



CIGNA-vielife in Second Life: interaktives Gesundheits- und Lifestyle-Training für weltweit verteilte Mitarbeiter



„Virtuelle Welten sind die Zukunft des Gesundheitswesens.“
– Dr. Peter Mills, Chief Health Officer, vielife

Zusammenfassung:

Im Dezember 2006 erwarb das international tätige Krankenversicherungsunternehmen CIGNA die Firma vielife, einen führenden Anbieter von Programmen für Gesundheitsmanagement und Lifestyle-Coaching mit Sitz in Großbritannien. vielife bietet Kunden wie Blue Cross/Blue Shield, Unilever, KPMG und GlaxoSmithKline gezielte und messbare Lösungen für die Bereiche Gesundheit und Wellness, darunter Programme für die Bewertung von Gesundheitsrisiken und für Lifestyle-Management. vielife hilft den Mitarbeitern dieser Kunden, durch verbesserte Ernährung, erhöhte körperliche Aktivität, bessere Schlafgewohnheiten und Stressreduzierung eine gesündere Lebensweise zu erreichen und aufrechtzuerhalten. Im Jahr 2008 starteten CIGNA und vielife in Second Life die Pilotphase eines Ernährungsprogramms auf einer Insel mit dem Namen „GET“: „Go, Experience, Thrive“ (Loslegen, erleben, sich wohlfühlen). Das Programm war so erfolgreich, dass die Firmen nun weitere Virtual-World-Trainingsprogramme in Second Life planen, die sich konkret mit Schlaf, Stress und Fitness befassen.

Mehr als 50% der Teilnehmer am Pilotprogramm berichteten, dass sie aufgrund des in Second Life Gelernten positive Lifestyle-Änderungen vorgenommen haben.



Nach Erkundung zahlreicher neuer Technologien wurde vielife in Second Life ins Leben gerufen

Die Mission von vielife ist, sowohl gesunde als auch risikobehaftete Menschen aktiv zu involvieren, bevor sie krank werden, und ihnen Werkzeuge in die Hand zu geben, mit denen sie einfache Lifestyle-Änderungen vornehmen können, die tiefgreifende Wirkungen haben. Mit dem Second Life-Projekt sollte auf innovative Weise ein heterogenes und geografisch weit verteiltes Publikum angesprochen werden. Dr. Peter Mills, Chief Medical



„Second Life wurde für dieses Projekt gewählt, weil es die bekannteste und stabilste virtuelle Welt ist – und diejenige mit der größten Langlebigkeit.“

– Dr. Peter Mills,
Chief Health Officer, vielife

Officer von vielife, meint dazu: „Das Unternehmen von heute hat Mitarbeiter auf der ganzen Welt. Damit stellt sich die Frage, wie man einer solchen heterogenen Zielgruppe maßgeschneiderte Gesundheitsinformationen vermitteln kann.“

Kurz nachdem vielife Ende 2007 auf virtuelle Welten und insbesondere auf Second Life aufmerksam wurde, wurde die GET-Insel entwickelt und mit fast 800 CIGNA-Mitarbeitern das erste Second Life-Pilotprogramm gestartet, das sich auf gesunde Ernährung konzentrierte. Die Ziele, die sich vielife gesteckt hatte, waren klar: ermitteln, wie Teilnehmer auf eine

virtuelle Lernumgebung reagieren, und bewerten, welche Verhaltensänderungen sich erzielen lassen. Als Virtual-World-Plattform wurde Second Life gewählt, denn laut Mills war es „die bekannteste und stabilste virtuelle Welt – und diejenige mit der größten Langlebigkeit“.

Angenehme Überraschungen beim Training in der virtuellen Welt

Von Anfang an war das vielife-Team inspiriert von der positiven Wirkung einer detailgetreuen virtuellen Umgebung. Laut Jason Race, dem Projektleiter des Second Life-Programms von vielife, waren die Teilnehmer bei Gesprächen in der virtuellen Welt aktiver als bei Gesprächen mit einem echten Gegenüber. Dadurch wurde das Erlebnis für alle Teilnehmer besonders überzeugend und wirkungsvoll. „Normalerweise würden Sie Ihren Kollegen nicht unbedingt von Ihren Gesundheitsproblemen erzählen. Hier herrscht jedoch ein gewisses Maß an Anonymität, was dazu führt, dass man offener miteinander redet.“ Race führt weiter aus: „Second Life macht nicht nur mit geografischen Begrenzungen Schluss, sondern auch mit sozialen Tabus über sensible Themen.“

