



# **MASS CUSTOMIZATION AND PERSONALIZATION IN DER WEITERBILDUNG**

**WIE MAN INDIVIDUELL,  
FÜR EINEN MASSENMARKT  
UND DENNOCH WIRTSCHAFTLICH  
WEITERBILDEN KANN**

# Übersicht

**1** Mass Customization and Personalization

**2** Mass Customization in der Weiterbildung

**3** Ein praktikables Umsetzungskonzept

**4** Aktuelle Entwicklungen und Ausblick

# Übersicht

## **1** Mass Customization and Personalization

2 Mass Customization in der Weiterbildung

3 Ein praktikables Umsetzungskonzept

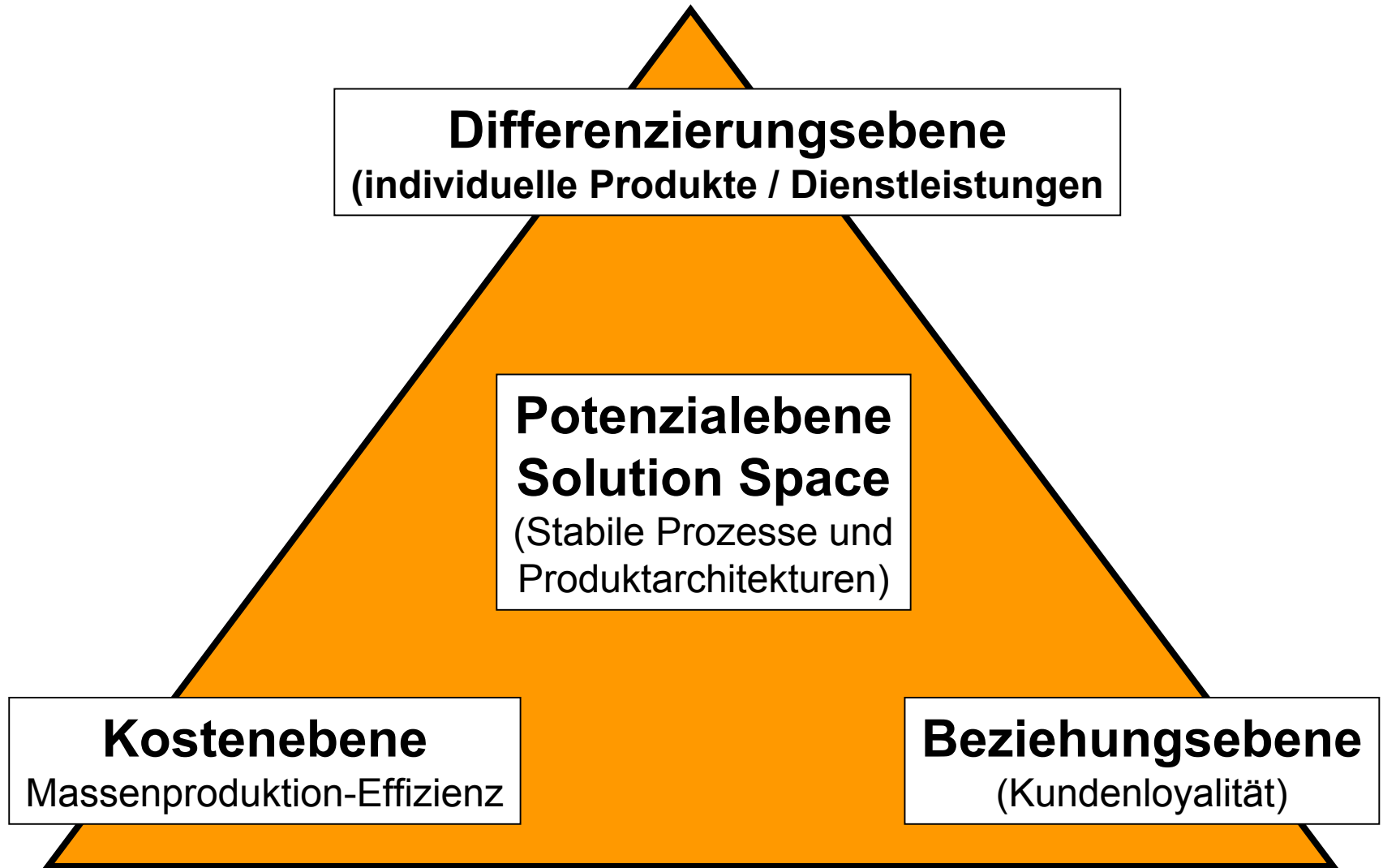
4 Aktuelle Entwicklungen und Ausblick

# Definition: Mass Customization

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.

Die Informationen, die im Zuge des Individualisierungsprozesses erhoben werden, dienen dem Aufbau einer dauerhaften, individuellen Beziehung zu jedem Abnehmer (**Learning Relationship**)

# Die vier Ebenen von Mass Customization



# Historische Entwicklung

Anwendungen in den verschiedenen Branchen

**2005: 3. Weltkongress in Hong Kong**

**2004: Erste Konferenz zu Mass Customization in Osteuropa**

**2003: 2. Weltkongress in München**

**International Institute of Mass Customization and Personalization**

**2001: 1. Weltkongress in Hong Kong**

**1998: Piller „Die kundenindividuelle Massenproduktion“**

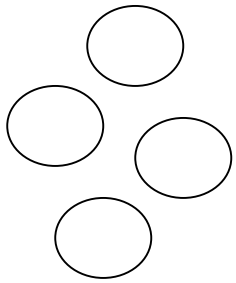
