



Pressekontakt HHL

Eva Echterhoff
T +49 341 9851-614
M+49 170 2973 880
media@hhl.de
www.hhl.de

17. April 2020

„Corona-Maßnahmen als Treiber“

HHL-Bilanz nach einem Monat Hochschul-Lockdown

Als eine der ersten Business Schools in Deutschland hat die Handelshochschule Leipzig (HHL) noch vor den offiziellen Regelungen ihren Campus geschlossen und auf online-Lehre umgestellt. Der selbstgewählte frühe Lockdown der HHL begann am 12. März. Dies stellte eine besondere Herausforderung dar, da der Beginn des Frühjahrssemesters unmittelbar bevorstand und neben der Lehre auch mehrere Events innerhalb der kommenden Wochen stattfinden sollten. Durch das große Engagement aller Professoren, Mitarbeiter und Studenten konnte der erste Kurs bereits 24 Stunden nach dieser einschneidenden Maßnahme online stattfinden. Die Studierenden zeigten von Anfang an eine hohe Akzeptanz dieses Vorgehen. Durch die Umstellung auf digitale Formate können tatsächlich 95 % aller Kurse abgehalten werden.

Für Prof. Dr. Stephan Stubner, HHL-Rektor, war es besonders wichtig, das Angebot für die Studierenden in seiner umfassenden Form aufrecht zu erhalten und die Prüfungstermine für die Studierenden zu gewährleisten:

„Wir haben innerhalb einer Woche alle Vorlesungen auf digitale Lehre umgestellt. Bei einigen wenigen haben wir den Start etwas nach hinten verschoben, um für komplexere Formate mehr Vorbereitungszeit zu ermöglichen. Unsere Studierenden verlieren daher kein Semester wegen der Corona Krise und können sich auf einen festen Abschlusstermin einstellen. Unser großes Ziel war es, den Studierenden das Maximum an Bildung weiterhin zur Verfügung zu stellen, gerade in Zeiten der Krise. Schließlich ist Bildung und Innovation das, was uns weltweit aus dem Tief wieder herausholen kann“.

HHL-Prof. Dr. Erik Maier über die Flexibilität der Studierenden:

„Ich war erstaunt, wie offen die Studierenden waren, da sie sonst an interaktive Vorlesung in kleinen Gruppen gewöhnt sind. Mit dieser Art der Vorlesungen sind wir zwar körperlich getrennt worden, durch das digitale Format konnten wir zumindest intellektuell aber wieder zusammenrücken.“



Auch Events, die auf gemeinsamen Treffen beruhen und einen hohen Grad an sozialer Interaktion aufweisen, wurden innerhalb weniger Tage umgestellt auf digitale Varianten. Den „Testballon“ stellten dabei die „HHL-Startup-Consulting-Days“ dar, normalerweise ein zweitägiges Event auf dem Leipziger Campus. Die HHL lädt dabei zusammen mit McKinsey & Company die vielversprechendsten BWL-Bachelor-Studierenden ein, um gemeinsam an einem realen Fall eine Studie zu erstellen. In diesem Jahr war die Aufgabe für ein Star-Up, das eine Schlaf-App entwickelt hat, sinnvolle Strategien zur Bekanntmachung der neuen App zu entwickeln. Sowohl das Start-Up als auch die Beraterfirma stimmten spontan zu, das Ereignis digital stattfinden zu lassen.

Jana Vogel, Leiterin der HHL-Marketing-Abteilung:

„Für uns war klar: Wir wollten das Event nicht verschieben oder verloren geben, weil wir seit Jahren die Rückmeldung bekommen, wie sehr alle Seiten davon profitieren. Mit großer Unterstützung durch unsere Alumni bei McKinsey & Company haben wir das Event dann kurzerhand in ein virtuelles Format umgewandelt. Es wurde von den Teilnehmern mit großer Begeisterung angenommen; alle haben ihre Teilnahme sofort zugesagt. Auch für das Start-Up war das neue Format kein Problem. Während des Events haben die Studenten in Fünfergruppen, unterstützt durch je einem HHL-Alumnus, an ihren Aufgaben virtuell zusammengearbeitet und die Ergebnisse dann vor der ganzen Gruppe präsentiert.“

Der Erfolg des Formates bestärkte die HHL, auch den Tag der offenen Tür (Campus Day) eine Woche später digital an zu bieten. Dieser fand in einer rein virtuellen Variante statt mit individueller Studien- und Karriereberatung sowie dem Lebenslauf-Check inklusive. Professoren präsentierten sich und ihre Lehre und probierten dabei neue Wege der Interaktivität aus. Beispielsweise wurden Blitzumfragen gestartet, die unter Einbeziehung der Handys und Abscannen eines QR-Codes stattfinden und innerhalb der Präsentation ausgewertet werden konnten. Die Studierenden hatten zudem Gelegenheit, sich in einem „Private Room“ mit aktuell Studierenden aus allen Programmen über das Studium auszutauschen, ohne dass Mitarbeitende oder Professoren mithören oder lesen konnten. Der Virtuelle Tag der offenen Tür erwies sich als voller Erfolg – die Rückmeldungen der Interessierten waren überaus positiv und die Zahl der Teilnehmer weitaus höher als auf dem analogen Weg.

