

Website statt Hörsaal

Die Angebote für Fernstudenten werden immer breiter, die Art zu lernen vielseitiger.

Doch der Kampf um die Onlinestudenten fordert auch Opfer. Vor allem seit selbst Harvard kostenlos ist.

RALF HILLEBRAND

Harvard ist nach wie vor die renommierteste Universität der Welt. Entsprechend anspruchsvoll sind die Aufnahmebedingungen. Wer dort studieren will, wo auch Barack Obama, Tommy Lee Jones oder Bill Gates studiert haben, braucht einen exzellenten Notenschnitt und Empfehlungen seiner Professoren. Der Interessent muss ein Motivationsschreiben und eine offizielle Bewerbung vorlegen. Und als Nichtamerikaner müssen zumindest drei Aufnahmetests absolviert werden. Oder man steuert die Onlineplattform edX.org an. Gezählte fünf Klicks später lernt man in Harvard die Grundzüge der Bioethik oder wie sich der Buddhismus über seine heiligen Schriften selbst definiert. Kostenlos.

Massive Open Online Course (MOOC) nennt sich der Trend. In den freien Online-



Vom Bett aus zum Studienabschluss: Onlinelehre liegt immer noch im Trend. BILD: SN/FOTOLIA/DAVILES

renzen, digitalen Übungseinheiten und Onlineaustausch bestehen. „Wir schreiben für jedes Modul Drehbücher und keine Skripte“, ergänzt Ettl-Huber. Und wer sich darüber hinaus von Angesicht zu Angesicht austauschen möchte, könnte an Alumni-Treffen teilnehmen, die mindestens vier Mal pro Jahr stattfinden.

Erich Müller ist dennoch der Meinung, dass Fernlehre die Anwesenheit an Universitäten nicht ersetzen kann. 100 Prozent externe Lehre sei „weit weg vom Optimum“, sagt der Vizerektor für Lehre an der Uni Salzburg. „Es geht heutzutage stark um die erworbenen Kompetenzen. Und durch die Face-to-Face-Interaktion werden viele zusätzliche Kompetenzen vermittelt, zum Beispiel Kommunikationsfähigkeit.“ Müller ist ein Befürworter von begleitendem E-Learning. Grundlagenvorlesungen würde er komplett digital zur Verfügung stellen und die anschließende Lehrveranstaltung „nur noch nutzen, um über die Inhalte zu diskutieren“. Zudem ist Müller der Ansicht, dass Fernlehrekonzepte vor allem in solchen Ländern Sinn machen, in denen die Qualität der Vor-Ort-Lehre nicht gegeben ist. Darauf setzt etwa die Plattform Udacity, eine private Onlineakademie, die vom früheren Google-Vizepräsidenten Sebastian Thrun gegründet wurde. Für einen Monatsbeitrag von 200 Dollar (rund 180 Euro) kann man sogenannte Nanostudienabschlüsse erwerben, vor allem in technischen Studiengängen. Bereits 2014 soll Udacity rund drei Millionen Studenten angezogen haben. Doch in der Onlinewelt sind Studenten nicht gleich Studenten. Die kostenlosen MOOCs sollen nur fünf bis zehn Prozent der Teilnehmer wirklich abschließen. „Das kann man so nicht stehen lassen“, sagt Iversity-Gründer Hannes Klöpfer. Man dürfe nicht jeden zählen, der ein Mal auf einen Kurs klickt. „Viele haben gar nicht die Intention, den Kurs fertig zu machen. Ich glaube nicht, dass 90 Prozent frustriert aufhören. Ich glaube vielmehr, dass nur zehn Prozent motiviert anfangen.“ Und allein mit diesen zehn Prozent könne man gut arbeiten. Das Potenzial der Onlinelernwelt sei nach wie vor groß: „Das Ende der Fahnenstange ist mit Sicherheit noch nicht erreicht.“



Das Ende der Fahnenstange ist noch nicht erreicht.

