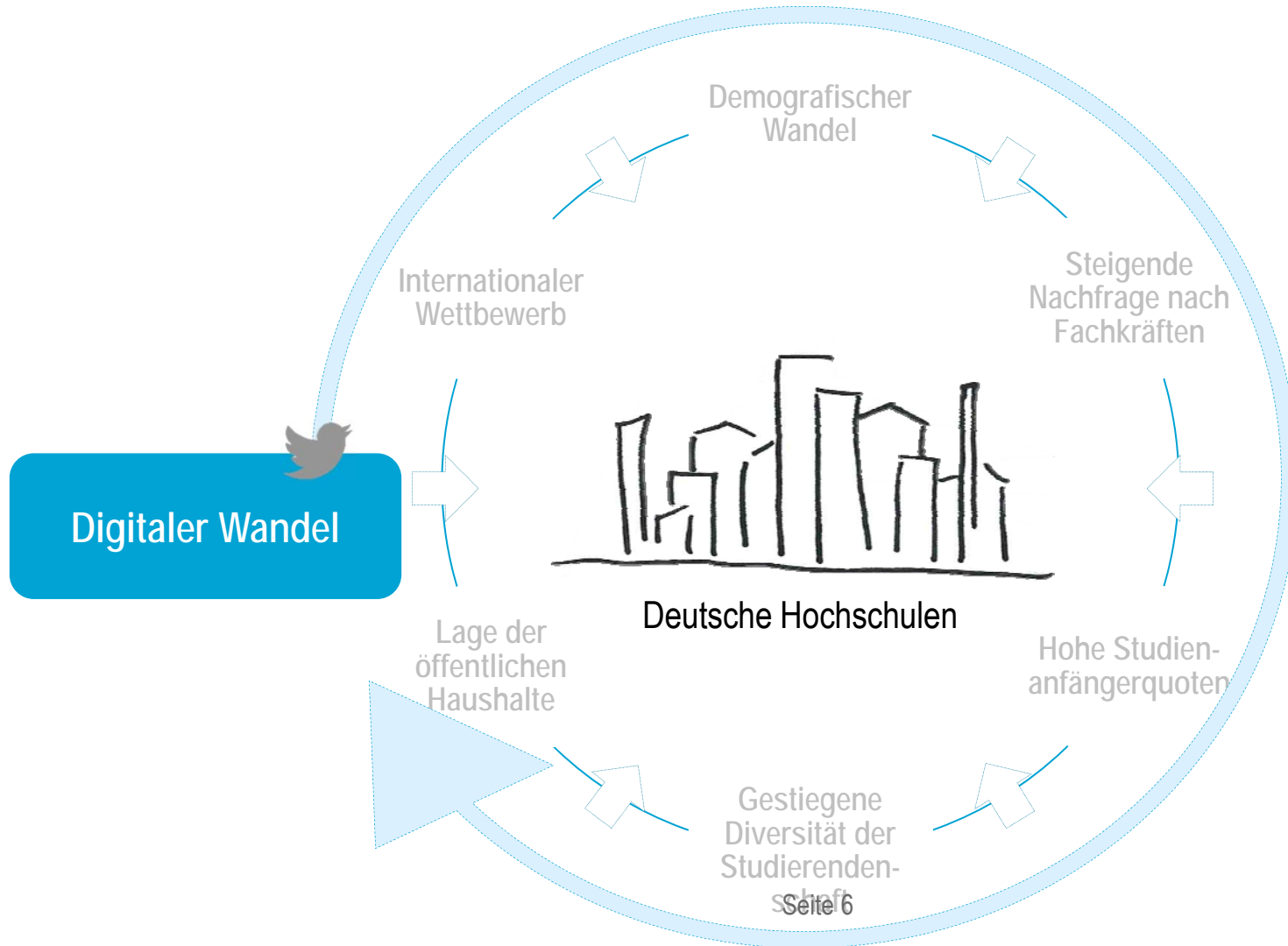


HERAUSFORDERUNGEN FÜR DAS HOCHSCHULSYSTEM



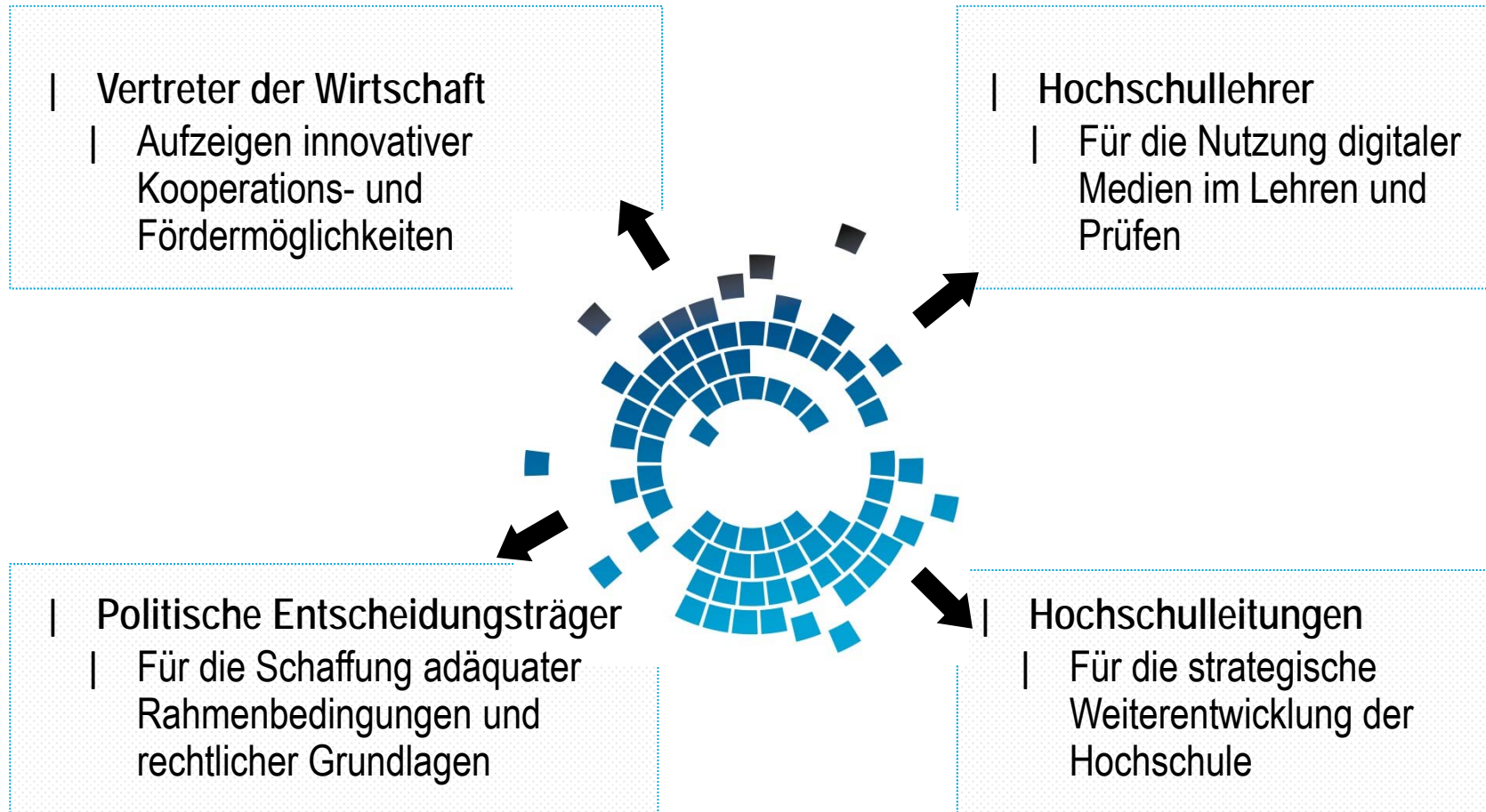


HERAUSFORDERUNGEN FÜR DAS HOCHSCHULSYSTEM





ZIELGRUPPEN





ARBEITSPAPIERE DER HFD

Alle Veröffentlichungen des
Hochschulforums auf einen Blick!

- Neue Geschäftsmodelle, Technologien & LLL
- Internationalisierung & Marketingstrategien
- Changemanagement & Organisationsentwicklung
- Lern- & Prüfungsszenarien
- Curriculum Design & Qualitätsentwicklung
- Governance & Policies



AKTUELL

BLOG

TWITTER



AKTIVITÄTEN

- | Aktuell 23 Veröffentlichungen und Studien (u.a. „Auslandsmobilität und Digitale Medien“, „Ein Leben lang digital lernen“ oder „Lernen mit digitalen Medien aus Studierendenperspektive“)
- | Veranstaltungen, unter anderem die Themenwoche „The Digital Turn“ im September 2015 mit über 1.000 Besuchern
- | Kooperation und Vernetzung
- | Öffentlichkeitsarbeit
- | Politikberatung



2 - Studie: Ein Leben lang digital lernen

Beschreibung



ZIELE UND HINTERGRUND DER STUDIE „EIN LEBEN LANG DIGITAL LERNEN“

Ziele

- | Aufarbeitung und strukturierte Darstellung der digitalisierten Formate des Lebenslangen Lernens (LLL) an Hochschulen, die in Deutschland zum Einsatz kommen
- | Ermittlung der Potenziale und Perspektiven der akademischen Weiterbildung und des Life-Long-Learnings unter dem Blickwinkel der Digitalisierung
