



Text: Bettina Halbach

# DOSSIER

## Der eLearning-Markt

Start-ups treffen mit dem Thema eLearning auf einen Zukunftsmarkt mit enormem Wachstums- und Umsatz-Potenzial. Wir zeigen, welche Chancen Gründer im eLearning-Sektor haben und stellen erfolgreiche B2B- und B2C-Start-ups und deren Konzepte vor.

**T**iefgreifende Veränderungen innerhalb der Arbeitswelt als Folge der Globalisierung und Digitalisierung verlangen nach neuen didaktischen Wegen. Hier kommt eLearning ins Spiel. Zur eLearning-Branche gehört in meinen Augen jeder Anbieter, der elektronische oder digitale Hilfsmittel nutzt: Sei es, um Lehrmaterialien zu erstellen und zu verteilen oder um Onlinekurse durchzuführen. Die Vielfalt ist unsagbar groß“, sagt Sina Burghardt, Marketing-Expertin der e-Learning-Plattform Coursepath in Köln. Coursepath ist eine intuitiv zu bedienende Do-it-Yourself-Software, mit deren Hilfe Unternehmen seit 2013 eLearning-Kurse schnell und bequem erstellen können. Die Software ist ein Produkt des niederländischen Software-Entwicklers für Wissensmanagement Viadesk. „eLearning war zunächst nicht unser Kerngeschäft. Die Kunden hatten aber immer mehr Bedarf an Software zum Schulen ihrer Mitarbeiter, also eLearning. Die Nachfrage war so groß, dass wir schließlich unsere Software-as-a-Service-Lösung entwickelten“, erzählt Sina Burghardt. „Schließlich ist Automation ein Trend

im eLearning. Unternehmen wollen eLearning-Kurse immer schneller und immer einfacher erstellen können.“

### Rasant steigende Umsätze

Start-ups treffen mit eLearning auf einen Zukunftsmarkt. Laut dem aktuellen Branchenmonitor der Essener Gesellschaft für Medien- und Kompetenzforschung (mmb-Institut) steigt der Umsatz der eLearning-Dienstleister seit 2011 im zweistelligen Prozentbereich.

» Zur eLearning-Branche gehört in meinen Augen jeder Anbieter, der elektronische oder digitale Hilfsmittel nutzt. «

Sina Burghardt, E-Learning Plattform Coursepath

Stellt man alleine die Branchenumsätze der Jahre 2014 und 2015 gegenüber, ergibt sich ein Umsatzplus in Höhe von 14 Prozent für das Jahr 2015.

Zum Vergleich: Statista gibt das Wachstum der Gesamtwirtschaft in Deutschland für 2015 mit 1,7 Prozent an. Die Umsätze der eLearning-Branche sollen rasant wachsen: Von 600 Mio. Euro im Jahr 2017 auf 1,3 Mrd. Euro im Jahr 2020: Einmal kann der Einsatz von eLearning Unternehmen Kosten sparen.

Zum anderen kann es die Lernqualität alleine dadurch steigern, dass Nutzer zeitunabhängig lernen können.

### Wer eLearning wie einsetzt

Bereits 2009 setzten laut Bitkom mehr als zwei Drittel der deutschen Top-500-Unternehmen eLearning für das betriebliche Lernen ein sowie jedes fünfte kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Start-ups können ihr Augenmerk dennoch auf die Zielgruppe

KMU lenken. Wissensvermittlung ist für jedes Unternehmen überlebenswichtig: Zeit- und Kostendruck zwingen aber gerade die kleinen und mittleren Unternehmen bei Fortbildungen zu

sparen. Gleichzeitig sitzen sie immer öfter an mehreren Standorten und können ihre Mitarbeiter nicht für mehrtägige Seminare entbehren. Die Nachfrage von kleinen und mittleren Unternehmen nach eLearning-Solutions sollte also da sein. Dabei findet eLearning besonders im Dienstleistungssektor weite Verbreitung, etwa in Banken und Versicherungen. Aber auch die Industrie zeigt sich dem digitalen Lernen gegenüber zunehmend aufgeschlossen. Darü-



Seit 2017 betreiben Leo Marose und Stefan Berntheisel StackFuel – eine eLearning-Plattform speziell für die Berufsfelder Data Analyst, Data Engineer und Data Scientist

ber hinaus nutzen Selbständige und Freiberufler, Handwerker, Schulen und Hochschulen und die öffentliche Verwaltung eLearning.

