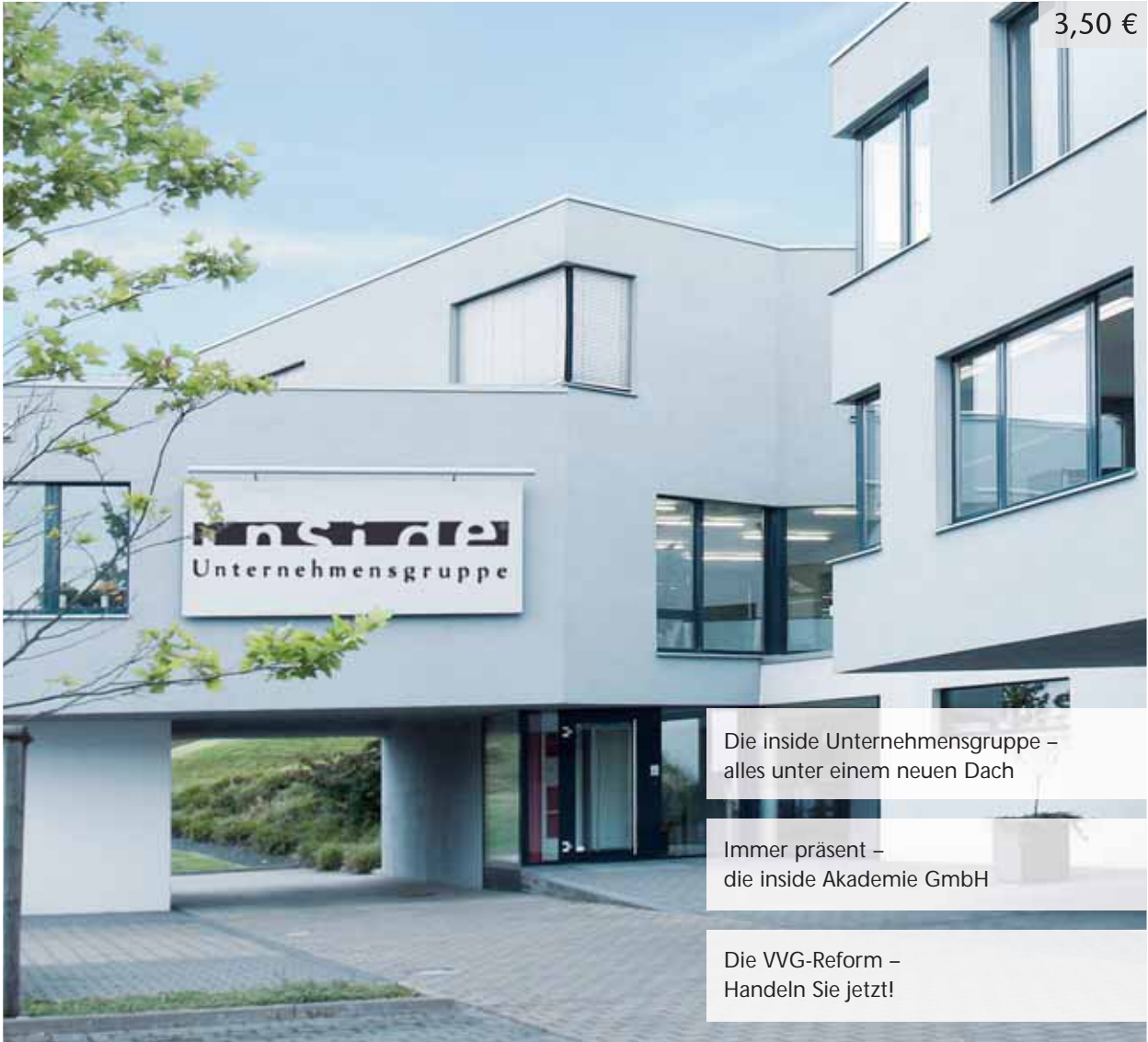


BLENDED!

Kundenzeitschrift der inside Unternehmensgruppe • Auf der Hülz 190 • 52068 Aachen • T +49 (0) 241.1 82 92-0

3,50 €



Die inside Unternehmensgruppe –
alles unter einem neuen Dach

Immer präsent –
die inside Akademie GmbH

Die VWG-Reform –
Handeln Sie jetzt!

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3	Mehr Effizienz durch neue Medien	24
Die inside Unternehmensgruppe – alles unter einem neuen Dach	4	Lernen mit Spaßfaktor – Lernspiele	26
Integrierte Unternehmenskommunikation	6	Das Stichwort ...	29
Immer präsent – die inside Akademie GmbH	10	Ruhestand – Luxus oder Armutsfalle	30
Erfolgreich Fachwissen trainieren	11	inside – outside	33
Web 2.0 – Segen oder Fluch?	14		
Die VVG-Reform – Handeln Sie jetzt!	18		
Die Pflegereform – ein Kompromiss?	22		

Impressum:

inside Unternehmensgruppe

Herausgeber:

inside Verlag für neue Medien GmbH
Auf der Hüls 190, 52068 Aachen
T +49 (0) 241.1 82 92-0
F +49 (0) 241.1 82 92-79
info@inside-online.de
www.inside-online.de

ISSN 1860-1898

Redaktion:

Anke Mourad (verantw. Redakteurin), Mathias Beenken,
Daniela Bergsch, Dr. Patrick Blum, Marcel Dübner,
Katja Gerards, Anke Hucke, Hae-Jung Kim, Anja Mayer,
Mario Scholz, Frank Schubert, Harald Steinkamp

Grafik:

inside Gesellschaft für Mediendesign und Kommunikation mbH

Druck:

Druckspektrum
gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier

Auflage:

2.500 Stück

Alle Rechte sind vorbehalten. Diese Zeitschrift darf mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers und Angabe der Quelle ganz oder teilweise reproduziert oder übertragen werden. Wir bitten um ein Belegexemplar.

Eine Haftung für die Richtigkeit der Veröffentlichung kann trotz Prüfung durch die Redaktion vom Herausgeber nicht übernommen werden. Gerichtsstand ist Aachen.

Vorwort



Dr. Patrick Blum



Marcel Dübner

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir freuen uns, Ihnen die 1. Ausgabe 2008 unserer Kundenzeitschrift BLENDED! zu präsentieren.

Das Jahr 2008 ist für uns ein ganz besonderes. Dafür gibt es zwei Gründe:

Nach dem Motto „Alles unter einem Dach“ finden Sie die inside Unternehmensgruppe jetzt an einem neuen Standort in Aachen, eine moderne Immobilie mit Raum für Denkarbeit und Freiraum für Begegnungen, die ideale Umgebung für Kreativität und Innovation.

Nach dem Motto „Alles aus einer Hand“ haben wir das Leistungsspektrum der inside Unternehmensgruppe komplettiert: Trainings, Seminare und Coachings gehören jetzt auch zu unserem Angebot, insbesondere für die Versicherungs- und Finanzwirtschaft. Und getreu dem inside Konzept der eigenständigen Leistungseinheiten wurde dieser Leistungsbereich in einer neuen Tochtergesellschaft gebündelt: der inside Akademie GmbH.

Lesen Sie mehr zu diesen Highlights in dieser Ausgabe. Neben diesen Beiträgen finden Sie auch Denkanstöße bei den Themen „Unternehmenskommunikation“ und „Erfolgreich Fachwissen trainieren.“ Aber auch Neues von der Rente und der VVG-Reform soll Ihr Interesse wecken.

Auch für diese Ausgabe haben wir uns bemüht, eine aktuelle und spannende Mischung aus Beiträgen zu den Themen Lernen, Versicherungs- und Finanzwirtschaft und inside für Sie zu finden, und wir denken, dass uns dies auch wieder gelungen ist.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Die inside Unternehmensgruppe – alles unter einem neuen Dach

Seit dem 01.01.2008 hat die inside Unternehmensgruppe einen neuen Unternehmenssitz.



Seit nunmehr 12 Jahren ist inside erfolgreich am Markt tätig. Als einer der führenden Anbieter Deutschlands im Bereich e-Learning und Blended Learning bietet die inside Unternehmensgruppe Full-Service-Lösungen von der Konzeption über die Realisation bis hin zur Evaluation von Bildungsmaßnahmen. Das Konzept der inside Unternehmensgruppe hat sich bewährt. inside ist immer so groß wie der Kunde es braucht. Die Unternehmen der inside Gruppe mit ihren jeweiligen Spezialgebieten agieren einzeln am Markt oder gemeinsam vereint unter dem Dach der Holding.

Architektur und Konzept

Das Konzept der inside Unternehmensgruppe spiegelt sich jetzt auch in der Architektur wider – alles unter einem Dach. Nach dem Wachstum der letzten Jahre und der damit verbundenen schrittweisen räumlichen Ausdehnung am bisherigen Standort wurde es immer schwieriger für die Unternehmen der inside Gruppe sich weiterzuentwickeln – dem Geist wurden räumliche Grenzen gesetzt. Am 29.06.2007 kaufte die inside Holding eine Immobilie, die architektonisch das Konzept der inside Unternehmensgruppe widerspiegelt: eigenständige Leistungseinheiten, vereint unter einem Dach.

Die Aussage der Architekten Nebel & Pössl „Wir wollten ein Haus bauen, in dem das Rationale dem Irrationalen begegnet, der effektiv arbeitende Geist der bewegten Seele“ spiegelt einen inside Leitgedanken wider: Kreativität und Innovation brauchen Zeit und Raum.



Denk- und Freiräume

Das neue Gebäude bietet für die Mitarbeiter ruhige Denkräume für konzentrierte Kopfarbeit und große Freiräume für Begegnungen und Gedankenaustausch.

Kurze, durch die Architektur vorgegebene Wege, zusammen mit einer modernen Netzwerktopologie ermöglichen direkte Kommunikation und einfachen Informationsfluss.

Der Einsatz einer ökologischen Gebäudetechnik mit elektronisch gesteuertem Sonnenschutz, Lüftungsanlage, raumakustischen Segeln und Betondeckentemperierung bietet optimale Bedingungen für Arbeit und Wohlbefinden.



Qualität, Kreativität und Innovation

Künftig empfangen wir unsere Kunden in einer offenen und hellen Raumgeometrie, einem idealen Platz für neue Ideen und Projekte.

Wir sind davon überzeugt, dass sich die neue Immobilie sehr positiv auf die Produkte und Dienstleistungen der inside Unternehmensgruppe auswirkt, vor allem in den Bereichen Qualität, Kreativität und Innovation.

Es ist noch Platz für Wachstum! Das Grundstück bietet neben einem großzügigen Angebot an Parkplätzen noch Gelegenheit, das jetzige Gebäude mit 1.500 m² Bürofläche um ein weiteres mit annähernd gleicher Größe zu erweitern.

Fazit

Für uns hat mit dem Kauf der Immobilie ein neues Kapitel in der inside Geschichte begonnen. Mit neuem Schwung und Elan treten die Geschäftsführung und die Mitarbeiter der inside Unternehmensgruppe den Herausforderungen der nächsten Jahre entgegen.

Besuchen Sie uns, wir empfangen Sie gerne.

Dr. Patrick Blum, Marcel Dübner



Integrierte Unternehmenskommunikation

Durch die veränderten Markt- und Kommunikationsbedingungen der modernen Medien- und Informationsgesellschaft werden Unternehmen mit völlig neuen Herausforderungen und Problemstellungen konfrontiert. Um den gestiegenen Anforderungen an die Unternehmenskommunikation gerecht zu werden, hat in den vergangenen Jahren das Konzept der integrierten Kommunikation immer mehr an Bedeutung gewonnen.

Unternehmen agieren heutzutage in einer immer komplexeren und von Veränderungen geprägten Umwelt. So haben zahlreiche gesellschaftliche, technologische und ökonomische Entwicklungen dazu geführt, dass sich die Markt- und Wettbewerbssituation immer stärker verschärft hat und der Kommunikation eine immer bedeutendere Rolle für den Unternehmenserfolg zukommt. Aber nicht nur ihre Umwelt, sondern auch die Unternehmen selbst werden immer komplexer und sind schnellerem Wandel unterworfen.

Unternehmenskommunikation ist nicht mehr reiner Selbstzweck, sondern hat sich zum unverzichtbaren Faktor für die Wertsteigerung eines Unternehmens und dessen Positionierung im Wettbewerb entwickelt.

Was ist eigentlich Unternehmenskommunikation?

Unter Unternehmenskommunikation versteht man die systematische und langfristige Gestaltung der Kommunikationsmaßnahmen eines Unternehmens mit seinen internen und externen Bezugsgruppen.

Ziel der Unternehmenskommunikation ist es, das Unternehmen bei diesen Bezugsgruppen bekannt zu machen und ein Vorstellungsbild der Unternehmenspersönlichkeit (Image) aufzubauen und kontinuierlich zu entwickeln.



Auch wenn die Begriffe häufig synonym verwendet werden, ist Unternehmenskommunikation nicht gleichzusetzen mit Marktkommunikation, da sich diese beiden Bereiche inhaltlich unterscheiden: Zentraler Inhalt der Unternehmenskommunikation ist die Unternehmenspersönlichkeit. Die Marktkommunikation (Marketing) beschäftigt sich in erster Linie mit den Produkten oder Leistungen des Unternehmens.

Unternehmens- und Marktkommunikation bedingen sich gegenseitig und bilden zusammen einen Kommunikations-Mix. Sie sollten daher aufeinander abgestimmt sein. Das Unternehmen und seine Leistungen sollen ganzheitlich wahrgenommen werden.

Bezugsgruppen des Unternehmens

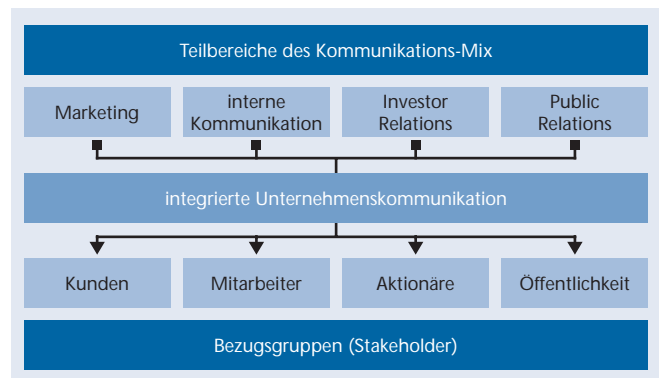
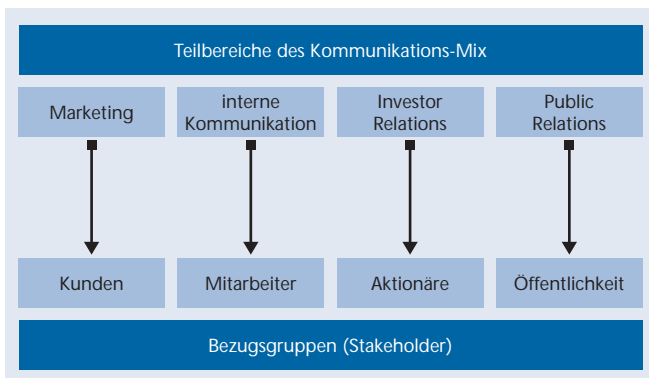
Ein Unternehmen steht mit unterschiedlichen Personen und Gruppen in Beziehung, die für die Erreichung der Unternehmensziele von Bedeutung sind. Es handelt sich dabei sowohl um Bezugsgruppen im Unternehmen selbst (Führungskräfte, Mitarbeiter etc.) als auch im Markt (Aktionäre, Kunden, Lieferanten etc.) und in der Gesellschaft (Journalisten, Behörden etc.).

Jede der Bezugsgruppen hat unterschiedliche Erwartungen, Interessen oder Ansprüche an das Unternehmen. Daher sind unterschiedliche Kommunikationsmaßnahmen mit unterschiedlichen Inhalten und Instrumenten erforderlich, um die Bedürfnisse der einzelnen Gruppen zu befriedigen.

Im sogenannten „Stakeholder-Ansatz“ (engl. stakeholder = Interessenvertreter, Anspruchsberechtigter) werden vier Bezugsgruppen unterschieden, die für die Unternehmenskommunikation von zentraler Bedeutung sind:

- Kunden
- Mitarbeiter
- Aktionäre
- Öffentlichkeit

Entsprechend werden vier Teilbereiche des Kommunikations-Mix unterschieden, die sich an die jeweiligen Bezugsgruppen richten.



