

Inhaltsverzeichnis

1. Die Idee eines Kundenvotums	Seite	3
2. Vorgehensweise & Beteiligung	Seite	5
2.1 Auswertungskriterien & Stimmgewichtung	Seite	8
2.2 Teilnehmende Unternehmen	Seite	9
3. Ergebnistrends	Seite	15
4. Detailergebnisse in fünf Kategorien:		
4.1 Learning-Management-Systeme	Seite	18
Der Kategorie-Sieger CLICK&LEARN	Seite	30
4.2 Autorentools	Seite	32
Der Kategorie-Sieger CBTL	Seite	51
4.3 Individuelle Content-Produktion	Seite	53
Der Kategorie-Sieger CLICK&LEARN	Seite	72
4.5 Standard Content	Seite	74
4.5 Mobile Learning	Seite	91
5. Die Initiatoren des eLearningCHECKs 2014	Seite	101

1. Die Idee eines Kundenvotums

Leistungsfähigkeit

Was macht einen eLearning-Anbieter zu einem kundenorientierten und aus Sicht des Kunden leistungsfähigen Anbieter? Es ist die Summe aller Leistungen, die der Anbieter im Laufe eines Kundenkontakts erbringt und die vom Kunden als „unzureichend“, „zufriedenstellend“ oder „begeistert“ wahrgenommen werden. Der eLearningCHECK ermittelt genau diese Leistungsfähigkeit, in dem er die Zufriedenheit von Kunden aus deren Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit den Anbietern erfragt und bewertet.

Der eLearningCHECK nimmt bewusst alle korrekt abgegebenen Bewertungen in die Ermittlung des Gesamtergebnisses im Hinblick auf die Zufriedenheit der Kunden mit ihren eLearning-Anbietern auf. Dabei steht nicht die Bewertung der angebotenen Produkte sondern die Betrachtung aller für die Kundenzufriedenheit relevanten Faktoren im Fokus. Auch verzichtet der eLearningCHECK bewusst auf eine unterschiedliche Gewichtung Bewertungen nach Unternehmensgröße, Branche oder Erfahrung der einzelnen an der Umfrage beteiligten Unternehmen, da dies dem Ziel des eLearningCHECKs, eine ganzheitliche und neutrale Erfassung der Kundenmeinungen und -erfahrungen mit ihren Anbietern nicht gerecht werden würde.

Somit grenzt sich der eLearningCHECK deutlich gegenüber anderen Erhebungen und Studien ab, die sich meistens auf die Ermittlung der wirtschaftlichen Größe der eLearning-Anbieter oder die Bewertung der Produktqualität durch eine „Expertengruppe“ anhand definierter Leistungskriterien beziehen.

Es liegt in Zeiten von Web 2.0, nutzergeneriertem Content und dem sich täglich verbreiternden Einsatz von Bewertungsportalen auf der Hand, die Leistungsfähigkeit des deutschsprachigen eLearning-Marktes anhand einer Kundenzufriedenheits-Studie zu untersuchen.

Der Perspektivenwechsel von der Frage wie bedeutend ein neuer Auftrag oder wie hoch der Umsatz eines Anbieters ist, hin zu der Frage wie zufrieden die Kunden mit der erhaltenen Leistung sind, verhilft zu einem ganzheitlicheren Blick auf die deutschsprachige eLearning-Landschaft, und zu mehr Transparenz in einer zwar kleinen jedoch vielschichtigen, komplexen Branche.

Der eLearningCHECK hat sich etabliert

Dass diese Form der Kundenzufriedenheitsermittlung sowohl von den Entscheidern in den Kundenunternehmen als auch von den Anbietern als hilfreich und wichtig betrachtet wird, zeigen die Ergebnisse dieser fünften Kundenzufriedenheitserhebung. Was als „Experiment“ in der ersten Form des eLearningCHECKs im Jahre 2010 begann hat sich durch die steigende Anzahl von Teilnehmern sowie durch die deutlich gestiegene Wahrnehmung in der Branche etabliert. Diese nun zum fünften Mal in Folge durchgeführte Erhebung kann als hilfreiches und wirkungsvolles Instrument zur Bewertung der Kundenzufriedenheit in der eLearning-Branche gelten.

Gegenüber der ersten Kundenzufriedenheitsbefragung 2010 hatte der eLearningCHECK 2014 wieder deutliche Zuwachsraten bei der Anzahl der abgegebenen Bewertungen und der teilnehmenden Unternehmen erzielt. Mit 188 teilnehmenden Unternehmen beim eLearningCHECK 2014 wurde der Wert von 2013 übertroffen (2013: 158 Unternehmen, 2012: 185 Unternehmen, 2011: 172 Unternehmen, 2010: 154 Unternehmen). So dokumentiert der eLearningCHECK 2014 auf stabilem Niveau die Kundenmeinung aus namhaften Unternehmen verschiedenster Branchen.

Die diesjährigen Ergebnisse basieren auf 216 gültigen Bewertungen, bei denen sich erstmals mit 129 Bewertungen im Content-Bereich und 87 Bewertungen für die technikbasierten Kategorien das Gewicht zugunsten der Inhalte verschoben hat.

Entscheider-Erfahrungen für Entscheider

"Welche Anbieter gibt es für mein Vorhaben und wie leistungsfähig sind sie?" Diese Frage, vor der jeder eLearning-Verantwortliche in einem Unternehmen steht, wenn es darum geht, ein eLearning-Projekt zu realisieren, kann auf unterschiedlichste Art beantwortet werden.

Früher hatten Entscheider lediglich die Möglichkeit, sich über Fachmessen, Internet-Recherche, Fachpresse oder Tipps von Kollegen anderer Unternehmen zu orientieren. Auf Basis dann folgender Produkt- und Firmenpräsentationen fielen die Entscheidungen. Ob dabei neben der Produktqualität auch Faktoren wie Einhaltung von Zeitplänen, Budgettreue, Kunden- und Service-Orientierung, Support und dergleichen zufriedenstellend ausfallen, erfuhren Kunden meist erst am eigenen Leib im Projektverlauf.

Der eLearningCHECK 2014 bietet in seiner fünften Fassung die Gelegenheit umfassende Bewertungen der eLearning-Anbieter durch die Erfahrungen gleichgesinnter Kollegen in die Entscheidungsprozesse einzubeziehen. So helfen eLearning-Verantwortliche durch ihre Anbieter-Bewertung anderen Kollegen und sind gleichzeitig auch Nutznießer der Erfahrungen anderer Entscheider.

Marktforschung für Anbieter

Auch die Anbieter von eLearning-Lösungen haben einen klaren Nutzen von den Ergebnissen dieser Befragung. Ihre Leistungsfähigkeit wird transparent und ihr Bekanntheitsgrad steigt. Der eLearningCHECK bietet den Anbietern eine klare Aussage zu ihrer Positionierung im Markt und eine Darstellung ihrer von der Kundenseite wahrgenommenen Leistungsfähigkeit – aber auch der Defizite.

Dabei schreibt der eLearningCHECK keine Unternehmen dauerhaft auf einer Position fest. Da der eLearningCHECK jährlich neu durchgeführt wird, hat jeder Anbieter die Möglichkeit seine Position durch kontinuierliche Verbesserung seiner Arbeit mit und am Kunden zu verändern.

Wer die verschiedenen Preisträger als „Anbieter des Jahres“ verfolgt hat, wird realisieren, dass in allen Kategorien bisher kein Anbieter länger als zwei Jahre in Folge in einer Einzelkategorie die Auszeichnung durch seine Kunden erringen konnte. Denn vielfältige Aspekte, Markt- und Nachfrageveränderungen spielen hierbei ebenso eine Rolle wie die Weiterentwicklung von Produkten oder das Gelingen neuer Projekte. So bleibt der eLearningCHECK auch künftig ein aktuelles Barometer der gelungenen Kundenbeziehung.

2. Vorgehensweise

Der eLearningCHECK 2014 stand als Online-Befragung gut zweieinhalb Monate auf dem Portal von CHECK.point eLearning und auf den Webseiten des Medienpartners ManagerSeminare allen Interessierten offen.

Das personalisierte Anmeldeverfahren ermöglichte es, Eigenbeurteilungen und Manipulationsversuche aller Art zu eliminieren. Darüber hinaus wurde die Abgabe der Voten stichpunktartig telefonisch und per eMail-Nachfrage geprüft, um sicher zu gehen, dass die Ergebnisse auf korrekten, gewollten Eingaben basieren. Dieses Qualitätsprüfverfahren stellt sicher, dass die hier dargestellten Ergebnisse eine hohe Relevanz und Aussagekraft aufweisen und dass ausschließlich die Erfahrungen von Kunden in die Bewertung eingeflossen sind.

Nach Abschluss dieser Prüfung wurden die Eingaben anonymisiert und in aggregierter Form ausgewertet. Dieses Verfahren gewährleistet eine offene und ehrliche Bewertung durch die Kunden.

Kontinuierliche Verbesserung des Kundenvotums

Die Erfahrungen aus den Vorgänger-Erhebungen sowie viele hilfreiche Meinungen und Vorschläge zur Optimierung haben wir sorgfältig geprüft. Darauf aufbauend haben wir - wie auch 2013 - geringfügige Veränderungen am eLearningCHECK 2014 vorgenommen.

2011 wurden einigen Anpassungen der Befragung für eine bessere Usability eingeführt sowie die Teilung der Kategorie Learning Management Systeme in die Unterkategorien kommerzieller Systeme und Open Source. Diese Unterscheidung hebt der eLearningCHECK 2014 wieder auf, da angesichts insgesamt rückläufiger Technik-Bewertungs-Teilnahme die Kategorie Open Source bereits 2013 nur noch geringe Aussagekraft aufwies.

Darüber hinaus gab es 2014 zwei weitere maßgebliche Änderungen:

- Die Kategorie „Mobile Learning“ ging erstmals an den Start. Offensichtlich reichen die bisherigen Praxiserfahrungen jedoch noch nicht so weit, dass die Bewertungen ein solides Bild ergeben. Daher wird in dieser Kategorie im Jahr 2014 noch kein „Anbieter des Jahres“ gekürt. Wir freuen uns 2015 auf eine breitere Datenbasis in dieser Kategorie.
- In die Gesamtwertung einer Kategorie gehen nur solche Unternehmen ein, die von mindestens 4 Kunden gültig bewertet wurden.

Der eLearningCHECK wird permanent weiter entwickelt und so an die Veränderungen der Branche und der Kundenbedürfnisse angepasst. So werden auch die Erfahrungen und Ergebnisse aus der diesjährigen Erhebung wieder in die Konzeption des eLearningCHECK 2015 einfließen.

2.1 Auswertungskriterien & Stimmgewichtung

Das Verfahren zur Auswertung wurde in Zusammenarbeit mit **studiumdigitale**, Goethe-Universität Frankfurt erarbeitet.

In der Kategorie „Learning Management Systeme“ wurden fünf Kriterien zur Beurteilung der Kundenzufriedenheit herangezogen, die jeweils in über fünf bis zwölf Items erfasst wurden:

- Produktqualität
- Service-Qualität
- Beratungskompetenz
- Preis-/Leistungsverhältnis
- Zuverlässigkeit des Anbieters

Die Kundenzufriedenheit in der Kategorie „Autorentools“ wurde über acht Kriterien erfasst, die jeweils Skalen mit zwei bis acht Items aufwiesen:

- Technologische Produktqualität
- Mediendidaktische Gestaltungsmöglichkeiten
- Usability für den Autoren
- Internationaler Einsatz
- Service-Qualität
- Kundenorientierung
- Zuverlässigkeit
- Preis-/Leistungsverhältnis

Für die Kategorie „Individuelle Content-Produktion“ wurden die acht Kriterien der Kundenzufriedenheit erhoben, die jeweils über drei bis zehn Items operationalisiert wurden:

- Konzeptionelle Qualität
- Technologische Qualität
- Qualität des Projektmanagements
- Service-Qualität
- Beratungskompetenz
- Preis-/Leistungsverhältnis
- Kundenorientierung
- Zuverlässigkeit des Anbieters

Die Kategorie „Standard-Content“ ermittelt in sieben Kriterien die Zufriedenheit der Kunden. Diese Kriterien verfügten über zwei bis dreizehn Items, die zur Bewertung herangezogen wurden.

- Technologische Produktqualität
- Anwenderunterstützung
- Didaktische Qualität und Umfang der Lerninhalte
- Kundenspezifische Anpassungen
- Internationaler Einsatz
- Service-Qualität
- Preis-/Leistungsverhältnis

Für die Kategorie „Mobile Learning“ wurden die acht Kriterien der Kundenzufriedenheit erhoben, die jeweils über drei bis zehn Items operationalisiert wurden:

- Konzeptionelle Qualität
- Technologische Qualität
- Qualität des Projektmanagements
- Service-Qualität
- Beratungskompetenz
- Preis-/Leistungsverhältnis
- Kundenorientierung
- Zuverlässigkeit des Anbieters

Im Rahmen der Verfahrensentwicklung wurden die statistischen Eigenschaften der Online-Befragung bestimmt. Aufgrund befriedigender Eigenschaften aller Items in der Stichprobe wurden keine Items ausgeschlossen.