**1993: Pine „Mass Customization“ / MIT-Studie**

**1987: Davis „Future Perfect“ / Begriff: Mass Customization**

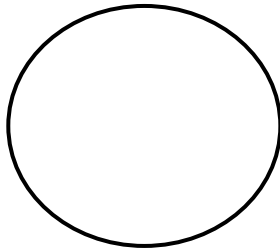
**1971: Toffler „Future Shock“ / Aufzeigen der Möglichkeiten**

# Entwicklung der Märkte

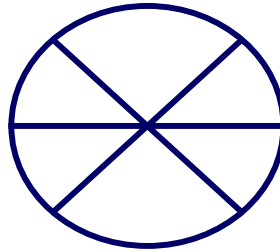
Am Anfang steht die Frage nach der „**Individualität**“, denn hier liegt die Existenzberechtigung von Mass Customization and Personalization



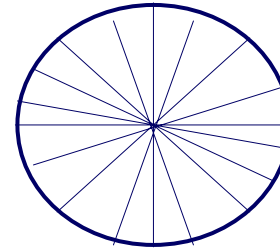
**Lokale Märkte**



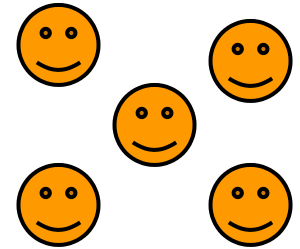
**Massen- Märkte**



**Segmentierte Märkte**



**Nischen- Märkte**



**Mass Customization  
Individuelle  
Massenmärkte**

„It’s the customer who determines what a business is“

(Drucker 1954)

# Neue Lösungen sind heute möglich

<b>Wandel vom Verkäufer zum Käufermarkt</b>	<b>Individualisierung der Nachfrage und weitreichende Segmentierung der Nachfrage</b>	<b>Kostenführerschaft ist nicht mehr ausreichend</b>	<b>Differenzierungsstrategie reicht nicht mehr alleine aus</b>
---	---	--	--



