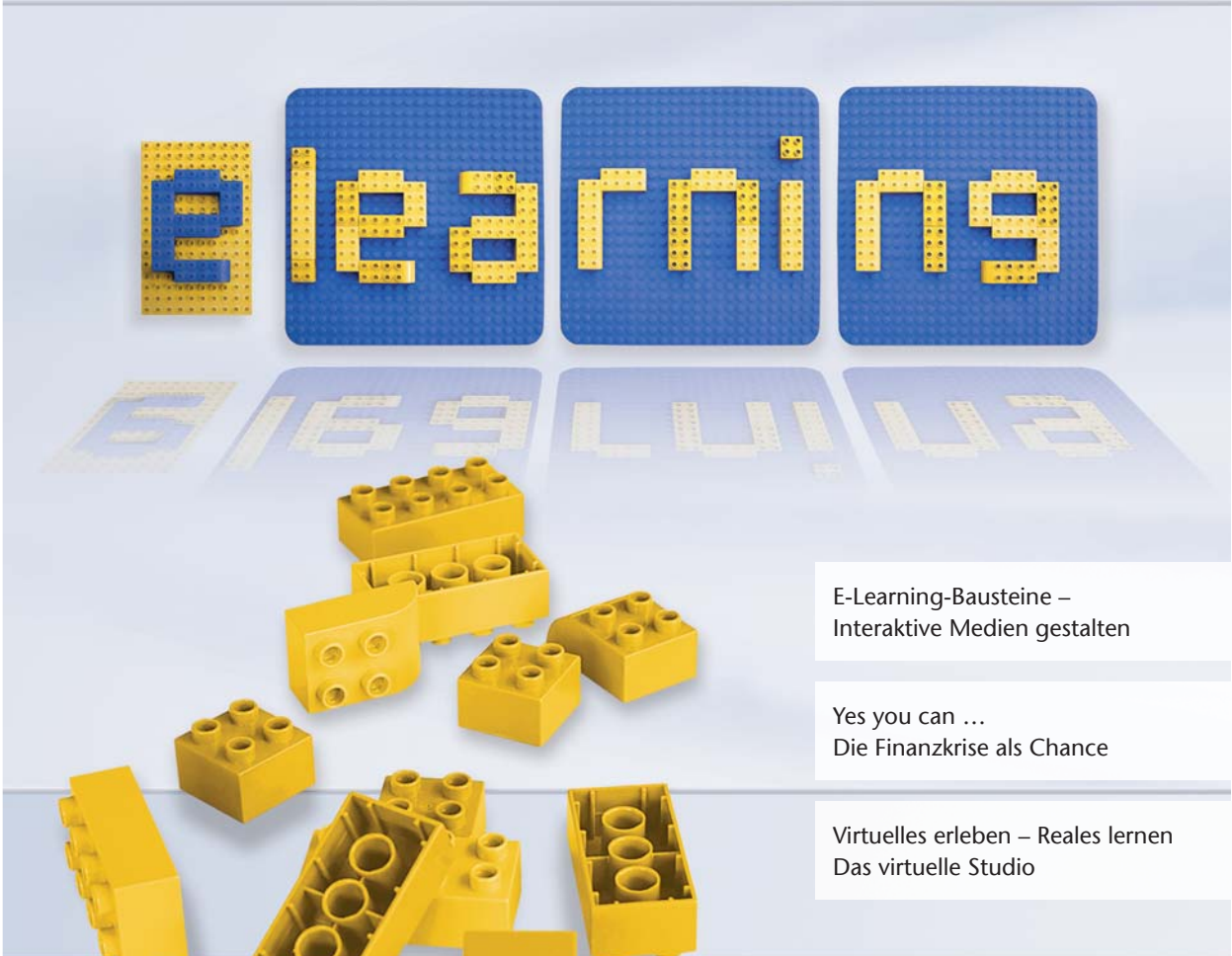


BLENDED!

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

3,50 €



E-Learning-Bausteine –
Interaktive Medien gestalten

Yes you can ...
Die Finanzkrise als Chance

Virtuelles erleben – Reales lernen
Das virtuelle Studio

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3	Virtuelles erleben – Reales lernen	18
Yes you can ...	4	Stimmen aus der Wirtschaft Multimediales Unterrichtskonzept geht online!	20
E-Learning im Zeichen der Wirtschaftskrise	6	inside Vorbereitungen zur Prüfung zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“	21
E-Learning-Bausteine – Interaktive Medien strukturiert und flexibel gestalten	8	Stimmen aus der Wirtschaft KISSWIN – „Erfolg ist kein Zufall“	23
Eine Reise in die Vergangenheit	12	Stimmen aus der Wirtschaft Integration unternehmensspezifischer Inhalte ...	24
Stimmen aus der Wirtschaft Maßstab in Finanzberatung ...	13	Das Stichwort ...	25
SiVa II – Die Simulation einer Versicherungsagentur mit Innen- und Außendienstmitarbeitern	14		

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), Dr. Patrick Blum,
Christina Jansen, Kirsten Mainz, Thomas Oberle,
Wolfgang Ritz, Tobias Schierge, Frank Schubert,
Harald Steinkamp, Nicole Thelen

Grafik:

inside Gesellschaft für Mediendesign und Kommunikation mbH

Druck:

Image Druck GmbH
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 2009 unserer Kundenzeitschrift **BLENDED!** zu präsentieren.

Der Start in das Jahr 2009 war unruhig, die Finanzkrise überschattet seit einiger Zeit die gesamte Wirtschaft.

In dieser Ausgabe möchten wir Sie jedoch etwas aufmuntern: Nach dem Motto „Yes you can ...“ zeigen wir Ihnen Perspektiven auf, die sich auch in dieser Krisenzeit ergeben.

Gerade jetzt stehen wir Ihnen als zuverlässiger Partner zur Seite und helfen Ihnen, Ihre Chancen zu ergreifen.

In „E-Learning-Bausteine – Interaktive Medien strukturiert und flexibel gestalten“ berichten wir unter dem wirtschaftlichen Aspekt über Software-Produktlinien, die die Möglichkeit der Mehrfachnutzung einzelner Software-Bausteine bieten.

Das Online-Planspiel SiVa geht in die 2. Runde!

Nach erfolgreichem Start der ersten Version gibt es nun den Nachfolger SiVa II – im Mittelpunkt steht die strategische Vertriebssteuerung einer Versicherungsagentur mit Vertriebsmitarbeitern und Bürokräften: ein effektives Werkzeug für die Agenturentwicklung und -beratung.

Begleiten Sie uns auf „Eine Reise in die Vergangenheit“ mit dem neuen Audioguide im Rathaus Aachen, einer Station der Route Charlemagne. Besuchen Sie mit uns ein virtuelles Studio und erfahren Sie mehr über die Anwendung von Bluescreen-Verfahren in Schulungsfilmern.

Ob Versicherungsvertreter, -makler oder -berater – jeder braucht sie – die bestandene Sachkundeprüfung zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“.

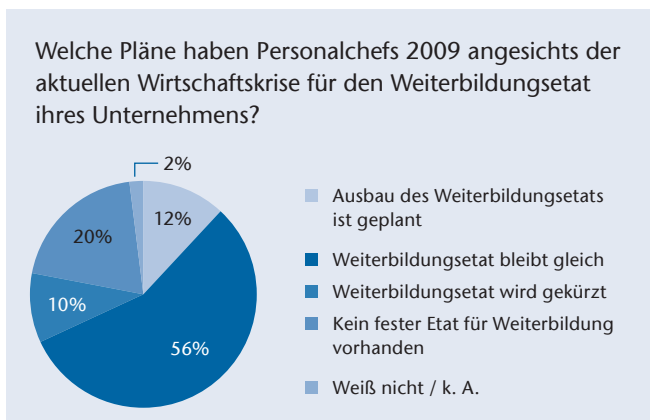
Die inside Akademie unterstützt Sie bei der Vorbereitung Ihrer Mitarbeiter auf diese Prüfung. Unser Know-how ist Ihr Erfolg – lesen Sie selbst.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Yes you can ...

Die Finanzkrise zieht ihre Kreise. Nach der Finanzwirtschaft soll auch die Versicherungswirtschaft die Auswirkungen zu spüren bekommen, wie führende Vertreter der Branche in Interviews angeben. Als erste Wege aus der Krise werden vor allem Kundenzufriedenheit, Kostenmanagement, Personalabbau und gezieltes Marketing genannt. Als eines der führenden Unternehmen Deutschlands im Bereich E-Learning und Blended Learning für die Versicherungs- und Finanzwirtschaft haben wir uns gefragt, was das für Ihre Aus- und Weiterbildungsabteilungen bedeutet und wie wir als Dienstleister Sie unterstützen können.

Prinzipiell sind wir der Meinung, dass auch in Krisenzeiten nicht an der Qualifizierung von Mitarbeitern gespart werden sollte, sondern eher investiert, da in der heutigen globalisierten Wissensgesellschaft die Mitarbeiterqualifikation eine der wichtigsten Investitionen in die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens ist. Die repräsentative forsa-Studie vom 02.02.2009 bestätigt unsere Meinung: In 56% der teilgenommenen Unternehmen mit mehr als 150 Mitarbeitern bleibt das Budget für innerbetriebliche Qualifizierungsmaßnahmen im Vergleich zum Vorjahr gleich, 12% planen sogar eine Erhöhung des Etats.



Quelle: forsa/ILS/Euro-FH 2009

Abbildung 1: Ergebnisse der forsa-Studie zu Weiterbildungsetats 2009 angesichts der Wirtschaftskrise

Sollte der Weg aus der Krise dennoch nur über die Reduzierung von Kosten führen, ohne dass sich die Qualität verschlechtert, ist das eine schwierige Aufgabe, aber nicht unlösbar!

Ja, Sie schaffen das ...

Nutzen Sie die Gelegenheit und treffen Sie alle bisher vernachlässigten, notwendigen Vereinbarungen mit dem Betriebsrat zum Thema E-Learning und Blended Learning, denn der Betriebsrat besitzt laut Betriebsverfassungsgesetz ein Mitbestimmungsrecht.

Achten Sie darauf, dass die Betriebsvereinbarung folgende wichtigen Themen abdeckt:

Zielsetzung, Einsatzmöglichkeiten und Geltungsbereich von E-Learning und Blended Learning im Unternehmen; Lernzeit und Lernort; Lernstandserhebung, Skill-Management und Leistungsbewertung/-beurteilung sowie die damit verbundenen Zugriffsrechte auf personenbezogene Daten; Nutzung und missbräuchliche Nutzung der personenbezogenen Daten; Einsatz von Lern-Management-Systemen und den damit verbundenen softwaretechnischen Werkzeugen und Hilfsmitteln. Erst mit einer gültigen Betriebsvereinbarung sind Sie in der Lage, Ihre Aus- und Weiterbildung effektiver zu gestalten und die Kosten ohne Qualitätsverlust zu senken.

Ja, Sie schaffen das ...

Analysieren Sie Ihre bestehenden Ausbildungskonzepte und misten Sie radikal aus! Streichen Sie zuerst alle Weiterbildungsmaßnahmen, die keinen direkten Wertschöpfungsbeitrag für Ihr Unternehmen leisten. Untersuchen Sie anschließend die restlichen Bildungsmaßnahmen, die folglich einen Mehrwert für das Unternehmen bilden sollten, mit folgender Fragestellung: Welche der Maßnahmen lassen sich ganz durch E-Learning ersetzen oder durch teilweise Ersetzung in didaktisch sinnvolle Blended Learning-Bildungsmaßnahmen mit Vorbereitungs- und Transferphasen transformieren?

