

Grobkonzept

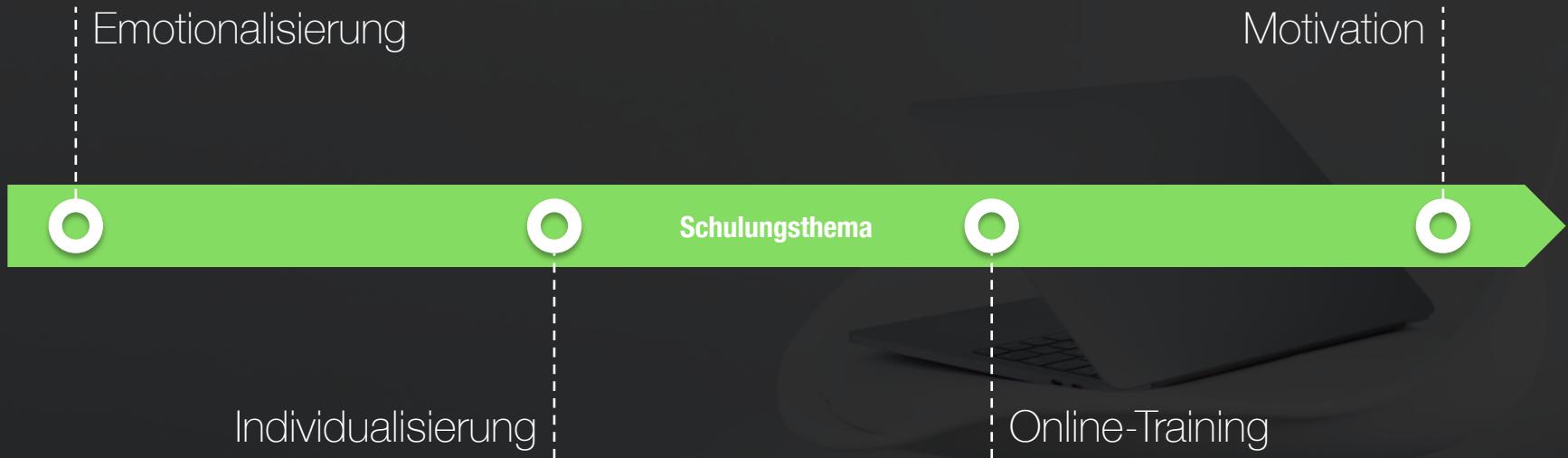
Digitale Weiterbildung

Konzept für die Entwicklung eines interaktiven Online-Guides zu digitaler Weiterbildung sowie eines Online-Kurses zum Thema Künstliche Intelligenz.

Erstellt im Auftrag des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Berlin, „Gemeinsam digital“, einem Förderprojekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Umsetzender Partner ist das Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (HIIG). Inhaltliche Grundlage bilden ExpertInneninterview sowie eine umfangreiche Recherche, durchgeführt durch das HIIG.



Unsere Herausforderung



Emotionalisierung

Wie begeistern wir? Durch Emotionalisierung! Mit Hilfe des ca. zweiminütigen Introvideos holen wir die Unternehmen ab, ermöglichen einen emotionalen Einstieg in das Modul „Digitale Weiterbildung“ und greifen die wichtigsten Informationen bezüglich Inhalt und Ablauf des Trainings auf.

So erhält der User schon vor Beginn des Trainings einen kleinen Einblick und weiß, was ihn erwartet, kann sich sortieren und auf die Abfrage sowie Handlungsempfehlungen vorbereiten.

Nicht nur das Introvideo, sondern auch die persönliche Ansprache und einzelnen Elemente sind Teil der Emotionalisierung.

Die direkte Ansprache vermittelt dem Unternehmen, Teil eines gemeinsamen Projekts zu sein, das ihm im Anschluss ermöglicht, das Gelernte praktisch umzusetzen, das eigene Unternehmen zukunftsorientiert zu schulen und Erfolge zu verzeichnen.

Illustrative Grafiken in 2d, die die Inhalte auf eine spielerische Art und Weise aufgreifen, erzeugen Vorfreude und wecken die Neugierde der Unternehmen.

Individualisierung

Für jeden KMU-Typen stehen unterschiedliche Lerninhalte zur Verfügung, um die Unternehmen ihrem Ziel, der digitalen Weiterbildung, näher zu bringen.

Durch die interaktive Abfrage der KMU-Typen und anschließende Auswertung werden die Unternehmen einem Typen zugeordnet und es wird sicher gestellt, dass ihnen das Wissen individuell, ganz angepasst an die jeweiligen Bedürfnisse, zur Verfügung gestellt und vermittelt wird.

Trotz individuell aufbereiteter Inhalte , haben die Unternehmen die Möglichkeit auch die Handlungsempfehlungen der anderen Typen einzusehen, so können sie selbstbestimmt auf alle Inhalte zugreifen.

Online-Training

Alle Inhalte werden angepasst an die drei KMU-Typen aufbereitet. Unterstützt durch Grafiken und interaktive Elemente stellen wir sicher, dass die Themen auf eine überschaubare Art und Weise vermittelt werden – nicht überfordernd, sondern motivierend.

Zudem helfen eben diese Elemente wie z. B. Slider und Hinweisboxen etc. dabei, wichtige Inhalte hervorzuheben und diese so für den User entsprechend einzuordnen, so bleiben die Inhalte im Gedächtnis.

Der User hat nach jedem Block die Möglichkeit, die durchlaufenden Inhalte zu bewerten, sodass für weitere Projekte Rückschlüsse gezogen werden können, ob z. B. Anpassungsbedarf besteht oder Inhalte mehr in den Fokus gestellt werden müssen etc.

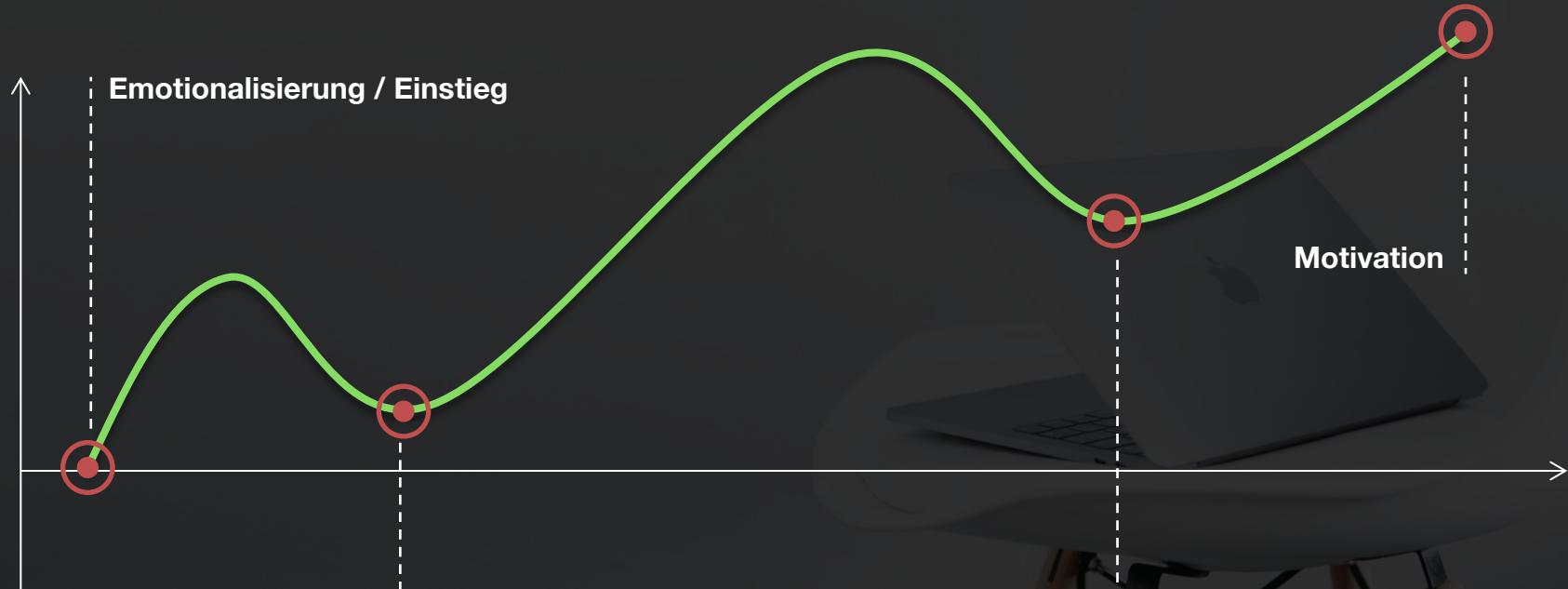
Motivation

Wir nehmen die Unternehmen an die Hand und vermitteln ein gutes Gefühl, denn jedes Unternehmen wird ganz individuell auf den Weg der digitalen Weiterbildung vorbereitet und begleitet. Durch die Abfrage wird das Gefühl verstärkt, ein auf den User zugeschnittenes Training zu durchlaufen, ganz angepasst an die individuellen Bedürfnisse des jeweiligen Unternehmens.