- | Herausarbeitung von Best-Practice-Beispielen
- | Analyse und Bewertung der Herausforderungen

Hintergrund

- | Rasch wachsender Markt für Online-Weiterbildung (Flexibilität, Qualität etc.)
- | Steigende Anforderungen und erhöhter Bedarf für lebenslanges Lernen (“Industrie 4.0”)
- | Zu erwartender Rückgang regulärer Studierendenzahlen in Deutschland



EIN LEBEN LANG DIGITAL LERNEN

NEUE WEITERBILDUNGSANGEBOTE AUS HOCHSCHULEN

Qualitative Studie der Themengruppe
Neue Geschäftsmodelle, Technologien & Lebenslanges Lernen
im Hochschulforum Digitalisierung

Vorgelegt von
MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung
Dr. Ulrich Schmid
und Sabrina Thom
unter Mitarbeit von Dr. Lutz Görtz

ARBEITSPAPIER NR. 20 | JUNI 2016



HINTERGRUND DER STUDIE: TREIBER DER AKADEMISCHEN WEITERBILDUNG

- | Rasch wachsender Markt für Online-Weiterbildung (Flexibilität, Qualität etc.)
- | Steigende Anforderungen und erhöhter Bedarf für lebenslanges Lernen (“Industrie 4.0”)
- | Zu erwartender Rückgang regulärer Studierendenzahlen in Deutschland

METHODISCHES VORGEHEN: WEBRECHERCHE

Zwei aufeinanderfolgende, umfassende Webrecherchen:

1) Über 400 Hochschulen wurden auf das Vorhandensein von digitalen Weiterbildungsangeboten untersucht.

