

# „Simulationen sind keine Computerspiele“

Interview mit Allan M. Loewi, Geschäftsführer der JOFFI GmbH



## Simulatoren und Events – wie passt das zusammen?

Die Idee seit der Gründung der Firma im Jahre 1996 ist, professionelle Einrichtungen nicht professionellen Nutzern zur Verfügung zu stellen. Leute, die Spaß daran haben, sich in das Cockpit eines Verkehrsflugzeugs zu setzen oder auf der Brücke eines Containerschiffes zu stehen, sollen die Möglichkeit haben, ohne dass das in irgendeiner Form Teil einer Ausbildung ist. Aus dieser Idee heraus sind dann Events nicht nur für Einzelpersonen sondern für Gruppen entstanden. Dazu gehören auch Unternehmen, die die Simulatoren als Bestandteil von Firmenveranstaltungen oder als Incentive für Mitarbei-

ter sehen und die Möglichkeit, einmal in einem Simulator zu sein auch als Gewinnspiel an ihre Kunden weitergeben.

## Nun gibt es ja auch für den heimischen PC Simulationen wie Sand am Meer. Was ist der Unterschied zwischen denen und den Simulationen, die Sie im Programm haben?

Simulation fängt wirklich am PC an. Und da gibt es mittlerweile eine unheimliche Bandbreite vom Flug- bis zum Bussimulator. Wir kommen von einer anderen, der professionellen Seite. Unsere Simulatoren haben immer etwas zu tun mit der professionellen Ausbildung in den einzelnen Verkehrsträgersystemen. Das sind keine Simulationen, die zu Hause auf dem PC laufen können, sondern Systeme, die authentisch das Verkehrsmittel abbilden. Im Falle einer Boeing 737 könnte man Teile aus dem Cockpit des Simulators auch in die Originalmaschine einbauen. Diese Professionalität zeichnet die Simulatoren aus, die wir in unserem Angebot haben. Und wir bieten den Kunden die Möglichkeit in diese Center reinzukommen.

## Worin liegt der Reiz für den Teilnehmer?

Ganz wichtig ist mir zu betonen, dass es sich bei diesen Events nicht um irgendeine Form von Computerspiel handelt. Wir spielen nicht, sondern vermitteln einen interessanten Einblick in die Ausbildungsinhalte. Dabei geht es nicht nur um die Bedienung des Simulators. Es geht um die Verhaltensweise in Krisensituationen, es geht um die Kommunikation mit den anderen

Teilnehmern. Auf der Brücke des Schiffsimulators sind beispielsweise gleichzeitig vier Verantwortliche damit beschäftigt, diesen Giganten zu bewegen. In diesen Situationen geht es um das gemeinsame Erreichen von Zielen und das Bewältigen von schwierigen Situationen. Und das sind Erfahrungen, auf andere Bereiche der täglichen Arbeit durchaus übertragbar sind. Aber es muss niemand Angst haben, denn mit Eventteilnehmern spielen wir keine kritischen Situationen durch. Aber was wir vermitteln ist das sogenannte „Crew-Ressource-Management (CRM)“, das Miteinander umgehen und die Organisation in einem Cockpit oder auf einer Brücke.

## Es geht also nicht um den Spasseeffekt?

Wir vermitteln ein hohes Maß an Informationen warum solche Simulatoren für die Ausbildung verwendet werden und ihre Bedeutung für die Sicherheit. Denn das ist das eigentliche Schlagwort. Sicherheit kann nur produziert werden, wenn die Verantwortlichen kritische Situationen vorweg nehmen und sich an ihnen beweisen. Dafür gibt es Simulatoren.

## Ein Simulatorbesuch kann also auch die Funktion eines Seminars für Mitarbeitermotivation übernehmen?

Ganz genau. Diese Funktion hat sich aus den Erfahrungen der letzten Jahre ergeben. Man kann mit Hilfe des Simulators über seinen eigenen Tellerrand hinausgucken. Wir bieten mittlerweile Management-Kurse an, bei denen bestimmte Abläufe aus dem Cockpit wie z.B. die Schnelligkeit, mit der Informationen weitergegeben werden müssen, die Kommunikation und natürlich das hohe Maß an Verantwortung auf andere Arbeitsbereiche übertragbar sind. Simulation schult das Teamplay – das machen wir uns in diesen Seminaren zu nutze.

## Bringt die Simulatorerfahrung gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten wie diesen einen Nutzen? Schließlich sind viele Unternehmen bildlich gesprochen auf einem Flug, bei dem bereits beide Triebwerke ausgefallen sind.

Richtig. Es gibt nur den Unterschied, dass man bei der Flugvorbereitung alle Eventualitäten einplanen muss. Wenn die Triebwerke ausfallen,



kennt man die Ausweichflughäfen. Ein Leitsatz der Fliegerei ist, dass man mit seiner Nase dem Flugzeug voraus sein muss. Und dieses Vorausdenken ist in vielen Unternehmen nicht der Fall. Aber man kann es lernen – auch und gerade mit Hilfe von professionellen Simulationen.

## Nutzen die Firmen in schwierigen Zeiten diese Möglichkeiten wie Simulatorerfahrungen in besonderem Maße?

Das ist eine spannende Frage. Es gibt da zwei ganz scharf voneinander abgetrennte Positionen. Die einen halten das für rausgeschmissenes Geld, die anderen sagen, das ist genau das Richtige in dieser Situation.



Die Joffi GmbH bietet ja unterschiedliche Simulationen an. Von der „einfachen Ausführung“, die sich überall aufbauen lässt, bis hin zu den „echten“ Simulatoren, die stationär sind. Wie sind sie auf die Idee gekommen, eine so breite Palette anzubieten?

Die Idee für das Unternehmen kam aus einer einfachen Erkenntnis heraus. Ende der neunziger Jahre hat das BAT-Freizeitinstitut eine interessante Studie über die Veränderung der Wertevorstellungen in unserer Gesellschaft herausgegeben. Das Ergebnis der Studie war, dass wir materielle Identifikationsmöglichkeiten wie das Auto oder Haus nicht mehr für absolut erstrebenswert halten, sondern Erlebnisse. Das war der Startschuss für unsere Idee

Menschen in professionelle Simulatoren zu bringen, um eben diese besonderen Erlebnisse zu generieren. Zunächst haben wir uns auf die professionellen stationären Simulatoren konzentriert. Aber immer öfter kamen die Kundenanfragen, ob auch mobile Systeme für Veranstaltungen auf Messen oder in den Firmenräumen möglich sind. Dadurch sind die mobilen Simulatoren entstanden. Und als letztes hat sich herauskristallisiert, dass es für Kunden nicht nur das Simulatorerlebnis entscheidend ist, sondern eine bestimmte Location, wo Kunden und Gäste umfangreich betreut werden können. Dabei steht der Simulator nicht im Vordergrund sondern dient als Leisure-Highlight nach einer Produktpräsentation oder einem Seminar. Das sind die vier Säulen, die unser Unternehmen definieren. Veranstaltungen für Privatkunden, Events für Geschäftskunden, die unsere mobilen Systeme in Anspruch nehmen, Seminare und Managementtrainings und last but not least unser Standorte wo man das Simulatorerlebnis zu einem kompletten Event kombinieren kann.

## KONTAKT:

JOFFI® GmbH  
 Simulator Events  
 Eschborner Str. 10 A  
 61449 Steinbach (Tausen)  
 Deutschland  
 Telefon: 0049-(0)6171 – 98 10 67  
 Telefax: 0049-(0)6171 – 98 10 68  
 E-Mail: info@joffi.com  
 Internet: www.joffi.com