Race hatte ursprünglich Bedenken, dass Second Life nur jüngere Personen ansprechen würde. Diese Befürchtung stellte sich jedoch als unbegründet heraus. „Es herrscht der Eindruck, dass das Hauptpublikum von Second Life zwischen 18 und 25 Jahre alt ist. Das stimmt aber nicht.“ Es zeigte sich schnell,



„dass Teilnehmer aller Altersgruppen sehr positiv auf Second Life reagierten. Die CIGNA-Mitarbeiter überwandern rasch ihre technologische Hemmschwelle und nahmen mit Begeisterung teil. „Wir hatten das Maß an Interesse seitens unserer Mitarbeiter vollkommen unterschätzt. Jeder hatte einen Riesenspaß!“

Dauerhaftes Vermitteln von Botschaften in der virtuellen Welt

Die GET-Insel von vielife enthält zahlreiche Lernräume, wie beispielsweise Bereiche für Gruppenseminare, pädagogische



„Normalerweise würden Sie Ihren Kollegen nicht unbedingt von Ihren Gesundheitsproblemen erzählen. Hier herrscht jedoch ein gewisses Maß an Anonymität, was dazu führt, dass man offener miteinander redet.“ Race führt weiter aus: „Second Life macht nicht nur mit geografischen Begrenzungen Schluss, sondern auch mit sozialen Tabus über sensible Themen.“
– Jason Race, Projektleiter des Second Life-Programms von vielife

Spiele, Möglichkeiten zum Kennenlernen sowie einen Aufenthaltsraum für Gruppen- oder Einzelberatungen.

Viele dieser Räume sehen zwar wie in der echten Welt aus, es lassen sich aber trotzdem die zahlreichen Möglichkeiten der virtuellen Welt ausschöpfen, um die Wirkung der beabsichtigten Botschaften zu erhöhen. Auf der GET-Insel treffen sich Teilnehmer beispielsweise in Räumen, die echten Klassenzimmern nachempfunden sind. Der 3D-Effekt verschlägt aber vielen erst einmal die Sprache. Hamburger, Milkshakes und



Pommes werden im Großformat über dem Podium des Seminarleiters angezeigt und illustrieren den Kalorien- und Fettgehalt einer typischen Fast-Food-Mahlzeit. Gesunde Nahrungsmittel werden später durch eine buchstäbliche „Obstdusche“ von oben dargestellt. Dies soll betonen, dass richtige Ernährung nicht unbedingt bedeutet, immer nur kleine Mengen zu essen.

Bei einem interaktiven Spiel namens „Whack-A-Food“ testen und verbessern Teilnehmer ihr Ernährungswissen. Dieses Spiel ist eine Variation des klassischen amerikanischen Volksfestspiels „Whack-A-Mole“: Den Teilnehmern wird eine Reihe von Nahrungsmitteln vorgestellt, die auf einer bunt beleuchteten Theke auftauchen und im Eiltempo wieder verschwinden. Die Teilnehmer müssen so schnell wie möglich die gesündesten Nahrungsmittel identifizieren, um Punkte zu gewinnen.

Im virtuellen Café von vielife, „The Right Stuff Diner“, werden Besuchern Ernährungsinformationen im



Alltagskontext vermittelt. Das Restaurant, ganz im Stil der amerikanischen Fünfziger mit Soda-Fountain, Jukebox, Neonzeichen im Fenster und verchromter Theke ausgestattet, soll den Teilnehmern auf humorvolle Weise vermitteln, wie man beim Essen außer Haus die richtigen Entscheidungen trifft. Große Speisekarten auf jedem Tisch ermöglichen es den Teilnehmern, wie in einem richtigen Restaurant mit ihren Freunden zusammen am gleichen Tisch zu sitzen und die diversen Speisen zu diskutieren.

