

# DGWF-Jahrestagung 2019, Tagungsdokumentation

## „Data Literacy und die digitale Transformation im Weiterbildungsmanagement“

Vortrag, 19.09.2019

*Julia Juhnke, Sophia Metzler, Katrin Ziem*

„Data Literacy ist die Fähigkeit, planvoll mit Daten umzugehen und sie im jeweiligen Kontext bewusst einsetzen und hinterfragen zu können. Dazu gehört: Daten zu erfassen, erkunden, managen, kuratieren, analysieren, visualisieren, interpretieren, kontextualisieren, beurteilen und anzuwenden.“<sup>1</sup>

In den aktuellen Publikationen zum Thema Data Literacy in der Hochschulbildung<sup>2</sup> werden Bildungswege und Kompetenzfelder für zukünftige Data Scientists beschrieben. Der Rat für Informationsinfrastrukturen lenkt den Blick speziell auf den Arbeitsmarkt Wissenschaft und den Bedarf der Hochschulen an kompetentem Personal für die eigene digitale Transformation.<sup>3</sup> In diesem Zusammenhang werden meistens drei Bereiche separat betrachtet: Lehre, Forschung und Administration. Mitarbeitende aus allen drei Bereichen müssen digitale Kompetenzen entwickeln, denn neben der Digitalisierung der Infrastruktur ist Data Literacy der Mitarbeitenden wesentlich für eine erfolgreiche digitale Transformation. Obwohl die Digitalisierung von den Hochschulleitungen in allen Bereichen als wichtig definiert wird, bewerten sie den jeweils erreichten Stand wesentlich zurückhaltender.<sup>4</sup> In den aktuellen Diskursen zu den Debatten Digitalisierung und Weiterbildung sind drei Themen besonders präsent. Webbasierte Plattformen – von der Vergleichsplattform bis hin zu übergeordneten Lernplattformen –, die Vermittlung von Future Skills, Data Literacy und Data Science sowie die Entwicklung innovativer Lehr- und Lernszenarien.

### **Digitalisierung in der wissenschaftlichen Weiterbildung**

„Weiter in Südbaden“<sup>5</sup> ist ein Verbundprojekt der Universität Freiburg und der Hochschule Furtwangen, das die Digitalisierungsthemen für die Weiterbildung an Hochschulen voranbringen will. Die Vision, die sechs weitere Hochschulen aus der Region unterstützen: einen Weiterbildungsverbund aufzubauen, um gemeinsam wissenschaftliche Weiterbildung zu vermarkten, Qualität zu sichern und hochschulübergreifende Angebote zu fördern. Im Zentrum der Arbeit des Projektteams der Universität Freiburg und der Hochschule Furtwangen steht die Planung und

---

<sup>1</sup> <https://stifterverband.org/data-literacy-education>, 10.09.2019.

<sup>2</sup> z.B. Gesellschaft für Informatik e.V. (Hrsg.): Data Literacy und Data Science Education: Digitale Kompetenzen in der Hochschulausbildung, Berlin 2018.

[https://gi.de/fileadmin/GI/Hauptseite/Aktuelles/Aktionen/Data\\_Literacy/GI\\_DataScience\\_2018-04-20\\_FINAL.pdf](https://gi.de/fileadmin/GI/Hauptseite/Aktuelles/Aktionen/Data_Literacy/GI_DataScience_2018-04-20_FINAL.pdf), 09.09.2019 & Heidrich, J., Bauer, P., Krupka, D. (2018). Future Skills: Ansätze zur Vermittlung von Data Literacy in der Hochschulbildung. Arbeitspapier Nr. 37. Berlin: Hochschulforum Digitalisierung. DOI: 10.5281/zenodo.1413119, 09.09.2019.

<sup>3</sup> RfII – Rat für Informationsinfrastrukturen: Digitale Kompetenzen - dringend gesucht! Empfehlungen zu Berufs- und Ausbildungsperspektiven für den Arbeitsmarkt Wissenschaft, Göttingen 2019, <http://www.rfii.de/?p=3883>, 09.09.2019.

