

Der lange Weg von der Idee bis zum Angebot

Universitäre Weiterbildung
Wer eine neue Weiterbildung lancieren will, muss einige Herausforderungen bewältigen.

MARIANNE RUPP

«Wenn Universitätsangehörige ein neues Weiterbildungsangebot lancieren möchten, unterstützen wir sie bei der Planung, Organisation und Durchführung», sagt Alexandra Müller. Sie ist Abteilungsleiterin des Center for Lifelong Learning der Universität Zürich, zu der die Fachstelle Weiterbildung gehört. Alle Schweizer Hochschulen haben eine Fachstelle für universitäre Weiterbildung.

Diese Fachstellen beraten primär Universitätsangehörige, die neue Angebote entwickeln wollen oder bestehende ausbauen, etwa einen CAS in einen MAS. In der Konzeptphase für ein neues Angebot werden wichtige Eckpunkte abgeklärt. Dazu gehören etwa Inhalt, Zweck, Zielgruppe, Format, Finanzierung und zu erwerbende Kompetenzen. In dieser ersten Phase spielen auch Marktanalyse und Be-

darfsabklärung eine wichtige Rolle. «Das neue Angebot muss sich klar von bestehenden Programmen unterscheiden und das Potenzial haben, genügend Nachfrage zu generieren», erläutert Martina Müri. Sie verantwortet die PR-Aktivitäten der Executive School, der Weiterbildungsabteilung der Universität St. Gallen. «Eine klare Zielgruppe und genügend Teilnehmende sind unabdingbar, denn Weiterbildungen werden durch die Gebühren der Teilnehmenden finanziert», sagt Müri. Und: «Weiterbildungen müssen langfristig finanzierbar und kostendeckend sein.»

Auch das Thema Kooperationen wird in der Konzeptionsphase besprochen. «Kooperationen können mit anderen Hochschulen eingegangen werden, wobei es dann einen gemeinsamen Abschluss gibt, oder mit anderen Institutionen», erläutert Müller von der Universität Zürich. Als Beispiel nennt sie den MAS Bibliotheks- und Informationswissenschaften, den die Universität Zürich zusammen mit der Zentralbibliothek Zürich anbietet.

Nicht immer sind nur Universitätsangehörige die Initianten für eine neue Weiterbildung, manchmal kommen Ideen auch von aussen: So ist der «MAS ETH in Ap-

plied Technology» entstanden. «Die Idee für diesen MAS wurde an unsere Professoren und Professorinnen herangetragen; sie entwickelten daraus das Angebot», sagt Lukas Sigrist. Er ist Leiter der School for Continuing Education, die Ansprechpartnerin für universitäre Weiterbildung der ETH Zü-

rich. «Diese Weiterbildung, auch als Reverse MBA bezeichnet, entstand aus dem Bedürfnis der Industrie: Mitarbeitende eines technologieorientierten Unternehmens, die einen sozial- oder wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund haben, sollten die Möglichkeit bekommen, sich

die technischen Grundlagen zu erwerben», erklärt Sigrist.

Studiengänge entwickeln dauert

Einen grossen Einfluss auf die Entwicklung eines Weiterbildungsangebotes hat das Format. Wird ein eintägiger Kurs ge-

«Weiterbildungsangebote spiegeln Tendenzen»

Christina Cuonz ist Direktorin des ZUW der Uni Bern, Leiterin Bereich Weiterbildung, und Vizepräsidentin von Swissuni – Universitäre Weiterbildung Schweiz.

Was ist der Anreiz, ein neues Weiterbildungsangebot zu lancieren?

Christina Cuonz: Universitäre Weiterbildung entsteht bottom-up mit dem Ziel, den Hochqualifizierten die Forschungsergebnisse in ihren Berufsfeldern nutzbar zu machen. Sie muss daher gleichzeitig angebots- und nachfrageorientiert sein sowie in Zusammenarbeit entwickelt werden – und nicht im stillen Kämmerlein ausgebrütet.

Welchen Einfluss hat die wirtschaftliche und gesellschaftliche Lage auf die Entwicklung eines Angebots?



Christina Cuonz
Vizepräsidentin,
Swissuni

Weiterbildungsangebote spiegeln gesellschaftliche Tendenzen und Themen. Die Anbieter sind nahe an den Themen und spüren die Trends dank der Forschung relativ früh. Dabei können Formate, die eine kürzere Vorbereitungszeit benötigen, als Teil der Entwicklung von Studiengängen genutzt werden, indem

sie ausloten, welche Inhalte vertieft werden sollen.

