

Blog Baroque für die Generation Handy

Die Evolaris Privatstiftung bahnt den Weg für neue Methoden des Lernens und der Kommunikation.

Ernst Brandstetter

Leidgeprüften Eltern ist es schon längst klar: Jugendliche gehen mit dem Handy völlig anders um als die Generation ihrer Erzeuger. „Für Jugendliche ist das Mobiltelefon kein technisches Gerät, mit dem man eben kommuniziert, sondern ein neues Organ – Teil von einem selbst“, wagt Otto Petrovic, Vorstand der Evolaris Privatstiftung, eine pointierte Beschreibung.

Dementsprechend ist das Nutzerverhalten, das Evolaris in Kooperation mit Partnerunternehmen intensiv untersucht, mit dem Ziel, neue Services für das Handy zu finden. Petrovic: „Jugendliche schalten beispielsweise ihr Handy nie aus. Wer Teil des sozialen Netzes sein will, in dem sich die Jugendlichen bewegen, muss auch online sein.“ Wurde früher wegen der hohen Minutenkosten knappstens telefoniert – unter den gestrengen Augen der Eltern – so schleichen sich gestützt auf neue Tarifmodelle auch neue Verhaltensnormen ein. Petrovic: „Es ist zum Beispiel durchaus häufig, dass Jugendliche per Handy gemeinsam Hausaufgaben machen. Das Handy bleibt dabei stundenlang eingeschaltet, und von Zeit zu Zeit werden diesbezügliche Kommentare, Fragen oder Erklärungen ausgetauscht.“ All das sieht Petrovic als Zeichen,

dass sich nach der Generation Internet jetzt eine Generation Handy etabliert. Und deren Mitglieder müssen anders angesprochen werden, will man ihre Kommunikationsformen etwa für schulische Zwecke nutzen. Die Evolaris Privatstiftung wird demnächst ein System testen, das sie im Rahmen eines EU-Projekts mit neun in- und ausländischen Partnern entwickelt hat: mobile Game-Based Learning (mGBL) – etwas, das Petrovic auch „Pervasive Gaming“, alles durchdringendes Spielen, nennt.

Generation Handy

Ein Beispiel, das demnächst getestet wird, erläutert das System, das dahintersteckt: So fühlen sich etwa viele Schüler vom Geschichtsunterricht über die Bauten des Barock angeödet. Hier hilft „Blog Baroque“. Nach einer kurzen Einführung, was Barock ist – zur Erinnerung: es handelt sich um den in Europa vorherrschenden Kunststil von etwa 1600 bis 1750 nach Christus – und ein wenig Stilkunde geht es für die Schüler hinaus auf die Straße. Sie sollen barocke Gebäude finden und mit dem Foto-Handy abbilden. Zuvor haben die Lehrer im Suchgebiet die Barockbauten mit Tafeln gekennzeichnet, die einen „2-D-Code“ enthalten. Wird ein derartiges Gebäude dann fotografiert und das Bild etwa per MMS auf die Schul-Website gestellt, kann



Eine kleine Kennzeichnung an den Gebäuden mittels 2-D-Code erlaubt die automatische Erkennung „richtiger“ Fotos im Blog Baroque. Foto: Bilderbox.com

der Computer automatisch erkennen, ob es tatsächlich ein barockes Gebäude ist, und den Schülern eine Rückmeldung geben, wie gut sie im Wettbewerb mit anderen Gruppen liegen. Petrovic: „Es gibt also ein spannendes Spiel in der realen Welt mit direkten Belohnungen.“ Den Einsatz derartiger Systeme kann sich Petrovic gut an Schulen oder Universitäten vorstellen. Das System selbst ist „technisch hochkomplex. Man muss

zudem genau wissen, was wie beim Anwender ankommt“, erklärt der Evolaris-Vorstand.

Auch im Wirtschaftsbereich können derartige Systeme neue Beziehungen zwischen Kunden und Unternehmen herstellen. Petrovic sieht etwa große Chancen im Fremdenverkehr, wenn man mit einem Handy ein Gebäude fotografiert und auf Basis des dabei erhaltenen Codes Erläuterungen oder Angebote auf dem Handy erhalten kann.

