

Digitale Lehrpraxis

Autorin

Sabrina Gallner – Pädagogische Hochschule Luzern

Projektmitglieder

Henrike Allmendinger – Pädagogische Hochschule Luzern

Petra Arnet – Pädagogische Hochschule Luzern

Silke Fischer – Pädagogische Hochschule Luzern

Fabio Käslin – Pädagogische Hochschule Luzern

Vera Michel – Pädagogische Hochschule Luzern

Marius Portmann – Pädagogische Hochschule Luzern

Peter Rigert – Pädagogische Hochschule Luzern

Roman Schurter – Pädagogische Hochschule Luzern

Verena Zollinger – Pädagogische Hochschule Luzern

Zusammenfassung

Das Teilprojekt «Digitale Lehrpraxis» stärkte den Austausch unter Dozierenden und die Weiterentwicklung digitaler Lehrmethoden. Praxisnahe, niederschwellige Formate wie Impulse Digitale Lehrpraxis, kollegiales Coaching und digitale Lernwerkstätten etablierten sich nachhaltig. Besonders erfolgreich war die Impulsreihe, die den interdisziplinären Austausch und die Vernetzung über Hochschulgrenzen hinweg förderte. Die stetige Evaluierung der Formate führte zu kontinuierlichen Verbesserungen. Ein zentraler Erfolgsfaktor war die Sichtbarkeit der Angebote. Durch gezielte interne Kommunikation, Video-Teaser und eine verstärkte Präsenz auf hochschulinternen Plattformen konnte die Reichweite erheblich gesteigert werden. Das Projekt zeigt, dass praxisnahe Fortbildungsangebote einen nachhaltigen Einfluss auf die digitale Lehrpraxis haben. Der Austausch von Best Practices förderte eine Kultur des gemeinsamen Lernens, die über das Projektende hinauswirkt.

1. Projektabsicht

Das Teilprojekt «Digitale Lehrpraxis» setzte sich zum Ziel, eine qualitativ hochwertige digitale Lehrpraxis zu fördern, den Austausch unter den Dozierenden anzuregen und die reflektierte Lehrprofessionalität zu unterstützen. Das Vorhaben wurde durch die Corona-Pandemie angeregt, die der digitalen Lehre einen erheblichen Schub gegeben hat. In dieser Zeit haben viele Lehrende verschiedene digitale Methoden ausprobiert und wertvolle Erfahrungen gesammelt. Im Teilprojekt war es uns ein Anliegen, dieses Wissen zu verbreiten und Erfahrungen nutzbar zu machen.

Ein weiteres zentrales Ziel bestand darin, innerhalb der Hochschule eine Plattform zu etablieren, die es allen Lehrenden ermöglicht, voneinander zu lernen – sowohl durch gelungene Beispiele als auch durch Erkenntnisse aus weniger erfolgreichen Versuchen.

Um diese Ziele zu erreichen, wurden verschiedene Formate wie Coachings, Werkstätten, Gesprächskreise und Impulsveranstaltungen pilothaft umgesetzt und evaluiert. Diese Angebote wurden zunächst an der eigenen Hochschule getestet und später für Kooperationshochschulen geöffnet. Ein besonderes Merkmal des Teilprojekts war die enge Zusammenarbeit in einem Kernteam von Dozierenden aus der Aus- und Weiterbildung, die als Multiplikator*innen in ihren Fächern fungierten und wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung der Angebote einbrachten. Diese enge Zusammenarbeit trug wesentlich zum Projekterfolg bei und so zur Verbreitung guter digitaler Lehrpraxis.

Ein weiterer zentraler Aspekt war die Niederschwelligkeit der Angebote, um möglichst viele Dozierende zur Teilnahme zu motivieren. Die so entstandenen Formate bieten über die Projekt-

Zitationshinweis

Gallner, S. (2025). Digitale Lehrpraxis. In Embrechts-Demont, E., Gallner, S., Jörissen, S. & Schalk, L. (Hrsg.), *Digitale Lehre – Digitale Präsenz – Digitales Studium. Stärkung von Digital Skills an drei Hochschulen*. (S. 192–199), <https://doi.org/10.5281/zenodo.15105730>



laufzeit hinaus eine Plattform für den Austausch und die Reflexion digitaler Lehrmethoden und unterstützen die Entwicklung einer hochschulweiten Kultur des «anregenden Austauschs», der «systematischen Reflexion» und der «neugierigen Erprobung» in Lehrzusammenhängen. Die fortwährende Evaluierung der verschiedenen Formate ermöglichte es, die Angebote laufend zu verbessern und den Bedürfnissen der Dozierenden anzupassen.