Durch die auf die Typen zugeschnittenen Handlungsempfehlungen, weiterführenden Tipps sowie praktischen Beispiele und vor allem das Zusammenspiel aus grafischer und inhaltlicher Umsetzung, wird das Unternehmen motiviert alle Phasen zu durchlaufen.

Mit Hilfe eines detaillierten Leitfadens (der Handlungsempfehlungen) auf den die Unternehmen jederzeit zurückgreifen können, geben wir ihnen Sicherheit, Gelerntes im Anschluss auch praktisch umzusetzen. Dabei wirken die Inhalte, die auch als PDF herunter geladen werden können, unterstützend und ermöglichen dem User jederzeit auf die wichtigsten Inhalte zurückzugreifen und sich diese erneut vor Augen zu führen.

Didaktisches Konzept entlang des Spannungsbogens



Grafische Darstellung der
zu vermittelnden Inhalte

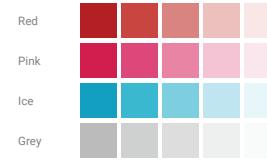


Die Farben

Für die Darstellung wird immer ein auf der Unternehmens-CI basiertes Farbkonzept verwendet, wobei bei den ergänzenden Farben zwischen Light und Dark Colors unterschieden wird.

In der Umsetzung werden die CI- sowie die ergänzenden Farben kombiniert, sodass mindestens eine Primär-CI-Farbe für die Grafiken verwendet wird, um sich nicht zu weit vom „Gemeinsam digital-Look“ zu entfernen.

CI-Farben



Ergänzende Farben

Light Colors

Dark Colors



Mandarin



Citrus

Lime

Leaf

Sky

Lavender

Energy

Earth

Skintones



Die Inhaltselemente

Die Inhaltselemente werden illustrativ und abstrakt im Flat Design, 2d Look, dargestellt. Dabei werden unterschiedliche Elemente wie z. B. Slider, Hinweisboxen etc. verwendet.

Das Farbkonzept sowie alle weiteren Vorgaben, werden fortwährend berücksichtigt, um einen einheitlichen Look garantieren zu können, der sich durch das gesamte Training zieht.

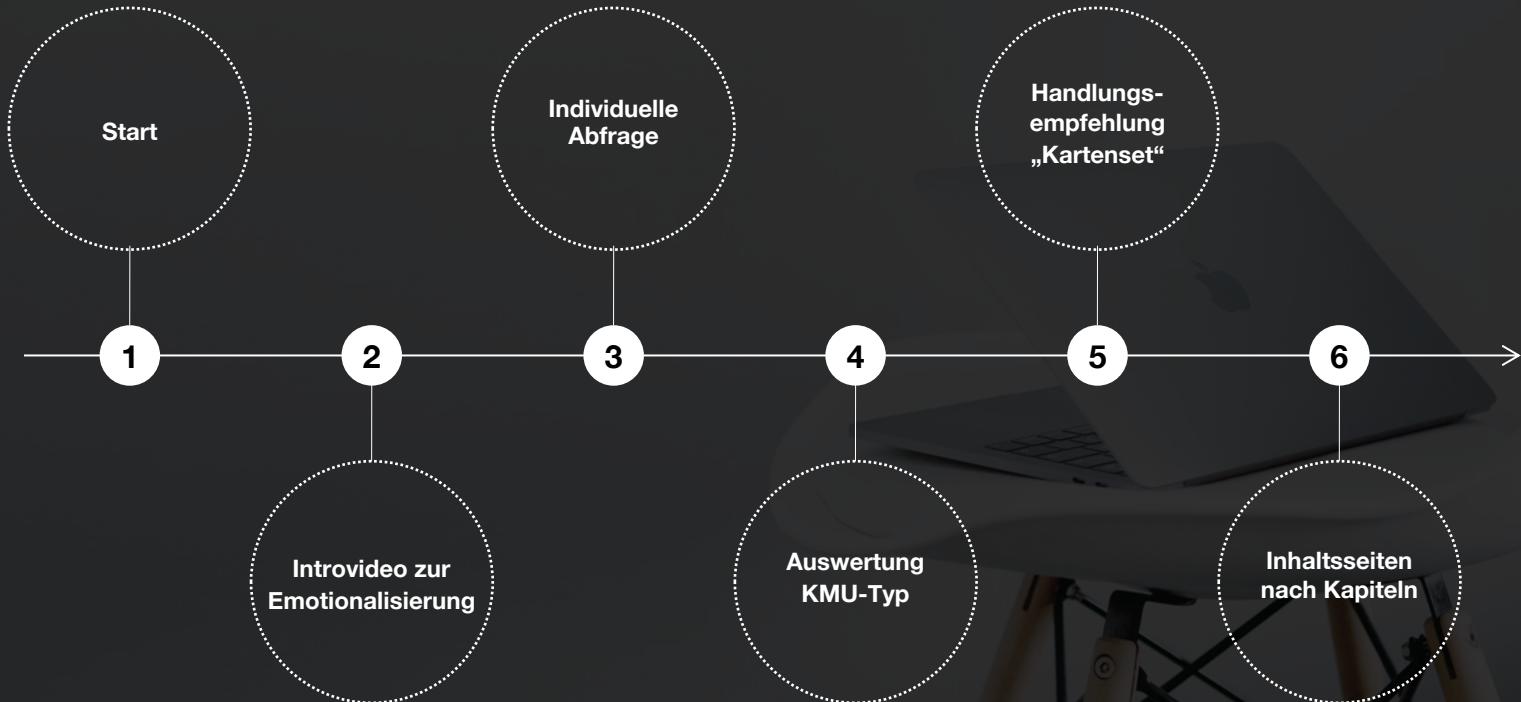
Key Visuals sorgen des Weiteren dazu, durch das Training zu navigieren und steigern den Wiedererkennungswert für den User.



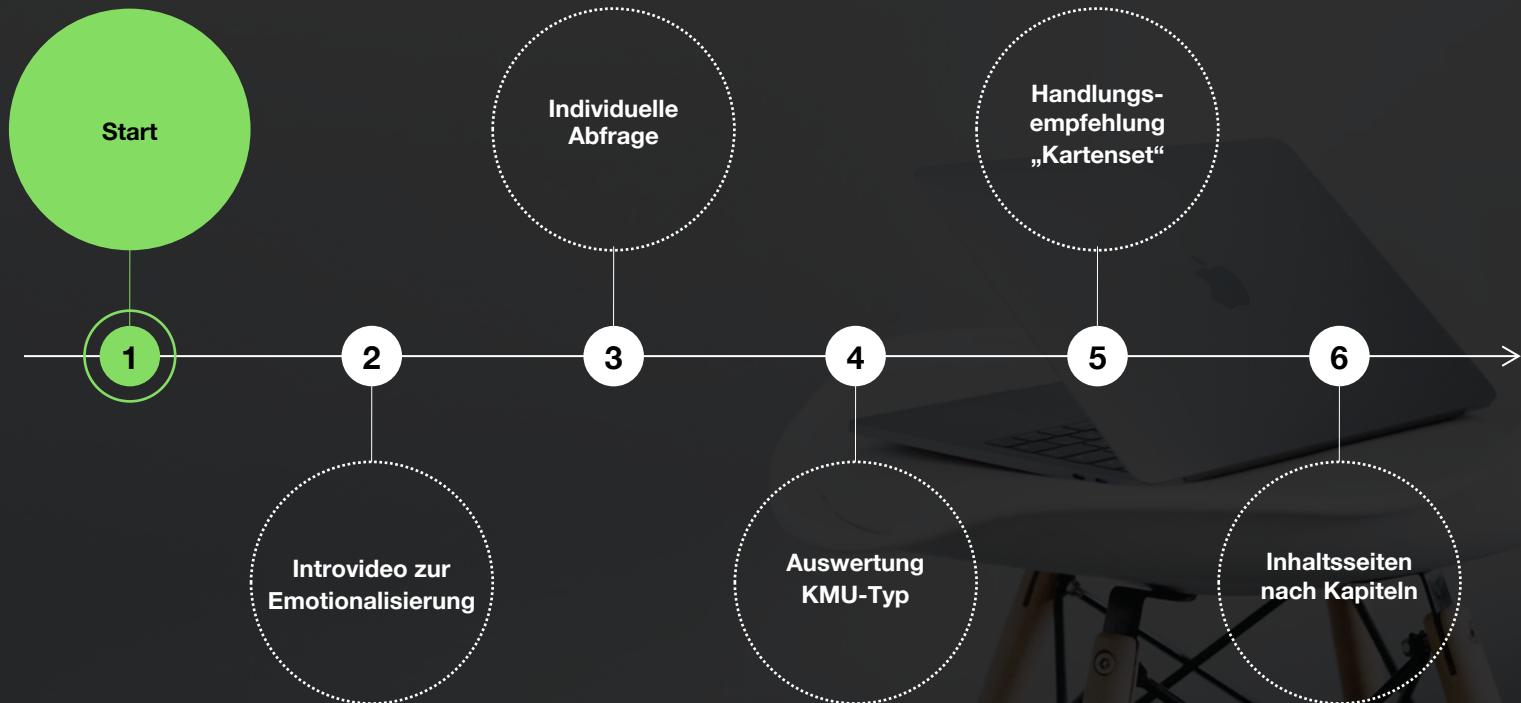
Didaktischer Ablauf der zu
vermittelnden Inhalte

