

»Meet peers and experts«: Erfahrungen mit der ersten virtuellen Konferenz der Phonak AG

von Daniel Stoller-Schai

Online-Konferenz · Virtuelle Konferenz · Web Conferencing · Science-tainment · Customer Focused E-Learning · Synchrone Plattformen · noisy98 · Network Event

Schlagworte

Virtuelle Konferenzen sind ein interessantes Instrument, um im Internet Online-Events durchzuführen und Kunden oder Mitarbeiter mit Fachreferenten, die zu einem bestimmten Thema sprechen, in Kontakt zu bringen. Obwohl die Idee der virtuellen Konferenz in die 1980er Jahre zurückgeht, haben sie sich noch nicht fest als Baustein in E-Learning-Angeboten etabliert. Im ersten Teil werden darum zuerst kurz der Begriff und das Konzept von virtuellen Konferenzen eingeführt, um danach am Beispiel der ersten virtuellen Konferenz der Firma Phonak AG (www.phonak.com) aufzuzeigen, wie eine solche Konferenz geplant, aufgebaut und durchgeführt werden kann.

Überblick

1	Grundlagen	2
1.1	Begriffsdefinition und Eigenschaften	2
1.1.1	Begriffsdefinitionen	2
1.1.2	Eigenschaften von virtuellen Konferenzen	3
1.1.3	Virtuelle Konferenzen als Online-Events	4
1.2	Historischer Rückblick:	5
1.2.1	noisy98 – first knowledge worker domain	5
1.2.2	Network Event Universität St. Gallen	6
1.2.3	Ausblick: Instant Messaging und »Second Life«	6
1.3	Technologie	7
2	Aufbau und Durchführung einer virtuellen Konferenz am Beispiel der »1st Phonak Virtual Conference«	8
2.1	Planung und Programmzusammenstellung	9
2.2	Infrastruktur und Kosten(-vergleich)	10
2.3	Kommunikation, Promotion und Ausschreibung/Einschreibung	10
2.4	Vorbereitungsarbeiten und Dramaturgie des Anlasses	11
2.5	Durchführung und Moderation	11
2.6	Post-Konferenz Aktivitäten/Bedeutung von Credit Points	12
2.7	Auswertung und Feedbacks von Kunden	12
3	Kritische Beurteilung und Ausblick	13
	Checkliste: Planung, Aufbau und Durchführung von virtuellen Konferenzen	14
	Literaturhinweise	15

1 Grundlagen

Social Software und Social Communities sind im Jahre 2007 in aller Munde. »Web 2.0« und »E-Learning 2.0« versprechen die nächste Entwicklungsstufe im Internet zu sein. Dabei ist das Internet per se von Anbeginn an als kollaboratives Medium entwickelt worden. Formen des Zusammentreffens und der Kommunikation haben sich aus der Präsenzwelt (»Face-to-face«) in die virtuelle Welt verschoben. Dies gilt auch für die Durchführung von Konferenzen. Konferenzen sind ein sehr wichtiges Medium, um Fachkollegen und Fachreferenten zu treffen und sich in konzentrierter Form über neue Themen zu informieren. Dabei spielt der gesellige und kommunikative Aspekt (»Socialising«) immer eine sehr wichtige und zentrale Rolle. Es ist nur konsequent, dass man die Kommunikationsform »Konferenz« auch ins Internet transferiert und an die Möglichkeiten der computervermittelten Kommunikation angepasst hat.

Im Folgenden werden zuerst die zentralen Begriffe ausgelegt und die Eigenschaften einer virtuellen Konferenz herausgearbeitet, bevor dann kurz verschiedene Beispiele beleuchtet und die technische Grundlagen erläutert werden.

1.1 Begriffsdefinition und Eigenschaften

1.1.1 Begriffsdefinitionen

Virtuelle Konferenz Virtuelle Konferenzen sind Konferenzen, die weitgehend den gleichen Prinzipien folgen wie Präsenz-Konferenzen, aber im Internet stattfinden. Statt »Virtueller Konferenz« sind auch Begriffe wie »Online-Konferenz« oder »Web-Konferenz« gebräuchlich. Davon abzugrenzen sind »Webinare«. Webinare sind punktuelle Veranstaltungen, die aber vom Ansatz her zu einer virtuellen Konferenz kombiniert werden könnten. Das einfache Aneinanderreihen verschiedener Themen, die über das Internet vermittelt werden, macht aber noch keine Konferenz. Es braucht weitere Basis-Komponenten, damit von einer Konferenz gesprochen werden kann (Abbildung 1).

Dazu gehört,

- dass eine Konferenz in sich als eine Veranstaltungseinheit wahrgenommen und kommuniziert wird,
- dass ein Programm mit Fachthemen und Fachreferenten zusammengestellt wird,
- dass weitere Dienstleistungen angeboten werden (die Bereitstellung thematischer Ressourcen, der Zugriff auf aufgezeichnete Präsentationen, Weiterbildungspunkte und Zertifikate etc.) und
- dass ein soziales Rahmenprogramm stattfindet.

Definition Virtuelle Konferenzen sind Konferenzen, die im Internet stattfinden und ein Programm mit Fachreferenten für ein Fachpublikum anbieten. Die Grundlage dafür bildet eine Plattform, die in der Lage ist, klassische Konferenzbedürfnisse wie »sich Kennenlernen«, »Ressourcen abholen«, »Fachbeiträgen beiwohnen« etc. im virtuellen Raum abdecken kann. Durch diese beiden zentralen Elemente werden virtuelle Konferenzen von den Teilnehmenden als ein in sich abgeschlossenes Ereignis wahrgenommen, das sich

von anderen – mehr offen angelegten – internetbasierten Aktivitäten unterscheidet.