Durch diese Umwandlung lassen sich mittelfristig die Kosten reduzieren, beachten Sie aber, dass hier Initialkosten entstehen, die in Summe anfänglich höher als die Kosteneinsparung sein können. Haben Sie mehrere solcher Bildungsmaßnahmen identifiziert, bietet es sich an, die Priorisierung für die Umwandlungsreihenfolge nach der Wiederholungshäufigkeit der Bildungsmaßnahme und der Aktualisierungshäufigkeit der Inhalte vorzunehmen. Die Bildungsmaßnahmen, die häufig wiederholt werden und deren Inhalte sich selten ändern, sollten zuerst umgewandelt werden.

Lassen Sie wenn möglich nur Personen an den neuen Bildungsmaßnahmen teilnehmen, die auch das Potenzial für Weiterbildung besitzen und das nötige persönliche Engagement aufweisen, das Gelernte auch anzuwenden und zu praktizieren.



Führen Sie z.B. Bewerbungsverfahren für Bildungsmaßnahmen ein und lassen Sie nur diejenigen zu, die in diesen Verfahren überzeugen können. Durch diese Vorgehensweise lassen sich ebenfalls Kosten einsparen, da nur noch in die „richtigen“ Personen investiert wird. Aber auch hier hat der Betriebsrat ein Mitbestimmungsrecht, welches er angesichts dieser teilweise radikalen Empfehlung sicher wahrnehmen wird.

Ja, Sie schaffen das ...

Schaffen Sie Voraussetzungen für eine neue Lernkultur in Ihrem Unternehmen, in der eigenverantwortliches lebensbegleitendes Lernen am Arbeitsplatz der Normalfall ist. Führen Sie neben Ihren formalen Weiterbildungsmaßnahmen informelles Lernen ein. Indem Sie nicht-intendierte, selbstorganisierte und selbstverantwortete Lernprozesse durch den Einsatz von Web 2.0-Technologien wie z.B. Blogs, Wikis und Podcasts ermöglichen, schaffen Sie die Grundlagen für eine Bottom-up-Wissensvermittlung. Dadurch wird Expertenwissen externalisiert und dem Unternehmen und seinen Mitarbeitern in expliziter Form als „Konserven“ zur Verfügung gestellt.

Diese Konserven sind unbegrenzt haltbar und können auch nach Ausscheiden des Mitarbeiters aus dem Unternehmen weiter genutzt werden. Außerdem wirken Sie damit dem künftigen demografisch begründeten Wissensschwund in Ihrem Unternehmen entgegen. Ihre Mitarbeiter erhalten durch E-Learning 2.0 die Möglichkeit, sich aktiv am Weiterbildungsprozess zu beteiligen. Das motiviert die Experten und die Lerner, denn wer lernt nicht gerne von den Besten.

Nutzen Sie Web 2.0-Technologien auch in Blended Learning-Szenarien. Durch Blogs als Transferjournale begünstigt man reflexives Lernen, Wikis eignen sich für die Moderation von Transfernetzwerken und Podcasts bewähren sich bei der Vor- und Nachbereitung von Trainings.

Fördern Sie in Ihrem Unternehmen Lernpartnerschaften und -gruppen zur Beschleunigung der kulturellen Veränderung. Ermutigen Sie Ihre Mitarbeiter, einander ihre Erfahrungen mitzuteilen und sich gegenseitig Rückmeldungen und Hilfestellungen zur Vertiefung von bestehendem und zum Erlernen von neuem Wissen sowie zur Lösung von fachlichen Aufgaben-

stellungen zu geben. Erfolgreich gelöste Aufgaben werden in Blogs als Best-Practice-Beispiele publiziert und den restlichen Mitarbeitern und dem Unternehmen verfügbar gemacht. Durch diese Art der Wissensvermittlung, dem sogenannten „kollegialen Coaching“, wird manche formale Weiterbildungsmaßnahme unnötig, wodurch Sie wiederum Kosten einsparen können.

Aber Vorsicht, die Kultur in einem Unternehmen ändert sich nicht von einem Tag auf den anderen.

Ja, Sie schaffen das alles gerne mit unserer Hilfe!

Nutzen Sie unsere 14-jährige Erfahrung in der Konzeption, Realisierung, Integration und Etablierung von Aus-, Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen bei namhaften Unternehmen aus der Versicherungs- und Finanzwirtschaft.

Nutzen Sie unsere Expertise in E-Learning und Blended Learning.

Dr. Patrick Blum



E-Learning im Zeichen der Wirtschaftskrise

Leitartikel für das eLearning Journal Ausgabe 1/09, Autor: Frank Siepmann, Chefredakteur eLearning Journal
Das Interview wurde geführt mit dem Geschäftsführer der inside Unternehmensgruppe Marcel Dübner.

eLearning Journal:

Für 2009 wird eine weltweite Wirtschaftskrise vorausgesagt. Wie schwer wird es aus Ihrer Sicht für die deutsche Wirtschaft?

Dübner:

Da es sich in diesem Fall um eine weltweite Krise handelt und Deutschland stark vom Export abhängt, werden deutsche Firmen, die in diesem Segment tätig sind, besonders stark betroffen sein.

Insbesondere muss zunächst das Vertrauen, das in einigen wirtschaftlichen Bereichen aktuell außerordentlich gestört ist – wenn man z.B. an die Banken denkt –, wieder aufgebaut werden. Darüber hinaus bleibt abzuwarten, wie sich die von der Bundesregierung beschlossenen Konjunkturpakete I + II auf die Wirtschaft auswirken werden.

eLearning Journal:

Wird die erwartete Rezessionsphase auch den Aus- und Weiterbildungsmarkt treffen?

Dübner:

Ja, aber auf unterschiedliche Weise. Meiner Meinung nach wird das Firmengeschäft rund um Consulting, u.a. das typische Bodyleasing, die Auswirkungen negativ zu spüren bekommen. Unternehmen werden Sparmaßnahmen ergreifen und versuchen, inhouse Lösungen zu finden, bevor man outsourced.

Für Firmen wie die inside Unternehmensgruppe, die u.a. Aus- und Weiterbildungskonzepte erstellen, wird voraussichtlich mehr zu tun sein. Denn besonders in Krisenzeiten sind Unternehmen an zukunftsfähigen, effizienten Lösungen interessiert, die mittelfristig zu Kosteneinsparungen führen.

eLearning Journal:

Wie schnell wird der Druck im Bildungssektor steigen?

Dübner:

Das kann man nicht pauschal beantworten – das hängt von der jeweiligen Branche bzw. den angebotenen Produkten ab.

Betrachtet man jedoch unsere Zielbranche, die Finanz- und Versicherungswirtschaft, ist es gerade in wirtschaftlich schlechten Zeiten wichtig, gut ausgebildete Berater zu haben. Aus diesem Grund wird in dieser Branche der Druck schnell steigen.

eLearning Journal:

Ergeben sich durch die Krisenstimmung mehr Gefahren oder mehr Chancen für künftige E-Learning-Projekte?

Dübner:

Man könnte das Ganze philosophisch betrachten: Der Begriff Krise besteht im Chinesischen aus jeweils einem Schriftzeichen der Begriffe „Gefahr“ und „Chance“. In einer Krise gibt es somit immer beides – Gefahren, aber auch Chancen.

Wir sehen darin echte Chancen. Die inside Unternehmensgruppe bietet mit ihren Leistungen ihren Kunden ein Portfolio an Lösungen – individuell auf den Bedarf des Kunden zugeschnitten.

eLearning Journal:

Nach Angaben des IW Köln geben deutsche Unternehmen rund 26,8 Milliarden für Weiterbildung und Coaching aus. Wird das Weiterbildungsbudget nun sinken?

Dübner:

Bei bisher klassisch ausgelagerten Themen wie Seminaren wird dies sicherlich der Fall sein.

eLearning Journal:

Im Buch „Die Weiterbildungslüge“ beklagt der Autor Richard Gris, dass viele Weiterbildungsmaßnahmen wirkungslos verpuffen, weil häufig trotz erheblichen Aufwands die Lernziele verpasst werden. Kann der Einsatz von E-Learning in dem Bildungsprozess helfen oder besteht die Gefahr, dass der Lernerfolg auf der Strecke bleibt?

Dübner:

Wenn E-Learning-Produkte gut konzipiert sind und sich an Lernzielen orientieren, werden diese den Bildungsprozess positiv und auch nachhaltig beeinflussen.

Darüber hinaus führt die Entwicklung geeigneter Lernerfolgskontrollen, die den Lernern mit geeigneten Werkzeugen zur Verfügung gestellt werden, zu einem qualifizierten Feedback über den individuellen Wissensstand. Der Lerner kann so Wissenslücken aufspüren und gezielt Themen wiederholen.

**eLearning Journal:**

Der Ruf nach messbarem Bildungserfolg wird lauter. Ist seriöses Bildungscontrolling für E-Learning denkbar?

Dübner:

Ja, mit geeigneten Werkzeugen und Methoden sowie einem ganzheitlichen Konzept ist dies denkbar.

eLearning Journal:

Die pünktlich zum Bildungsgipfel vorgestellte Studie zur Lage der Bildung in Deutschland sorgte für Ernüchterung und Enttäuschung. Aus Sicht von E-Learning-Experten wurde eine große Chance verpasst, da die Themen „Neue Medien“ und „digitale Kompetenz“ fast vollständig ausgeblendet wurden. Ist E-Learning in der gesellschaftlichen Wahrnehmung noch nicht angekommen?

Dübner:

Ich denke, dass der Begriff E-Learning noch nicht jedem bekannt ist.

Heutzutage ist es so, dass bereits im Kindergarten mit Lernprogrammen gelernt wird. Fragt man dort nach, ob E-Learning eingesetzt wird, erhält man in der Regel die Antwort „nein“. Fragt man jedoch nach dem Einsatz von Lernprogrammen, lautet die Antwort „ja“.

Meines Erachtens liegt der fehlende Bekanntheitsgrad am Begriff selber, nicht am Medium.

eLearning Journal:

Was könnte das wichtigste Trendthema im E-Learning-Bereich 2009 werden?

Dübner:

Ich glaube, dass die Frage nach dem Nutzen und der Nachhaltigkeit von angebotenen Lösungen von immer größerer Bedeutung sein wird. Durch den demografischen Wandel, den wir durchlaufen, werden die „alten“ Mitarbeiter aus der Arbeitswelt ausscheiden. Das Kopfmonopol muss gelöst werden und das vorhandene Know-how den „jungen“ Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden. Unternehmen müssen frühzeitig neue, junge Leute einstellen, die sich das Wissen der erfahrenen Mitarbeiter aneignen können.

Für mich ist somit das Trendthema in 2009: Know-how konservieren.

eLearning Journal:

Hat die Wirtschaftskrise Auswirkungen auf die Unternehmensstrategie Ihres Hauses?

Dübner:

Ja, die inside Unternehmensgruppe wird sich in diesem Jahr breiter am Markt aufstellen, um damit für noch mehr Unternehmen ein zuverlässiger Partner zu werden.

Für die inside Unternehmensgruppe steht im Jahr 2009 auf der Flagge: effizient sein – nachhaltig sein.



E-Learning-Bausteine – Interaktive Medien strukturiert und flexibel gestalten

Die systematische Wiederverwendbarkeit spielt sowohl inhaltlich als auch technisch eine große Rolle bei der Entwicklung von Software-Produkten, insbesondere wenn wirtschaftliche Aspekte den Schwerpunkt der Betrachtung bilden. Software-Produktlinien bieten durch Mehrfachnutzung einzelner Software-Bausteine einen konzeptionellen Ansatz, individuelle Produkte anhand ihrer Gemeinsamkeiten zu Produktfamilien zusammenzufassen.

Eine Produktlinie definiert eine Grundlage für verschiedene Produkte, die im Rahmen eines Auswahlprozesses anhand gemeinsamer inhaltlicher oder technischer Merkmale identifiziert wurden. Diese Übereinstimmungen werden auf einzeln nutzbare wiederverwendbare Bausteine abgebildet, aus denen dann durch Auswahl, Anpassung und Erweiterung die einzelnen Produktvarianten gebildet werden.