2. Projektergebnisse

Im Verlauf der vierjährigen Projektlaufzeit wurden verschiedene Formate erprobt, die die digitale Lehrpraxis anregen sollten. Das Kernteam konzentrierte sich dabei auf zwei zentrale Fragen: «Welche Formate eignen sich, um den Austausch und die Reflexion über digitale Lehrpraxis zu fördern?» und «Wie kann die Sichtbarkeit der Formate kontinuierlich erhöht werden?». Dabei wurden verschiedene Ansätze geprüft, von denen sich drei Formate bewährt und etabliert haben (siehe 2.1). Mit Blick auf die zweite Frage hat sich gezeigt, dass Zugänglichkeit (siehe 2.2) und interne Marketingaktivitäten (siehe 2.3) von zentraler Bedeutung sind.

2.1 Etablierte Gefässe

In der ersten Projektphase haben sich drei besonders geeignete Formate herauskristallisiert, die pilotiert und weiterentwickelt wurden:

- *Impulse Digitale Lehrpraxis*: In diesem Format teilen Kolleg*innen ihre Erfahrungen und Methoden in fünf bis sieben Online-Veranstaltungen pro Semester. Die Themen reichen von der Anwendung des Flipped-Classroom-Konzepts bis zum Einsatz digitaler Tools. Nach einer kurzen Anmoderation folgt ein 20- bis 30-minütiger Input mit unterschiedlichen Perspektiven auf die digitale Lehrpraxis. Die Veranstaltungen werden aufgezeichnet und auf der Projektwebseite veröffentlicht, was ihre Nachhaltigkeit und Reichweite erhöht.
- *Kollegiales Coaching*: In diesem Format fungiert eine Mitarbeiterin der Hochschuldidaktik als Moderation das eigentliche Coaching wird kollegial, also zwischen den beteiligten Personen, durchgeführt. Es finden drei bis fünf Termine à 45 Minuten statt, um Anliegen (Fälle) zu besprechen und Ideen dazu auszutauschen. Die Fallgeber*in erhält neue Impulse und Sichtweisen auf die eigene (digitale) Lehre. Auch die Berater*innen nehmen jeweils Anregungen für die eigenen Fragestellungen mit. Als Fälle, also Anliegen von Dozierenden, sind alle möglichen didaktischen Herausforderungen vorstellbar, die sich in der Hochschullehre stellen: die Lehre in heterogenen Studierendengruppen, kompetenzorientierte Interventionen in grossen Gruppen, die Orientierung von Studienanfänger*innen, Stolpersteine mit bestimmten Lehr-Lern-Konzepten wie Flipped Classroom oder Forschendes Lernen, fachspezifische Herausforderungen beim Prüfen, Selbstlernphasen digitalisieren, Einsatz bestimmter digitaler Tools für konkrete didaktische Szenarien usw. Dadurch, dass es keiner Vor- oder Nachbereitung bedarf, handelt es sich um ein niederschwelliges Angebot.
- *Digitale Lernwerkstätten*: Da zeitaufwendige Workshops oft nicht zum richtigen Zeitpunkt angeboten werden können, hat sich gezeigt, dass sogenannte Hol-Angebote effektiver sind. Dozierendenteams können einen Workshop zu einem konkreten Thema «abrufen», der zeitlich und inhaltlich auf ihre Bedürfnisse abgestimmt ist. Eine digitale Lernwerkstatt kommt auf Anfrage zustande. Digitale Lernwerkstätten verbinden didaktische Anliegen mit der digitalen Umsetzung. Wir führen Expertise aus dem Zentrum für Hochschuldidaktik mit jener der Kolleg*innen aus der Aus- und Weiterbildung zusammen und erstellen gemeinsam ein massgeschneidertes Angebot. Das Format ist eine Werkstatt, in der die teilnehmende Gruppe nicht nur didaktischen Input und Unterstützung für die technische Umsetzung erhält, sondern im besten Fall direkt an der eigenen Lehrpraxis arbeitet. Nach Abstimmung der Inhalte, des Umfangs und der Termine werden die so konzipierten «Digitalen Lernwerkstätten» anschliessend für alle Dozierenden der PHLU ausgeschrieben.

