



# Weiterbildung bei Ascensia Diabetes Care – So unterstützt das Top-Management kontinuierliches Lernen auf allen Ebenen



- 2016 im Zuge des Spin-offs von Bayer Diabetes Care gegründet
- Unterstützt Menschen mit Diabetes durch innovative Lösungen, die das Leben einfacher machen
- Hauptsitz des Unternehmens: Basel, Schweiz
- Ca. 1.700 Beschäftigte weltweit

# Die Herausforderung:

- Aufbau einer unternehmensweiten kontinuierlichen Lernkultur
- Weiterbildungsangebote und Onboarding-Programme für Führungskräfte besser verfügbar machen
- LinkedIn Learning als zentrale Plattform zur Informationsgewinnung etablieren
- Themenspezifische Weiterbildungsangebote für die wichtigsten Kompetenzen der einzelnen Funktionen zur Verfügung stellen
- Beschäftigte über alle Standorte und Sprachen hinweg zum Lernen motivieren

# Die Lösung:

- LinkedIn-Learning-Lizenzen für alle Mitarbeiter:innen
- Aufbau eines Netzwerks von Early Adoptern, die ihre Kolleg:innen in der Nutzung der Plattform schulen und unterstützen
- Enge Zusammenarbeit mit den lokalen HR-Business-Partner:innen und den Betriebsräten
- Mehrstufige Kommunikationskampagne, die Meetings, Newsletter und Intranet kombiniert, um LinkedIn Learning intern bekannt zu machen
- Aufbau einer Community von Learning Champions, die den verschiedenen Standorten und Teams gezielt Inhalte empfehlen
- Intranet-Kampagne „Learning a Day“, bei der die Mitarbeiter:innen einander interessante und relevante Inhalte empfehlen
- „Rock Your Profile“-Initiative, die die Mitarbeiter:innen dazu aufruft, ihr LinkedIn-Profil zu aktualisieren, um auf sie zugeschnittene Kursempfehlungen zu erhalten

## Das Ergebnis:

# 83 %

der Lizenzen wurden innerhalb des  
ersten Jahres aktiviert

Über

# 160.000

angesehene Videos

Mehr als

# 7.000

Stunden angesehene  
Inhalte

- Deutliche Steigerung der Nutzeraktivität, nachdem die Vertriebsteams ihre Strategie aufgrund der COVID-19-Pandemie grundlegend ändern mussten
- Ausweitung der Onboarding- und Führungskräftebildungen auf deutlich mehr Teilnehmer:innen

Bei Ascensia arbeiten Führungskräfte und Learning Champions verschiedener Ebenen und Funktionen gemeinsam daran, die Lernkultur des Unternehmens wiederzubeleben und die digitale Transformation zu beschleunigen.

„Mein Ziel ist es, LinkedIn Learning zu einer unverzichtbaren Plattform für lebenslanges Lernen zu machen. Sie soll die erste Anlaufstelle sein, wenn Kolleg:innen fachliche Informationen suchen oder sich weiterbilden möchten. Damit rücken klassische Suchmaschinen für die Themenrecherche in den Hintergrund.“



**Linda Koch**  
Senior Director Global Talent Management  
Ascensia Diabetes Care



Das Ziel von Linda Koch und ihrem Team ist ehrgeizig. Doch es ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für ein Unternehmen, das auf Transformation und Innovation ausgerichtet ist. Noch vor einem Jahr hätte allerdings niemand gewagt, solch ein Ziel zu formulieren.

Denn nach einer Abspaltung vom bisherigen Mutterunternehmen im Jahr 2016 war das Thema Weiterbildung in den Hintergrund gerückt. Die Verantwortlichen hatten dringlichere Herausforderungen zu meistern. Als Victoria Bonnet im Juni 2018 die Rolle des Senior Director for Enterprise Learning übernahm, bestand „Weiterbildung“ bei Ascensia hauptsächlich aus verpflichtenden Compliance-Schulungen. Angebote zur beruflichen und persönlichen Entwicklung gab es für die Mitarbeiter:innen kaum.