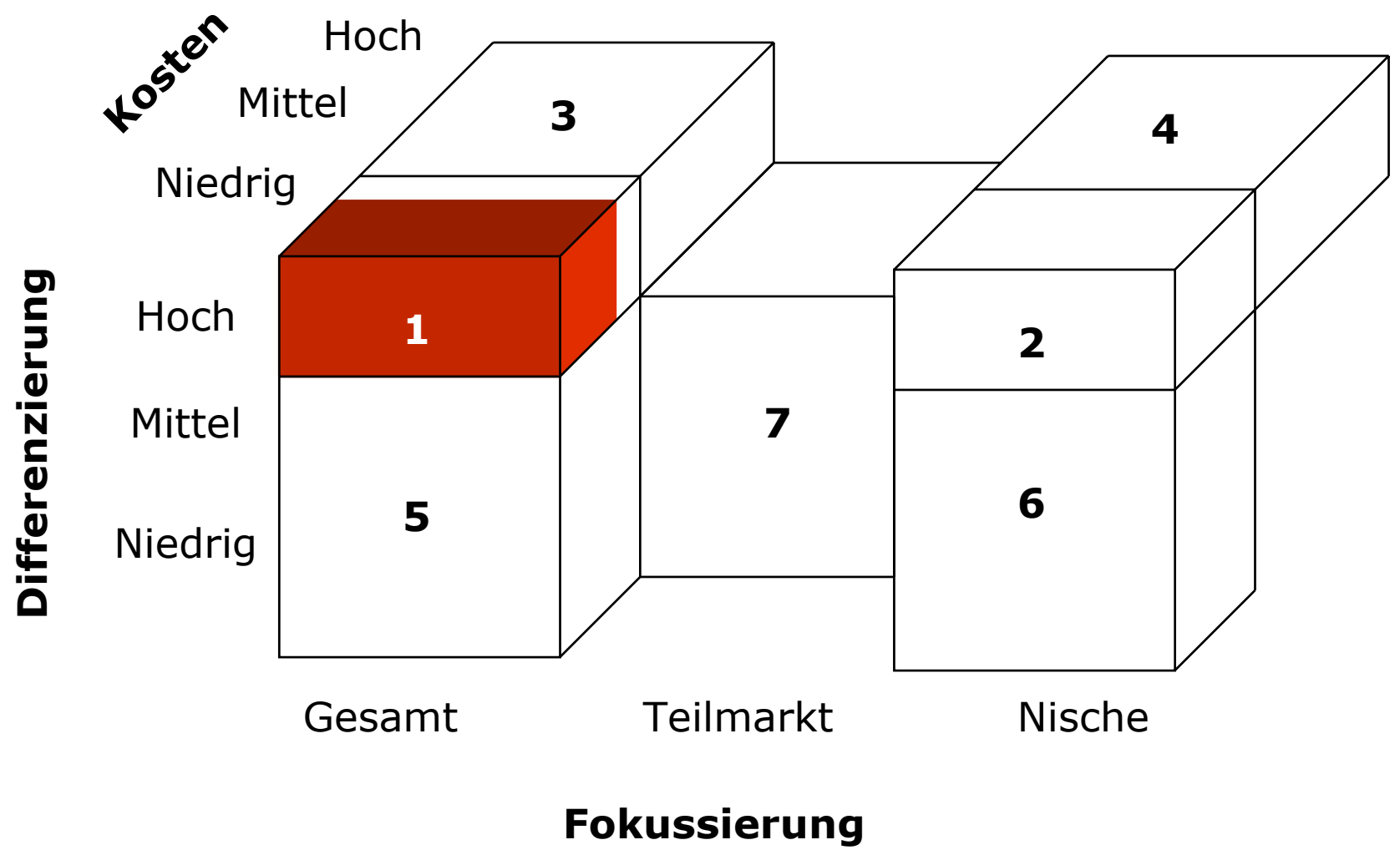
## Hybride Strategie: Mass Customization



<b>Neue Fertigungstechnologien</b>	<b>Neue Informations- und Kommunikationstechnologien</b>	<b>Neue strategieworientierte Reorganisationskonzepte</b>
------------------------------------	--	---



