

## Technologie

# Die Weisheit der Kinder fürs Büro

Ein Experiment mit Kindern gibt dem Druckerkonzern Xerox neue Ideen. Die Wünsche der Kids machen staunen.

**Thomas Jäkle**

Denkt man an das Büro der Zukunft oder „Office“, wie es neudeutsch auch gerne genannt wird, so denkt man an Microsoft, ein wenig an Apple, mancher auch an Linux und Insider an das Programm Open Office von Sun Microsystems, weil dieses fast kostenlos abgegeben wird und qualitativ gegenüber dem Microsoft Office aufgeholt hat.

Über das Büro der Zukunft zerbrechen sich nicht nur Computerexperten und Architekten, sondern auch Wissenschaftler den Kopf. Und als Ezzes-Geber werden häufig Kids befragt. Der Kopier- und Druckerhersteller Xerox hat in der Kinderstadt Minopolis in Wien etwa 500 zwischen acht und zwölf Jahre alten Kindern über die Schulter geschaut. In Minopolis können die Knirpse erste Eindrücke von der Berufswelt sammeln. Papier, Karton, Farbstifte, Folie, Holzstäbchen, Watte oder Klebstoff – alles, was man braucht, um das Büro der Zukunft zu basteln, wurde den Kids von Xerox in die Hand gegeben.

Maximilian, acht Jahre alt, hat das Siegerprojekt kreiert. Er nahm eine Schachtel und errichtete darauf sein Gesamtkunstwerk. Ein Swimmingpool, ein fliegender Teppich als Schmuckstück, aber auch gleichzeitig als Autoersatz, ein Backrohr, symbolisch für das leibliche Wohl, sowie ein Aussichtsturm sind die Eckpunkte seines futuristischen Gebildes. Der Job selbst soll über den Wolken an einem mit Watte angedeuteten „Wolkenarbeitsplatz“ verrichtet werden. Niklas, zehn, dürfte den realen Xerox-Vorstellungen näher kommen – mit einer Multifunktionsmaschine, die telefonieren und klonen kann, no na, drucken und kopieren ebenso. Tina, zehn, und Sebastian, elf, zäumten das Office am Handgelenk auf. Ein Computer, so groß wie eine Uhr, soll Papier ausspucken – in gefalteter Form. Die Verbindung zwischen den Geräten muss natürlich drahtlos erfolgen.

### Drahtlos im Office

Und wie interpretieren Manager die Ergebnisse? Die kühnsten Vorstellungen der Xerox-Manager wurden jedenfalls übertroffen. Das Thema „Work-Life-Balance“ haben die Kids deutlich gemacht, lautet die Interpretation von Sandra Kolloth, Marketingchefin bei Xerox Austria. Ob Maximilian & Co. das so gemeint haben, sei dahingestellt. Jedenfalls haben die Kids, die nicht befragt wurden, ob sie lieber Kicker, Popstar, Lokführer oder Skifahrer werden wollen, die Xerox-Mannschaft mit den Kreationen verblüfft. Noch mehr, als es die Vertriebsmannschaft von Xerox Austria vermochte, die zum Jahresende 2005 in einem fulminanten Finale große, kaum vorstellbare Zahlen ablieferte, die Xerox nicht nur zum Nachrechnen bewegt hatten.

„So haben wir uns das nicht vorgestellt, aber vielleicht wird's ja noch werden“, zeigte sich auch Monica Beltrametti, Vice President vom Xerox Research Centre im französischen

Grenoble, von den Design-Studien der Knirpse freudig überrascht. Dass Mobilität einen Fokus bei Kindern hat, sei kaum verwunderlich. Wohlwissend, dass jedes Objekt ein Computer sein kann, wie die Xerox Parc-Labors mit ihren Forschungsarbeiten zum Ubiquitous Computing festgestellt haben. „Wir haben Anthropologen und Soziologen, die genau beobachten, was den Leuten wichtig ist“, sagt die erfahrene Xerox-Forscherin

Beltrametti. Mehr Funktionen an einem Gerät, vor allem aber auch ein User Interface, das komfortabel zu bedienen ist, das sei es, was Kunden heute verlangen würden.

Das einst von Xerox propagierte „papierlose Büro“ dürfte eine Schimäre bleiben. Xerox arbeitet derzeit daran, Papier mehrfach zu verwenden, bevor es weggeworfen wird. Ein Stift fährt dabei über das Papier, quasi als Drucker. Nach

drei Stunden lösen sich die Buchstaben auf. Dasselbe Papier kann dann erneut bedruckt werden. Noch ist Xerox nicht so weit, um das Produkt auf den Markt zu bringen. Der Kontrast sei noch nicht gut genug. Fünf bis zehn Jahre werde es noch dauern, bis die Technologie Marktreife erlangen könnte“, sagt Beltrametti. Ob es dann noch aktuell ist? Vielleicht sollte Xerox Kids dazu befragen, die darauf eine weise Antwort haben.

OghlyOne

**Cisco**  
Powered

**TELEKOM AUSTRIA**

Business Solutions

Freiraum für Erfolg.

## Sie werden sich fragen, wie Sie jemals anders arbeiten konnten.

SMART IP Voice Service ist eine professionelle IP-basierte Telefonielösung, die Ihre Kommunikation wirtschaftlicher macht und Ihren Mitarbeitern erheblich die Arbeit erleichtert.

### Mehr Wirtschaftlichkeit, weniger Kosten.

Das Service wird komplett von Telekom Austria gemanaged. Das heißt, Sie haben keine Investitions- oder Betriebskosten. Verrechnet wird ausschließlich pro angeschlossenen Arbeitsplatz. Sie sparen auch Gesprächsgebühren, da Telefonate zwischen mehreren Niederlassungen gebührenfrei sind.

Durch CTI (Computer Telephony Integration) werden PC und IP-Telefon eine Kommunikationseinheit. Dadurch ergibt sich eine Fülle an arbeitserleichternden Funktionen für Ihre Mitarbeiter.

Wir informieren Sie gerne über Details.

**Business Hotline: 0800 100 800**

### Aktion für Neukunden bis 30. 6. 2006:

Sparen Sie sich die Herstellungsentgelte\* und wählen Sie aus unserem breit gefächerten Angebot stark vergünstigter Cisco IP-Telefone.

\* Das beinhaltet Aufbau und Inbetriebnahme des PSTN-Gateways sowie Erstkonfiguration, Einrichtung und Freischaltung des Service. Voraussetzung für SMART IP Voice Service ist eine Anbindung an den MPLS-Backbone der Telekom Austria.