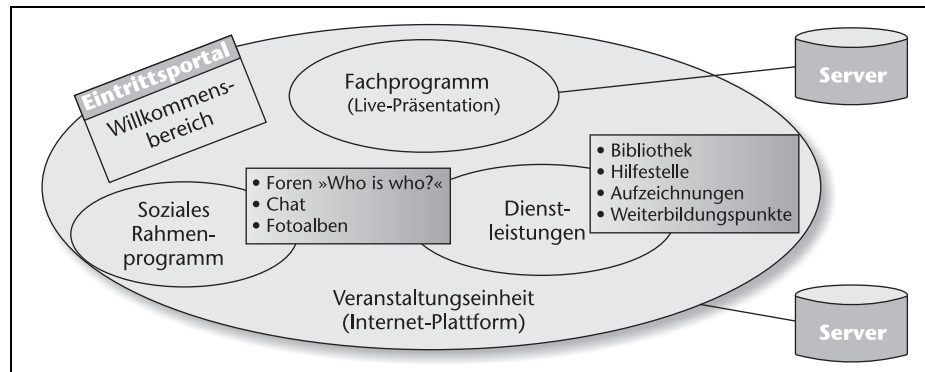


Abb. 1: Basiskomponenten einer Virtuellen Konferenz

1.1.2 Eigenschaften von virtuellen Konferenzen

Diese allgemeine Definition kann durch die detailliertere Beschreibung der Eigenschaften weiter ausgeführt werden. Damit eine virtuelle Konferenz von den Teilnehmenden als solche wahrgenommen wird, muss sie folgende Eigenschaften aufweisen:

- Eine virtuelle Konferenz zeichnet sich durch das Bereitstellen einer internetbasierten Konferenzplattform aus. Diese sollte folgende Komponenten aufweisen:
 - **Konferenzportal:** ein konferenzeigenes Eintrittsportale, das deutlich macht: »Jetzt bin ich drin«.
 - **Willkommensbereich:** ein Willkommensbereich, der Erstankömmlinge freundlich und professionell empfängt und Antworten auf die typischen Anfängerfragen bereit stellt (»Was kann/muss ich machen?«; »Wo finde ich ...?«, etc.).
 - **Hilfestelle:** eine Ansprechmöglichkeit, die schnell und kompetent reagiert, wenn Hilfe jeglicher Art benötigt wird.
 - **Ankündigungsmöglichkeit:** Es muss einfach sein, mit den Teilnehmenden zu kommunizieren. Zu jeder Zeit sollten die Teilnehmenden die Fragen »Wo bin ich?« und »Was läuft gerade?« beantworten können.
 - **Diskussionsbereich:** ein Diskussionsbereich, der es erlaubt, in Form von Foren Themen weiterzudiskutieren und zu vertiefen.
 - **Kommunikations- und Messagingbereich:** Werkzeuge, die es erlauben, mit anderen Teilnehmenden, die gerade online sind, in Echtzeit in Kontakt zu treten.
 - **Ressourcenbereich:** eine Online-Bibliothek, in der weiterführende Ressourcen und Links abgelegt werden.
 - **Persönlicher Bereich:** ein Bereich, in dem ich mein Profil, meine Nachrichten, meine Buddy-Liste und meine Favoriten verwalten kann.
 - **Toolbereich:** kleine und nützliche Tools, die die Teilnahme erleichtern, wie z. B. ein Notepad zum Erstellen von Notizen, eine Druckfunktion zum Drucken wichtiger Seiten, eine Funktion »Wer ist online?«, um Kollegen zu persönlichen Chats einladen zu können, ein Zeitangabe mit Zeitzone etc.

Konferenzplattform

**Weitere
Eigenschaften**

- **Geschlossene Einheit und Identität:** Es ist von zentraler Bedeutung, dass die Identität einer virtuellen Konferenz klar erkennbar wird. Dazu gehören ein eigener visueller Auftritt, der Einsatz von Logos und eine Plattform, die oben genannte Funktionen zur Verfügung stellt.
- **Programm mit Fachreferenten:** Den Schwerpunkt einer virtuellen Konferenz bildet das Programm mit den Fachreferenten. Die Gewinnung von Fachreferenten sollte früh genug einsetzen, da mehr Überzeugungsarbeit geleistet werden muss, um sie für die Teilnahme an einer virtuellen Konferenz zu überzeugen. Es kommt auch vor, dass Referenten wieder »abspringen«. Deshalb muss der Pool an Alternativen genügend groß sein, damit das Programm nicht in Gefahr gerät.
- **Dramaturgie des Anlasses:** Leider wird aufgrund der technischen und logistischen Vorbereitungen oft vergessen, sich um die Dramaturgie des Anlasses zu kümmern. Jedoch ist es gerade der dramaturgisch gelungene Ablauf, der sowohl Teilnehmende als auch Fachreferenten dazu bewegt, den Anlass positiv zu bewerten und sich im Folgejahr wieder anzumelden. Jede virtuelle Konferenz muss einen klaren Anfang und ein ebensolches Ende haben. Dazwischen gilt es, Höhepunkt, Zwischenbilanzen, Überraschungen, Wettbewerbe, unerwartete Gäste etc. einzubauen.
- **Soziale Aktivitäten:** Nebst dem Programm muss das Augenmerk auf soziale Aktivitäten gelegt werden. Ein wichtiges Erfolgsmoment ist es, Gelegenheit zu schaffen, bei denen sich die Teilnehmenden mit ihrem persönlichen Hintergrund und ihren Erfahrungen einbringen können und miteinander in Austausch kommen. Dies kann z. B. in Form von »best practices«-Präsentationen, einem »Who is who?«-Bereich (z. B. mit einer Landkarte, in die man eintragen kann, von wo aus man teilnimmt) oder in Form von Diskussionen mit den Referenten stattfinden.

Natürlich muss nicht jede virtuelle Konferenz alle diese Eigenschaften erfüllen, und sicher gibt es auch noch Aspekte, die hier zu wenig berücksichtigt wurden. Werden aber zu viele der oben genannten Eigenschaften nicht erfüllt, wird das Zielpublikum die Konferenz nicht als eine solche wahrnehmen. Es bedarf einiger Bestimmungsmerkmale, damit eine Konferenz – besonders im virtuellen Raum – als eine solche wahrgenommen wird.

