

„E-Learning wird bleiben“

Die Corona-Krise verändert die Weiterbildung langfristig, meint der CEO des „House of Training“, Luc Henzig

LUXEMBURG
CORDELIA CHATON

Homeoffice und Telearbeit sind seit der Corona-Krise für viele zur Realität und politisch zu einem Thema geworden. Mittlerweile gibt es eine Petition für Recht auf Homeoffice, Digitalisierungsminister Marc Hansen hat es zur politischen Priorität erklärt, und Facebook-Chef Mark Zuckerberg geht davon aus, dass die Corona-Krise einen langfristigen Wandel hin zur Arbeit außerhalb des Büros angestoßen hat. Er rechnet damit, dass in zehn Jahren rund jeder zweite Beschäftigte des Online-Netzwerks so arbeiten werde, sagte Zuckerberg in einem Interview des Technologieblogs „The Verge“. Das alles bleibt nicht ohne Einfluss auf die Weiterbildung. Das fängt schon damit an, dass so mancher Mitarbeiter sich Fragen zur ergonomischen Einrichtung seines Arbeitsplatzes stellt oder zur effizienten Abwicklung von Aufgaben.

In Luxemburg ist das „House of Training“ mit rund 25.000 Teilnehmern jährlich und etwa 900 Kursen, von denen viele mehrfach stattfinden, der größte Anbieter von Weiterbildung. Es ist Teil der Handelskammer, wo auch die meisten Kurse abgehalten werden. Luc Henzig, CEO des „House of Training“, erzählt, wie sich durch die Corona-Krise die Weiterbildung verändert.

Herr Henzig, wo stand das „House of Training“ vorher und wie hat sich auf die Krise ausgewirkt?

LUC HENZIG Wir haben zuvor rund 2.000 bis 3.000 Kurse pro Jahr veranstaltet. Die meisten, etwas 99 Prozent, waren Präsenzkurse. Das heißt, die Teilnehmer saßen im gleichen Raum wie die Kursleiter. Durch die Krise war das nicht mehr möglich. Es kam zu einem starken Rückgang der Nachfrage, da nicht alle Kurse kurzfristig auf Fernunterricht umgestellt werden konnten. Viele Unternehmen hatten erst einmal andere Sorgen als Weiterbildung. Das ist verständlich, auch wenn für so manchen Arbeitnehmer in Kurzarbeit eine Weiterbildungsmöglichkeit interessant gewesen wäre. Bei vielen Betrieben sind durch Homeoffice auch neue Fragen aufgetaucht. Darauf haben wir mit neuen Weiterbildungsangeboten reagiert. Weiterbildung in der Form des Fernunterricht ist aber nicht immer ganz einfach technisch umzusetzen, denn jeder arbeitet mit anderen Programmen. Die einen nutzen Zoom, die nächsten Webex und so fort, dazu kommt noch die Qualität der Internetverbindung.

Was bietet das „House of Training“ jetzt an?

HENZIG Es sind Kurse zu Themen wie „Die Organisation der Arbeit zu Hause“, die man während der Beschränkungen mit Stress umgeht, virtuelle Besprechungen oder Teamführung auf Distanz. Das sind kleine Einheiten von einer Stunde, die vor allem während der Beschränkungen nachgefragt wurden und mit einem Preis von 125 Euro sehr günstig sind. Da entstand ein neuer Bedarf, denn nicht jedes Unternehmen hatte schon die notwendigen Voraussetzungen, damit die Mitarbeiter zu Hause gut arbeiten können. Die Unternehmen hatten sehr unterschiedliche Ausgangslagen. Die Banken beispielsweise waren in der Regel besser vorbereitet.

Jetzt gibt es Kurse zu Kommunikation und Benutzung von der Bürokommunikation. Wie lässt sich Facebook fürs Geschäft nutzen, beispielsweise. Oder wie kann ich mit meinen Arbeitsprogrammen besser umgehen, um meine Arbeit zu erledigen. Wir haben auch dafür gesorgt, dass unsere Kursleiter fit sind. So haben wir Seminare für die Nutzung von Webex abgehalten, denn es macht einen Unterschied, ob man das ein bisschen kann oder wirklich beherrscht. Uns ist es sehr wichtig, denn die Kommunikation mit einem Kursleiter ist virtuell ganz anders. Der sieht beispielsweise gar nicht, wenn jemand nervös auf dem Stuhl hin und her rutscht oder die Hand hebt, um eine Frage zu stellen.

Wie ist die Resonanz?