- **Auswahl**
Für das spezielle Produkt wird festgelegt, welche Bausteine der Produktlinie verwendet werden.
- **Anpassung**
Ein in der Produktlinie vorhandener Baustein wird für das spezielle Produkt gemäß seinen Anforderungen angepasst.
- **Erweiterung**
In der Produktlinie nicht spezifizierte inhaltliche oder technische Anforderungen werden durch die Definition neuer Bausteine für das spezielle Produkt hinzugefügt.

Darüber hinaus können für ein Produkt die nicht relevanten Bausteine der Produktlinie von der Zusammensetzung ausgeschlossen werden. Somit kann die Umsetzung aller bereits in der Produktlinie berücksichtigten Anforderungen mit einmaligem Aufwand für die betreffenden Produkte erfolgen, eine möglichst umfangreiche Überschneidung der Funktionalitäten ist daher optimal bezogen auf den Wiederverwendungsgrad. Im Umkehrschluss bedeutet dies aber auch, dass man bei der Definition und Entwicklung der Bausteine für die Produktlinie sehr sorgfältig und strukturiert vorgehen muss, da eine nachträgliche Änderung an zentralen funktionalen Einheiten sich auf alle Produkte der Linie auswirkt.

Dieser systematische Produktlinien-Ansatz wurde von der inside Unternehmensgruppe gewählt, um eine stabile technische Grundlage für „Interaktive Lernmedien“ zu schaffen.

„Interaktive Lernmedien“

- sind eigenständig lauffähige Lerneinheiten.
- werden entwickelt auf Basis moderner clientseitiger Web-Technologien.
- erlauben einen interaktiven Zugriff auf die dargestellten Lerninhalte.
- können online und offline zur Verfügung gestellt werden.



Bei der Konzeption der Bausteine zur Bildung einer geeigneten Software-Grundlage für den Produktfamilie „Interaktives Lernmedium“ wurden sowohl inhaltliche als auch technische Aspekte berücksichtigt. Zunächst wurde eine verallgemeinerte Software-Infrastruktur für Produkte dieser Art zu Verfügung gestellt, die grundlegende Rahmenbedingungen definiert:

- Die Anzeige besteht aus einem oder mehreren Fenstern, die über definierte Kommunikationswege miteinander interagieren.
- Es können strukturierte Daten im XML-Datenaustauschformat eingelesen und verarbeitet werden.
- Funktionalitäten können dem Benutzer über Kontroll-Elemente der Anzeige (Schaltflächen, Menüs usw.) zugänglich gemacht werden.

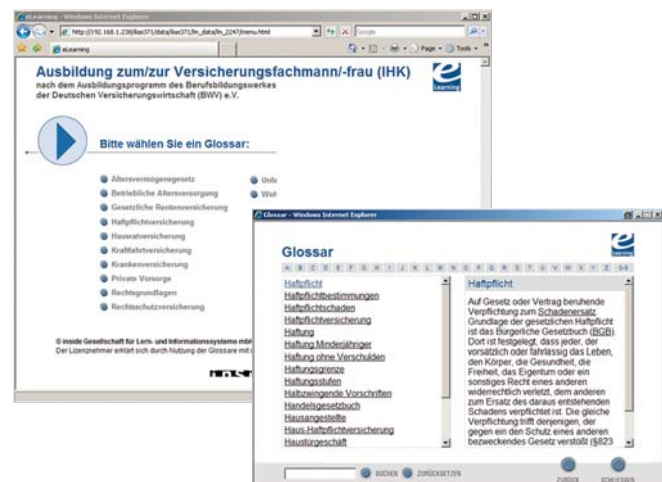
Darüber hinaus wurde diese Infrastruktur um einzelne Bausteine ergänzt, die im Rahmen der Ableitung spezifischer Produkte durchaus Variationen unterliegen können, allerdings inhaltlich konkret auf „interaktives Lernen“ ausgerichtet sind:

- Eine Gliederung des Lerninhalts kann zu Navigationszwecken verarbeitet werden.
- Der aktuelle Lernstand/Lernfortschritt kann geladen bzw. gespeichert werden.

Auf diesem Weg wurde eine einheitliche Plattform aus Basis-Bausteinen geschaffen, von der einzelne spezifische Produkte unter Nutzung elementarer vordefinierter Funktionalitäten für die „Interaktiven Lernmedien“ abgeleitet werden können. Bei der Entwicklung eines neuen Produkts muss dabei jeweils nur die spezifische Produkt-Funktionalität betrachtet werden, die nicht für die Produktlinie umgesetzt wurde.

Durch diese Vorgehensweise entsteht verständlicherweise zunächst ein erhöhter Initialaufwand, es hat sich aber eine Steigerung der Rentabilität jeweils mit der Steigerung der Anzahl an Produkten in der Produktfamilie gezeigt. Welche Vorteile der Produktlinien-Ansatz in der Praxis bringt, zeigen die im Folgenden dargestellten Beispiele für Varianten von „Interaktiven Lernmedien“ der inside Unternehmensgruppe.

Lernmedium (1): „Glossar“-Applikation

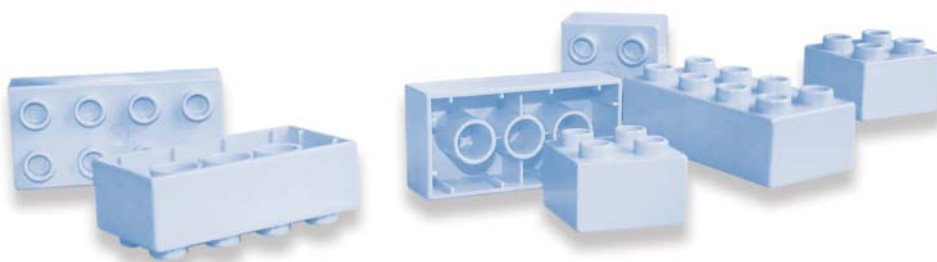


Mit der Glossar-Applikation steht dem Lerner ein nach Themen strukturiertes Nachschlagewerk zur Verfügung, das einen schnellen Zugriff auf alle enthaltenen Informationen bietet. Die Glossareinträge können alphabetisch oder auch per Volltextsuche gefiltert werden. Des Weiteren ist es möglich, innerhalb des Glossars zu verwandten Glossar-Einträgen zu navigieren.

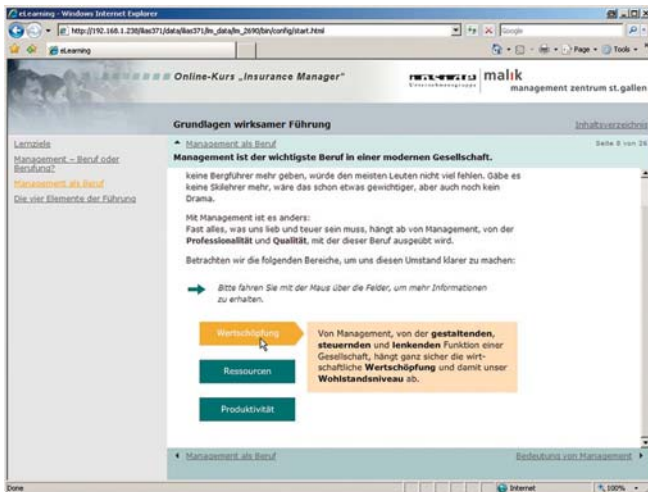


Für die Glossar-Applikation wurde die Plattform aus Basis-Bausteinen um einen weiteren Baustein erweitert, der diese Funktionalitäten bereitstellt.

Auf diese Weise entwickelte Bausteine sind einerseits eigenständig lauffähig, andererseits können sie wiederum innerhalb komplexer Produkt-Varianten beliebig weiterverwendet werden. Eine derartige Integration der Glossar-Applikation wurde z.B. für Web Based Trainings vorgenommen.



Lernmedium (2): Interaktives Lernskript



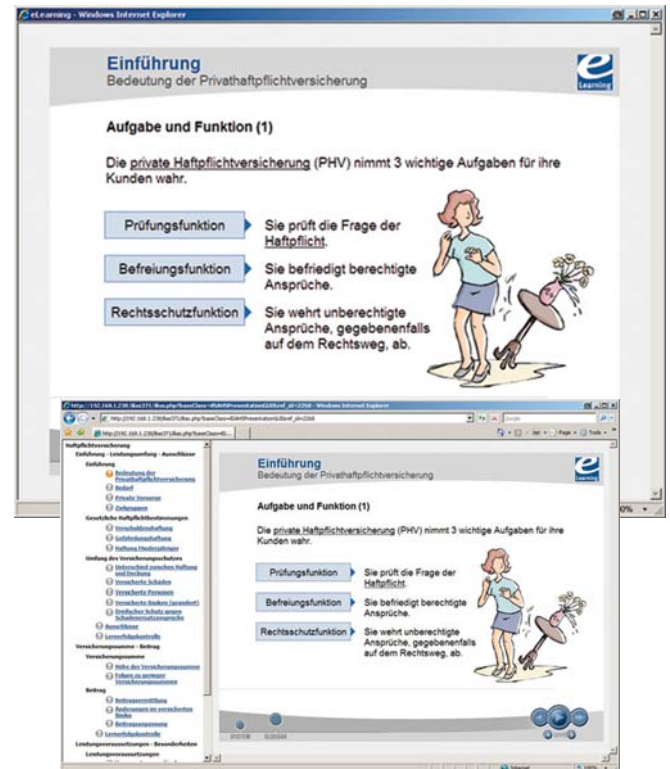
Interaktive Lernskripte bieten dem Lerner eine kapitelweise strukturierte Darstellung des Lerninhalts, erweitert um interaktive Elemente zur Unterstützung des Lernprozesses. Dem Lerner stehen ein Auswahl-Menü für die Kapitel sowie eine sequenzielle Navigation durch die Inhalte zur Verfügung. Über ein Inhaltsverzeichnis kann der Lerner jederzeit beliebige Kapitel ansteuern.



Bei den interaktiven Lernskripten wurde die Plattform um mehrere Bausteine ergänzt, die die entsprechenden Funktionalitäten zur Verfügung stellen. Auch innerhalb dieses Produkts können weitere Variationen durch Hinzufügen und Wegnahme von Bausteinen entstehen, wodurch die Funktionalität bei Kundenanforderungen nahezu beliebig angepasst werden kann.



Lernmedium (3): Web Based Training



In einem Web Based Training werden dem Lerner die Lerninhalte über multimediale, interaktive Seitensequenzen vermittelt, wobei Inhalte gezielt über ein Inhaltsverzeichnis, Schlagwortverzeichnis oder auch Menüseiten angesteuert werden können.

Der Lerner kann bei der Bearbeitung eines Web Based Trainings individuell

- Lesezeichen setzen,
- Notizen anlegen,
- Lernstände speichern.

Mit der nahtlosen Integration der Glossar-Applikation wird das Web Based Training noch um ein Nachschlagewerk ergänzt.



Das Web Based Training ist das komplexeste Produkt der Produktfamilie „Interaktive Lernmedien“. Hierfür wurden Bausteine implementiert, deren Einsatz eine große Möglichkeit an Variabilität bieten.

So kann zum Beispiel für die Integration in ein „Lern-Management-System“ (LMS), das üblicherweise schon Funktionalitäten wie „Inhaltsverzeichnis“, „Notizen“ oder auch „Lernstand speichern“ zur Verfügung stellt, der entsprechende Baustein aus der Produkt-Zusammenstellung herausgenommen und der Baustein „SCORM“ hinzugefügt werden.

Neue spezielle Bausteine können so jederzeit ein bestehendes Produkt um Funktionalitäten erweitern und somit die gesamte Produktfamilie bereichern.



