

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

Herausgeber: Swisscom

Band: 82 (2004)

Heft: 5

Artikel: Generation interaktiv

Autor: Moor, Niklaus

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-876861>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 26.04.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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-Kirchfeld, 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 mangelnden 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