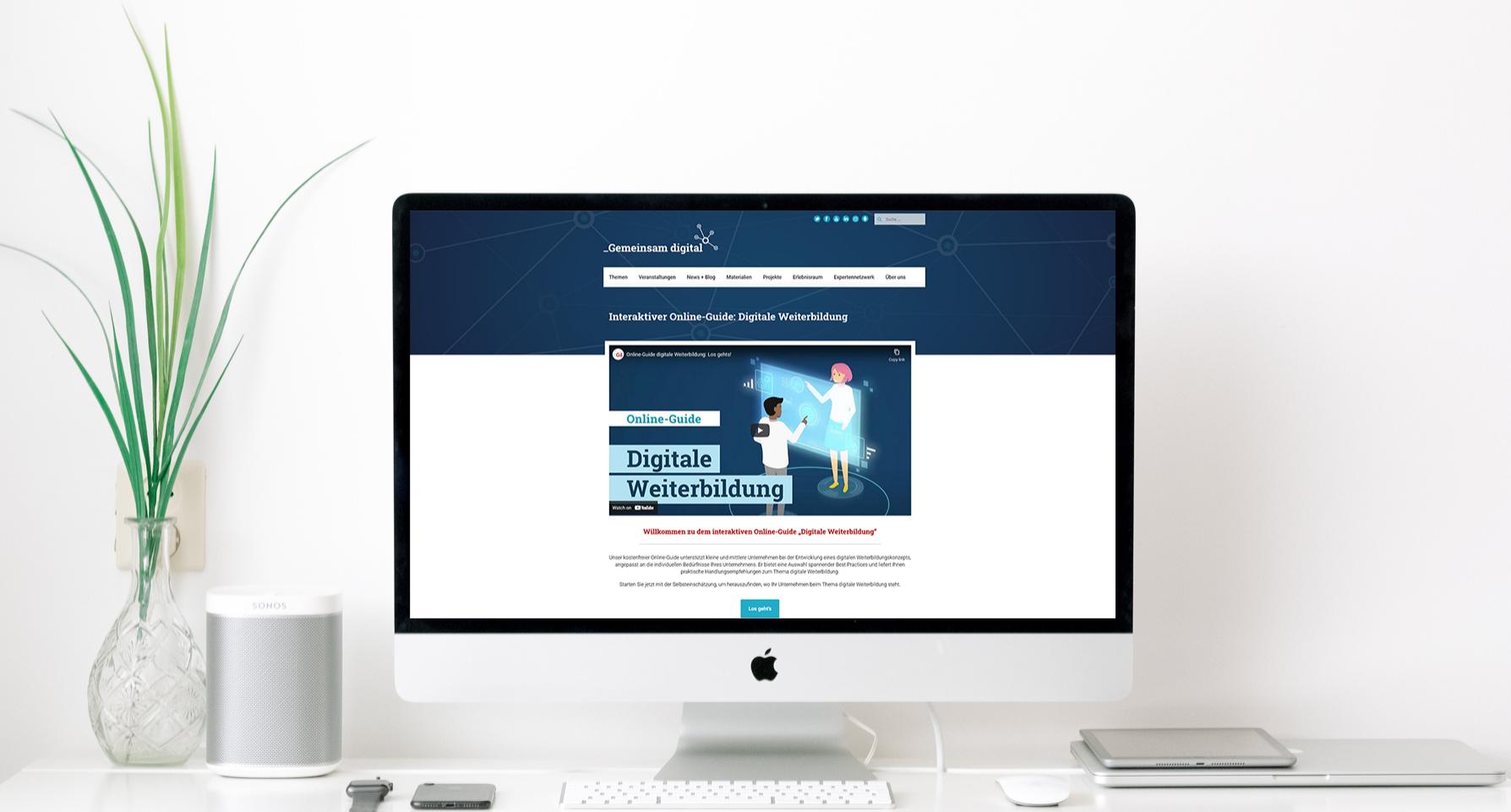
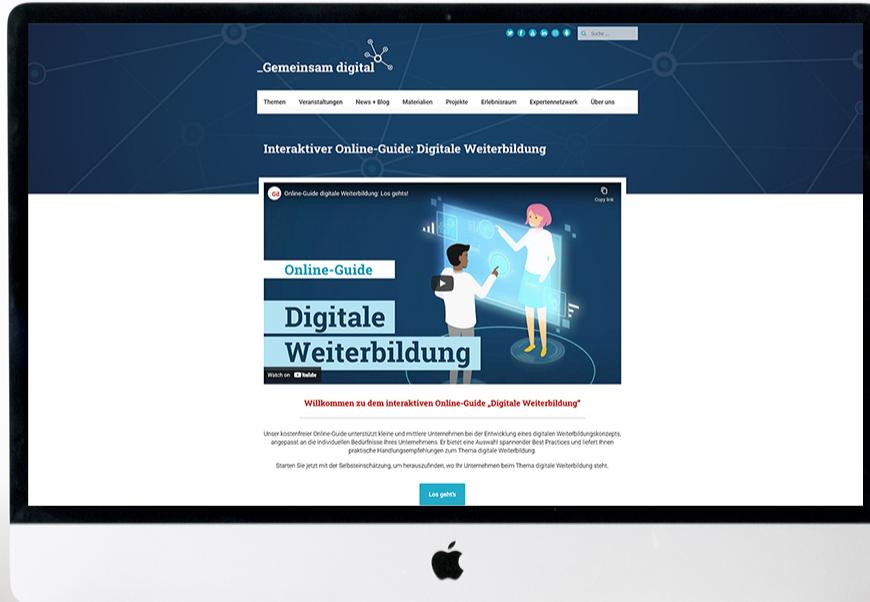


Didaktischer Ablauf der zu vermittelnden Inhalte



Didaktischer Ablauf der zu vermittelnden Inhalte





Der Start

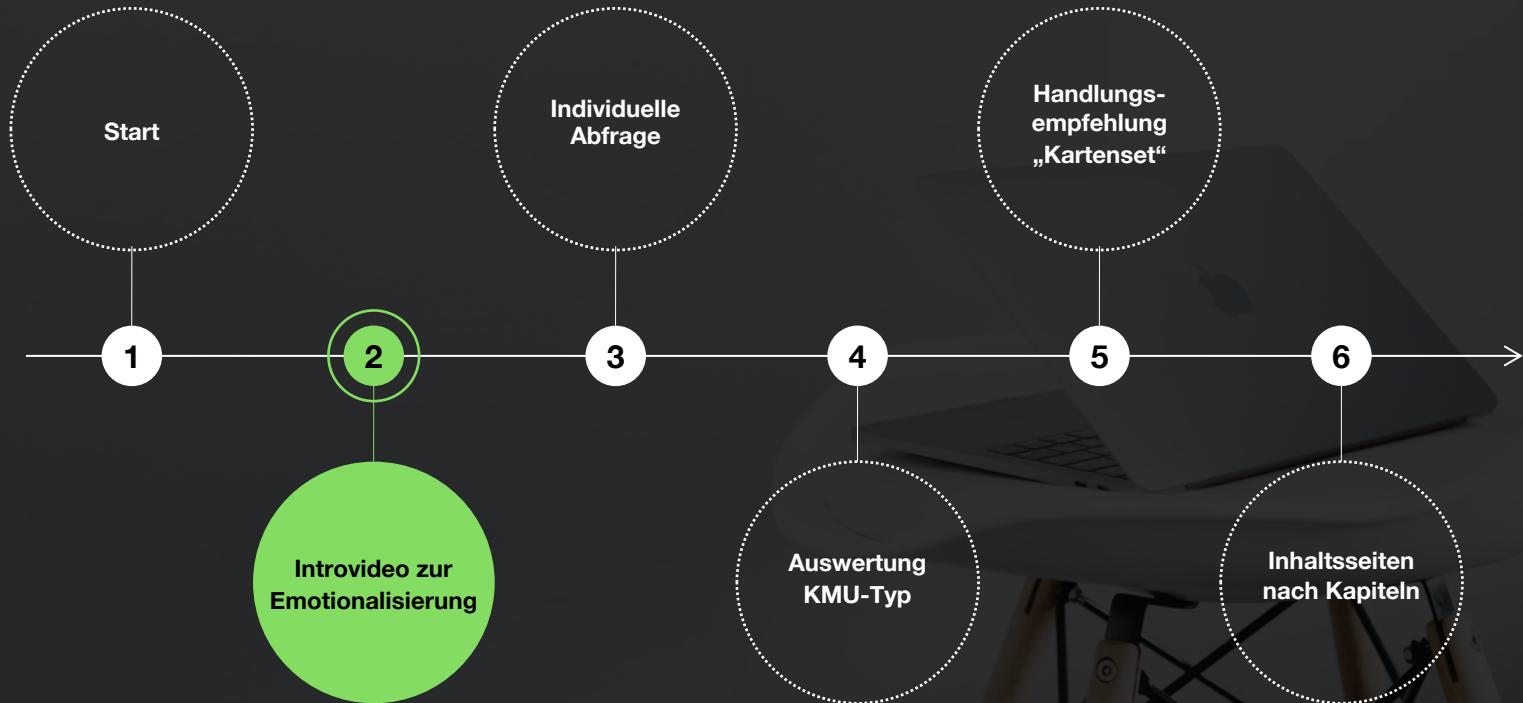
Los geht's!