Konzept der integrierten Unternehmenskommunikation

Die verschiedenen Teilbereiche des Kommunikations-Mix wurden lange Zeit als mehr oder weniger eigenständige Instrumente angesehen und daher unabhängig voneinander durchgeführt. Dadurch konnte es aufgrund fehlender Abstimmung unter Umständen zu inkonsistenten oder sogar widersprüchlichen Botschaften an die verschiedenen Bezugsgruppen kommen und somit wurde kein einheitliches Unternehmensbild vermittelt.

Die zunehmende Ähnlichkeit und Austauschbarkeit von Produkten und Dienstleistungen sowie die wachsende Komplexität von Unternehmen und Märkten führten zur Orientierungslosigkeit der Bezugsgruppen eines Unternehmens. Hinzu kamen eine Reiz- und Informationsüberflutung durch ein ständig wachsendes Medienangebot sowie ein Wertewandel in der Gesellschaft. Die Notwendigkeit professioneller und wirksamer Kommunikation, die das Unternehmen nachhaltig im Bewusstsein der Bezugsgruppen verankert, hat daher immer stärker an Bedeutung gewonnen.

Damit das Unternehmen von den relevanten Bezugsgruppen wahrgenommen, erkannt und letztendlich gegenüber Mitbewerbern bevorzugt wird, ist eine in sich stimmige Kommunikation mit deutlichen und wiedererkennbaren Botschaften erforderlich. Diese Erkenntnis hat in den 90er-Jahren zum Konzept der integrierten Unternehmenskommunikation geführt.

Grundidee der integrierten Unternehmenskommunikation ist, alle Kommunikationsaktivitäten des Unternehmens so aufeinander abzustimmen, dass den Bezugsgruppen ein widerspruchsfreies, einheitliches Gesamtbild vom Unternehmen und seinen Leistungen vermittelt wird. Dabei geht es darum, dass alle Bezugsgruppen die gleiche Kernbotschaft erhalten, jedoch immer angepasst an ihre jeweiligen Informationsbedürfnisse und mit den passenden Kommunikationsmaßnahmen und -instrumenten.

Ziele und Vorteile der integrierten Kommunikation

Integrierte Unternehmenskommunikation verfolgt in erster Linie folgende Ziele:

- einheitliches Unternehmensbild vermitteln
- stärkere Konzentration der Kommunikation
- Synergieeffekte beim Einsatz der verschiedenen Kommunikationsinstrumente nutzen
- Marktwert aufbauen bzw. erhalten
- Differenzierung und Positionierung im Wettbewerb

Daraus ergeben sich für das Unternehmen folgende Vorteile:

- stärkere Wirkung der Kommunikationsinstrumente durch Abstimmung aufeinander
- Kostenreduzierung durch Nutzung von Synergieeffekten
- erhöhte Motivation und Identifikation der Mitarbeiter
- Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung zu den externen Bezugsgruppen
- nachhaltige Unternehmenswertsteigerung

Um die genannten Ziele und Vorteile zu erreichen, ist eine sorgfältige Analyse, Planung, Steuerung und Kontrolle aller Kommunikationsaktivitäten notwendig.

Dimensionen der Integration

Die Integration der einzelnen Kommunikationsmaßnahmen erfolgt in mehreren Dimensionen:

- inhaltlich: thematische Abstimmung der Kommunikationsaktivitäten durch einheitliche Botschaften, Slogans, Bilder etc. – jeweils ausgerichtet an den Bedürfnissen der Zielgruppe
- formal: einheitliche Gestaltungsrichtlinien, Corporate Design (Logo, Farbgebung, Schriftart etc.)
- zeitlich: zeitliche Abstimmung der Kommunikationsmaßnahmen

- instrumentell:
Abstimmung der zur Verfügung stehenden Kommunikationsinstrumente auf einen ausgewogenen Mix
- organisatorisch:
gemeinsames Kommunikationskonzept für alle Beteiligten, aus dem sich Aufgaben und Entscheidungen ableiten lassen

Hindernisse in der Praxis

Die Bedeutung und Notwendigkeit integrierter Unternehmenskommunikation ist vielen Unternehmern durchaus bewusst. Die Umsetzung in der Praxis gestaltet sich jedoch häufig problematisch, da die notwendigen Voraussetzungen im Unternehmen fehlen und verschiedene Hindernisse kontraproduktiv auf die Integration wirken:

Konzeptionelle Hindernisse:

- fehlende Zielformulierung
- fehlendes Kommunikationskonzept
- falsche Zielgruppendefinition
- fehlende Erfolgskontrolle

Organisatorische Hindernisse:

- getrennt organisierte Kommunikationsfunktionen im Unternehmen
- fehlende Abstimmungs- und Entscheidungsregeln
- fehlende Koordination und Steuerung der Einzelaktivitäten

Personelle Hindernisse:

- zu starkes Abteilungsdenken, zu geringes Denken in Gesamtzusammenhängen, Kompetenzgerangel
- fehlende Ausrichtung an gemeinsamer Aufgabe
- fehlende Kenntnisse und Techniken zum koordinierten Einsatz der Einzelmaßnahmen

Voraussetzungen im Unternehmen

Um diese Hindernisse zu überwinden und das Konzept der integrierten Unternehmenskommunikation erfolgreich im Unternehmen zu etablieren, müssen die notwendigen Voraussetzungen geschaffen werden:

- Grundlage ist ein Kommunikationskonzept, das sich an den Unternehmenszielen und der Unternehmenspersönlichkeit (Corporate Identity) orientiert. Dieses Konzept regelt und ermöglicht das abgestimmte Handeln aller Beteiligten.
- Durch geeignete Personalauswahl ist sicherzustellen, dass die Verantwortlichen über das notwendige Fachwissen verfügen, um die Bedeutung der Kommunikation für das Unternehmen und die Gesamtzusammenhänge zu erkennen.
- Die Organisationsstrukturen im Unternehmen müssen eine intensive Kooperation zwischen den Beteiligten sicherstellen. Dazu ist nicht zwangsweise eine strukturelle Zusammenlegung aller mit Kommunikationsmaßnahmen beauftragten Abteilungen notwendig. Interdisziplinäre Teams, effektives Projektmanagement oder Netzwerke können ausreichend sein, um Austausch und Abstimmung zu gewährleisten.
- Durch geeignete Prozesse müssen der Einsatz und die Abstimmung aller Instrumente sowie die zielgerichtete Koordination und Kontrolle sichergestellt werden.
- Der gemeinsame Zugriff auf das Kommunikationskonzept, die Materialien und Informationen ist durch eine funktionierende IT-Infrastruktur sicherzustellen.
- Integrierte Unternehmenskommunikation erfordert Teamarbeit, guten Informationsfluss zwischen den Beteiligten, das Teilen von Wissen und Fähigkeiten.



Fazit

Integrierte Unternehmenskommunikation ist eine komplexe Managementaufgabe, die professionelle Steuerung und Koordination sowie entsprechende organisatorische und strukturelle Gestaltungsmaßnahmen im Unternehmen erfordert. Nutzen und Erfolg sind nicht sofort sichtbar. Bei professioneller Planung, Organisation und Durchführung wird sich mittel- bis langfristig jedoch eine optimierte Kommunikationswirkung und damit eine Wertsteigerung des Unternehmens einstellen.

Sollten die notwendigen Voraussetzungen im eigenen Unternehmen (noch) nicht erfüllt sein, spricht nichts dagegen, externe Unterstützung durch Agenturen oder Dienstleister in Anspruch zu nehmen.

Die inside Unternehmensgruppe – insbesondere die inside Gesellschaft für Mediendesign und Kommunikation – kann Ihnen als kompetenter und professioneller Partner zur Seite stehen. Die inside Spezialisten bieten Ihnen die notwendigen Kompetenzen und Fähigkeiten, die bei integrierter Kommunikation gefordert sind:

- Kompetenz in Unternehmenskommunikation
- strategische Konzepte – angepasst an Ihre Bedürfnisse
- kreative Umsetzung der operativen Maßnahmen
- Know-how in der Wissensvermittlung
- Teamfähigkeit
- Methodenkompetenz
- Projektmanagement

Anja Mayer

Quellennachweis:

[1] Bruhn, Manfred: Integrierte Unternehmenskommunikation.

Verlag Vahlen 1995

[2] Herbst, Dieter: Praxishandbuch Unternehmenskommunikation.

Cornelsen Verlag 2003

[3] Gutermann, Siegfried; Helbig, Michel: Konkurrenz oder Ergänzung

– wie die Internet-Öffentlichkeit die Kommunikation verändert! In:

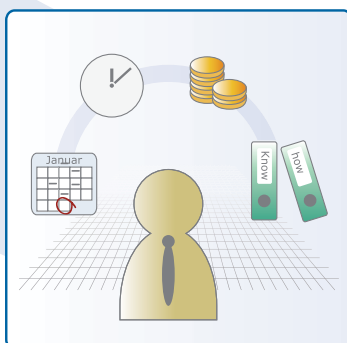
Rolke, Lothar; Wolf, Volker (Hrsg.): Der Kampf um die Öffentlichkeit.

Luchterhand-Verlag 2002



- e-Learning-Konzept
- Blended Learning-Konzept
- Train-the-trainer-Schulung
- Schulung Agenturmanagement

SiVersA – Die ideale Unterstützung für Versicherungsunternehmen und -makler



Online-Planspiel SiVersA – Simulation einer Versicherungsagentur – zur Aus-, Fort- und Weiterbildung im Bereich Agenturmanagement

Leiten Sie eine Versicherungsagentur! Ohne Risiko!

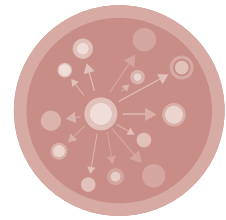
- Erkennen Sie betriebswirtschaftliche und versicherungsfachliche Zusammenhänge.
- Planen und organisieren Sie Ihren Agenturalltag.

Lernen Sie durch Erfahrung: risikolos im Zeitraffer mit Spaß durch „trial and error“.

Ansprechpartner: Dr. Patrick Blum
E-Mail: blum.patrick@inside-online.de

inside

Immer präsent – die inside Akademie GmbH



Zum 01.01.2008 wurde die inside Akademie GmbH gegründet. 

Die inside Akademie unter der Leitung von Frau Sabine Wiechmann komplettiert unser Blended Learning-Angebot an Sie und bietet Ihnen für Ihre Aus- und Weiterbildung einen strategischen Erfolgsfaktor durch eine individuelle Unterstützung in den Bereichen Training, Seminare, Coaching und Beratung.

Frau Wiechmann bringt ihre langjährigen Erfahrungen und Kompetenzen aus der Versicherungsbranche in die neue Gesellschaft ein.

Sie hat viele Jahre selbst erfolgreich eine Versicherungsagentur geleitet, wechselte dann in die Führungsebene des Versicherungsaußendienstes und sammelte einige Jahre Erfahrung als Trainerin im Bereich der Aus- und Weiterbildung eines großen Versicherungsunternehmens.

Warum eine Akademie?

Unser Alltag unterliegt immer schneller werdenden Veränderungsprozessen. Um diese erfolgreich zu gestalten, bildet der Bereich e-Learning eine wichtige Komponente, um flexibel zu lernen und Wissen immer aktualisiert abrufbar zu halten.

Dieses Wissen mit Begeisterung zu erlernen, es anschließend in die tägliche Arbeit einzugliedern, es dann erfolgreich „in die Praxis umzusetzen“ – das möchte unsere Akademie begleiten.

Unsere Philosophie

Hoher und individueller Bildungsstandard in der Kombination aus Theorie und Praxis, durch ein ganzheitliches Konzept und optimale Bedingungen.

Hierfür steht Frau Wiechmann mit ihrer umfassenden Praxiserfahrung, sie „versteht“ die Gedankenspiele und Emotionen aller Beteiligten und lässt diese in die Konzeption der individuellen Bildungsszenarien einfließen. Damit optimieren wir die Erfolge im Bereich Ihrer Unternehmensplanung.

Um Erfolge zu erzielen, brauchen wir Unterstützung, Motivation und das behutsame Heranführen an neue Lernmethoden und Lernmedien, frei nach dem Motto: „Nur wer selbst brennt, kann Feuer in anderen entfachen!“ (Aurelius Augustinus)

Ein kompetentes Trainernetzwerk von ausgesuchten Trainern mit großer Praxiserfahrung wird die Durchführung der Präsenz-

trainings in Ihren Unternehmen begleiten und unterstützen, damit sichern wir einen hohen Qualitätsstandard.

Unsere Besonderheit

Die Besonderheit der inside Unternehmensgruppe besteht nun darin, Ihnen ein komplettes Blended Learning-Konzept aus einer Hand anzubieten – von der Technologie über die Medien bis hin zum Training. So können wir Ihre Wünsche und Vorstellungen je nach individuellem Bildungsbedarf durch unsere Kompetenzen komplett oder aber durch die Implementierung einzelner Kompetenzbausteine umsetzen.

Zur Hinführung der Teilnehmer an die jeweilige Bildungsmaßnahme sowie zur Umsetzung in die Praxis bieten wir Ihnen nun unsere Präsenztrainings, entweder direkt für Ihre Teilnehmer oder aber Sie nutzen unser Angebot train-the-trainer.

Einige unserer Leistungen im Überblick

- Ausbildung Versicherungsfachmann-/frau (IHK)
- Verkaufstrainings zur VVG-Reform
- Verkaufstrainings für individuelle Themenbereiche Ihres Unternehmens
- Telefontraining
- Führungskräfteentwicklung
- Kommunikationstraining
- Zeitmanagement
- Agenturführung mit dem Online-Planspiel „SiVersA“
- Partnerschaft – privates und berufliches Miteinander! Chance oder Risiko?

Innovationsvorsprung

Nutzen Sie unsere Kompetenzen als Lernkultur für Ihre Personalentwicklung zur Aus- und Weiterbildung, von der Beratung und Konzeption über Trainings und „train-the-trainer“-Module bis hin zu der gesamten Gestaltung und Durchführung von individuellen Bildungsszenarien.

Dr. Patrick Blum, Marcel Dübner

Erfolgreich Fachwissen trainieren

Der Beamer läuft langsam heiß und nach 564 Folien in 3 Stunden Lehrvortrag schaltet selbst der aufmerksamste Teilnehmer ab. Da muss es doch noch etwas anderes geben ...

Welche Fragen sollte sich ein erfolgreicher Fachtrainer im Hinblick auf die Methodenauswahl stellen?

Jeder, der sich schon einmal die Beurteilungen eines Seminars angeschaut hat, weiß, dass erfolgreiches Training nicht nur von der Person des Dozenten und seinen fachlichen, sozialen und methodischen Fähigkeiten abhängt, sondern auch von der Seminarumgebung, den anderen Teilnehmern, den Einwirkungen aus der Organisation, dem Rahmenprogramm und – last but not least – dem leiblichen Wohl. Trotzdem haben Trainer (zum Glück) einen ganz entscheidend Einfluss auf die Qualität eines Seminars.

Gerade bei Fachseminaren steht der Trainer vor der leidigen Frage: Wie vermittele ich mein Fachwissen gewinnbringend, ohne mal wieder die altbekannte „Folienschlacht“ hinzulegen?

Entscheidend ist, dass sich der Trainer bei der Suche nach der richtigen Methode immer wieder die klassischen Fragen der Methodenauswahl stellt:

- Wer sind meine Teilnehmer?
- Was ist das Ziel meines Seminars?
- Was traue ich mir zu, wie will ich vermitteln, was bin ich für ein Trainer?
- Was ist das Thema meines Seminars?
- Unter welchen Rahmenbedingungen findet mein Seminar statt?
- Wie möchte ich die Anwendung des Gelernten sicherstellen?



Die Teilnehmer

Es ist oftmals verführerisch, ein bereits erprobtes Seminar-konzept immer und immer wieder einzusetzen. Da weiß der Trainer, wo es langgeht, er kann die Zeit einschätzen, die er benötigt, und fühlt sich rundherum sicher. Doch sich von Zeit zu Zeit aufzuraffen, das Konzept noch einmal zu überdenken und sich wirklich vor jedem Seminar die Teilnehmerliste anzuschauen und zu Beginn eines Seminars eine Erwartungs-abfrage durchzuführen, kann die Qualität des Lernens nur steigern.

Denn auch wenn ein Trainer immer den gleichen Inhalt schult, so ist doch jedes Seminar anders. Der Trainer tritt immer wieder anderen Menschen mit anderen Vorerfahrungen, Haltungen und Erwartungen an das Seminar gegenüber.