1.1.3 Virtuelle Konferenzen als Online-Events**Lernen im
sozialen Kontext**

Virtuelle Konferenzen sind in diesem Sinne eine Form von Online-Events und entsprechen damit dem aktuellen Trend des »Mitmach-Internets«. Sie sind auch eine Spielart des E-Learnings, da es dabei immer darum geht, Wissen zu vermitteln und zu lernen; dies in einem sozialen Kontext mit Wissensvermittler und Wissensempfänger. Virtuelle Konferenzen bieten ein gemeinsames Lernsetting an und folgen damit den Prinzipien des kollaborativen Lernens (DILLENBOURG 1999). Vergegenwärtigt man sich den Erfolg von typischen »Web 2.0 Social Sites« wie Flickr, Facebook, MySpace oder YouTube, ist klar, dass internetgestützte Lernformen die Erfolgskriterien solcher Online-Gemeinschaften kennen und in ihrem eigenen Bereich anwenden sollten. Lernen sollte verstärkt um die soziale Komponente angereichert werden. Virtuelle Konferenzen sind solche kollaborativen Online-Events, die Lernen in einem sozialen Kontext ausgestalten.

1.2 Historischer Rückblick

Es ist einfacher denn je, eine virtuelle Konferenz zu planen und durchzuführen. Aber auch schon früher war es möglich, Konferenzen im Internet stattfinden zu lassen. In den 1980er und 1990er Jahren wurden Bulletin Board Systeme als erste Möglichkeit für soziale Gemeinschaften im Internet genutzt (Stichwort »Konferenz per Modem«). Bedingt durch die Bandbreiten-Limitierung fand der Austausch vor allem asynchron in Form von Forendiskussionen statt. Bekannte soziale Gemeinschaften zu dieser Zeit waren z. B. the WELL (vgl. die Website von Howard Rheingold; <http://www.rheingold.com/howard/>).

Vorläuferprojekte

1.2.1 noisy98 – first knowledge worker domain

»Ein paar verrückte netizens sagten: »Es werde Licht im Cyberspace!« – und es ward noisy, die erste digitale Tagung der Weltgeschichte. Eine eingeschworene Gemeinde stürzte sich kopfveran in das weiße Rauschen der virtuellen Welt, rief während der zwei noisy-Monate 630.000 Web-Seiten ab – d. h. 10.300 pro Tag und 430 pro Stunde, und entdeckte, dass nur jene dem weißen Rauschen der Informationsflut eine Melodie abgewinnen können, die sie selber mitkomponieren« (aus der Projekt CD von noisy98).

Von 1. Oktober bis 30. November 1998 organisierte das Gottlieb Duttweiler Institut in Zürich mit »noisy98« die »first knowledge worker domain«; eine erste große virtuelle Konferenz im deutschsprachigen Raum. Das Thema war die gemeinsame Auseinandersetzung mit dem Thema »Knowledge Worker«. 300 Personen aus der Schweiz, Deutschland und Österreich trafen sich acht Wochen lang online, um verschiedenen Aspekte der Thematik zu diskutieren. Dabei wurde eine Reihe von Aktivitäten (Gäste aus den Gebieten Informatik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kunst, tägliche Filmsequenzen und Tagesbilanzen aus Sicht verschiedener Moderator/innen etc.) eingebaut und es zeigte sich, dass vor allem diejenigen profitierten, die sich aktiv einbrachten. Noch heute sprechen sich die Beteiligten auf diesen Online-Event an. Noisy98 nutzte alle Aspekte einer virtuellen Konferenz mit eigenem Branding (Abbildung 2), einem dichten Programm und einer ausgefeilten Plattform. Erstaunlicherweise sind heute die Spuren von »noisy98« im Internet aber weitgehend verschwunden.



Abb. 2: Logo »noisy98«

1.2.2 Network Event Universität St. Gallen

Vom 9. bis 31. August 2000 organisierten das Learning Center der Universität St. Gallen (www.learningcenter.unisg.ch) und das Institut für Arbeitspsychologie der ETH Zürich (<http://www.ifap.bepi.ethz.ch>) eine kombinierte Konferenz zum Thema »Lernnetzwerke – Wissensnetzwerke« mit einem dreiwöchigen Pre-Event, einem Präsenztage am Weiterbildungszentrum und einem einwöchigen Post-Event. Die Idee beruhte auf einer frühen Umsetzung des Blended-Learning-Gedankens. Während rund vier Wochen unterhielten sich wiederum ca. 300 interessierte Fachpersonen aus der Schweiz, Deutschland und Österreich auf einer Diskussionsplattform über das genannte Thema. Im Anschluss an den Online-Teil wurde ein eintägiges Experten-Seminar an der Universität St. Gallen durchgeführt. Dabei verzichtete man auf klassische Referate. Stattdessen wurde ein Marktplatz eingerichtet, auf dem sich die Besucher über die Projekte vor Ort informieren konnten, die sie online schon kennengelernt hatten. Dabei konnte zum ersten Mal mit den Personen Face-to-face Kontakt aufgenommen werden, mit denen man sich zuvor virtuell drei Wochen lang auf der virtuellen Konferenz-Plattform unterhalten hatte.

Im Anschluss an den »Marktplatz« wurde noch einmal eine einwöchige Auswertungsphase im Internet durchgeführt. Auch der Network-Event zeichnete sich durch ein auffälliges Erscheinungsbild aus (Abbildung 3) und wurde auf einer asynchronen Plattform durchgeführt, die durch synchrone Live-Meetings ergänzt wurde.

