Generation interaktiv

Autor(en): **Moor, Niklaus**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology**

Band (Jahr): **82 (2004)**

Heft 5

PDF erstellt am: **29.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-876861

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

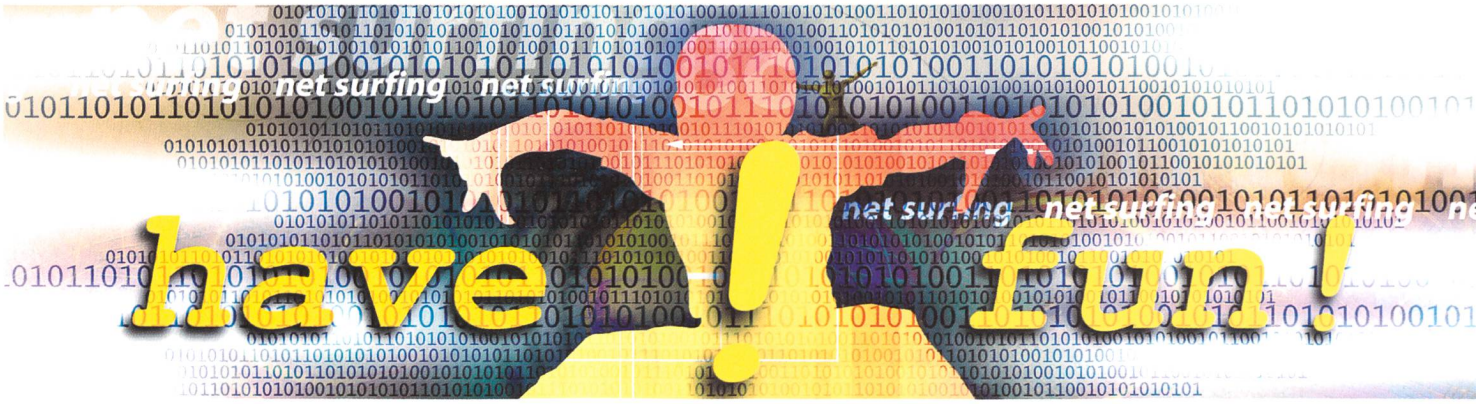
Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Generation interaktiv



Im letzten Jahr hat Swisscom Innovations das Projekt «Generation interaktiv» lanciert. Über ein Jahr lang beteiligten sich die Schülerinnen und Schüler des 11. Schuljahrs des Gymnasiums Bern-Kirchenfeld, ausgerüstet mit den modernsten Geräten, an diesem Projekt.

«Generation interaktiv» wurde auf Anregung von SGS (Strategy and Group Steering von Swisscom) in das Leben gerufen. Das Ziel war, den Umgang mit Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) von Schülern einer Gymnasiumsklasse im Alltag besser kennen zu lernen.

Dazu wurden das Gymnasium, die Schüler der bestimmten Klasse und ihr Zuhause mit modernster ICT-Infrastruktur ausgerüstet: Persönliches Notebook mit WLAN und Bluetooth, Natel mit Kamera, Bluetooth und Symbian OS, WLAN und Serverinfrastruktur an der Schule, ADSL und WLAN zu Hause, VPN zwischen Haushalt und Schule sowie eine digitale Video- und Fotokamera.

Neue Sicht – neue Erkenntnisse

Mit den Teilnehmern werden regelmässig Events und Trials mit neuen Services aus den Gruppen-Gesellschaften von Swisscom durchgeführt. Die Veranstaltungen dienen zum einen dazu, den Gebrauch neuer Features und Services zu stimulieren und die dazu nötigen Fähigkeiten beim Benutzer aufzubauen. Zum andern wird auf diese Art eine Beziehung zu den Schülern aufgebaut, welche eine Beobachtung und das Lernen von ihnen ermöglicht.

Zur Steuerung der ICT-Service-Nutzung verfügen die Teilnehmer über ein persönliches Budget von so genannten INO-$, das heisst, von virtuellem Geld, das sie nach eigenen Prioritäten für unterschiedliche Leistungsbezüge einsetzen können. So werden Präferenzen sichtbar, beispielsweise Bluewin-Services versus Mobile-Services, «alte» Mobile-Services Voice und SMS versus «neue» Mobile-Services MMS und GPRS, Service-Nutzung versus Handy-Besitz.

Das Projekt ist insofern einmalig, als Swisscom hier nicht die Sichtweise der Produktehersteller einnimmt – sei dies als Designer, Entwickler, Lifecycle Manager, Vermarkter, Verkäufer oder Customer Care – sondern jene der Benutzer. Dieses Vorgehen ermöglicht Swisscom Innovations offen zu sein für Erkenntnisse, die man sonst meist unbewusst ignoriert oder «wegargumentiert».

Die Beobachtungen und Interviews lieferten neue Erkenntnisse hinsichtlich des Umgangs der Jugendlichen mit ICT und der Bedeutung des Handys in ihrem Leben. Sie zeigten auch auf, wie schnell und unverkrampft sie mit neuen Technologien umgehen.

Wichtigste Erkenntnis

Wir von Swisscom Innovations sind bestrebt, insbesondere die Innovationskraft von Swisscom zu verbessern. Es war daher für uns überraschend, die Erfahrung zu machen, dass unsere «coolen neuen Services» im Markt eher enttäuschen. Die Misserfolge lassen sich oft auf die ungenügende Durchdringung und Integration der ICT-Infrastruktur oder dem mangelden Erkennen der wirklichen Kundenbedürfnisse zurückführen.

Im Projekt «Generation interaktiv» waren wir von Innovations in der beneidenswerten Lage, für einmal nicht Anwalt eines neuen Produkts zu sein, sondern hinhören zu dürfen, was uns der Markt – das heisst, hier die Jugendlichen – wirklich zu sagen haben. Überspitzt formuliert heisst dies: «Macht uns bitte das Leben einfacher, und entwickelt um Himmels willen nicht noch mehr von diesen neuen ‹coolen› Services.» ■

Für weitere Informationen kontaktieren Sie den Projektleiter, Christoph Rytz, christoph.rytz@swisscom.com