Für privates Lernen oder Life Long Learning werden Computer und Internet ebenfalls immer wichtiger. Bitkom gibt an, dass sich bereits mehr als die Hälfte der Internetnutzer mindestens einmal online fortbildete. Besonders in der Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen steht die berufliche Bildung im Vordergrund. Jüngere und Best- bzw. Silver-Ager nutzen eLearning eher, um ihre Allgemeinbildung zu verbessern. „Ein Treiber dieser Entwicklung ist neben den immer besser werdenden mobilen Geräten sicher, dass die Menschen Totzeiten als Zeitfenster fürs Lernen nutzen wollen“, sagt Sina Burghardt. „Dazu gehören Zugfahrten zur Arbeit genauso wie lange Flüge.“

### Die wichtigsten Trends

Im Studium arbeitete die Expertin mit eLearning-Plattformen wie Moodle und Ilias. „Ich fand die überladen und viel zu unübersichtlich, irgendwann fehlte mir der Durchblick.“ Start-ups brauchen in ihren Augen mehr als eine gute Idee. Denn Kunden sind zwar zahlwillig, verlangen aber Qualität: Benutzerfreundlichkeit, einfache und intuitive Administration, Unterstützung von mobile Devices, angemessene Folgekosten, Anpassungsfähigkeit an bestehende IT und dann noch Funktionsvielfalt, Social-Media-Integration sowie

faire Anschaffungskosten. Eine Achillesferse im eLearning ist die nachlassende Motivation der Teilnehmer im Laufe eines Kurses. Ihr begegnet die Branche mit Gamification.

Mobile Learning ist ebenfalls ein Branchen-Trend: mlearning erlaubt zum Beispiel in dem Moment zu lernen, in dem die zu lernende Aufgabe ansteht. Noch recht neu ist Micro Learning wie es zum Beispiel das Berliner Start-up Mobile Learning Labs GmbH mit seiner App Quizzer aufgezogen hat: „Micro-Learning meint, dass ein Lernhäppchen innerhalb von 4 bis 5 Minuten erledigt ist.“ Mit Augmented Reality (AR) in Verbindung mit Wearables und Virtual Reality (VR) werden Lernende in reale Lebenssituationen versetzt, was umfassende Lernerfahrungen schafft: Auch das ist ein Mega-Trend, in den immer mehr Unternehmen investieren. Jeder Lerner hat außerdem seinen eigenen Lernstil. Darum ist Personalisierung von Lernen im Aufwind. Als No-Go der Branchen identifiziert der mmb-Trendmonitor dagegen Wissensvermittlung mit Twitter und Micro-Blogging.

### So ist der eLearning-Kuchen verteilt

Daran, wie die Branchenumsätze sich verteilen, können Start-ups erkennen, welche Dienstleistungen und Produkte aktuell wirtschaftlich besonders erfolgversprechend sind. 2015 erwirtschafteten die Distributoren von digitalen Lerninhalten und eLearning-Kursen laut mmb-Branchenmonitor rund ein

Drittel des Branchenumsatzes. Das Geschäftsfeld eLearning-Produktion war im Vergleich zu 2014 rückläufig. Es trug 2015 nur noch mit 31,9 Prozent zum gesamten Umsatz der Branche bei. Ebenfalls sank der Umsatzanteil im Geschäftsfeld Verkauf bzw. Vermietung von eLearning-Tools: Er lag 2015 bei 16,5 Prozent. Beratungsdienstleistungen lagen mit einem Anteil zwischen 11 und 13 Prozent am Branchenumsatz auf Platz vier der umsatzstärksten Geschäftsfelder im eLearning.

