

Schwerpunkte

- » Internet
- » Telekommunikation
- » LAN-Infrastruktur
- » Hardware
- » Administration
- » Software
- » Sicherheit
- » Forschung

Service

- » IT-Jobs
- » Hersteller
- » Marktübersichten
- » Produktinfos
- » Ausschreibungen
- » Foren
- » Web-Tipp



Die neue
Archiv CD
Nr. 9 mit
den

kompletten Inhalten
von 2005 ist da! **Jetzt
bestellen unter >>**

Top-Jobs

**Praktikant (m/w) Tax
International Executive
Services Frankfurt**
KPMG AG Deutsche
Treuhandgesellschaft
Frankfurt am Main

**Abschlußarbeit -
Softwaremodul zur
Emulation EEPROM & Flash**
Brose Fahrzeugteile GmbH &
Co. KG
Hallstadt

Senior Software Ingenieur
**BEA WebLogic - / IBM
WebSphere**
JobExpress Rhein/Main
(Bristol)
Zürich, Schweiz

Weitere Stellenangebote
in Kooperation mit

stellenanzeigen.de
Wo die Richtigen
ins Netz gehen.

COMPUTER ZEITUNG

Die Wochenzeitung für die Informationsgesellschaft

Aktuelles Heft | :) **Heftarchiv** | Leserservice | Mediadaten | Audio
Marktübersichten | Ansprechpartner | Themenvorschau

Thema: Sonstiges
Ausgabe: 45/2003
Seite: 22

Strukturen des klassischen Theaters sollen die Inhalte von E-Learning-Angeboten leichter verdaulich machen

Marketing wird für IT-Leiter zu einem Drama

IT-Experten sollen oft auch Marketing beim Kunden betreiben oder müssen zumindest intern ihre Konzepte an Kollegen und Vorgesetzte verkaufen. Ein dreistufiges Modell von Digital Spirit hilft ihnen, das zu lernen.

Anerkennend schüttelt der Firmenchef dem Marketingexperten die Hand. Endlich ist der Plan abgesegnet, der den Umsatz nach oben bringen soll. Die Rahmenhandlung des Edu-tainment-Projekts IVI-Management (Interaktives Videolernsystem Managementkompetenz) führt IT-Entscheider kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) in einen fiktiven Betrieb, in dem sie ihr Marketingwissen perfektionieren können. Realisiert wurde das Projekt vom Content- und Plattformanbieter Digital Spirit mit der Handelshochschule Leipzig und dem Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsforschung Halle-Leipzig.

„Die Rahmenstory spiegelt eine typische Situation in KMU wider, in der Marketing unbewusst vernachlässigt wird“, erklärt Projektleiter Sandor Mohácsi. Das liege daran, dass Geschäftsführer und IT-Leiter kleinerer Firmen oft mehrere Funktionen erfüllen müssten.

Einige neue E-Learning-Ansätze setzen diesem Defizit das Dreiaktschema des klassischen Dramas entgegen. Ein Spannungsbogen mit eingebauten Konflikten soll zum Erwerb von Lösungsstrategien motivieren. Wie in einem Theaterstück erfährt der Nutzer in der Exposition Lernziel und Auftrag, in der Konfrontation setzt er sich damit auseinander, und am Ende erreicht er sein Ziel.

„Betriebliches E-Learning braucht viel Erlebnis, um beim Lerner Commitment zu erzeugen“, unterstreicht Mohácsi. Anders als in einer Vorführung kann der Lerner selbst Entscheidungen treffen. „Interaktives Geschichtenerzählen bedeutet, große Freiheiten zu schaffen. Dazu müssen aber Randbedingungen festgelegt werden“, sagt Linda Breitlauch, die sich in ihrer Doktorarbeit an der Fachhochschule Brandenburg mit den Potenzialen interaktiver Medien befasst. Diese Balance herzustellen zwischen Führung und Eigeninitiative, sei die Aufgabe der Dramaturgie.

Interagiert man bei IVI-Management etwa im Modul Marktkommunikation mit der PR-Leiterin, erklärt diese



konradin EVENTS

COMPUTER ZE präsentiert

2."ERP-Konferenz
Unternehmensw
Standardsoftwa
Praxis

05.10. - 05.10.2
in
in Duesseldorf, I
Hotel, ...
mehr »

» Eventkale

Fachmedi



Partner



beispielsweise, wann es Sinn macht, eine Pressekonferenz einzuberufen. Wichtig bei dem Lernkonzept sind die Rahmenhandlung und ein Moderator. Er begleitet durch den Lernstoff und erklärt Zusammenhänge.

Emotionen helfen beim Lernen

Die Dramaturgie spricht Emotionen an, die den Lernprozess wesentlich beeinflussen. „Das wird beim Lernen am PC bisher kaum berücksichtigt“, bedauert Frank Thissen, Professor für Multimediadidaktik an der Hochschule der Medien Stuttgart. Normalerweise stehe die Sachebene im Vordergrund. Zusammen mit Wilfried Mödinger entwickelte er eine Methode, die Probleme und Lösungswege mittels der Struktur von Märchen und Sagen bewusst machen soll: Die dramaturgische E-Learning-Strategie DES (www.des-methode.de). Denn: „Geschichten, die markante Erlebnisse vermitteln, behält man leicht“, glaubt Thissen.

Mit DES erschließen sich Studierende der Medieninformatik das Thema Medienmarketing. Sie gründen ein virtuelles Einkaufszentrum, einen Medien-Mall, der schnell wächst. „Die Basis bildet der Mythos vom Turmbau zu Babel, der für ein ungehemmtes Höhenwachstum steht, das sich zuwenig in der Breite fundiert“, erklärt Thissen. Unvorhergesehene Ereignisse, etwa der Wechsel eines Geschäftsführers zur Konkurrenz, geben dem Verlauf eine Wendung. Die Studierenden schlüpfen in die Rolle der Firmenleitung, entwickeln Businesspläne und strategische Marketingkonzepte. „Mythos, linearer Ablauf und das hypermediale Informationssystem ergänzen sich“, so Thissen.

Sabine Seufert prognostiziert solchen Lernformen eine große Zukunft. „Viele Firmen werden Lernspiele einsetzen, um Kunden die Attraktivität ihrer Produkte nahezubringen. Die Bereiche Arbeiten, Lernen und Spielen werden noch enger zusammengehen“, sagt die Geschäftsführerin des Swiss Centre for Innovations in Learning der Uni St. Gallen. Das Problem: Ein direkter Zusammenhang zwischen Lernerfolg und Dramaturgie sei kaum nachweisbar. Ein zweites Problem liegt in der Technik: Den verfügbaren Lernplattformen mangelt es an Möglichkeiten, verschiedene Lernszenarien zu implementieren – sie lassen meist kein exploratives Lernen mit Simulationslernumgebungen zu. „Die Verwendung von Virtual-Reality-Ansätzen ist viel versprechend, steckt aber noch in den Kinderschuhen“, bedauert Michael Wagner, Leiter des Zentrums für Bildung und Medien der Donau-Uni Krems. Susanne Benker/ks

✧ top ✧ zurück