Hochschulen insgesamt: 402 – davon:

Hochschulen, die digitale Angebote in der Weiterbildung anbieten: 190 (47%)

Hochschulen, die keine digitalen Angebote haben: 182 (45%)

keine konkreten Angebote: 29 (7%)

2) Bei den 190 Hochschulen wurden im 2. Teil folgende Kriterien recherchiert:

Anwendungen und Formate der digitalen Angebote

Fächer

Zielgruppe

Zertifizierung

Abschluss (speziell: Online-Master)

Kosten

METHODISCHES VORGEHEN: EXPERTENINTERVIEWS

10 Experten wurden identifiziert und kontaktiert.

Leitfadengestützte telefonische Interviews (Dauer: 20 – 50 Minuten)

- Themen:
- Technische Ausstattung und Trends
 - Open Educational Resources (OER)
 - Gründe und Motive, digitale Angebotsformate zu entwickeln
 - Geschäftsmodelle
 - Zertifizierung und Anrechenbarkeit
 - Didaktische Bewertung

Interviewpartner: Geschäftsführer/innen und Mitarbeiter von z.B. Oldenburg C3L, OnCampus, Ruhr Campus Academy, Donau-Universität Krems, DISC Kaiserslautern

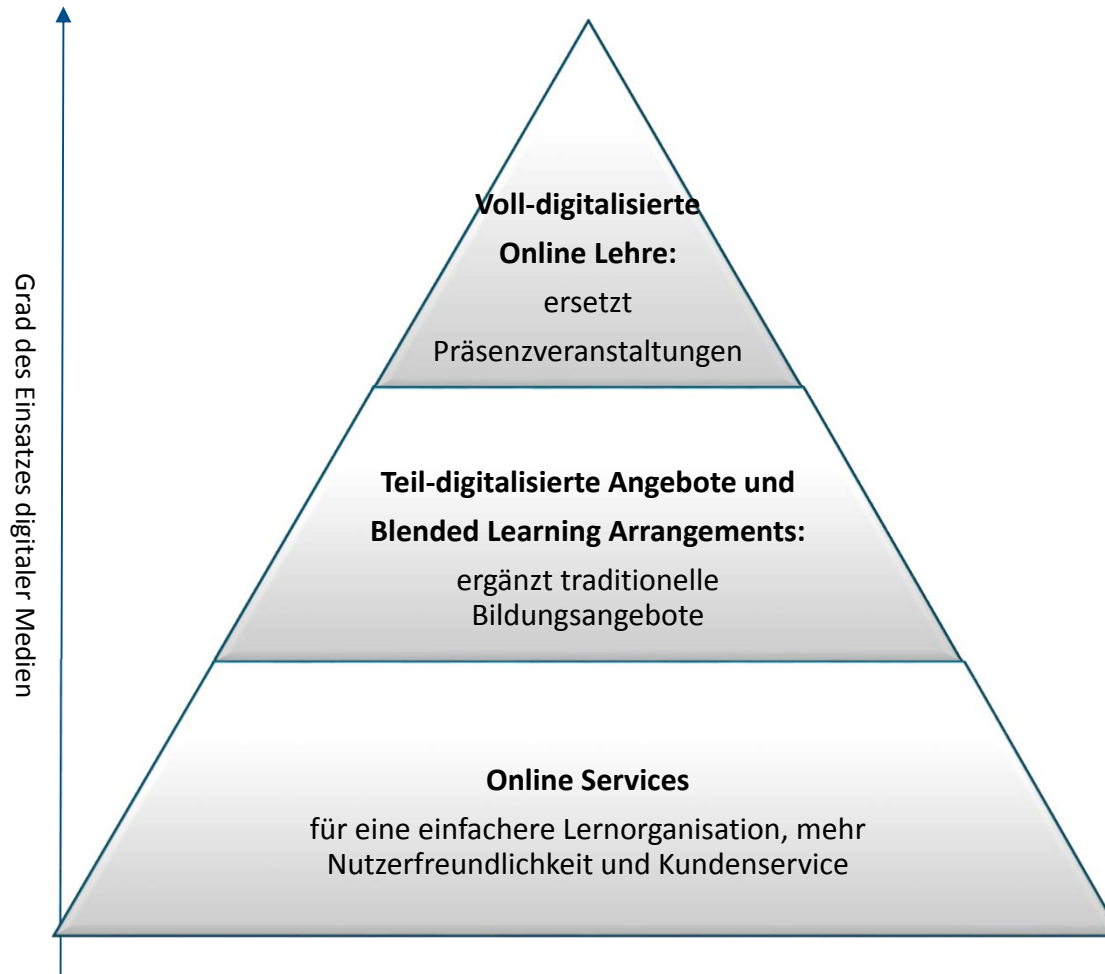


2 - Studie: Ein Leben lang digital lernen

Ergebnisse



DREI NIVEAUS DER DIGITALISIERUNG WISSENSCHAFTLICHER WEITERBILDUNG





ERSTES NIVEAU: DIGITALE SERVICES RUND UM (ONLINE-) WEITERBILDUNG

Service-Komponenten (aus Sicht des Interessenten bzw. Teilnehmers)	Systemlösung
Erstinformation/Marketing (Web)	Web-Content-Management, CRM
Anmeldung/Reservierung, Probe-Teilnahme	E-Businesslösung, Shop bzw. CRM, LMS
Online-Terminverwaltung	Veranstaltungsmanagement-System
Materialien zum Download	Web-Content-Management bzw. LMS
Kommunikation und Interaktion mit Teilnehmern und Dozenten bzw. Organisation	LMS bzw. Kollaborationsplattform oder Social Network Anwendungen (mobil/cloud), APPs
Document-Sharing	Dokument-Management-Lösung bzw. LMS (mobil/cloud)
Ausdruck digitaler Unterlagen/Zertifikate	CRM, ggf. LMS
Evaluation	Online-Assessment- bzw. Evaluations-Lösung
Bezahlung	E-Businesslösung bzw. Shop