# Erweiterung der Strategiekombinationen



# Welche Produkte eignen sich für MCP ?

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

**Allgemein:**

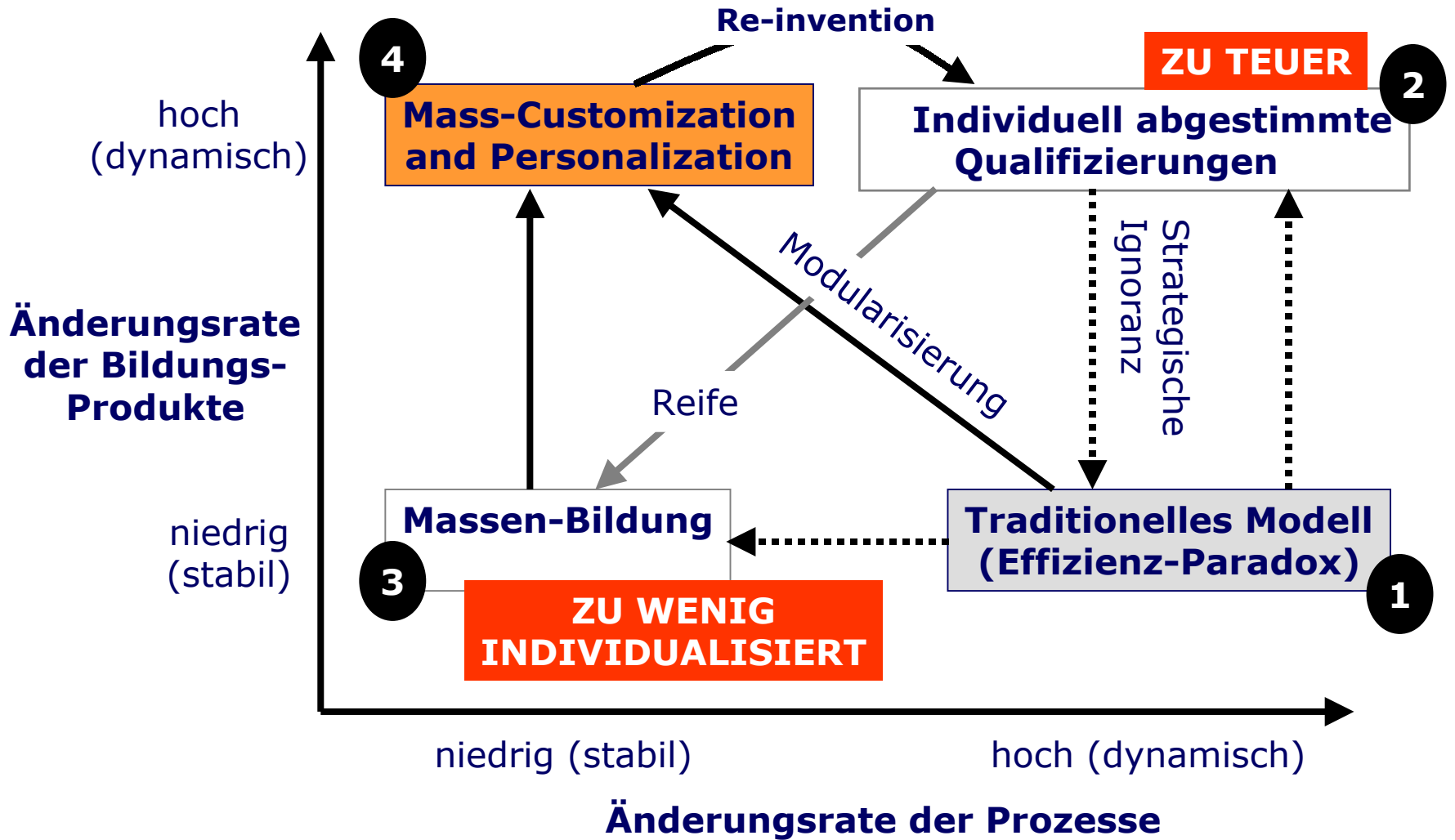
**Branchen, die traditionell  
durch viele Produktneuheiten  
und eine hohe Variantenvielzahl  
gekennzeichnet sind**

Allerdings muss auch ein Varietätswunsch beim Abnehmer vorhanden sein

# Übersicht

- 1 Mass Customization and Personalization
- 2 Mass Customization in der Weiterbildung**
- 3 Ein praktikables Umsetzungskonzept
- 4 Aktuelle Entwicklungen und Ausblick