# Die Kultur des Lernens wiederbeleben

„ Als Ascensia eigenständig wurde, haben wir die Themen Lernen und Weiterbildung aus dem Blick verloren. Wir erkannten jedoch schnell, dass es nicht reichte, einfach nur neue Prozesse und Tools zu implementieren. Wir mussten unsere Mitarbeiter:innen auch im Umgang mit diesen schulen. Unser Geschäft entwickelt sich laufend weiter und wir wollen schlanker und agiler werden. Und mit einer internationalen, diversifizierten Belegschaft vieler unterschiedlicher Kulturen und Sprachen brauchten wir eine globale, intuitive Lösung für den individuellen Lernbedarf.“



**Victoria Bonnet**

Senior Director for Enterprise Learning,  
Ascensia Diabetes Care

Die Entscheidung für LinkedIn Learning bot die Gelegenheit, Weiterbildung wieder in den Fokus zu rücken. Victoria Bonnet und Linda Koch entschieden, dass die Plattform getrennt vom bestehenden Lernmanagementsystem (LMS) von Ascensia existieren sollte, das vor allem für Compliance-Schulungen im Rahmen von Audits genutzt wurde. Damit fanden beide Ansätze ihren Platz: verpflichtende Schulungen einerseits und ein riesiges Angebot an Themen zur beruflichen und persönlichen Weiterbildung andererseits. Sie positionierten LinkedIn Learning als Herzstück ihres agilen Lernansatzes, der auf eigenverantwortliches Lernen setzt und sich an den Unternehmenszielen orientiert. Was aber mindestens genauso wichtig war: Den beiden gelang es, die Unterstützung des Top-Managements zu gewinnen.

„Wir arbeiten aktiv daran, eine Kultur des kontinuierlichen Lernens zu etablieren. Deshalb war es für uns selbstverständlich, allen Mitarbeiter:innen Zugang zu LinkedIn Learning zu ermöglichen. Damit möchten wir zeigen, wie wertvoll Weiterbildung ist – unabhängig von Karrierestufe oder Jobtitel“, erklärt Linda. Und fügt hinzu: „Unser CEO ist einer der größten Befürworter von lebenslangem Lernen. Er unterstützt uns dabei, die Lernmotivation der Teams zu fördern, zum Beispiel indem er Inhalte, die er selbst besonders hilfreich findet, weiterempfiehlt.“

Die Unterstützung durch das Top-Management ist Teil einer multidimensionalen Weiterbildungskampagne über verschiedene Kanäle. So veröffentlichte Ascensia Banner im Intranet, informierte Führungskräfte und Mitarbeiter:innen in wichtigen Meetings über Neuigkeiten und baute ein globales Netzwerk von Learning Champions auf.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Im Oktober 2020, ein Jahr nach der Einführung von LinkedIn Learning, liegt die Aktivierungsrate über die gesamte Belegschaft hinweg bei 83 %. Die Mitarbeiter:innen haben insgesamt 160.000 Videos und mehr als 7.000 Stunden Inhalte angesehen. Für Ascensia ist das aber erst der Anfang.



# Eigenverantwortliches Lernen im Sinne der Unternehmensstrategie

Die tatkräftige Unterstützung aus dem Top-Management hat den Weiterbildungsbemühungen bei Ascensia neuen Schwung verliehen. Doch die Lernkultur, die das Unternehmen weiter stärken will, spiegelt sich auf allen Ebenen des Unternehmens wieder.