ZWEITES NIVEAU: TEIL- UND VOLL-DIGITALISIERTE BILDUNGSANGEBOTE

Zusätzliche Service-Komponenten	Systemlösung
Videolectures	File-/Streaming-Server bzw. Video-Content-Plattformen (wie YouTube), Video-Produktion
Online-Seminare/Webinare	LMS bzw. Teleconferencing-Lösungen, Authoring
WBTs	LMS bzw. Web-Content-Management (mobil/cloud), Authoring
Kollaboration	LMS bzw. Social Media bzw. Networking-Lösungen (mobil/cloud)
Individuelle Lernpfade, Tracking und Dokumentation, Reporting, Adaptive-Learning	LMS, Talent-Management-Lösung
Assessments, Quizzes	LMS, Assessment-Lösungen

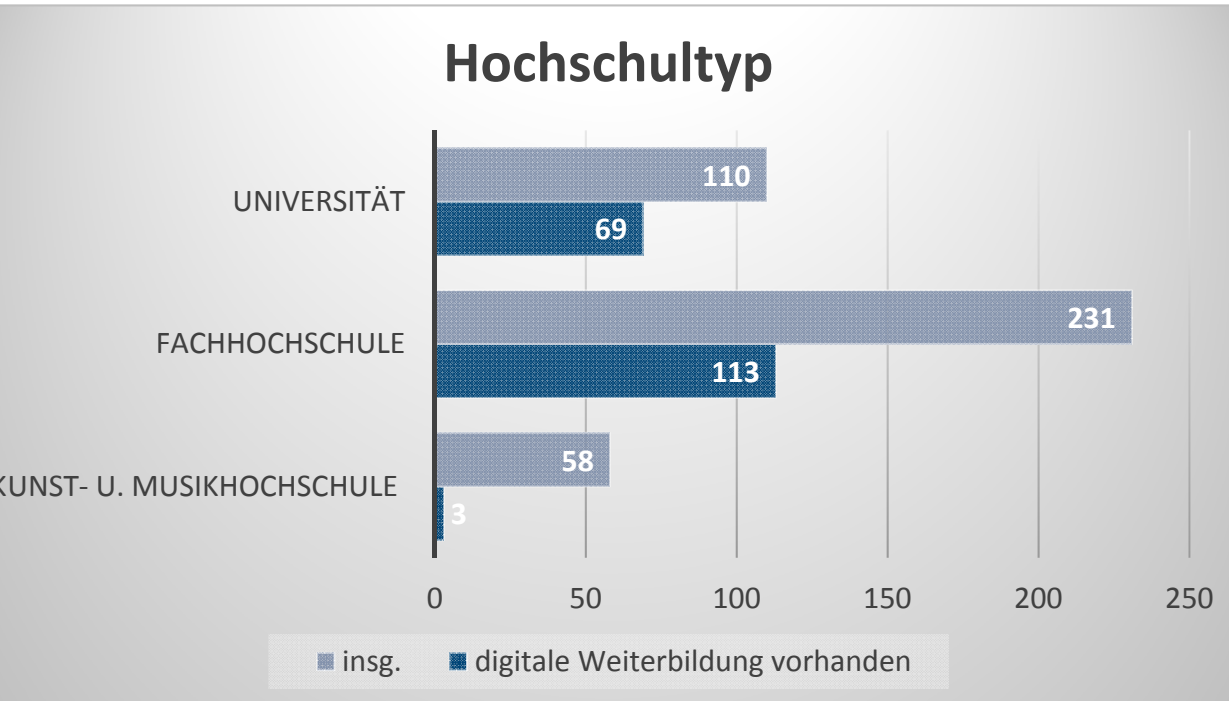


DRITTES NIVEAU: VOLL-DIGITALISIERTE ANGEBOTE

Hoch-integrierte Lern-, Management- und Kooperationsplattformen mit

- maximaler Nutzerfreundlichkeit
- hoher Verfügbarkeit
- Social-Learning Features
- Unabhängigkeit von Endgeräten, Browsern, Betriebssystemen
- mobilen Lösungen
- APPs