# Strategien für Anbieter von Bildungsprodukten



# Customization along the „education value chain“

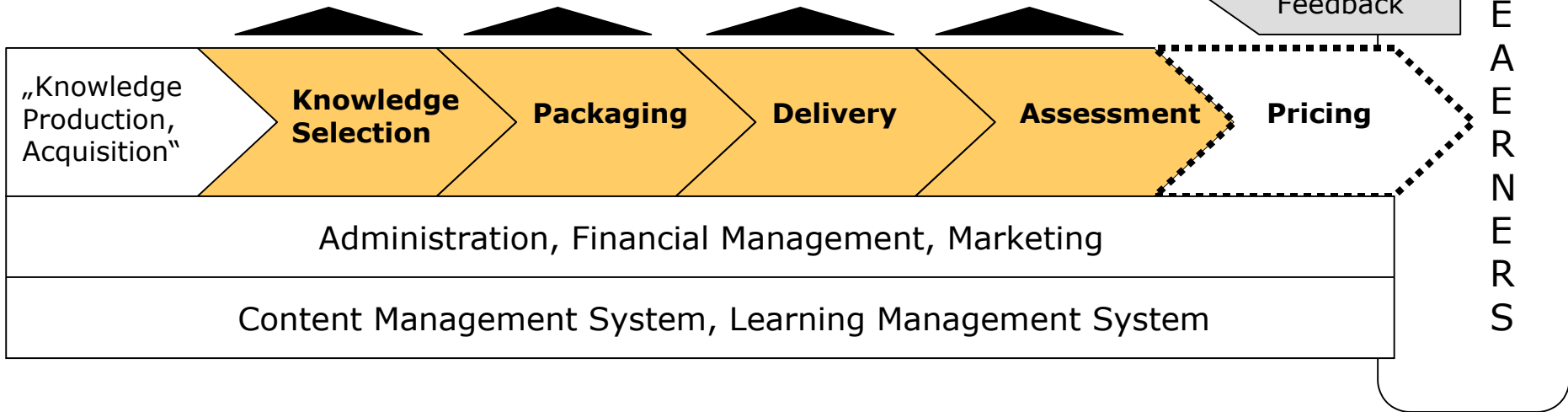
8 dimensions along which learning process can differ

(1) Previous Knowledge  
(2) Learning objectives

(3) Preferences for different Media types and devices

(4) Preferences for different Points in time  
(5) Speed of learning  
(6) Preferences for different Levels of instructed interaction  
(7) Need for collaboration

(8) Need for supplementary Interaction (e.g. assessment)



# E-Learning and Mass Customization



## 1. HOMEPAGE

## 2. PERSONALIZATION

**(2.1a)**  
**Configurator**  
**New Customer**

**(2.1b)**  
**Configurator**  
**Old Customer**

**(2.2) View Results**

**(2.3) Collect Customer Data**

## „Learning Objects“



**3. TRACKING**

**4. RELATIONSHIP**

# Market of management education

Market segments and relevance of mass customization and low-scale customization (including collaboration)

Organizations	Mass Customization	Customization	Customization
	Mass Customization	Mass Customization	Mass Customization
Individual Learners	Mass Customization	Combination of explicit and tacit knowledge	Combination of explicit and tacit knowledge
		Customization	Customization
	Specialized Modules	Basic Programs	Advanced Programs



# Übersicht

- 1 Mass Customization and Personalization
- 2 Mass Customization in der Weiterbildung
- 3 Ein praktikables Umsetzungskonzept**
- 4 Aktuelle Entwicklungen und Ausblick



# Probleme von E-Learning-Initiativen

- **Nach 10 Jahren entdeckt die E-Learning-Branche den Menschen** (FR vom 26.04.2003)
- **E-Learning-Initiativen scheitern aus der Sicht der Arbeitnehmer** (Mueller 2001)
- **Further aspects in which E-Learning initiatives fail are collaboration and interactivity** (Hutzschenreuter 2002)
- **E-Learning ist nicht lernerorientiert** (Initiative D21 2002)

Die zentrale Herausforderung ist also nicht E-Learning, sondern ein Lernkulturwandel „in Richtung selbstgesteuertes Lernen“ [...]