Damit der User nicht direkt in die Abfrage stolpert, holen wir ihn zu Beginn kurz ab und geben ihm die Möglichkeit per Klick auf den Button „Los geht's“ selber zu entschieden, wann er starten möchte.

Headline, Grafik sowie ein kurzer Einleitungstext bereiten ihn dabei auf den Content vor ohne zu viel vorwegzunehmen oder zu überfordern.

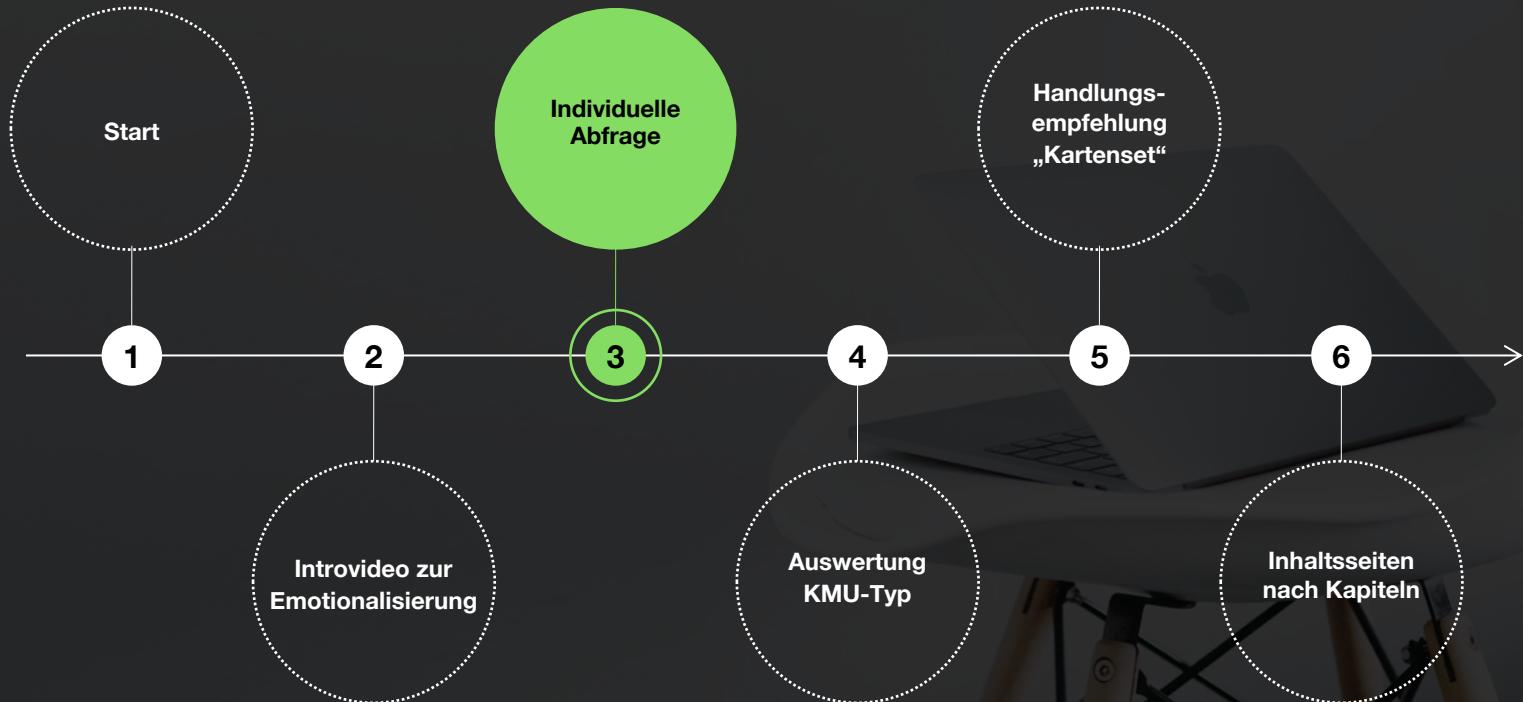
The screenshot shows the homepage of the 'Gemeinsam digital' website. At the top, there is a navigation bar with links for Themen, Veranstaltungen, News + Blog, Materialien, Projekte, Erlebnisraum, Expertennetzwerk, and Über uns. Below the navigation is a search bar and social media icons. The main content area features a large banner titled 'Interaktiver Online-Guide: Digitale Weiterbildung'. This banner includes a thumbnail image of two people interacting with a digital interface, a 'Watch on YouTube' button, and a 'Copy Link' button. The banner also has a 'Online-Guide' button and a large title 'Digitale Weiterbildung'. Below the banner, a sub-headline reads 'Willkommen zu dem interaktiven Online-Guide „Digitale Weiterbildung“'. A descriptive text follows, mentioning that the guide supports small and medium-sized companies in developing a digital education concept. It offers a selection of best practices and practical implementation recommendations. A call-to-action button labeled 'Los geht's' is located at the bottom of the banner. At the very bottom of the page, there is a footer note: 'Umsetzender Partner des Online-Guides ist das Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft'.

Didaktischer Ablauf der zu vermittelnden Inhalte





Didaktischer Ablauf der zu vermittelnden Inhalte





Die individuelle Abfrage

Der Fokus liegt auf den Handlungsempfehlungen für KMU. Aus diesem Grund gestalten wir die Abfrage kurz und knapp und orientieren uns dabei an Euren zehn relevanten „Abfragerubriken“.

1. Digitalisierungsgrad
2. Innovationsgrad
3. Wettbewerbsintensität
4. Kooperationsbereitschaft
5. Umgang mit digitalem Wandel
6. Arbeitsprozesse und -kultur
7. Führungskultur
8. Stellenwert betrieblicher Weiterbildung
9. Ausschöpfung digitaler Weiterbildungsformate
10. Zielsetzung der Weiterbildung



Digitalisierungsgrad (1/10)

Verfügt Ihr Unternehmen bereits über eine umfassende technische Infrastruktur und digitalisierte Geschäftsprozesse? Sind Ihre MitarbeiterInnen fit im Umgang mit neuen Technologien und digitalen Lösungen?

1 2 3 4



Innovationsgrad (2/10)

Nimmt Innovationsfähigkeit im Selbstverständnis und Geschäftsmodell Ihres Unternehmens einen hohen Stellenwert ein? Gibt es in Ihrem Unternehmen laufende Innovationsprojekte und kontinuierliche Investitionen in Innovation?

1 2 3 4



Wettbewerbsintensität (3/10)

Wie hoch schätzen Sie den Digitalisierungsgrad in Ihrer Branche ein: Beobachten Sie bei Ihrer Konkurrenz deutliche Mehrinvestitionen, die mit der digitalen Transformation zusammenhängen und sich auch auf Ihre eigene digitale Agenda auswirken?

1 2 3 4



Die individuelle Abfrage

Alles auf einen Blick. Per Scrollen durchläuft der User alle 10 Rubriken der Abfrage und kann sich mit Hilfe einer „Sterne-Skala“ von 1 bis 4 selbst einschätzen. Um dem User die Selbsteinschätzung zu erleichtern, arbeiten wir pro Abfragerubrik mit einer Kombination aus Frage und Grafik.

Kooperationsbereitschaft (4/10)

Sind Kooperationsprojekte ein wichtiger Bestandteil Ihrer Unternehmensstrategie, die maßgeblich zum Erfolg Ihres Unternehmens beitragen? Sind Sie in den letzten Jahren neue Kooperationspartner/schaften eingegangen?

1 2 3 4



Umgang mit digitalem Wandel (5/10)

Beziehen Sie proaktiv die Chancen der Digitalisierung in die strategische Ausrichtung Ihres Unternehmens mit ein? Verfolgt die Geschäftsleitung digitale Trends und macht diese für Ihr Unternehmen nutzbar?

