

Case Study

Lernen braucht keine Erlaubnis

Das erfahren Sie in dieser Case Study

Warum sich die Rheinische Post Mediengruppe für mehr als „nur E-Learning“ entschieden hat.

Wie die Rheinische Post Mediengruppe eine LXP als Kern ihres Lern-Ökosystems etabliert hat.

Und wie Technologie und Inhalte in Kombination die Change-Vision mittragen.

Das Verlagswesen steckt tief in der Transformation, so auch bei der Rheinische Post Mediengruppe: Abo-Zahlen und Printauflagen gehen zurück und das Digitalgeschäft wächst nicht in gleichem Maße an. In einer solchen Umbruchphase ist es wichtig, fit für den Wandel zu sein – digitaler und schneller.

Wichtigster Faktor dabei? Modernes Lernen.

Denn wer einen Change mit der gesamten Belegschaft mitmachen will, braucht statt reiner Qualifizierung individuelle Lernpfade, neue Kompetenzen und ein verändertes Mindset.

Die Rheinische Post Mediengruppe – ein Unternehmen in der Transformation	03
Startschuss für die lernende Organisation: der Case auf einen Blick	04
Von 0 auf 100 – innerhalb von 6 Monaten	06
Vom Schulungskatalog zum digitalen Lernen – die Zusammenarbeit mit der Haufe Akademie	07
Die Herausforderung: etablieren, informieren und aktivieren	09
Die Lösung: Moderne Plattformen, ein Lern-Ökosystem und vielfältige E-Learnings	11
Das Ergebnis: abwechslungsreiche Lernhäppchen und eine Plattform für Eigeninitiative	12

Die Rheinische Post Medien- gruppe – ein Unternehmen in der Transformation

Jahrzehntlang war die Medienwelt eine eingespielte Branche. Heute allerdings ist sie geprägt von Dynamik und Wandel. Die Rheinische Post Mediengruppe möchte sich und ihre Mitarbeiter:innen wappnen, die Belegschaft mitnehmen und sie mit verschiedenen neuen Skills und Kompetenzen für die Transformation ausstatten.

Rheinische Post Mediengruppe GmbH (Deutschland)

Branche: Medien

Anzahl Mitarbeiter:innen gesamt: > 3.000

Standorte: Düsseldorf, Bonn, Saarbrücken,
Trier, Hamburg, London

www.rheinischepostmediengruppe.de



Startschuss für die lernende Organisation: der Case auf einen Blick

Die Vision

- Um zukunftsfähig zu bleiben, soll die Rheinische Post Mediengruppe eine lernende Organisation werden.
- Dazu gehören auch effektivere interne Prozesse, neue Arbeitsweisen und ein Mindset für Offenheit. Zu starre Routinen können Engagement und Eigeninitiative blockieren.
- Die Vision der Rheinische Post Mediengruppe ist es deshalb, Digitales Lernen und Weiterentwicklung „ohne Erlaubnis“ zu etablieren. Das Idealbild: mehr Initiativen, Flexibilität und eine stärkere Vertrauens- und Fehlerkultur.



„Komplexität und Geschwindigkeit haben in einem Maß zugenommen, wie wir es uns noch vor Kurzem nicht hätten vorstellen können. Dabei wird immer wichtiger, schneller, vor allem aber auch flexibel und mit neuen Kompetenzen und Skills, auf Entwicklungen zu reagieren.“

Jan Jansen,
Head of Learning & Development,
Rheinische Post Mediengruppe

Die Herausforderung

- Wie stößt die Rheinische Post Mediengruppe eine solche Vision an? Wie entwickelt sich eine lernende Organisation, ohne die Mitarbeiter:innen vor den Kopf zu stoßen? Und wie gelingt der Grat zwischen Radikalität und Kontinuität?
- Wie lassen sich Mitarbeiter:innen aktivieren und ermutigen, damit sie die eigene Entwicklung selbst in die Hand nehmen – auch im Alltagsgeschäft?
- Was ist die richtige technologische Lösung, um Lernen dauerhaft ins Bewusstsein zu rücken? Und wie macht man die Learning Experience Plattform (LXP) der Haufe Akademie in der gesamten Mediengruppe bekannt?