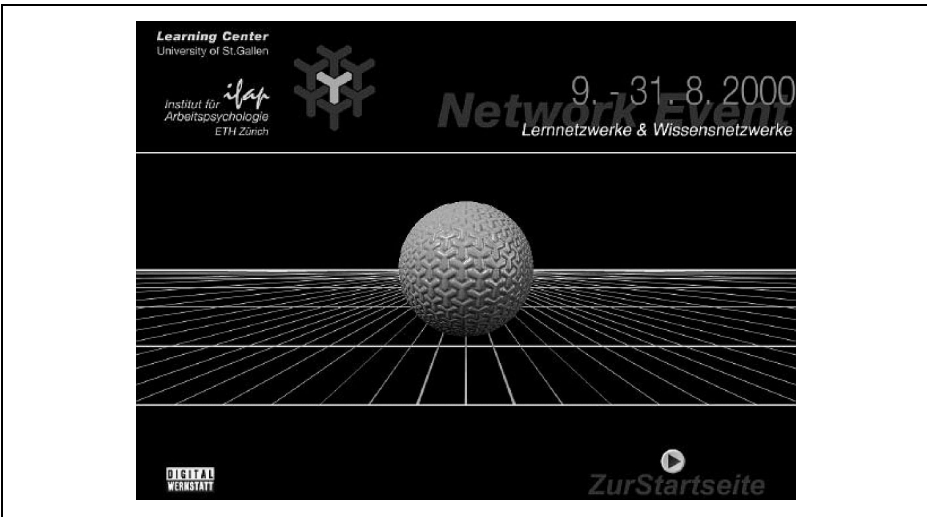


Abb. 3: Erscheinungsbild Network-Event Universität St. Gallen

1.2.3 Ausblick: Instant Messaging und »Second Life«

Instant-Konferenzen

Seit der Einführung von Instant Messaging Clients finden rund um die Welt unzählige Instant-Konferenzen statt. Diese sind zwar keine virtuellen Konferenzen wie im oben definierten Sinne, da ihnen der eigentliche Konferenzcharakter fehlt; dennoch legen sie die Grundlage für eine Generation von Internetbenutzern, für die synchrone Formen der Kommunikation und die gemeinsame Auseinandersetzung mit verschiedensten Themen zum Alltag gehören. Zudem eröffnen 3D-Welten wie »Second Life« die Möglichkeit, virtuelle Konferenzen im dreidimensionalen Raum durchzuführen (Abbil-

dung 4). Diese Entwicklung wird wahrscheinlich dem Thema »Virtuelle Konferenzen« einen neuen Schub verleihen.

Interessant ist, dass sich die visuellen Metaphern noch weitgehend an der realen Welt orientieren, obwohl dies im virtuellen Raum eigentlich nicht nötig wäre. Aber um soziales Verhalten in die virtuelle Welt zu transferieren, bedarf es offensichtlich bekannter visueller Metaphern, bevor man sich davon lösen kann.

Second Life



Abb. 4: Virtuelle Konferenzen in »Second Life« (© Linden Lab 2007)

1.3 Technologie

Obwohl den sozialen Aspekten einer virtuellen Konferenz das Hauptaugenmerk gelten sollte, darf die technologische Grundlage nicht vernachlässigt werden. Erst eine stabile technische Grundlage ermöglicht den Erfolg im sozialen Bereich.

Web Conferencing

Sucht man nach den Begriffen »Online-Konferenz« oder »Virtuelle Konferenz«, findet man oft Hinweise auf Anbieter von Webconferencing-Lösungen. Dabei gilt es zwischen Technologie und Anwendung zu unterscheiden. Eine Webconferencing-Lösung ist ein Ausgangspunkt, aber noch lange nicht die Umsetzung einer virtuellen Konferenz. Als technische Grundlagen eignen sich jedoch Webconferencing-Lösungen sehr gut, da sie einen höheren Grad an Interaktivität zulassen als rein foren-basierte Lösungen. Live-Präsentationen werden fast immer unter Einsatz einer Webconferencing-Lösung durchgeführt.

Voice-over IP

Vor allem der Einsatz von Stimme mittels »Voice over IP«-Technologie fügt einen sehr großen Mehrwert hinzu und sollte darum bei der Konzeption einer virtuellen Konferenz in die Planung miteinbezogen werden. VoiP-Technologien sind heute so weit ausgereift, dass bei genügender Bandbreite, gutem Audiomaterial und korrekt kalibrierten Soundgeräten eine gute Sprachqualität garantiert werden kann.

Plattformen

Um eine virtuelle Konferenz durchzuführen, muss eine Plattform zur Verfügung stehen, die die oben genannten Eigenschaften garantiert. Solche

Plattformen können entweder selbst entwickelt werden, da die grundlegenden Eigenschaften von einer technologischen Perspektive aus gesehen, nicht wirklich kompliziert zu realisieren sind, oder sie werden als Komplettlösung bei einem Partner eingekauft. Ein Pionierunternehmen in diesem Bereich ist die Firma iCohere (Abbildung 5), die sich auf die Entwicklung von virtuellen Konferenzplattformen spezialisiert hat. Es sollte vermieden werden, einfach eine Reihe von Tools unstrukturiert aneinanderzuhängen, da dies dem Anspruch nach geschlossener Einheit und Identität zuwiderläuft.

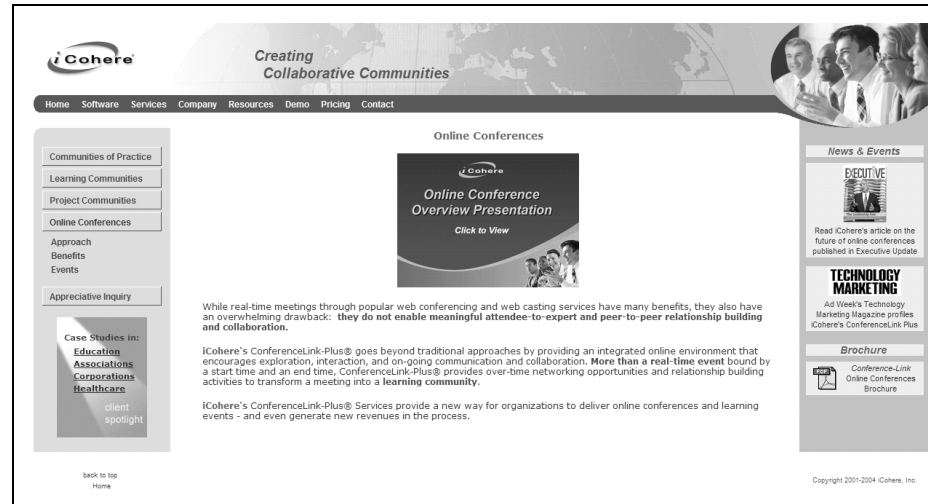


Abb. 5: Website der Firma iCohere (© iCohere 2007)

Bandbreite

200–400 kbit/sec

Der durchschnittliche Bandbreitenbedarf pro Teilnehmer beträgt beim Einsatz von Live-Präsentationen und Voice-over-IP-Technologien zwischen 200–400 kbit/sec.