Jana Vogel, Leiterin der HHL-Marketingabteilung:

„Wir konnten zum Virtuellen Campus Day einen Besucherrekord verzeichnen, mit Teilnehmern aus der ganzen Welt. Sie schalteten sich zum Beispiel aus Australien, Kanada, Peru, Kolumbien, Brasilien, Russland, Indien, China, Thailand dazu – manche standen dafür um drei Uhr nachts auf. Bei allen Schwierigkeiten, die diese Krise mit sich bringt, stimmt



uns dieser Aspekt euphorisch und wir werden dieses virtuelle Format definitiv weiter nutzen und ausbauen.“

(Zitate zu den Reaktionen auf den Campus-Day siehe unten)

Viel Zuspruch hat die HHL erhalten, weil sie aktuell einen ihrer sehr wertigen Kurse einer breiten Masse Interessierter wöchentlich zugänglich macht. So war ursprünglich geplant, den Online-Kurs, bei dem es um das Modellieren von Excel-Tabellen geht, nur HHL-Studierende des neuen M.Sc. Finance Tracks ab September anzubieten. Da das Bedürfnis nach digitaler Bildung durch die Maßnahmen im Rahmen der Corona-Krise so groß geworden war entschied die HHL, diesen Kurs vor zu ziehen und auch für Interessierte, die nicht an der HHL studieren, kostenlos zu öffnen. Binnen weniger Tage haben sich über 220 Teilnehmer aus knapp 30 Ländern registriert. Der Kurs findet seit dem 07.04. jeden Dienstagnachmittag für sechs Wochen statt. Die Rückmeldungen der Kurs-Community fungieren hierbei als Katalysator für neue Formen der Lehre.

Dr. Maximilian Schreiter, Wissenschaftlicher Mitarbeiter HHL:

„Das Bedürfnis nach Online-Weiterbildung ist riesig und wird auch nicht einfach wieder verschwinden. Für mich selbst sind so bunt besetzte Kurse wie dieser eine tolle Gelegenheit, neue Werkzeuge und Formate auszuprobieren und mit ganz neuen Gruppen Interessierter in Kontakt zu kommen.“

Auch das jährlich auf dem Campus angebotene Vorbereitungsseminar auf den anspruchsvollen HHL-Zugangstest wurde erstmals digital angeboten und schloss mit stark motivierenden Ergebnissen ab.

Kathrin Schmager, Leiterin HHL-Student Affairs:

„Wir hatten die doppelte Zahl an Teilnehmern als gewohnt. Wir waren erstaunt, wie persönlich und effizient auch diese Form des Seminars verlaufen kann. Die Rückmeldungen der Teilnehmer war durchweg äußerst positiv, sodass wir schon jetzt beschlossen haben, dieses Format auch in der Zukunft anzubieten.“

HHL-Rektor Prof. Stephan Stubner sieht die strategische Ausrichtung der Handelshochschule Leipzig (HHL) in der schnellen und effektiven Umsetzung in digitale Formate bestätigt:

„Die Maßnahmen im Rahmen der Corona-Krise haben für unsere Hochschule als Treiber funktioniert. Die Einstellung auf digitale Themen ist schon seit Jahren Teil unserer Ausrichtung auf die Zukunft. Auch nutzt hier die HHL das Know-How des einen eigenen Lehrstuhl für Innovation und Digitalisierung. Als private Business-School, die künftige Führungskräfte ausbildet, setzen wir natürlich schon länger auf neue Technologien. Schon



vor der Corona-Pandemie haben wir MBA-Information-Webinare für Studieninteressierte aus aller Welt angeboten sowie Vor- und Nachbereitungs-Webinare zu M.Sc.- und MBA-Vorlesungen in Köln und München oder Finance Webinare zur Vermittlung der neuen Studieninhalte an Interessierte. Wir haben seit letztem Jahr eine Mitarbeiterin, die sich ausschließlich um die Digitalisierung in der Lehre kümmert, inklusive dem Aufsetzen von Lernmanagementsystemen, Online Kursformaten etc. und Prof. Pierfrancesco La Mura, Ph.D., gibt schon seit Jahren Online-Kurse. Einige Professoren haben in den frühen 2010ern mit Lecturio Videoformate aufgenommen und online gestellt, inkl. Lernerfolgskontrollen, etc. Im Euro MBA haben wir schon seit ca. 6 Jahren ein komplettes Modul online „ausgeliefert“, d.h. reine Online Lehre gemacht.

Das schnelle Umstellen ist uns auch deshalb gelungen, weil wir den Weg in die digitale Zukunft schon länger gehen und daher vielleicht besser vorbereitet waren als andere.“

Zitate zu den Reaktionen auf den Campus-Day

“It was awesomeeee! I loved it. So much information from the current student and now I am very motivated. I will start my motivation letter tmr and apply for 26 April.”

“It was a pleasure for me to participate in Virtual campus day. Really insightful and participative. Q&A session, CV counseling session and session on career services were fantastic. Good initiative!”

“I would really like to thank you for hosting such a wonderful event, yesterday. Your energy was infectious and i could only imagine how the students must feel, as they interact with you. I really hope that soon I would be able to make it to your prestigious school.”

„Ich habe bereits an mehreren Online Events anderer Business Schools teilgenommen, aber Ihres war am besten organisiert.“

“I liked the openness of the staff to be available and enthusiastic about solving our problems. From the Dean, director of MBA program to the admissions office, everybody had put in an effort to provide us with the best learning experience.”