Während die Impulsveranstaltungen besonders gut angenommen wurden, wurden die Coaching- und Hol-Angebote weniger stark nachgefragt. Dies könnte auf die zeitlichen Ressourcen der Dozierenden zurückzuführen sein. Das Coaching-Angebot wurde leicht angepasst in den neu konzipierten CAS Hochschuldidaktik des Zentrums für Hochschuldidaktik überführt. Das Angebot der «Digitalen Lernwerkstätten» bleibt als wertvolle Option erhalten, um die digitale Lehrpraxis weiter zu unterstützen.

2.2 Die Bedeutung der Zugänglichkeit

Niederschwellige Angebote in der Hochschuldidaktik sind essenziell, um Dozierenden den Zugang zu Fortbildungs- und Unterstützungsmassnahmen zu erleichtern. Diese Ansätze fördern den Austausch und die Weiterentwicklung von Lehrkompetenzen, indem sie geringe Teilnahmehürden aufweisen. Ein zentraler Aspekt dabei ist ihre einfache Zugänglichkeit und Flexibilität. Die Angebote sind in der Regel kostenfrei oder günstig und erfordern keinen grossen zeitlichen oder organisatorischen Aufwand. Dies ermöglicht es Dozierenden, Fortbildungen neben ihren regulären Lehrverpflichtungen zu absolvieren (Carpenter, Witherby & Tauber, 2020). Die Formate sind besonders darauf ausgerichtet, die praktischen Bedürfnisse der Dozierenden zu adressieren. Sie umfassen Inhalte, die sofort in der Lehre umgesetzt werden können, was den Lehrenden hilft, ihre Methoden kontinuierlich zu verbessern und an aktuelle Herausforderungen anzupassen (Foelsing & Schmitz, 2021). Die Förderung des kollegialen Austauschs ist ein weiterer wichtiger Aspekt. Niederschwellige Veranstaltungen bieten Plattformen für den Austausch unter Kolleg*innen. Durch Formate wie Werkstätten, Gesprächskreise und Impulsveranstaltungen können Dozierende voneinander lernen und gemeinsam Lösungen für didaktische Herausforderungen entwickeln. Dies stärkt eine kooperative Lehr- und Lernkultur (Foelsing & Schmitz, 2021). Die Vielfalt der Formate, wie kurze Workshops, Online-Seminare, Selbstlernmaterialien und Peer-Coachings, ermöglicht es den Dozierenden, die für sie passenden Lernmethoden und -formate auszuwählen, wodurch unterschiedliche Lernstile und Präferenzen berücksichtigt werden. Kollegiale Beratungsgruppen und Netzwerke fördern den Austausch von Best Practices und unterstützen die gemeinsame Reflexion über Lehrmethoden. Diese Gruppen leisten einen Beitrag zur Professionalisierung der Lehre und prägen eine Kultur des kontinuierlichen Lernens und der Verbesserung (Carpenter, Witherby & Tauber, 2020). Die Kombination dieser niederschweligen Ansätze erleichtert eine nachhaltige Verbesserung der Lehrqualität und erhöht die Bereitschaft der Dozierenden zur Teilnahme an Fortbildungsmassnahmen.