Fazit

Durch den Einsatz von Produktlinien zur Entwicklung von „Interaktiven Lernmedien“ wurde eine stabile Basis für verschiedene Produkte unterschiedlichen Umfangs und unterschiedlicher Komplexität geschaffen. Die bereits in der Produktlinie berücksichtigten Funktionalitäten erlauben die Neuentwicklung und Erweiterung von Produkten innerhalb kurzer Zeit und mit deutlich weniger Aufwand gegenüber traditionellen Entwicklungsmethoden.

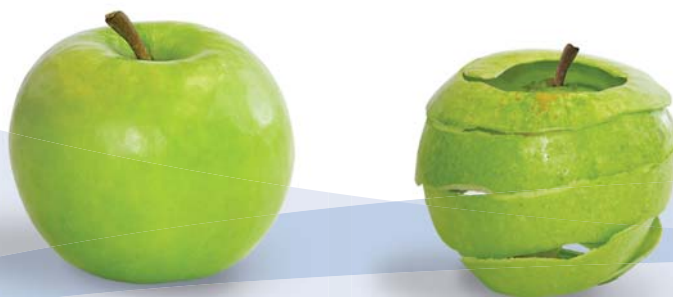
Kombiniert mit den Anpassungsmöglichkeiten unserer Produkte in Bezug auf das Corporate Design bieten Produktlinien zahlreiche Möglichkeiten, unsere E-Learning-Produkte individuell nach Ihren Wünschen und Bedürfnissen zusammenzustellen.

Christina Jansen, Tobias Schierge

Quellennachweis:

- [1] Michael Stal: Eine für Alle: Die Zukunft von Produktlinien, Objektspektrum 08/2008, <http://www.sei.cmu.edu/productlines/> (Software Engineering institute – Software Product Lines)
 [2] <http://www.adlnet.gov/scorm/> (Advanced Distributed Learning – Shareable Content Object Reference Model)

Vergleichen Sie nicht Äpfel mit Äpfeln.



inside Unternehmensgruppe

Informieren Verstehen Handeln

Die inside Unternehmensgruppe bietet als einer der führenden E-Learning-Anbieter Deutschlands Produkte der Extraklasse, höchste Qualität in Optik, Form und Inhalt für jede Gelegenheit zu jeder Zeit und alles immer frisch!

Probieren Sie unsere Produkte auch auf der Fachmesse „Personal & Weiterbildung“.*

* 04.–05. Juni 2009 in Wiesbaden, Rhein-Main-Hallen, Halle 4, Stand 443

inside

Eine Reise in die Vergangenheit

Teilnehmen an einem Festmahl im Krönungssaal, dem Festredner lauschen und sich unter die Festgesellschaft mischen – Eintauchen in das Geschehen vergangener Zeiten. All das wird möglich sein bei einem Besuch des Aachener Rathauses.

Nach der Beteiligung an der Entwicklung des Museumskonzepts für das Internationale Zeitungsmuseum in Aachen erstellt die inside Gesellschaft für TV-, Audio- und Videoproduktion (TAV) nun Tonbeiträge und Audiocollagen für einen interaktiven Audioguide für das Aachener Rathaus.



Aixplorer – der interaktive Audioguide

Im Zuge des Projekts Route Charlemagne (Infos unter www.route-charlemagne.eu) wird – neben der teilweisen Renovierung der Rathaus-Innenräume – ein interaktiver Audioguide auf Basis des Apple iPhone eingeführt.

Der interessierte Besucher kann sich einen Kopfhörer mit integriertem Ortungssystem ausleihen, das die Position im Rathaus und Kopfrichtung jederzeit an das iPhone übermittelt. Ein in den jeweiligen Räumen eingebautes Trackingssystem wertet die verschiedenen Daten aus.

An neun vorgesehenen Orten im Rathaus und auf dem Markt (später auch an weiteren Plätzen entlang der Route) werden den Besuchern die jeweils zugehörigen Informationen in vier Sprachen zur Verfügung stehen.

Entwickelt wird das System von den Medieninformatikern der RWTH Aachen um Prof. Borchers, die Zusammenstellung der Inhalte als Grundlage für die etwa 2-minütigen Tonbeiträge erfolgt über den Kunsthistorik-Lehrstuhl von Prof. Markschieß.

Die Tonbeiträge, die in Verbindung mit inhaltsbezogenen Bildern vom Gerät eingespielt werden, sollen nun von inside TAV redigiert und in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Niederländisch aufgezeichnet werden. Darüber hinaus werden vertiefende Features mit Geräuschen und Musik zu

hörbuchartigen Audiocollagen komponiert und sollen einen möglichst kurzweiligen, lebendigen Eindruck der historischen Ereignisse vermitteln.

Corona-Projekt

Ein besonders spannendes interaktives Feature ist im über 800 m² großen Rathaus-Krönungssaal geplant.

Die „wiederbelebte“ Situation: ein Festessen im Krönungssaal – so stattgefunden im Jahre 1520. Man taucht in die Vergangenheit ein:

„ ... als das Festmahl mehrere Stunden dauerte, aufgetischt wurden randvolle Schüsseln, ganze Hasen, Lämmer, Pfauen, Wildbret und »Fisch gar genug«. Dem Volk auf dem Marktplatz wurden Brote, Flaschen und gebratene Hasen heruntergeworfen ...“

Dem Besucher wird per Kopfhörer ein beeindruckendes realitätsnahes Erleben des damaligen Geschehens geboten. Nähert er sich beispielsweise im Saal der Position eines Festredners, wird dieser lauter, während das Gespräch einer Gruppe, von der sich der Hörer entfernt, weiter wegrückt. Um ihn herum nimmt er Geräusche und Gemurmel der Festgesellschaft räumlich wahr. Seine Kopfdrehungen werden vom installierten Trackingsystem registriert und in Echtzeit in eine Änderung des eingespielten Schallfeldes des Gelages umgesetzt.

Die von inside TAV inhaltlich aufbereiteten und in Einzelspuren aufgezeichneten Szenarien und Geräuschkulissen – bis zu 20 Audiosignale gleichzeitig – werden synchron im iPhone abgespielt, dort abhängig von Position und Blickrichtung des Hörers mit Hall- und Richtungsinformationen versehen. Dabei sind Wahrnehmungsphänomene und deren technische Umsetzung zentrale Fragestellungen.

Hier ist eine komplexe Echtzeitverarbeitung der Informationen nötig, dazu wird dezidierte Software vom Team um Prof. Borchers im Gerät installiert und angepasst und die Kommunikation mit einem Server im Dachstuhl des Rathauses sichergestellt.

Die Umsetzung der ersten Rathaus-Version soll bis Ende April erfolgen. (Jeder Raum erhält einen Basaltext in 4 Sprachen und einige Vertiefungstexte – das Corona-Projekt startet zunächst mit weniger Einzelquellen.) Nach einer ausgiebigen Testphase wird das Ergebnis im Rahmen der Internationalen Karlspreisverleihung Ende Mai der Öffentlichkeit präsentiert.

Wolfgang Ritz

Quellennachweis:

[1] http://www.route-charlemagne.eu/pdf/konzept_rathaus.pdf

Stimmen aus der Wirtschaft

Frank Schubert, Leiter FORMAXX-Akademie



Maßstab in Finanzberatung ...

... dies ist das Selbstverständnis
der FORMAXX AG.

Um Maßstäbe in der Finanzberatung setzen zu können, werden unter anderem die FORMAXX-Mitarbeiter ständig geschult und mit den aktuellsten Änderungen in der Versicherungs- und Finanzwelt gebrieft.

Um eine optimale Schulung zu gewährleisten, wurde ein geeigneter Partner für den Aus- und Weiterbildungsbereich gesucht. Und so entschied sich FORMAXX nach Vergleichen verschiedener Anbieter bereits 2007 – in seinem Gründungsjahr –, Produkte und Dienstleistungen der Firma inside für die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter zu nutzen.

Seitdem begleitet das Team von inside die Prüfungsvorbereitungen zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“ mit einem ausgewählten Pool an Schulungsmaterialien. Es werden Web Based Trainings, Lernskripte, das Online-Prüfungssystem (OPS) und ein Aufgabenpool genutzt – dies alles im CD/CI der Firma FORMAXX. Darüber hinaus wurden die WBTs auch inhaltlich extra für FORMAXX angepasst.

Neben den Schulungsmaterialien stellt inside Trainer für die Seminare zur Prüfungsvorbereitung zur Verfügung, ist für

das Hosting der kompletten Lernumgebung verantwortlich und rundet dies durch einen „Rund um die Uhr“-Service und -Support ab.

Diese aufeinander abgestimmten Komponenten bilden eine perfekte Möglichkeit der Prüfungsvorbereitung, wie auch die überdurchschnittlich guten Ergebnisse der Prüflinge zeigen. Die Bestehensquote bei FORMAXX liegt meistens zwischen 90-100%. Der bundesweite Durchschnitt liegt bei rund 67%. Der Einsatz des OPS war so erfolgreich, dass es auch noch für das Lizenzverfahren der FORMAXX-Spezialisten eingesetzt wird. Hier werden mit Hilfe von inside Redakteuren eigens auf FORMAXX abgestimmte Aufgaben erstellt.

Fazit

inside bietet mit seinen Schulungsmaterialien und Blended Learning-Konzepten eine hervorragende Unterstützung in der Aus- und Weiterbildung. Die Vorteile der inside Unternehmensgruppe bestehen darin, dass sie ein komplettes Blended Learning-System aus einer Hand anbietet, eine hohe Flexibilität im Customizing ihrer Produkte erbringt und mit ihren Spezialisten Know-how in allen Bereichen der Aus- und Weiterbildung sowie der Finanz- und Versicherungswirtschaft bietet. Das Unternehmen zeichnet sich durch große Flexibilität, starkes Engagement und hohe Zuverlässigkeit aus.

Wir haben mit inside einen Dienstleister gefunden, der Maßstäbe in der Aus- und Weiterbildung setzt und den hohen Zielen von FORMAXX gerecht wird.

SiVa II – Die Simulation einer Versicherungsagentur mit Innen- und Außendienstmitarbeitern

Mitarbeiter gesucht! Nach dem großen Erfolg des Online-Planspiels SiVa, der Simulation einer Versicherungsagentur, erscheint der Nachfolger SiVa II. In diesem Planspiel wird der Fokus auf die strategische Vertriebssteuerung einer Versicherungsagentur mit Vertriebsmitarbeitern und Bürokräften gesetzt.

Spielidee

Auch in SiVa II übernimmt der Lerner im Planspiel für den simulierten Zeitraum von 18 Monaten als selbstständiger Unternehmer die Leitung einer Versicherungsagentur. Diesmal jedoch agiert er nicht mehr in einer Ein-Mann-Agentur, sondern als Leiter eines Teams von zunächst einem angestellten Vertriebsmitarbeiter und einer angestellten Bürokräftin.

Der Lerner plant auf Grundlage von Aktivitäten und Aktionen die Tätigkeiten für sich selbst und seine Mitarbeiter. Für die Neu- und Bestandsakquise legt er die Vertriebsstrategie jeweils für das Leben-, das Sach- und das Krankengeschäft fest. Während des Spiels treten zufällige Ereignisse auf, auf die der Lerner durch geschickte Veränderung seiner Strategie und Planung reagieren muss. Die Auswirkungen der Vertriebsstrategie, der Aktivitäten des Agenturleiters und der Mitarbeiter sowie der gespielten Aktionen können vom Lerner unmittelbar an Kennzahlen der Versicherungsagentur beobachtet und bewertet werden.

