

eLearning JOURNAL



Branding & Marketing-Kampagne 2019

Erfolgreich werben im führenden Fachblatt für eLearning & Wissensmanagement

Das eLearning JOURNAL stellt sich vor...



Frank Siepmann
Herausgeber

Willkommen beim eLearning Journal 2019

Für Marktteilnehmer im Bereich Corporate eLearning bietet das eLearning Journal ein hochwertiges redaktionelles Umfeld mit einer qualitativen Reichweite von 30.000 monatlichen Lesern für zielgerichtete Branding & Marketing-Kampagnen zur Gewinnung von potenziellen Neukunden und zur Erhöhung der Marktrelevanz in der DACH-Region. Mit unseren Geschäftsberichten eLearning Journal, Marktforschung und der jährlichen eLearning SUMMIT Tour bieten wir ein abgestimmtes Portfolio für eine überzeugende Marktkommunikation.

Das eLearning Journal auf einen Blick

eLearning
JOURNAL

- Fachverlag -

Leser monatlich

30.000+

Newsletter-Abonnenten

12.000+

Suchen im Who is Who-Verzeichnis

11.000+

Publikationen im Jahr

6

eLearning
JOURNAL
BENCHMARKING

- Marktforschung -

eLearning Professionals-Kontakte

45.000+

Studienteilnehmer

1000+

Jährliche Studien

4

eLearning
JOURNAL
eLearning SUMMIT Tour

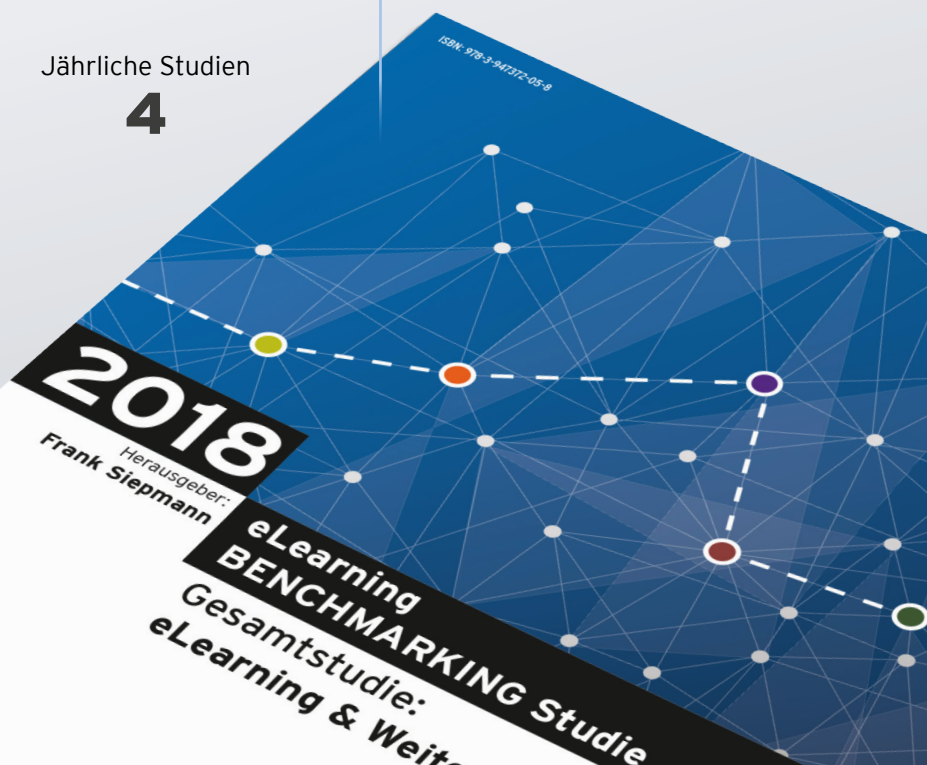
- Fachtagungen -

Teilnehmende eLearning Professionals

3.000+

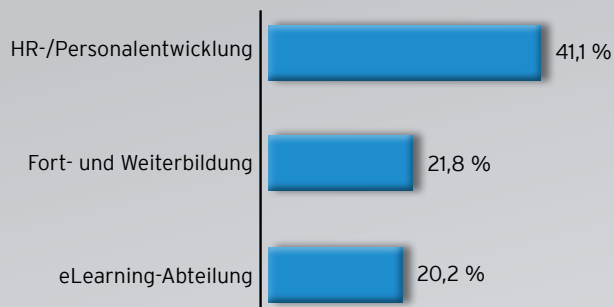
Jährliche Veranstaltungstage

25

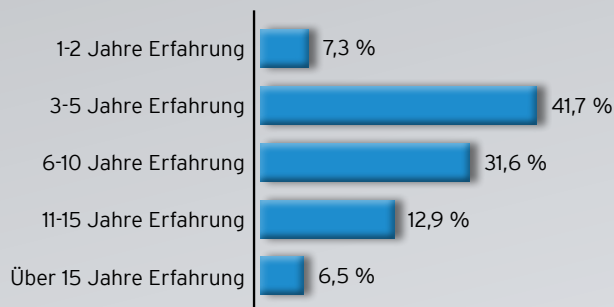


eLearning-Professionals lesen das eLearning Journal

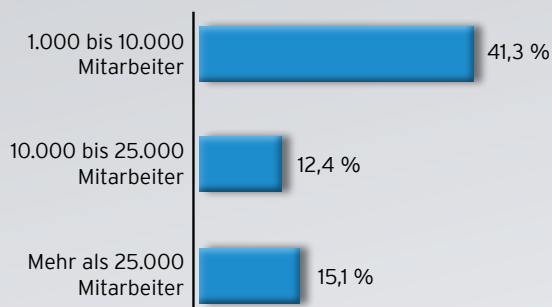
Zielgruppe:



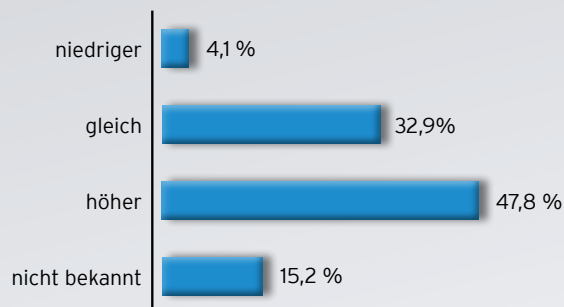
eLearning Expertise:



Unternehmensgröße:



eLearning Budget-Entwicklung:



eLearning Journal:

Branding & Marketing- Kampagne 2019

4 Produkte **1** Preis!

DIGITAL

1. Who is Who-Digital: Premium-Profil

Werden Sie sichtbar für Ihre Zielgruppe!

- **Anbieterprofil:** Premiumpartner können sich und ihr Portfolio in einem eigenen Anbieterprofil potenziellen Projektpartnern vorstellen.
