

# Schwäbisch Media: Eigenverantwortliche Weiterbildung mit LinkedIn Learning



**SCHWÄBISCH.MEDIA**

Zentrale: Ravensburg, Deutschland

Industrie: Medien

Mitarbeiter: Ca. 1000

Schwäbisch Media ist ein regional führendes Medienhaus mit rund 1.000 Mitarbeitern. Das Unternehmen vereint die Kanäle Print, Online, TV und Radio unter einem Dach.

## Herausforderung

- In einem mittelständischen Medienhaus mit heterogener Belegschaft den Weiterbildungsbedarf in einem breiten Themenspektrum abdecken
- Wissen vermitteln, das notwendig ist, um den aktuellen Wandel in der Medienbranche zu meistern
- Sinnvolle Ergänzung zu Vor-Ort-Seminaren entwickeln, die hohe Kosten verursachen, da Mitarbeiter auf zahlreiche Standorte verteilt sind

## Lösung

- LinkedIn Learning Lizenzen für alle Mitarbeiter, die sich eigenverantwortlich weiterbilden möchten
- Entwicklung fester Lernpfade, über die sich einzelne Wissensbereiche systematisch erschließen lassen
- Feste Integration von LinkedIn Learning in das Weiterbildungsprogramm und in die Ausbildung von Nachwuchs- und Nachwuchsführungskräften

## Ergebnisse

- Mehr als 220 gekaufte Lizenzen
- 100 Prozent der Lizenzen binnen der ersten drei Monate aktiviert
- Mehr als 17.000 vollständig angesehene Videos seit Einführung im Januar 2018
- 85 Prozent der angefangenen Videos werden zu Ende geschaut
- Nutzer haben seit der Einführung durchschnittlich knapp 4 Stunden auf LinkedIn Learning verbracht, insgesamt mehr als 1.000 Stunden

>17.000

angesehene Videos

>1.000 h

auf LinkedIn Learning  
verbracht

Auf zwei Dinge ist Schwäbisch Media besonders stolz: Auf die feste Verankerung in den Regionen Bodensee-Oberschwaben, Alb-Donau sowie Allgäu und auf die eigenen Mitarbeiter, die mit ihrem Einsatz dafür sorgen, dass das Unternehmen den gegenwärtigen Wandel in der Medienbranche mitgehen kann und immer wieder innovative Produkte hervorbringt. Um diese Dynamik zu fördern – und den Mitarbeitern etwas zurückzugeben – betreibt Schwäbisch Media ein umfangreiches Programm zur Mitarbeiterweiterbildung.

Mit dem Thema E-Learning beschäftigte sich das Team um Sandra Jankowski, Leiterin Personalentwicklung, bereits seit 2011. Gerade im digitalen Zeitalter, in dem Mitarbeiter sich in viele Richtungen weiterentwickeln müssen und wollen, rückte eigenverantwortliches Lernen immer stärker in den Fokus. Es sollte die vorhandenen Weiterbildungsangebote sinnvoll ergänzen und neue Formen des Lernens in bestehende Formate integrieren.

Bei der Auswahl der passenden Plattform fiel dabei schnell die Entscheidung für LinkedIn Learning. „Als Medienhaus versammeln wir viele unterschiedliche Disziplinen unter einem Dach. Deshalb müssen wir einen breiten Lernbedarf abdecken“, erklärt Sandra Jankowski.

„Dass LinkedIn Learning tiefgehende Lerninhalte für ein enormes Spektrum an Themen anbietet, war vor diesem Hintergrund ein entscheidender Punkt. Außerdem hatten wir bereits erste positive Erfahrungen mit LinkedIn Learning gemacht: Einige unserer Programmierer besaßen schon länger Einzellizenzen und nutzten die Plattform intensiv, um sich neue Kenntnisse anzueignen.“

**Sandra Jankowski**

Leiterin Personalentwicklung  
Schwäbisch Media

## Erfolgreiche Pilotphase

Um herauszufinden, ob sich LinkedIn Learning auch für eine flächendeckende Weiterbildungsinitiative eignen würde, startete Schwäbisch Media zunächst ein Pilotprojekt. In einer ersten, vierwöchigen Phase verteilte die Abteilung für Personalentwicklung 20 Lizenzen an Mitarbeiter aus unterschiedlichsten Unternehmensbereichen, damit diese die Lösung ausprobieren konnten. Das Feedback der Testnutzer fiel durchweg positiv aus, weshalb die Zahl der Lizenzen in einer zweiten Phase erhöht wurde. Am Ende der zweiteiligen Pilotphase zog sie gemeinsam mit ihrem Team ein positives Fazit und beschloss eine langfristige Zusammenarbeit mit LinkedIn Learning.

Das Besondere am Ansatz von Schwäbisch Media: Eine Studentin begleitete das Projekt im Rahmen ihrer Bachelorarbeit. Sie untersuchte, wie sich Barrieren für eigenverantwortliches Lernen abbauen lassen, welche Chancen sich bieten und wie LinkedIn Learning in bestehende Lernformate integriert werden kann. Ihre Erkenntnisse waren für die weitere Ausgestaltung der Initiative hilfreich.

## Maßnahmenpaket erhöht Engagement

„Führungskräfte müssen ihren Mitarbeitern den nötigen zeitlichen Freiraum verschaffen, in dem sie sich weiterbilden können. Außerdem brauchen die Nutzer gerade in der Anfangsphase eine enge Begleitung, um sich in die Lösung und vielleicht auch in die für sie neue Lernform hineinzufinden.“ sagt Sandra Jankowski.

