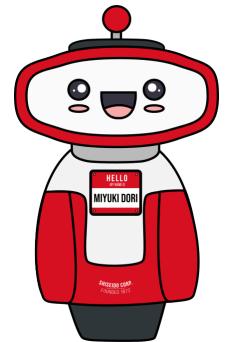


今日のご機嫌いかがですか

Mein Name ist Miyuki Dori und ich bin heute Ihr Tourguide

auf einer dreidimensionalen Lernreise zu den Wahrzeichen Tokios

Tokyo Tower, Ginza District, Skytree oder das Nationalmuseum - das und noch viel mehr werden Sie heute auf unserer *Lernen-durch-Erleben*-Exkursion durch die Hauptstadt Japans kennenlernen. Ich nehme Sie mit und erzähle Ihnen mehr über Shiseido und seine Produkte, über das Land und seine Kultur und insbesondere über Tokyo als Shiseidos Geburtsstadt. Seien Sie mit dabei und passen Sie gut auf, denn in mehreren Quizzes können Sie ihr Wissen testen und vertiefen und mit Glück sogar bis zu drei Tokio-Souvenirs gewinnen!



Produktbeschreibung // Die Story dahinter

Das japanische Unternehmen Shiseido Company, Limited (株式会社資生堂), welches 1872 im traditionsbewussten Japan gegründet wurde, wünschte sich im Zuge der in Tokio geplanten Olympischen Spiele 2020 ein Lernmodul, welches die Verbundenheit zur Stadt unterstreicht und auch den Charakter der Olympischen Spiele aufgreift. So wie die Olympischen Spiele auch, wurde der ursprünglich für das Modul geplante Wettkampf-Charakter vorerst nach hinten geschoben und somit der Fokus auf die Stadt gerückt. Die Welt konnte leider nicht nach Japan kommen, mit Hilfe dieser sogenannten *Tokio Tour* kann Shiseido viele Sehenswürdigkeiten Tokios im dreidimensionalen Raum in die Welt tragen und somit auch in Ihr Wohnzimmer - ganz zeitgemäß in einer virtuellen Umgebung natürlich.



Damit die Nutzer* auf ihrer Reise durch dieses etwas andere Lernmodul nicht vor lauter Staunen das Lernen vergessen, wird ihnen ein Guide namens Miyuki Dori an die Seite gestellt, welche sie durch die drei Bereiche des Moduls führt und immer wieder nützliche Tipps gibt. Jeder der drei Bereiche setzt dabei einen individuellen Schwerpunkt auf die Stadt, welcher wiederum den Schwerpunkt für die verwendeten Marken, Produkte und Lerninhalte setzt.

Der erste Bereich namens *Ginza* zeigt dabei die moderne Skyline Tokios, den *Shiseido Parlour* und den *Shiseido Store*. Dieser war das erste Geschäft des Shiseido-Gründers *Arinobu Fukuhara* - ursprünglich eine Apotheke. Der folgende *Ueno Park* mit seinen historischen und detailreichen, japanischen Tempeln sowie berühmten Kirschbäumen zeigt die Verbundenheit Shiseidos zu Tradition und Natur auf. Im anschließenden *Asakusa-Bezirk* kann die Verschmelzung von Geschichte und Moderne, die so typisch für Japan ist, bewundert werden.

Produktbeschreibung // Die Technik dahinter

Wie alle anderen Lernmodule von Shiseido auch, wurde die *Tokio Tour* so angelegt, dass die Inhalte über die Anbindung von Datenbanken in vielen verschiedenen Sprachen ausgespielt werden können. Eine feingranulare Inhaltsorganisation sorgt dafür, dass individuelle Markt- und Ländereigenschaften berücksichtigt werden können. Abgeschlossen wird das Ganze durch ein umfangreiches Marketing-Tracking.

Um zu gewährleisten, dass alle Inhalte gesehen werden, bewegt sich der* User* auf einem vordefinierten Weg durch die dreidimensionalen Welten voller japanischer Sehenswürdigkeiten. Diese wurden in Anlehnung an die Originale nachgebaut und mit zum jeweiligen Bereich passendem Bildmaterial ergänzt, um so einen optisch abgerundeten Eindruck zu schaffen. Die Sehenswürdigkeiten, denen jeweils ein Produkt aus der Shiseido-Palette zugeordnet ist, werden farblich hervorgehoben und mit ihren Namen versehen, damit der* User* nachvollziehen kann, welche Sehenswürdigkeit dargestellt wird.