- **Who is Who:** Premium-Profile werden im digitalen „Who is Who“-Verzeichnis standardmäßig priorisiert aufgelistet.
- **Logo:** Premiumpartner werden im Dienstleister-Verzeichnis mit ihrem Firmenlogo gelistet und heben sich so deutlich von den Basis-Einträgen der Konkurrenz ab.

Listenpreis: **950,- €** im Jahr
zzgl. ges. MwSt./Jahresabonnement

Dienstleister-Profil

inside Unternehmensgruppe

Website besuchen

Website: www.inside-online.de
eMail: kontakt@inside-online.de
Tel: +49 241 18292 20
Anschrift: Auf der Hülz 190
52068 Aachen
Land: Deutschland

Wir sind Spezialist für betriebliche Bildung und gehören zu den Top 10 E-Learning-Anbietern in Deutschland. Seit mehr als 20 Jahren realisieren wir mit unseren rund 70 Spezialisten effiziente Lösungen für die Aus- und Weiterbildung in Unternehmen. Schwerpunkte liegen in den Bereichen E-Learning, Mobile Learning, Blended Learning, Performance Support und Präsenztraining.

ANSPRECHPARTNER

Marcel Dübner
Geschäftsführer

Tel: +49 (0)241 18292 20
eMail: kontakt@inside-online.de

eMail zusenden

PORTFOLIO

2016-2019
11.000+
Suchen im
Who is Who

PRINT

2. Who is Who-Print: BranchenGUIDE

Ihre Präsenz in allen Publikationen des eLearning Journals!

- **Wegweiser:** Im eLearning BranchenGUIDE werden eLearning-Dienstleister und -Agenturen auf einer doppelseitigen Karte der DACH-Region sichtbar gemacht und so als regionale Akteure für unsere Leser sichtbar.
- **Selbstdarstellung:** In jeder Publikation werden alle Anbieter des eLearning BranchenGUIDEs in der Form einer Anzeige oder einer Selbstdarstellung präsentiert.
- **Belegexemplare:** Ihnen werden unsere 6 jährlichen Publikationen bestehend aus 4 Ausgaben des eLearning Journals (vierteljährlich), dem Jahrbuch „eLearning & Wissensmanagement“ sowie die eLearning BENCHMARKING Studie in Printform zugeschickt.