Dies gilt es bei der Auslegung der Serverplattform zu beachten. Bei 100 synchronen Teilnehmenden muss der zentrale Server zwischen 20–40 Mbit/sec. bewältigen – empfohlen wird darum eine 100-Mbit-Anbindung, um für kurzfristige Spitzen gewappnet zu sein und Reservesicherheiten aufzubauen. Beim breiten Einsatz von Filmen und Multimedia-Inhalten können zusätzlich auch Streaming-Server zum Einsatz kommen. Solche Dienste können selbst aufgebaut oder von Dritten in Anspruch genommen werden (Streaming Networks: T-Mobile, Adobe, Akamai, Limelight networks, Qbrick u. a.)

Der Einsatz von Live-Videos muss sorgfältig bedacht werden. Oft werden Live-Videos, vor allem von unerfahrenen Teilnehmenden, gewünscht, um das Defizit des Face-to-face-Kontaktes zu überbrücken. Es zeigt sich aber, dass der Bandbreitenbedarf von Live-Videos nicht zu unterschätzen ist. Dies erfordert eine grundsätzliche Auseinandersetzung mit dem Thema Bandbreiten und Multimedia (FIRESTONE et al 2007). Sobald es sich um eine internationale Konferenz handelt und man mit Teilnehmenden aus allen Kontinenten zu rechnen hat, sollte man auf einfache, konservative Lösungen setzen und auf Live-Videos verzichten. Viel wichtiger ist es, dass die Live-Präsentationen ein Erfolg sind.

2 Aufbau und Durchführung einer virtuellen Konferenz am Beispiel der »1st Phonak Virtual Conference«

Die Firma Phonak AG (www.phonak.com) – ein Schweizer Hörsysteme-Unternehmen, das international tätig ist – hat im Mai 2007 eine erste virtuelle Konferenz rund um das Thema »Audiologie« (Audiologie: Wissenschaft, die sich mit allen Aspekten des Hörens befasst) durchgeführt (Abbildung 6).

Konferenz mit
25 Wissenschaftlern

25 Wissenschaftler aus unterschiedlichen Ländern waren eingeladen, ihr Fachwissen in vier Sprachen an ein international gemischtes Publikum zu vermitteln. 430 Teilnehmende aus 40 Ländern nahmen während zweier Tage an Live-Präsentationen und Forums-Diskussionen teil und konnten während weiterer 30 Tage die Aufzeichnungen sowie die Online-Bibliothek mit weiterführenden Ressourcen nutzen.

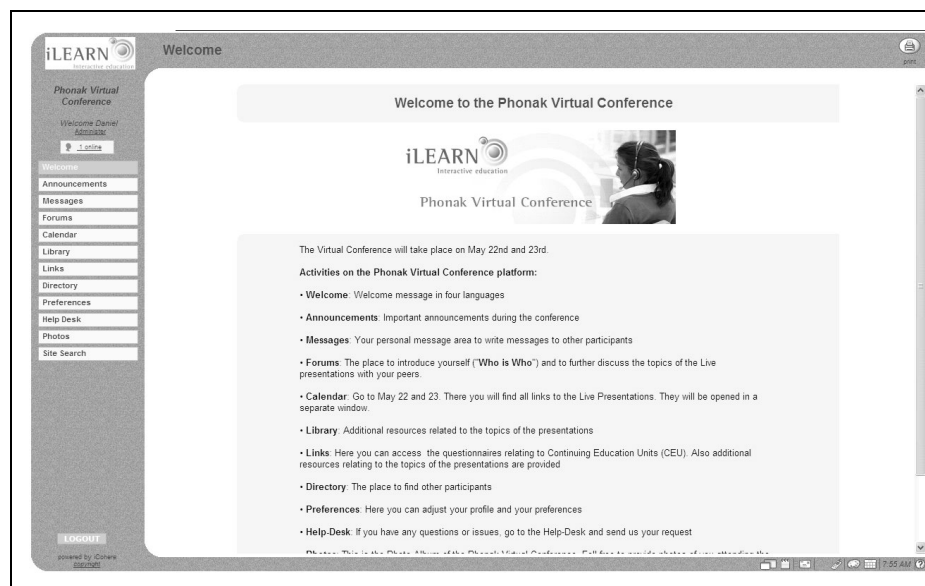


Abb 6.: Plattform der ersten virtuellen Konferenz der Firma Phonak AG

2.1 Planung und Programmzusammenstellung

In die Planung und Durchführung waren ein Team von drei Personen am Hauptsitz der Firma Phonak sowie zwei bis drei Personen pro Sprache in den verschiedenen Vertriebsgesellschaften eingebunden. Die Planung begann damit, zwei Tage zu finden, die sich für eine internationale virtuelle Konferenz eigneten. Dabei galt es darauf zu achten, keine nationalen Feiertage zu belegen. Dies global sicherzustellen, war eine erste planerische Hürde.

Für das Anschreiben von potenziellen Fachreferenten konnte auf ein Netzwerk zurückgegriffen werden, das Phonak über Jahrzehnte durch enge Beziehungen zu wissenschaftlichen Institutionen und durch eigene wissenschaftliche Forschungen aufgebaut hatte. Diese Reputation im wissenschaftlichen Umfeld vereinfachte es ungemein, namhafte Wissenschaftler aus dem Gebiet der Audiologie für dieses »Experiment« zu suchen und zu gewinnen. Man verzichtete darauf, ein Schwerpunktthema festzulegen. Unter dem Oberbegriff »Audiologie« wurde ein Programm zusammengestellt, das den gegenwärtigen Stand der Kunst reflektierte und somit für ein sehr breites Publikum

8.24	Erfahrungen mit der ersten virtuellen Konferenz der Phonak AG
-------------	--

interessant war. Seitens Phonak wurde entschieden, die Bühne dem Thema »Audiologie« und der Wissenschaft zu öffnen. Auf Produktwerbung, Marketing etc. wurde komplett verzichtet. Phonak trat als »Facilitator« auf und nicht als Hersteller von Hörsystemen. Eine virtuelle Konferenz sollte nicht unter dem Deckmantel wissenschaftlicher Fachbeiträge Produktwerbung und Marketing betreiben (es sei denn, man weist dies explizit so aus und grenzt den Produktteil vom fachwissenschaftlichen Teil ab). Eine »hidden agenda« wird vom Fachpublikum sofort zurückgewiesen.