<sup>4</sup> „Die Bedeutung von Digitalisierung ist erheblich höher als der bereits erreichte Stand.“, vgl. Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI) (Hrsg.): Digitalisierung der Hochschulen. Ergebnisse einer Schwerpunktstudie für die Expertenkommission Forschung und Innovation Berlin 2019, in: Studien zum deutschen Innovationssystem Nr. 14-2019. [https://www.efi.de/fileadmin/Innovationsstudien\\_2019/StuDIS\\_14\\_2019.pdf](https://www.efi.de/fileadmin/Innovationsstudien_2019/StuDIS_14_2019.pdf), 09.09.2019. S. 29.

<sup>5</sup> Das Projekt „Weiter in Südbaden“ wird gefördert vom Ministerium für Soziales und Integration Baden-Württemberg aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds sowie vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg.

schrittweise Umsetzung dreier digitaler Produkte: einer Online-Plattform zu Marketingzwecken, eines Customer-Relationship-Management-Systems (CRM) und einer Online-Community für Mitarbeitende in der wissenschaftlichen Weiterbildung. Dazu gehört die Entwicklung eines Konzepts für den langfristigen Betrieb des Verbunds. So sollen verbesserte Grundlagen zur Gestaltung und Durchführung von Weiterbildung geschaffen werden, denn Professionalisierung und Prozessvereinfachung v.a. in den Bereichen Marketing, Kursmanagement, Recht und Qualitätsmanagement wurden als zentrale Bedarfe der Hochschulen identifiziert.

Ein gewinnbringendes Dachmarketing ist nur mit einer gemeinsam nutzbaren, gut funktionierenden und auf die Bedarfe der Weiterbildung an Hochschulen zugeschnittenen digitalen Infrastruktur zu leisten. Auch ist diese für die digitale Verwaltung sowie ein effektives Controlling der Verbundaktivitäten in einer Geschäftsstelle notwendig. Gemeinsam genutzte Infrastrukturen erhöhen genauso wie kontinuierlicher fachlicher Austausch die Chance, langfristige Kooperationsziele der gemeinsamen Vermarktung und Entwicklung zu erreichen und zu bewahren.

### ***Kernleistungen des Weiterbildungsverbunds: Online-Plattform und damit verknüpftes CRM-System sowie Fachcommunity***

Die zentrale Online-Plattform des Verbunds soll zukünftig unter der Marke „südwissen“<sup>6</sup> alle Weiterbildungsangebote der Hochschulen darstellen und für Übersichtlichkeit, eine bessere Vergleichbarkeit und damit Transparenz sorgen. Mit datenschutzkonformen Tracking- und Analysetools lassen sich Key Performance Indicators (KPIs) erfassen, die richtungsweisend für die Marketingaktivitäten sind. Neben Informationen rund um die Weiterbildung an Hochschulen bietet die Plattform digitale Anfrage- und Buchungsmöglichkeiten. Alle Interessenten- und Teilnahmedaten werden automatisch in ein CRM-System übermittelt. Dieses wird den Mitgliedshochschulen als webbasierte Anwendung zur Verfügung gestellt und bildet die wichtigsten Prozesse des Weiterbildungsmanagements digital ab. Neben der Bereitstellung von Buchungsdaten für die Weiterverarbeitung erlaubt das CRM den übersichtlichen Abruf von Kursdaten zu betriebswirtschaftlichen oder statistischen Zwecken. Dies schafft eine kennzahlenbasierte Grundlage für ein zielgerichtetes Marketing. Viele Teams in der Hochschulweiterbildung arbeiten dezentral, in Teilzeit oder mit befristet beschäftigten Mitarbeitenden.<sup>7</sup> Für sie wird – vorausgesetzt, die Systeme werden gut gepflegt – das Beziehungsmanagement durch neue digitale Infrastruktur vereinfacht. Der Funktionsbereich des CRM-Systems soll die Bedarfe rund um das Beziehungsmanagement abdecken, die durch andere in den Hochschulen bereits verwendeten Systeme nicht abgedeckt werden können. Ein Datenaustausch zwischen den Systemen des Verbunds und der Hochschulen ist per Schnittstelle bzw. Webservice perspektivisch möglich.