Die Bewertungen wurden in den verschiedenen Kategorien auf einer sechsstufigen Beurteilungsskala von „völlig unzufrieden“ bis „sehr zufrieden“ erhoben. Zusätzlich bewerteten die Kunden die erhobenen Kriterien nach ihrer Wichtigkeit auf sechsstufigen Skalen von „völlig unwichtig“ bis „sehr wichtig“.

Die Datenstruktur legte es nahe, zur Beurteilung der je nach Kategorie differierenden Anzahl von Kriterien aus den jeweiligen Items Mittelwerte zu berechnen. Die Bildung eines Globalwertes erfolgte daraufhin durch die Zusammenfassung aller Kriterien-Mittelwerte, die jedoch je nach Einschätzung der Kunden zuvor eine Gewichtung erfuhren (vgl. Abb. 1).

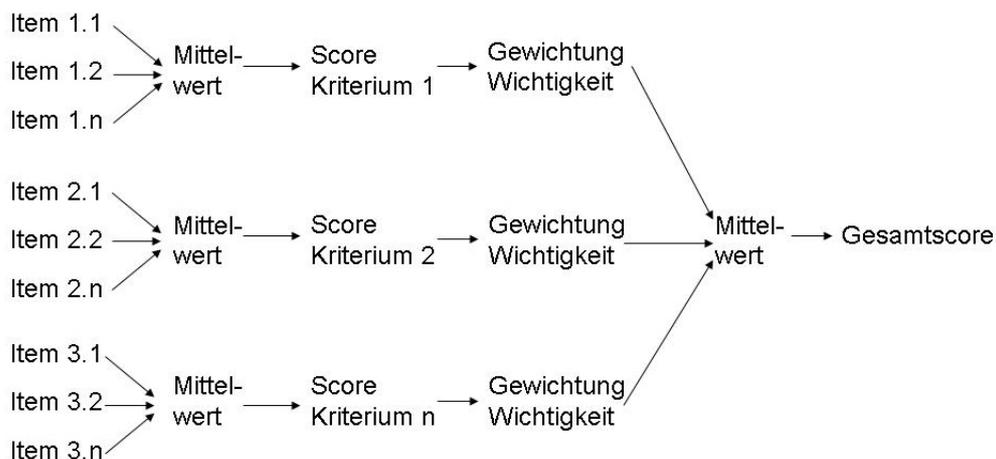


Abb. 1: Schema zur Bildung eines Gesamtbewertungsscores „Kundenzufriedenheit“

Die Gewichtung zur Bildung des Gesamtwertes „Kundenzufriedenheit“ erfolgte auf Grundlage der mittleren, von den Kunden angegebenen Wichtigkeit der Kriterien des Online-Fragebogens.

Insgesamt wurden 216 Einzelbewertungen in 5 Kategorien aus 188 Betrieben abgegeben. Da eine Reihe von Anbietern in den verschiedenen Kategorien nur ein, zwei oder drei Bewertungen erhielten, flossen diese zwar in die Bestimmung der Mittelwerte und des Durchschnittswertes ein, hatten jedoch keinen Einfluss auf das Ranking in den einzelnen Kategorien.

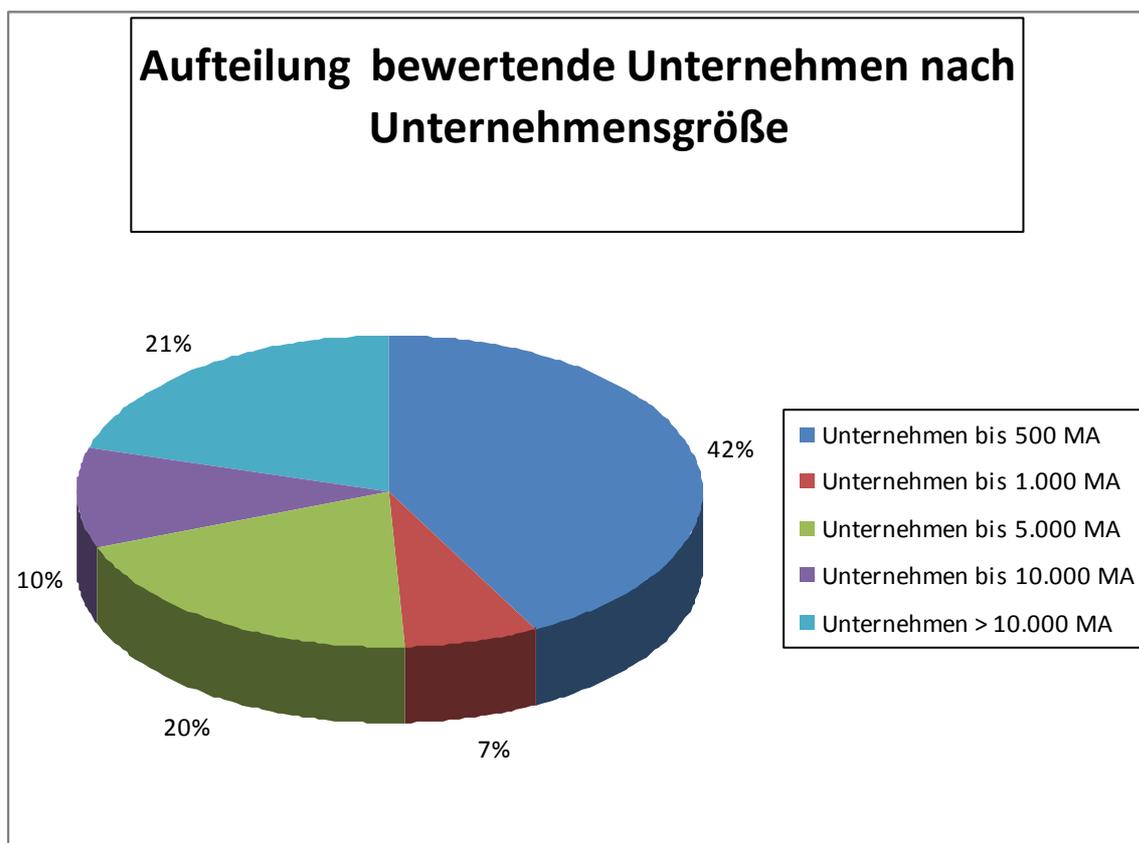
Diese Maßnahme verhindert, dass eine einzelne Bewertung eines Anbieters, die lediglich eine Einzelmeinung darstellt, gegenüber einer Anbieterbewertung, die auf mehreren Bewertungen beruht, überproportional das Ergebnis beeinträchtigt.

Auch für den eLearningCHECK 2015 ist eine Mindestanzahl von vier Bewertungen als Eintrittskriterium in das Gesamtranking gesetzt.

Natürlich ist jede Bewertung wichtig. Daher haben wir in jeder Kategorie die Einzelbeurteilungen in einer eigenen Grafik im Anschluss an das jeweilige Ranking dargestellt. Dadurch sollen insbesondere die Anbieter, die noch keine starke Marktdurchdringung aufweisen, die Möglichkeit erhalten, auf ihre Leistungsfähigkeit aufmerksam zu machen und eine größere Wahrnehmung zu erhalten.

Die Einzelbewertungen verteilen sich nach Unternehmensgröße wie folgt:

Unternehmen <500:	73
Unternehmen 500 – 1000:	14
Unternehmen 1000 – 5000:	38
Unternehmen 5000 – 10000:	20
Unternehmen >10000:	39



2.2 Teilnehmende Unternehmen

Folgende Unternehmen beteiligten sich am eLearningCHECK 2014
(nach Branchenzugehörigkeit in alphabetischer Reihenfolge):

Automobile und Automotive

Audi AG
Daimler AG
DCI AG
GTÜ mbH
HYMER AG
MAN Nutzfahrzeuge
Rosenbauer International AG

Banken und Versicherungen

Aegon Ireland
Allianz Dresdner Bauspar AG
Allianz Elementar Versicherungs-AG
Allianz Global Corporate & Specialty
Bank Austria
Commerzbank AG
Credit Suisse
DekaBank
DZ PRIVATBANK
ERGO Lebensversicherung AG
Falcon Private Bank Ltd.
Genossenschaftsverband Bayern e.V.
HUK-COBURG
HYPO-Bildung GmbH
Landesbank Berlin
LB Immobilienbewertungsgesellschaft mbH
LBS Hessen-Thüringen
LBS Vertriebs-Service-Gesellschaft mbH
LBS West
MLP AG
Oberösterreichische Versicherung AG
S Broker AG & Co. KG
Stadtsparkasse München
Swisscanto Asset Management AG
Swisscom Banking Provider
Swisslife Deutschland Vertriebsservice GmbH
TARGOBANK
UBS
UniCredit Bank Austria
union investment real estate gmbh
Volksfürsorge
wgv Versicherungen

Baugewerbe

BZB Akademie
HOCHTIEF

Chemie und Pharma

Clariant International Ltd
Fresenius SE & Co. KGaA
GEA Farm Technologies Austria GmbH
Grünenthal GmbH
Lonza
Merck KGaA
Roche Diagnostics GmbH
Sanacorp Pharmahandel GmbH
Servier Deutschland GmbH

Consulting

Acadia
ConPlus Guntern + Partner
Coverdale Österreich
DIA Consulting GmbH
die Berater UnternehmensberatungsgmbH
Ernst & Young AG, Switzerland
fischerAppelt, tv media GmbH
Jaagou AG
MDI
Women Speaker Foundation

Dienstleistungen

CYP
davero gruppe
Lindenhofbildung
mission C Werbeagentur GmbH
Symotion
Till und Faber OHG
WOMANs Business Akademie GmbH

Energieversorgung

E.ON AG
E.ON SE
Energie AG OÖ
RWE Service GmbH

Druckerzeugnisse

Lehrmittelverlag Zürich
Trauner Verlag

Kriterium 5: Zuverlässigkeit des Anbieters

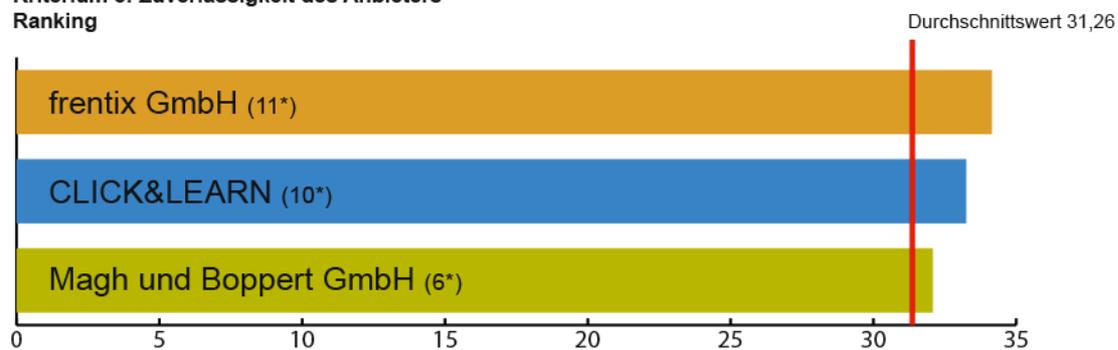
Der eLearningCHECK 2014 fragte nach der individuellen Einschätzung der Integrität des Anbieters, nach der Einhaltung von Terminen ebenso wie nach der Einhaltung von Budgets. Auch die eingehaltene Qualität von Produkteigenschaften und Funktionalitäten galt es zu bewerten. Daneben findet auch die Zufriedenheit der Kunden mit dem Projektmanagement hier ihren Niederschlag.

Aus Kundensicht erreicht die frentix GmbH bezüglich der Zuverlässigkeit in LMS-Projekten die Höchstwertung im Ranking mit 34,15 Punkten. Auf Platz zwei liegt mit 33,35 Punkten der sonstige Spitzenreiter CLICK&LEARN. Der dritte Rang bei diesem Kriterium geht mit 32,08 Punkten an die Magh und Boppert GmbH. Hier entscheiden deutliche Punktabstände über das Ranking.