Hannes Klöpfer, Mitgründer von Iversity

BILD: SN/IVERSITY

kursen wird Wissen auf ansprechende und meist interaktive Art vermittelt. Die MOOCs gibt es bereits seit Jahren. Vor allem amerikanische Universitäten gelten als Vorreiter. edX.org wird etwa von Harvard selbst betrieben, unterstützt vom Massachusetts Institute of Technology, dem MIT. Dahinter steht ein einleuchtendes Konzept: Studenten bekommen kostenlos Lehre auf Topniveau. Die Universitäten machen hingegen Werbung für ihre Lehrgänge – und verdienen sogar noch ein paar Dollar, indem sie Teilnahmebestätigungen ausstellen.

Auch die deutsche Plattform Iversity.org baut auf dasselbe Prinzip. Jedoch mit weit-

reichender Basis: „Bei uns bieten nicht nur Hochschulen Kurse an“, beschreibt Iversity-Mitgründer Hannes Klöpfer. Die Vereinten Nationen, der WWF, die EU oder Privatunternehmen gehören ebenso zu den Anbietern. Auch das Finanzierungsmodell ist breiter angelegt. Neben den kostenlosen Kursen samt bezahlten Abschlusszeugnissen gibt es kostenpflichtige Angebote. Und die Kursanbieter müssen demnächst dafür zahlen, dass sie die Seite nutzen können.

Doch es ist nicht alles Gold, was in der Onlinewelt glänzt. Vor Kurzem wurde bekannt, dass Iversity in die Insolvenz geschlittert ist. Immerhin kam schon wenige Tage später die Meldung, dass die Pleite abgewendet wurde. „Unsere beiden Hauptgesellschafter haben ihre Tätigkeit eingestellt“, sagt Klöpfer. Dank eines neuen Investments des Holtzbrinck-Verlags sei man nun aber „zurück in sicherem Fahrwasser“.

Das Beispiel Iversity schreckt andere Anbieter von Onlinelernangeboten nicht ab. Im Gegenteil. Silvia Ettl-Huber fühlt sich durch das Exempel sogar bestärkt. Ab November bieten die studierte Kommunikati-

onswissenschaftlerin und ihr Team den österreichweit ersten Onlinestudiengang „Crossmediale Marketingkommunikation“ an. Das Beispiel Iversity zeige, dass es nach hinten losgehen könne, wenn Onlinebildung völlig kostenlos angeboten werde. „Da kann es halt passieren, dass es die Institution oder die Plattform von heute auf morgen nicht mehr gibt“, sagt Ettl-Huber. Deshalb ist sie überzeugt, dass die 8900 Euro gerechtfertigt sind, die sie für das Studium veranschlagt hat. Zumal ihr Studiengang im Gegensatz zum MOOC-Konzept nicht nur Teilnahmebestätigungen, sondern einen Masterabschluss zu bieten hat. „In zwei bis vier Semestern liefern wir ein umfassendes Marketingkommunikations-Studium, von der PR bis zur Werbung.“

Die Kritik, dass bei Fernlehre einige Kernideen des Studiums verloren gehen, wie der Wissensaustausch oder der Netzwerkgedanke, lässt die inhaltliche Leiterin des Lehrgangs nicht gelten. Moderne Fernlehrekonzepte würden nicht mehr nur aufgezeichnete Videos bieten. Sie würden etwa aus einer Mischung aus Live-Videoconfe-

Der Meisterbrief bringt's: Oft Aufstieg oder Selbstständigkeit

Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw) liefert erste Belege für häufige Karriereschübe durch die Meisterprüfung.

MICHAEL ROITHER

Meister in einem Beruf zu sein, das hört sich gut an. Dass dem auch so ist, diesen Beweis blieben bisherige Studien schuldig: Da ihr keine formale Ausbildung zugrunde liegt, wurde die Meisterqualifikation in den Bildungsstatistiken bislang nicht oder nur ungenau erfasst. Macht der Meisterbrief wirklich erfolgreicher? Das ibw legt dazu nun erste Daten vor, basierend auf einer Befragung von Absolventen im Auftrag der Wirtschaftskammer.