Das Maßnahmenpaket, das möglichst viele Mitarbeiter zu einer intensiven Nutzung der Plattform motivieren soll, umfasst verschiedene Elemente. Zum Beispiel werden Führungskräfte gezielt durch die Personalentwicklung angesprochen, weil sie den Lernbedarf ihrer Mitarbeiter genau kennen und deshalb wissen, wem LinkedIn Learning in besonderem Maße weiterhelfen kann. Gleichzeitig entwickelt Jankowskis Team Leitfäden für neue Nutzer und postet regelmäßige Hinweise über das Angebot auf allen internen Kommunikationskanälen. Wöchentlich veröffentlicht es außerdem fünf ausgewählte LinkedIn-Learning-Kurse im Intranet. „Wir wollen damit zeigen, wie vielfältig die Plattform ist und Lust auf mehr machen“, erläutert Isabell Köberle, Referentin Personalentwicklung, die intern für die Weiterbildungsangebote zuständig ist. Dass diese Arbeit Früchte trägt, lässt sich an den Nutzungsstatistiken ablesen: Insgesamt haben die Mitarbeiter in den vergangenen 18 Monaten mehr als 17.000 LinkedIn Learning Videos angeschaut.

Darüber hinaus wird bei Schwäbisch Media die Strategie verfolgt, das klassische Seminarprogramm und LinkedIn Learning gezielt miteinander zu verzahnen. „Da unsere Belegschaft auf zahlreiche Standorte in der Region verteilt ist, bedeuten Vor-Ort-Seminare für uns immer hohe Kosten und viel Organisationsaufwand. Trotzdem bleiben Präsenzveranstaltungen für uns das Mittel der Wahl, wenn bei der Wissensvermittlung Interaktion und gemeinsames Üben im Vordergrund stehen. In anderen Fällen ist virtuelles Lernen aber oft die bessere Alternative, insbesondere bei der reinen Theorievermittlung. Wir suchen immer nach der richtigen Mischung und kombinieren beide Formen je nach Bedarf“, sagt Isabell Köberle.

## Integration in Ausbildungsprogramm

Zehn Prozent aller Mitarbeiter von Schwäbisch Media befinden sich in einem Ausbildungsprogramm. Es handelt sich um klassische Auszubildende, duale Studenten, Volontäre und Trainees. Für sie gibt es spezielle Lernpfade, die etwa Kompetenzen für den Berufseinstieg vermitteln. Das Absolvieren der Kurse wird den Nachwuchskräften zwar immer wieder ans Herz gelegt, ist aber letztlich freiwillig. Dennoch ist diese Nutzergruppe auf der Plattform sehr aktiv.

„Ich nutze LinkedIn Learning, um mich in neue Bereiche einzuarbeiten. Wie funktioniert Facebook-Marketing? Wie funktioniert Google AdWords? Was muss ich über SEO wissen? Ich informiere mich gezielt zu Themen, die mir im Arbeitsalltag begegnen. Ich schaue aber auch, welche Kurse mir aufgrund meiner angegebenen Kenntnisse vorgeschlagen werden, und lasse mich hierdurch inspirieren“, berichtet Elisa Jochum, Marketing-Trainee bei Schwäbisch Media, von ihren Erfahrungen. „Als Mediendesignerin arbeite ich jeden Tag mit den Programmen aus der Creative Cloud. InDesign, Photoshop und Illustrator sind mein Handwerk. Da Design im ständigen Wandel steht und auch stetig neue Funktionen in den Programmen angeboten werden, suche ich gezielt nach neuen Kniffen und Herangehensweisen über LinkedIn Learning“, sagt Julia Fuchs, die als Mediendesignerin bei Schwäbisch Media arbeitet.

Die Nachwuchskräfte werden bei Schwäbisch Media noch auf eine andere Weise eingebunden: Im Rahmen eines „Reverse-Mentoring“-Programms unterstützen sie weniger technikaffine Kollegen, wenn diese bei der Benutzung digitaler Technologien vor Herausforderungen stehen. Auch im Umgang mit LinkedIn Learning coachen sie immer wieder interessierte Mitarbeiter.

Nach eineinhalb Jahren mit LinkedIn Learning zieht Sandra Jankowski ein positives Fazit: „Wir wollten kein E-Learning-Programm um des Programms willen, sondern wir wollten ein virtuelles Weiterbildungsangebot schaffen, das von unseren Mitarbeitern auch tatsächlich genutzt wird. Schon heute haben wir viele motivierte Kollegen, die eigenverantwortlich lernen wollen und LinkedIn Learning dafür als Plattform nutzen. Wir arbeiten darauf hin, dass es in Zukunft noch mehr werden. Insgesamt sehen wir hier eine gute Möglichkeit, uns als Arbeitgeber zu positionieren und den Lernbedarf unserer Mitarbeiter zu stillen.“

„Unsere Geschäftsleitung fördert die Lernkultur im Unternehmen und sendet immer wieder starke Signale, was für uns sehr wichtig ist. Gleichzeitig wollen wir aber natürlich jeden Mitarbeiter und jede Führungskraft für das eigenverantwortliche Lernen begeistern.“

**Sandra Jankowski**  
Leiterin Personalentwicklung  
Schwäbisch Media