SiVa II verdeutlicht die betriebswirtschaftlichen und versicherungsfachlichen Wechselwirkungen in einer Versicherungsagentur mit angestellten Innen- und Außendienstmitarbeitern. Durch den Einsatz von SiVa II können bei Inhabern einer Agentur die unternehmerischen Fähigkeiten, die strategische Vertriebsplanung, das Agenturmanagement sowie die Fähigkeit zur Mitarbeiterführung aufgebaut und verbessert werden. SiVa II sensibilisiert für die organisatorischen Aufgaben und die wirtschaftlichen Chancen und Risiken durch eine auf Einstellung von Mitarbeitern basierende Expansion der Versicherungsagentur.

Kennzahlen

Zur Steuerung einer Versicherungsagentur werden Kennzahlen herangezogen. Dabei unterscheidet man zwischen quantitativen und qualitativen Kennzahlen.

Die quantitativen Kennzahlen beschreiben den Zustand und den wirtschaftlichen, messbaren Erfolg der Agentur. Primär spiegelt sich dieser in der Produktion wider. Weitere sehr wichtige Indikatorkennzahlen für den wirtschaftlichen Erfolg sind die Stornogrößen und die Größen für den Kundenbestand, da sie Informationen über das Wachstumspotenzial und die mittel- und langfristigen Erfolgchancen der Agentur liefern. Die wirtschaftliche Lage der Agentur spiegelt sich auch in den allgemeinen Kosten und den Gehältern für die Innen- und Außendienstmitarbeiter wider.

Quantitative Kennzahlen in SiVa II:

- Produktion Bestandsakquise Leben/Sach/Kranken (PE)
- Produktion Bestandsakquise (Summe Leben, Sach und Kranken in PE)
- Produktion Neuakquise Leben/Sach/Kranken (PE)
- Produktion Neuakquise (Summe Leben, Sach und Kranken in PE)
- Summe Produktion (Bestands- und Neuakquise seit Beginn in PE)
- Bestandsgröße Leben/Sach/Kranken (Stück)
- Bestandsgröße (Summe Leben, Sach und Kranken in Stück)
- Bestandsvolumen Leben/Sach/Kranken (PE)
- Bestandsgröße (Summe Leben, Sach und Kranken in PE)
- Antragsstorno Leben/Sach/Kranken (%)



- Antragsstorno (Durchschnitt Leben, Sach und Kranken in %)
- Bestandsstorno Leben/Sach/Kranken (%)
- Bestandsstorno (Durchschnitt Leben, Sach und Kranken in %)
- Anzahl neuer Vertriebsmitarbeiter
- Anzahl alter Vertriebsmitarbeiter
- Anzahl neuer Bürokräfte
- Anzahl alter Bürokräfte

- Allgemeine Kosten (Euro)
- Gehälter Vertriebsmitarbeiter (Euro)
- Gehälter Bürokräfte (Euro)
- Provision Agenturleiter (Euro)

Die weichen Kennzahlen der Versicherungsagentur sind nicht direkt messbar, sie spiegeln jedoch den qualitativen Zustand wider, der ebenfalls für den wirtschaftlichen Erfolg der Agentur von Bedeutung ist, zum Beispiel das Betriebsklima, die Motivation und die Zufriedenheit. Sie wirken sich auf die Leistungsbereitschaft des Agenturleiters und seiner Mitarbeiter und somit längerfristig auf das wirtschaftliche Resultat der Versicherungsagentur aus. Auch die Qualifikationen von Agenturleitung und Mitarbeitern des Innen- und Außendienstes sind ein Maß für die Güte der Arbeit und beeinflussen deshalb ebenfalls das Ergebnis der Agentur.

Qualitative Kennzahlen in SiVa II:

- Betriebsklima (sehr schlecht, schlecht, neutral, gut, sehr gut)
- Bürokräfte-/Vertriebsmitarbeiter-Motivation (sehr gering, gering, ausgeglichen, gut, sehr gut)
- Bürokräfte-/Vertriebsmitarbeiter-Qualifikation (nicht ausreichend, verbesserungswürdig, ausgeglichen, gut, sehr gut)
- Bürokräfte-/Vertriebsmitarbeiter-Zufriedenheit (sehr gering, gering, ausgeglichen, gut, sehr gut)
- Agenturleiter-Motivation (sehr gering, gering, ausgeglichen, gut, sehr gut)
- Agenturleiter-Qualifikation (nicht ausreichend, verbesserungswürdig, ausgeglichen, gut, sehr gut)

Strategie, Aktivitäten und Aktionen

Die Steuerung der Agentur erfolgt auf Basis der Planung der Vertriebsstrategie, der Aktivitäten des Agenturleiters und seiner Mitarbeiter sowie der Aktionen.

Unternehmenserfolg setzt immer Vertriebserfolg voraus. Unter dieser Prämisse plant der Lerner seine Vertriebsstrategie, indem er jeweils für die Bestands- und Neuakquise die Anzahl der geplanten Verträge pro Sparte (Leben, Sach und Kranken) festlegt.

Vertriebsstrategie Neuakquise (in Anzahl Verträge)

- Lebengeschäft
- Sachgeschäft
- Krankengeschäft

Vertriebsstrategie Bestandsakquise (in Anzahl Verträge)

- Lebengeschäft
- Sachgeschäft
- Krankengeschäft

Auf diese Weise ist der Lerner in der Lage, Schwerpunkte für die Produktion zu setzen und daraus die Arbeitsaufträge für die Vertriebsmitarbeiter abzuleiten. Abhängig von der Bestandsgröße muss neben der Zeit für die Bestands- und Neuakquise auch Zeit für die Bestandserhaltung eingeplant werden. Um die nötige Beratungsqualität sicherzustellen, ist für die Vertriebsmitarbeiter auch regelmäßig Zeit für die Weiterbildung zu planen. Für alle diese Aktivitäten der Mitarbeiter steht die Summe der Arbeitszeiten aller Vertriebsmitarbeiter von jeweils 40 Stunden pro Woche zur Verfügung.

Aktivitäten alter und neuer Vertriebsmitarbeiter (in Stunden):

- Neuakquise
- Bestandsakquise
- Bestandserhaltung
- Weiterbildung

Der Erfolg einer Versicherungsagentur ist jedoch nicht nur vom Vertrieb abhängig, sondern auch vom Innendienst. Telefonische Erreichbarkeit und kundenorientierte Bürozeiten der Agentur tragen neben den zu planenden vertriebsunterstützenden Tätigkeiten der Bürokräfte wie Terminvereinbarung, Terminvorbereitung, Angebotserstellung und Imagepflege zum Gesamterfolg der Versicherungsagentur bei. Auch im Innendienst muss Zeit für Weiterbildung der Mitarbeiter angesetzt werden, um eine gute Arbeitsqualität zu gewährleisten.

Aktivitäten alter und neuer Bürokräfte (in Stunden):

- Verwaltung
- Terminvereinbarung
- Terminvorbereitung
- Angebotserstellung
- Imagepflege
- Weiterbildung

Neben verwaltenden Tätigkeiten muss der Agenturleiter einen Großteil seiner Zeit für die Planung und Kontrolle des Vertriebs und seiner Mitarbeiter einsetzen. Doch engagierte und gut qualifizierte Mitarbeiter sind heutzutage nicht einfach auf dem Markt zu finden, weder für den Außendienst noch für den Innendienst. Ist die Entscheidung für eine personelle Expansion der Agentur getroffen, muss vom Lerner in der Rolle des Agenturleiters genügend Zeit für die Anbahnung und Auswahl der Mitarbeiter eingeplant werden. Nach der Einstellung neuer Mitarbeiter müssen diese eingearbeitet und danach kontinuierlich betreut werden, denn die Mitarbeiter sollen langfristig bei der Agentur angestellt bleiben. Dies stellt einen nicht zu unterschätzenden zeitlichen Aufwand dar, der zu bedenken ist. Auch der Leiter einer Agentur muss sich regelmäßig in Sachen Produkte, Gesetze, Vertrieb, Management und Führung qualifizieren. Für diese Aktivitäten stehen dem Agenturleiter pro Woche zunächst 40 Stunden zur Verfügung. Die Arbeitszeit des Agenturleiters kann der Lerner jedoch frei festlegen.

Aktivitäten des Agenturleiters (in Stunden):

- Verwaltung
- Planung und Kontrolle
- Mitarbeiter-Anbahnung
- Mitarbeiter-Auswahl
- Mitarbeiter-Einarbeitung
- Mitarbeiter-Betreuung
- Eigene Weiterbildung

Ein weiteres Instrument für den Lerner zur Steuerung des Agenturerfolgs ist neben der Aktivitätenplanung der Einsatz von Aktionen. Für Aktionen entstehen der Agentur unterschiedliche Kosten, die von den bis zum Einsatzzeitpunkt erwirtschafteten Einkünften gezahlt werden müssen. Weiter können dem Agenturleiter oder seinen Mitarbeitern durch sie zeitliche Aufwände entstehen, die bewältigt werden müssen. Ist der Zeitpunkt für den Einsatz der jeweiligen Aktion richtig und ist sie erfolgreich, so wirkt sie auf verschiedene Kennzahlen, wie z.B. die Produktionsgrößen, die Bestandsgrößen oder die Stornogrößen, in verstärkender oder hemmender Art und Weise.

Beispiele für Aktionen:

- Weiterbildung zum Versicherungsfachwirt
- Verkaufsschulung/Produktschulung/Fachschulung besuchen
- Anzeige für Bürokraft/Vertriebsmitarbeiter schalten
- 1 Woche/2 Wochen Urlaub nehmen
- Urlaub der Bürokraft/des Vertriebsmitarbeiters genehmigen/ablehnen
- Incentive-Veranstaltung für Mitarbeiter durchführen
- Bürokraft/Vertriebsmitarbeiter kündigen
- Gehälter der Bürokräfte/Vertriebsmitarbeiter erhöhen/kürzen
- Bestandserhaltungsmaßnahme durchführen
- Kfz-Aktion durchführen

Ereignisse

Während des Spiels treten zufallsgesteuerte Ereignisse auf. Diese Ereignisse beeinflussen den aktuellen Zustand der Versicherungsagentur, indem sie Kennzahlen verändern, wie z.B. die Stornogrößen, die Produktionsgrößen oder die Bestandsgrößen. Der Lerner muss durch geschickte Veränderung seiner Vertriebsstrategie oder durch den Einsatz von Aktionen den negativen Auswirkungen der Ereignisse auf den wirtschaftlichen Erfolg der Agentur entgegenwirken.

Beispiele für Ereignisse:

- Krankheit Bürokraft/Vertriebsmitarbeiter
- Krankheit Agenturleiter
- Kündigung einer Bürokraft/eines Vertriebsmitarbeiters
- Wirtschafts-/Finanzkrise
- Forderung Gehaltserhöhung der Bürokräfte/Vertriebsmitarbeiter
- Wettbewerb Produktion Neugeschäft
- Wettbewerb Bestandserhöhung
- Wettbewerb Produktion Leben/Sach/Kranken
- Naturereignis
- Insolvenz in der Region

Systeminformationen von SiVa

Das Planspiel SiVa wird als SCORM-kompatibles Paket geliefert und kann somit in jedes handelsübliche Lern-Management-System integriert werden. Zusätzlich kann es einfach über eine URL aufgerufen werden.

