

Von der Idee bis zur Umsetzung

Die Entwicklung von Weiterbildungen ist eine vielschichtige Aufgabe. Valerio Stallone, Leiter Departement Marketing und Digital an der Hochschule für Wirtschaft Zürich, erklärt, was dabei die grösste Herausforderung ist.

Herr Stallone, welche Gründe gibt es, eine neue Weiterbildung zu entwickeln?

Es gibt nur einen, zentralen Grund: Mit Weiterbildungen wollen wir die Beschäftigungsfähigkeit der Arbeitskräfte sichern und fördern.

Woher kommen Ideen für neue Weiterbildungen?

Häufig kommen Ideen von Arbeitgebenden, die einen Qualifikationsbedarf erkennen, von Arbeitgeberverbänden oder auch von Teilnehmenden, die in ihrem Alltag vor neuen Anforderungen stehen. Ent-

scheidend ist nicht, woher eine Idee kommt, sondern ob die Nachfrage dafür ausreichend ist. Für uns ist zudem wichtig, ob die Idee zu unserer Vision und den Kernkompetenzen der HWZ passt.

Wie klären Sie die Marktrelevanz ab?

Das geschieht im direkten Austausch mit Arbeitgebenden und Verbänden. Zusätzlich beziehen wir Alumni und Alumnae ein und organisieren Fokusgruppen. Das sind ausgewählte Personen aus der potenziellen Zielgruppe, mit denen wir in einem moderierten Diskurs besprechen, wo sie Bedarf sehen und welche Kompetenzen sie als notwendig erachten.

Wie entstehen die Lernziele und wer ist für die Ausarbeitung zuständig?

Sie werden auf drei Ebenen entwickelt: Auf Studiengangebene legt das Departement zusammen mit Arbeitgebenden die übergeordneten Ziele fest, etwa welche Kompetenzen entstehen sollen. Auf Modulebene werden die Lernziele konkretisiert. Dazu kann der Leiter oder die Leiterin des betreffenden Departements bei Bedarf externen Fachbeirat zuziehen. Auf Veranstaltungsebene definiert

die Studiengangleitung zusammen mit den Dozierenden die Lernziele der einzelnen thematischen Blöcke.

Wie finden Sie geeignete Dozierende?

Die Auswahl der Dozierenden ist die grösste Herausforderung bei einer neuen Weiterbildung. Als Fachhochschule ist es unser Ziel, dass in der gesamten Weiterbildung akademischer Hintergrund und praktische Expertise ausgewogen vermittelt werden. Das heisst, für den Anfang eines Studiengangs suchen wir Dozierende, die wissenschaftlich fundierte Theorien vermitteln, während gegen Mitte oder Ende der Weiterbildung praxisnahe Dozierende die Theorien in der Anwendung lehren sollen. Geeignete Dozierende finden wir über unsere Netzwerke, Veranstaltungen oder in unserer Dozierenden-Community von über 1000 Personen.

Wie lange dauert die Entwicklung einer neuen Weiterbildung und wie viele davon lanciert die HWZ pro Jahr?

Die Entwicklung dauert in der Regel zwischen neun und 18 Monaten, in manchen Fällen bis zu 24 Monaten. Im Jahr 2025 wurden an der HWZ etwa zehn neue CAS lanciert; zählt man neue Tagesseminare dazu, dürfte sich die Anzahl verdreifachen. Für uns zählt aber nicht die reine Anzahl neuer Weiterbildungen, sondern wir richten uns gänzlich nach den Anforderungen des Marktes.

Woran messen Sie den Erfolg einer neuen Weiterbildung?

Es gibt kurzfristige und langfristige Kriterien. Kurzfristig geht es darum, wie viele Teilnehmende sich anmelden. Langfristig soll eine neue Weiterbildung den Anforderungen von Arbeitgebern und Markt entsprechen, damit die Absolventinnen und Absolventen mit den nötigen Kompetenzen

ausgestattet werden. Mit regelmässig neuen Weiterbildungen stellen wir sicher, dass unsere Teilnehmenden auf dem neusten Stand bleiben.

Welche Themen werden Ihrer Ansicht nach in ein paar Jahren besonders relevant sein?

Wenn ich das wüsste, hätten wir die Weiterbildung bereits konzipiert. Aber so weit in die Zukunft müssen wir nicht denken, denn sobald die Hochschule ein Thema als relevant erkennt, werden Ressourcen freigesetzt, um die Umsetzung des Studiengangs schnell zu starten. Selbst Arbeitgebende können kaum vorhersagen, welche Fähigkeiten künftig nötig sind. Vor fünf Jahren hätte auch niemand gedacht, dass heute Aussenhandel und Zolltarife in einer Marketingvorlesung dermassen zentral relevant sind.

Wie finden Interessierte die passende Weiterbildung im Dschungel der Angebote?

Am besten geht man schrittweise vor: Zuerst wählt man eine Hochschule und verschafft sich einen Überblick über die Angebote. So lernt man zentrale Themenfelder und Fachbegriffe kennen. Mit diesem Wissen kann man die Suche auf weitere Hochschulen ausdehnen und eventuell auch Suchmaschinen nutzen. Auf diese Weise werden Unterschiede in Inhalt und Ausrichtung sichtbar, ebenso Lücken bei Themen, die individuell relevant sind. Wichtig ist, sich nicht nur auf Suchmaschinen zu verlassen: Zwei Weiterbildungen mit demselben Titel können sehr unterschiedlich sein, je nachdem ob sie von Akademikern oder Praktikerinnen unterrichtet werden. Weiterbildung ist ein Erfahrungsgut, deren Inhalt und Qualität durch die Interaktion und die Menschen entsteht, die den Lernprozess gestalten. **Interview: Marianne Rupp**



Valerio Stallone fördert mit neuen Weiterbildungen zukunftsorientierte Marktkompetenzen. Bild: zg

ANZEIGE

UNI FR
UNIVERSITÉ DE FRIBOURG
UNIVERSITÄT FREIBURG

& Sustainability Studies
Umweltwissenschaften an der Universität Freiburg studieren

Hilf mit beim Lösen der Umweltherausforderungen von morgen – Studiere Umweltwissenschaften mit einem speziellen Fokus auf Geisteswissenschaften und Ethik!

- Bachelor- und Masterstudiengänge in Environmental Sciences and Humanities
- www.unifr.ch/env