ERGEBNISSE: HOCHSCHULTYP

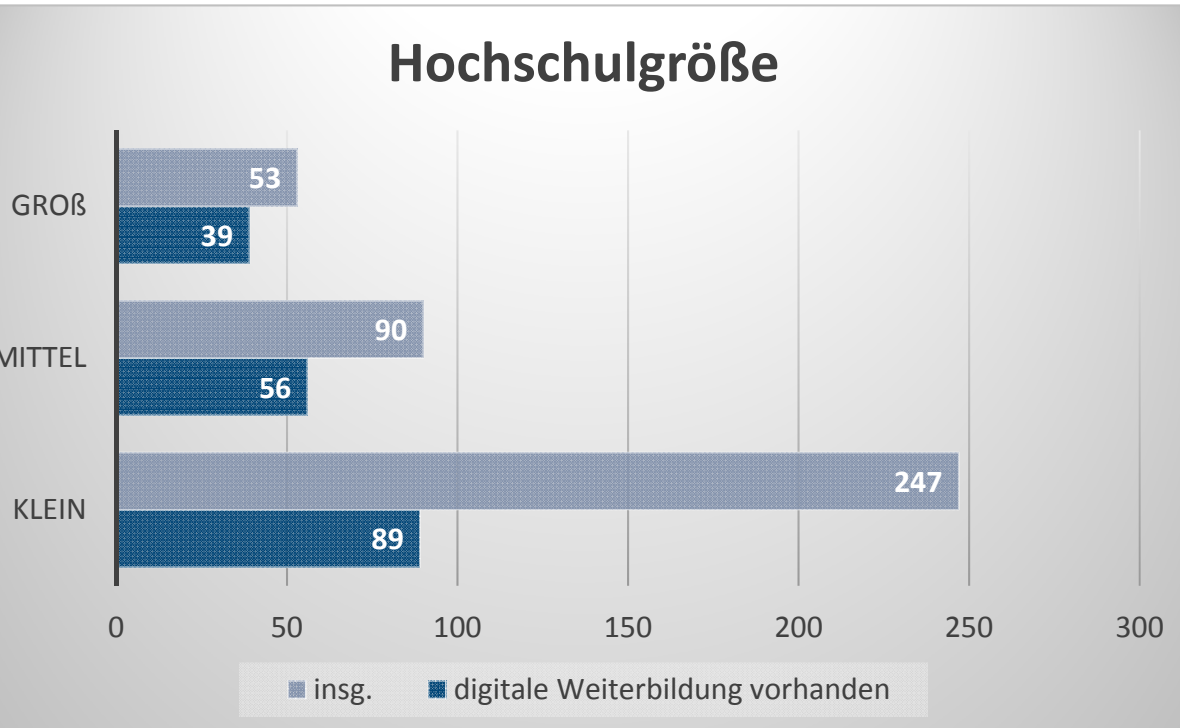


Universitäten sind am aktivsten in der digitalen Weiterbildung.

Kunst und Musikhochschulen sowie Hochschulen in kirchlicher Trägerschaft setzen vorrangig auf Präsenzveranstaltungen.



ERGEBNISSE: HOCHSCHULGRÖSSE

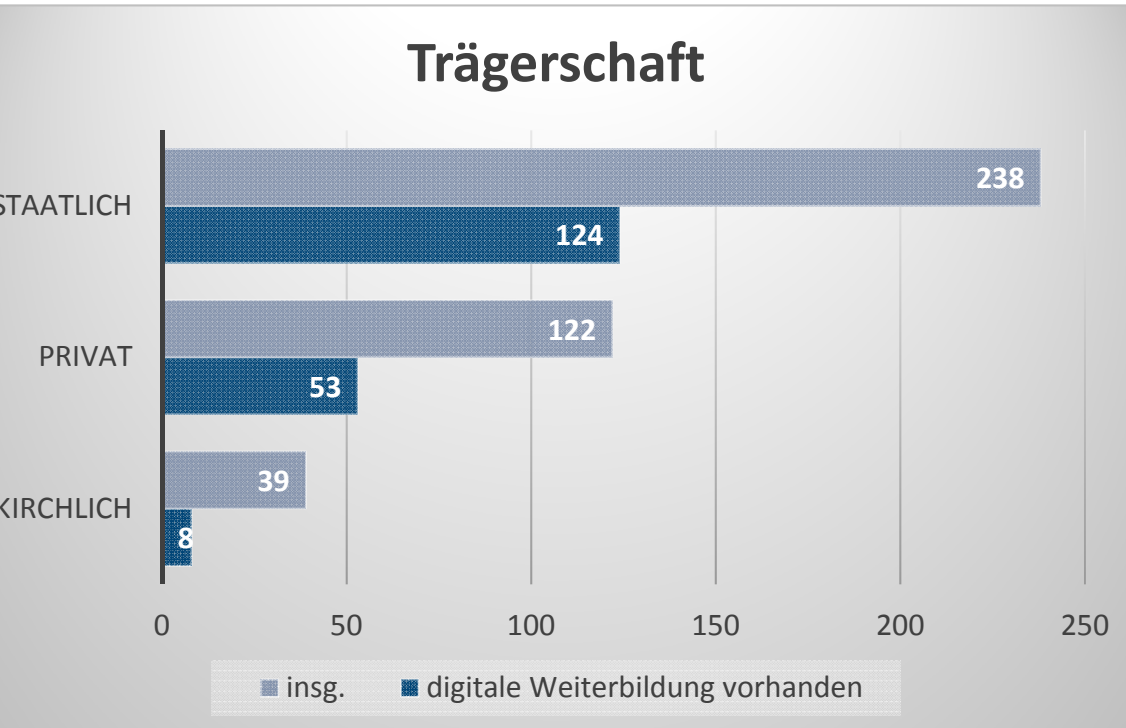


Je größer die Hochschule, desto häufiger werden digitalisierte Weiterbildungsformate angeboten.

Etwa drei Viertel aller großen Hochschulen (über 15.000 Studierende) setzen digitalisierte Formate ein.