Auch wenn der Grundsatz bereits alt ist und oft gehört wurde, so hat er doch immer noch Gültigkeit: Der Trainer sollte den Teilnehmer da abholen, wo er steht.

Und das kann er nur dann, wenn er sich immer wieder neu auf die Teilnehmergruppe einstellt und sein Konzept auch methodisch an der ein oder anderen Stelle etwas abändert.

Bezogen auf die Methodik sollte sich der Trainer auch immer wieder die Frage stellen, ob er für die verschiedenen Lerntypen (visuell, auditiv, kinästhetisch) entsprechende Zugänge zum vermittelten Gegenstand bietet. Sicherlich treten diese Lerntypen in der Praxis nicht in Reinform auf und der Anspruch, alle Lerntypen jederzeit zu jedem Thema zu befriedigen, ist etwas weit hergeholt. Doch je vielfältiger der im Training eingesetzte Methodenmix ist, desto höher ist auch die Chance möglichst viele Teilnehmerlerntypen zu erreichen. In diesem Zusammenhang spielt auch der Einsatz verschiedener Medien eine entscheidende Rolle.

Das Ziel

Kennen Sie die auch, die Geschichte vom Seepferdchen, das mit sieben Talern sein Glück suchte, allerdings nicht wie der bekannte „Hans“ bei der Mutter, sondern im Rachen eines Hais landete? Vielleicht hat sie Ihnen ja mal ein Trainerkollege erzählt.

Die Moral der Geschichte ist leicht zu erraten: Das Seepferdchen wollte sicher nicht im Rachen des Hais landen, hatte aber ein eher unbestimmtes Ziel – „das Glück suchen“.

So kann es dem Trainer im Training auch leicht ergehen. Alles war so gut vorbereitet und verfehlte doch leider knapp das Ziel ...

Ziele zu formulieren ist eine hohe Kunst, sie schaffen aber für alle Beteiligten Klarheit darüber, was am Ende eines Bildungsprozesses erreicht sein soll. Daher ist die erste Pflicht am Anfang des Bildungsprozesses: Lernziele formulieren. Nur so können Tests generiert werden, nur so kann im Rahmen der Evaluation entschieden werden, ob das Seminar im Sinne der Zielerreichung erfolgreich war.

In Bezug auf die Methodenauswahl stellt sich dem Trainer die Frage: Welche Methode setze ich ein, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen? Dabei ist die Auswahl der Methode unter anderem abhängig von der festgelegten Lernzieltaxonomie.

Als Faustregel kann gelten, je höher die Taxonomiestufe (Kennen, Anwenden, Interpretieren), desto teilnehmerbezogener sollte die Methode sein (z.B. Vortrag, Lehrgespräch, Übung, Diskussion).

Der Trainer

Ein Erfolgsfaktor eines Trainers ist seine Authentizität. Er sollte sich immer wohl und sicher fühlen mit seinen Methoden. Ist er von einer Methode überzeugt, wird er auch die Teilnehmer überzeugen. Wichtig ist, dass bei der Planung eines Fachseminars erst einmal keine Methode ausgeschlossen wird. Um das eigene Wissen über Methoden zu erweitern, lohnt es sich, die ein oder andere Methode neu auszuprobieren und dann zu entscheiden, ob diese in das eigene Methodenrepertoire aufgenommen wird. Geht es in die Feinplanung des Seminars, sollte der Trainer darauf achten, dass ein Wechsel in den Methoden gegeben ist. Abwechslung erhöht die Aufmerksamkeit und sorgt für lernbereite Teilnehmer.

Das Thema

Natürlich spielt auch die fachliche Sattelfestigkeit des Trainers eine entscheidende Rolle für den Erfolg eines Fachseminars. Daher sollte (theoretisch) immer ausreichend Zeit für die fachliche Vorbereitung eingeplant werden, auch wenn der stressige Arbeitsalltag dies eigentlich zeitlich gar nicht zulässt. Auch wenn der Trainer ein Thema nicht zum ersten Mal schult, sollte er sich immer wieder darüber informieren, ob es nicht eine Neuerung gibt, die für die Teilnehmer wichtig ist und in sein Seminarkonzept passt.

Bezüglich der verwendeten Methoden gibt es verschiedene Auswahlkriterien. Eins kann der Schwierigkeits- und Bekanntheitsgrad des Themas sein. Handelt es sich um ein Thema, welches sehr erklärungsbedürftig ist und bei dem die Teilnehmer

wenig Vorwissen haben, kann der Trainer mit einem Vortrag in das Thema einsteigen und diesen dann im weiteren Verlauf durch Methoden intensivieren, welche die Teilnehmer stärker einbinden, z.B. eine Gruppenübung.

Die Rahmenbedingungen

Der Einsatz unterschiedlicher Methoden bedingt ganz unterschiedliche technische und organisatorische Rahmenbedingungen. Zu den Rahmenbedingungen zählen die Dauer des Seminars, die Tageszeit, die Räumlichkeiten inklusive der Sitzordnung, die vorhandenen Medien und Unterrichtsmaterialien und die Gruppengröße und -zusammensetzung. In der täglichen Trainingspraxis hat der Trainer oftmals wenig Einfluss auf die Rahmenbedingungen. Das Seminarhotel steht fest, die Gruppengröße und -zusammensetzung wird vom Auftraggeber festgelegt und auch die Dauer des Seminars ist fix.

Innerhalb der festgelegten Punkte bleibt dem Trainer jedoch genügend Spielraum zur eigenen Gestaltung.

So lässt sich z.B. bei zu großer Personenzahl für eine bestimmte Übung die Gruppe teilen und auch bei größeren Gruppen ist der gemischte Einsatz der unterschiedlichen Sozialformen (Plenum, Gruppen- oder Einzelarbeit) möglich. Streng einzuhalten Zeitabläufe sollten nicht die Methodenvielfalt belasten, sondern es sollte überlegt werden, ob Inhalte priorisiert werden können. Auch die Tageszeit spielt eine Rolle bei der Methodenwahl. Sind Ihre Teilnehmer erst einmal nach dem Mittagessen im „Schnitzelkoma“ gefangen, holen Sie diese mit einem Vortrag bestimmt nicht wieder ins Geschehen zurück!



Die Anwendung des Gelernten

Ob ein Seminar erfolgreich war, zeigt sich in der Praxis. Das kann zum einen der tägliche Arbeitsalltag sein oder die Prüfung, die am Ende einer Seminarreihe steht. An dieser Stelle wird sich zeigen, ob im Vorfeld durch den Trainer möglichst viel dafür getan wurde, die Anwendung des Gelernten zu erleichtern. Das fängt mit realitätsnahen und exakt formulierten Lernzielen an, geht über eine entsprechende Motivation der Teilnehmer und schließt Methoden, die Lernen und Anwendung von Gelerntem begünstigen, mit ein. Klar ist, je mehr „Realität“ der Trainer im Seminar erzeugen konnte, desto leichter wird es dem Teilnehmer fallen, dies in die Praxis zu übertragen. Methodisch schließt dies unbedingt Übungen im Seminar mit ein. Hilfreich für den Teilnehmer sind darüber hinaus im Seminar initiierte Lernpartnerschaften oder das Angebot des weiteren Coachings (z.B. telefonisch) durch den Trainer.

Fazit

Methodenmix und Methodenwechsel sind für ein erfolgreiches Fachseminar zwei der notwendigen Voraussetzungen. Hier sollte sich der Fachtrainer nicht scheuen, sich an die ein oder andere Methode, z.B. aus dem Verhaltenstraining, heranzuwagen und die Methoden herauszugreifen, die für seinen Zweck sinnvoll sind. Neugierig geworden? Mit unserem Lernskript „Soft-Skills – Methodik und Didaktik“ bieten wir Ihnen methodisch didaktische Unterstützung für die Umsetzung Ihrer Schulungs-ideen. Sprechen Sie uns an!

Daniela Bergsch

Quellennachweis:

- [1] Meyerhoff, Juliane; Brühl, Christoph: Fachwissen lebendig vermitteln. Rosenberger Fachverlag 2004
- [2] Kießling-Sonntag, Jochem: Handbuch Trainings- und Seminarpraxis. Cornelsen Verlag 2003
- [3] Weidenmann, Bernd: Erfolgreiche Kurse und Seminare. Beltz Verlag 2002
- [4] Knoll, Jürgen: Kurs- und Seminarmethoden. Beltz Verlag 2001
- [5] Siebert, Horst: Didaktisches Handeln in der Erwachsenenbildung. Luchterhand Verlag 1996



Die Geschichte vom Seepferdchen

Es war einmal ein Seepferdchen, das eines Tages seine sieben Taler nahm und in die Ferne galoppierte, sein Glück zu suchen. Es war noch gar nicht weit gekommen, da traf es einen Aal, der es ansprach: „Psst. Hallo Kumpel. Wo willst Du hin?“

„Ich bin unterwegs, mein Glück zu suchen.“ antwortete das Seepferdchen stolz.

„Da hast du´s ja gut getroffen,“ sagte der Aal, „für vier Taler kannst du diese schnelle Flosse haben, damit kommst du viel besser voran.“

„Ei, das ist prima,“ sagte das Seepferdchen, bezahlte, zog die Flosse an und glitt mit doppelter Geschwindigkeit von dannen. Bald kam es zu einem Schwamm, der sagte:

„Psst. Hallo Kumpel. Wo willst du denn hin?“

„Ich bin unterwegs, mein Glück zu suchen.“ antwortete das Seepferdchen.

„Da hast du´s ja gut getroffen,“ sagte der Schwamm, „für ein kleines Trinkgeld überlasse ich dir dieses Boot mit Düsenantrieb; damit könntest Du viel schneller reisen.“

Da kaufte das Seepferdchen von seinem letzten Geld das Boot und sauste mit fünffacher Geschwindigkeit durch das Meer. Bald traf es auf einen Haifisch, der fragte:

„Psst. Hallo Kumpel. Wo willst du hin?“

„Ich bin unterwegs, mein Glück zu suchen.“ antwortete das Seepferdchen.

„Da hast du´s ja gut getroffen. Wenn du diese kleine Abkürzung machen willst,“ sagte der Haifisch und zeigte auf seinen geöffneten Rachen, „sparst du eine Menge Zeit.“

„Ei, vielen Dank.“ sagte das Seepferdchen und sauste in das Innere des Haifisches.

Die Moral der Geschichte: Wenn man nicht genau weiß, wohin man will, landet man leicht da, wo man gar nicht hin wollte.

Web 2.0 – Segen oder Fluch?

Was verbirgt sich hinter dem Begriff Web 2.0? Ist es eine reine Modeerscheinung oder doch etwas wirklich Greifbares und Nützliches?

Kein anderes Thema wird umstrittener im Internet diskutiert als das Thema Web 2.0. Der Begriff Web 2.0 begegnet dem Internetnutzer in der heutigen Zeit immer öfter. Doch was bezeichnet man genau mit Web 2.0? Was steckt hinter diesem Begriff?

Wir möchten mit unserem Artikel versuchen, einige Fragen zu beantworten und Ihnen das Thema näher zu bringen.

Begriffserklärung

Es gibt keine klare Definition des Begriffs Web 2.0. Einig ist man sich aber darüber, dass es sich hierbei weniger um technologische Neuerungen handelt, sondern um eine veränderte Nutzung des Internets.

Bei Web 2.0 verfassen nicht wie früher die als „vierte Gewalt“ betitelten großen Medien Inhalte und verteilen diese an die Masse, sondern vermehrt werden diese auch durch eine neue „fünfte Gewalt“ erstellt, welche sich aus unabhängigen, untereinander vernetzten Menschen zusammensetzt. Diese Inhaltserstellung wird im Fachjargon als „User Generated Content“, vom Benutzer erstellter Inhalt, bezeichnet.

Web 1.0	Web 2.0
„Ich bin drin.“	„Wir sind das Netz.“
Zugang zum Internet als Herausforderung, Webseitenbereitstellung nur von Institutionen oder durch Einzelpersonen mit technischer Expertise	Aneignung von Internettechnologien auch ohne vertiefte technische Vorkenntnisse möglich
„Surfen“	„Posten“
Web als Abrufmedium: Informationen werden gesammelt und offline bzw. auf dem persönlichen Rechner archiviert.	Web als Mitmachmedium: Informationen werden ausgewählt, kommentiert und online wieder verfügbar gemacht.
„Wissen vom Experten“	„Weisheit der Masse“
statische, oft zeitlich abgeschlossene Webprojekte, die redaktionell vorstrukturiert angeboten werden	Microcontent & Wiki-Prinzip, Surfverhalten der Nutzer beeinflusst die Informationsdarbietung.
„Call-by-call“	„Always online“
Modemverbindung und Einwahlkosten bedingen textlastige Darstellungen.	Breitband-Anschlüsse und Flatrates begünstigen die Verbreitung von Audio- und Videoinhalten.



Nutzung von Web 2.0

Laut einer ARD/ZDF Online-Studie aus dem Jahr 2007 sind mehr als 40 Mio. Deutsche im Netz. Mit einem Zuwachs gegenüber dem Vorjahr von 2,2 Mio. „neuen“ Anwendern haben aktuell 40,8 Mio. Deutsche ab 14 Jahre Zugang zur Internet-Welt.

Die Online-Studie wird seit 1997 jährlich durchgeführt. Innerhalb dieser bundesweiten Repräsentativstudie wurden im April letzten Jahres 1.820 Erwachsene in Deutschland befragt.

16% der Onliner schauen sich im Internet mindestens einmal wöchentlich bewegte Bilder online an. Dies sind fast doppelt so viele wie im Jahr 2006. Getrieben wird diese Entwicklung durch die vermehrte Zahl von Videoportalen, die fast jeder dritte Onliner bereits genutzt hat. 21% aller Internetnutzer rufen wöchentlich Audiodaten auf. Besonders beliebt ist hierbei

das Hören von Radio über das Internet. Durch die größere Verbreitung von Breitband-Anschlüssen, heute verfügen 59% der Internetnutzer über DSL/Breitband-Anschluss, werden multimediale Anwendungen immer stärker genutzt.

Laut einer ARD/ZDF Online-Studie aus dem Jahr 2006 liegen bei den genutzten Web 2.0-Angeboten die Videocommunities und Wiki-Websites mit 82% gleichauf. Auch Weblogs und Social-Networking-Sites werden von mehr als der Hälfte der Web 2.0-Nutzer angeschaut. Fotocommunities (40%) und Podcasts (29%) werden ebenfalls recht häufig besucht.

Typische Web 2.0-Anwendungen

Weblogs/Vlogs

Unter Weblogs und Vlogs versteht man Seiten, auf denen man regelmäßig in Form eines Tagebuchs Berichterstattungen und Kommentare zu bestimmten Themen herstellen kann. Diese können entweder aus überwiegend Text (Weblogs) oder Videos (Vlogs) bestehen.

Der Begriff Weblog ist ein Kunstwort aus „Web“ und „Logbuch“ und wird üblicherweise einfach nur Blog genannt. Das Wort Vlog findet seinen Ursprung in den Worten „Video“ und „Logbuch“.



Chats und Foren

In Chats und Foren kann Kontakt mit anderen Menschen überall auf der Welt aufgenommen und ein Dialog über bestimmte Themen geführt werden.

Social-Networking-Sites

Social-Networking-Sites, auch Communities genannt, sind Seiten, auf denen man nach der Anmeldung ein Profil erstellen und nach anderen Usern suchen und mit diesen kommunizieren kann. Häufig wird in diesen Communities die Möglichkeit geboten, Interessengruppen zu erstellen, zu denen man seine Freunde, Bekannte oder einfach nur Interessierte einladen kann.

Häufig begegnet man in Web 2.0-Anwendungen den sogenannten Tag-Clouds. Der Begriff Tag-Cloud stammt aus dem Englischen und heißt übersetzt Schlagwort-Wolke. Er definiert eine Liste von Schlagwörtern, die je nach Relevanz kleiner oder größer dargestellt werden. Durch die unterschiedlichen Größen der Schlagwörter und die meist zufällige Anordnung entsteht der Eindruck einer Wolke.

Der Benutzer kann so auf einen Blick erkennen, welches Thema im Moment am gefragtsten ist, und sich die dazugehörigen Informationen anzeigen lassen.



Tag-Cloud – Web 2.0

Anforderungen an die Anwendung

Welche Anforderungen sollten Internet-Anwendungen erfüllen, um zum Web 2.0 gezählt zu werden?

