

# Mass Customization in der beruflichen Bildung

Vortrag im Juni 2001 an der  
Pädagogischen Hochschule  
In Freiburg

Projektarbeit im Rahmen  
der Ausbildung zum  
Experten für neue  
Lerntechnologien (ENLT)  
der Tele-Akademie  
in Furtwangen

©Robert Freund  
Finkenweg 6  
D-35099 Burgwald  
Telefon: 06451/71290  
Telefax: 06451/71291

The screenshot shows the website 'tele-akademie' with a navigation menu (Informationen, Marktplatz, Kommunikation, Service Web) and a sidebar with categories like Stellenangebote, Firmenprofile, and Experten. The main content area displays the profile of 'Freund, Robert', an expert for 'Neue Lerntechnologien'. It includes a photo, a list of qualifications (Masterstudiengang, ENLT expert, QM-Fachauditor, teacher), and a detailed description of his work on Mass Customization and Personalization. It also lists references, contact information, and links.

**tele-akademie**  
fachhochschule furtwangen

Start | Sitemap | Suche

Informationen Marktplatz Kommunikation Service Web

> Experten > E > Freund, Robert

**Freund, Robert**

Experte für Neue Lerntechnologien

**Qualifikationen**

- Masterstudiengang „Erwachsenenbildung“ (-2004)
- Experte für neue Lerntechnologien
- QM-Fachauditor/Bildungsmanagement
- Lehrer für Mathematik und Physik

**Erfahrungen und Kompetenzen**

Als Selbständiger habe ich mich von Ende der 80er Jahre bis Mitte der 90er Jahre mit Qualitätsmanagement und Lean Management befasst. Es stellte sich aber sehr schnell heraus, dass es eine neue, hybride Wettbewerbsstrategie gibt, die scheinbar widersprüchliche Forderungen integrieren kann: Mass Customization and Personalization. Mit MCP ist es möglich, individuelle Produkte und Dienstleistungen für einen Massenmarkt kostengünstig herzustellen. Im Rahmen meines berufsbegleitenden Studiums zum ENLT habe ich untersucht, ob MCP auch auf den Bildungsmarkt übertragen werden kann. Aus der Projektarbeit ist ein eigenes Portal entstanden und nach und nach ein umsetzbares Konzept, das immer mehr Beachtung findet. MCP in der Bildung bedeutet: Es ist möglich, individuell, für einen Massenmarkt und dennoch wirtschaftlich zu qualifizieren.

**Referenzen**

**Vorträge (Auswahl):**

- Elearnchina 2003 ([www.elearnchina.com](http://www.elearnchina.com))
- Zweiter Weltkongress zu MCP 2003
- Forum Bildung 2003
- EVET-Konferenz 2002
- Europäischer Kongress zur beruflichen Weiterbildung KOMPETENZ 1998

**Kontakt**

**Robert Freund**  
Finkenweg 6  
D-35099 Burgwald  
Telefon: 06451/71290  
Telefax: 06451/71291  
E-Mail: [info@RobertFreund.de](mailto:info@RobertFreund.de)

**Links:**

- [www.RobertFreund.de](http://www.RobertFreund.de)
- [www.personalisiertes-lernen.de](http://www.personalisiertes-lernen.de) - Portal zu Mass Customization in der beruflichen Bildung
- [Projektpräsentation: Personalisiertes Lernen](#)

Druckversion Seitenanfang

Welche Auswirkungen hat  
**Mass Customization**  
auf das Management  
der beruflichen Weiterbildung ?