Kategorie LMS

Kriterium 5: Zuverlässigkeit des Anbieters

Ranking



* Anzahl der abgegebenen gültigen Bewertungen

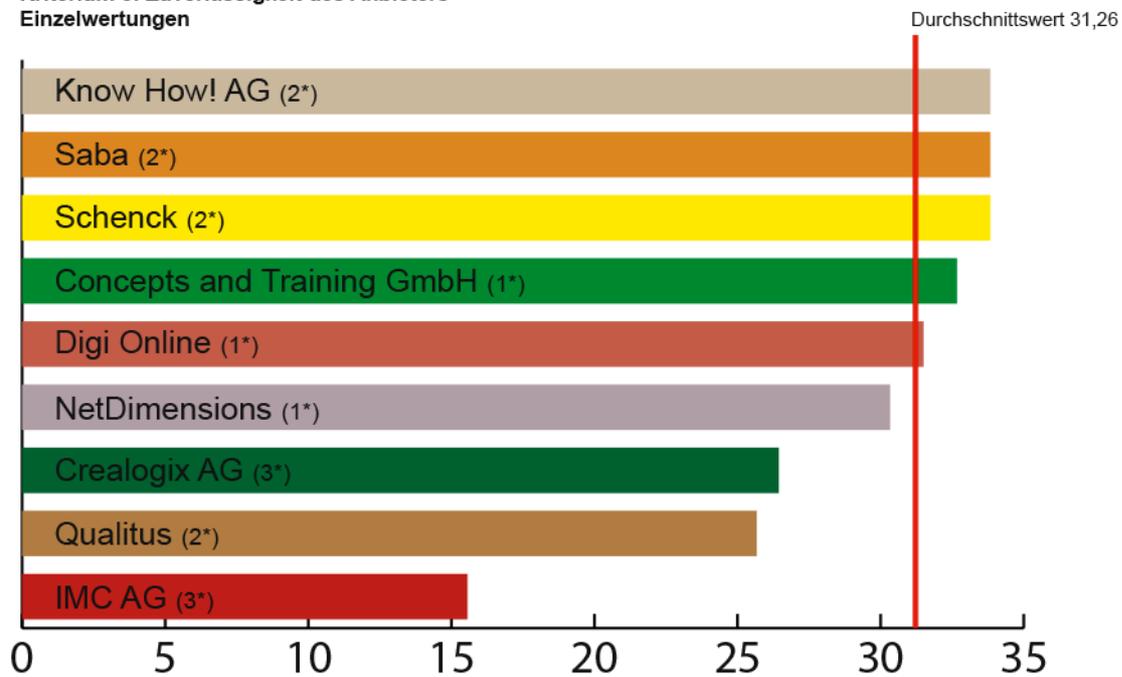
Die Anbieter mit Einzelnennung, also nur einem abgegebenen gültigen Votum, erreichten bezüglich ihrer Zuverlässigkeit in LMS-Projekten folgende Punktzahlen:

Know How! AG (2*)	33,83
Saba (2*)	33,83
Schenck (2*)	33,83
Concepts and Training GmbH (1*)	32,67
Digi Online (1*)	31,50
NetDimensions (1*)	30,33
Crealogix AG (3*)	26,44
Qualitus (2*)	25,67
IMC AG (3*)	15,56

Kategorie LMS

Kriterium 5: Zuverlässigkeit des Anbieters

Einzelwertungen



* Anzahl der abgegebenen gültigen Bewertungen

Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums lag bei 31,26 Punkten.

CLICK & LEARN



WIR SAGEN DANKE!

Unsere Kunden haben unsere Arbeit zum 3. Mal in Folge mit dieser Auszeichnung belohnt.

In unserem Leitbild steht: „Unsere Arbeit betrachten wir als gelungen, wenn wir unsere Kunden begeistern können und diese immer wieder gerne mit uns zusammenarbeiten.“

Es ist ein schönes Gefühl, dass uns das gelingt.

eLEARNING KOMPETENZ SEIT ÜBER 15 JAHREN

Wir sind Komplettanbieter für neue Bildungstechnologien – vom Learning Management System, der individuellen Contentproduktion, über Standardcontent und Autorentools bis hin zu MicroLearning, mobilem Lernen und virtuellen Seminarräumen für Live-Online-Schulungen.



LEARNING MANAGEMENT SYSTEM eFront

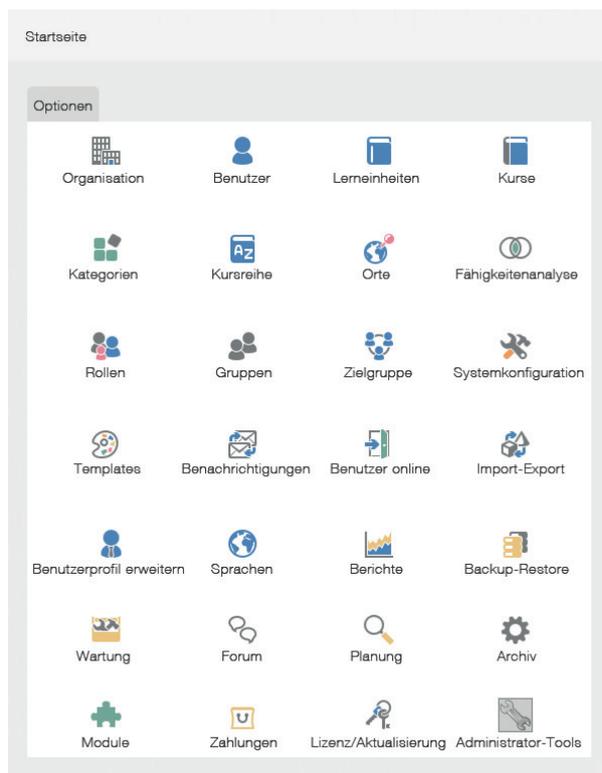
Die Kunden schätzen unsere Kompetenz, wenn es um die Einführung, den laufenden Betrieb und die Weiterentwicklung ihres Learning Management Systems geht.

eFront ist ein modernes, benutzerfreundliches, anpassbares Blended Learning Management System.

- › Benutzerfreundlich
- › Attraktives Design
- › Viele Lernfunktionen
- › Integrierte Seminarverwaltung
- › Talent Management
- › Zertifizierungsfunktionen
- › Umfassendes Berichtswesen
- › Stabil und sicher
- › Moderne Softwarearchitektur
- › Integrier- und erweiterbar

eFront
blended learning management system

eFront FEATURES



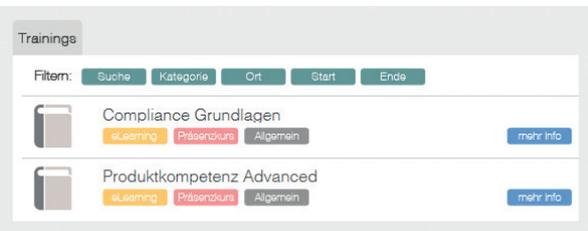
Dashboard aus Administratorsicht

KUNDENSTATEMENT

„ENGEL verwendet eFront als eLearning und Wissensplattform seit 2010 und der Mitarbeiterzuspruch ist positiv. So sind derzeit global über 4000 Mitarbeiter auf der eLearning Plattform eingebunden und Teil des weltweiten ENGEL Kompetenzmanagements.“

Die eFront-Anwendung und die prompte Produktunterstützung erlauben uns eine effiziente Umsetzung unserer Ansprüche im Trainings- und Wissensmanagement der Firma ENGEL.“

Dr. Wolfgang Maresch, MBA
Leitung Trainings Services
Engel Austria



Trainingsplan aus Teilnehmersicht

EIN AUSZUG UNSERER REFERENZEN



WIR FREUEN UNS AUF SIE!

Durch die intensive Zusammenarbeit entwickeln wir mit Ihnen maßgeschneiderte Lösungen.

UNSER PORTFOLIO

- > Learning Management System eFront
- > Contententwicklung
- > Autorentools
- > Standardlernsoftware
- > Medienproduktion

CLICK & LEARN

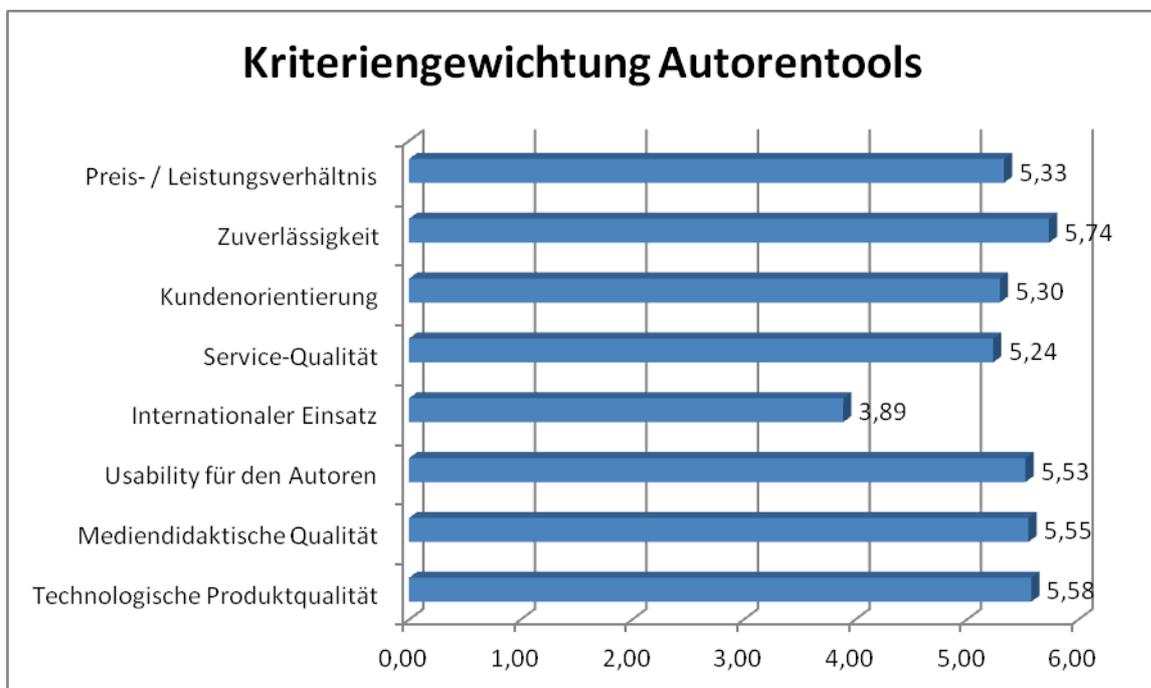
Badegruber & Partner GmbH
Petrumstraße 12/3
A-4040 Linz
+43 (0)732 790070 - 0
office@clickandlearn.at
www.clickandlearn.at
YouTube: youtube.com/CLICKandLEARNchannel
Facebook: facebook.com/clickandlearn.at

4.2 Ergebnisse: Autorentools

Die Kundenzufriedenheit in der Kategorie „Autorentools“ wurde durch acht Kriterien erfasst, die jeweils Skalen mit zwei bis acht Items aufwiesen:

- Preis-/Leistungsverhältnis
- Zuverlässigkeit
- Kundenorientierung
- Service-Qualität
- Internationaler Einsatz
- Usability für die Autoren
- Mediendidaktische Gestaltungsmöglichkeiten
- Technologische Produktqualität

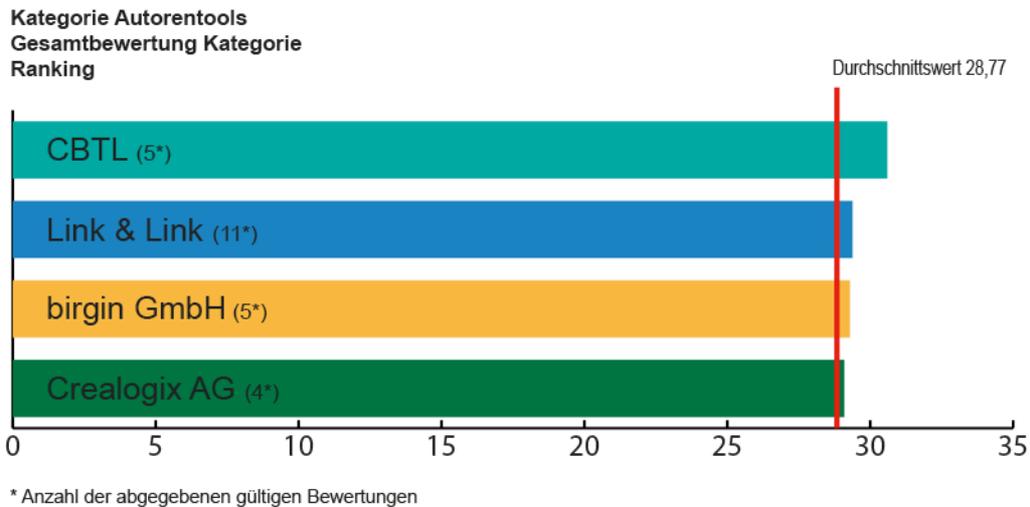
Diese Kriterien erfuhren entsprechend den angegebenen Prioritäten der an der Online-Befragung teilnehmenden Kunden folgende Gewichtung:



Der Mittelwert aller Kriterien ergab für jene Anbieter, die mit mehr als einer Bewertung in das Ranking eingingen, auf der Basis von N=36 folgendes Ergebnis:

CBTL löst die Link&Link GmbH als letztjährigen Autorentool-Sieger ab und erzielt im Mittelwert aller erfragten Kriterien 30,60 Punkte. Die Link&Link GmbH folgt auf Platz zwei mit 29,38 Punkten. Das Autorentool der birgin GmbH belegt mit hauchdünnem Abstand und 29,29 Punkten den dritten Platz. Es folgt das Autorentool der Schweizer Crealogix AG mit 29,09 Punkten.

Ranking in der Kategorie „Autorentools“



Für die Autorentools folgender Anbieter wurde eine Einzelwertung verzeichnet, bzw. für das Autorentool von Adobe zwei und für CLICK&LEARN wurden drei Wertungen abgegeben, die zwar in den Durchschnittswert, nicht jedoch in das Ranking einfließen.

Denn: Einzelwertungen können extreme Aussagen darstellen, die zwar eine Erfahrung mit dem Tool bzw. dem Anbieter – sowohl in positiver wie in negativer Hinsicht – wiedergeben, nicht jedoch zu einem repräsentativen Urteil führen können.

Mit drei Einzelwertungen erzielte das Autorentool von CLICK&LEARN den höchsten abgegebenen Mittelwert aller Kriterien mit 31,40 Punkten. Das Autorentool der chemmedia AG konnte auf Platz zwei 30,54 Punkte verzeichnen, gefolgt vom Autorentool von Trivantis mit 29,71 Punkten.