2.2 Infrastruktur und Kosten(-vergleich)

Phonak arbeitet seit rund sechs Jahren mit Webconferencing-Lösungen (vgl. zum Projekt Phonak iLEARN: STOLLER-SCHAI 2006) und konnte für den Präsentationsteil auf diesen Erfahrungen aufbauen. Für den eigentlichen Community-Teil wurde zuerst erwogen, selbst eine Plattform zu bauen. Nach einer Kosten- und Aufwandsschätzung entschied man sich aber rasch dafür, mit einem etablierten Partner zusammenzuarbeiten, um die Kosten kontrollieren zu können und das Risiko des Mislingens zu reduzieren (vgl. als Case Study: LAMBERT 2007).

- | | |
|----------------------------|---|
| Bandbreitenprobleme | Der Webconferencing-Server war mit einer 100-Mbit/sec.-Leitung ans Internet angeschlossen. Um die Verfügbarkeit zu testen, wurde zwei Wochen vor der Konferenz ein »Stress-Test« durchgeführt, an dem rund 80 Phonak-Mitarbeiter und externe Partner teilnahmen. Auf diese Weise konnte festgestellt werden, dass der Einsatz von Webcams und Videos zu Bandbreitenproblemen im südamerikanischen und asiatischen Raum führte. Aus diesem Grund wurde entschieden, den Einsatz dieser beiden Technologien auf ein Minimum zu beschränken, was wesentlich zum späteren Erfolg der ersten virtuellen Konferenz beitrug. |
| Teilnahmegebühr | Mit einer Teilnahmegebühr von 30 US-Dollar entschied man sich bewusst gegen eine kostenlose Konferenz, um so die Verbindlichkeit der Teilnahme zu erhöhen und den Wert des Anlasses zu steigern. |
| Geringere Kosten | Die Kosten für eine virtuelle Konferenz (Plattformmiete, Headsets, Referentenhonorare) sind im Vergleich zu einer klassischen Phonak-Konferenz um ein Vielfaches geringer (5 bis 8-mal), da keine Reise- und Übernachtungskosten sowie Raumkosten anfallen. |

2.3 Kommunikation, Promotion und Ausschreibung/Einschreibung

- | | |
|------------------|--|
| Marketing | Da virtuelle Konferenzen – zumindest in der Hörgeräteindustrie – noch nicht sehr verbreitet sind, war ein entsprechender Aufwand erforderlich, um die Konferenz zu bewerben. Zuerst wurden alle Kunden, die bereits die E-Learning-Lösung von Phonak nutzen, per Newsletter angeschrieben. Zudem wurden Inserate in Fachzeitschriften geschaltet, und die Vertriebsgesellschaften führten in verschiedenen Ländern lokale Marketingaktivitäten durch. Der ganzen virtuellen Konferenz wurde ein eigenes »Gesicht« gegeben (Abbildung 7). |
|------------------|--|

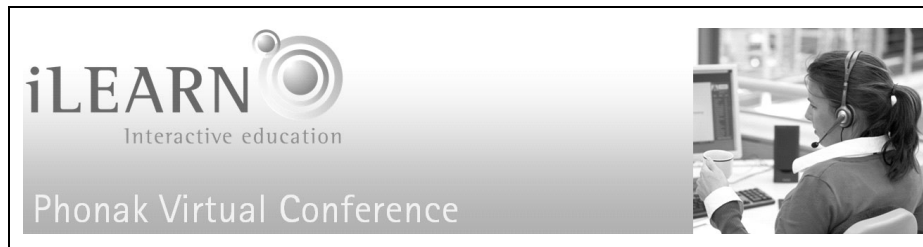


Abb. 7: Banner der virtuellen Konferenz

2.4 Vorbereitungsarbeiten und Dramaturgie des Anlasses

Im Vorfeld bekamen die Referenten ein hochwertiges USB-Headset mit Mikrofon zugesandt, damit alle in einer klanglich guten Qualität sprechen konnten. Die Referenten erhielten zudem eine Einführung, und es wurde ein Testlauf durchgeführt, um sicherzustellen, dass alles funktionierte.

Headsets für Referenten

Die Dramaturgie war relativ einfach gehalten. Für jede der drei Zeitzone-Regionen wurde eine spezielle Begrüßungspräsentation abgehalten. Es gab eine Zwischenbilanz nach dem ersten und eine Abschlusspräsentation am zweiten Tag. Alle Aktivitäten wurden per Ankündigung (»announcements«) allen Teilnehmenden sowohl auf der Plattform wie auch per privater Mailnachricht mitgeteilt. Es war für die »Macher« im Hintergrund zunächst nicht ganz einfach, das grundsätzlich einfache dramaturgische Setting zu akzeptieren, da man noch so viel hätte einbauen können. Die Einfachheit im Aufbau der Plattform und der Durchführung wurde aber vom Fachpublikum sehr geschätzt, da dadurch der Anlass insgesamt schnell und einfach zu überblicken war.

Dramaturgie

2.5 Durchführung und Moderation

Das Hauptaugenmerk lag während der zwei Tage auf den Live-Präsentationen. Jeder Referent und jede Referentin wurde von einem Phonak-Moderator betreut (zur Vorbereitung von Live-Moderatoren siehe HOFMANN/REß 2001, 2003). Die Teilnehmenden wurden zuerst in einer Welcome-Lobby begrüßt, bevor dann die eigentliche Präsentation startete (Abbildung 8).