Das Angebot «Impulse Digitale Lehrpraxis» zeigte sich unter diesen Aspekten als besonders erfolgreich. Seit dem Herbstsemester 2021 wurde das Angebot in verschiedenen Varianten durchgeführt: verschiedene Tage und Uhrzeiten, vor Ort und online. Auch die Länge variierte zu Beginn. Letztlich hat sich Folgendes bewährt: Die Impulse finden immer online zur gleichen Uhrzeit (12.15 Uhr) statt, allerdings an verschiedenen Wochentagen; dies vor dem Hintergrund, dass die Dozierenden sehr unterschiedlich in Lehrverpflichtungen eingebunden sind. Ebenfalls erleichtert es die Akquise von Referent*innen, die ebenfalls meist in der Lehre tätig sind. Es braucht keine Anmeldung, der Teilnahme-Link ist frei zugänglich, wurde bisher aber nur intern bei den drei beteiligten Hochschulen publiziert. Da die Inputs aufgezeichnet und online zur Verfügung gestellt werden, können auch Dozierende, die einen Impuls verpasst haben, sich diesen noch ansehen.

2.3 Relevanz interner Marketingaktivitäten

Niederschwellige Angebote zu konzipieren, reicht nicht aus, um deren Wirkung voll zu entfalten. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass in der Flut an Informationen, die täglich an die Dozierenden herangetragen werden, viele wertvolle Angebote untergehen. Internes Marketing spielt daher eine entscheidende Rolle, um die Sichtbarkeit und Akzeptanz solcher zu erhöhen. Interne Kommunikation wird als strategisches Instrument verstanden, um den Erfolg von Teams und einzelnen Mitarbeitenden in Hochschulen zu fördern. Insbesondere im Bereich Verwaltung und Management ist es für Hochschulen essenziell, Bildungsprobleme vorausschauend anzugehen. Zentrale Bedeutung kommt dabei den internen Kommunikationsprozessen zu, da sie helfen, die Erwartungen und Bedürfnisse der Institution zu erfüllen (Barreto, 2020).

Studien zeigen, dass erfolgreiches internes Marketing die Teilnahme an Fortbildungen signifikant erhöhen kann, indem es das Bewusstsein und das Interesse der Zielgruppe stärkt (Kotler & Armstrong, 2018). Gleichzeitig ist zu betonen, dass Bildung in vielerlei Hinsicht kein gewöhnliches Produkt ist. Ihr Lern-Lehr-Charakter führt zu einer komplexen Beziehung zwischen Bildung und dem Begriff «Kund*in». Ein besonderes Merkmal von Bildung ist, dass sie sowohl als Konsum- als auch als Investitionsgut betrachtet werden kann. Wie andere Dienstleistungen auch, sind Lehr-Lern-Prozesse immateriell, was Herausforderungen in der Darstellung und Kommunikation mit sich bringt. Während ein Lehrbuch physisch greifbar ist, trifft dies auf eine Bildungsveranstaltung nicht zu. Derartige Angebote können auch als Vertrauensgüter angesehen werden. Die Teilnehmenden selbst sind wesentlich an der Leistungserstellung beteiligt, und Produktion und Konsum erfolgen häufig gleichzeitig. Dies führt zu einer hohen Abhängigkeit von einzelnen Personen, deren Kompetenzen und Leistungen den Bildungsprozess massgeblich beeinflussen (Barz, 2010). Hinzu kommt bei hochschuldidaktischen Weiterbildungsangeboten der Aspekt, dass es sich um interne kostenfreie Gefässe handelt. Eine klare und ansprechende Kommunikation der Vorteile und Inhalte der Angebote ist von zentraler Bedeutung. Darüber hinaus sollten Rückmeldungen und Erfolgsgeschichten von Teilnehmenden genutzt werden, um die Attraktivität und Glaubwürdigkeit der Fortbildungsmassnahmen zu steigern (Rafiq & Ahmed, 1993).

Seit Beginn der Impulsveranstaltungen wurden an der PH Luzern interne Kanäle für die Einladung zu den Veranstaltungen genutzt, hier insbesondere ein interner Newsletter, der einmal im Monat per Mail versandt wurde. Zwischenzeitlich wurde ein neuer interner Modus für News an der Hochschule etabliert, wobei wöchentliche Informationen an die Mitarbeitenden gelangen. Für die Bewerbung unserer Angebote hat sich dies als hilfreich herausgestellt. Die Teilnehmendenzahlen haben sich stetig etwas erhöht, so fanden am Anfang Veranstaltungen unter anderem mit drei Personen statt. Mittlerweile sind es nach sechs Semestern regelmässig zwischen 15 und 30 Teilnehmende, je nach Thema. Im Herbstsemester findet die Veranstaltungsreihe unter dem Titel «Berichte aus der Praxis» statt. Hier können alle möglichen Lehrbeispiele vorgestellt werden. Das Frühjahrssemester hingegen steht nun seit zwei Jahren unter einem spezifischen Motto, so wurde im Frühjahrssemester 2023 «Portfolioarbeit» näher beleuchtet und im Frühjahrssemester 2024 «KI in der Lehre». Das Aufgreifen aktueller Themen spricht direkte Bedarfe von Dozierenden an, und ein erhöhtes Interesse ist direkt spürbar.