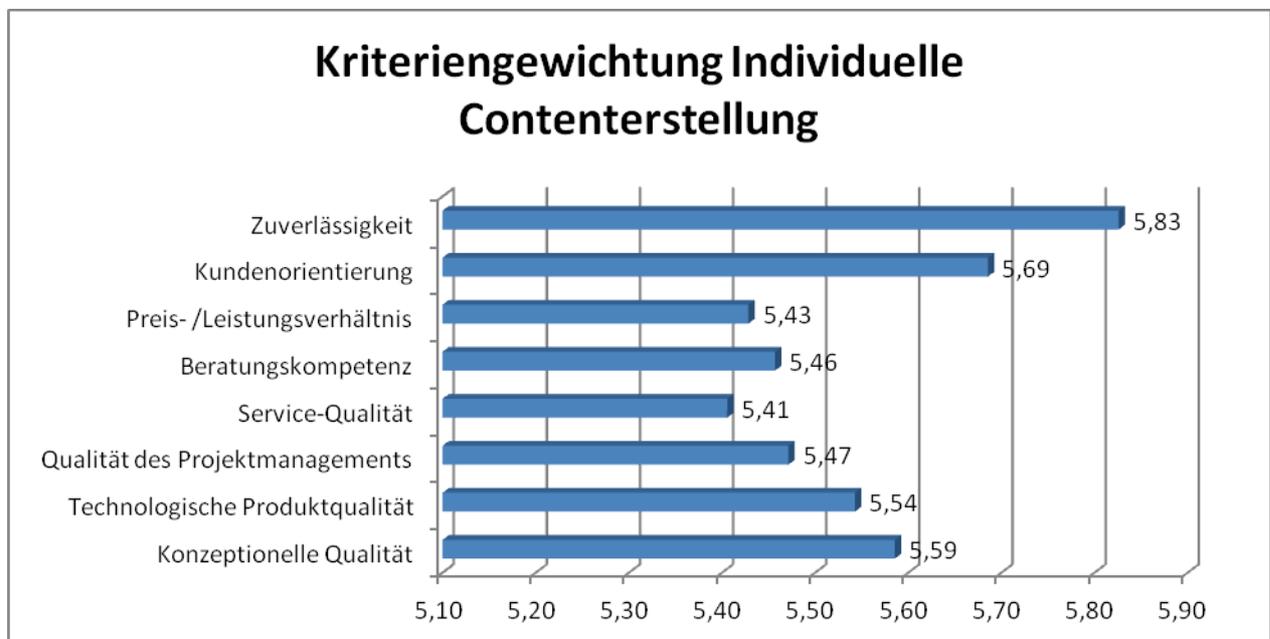
Das Einzelvotum für das Autorentool von TechSmith erreichte 27,80 Punkte. Das Autorentool von Adobe wurde durch zwei Einzelwertungen mit 26,01 Punkten bedacht. Der Autorentool-Anbieter ITACA erzielte in einer Einzelwertung 21,81 Punkte. Abgeschlagen mit 17,04 Punkten wurde TTS mit einer Einzelwertung bewertet und dahinter, am Ende des Einzelwertungsspektrums liegt das Tool der IMC AG mit 16,55 Punkten.

4.3 Ergebnisse: Individuelle Content Produktion

Für die Kategorie „Individuelle Content Produktion“ wurden acht Kriterien der Kundenzufriedenheit erhoben, die jeweils über drei bis zehn Items operationalisiert wurden:

- Zuverlässigkeit des Anbieters
- Kundenorientierung
- Preis-/Leistungsverhältnis
- Beratungskompetenz
- Service-Qualität
- Qualität des Projektmanagements
- Technologische Qualität und
- Konzeptionelle Qualität

Diese Kriterien erfuhren entsprechend den angegebenen Prioritäten der an der Online-Befragung teilnehmenden Kunden folgende Gewichtung:

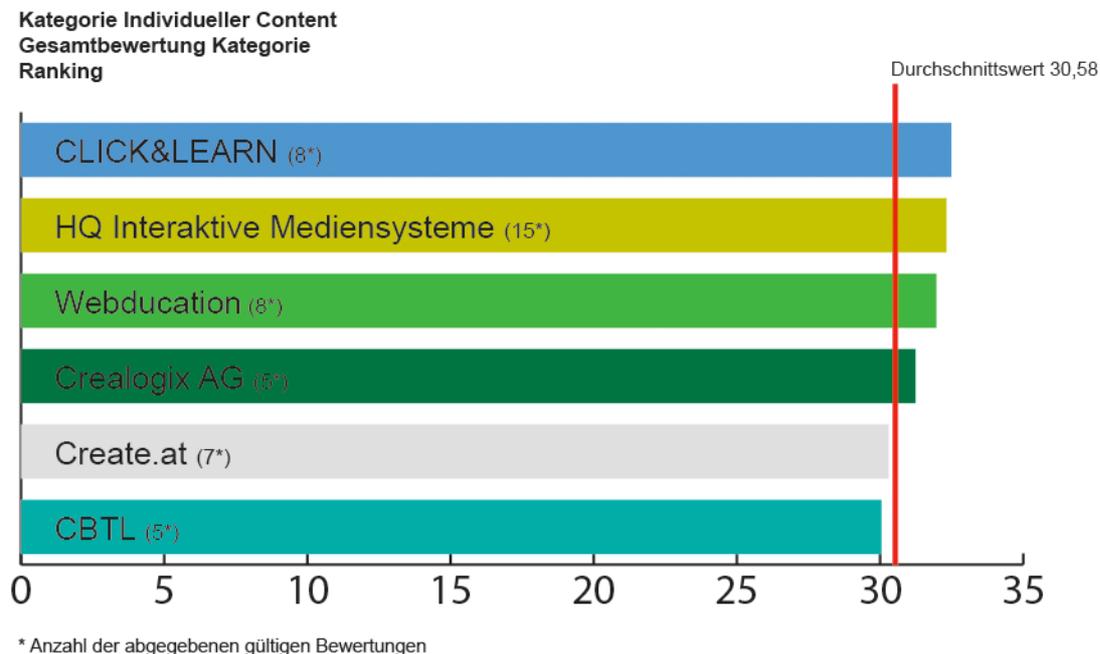


Der Mittelwert aller Kriterien ergab für jene Anbieter, die mit mehr als einer Bewertung in das Ranking eingingen, auf der Basis von N=69 folgendes Ergebnis:

Im Mittelwert aller Einzelkriterien führt CLICK&LEARN das Ranking mit 32,49 Punkten an. Auf Platz zwei folgt mit 32,32 Punkten der Sieger des Jahres 2011 HQ Interaktive Mediensysteme, gefolgt vom Vorjahressieger Webducation mit 31,97 Punkten.

Auch das Mittelfeld liegt bezüglich der erzielten Punktwerte durchgängig über dem Gesamtmittelwert: Es wird angeführt von der Schweizer Crealogix AG mit 31,24 Punkten. Create.at erzielte in der Kategorie „Individuelle Content-Produktion“ 2014 eine Gesamtbewertung von 30,12 Punkten und liegt damit vor CBTL mit 30,05 Punkten.

Ranking in der Kategorie „Individuelle Content-Erstellung“



Für folgende Anbieter wurde in der Kategorie „Individuelle Content-Produktion“ eine Einzelwertung (mit eins, zwei oder drei abgegebenen gültigen Voten) verzeichnet, die zwar in den Durchschnittswert, nicht jedoch in das Ranking einfließt.

Einzelwertungen können extreme Aussagen darstellen, die zwar eine Erfahrung mit einer Produktion bzw. einem Anbieter - sowohl in positiver wie in negativer Hinsicht - wiedergeben, nicht jedoch zu einem repräsentativen Urteil führen können.

Der Gesamtwert der jeweiligen Einzelvoten verteilt sich auf die Anbieter wie folgt:

Das Tableau der Einzelwertungen führt Jung Interaktives Lernen mit dem Höchstwert von 33,30 Punkten an. Nur mit einem Zehntel Abstand folgt Canudo mit 33,20 Punkten. Die inside-Unternehmensgruppe erhielt der gültige Voten mit einem Gesamtergebnis von 32,15 Punkten. Zwei Wertungen für die Know How! AG ergeben einen Punktwert von 31,55. Das Einzelvotum für eine individuelle Contentproduktion der innovation mecom GmbH wurde mit 31,34 Punkten bewertet. Der österreichische Anbieter LearnChamp erhielt zwei zählbare Kundenstimmen und 31,14 Punkte. Für die Produktionen der Agentur Bassier, Bergmann und Kindler stehen drei Kundenvoten zu Buche mit einem Punktwert von 30,74.

Die Einzelwertung für Lecturio ergibt 30,67; ebenso viele Punkte erreichte die Thewald Kommunikation. Auf die chemmedia AG entfallen zwei Bewertungen mit einem Punkteergebnis von 30,13. Die Qualitus GmbH verbucht in einer Einzelwertung 29,11 Punkte. Am Ende der Independent-Aufstellung finden sich die IMC AG mit 27,98 Punkten, die Intelligent Media System AG mit 27,72 Punkten und bitmedia mit 20,81 Punkten.

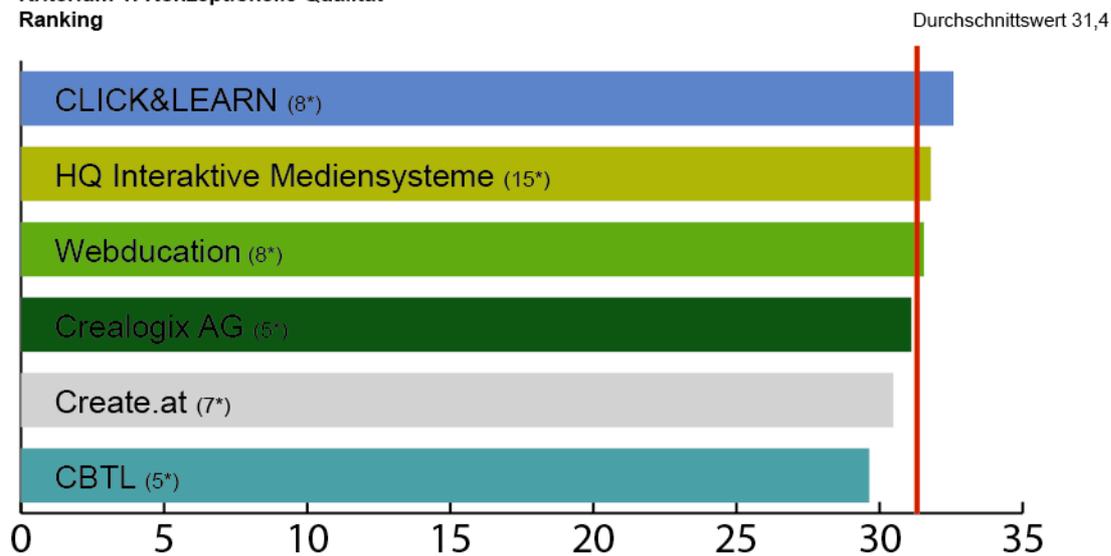
Kriterium 1: Konzeptionelle Qualität

Eingangs fragte der eLearningCHECK 2014 nach dem Verständnis des Anbieters für die Ziele und Anforderungen des Auftraggebers sowie nach seiner Kreativleistung und der Branchen-Erfahrung seiner Drehbuchautoren. Fragen nach der Zufriedenheit mit der didaktischen Qualität der Lerninhalte, mit der Qualität von Visualisierung und Vertonung und der Usability für den Anwender schlossen sich an. Auch die Aktivierung unterschiedlicher Lerntypen durch das Endprodukt, die Unterstützung unterschiedlicher Lernwege und die Motivierung der Anwender spielten eine Rolle.

In diesem Einzelkriterium führt das österreichische Unternehmen CLICK&LEARN das Ranking mit 32,58 Punkten mit deutlichem Abstand an, gefolgt von HQ Interaktive Mediensysteme mit 31,79 Punkten. Auf Platz drei liegt mit 31,55 Punkten der Vorjahressieger Webducation.

Die weitere Platzfolge des Rankings dieses Kriteriums führt die Crealogix AG mit 31,11 Punkten an, gefolgt von Create.at mit 30,48 Punkten. CBTL erzielte 29,64 Punkte.