### Wo der Einstieg lohnt

„Wer auf den Learn-Tech-Markt strebt, sollte fundierte Marktkenntnisse mitbringen. Wichtig ist auch, die Zeitspanne des Produktes von der Entwicklung bis zum Markt so gering wie möglich zu halten. „Und man muss auf die Bedürfnisse des Kunden eingehen, statt eLearning aufzusetzen und zu glauben, dass es funktionieren wird“, sagt Sina Burghardt. Interessant findet sie Kooperationen zwischen Software- und Kursanbietern: „Die Kursanbieter erstellen mit der Software Whitelabel-Kurse und verkaufen sie an interessierte Unternehmen. Die Kurse werden mit dem jeweiligen Corporate Design versehen und den Mitarbeitern zur Verfügung gestellt. Die Inhalte sind dabei beliebig und auch immer wieder anpassbar. So stehen die Möglichkeiten offen, für immer neuere und relevantere Wissensvermittlung.“

### B2B-START-UPS

#### StackFuel

Der Betriebswirt Leo Marose und der Informatiker Stefan Berntheisel gründeten 2012 ihr erstes Start-up: BOXROX – ein Online-Magazin für den Trendsport „CrossFit“ mit über 1,5 Mio. Seitenaufrufe im Monat. Weil die jungen Männer schon immer sehr datengetrieben arbeiteten, merkten sie schnell, welche Vorteile das hat. Sie stiegen operativ aus ihrem Start-up aus und arbeiteten ein Jahr als Freelancer im Datenanalyse-Bereich. Dabei fiel Leo Marose und Stefan Berntheisel auf, wie wenige qualifizierte Datenexperten es aktuell auf dem Markt gibt. Leo Marose: „Laut einer aktuellen IBM Studie fehlen bis 2020 zum Beispiel

alleine in den USA über 2,7 Mio. Daten-Experten. Ein Data-Scientist verdient durchschnittlich 115.000 US Dollar pro Jahr. Wir schätzten, dass Unternehmen Bedarf haben und massiv in den Aufbau von Talenten investieren. Es lag nahe, eine eLearning-Plattform für die Berufsfelder Data Analyst, Data Engineer und Data Scientist zu entwickeln.“ Im Mai 2017 gründeten sie in Berlin die StackFuel GmbH. Unterstützt wurden Leo Marose und Stefan Berntheisel durch ein EXIST Gründerstipendium über die FU Berlin. Das Team von StackFuel besteht heute aus acht Vollzeitkräften. Wettbewerb gibt es im deutschen Online-Segment kaum: Aktuell sind Weiterbildungen in dem Bereich Big Data, Data Science und Marketing Analytics ortsgelunden. Sie sind darüber hinaus teuer und finden in Präsenzseminaren statt. Online-Angebote beschränken sich eher auf die Theorie und auf bestimmte Technologien, nicht aber auf die Praxis und auf die entsprechende Hands-on-Erfahrung.

Dementsprechend gut sind die Zukunftsaussichten des Start-ups.

Noch zielt das Angebot auf B2B-Kunden ab. Zu einem späteren Zeitpunkt ist es auch angedacht, das Angebot für Privatanwender zu öffnen. Die Firmen kaufen Kontingente für ihre Mitarbeiter ein, oder sie bezahlen pro gebuchter Weiterbildung. Das Geschäft ist vergleichbar mit einem Seminarangebot von klassischen Offline-Anbietern. Da die Programme allerdings online ablaufen, lässt es sich beliebig skalieren. „Als Start-up steht man immer gerade noch am Anfang beziehungsweise vor der nächsten Herausforderung. Anfangs galt es, sich neu ins eLearning einzuarbeiten. Dann ging es um die Finanzierung und darum Mitarbeiter zu finden: Jetzt sind wir dabei, das Kursangebot deutlich auszuweiten“, schildert Leo Marose. StackFuels Ziel ist es, innerhalb der kommenden drei Jahre der führende europäische Weiterbildungsanbieter im Bereich Data Analytics zu sein.

### Userlane

Zu lernen, wie man eine neue Software bedient, kann sehr zeit- und nervenaufreibend sein. Ins Auto zu steigen und sich vom Navi leiten zu lassen, ohne sich zuvor um den Weg zum Ziel kümmern zu müssen, ist dagegen so bequem, dass es die drei Freunde Felix Eichler, Hartmut Hahn und Kai Uhlig inspirierte, das Bedienen neuer Software ebenfalls in solch ein interaktives Learning-by-doing-Erlebnis zu verwandeln: 2015 gründete das Trio dafür in München Userlane. Heute beschäftigt das Unternehmen 30 Mitarbeiter. Userlane entwickelte und vertreibt das innovative Navigationssystem Userlane. Damit erstellen Unternehmen auf einem denkbar einfachen Weg Bedienungsanleitungen für ihre Software. Damit löst Userlane ein Kernproblem moderner Unternehmen: Um zukunftsfähig zu sein, müssen diese digitalisieren. Und die Mitarbeiter müssen folglich lernen, mit Software umzugehen.