Systemvoraussetzungen

Client	Server
Handelsüblicher PC oder Notebook <ul style="list-style-type: none"> ▪ Windows/Linux ▪ Internet-Explorer Version 6.0/7.0/8.0 ▪ Firefox Version 1.5/2.0/3.0 	Handelsüblicher Intel-basierter Server mit Intel XEON CPU und 2GB RAM (oder vergleichbares System) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Windows/Linux ▪ Tomcat 5.5 ▪ Java 1.5 ▪ MYSQL ab Version 4.x

Fazit

Mit SiVa II erhalten die Ausbildungsabteilungen von Unternehmen der Versicherungs- und Finanzwirtschaft ein effektives Werkzeug für die Agenturentwicklung und -beratung. Die Trainer sind mit SiVa II in der Lage auf Basis von Blended Learning-Maßnahmen die unternehmerischen Fähigkeiten, die strategische Vertriebsplanung, das Agenturmanagement sowie die Fähigkeit zur Mitarbeiterführung von Inhabern einer Ein-Mann-Agentur aufzubauen und zu verbessern. SiVa II bietet dem Lerner risikoloses „Lernen durch Erfahrung“ und sensibilisiert für die Steuerung, die Organisation und die wirtschaftlichen Chancen und Risiken einer Versicherungsagentur mit Innen- und Außendienstmitarbeitern.

Dr. Patrick Blum

Quellennachweis:

- [1] Clark Aldrich: Simulations and the Future of Learning. John Wiley & Sons, San Francisco 2004
- [2] Matthias Beenken: Der Versicherungsvertreter als Unternehmer. 3. Auflage. Verlag Versicherungswirtschaft, Karlsruhe 2002
- [3] Thomas Geilhardt; Thomas Mühlbradt: Planspiele im Personal- und Organisationsmanagement. Verlag für Angewandte Psychologie, Göttingen 1995
- [4] David Gibson; Clark Aldrich; Marc Prensky: Games and Simulations in Online Learning. InfoSci, Hershey 2007
- [5] Steffen Ritter: Das Unternehmen Agentur, Erfolgreich selbständig in der Versicherungswirtschaft. 2. Auflage. Gabler Verlag, Wiesbaden 2005
- [6] Manfred Weber: Kennzahlen Unternehmen mit Erfolg führen. WRS Verlag Wirtschaft, Recht und Steuern, Planegg 2001

Interessengemeinschaft SiVa II – machen Sie mit!

Bis zum 12.06.2009 können Sie noch Mitglied in der Interessengemeinschaft SiVa II werden.

- Sie zahlen einen Betrag* in Höhe einer Jahreslizenz für SiVa II.
- Sie nehmen Einfluss auf die Entwicklung von SiVa II.
- Sie erhalten SiVa II nach Fertigstellung für zwei Jahre.

**Achtung: Die Teilnehmerzahl ist auf 10 Unternehmen begrenzt.
Interesse? Sprechen Sie uns an!**

NEU

* Die Höhe des Betrags für die Jahreslizenz ist abhängig von der Größe des sich beteiligenden Unternehmens.

Virtuelles erleben – Reales lernen

Vorteile des virtuellen Studios bei der Erstellung von Schulungsfilmen

„Thööölke“ schallte es laut zur besten Sendezeit durch das deutsche Wohnzimmer. Kein Geringerer als „Wum“, der von Loriot gezeichnete Hund, schaute uns an und rief den Showmaster von „Drei mal Neun“ herbei.

Dass sich dann beide auf einem Bildschirm miteinander unterhalten konnten, verdankten sie einer in den 70er-Jahren noch jungen Technik des Fernsehens: dem Bluescreen.

Der Akteur bewegt sich dabei vor einer leuchtend blauen Fläche und wird durch Keying – das elektronische Herausstanzen – aus dem Bild herausgelöst, das Blau wird dabei transparent.

Ebenso zum Stanzen geeignet ist ein intensiv grüner Hintergrund (Greenscreen-Verfahren).

In beiden Fällen ist jedoch darauf zu achten, dass die Kleidung der Agierenden sich deutlich von der Farbe des Hintergrunds absetzt.

Ein verblüffendes Verfahren, das erlaubt, Personen in nahezu jede reale oder künstlich generierte Szene zu integrieren.

Keine Nachrichtensendung, kaum ein Spielfilm kommt heutzutage ohne diese erstaunliche Technik aus. So kicken die Fußballer im „Wunder von Bern“ nur vor einer komplett grünen Kulisse und finden sich im Film im historischen Stadion wieder.

Oder „Wer reitet so spät durch Nacht und Wind ... es ist der Vater ...“ – vor der blauen Wand.

Schulungsfilme

Der Einsatz des Bluescreens hat sich auch in Schulungsfilmen eindrucksvoll bewährt.

Aktuell setzen wir, das Produktionsteam der inside Gesellschaft für TV-, Audio- und Videoproduktion, das Verfahren bei zwei Projekten für die ARAG und für blue evon ein.

Es entstehen bemerkenswerte Filmsituationen, in denen die Möglichkeiten „normaler“ Studiodreharbeiten weit überschritten werden: das virtuelle Studio. Szenarien können geschaffen werden, die in der Realität nur mit erheblichem Zeit- und Kostenaufwand umsetzbar wären. Dies geschieht unter Einsatz von anspruchsvollen Computergrafik-Programmen, die zwei- und dreidimensionale bewegte Gestaltung ermöglichen.

Nun zu den „realen“ Projekten:

Der Film „KV Vollversicherung“ der ARAG soll Endkunden im Web die Vorteile der unterschiedlichen Leistungsklassen der privaten Krankenvollversicherung aufzeigen.

blue evon hat uns mit einem Informationsfilm zur betrieblichen Altersversorgung beauftragt. Die Zielgruppe sind hier die Mitarbeiter interessierter Unternehmen.

Mit Maike Kühl und Gisa Bergmann konnten zwei renommierte Moderatorinnen für die beiden Filme gewonnen werden.

Um aus den verschiedenen Einzelszenen vor der immer gleichen blauen Wand eine schlüssige „Geschichte“ zu kreieren, ist eine akribische Planung nötig. Daher haben wir uns zur Erstellung von Storyboards entschlossen – auf Basis der mit den Kunden abgestimmten Sprechertexte. Jeder Take (Filmszene) wird exakt definiert, sowohl in der Architektur des Hintergrunds als auch in Kameraposition und wechselnden Einstellungsgrößen.

Für die virtuelle „Ausstattung“ des Studios bietet sich an, mit den Größen der Requisiten und Kulissen zu spielen, in denen, vor oder auf denen sich die Moderatorin bewegt. So spaziert sie beispielsweise auf der Tastatur eines lebensgroßen Notebooks und erklärt die Online-Anmeldung. Oder sie steht neben einer der drei „massiven“ Säulen der Altersversorgung und erläutert die Vorzüge einer bAV.





Abbildung 1: Andere Perspektiven – die Moderatorin auf dem Laptop



Abbildung 2: Unterm Strich – mehr Information

Regieanweisungen für die Akteurinnen werden im Storyboard festgelegt und genau beschrieben. Zu jeder Einzelszene werden eine oder mehrere Ansichten per 3D-Computergrafik konstruiert, mit Oberflächen versehen, beleuchtet, herausgerechnet (gerendert). Ein perspektivisch passendes und freigestelltes Foto eines fiktiven Moderators wird grafisch eingefügt.

Um die tatsächliche Existenz eines realen Studios zu suggerieren, müssen Spiegelungen und Schatten auf Boden und Objekten erzeugt werden. Nach diesem wichtigen und zeitintensiven Schritt der Vorproduktion steht also das komplette virtuelle Studio als „Rechenmodell“ bereits zur Verfügung. Extra für die beiden Projekte wurde eine neue Highend-Grafikworkstation angeschafft, die einen hochwertigen, realitätsnahen Look bei vertretbaren Berechnungszeiten ermöglicht.

Das Storyboarding hat sich bewährt: Der wesentliche Vorteil ist die dezidierte Abstimmbarkeit des Erscheinungsbilds mit dem Kunden schon vor der Produktion. Der Dreh ist hervorragend vorbereitet, alle Beteiligten bekommen eine genaue Vorstellung vom Endprodukt. Das Postproduktionsteam erhält zugleich konkrete Hinweise für die Fertigstellung des Films und die Zeitplanung.

Aufgezeichnet wurde in den CBC-Studios in Köln-Ossendorf, in denen sonst Fernsehshows u.a. für Vox und Super RTL produziert werden. Der Grund dafür ist die dort verfügbare geräumige Bluebox: ein an drei Seiten und auf dem Boden blauer Raum mit abgerundeten Ecken.

Mit der aufwendigen Studio-Beleuchtungstechnik konnte ein sehr homogener und schattenarmer Hintergrund geschaffen werden, der uns ein präzises Keying der Akteure ermöglicht. Der Text wurde souverän von beiden Moderatorinnen vorgelesen, ohne dass sie dabei vorher zum Versicherungsfachmann mutieren mussten. Abhilfe schaffte der rettende Tele-

prompter, ein Text-Projektionsgerät direkt vor der Kamera, das auch bei jeder TV-Show und Nachrichtensendungen für einen überraschend flüssigen Vortrag der Meldungen sorgt. Anhand des Storyboards wurde nun Szene für Szene gedreht.

Das Herabsteigen vom oben beschriebenen Laptop beispielsweise war tatsächlich der Abstieg von einem blauen Podest. Aufsichten wurden von einem Kranwagen aus gefilmt, für Untersichten kletterte die Protagonistin auf einen Stapel blauer Würfel, um auf den Kameramann herabzuschauen.

Die digital aufgezeichneten Bluescreen-Aufnahmen werden in unserem Videostudio in Bild und Ton geschnitten. Eine Feinabstimmung der Moderationen mit den jeweilig geplanten Computerszenen schließt sich an. Zu farbintensive Reflexionen des blauen Hintergrunds auf der Kleidung (Blue Spill) werden entfernt. Im erneuten Videoschnitt werden die in Finish-Qualität gerenderten Szenen zum Film. Atmosphärische Musik und passende Geräusche sorgen als verbindende Elemente für einen runden Gesamteindruck.

Fazit

Wie man unschwer erkennt, ist der Einsatz eines virtuellen Studio keineswegs trivial. Viele Schritte sind erforderlich, um ausgehend von der Grundidee schließlich zu einem perfekten Endprodukt zu gelangen. Dennoch – durch die gezielte Interaktion des Moderators mit seiner virtuellen Umgebung erhält der Kunde ein effektives Informationstool, das sich für ihn auszahlt: ein ideales Medium zum zielgruppenorientierten und inhaltoptimierten Wissenstransport.

Wolfgang Ritz

Stimmen aus der Wirtschaft

Stefan Breuer, Marketingleiter Bildungsverlag EINS GmbH

just-click.net – Das multimediale Unterrichtskonzept geht online!

2006 haben wir mit „Just Click“ ein multimediales Unterrichtskonzept mit Videos, Animationen, Arbeitsblättern, Übungen etc. auf CD-Basis erstellt und interessierten Schulen zur Lehrunterstützung angeboten.

„Just Click“-Module werden seitdem immer häufiger zu erfolgreichen Büchern erstellt, um die etablierten Lehrwerke sinnvoll zu ergänzen.

Zu jeder Seite des Buches werden geeignete Materialien aufgelistet, die per Mausklick aktiviert werden können. Zusätzlich können eigene Unterrichtsmaterialien eingefügt werden.

Zu einzelnen Materialien sind „Lehrernotizen“ verfügbar, die Vorschläge zur didaktischen Verwendung des Materials oder Lösungen zu den Arbeitsblättern beinhalten.

„Just Click“ unterstützt Lehrer somit in drei Aspekten der Unterrichtsgestaltung.

- Unterrichtsvorbereitung
Auswahl geeigneter Materialien, Strukturierung des Unterrichts
- Unterrichtsvorführung
begleitend und ergänzend zum Präsenzunterricht per Beamer oder Whiteboard; modifizierbare Arbeitsblätter zum direkten Einsatz
- Unterrichtsnachbearbeitung
Schüler können Aufgaben digital bearbeiten

Die Auszeichnung im Jahre 2007 mit dem „digita 2007“ gab uns Rückenwind und die Zuversicht, dass wir uns auf dem richtigen Weg befanden.