Die wichtigste Erkenntnis: „Als Folge der Meisterprüfung steigen Absolventen, die ihr fachliches Fundament mehrheitlich im Rahmen einer facheinschlägigen Erstausbildung und einer betrieblichen Praxis erworben haben, sehr häufig in höhere Positionen mit mehr

Leitungs- und Entscheidungsbeugnissen auf. Viele von ihnen machen sich aber auch durch Neugründung oder Betriebsübernahme selbstständig“, betonen die Studienautoren Sabine Tritscher-Archan und Kurt Schmid.

Mehr als 700 Meister wurden befragt, die Hauptergebnisse sind ermutigend für alle, die zum Meister werden wollen: 82 Prozent der Meister kommen aus der klassischen Lehre, 88 Prozent haben ihre Grundausbildung facheinschlägig gemacht. Die Lehre im Meisterfach ist somit die beste Grundlage zum Meisterbrief. Das Durchschnittsalter der Meister ist 29,7 Jahre, die meisten sind rund zehn Jahre in der Praxis tätig, wenn sie den Meisterbrief erwerben.

Obwohl nicht verpflichtend, besuchten 87 Prozent der Meister

Vorbereitungskurse – um mehr Sicherheit und Selbstvertrauen zu tanken und sich genauer auf den Stoff vorzubereiten. Mit den Kursen sind sie zufrieden – Unverständnis gibt es nur gegenüber den für sie zu hohen Kosten, während Universität und Fachhochschule in der Regel kostenlos oder sehr günstig sind. Die Erfolgsquote der motivierten Meisterkandidaten ist hoch: Drei Viertel schaffen die fünf Modulprüfungen auf Anhieb.

Was erwarten sich die angehenden Meister von ihrem Abschluss? Am häufigsten fachliche Weiterqualifizierung (76 Prozent) und Höherqualifizierung (67 Prozent), „insbesondere zur Sicherung der Arbeitsmarktstellung bzw. zur Schaffung eines ‚Startvorteils‘ im Falle eines Jobwechsels“. Erwartungen, die mit dem Thema

„Selbstständigkeit“ in Zusammenhang stehen, rangieren laut Studie an zweiter Stelle. Diese werden zwar auch häufig genannt, stehen aber nicht – wie man vermuten könnte – ganz oben auf der Motivliste. Rund 47 Prozent geben an, dass sie mit der Prüfung die Basis schaffen wollten, um sich später selbstständig zu machen. 14 Prozent haben die Absicht, den Familienbetrieb zu übernehmen. An die Meisterqualifikation knüpfen sich auch Erwartungen über Karriereoptionen. Mehr als 34 Prozent wollen ihre Position im Unternehmen verbessern oder sichern.

Der vierte Bereich, mit dem Erwartungen an die Meisterprüfung verbunden sind, ist das gesellschaftliche Ansehen. „Rund ein Drittel der Befragten hat die Erhöhung des sozialen Status als Be-

weggrund für die Absolvierung genannt“, heißt es in der Studie.

Würden die Erwartungen erfüllt? Laut ibw gibt es enorm hohe „Erfüllungsgrade“, vor allem in Richtung Selbstständigkeit (96 Prozent). Knapp 60 Prozent blieben nach der Meisterprüfung in demselben Unternehmen, der Rest hat gewechselt, wobei sich 20 Prozent selbstständig gemacht haben. Mehr als 35 Prozent der „Wechsler“ haben aufgrund der Prüfung in einem anderen Betrieb eine bessere berufliche Position erhalten, 23 Prozent ein höheres Gehalt.

In Summe zeigen die Studienergebnisse, dass sich bei 60 Prozent der „neuen Meister“ die berufliche Stellung verändert hat. Rund drei Viertel bekleiden eine Führungsfunktion und 43 Prozent geben an, dass es ein Einkommensplus gab.