Ein zentraler Aspekt des Webauftritts ist eine übersichtliche und attraktive Gestaltung (siehe Abbildung 1). Aus diesem Grund wird jeder Beitrag mit einem Bild nach einem einheitlichen Designkonzept und einem Teaser-Text eingeleitet, um einen kurzen Eindruck vom Inhalt des Videos zu geben (siehe Abbildung 2). Um das Interesse von Dozierenden anzuregen, wurden weiterhin Video-Teaser¹ produziert. Sie sind unter einer Minute lang, fassen im Stil eines Erklärungsvideos eine Kernessenz des Beitrags zusammen und integrieren einen kurzen Ausschnitt des eigentlichen Beitrags. Die Teaser werden ebenfalls regelmässig genutzt, um via internen News-Versand auf die aufgezeichneten Impulsveranstaltungen hinzuweisen. Durch diese Massnahme konnten die Nutzung, belegt durch Klickzahlen, massgeblich erhöht werden. Zudem wurde mit einem Microsoft-Forms-Formular die Möglichkeit geschaffen, dass Interessierte sich in einen Verteiler eintragen lassen können. Sie erhalten jeweils zu Beginn des Semesters Outlook-Einladungen für die Impulsveranstaltungen inklusive Zoom-Link und können sich dennoch spontan entscheiden, ob sie teilnehmen möchten. Diese Massnahme ist sehr gut angenommen worden und hat die Reichweite des Angebots nochmals stark vergrössert. Erfreulicherweise geht das Interesse der Dozierenden mittlerweile so weit, dass die Projektorganisation von Personen angesprochen wird, die gerne einen Impuls als Referierende beitragen möchten.

¹ Zum Beispiel: <https://phlu.ch/digitale-lehrpraxis>

Impulse Digitale Lehrpraxis

In den Impulsen zur Digitalen Lehrpraxis geben Dozierende jeweils Einblicke, wie sie digitale Anwendungen didaktisch und methodisch in ihre Veranstaltungen integrieren. Diese Impulse werden aufgezeichnet und zur Verfügung gestellt. Der Zugang ist mittels Hochschulaccount (edu id) und Passwort (Impuls) via Moodle möglich.

Die Impulsreihe Digitale Lehrpraxis findet an verschiedenen Wochentagen im Semester, immer über Mittag um 12.15 Uhr online via Zoom statt. Nach einem kurzen Input einer versierten Kollegin/ eines versierten Kollegen bleibt Raum für Austausch. Die Veranstaltungen enden spätestens um 13 Uhr.

Externe Personen können sich gerne für unseren Verteiler anmelden, um jeweils die aktuellen Einladungen zu den Impulsen unverbindlich via Outlook zu erhalten.

Anmeldung Verteiler (forms.office.com)

The screenshot displays a grid of video teasers for the 'Impulse Digitale Lehrpraxis' series. Each teaser includes a date, a presenter's name, and a thumbnail image with a title and a short text snippet. The teasers are arranged in two rows of three.