Anzeige



## WIR FÖRDERN ANFÄNGER UND ETABLIERTE

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern unterstützen wir Zukunftspläne junger Firmengründer genauso wie Vorhaben erfahrener Unternehmer. Gerne beraten wir Sie kostenfrei, wie Sie unsere Fördermöglichkeiten voll nutzen können. Tel. 0800 - 21 24 24 0



Userlane wurde 2015 von Felix Eichler, Hartmut Hahn und Kajetan Uhlig gegründet mit dem Ziel, dass Anwender künftig Software nicht mehr mühsam erlernen müssen, sondern durch interaktives Learning-by-Doing direkt damit arbeiten können

Mitarbeiterschulungen sind aber teuer und zeitaufwendig. Die Technologie von Userlane assistiert den Nutzern bereits während sie die noch unbekannte Software anwenden: „Die Kerninnovation liegt darin, dass Anwender Schritt-für-Schritt-Anleitungen in der echten Software erhalten und damit dort lernen, wo sie auch bedienen. Alles, was sie tun müssen, ist, den am Bildschirm aufpoppenden Anweisungen zu folgen.“ Das klassische Software-Schulungssystem wird dadurch ersetzt. Deshalb ist der Einsatz der Userlane-Technologie extrem kostengünstig, zeitsparend und sicher. „Die Lernerfolge mit Userlane sind deutlich größer als die Lernerfolge, die Mitarbeiter mit klassischen Videotutorials, Präsenzs Schulungen und FAQ-Listen haben“, erklärt Kai Uhlig, der ursprünglich Rechtswissenschaften an der Uni Passau studierte und vom Thema eLearning fasziniert ist. Das erfolgreiche Unternehmen ist bootstrapped. „Wir haben während der Findungsphase laufend nebenbei gearbeitet. Wir hatten das Glück, dass wir unsere Expertise zu Geld machen konnten: Felix Eichler studierte Computer Science and Games Engineering, Hartmut Hahn dagegen Betriebswirtschaft.“

Seit dem Markteintritt entwickelte das Start-up sein Software-Navi außerdem Hand in Hand mit den ersten zahlenden Kunden: „Das gab uns einen ungeheuren Vertrauensvorschuss. Außerdem führte das dazu, dass wir später namhafte Investoren an Bord holen konnten.“ Userlane vertreibt seine Technologie zu

individuell an die Kunden angepassten Preisen. Parameter für die Investitionssumme, die ein Unternehmen benötigt, sind zum Beispiel: In wie viele Softwarelösungen soll die Software eingebunden werden und wie viele Mitarbeiter sollen geschult werden? Der Markt des Unternehmens birgt noch sehr viel Potenzial und kann durchaus die Arbeitswelt revolutionieren. Kai Uhlig: „Ich wäre ein schlechter Unternehmer,

tät. Die Folge: Der Laie kauft die Katze im Sack. Das brachte die Bremerin Anke Felbor 2014 auf die Idee, Learn Now zu gründen: Learn Now ist eine unabhängige Weiterbildungsdatenbank. Was allein noch nichts besonderes ist. Doch Anke Felbor und ihr Expertenteam prüfen zunächst eine Online-Weiterbildung auf Herz und Nieren. Passt alles? Der Dozierende, die Lernumgebung, die Videoqualität? Besteht eine Weiterbildung den mehrstündigen Qualitäts-Check, schreibt der Testende eine Rezension? Erst dann geht die Weiterbildung online. Dieser Qualitätstest und die Rezension machen Learn Now einzigartig. „Dabei lassen sich Onlinekurse prima testen. Ihre Qualität bleibt immer auf dem gleichen Niveau“, sagt Anke Felbor, die Marketing, Informationsmanagement und Psychologie studierte. Learn Now hat sich Klasse statt Masse zum Ziel gesetzt: Pro Thema empfiehlt die Plattform höchstens zwei Kurse. Diese bewertete die Redaktion zuvor im Test mit sehr gut.