Live-Präsentation

Während der Präsentation wurden sowohl der Chat als auch die Teilnehmerliste ausgeblendet. Dies, um einerseits die Aufzeichnung freizuhalten von Chat-Nachrichten, die nicht zum Thema gehören (»Ich muss schnell ein Telefongespräch führen, bin gleich wieder da ...«), und um andererseits die Privatsphäre der Teilnehmenden zu schützen, da nach der Präsentation eine unbekannte Anzahl Personen die Aufzeichnung anschauen würde.

Zusätzlich zu den Live-Präsentationen wurden auch Foren-Diskussionen angeboten, um die Themen zusammen mit den Referenten weiter zu vertiefen.

Darüber hinaus wurde auch eine Foto-Galerie eröffnet und die Teilnehmenden waren aufgefordert, Bilder von sich hochzuladen, die zeigten, wie und von wo sie an der virtuellen Konferenz teilnahmen. Diese Bilder belegten auf eindruckliche Weise, welches Vertrauen das Publikum dem Anlass entgegenbrachte. Es gab wenige Business-Fotos, aber viele private Bilder, die die Teilnehmenden zu Hause an ihrem Computer zeigten, wie sie an der virtuellen Konferenz teilnahmen.

Foto-Galerie

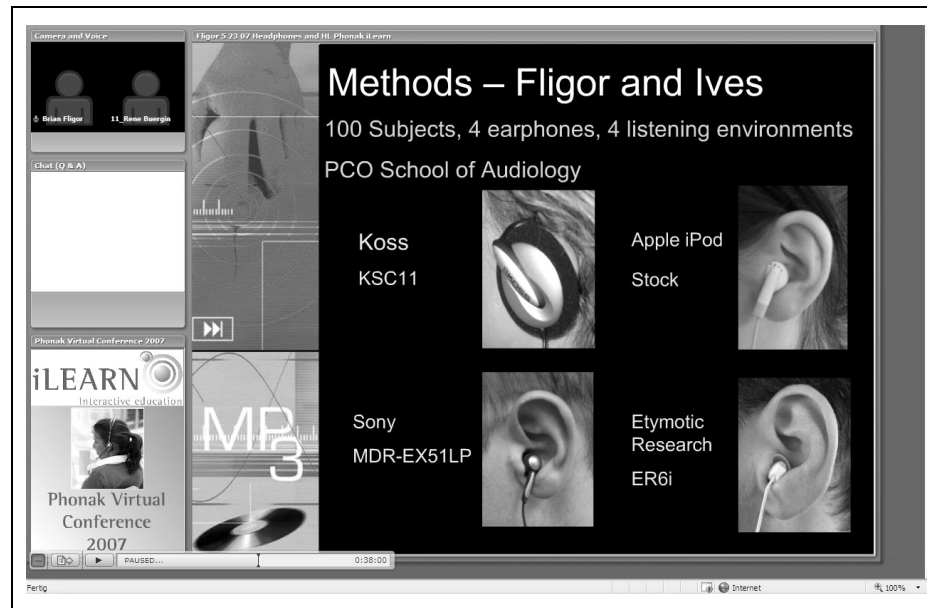


Abb. 8: Screenshot einer Live-Präsentation (im Aufzeichnungs-Modus)

2.6 Post-Konferenz-Aktivitäten Bedeutung von Credit Points

Nach der zweitägigen Konferenz wurde die Plattform weitere 30 Tage lang für alle registrierten Teilnehmenden offengehalten, um Aufzeichnungen und Ressourcen aus der Bibliothek in Ruhe anschauen zu können. Für einige Präsentationen wurden Selbst-Tests angeboten, um sich damit für Weiterbildungspunkte (Continuing Education Units) zu qualifizieren. Dies ist vor allem in englischsprachigen Ländern eine wesentliche Motivation für Kunden, an solchen Veranstaltungen teilzunehmen. Diesen Umstand zu vernachlässigen, würde bedeuten, eine wesentliche Kundenerwartung nicht zu erfüllen.

2.7 Auswertung und Feedbacks von Kunden

Positives Feedback Keine virtuelle Konferenz ist perfekt. Aus diesem Grund ist eine sorgfältige Analyse nach der Konferenz von zentraler Bedeutung. Technisch gesehen gab es in der ersten virtuellen Konferenz erstaunlich wenig Probleme. Der Help-Desk wurde fast nur für typische Login-Probleme angefragt. Dies ist – nebst einer guten technischen Vorbereitung – immer auch auf ein Quäntchen Glück zurückzuführen, da es kaum gelingen wird, alle Internet-Parameter zu jeder Zeit zu kontrollieren. Das Feedback der Kunden fiel darum auch sehr positiv aus, was die Grundlage dafür ist, weitere virtuelle Konferenzen durchzuführen.

Zwei Kundenfeedbacks sollen hier exemplarisch angeführt werden:

*»This was the first time I had attended a Virtual Conference. I was duly impressed. I found the whole thing easy to access, I learnt a great deal and was amazed at how it was all put together. I even enjoyed Chris's record collection!
Thank you so much Phonak for organizing this event, and I will definitely be there next year. I read in Wendy's Forum, where she suggested a similar thing for Teachers of the Deaf... I would wholeheartedly agree with her.«*

»I would just like to congratulate the conference team for a fantastic job. Really appreciate the opportunity to hear from many parts of the world, to have access to continuing education while sitting at my computer at crazy hours in very! casual clothes. Very exciting to have participated in the first of what I hope will be many such conferences. I found the layout very user friendly so that even without having any pre-conference practice I could navigate the site. Loved being able to print slides immediately from the recorded session and especially appreciated having the exact time for each slide on the screen. Thanks for the quizzes being so nicely set up and able to be perfected before sending!«

Die Reduktion auf einen einfachen Aufbau und der Verzicht auf eine zu große Palette an technischen »gadgets« war ausschlaggebend für den Erfolg. Für viele Kunden war es das erste Mal, dass sie an einer solchen Veranstaltung teilgenommen hatten, und darum mussten die Komponenten der virtuellen Konferenzen ihrem Kompetenzlevel angepasst werden.