Die Lösung

- Die Haufe Akademie etabliert eine nahtlose Lernumgebung im attraktiven Look & Feel und mit Angeboten, die leicht zu konsumieren sind.
- Die Learning Experience Plattform (LXP) ist die perfekte Lernplattform, um modernes Arbeiten und Lernen zu unterstützen.
- Mit kreativen Ideen und gemeinsamen Aktionen wurden die neuen Lernmöglichkeiten mit rund 270 Lernangeboten bekannt gemacht – rund 120 E-Learnings stammen von der Haufe Akademie.

Das Ergebnis

- Innerhalb von wenigen Monaten erreicht die LXP der Haufe Akademie dieselben Nutzerzahlen wie der einstige, etablierte Katalog mit klassischen Lernformaten.
- Das Reporting zeigt stetig wachsende Zugriffe, „eigenständiges Lernen“ zieht auch dank E-Learning-Flattrate an und die Vision der „lernenden Organisation“ nimmt Fahrt auf.
- Die LXP der Haufe Akademie ist für mehr als 2.000 Mitarbeiter:innen in der Mediengruppe ein wichtiges Instrument für Flexibilität und Eigeninitiative, mit dem sie ihre eigene Weiterentwicklung auch selbst in die Hand nehmen können.

Von 0 auf 100 – innerhalb von 6 Monaten

Die Vision: ein Mindset-Change braucht neue Verhaltensweisen

Wie in vielen Unternehmen ist der Digitalisierungsgrad auch in der Rheinische Post Mediengruppe nicht einheitlich. Zwar hat die Corona-Zeit einiges beschleunigt, doch gerade interne Prozesse sind oft noch analog oder mit Excel-Tabellen organisiert, anstatt mit digitalen Kollaborations-Tools.

Ähnlich starre Prozesse gibt es auch in der Weiterbildung. Hier müssen häufig erst Führungskräfte gefragt werden, wenn Wissen benötigt wird. Doch das ist heutzutage nicht mehr zeitgemäß. Digitalisierung und Wandel machen eine proaktive Haltung notwendig, dazu Agilität und neue Skills. Nur so kann man gemeinsam und mit Eigenverantwortlichkeit der hohen Dynamik begegnen.

Es braucht eine neue Lernkultur innerhalb der Organisation und bei jedem Einzelnen. Ein neues Mindset, das sich durch viele kleine Schritte bildet, angefangen bei der Umstellung von Gewohnheiten – beispielsweise beim Lernen und bei der Freiheit, sich Wissen anzueignen. Jederzeit, durch eine Lernplattform und mit vielfältigen Formaten.



„Die Kompetenzen bei uns sind sehr unterschiedlich: Es gibt Mitarbeiter:innen, die haben noch Schwierigkeiten damit, in virtuellen Meetings ihren Bildschirm zu teilen, andere Bereiche sind schon komplett digital unterwegs und arbeiten beispielsweise auch mit agilen Methoden wie Objectives & Key Results.“

Jan Jansen,
Head of Learning & Development,
Rheinische Post Mediengruppe

Vom Schulungskatalog zum digitalen Lernen – die Zusammenarbeit mit der Haufe Akademie

Das Erste, was Jan Jansen, Head of Learning & Development bei der Rheinische Post Mediengruppe angeht, waren neue Lernkonzepte und Programme. Eine digitale Lernplattform sollte her, für eine modernere Lernkultur und neue Skills.

Gesagt, getan. Aus diesem Credo heraus entstand die Vision, aus dem traditionellen Verlagshaus – mit externer Unterstützung durch die Haufe Akademie und gemeinsam mit den Mitarbeiter:innen – eine selbstlernende Organisation zu formen. Statt dem klassischen Schulungskatalog brauchte es eine digitale Plattform und digitale Formate, passend zur heutigen Zeit, die gerne genutzt werden.