Eine andere Möglichkeit wären Plakate, die, wenn sie mit dem Handy fotografiert werden, Zusatzinfos über Preise und Einkaufsmöglichkeiten liefern.

Das Fernsehen kann ebenfalls mit dem Handy kommunizieren. Petrovic: „MTV Japan macht bereits 30 Prozent des Umsatzes über das Handy. Wer einen Code auf dem Bildschirm fotografiert und an eine bestimmte Adresse mailt, kann so Musik-Downloads bestellen.“

Killerapplikation SMS wächst weiter rasant

Neue Medien ersetzen nicht die alten Medien, sondern treten hinzu und generieren neue Nutzerprofile. Der Weg in diese Richtung ist mit Handys gepflastert: 95 Prozent aller Jugendlichen versenden oder erhalten täglich SMS. Mehr als zwei Drittel verschicken zwischen einer und fünf Meldungen pro Tag. 95 SMS pro Monat – eine Summe, die Eltern die Hände über dem Kopf zusammenschlagen lässt – stellen da keine Seltenheit dar. Das ist nicht weiter verwunderlich, denn alle Mobil-

telefone sind mit der SMS-Funktion ausgestattet, und 60 Prozent der Mobilfunk-User verwenden diese Funktion mindestens einmal wöchentlich. Aber es wird noch besser: Fast ein Viertel aller Mobiltelefone haben bereits Kameras, 40 Prozent sind MMS-fähig, und knapp 12 Prozent verfügen bereits über einen E-Mail Client. Immerhin 3,3 Prozent sind sogar tauglich für die Videotelefonie. Hier tun sich neue Märkte auf, für die es noch keine Prognosen und Nutzerprofile gibt. bra



Game-Based Learning für mobile Schüler



Der gezielte Einsatz des Mobiltelefons als Lernhilfe soll durch ein grenzübergreifendes Projekt gefördert werden. Foto: Photocase.com

Ziel des Projekts „mobile Game-Based Learning“ (mGBL) ist es, die Wirksamkeit und Effektivität des klassischen Lernprozesses durch die Entwicklung von innovativen Lernmodellen, basierend auf Mobile Games, zu verbessern. Die neuen Technologien sollen vor allem in der Zielgruppe junger Leute zum Einsatz kommen. Innerhalb dieses Projekts haben sich insgesamt zehn Partnerorganisa-

tionen aus Großbritannien, Italien, Kroatien, Österreich und Slowenien zusammengefunden, um gemeinsam an der Entwicklung einer Plattform, die lernbezogene Inhalte übers Handy in einer spielerischen und innovativen Art präsentieren soll, zu arbeiten. Im Speziellen hat sich das Projekt zum Ziel gesetzt, eine eigene Prototyp-Spiel-Plattform zu entwickeln und zu testen. bra

Info

● **Evolaris Privatstiftung.** Die Stiftung startete als Evolaris Research Lab im Jänner 2001 als Träger eines Kompetenzzentrums im Rahmen des „K-ind-Programms“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit. Durch dieses Programm wurde die Finanzierung von Forschungs- und Entwicklungsvorhaben bis 2007 sichergestellt. 2004 wurde das Evolaris Customer Experience Lab eröffnet, das sich mit der Analyse von webbasierten und mobilen Anwendungen beschäftigt. Anfang 2005 schließlich wurde das Evolaris Research Lab II mit den Schwerpunkten Medien und mobile Kommunikation ins Leben gerufen. Evolaris bietet seinen Kunden Forschung und Entwicklung auf internationalem Spitzenniveau. Derzeit arbeiten bei Evolaris 35 wissenschaftliche Mitarbeiter – Telematiker und Informatiker, Psychologen, Betriebswirte und Juristen – die gemeinsam einen Know-how-Pool mit umfassender Kompetenz bilden.

www.evolaris.net