

Vorausdenken

Babbel betrat im Bereich des Sprachen-Lernens neues Terrain – heute lernen mehr als eine Million Kunden mit der App.

Gastbeitrag

••• Von Markus Witte

WIEN. Die Reise von Babbel begann nicht mit der Intention, die Konkurrenz zu Fall zu bringen. Sie begann mit der zufälligen Entdeckung, dass es keine Möglichkeit gab, online eine Sprache zu lernen. Sie führte auf unbekanntes Terrain; Babbel setzte sich selbst Ziele, experimentierte, stolperte manchmal und stellte letzten Endes die Regeln für das Online-Sprachenlernen auf. Zehn Jahre später ist Babbel die meistverkaufte Sprachlern-App der Welt.

Leben neu denken

Auf diesem Weg gab es so manche Lektion zu lernen. Babbel war in ähnlicher Weise gefordert, das Sprachenlernen neu zu erfinden, wie wir jeden Tag aufs Neue in der Welt gefordert sind, unser Leben neu zu denken und es erfolgreich und erfüllt zu gestalten. Die wichtigsten Lektionen der ersten zehn Jahre von Babbel spiegeln genau das wider und sind treibende Kraft und Vision für die Zukunft.

So ist die disruptive Innovation nicht nur ein zu viel gehyptes, sondern letztlich leeres Konzept – ein bedeutungsloses Vorhaben. Menschen haben *echte* Probleme. Ihnen ist es gleichgültig, ob eine Dienstleistung disruptiv ist oder nicht. Babbel ist erfolg-



© Marc Beckmann/Ostkreuz

Mission

Babbel möchte seine Learner möglichst schnell fit für das Sprechen in einer Fremdsprache machen. Bis heute wurden 8.500 Stunden an Lerninhalten für Sprachkurse entwickelt.

reich, weil Menschen im Mittelpunkt stehen, nicht Märkte oder Margen. Wenn wir das aus den Augen verlieren und uns darauf konzentrieren, einen Wettlauf zu gewinnen, in dem es nur noch darum geht, unter Ausbeutung aller Ressourcen möglichst viel Gewinn zu machen, zählt der Einzelne nicht mehr und es profitieren letzten Endes immer weniger Menschen davon.

Dann sind wir nicht mehr die Menschen, mit denen wir uns selbst umgeben möchten.

Vielfältige Bedürfnisse

Als Nächstes ist Vielfalt nichts, was in Zahlen gemessen werden kann, sondern sie ist ein ausschlaggebender Faktor, um mit echten Menschen in Kontakt zu treten – und zwar als Menschen, nicht als bloße Zahlen in einer Statistik. Auf eine sehr schnell wachsende Anzahl an Nutzern zu reagieren, bedeutet, auf ihre vielfältigen Bedürfnisse einzugehen – seien diese bedingt

durch ihr Alter, ihre sexuelle Orientierung oder ihren kulturellen Hintergrund.

Als Team an Menschen unterschiedlichster Hintergründe und Herkunft leben wir dies in unserer täglichen Arbeit, was uns wiederum dabei hilft, besser mit unseren Nutzern zu kommunizieren.

Die Tatsache, dass wir fortlaufend neue, unterschiedlichste Talente einstellen und weiterbilden, ist natürlich eine Herausforderung, wird aber nie infrage gestellt.

„Geld ist nicht alles“

Schließlich lassen sich rigide Hierarchiestrukturen nicht mit einem Vorhaben, das etwas in der Welt bewirken soll, vereinen. Geld ist nicht alles.

An einem bestimmten Punkt muss unsere Leidenschaft und Kreativität in unserer Arbeit Ausdruck finden. Dies in die Prozesse von Babbel mit einzuverbinden, bringt den zusätzlichen Vorteil, differenzierte Innovationen zu schaffen.

Das Team-Mitglied, das sich einer bestimmten Aufgabe widmet, ist auch am besten dafür geeignet, mit dieser zu experimentieren und sie zu überarbeiten. Nach und nach schaffen wir so einen Arbeitsplatz, der auf diesen Prinzipien fußt und in dem es ein Leichtes ist, sich neuen Herausforderungen zu stellen. Babbel ist ein Unternehmen, das sich ganz dem Lernen verschrieben hat – von innen und von außen.

Die Babbel-App startete 2008. Heute lernen mehr als eine Mio. Kunden 14 verschiedene Sprachen mit Babbel, von Spanisch bis Indonesisch. 2016 kürzte das Fast Company Magazine Babbel zur weltweiten Nummer eins der innovativsten Firmen des Bildungsbereichs.



© Babbel