Impuls vom 22.05.2024	Impuls vom 02.05.2024	Impuls vom 18.04.2024
mit Lukas Müller Der Digital Engineer Chatbot Prototyp	mit Nino Ricchizzi Das war eine gute Frage! Das habe ich mit ChatGPT gelernt.	mit Jessica Thompson KI für das Verfassen von Abschlussarbeiten
Impuls vom 29.03.2023	Impuls vom 23.02.2024	Impuls vom 16.01.2024
mit Douglas MacKevett Digitale Leistungsnachweise im Zeitalter von KI	mit Stefanie Wyss und Simone Ries KI in der Lehre verwenden	mit Vera Michel Onlinekurs auf Moodle für Lehrer*innen

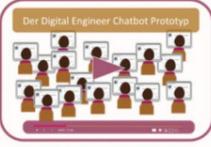


Abb. 1: Screenshot Webauftritt – Übersichtsseite

Screenshot: Sabrina Gallner

Der Digital Engineer Chatbot Prototyp

Impuls vom 22. Mai 2024 mit Lukas Müller (Hochschule Luzern)



Ein mit eigenen Daten trainiertes GPT-Modell lässt sich auf vielfältige Art in der Lehre einsetzen. Der Beitrag stellt einen Prototyp des «Bachelor Digital Engineer | Robotik & Big Data» Chatbots vor und zeigt mögliche Anwendungsfelder in der Lehre. Darüber hinaus wird auf die von OpenAI und Microsoft angekündigten Enterprise Entwicklungen sowie deren Power Platform Anwendungen mit dem Copilot Studio eingegangen.

Video in voller Länge mit Hochschulaccount (Impuls) (moodle.phlu.ch)

[zurück zu Übersicht](#)



**Abb. 2: Screenshot
Webauftritt – Einzelbeitrag**

Screenshot: Sabrina Gallner

3. Ausblick

Durch die Öffnung der Impulsreihe auf die beiden Partnerhochschulen konnten auch Referierende der anderen Hochschulen gewonnen und weitere Dozierende angesprochen werden. Dies bereicherte die Vielfalt der Perspektiven auf die einzelnen Themen und ermöglichte spannende, auch hochschultypübergreifende Diskussionen über digitale Lehrpraxis. Die Dozierenden der Kooperationshochschulen waren an einer Download-Möglichkeit der Videobeiträge interessiert. Die bisherige Zurverfügungstellung im Intranet der PH Luzern begrenzte den Zugang, weswegen der Entscheidung fiel, die Beiträge teilöffentlich in den Internetauftritt der PH Luzern² zu integrieren. Die Videos wurden auf einer Moodle-Seite gesammelt, auf die alle Dozierenden via Selbsteinschreibung Zugriff haben. Diese Massnahme öffnet das Projekt nicht nur für die Partnerhochschulen, sondern für die gesamte Schweizer Hochschul-Community und ermöglicht den Zugang zu wertvollen Ressourcen und den Austausch über digitale Lehrpraktiken.

Das Teilprojekt hat gezeigt, dass niederschwellige und praxisorientierte Formate besonders gut geeignet sind, um Dozierende zur Teilnahme zu motivieren und den Austausch über digitale Lehrmethoden zu fördern. Die regelmässigen Treffen des Kernteams ermöglichten eine kontinuierliche Reflexion und Verbesserung der Angebote, was zur Etablierung eines hochschulweiten «Spirits» des gemeinsamen Lernens und der neugierigen Erprobung beitrug. Insgesamt hat das Teilprojekt «Digitale Lehrpraxis» den Austausch über digitale Lehre massgeblich gesteigert.

Literatur

- Barreto, A. (2020). The importance of internal communication and teamwork in higher education institutions (literature review). *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 7(2), 134-144.
- Barz, H. (Hrsg.) (2010). *Bildungsfinanzierung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2010
- Carpenter, S. K., Witherby, A. E. & Tauber, S. K. (2020). On Students' (Mis)judgments of Learning and Effectiveness. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 9(2), 137-151.
- Deslauries, L., McCarty, L., Miller, K., Callaghan, K. & Kestin, G. (2019). Measuring actual learning versus feeling of learning in response to being actively engaged in the classroom. , *116*(39), 19251-19257.
- Foelsing, J. & Schmitz, A. (2021). *New Work braucht New Learning. Eine Perspektivenreise durch die Transformation unserer Organisations- und Lernwelten*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
- Rafiq, M. & Ahmed, P. K. (1993). The Scope of Internal Marketing: Defining the Boundary Between Marketing and Human Resource Management. *Journal of Marketing Management*, 9(3), 219-232. <https://doi.org/10.1080/0267257X.1993.9964234>

² <https://www.phlu.ch/digitale-lehrpraxis>