„Die Jury zeichnet dieses System aus, weil es hervorragend das didaktisch-methodische Potenzial belegt, das durch eine homogene Verbindung von Printmedien und digitalen Medien für den Lernprozess entfaltet werden kann.

... ‚Just Click‘ stellt nach der Überzeugung der Jury eine Bereicherung eines modernen Unterrichtskonzeptes auf handlungsorientierter Basis dar.“



Ende 2008 wurde der Entschluss gefasst, „Just Click“ auch online zur Verfügung zu stellen.

Dadurch

- entfällt das lästige Installieren,
- kann überall dort, wo es einen Internetzugang gibt, mit „Just Click“ gearbeitet werden und
- erreichen Aktualisierungen den Lehrer schneller und unkomplizierter.

In inside haben wir das Unternehmen gefunden, welches unseren Ansprüchen für die Umsetzung unseres Vorhabens gerecht wurde. inside kann in der Erstellung von Internetapplikationen sowohl für die B2B- als auch B2C-Kommunikation auf über 10 Jahre Erfahrung zurückgreifen.

Die Zusammenarbeit erfolgte wie erwartet reibungslos und wir wurden während der Erstellungsphase immer wieder mit neuen Ideen zur Verbesserung der Usability und somit des Gesamtprojekts unterstützt.

Pünktlich zur Didacta im Februar dieses Jahres konnten wir somit interessierten Messebesuchern das Online-Portal just-click.net präsentieren, welches großen Anklang fand.

Vielen Dank an inside für die problemlose und zielgerechte Umsetzung des Projekts just-click.net.

inside Vorbereitungen zur Prüfung zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“

Neben vielfältigen Schulungsunterlagen zur Prüfung zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“ wie Lernskripte, WBTs, Onlinekurse mit tutorieller Betreuung, Folien und Testaufgaben stellt inside auch Trainer für Schulungsmaßnahmen und Prüfungsvorbereitungen zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“ zur Verfügung.

Aktuell finden im Vorfeld zu allen IHK-Prüfungsterminen Prüfungsvorbereitungen im Kundenauftrag statt. Der Ablauf sieht folgendermaßen aus:

Eingangstest

Die Teilnehmer, die zur Prüfungsvorbereitung eingeladen werden sollen, müssen im Vorfeld einen Eingangstest, der aus inside Testaufgaben generiert wird, bestehen. Auf diese Weise wird sichergestellt, dass die Teilnehmer einen Mindest-Wissensstand mitbringen zur Prüfungsvorbereitung. Ab welchen Prozentsätzen der Test als bestanden gewertet wird, bestimmt der Kunde: Er kann als Maßstab die Bewertungskriterien der IHK verwenden oder eigene Bewertungsmaßstäbe vorgeben.

Der Eingangstest wird von inside online zur Verfügung gestellt und kann vom Teilnehmer an jedem beliebigen Ort durchgeführt werden. Voraussetzung ist lediglich ein internetfähiger Rechner sowie ein Internetzugang. Vorteil für den Kunden: Für den Eingangstest fallen keinerlei Reisekosten an, da der Teilnehmer den Test z.B. im Büro unter Aufsicht seiner direkten Führungskraft durchführen kann.

1. Teil der Prüfungsvorbereitung

Der erste Teil der Prüfungsvorbereitung findet 14 Tage vor der IHK-Prüfung in einem Seminarzentrum statt. Er dauert insgesamt 3 Tage.

Der erste Tag dient der Vorbereitung auf den theoretischen Teil der Prüfung zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“ und soll den Teilnehmern einen Überblick über den eigenen Wissensstand verschaffen.

Die beiden folgenden Tage werden dazu genutzt, die Teilnehmer auf den verkaufspraktischen Teil der Prüfung vorzubereiten.

Die eingeladenen Teilnehmer werden zunächst mit dem Ablauf der IHK-Prüfung vertraut gemacht (Ablauf des schriftlichen Teils der Prüfung sowie der sich am nächsten Tag anschließenden verkaufspraktischen Prüfung).

Theoretischer Teil

Zu Beginn der Vorbereitung auf den theoretischen Teil der Prüfung wird ein IHK-Test simuliert. Der Test wird von inside online zur Verfügung gestellt. Die Teilnehmer können ihn an ihrem eigenen Rechner oder an Rechnern, die der Kunde zur Verfügung stellt, bearbeiten.

Der Test ist identisch zu einem Original-IHK-Test aufgebaut, d.h. er besteht aus 2 Prüfungsteilen:

Der erste Prüfungsteil umfasst 90 Minuten mit den Wissensgebieten A (LV/PRV, GRV/AVmG, bAV), B (UV, KV) und C (Kfm. und rechtl. Grundlagen).

Der zweite Prüfungsteil umfasst 70 Minuten mit den Wissensgebieten D (VHV, VGV) und E (KFZ, PHV, RS). Zwischen den beiden Prüfungsteilen haben die Teilnehmer eine 20-minütige Pause.

Bei der Auswertung des Tests wird der Bewertungsmaßstab der IHK zugrunde gelegt: Der Test gilt als bestanden, wenn der Teilnehmer in 4 der 5 Bereiche jeweils mindestens 50% der erreichbaren Punkte erzielt und in einem der 5 Bereiche mindestens 30%.

Dem Teilnehmer wird das von ihm erzielte Testergebnis angezeigt, sobald er den Test beendet hat. Dem Trainer wird das Testergebnis zeitgleich ebenfalls angezeigt:



Ihm werden mehrere Möglichkeiten angeboten sich das Ergebnis anzeigen zu lassen, wie z.B. Einzel- oder Gesamtauswertungen im Überblick oder Einzel- oder Gesamtauswertungen im Detail.

Im Anschluss an den Test bespricht der Trainer mit den Teilnehmern die Aufgaben, die die Teilnehmer am schlechtesten beantwortet haben. Zur Ermittlung der schlechtesten Aufgaben wird die im inside Online-Prüfungssystem enthaltene Auswertung „Top-Flop-Analyse“ verwendet.

Mit Hilfe diese Analyse stehen dem Trainer die Aufgaben, die die Teilnehmer am schlechtesten beantwortet haben, in Sekundenschnelle in auf- oder absteigender Reihenfolge zur Präsentation zur Verfügung.

Zur gemeinsamen Besprechung der Aufgaben werden diese der Gruppe nacheinander via Beamer präsentiert.

Da die Gruppe die Aufgaben gemeinsam lösen soll, werden diese zunächst ohne Lösung angezeigt. Ein Teilnehmer liest die erste Aufgabe (Aufgabe mit der höchsten Fehlerquote) vor und versucht diese richtig zu beantworten.

Im Anschluss an seinen Antwortversuch wird die Aufgabe in der Gruppe diskutiert, wobei der Trainer die Hintergründe der Aufgabe erläutert und Hinweise darauf gibt, wo man die rechtlichen Grundlagen der Aufgabe nachschlagen kann (z.B. Proximus, Gesetzestexte etc.).

Nachdem sich die Gruppe mit Unterstützung des Trainers und nach Recherche in den vom Trainer genannten Texten auf eine Antwort geeinigt hat, wird die Lösung eingeblendet.

Da der erste Teil der Prüfungsvorbereitung in erster Linie dazu gedacht ist, den Teilnehmern einen Überblick über den eigenen Wissensstand zu geben, beleuchtet der Trainer im Anschluss an die Lösungen jeder Aufgabe das mit dieser Aufgabe verbundene Themengebiet noch eingehender, um die Teilnehmer auch mit artverwandten Aufgaben vertraut zu machen (der Trainer wird bei einer Aufgabe zur Progression

in der Unfallversicherung z.B. die Progression mit unterschiedlichen Progressionsmodellen berechnen, die Mehrleistung und die Vorteile der Progression ansprechen).

Mit der Besprechung von ca. 70 Aufgaben geht der erste Teil der Prüfungsvorbereitung zum theoretischen Teil der Prüfung zu Ende.

Die Teilnehmer kennen nun ihre Wissenslücken und haben 10 Tage Zeit, um diese bis zum zweiten Teil der Prüfungsvorbereitung zu schließen.

Verkaufspraktischer Teil

Der zweite und dritte Tag wird zur Vorbereitung auf den verkaufspraktischen Teil der Prüfung verwendet. Da die inside Trainer bei der IHK Frankfurt als Prüfer dem Prüfungsausschuss „Sachkundeprüfung Versicherungsvermittler/-berater“ angehören, kann inside den Teilnehmern auch für den praktischen Teil eine optimale Prüfungsvorbereitung bieten.

Nach einer theoretischen Einweisung in den Ablauf erhalten die Teilnehmer eine Verkaufsmappe, in der sich die wichtigsten Dokumente für den verkaufspraktischen Prüfungsteil befinden. Nach deren Erläuterung werden die Teilnehmer in Kleingruppen eingeteilt, in denen sie Verkaufsgespräche anhand von Originalfällen – die von der IHK verwendet werden – simulieren. Der Verlauf des Gesprächs sowie das Verhalten der Teilnehmer werden im IHK-Protokollbogen auf Basis der IHK-Kriterien („Positiv-Negativ-Liste“) festgehalten.

Die IHK-Skala zur Punktwertung wird verwendet, um ein Gesamtergebnis zu bilden, über das die Teilnehmer vom Trainer ein detailliertes Feedback erhalten. Anschließend werden in der Gruppe Verbesserungsvorschläge diskutiert. Ziel ist es, dass jeder Teilnehmer im Laufe der 2 Tage mindestens 5 Gespräche führt, mindestens 15 Gespräche beobachtet und damit die notwendige Sicherheit für das Verkaufsgespräch gewonnen hat.

Um das Gelernte bis zum Prüfungstermin zu vertiefen, stellt inside das Lernskript „Verkaufspraktische Prüfung“.

2. Teil der Prüfungsvorbereitung

Für den zweiten Teil der Prüfungsvorbereitung stehen insgesamt 3 Tage für die Vorbereitung auf den theoretischen Teil der Prüfung zur Verfügung.

Wie bereits im ersten Teil der Prüfungsvorbereitung wird jeden Morgen ein Test simuliert, der anschließend in der Gruppe besprochen wird. Im Gegensatz zum ersten Teil der Prüfungsvorbereitung beschränkt sich der Trainer darauf, die Aufgaben zu besprechen, damit im Anschluss an die Testauswertung weitere Testaufgaben besprochen werden können. Diese Testaufgaben liegen als Präsentationen für alle prüfungsrelevanten Bereiche vor. Der Vorteil der Präsentationen besteht darin, dass der Trainer die Möglichkeit hat, zunächst nur den Situations- und Frageteil zu zeigen. Die Teilnehmer müssen nun versuchen, ohne die bei den anderen Tests üblichen richtigen oder falschen Antwortmöglichkeiten eine Lösung zu finden. Hat sich die Gruppe unter Anleitung und Hilfestellung des Trainers auf eine Lösung geeinigt, werden die Antwort-

möglichkeiten angezeigt. Hat man sich beispielsweise auf „Ja, ist versichert“ als richtige Antwortmöglichkeit geeinigt, kann man zunächst die Antworten, die ein „Nein“ als Lösung vorsehen, wegstreichen. Aus den verbliebenen Antwortmöglichkeiten muss nun noch die richtige ausgewählt werden.

Fazit

Die Teilnehmer lernen während der Prüfungsvorbereitung Aufgaben aus allen prüfungsrelevanten Bereichen sowie deren rechtliche Hintergründe kennen. Darüber hinaus werden sie mit unterschiedlichen Herangehensweisen an die Beantwortung der Prüfungsaufgaben vertraut gemacht. Kunden, die mit inside zusammenarbeiten und die Schulungsunterlagen sowie die Prüfungsvorbereitung nutzen, erzielen bei allen IHK-Prüfungen zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“ überdurchschnittliche Ergebnisse.