Gesundheitsdienstleistungen haben eine echte Zukunft in der virtuellen Welt

„Dies ist die Zukunft des Gesundheitswesens“, meint Dr. Mills. Große Unternehmen haben schon immer global verteilte Mitarbeiter und müssen gerade deshalb auf effiziente Weise mit ihnen kommunizieren, um Gesundheitsrisiken unter Kontrolle zu halten – heute mehr denn je. „Angesichts der ständig steigenden Kosten im Gesundheitswesen sind gute Ratschläge,



„In Second Life kann ein Unternehmen Programme und Interventionen bieten, die über geografische Grenzen hinausgehen. Mithilfe dieser Technologie lässt sich das Training der gesamten globalen Belegschaft standardisieren.“

– Dr. Peter Mills, Chief Health Officer, vielife

„Wir möchten Verhaltensänderungen erreichen“, erklärt Dr. Mills, „und 3D-Grafiken sind hierbei besonders wirkungsvoll. Sie sind keine billige Effekthascherei, sondern ein echtes Hilfsmittel, um Menschen zu zeigen, wie sie Lebensmitteletiketten lesen und ihren Tagesbedarf verstehen können.“ Die Bereitstellung praktischer Informationen in einer ansprechenden und inspirierenden Umgebung schlug sich in beeindruckenden Ergebnissen nieder. vielife stellte fest, dass „mehr als 50 % der Teilnehmer am Pilotprogramm aufgrund des in der virtuellen Welt Gelernten positive Lifestyle-Änderungen vorgenommen haben“.

die zu einer positiven Verhaltensänderung beitragen, ausschlaggebend. Es gibt keinen Grund, warum eine virtuelle Umgebung nicht für die Behandlung chronischer Krankheiten wie Diabetes oder Asthma verwendet werden kann.“

Dr. Mills versteht die anfängliche Skepsis seiner Kollegen, wenn sie mit virtuellen Welten konfrontiert werden, aber die Akzeptanz und das Interesse an dieser Alternative nimmt weiter zu. Das Management von CIGNA zeigte sich vom Pilotprogramm fasziniert. Das Unternehmen untersucht derzeit die Möglichkeit, eine breitere Palette an Gesundheitsdienstleistungen in Second Life anzubieten.



Über vielife

Seit 1988 hilft vielife Einzelpersonen und Organisationen, ihre Leistung und Gesundheit zu verbessern. vielife ist ein führender Anbieter von Dienstleistungen für Arbeitgeber, Versicherungen und Behörden, die darauf abzielen, die körperliche und seelische Gesundheit von Personen nachhaltig zu verbessern. Im Jahr 2005 erhielt vielife den „President’s Award“ des Institute for Health & Productivity Management (IHPM). Weitere Informationen finden Sie hier: www.vielife.com.

Über Second Life und Linden Lab

Second Life, die weltweit führende 3-D-Technologie-Plattform, wurde von Linden Lab im Jahr 2003 entwickelt und auf den Markt gebracht. Benutzer, Einwohner genannt, können Inhalte selbst erstellen, mit anderen kommunizieren, Unternehmen gründen, mit anderen zusammenarbeiten und andere ausbilden. Eine ständig wachsende „in-world“-Wirtschaft, in der im Jahr 2008 Geschäfte im Wert von 360 Millionen US\$ abgewickelt wurden, und eine breitgefächerte Anwenderbasis, die Konsumenten, Ausbilder, medizinische Wissenschaftler und große Unternehmen mit einschließt, trugen dazu bei, dass Second Life weltweit zu einer der größten Plattformen für anwendererzeugte Inhalte wurde.

Linden Lab wurde 1999 vom Vorstandsvorsitzenden Philip Rosedale gegründet. Der Firmen-Hauptsitz befindet sich in San Francisco. Das Unternehmen entwickelt revolutionäre, umfassende Technologien, die die Art und Weise, wie Menschen kommunizieren, interagieren, lernen und Inhalte erstellen, verändert. Linden Lab ist ein gewinnträchtiges Unternehmen in Privatbesitz. Angeführt von CEO Mark Kingdon, verfügt es über mehr als 300 Mitarbeiter in den USA, Europa und Asien.

Für weitere Informationen

Besuchen Sie unsere Webseite:
<http://work.secondlife.com/de-DE/>
 Besuchen Sie unseren Land-Store:
<http://secondlife.com/land>
 Besuchen Sie unser Blog:
<https://blogs.secondlife.com/community/workinginworld>
 Folgen Sie uns bei Twitter:
<http://twitter.com/workinginworld>
 Abonnieren Sie unsere Mailing-Liste für den Bereich Gesundheitswesen:
<http://tr.im/SLHealthcare>
 E-Mail-Adresse: business@lindenlab.com

Linden Lab

945 Battery Street
 San Francisco, CA 94111
 USA

Copyright © 2009 Linden Research, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Linden Lab, Second Life, Second Life Grid und die Second Life- und Linden Lab-Logos sind eingetragene Markenzeichen von Linden Research, Inc.