Die Entscheidung für die Zusammenarbeit mit der Haufe Akademie fiel zügig und eindeutig aus: Bei einigen Plattformanbietern scheiterte es bereits daran, Testaccounts anzubieten, bei anderen war die Beratung nicht ausreichend.

Bei der Haufe Akademie hingegen überzeugte neben der Technologie das Gesamtpaket aus Qualität, Beratung und Portfolio. Zudem stimmte der Preis, aber auch die didaktische Aufbereitung. So wagten es Jan Jansen und sein Team sogar, noch einen Schritt weiterzugehen. Sie entschieden sich für die LXP der Haufe Akademie – eine Learning Experience Plattform, die einerseits hochwertige und ansprechende Lerninhalte integriert und verfügbar macht. Andererseits die Möglichkeit schafft, über user-generated Content, auch eigene Lerninhalte zu erstellen und zu teilen.

Um die Mitarbeiter:innen in einer vertrauten Umgebung abzuholen, erfolgte der Einstieg in den neuen Lern-Kosmos über das Intranet. Die Haufe Learning Experience musste also nicht als extra

App gestartet werden, es gab ein Eingangstor innerhalb der bereits vorhandenen Umgebung. Die Besonderheit: Über eine technische Erweiterung des bestehenden Systems fand auch der Authentifizierungsprozess der LXP-User über den Absprung aus dem Intranet statt.

Das Lernangebot wurde komplettiert durch das dahinterliegende Learning Management System (LMS) der Haufe Akademie, das für die Nutzer:innen aber als eigene Technologie „unsichtbar“ blieb.

Das Ergebnis: Ein einheitliches Lern-Ökosystem, das user-generated Content und E-Learnings der Haufe Akademie vereint. Knackig aufbereitet und „snackable“ – also jederzeit genießbar und dazu im angenehmen „Look & Feel“.

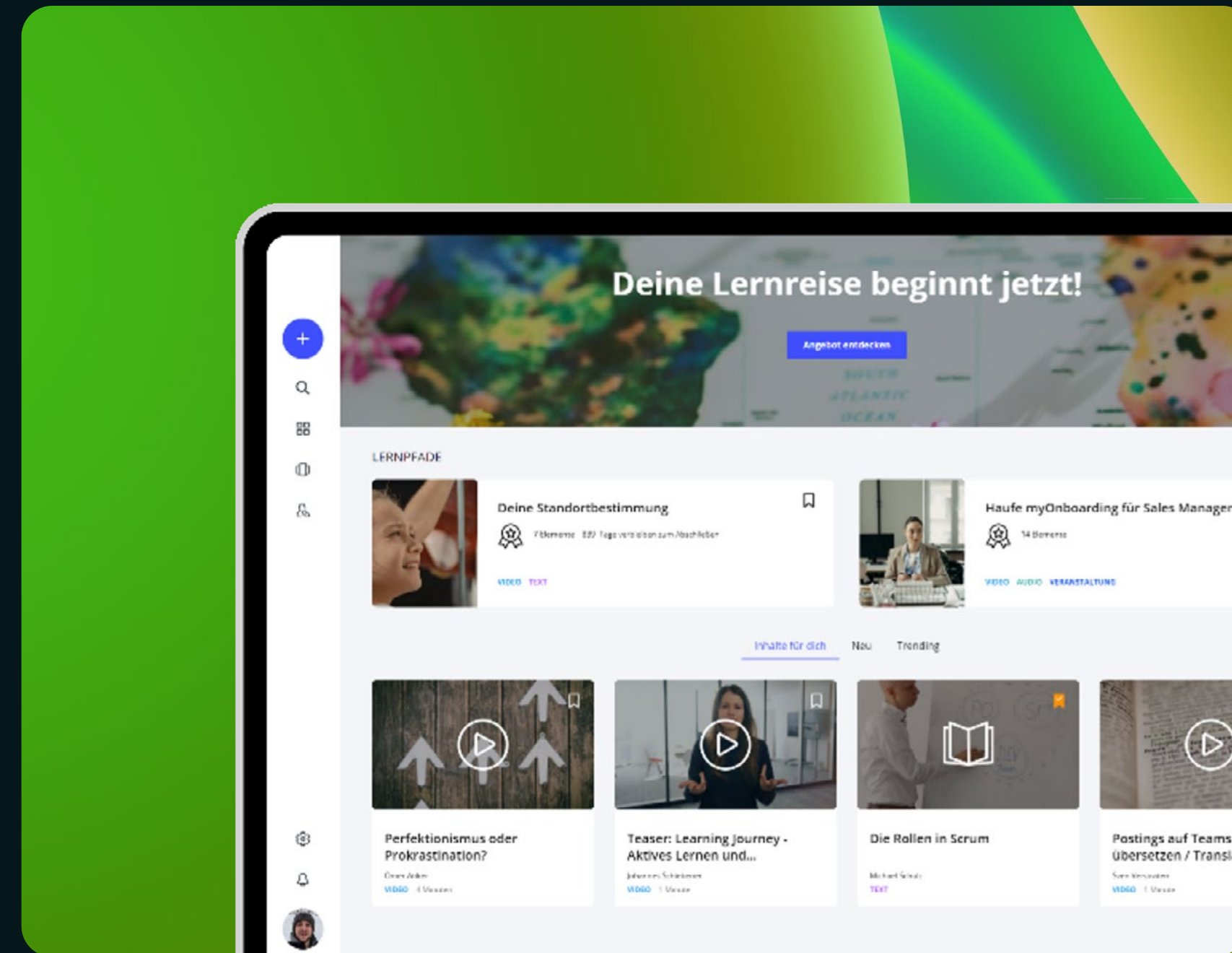
”