Wie wird Corona längerfristig die Form der Weiterbildungsangebote beeinflussen?

Sicher werden wir keine Online-Weiterbildungsuniversität. Präsenz ist das A und O einer Weiterbildung. Ich gehe davon aus, dass Blended Learning vermehrt gefragt sein wird. Unklar ist noch, welche Rolle hybride Settings spielen werden, also Präsenzununterricht mit einigen zugeschalteten Teilnehmenden oder auch Experten und Expertinnen, die für ein oder zwei Stunden zugeschaltet werden, anstatt extra anzureisen. Auch flexibilisierte Angebote werden vermehrt kommen.

INTERVIEW: MARIANNE RUPP

plant, ein Seminar oder ein Studiengang mit Zertifikat? Bei Angeboten ohne Zertifikat gebe es wenig formelle Vorgaben – und bei den Gestaltungsmöglichkeiten sei Spielraum vorhanden, sagt Martina Müri von der Executive School der Universität St. Gallen. «Programme ohne Zertifikate brauchen für die Entwicklung einige Wochen oder Monate.»

Ganz anders bei Studiengängen. «Von der Idee bis zum Start eines neuen MAS-Studienganges müssen in der Regel eineinhalb bis zwei Jahre gerechnet werden», sagt Erika Hänni, Leiterin Ressort Programmentwicklung beim Zentrum für universitäre Weiterbildung (ZUW) der Universität Bern. Sie erklärt diesen langen Zeitraum durch die drei Phasen Konzeption, Genehmigung und Ausschreibung/Bewerbung. In der Genehmigungsphase muss jeder neue Studiengang verschiedene Instanzen, von der Weiterbildungskommission bis zur Uni-

versitätsleitung, durchlaufen und bewilligt werden.

Auch für die letzte Phase, die Ausschreibung/Bewerbung, rechnet Hänni mit etwa einem Dreivierteljahr. «Die Entscheidung, an einem MAS-Studiengang teilzunehmen, fällen Interessenten und Interessentinnen nicht von heute auf morgen, dafür braucht es Vorlaufzeit», erklärt sie.

Aktualitätsbezug von neuen Angeboten

Ein weiterer wichtiger Aspekt bei neuen Studiengängen ist die Qualitätssicherung. Sie wird gemäss Alexandra Müller von der Universität Zürich durch zwei Vorgehensweisen gewährleistet: «Die Verantwortung für ein Programm trägt immer ein Professor oder eine Professorin – und alle neuen Programme müssen von verschiedenen Instanzen bewilligt werden.»

Der grosse Zeitaufwand, fehlende Ressourcen, die Kostendeckung, Konkurrenzangebote, eine zu kleine Zielgruppe:

Dies sind nur einige der Hürden, die dazu führen können, dass eine Weiterbildungs-idee während der Konzeptphase abgebrochen wird.

Das ZUW der Universität Bern betreut dennoch jährlich fünf bis sieben Konzepte für neue Studiengänge, wie Hänni sagt. «Aktuell werden am meisten neue Konzepte eingereicht in den Bereichen Medizin, Recht und Verwaltung, zum Teil im Zusammenhang mit der Digitalisierungsthematik, etwa Tourismus und Digitalisierung oder Transnational Healthcare Management», sagt Hänni.

Auch Müri von der Executive School sieht einen klaren Aktualitätsbezug bei den Konzepten: «Momentan beschäftigen insbesondere Themen zur Bewältigung der Corona-Situation. Dies reicht vom Management virtueller Teams bis zu Weiterbil-

den, die eine Umorientierung am Arbeitsmarkt ermöglichen, wie etwa «Check-in to Management», einem Programm für Piloten.»

Die Weiterbildungsstelle der Universität Zürich hat gemäss Alexandra Müller im Jahr 2020 die Entwicklung von aussergewöhnlich vielen neuen Studiengängen begleitet: vier neue MAS, einen neuen DAS und rund zwanzig neue CAS wurden der Weiterbildungskommission vorgestellt. Themenmässig sieht Müller die

Schwerpunkte in den Bereichen Gesundheit und Medizin sowie Finance und Betriebswirtschaft.

Praxisbezug der Weiterbildungen

Allen Weiterbildungsangeboten eigen ist: Sie müssen einen hohen Praxisbezug aufweisen. «Die universitäre Weiterbil-

Alle Angebote müssen einen hohen Praxisbezug aufweisen.