# Übersicht

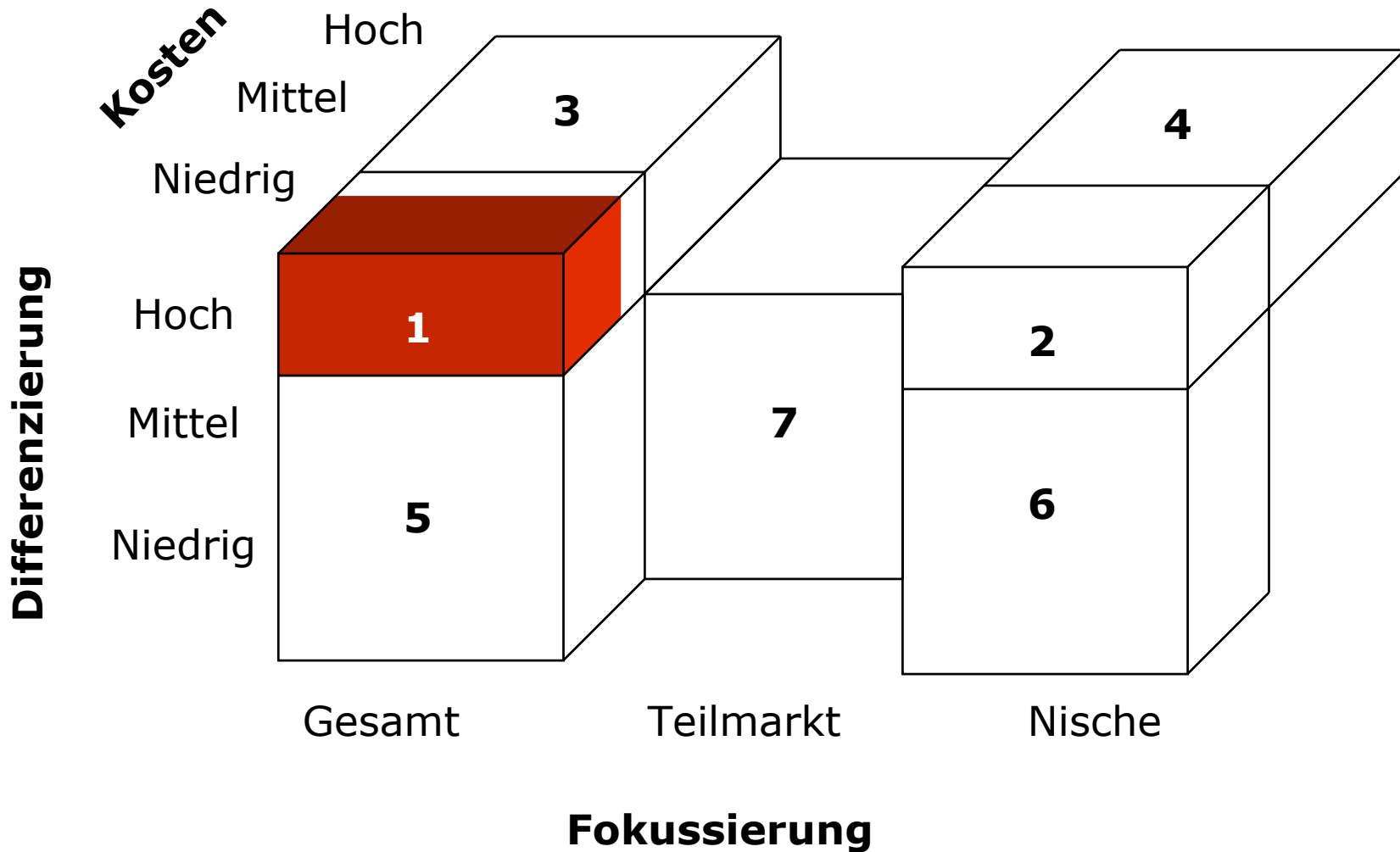
1. Kernelemente der Mass Customization
2. Übertragung auf die berufliche Weiterbildung
3. Konsequenzen für das Bildungsmanagement

# **1. Kernelemente der Mass Customization**

# Definition: Mass Customization (I)

Mass Customization  
(kundenindividuelle Massenproduktion)  
ist die Produktion von Gütern und Leistungen  
für einen (relativ) **großen Absatzmarkt**,  
welche die unterschiedlichen Bedürfnisse  
jedes **einzelnen Nachfragers** dieser  
Produkte treffen, zu **Kosten**, die ungefähr  
denen einer massenhaften Fertigung  
vergleichbarer Standardgüter entsprechen.