1 2 3 4

Arbeitsprozesse und -kultur (6/10)

Sind Flexibilität und Offenheit für neue Methoden und Prozesse fest in Ihrem Unternehmen verankert, z. B. durch etablierte agile Strukturen? Ermutigen Sie MitarbeiterInnen aktiv, Arbeitsweisen und -prozesse laufend anzupassen und zu optimieren?

1 2 3 4



Die individuelle Abfrage

Die Grafiken sind dabei abstrakt aufbereitet, damit sie den Content nicht überlagern und so die inhaltliche Bedeutung der jeweiligen Rubrik unterstützen. So kann sich der User unter den einzelnen Rubriken mehr vorstellen, dies hilft dabei sich ganz intuitiv einzuschätzen.

Führungskultur (7/10)

Beziehen Sie Ihre MitarbeiterInnen in Entscheidungsprozesse ein? Bestehten etablierte Strukturen für den Einbezug der Belegschaft?

1 2 3 4

Herrscht in Ihrem Unternehmen eine Vertrauenskultur vor, in der MitarbeiterInnen Wissenslücken und Fehler eingestehen können, ohne negative Konsequenzen zu fürchten? Haben Sie Strukturen im Unternehmen etabliert, um Fehler in wertvolle Lektionen umzuwandeln?

1 2 3 4

Stellenwert betrieblicher Weiterbildung (8/10)

Sind Weiterbildungsmaßnahmen fest in Ihrem Unternehmen verankert und dafür zeitliche und finanzielle Ressourcen eingeplant? Wird das Thema Weiterbildung regelmäßig in der Geschäftsleitung diskutiert und sind Schulungsbesuche für MitarbeiterInnen eine Selbstverständlichkeit?

1 2 3 4

Ausschöpfung digitaler Weiterbildungsformate (9/10)

Werden digitale Weiterbildungsformate in Ihrem Unternehmen aktuell bereits eingesetzt? Sind Formate wie Webinare, Podcasts oder Blended Learning der Geschäftsleitung Ihres Unternehmens bekannt?

1 2 3 4

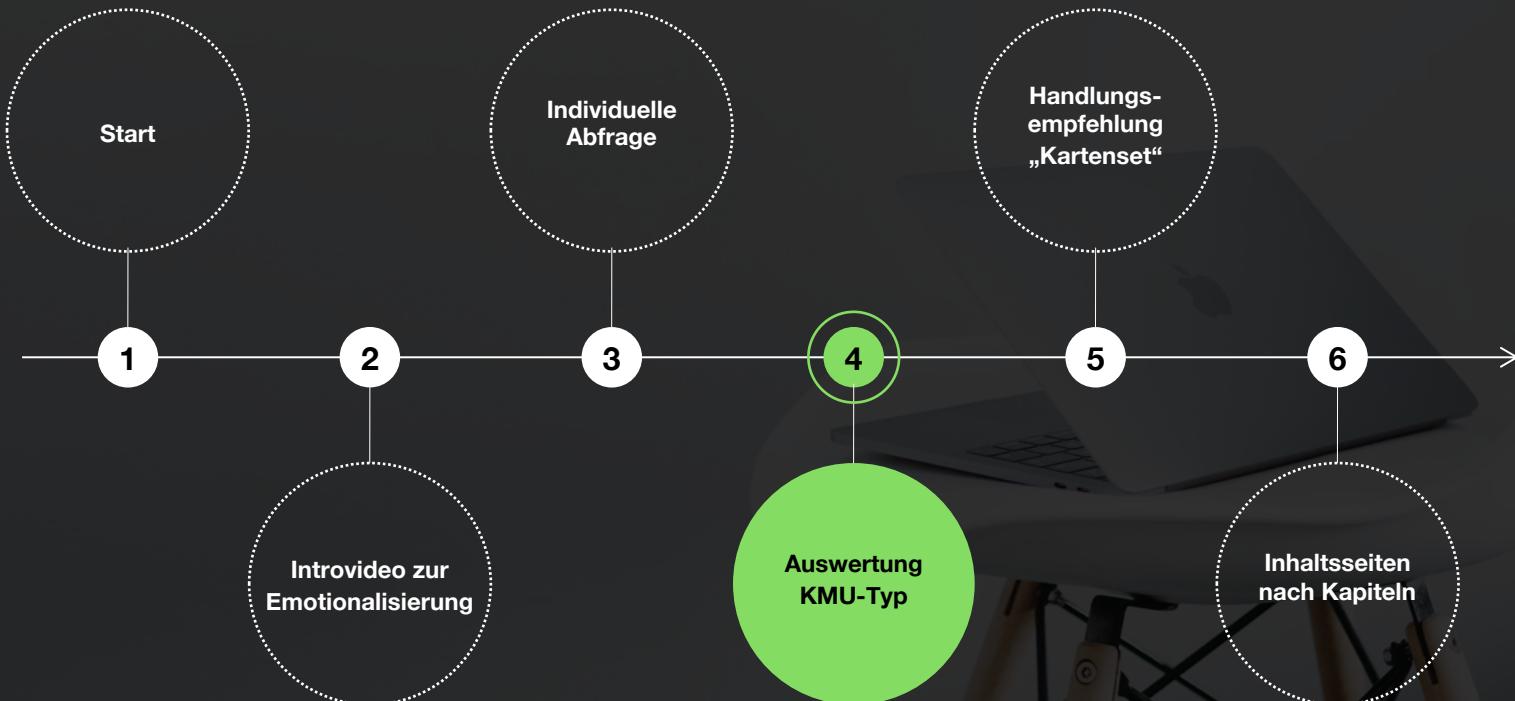
Zielsetzung der Weiterbildung (10/10)

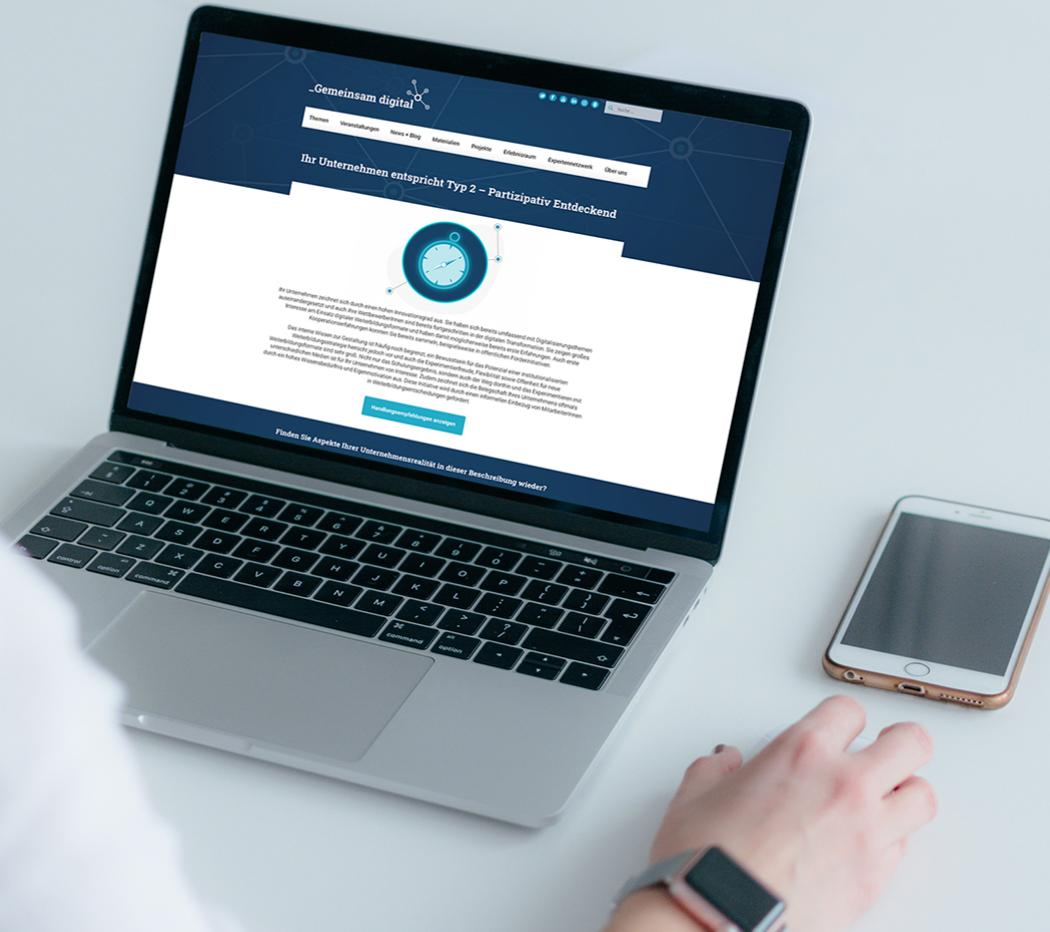
Steht statt punktuellen Maßnahmen zum Schließen spezifischer Lücken im Fachwissen und für Zertifizierungen die individuelle Förderung von MitarbeiterInnen im Zentrum der Weiterbildung in Ihrem Unternehmen? Sind Strukturen, um individuelle Kompetenzentwicklung mit der Gesamtstrategie des Unternehmens zusammenzubringen (z. B. individuelle Entwicklungspläne) fest verankert?

