

## Abstract zur Masterarbeit

Fachgebiet: Marketing  
Name: Krizischke, Tamara  
Thema: **Online Training-Systeme: moderne Mittel der interaktiven Schulung**  
Jahr: 2013  
Betreuer: Prof. Dr., M.Sc., Dipl.-Kfm. (Univ.), Dipl.-Ing. (FH) Stephan Degle  
Dipl. Ing (FH) N. Bretschneider

**Ziel.** Es sollen der Begriff E-Learning und die mögliche Integration von E-Learning in das bestehende Seminarprogramm untersucht werden. Zudem soll ein aktuelles Bild der Weiterbildungslandschaft im Allgemeinen und im Bereich der Augenoptik, Optometrie und Ophthalmologie im deutschsprachigen Raum aufgezeigt werden. Zusätzlich wird anhand einer Umfrage (im deutschsprachigen Raum) eine Übersicht über den kontaktlinsenanpassend Markt in Bezug auf Weiterbildungen erstellt und den möglichen Einsatz von E-Learning und Webinaren erläutert werden.

**Material und Methode.** Zuerst wird anhand von Literaturrecherche der Begriff des E-Learning erläutert und der Weiterbildungsmarkt untersucht. Die anschließende Umfrage wurde an 1925 Kunden der Galifa Kontaktlinsen AG in Deutschland, Österreich und der Schweiz gesandt. Davon nahmen 363 an der Umfrage teil. Die Umfrage erfolgte elektronisch über das Onlineumfrageportal [umfrageonline.com](http://umfrageonline.com). Für die Auswertung wurden die Antworten teilweise nach Unternehmenssitz und Unternehmenstyp getrennt beurteilt.

**Ergebnisse.** Der Begriff E-Learning ist nicht klar definiert und wird in unterschiedlichen Kontexten unterschiedlich gebraucht. Der Weiterbildungsmarkt ist in sich sehr undurchsichtig, was einen Vergleich der Marktzahlen erschwert. Auch die nur teilweise vorhandene Weiterbildungspflicht im augenoptischen Bereich stellt ein Manko dar. Eine Implementierung von Online-Schulungssystemen ist mittels Blended Learning vorstellbar. Die Umfrage ergab, dass knapp 70% der Unternehmen an Weiterbildungen in Form von Webinaren und knapp 85% an Weiterbildungen in Form von E-Learning interessiert sind. Für beide Varianten von Online-Schulungen wurde als Haupthinderungsgrund der fehlenden zwischen-menschlichen Kontakt bzw. das Fehlen eines persönlichen Ansprechpartners genannt. Am unwichtigsten war für die Antwortenden der Umgang mit der Technik. In Bezug auf die Teilnahme an Weiterbildungen gaben 90% der Umfrageteilnehmer an, sich in den letzten zwei Jahren weitergebildet zu haben. Dabei haben sowohl der Unternehmenssitz noch der Unternehmenstyp einen Einfluss auf die Teilnahme. Auch bei der Anzahl der besuchten Weiterbildungen liegen die Kontaktlinsenanpasser im deutschsprachigen Raum im Durchschnitt. Lediglich in Österreich werden etwas weniger Weiterbildungen besucht dafür aber fast 100% der Kontaktlinsenanpasser. Ebenfalls besuchen Angestellte von augenoptischen Fachgeschäften etwas weniger Weiterbildungen.

**Schlussfolgerung.** Kontaktlinsenanpasser bilden sich regelmäßig weiter. Eine Fortbildungspflicht wäre aber trotz allem sinnvoll, um alle in dieser Branche Tätigen auf einem hohen Wissensniveau zu halten und um eine optimale Versorgung zu gewährleisten. Das Interesse an Weiterbildungen in Form von Online-Schulungen ist vorhanden. Es muss aber noch Aufklärungsarbeit bezüglich ihres Ablaufes dieser erfolgen und um momentan bestehende Hemmschwellen zu senken. Zudem wäre eine Einstiegshilfe in Form von Blended Learning am Anfang äußerst sinnvoll.

**Schlüsselwörter.** Webinar, E-Learning, Online-Training-System, Weiterbildung, E-Learning Software

## Abstract Master Thesis

Specific Field: Marketing  
Name: Krizischke, Tamara  
Master Thesis: **Online-Training-Systems: a modern way of interactive training**  
Year: 2013  
Supervising Tutor: Prof. Dr., M.Sc., Dipl.-Kfm. (Univ.), Dipl.-Ing. (FH) Stephan Degle  
Dipl. Ing (FH) N. Bretschneider

**Purpose.** The term e-learning should be explained and the possible integration of e-learning into the existing training program should be investigated. In addition, an updated picture of the educational landscape in general and in the field of opticians, optometry and ophthalmology is shown, focusing on Germany, Austria and Switzerland. In addition, based on a survey, an overview of the contact lens market in terms of education will be created, clarifying the possible use of e-learning and webinars.

**Methods.** First, using literature research, the term of e-learning was defined, and the education market studied. Then a survey was conducted. This was sent to 1925 customers of Galifa Contactlinsen AG in Germany, Austria and Switzerland. 363 of them took part in the survey. The survey was conducted electronically via the website [umfrageonline.com](http://umfrageonline.com). To help in analysis, the answers were in part assessed separately for place and type of business. Results: The term e-learning is not clearly defined and can differ strongly depending on the context. The education market is in itself very untransparent, making a comparison of the market figures difficult. The survey found that nearly 70% of the companies are interested in further education in the form of webinars, and nearly 85% in further education in the form of e-learning. For both alternate versions of online training the main deterrent has been cited to be the lack of interpersonal contact and liaison. Least important for the respondents was the use of technology. In relation to the participation in further education 90% of respondents report on visiting one or more in the last two years. The contact lens fitters are, concerning the number of visited training courses, average, Austria being a statistical outlier with less training attended, but nearly 100% of them. This also applies to optical store employees, who generally enjoy less further training.

**Results.** The term e-learning is not clearly defined and can differ strongly depending on the context. The education market is in itself very untransparent, making a comparison of the market figures difficult. The survey found that nearly 70% of the companies are interested in further education in the form of webinars, and nearly 85% in further education in the form of e-learning. For both alternate versions of online training the main deterrent has been cited to be the lack of interpersonal contact and liaison. Least important for the respondents was the use of technology. In relation to the participation in further education 90% of respondents report on visiting one or more in the last two years. The contact lens fitters are, concerning the number of visited training courses, average, Austria being a statistical outlier with less training attended, but nearly 100% of them. This also applies to optical store employees, who generally enjoy less further training.

**Conclusion.** Contact lens fitters continue to educate themselves regularly. A training requirement would be useful to keep all employees in this sector at a high standard of knowledge and to ensure optimal care. Interest in education in the form of online training is available. Awareness training is still needed in the use and the processes of these online applications if difficulties are to be

avoided. In addition, an easy entry in the form of blended learning would certainly be useful in the initial phases.

**Keywords.** Webinar, E-Learning, Online-Training-System, qualification, education, E-Learning software, contact lens fitter