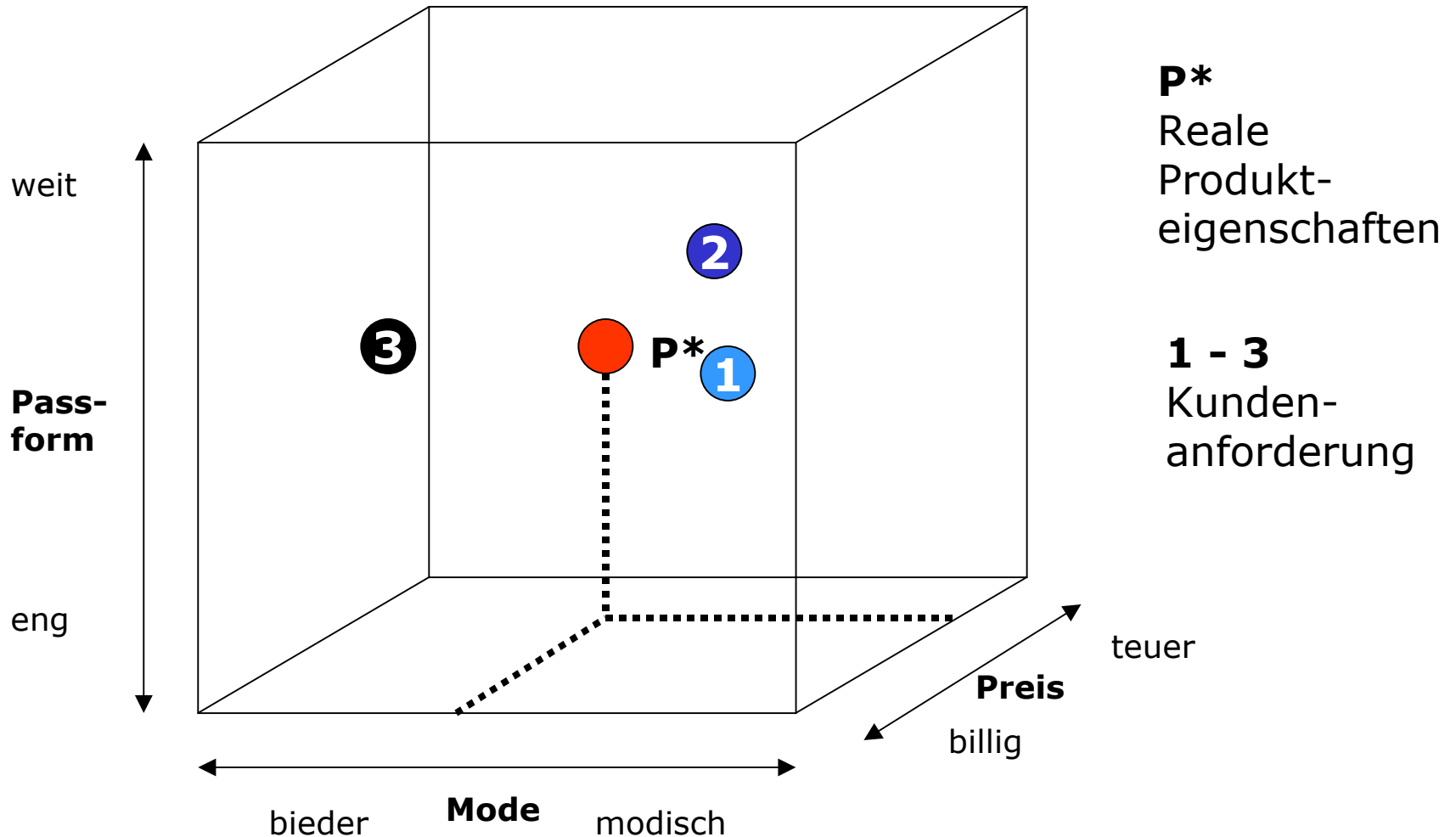
# Erweiterung der Strategiekombinationen



## **Definition: Mass Customization (II)**

Die Informationen, die im Zuge des Individualisierungsprozesses erhoben werden, dienen dem Aufbau einer dauerhaften, individuellen Beziehung zu jedem Abnehmer.

# Idealpunkt eines Produkts aus Kundensicht





# Neue Lösungen sind möglich

**Wandel vom Verkäufer zum Käufermarkt**

**Individualisierung der Nachfrage und weitreichende Segmentierung der Nachfrage**

**Kostenführerschaft oder Differenzierungsstrategie reichen nicht mehr aus**

**fordern**

**Hybride Strategieansätze (z.B. Mass Customization)**

**ermöglichen**

**Neue Fertigungstechnologien**

**Neue Informations- und Kommunikationstechnologien**

**Neue strategieworientierte Reorganisationskonzepte**

# Mass Customization

**think consult** Die deutsche Web-Site zu Kundenindividueller Massenproduktion und CRM/Personalization

[Home](#) [Aktuelles](#) [Was ist MC?](#) [Newsletter](#) [Literatur](#) [Case Studies](#) [Consulting](#) [Network](#) [Kontakt](#)



Herzlich Willkommen auf den Internet-Seiten zur **Mass Customization / Kundenindividuellen Massenproduktion** -- eine faszinierende Wettbewerbsstrategie, die für Unternehmen aller Branchen viele Potentiale bietet. Mass Customization bildet auch die Grundlage jedes erfolgreichen CRM-Konzepts, da sie den wahren Kern einer Kundenbeziehung in den Mittelpunkt stellt: die Erfüllung der individuellen Wünsche und Bedürfnisse jedes Abnehmers.

Ich freue mich auf Ihr [Feedback](#) zu diesen Seiten, Ihr

**Aktuelle Meldungen zu Mass Customization und CRM: täglich aktualisiert**

**Die MC und CRM Themen des Monats:**

- [Mass Customization und 1to1 auf der Internet World](#): Sehen Sie in einer Real-Video-Aufzeichnung Grey-Chef Michael

## **2. Voraussetzungen für MC in der beruflichen Weiterbildung**

# Welche Produkte eignen sich für MC ?

- Güter, die sich nach den persönlichen Maßen richten
- High-Interest-Güter
- Produkte mit hohem Informationsgehalt

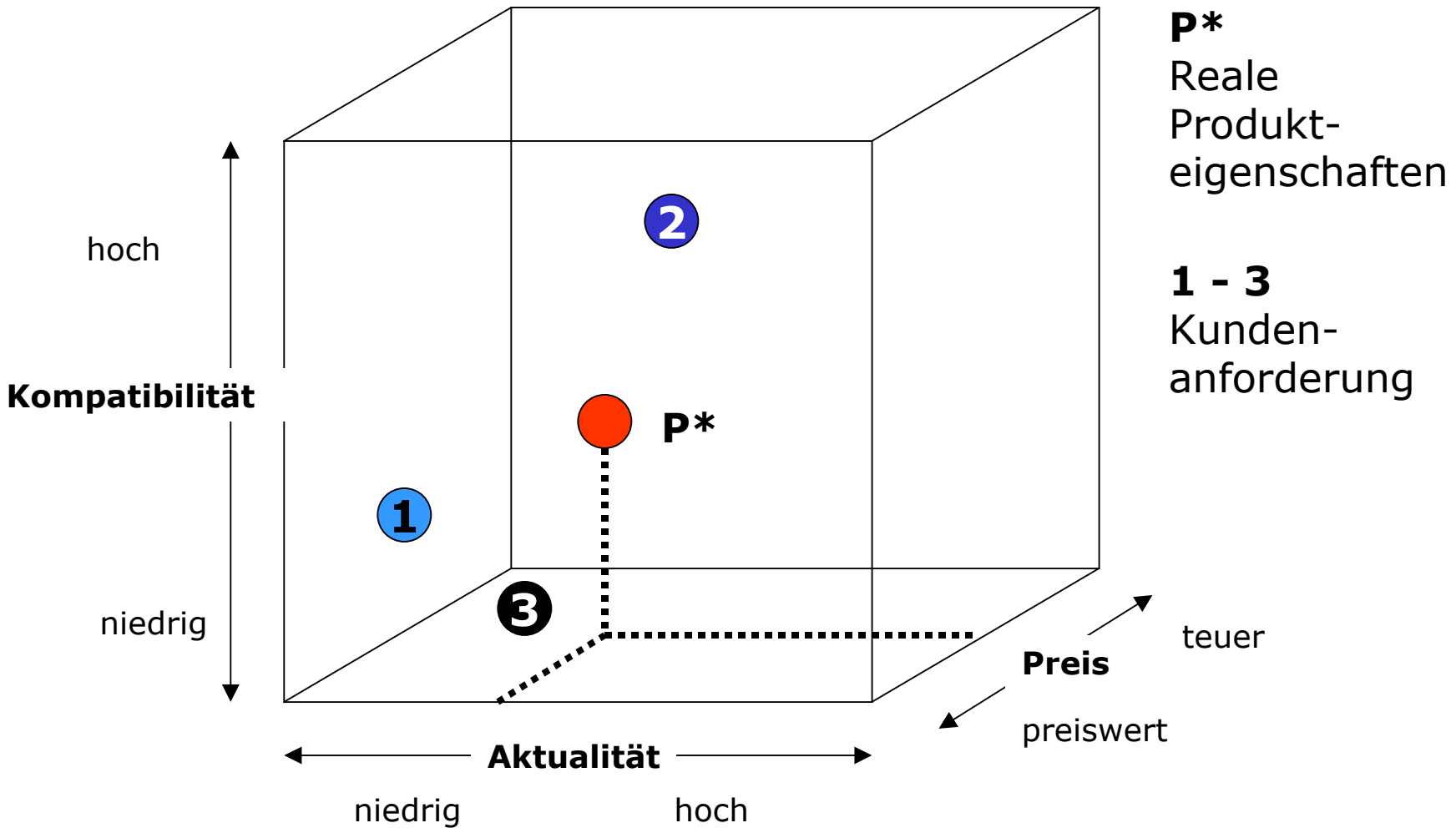
**Allgemein: Branchen, die traditionell durch viele Produktneuheiten und eine hohe Variantenvielzahl gekennzeichnet sind**

Allerdings muss auch ein Varietätswunsch beim Abnehmer vorhanden sein.

# Produkte

	JA	NEIN
<b>Ihr Produkt bietet vielfältige Varietätsoptionen</b>	X	
<b>Ihre Produkte bauen in irgendeiner Form auf den Körpermaßen ihres Benutzers auf</b>		X
<b>Es handelt sich um langlebige, komplexe Güter</b>		X
<b>Ihr Produkt gehört zur Klasse der Luxus- und Spezialitätengüter mit anspruchsvollen Nachfragern</b>	X	
<b>Ihre Güter sind digitalisierbar (der Inhalt ist elektronisch speicherbar)</b>	X	
<b>Die Variantenvielfalt Ihrer Produkte ist in den letzten Jahren stetig angestiegen</b>	X	
<b>Die Absatzmärkte sind traditionell fragmentiert</b>	X	
<b>Der Absatzmarkt für das Produkt (Grundprodukt mit allen individuellen Kombinationen) ist ausreichend groß</b>	X	
<b>Das Produkt befindet sich nicht in der abnehmenden Phase des Produktlebenszyklus</b>	X	
<b>Sie sehen in Entwicklung und Konstruktion Ansatzpunkte, die interne Varietät des Produkts zu verringern</b>	X	

# Idealpunkt eines (Bildungs-) Produkts aus Kundensicht



# Abwicklung eines MC-Geschäfts im WWW

**1. Modul: HOMEPAGE**

**2. Modul: INDIVIDUALISIERUNG**

**(2.1a)  
Konfigurator  
Neukunden**

**(2.1b)  
Konfigurator  
Stammkunden**

**(2.2) Ergebnisanzeige  
des Konfigurators**

**(2.3) Erhebung der Kundendaten  
bei Neukunden und  
bei Stammkunden**



**3. Modul: ORDERTRACKING**

**4. Modul: KUNDENDIALOG**

# Curriculum-Broker ab 2002

Das C U B E R – P R O J E K T

„(Personalised) **C**urriculum **B**uilder in the Federated Virtual University of the **E**urope of **R**egions“.

Ab Mitte Juni 2001 Testphase

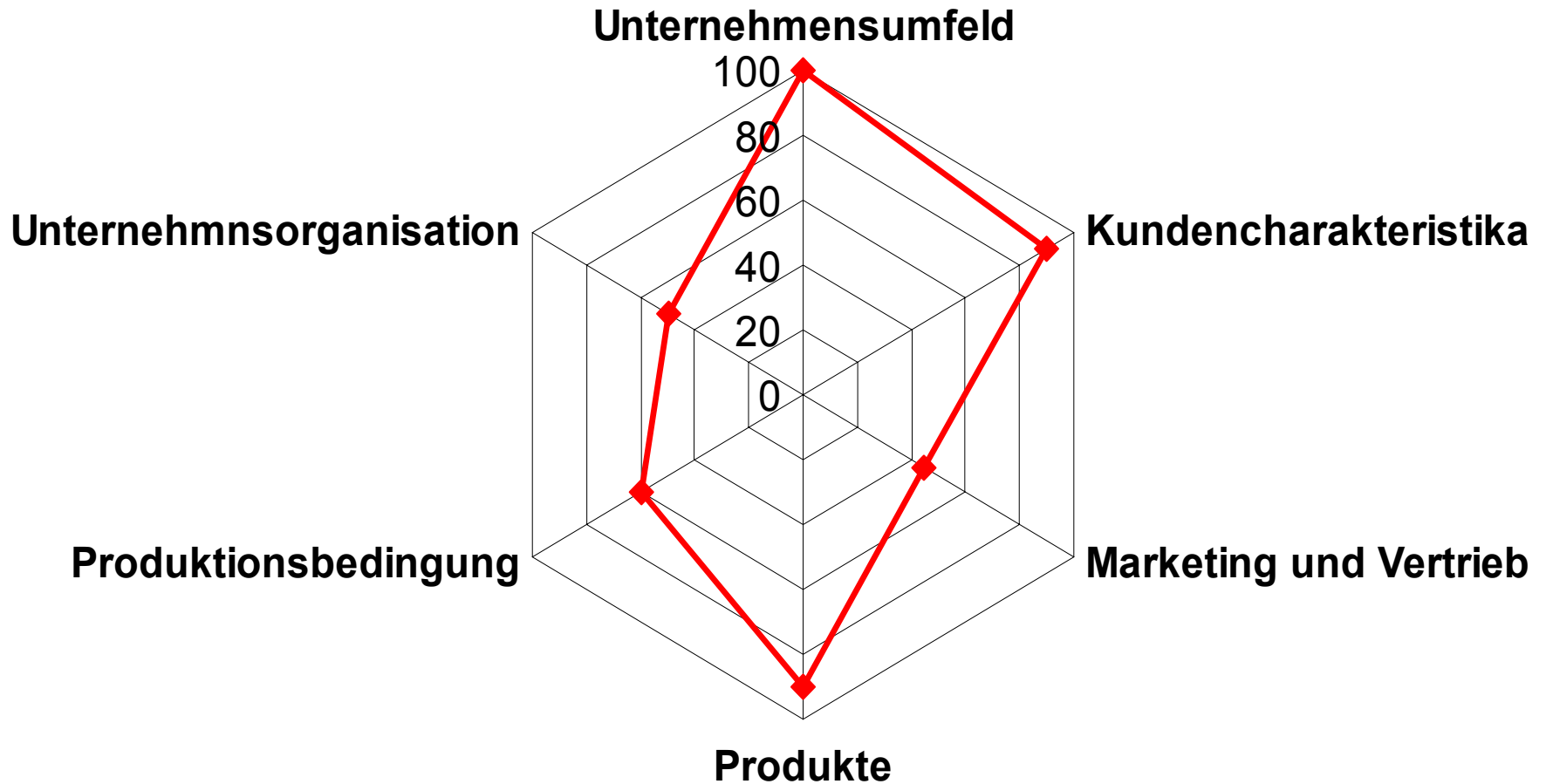
[www.cuber.net](http://www.cuber.net)



# Online-Learning (USA)

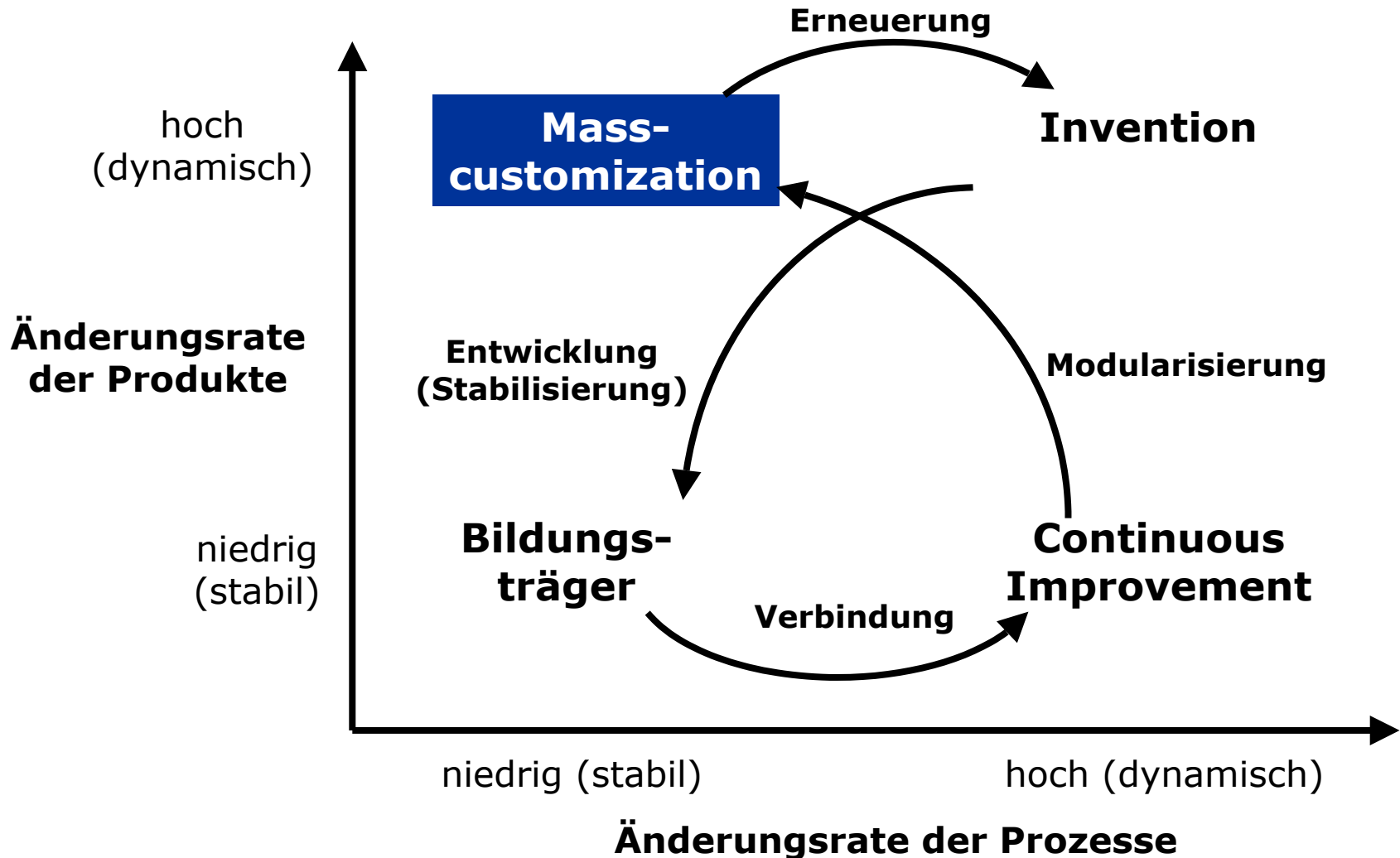
- Pionierunternehmen seit 1998
- Individualisierung von vorlesungsbegleitenden Internetseiten
- Hohe Modularisierung
- Mittlere Komplexität
- Ansprüche an einen Produktkonfigurator voll erfüllt
- Aufbau dauerhafter Learning Relationships

# MC in der beruflichen Bildung



# **3. Konsequenzen für das Bildungsmanagement**

# Die Evolution der Wettbewerbsstrategien



# Implementierung

## Drei Alternativen

- Inkrementeller Wandel
- Aufbau Mass-Customization-spezifischer Neugeschäfte
- Radikale Transformation

**Vorschlag:** Selbstindividualisierung und Ergänzung von Standardprodukten durch individuelle Sekundärleistungen als gutes Anfangskonzept

# Einige Auswirkungen auf das Bildungsmanagement

- Etablierung individueller Kontakte mit den Nachfragern an erster Stelle  
(Neuland für Massenhersteller)
- IuK-Technologie: Von einer unterstützenden Back-Office-Anwendung zu einem integralen Bestandteil der Geschäftsstrategie und zur Quelle von Wettbewerbsvorteilen
- Management von individuellen Prozessen
- Lieferanten werden zu MC-Partner

# Zusammenfassung

Alles, was digitalisierbar ist, ist auch individualisierbar

- Die kundenindividuelle Massenproduktion von Bildungsinhalten ist **die** Wettbewerbsstrategie der Zukunft
- Es gibt einen Mangel an wettbewerbsfähigen MC-Strukturen

Nicht mehr Geld, sondern  
**NEUES DENKEN und HANDELN**  
sind gefragt

# FANGEN SIE AN !

Benjamin Franklin,  
Gründervater der amerikanischen Verfassung:

One of the tragedies of life  
is the murder of a beautiful theory  
by a gang of brutal facts

Der Tod der alten Theorie ist der Kokon,  
aus dem der Schmetterling schlüpft:

**Die Geburt der Mass Customization**



# Ausblick

Im amerikanischen Management  
gibt es ein geflügeltes Wort:

„There are three kinds of companies:

Those that make things happen,  
those who watch things happen and  
the rest who wonder what happened “

# Kontakt

Robert Freund  
Finkenweg 6  
D-35099 Burgwald  
Telefon: 06451/71290  
Telefax: 06451/71291

Das Portal zu Mass Customization and  
Personalization in der beruflichen Bildung  
**ab September 2001**

[info@personalisiertes-lernen.de](mailto:info@personalisiertes-lernen.de)  
[www.personalisiertes-lernen.de](http://www.personalisiertes-lernen.de)