Die Zielgruppe bilden Kleinunternehmen, deren Personalreferenten und Angestellte. „Beliebt sind Excel, Englisch,

## » Die deutsche Learning-Solutions-Branche ist stark fragmentiert. «

Beate Bruns, time4you GmbH

wenn ich die Konkurrenz nicht fürchten würde. Gerade deshalb investieren wir in Marktvorteile, die nur sehr schwer einholbar sein werden, wie Machine Learning.“

### B2C-START-UPS

#### Learn Now

In Deutschland ist der Markt für Seminare enorm. Es gibt aktuell ca. 22.000 Seminaranbieter mit mehr als 100.000 Kursen. Darunter die passende Weiterbildung zu finden ist mühsam: Datenbanken für Seminare helfen das Angebot zu ordnen. In ihnen sortiert der Nutzer sich Angebote nach verschiedenen Kriterien. Er wählt dabei zwischen Thema, Ort oder Datum. Jedoch bieten diese Datenbanken keinen Vergleich der Quali-

Design Thinking und Soziale Medien“, meint Anke Felbor. Learn Now ist bootstrapped. Das Start-up finanziert sich über Provisionen und Gelder für Klicks. Darüber hinaus über Honorare, wenn persönliche Beratung gefragt wurde. Die angebotenen Kurse kosten zwei bis vierstellig für ein richtiges Fernstudium. Die Conversion Rate ist hoch und das macht die Plattform entsprechend attraktiv. Immer öfter sprechen Onlinekurs-Anbieter Anke Felbor an. Sie fragen, ob sie ihre Kurse prüft und weiterempfiehlt: „Was ich gern mache.“ Anke Felbor plant noch vielen Menschen hochwertige Online-Kurse erreichbar zu machen. Für die Zukunft sucht sie deshalb einen starken Partner: „Das kann ein Weiterbildungsträger sein, der noch kaum online unterwegs ist oder eine Karriere Seite.“

## Blinkist

In der App Blinkist lassen sich die Kernaussagen von über 2200 Bestseller-Sachbüchern in rund 15 Minuten pro Sachbuch lesen. Es gibt 22 Kategorien: zum Beispiel Geschäftsleitung und Mitarbeiterführung. Auf die Idee kamen Holger Seim, Niklas Jansen, Tobias Balling und Sebastian Klein vor sechs Jahren. Nach ihrem Studium merkten sie, dass sie im Beruf kaum Zeit für ihre Weiterbildung mit Büchern hatten. Das fand das lernbegeisterte Quartett schade. Sachbücher sind weltweit ein zentrales Medium für Fortbildung. 2011 kam gerade der App-Markt ins Rollen. Und viele Menschen lesen täglich auf ihrem Smartphone. Die Gründer überlegten, wie sie ein umfangreiches Sachbuch auf den Bildschirm eines kleinen Smartphones bannen.

Ganz klar: Die Aufmerksamkeit ist beim Smartphone kürzer als beim Lesen eines Buches. Sie entschieden, beliebte Sachbücher auf wenigen Seiten zusammenzufassen. Diese selbst geschriebenen Seiten planten sie in einer App zu veröffentlichen. Zuerst testeten die Gründer ihre Idee im Bekanntenkreis. Die Rückmeldung war durchweg gut. Deshalb fassten die jungen Männer Mut: Sie gründeten 2012 in Berlin Blinkist. Das konkrete Ziel: Sachbücher-Bestseller innerhalb einer App auf fünf Seiten im Kern zusammenzufassen. Darüber hinaus sollten sie innerhalb von 15 Minuten zu lesen oder zu hören sein. Um ihre Geschäftsidee zu finanzieren, entwarfen die vier einen Geschäftsplan. Mit diesem Plan warben sie Risikokapital ein und starteten. Bald stand Blinkist auf eigenen Füßen. Heute hat das Start-up vier Mio. Nutzer. Sie können das Angebot kostenfrei testen oder abonnieren. „Unsere Umsätze aus den Abonnements sind sehr solide, wir wachsen und beschäftigen derzeit 60 Mitarbeiter“, erzählt Holger Seim. „Blinkist richtet sich viel in die USA und nach Großbritannien aus. Dort ist die Zahlungsbereitschaft für digitale Inhalte derzeit größer als in Deutschland.“