„Wir können nicht von unserer Belegschaft erwarten, dass sich Arbeitsweisen verändern, wenn wir nicht die Voraussetzung dafür schaffen.“

Jan Jansen,
Head of Learning & Development,
Rheinische Post Mediengruppe

User-generated Content in der Learning Experience Plattform der Haufe Akademie

Die LXP der Haufe Akademie ermöglicht es, eigene Inhalte hochzuladen und für alle Nutzer:innen zur Verfügung zu stellen – eine Option, die Learning & Development Abteilung und Mitarbeiter:innen gleichermaßen nutzen. So werden die spezifischen Bedarfe der Rheinische Post Mediengruppe abgedeckt, die sich beispielsweise aus dem Branchenwandel im Verlagswesen, neuen Geschäftsmodellen oder der unternehmenseigenen Organisationsstruktur ergeben. Die Formate sind vielfältig: kleine Nuggets, Videos, Audios oder eBooks können ebenso eingebunden werden wie Veranstaltungen oder Quizzes. All das, was die Nutzer:innen für relevant halten, teilen möchten und zur Verfügung stellen, ist in der Learning Experience Plattform versammelt.



In der LXP der Haufe Akademie können Mitarbeiter:innen Interessen hinterlegen. Die Plattform schlägt ihnen dann passende Lerninhalte vor. Aber Nutzer:innen können auch eigenes Wissen und externe Links mit Kolleg:innen teilen, Gruppen gründen sowie auch Aufzeichnungen von Webinaren oder Keynotes hochladen.



„Durch die Kombination aus user-generated Content und E-Learnings ebnet die Learning Experience Plattform den Weg für weitere Schritte in Richtung einer agilen, selbstbestimmten Lernkultur.“

Monja Eberlein,
Learning Experience Strategist
in der Haufe Akademie

Die Herausforderung: etablieren, informieren und aktivieren

Die Vision der Rheinische Post Mediengruppe, zur lernenden Organisation zu werden, ist machbar. Allerdings braucht ein solcher Kulturwandel auch Zeit und stetige Impulse. Nicht zu unterschätzen: die Vorbereitungen zur Einführung der Lernplattform. Gerade bei diesem Prozess hat Jan Jansen wichtige Erfahrungswerte gesammelt, die er auch an andere Unternehmen weitergeben möchte.