Kategorie Individueller Content
Kriterium 1: Konzeptionelle Qualität
Ranking



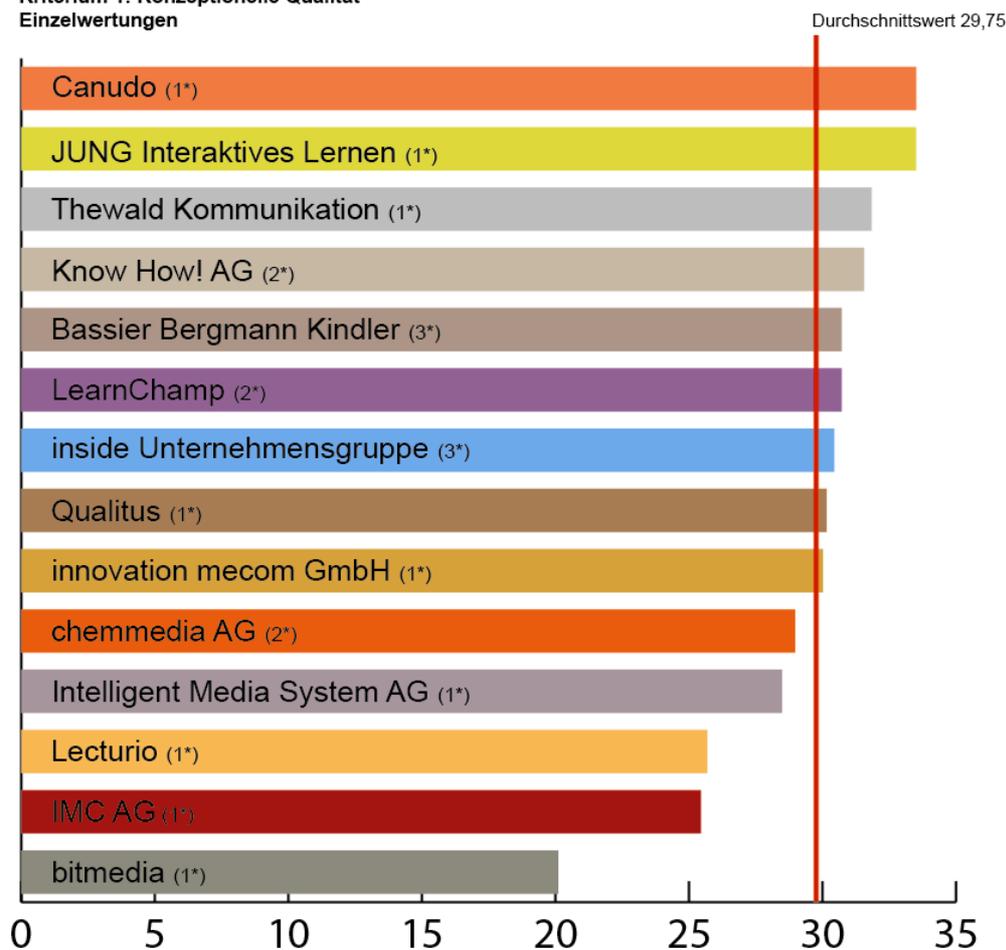
* Anzahl der abgegebenen gültigen Bewertungen

Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums liegt für das Ranking bei 31,40 Punkten.

Jene Anbieter, auf deren individuelle Content-Produktion Einzelnennung entfielen (ein, zwei oder drei abgegebene gültige Voten), erzielten im Kriterium „Konzeptionelle Qualität“ folgende Bewertungen:

Canudo (1*)	33,51
JUNG Interaktives Lernen (1*)	33,51
Thewald Kommunikation (1*)	31,84
Know How! AG (2*)	31,56
Bassier Bergmann Kindler (3*)	30,72
LearnChamp (2*)	30,72
inside Unternehmensgruppe (3*)	30,44
Qualitus (1*)	30,16
innovation mecom GmbH (1*)	30,02
chemmedia AG (2*)	28,98
Intelligent Media System AG (1*)	28,49
Lecturio (1*)	25,69
IMC AG (1*)	25,45
bitmedia (1*)	20,11

Kategorie Individueller Content
 Kriterium 1: Konzeptionelle Qualität
 Einzelwertungen



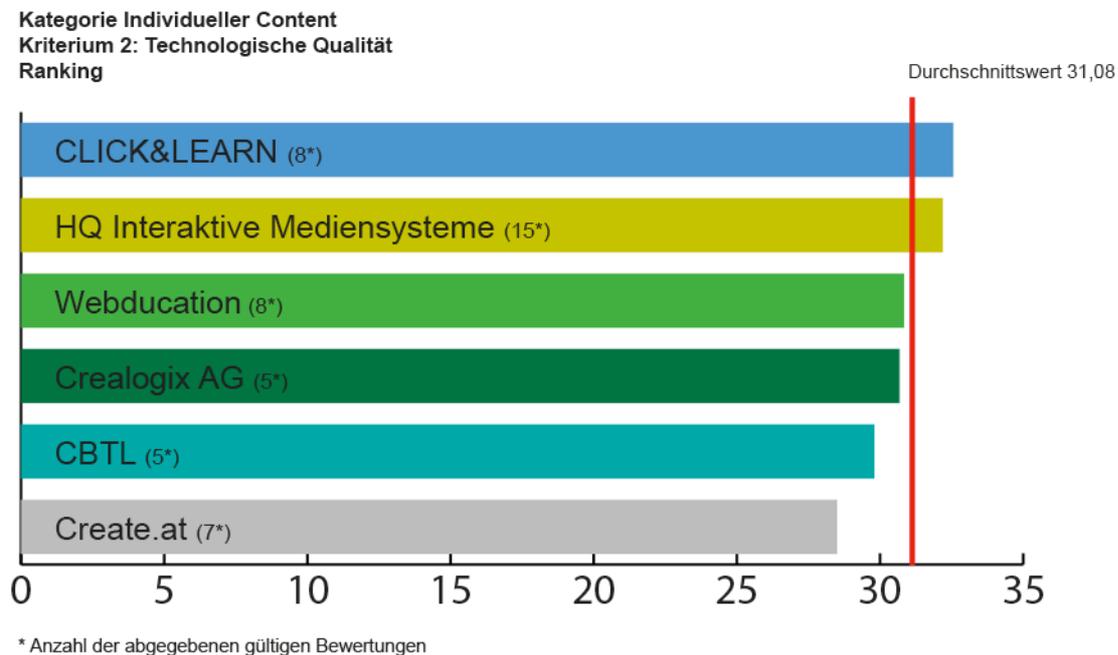
* Anzahl der abgegebenen gültigen Bewertungen

Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums liegt für die Einzelnennungen bei 29,75 Punkten.

Kriterium 2: Technologische Qualität

Fragen nach der Zufriedenheit mit der technologischen Reife des Endprodukts standen bei diesem Kriterium im Mittelpunkt. Darüber hinaus wurde nach dem Aufwand bei der Integration in die jeweilige IT-Infrastruktur und nach dem SCORM-Import des erstellten Contents in das LMS gefragt. Auch die Anpassungsfähigkeit des erstellten Contents bei späteren Änderungen und die Performance des Contents wurden thematisiert.

Bei diesem Kriterium liegt CLICK&LEARN mit 32,56 Punkten deutlich in Front. Platz zwei belegt mit 32,19 Punkten HQ Interaktive Mediensysteme. Für Webducation vergaben die bewertenden Kunden 30,84 Punkte, was Rang drei entspricht. Mit 30,68 Punkten auf Platz vier ist die Schweizer Crealogix AG ein dichter Verfolger. CBTL schließt sich mit 29,80 Punkten an, vor Create.at mit 28,50 Punkten.



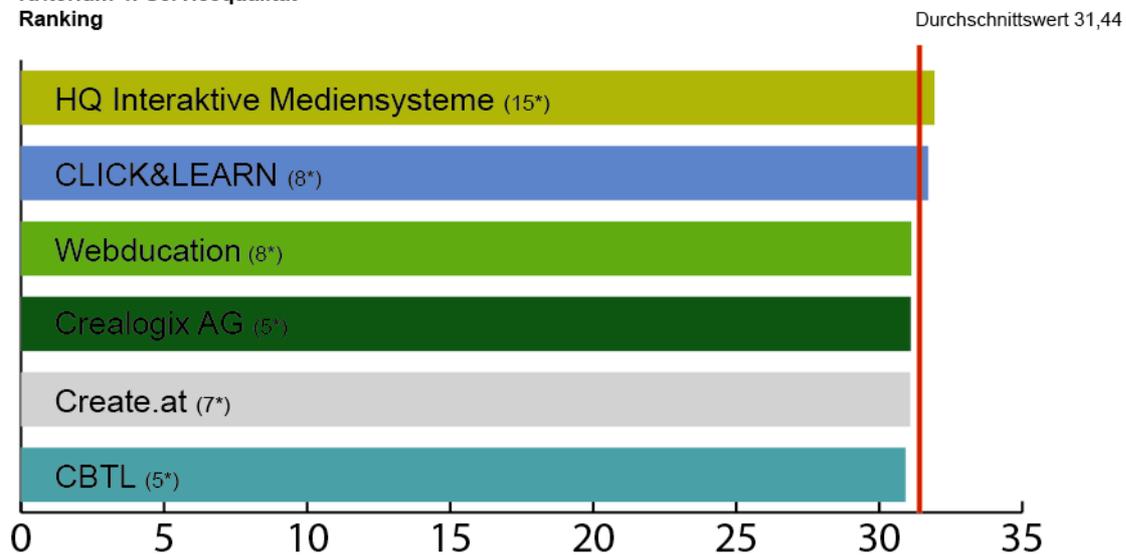
Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums liegt für das Ranking bei 31,08 Punkten.

Kriterium 4: Service-Qualität

Bei diesem Kriterium steht die Unterstützung durch den Anbieter im Mittelpunkt. Der eLearningCHECK 2014 fragte im Zusammenhang mit dem Installationsprozess nach dem Support und der Schnelligkeit von Problemlösungen. Die Zufriedenheit mit Schnelligkeit und Flexibilität des Anbieters bei der Konzeptentwicklung ebenso wie bezüglich der Umsetzung spezieller Kundenwünsche wurde hinterfragt. Auch Leistungen des Anbieters im Garantiefall oder bei fehlerhafter Funktion zugesagter Eigenschaften fielen unter dieses Kriterium.

In Sachen Service-Qualität hat erneut HQ Interaktive Mediensysteme mit 31,93 Punkten die Nase vorn. Gefolgt vom diesjährigen Gesamtprimus CLICK&LEARN mit 31,71 Punkten. Platz drei belegt die Webducation mit einem Punktwert von 31,12. Das Mittelfeld folgt auf engstem Fuße: Mit 31,10 Punkten hat Crealogix nur zwei Zehntel Abstand, ebenso Create.at mit 31,08 Punkten. Das Schlusslicht bildet CBTL mit 30,92 Punkten.

Kategorie Individueller Content
Kriterium 4: Servicequalität
Ranking



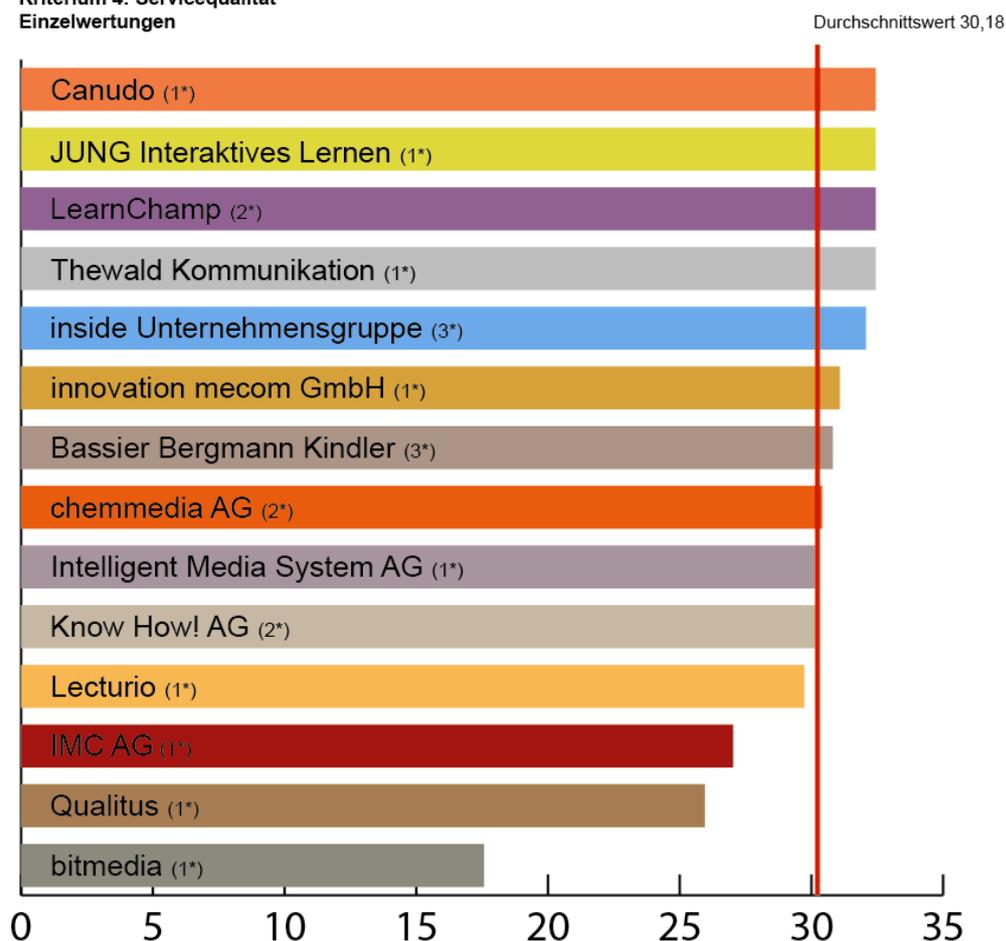
* Anzahl der abgegebenen gültigen Bewertungen

Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums liegt für das Ranking bei 31,44 Punkten.