Begonnen hat alles mit einem Netzwerk von Early Adoptern, also Mitarbeiter:innen, die die Plattform im Zuge eines frühen Roll-outs als Erste nutzten. Die Idee dazu hatten Victoria Bonnet, Linda Koch und die Global Talent Managerin Diane Zhang. „Unser Gedanke war es, Mitarbeiter:innen die sich von sich aus bereits weiterbildeten, zu Botschafter:innen für LinkedIn Learning zu machen und so Awareness für das Angebot zu schaffen“, erklärt Victoria. „Wir fragten sie, ob sie die Plattform als Erste testen wollten, und ermutigten sie, ihre Erfahrungen hinsichtlich der Qualität der Inhalte und der Benutzerfreundlichkeit mit ihren Kolleg:innen zu teilen.“

Dieser Ansatz von der Basis wurde durch eine abgestimmte Kampagne ergänzt, in der die Personalentwicklung Führungskräfte als Learning Champions gewinnen konnte. Ziel war es, Weiterbildung und Unternehmensstrategie zusammenzudenken und die Begeisterung über das neue Onlineangebot mit den Prioritäten und dem Weiterbildungsbedarf von Ascensia zu verknüpfen. „Die Learning Champions haben die Aufgabe, gemeinsam mit der Unternehmensleitung Kompetenzlücken zu identifizieren und Inhalte zu empfehlen, mit denen die Beschäftigten diese Lücken schließen können.“, so Linda. „Wir treffen uns jeden Monat mit den Learning Champions, um sie über neue LinkedIn Inhalte und Tools zu informieren, den Fortschritt zu analysieren und Strategien zu entwickeln, wie sich die Lernmotivation der Teams weiter steigern lässt.“

Ein weiterer Vorteil: LinkedIn Learning ermöglicht Gruppentrainings und Onboarding-Programme für Führungskräfte in einem Umfang, der so bislang bei Ascensia nicht denkbar war. „Aufgrund unserer globalen Präsenz haben wir uns lange Zeit schwer damit getan, angehenden Führungskräften adäquate Schulungen zur Mitarbeiterführung anzubieten“, fährt Linda fort. „Wir haben es zunächst

mit Präsenzs Schulungen in Form von regionalen Seminaren versucht. Allerdings stehen die Vorteile hier in keinem Vergleich zu Zeitaufwand und Kosten. Ganz anders die Lernpfade von LinkedIn Learning. So konnten wir 150 Führungskräften über alle Standorte hinweg Schulungsangebote machen. Wir haben sie in kleine Gruppen eingeteilt und nach jedem Selbstlernkurs die Möglichkeit des gemeinsamen Austausches angeboten, bei denen die Führungskräfte ihre Erkenntnisse und Erfahrungen miteinander diskutieren oder erörtern konnten.“

Dieser soziale Aspekt des E-Learnings spielt auch in anderen Bereichen der Unternehmensstrategie eine wichtige Rolle. So können die Beschäftigten im Rahmen der „Learning a Day“-Kampagne Kurse empfehlen, die sie besonders weitergebracht haben. Die Idee dahinter: Auch andere sollen von diesen Erfahrungen profitieren. Die Enterprise-Learning-Praktikantin Marie Krueger hat die Kampagne „Rock Your Profile“ („Überzeugen Sie mit Ihrem Profil“) konzipiert, die die Beschäftigten dazu auffordert, ihr LinkedIn Profil regelmäßig zu aktualisieren. Dadurch waren akkuratere Daten verfügbar, die zu passenderen Kursempfehlungen auf LinkedIn Learning führten.

Diese Weiterbildungs-Power hat sich bereits ausgezahlt. So konnte das Unternehmen flexibel reagieren, als die Coronapandemie den Vertrieb zwang, auf Remote Selling umzustellen. Und auch in Zukunft wird die Personalentwicklungsstrategie das Unternehmen bei der weiteren Transformation unterstützen.

„Derzeit sehen wir uns unseren Weiterbildungsbedarf und die dafür nötigen Kompetenzen näher an und denken über neue Wege der Personalentwicklung nach. Eine große Chance sehen wir darin, auch Mitarbeiter:innen zu fördern, die kein Interesse an einer klassischen Karriere haben, sondern sich anderweitig weiterentwickeln möchten. Damit können wir das Potenzial unserer Mitarbeiter:innen noch besser zur Geltung bringen.“



**Diane Zhang**  
Global Talent Manager  
Ascensia Diabetes Care