Sein Ratschlag:



„Das Wichtigste ist: Finden Sie extern einen professionellen Begleiter, aber auch intern verschiedene Unterstützer aus mehreren Bereichen! Vernetzen Sie sich so gut es geht mit potenziellen Projekt-Unterstützer:innen. Je mehr Stakeholder Sie ausfindig machen, desto besser! Tauschen Sie sich schon im Vorfeld gerade auch mit Kritiker:innen aus und mit denjenigen, die Bedenken haben. So können Sie die Einführung einer Plattform intern noch besser vorbereiten und das Projekt bestmöglich vorantreiben.“

Jan Jansen,
Head of Learning & Development,
Rheinische Post Mediengruppe



Ein wichtiger Teil bei der Einführung der digitalen Lernplattform waren die Planungen im Vorfeld. Das Team von Jan Jansen hatte bereits verschiedene Ideen für das interne Marketing entwickelt, mit dem Ziel, durch umfassende Kommunikation das Thema Lernen, die Vision und auch die Einführung der Plattform voranzutreiben und dabei sämtliche Mitarbeiter:innen mitzunehmen. Mit unterschiedlichen Maßnahmen und Marketing-Aktionen.

Und auch die Haufe Akademie unterstützte mit Expertise und langjähriger Erfahrung sowie mit Beispielen, wie andere Unternehmen bei der Einführung der LXP der Haufe Akademie vorgegangen waren.

Das Intranet – Ort für die zentrale Kommunikation

Vertrautes mit dem Neuen kombinieren – das war die Idee, als es um die Einführung der neuen Lernwelt ging. Das Intranet war dabei bewusst gewählt – als ein bekannter Ort, über den die Mitarbeiter:innen dann auch in die Lernwelt finden. Die LXP der Haufe Akademie wurde integriert und das Intranet blieb zentraler Kommunikationskanal, um die Plattform intern zu bewerben. Zum Beispiel mit einem Intranet-Artikel, samt Zitat und Foto des Betriebsrats, der ein wichtiger Partner bei der Einführung der LXP war.

Einfach, aber wirksam: Reminder durch Flyer und Newsletter

Während des Projektverlaufs sorgten immer wieder kleine Reminder dafür, dass das neue Lernangebot nicht vergessen wird, beispielsweise durch Türanhänger in den Büros und Tisch-Aufsteller in der Kantine. Dazu Newsletter und gebriefte Führungskräfte, die in ihren Teams abteilungsrelevanten Content thematisierten.

Führungskräfte-Briefings & Sneak Peak

Gerade die Führungskräfte wurden für Entwicklungsthemen sensibilisiert und erhielten exklusive Einblicke in wichtige E-Learnings, darunter beispielsweise „Führung und Leadership“, „Führung in digitalen Zeiten“ oder „Führen ohne Vorgesetztenfunktion“. Die Rheinische Post Mediengruppe wählte somit für die Plattformeinführung eine erfolgreiche Mischung aus bottom-up- und top-down-Ansatz.

Top-down & bottom-up! Neues Lernen gehört unterschiedlich kommuniziert


Verschiedene Bereiche hielten im Rahmen der neuen Werte und Führungsleitlinien Team-Workshops ab. Darin erarbeiteten die Mitarbeiter:innen beispielsweise konkrete Maßnahmen, um das Thema „Lernen“ und „lernende Organisation“ auch wirklich bei sich umzusetzen. Heraus kam z.B., dass Freitage gute „Lerntage“ seien, verbunden mit dem Ziel, dass sich an diesem Tag jede:r ein eigens gewähltes „Nugget“ schnappt, konsumiert und nach Möglichkeit Inhalte und Learnings daraus im Team bespricht. Unter den ausgewählten Nuggets waren beliebte E-Learnings wie „Persönliche und soziale Kompetenzen“, „Die Stimme als Werkzeug“, „Konfliktmanagement“, oder auch „Teamwork in hybriden Teams“.

