

VORTRAGENDE

Dr. Christina Cuonz



Christina Cuonz ist seit 2025 Direktorin des Lifelong Learning Centers (LLC) der Universität Bern. Zuvor leitete sie acht Jahre das Zentrum für universitäre Weiterbildung (ZUW). Das LLC unterstützt Fakultäten bei der Umsetzung von Weiterbildungsprogrammen und bietet eigene Kurse in Forschungsmanagement, Hochschuldidaktik, Evaluation, Lehrentwicklung und Academic Leadership an. Cuonz studierte Anglistik, Germanistik und Journalismus in Lausanne, Oslo und Edinburgh und promovierte in kognitiver Soziolinguistik. Sie engagiert sich als Dozentin in Weiterbildungen in den Themen Weiterbildungsmanagement sowie Führungskommunikation und ist Mitglied mehrerer Programmleitungen und Beiräte.

Prof. Dr. Bianca Tokarski



Bianca Maria Tokarski ist Leiterin des Zentrums für Weiterbildung und Mitglied der Hochschulleitung der Hochschule für Angewandte Psychologie der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW. Als Ökonomin, Pädagogin und Bildungssoziologin beschäftigt sie sich seit vielen Jahren mit der strategischen Entwicklung der Schweizer Hochschulweiterbildung. In Lehre und Forschung befasst sie sich insbesondere mit Personalentwicklung, Erwachsenenbildung und University Lifelong Learning. Ein besonderer Schwerpunkt ihrer Arbeit liegt auf dem Spannungsfeld zwischen

Bildungs- und Qualitätsanspruch, institutionellen Rahmenbedingungen und den Anforderungen eines zunehmend kompetitiven Weiterbildungsmarktes.

Philipp Zutt



Philipp Zutt öffnet die Tür ins Gehirn seiner Zuhörerinnen und Zuhörer. Als Neuromarketing-Pionier zeigt er aus gelebter Beratungspraxis, wie Emotionen Kaufentscheidungen lenken und wie Unternehmen und Institutionen dieses Wissen sofort anwenden können. Dabei werden seine Referate selbst zum Erlebnis: vollgepackt mit Neuroprinzipien und aktivierend. Philipp ist Geschäftsleiter der Neuromarketing-Beratung Zutt & Partner AG, Studiengangsleiter an der HWZ und Dozent an verschiedenen Hochschulen. Daneben wirkt er als Autor und

Keynotespeaker.

Kobika Baier



Kobika Baier ist Studiengangsleiterin des CAS Migration und Bildung an der Universität Bern und arbeitet in der Studienberatung der Erziehungswissenschaft. Sie hat Erziehungswissenschaft an der Universität Bern mit Schwerpunkt Schul- und Unterrichtsforschung studiert. In ihrer Arbeit verbindet sie bildungswissenschaftliche Perspektiven mit der Beratung und Begleitung von Studierenden und Weiterbildungsteilnehmenden. Als Studiengangsleiterin des CAS Migration und Bildung beschäftigt sie sich mit der Frage, wie Weiterbildung auf gesellschaftliche Veränderungen reagieren, wissenschaftliche Erkenntnisse mit der Praxis verbinden und Fachpersonen für die Herausforderungen einer vielfältigen Gesellschaft qualifizieren kann.

David Tanner



David Tanner hat Gesundheitswissenschaften und Technologie mit Vertiefung in Neurowissenschaften an der ETH Zürich studiert und das Lehrdiplom in Sport erworben. Heute leitet er den weltweit ersten Studiengang zum Thema Gehirngesundheit an der Universität Bern. Für ihn bildet Gesundheit eine wichtige Grundlage für ein zufriedenes Leben. Die operative Leitung eines Studiengangs erfordert vielseitige Kompetenzen. Viele davon konnte David neben seiner Ausbildung auch als Leitungsperson im Jugendverein Jungwacht Blauring sowie in verschiedenen Nebenjobs – unter anderem im IT-Support – erwerben. Diese unterschiedlichen Erfahrungen prägen seinen vielseitigen und praktischen Ansatz in der Funktion als Studiengangleiter.

Sylvia Löwe



Sylvia Löwe ist Teamleiterin Social Media an der Universität Bern. Hier verantwortet sie seit 2014 die Dach-Kanäle der Universität Bern, Online-Kampagnen, das Networking und berät Fakultäten und Institute sowie Forschende, die ihre Sichtbarkeit in Social Media erhöhen und ihre Aktivitäten optimieren wollen. Dazu führt sie regelmässig interne Netzwerktreffen der Social-Media-Verantwortlichen an der Uni Bern sowie das Netzwerktreffen der Social Media Manager für deutschsprachige Hochschulen durch. Zuvor war sie in Deutschland u.a. bei IBM Deutschland in der Kommunikation und bei einem süddeutschen Personalspezialisten als Pressesprecherin tätig.

VORTRÄGE

u^b

Nicht mehr einzigartig?! Hochschulweiterbildung im Wettbewerb um Qualität, Flexibilität und Relevanz (Prof. Dr. Bianca Tokarski)

Die Hochschulweiterbildung steht unter zunehmendem Wettbewerbsdruck. Eine hohe Angebotsdichte, neue Bildungsanbieter, veränderte Erwartungen von Teilnehmenden und Unternehmen sowie technologische Entwicklungen verschieben die Spielregeln. Hochschulen konkurrieren dabei längst nicht mehr nur um das bessere Programm, sondern um Relevanz, Flexibilität, Qualität und ein überzeugendes Lernerlebnis.

Der Vortrag beleuchtet, wie Hochschulen ihr Profil und Angebotsportfolio strategisch schärfen können und welche Rolle Modularisierung, Microcredentials, personalisierte Lernpfade und KI-gestützte Formate dabei spielen. Zugleich stellt sich die Frage, welchen spezifischen Mehrwert Hochschulweiterbildung bietet, wenn Unternehmen Weiterbildung zunehmend selbst organisieren können. Kooperationen, neue Qualitätsverständnisse und eine bewusst gestaltete Customer Journey eröffnen zusätzliche Differenzierungsmöglichkeiten. Im Zentrum steht die strategische Frage: Wie können Hochschulen die neuen Wettbewerbsbedingungen als Chance nutzen und zugleich ihren spezifisch akademischen Mehrwert bewahren?

Dank Neuroprinzipien mehr Erfolg am Weiterbildungsmarkt? (Philipp Zutt)

Im Weiterbildungsmarkt ist die Angebotsfülle gigantisch und die Austauschbarkeit hoch. Nur wem es gelingt, sich zu differenzieren und aus der Masse herauszustechen, wird in diesem zunehmenden Hyperwettbewerb langfristig bestehen. Wer versteht, wie das Hirn potenzieller Studierender funktioniert, ist dabei im Vorteil.

Gerade weil es keinen allgemeingültigen «Kaufknopf» im Gehirn gibt, ist es umso wertvoller, Heuristiken, Denkmuster und Denkfallen zu kennen und diese gezielt ins Weiterbildungsmarketing einzubeziehen. Der Vortrag führt durch aktuelle Erkenntnisse der Hirnforschung und zeigt konkrete Möglichkeiten und Rezepte für die Praxis auf. Anhand von Cases aus anderen Branchen wird unterhaltsam und multisensual aufgezeigt, welche neuen Chancen sich daraus für die Vermarktung von Weiterbildungen eröffnen.

CAS Migration und Bildung: Wie ein Angebot dauerhaft überzeugt (Kobika Baier)

Der CAS Migration und Bildung der Universität Bern besteht seit 2019 und verbindet einen gesellschaftlichen Bildungsauftrag mit den Anforderungen des Weiterbildungsmarktes. Im Zentrum steht ein Themenfeld, das für Bildungspraxis und Gesellschaft von hoher Relevanz ist und zugleich unterschiedliche fachliche Perspektiven und berufliche Handlungsfelder zusammenführt.

Der Beitrag gibt Einblicke in die Erfahrungen aus sechs Jahren CAS-Praxis und zeigt, wie sich gesellschaftliche Entwicklungen, Anforderungen der Bildungspraxis und die Bedürfnisse von Weiterbildungsinteressierten auf die Gestaltung und Weiterentwicklung des Angebots auswirken. Dabei geht es um die Verbindung von wissenschaftlicher Fundierung und Praxisrelevanz, die Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen und die kontinuierliche Schärfung des fachlichen Profils.

Am Beispiel des CAS Migration und Bildung wird das Spannungsfeld zwischen gesellschaftlichem Auftrag und Wettbewerb sichtbar und diskutiert, was es braucht, um ein Weiterbildungsangebot langfristig relevant und attraktiv zu gestalten.