Listenpreis: **850,- €** im Jahr
zzgl. ges. MwSt./Jahresabonnement



3. CROSSMEDIAL Advertorial

74 engram GmbH

Virtual Reality in der Sparkassen-Beratung

Der eLearning-Markt ist oftmals sehr technikgetrieben und neue Methoden versprechen in regelmäßigen Abständen neue Anwendungsmöglichkeiten für die betriebliche Bildung. Während vor einigen Jahren noch Mobile Learning die neue Technologie der Branche war, so wird dank weitgehender Marktreife das Thema „Virtual Reality“ neben der Unterhaltungsbranche zunehmend auch für die betriebliche Bildung interessant. Wie der Einsatz von VR in der Praxis aussehen kann, zeigt das neue VR-Projekt „view“ der engram GmbH.

Der Begriff Virtual Reality bezieht sich auf eine computergenerierte, dreidimensionale Simulation, in der der Nutzer eintrauen kann (immersions). Um einen möglichst hohen Grad an Immersion zu erzeugen, kommt typischerweise spezielle Hardware in der Form von sogenannten Head-Mounted-Displays zum Einsatz. Diese speziellen Brillen nutzen kleine Bildschirme vor den Augen, um zwei Bilder aus unterschiedlichen Perspektiven darzustellen und dadurch für den Nutzer einen dreidimensionalen Eindruck zu erzeugen. Die Brillen reagieren auf die Kopfbewegungen der Nutzer, was eine 360-Grad-Umgebung ermöglicht und dadurch das Gefühl vermittelt, sich tatsächlich an einem virtuellen Ort zu befinden.

view – das Serious Virtual Reality-Projekt für Sparkassen

Genau diese Eigenschaften von VR sollten in dem Projekt „view“ der engram GmbH zusammen mit dem Projektpartner Sparkasse Pilsen/Born-Deitsch, Sparkasse Mainfranken Würzburg, dem Deutschen Sparkassenverband und der Deutscher Bank für die Kundenberatung nutzbar gemacht werden. Im Rahmen von „view“ soll die Kundenberatung von Finanzprodukten mit Hilfe von VR unterstützt werden, um einerseits den Beratungsprozess emotional aufzuladen und gleichzeitig die komplexen Themen sowohl für den Berater als auch für den Kunden verständlicher und erlebbarer zu machen.

Grundsätzlich gibt es zwei Anwendungsszenarien. Einerseits kann der Kunde eigenständig die VR-Brille nutzen und die virtuelle Inhalte auch ohne einen Berater erleben. In der Praxis tragen jedoch in der Regel sowohl der Berater als auch der Kunde eine Virtual Reality-Brille und tauschen anschließend gemeinsam in die virtuelle Themenwelt ein. Durch seine eigene VR-Brille erkennt der Berater wohin sein Kunde in der virtuellen Welt blickt und kann dem Kunden dadurch gezielt Feedback und weitere Informationen zur Verfügung stellen. Darüber

75 engram GmbH

NACHGEFRAGT Interview mit Jens Wunderlich, Geschäftsführer der engram GmbH

eLearning Journal: Guten Tag, Herr Wunderlich, welche Vorteile hat Virtual Reality aus Ihrer Sicht gegenüber anderen eLearning-Methoden wie etwa Blended Learning oder ein Web Based Training?

Jens Wunderlich: Ich sehe Lernen mit Hilfe von Virtual Reality zum Beispiel mit einer VR-Brille, nicht als vollständiger Ersatz zu Blended Learning oder Web Based Training, sondern als sehr sinnvolle Ergänzung. Mit VR-Lernen bestehen ganz neue Möglichkeiten, die Sinne des Lernenden anzusprechen und viel einfacher zu erklären. Die so vermittelten Lerninhalte werden durch den Lernenden bewusster wahrgenommen und können daher viel besser abgerufen werden.

eLearning Journal: In dem Projekt „view“ wird VR von den beteiligten Sparkassen in der Kundenberatung eingesetzt. Was sind Ihrer Meinung nach weitere Einsatzgebiete der VR-Technologie im Bildungsbereich, sowohl in der Finanzbranche aber auch über diese hinaus?

Jens Wunderlich: Für die Finanzbranche sehe ich sehr gute Möglichkeiten, VR für die Vermittlung von Beratungsinhalten und für Werbestützungen einzusetzen. Darüber hinaus eignet sich VR sehr gut für die Vermittlung von Wissen, welches mit Raummodellen zu tun hat. Zum Beispiel kann man damit sehr nachvollziehbar Trainingsprogramme für die Reinigung von Hochhäusern in Gebäuden sowie auch die Schulung von Reparaturern an Maschinen gut umsetzen. Cases, in der Medizin wird VR bereits effizient zu Trainingszwecken (z.B. zur Vorbereitung von Operationen) eingesetzt.

eLearning Journal: Aktuell ist VR in der betrieblichen Bildung in Deutschland noch nicht sehr verbreitet. Wie schätzen Sie das Potential von VR für ABL- und Weiterbildung in den kommenden Jahren ein?