**Notwendig ist eine subjektorientierte Wende in der Didaktik** (Arnold 2002).

# Multiple Intelligenz

- Bessere Erkenntnisse über das Potenzial eines Menschen und über effiziente und effektivere Ausbildungsmöglichkeiten



- Zeigt Begabungen zutreffender auf, sodass sie weiter gefördert werden können
- **Ansatz für das Management des intellektuellen Kapitals**

# Gardner's Multiple Intelligenz Theorie

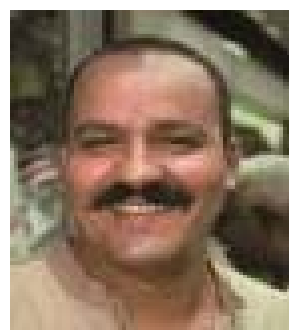
- Sie baut auf seriösen Theorien und Forschungsergebnissen auf
- Sie ist einfach anzuwenden
- Sie ist effektiv
- Sie ist kosteneffizient
- Sie ist flexibel

# Gardner's Multiple Intelligenz Theorie



Visuelle Intelligenz

Auditive Intelligenz



Kinästetisch-Motorische Intelligenz

Philosophisch-ethische Intelligenz

Interpersonelle Intelligenz

Naturalistische Intelligenz

Intrapersonelle Intelligenz

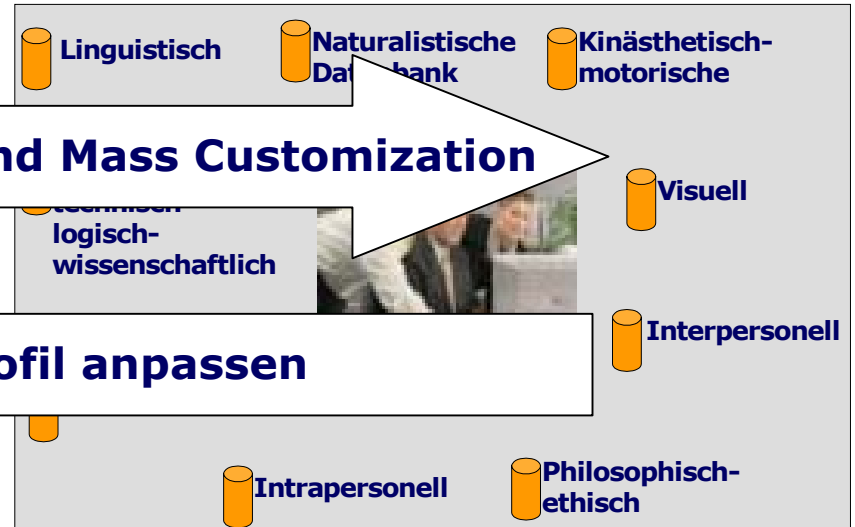
# Personalization and Mass Customization

## (1) Persönliches MI-Profil: Auswertung

Intelligenz	Gesamt	0	5	10	15	20	25	30	35	40	45	50
Linguistisch	X											
		•										
Mathematisch	X											
		•										
Auditiv	X											
		•										
Visuell	X											
		•										
Kinästhetisch	X											
		•										
Interpersonell	X											
		•										
Intrapersonell	X											
		•										
Naturalistisch	X											
		•										
Philosophisch	X											
		•										