CAS in Brain Health: Erfolgsfaktoren für eine starke Marktpositionierung (David Tanner)

Der CAS in Brain Health der Universität Bern ist ein international ausgerichteter Weiterbildungsstudiengang, der Fachpersonen aus unterschiedlichen Disziplinen und Ländern zusammenbringt. Der

Kurzvortrag zeigt, welche Faktoren zur erfolgreichen Positionierung eines neuen Bildungsangebots in einem kompetitiven internationalen Weiterbildungsmarkt beitragen. Im Zentrum stehen ein attraktives und zukunftsorientiertes Programm, ein einzigartiges Lernerlebnis, ein starkes Netzwerk und eine wirkungsvolle Online-Präsenz. Anhand konkreter Erfahrungen werden erfolgreiche Rekrutierungskanäle und -massnahmen vorgestellt. Ein besonderer Fokus liegt auf Videomarketing, das Programm, Menschen und Studierende authentisch sichtbar macht. Dabei zeigt sich: Erfolgreiches Marketing erfordert nicht zwingend ausgewiesene Marketingexpertise. Authentizität, persönliche Kommunikation und Sympathie können ebenso entscheidend sein, um Vertrauen aufzubauen, internationale Interessierte zu erreichen und sie für ein Weiterbildungsangebot zu begeistern.

WORKSHOPS UND DISKUSSIONSRUNDE

Vom Trend zum zukunftsfähigen Angebot. Mit Backcasting & Rapid Prototyping Hochschulweiterbildung neu denken (Prof. Dr. Bianca Tokarski)

Wie sieht ein Hochschulweiterbildungsangebot aus, das auch unter veränderten Wettbewerbsbedingungen relevant bleibt? Der interaktive Workshop richtet den Blick auf die Angebotsentwicklung der Zukunft und kombiniert Backcasting mit Rapid Prototyping. Ausgangspunkt ist ein nahes Zukunftsbild der Hochschulweiterbildung im Jahr 2030: Wie verändern sich Erwartungen von Teilnehmenden und Unternehmen, Angebotsformen, Technologien und Wettbewerbsbedingungen? Von diesem Zukunftsbild aus denken die Teilnehmenden zurück und leiten ab, welche Anforderungen sich daraus für zukunftsfähige Weiterbildungsangebote ergeben.

Im zweiten Schritt werden diese Erkenntnisse in Ideen für Angebotsprototypen übersetzt. Im Fokus stehen dabei unter anderem Modularisierung, Personalisierung, KI-gestützte Lernformen, Flexibilität, Qualität, Kooperationen und Customer Experience. Ein abschliessender Reality Check schärft die entstandenen Ideen und Vorschläge: Warum sollte jemand dieses Angebot wählen, warum gerade bei einer Hochschule - und was daran ist tatsächlich zukunftsweisend?

Social Media strategisch einsetzen und Weiterbildungsangebote erfolgreich positionieren (Sylvia Löwe)

Der Markt für Weiterbildungen ist vielfältig, die Aufmerksamkeit potenzieller Teilnehmender begrenzt. Umso wichtiger sind eine klare Positionierung und eine Social-Media-Kommunikation, die nicht nur Angebote bewirbt, sondern deren Relevanz und konkreten Nutzen sichtbar macht sowie Beziehungen zu den Zielgruppen entstehen lässt.

Der Workshop zeigt, wie sich Weiterbildungsangebote klar positionieren und wie sich diese Positionierung in wirkungsvollen Content übersetzen lässt.

Dialoge entfalten – in der Fishbowl Perspektiven austauschen (LLC)

In dieser angeleiteten Fishbowl-Diskussion sind alle eingeladen, sich aktiv einzubringen und gemeinsam über das Spannungsverhältnis zwischen Wettbewerb und Bildungsauftrag ins Gespräch zu kommen. Die Runde bietet Raum für kritische Fragen, konstruktive Beiträge und neue Impulse. Aufgegriffen und weitergedacht werden dabei insbesondere Erkenntnisse aus den Beiträgen, die am Vormittag stattgefunden haben, und die im offenen Austausch miteinander verbunden und reflektiert werden können.

MODERATION

Deborah Hefti

u^b



Deborah Hefti hat als Theaterschaffende während zwölf Jahren inhaltliche Team-Prozesse für Firmen und (Bildungs-) Institutionen im privat- wirtschaftlichen und öffentlichen Sektor gestaltet und Schulungsvideos für deren Zwecke produziert. Daneben ist Deborah Hefti als selbständige Kommunikationstrainerin, Moderatorin, Schauspielerin und Theaterpädagogin mit eigener Firma tätig und unterrichtet in Aus- und Weiterbildungssettings zu Kommunikationsthemen. Ihre Leidenschaft gilt der Interaktion mit anderen Menschen und der zwischenmenschlichen Kommunikation in all ihren Facetten.