ERGEBNISSE: HOCHSCHULTRÄGERSCHAFT

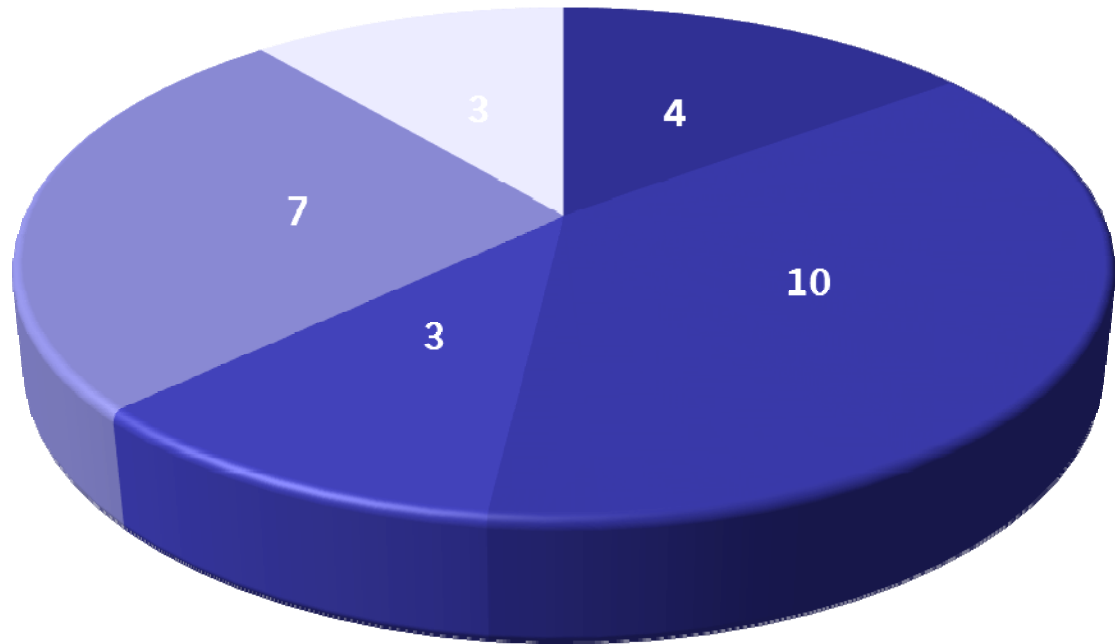


In über 50 Prozent der staatlichen Hochschulen sind digitale Medien im Einsatz.
Bei privaten Hochschulen:
über 40 Prozent.

Innovative digitale Formate sind häufig bei privaten Weiterbildungseinrichtungen anzutreffen (Webinare etc.)



ERGEBNISSE: ONLINE-MASTER NACH FÄCHERGRUPPEN



Für das Winter-Semester 2016/2017 werden 27 weiterbildende Online-Masterstudiengänge angeboten.

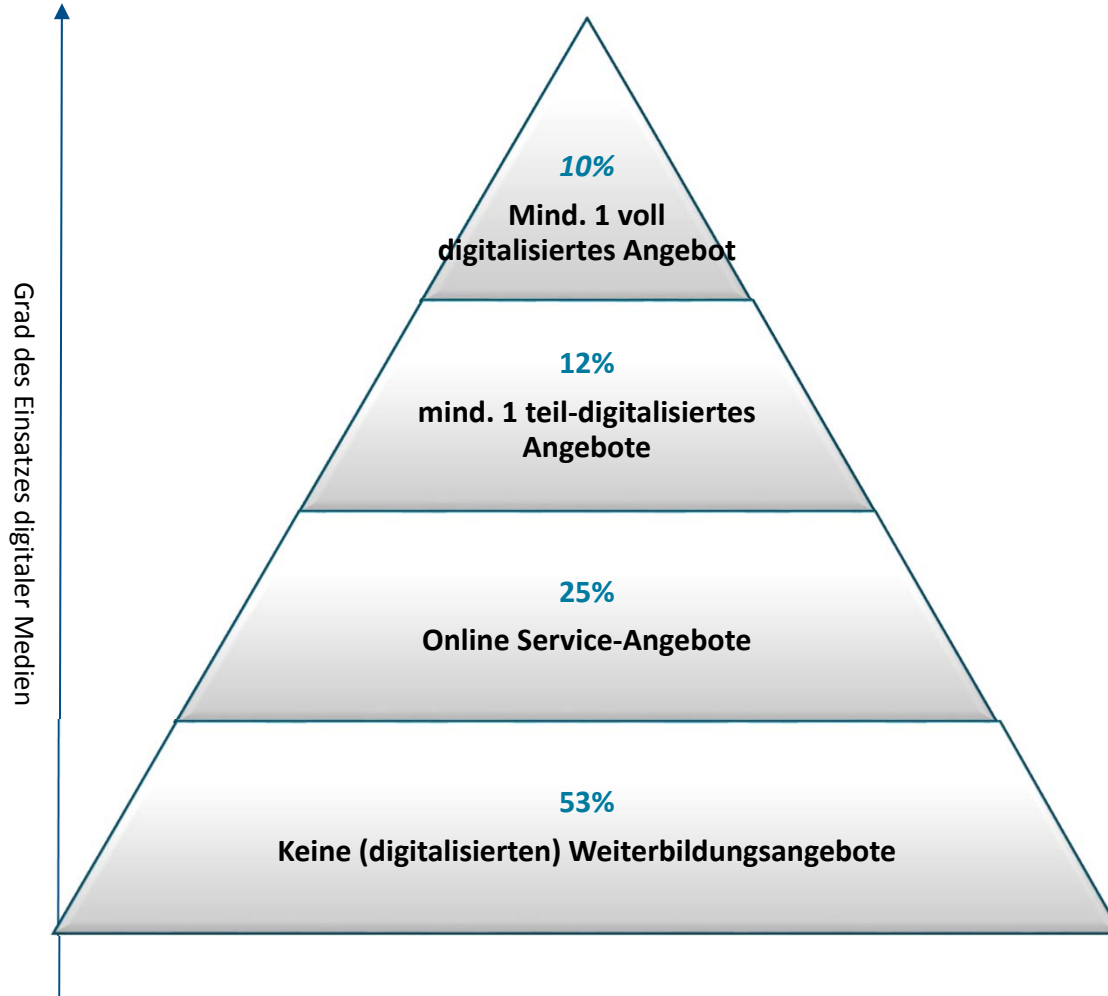
90% bieten Universitäten und Fachhochschulen in staatlicher Trägerschaft an.