1 2 3 4

Jetzt Auswerten

Didaktischer Ablauf der zu vermittelnden Inhalte





Die Auswertung des KMU-Typen

Nach der Selbsteinschätzung des Users wird dieser einem KMU-Typen zugeordnet.

Passend zu jedem KMU-Typen wird eine Grafik entwickelt, die den User durch das Training begleitet.

Die Grafik, ergänzt mit einer kurzen Beschreibung des Typen, ist auf dem Slide zu sehen.

The screenshot shows a web page from the 'Gemeinsam digital' website. At the top, there is a navigation bar with links for Themen, Veranstaltungen, News + Blog, Materialien, Projekte, Erlebnisraum, Expertennetzwerk, and Über uns. Below the navigation, a banner states: "Ihr Unternehmen entspricht Typ 2 – Partizipativ Entdeckend". A central graphic features a compass rose with a blue glow, symbolizing discovery. To the left of the compass, there is descriptive text about the company's characteristics, mentioning high innovation and interest in digital transformation. At the bottom right, a button reads "Handlungsempfehlungen anzeigen".

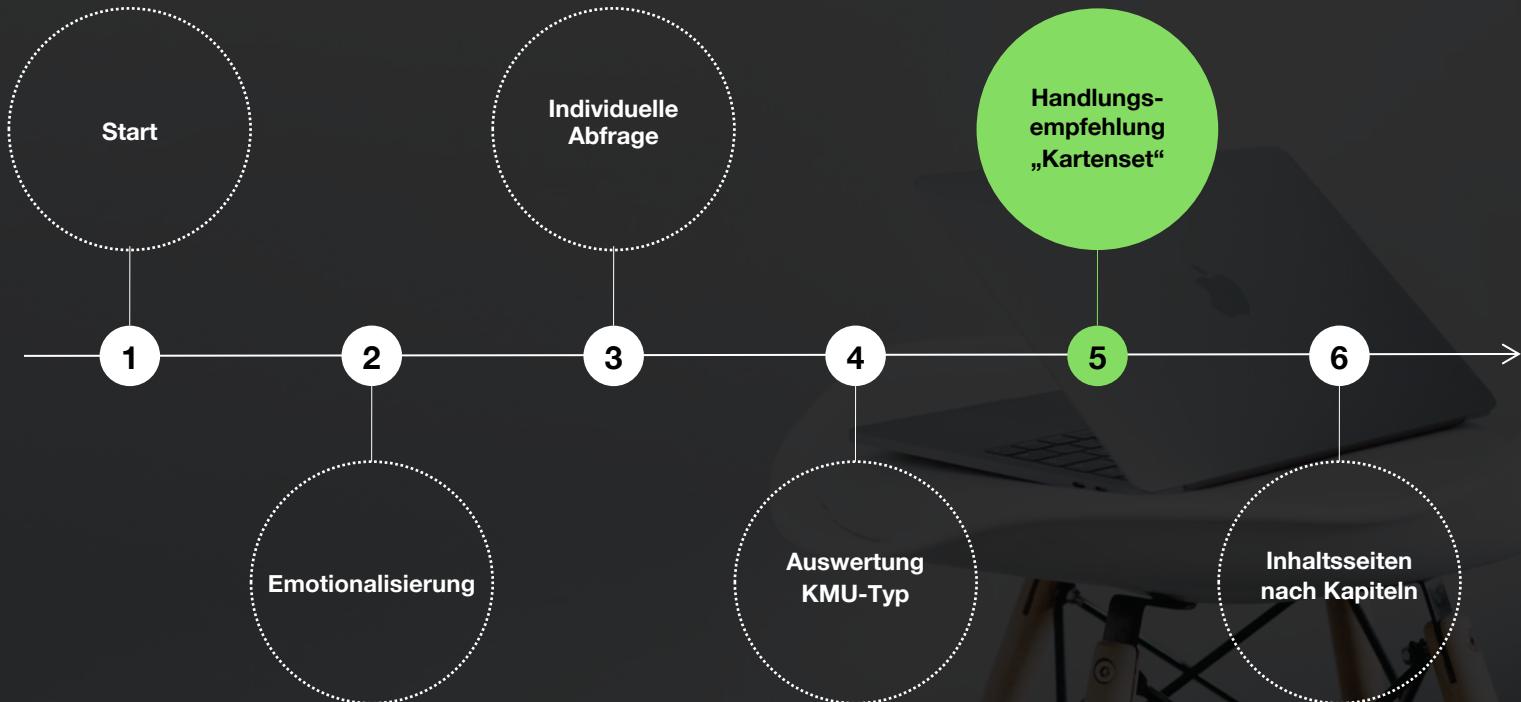
Ihr Unternehmen entspricht Typ 2 – Partizipativ Entdeckend

Ihr Unternehmen zeichnet sich durch einen hohen Innovationsdruck aus. Sie haben sich bereits umfassend mit Digitalisierungsthemen auseinandergesetzt und auch Ihre WettbewerberInnen sind bereits fortgeschritten in der digitalen Transformation. Sie zeigen großes Interesse am Einsatz digitaler Weiterbildungsförderformate und haben damit möglicherweise bereits erste Erfahrungen. Auch erste Kooperationserfahrungen konnten Sie bereits sammeln, beispielsweise in öffentlichen Förderinitiativen.

Das interne Wissen zur Gestaltung ist häufig noch begrenzt, ein Bewusstsein für das Potenzial einer institutionalisierten Weiterbildung fehlt. Die eigene Motivation ist vorwiegend auf interne Faktoren ausgerichtet. Für die Auswahl von Weiterbildungsförderformaten sind sehr geringe Nachfragehintergründe, sondern auch der Weg dahin, auf das Experimentieren mit unterschiedlichen Medien ist für Ihr Unternehmen von Interesse. Zudem zeichnet sich die Belegschaft Ihres Unternehmens oftmals durch ein hohes Wissensbedürfnis und Eigenmotivation aus. Diese Initiative wird durch einen informellen Einbezug von MitarbeiterInnen in Weiterbildungsentwicklungsentscheidungen gefördert.