3 Kritische Beurteilung und Ausblick

Virtuelle Konferenzen sind ein ausgezeichnetes Mittel für kundenfokussiertes E-Learning. Der Event-Charakter bildet das soziale Potenzial, um Kundenbindungen auszubauen und das Beziehungsnetzwerk zu Fachreferenten zu pflegen und auszubauen. Von einem technologischen Standpunkt aus gesehen, gilt es, einiges zu beachten, im Vergleich zu den Anfängen der virtuellen Konferenzen tritt aber der technologische Aspekt mehr und mehr in den Hintergrund. Darum kann man nun das Augenmerk vermehrt auf die sozialen Feinheiten richten (KAPLAN et al. 2003, SUTER et al. 2005), damit eine virtuelle Konferenz als solche wahrgenommen und erfolgreich wird. In Sachen Reputation hat sich die erste virtuelle Konferenz gelohnt. Obwohl der Fokus auf das Thema »Audiologie« gerichtet war, hat sich der Name »Phonak« mit dem Anlass in positiver Weise verbunden.

**Checkliste: Planung, Aufbau und Durchführung von virtuellen Konferenzen**

- Überlegen Sie sich, welchen Mehrwert Sie für Ihre Kunden und Ihr Unternehmen mit der Durchführung von virtuellen Konferenzen schaffen.
- Vergleichen Sie Vor- und Nachteile von Präsenz-Konferenzen (Face-to-face) und virtuellen Konferenzen. Fällt Ihr Urteil positiv für letztere aus, beginnen Sie mit der konkreten Planung.
- Nutzen Sie bestehende Beziehungen zu Fachreferenten (z. B. über die Abteilung »Forschung und Entwicklung«) und stellen Sie ein Programm zusammen, das für Ihre Kunden attraktiv und einzigartig ist.
- Stellen Sie sicher, dass Ihre virtuelle Konferenz eine einheitliche Identität hat und Ihre Kunden sie als eine abgerundete Entität wahrnimmt.
- »Weniger ist mehr« – versuchen Sie nicht zu viel in ihr Programm und ihre Virtuelle Konferenz Plattform hineinzupacken. Lassen Sie genügend Zeit für Pausen. Ihre Kunden werden in den meisten Fällen in einen Arbeitsprozess eingebunden sein, wenn sie an der Konferenz teilnehmen.
- Planen Sie genügend Zeit für Übersetzungen ein. Lokale Adaptionen werden geschätzt, erfordern aber viel Zeit.
- Planen Sie genügend Personen ein, die die Plattform als Präsentations-Moderatoren, als Help-Desk-Mitarbeiter, als Verantwortliche für die Ressourcen-Bibliothek etc. betreuen können.
- Führen Sie, wenn möglich, interaktive Live-Präsentationen durch.
- Schenken Sie vor allem den sozialen Aspekten genügend Beachtung. Eine freundliche und professionelle Begrüßung beim ersten Einloggen, die Möglichkeit, sich selbst mit Text und Bild vorzustellen und ein breites Angebot an Kontaktmöglichkeiten mit anderen Teilnehmenden werden wesentlich zum Gelingen ihrer virtuellen Konferenz beitragen.
- Planen Sie genügend Zeit für die Betreuung Ihrer Fachreferenten ein. Sie sind es vor allem, die Ihrer virtuellen Konferenz einen Mehrwert verleihen. Deshalb müssen sie sorgfältig auf ihre Rolle als Online-Dozenten vorbereitet werden. Rechnen Sie genügend Zeit für Test-Läufe ein.
- Bedenken Sie, dass die Bewerbung einer virtuellen Konferenz mehr Aufwand erfordert als die Ankündigung einer normalen Präsenz-Konferenz. Es bedarf eines höheren Erklärungsaufwandes, damit sich Ihr Zielpublikum zu einer Teilnahme bewegen lässt.
- Legen Sie ihre technischen Systeme so aus, dass Sie vor allem bandbreitenmäßig auf der sicheren Seite sind. Ihre Kunden sind nicht an der Technik interessiert, sie wollen an der virtuellen Konferenz teilnehmen. Deshalb müssen idealerweise alle technischen Prozesse so ablaufen, dass sie im Hintergrund stattfinden und von den Teilnehmenden nicht wahrgenommen werden. Auch hier gilt: Besser ein einfaches, aber stabiles System als ein überladenes mit vielen interessanten Eigenschaften, die aber niemand benutzen kann, weil sie nicht oder nur teilweise funktionieren.
- Legen Sie großen Wert auf gute Soundqualität. Voice-over-IP-Lösungen sind genügend ausgereift. Es bedarf aber genügender Bandbreite, guten Audiomaterials und korrekt kalibrierter Soundgeräte.

Literaturhinweise

- DILLENBOURG P.: What do you mean by collaborative learning? In: DILLENBOURG, P. (Hrsg.): Collaborative-learning: Cognitive and Computational Approaches, Oxford (Elsevier) 1999, S. 1–19.
- FIRESTONE, S./RAMALINGAM, T./FRY, S.: Voice and Video Conferencing Fundamentals, Cisco 2007.
- HOFMANN, J./REß, L.: Live-online-Lehren: Methoden und Übungen für das virtuelle Seminar, Daten + Dokumentation 2003.
- HOFMANN, J./REß, L.: Synchrones Online-Lehren. Wie Sie den virtuellen Raum meistern, Daten + Dokumentation 2001.
- KAPLAN, S./LYNN, J. A.: Beyond the Breakout Room: How Technology Can Help Sustain Community, in: Focus Technology, 2003, S. 38–42.
- LAMBERT, W.: Case study 1st Virtual Conference Phonak (in Arbeit), iCohere 2007.
- STOLLER-SCHAI, D.: Schulung von Kunden und Mitarbeitern über das Internet. Das Projekt iLEARN als Beispiel für den Einsatz einer interaktiven Kommunikationsplattform, in: Zeitschrift für E-Learning, Lernkultur und Bildungstechnologie, 02/2006, 1. Jg., S. 44–57.
- SUTER, V./ALEXANDER, B./KAPLAN, P.: Social Software and the Future of Conferences – Right Now, in: EDUCAUSE Review, Vol. 40, Nr. 1, Januar/Februar 2005, S. 46–59.

8.24

Erfahrungen mit der ersten virtuellen Konferenz der Phonak AG