Jens Wunderlich: Ich schätze das Potential für VR in der Weiterbildung als sehr groß ein. Content für VR kann relativ schnell und kostengünstig produziert werden. VR-Brillen werden im Laufe der nächsten Jahre als Informationsmedium wie selbstverständlich, nicht nur für Spiele, genutzt werden. Erhebend ist, dass ein Lernangebot für den Auftragnehmer effizient, lernend und nachhaltig ist. Nicht jedes Projekt muss in VR umgesetzt werden. Denn wer sich VR dauerhaft als weites, interessantes Lernmedium etablieren



2019
30.000+
Monatliche Leser

Stellen Sie in einem 2-seitigen Beitrag Ihre Produkte und Dienstleistungen unseren Lesern vor!

Mit unserem crossmedialen Advertorial können Sie auf zwei Seiten ausführlich Ihre Produkte und Dienstleistungen vorstellen, in der Form von Best Practice erfolgreiche Projekte mit Kunden präsentieren oder mit einem Fachbeitrag zu aktuellen Trends und Entwicklungen als Experte auftreten.

Ihr crossmediales Advertorial wird dreifach als Print-Fassung in einer Ausgabe des eLearning Journals, als digitale Version in unserem Online-Magazin www.elearning-journal.de sowie in einem unserer monatlichen Newsletter veröffentlicht.

Listenpreis: **2500,- €**
zzgl. ges. MwSt.

4. **DIGITAL** Newsletter-Beitrag



Adressieren Sie Projektverantwortliche aus der gesamten DACH-Region!

Mit über 12.000 Newsletter-Abonnenten bietet Ihnen das eLearning Journal eine optimale Plattform für Ihre digitale Marketingstrategie. Nutzen Sie das hochwertige redaktionelle Umfeld unseres monatlichen Newsletters um unserem Netzwerk Ihre Produkte, Dienstleistungen und Themen vorzustellen. Für den Newsletter-Beitrag stehen Ihnen folgende Formate zur Auswahl:

- **Textanzeige:** max. 1000 Zeichen (500 Zeichen im Newsletter + in vollem Umfang als News im Online-Magazin)
- **Banner:** Maße 500 x 100 Pixel

2019
12.000+
Newsletter-Abonnenten

Listenpreis: **500,- €**
zzgl. ges. MwSt.

Die Willkommens-Kampagne im Überblick

1. DIGITAL Who is Who-Digital: Premium-Profil
Premium-Profil in der Who is Who-Datenbank im Online-Magazin.
Jahresabonnement/Normalpreis nach dem ersten Jahr: 950,- € pro Jahr.

2. PRINT Who is Who-Print: BranchenGUIDE
Anbieter-Profil im BranchenGUIDE aller Print-Publikationen.
Jahresabonnement/Normalpreis nach dem ersten Jahr: 850,- € pro Jahr.

~~1000,- €~~

950,- €
im ersten Jahr/zzgl. ges. MwSt.

3. CROSSMEDIAL Advertorial
Einmaliger 2-seitiger Beitrag in einer eLearning Journal-Ausgabe nach Wahl und im Online-Magazin.
Ohne Berechnung

4. DIGITAL Newsletter-Beitrag
Einmaliger Beitrag oder Banner im Monats-Newsletter des eLearning Journals.
Ohne Berechnung

Für die Who is Who-Datenbank/Projektpartner-Börse und den BranchenGUIDE schließt der Werbetreibende ein Werbeabonnement für ein Jahr ab. Das Abonnement wird zum Ende der angegebenen Laufzeit automatisch um 1 Jahr verlängert, sollte es nicht rechtzeitig gekündigt werden. Die Kündigungsfrist beträgt 3 Monate zum Ende des Abo-Zeitraums.



Ihr Kontakt zum eLearning Journal

Mit unserem exklusiven Willkommens-Paket bieten wir Ihnen eine attraktive Einstiegsmöglichkeit, um Ihr Unternehmen und Ihr Portfolio unserer hochwertigen Leserschaft aus eLearning-Professionals und -Projektverantwortlichen vorzustellen. Gerne stelle ich Ihnen in einem persönlichen Gespräch unser umfangreiches Medienportfolio vor, um Ihnen passgenaue Marketing-Maßnahmen für Print und Digital empfehlen zu können.

Für einen Austausch stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung.

Christian Jachens
Global Sales

Adresse: eLearning Journal - Zum Dorfe 28 - 27628 Hagen im Bremischen

eMail: christian.jachens@elearning-journal.de

Telefon: +49 (0) 4746 / 72 68 85



siepmann|media

eLearning
JOURNAL