Handlungsempfehlungen anzeigen

Didaktischer Ablauf der zu vermittelnden Inhalte

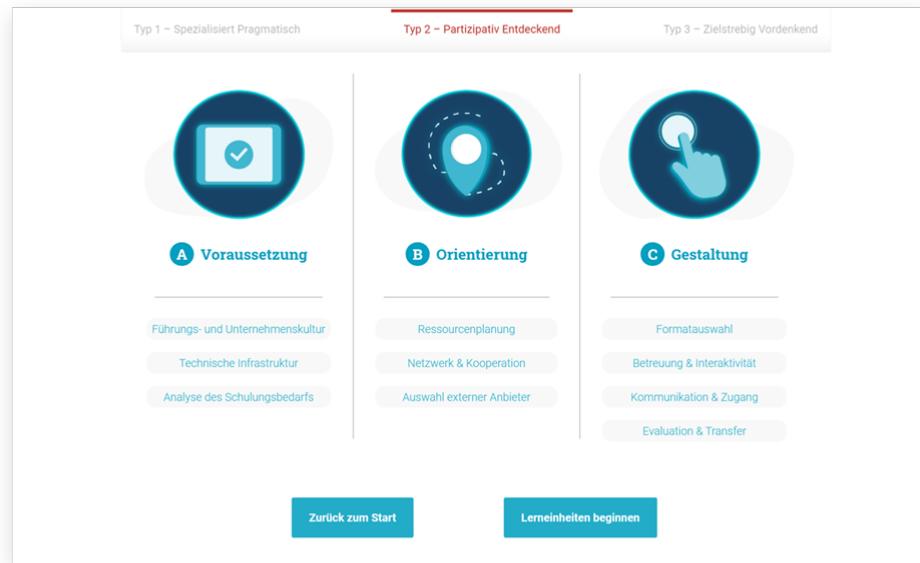




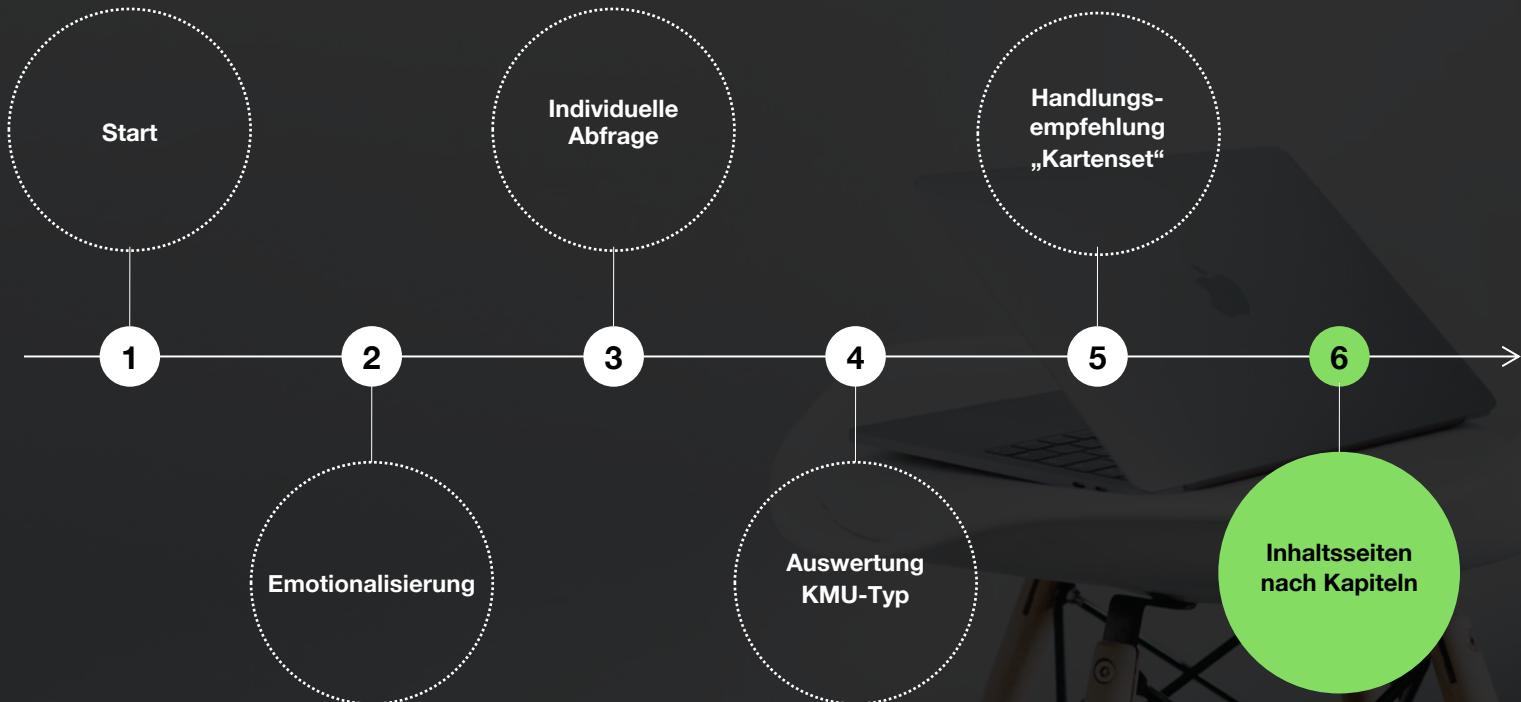
Handlungsempfehlung „Kartenset“

Nach der Zuordnung kann der User die einzelnen Phasen „Voraussetzung“, „Orientierung“ und „Gestaltung“ sowie die einzelnen Unterthemen nach Belieben ansteuern.

In der Übersicht sieht er, in welche einzelnen Themenfelder die Phasen unterteilt sind.



Didaktischer Ablauf der zu vermittelnden Inhalte



_Gemeinsam digital Hauptseite

_Gemeinsam digital

Typ 1 – Spezialisiert Pragmatisch Typ 2 – Partizipativ Entdeckend

A Voraussetzung	B Orientierung
Typ 2: Führungs- und Unternehmenskultur >	Typ 2: Ressourcenplanung >
Typ 2: Technische Infrastruktur >	Typ 2: Netzwerk & Kooperation >
Typ 2: Analyse des Schulungsbedarfs >	Typ 2: Auswahl externer Anbieter >



Inhaltsseiten nach Kapiteln

Dank des Menüs, kann sich der User ganz einfach durch die Inhalte navigieren und es nach Belieben ein- und ausblenden.

Zudem kann er sich auch die Inhalte anderer KMU-Typen ansehen.

Bevor er das Profil wechseln kann, wird er jedoch darauf hingewiesen – so besteht nicht die Gefahr, den eigentlichen Lernfluss zu unterbrechen und sich ggf. nicht mehr zurecht oder zurück zu finden.

The screenshot shows a dark-themed website for 'Gemeinsam digital'. At the top, there's a header bar with social media icons and a search bar. Below the header, the 'Gemeinsam digital' logo is displayed next to a network icon. The main content area features a navigation menu with three columns:

Typ 1 – Spezialisiert Pragmatisch	Typ 2 – Partizipativ Entdeckend	Typ 3 – Zielstrebig Vordenkend
A Voraussetzung	B Orientierung	C Gestaltung
Type 2: Führungs- und Unternehmenskultur	Type 2: Ressourcenplanung	Type 2: Formatauswahl
Type 2: Technische Infrastruktur	Type 2: Netzwerk & Kooperation	Type 2: Betreuung & Interaktivität
Type 2: Analyse des Schulungsbedarfs	Type 2: Auswahl externer Anbieter	Type 2: Kommunikation & Zugang
		Type 2: Evaluation & Transfer

Below the menu, there's a decorative graphic featuring a central bar chart icon surrounded by other icons like gears and people, all connected by arrows on a dark blue background.

Inhaltsseiten nach Kapiteln

Für jedes Kapitel bzw. Unterkapitel sind Ziele festgehalten und entsprechend gekennzeichnet. So weiß der User, was ihn inhaltlich erwartet und er kann selber abwägen, ob der Content relevant ist oder er sich anderen Themen widmen möchte.

Um den Content bestmöglich zu vermitteln, arbeiten wir mit verschiedenen Elementen.

1. Slider
2. Tipps
3. Icons
4. Grafiken
5. Videos



Ziel

Entwickeln Sie ein Verständnis für unterschiedliche Weiterbildungsformate sowie deren Merkmale und Anwendungsbereiche.



Ziel

Setzen Sie Ihre Ressourcen effizient ein, indem Sie Ihr Wissen über Fördermöglichkeiten für kleine und mittlere Unternehmen erweitern.

Inhaltsseiten nach Kapiteln

1. Slider

Dank des Sliders können Inhalte ganz übersichtlich für den User dargestellt werden.

Per Klick kann er je nach Bedarf zum nächsten Thema navigieren.

Die verschiedenen Icons, die in der Leiste zu sehen sind, helfen zusätzlich zur Orientierung und greifen die Inhalte grafisch auf.

Zudem setzt sich der Slider durch die blaue Box vom anderen Content ab und sticht auf Anhieb ins Auge.

Was sind Erklärvideos?¹⁹

Erklärvideos sind kurze Videosequenzen mit einer Laufzeit zwischen mindestens 30 Sekunden bis maximal fünf Minuten, in denen Lerninhalte dargestellt werden. Ansprechende Zeichnungen, Animationen und Bilder können den Informationsfluss optisch unterstützen. Originelles Storytelling erleichtert das Lernen: Beispielsweise erzählt eine Sprecherin eine informative Geschichte zu einem Fachthema; während ergänzende, illustrierte Abbildungen eingebettet werden. So können komplexe Themen mithilfe kompakter Videos verständlich vermittelt werden.

Einsatzmöglichkeiten

Intuitiv und leicht verständlich aufgebaut, eignen sich Erklärvideos zur Erläuterung komplexer Sachverhalte, insbesondere bei geringem Vorwissen der Zielgruppe. Ob als grundlegende Themeneinführung für ein Produkt oder eine Dienstleistung, als eigenständige Lerneinheit zur MitarbeiterInnen- und Kundenschulung, oder für eine gelungene Unternehmenspräsentation – der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt. Erklärvideos können sowohl extern zugekauft, als auch intern produziert werden.

Vorteile

Ein Erklärvideo macht NutzerInnen in kurzer Zeit mit einer neuen Thematik vertraut. Machen Sie es also nicht zu kompliziert, denn im Zweifel gilt: Weniger ist mehr. Besonders überzeugt das Format, wenn komplexe technische Probleme in kurzer Zeit verständlich verbal und visuell vermittelt werden.

Nachteile

Eine eigene Produktion erfordert spezielles Equipment, wie beispielsweise Kameras oder Bearbeitungsprogramme sowie die Fähigkeit, diese angemessen bedienen zu können. Voraussetzung für die Erstellung von Videos ist dabei auch, dass MitarbeiterInnen, welche die Videos erstellen, ausreichend Zeit zur Verfügung haben und mit der technischen Ausstattung (Geräte/-Hardware, Software) entweder schon vertraut sind oder hierfür Trainingsmöglichkeiten bereitgestellt werden. Sind Kapazitäten und/oder Kompetenzen intern nicht ausreichend vorhanden, sollte die Produktion extern vergeben werden.