Seit Projektbeginn 2016 etabliert „Weiter in Südbaden“ eine hochschulübergreifende Fachcommunity zu den Themen Marketing und Management in der wissenschaftlichen Weiterbildung. Neben regelmäßigen Qualifikations- und Austauschformaten „offline“, die durch das persönliche Kennenlernen die Basis für vertrauensvolle Zusammenarbeit schaffen, baut das

---

<sup>6</sup> Coming-Soon-Seite: <https://www.südwissen.de>, 29.10.2019.

<sup>7</sup> Lermen, M. und Maschwitz, A.: Organisationale Verankerung wissenschaftlicher Weiterbildung (2013). In: Maschwitz, Annika (Hrsg.); Lermen, Markus (Hrsg.); Johannsen, Maximilian (Hrsg.); Brinkmann, Katrin (Hrsg.): Organisationale Verankerung und Personalstrukturen wissenschaftlicher Weiterbildung an deutschen Hochschulen. (Handreichung der wissenschaftlichen Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“), S. 13.

Projektteam eine digitale Fachcommunity auf. Diese kann orts- und zeitunabhängig genutzt werden und stellt Wissen digital zur Verfügung. Zugleich stärkt sie die Community-Mitglieder in der digitalen Arbeitswelt.

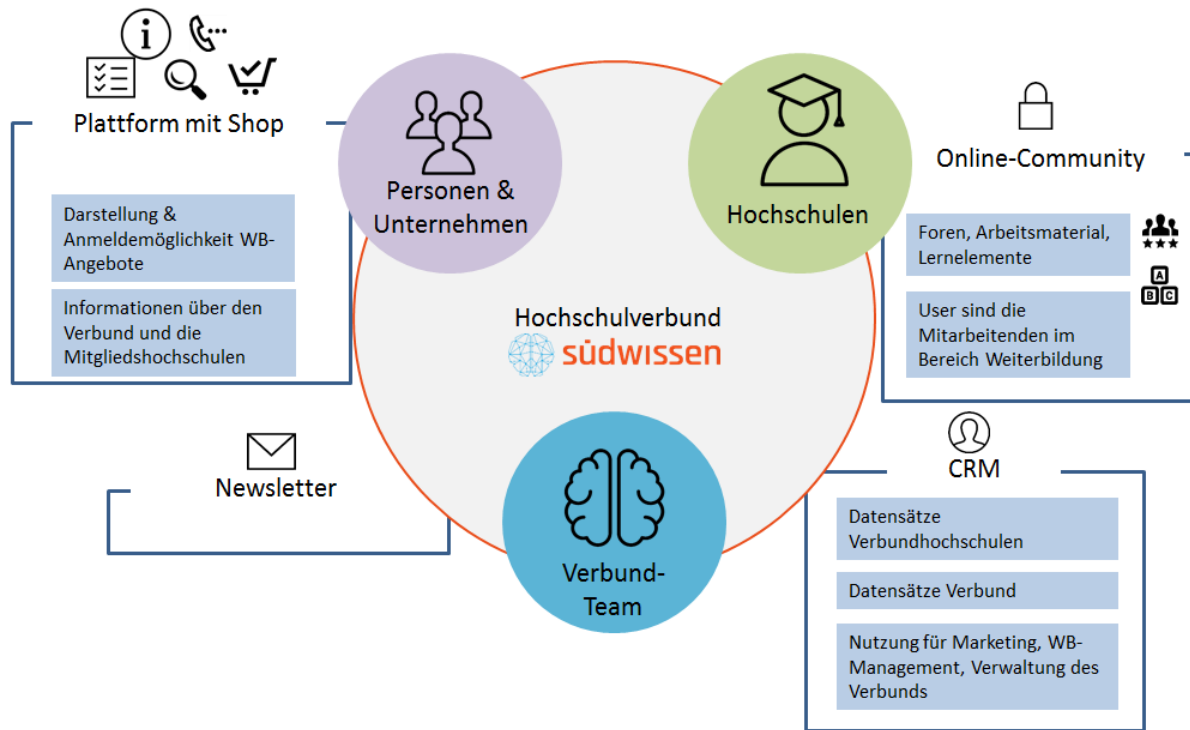


Abbildung 1: IT-Infrastruktur des Weiterbildungs-Verbunds, eigene Abbildung

Eine Geschäftsstelle des Verbunds südwissen koordiniert den Verbundbetrieb. Sie betreibt das Dachmarketing sowie die digitale Infrastruktur und arbeitet eng mit den Weiterbildungszentren und beteiligten Fachbereichen der Mitgliedshochschulen zusammen. Sie steht in ständigem Austausch mit der Weiterbildungs-Fachcommunity und dem Lenkungsreis, der sich aus Mitgliedern der Leitungsebene der Verbundhochschulen zusammensetzt. Damit entwickelt sie sich zu einer zentralen Serviceeinheit für die Weiterbildungs-Anbietenden des Verbunds.

### **Data Literacy für das Verbund-Team und Weiterbildungs-Mitarbeitende der Hochschulen**

Um den Verbund mit einer digitalen Infrastruktur und einer aktiven Fachcommunity zukunftsfähig zu gestalten, wird eine Vielzahl an digitalen und nicht-digitalen Kompetenzen benötigt. Ein interdisziplinär aufgebautes Team ist dafür unerlässlich. Komplexe Fragen zum Datenschutz, zur Rechtsstruktur oder zu den ethischen Anforderungen im IT-Entwicklungsprozess müssen beantwortet werden. Eine hohe Transferkompetenz wird benötigt, um die Bedarfe der Nutzergruppen und bestehende Prozesse in neue digitale Strukturen überführen und analysieren zu können. Dabei kann das Einführen neuer digitaler Strukturen erfordern, an einigen Stellen Routinen und Standards zu setzen, wo bisher lediglich interne Absprachen galten.