Die Anbieter, deren individuelle Content-Produktion Einzelnennung erhielten (ein bis drei abgegebene gültige Voten) , erzielten im Kriterium „Service-Qualität“ folgende Bewertungen:

Canudo (1*)	32,44
JUNG Interaktives Lernen (1*)	32,44
LearnChamp (2*)	32,44
Thewald Kommunikation (1*)	32,44
inside Unternehmensgruppe (3*)	32,07
innovation mecom GmbH (1*)	31,08
Bassier Bergmann Kindler (3*)	30,81
chemmedia AG (2*)	30,41
Intelligent Media System AG (1*)	30,27
Know How! AG (2*)	30,27
Lecturio (1*)	29,73
IMC AG (1*)	27,03
Qualitus (1*)	25,95
bitmedia (1*)	17,57

Kategorie Individueller Content
Kriterium 4: Servicequalität
Einzelwertungen



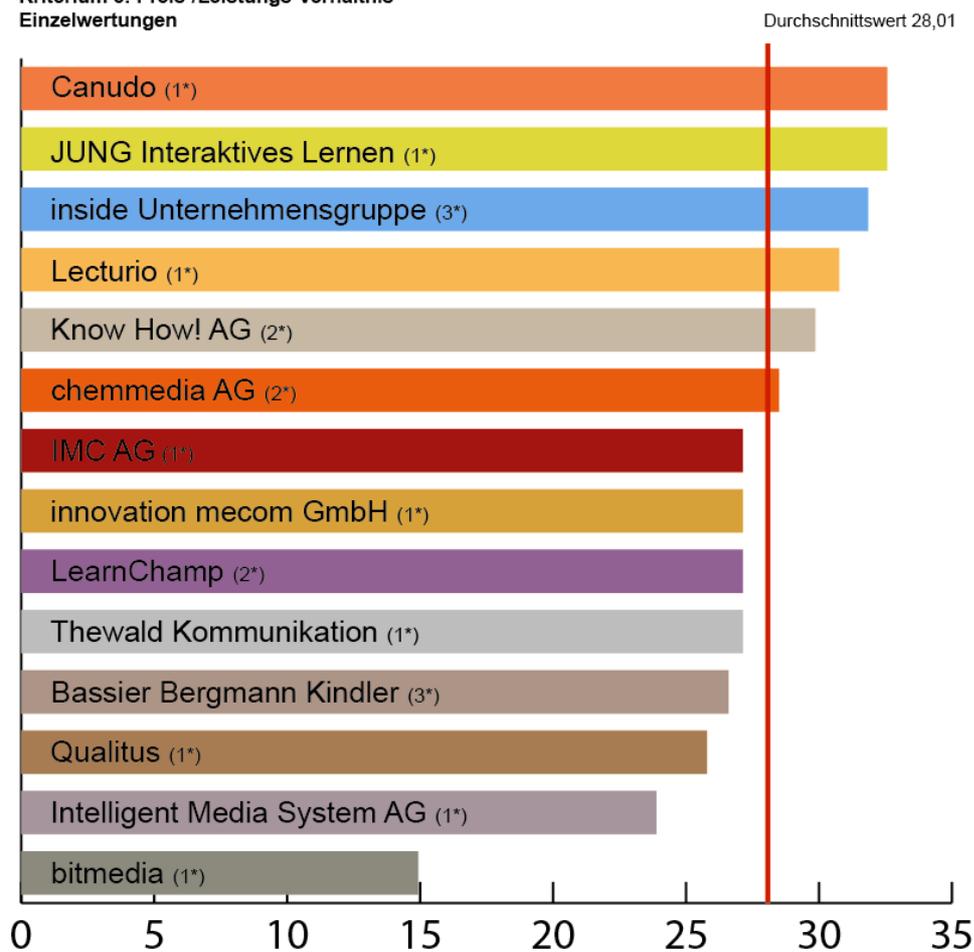
* Anzahl der abgegebenen gültigen Bewertungen

Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums liegt für die Einzelnennungen bei 30,18 Punkten.

Die Anbieter, deren individuelle Content-Produktion Einzelnennung erhielten (ein, zwei oder drei abgegebene gültige Voten), erzielten im Kriterium „Preis-/Leistungsverhältnis“ folgende Bewertungen:

Canudo (1*)	32,57
JUNG Interaktives Lernen (1*)	32,57
inside Unternehmensgruppe (3*)	31,85
Lecturio (1*)	30,76
Know How! AG (2*)	29,86
chemmedia AG (2*)	28,50
IMC AG (1*)	27,14
innovation mecom GmbH (1*)	27,14
LearnChamp (2*)	27,14
Thewald Kommunikation (1*)	27,14
Bassier Bergmann Kindler (3*)	26,60
Qualitus (1*)	25,79
Intelligent Media System AG (1*)	23,89
bitmedia (1*)	14,93

Kategorie Individueller Content
Kriterium 6: Preis-/Leistungs-Verhältnis
Einzelwertungen



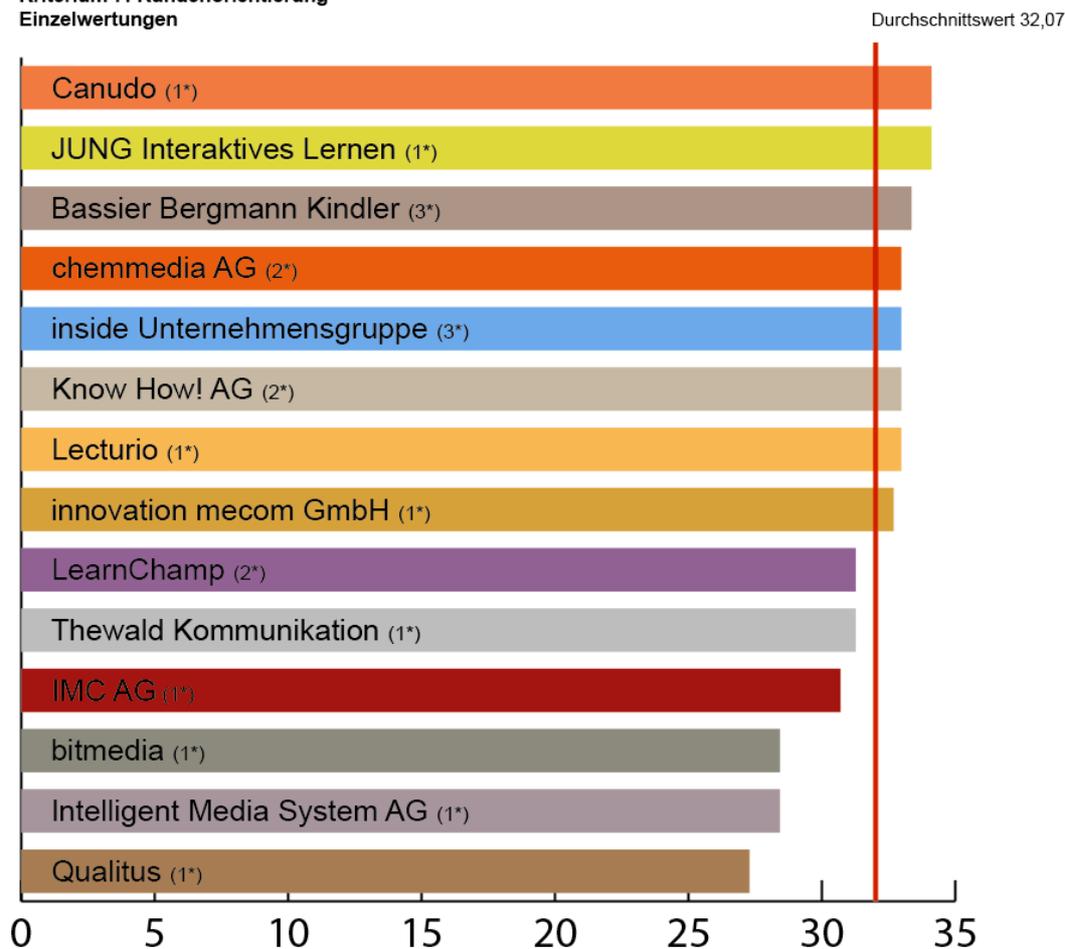
* Anzahl der abgegebenen gültigen Bewertungen

Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums liegt für die Einzelnennungen bei 28,01 Punkten.

Die Anbieter, auf deren individuelle Content-Produktion Einzelnennung entfielen (ein bis drei gültige Voten), erzielten im Kriterium „Kundenorientierung“ folgende Bewertungen:

Canudo (1*)	34,11
JUNG Interaktives Lernen (1*)	34,11
Bassier Bergmann Kindler (3*)	33,36
chemmedia AG (2*)	32,98
inside Unternehmensgruppe (3*)	32,98
Know How! AG (2*)	32,98
Lecturio (1*)	32,98
innovation mecom GmbH (1*)	32,69
LearnChamp (2*)	31,27
Thewald Kommunikation (1*)	31,27
IMC AG (1*)	30,70
bitmedia (1*)	28,43
Intelligent Media System AG (1*)	28,43
Qualitus (1*)	27,29

Kategorie Individueller Content
Kriterium 7: Kundenorientierung
Einzelwertungen



* Anzahl der abgegebenen gültigen Bewertungen

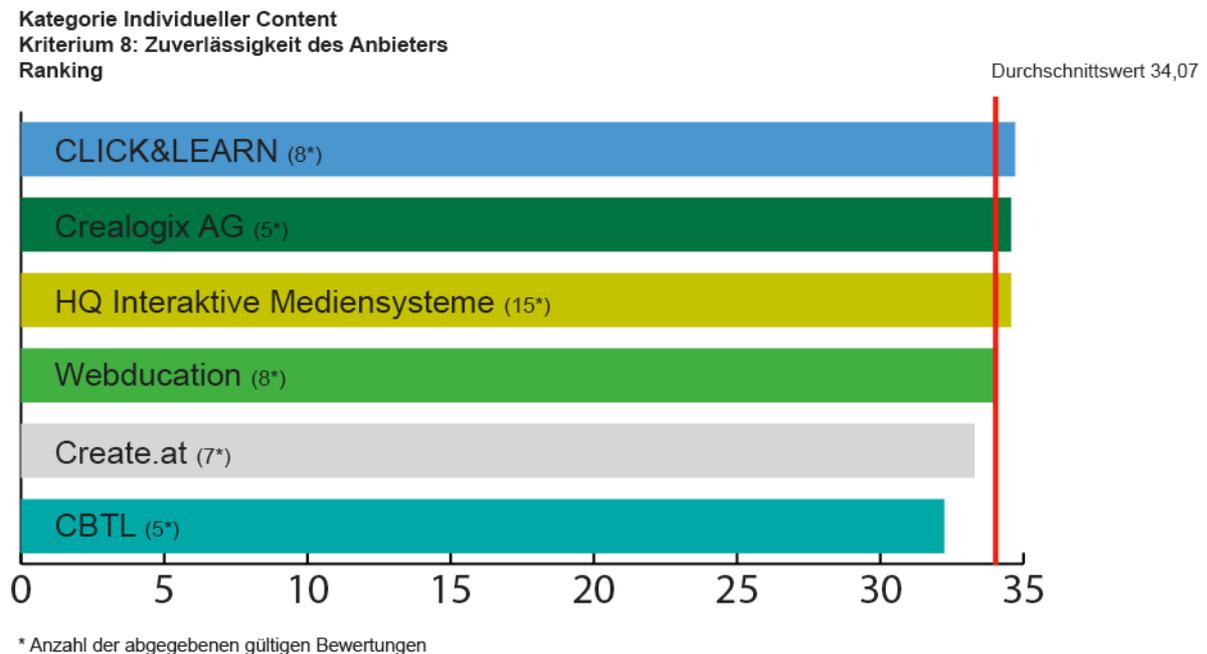
Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums liegt für die Einzelnennungen bei 32,07 Punkten.

Kriterium 8: Zuverlässigkeit des Anbieters

Der eLearningCHECK 2014 fragte nach der individuellen Einschätzung der Integrität des Anbieters, nach der Einhaltung der vereinbarten Qualität des Produkts und nach der Zufriedenheit mit der Ressourcen-Ausstattung.

Die beurteilenden Kunden haben die Spitzenposition im Ranking dieses Kriteriums mit 34,71 Punkten an den Kategorie-Sieger CLICK&LEARN vergeben. Auf den Plätzen zwei und drei stehen punktgleich mit 34,57 Zählern die Crealogix AG und HQ Interaktive Mediensysteme.

Webducation erringt in diesem Kriterium 33,99 Punkte, gefolgt von Create.at mit 33,29 Punkten. CBTL liegt mit 32,24 Punkten auf dem letzten Rang.



Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums liegt für das Ranking bei 34,07 Punkten.

Merci vielmal! *



Die Firma frentix bedankt sich bei allen Kunden für die gute Bewertung beim elearningCHECK!

Gemeinsam wird das **OpenSource LMS OpenOLAT** weiter wachsen können.