Frank Schubert

Stimmen aus der Wirtschaft

Uschi Rick, René Vossen, Filmproduktion, Zentrum für Lern- und Wissensmanagement und Lehrstuhl Informationsmanagement im Maschinenbau (ZLW-IMA)

KISSWIN – „Erfolg ist kein Zufall“

Die Konzeptionierung und Realisierung eines Films ist ja immer so eine Sache: Die Auftraggeber haben präzise Vorstellungen, der Filmemacher hat innovative Ideen und die Zielgruppe hat große Erwartungen.

Dieses Konglomerat von Wünschen, Ansichten und Hoffnungen ist nicht leicht zu handeln. Daher waren wir froh, als Projektleiter für das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) eine professionelle Agentur wie die inside Unternehmensgruppe als Partner für diese schwierige Aufgabe gewinnen zu können.

Wir, das ZLW-IMA der RWTH Aachen, sind von der Bundesregierung damit beauftragt worden, ein Kommunikations- und Informationssystem für den „wissenschaftlichen Nachwuchs“ – kurz KISSWIN – zu entwickeln und beauftragten Harald Steinkamp und sein Team damit, einen Informationsfilm für gerade diese sehr anspruchsvolle und kritische Zielgruppe zu konzipieren und umzusetzen.

Der Film hatte seine Premiere im Rahmen einer großen BMBF-Tagung in Berlin und ist aktuell auf der Homepage www.KISSWIN.de online zu sehen.

Ziel des Films ist es, dem wissenschaftlichen Nachwuchs aufzuzeigen, wie vielseitig eine Forscherkarriere in Deutschland sein kann und welche Möglichkeiten sie bietet. Im Film kommen Wissenschaftler zu Wort, erzählen über ihren – nicht immer einfachen – Werdegang, über ihre Forschung und ihre individuellen Ansichten. Getreu dem Motto des Films „Erfolg ist kein Zufall“ plaudern sowohl junge Nachwuchswissenschaftler/-innen, Post-Docs in der Übergangsphase sowie gestandene Professoren/-innen anschaulich aus dem Nähkästchen.

In dynamisch gehaltenen Sequenzen mit hervorragend arrangierter Musik und feinsten Schnitteffekten ist es inside gelungen, einen inspirierenden und informativen 20-minütigen Film zu produzieren. Dieser kurzweilige und überzeugende Film macht Spaß und transportiert in seiner eigenen Art und Weise die Freude an wissenschaftlicher Forschung und deren Vielfalt in Deutschland.

Wir bedanken uns herzlich für die wunderbare Zusammenarbeit, für viele kreative Gespräche und für das gute Gefühl, von Anfang bis Ende mit Profis zusammengearbeitet zu haben.

Stimmen aus der Wirtschaft

Thomas Berndhäusel, Leiter Technisches Vertriebstraining, ARAG Allgemeine Rechtsschutzversicherungs-AG

Integration unternehmensspezifischer Inhalte in Standard-Web Based Trainings

Kurz nachdem die ARAG Allgemeine Rechtsschutzversicherungs-AG die inside WBTs zur Vorbereitung auf die schriftliche Prüfung zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“ eingeführt hat, wurde die Idee entwickelt, den Lernenden das gesamte Fachwissen über die Lernplattform ILIAS (Integriertes Lern-, Informations- und Arbeitskooperations-System) zur Verfügung zu stellen. Die ARAG nutzte ILIAS zu dem Zeitpunkt bereits als firmeninterne Lernplattform für die Qualifizierung des Außendienstes.

Die Fachabteilung suchte nach einer Lösung, wie man die Produktbesonderheiten der ARAG in das inside WBT integrieren könnte.

Der entscheidende Ansatz war, dass die Produktbesonderheiten der ARAG ausschließlich in Form von erweiterten Leistungen gegenüber dem Bedingungsmerk 2 – Proximus Versicherung bestehen.

Die Überlegungen führten zu dem Entschluss, an den entsprechenden Stellen des inside WBTs die Leistungserweiterungen der ARAG zu implementieren. Gleichzeitig sollte aber das inside WBT erhalten bleiben, damit das zielgerichtete Lernen zur Vorbereitung auf die IHK-Prüfung auch ohne die ARAG Spezifika möglich ist. Auch für die Programmpflege und die regelmäßigen Updates ist diese Trennung von elementarer Bedeutung.

Mit inside hat die ARAG einen Anbieter gefunden, der diese Implementierung von Kundenspezifika in ein Standardprodukt mit regelmäßigen Updates vornehmen kann.

Gemeinsam mit dem Team von inside erfolgte dann die Umsetzung: Auf allen WBT-Seiten, bei denen Ergänzungen der ARAG Spezifika erforderlich waren, erscheint nun ein entsprechender „ARAG Button“ in der Navigationsleiste.



Mit einem „Klick“ gelangt der Anwender in ein separates ARAG WBT, in dem die ARAG Spezifika in der gleichen Funktionalität und Optik des übrigen WBTs angezeigt werden. Mit einem weiteren „Klick“ wird er wieder an die gleiche Stelle im inside WBT navigiert, an der er vorher war.

Dem Lernenden präsentieren sich die Lerninhalte in einem einheitlichen Erscheinungsbild. Es besteht technisch eine klare Trennung zwischen den Inhalten des inside WBTs zur Vorbereitung auf die schriftliche Prüfung zum/zur „Geprüften Versicherungsfachmann/-frau (IHK)“ und den ARAG Spezifika, sodass unser Änderungsdienst mit minimalem Aufwand zu realisieren ist. Auch in die von inside bereitgestellten 2 Updates pro Jahr können unsere Spezifika somit problemlos eingepflegt werden.

Mit der Unterstützung von inside haben wir ein Produkt entwickelt, das für uns eine optimale und kostengünstige Lösung darstellt. Es ermöglicht uns, pro Seminarstaffel 10 Präsenz-Trainingstage einzusparen und das Wissen der Lernenden für die anschließenden Präsenz-Trainings auf ein einheitliches Niveau zu bringen.

Unser Dank gilt an dieser Stelle allen an diesem Projekt beteiligten Mitarbeitern von inside.

Das Stichwort ...

Fachbegriffe aus dem Bereich des E-Learning verständlich dargestellt

Animation

Eine Animation ist eine Aufeinanderfolge einzelner Bilder, die nacheinander angezeigt werden. Folgen die Einzelbilder schnell genug aufeinander, entsteht dadurch der Eindruck von Bewegung. Die einzelnen Bilder können dabei fotografiert, gezeichnet oder mit dem Computer erstellt sein.

Neben Trickfilmen und Werbung sind Lehr- und Lernmedien ein wichtiger Einsatzbereich für Animationen. Animationen bieten immer dann große Vorteile, wenn es darum geht Veränderungen, Bewegungen oder zeitliche Abläufe zu visualisieren. Diese sind mit verbalen Beschreibungen und statischen Abbildungen normalerweise nur sehr schwer zu vermitteln. Mit Zeitlupen- und Zeitraffereffekten können auch Abläufe dargestellt werden, die ansonsten zu schnell oder zu langsam sind, um beobachtet werden zu können.

Auch Aufmerksamkeitslenkung lässt sich mit Animationen relativ leicht erreichen. Um beispielsweise die Position eines bestimmten Elements in einer komplexen Anlage zu verdeutlichen, könnte dieses mit einem Zoom- oder Bewegungseffekt hervorgehoben werden.

Nachteilig beim Einsatz von Animationen ist, dass der geistige Verarbeitungsaufwand für die Lernenden wegen der fortlaufenden Darstellung des Inhalts erheblich höher sein kann als bei statischen Abbildungen oder Text. Die Lerngeschwindigkeit wird dem Lernenden von außen vorgegeben, er hat keinen Einfluss darauf, wie lange er sich mit einem Aspekt beschäftigen möchte, da er sich sofort auf die als nächstes präsentierte Information konzentrieren muss.

Auch das selektive Wiederholen einzelner Teile ist in der Regel nicht möglich, sodass bei Verständnisschwierigkeiten unter Umständen die komplette Animation mehrfach wiederholt werden muss.

Plug-In

Als Plug-Ins werden Computerprogramme bezeichnet, die als Zusatzmodule in eine andere Software eingebunden werden können. Die Bezeichnung kommt vom englischen „anschießen“ bzw. „einstecken“. Plug-Ins erweitern die Funktionalität der Software bzw. stellen zusätzliche Funktionen zur Verfügung. Ohne die „Wirts“-Software, für die programmiert wurde, können Plug-Ins nicht benutzt werden.

In der Regel werden Plug-Ins für eine Software von Dritten erstellt, einige Hersteller nutzen Plug-Ins jedoch auch, um optionale Funktionen ihrer Software auszulagern. Benutzer,



die solche Funktionen nicht benötigen, können diese dann deaktivieren, sodass die Software schneller läuft und weniger Speicherplatz benötigt.

Von besonderer Bedeutung im Bereich von E-Learning und Internet sind Browser-Plug-Ins wie beispielsweise das Flash-Plug-In zum Anzeigen von Flash-Animationen oder der Adobe pdf-Reader, mit dessen Hilfe pdf-Dateien im Browser angezeigt werden können.

Simulation

Eine Simulation ist die authentische Nachbildung eines komplexen Systems, dessen verschiedene Komponenten miteinander in Beziehung stehen und sich gegenseitig beeinflussen. Dieses System wird in der Simulation zum einen visualisiert, zum anderen kann der Lerner hier interaktiv eingreifen, indem er das System virtuell erprobt und durchspielt. Somit eignet sich die Simulation besonders für die Einübung kostenintensiver, sicherheitskritischer und zeitabhängiger Zusammenhänge vor der eigentlichen Durchführung in der Praxis, da sie das Gesamtsystem realitätsnah abbildet, dabei den Lerner aber nur virtuell mit den möglichen Risiken und Problemen konfrontiert. Die Simulation erlaubt dem Lerner, sich vom System ein inneres Modell zu erstellen, sein Wissen praktisch darin zu erproben und abzuschätzen, ob er in der Realität die gewünschten Ergebnisse ohne Fehler erreichen könnte.

(Ein Beispiel für eine Simulation ist das Online-Planspiel SiVa. Hier übernimmt der Lerner die Rolle eines Agenturinhabers und kann dabei risikolos die Steuerung einer Versicherungsagentur einüben.)

Mit Sicherheit erfolgreich sein!

Neues Filmprojekt für den DPD

Schon zum 3. Mal realisiert der DPD – „Deutscher Paketdienst“ – in Zusammenarbeit mit inside ein Schulungsfilmprojekt. Nach den vergangenen Projekten „Sicher unterwegs“ und „Kundenorientierung“ geht es in diesem Jahr um die Ladungssicherung bei Wechselbrücken, denn gerade hier sind Zuverlässigkeit und souveräner Umgang mit Ladungstechniken besonders wichtig. Das Filmprojekt soll dem DPD dabei helfen, mit „Sicherheit“ erfolgreich zu sein.

Auch diesmal wieder mit am Set: TV-Moderator Wolfgang Rother, der erneut die Moderation der Filmmodule übernimmt.



Abbildung 1: von links Kameramann Arne Josten, Regisseur Harald Steinkamp, Wolfgang Rother



come inside → Juni:	04.–05.06.09	Personal & Weiterbildung, Wiesbaden
	10.–12.06.09	ICELW, New York Vortrag Dr. Patrick Blum
come inside → August:	19.–21.08.09	ICWL, Aachen Vortrag Dr. Patrick Blum
come inside → September:	04.–09.09.09	IFA, Berlin
	22.–24.09.09	Zukunft Personal, Köln
Oktober:	12.–13.10.09	ECGBL, Graz Vortrag Dr. Patrick Blum
	14.–18.10.09	Buchmesse, Frankfurt
	20.–23.10.09	Systems, München
	27.–29.10.09	DKM, Dortmund

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 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