Die Weiterbildungseinrichtungen mit Online-Studiengängen finden sich vor allem in Niedersachsen, Baden-Württemberg und Schleswig-Holstein.

■ **BWL** ■ **MINT** ■ **Social Sciences** ■ **Health Sciences** ■ **Sonstiges**



ERGEBNISSE: DIGITALISIERTE WEITERBILDUNGSFORMATE AN HOCHSCHULEN





FAZIT DER RECHERCHE

| Wenige machen viel. Viele machen wenig in Sachen Digitalisierung.

| Digitale Bildungsangebote werden selten konsequent beworben.

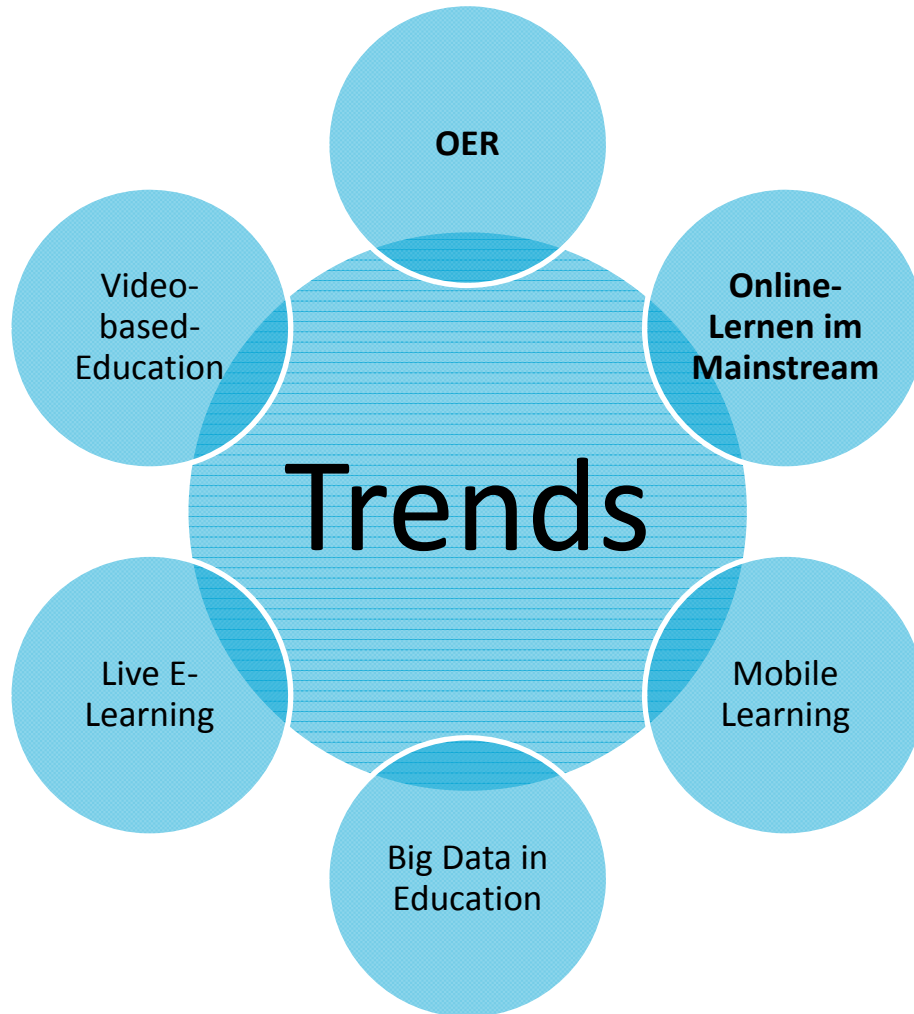
| Vorteile digitaler Angebote werden selten in den Vordergrund gerückt.

| Besondere Geschäftsmodelle für Digitale Bildungsangebote sind kaum feststellbar.

| Design/Usability häufig leider nicht aktuell.



AUSWERTUNG DER EXPERTENINTERVIEWS: BEOBACHTETE TRENDS



Zitat: „Ich habe die Hoffnung, dass die Digitalisierung der akademischen Weiterbildung neuen Schub bietet.“

Digitale Formate werden in der akademischen Weiterbildung selbstverständlich.

Top-Trends: OER, Video-based Learning und Live-Learning.

AUSWERTUNG DER EXPERTENINTERVIEWS: HOFFNUNGSTRÄGER DIGITALISIERUNG: ZIELGRUPPEN, EINNAHMEN, QUALITÄT

Gründe und Motive für Hochschulen, digitale Lernangebote zu entwickeln:

- | Neue Zielgruppen erschließen
- | Internationalisierung
- | Qualität der Lehre erhöhen
- | Finanzielle Anreize: z.B. Fördermittel
- | Wettbewerbsfähigkeit
- | Lebenslanges Lernen als Hauptaufgabe der Universität – das ist nur digital sinnvoll.



AUSWERTUNG EXPERTENINTERVIEWS: WÜNSCHE DER BEFRAGTEN

- | Reform des Urheberrechts
- | Rechtssicherheit bei Online-Prüfungen herstellen
- | Langfristig eigenes Kompetenzzentrum für Digitalisierung entwickeln
- | Mittel für medienpädagogische Begleitforschung
- | Mehr innovative Konzepte umsetzen können
- | Attraktivität steigern und Teilnehmerzahlen erhöhen



2 - Studie: Ein Leben lang digital lernen

7 Szenarien für digitale Weiterbildungsangebote

SZENARIEN

1. Schaufenster

Digitale Werkzeuge als Instrument zur Vermarktung von existierenden präsenzbasierten Weiterbildungsangeboten

Beispiele: Podcasts, Webinare oder Videomaterial

2. E-Services

Digitale Systeme zur Vereinfachung des organisatorischen Ablauf des Weiterbildungsprozesses

Beispiele: Tools zur Anmeldung, Terminplanung, Evaluation, aber der generellen Beratung und Betreuung

3. Flexibilität

Weiterbildungsangebote für Zielgruppen mit örtlichen und zeitlichen Einschränkungen

Elemente: digitale Gruppenarbeiten, Onlineprüfungen, vereinfachter Zugang zu Lernmaterialien, Blended-Learning oder (nahezu) kompletter Verzicht auf Präsenzphasen

SZENARIEN

4. Qualität / Didaktik

Nutzung digitaler Komponenten zur Verbesserung der Lehre

Beispiele: virtuelle Lernräume, Blogs und Wikis, soziale Netzwerke, aber auch Elemente des Game-based Learnings

5. Up- und Cross-Selling

Ergänzung bestehender (Fort-)Bildungsangebote mit weiteren Angeboten

Beispiele: Zertifikatskurse für Alumni der Hochschule

6. Gesellschaftlicher Bildungsauftrag

Formate speziell für Kinder, Senioren oder Geflüchtete (relativ selten digitalisiert)

Beispiele: Aufgezeichnete Vorlesungen oder Podcasts als niedrigschwelliger Zugang

7. Unique-selling-point

Digitale Weiterbildung als Alleinstellungsmerkmal



3 - Handlungsempfehlungen



KOOPERATIONEN AUSBAUEN

- | Schon heute kooperieren viele Hochschulen intensiv mit Unternehmen
- | Demographischer Wandel und Industrie 4.0: Voraussichtlich in Zukunft verstärkte Nachfrage nach qualifizierter Weiterbildung
- | Klassische betriebliche Weiterbildung teilweise unterkomplex
- | Hochschulen können hier wichtiger Partner sein



NEUE MODELLE DER HOCHSCHULBILDUNG FÜR NEUE ZIELGRUPPEN ENTWICKELN

| Der Master ist der Standard in der akademischen Weiterbildung

| Für Arbeitnehmer sind ganze Masterprogramme aufgrund der zeitlichen Belastung häufig schwer mit Beruf und Familie vereinbar.

| Flexiblere Studienangebote können hier hilfreich sein.

| Ein Beispiel: Kleinteiligere Zertifikatskurse, die mit ECTS hinterlegt sind, aber zu keinem vollen Studienabschluss führen



WEITERBILDUNG ALS HOCHSCHULSTRATEGISCHE UND PROFILGEBENDE ZIELSETZUNG

- | Die heutigen Rekordstudierendenzahlen werden Hochschulen aus demographischen Gründen nicht halten können
- | Leiden werden vor allem Hochschulen in strukturschwachen und kulturell weniger gefragten Regionen
- | Hochschulen sollten sich entsprechend ihrer Kompetenzen auf diese Veränderungen einstellen



WEITERBILDUNG UNTERNEHMERISCH GESTALTEN

- | Die organisatorischen Herausforderungen im Bereich der Weiterbildung unterscheiden sich von den Herausforderungen in der grundständigen Lehre: Die Weiterbildung ist deutlich stärker von klassischen Marktkräften geprägt.
- | Hochschulen sollten in ihren Weiterbildungseinrichtungen nach unternehmerischen Grundsätzen handeln:
 - | Professionelles Human Resources Management
 - | ein systematisches Fundraising
 - | Kundenorientiertheit
 - | strategische Ausrichtung der Organisation

IT-SYSTEME KONSOLIDIEREN, CLOUD-LÖSUNGEN PRÜFEN UND NEUE KONSORTIEN BILDEN

Technisch sind die meisten Hochschulen nur mittelmäßig ausgestattet:

WLAN ist flächendeckend installiert, die Bandbreite ist häufig aber nicht ausreichend

Lernmanagementsysteme stehen zur Verfügung, sie entsprechen allerdings häufig nicht aktuellen Standards in Sachen Usability

Häufig führen Hochschulen mehrere Systeme parallel zueinander.

Empfehlung: Hochschulen sollten in organisationsweite IT-Lösungen investieren. Idealerweise sollten sie Konsortien mit anderen Hochschulen bilden.

ABSCHLUSSKONFERENZ



hochschulforum
digitalisierung



hochschulforum
digitalisierung

**ABSCHLUSSKONFERENZ
DES HOCHSCHULFORUMS
DIGITALISIERUNG · BERLIN**

SAVE THE DATE

**1. DEZEMBER
2016**

Anmeldung und weitere Informationen gerne über info@hochschulforumdigitalisierung.de



hochschulforum
digitalisierung