Für alle, die OpenOLAT noch nicht kennen:

OpenOLAT ist

- extrem performant
- optimal zu integrieren (REST API)
- optimiert für mobile Nutzung
- vollkommen neu designed
- einfach zu bedienen
- umfassend in den Funktionen
- in Schweizer Qualität (aber nicht aus Schokolade)



Bildungszentrum Gesundheit Basel-Stadt



Weitere Infos:

www.openolat.com

www.frentix.com



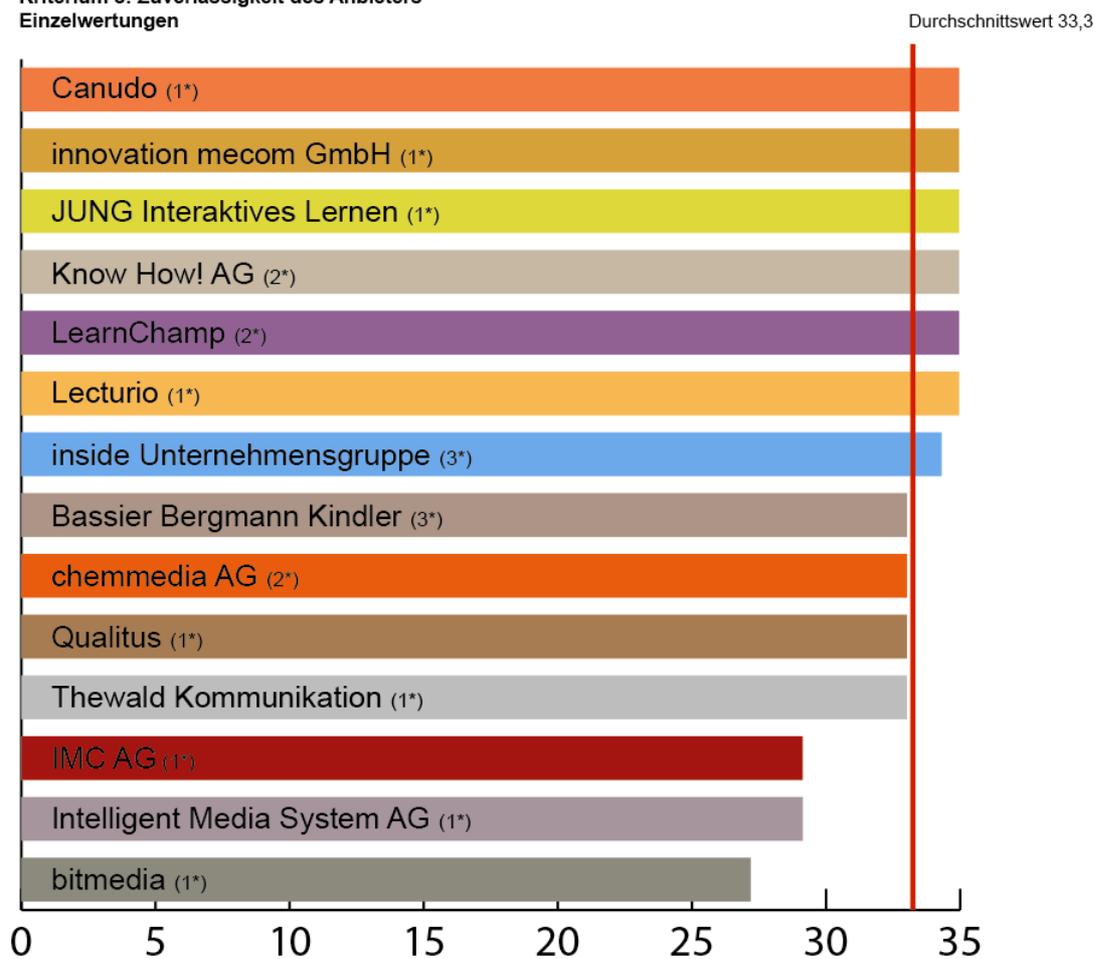
VIRTUELLER CAMPUS RHEINLAND-PFALZ



Die Anbieter, deren individuelle Content-Produktion Einzelnennung erhielten (ein bis drei abgegebene gültige Voten), erzielten im Kriterium „Zuverlässigkeit des Anbieters“ folgende Bewertungen:

Canudo (1*)	34,96
innovation mecom GmbH (1*)	34,96
JUNG Interaktives Lernen (1*)	34,96
Know How! AG (2*)	34,96
LearnChamp (2*)	34,96
Lecturio (1*)	34,96
inside Unternehmensgruppe (3*)	34,31
Bassier Bergmann Kindler (3*)	33,02
chemmedia AG (2*)	33,02
Qualitus (1*)	33,02
Thewald Kommunikation (1*)	33,02
IMC AG (1*)	29,13
Intelligent Media System AG (1*)	29,13
bitmedia (1*)	27,19

Kategorie Individueller Content
Kriterium 8: Zuverlässigkeit des Anbieters
Einzelwertungen



* Anzahl der abgegebenen gültigen Bewertungen

Der Durchschnittswert dieses Einzelkriteriums liegt für die Einzelnennungen bei 33,30 Punkten.

CLICK & LEARN



WIR SAGEN DANKE!

Unsere Kunden haben unsere Arbeit zum 3. Mal in Folge mit dieser Auszeichnung belohnt.

In unserem Leitbild steht: „Unsere Arbeit betrachten wir als gelungen, wenn wir unsere Kunden begeistern können und diese immer wieder gerne mit uns zusammenarbeiten.“

Es ist ein schönes Gefühl, dass uns das gelingt.

ELEARNING KOMPETENZ SEIT ÜBER 15 JAHREN

Wir sind Komplettanbieter für neue Bildungstechnologien – vom Learning Management System, der individuellen Contentproduktion, über Standardcontent und Autorentools bis hin zu MicroLearning, mobilem Lernen und virtuellen Seminarräumen für Live-Online-Schulungen.

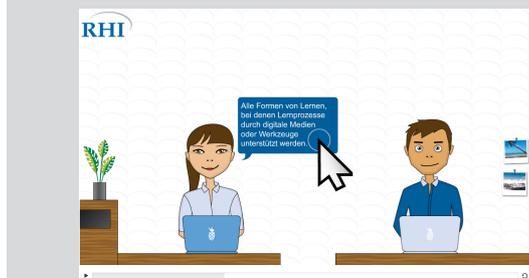


INDIVIDUELLE CONTENTPRODUKTION

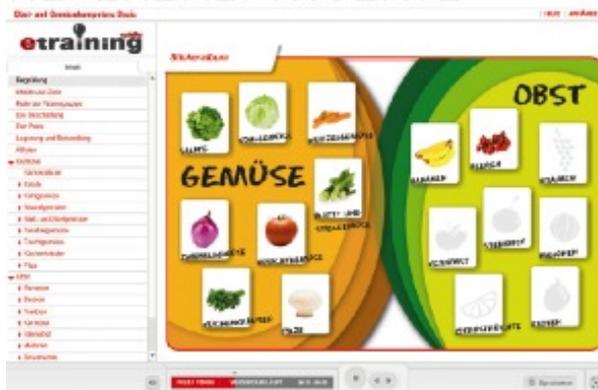
Durch didaktisch hochwertigen, multimedialen Content erhöht sich die Effizienz der Schulung, sind gleichbleibende Standards garantiert und steigt die Performance des Unternehmens.

THEMENBEREICHE

- › Interaktives Produktwissen
- › Vertriebsschulungen
- › Onboarding für neue MitarbeiterInnen
- › Unterweisungen zur Arbeitssicherheit
- › Hygieneschulungen
- › Compliance-Themen
- › Social Media Guidelines
- › Abbildung von Softwareprozessen



REFERENZPROJEKTE



KUNDENSTATEMENT

„Die Zusammenarbeit mit CLICK&LEARN läuft einfach perfekt und macht uns viel Freude! Unsere Ansprechpartner haben immer ein Ohr für uns und unsere Anliegen werden stets kompetent und rasch bearbeitet. Weiter so!“

Mag. Elisabeth Reichl
Personalentwicklerin, eTraining Verantwortliche
Pfeiffer Handelsgruppe



EIN AUSZUG UNSERER REFERENZEN



WIR FREUEN UNS AUF SIE!

Durch die intensive Zusammenarbeit entwickeln wir mit Ihnen maßgeschneiderte Lösungen.

UNSER PORTFOLIO

- > Learning Management System eFront
- > Contententwicklung
- > Autorentools
- > Standardlernsoftware
- > Medienproduktion

CLICK&LEARN

Badegruber & Partner GmbH
Petrumstraße 12/3
A-4040 Linz
+43 (0)732 790070 - 0
office@clickandlearn.at
www.clickandlearn.at
YouTube: youtube.com/CLICKandLEARNchannel
Facebook: facebook.com/clickandlearn.at

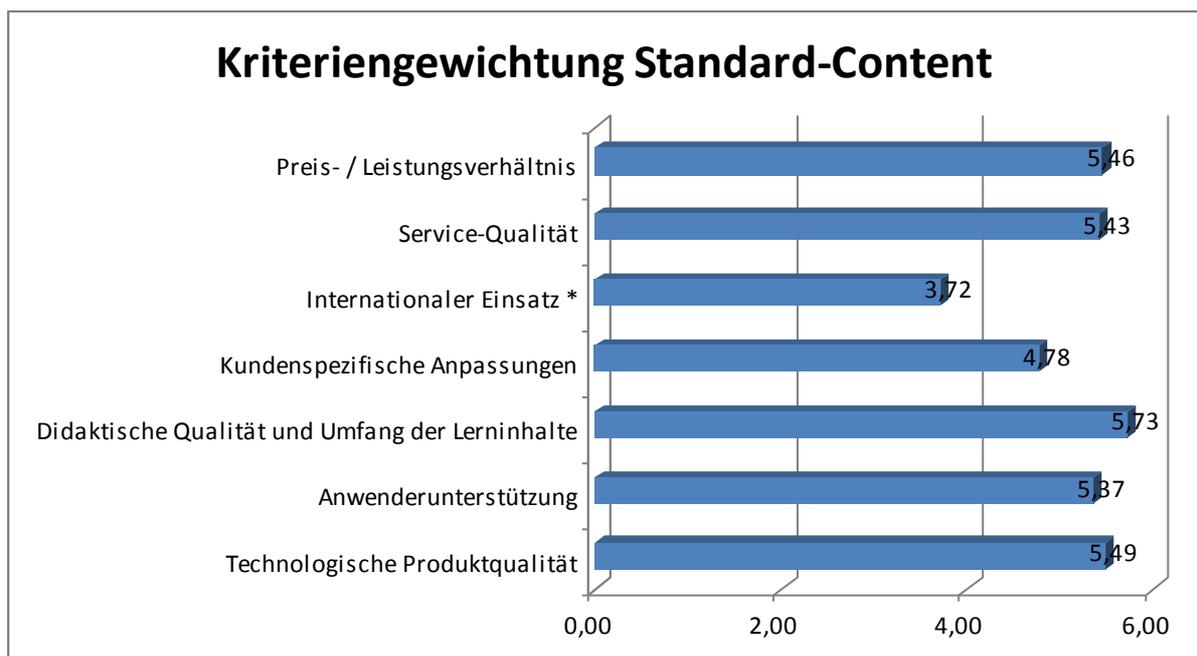
4.4 Ergebnisse: Standard-Content

Da die Beteiligung in den Einzelkategorien „Standard Content IT“ und „Standard Content Business Skills“ 2011 deutlich unter den Erwartungen der Initiatoren der Befragung lag, wurde beide Kategorien 2012 zusammengeführt. Die Kategorie „Standard Content“ im eLearningCHECK 2014 ist daher für jede Art von Content offen bzw. in keine Richtung inhaltlich-thematisch limitiert.

Für die Kategorie „Standard-Content“ wurden sieben Kriterien der Kundenzufriedenheit erhoben, die jeweils über drei bis zwölf Items operationalisiert wurden:

- Preis-/Leistungsverhältnis
- Service-Qualität
- Internationaler Einsatz
- Kundenspezifische Anpassungen
- Didaktische Qualität und Umfang der Lerninhalte
- Anwenderunterstützung
- Technologische Produktqualität

Diese Kriterien erfuhren entsprechend den angegebenen Prioritäten der an der Online-Befragung teilnehmenden Kunden folgende Gewichtung:



Der Mittelwert aller Kriterien ergab für jene Anbieter, die mit mehr als einer Bewertung in das Ranking eingingen, auf der Basis von N=60 folgendes Ergebnis:

Das Gesamtranking der Beurteilung aller Einzelkriterien entscheidet der Anbieter So Geh't's mit einem Punktwert von 30,90 für sich. SAFETY Training Plus folgt auf Platz zwei mit 30,19 Punkten. Der Vorjahressieger Know How! AG erzielte einen Mittelwert aller Kriterien von 29,36 Punkten und belegt damit mit deutlichem Abstand Platz drei. Für die Standard-Contents von Skillsoft wurden im Gesamtranking 26,89 Punkte abgegeben.

Merci vielmal! *



Die Firma frentix bedankt sich bei allen Kunden für die gute Bewertung beim elearningCHECK!

Gemeinsam wird das **OpenSource LMS OpenOLAT** weiter wachsen können.

Für alle, die OpenOLAT noch nicht kennen:

OpenOLAT ist

- extrem performant
- optimal zu integrieren (REST API)
- optimiert für mobile Nutzung
- vollkommen neu designed
- einfach zu bedienen
- umfassend in den Funktionen
- in Schweizer Qualität (aber nicht aus Schokolade)



Bildungszentrum Gesundheit Basel-Stadt



Weitere Infos:

www.openolat.com

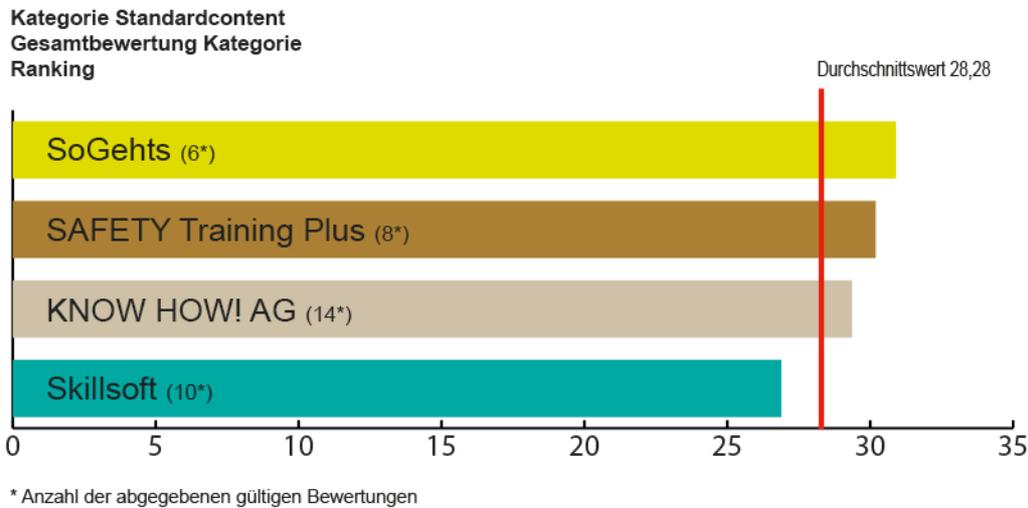
www.frentix.com



VIRTUELLER CAMPUS RHEINLAND-PFALZ



Ranking in der Kategorie „Standard-Content“



Für den Standard Content folgender Anbieter wurden ein, zwei oder drei Einzelwertungen verzeichnet, die zwar in den Durchschnittswert, nicht jedoch in das Ranking einfließen.

Einzelwertungen können extreme Aussagen darstellen, die zwar eine Erfahrung mit dem Tool bzw. dem Anbieter – sowohl in positiver wie in negativer Hinsicht – wiedergeben, nicht jedoch zu einem repräsentativen Urteil führen können.

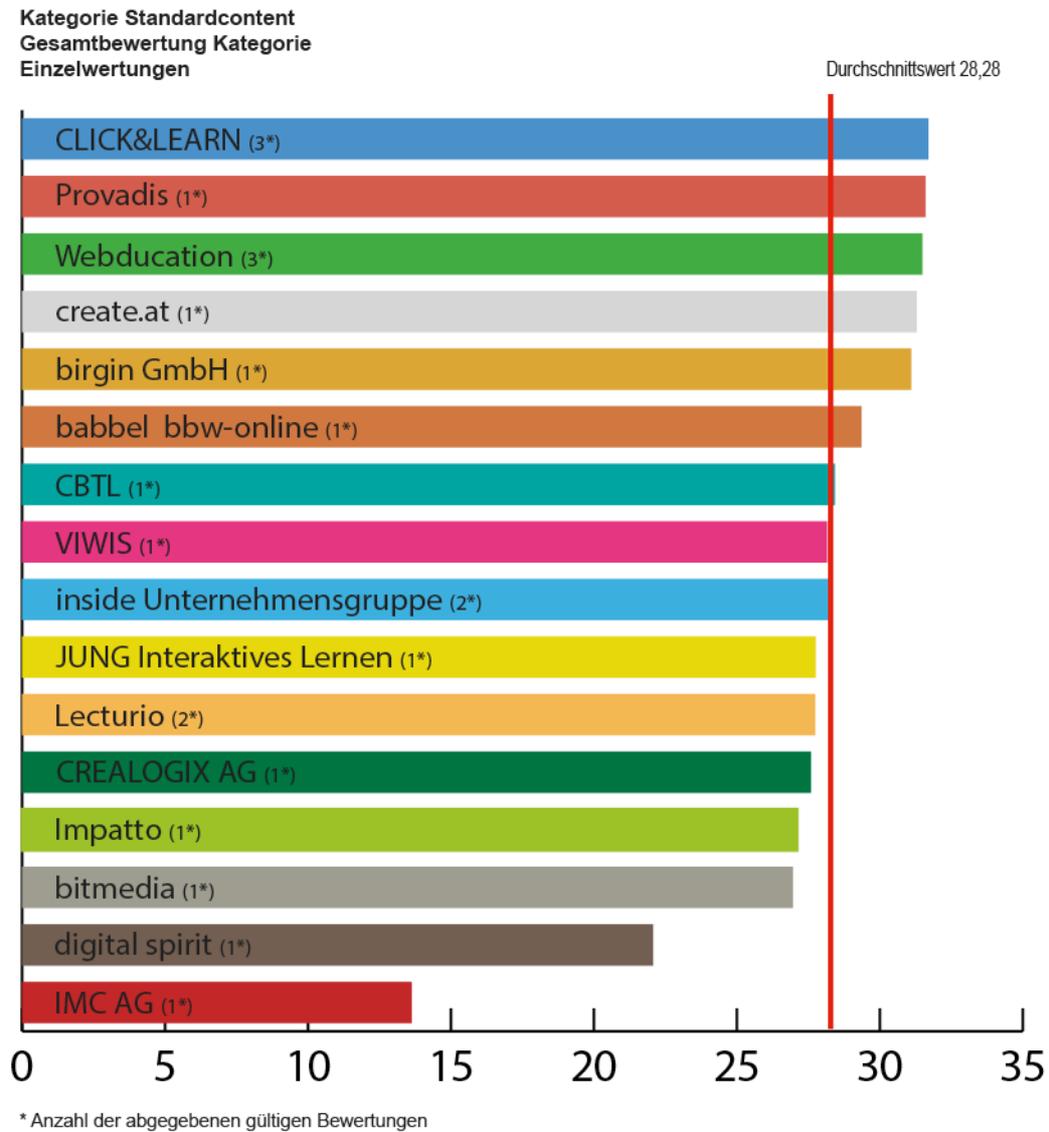
Die Anbieter mit Einzelnennung, also einem, zwei oder drei abgegebenen gültigen Voten, erhielten folgende Bewertungen:

Mit drei gültigen Bewertungen und 31,70 Punkten erzielt CLICK&LEARN das beste Ergebnis in der sogenannten Independent-Liste. Provadis folgt mit einer Einzelbewertung und 31,60 Punkten auf Rang zwei. Gleichfalls drei mal gültig bewertet wurde Webducation, was sich zu 31,49 Punkten summiert.

Das Mittelfeld führt Create.at mit einer Einzelbewertung und 31,29 Punkten an. Dicht gefolgt von der birgin GmbH mit 31,10 Zählern. babbel in Kooperation mit bbw-online erhielt in seiner Einzelwertung 29,36 Punkte. Noch knapp über dem Durchschnittswert liegt die Einzelbewertung für CBTL mit 28,43 Punkten. VIWIS kann 28,28 Punkte in einer Einzelwertung verbuchen. Zwei gültige Voten für die inside-Unternehmensgruppe ergeben 28,16 Punkte.

Für JUNG Interaktives Lernen stehen 27,76 Punkte zu Buche. Dicht gefolgt von 27,74 Punkten, die Lecturio aus zwei gültigen Voten erhält. 27,59 Punkte verzeichnet ein Einzelvotum für einen Standardcontent der Crealogix AG. 27,11 Punkte vergibt ein Kunde an Impatto, 26,96 Punkte erzielt die bitmedia durch ein Einzelvotum. Ebenfalls Einzelbewertungen erhalten digital spirit mit 22,07 Punkten und die IMC AG mit 13,63 Zählern.

Einzelbeurteilungen in der Kategorie „Standard-Content“



5. Die Initiatoren des eLearningCHECKs 2014



Obwohl der deutschsprachige eLearning-Markt von seiner Größe her eher ein Nischendasein führt, gilt er als intransparent. So schrieb sich CHECK.point eLearning als erster Brancheninformationsdienst zum Thema bei seiner Gründung 2004 auf die Fahnen, diesem Zustand Abhilfe zu schaffen.

Als B2B-Online-Service entstand das deutsche Portal mit dem einzigen Newsletter, der zu festgesetzten Terminen erscheint. Die für den Leser kostenlosen, journalistisch aufbereiteten Inhalte finanzieren sich durch Werbeeinnahmen und Sponsoring.

Bereits ein Jahr nach Erscheinen expandierte CHECK.point eLearning in den europäischen Raum. Unter www.checkpoint-elearning.com trägt eine eigenständige Redaktion englischsprachige Nachrichten aus Europa und aller Welt zum Thema eLearning zusammen.

Daneben führte CHECK.point eLearning Marktübersichten zu Teilmärkten wie Rapid eLearning, Virtuelle Klassenzimmer, Second Life für die Bildung, Web 2.0, Serious Games oder den Fremdsprachenmarkt ein.

Der **eLearningCHECK** kann als weiterer Meilenstein in Sachen Transparenz gelten. Den eLearning-Kunden ein Forum und gleichzeitig eine Orientierungshilfe an die Hand zu geben, soll ein dauerhafter Ansatz der Arbeit von CHECK.point eLearning sein.

www.checkpoint-elearning.de
www.checkpoint-elearning.com

salespotential

Beratung und Vertriebsentwicklung

Die salespotential GmbH berät und unterstützt Unternehmen bei der Konzeption und Umsetzung von eLearning-Projekten und Blended-Learning-Konzepten. Über 10 Jahre Praxiserfahrung in der Entwicklung von eLearning-Konzepten gewährleisten die optimale und zielführende Realisierung der Maßnahmen.

Strategie-Workshops – Konzeptentwicklung – Projektmanagement – Anbieter-Auswahl – Qualitätssicherung – Kommunikationskonzepte – Akzeptanzmanagement – sie bilden die Pfeiler unseres eLearning-Beratungsangebots. Im Fokus stehen dabei immer die Erreichung der Kundenziele sowie die optimale Unterstützung der Anwender.

In unserer Vertriebsberatung stehen Kundenorientierung und Kundenbindung im Mittelpunkt der Strategien und Konzepte, die wir für unsere Kunden entwickeln. Die Entwicklung und Durchführung der Kundenzufriedenheitsbefragung „eLearning-CHECK“ bündelt beide Beratungskompetenzen.

Das Ziel dieser Studie ist es, den eLearning-Entscheidern in Unternehmen mehr Transparenz in die Leistungsfähigkeit der eLearning-Branche zu bringen. Die Anbieter von eLearning-Lösungen erhalten durch diese Kundenzufriedenheitsbefragung eine neutrale Analyse ihrer aktuellen Positionierung in der Kundenwahrnehmung und dadurch wertvolle Informationen zur Verbesserung Ihres Leistungsportfolios.

Kontakt:

salespotential GmbH
Geschäftsführer Jörg Ploski
Angelstraße 40
75391 Gechingen
Tel.: 07056 926900
Fax: 07056 965222

info@salespotential.de
www.salespotential.de



Profil studiumdigitale - zentrale eLearning-Einrichtung der Goethe-Universität Frankfurt

studiumdigitale ist die zentrale eLearning-Einrichtung der Goethe-Universität Frankfurt und baut auf einem erfolgreichen Organisationsentwicklungsprozess zur hochschulweiten Umsetzung von eLearning auf. **studiumdigitale** bietet innovative Ansätze zur Verbesserung der Lehre mit Hilfe Neuer Medien innerhalb und außerhalb der Universität an. Mediendidaktik, Evaluation, Medienproduktion und Medientechnik bilden die Arbeitsschwerpunkte von **studiumdigitale**. Dabei steht, neben der didaktisch-technologischen Ausrichtung, die Vereinbarkeit von Forschung und wirtschaftlichem Handeln an zentraler Stelle.

Das Team bietet für hochschulinterne und externe Kunden Beratung und Konzeptentwicklung entlang des **megadigitale**-AKUE-Prozesses an. Neben den Beratungsinstrumenten steht ein breites Qualifikations- und Coachingangebot für den nachhaltigen Kompetenzaufbau auf Kundenseite zur Verfügung. Zur Qualitätssicherung gehören integrative Evaluationsansätze in jeder Prozessphase der Entwicklung sowie Konzeption und Einsatz von Befragungsinstrumenten. In der Medienproduktion orientiert sich das Team an einem ‚Lean Media Production‘ Prozess mit skalierbaren Leistungen, so dass für Kunden der Prozess stets transparent bleibt. Für besondere Anforderungen erfolgen im Bereich Medientechnik die Entwicklung und Implementierung kundenspezifischer Lösungen oder der Einsatz eigener Tools sowie marktüblicher Standardtechnologien.

Kontakt

Goethe-Universität Frankfurt
studiumdigitale
Claudia Bremer (Geschäftsführung),
Prof. Dr. Detlef Krömker (Vorstand)
Senckenberganlage 31
60325 Frankfurt am Main
Tel.: 069 – 798 23690 oder
069 – 798 24609

info@studiumdigitale.uni-frankfurt.de
www.studiumdigitale.uni-frankfurt.de

managerSeminare

DAS WEITERBILDUNGSMAGAZIN

managerSeminare ist das auflagenstärkste Weiterbildungsmagazin im deutschsprachigen Raum. Mit praxisnaher und aktueller Information bietet es zwölf Mal im Jahr neue Impulse für die Weiterbildung von Unternehmern, Selbstständigen und Führungskräften. Kompetente Fachautoren vermitteln Einblicke in die wichtigsten Management- und Weiterbildungsgebiete und decken zukünftige Entwicklungen auf. Ein umfangreicher Seminarkalender informiert über das vielfältige Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter und Führungskräfte.

www.managerseminare.de

www.seminarmarkt.de

www.trainerbuch.de

www.trainerlink.de