Auch von den Mitarbeitenden der Mitgliedshochschulen erfordert die Einführung einer neuen digitalen Infrastruktur die Bereitschaft, die Veränderungen mit zu tragen. Sie müssen sich in neue Prozesse einarbeiten, teilweise neue Routinen und Prozesse entwickeln und lernen, die durch den Verbund angebotene Plattform und das CRM anzuwenden. Dies erfordert es auch, die eigene Datenkompetenz auszubauen, die Angebote der Community zu nutzen und sich einzubringen. Das Verbundteam arbeitet an Konzepten, um die erforderlichen Kompetenzen zu vermitteln und die Rolle als Ansprechpartner für First- und Second Level-Support zu erfüllen. Ressourcen zur Unterstützung bei der Inbetriebnahme des CRM-Systems und Datenmigration sind fest eingeplant. Die notwendige individuelle Unterstützung wird durch Wikis und Tutorials sowie die Online-Community mit Peer-to-Peer-Beratung ergänzt werden. Damit soll sich die zukünftige Verbundgeschäftsstelle zu einer zentralen Serviceeinheit für die Weiterbildungs-Anbietenden an Hochschulen entwickeln.

### ***„Zukunft bilden“***

Die Digitalisierung des Weiterbildungs-Managements ist kein Selbstzweck. Die Entlastung der Weiterbildungsakteure an den einzelnen Hochschulen durch den Verbund, das Dachmarketing und neue digitale Infrastrukturen schaffen Freiräume. Die Mitarbeitenden können diese nutzen, um sich auf die Teilnehmenden und die inhaltliche und didaktische Qualität der Angebote zu konzentrieren, bestehende Angebote weiterzuentwickeln und in zeitgemäße Lehr- und Lernformate zu überführen sowie den Aufbau neuer Angebote und Kooperationen voranzutreiben. Durch die erworbenen digitalen Kompetenzen können sie Weiterbildung an Hochschulen noch zielgruppengenaue und zukunftsfähiger gestalten und so auf Augenhöhe mit der Wirtschaft agieren. Das Potenzial des Transfers von Wissen aus den Hochschulen in Unternehmen und Gesellschaft kann so in Zeiten eines hohen Weiterbildungsbedarfs besser ausgeschöpft werden und Hochschulen können gemeinsam an der Erhöhung des Marktanteils hochschulischer Weiterbildung arbeiten und eine relevante Rolle im Weiterbildungsmarkt einnehmen.