HENZIG Die Rückmeldungen der meisten Leute sind positiv. Es tauchen in dieser Situation ganz neue Fragen auf. Die einen kämpfen mit der Informatik, die anderen mit der fehlenden Unterstützung durch die Sekretärin, die sonst Dokumente in Form bringt oder Excel und andere Programme viel besser beherrscht. Oft ist dann auch keiner da, den man fragen kann, oder es gibt eine Scheu, jemanden privat anzurufen oder auch, das Nichtwissen zuzugeben. Auf solche Fragen reagieren wir mit Online-Angeboten. Aber es geht noch weiter. In den Unternehmen ändert sich jetzt der sanitäre Anspruch. Auch darauf gehen wir ein. Wir haben schon zuvor Kurse spezi-



Luc Henzig leitet das „House of Training“, das mit rund 25.000 Teilnehmern jährlich die größte Weiterbildungseinrichtung in Luxemburg ist
Foto: Editpress/Hervé Montaigu

fisch für Unternehmen angeboten, die wir dort vor Ort abgehalten haben. Das ist jetzt sehr gefragt aber in Fernunterricht, denn so sind Kontakte an Orten mit starkem Publikumsverkehr limitiert.

Wann gibt es denn wieder Präsenzkurse?

HENZIG Wir hatten das Weiterbildungszentrum im März schließen müssen und haben erst vor kurzem wieder die Erlaubnis erhalten, erneut Kurse vor Ort durchzuführen. Seit Mitte Mai beginnen die Kurse progressiv, denn viele Leute wollen Kurse mit einer Präsenz, da ein Bedarf besteht, auf Praxisfragen einzugehen. Das geht besser im persönlichen Kontakt als im Fernunterricht. Die Qualität der Weiterbildung ist mit persönlichem Kontakt einfach besser.

Wie sieht es mit den Teilnehmern und den Bedingungen aus?

HENZIG Wir respektieren natürlich die Bedingungen und dadurch sinkt die Teilnehmerzahl. Aber da die Nachfrage etwas gesunken ist, gleicht sich das aus. Wenn 40 bis 50 Leute an einem Kurs teilnehmen wollen, dann ist es schwierig, ihn durchzuführen.

Wird E-Learning ein fester Bestandteil des Angebots?

HENZIG Wir probieren schon seit Jahren, E-Learning zu pushen. Die Krise hat dazu geführt, dass es dafür jetzt mehr Akzeptanz gibt. Das hat auch mit den Rahmenbedingungen zu tun. Wenn man nicht zur Weiterbildung fahren muss, gewinnt man schnell eine Stunde oder eine halbe Stunde, die man dafür einsetzen kann. Ich denke, das E-Learning wird ein Element bleiben, das sich etablieren wird und das wir in viele Kurse einbeziehen werden. Das erweitert auch unsere Kapazitäten. Die Krise hat die Akzeptanz dafür auf jeden Fall erhöht. ●

„Die Krise hat die Akzeptanz für E-Learning erhöht“

LUC HENZIG, CEO House of Training

UMFRAGE

Neue Nutzer digitaler Dienste bleiben

In der Corona-Krise haben viele Menschen in Deutschland zum ersten Mal neue digitale Dienste ausprobiert - und wollen sie laut einer Umfrage größtenteils weiternutzen. Gut drei Viertel der Erstnutzer digitaler Kanäle (77 Prozent) kündigten das an, wie die Erhebung des Beratungsunternehmens McKinsey ergab. Am höchsten war dabei die Absicht zum Bleiben beim Online-Banking mit 86 Prozent und am Niedrigsten beim Lebensmittelkauf übers Internet mit 63 Prozent. Für die Umfrage wurde die Nutzung von digitalen Angeboten aus zehn Bereichen abgefragt - darunter auch Versicherungen, Reisen, Unterhaltung, Bekleidungskauf. Vor der Krise nutzte eine Person digitale Kanäle im Schnitt aus 2,1 dieser Branchen - jetzt seien es 4,6. Am höchsten war der Anstieg in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen mit einem Sprung von 2,4 auf 6 Bereiche. Auch bei den über 65-Jährigen gab es aber eine Verdoppelung auf durchschnittlich 3,3 Branchen. Fast jeder Vierte neue Nutzer (23 Prozent) digitaler Angebote gab dabei der Umfrage zufolge sein Geld für Unterhaltung aus, gefolgt vom Online-Kauf von Bekleidung (19 Prozent) und Lebensmitteln (17 Prozent). McKinsey befragte für die repräsentative Erhebung Anfang Mai mehr als 1200 Menschen aus Deutschland im Alter zwischen 18 und 85 Jahren. DPA