Ebenso wie die einzelnen Wege durch die Bereiche selbst, so ist auch die Reihenfolge, in welcher diese besucht werden sollen, vordefiniert. Entsprechend werden die später zu sehenden Bereiche abhängig vom jeweiligen Lernfortschritt freigeschaltet. Sowohl innerhalb der dreidimensionalen Welt als auch auf der Übersichtsseite, welche über das Menü abrufbar ist, erhält man visuell als auch textlich Rückmeldung darüber, welche Inhalte bereits gesehen wurden und welche noch zu sehen sind, bevor das nächste "Level" gestartet werden kann.

Nachdem alle Sehenswürdigkeiten eines Bereichs gesehen wurden, wird das Abschlussquiz freigeschaltet. Hier kann das neu gelernte Produktwissen getestet, vertieft und gefestigt werden. Zusätzlich kann bei erfolgreichem Abschluss des Quizzes ein Tokio-Souvenir gewonnen werden, welches im eigenen Lernstatus innerhalb des Moduls auftaucht. Sofern alle drei Quizze erfolgreich absolviert wurden, konnten sich die User* innerhalb des vorgegebenen Geschenkzeitraums um ein Geschenk seitens Shiseido bewerben. Dabei konnte jeder der an der *Tokio Tour* teilnehmenden Märkte den Geschenkzeitraum und das Geschenk selbst definieren.

Dass das Lernmodul mit all seinen technischen Anforderungen auf allen Geräten nicht nur gut aussehen, sondern auch funktionieren soll, ist obligatorisch und wurde z.B. durch eine intuitive Steuerung auf mobilen Endgeräten eindrucksvoll umgesetzt.

Partner für dieses ambitionierte Projekt war das Unternehmen *Innovation Campus Xtended Learning Solutions GmbH*, welches bereits seit Jahren für *Shiseido* interaktive, unterhaltsame und unkonventionelle Lerninhalte entwickelt. Unterstützt wurde *Innovation Campus* von der Digitalagentur *Medienwürfel GbR*, die sich auf die Konzeption und technische Umsetzung komplexer Anwendungen spezialisiert hat.

Methodisch-didaktischer Einsatzzweck

Eine durchdachte und kreativ aufbereitete Sightseeing Tour mit spannenden Geschichten bleibt viel besser im Gedächtnis, als eine rein textliche Variante. Entsprechend ist es dem Unternehmen *Shiseido* wichtig, seine Lernmodule grafisch ansprechend, mit einem roten Faden durchzogen und inhaltlich abwechslungsreich zu gestalten. So entstand über die vergangenen Jahre eine große, international genutzte E-Learning-Plattform, mit deren Hilfe jährlich tausende von Fachverkäufern* geschult werden.

Die Aussicht auf die drei Modul-internen Souvenirs, den Shiseido-Pin sowie ein echtes Shiseido-Geschenk motivieren und schaffen zusätzliche Anreize die Produktinformationen zu studieren. Die direkte Quiz-Auswertung gibt Aufschluss über den eigenen Wissensstand und die abschließende Ergebnisseite mit den korrekten Quiz-Antworten zeigt dem* Nutzer* die noch vorhandenen Lernpotenziale auf.

Die Lust am Lernen steht bei Shiseido im Fokus und damit verbunden eine geschickte Verschmelzung von Lerninhalten und Unterhaltung. Dies konnte im aktuellen Projekt *Tokio Tour* mit dem integrierten Storytelling mittels des Guides Miyuki Dori abwechslungsreich und eindrucksvoll umgesetzt werden. Dabei wurden die aktuellen, technischen Möglichkeiten der Webentwicklung optimal genutzt - sowohl in der Umsetzung innerhalb des Lernmoduls an sich als auch in Bezug auf die Anbindung an die bereits bestehende Datenbank und der Verknüpfung mit der Shiseido Plattform.