Umsetzungsbeispiel

Ein gelungenes Umsetzungsbeispiel eines Erklärvideos zeigt die Zusammenarbeit der interdisziplinär beratenden Unternehmensgruppe **KIRCHNER Engineering Consultants GmbH** mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Hannover. Ziel war es, das bestehende Intranet stärker für die interne Weiterbildung der MitarbeiterInnen und das unternehmenseigene Wissenmanagement zu nutzen. Dabei stand das Ziel einer aktiven Auseinandersetzung der MitarbeiterInnen mit dem Thema Wissensmanagement im Unternehmen im Mittelpunkt, weshalb statt einer Aufbereitung des Wissens in reiner Textform das Videoformat gewählt wurde.

Werkzeuge und Beispieldatenbank

Die Videoproduktion kann entweder vollständig unternehmensextern durchgeführt werden oder Sie können eine spezialisierte Agentur hierfür beauftragen. [deutsche-startups.de](#) bietet eine Auswahl von Anbietern von Erklärvideos. Für die Eigenproduktion stehen unter anderem online vielfältige [Tools](#) zur Erstellung animierter Videos zur Verfügung.

Inhaltsseiten nach Kapiteln

2. Tipps

Die hervorgehobenen Tipps ziehen die Aufmerksamkeit des Users auf sich und lassen wissen, dass es sich um besondere Informationen handelt, die dem User bei seiner Arbeit weiterhelfen können und ich direkt anwenden lassen.

Da diese in vielen Kapiteln auftauchen, weiß der User bei Sichtung des Icons sofort, was ihn erwartet. Sollte er also schon mit dem Thema vertraut sein, reicht vielleicht ein kurzer Blick auf den Tipp, um abwägen zu können, ob er sich die Inhalte noch einmal genauer anschauen sollte.



Tipp

Wenn Sie Ihren Mitarbeitenden im Zuge der Weiterbildungmaßnahmen Zugang zu neuer Technik ermöglichen, müssen Ihre MitarbeiterInnen im Umgang mit dieser möglicherweise noch zusätzlich geschult werden. Hierfür ist ein Buddy-Programm denkbar (Details dazu erfahren Sie unter *Betreuung & Interaktivität*).



Tipp

Auf der Website von Mittelstand Digital finden Sie jederzeit die neuesten Termine für kostenlose, deutschlandweite und digitale Schulungsangebote für KMU. Die Website von „Gemeinsam digital“ bietet eine Übersicht kostenloser Events und Workshops in Berlin und Brandenburg, sowie einer Reihe digitaler deutschlandweiter Veranstaltungen.

[Mittelstand-Digital Veranstaltungen](#)

[„Gemeinsam digital“ Veranstaltungen](#)

Inhaltsseiten nach Kapiteln

3. Icons

Je nach Thema wird mit Icons gearbeitet, die den Content grafisch aufgreifen und dem User so besser im Gedächtnis bleiben.

Zudem wirkt die Darstellung „Icon / Text“ auflockernd und strukturiert den Content.



Inhaltsseiten nach Kapiteln

4. Grafiken

Die Grafiken lockern den Content auf und greifen die inhaltliche Thematik auf. Auch hier handelt es sich also um ein Zusammenspiel von Text und Grafik, die dem User helfen die Informationen zu verknüpfen und zu einem späteren Zeitpunkt vor seinem inneren Auge erneut abzuspielen.

Zudem kann sich der User mit einem ersten Blick auf die Grafiken bereits eine kleine Vorstellung machen, was ihn inhaltlich erwartet.



Inhaltsseiten nach Kapiteln

5. Videos

Die Einbindung von relevantem Videocontent an den richtigen Stellen, hilft dem User weitere Informationen aufzunehmen.

Gerade der Wechsel von Text, Bild, interaktiven Elementen und Videos hilft, den User zu motivieren.

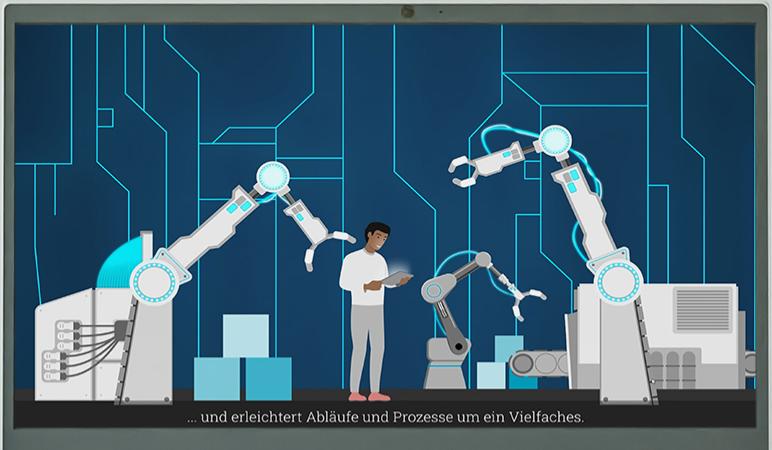
So kommt kein Gefühl der Eintönigkeit auf und alle Lerntypen werden angesprochen.



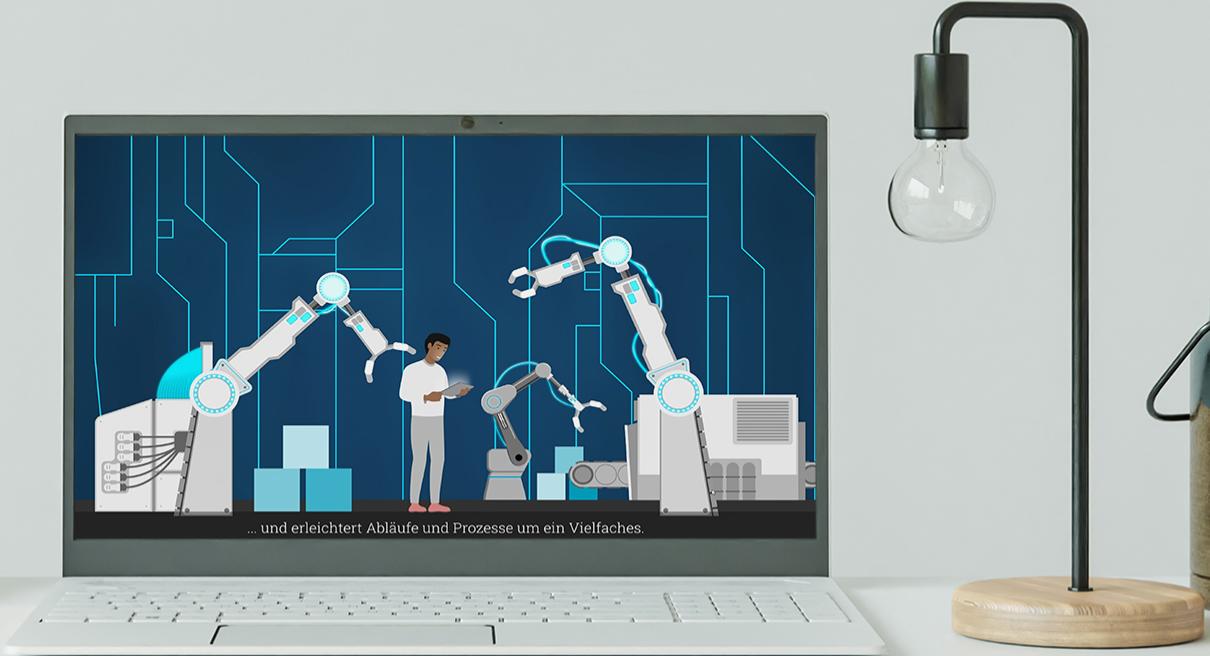
Grobkonzept

Künstliche Intelligenz





... und erleichtert Abläufe und Prozesse um ein Vielfaches.



Contentvermittlung via Animationsvideos

Schon ein kurzes Introvideo emotionalisiert und ermöglicht dem User einen kleinen Einblick in die Thematik. Im Modul „Künstliche Intelligenz“ legen wir daher den Fokus auf die Inhaltsvermittlung via drei animierter Videos, die die Inhalte auf eine spielerische Art und Weise aufgreifen und so dem User die Möglichkeit geben in die Welt der Künstlichen Intelligenz einzutauchen. Audio, also Sprechertext und Musik untermauern die Animationen und ergänzen sich.

Außerhalb des Videos werden jedoch auch weitere Elemente wie z. B. Slider, Icons, Grafiken etc. aufgegriffen, die bereits im Modul „Digitale Weiterbildung“ zum Einsatz kommen. Es handelt sich also um ein Zusammenspiel, um den User bestmöglich abzuholen und einen hohen Lernerfolg zu erzielen.

Aufbereitung der Videos

Die Videos vermitteln den Content auf eine spielerische Art und Weise. Durch Graphen sowie Text und Bild, werden jedoch auch innerhalb des Videos andere Elemente aufgegriffen, um den User anzusprechen und die Inhalte noch besser vermitteln zu können.



We make it
clear & easy!

gimmickmedia GmbH

Schopenstehl 22
20095 Hamburg

Tel.: +49 (0)40 – 41 91 93 94

Fax: +49 (0)40 – 41 91 93 98

E-Mail: info@gimmickmedia.de

WEB: www.gimmickmedia.de