

Konzept Lebenslanges Lernen

Ziel:

Ziel ist es, das Bewusstsein für lebenslanges Lernen und die Teilnahme insbesondere an Weiterbildungen von digitalen Fähigkeiten zu schärfen, um die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Wirtschaft zu unterstützen. Dafür werden Fallbeispiele hauptsächlich von KMUs oder ähnlichen Organisationen gesammelt.

Die nationale Sensibilisierungs- und Aktivierungskampagne zum lebenslangen Lernen ist der Weg, wie wir dies erreichen wollen. Die Kampagne wird am dritten, schweizweiten Digitaltag am 3. September 2019 lanciert und dauert in der ersten Phase bis Ende Januar 2020.

Konzept:

Es wird eine Serie von 100+ Fallbeispiele von Menschen aus allen Regionen der Schweiz, aus allen Lebensbereichen und allen Landessprachen erstellt. Diese werden über Online- und Offline-Kanäle verbreitet. Rund 50 Fallbeispiele werden von digitalswitzerland-Mitgliedern und rund 50 von SAV-Mitgliedsorganisationen stammen. Die Kampagne sollte die Weiterbildung in allen Wirtschaftssektoren fördern.

Format:

Jedes Fallbeispiel wird anhand eines kurzen Video-Interviews und eines schriftlichen Testimonials mit Fotos portraitiert. Diese Fallbeispiele werden auf educationdigital.ch sowie auf den Kanälen der teilnehmenden Organisationen (z.B. Website, Newsletter etc.) sowie in den Branchenmedien veröffentlicht.

Vorteile:

- Employer und Employee branding.
- Schärfte das Bewusstsein für die Dringlichkeit des lebenslangen Lernens angesichts der zunehmenden Digitalisierung der Welt.
- Upskilling führt zu einer höheren Produktivität.

Segmente:

KMU-Beschäftigte und Arbeitnehmer jeden Alters ab 16 Jahren, die Mitglieder der verschiedenen SAV-Branchenverbände sind.

Rolle:

Jeder SAV-Mitgliedsverband wählt die geeigneten Kandidaten aus (ca. 2 Fallbeispiele aus Firmen pro Branchenverband) und macht mit denen das Interview anhand des Fragebogens, der von digitalswitzerland zur Verfügung gestellt wird.

Timelines und Meilensteine:

- Ende April: Entscheidungen zu Partnerschaften definitiv
- Ende Mai: Alle Fallbeispiele gesammelt (Kontaktangaben zu portraitierten Personen und schriftliches Testimonial ausgefüllt)
- Juni-August: Video-Team filmt und produziert Fallbeispiele
- 3. September: Digitaltag, Lancierung der Kampagne mit allen Fallbeispielen