Das große Ziel ist es, die global führende Marke für lebenslanges Lernen zu werden. Holger Seim schätzt es, von den Nutzern begeistertes Feedback zu

erhalten: „Sie schreiben uns, dass sie durch Blinkist auf Ideen und Denkanstöße kommen, die ihnen im Leben helfen.“ Mit ihrem Start-up kamen auf die Gründer Holger Seim und seine Studienkollegen viele neue Herausforderungen zu: „An der Uni und in festen Berufen lernt man nicht, wie man ein Unternehmen aufbaut, eine App entwickelt und diese mit wenig Geld vermarktet. Aber wenn ein Gründer dran bleibt und den gesunden Menschenverstand einsetzt, klappt das.“

## karriere tutor

Seit 2015 kann man sich beim Königssteiner Start-up karriere tutor® online beruflich weiterbilden und international anerkannte Zertifikate modern per eLearning erwerben. Karriere tutor unterstützt seine Absolventen außerdem intensiv bei der Suche nach dem Traumjob. Auf ihre Geschäftsidee kamen die Gründer Andrea Fischer und Oliver Herbig durch die eigene Jobbiografie. „Wir arbeiteten jahrelang in verschiedenen Positionen im Bereich der beruflichen Weiterbildung. Darüber hinaus bildeten wir uns selbst immer wieder neben dem Beruf beruflich weiter“, erzählt Oliver Herbig. Weiterbildung ist oft ein Massengeschäft. Bei Oliver Herbig und Andrea Fischer steht dagegen der Mensch mit seinen individuellen Bedürfnissen im Mittelpunkt. Das Lernen erfolgt digital über eine rund um die Uhr verfügbare Lernplattform.

Die Kursthemen umfassen neben den fachlichen Bereichen Betriebsführung, Marketing, IT & Projektmanagement und Vertrieb auch die Persönlichkeitsentwicklung und soziale Kompetenz. Alle Kurse liegen preislich zwischen 800 Euro bis 8000 Euro aufwärts. Einige Teilnehmer zahlen ihre Weiterbildung selbst. Ansonsten finanzieren die Arbeitgeber bzw. die öffentliche Hand die Kurse ganz oder teilweise. Jeder Kurs besteht aus Online-Lerneinheiten und aus dozentengeführten Lerneinheiten. Das Start-up achtet darauf, dass die Dozenten allesamt praxiserfahrene Experten ihres Faches sind. Darüber hinaus betreut das Start-up seine Teilnehmer intensiv persönlich. Das junge Unternehmen ist bootstrapped. Oliver Herbig



Andrea Fischer und Oliver Herbig bieten mit karriere tutor u.a. Onlinekurse zu Betriebsführung, Marketing, Projektmanagement, Persönlichkeitsentwicklung oder sozialer Kompetenz

freut sich: „Im ersten Jahr nach der Gründung haben wir bereits einen Umsatz von drei Millionen Euro erzielt.“ 2017 lag das Umsatzziel bereits bei 5 Mio. Euro.

Der Erfolg kommt nicht von ungefähr. „Wir haben eine Abschlussquote von 95 Prozent. Und 86 Prozent der Teilnehmer finden schon während der Weiterbildung einen Job oder haben einen in Aussicht“, sagt Oliver Herbig. Gemeinsam mit ihrem akademischen Leiter Prof. Georg Adlmaier-Herbst bauen die Gründer die Bereiche Lehre, Forschung und Entwicklung künftig noch weiter aus. Prof. Adlmaier-Herbst ist Honorarprofessor und Scientific Director der Forschungsstelle Berliner Management Modell für die Digitalisierung (BMM) am Berlin Career College der Universität der Künste Berlin. Gemeinsam erforschen sie auch die Trends der Zukunft im Bereich Online-Lernen. Dazu gehören z.B. Augmented oder Virtual Reality. Außerdem arbeitet das Start-up an innovativen Methoden und Technologien, die das Lernen besser machen. <sup>SP</sup>

Ein Experten-Interview zum Thema eLearning und Chancen für Gründer lesen Sie auf [www.starting-up.de](http://www.starting-up.de). Den Link finden Sie in unserer aktuellen Linksammlung auf [www.starting-up.de/linksammlung01-2018](http://www.starting-up.de/linksammlung01-2018)