- Über Browser genutzte Anwendung
- Mit durchschnittlichem System aufrufbar
- Dynamisch erzeugt, nicht statisch geladen
- Erstellung von Beiträgen durch jedermann
- Rechtesystem
- Persönliches Profil
- Geringe und meist oberflächliche Anpassung möglich
- Kommentarfunktion

Diese Punkte finden sich in erfolgreichen Web 2.0-Anwendungen wie z.B. studivZ wieder.

Vorteile für Unternehmen

Unternehmen, die Web 2.0-Anwendungen nutzen, haben folgende Vorteile:

- Leichtere Einbeziehung von Kundenwünschen
- größerer Kundenkreis
- Gute Werbemöglichkeit
- Beratung und Service im Internet
- Direkter Kontakt zu (potenziellen) Kunden
- Abhebung von Konkurrenzseiten

Vorteile für Benutzer

Auch die Benutzer der Web 2.0-Anwendungen haben viele Vorteile:

- Selbstdarstellung im Internet ohne technische Vorkenntnisse
- Schnellerer Zugriff auf und größere Anzahl von Informationen
- Hilfe bei der Kaufentscheidung
- Verbindung verschiedener Dienste
- Persönliche und geschäftliche Selbstorganisation
- Multimediale Inhalte
- Verwendung von Tags (Schlagwörtern)
- Onlinestellung von Offline-Anwendungen
- Verbesserung des mobilen und gemeinschaftlichen Arbeitens/Lernens
- Schnellere und einfachere Bedienung

Risiken

Natürlich birgt das Web 2.0 auch Risiken, auf die wir ebenfalls eingehen möchten.

- Preisgabe der wahren Identität
- Unbeschränkter Zugriff auf persönliche Daten/Dateien
- Eingestellte Daten nur schwer aus dem Web löschar
- Fälschung von Kritiken
- Falsche Informationen
- Trügerische Sicherheit
- Gefahr von Malware und Spam

Deswegen sollte man sich als Nutzer das Angebot zunächst genau anschauen, bevor eine Anmeldung zum Dienst erfolgt.



inside eBusiness Solutions und Web 2.0

Die inside eBusiness Solutions GmbH hat am 25.07.2007 ihre Web 2.0-Anwendung www.beliebtesteWebseite.de im Internet freigeschaltet.

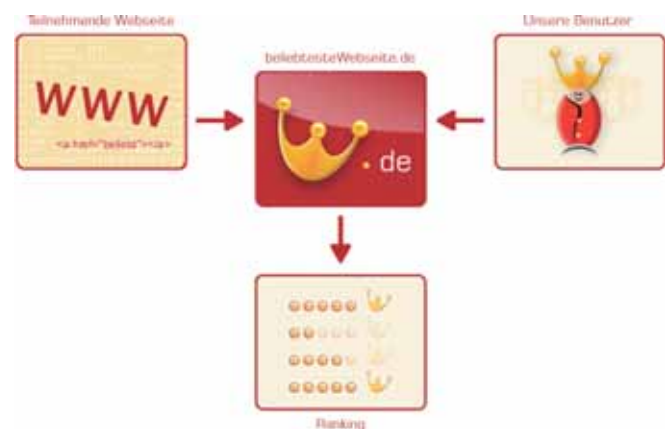


www.beliebtesteWebseite.de

Die „beliebtesteWebseite.de“ ist ein Live-Ranking-Portal, bei dem teilnehmende Webseiten sich einem Voting stellen können. Neben der Zahl der eigenen Besuche auf der teilnehmenden Webseite entscheiden die Benutzer von „beliebtesteWebseite.de“ mit Benotungen und Kommentaren, wie beliebt eine Webseite wirklich ist.

So bietet die „beliebtesteWebseite.de“ eine Alternative zu Suchmaschinen, da hier die Meinung von Menschen im Vordergrund steht und die Benutzer themenrelevante Webseiten finden, die wiederum von anderen Benutzern empfohlen wurden.

Die nachfolgende Abbildung stellt kurz das Prinzip von „beliebtesteWebseite.de“ dar.



Jeder Besuch einer teilnehmenden Webseite wird bei „beliebtesteWebseite.de“ registriert. Dieser Besuch löst automatisch ein Vote bei „beliebtesteWebseite.de“ aus und die Webseite wird unter „Wer wurde gerade besucht?“ auf der Startseite angezeigt. Zusätzlich benoten und kommentieren unsere Benutzer die teilnehmenden Webseiten. Daraus resultiert das Ranking in der „Hall of Fame“.

Auf jeder Seite wird der Benutzer über die letzten 10 besuchten Webseiten in Form von Live-Tickern informiert. So kann sich der Benutzer sehr schnell ein Bild davon machen, welche Webseiten stark besucht werden.

Gerade Webseiten, die vor Kurzem gestartet sind und noch nicht in Suchmaschinen wie Google & Co. aufgenommen wurden, können sich zeitnah den Onlinern bei „beliebteste-Webseite.de“ präsentieren und Rückmeldungen erhalten, wie ihr Internetauftritt aufgenommen wird. So können noch Optimierungen vom Webmaster durchgeführt werden, bevor eine Webseite richtig bekannt wird.

Eine weitere Stärke von „beliebtesteWebseite.de“ sind seine Inlinks bzw. Backlinks. Mit Inlinks bzw. Backlinks bezeichnet man die Verlinkungen im Internet, die auf eine eigene Webseite zeigen. Durch die Teilnahme von vielen Webseiten hat die „beliebtesteWebseite.de“ mehrere tausend Inlinks, sodass eine große Relevanz in Suchmaschinen entsteht.

Gibt man beispielsweise das Suchwort „beliebt“ bei Google ein, so wird die „beliebtesteWebseite.de“ unter den Top 10 von über 16 Mio. Suchergebnissen gezeigt.

Die durch Benutzer in den Kommentaren zu den teilnehmenden Webseiten eingetragenen Schlagwörter werden in Suchmaschinen häufig auf den ersten Seiten angezeigt, nicht selten unter den Top 3.

Somit profitieren die teilnehmenden Webseiten von ihrer Verlinkung zu „beliebtesteWebseite.de“ und deren Benutzer finden themenrelevante Webseiten, die von anderen Benutzern als „gut“ oder gar „königlich“ bewertet wurden.

Fazit

Eine benutzerorientierte Nutzung von Web 2.0-Elementen unter Wahrung von Sicherheitsaspekten kann den Mehrwert einer Webseite enorm steigern kann und die ursprüngliche Idee des World Wide Webs, die Vernetzung und den Austausch von Informationen, verbessern. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir unterstützen Sie gerne bei der Umsetzung Ihrer Web 2.0-Projekte.

Hae-Jung Kim

Quellennachweis

- [1] <http://e-teaching.org>: Unterwegs im Web 2.0: Charakteristiken und Potenziale, Autorin: Stefanie Panke
- [2] <http://result.de>: Studie: „Web 2.0‘ – Begriffsdefinition und eine Analyse der Auswirkungen auf das allgemeine Mediennutzungsverhalten“
- [3] <http://www.daserste.de>, ARD/ZDF-Online-Studie 2006/2007
- [4] http://de.wikipedia.org/wiki/Web_2.0
- [5] <http://uni-koblenz.de>
- [6] Keen, Andrew: The cult of the amateur: How today's internet is killing our culture. Currency Verlag 2007

Stimmen aus der Wirtschaft

Wie ein Bollwerk stand die Reform des in die Jahre gekommenen Versicherungsvertragsgesetzes (VVG) vor uns – was wird sich ändern und wann?

Schon vor gut 2 Jahren war der Trainingsabteilung klar: Allein durch Präsenzveranstaltungen bekommen wir diese Fülle an Veränderungen nicht geschult, geschweige denn nachhaltig in die Köpfe unserer Lern-„Kunden“.

Mit dem nun fertiggestellten VVG-WBT nebst Film und Unterlagen/Präsentationen finden wir Zugang zu allen Mitarbeitern, vom Vorstand bis zur Poststelle, und aus allen Bereichen kommen bisher nur positive Rückmeldungen. Besonders gut wird die Themenzentrierung bei Programmstart für verschiedene Unternehmensbereiche und Interessenlagen angenommen.

Unsere Prognose ist: Mit dem 01.01.2008 wird nicht gleich alles „rund“ laufen. Wir werden die interne Einführung des VVG weiterhin unterstützen müssen – und somit haben wir für die permanente Begleitung des Implementierungsprozesses ein aktuelles Top-Produkt in unserem Concordia-Bildungsangebot.

Frank Schönefelder, Concordia

Die VVG-Reform – Handeln Sie jetzt!

Seit dem 1. Januar 2008 ist die Reform des 100 Jahre alten Versicherungsvertragsgesetzes in Kraft. Dazu kommen 2 Verordnungen: die VVG-Informationspflichtenverordnung (VVG-InfoV) und das Muster einer Widerrufsbelehrung. Von der Reform ist auch der Vertrieb an etlichen Stellen betroffen. Besonders intensiv diskutiert werden die Auswirkungen bei den Beratungs- sowie den Informationspflichten. Aber das ist bei Weitem nicht alles, wie der nachfolgende Überblick zeigt.

Die VVG-Reform bringt in mancher Hinsicht Mehraufwand mit sich. Aber es gibt auch eine Menge Chancen zu entdecken. Die wichtigste Chance ist, dass sich Qualität und Seriosität in der Beratung durchsetzen. Das Image der Versicherungsbranche und besonders des selbstständigen Versicherungsvermittlers wird dadurch wieder deutlich steigen.

Der Kunde im Mittelpunkt

Eines der wichtigsten Anliegen der VVG-Reform sind Beratung und Information des Kunden. Der Kunde soll eine informierte Entscheidung treffen können.

Dazu werden die schon aus dem Vermittlergesetz bekannten Beratungspflichten auf die Versicherer ausgeweitet durch den neuen §6 VVG. Danach hat auch der Versicherer den Kunden abhängig vom Anlass nach Wünschen und Bedürfnissen zu befragen, ihn zu beraten, seine Vorschläge zu begründen und das Ganze zu dokumentieren. Allerdings muss der Kunde nicht etwa zweimal beraten werden. Bei Versicherungsmaklern scheidet eine Beratungspflicht des Versicherers ganz aus. Bei Versicherungsvertretern hat der Versicherer nur dann die Beratung zu leisten, wenn der Vertreter sie nicht selbst erbringt.

Neu ist aber, dass Versicherer auch während der Vertragslaufzeit zur Beratung verpflichtet sind, wenn ein Anlass dazu erkennbar ist. Bei Versicherungsmaklern geht der Gesetzgeber davon aus, dass sie auch die Vertragsbetreuung leisten. Bei Vertretern hingegen müssen Versicherer und Vertreter sich diese Betreuungspflicht teilen.

Das Policenmodell entfällt

Eine besonders gravierende Änderung bringt der neue §7 VVG mit sich. Danach muss der Kunde „rechtzeitig vor Abgabe von dessen Vertragserklärung“ – also der Antragstellung – die Vertragsbestimmungen, Allgemeinen Versicherungsbedingungen

und weitere Informationen erhalten, die in der VVG-InfoV festgehalten werden. Damit ist das bisher verbreitete Policenmodell Geschichte.

Stattdessen muss nun in der Regel das Antragsmodell verwendet werden, das die Übermittlung aller Informationen vor Antragstellung vorsieht. Was „rechtzeitig“ heißt, wird nicht näher erklärt. Aber es gibt Anhaltspunkte aus der Rechtsprechung, wie dies ausgelegt werden könnte:

- Bei einfachen, standardisierten Verträgen in den Massensparten ohne längerfristige Bindung dürfte es reichen, dem Kunden im Beratungsgespräch die Vertragsinformationen zu übergeben, wenn er Gelegenheit hat, auf Wunsch diese zunächst zur Kenntnis zu nehmen.

Beispiel: Einfache Risikolebensversicherung

- In allen anderen Fällen sollte das Verkaufsgespräch in 2 Phasen geteilt und dem Kunden Zeit gegeben werden, Angebot und Vertragsinformationen in Ruhe zu prüfen. Dies hat auch den Vorteil, dass sich der Kunde weniger leicht überrumpelt sieht und seine Entscheidung bewusster trifft – und dann auch dauerhaft als Kunde erhalten bleibt.

Beispiele: Berufsunfähigkeitsversicherung, Basisrente

Das Antragsmodell erfordert eine ausgefeilte Logistik. Denn der Vermittler muss stets die richtigen, aktuellen Versicherungsbedingungen dabei haben. Außerdem muss er in der Lage sein, notfalls vor Ort beim Kunden individualisierte Informationen – insbesondere das Produktinformationsblatt – erzeugen zu können. Ohne Technikeinsatz geht das kaum noch. Aber die Textform bietet die Chance dazu, papierarm die Pflichten zu erfüllen.

Es gibt aber eine Alternative zum Antragsmodell: das Invitativverfahren. Die Besonderheit dieses Verfahrens ist, dass der Vermittler von der Informationslogistik entlastet wird. Der Kunde stellt einen unverbindlichen Antrag als Aufforderung zur Abgabe eines Angebots (invitatio ad offerendum). Der Versicherer prüft dies und sendet dem Kunden dann die Police, alle Vertragsinformationen und die Widerrufsbelehrung als Angebot zu.

Dieses muss der Kunde annehmen – entweder ausdrücklich durch eine schriftliche Annahmeerklärung oder durch konkludentes Handeln wie die aktive Überweisung der ersten Prämie. Vorsicht: Schweigen kann nicht als Zustimmung gewertet werden und auch die Duldung einer Abbuchung per Lastschriftverfahren dürfte nicht als Zustimmung des Kunden genügen.

Vorteil des Verfahrens ist der Wegfall der Informationslogistik, Nachteil kann aber die Verlängerung des Verkaufsprozesses und bei falscher Handhabung auch eine erhebliche Rechtsunsicherheit sein.

Der Kunde hat ähnlich wie bei Beratung und Dokumentation zwar auch ein Recht auf den Verzicht, aber der Versicherer muss dennoch unverzüglich nach Vertragsschluss die Informationen zur Verfügung stellen. Zudem riskieren alle Beteiligten beim Einsatz von Verzichtserklärungen, dass diese rechtswirksam sein können. Auf den Verzicht sollte man also besser verzichten.

Widerrufsrecht vereinheitlicht

Eine deutliche Verbesserung für die Praxis bringt die Vereinheitlichung des Widerrufsrechtes mit sich. Nach §8 VVG kann der Kunde seinen Antrag innerhalb von 2 Wochen, in der Lebensversicherung nach §152 Abs. 1 VVG innerhalb von 30 Tagen widerrufen. Wichtig: Die Widerrufsfristen beginnen erst zu laufen, wenn der Kunde die Police, alle Vertragsinformationen und eine Widerrufsbelehrung erhalten hat.



Vertrag

Neu ist, dass Versicherungsverträge nach §10 VVG generell um 0 Uhr des ersten Tages der Vertragslaufzeit beginnen und um 24 Uhr des letzten Tages enden, statt jeweils um 12 Uhr mittags. Allerdings kann der Beginn verändert werden.

Für die Praxis bedeutet das, dass bei Umdeckungen genau beachtet werden muss, wann der bisherige Vertrag endet und der neue Vertrag beginnt, um keine Deckungslücken beim Kunden zu verursachen.

Für den Sachversicherungsbereich wichtig ist die Verkürzung der Vertragslaufzeiten. Kunden können ihre Verträge bereits zum Ende des 3. statt bisher des 5. Jahres kündigen (§11 Abs. 4 VVG).

Obliegenheitenrecht

Ein weiterer Kernpunkt der VVG-Reform sind die Obliegenheiten und deren Rechtsfolgen. Diese wurden erheblich kundenfreundlicher gestaltet. Am bekanntesten ist die Aufgabe des „Alles-oder-Nichts-Prinzips“, aber es gibt einige weitere Änderungen.

Vorvertragliche Anzeigepflicht (§§19 ff. VVG)

Kunden müssen nur noch das beantworten, wonach sie ausdrücklich in Textform gefragt werden. Und diese Pflicht gilt auch nur bis zur Antragsabgabe, es sei denn, der Versicherer fragt vor Vertragsschluss erneut nach. Entfallen sind damit die bisherige eigenverantwortliche Pflicht zur Anzeige gefahrerheblicher Umstände (Gesundheitsfragen) und auch die Nachmeldung bis zum Zustandekommen des Vertrags.

Ein Rücktritt vom Vertrag ist nur noch bei vorsätzlicher und grob fahrlässiger Verletzung der vorvertraglichen Anzeigepflicht möglich. Bei grober Fahrlässigkeit muss zusätzlich nachgewiesen werden, dass der Vertrag vom Versicherer nicht einmal unter anderen Bedingungen angenommen worden wäre, hätte er den Gefahrumstand gekannt. Der Versicherer muss den Kunden durch gesonderte Mitteilung auf die Folgen einer Anzeigepflichtverletzung hinweisen. Wenn alternativ die Bedingungen geändert werden, hat der Kunde ein außerordentliches Kündigungsrecht bei mehr als 10% Prämien-erhöhung oder bei einem Leistungsausschluss.

Leistungsfrei wird der Versicherer nur noch bei einem Rücktritt. Zudem muss die Anzeigepflichtverletzung für den Versicherungsfall oder dessen Feststellung ursächlich gewesen sein. Nur bei Arglist gilt in jedem Fall Leistungsfreiheit.

Anders als bisher erlöschen die Rechte 5 Jahre nach Vertragsschluss, im Fall der vorsätzlichen oder arglistigen Anzeigepflichtverletzung nach 10 Jahren. In der Krankenversicherung sind es abweichend 3 Jahre.

Für die Vermittler bedeutet das eine erhebliche Haftungs-erleichterung, denn das Risiko der Beantwortung allgemein und pauschal gehaltener Fragen wandelt sich zum Risiko des Versicherers, präzise genug zu fragen, was er wissen

muss. Dass dies auch mit einigen zusätzlichen Gesundheitsfragen einhergehen kann, ist für den Kunden sicher ohne Weiteres verständlich.

Gefahrerhöhung (§§23 ff. VVG)

Wie bisher auch darf der Kunde keine Gefahrerhöhung vornehmen oder zulassen ohne Zustimmung des Versicherers. Hat er eine Gefahrerhöhung nachträglich erkannt oder ist sie ohne seinen Willen eingetreten, ist er zur unverzüglichen Anzeige verpflichtet.

Bei einer vorsätzlich oder grob fahrlässig ohne Abstimmung erfolgten Gefahrerhöhung kann der Versicherer den Vertrag fristlos kündigen, bei einfacher Fahrlässigkeit sowie bei einer Verletzung der Anzeigepflichten mit 1 Monat Kündigungsfrist. Alternativ ist auch eine Vertragsveränderung möglich, die aber bei mehr als 10% Prämienhöhung oder bei einem Leistungsausschluss ein außerordentliches Kündigungsrecht des Kunden nach sich zieht.

Die vorsätzliche Verletzung der Pflichten hat eine volle, die grob fahrlässige eine teilweise Leistungsfreiheit zur Folge, allerdings nur, wenn ein Zusammenhang zwischen Gefahrerhöhung und Versicherungsfall besteht. Bei Arglist gilt in jedem Fall Leistungsfreiheit.

Vertragliche Obliegenheiten (§28 VVG)

Auch bei der Verletzung vertraglicher Obliegenheiten hat der Versicherer nur bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit ein fristloses Kündigungsrecht. Für die Leistungsfreiheit gelten die gleichen Regeln wie bei der Gefahrerhöhung.

Schadenabwendungs- und -minderungspflicht (§82 VVG)

In der Schadenversicherung gibt es besondere Obliegenheiten im Schadenfall. Deren Verletzung zieht eine vollständige oder teilweise Leistungsfreiheit nach den gleichen Regeln wie bei Gefahrerhöhung und vertraglichen Obliegenheiten nach sich.

Herbeiführung des Versicherungsfalles (§81 VVG)

In der Schadenversicherung tritt bei vorsätzlicher Herbeiführung des Schadens ebenfalls vollständige Leistungsfreiheit ein, bei grober Fahrlässigkeit kann gekürzt werden.

Prämienrecht

Prämien sind nach §33 VVG „unverzüglich nach Ablauf von 2 Wochen nach Zugang des Versicherungsscheins“ fällig. Damit wurde die Fälligkeit um die Widerrufsfrist verlängert, dies kann aber abbedungen werden.

Bei Zahlungsverzug der Erst- oder Einmalprämie (§37 VVG) muss der Versicherer vom Vertrag zurücktreten. Eine Rücktrittsfiktion, wenn nicht innerhalb von 3 Monaten die Prämie gerichtlich geltend gemacht wird, gibt es nicht mehr. Der Versicherer muss den Kunden besonders auf die Rechtsfolge Leistungsfreiheit aufmerksam machen.

Beim Zahlungsverzug der Folgeprämie (§38 VVG) ist neu, dass die Mahnfrist einheitlich mindestens 2 Wochen, in der Krankenversicherung allerdings 2 Monate betragen muss.

Ein weiteres Prinzip wurde durch die Reform weitgehend beseitigt: die Unteilbarkeit der Prämie. Das bedeutet, dass bei vorzeitiger Vertragsbeendigung dem Versicherer nicht mehr die Prämie für das volle noch laufende Versicherungsjahr zusteht, sondern nur zeitanteilig bis zur Beendigung. Das spielt beispielsweise bei der Schaden- oder der Erwerberkündigung, beim Risikofortfall oder der Herabsetzung der Versicherungssumme eine Rolle.

Vorläufige Deckung

Erstmals wird im VVG die vorläufige Deckung als eigenständiger Vertrag gewürdigt. Insbesondere kann vereinbart werden, dass der Kunde die Vertragsinformationen nach §7 VVG nur auf Anforderung und spätestens mit dem Versicherungsschein erhält. Für die manchmal strittige Frage, welche Bedingungen während der vorläufigen Deckung vereinbart sein sollen, gilt eine klare Regelung: Es gelten die üblicherweise vom Versicherer für die vorläufige Deckung verwendeten Bedingungen. Gibt es die nicht, sind diejenigen Bedingungen gültig, die im Hauptvertrag vereinbart sein sollten. Und ist auch das strittig, gelten die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses günstigsten Bedingungen.

Lebensversicherung

Ein wichtiger Kernpunkt der VVG-Reform ist das Recht der Lebensversicherung. Hier waren insbesondere auch die Urteile des Bundesverfassungsgerichts und des Bundesgerichtshofs von 2005 umzusetzen. Die wichtigsten Änderungen im Überblick:

Überschussbeteiligung

Der Kunde erhält einen Anspruch auf Überschussbeteiligung, zu der neben dem Überschuss selbst auch ein Anteil an den Bewertungsreserven gehört (§153 VVG). Die Überschussbeteiligung kann allerdings auch gesamt ausgeschlossen werden.

Die Bewertungsreserven oder stillen Reserven entstehen dadurch, dass der Versicherer Anlagemittel mit einem niedrigeren als ihrem aktuellen Marktwert bilanziert. Dies muss er schon allein wegen der bestehenden Rechnungslegungsvorschriften, aber auch aus kaufmännischer Vorsicht tun. Da diese Bewertungsreserven jedoch auch aus Mitteln der Kunden entstehen, werden diese daran beteiligt. Allerdings werden Bewertungsreserven auch gebraucht, um die langfristigen Garantien einer Lebensversicherung absichern zu können – zum Beispiel in Zeiten wie den vergangenen Jahren, als die Erträge an den Kapitalmärkten einbrachen. Deshalb stehen die Bewertungsreserven nur zur Hälfte dem Kunden zu.

Tatsächlich ausgeschüttet werden sie erst bei Beendigung des Vertrags. Damit ist also bis zur Vertragsabwicklung unsicher, wie hoch der jeweilige Anteil ist.

Jährliche Unterrichtung

In der jährlichen Unterrichtung (§155 VVG) erfährt der Kunde, wie sich seine Ansprüche einschließlich der Überschussbeteiligung entwickeln. Zusätzlich ist der Kunde auch über Abweichungen zu den ursprünglich in Aussicht gestellten Ablaufleistungen zu informieren. Diese Information kann der Vertrieb nutzen, den Kunden zeitig anzusprechen, sollte der sein Vorsorgeziel verfehlen. Denn der Faktor Zeit spielt eine entscheidende Rolle bei der Schließung entsprechender Lücken.

Modellrechnung

Welche Abweichungen denkbar sind, darüber soll die Modellrechnung ein Gefühl vermitteln, die der Versicherer den Angebots- und Vertragsinformationen beifügen muss (§154 VVG). Sie ist erforderlich, wenn Beispielrechnungen für eine mögliche Ablaufleistung verwendet werden. Die Modellrechnung hat auf Basis der unternehmens- und tarifindividuellen Rechnungsgrundlagen, aber mit 3 verschiedenen, normierten Zinssätzen zu erfolgen.

Dadurch kann der Kunde erkennen, wie stark sich die Ablaufleistung verändert, wenn der Zins um einen Prozentpunkt steigt oder fällt. Ein Nachteil dieser Information ist allerdings, dass gerade leistungsstarke Versicherer im Vergleich zu der als „amtlich“ empfundenen Modellrechnung als zu optimistisch eingeschätzt werden könnten, während leistungsschwache Lebensversicherer die Modellrechnung in den Vordergrund stellen könnten. Hier sollten die Vermittler den Kunden mit der Interpretation der Zahlenflut nicht allein lassen.

Rückkaufswert

Deutlich verändert sich auch der Rückkaufswert (§169 VVG). Der Kunde hat bei vorzeitiger Vertragsbeendigung Anspruch auf einen Rückkaufswert.

Vor allem in den ersten Vertragsjahren wird der Rückkaufswert deutlich höher ausfallen als bisher. Umso wichtiger ist es, eine gute Beratung zu leisten und möglichst wenig Stornofälle zu erreichen, denn die zusätzlich ausgeschütteten Rückkaufswerte für Frühstorno fehlen der Versichertengemeinschaft.



Berufsunfähigkeitsversicherung

Erstmals wird die Berufsunfähigkeitsversicherung eigenständig geregelt (§§172 ff. VVG). Dabei wollte der Gesetzgeber nicht die Vielfalt der am Markt angebotenen Deckungskonzepte beschränken. Deshalb hält er sich auch weitgehend zurück mit verbindlichen Vorgaben.

Wichtig sind allerdings folgende Regelungen: Der Versicherer muss nach einem Leistungsantrag zügig erklären, ob er die Leistungspflicht anerkennt. Dazu sind die Bestimmungen zur Fälligkeit (§14 VVG) maßgeblich. Danach sind die Leistungen – hier insbesondere die Berufsunfähigkeitsrente – nach Abschluss der Ermittlungen fällig. Anerkenntnisse dürfen zudem nur einmal befristet werden und sind in dieser Zeit bindend, dürfen also nicht nachträglich verändert werden.

Wenn die versicherte Person wieder berufsfähig wird, kann der Versicherer sich nur unter erschwerten Umständen von der Leistungspflicht lösen. Denn er muss den Fortfall der Voraussetzungen für die Leistungspflicht in Textform darlegen, in der Regel also einen Vergleich der Gesundheitssituation herstellen. Frühestens 3 Monate nach Zugang dieser Erklärung kann die Leistung eingestellt werden.

Fazit

Die inside Unternehmensgruppe hat eine Schulungsmaßnahme rund um das neue VVG entwickelt. Das Ziel der Schulungsmaßnahme VVG ist die Qualifizierung der Mitarbeiter, die von der VVG-Reform betroffen sind. Nach Abschluss der Bildungsmaßnahme sollen die Mitarbeiter über das relevante Fach- und Vertriebswissen zu den Änderungen bzw. Neuerungen des VVGs verfügen und die neuen Alltagssituationen beherrschen. Der zentrale Kern der Schulungsmaßnahme besteht aus 5 aufeinander abgestimmten Komponenten:

- Lernprogramm (WBT)
- Lernskripte
- Schulungsfolien
- Film
- Aufgabenpool

Die Unterlagen wurden in Zusammenarbeit mit namhaften Autoren aus der Versicherungspraxis entwickelt. Zu den Autoren zählen u.a. Matthias Beenken, Versicherungsjournalist, und Dr. Frank Baumann, Fachanwalt für Versicherungsrecht, geprüft von Prof. Dr. jur. Heinrich Dörner, Forschungsstelle für Versicherungswesen an der Universität Münster. Für weitere Informationen rufen Sie uns unter 0241/1 82 92-20 an oder schauen Sie einfach unter www.vvg-konzept.de nach.

Mathias Beenken / Marcel Dübner

Die Pflegereform – ein Kompromiss?

Anpassung der Pflegesachleistungen an die Preisentwicklung



Seit der Einführung der Pflegeversicherung im Jahr 1995 sind die Leistungen für die ambulante Pflege (Pflegesachleistungen) nicht an die Preisentwicklung angepasst worden: Wer 1995 als Schwerstpflegebedürftiger Pflegesachleistungen der Stufe III zuerkannt bekam, erhielt 1.432 EUR – und erhält dieselbe Summe auch heute noch. Dieser unhaltbare Zustand soll nun geändert werden.

Pflegesachleistungen

Um die ambulante Pflege wieder attraktiver zu machen, werden die Sachleistungen stufenweise bis 2012 erhöht:

Pflegestufe	bisher	2008	2010	2012
Stufe I	384	420	450	450
Stufe II	921	980	1.040	1.100
Stufe III	1.432	1.470	1.510	1.550

Alle Angaben in EUR

Zusätzlich zu den höheren Pflegesachleistungen sollen wohnortnahe Pflegestützpunkte, Pflege-Berater und eine Förderung betreuter Wohnformen eingeführt werden.

Stationäre Pflegesätze

Die stationären Pflegesätze in den Stufen I und II bleiben unverändert, in Stufe III steigen sie von 1.432 auf 1.550 EUR und von 1.688 auf 1.918 EUR bei Härtefällen. Nach 2012 werden die Leistungen alle 3 Jahre angepasst (Dynamisierung).

Durch die Erhöhung der Pflegesachleistungen über alle 3 Pflegestufen gegenüber lediglich einer Teilerhöhung der stationären Pflegesätze soll der Grundsatz der Reform „ambulant vor stationär“ verwirklicht werden.

Erfolgsprämie für Heime

Zum Ausbau der Qualitätssicherung von Heimen werden Erfolgsprämien ausgelobt, wenn Pflegebedürftige nach entsprechend guter Behandlung in eine niedrigere Pflegestufe eingruppiert werden können. Die Prämie soll pro Patient einmalig 1.536 EUR betragen.

Demenzkranke

Besondere Aufmerksamkeit soll zukünftig der Betreuung Demenzkranker zukommen: Die Leistungen für Menschen mit „erheblich eingeschränkter Alltagskompetenz“ (dazu zählen Demenzkranke, geistig Behinderte, Alzheimer-Patienten) sollen von bisher 460 EUR auf bis zu 2.400 EUR pro Jahr steigen. Bei Pflegebedürftigen werden diese Leistungen zusätzlich erbracht. Personen, bei denen keine körperliche Pflegebedürftigkeit vorliegt, können diese Leistungen ebenfalls erhalten.

Pflegezeit

Personen, die einen Angehörigen pflegen möchten, erhalten einen gesetzlichen Anspruch darauf, sich bis zu 6 Monate unbezahlt von ihrer Arbeitsstelle befreien zu lassen. Ein Recht auf Rückkehr soll den Arbeitsplatz sichern. Diese Regelung soll für Betriebe ab 10 Beschäftigten gelten. Darüber hinaus ist eine kurzfristige Befreiungsmöglichkeit bis zu 10 Tagen in plötzlichen Notsituationen geplant.

Beiträge

Um die geplanten Änderungen finanzieren zu können, sind Beitragsanpassungen geplant: Zum 01. Juli 2008 wird der Pflegebeitrag von 1,7% um 0,25% auf 1,95% erhöht. Kinderlose

zahlen weiterhin den Zuschlag in Höhe von 0,25%. Die Beiträge zur Arbeitslosenversicherung sollen im Gegenzug um 0,3% gesenkt werden. Damit auch Rentner einen finanziellen Ausgleich erhalten, sollen die Renten zu diesem Zeitpunkt entsprechend erhöht werden.

Durch die Erhöhung des Pflegebeitrags werden zusätzliche Einnahmen in Höhe von ca. 2,5 Mrd. EUR erwartet. Es ist davon auszugehen, dass diese Mehreinnahmen zur Deckung der Mehrleistungen ausreichen.



Fazit

Angesichts der Geldentwertung der letzten 12 Jahre sowie steigender Preise im Gesundheitswesen ist eine Reform der Pflegeversicherung dringend notwendig. Jedoch darf bezweifelt werden, ob die vorgelegte Reform ausreichen wird, um den Grundsatz „ambulant vor stationär“ tatsächlich zu verwirklichen: Auf alle Ausgaben der Pflegeversicherung bezogen steigen die Leistungen von heute bis 2012 nur um 0,7% jährlich – nimmt man den Zeitraum von 1996 bis 2012, so steigen die Leistungen lediglich um 0,3%. Bei einer Inflationsrate von durchschnittlich 1,46% seit 1996 werden die Kaufkraftverluste bei Weitem nicht aufgefangen. Zudem wurden die stationären Pflegesätze der Stufen I und II nicht dynamisiert, obwohl 40% der Ausgaben auf diese beiden Stufen entfallen. Ob die errechneten Mehreinnahmen zur Finanzierung der zusätzlichen Leistungen ausreichen, ist ebenfalls unter Experten umstritten. Mit dieser Reform hat sich die Koalition auf den kleinstmöglichen Kompromiss geeinigt – und damit Zeit bis zu einer richtigen Reform gewonnen.

Frank Schubert

Quellennachweis:

[1] <http://www.destatis.de>

[2] <http://www.bmg.bund.de>

Stimmen aus der Wirtschaft

Die VVG-Reform – das bedeutet Gesetzesänderungen, die erheblichen Einfluss auf die Prozesse in den Versicherungsgesellschaften nehmen.

Diese veränderten Anforderungen in alle betroffenen Konzernbereiche zu implementieren und vor allen Dingen hinreichend zu kommunizieren, erfordert höchste Anstrengungen. Zur Unterstützung haben wir mit der Firma inside einen Partner gewonnen, mit dem wir seit Jahren im e-Learning- und Blended Learning-Bereich kompetent zusammenarbeiten.

Mit dem Film zum VVG, dem Lernprogramm (WBT), den Lernskripten für Teilnehmer und den Folien stehen Unterlagen zur Verfügung, die unseren Mitarbeitern vielfältige Möglichkeiten bieten, sich das neue Gesetz zu eigen zu machen. Die Führungskräfte können sich für die Gestaltung von Einführungs-

und Schulungsveranstaltungen für ihre Mitarbeiter der Unterlagen bedienen. Jeder Mitarbeiter kann mit Hilfe des Lernprogramms und der Lernskripte Themen, die ihn interessieren bzw. die für seine tägliche Arbeit wichtig sind, individuell und gezielt nacharbeiten.

Das inside Programm unterstützt uns nicht nur bis zum Inkrafttreten des neuen Gesetzes, sondern begleitet uns auch danach während des gesamten Implementierungsprozesses.

Manuela Blißenbach-Grabs, ARAG

Mehr Effizienz durch neue Medien

Virtuelle Vorträge gestalten den Zugang zu aktuellen Informationen flexibel und helfen, sich im Meer der Informationen zu behaupten.



Alle reden von der Klimakatastrophe und meinen damit ganz zu Recht die sich verändernde, globale meteorologische Situation. Die Atmosphäre wird wärmer und die Extreme nehmen zu. Weit weniger dramatisch, aber für jeden Einzelnen von uns vielleicht noch spürbarer – weil konkret erfahrbar – vollzieht sich auch im beruflichen Umfeld ein Klimawandel: Auch hier wird die Atmosphäre hitziger. Wellen ungeordneter Information überschwemmen erst unseren Schreibtisch und dann unseren Kalender, um uns schließlich ganz aus dem privaten Leben fortzuspülen. Ist das gut?

Sicher, man kann es genießen, auf den sich brechenden Wogen zu surfen, und man meint, geschwind vom Fleck zu kommen – obwohl das Wasser, wie wir ja alle wissen, sich über Grund gar nicht bewegt. Aber der Umgang mit dieser Flut an Informationen ist für die meisten von uns kein Kinderspiel.

Da freut man sich über jeden Rettungsring, jeder Schwimmflügel wird dankbar angenommen. Damit verschwinden zwar die Wellen nicht, aber man bleibt über Wasser und kann sich immerhin entscheiden, ob man diese oder die nächste Welle nimmt.

Das Ziel: mehr Unabhängigkeit

Es geht darum, sich unabhängiger von den Wellen zu machen. Zwar wird es uns nicht gelingen, die Höhe und Wucht der Wellen zu brechen, aber wir können den Rhythmus der Wellen mitbestimmen, sie in der Zeit neu ordnen und uns damit ein bisschen mehr Freiheit erkämpfen. Aber wie?

Wenn es mehr Informationen gibt als das zeitliche Raster sich damit auseinanderzusetzen erlaubt, muss man auf „Schwimmflügel“ zurückgreifen und sich zeitlich flexibel organisieren, – denn auf die Menge der Informationen hat man keinen Einfluss – oft ist man ja viel zu sehr mit den Informationen anderer beschäftigt, als dass einem selbst noch etwas einfallen würde ...

Für viele ist ein Präsenzseminar das Mittel der Wahl, wenn es darum geht, aktuelle Informationen in das Unternehmen hineinzutragen und die Mitarbeiter auf den neuesten Stand zu bringen. Und das ist im ja auch richtig. Allerdings ist diese Form der Vermittlung an verschiedene Voraussetzungen gebunden:

Seminare sind sinnvoll, wenn eine bestimmte Teilnehmerzahl nicht überschritten wird und die Teilnehmer alle dann Zeit haben, wenn der Vortragende an einem bestimmten Ort ist.

Ab durch das „Wurmloch“

Raum und Zeit zu trennen, das vermeintliche Kontinuum aufzulösen, darum geht es. Und wovon die aktuelle Raumfahrt noch Lichtjahre entfernt ist, das können Lernkonzepte, die auf elektronischen Medien basieren, schon lange. Also: Willkommen an Bord!

Eines der ersten Unternehmen, das sich auf den Weg durch das Wurmloch gemacht hat, ist die Allianz Lebensversicherung. Spezialisten, die sich gezielt mit bestimmten Themen auseinandergesetzt und PowerPoint-Vorträge dazu ausgearbeitet

haben, schulen die Mitarbeiter in Seminaren. Das ist bewährte Praxis und steht auch nicht zur Diskussion. Zusätzlich aber nutzt die Allianz die Krümmung des Raums ...

Im TV-Studio werden die Vorträge der Experten – wahlweise kann die „Rolle“ auch von einem professionellen Moderator übernommen werden – mit einer Kamera aufgezeichnet. Nicht in der „Totalen“, sondern im Bild ist nur der Experte in einer Naheinstellung zu sehen, der direkt in die Kamera spricht. Die Kamera ist das Publikum.

Der Vortrag wird also komplett auf Video dokumentiert. Die hochwertigen Bild- und Tondaten werden im Anschluss so geschnitten, dass jede Audio- und Videosequenz der entsprechenden PowerPoint-Folie zugeordnet werden kann. Anschließend wird das Video „kleingerechnet“ (... damit der Experte auch durch das Wurmloch passt ...) und von einer speziellen Software mit den Folien synchronisiert.

So entsteht ein Screen, auf dem oben links in einem Fenster der Vortragende und in einem weiteren, großen Fenster in der Bildmitte die Folien zu sehen sind. Beide Elemente laufen absolut synchron. In einem zusätzlichen Fenster ist der Vortrag in einem übersichtlichen Gliederungsformat abgebildet. Der Nutzer hat damit auch die Möglichkeit, bestimmte Teile der Präsentation auszuwählen oder zu wiederholen.



Das Ergebnis wird auf der evita-Plattform der Allianz in das Intranet des Unternehmens gestellt. Damit hat jeder Mitarbeiter die Gelegenheit, sich den kondensierten Fachvortrag des Experten dann anzusehen und anzuhören, wenn es ihm sein zeitliches Raster erlaubt.

Noch innerhalb der Präsentation hat er sofort die Möglichkeit, den Herausgebern per E-Mail seine Einschätzung, Anregungen und Kritik zu übermitteln: wichtige Informationen für die Gestaltung zukünftiger Vorträge.

Das Video-Format der Wahl ist Flash mit einem Transformations-codec, der trotz der geringen Datenrate von 200 kbps eine hohe Wiedergabequalität zulässt. Der Einsatz eines Streaming-Servers ist dabei nicht nötig.

Natürlich ist auch eine Offline-Version zur Distribution denkbar (CD oder USB-Stick).

Zeit und Raum

Was also in kosmologischer Dimension ein großes Problem ist, lässt sich auf verblüffend einfache Art und Weise in unseren Alltag implementieren. Die Trennung von Zeit und Raum. Die Vorteile:

- Flexibler Zugriff auf Informationen
- Effiziente und authentische Vermittlung
- Wiederholung und Mehrfachnutzung
- Zugewinn an dispositioneller Freiheit
- Stärkung der Eigeninitiative der Mitarbeiter
- Geringer Installationsaufwand
- Online- und Offline-Option

Natürlich lassen sich mit „virtuellen Vorträgen“ nicht alle Probleme des Informationstransfers lösen. Die schiere Menge bleibt und auch das Problem der Selektion. Aber die Flexibilisierung des Zugriffs auf Informationen befreit wenigstens von einer lästigen Fessel. Angenehmer Nebeneffekt bei dieser „Zeitreise“: Möglicherweise lassen sich die Reise- und Veranstaltungskosten für die Seminare ein bisschen reduzieren.

Fazit

„Virtuelle Vorträge“ sind eine attraktive Ergänzung zu den Präsenzseminaren. Sie helfen mit, die inhaltliche Arbeit der Experten so effizient wie möglich zu nutzen.

Also: Kommen Sie an Bord!

Harald Steinkamp



Lernen mit Spaßfaktor – Lernspiele

Lernen und gleichzeitig spielen? Schließt denn das eine nicht das andere aus? Wie heißt es so schön: Erst die Arbeit, dann das Vergnügen. Dass Lernen Spaß machen kann (und soll) und diese positiven Emotionen zudem auch noch den Lernerfolg entscheidend beeinflussen, will der folgende Artikel aufzeigen.

Bei vielen Weiterbildungsmaßnahmen sind auch heute noch – sei es in Präsenz- oder Online-Seminaren – Lernumgebungen anzutreffen, in denen der Lernende eine eher passive Rolle einnimmt, die Vermittlung sich vornehmlich am Inhalt und nicht an der Methodik orientiert und rein auf den anschließenden Test ausgerichtet ist.

Lernspiele sind für viele Weiterbildungsverantwortliche ein zweischneidiges Schwert. An Weiterbildungsmaßnahmen werden konkrete Erwartungen gestellt und es wird mit effektiven Ergebnissen gerechnet. In Zeiten von Budgetkürzungen in der Weiterbildung bleibt nicht viel Raum für Experimente. Auf der anderen Seite ist jeder Personalentwickler daran interessiert, dass die Teilnehmer mit Spaß bei der Sache sind und nachhaltig lernen. Sie sollen nicht nur Wissen als träge Masse anhäufen, das zwar bei Tests abgespult, aber dann in der Praxis nicht angewandt werden kann.

Genau an diesem Punkt setzen auch die Kritiker klassischer Weiterbildung an. Sie beziehen sich dabei auf lernpsychologische Erkenntnisse, nach denen das „Wie lerne ich?“ von entscheidender Bedeutung ist. Nicht erst seit heute ist bekannt, dass es unterschiedliche Lerntypen und Lernstile gibt. Hier ein breites Angebot an unterschiedlichen Lernformen zu bieten, ist ein zentrales Kriterium für den Lernerfolg und somit auch den Erfolg einer Weiterbildungsmaßnahme. Hier bieten Lernspiele eine gute Ergänzung zu den klassischen Weiterbildungsmethoden.

Was versteht man unter Lernspielen?

Lernspiele beinhalten zwei Aspekte:

- Der Inhalt und der Ablauf des Spiels sind mit einer pädagogischen Absicht unter didaktischen Prämissen gestaltet.
- Die Tätigkeit geschieht aus Freude an dieser und ist nicht zweckbestimmt.

Kennzeichnend für Spiele sind folgende Punkte:

- Eine Situation, in der in hohem Maße Beteiligung und Steuerung durch die Teilnehmer gewünscht ist
- Eine Spielidee als Rahmenvorgabe
- Spielregeln, die den Ablauf des Spiels steuern

Um Lernspiele zu kategorisieren, können folgende Merkmale unterschieden werden:

Didaktisches Konzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planspiel ▪ Lernquiz ▪ Rollenspiel ▪ Lernwelten ▪ Adventure Game ▪ Spiele als Erholung zwischen den Lerneinheiten
Plattform	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Papier oder Brettspiel ▪ Digital
Anzahl der Spieler	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzelpersonen ▪ Teams, Online-Lerngemeinschaften
Zusammenspiel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kooperation ▪ Konkurrenz

Um Lernspiele zu kategorisieren, können folgende Merkmale unterschieden werden:

Um zu entscheiden, welche Form des Lernspiels für den jeweiligen Bedarf einsetzbar ist, lässt sich das Unterscheidungsmerkmal Qualifikation vs. Spaß nutzen. Steht die Qualifikation im Vordergrund, sind eher das Lernquiz und das Plan- bzw. Rollenspiel geeignet. Der Qualifikationsaspekt nimmt beim Einsatz von Lernwelten über Adventure Games bis hin zu Spielen als Erholung zwischen den Lerneinheiten immer mehr ab und der Spaßfaktor eines Spiels wird immer stärker in den Vordergrund gerückt.



Darüber hinaus spielt auch der Zeitfaktor eine Rolle. Ein Lernquiz, mit dem am Ende des Seminars das vermittelte Wissen abgefragt wird, nimmt sicherlich weniger Zeit in Anspruch als ein Unternehmensplanspiel über zwei Seminartage.

Die entscheidende Frage, die sich beim Einsatz jeder Methode in der Weiterbildung stellt, ist, welches Ziel mit dieser Methode verbunden ist. Sollen die Teilnehmer nach der Mittagspause wieder aktiviert werden, können z.B. Kreativitätsspiele eingesetzt werden. Sollen ein komplexes Unternehmenssystem abgebildet und die Teilnehmer auf ihre neuen Rollen (z.B. Führungspositionen) in diesem System vorbereitet werden, ist das Planspiel die richtige Wahl.

Lernpsychologischer Hintergrund

Wie wichtig der Spaß beim Lernen ist, zeigen auch wissenschaftliche Erkenntnisse aus der Hirnforschung. Hier wurden folgende interessante Feststellungen gemacht:

- Jedes Lernen setzt eine emotionale Beteiligung voraus.
- Positive Emotionen wirken nicht nur motivierend, sondern fördern auch die Erinnerbarkeit.



Beobachtet man einmal aufmerksam, wie Kinder lernen, sieht man schnell, dass dies im Spiel geschieht. Sie spielen und träumen und befinden sich dabei im Alpha-Zustand, dem Zustand, in dem der Geist voll aufnahmefähig ist. In diesem Zustand sendet das Gehirn Alpha-Wellen in einem Frequenzbereich von 6 bis 12 Hz. Es ist der Zustand der Entspannung, in dem sich Menschen kurz vor dem Einschlafen und kurz vor dem Aufwachen befinden. In diesem Zustand können besonders gut Informationen und neue Fähigkeiten erlernt werden. Bis zum achten Lebensjahr verbringen Kinder bis zu 80% ihrer Zeit in diesem Zustand und lernen in dieser Zeit mit enormer Intensität.

Alpha-Zustand

Im Alpha-Zustand sind beide Gehirnhälften aktiv und miteinander verbunden. Lernen findet in beiden Hemisphären statt. Dadurch sind die erreichten Entwicklungsschritte besonders haltbar und löschungsresistent.

Aber nicht nur die Bereitschaft des Gehirns zum Lernen, also das Hineinversetzen in den Alpha-Zustand, spielt beim Lernen eine Rolle, sondern auch die konkrete Ansprache beider Gehirnhälften. In der klassischen Weiterbildung wird vor allem mit der linken Gehirnhälfte gelernt, in der kognitive Aspekte (rationales, analytisches Denken, Ordnung und Strukturierung von Informationen) verwurzelt sind. Beim Spielen wird zusätzlich das kreative Potenzial der rechten Gehirnhälfte (Fantasie, Intuition, bildhaftes Denken) genutzt.

Elektronische Lernspiele

Eine Spielart mit Zukunft sind die elektronischen Lernspiele. In der amerikanischen Studie „Got Game“ wird dies beschrieben. Es können 3 zentrale Gründe benannt werden, wieso elektronischen Lernspielen eine große Zukunft bevorsteht:

- Elektronische Lernspiele entsprechen den Bedürfnissen und Lernstilen der heutigen und vor allem der zukünftigen Generation von Lernern.
- Elektronische Lernspiele sind motivierend, weil sie Spaß machen.
- Elektronische Lernspiele sind extrem wandlungsfähig, adaptierbar auf fast jedes Thema, jede Information oder jede Fähigkeit, die gelernt werden soll. Wenn sie korrekt genutzt werden, sind sie darüber hinaus überaus effektiv.

Praktisches Beispiel

Ein Spiel, welches zur Lernerfolgskontrolle am Ende eines Seminars eingesetzt werden kann, ist ein Seminar-Memory. Dazu bereitet der Trainer zu den zentralen Themen des Seminars eine gerade Anzahl viereckige Pappkarten vor, von denen er jeweils eine Seite beschriftet. Wichtig ist, dass die nicht beschrifteten Seiten der Karten gleich aussehen.

Um mit dem Einsatz des Memorys den Lernerfolg zu kontrollieren, können z.B. Begriffspaare gebildet werden. Anders als beim klassischen Memory wird hier nicht der gleiche Inhalt auf 2 Karten abgebildet (z.B. Riester-Rente), sondern die beiden Begrifflichkeiten gehören inhaltlich zusammen (z.B. Riester-Rente und Grundzulage). Hierzu wird jeweils ein Begriff auf eine Karte geschrieben. Ziel ist es, den dazu inhaltlich passenden Begriff zu finden. Wichtig ist, dass diese Begrifflichkeiten so eindeutig sind, dass sich immer nur 2 Karten aufeinander beziehen.

Wie beim klassischen Memory werden die Karten verdeckt ausgelegt. Dies kann auf einem Tisch geschehen, um den sich die Teilnehmer gruppieren oder auf dem Fußboden. Dann werden reihum jeweils 2 Karten aufgedeckt. Hat ein Teilnehmer ein richtiges Begriffspaar gefunden, kann er ein weiteres Mal 2 Karten aufdecken. Dann ist der nächste Teilnehmer an der Reihe.

Als Alternative zu Begriffspaaren könnten z.B. auch Satzanfang und Satzende auf 2 Karten stehen. Aufgabe ist es dann, den kompletten Satz zu finden.

Ein schöner Nebenaspekt dieses Spiels: Neben der Lernerfolgskontrolle wird auch noch das Gedächtnis trainiert!

inside Spieleprodukte

Lernspiele unterstützen das Lernen und bereichern damit die klassischen Weiterbildungsmethoden, denn:

- Sie erhöhen das Interesse der Lernenden am Lernprozess.
- Sie machen Lernen leichter.
- Sie machen Lernen nachhaltiger.
- Sie verändern auf Dauer das Lernklima positiv.

inside entwickelt individuell auf das jeweilige Lernziel abgestimmt:

- Klassische Karten- und Brettspiele
- Computerspiele mit zahlreichen Optionen zur Interaktion

Fazit

Die Herausforderung der Zukunft ist, die verschiedenen Formen des Lernens (klassisch, e-Learning, Lernspiele) geschickt und möglichst gewinnbringend zu kombinieren. Hier sollte das Experiment Lernspiel gewagt werden. Sei es als Brettspiel oder digital, sei es eher qualifikationsorientiert oder als netter Appetizer zwischen den Lerneinheiten – inside bietet Ihnen für jede Weiterbildungsmaßnahme maßgeschneiderte Lösungen.

Daniela Bergsch

Quellennachweis:

- [1] Seufert, Sabine; Meier, Christoph: Planspiele und digitale Lernspiele: Neue Edutainment-Welle oder nicht erkannte Potenziale neuer Lernformen? In: Blötz, Ulrich (Hrsg.): Planspiele in der beruflichen Bildung. Auswahl, Konzepte, Lernarrangements, Erfahrungen. Bertelsmann Verlag 2005
- [2] Wallenwein, Gudrun F.: Spiele: Der Punkt auf dem i. Kreative Übungen zum Lernen mit Spaß. Beltz 2003
- [3] Prensky, Marc: Digital Game-Based Learning. McGraw-Hill Education 2001
- [4] Walther, Petra: Spielebasiertes e-Learning. Spiel, Spaß und Spannung. In: managerSeminare Heft 86, Mai 2005
- [5] Funcke, Amelie; Rachow, Axel: Setzen Sie Ihr Seminar in Szene. In: managerSeminare Heft 55, April 2002
- [6] Funcke, Amelie; Rachow, Axel: So bringen Sie Spiele ins Laufen. In: managerSeminare Heft 58, Juli/August 2002
- [7] Funcke, Amelie; Rachow, Axel: Strategien gegen Spielverderber. In: managerSeminare Heft 63, Februar 2003
- [8] Weidenmann, Bernd: Wo der Spaß aufhört. In: managerSeminare Heft 100, Juli 2006



Das Stichwort ...

Fachbegriffe aus dem Bereich des e-Learning verständlich dargestellt

Lernplattform, Learning Management System (LMS)

Der Begriff Lernplattform bezeichnet ein Softwaresystem zur Bereitstellung von Lerninhalten. Im einfachsten Fall kann es sich um eine Website handeln, die für Lernzwecke relevante Inhalte zur Verfügung stellt. Gebräuchlicher ist es jedoch, die Bezeichnung nur für netzwerkbasierte Systeme (Inter- oder Intranet) zu verwenden, die neben der Inhaltsbereitstellung auch Möglichkeiten zur Organisation und Verwaltung von Bildungsmaßnahmen umfassen. Auch im deutschsprachigen Raum ist die englische Bezeichnung „Learning Management System“ (LMS) für solche Systeme weit verbreitet. Typische Funktionen eines LMS sind:

- Benutzerverwaltung (Verwaltung von Benutzerdaten und Passwörtern, An- und Abmeldung)
- Rollen- und Rechtesystem (Zuordnung der Benutzer zu festgelegten Benutzergruppen wie Lerner, Tutor oder Administrator. Abhängig von der zugewiesenen Rolle stehen dem Benutzer unterschiedliche Möglichkeiten zur Verfügung.)
- Kursverwaltung (Verwaltung der Inhalte, Strukturieren der Inhalte zu Kursen)
- Kommunikation (Bereitstellung von Werkzeugen zur Kommunikation mit anderen Benutzern in asynchroner oder synchroner Form)
- Lernprozessverfolgung (Speicherung der Lernfortschritte für die einzelnen Lerner)
- Hilfsmittel für die Lerner (vom Inhalt unabhängige Hilfen wie Kalender oder Notizbuch)
- Darstellung der Lerninhalte (Lernprogramme, Textdokumente, Filme etc.)

Neben spezifischen Vorteilen für jede einzelne Benutzergruppe besteht der Hauptvorteil der Verwendung eines LMS darin, dass alle den Lernprozess betreffenden Aktivitäten in einer Umgebung und einer Benutzeroberfläche integriert sind.

SCORM

Die Abkürzung SCORM steht für „Sharable Content Object Reference Model“. SCORM ist eine Sammlung von Standards und Spezifikationen für elektronische, netzbasierte Lerninhalte. Sie wird von der vom US-Verteidigungsministerium gegründeten Advanced Distributed Learning Initiative (ADL) veröffentlicht.

Ziel der Standardisierung ist die Wiederverwendbarkeit, Austauschbarkeit und Kombinierbarkeit elektronischer Lerninhalte. Insbesondere soll es möglich sein, SCORM-kompatible Lernsoftware verschiedener Hersteller ohne Anpassungsaufwand in SCORM-kompatible Lernplattformen einzubinden und in Kursen zu kombinieren. Die Festlegung, welche Daten in welchem Format vom Lernbaustein zum LMS und zurück übermittelt werden, ermöglicht es, bspw. Daten zur Lerneraktivität wie Lernstand, Lernzeit oder Lernfortschritt in die Lernplattform zu übernehmen oder den Lernbaustein an der Stelle wieder aufzurufen, an der er vom Lernenden verlassen wurde.

Die aktuellste verfügbare Version ist SCORM 2004, diese wird jedoch von den meisten Learning Management Systemen noch nicht unterstützt. Verbreitet ist die Version SCORM 1.2. Diese vernachlässigt jedoch beispielsweise das Problem der Benutzer-Navigation über die Grenzen von Lerneinheiten hinweg, was dazu führte, dass verschiedene Hersteller ihre LMS mit Erweiterungen ausstatteten, die über den Standard hinausgehen. Die Austauschbarkeit der Lernsoftware wird wiederum eingeschränkt, wenn sie derartige LMS-spezifischen Erweiterungen nutzt.



Ruhestand – Luxus oder Armutsfalle?

Wohin führt das RV-Altersgrenzenanpassungsgesetz?



„Der Ruhestand wird allgemein als soziales Recht empfunden“, so die Aussage in einem bekannten Suchportal. Aber welche Rahmenbedingungen schafft der Gesetzgeber dafür?

Rentenreformen der älteren und auch der jüngsten Vergangenheit kündigten unter anderem die Festlegung des Beitragssatzes auf 19,5% (durch das Beitragssicherungsgesetz 2002), die Sicherung der Rentenhöhe (Einführung der Niveausicherungsklausel durch das RV-Nachhaltigkeitsgesetz im Jahr 2004) sowie die Verrechnung möglicher Rentensteigerungen mit unterlassenen Rentenkürzungen der vergangenen Jahre (Einführung des Nachholfaktors durch das RV-Altersgrenzenanpassungsgesetz im Jahr 2007) an.

Aber was heißt das konkret?

Eine Frage, die nicht mit einer präzisen Aussage beantwortet werden kann, liegt doch auch hier, oder insbesondere im Bereich der Sozialversicherungen, im Auge des Betrachters. Der Gesetzgeber scheint „unumgängliche Rentenkürzungen“ den Arbeitnehmern und Rentnern gegenüber verharmlosen zu wollen, indem diese durch Begriffe wie „Stabilisierung“ oder „Erhalt“ zunächst rein verbal eingedämmt werden.

Aus Sicht der Arbeitnehmer und Rentner jedoch standen und stehen ganz andere Extreme aus: Erhöhung des Beitragssatzes, Anhebungen der Altersgrenzen, Wegfall mehrerer Rentenarten (Altersrente für Frauen, Altersrente wegen Arbeitslosigkeit oder nach Altersteilzeitarbeit).

Auf den Punkt gebracht bedeuten diese Maßnahmen: extreme Rentenkürzungen, die sich auf den „Ruhestand“ negativ auswirken.

Schaut man sich die aktuelle Rentenreform, das „RV-Altersgrenzenanpassungsgesetz“, beginnend bei den Beweggründen über die wichtigsten Eckpunkte bis hin zu den Auswirkungen auf die gesamte Altersversorgung aus Sicht der Gesetzgebung an, wird man mit Fakten und zunächst logischen Konsequenzen konfrontiert.

Beweggründe für die Reform

Das gesetzliche Rentensystem basiert auf dem Generationenvertrag. Dieser besagt, dass die derzeit arbeitende Generation durch ihre Beiträge die Renten der heutigen Rentner zahlt.

Doch negative Faktoren führen u.a. dazu, dass sich langfristig die Generation der Arbeitnehmer und somit der Beitragszahler verringert:

- Die Geburtenraten sinken.
- Höhere Lebenserwartungen bedingen eine durchschnittlich längere Rentenbezugsdauer. So hat sich die durchschnittliche Bezugsdauer der Renten in den vergangenen 40 Jahren um ca. 7 Jahre erhöht.
- Schlechte Arbeitsmarktbedingungen führen zu Ausbildungsplatzmangel, Fachkräftemangel, Arbeitslosigkeit und Langzeitarbeitslosigkeit.

Das schon lange nicht mehr gut funktionierende Gleichgewicht zwischen Beitragszahlern und Rentenbeziehern zur Finanzierung der Renten scheint immer mehr in ein Ungleichgewicht zu kippen.

Um dieser Misere langfristig entgegenzuwirken, hat der Gesetzgeber mit dem RV-Altersgrenzenanpassungsgesetz im Frühjahr 2007 eine Reformmaßnahme verabschiedet, durch die mit der Anhebung der Rentenaltersgrenzen und gezielter Förderung der Beschäftigungsmaßnahmen für ältere Arbeitnehmer/innen die Beitrags- und Niveausicherungsziele der gesetzlichen Rentenversicherung eingehalten werden sollen.

Eckpunkte des Gesetzes

Ab 2012 wird das Renteneintrittsalter von 65 Jahren schrittweise um 1 Monat, ab 2024 schrittweise um 2 Monate pro Jahr erhöht. Im Jahr 2029 liegt das Renteneintrittsalter dann bei 67 Jahren. Wer jedoch 45 Jahre Pflichtbeitragszeiten erworben hat, kann nach wie vor mit dem vollendeten 65. Lebensjahr als

sogenannter „besonders langjährig Versicherter“ abschlagsfrei in Rente gehen!

Was ändert sich konkret bei den einzelnen Renten?

Rentenart	derzeit geltendes Recht	zukünftig geltendes Recht
Regelaltersrente	65	67
Altersrente für langjährig Versicherte mit 35 Versicherungsjahren	65 (abschlagsfrei)	67 (abschlagsfrei)
	63 (mit Abschlag 7,2%)	63 (mit Abschlag 14,4%)
Altersrente für schwerbehinderte Menschen mit 35 Versicherungsjahren	63 (abschlagsfrei)	
	60 (mit Abschlag)	
Altersrente für besonders langjährig Versicherte mit 45 Versicherungsjahren	neue Rentenart!	65 (abschlagsfrei)
Altersrente für Frauen	65 (abschlagsfrei)	Ab Jahrgang 1952 gibt es diese Rente nicht mehr.
	60 (mit Abschlag)	
Altersrente wegen Arbeitslosigkeit oder nach Altersteilzeitarbeit	65 (abschlagsfrei)	Ab Jahrgang 1952 gibt es diese Rente nicht mehr.
	63 (mit Abschlag)	

Abbildung 1: Anhebung der Altersgrenzen

Ein vorzeitiger Rentenbeginn ist weiterhin möglich, jedoch mit Abschlägen in Höhe von 0,3% pro Monat vorzeitiger Inanspruchnahme – maximal 14,4%.

Auswirkungen des RV-Altersgrenzenanpassungsgesetzes auf das Drei-Schichten-Modell

Die Altersversorgung beruht nicht allein auf den Leistungen der gesetzlichen Rentenversicherung. Vielmehr ist die gesetzliche Rentenversicherung ein Element des sogenannten „Drei-Schichten-Modells“ der Altersversorgung.

Das RV-Altersgrenzenanpassungsgesetz wirkt sich aber nicht nur auf die Basisversorgung aus, sondern hat auch gravierende Auswirkungen auf die anderen Schichten des Drei-Schichten-Modells.

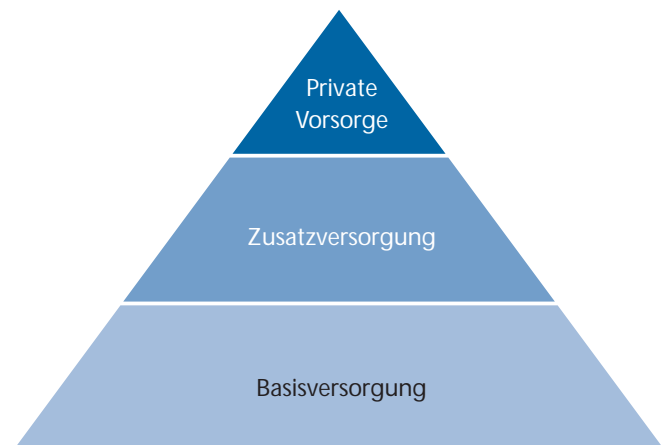


Abbildung 2: Drei-Schichten-Modell der Altersversorgung

Zusatzversorgung

Die Möglichkeit eines vorzeitigen Bezugs von Altersleistungen aus der betrieblichen Altersversorgung (§6 BetrAVG) ist zukünftig erst dann gegeben, wenn der Versicherte eine Altersrente aus der gesetzlichen Rentenversicherung als Vollrente vor Vollendung des 67. Lebensjahres (bis dato des 65. Lebensjahres) in Anspruch nimmt.

Scheidet ein Arbeitnehmer vorzeitig aus einem Unternehmen aus, sind für die Höhe seiner unverfallbaren Anwartschaften dann die Jahre zwischen dem Beginn der Betriebszugehörigkeit und der Regelaltersgrenze – und nicht wie nach derzeit geltendem Recht bis zum 65. Lebensjahr – berechnet.

Für die steuerlich geförderte private kapitalgedeckte Altersversorgung „Riester-Rente“ sowie für die „Rürup-Rente“ wird die Altersgrenze für die frühestmögliche Inanspruchnahme der Leistung vom 60. auf das 62. Lebensjahr angehoben.

Private Vorsorge

Auch für private kapitalbildende Lebens- und Rentenversicherungen wird die Altersgrenze für die frühestmögliche Inanspruchnahme der Leistung vom 60. auf das 62. Lebensjahr angehoben.

Die Realität

Ruhestand, ein soziales Recht – wer kann sich das noch leisten? Auf den Ruhestand hat das RV-Altersgrenzenanpassungsgesetz jedoch folgende Auswirkungen:

Bei einem vorzeitigen Rentenbezug werden die Abschläge in Höhe von 0,3% pro Monat nicht wie bisher für die Jahre bis zum 65., sondern bis zum 67. Lebensjahr gerechnet – und werden lebenslang abgezogen. Bei einem Rentenbezug mit 65 – sprich dem bis dato geltenden und allgemein bekannten Rentenbeginn – bedeutet dieses dann lebenslange Rentenabschläge, sprich eine Rentenkürzung, von 7,2%. Ein Rentenbezug ab 63 stellt dann schon reinen Luxus dar – denn 14,4% Abschläge sind eine enorme Kürzung.

Erwerbsgeminderte und Behinderte haben oft aus gesundheitlichen Gründen nicht die freie Wahl, eine Rente vorzeitig zu beziehen oder gegebenenfalls bis zur geltenden Altersgrenze zu arbeiten. Bei einem Rentenbeginn vor 65 müssen sie lebenslange Rentenabschläge in Kauf nehmen.

Eines ist klar: Es besteht die Notwendigkeit, heute schon an die Zukunft zu denken und bedarfsgerecht vorzusorgen! Das bedeutet letztlich, dass durch die Verschiebung des Rentenalters ein erhöhter Kapitalbedarf für jeden Einzelnen besteht.

Die gesetzliche Rentenversicherung (Basisversorgung) sollte durch eine gezielte Zusatzversorgung wie betriebliche Altersversorgung sowie durch eine individuell abgestimmte Private Vorsorge ergänzt werden.

Anbieter von Altersvorsorgeprodukten stehen nun vor der Herausforderung, bestehende Produkte zu modifizieren und neue Produkte zu entwickeln, um den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen!

Doch nicht nur im Ruhestand drohen vielen Menschen finanzielle Einbußen oder sogar Armut, sondern auch bereits im Vorruhestand. So müssen ältere Arbeitslose, die bedingt durch schlechte Arbeitsmarktbedingungen keine Anstellung mehr bekommen, bis zum Beginn der vorzeitigen Altersrente Arbeitslosengeld II beziehen und dann ab dem Bezug der vorzeitigen Altersrente mit lebenslangen Abschlägen und somit Kürzungen leben.

Verlängerung der Zeiten von Arbeitslosigkeit bis hin zur Langzeitarbeitslosigkeit und Rentenkürzungen sind die Realität.

Diesen drohenden Auswirkungen möchte der Gesetzgeber durch die Initiative 50plus entgegenwirken.

Initiative 50plus

„Zu wenig ältere Menschen sind am Erwerbsleben beteiligt.“, so die Aussage im Gesetzentwurf der Bundesregierung. Der Gesetzgeber schafft mit der „Initiative 50plus“ gute Voraussetzungen, den Zeitraum bis zum Beginn der schrittweisen Anhebung der Altersgrenzen im Jahr 2012 effektiv zu nutzen und mehr ältere Menschen in die Arbeitswelt von morgen zu integrieren.

Die Ziele der Initiative 50plus sind:

- Die Erwerbstätigenquote der über 55-Jährigen soll bis zum Jahr 2010 auf 55% steigen.
- Das vorzeitige Ausscheiden der 55-Jährigen und älteren Arbeitnehmer aus dem Erwerbsleben soll deutlich reduziert werden.
- Die Voraussetzungen zur Wiedereingliederung älterer Arbeitnehmer sollen verbessert werden.

- Die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen soll gesteigert werden.

Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele:

- Verbesserung von Weiterbildungsmaßnahmen
- Förderung der Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen
- Arbeitgeber erhalten den sogenannten „Eingliederungszuschuss“ für ältere Arbeitnehmer
- Einführung des sogenannten „Kombilohns“ (Ausgleich der Differenz zwischen dem früheren (höheren) und dem neuen Nettogehalt)

Nun sind die Unternehmer, die Arbeitgeber, die Kommunen gefragt, Möglichkeiten zur Umsetzung der politischen Ziele zu schaffen.

Nicht nur die Arbeitsmarktbedingungen für Ältere, sondern auch die Ausbildungs- und Arbeitsmarktbedingungen für Junge müssen durch zahlreiche Maßnahmen verbessert werden. Bildung, Aus- und Weiterbildung können also Maßnahmen darstellen, durch die langfristig die Stabilität und Höhe der Renten beeinflusst werden können.

Es stellt sich jedoch die kritische Frage:

Was geschieht im Zeitraum bis zur Umsetzung der ersten Maßnahmen?

Fazit

Mit dem RV-Altersgrenzenanpassungsgesetz hat der Gesetzgeber – wie schon häufig in der Vergangenheit – eine Reformmaßnahme geschaffen, die vorherige Maßnahmen reformiert. Die damit einhergehenden Veränderungen bringen große Hürden mit sich und werfen viele Fragen auf.

Ruhestand – Luxus oder Armutsfalle? Diese Frage sollte sich jeder stellen und seine Altersvorsorge nochmals überdenken bzw. gezielt planen (lassen).

Aber eines steht fest: Nach der Reform ist vor der Reform!

Ende offen ...

Katja Gerards

Quellennachweis:

[1] Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Fragen und Antworten zum Entwurf des RV-Altersgrenzenanpassungsgesetzes („Rente mit 67“), Dezember 2006



inside Kooperationspartner Qualitus erfolgreich im LMS-Shootout

Berlin im Juni 2007 – Die Kölner Qualitus GmbH stellt sich mit der Open-Source-Lernplattform ILIAS im Shootout anlässlich des Kongresses „Learning World 2007“ vier kommerziellen LMS-Anbietern.

Fünf Anbieter von Learning Management Systemen (imc AG mit CLIX, NetDimension Ltd. mit EKP, Qualitus GmbH mit ILIAS, Schenck.de AG mit der Schenck Lernplattform, time4you GmbH mit dem IBT Server) traten gegeneinander an, um ihre Produkte von einem kritischen Publikum bewerten zu lassen.

Im Rahmen eines jeweils 15-minütigen Beitrags musste der Funktionsumfang eines jeden LMS in Bezug auf den Lern- und Begleitungsprozess eines Kursszenarios aus Sicht der Lernenden und der e-Tutoren präsentiert werden.

Die Bewertung umfasste die Kriterien Verständlichkeit, Funktionsumfang, Didaktik, Anwendungsmöglichkeiten aus Sicht der Lernenden, Umfang der Begleitungsmöglichkeiten durch e-Tutoren, Einhaltung der Präsentationszeit, Preis-Leistungs-Verhältnis und Gesamteindruck (mit doppelter Gewichtung).

Die Qualitus GmbH überzeugte, nachdem ILIAS in allen Kriterien jeweils einen der ersten drei Plätze belegen konnte. Nicht zuletzt durch das hervorragende Preis-Leistungs-Verhältnis und die überzeugende Präsentation von Dr. Norbert Bromberger (Geschäftsführer der Qualitus GmbH) trat ILIAS aus dem Wettstreit als Sieger hervor. Gefolgt von der Schenck.de AG und der NetDimension Ltd. erstritten die imc AG und die time4you GmbH die Plätze zwei und drei.

Seit 2005 kooperiert die inside Unternehmensgruppe mit der Qualitus GmbH Köln und der Databay AG Aachen.

Die inside Produkte werden im Zusammenspiel mit ILIAS nicht nur im eigenen Haus (z.B. im Online-Kurs „Versicherungsfachmann/-frau“), sondern auch sehr erfolgreich bei unseren Kunden eingesetzt.

Wir gratulieren der Qualitus GmbH zu diesem 1. Platz!

ITVA Award für inside

Beim 15. ITVA Award (Integrated TV&Video Association), einem renommierten Industriefilmfestival, das letztes Jahr im November in Köln stattfand, war inside TAV gemeinsam mit der Allianz Lebensversicherung erneut erfolgreich.

In der Kategorie „Verkaufsförderung/Marketing“ wurde der Filmproduktion „Let it roll!“ der ITVA Award in Bronze verliehen. Der 5-minütige Film schildert die bAV aus Arbeitnehmersicht, dargestellt durch den „Lebensweg“ einer auf Schienen rollenden Kugel ...

„Wir prämiieren Meisterstücke und nicht Machwerke“, so der Leiter der diesjährigen Jury Professor Peter Waury, Dozent für Audiovisuelle Kommunikation an der Ruhr Universität in Bochum.

Ein hoher Anspruch und sehr erfreulich, dass die Arbeit des inside Teams auf diesem Niveau Würdigung findet.

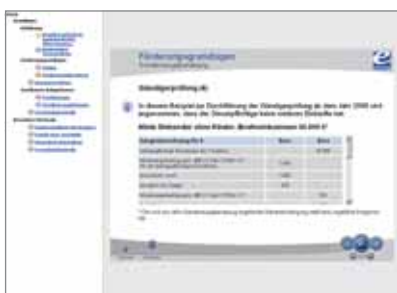
Das alles geht aber nicht ohne einen Auftraggeber, der den Mut hat, konventionelle Wege zu verlassen und eine Bildsprache zu entwickeln, die originell ist, überzeugend und die auch noch Spaß macht. Und Spaß ist beim Lernen ein oft unterentwickeltes Pflänzchen.

Unser Dank geht also explizit an das Allianz Team Marktmanagement/Aus- und Fortbildung um den geschätzten Kollegen Joachim Behringer.



inside Online-Kurs „Versicherungsfachmann/-frau“ erneut zertifiziert

Nach der erfolgreichen 2½-jährigen Durchführung wurde auf Basis von gesammelten Erfahrungswerten und intensivem Austausch mit Lernenden das Konzept des inside Online-Kurses „Versicherungsfachmann/-frau“ optimiert und erneut von der Staatlichen Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) zertifiziert.



Der bewährte modulare Kursaufbau mit allen für die schriftliche Prüfung zum/zur Versicherungsfachmann/-frau relevanten Themen wurde gestrafft, sodass die Kursdauer auf 6 Monate verkürzt werden konnte.

Das erworbene Wissen kann durch die aktive Mitwirkung der Lernenden an regelmäßig stattfindenden Fachforen – moderiert von erfahrenen Fachtutoren – aufgefrischt, vertieft und angewendet werden.

Im virtuellen Café besteht die Möglichkeit, sich auch außerfachlich in einem Forum auszutauschen. Die Lernenden sind hier unter sich.

Die Foren unterstützen dabei nicht nur den Austausch, die Klärung von Fragen und die gegenseitige Hilfestellung, sondern fördern auch die Kommunikation untereinander und ersetzen zumindest teilweise das Gespräch innerhalb der Lerngruppe.

Die Begleitung der Lernenden durch qualifizierte e-Tutoren während des gesamten Kursverlaufs steigert die Lernmotivation, erhöht die Lernleistung, unterstützt die Überwindung von Lernschwierigkeiten und führt zu besseren Lernergebnissen.

Unterstützende zusätzliche Informationen werden durch Tipps zum selbst gesteuerten Lernen und zum Zeitmanagement angeboten.

Durch die Veröffentlichung und regelmäßige Erweiterung von häufig gestellten technischen, fachlichen und organisatorischen Fragen und deren Beantwortung wird eine sofortige und zeitsparende Hilfestellung gewährleistet.

Flexibel zum/zur Versicherungsfachmann/-frau

- keine festen Seminarzeiten und Präsenzveranstaltungen – zeitliche und örtliche Flexibilität bei der Bearbeitung
- Begleitung durch qualifizierte e-Tutoren während des gesamten Kurses
- moderierte Foren zu einzelnen Fachthemen
- weiterführende Informationen und Materialien
- Kursdauer: 6 Monate bei einer empfohlenen wöchentlichen Lernzeit von ca. 6 Stunden
- Kursstart: jederzeit möglich
- keine Teilnahmevoraussetzungen

Überzeugen Sie sich selbst! Weitere Informationen – auch über eine eventuelle staatliche Förderung – erhalten Sie unter www.elearning.de.

Melden Sie sich zum kostenlosen Probelernten an oder nehmen Sie direkt mit uns Kontakt auf.



inside engagiert sich bei SAGSAGA

Beitritt zum Fachverband für Planspiele

SAGSAGA steht für „Swiss Austrian German Simulation And Gaming Association“ und ist eine Vereinigung von Planspiel-Experten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, um Planspiel-Methoden zu verbreiten. Hierbei steht die Förderung der Kommunikation zwischen Anwendern, Entwicklern und Nutzern von Planspiel-Methoden im Vordergrund.

Seitdem inside das Planspiel SiVersA „Simulation einer Versicherungsagentur“ entwickelt hat, besteht erhöhtes Interesse an einem Austausch mit anderen Planspiel-Entwicklern, Institutionen und Wissenschaftlern über die Entwicklung weiterer Planspiele. Als logische Konsequenz ist inside deshalb der Vereinigung SAGSAGA, die sich in erster Linie als „Learning Community“ versteht, beigetreten.

SiVersA – Planspiel für Versicherungsmitarbeiter

Das Planspiel SiVersA ist ein Online-Planspiel, das die Führung einer Versicherungsagentur simuliert. Die Lerner aus der Versicherungswirtschaft haben hier die Möglichkeit, risikolos eine Versicherungsagentur zu führen und aus den Erfahrungen, die sie während der Simulation sammeln, zu lernen. Hierbei werden versicherungsfachliche, betriebswirtschaftliche und organisatorische Zusammenhänge berücksichtigt. Dies wäre so in der realen Wirtschaft ohne Folgen nicht möglich.

inside hat das Planspiel SiVersA auf Basis des neuen „inside Planspiel-Rahmenwerks“ in Kooperation mit führenden Unternehmen aus der Versicherungswirtschaft entwickelt. Dieses Rahmenwerk ermöglicht schnell und kostengünstig beliebige Unternehmensplanspiele zu realisieren.

Ausblick bei SAGSAGA

inside sieht den neuesten Entwicklungen im Bereich Lernspiele mit wachsendem Interesse entgegen und freut sich auf den Erfahrungsaustausch und die künftige Mitwirkung an der Interessengemeinschaft von SAGSAGA.

Möchten auch Sie von unserem Erfahrungsaustausch profitieren und eine Arbeitssituation aus Ihrem Unternehmen simulieren und Ihre Mitarbeiter mit Hilfe eines Planspiels fördern? Gerne stehen wir Ihnen mit kompetenten Vorschlägen zur Seite – sprechen Sie uns einfach an!



März-September MESSEN 2008

<i>März:</i>	04.-09.03.08 05.-09.03.08 05.-06.03.08	Cebit, Hannover ITB, Berlin BCA Messekongress, Wiesbaden
<i>April:</i>	09.-10.04.08 21.-25.04.08	Personal 2008, Stuttgart Hannover Messe
<i>Mai:</i>	06.-07.05.08	Charta, Neuss
<i>Juni:</i>	04.-05.06.08 05.-06.06.08 13.-14.06.08	Nuria, Köln Personal & Weiterbildung, Wiesbaden go finance, Friedrichshafen
<i>August:</i>	29.08.-03.09.08	IFA, Berlin
<i>September:</i>	09.-10.09.08 09.-11.09.08	Zukunft Personal, Köln 5. Fernausbildungskongress, Hamburg

Spezialist für Blended Learning

inside		Lern- & Informationssysteme
inside		Verlag für neue Medien
inside		Mediendesign & Kommunikation
inside		TV-, Audio- & Videoproduktion
inside		eBusiness Solutions
inside		Akademie

Auf der Hülz 190, 52068 Aachen

T +49 (0) 241.1 82 92-0

F +49 (0) 241.1 82 92-79

info@inside-online.de

www.inside-online.de