Infotainment – der Film der Haufe Akademie als gemeinsames Erlebnis

Und für all diejenigen, die sich weniger durch klassische Kommunikation, sondern eher durch Präsenz, Austausch und Erlebnis abholen ließen, wurde zusätzlich ein Kino-Event inklusive anschließender Podiumsdiskussion ins Leben gerufen. Der passende Dokumentarfilm „Work in Progress“ von Kristian Gründling wurde am Hauptsitz in Düsseldorf gezeigt – mit Candy-Bar und Popcorn. Es geht darin um ein gemeinsames Projekt zwischen Filmemacher und Haufe Akademie und rund um die Frage der persönlichen Entwicklung und um den eigenen Erfolgsbegriff.

Nach dem Film konnten Mitarbeiter:innen Post-Its an ein Whiteboard kleben und das Gesehene reflektieren.

Die Rückmeldungen waren spannend und vielfältig: „Was ist meine individuelle Definition von Erfolg?“ fragten sich die Teilnehmer:innen beispielweise. Oder sie stellten fest: „Es ist eine Freiheit, sich selbst zu entwerfen.“



WORK IN PROGRESS
Ein Kristian Gründling Film

Ein Must-See für die Personalentwicklung.

HAUFE AKADEMIE

Auf der Suche nach Erfolg in einer sich wandelnden Welt

Wie können Menschen und Unternehmen Wege finden, die Erfolgspotenziale freisetzen und sich stimmig anfühlen?

Diese Frage stellt Filmemacher Kristian Gründling (u. a. „Die stille Revolution“) in seinem neuesten Film „Work in Progress“.

Kern des Films ist das Projekt „s.mile“ der Haufe Akademie: 15 Menschen konnten zwei Jahre kostenfrei das komplette Weiterbildungsportfolio nutzen.

Den Film und mehr Informationen gibt's unter:
www.work-in-progress.film

Die Lösung: Moderne Plattformen, ein Lern-Ökosystem und vielfältige E-Learnings

Die Learning Experience Plattform (LXP) und das Learning Management System (LMS) der Haufe Akademie sind gerade in Kombination ein optimales Instrument für die Rheinische Post Mediengruppe und ihre Vision. Durch die beiden Lernplattformen lässt sich der Wandel hin zum modernen Lernen und Arbeiten optimal gestalten. Denn heute zählen nicht mehr nur klassische Qualifikationen und Pflichttrainings. Vielmehr erhalten Mitarbeiter:innen durch die LXP die Möglichkeit, die eigene Weiterentwicklung auch selbst in die Hand zu nehmen.

Relevante Themen oder hilfreiche Fundstücke können neben E-Learnings der Haufe Akademie auch eigenständig verlinkt und mit anderen Kolleg:innen geteilt werden, darunter zum Beispiel informative Tutorials aus dem Netz.

- Das Team um Jan Jansen entschied sich für rund 120 E-Learning-Kurse der Haufe Akademie. Darunter Themen, die einen besonders leichten Einstieg in das „Lernen zwischendurch“ ermöglichen.
- Einer der beliebtesten Kurse ist „Schlagfertigkeit und Rhetorik“, aber auch Themen wie „Führung in digitalen Zeiten“ und „Selbstmarketing“ kommen gut an. Dazu „Agile Methoden“, oder auch „Souveräner Umgang mit Daten“, „Content-Strategie für Social Media entwickeln“ oder „Digital Detox“.
- Neben „leicht verdaulichen“ Inhalten aus dem E-Learning-Standardportfolio, das als Flatrate eingekauft wurde, ermöglichte die technische Infrastruktur eine problemlose Authentifizierung via Single Sign-On (SSO). Zusätzlich sorgte auch eine intuitive Nutzung durch das angenehme „Look & Feel“ für eine starke Attraktivität.

Die Learning Experience Plattform der Haufe Akademie ermöglicht den Aufbau eines Lern-Ökosystems mit einer Vielfalt an unterschiedlichen Lerninhalten in zwei verschiedenen Systemen – LMS und LXP. Den Übergang zwischen den beiden Systemen bemerken Mitarbeiter:innen aber nicht. Bei der Suche nach Lösungen im alltäglichen Arbeiten bewegen sie sich in nur einer Lernwelt, die reibungslos funktioniert und komfortabel das Arbeiten unterstützt.

Das Ergebnis: abwechslungsreiche Lernhäppchen und eine Plattform für Eigeninitiative

Innerhalb von wenigen Monaten führte die Rheinische Post Mediengruppe digitales Lernen ein. Von 0 auf 100 und trotzdem mit dem notwendigen Fingerspitzengefühl für den schmalen Grat zwischen Kontinuität und Progressivität. Dank eines einfachen Zugriffs, niedrigschwelliger Angebote und kleiner Lerneinheiten für zwischendurch. Zusätzlich bot die Learning Experience Plattform von nun an die Möglichkeit, die eigene Lernkultur weiter wachsen zu lassen. In den nächsten Monaten und Jahren, beispielsweise auch durch eigene Inhalte, die hochgeladen und geteilt werden können.

In nur kurzer Zeit hatte die LXP der Haufe Akademie bereits dieselben Nutzerzahlen erreicht wie der langjährig etablierte Katalog mit klassischen Lernformaten. Das Thema Lernen nahm Fahrt auf und die Zugriffe stiegen stetig. Die Learning Experience Plattform ist somit das Instrument der Wahl, um

die Entwicklung einer modernen Arbeitskultur auch durch Weiterbildung zu fördern. Mit Mitarbeiter:innen, die sich weiterentwickeln können, wann immer sie es wollen. Beispielsweise, wenn es darum geht, das Marketing und Social Media zu optimieren, das Controlling zu verbessern oder innovativere Vertriebswege zu finden.

Für den Change und für ein verändertes Mindset braucht die Rheinische Post Mediengruppe engagierte, proaktive Mitarbeiter:innen, die mitziehen. Das gelingt in vielen kleinen Schritten – und mit einer modernen Lernumgebung.

Eine Plattform wie die LXP der Haufe Akademie wirkt aktivierend und erzeugt mehr Dynamik als starre Lernstrukturen und Genehmigungsprozesse.

Denn Lernen braucht keine Erlaubnis.



„Ich weiß, dass unser Change aus vielen kleinen Schritten bestehen wird und die neue Lernkultur ist dabei eine wichtige Voraussetzung. Wir sind nun zeitgemäß aufgestellt. Unsere Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, sich eigenständig weiterzubilden. Das ist eine zentrale Grundlage für modernes Arbeiten.“

Jan Jansen,
Head of Learning & Development,
Rheinische Post Mediengruppe

Über die Learning Experience Plattform

Die LXP der Haufe Akademie ist eine digitale Lernplattform, die die Lernangebote aus verschiedenen Quellen innerhalb und außerhalb des Unternehmens an einem Ort nutzerfreundlich zusammenführt. Sie stellt das Lernangebot angepasst an die Lernpräferenzen jedes einzelnen Nutzers zusammen und unterstützt die Personalentwicklung dabei, die Mitarbeiter:innen entsprechend der strategischen Herausforderungen des Unternehmens zu befähigen. Die LXP ist ein elementarer Bestandteil der Digital Suite der Haufe Akademie – der Produktfamilie für digitales Lernen.



Jetzt informieren:

www.haufe-akademie.de/lxp

+49 761 898-4060

digital-suite@haufe-akademie.de

Deine Lernreise beginnt jetzt!

Angebot entdecken

Neu

- Individuelle Stressoren ermitteln**
Monja Eberlain
Interaktiv 3 Minutes
- Build, measure, learn: Iterative Verbesserung**
Jane Schmitte
Interaktiv
- Erste Schritte in der LXP**
Karina Herman, Calin Berindea
Quiz 9 questions
- Individuelle Stärken im Team erkennen**
Lennard Jerusalem
Video 55 minutes
- Ein Innovations-Portfolio managen**
Jana Kibiger
12/13 JUN
- Souverän präsentieren**
- UX/UI Design**
Jana Kibiger
- Vorbilder**