

Computergestütztes Datenschutz-Quiz



Internes Marketing für die Trainingsangebote der Datenschutzabteilung bei der Deutschen Post

Auftraggeber
Deutsche Post AG

Zielgruppe
Alle MitarbeiterInnen der Deutschen Post

FEATURES

Die Deutsche Post setzt erfolgreich Lernprogramme zum Thema „Datenschutz“ von digital spirit ein. Der Bekanntheitsgrad der Web Based Trainings im Unternehmen soll weiter erhöht und die Mitarbeiter zur Nutzung der Trainings angeregt werden. Daher entwickelte digital spirit für die Deutsche Post eine Reihe von multimedialen Elementen, die auch als interne Marketing-Instrumente der Datenschutzabteilung dienen.

Speziell zur Präsentation an einem Stand mit persönlicher Anleitung wurde auch das „Datenschutz-Quiz“ entwickelt. Es wurde mit derselben Produktionsumgebung realisiert wie die Datenschutz-Lernprogramme. Über das identische Screendesign wird

ein optischer Bezug zu den Lernprogrammen hergestellt.

Die Inhalte lehnen sich ebenfalls stark an die bestehenden Lernmodule an. Das Quiz enthält sechs Fragen aus unterschiedlichen Datenschutzmodulen. Die Fragen wurden so überarbeitet, dass sie ohne Audiounterstützung funktionieren, nur einen Lösungsversuch bieten und kein Feedback enthalten.

Eine Auswertungsseite zeigt, zu welchen Themenmodulen die Fragen gehören (Grundmodul, Personal- oder Kundendaten). Des Weiteren bietet die Auswertungsseite die Möglichkeit, sich die Lösung für die Quizfragen anzeigen zu lassen. Auf der Auswertungsseite steht ein Link zum Ausdrucken

eines PDF-Exemplars der „Sieben Goldenen Regeln des Datenschutzes“ zur Verfügung. Zusätzlich finden die Teilnehmer eine Information, wo im Intranet die Lernprogramme und weitere Informationen der Datenschutzabteilung aufgerufen werden können.

Hat ein Teilnehmer die nötige Mindestpunktzahl erreicht, erscheint auf der Auswertungsseite ein weiterer Link zum Ausdrucken eines Coupons zur Teilnahme an einem Gewinnspiel.

Weitere Marketing-Materialien von digital spirit sind ein interaktives Suchbild und zwei Flash-Videos, in denen das Thema Datenschutz mit einem Augenzwinkern aus ungewöhnlicher Perspektive dargestellt wird.

Datenschutz-Trailer



Internes Marketing für die Trainingsangebote der Datenschutzabteilung bei der Deutschen Post

Auftraggeber
Deutsche Post AG

Zielgruppe
Alle MitarbeiterInnen der Deutschen Post

FEATURES

Die Deutsche Post setzt erfolgreich Lernprogramme zum Thema „Datenschutz“ von digital spirit ein. Der Bekanntheitsgrad der Web Based Trainings im Unternehmen soll weiter erhöht und die Mitarbeiter zur Nutzung der Trainings angeregt werden. Daher entwickelte digital spirit für die Deutsche Post eine Reihe von multimedialen Elementen, die auch als interne Marketing-Instrumente der Datenschutzabteilung dienen.

AUFMERKSAMKEIT DURCH VIDEOTEASER

Speziell zur Präsentation an einem Stand wurde neben einem Datenschutz-Quiz und einem interaktiven Suchbild auch zwei Datenschutz-Videotrailer mit ca. 45 Sekunden

Länge erstellt. Sie erzeugen Aufmerksamkeit für das Thema und regen mit einem überraschenden Slogan zum Schmunzeln an. Eine Videosequenz zeigt einen offensichtlich um Datenschutz bemühten Mitarbeiter, wenn auch auf etwas unorthodoxe Weise.

Im Anschluss werden die eLearning-Angebote der Datenschutzabteilung mit ihren Vorteilen vorgestellt. Dies erfolgt anhand von Impressionen wie z. B. Screenshots. Über eine aktivierende Ansprache wird am Ende der persönliche Bezug zum Betrachter hergestellt.

BOTSCHAFT AUCH PER EMAIL

Die Trailer wurden am Stand über große Bildschirme abgespielt, um Besucher an den Stand zu locken. Zusätzlich wurden die Trailer als Flash-Clip ausgeliefert, um sie als eFlyer per E-Mail zu versenden und auf der Intranet-Seite der Datenschutzabteilung einzusetzen.