## (2) Multiple-Intelligenz Job-Profil



**(3) E-Learning und Mass Customization**

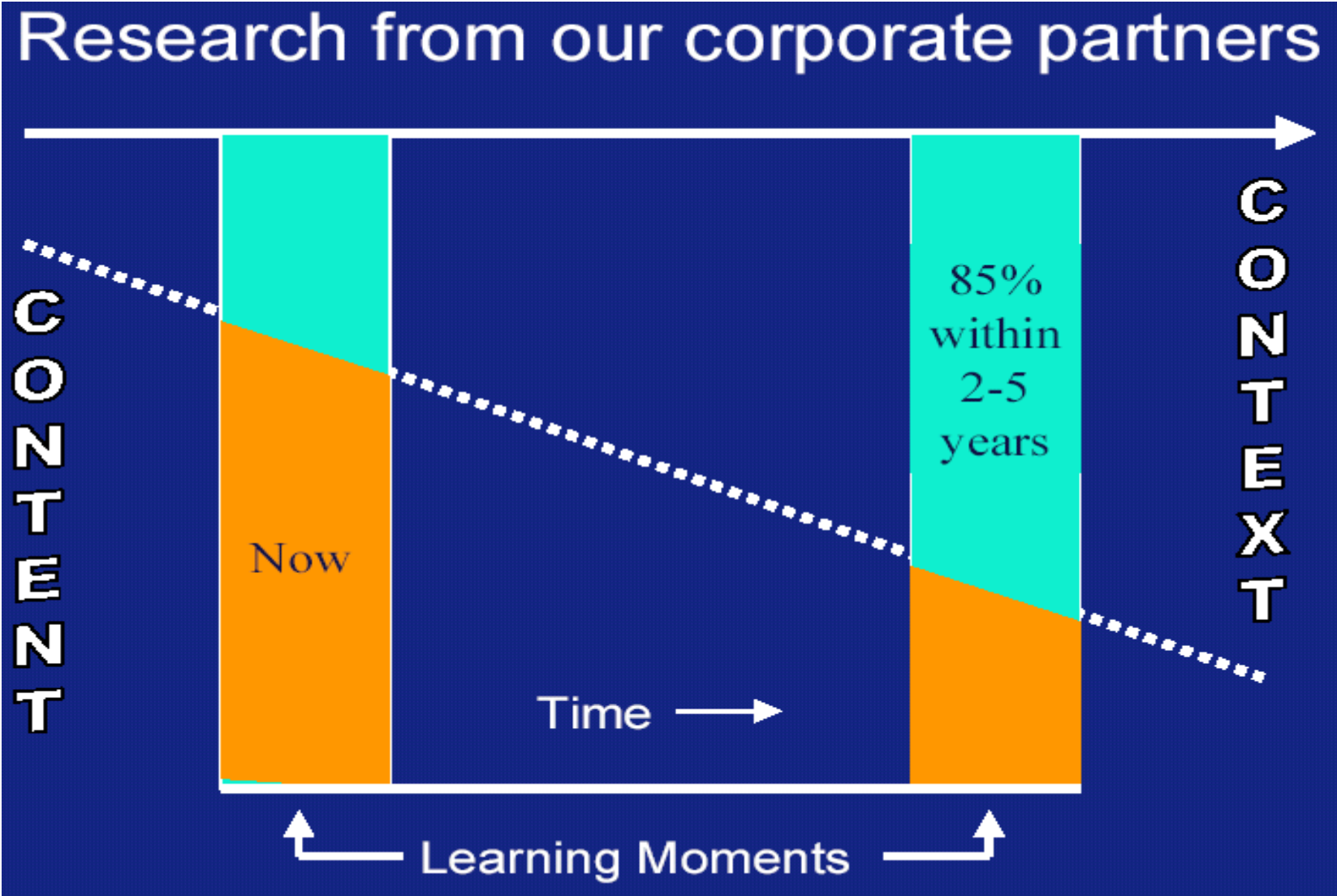
**(3) Jobprofil anpassen**

## (4) Learning Relationship und Lebenslanges Lernen

# Übersicht

- 1 Mass Customization and Personalization
- 2 Mass Customization in der Weiterbildung
- 3 Ein praktikables Umsetzungskonzept
- 4 Aktuelle Entwicklungen und Ausblick**

# Context and Content





Robert J. Freund

Finkenweg 6

D-35099 Burgwald

Germany

Tel: ++49 6451 71290

Fax: ++49 6451 71291

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

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

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit