

Projekt „europagenda“

im Programm "eContent"

zur Entwicklung mehrsprachiger Inhalte für innovative elektronische Dienste in der EU

in Kooperation mit

REMES (Electronic Multilinguistic Service Center of Social Sciences)

(Universität Barcelona, Facultat de Geografia; School of Management at Radboud University Nijmegen; alba e.V.)

Beginn: August 2004

Abschluss: März 2005

Projektleitung: Prof. Dr. Claus Leggewie

Projektmitarbeiter: Dr. Elke Mühlleitner (Teamleitung), Oliver Fritsch MA, Christian Marx, Christian Hochhuth (Design), Justin Salisbury / Guy Simonow (Texttechnologie)

Inhalt:

- 1. Ausgangspunkt: interagenda —eine interaktive Plattform des ZMI**
- 2. Prototyp: interaktive Konferenzseite www.politik-konsum.de**
- 3. Weiterentwicklung: europagenda – ein europäischer Wissenschaftskalender und die Agentur für Online-Konferenzen in den Sozial- und Geisteswissenschaften**

1. Ausgangspunkt: interagenda – eine interaktive Plattform des ZMI

Ausgangspunkt von europagenda ist die **Webseite** www.interagenda.info, ein interaktiver Wochenkalender für wissenschaftliche Konferenzen und Vorträge, den das *Zentrum für Medien und Interaktivität*, Universität Gießen, seit 2003 in Kooperation mit der Literaturseite der *Süddeutschen Zeitung* erstellt.

Die **Idee** von interagenda: Wir bieten der wissenschaftlichen Gemeinschaft und dem interessierten Publikum wöchentlich Informationen über Inhalt, Veranstalter, Teilnehmer, Verlauf und Ergebnisse wissenschaftlicher Veranstaltungen aus allen Wissenschaftsdisziplinen.

Welchen Mehrwert leistet der „Hypertext“ [interagenda.info](http://www.interagenda.info) im Vergleich mit dem donnerstags in der *Süddeutschen Zeitung* erscheinenden „Print“ **Agenda**? Erstens werden die Konferenzen, Tagungen und Vorträge um wichtige Informationen erweitert, auf ihre Internet-Präsenz geprüft und von der in Gießen angesiedelten, dreiköpfigen Redaktion verlinkt, sodass die Nutzer die entsprechenden Seiten im **Internet** abrufen können. Zweitens können Nutzer schnell per E-Mail in Kontakt mit Veranstaltern und Referenten treten. Drittens bietet interagenda ein stets wachsendes Tagungsarchiv, das mit dem „Suche“-Button leicht zu bedienen ist. Viertens flankieren Specials wie die Rubriken „Einstein/Stiller/Stifter“ und „Presse-spiegel“ das Angebot und spiegeln die „Agenda“ im Diskurs der deutschsprachigen Wissenschaftskommunikation.

Ein **erstes Ergebnis** unseres Projektes ist, dass es hinsichtlich der Nutzungsmöglichkeit des Internets generell einen großen Nachholbedarf für wissenschaftliche Institutionen gibt. Seit Beginn des Projekts im Frühjahr 2003 – seither wurden etwa zweitausend Konferenzen, Vorträge und Tagungen bearbeitet – haben wir immer wieder festgestellt, dass Veranstalter und Organisatoren wissenschaftlicher Events unterschiedlich stark die „interaktiven“ Vorteile des Internets nutzen – meist auf niedrigem Niveau.

Auf Basis dieser Erfahrung haben wir im EU-Projekt **Remes** (www.e-remes.com) ein neues Produkt entwickelt: eine europäische Plattform im Internet mit dem Arbeitstitel **europagenda**. Ziel ist, europäische Wissenschaftskalender (analog zu www.interagenda.info) im Netz zu erfassen, einen Überblick über das einschlägige Angebot zu erhalten und die europäische Wissenschaftslandschaft im Hinblick auf ihre Berichts- und Ankündigungssysteme zu überprüfen.

Folgende Schritte wurden dazu unternommen:

- Erfassung bereits bestehender Konferenzkalender in Europa über geeignete Kontaktpersonen (Auskünfte von Experten der Wissenschaftskommunikation und/oder Neuen Medien und in der Geschichte der Wissenschaften; Umfrage unter den Auslandskorrespondenten des Medienpartners *Süddeutsche Zeitung*).
- Länder: Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien, Österreich, Kroatien, Norwegen.
- Überblick über Forschungsförderungseinrichtungen (DFG (Deutschland), CNRS (Frankreich), AHRB, ESRC, SRC, Wellcome Trust (Großbritannien), BMWF, FWF (Österreich) etc).
- Ermittlung europäischer wissenschaftlicher Organisationen (nach REMES-Vorgabe in den Sozialwissenschaften, Politikwissenschaften, Geographie, Wirtschaftswissenschaften).

Das Ergebnis ist in folgendem Überblick dargestellt:

Wissenschaftskalender in Europa

Die Wissenschaftslandschaft in Europa ist vielfältig und uneinheitlich. Nationale Besonderheiten spielen eine große Rolle, z.B. wirkt sich der Zentralismus in Frankreich gleichermaßen wie die dezentrale Situation in Deutschland aus. Ein Netzwerk der Universitäten besteht in den meisten europäischen Ländern. Es handelt sich hingegen um eine nationale Besonderheit, wenn wissenschaftliche Veranstaltungen in Tageszeitungen regelmäßig veröffentlicht werden.

Länder	Kalender in Tageszeitungen	Kalender im Netz	Nationale Wissenschaftseinrichtungen
Großbritannien	-	ConferenceUnit der British Medical Association www.bma.org.uk	The British Academy http://www.britac.ac.uk/ The Royal Academy http://www.royalacademy.org.uk/ Arts and Humanities Research Board http://www.ahrb.ac.uk/ Economic and Social Research Council http://www.esrc.ac.uk/ The Social Science Research Council http://www.ssrc.org/ The Wellcome Trust http://www.wellcome.ac.uk/ British Medical Societies & Associations www.medic8.com/BritishMedicalSocietiesAndAssociations.htm
Frankreich	Beilagen zu	Keine Kalender im Netz Universitäten und Colleges bringen	Centre National de la recherche scientifique

	wiss. Veranstaltungen aber keine Kalender, z.B. in Le Monde oder Libé	ihre eigenen Veranstaltungskalender, Beaubourg, Reid Hall, Collège International de Philosophie	http://www.cnrs.fr/
Deutschland	SZ, FAZ	<p>Informationsdienst Wissenschaft http://idw-online.de/pages/de/calendar Humanities, Sozial- und Kulturgeschichte http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/ Fachportal für die Geschichtswissenschaften http://www.clio-online.de/ Berlinews: Online Magazin an der Schnittstelle von Wissenschaft und Wirtschaft http://www.berlinews.de/ Zentrum Mensch Maschine der TU Berlin http://www.useworld.net/servlet/listcat?cat_id=33 Forschungszentrum Karlsruhe: Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse http://www.itas.fzk.de/veranstaltung/inhalt.htm Edacentrum Deutschland http://www.edacentrum.de/konferenzkalender/sub_f_set_ims.html</p>	<p>Hochschulen in Deutschland http://www.forschungsportal.net/karten/Hochschulen-txt.html Union der Deutschen Akademien der Wissenschaften http://www.akademienunion.de/ Forschungseinrichtungen, -förderungen Deutsche Forschungsgemeinschaft http://www.dfg.de/ Konrad-Adenauer-Stiftung http://www.kas.de/ Friedrich-Ebert-Stiftung http://www.fes.de/ Hans-Böckler-Stiftung http://www.boeckler.de/ Bundesministerium für Bildung und Forschung http://www.bmbf.de/ Max-Planck Institute http://www.forschungsportal.net/karten/Max-Planck-txt.html Sämtliche Forschungseinrichtungen in einer Liste (BMBF): http://www.forschungsportal.net/karten/alle-txt.html Stiftungen in Deutschland http://www.stiftungsindex.de/</p>
Italien	Corriere della Siera		<p>Netzwerk der italienischen Universitäten www.uninetwork.corriere.it/index.php</p>
Spanien	-	www.rediris.es/list/diseven/	
Österreich	Der Falter	<p>Wissenschaftsportal ORF www.science.orf.at/science/events öst. Wissenschaftskalender www.wissenschaftskalender.at Wissenschaft Wien (TU) www.wissenschaftskompass.at EuroInternet (virtual library for European Integration) www.eiop.or.at</p>	<p>BM f. Bildung, Wissenschaft und Kultur www.bmbwk.gv.at BM f. Verkehr, Innovation und Technologie www.bmvit.gv.at Forschungsförderungsgesellschaft www.ffg.at Fonds zur Wissenschaftlichen Forschung www.fwf.ac.at Ludwig Boltzmann Institute www.ludwigboltzmann.at Österreichische Akademie der Wissenschaften www.oeaw.ac.at</p>
Kroatien	-	www.zarec.hr	InterUniversityCentre Dubrovnik (u.

		Ministry of Culture and Open Society Institute (links zu Forschungsprogrammen und Förderungen) www.culturenet.hr	a. Konferenzen) http://www.iuc.hr/
Norwegen	-		Netzwerk norwegischer Universitäten

Ferner:

Interdisziplinäres Portal für Wissenschaftliche Information (Deutschland) <http://www.vascoda.de/>

Europäische Union: Science and Society in Europa: <http://europa.eu.int/comm/research/>

Außerhalb Europas und überregional:

Advancing Science. Serving Society – World's Largest General Scientific Society www.aaas.org

US Department of State – Calendar of International Events www.state.gov/g/oes/c6218.htm

H-Net Humanities & Social Sciences Online <http://www.h-net.org/>

In der ersten Projektphase ging es darum, www.interagenda.info zu optimieren, um aus dieser Erfahrung praktische Schlüsse für eine europäische Plattform zu ziehen. Dazu fand am 15. November 2004 im ZMI, Gießen, ein interner User-Workshop statt, an dem Mitarbeiter des ZMI und ein Vertreter der Süddeutschen Zeitung teilnahmen. Folgende Fragen wurden diskutiert:

[OF: Wollen wir diese „interne Revision“ anderen so offen zugänglich machen? Eine Frage der Strategie. Ich finde es irritierend – an dieser Stelle zumindest.]

- Wie wird die Website praktisch genutzt?
- Wie steht es um ihre Benutzerfreundlichkeit, wie übersichtlich ist die Seite?
- Was fehlt dem Nutzer (Wünsche, Kritik, Anregungen)?
- Wer nutzt einen Wissenschaftskalender, ist eine fachspezifische Erweiterung sinnvoll oder auf sämtliche Kulturwissenschaften anwendbar?
- Welche Anregungen gibt es für eine europäische Erweiterung?

Die Ergebnisse des Workshops lassen sich so zusammenfassen:

- Die Wissenschaftskommunikation im Netz sollte qualitativ verbessert werden.
- Pfade und Orientierung können verbessert werden.
- Angeregt wurden Weblogs im Pressespiegel.

- Der Kalender bietet zu wenig Möglichkeiten, sich einen individuellen Terminplan zu machen, Konferenzen werden zu kurzfristig angekündigt (was an der Vorgabe des Partners SZ liegt).
- Tagungs-Papers im pdf-Format wären erwünscht.
- Sinnvoll wäre ein Ranking; dazu müssen Kriterien für die Qualität von Konferenz-Webseiten erarbeitet werden.
- Eine gute Konferenz-Webseite kann als Alleinstellungs- und Distinktionsmerkmal angesehen werden.
- Eine Serie von Porträts über Tagungsstätten wurde vorgeschlagen, ferner die Besprechung von Tagungsbänden und die Einrichtung eines Newsletters.
- Die Agenda sollte erkennbar im Mittelpunkt stehen; der Text für die Konferenz der Woche sollte umfangreicher und exponierter sein.
- Die Archivierung der Daten und die Verbesserung der Suchfunktion wurden dringend empfohlen.
- „Pressespiegel“ wurde als irreführender Titel der Rubrik bezeichnet.
- Die Funktion „Call for Papers“ muss ausgebaut werden, sie ist der Schlüssel für eine interaktive Kommunikation mit den Nutzern und spricht vermutlich vor allem solche Interessenten an, die den Selektionskriterien des Medienpartners („große Namen“, bestimmte Themen) nicht entsprechen.
- Visuelles Material wurde zur Auflockerung der Seite empfohlen, darunter Logos der Konferenzen, Veranstalter und Tagungsstätten.
- Interviews mit Veranstaltern und Konferenzberichte fehlen.

Zusammenfassend:

Eine schrittweise Optimierung von www.interagenda.info wurde vorgenommen [siehe Anhang 1]:

- **Relaunch** der Homepage.
- **Konferenzen mit „hohem Online-Anteil“** (Abstracts, CV's der Referenten, Vorab-Publikation von Papieren im pdf-Format, Kontakt- und Reisebeschreibungen) werden noch stärker hervorgehoben. Diese Rubrik beinhaltet Kritik der Redaktion bezüglich des Online-Services; Konferenzveranstalter werden motiviert, im Netz interaktive Features anzubieten, die sich von Ankündigungen im Printmedium oder auf dem Programm-Flyer unterscheiden und mediengerechter sind.

- Um mit den Nutzern einen besseren und intensiveren Kontakt (Bindung) aufzubauen und aufrechtzuerhalten wurde ein wöchentlicher **Newsletter** eingerichtet, der die aktuellen Informationen (Berichte aus der Presse, spezielle Jahresüberblicke, Jubiläen usw.) hervorhebt.
- Über Konferenzberichte hinaus, die in den überregionalen Zeitungen erscheinen („Pressespiegel“), soll eine Kommunikation über wissenschaftliche Events aufgebaut werden, vorgesehen ist ein offenes **Forum**, in dem Tagungsteilnehmer eigene Berichte zur Verfügung stellen. Der wissenschaftliche Austausch soll damit erweitert, Kontakte unter Wissenschaftlern gefördert werden, es können unterschiedliche Ansichten über die Tagungsverläufe diskutiert werden, etc.
- Der Kontakt mit **Tagungsveranstaltern** (um auf interessante interaktive Konferenzen bereits im Vorfeld hingewiesen zu werden, um die Rubrik „Call for Papers“ aufzuwerten) wird ausgebaut, ebenso der Kontakt mit **Wissenschaftsverlagen** (Rezension wissenschaftlicher Tagungsbände, Werbung für Neuerscheinungen).
- In Vorbereitung ist eine Rubrik „**Top-Veranstalterorte**“, die Berichte über häufig frequentierte und besonders geeignete Tagungsstätten enthält.
- In Vorbereitung ist ein **Glossar**, eine Sammlung wissenschaftlicher Begriffe, die im engeren und weiten Sinne mit wissenschaftlicher Kommunikation zu tun haben, dazu wurde als Medienpartner der Westdeutsche Rundfunk mit der Hörfunksendung „Tageszeichen“ im WDR 3 gewonnen.

2. Prototyp: interaktive Konferenzseite www.politik-konsum.de

Auf Grund unserer bisherigen Erfahrungen mit rund zweitausend Konferenzseiten seit 2003 haben wir **interaktive Features** herausgearbeitet, die bei der Erstellung einer Webseite für eine Konferenz/Veranstaltung im Netz eine Rolle spielen könnten. Mit einem lokalen Konferenzveranstalter in Gießen haben wir eine Kooperation begonnen und Möglichkeiten für die Ankündigung und den Verlauf einer Konferenz erprobt. Die Entwicklung dieses Prototyps erlaubt es uns, Erfahrungen zu sammeln, interaktive Features zu probieren, Ideen auf Machbarkeit zu überprüfen und zu verbessern. Im Hintergrund stand die Frage, ob ein entsprechender Service auf nationaler und europäischer Ebene anzubieten und marktfähig ist (analog zu den Business-bezogenen Diensten).

In Zusammenarbeit mit dem lokalen Konferenzveranstalter haben wir ein 3-Stufen-Modell entwickelt, das die Phasen VOR, WÄHREND und NACH der Konferenz beschreibt. Es sollten möglichst viele interaktive Features und Online-Anteile erprobt werden; die Veranstaltung einer Videotelekonferenz wurde nicht erwogen (s. u.).

Zunächst sei noch einmal aufgelistet, welche **interaktiven Anteile** eine Konferenzseite haben sollte:

VOR der Konferenz (pre-conference):

a) Organisation

Call for Papers: Zusammenfassung des Konferenzziels und Hintergrundinformation, Registrierung, Kontaktadresse

b) Infrastruktur

Standortinformation: Unterkunft (Hoteladressen usw.), Stadt- und Anfahrtspläne, Hot Spots, Rahmenprogramme, Kultur-Events, zusätzliche Reiseangebote oder Wochenendarrangements usw.

c) Inhalt

- Programm: Abstracts der Vorträge, Literatur, Vorträge (möglichst als pdf), Liste der Vortragenden (mit CV, Kontaktadresse, Homepage)
- Forum: Newsletter, Expertengespräche und -interviews, Vorab-Vernetzung von Referenten und Teilnehmern

WÄHREND der Konferenz

Konferenz online

Online-Forum für Teilnehmer, die nicht an den Tagungsort reisen möchten oder können, moderierte Diskussionen.

NACH der Konferenz (post-conference):

Ergebnissicherung: Resümees der Konferenzbeiträge, Presseberichte, Berichte aus dem Teilnehmerkreis.

Auf den Einbau von Video-Elementen (streaming video) wurde verzichtet, weil dieses Instrumentarium technisch und finanziell aufwendig ist; entsprechende Elemente können aber auf Wunsch eingebaut werden.

Konferenzseite: www.politik-konsum.de

Anlässlich der am 3. und 4. Juni 2005 in Gießen stattfindenden Konferenz „**Politisierter Konsum – konsumierte Politik**“ (Veranstalter: Dr. Jörn Lamla und Sektion Politische Soziologie / AG Konsumsoziologie der Deutschen Gesellschaft für Soziologie) ist das europagenda-Team an die Veranstalter herangetreten und hat Vorschläge für die Verbesserung einer bestehenden Tagungsseite gemacht. So ist ein Prototyp entstanden, der Wünsche des Veranstalters und eigene Forschungserfahrung reflektiert. Folgende Elemente sind dabei wichtig:

- Einigung über den Domain-Namen und Erwerb der Domain
- revidierter Zeitplan für die Konferenz
- regelmäßiger Austausch zwischen Konferenz-Organisator und Webmaster
- Vorbereitung der Online-Moderation
- regelmäßige Updates der Texte, Sicherung des „Flow“ der Webseite; Nutzer müssen permanent informiert werden
- Einpflegung der Ergebnisse des Call for Papers (Deadline 15.1.2005)
- Einrichtung eines Newsletters
- Etablierung einer Diskussionsgruppe vor der Konferenz

- Einrichtung von Links zu den Vortragenden, deren CV, Institutionen und Publikationen, Verfügbarkeit von Netz-Publikationen der Vortragenden (Copyright-Fragen)

Folgende interaktive Features wurden als erste technisch eingerichtet:

- Registrierung, Anmeldeformular
- Kontaktadressen
- Standortinformationen, Unterkunftsmöglichkeiten, Anreisepläne

Wesentlich für das Gelingen der Seite ist die Einhaltung eines Zeitplans, das ständige Update von Informationen, die regelmäßige Betreuung der Seite, die direkte Verbindung zwischen Veranstalter und User. Der Nutzer sollte nicht auf eine „verwaiste“ Konferenzseite stoßen, die einen Programmstand von „vorgestern“ aufweist, mit „toten“ Links usw.

Bisher schöpfen, wie die Bilanz von interagenda zeigt, nur wenige Konferenz-Veranstalter die vielfältigen Rückkoppelungs- und Vernetzungsmöglichkeiten des Internet aus. europagenda bietet den Veranstaltern wissenschaftlicher Tagungen eine anhand des Prototyps nachvollziehbare Plattform, die Konferenzen

- a) besser ankündigt,
- b) Veranstalter mit Nutzern vernetzt,
- c) eine Möglichkeit bietet, sich vor der Konferenz thematisch und inhaltlich vorzubereiten,
- d) die Inhalte einer Tagung nachzuvollziehen, auch wenn man nicht an ihr teilnimmt,
- e) dass die Ergebnisse mitverfolgt werden können oder nach der Tagung Ergebnisse dauerhaft gesichert werden.

Der Veranstalter der Gießener Konferenz, der unsere Vorschläge angenommen und diverse interaktive Features auf der Seite umgesetzt hat [siehe dazu Anhang 2], schreibt dazu: „Ein zentraler Bestandteil der Konferenz wird die Einbindung einer Online-Diskussion zum Thema **"Unterschätzte Verbrauchermacht – Potenziale und Perspektiven der neuen Verbraucherbewegung"** sein. Eine international besetzte Gruppe von Forscherinnen und Forschern aus dem Bereich der politischen Soziologie des Konsums wird zu ausgewählten Aspekten dieses Themas im Vorfeld der Konferenz Beiträge auf dieser Website zur Diskussion stellen. Für diese Beiträge, die nicht in Gießen vorgestellt und nach der Tagung noch ausgearbeitet

werden, ist eine gesonderte Publikation im Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen vereinbart worden (Heft 4/2005). Ziel der Online-Diskussion ist es, dass auch die Referentinnen und Referenten der **Präsenzveranstaltung im Juni** ("Gießen-Gruppe") sich daran beteiligen. Sie werden ebenso gebeten, Abstracts und ggf. längere Vorfassungen ihrer Beiträge online im Vorfeld der Konferenz zur Diskussion zu stellen und sich an der Diskussion der Beiträge der "Online-Gruppe" zu beteiligen. *Im Idealfall gelingt auf dieser Website eine innovative internationale Wissenschaftskommunikation, die zeitliche und räumliche Grenzen der Präsenzveranstaltung überschreitet und Diskussionen vor Ort zusätzliche Impulse verleiht* (Hervorhebung EM).“

Folgende Schlussfolgerungen können aus der Einrichtung des Prototyps gezogen werden:

Für die Veranstalter:

- a) Unsere Ideen und Hinweise waren grundsätzlich willkommen, der Erfahrungspool der interagenda war nützlich, am ZMI war ein leistungsfähiges Team (Redaktion, Design, Übersetzung, Programmierung) tätig.
- b) Der Veranstalter, der ein Interesse daran hat, seine Website und die Konferenz so attraktiv wie möglich zu gestalten, hat unsere interaktiven Features umgesetzt. Das Vorhaben einer internationalen Konferenz konnte nur durch einen zweisprachigen Auftritt (hier: Deutsch/Englisch) umgesetzt werden, eine Erweiterung in Richtung Mehrsprachigkeit (im Sinne des REMES-Konzepts) kann bei Bereitstellung entsprechender Mittel für zusätzliche Übersetzungen ohne Weiteres vorgenommen werden.

Für die Nutzer:

- a) übersichtliche Information über die Konferenz-Teilnehmer und -referenten
- b) leicht zugängliche Einführung in den Forschungsstand
- c) rascher Überblick über den Inhalt der Tagung
- d) Informationen über Veranstalter und Tagungsort
- e) Kommunikation mit dem Veranstalter und den Teilnehmern, Rückkoppelung

Für die Referenten:

- a) Selbst-Präsentation / Profile
- b) Mitbestimmung über Themen der Online- und Offline-Konferenz (Mitwirkung am „Agenda-Setting“)
- c) „Vorab-Test“ der Argumentation.

Benefits für den Veranstalter:

- a) Steigerung der Reichweite
- b) Intensive Betreuung der Tagungsteilnehmer
- c) direkte Kommunikation zu Tagungsteilnehmern und anderen Interessierten
- d) Initiierung einer Kommunikation unter den Tagungsteilnehmern und Experten
- e) Optimierung der Tagungsvorbereitung
- f) höheres „Verpflichtungsgefühl“ bei den Teilnehmern

Von enormem Vorteil erweist sich das Content Management System (CMS) „eLIAS“ unseres Dienstleisters Salisbury & Simonow.

- Es ist schnell lern- und vermittelbar.
- Die browsergestützte Bedienung ermöglicht rasche Bearbeitung von **jedem** Computer mit Internetanschluss.
- Es ermöglicht, Inhalt (Text, Grafiken, Links etc.) ohne HTML- oder Programmierungskennntnis zu publizieren und zu formatieren – Schwierigkeitsgrad etwa der eines Textverarbeitungsprogramms (z.B. Word).
- Durch die Vorschau-Funktion erhält man eine bessere Kontrolle über das Layout des selbstpublizierten Inhalts.
- Inhalt und Layout werden getrennt verwaltet; es besteht so die Möglichkeit, die Webseite plattformübergreifend und behindertengerecht zu gestalten.
- Verschiedene Module, wie z.B. eine Veranstaltungsdatenbank, eine Mitarbeiter/Mitglieder-Kartei oder Online-Bibliographien erweitern die Funktionen der Webseite.

Zu prüfen ist damit die Frage von Standardisierungsmöglichkeiten und Verfahrensroutinen. Eine Service-Stelle, die entweder bei Einrichtungen der Forschungsförderung oder bei Fach- und Berufsverbänden angesiedelt oder als privat-kommerzielle Agentur ins Leben gerufen wird, könnte entsprechende Effekte haben.

3. Weiterentwicklung: europagenda – ein europäischer Wissenschaftskalender und die Agentur für Online-Konferenzen in den Sozial- und Geisteswissenschaften

Im Bereich des e-Business, zum Teil auch in den Naturwissenschaften haben sich Online- und Telekonferenzen, die häufig von privaten Agenturen vorbereitet werden, durchgesetzt; weniger üblich ist dieses Format in den Sozial- und Kulturwissenschaften, obwohl im Untersuchungszeitraum (2004-05) einige Fortschritte zu beobachten waren. Veranstalter nutzen die digitalen Medien zunehmend, sie lassen sich bisher jedoch selten auf deren interaktiven Möglichkeiten ein, so dass in der Regel eine Konferenzankündigung „wie im Printmedium“ entsteht, also „wie auf Papier“ vorzufinden ist. Selten kann der Nutzer vorab mit dem Veranstalter in Kontakt treten, noch seltener kann ein Interessent „virtuell“ an Konferenzen teilnehmen und sich nach dem Abschluss der Konferenz über Inhalte und Ergebnisse ein Bild machen. Meist begnügen sich die Veranstalter mit einer Kurzbeschreibung und der statischen Darstellung des Programmablaufs, man findet selten Abstracts der Referate oder die Kurzbiographien der Referenten; die stärksten Defizite liegen jedoch im Fehlen der moderierten Online-Diskussionen und der Ergebnissicherung.

Was meist gegen Online- oder Webkonferenzen angeführt wird, ist der Vorzug des direkten Austauschs und der sinnlichen Wahrnehmung von Personen bei **Präsenzkonferenzen**. Die Alternative ist u.E. unrichtig: Es geht mit der Erhöhung des Online-Anteils im oben beschriebenen Sinne nicht um die Ersetzung einer Präsenz-Konferenz, sondern, wie anhand des Prototyps dargelegt, um **komplementäre** Aspekte, die sowohl den physisch anwesenden TeilnehmerInnen die Vor- und Nachbereitung erleichtern als auch InteressentInnen, die aus verschiedenen Gründen an der Teilnahme gehindert sind, eine flexible **Telepräsenz** zu ermöglichen.

Genau das erlaubt die ihrer Struktur nach flexible und konzentrische Netzarchitektur, indem sie um die Präsenzkonferenz herum diverse Online-Zugänge von unterschiedlicher Intensität eröffnet für aktive Interessenten und passive Beobachter. Damit werden Rückkanal- und Archiv-Funktion des Internets effektiv genutzt, das heißt: zu den Potentialen einer **größeren Reichweite des Adressatenkreises** kommt die **zeitliche Streckung der Aufmerksamkeit** für eine wissenschaftliche Veranstaltung vor und nach der Konferenz oder der Veröffentlichung von *proceedings* in gedruckter Form (nach üblicherweise mehr als einem oder zwei Jahren).

Diese Potentiale sind besonders interessant, wenn man einen europäischen oder globalen wissenschaftlichen Kommunikationsraum anstrebt, der in der Regel weit mehr InteressentInnen umfasst, als an einer Präsenzkonferenz teilnehmen können (und sinnvollerweise teilnehmen sollen). Überdies kann man davon ausgehen, dass im Wissenschaftsbetrieb auf Grund des wachsenden Kostendrucks Mobilitätsbeschränkungen entstehen werden und die Chancen von Telepräsenz finanziell aufwendigen Konferenztourismus eindämmen werden. Sicher wird es immer wissenschaftliche Veranstaltungen geben, bei denen „Dabeisein“ aus den verschiedensten Gründen unabdingbar ist. Ebenso wenig wird es möglich sein, sämtliche Dimensionen einer Präsenzkonferenz – das persönliche, informelle Gespräch, die Atmosphäre eines kollektiven Rezeptionsprozesses von Wissen, der während einer Konferenz auftretende „Klatsch“, die spontanen Kommentare und Reaktionen – vollständig analog oder auch nur annähernd äquivalent im digitalen Medium zu reproduzieren. Gleichwohl muss man bedenken, dass die Suche nach funktionalen und symbolischen Äquivalenten noch gar nicht richtig begonnen hat und dass Online-Präsenz ihrerseits bestimmte Vorzüge gegenüber Präsenzkonferenzen von mittlerer bis ausgedehnter Größe haben kann, etwa in Bezug auf die Übersichtlichkeit oder einer Suchfunktion.

Sinnvollerweise wird ein Service für die Einrichtung und den Betrieb einer hier skizzierten Konferenz-Webseite [siehe Anhang 3] durch öffentliche Einrichtungen der nationalen und supranationalen Wissenschafts- und Forschungsförderung übernommen, da es sich bei den kommunizierten Inhalten um öffentliche Güter handelt, die in der Regel mit öffentlichen Geldern finanziert werden und dem interessierten Publikum im Sinne der **open-access-Philosophie** kostengünstig und ohne großen Aufwand zur Verfügung gestellt werden sollten.

Im Bereich des E-Business treten auch privat-kommerzielle Agenturen auf, die einschlägige Dienstleistungen für Online-Konferenzen von Geschäftspartnern organisieren. Eine Agentur beschreibt ihr Angebot so: „Mit dem Konferenzsystem von EMeeting können Sie präsentieren, verkaufen oder verhandeln wie in normalen Besprechungen. Der einzige Unterschied ist, dass die Gesprächspartner sich in einem virtuellen Konferenzraum befinden. Die Teilnehmer benutzen ihre Computer, ihre Telefone und das Internet, um live zusammenzuarbeiten. Jeder Webkonferenz-Teilnehmer bleibt somit für die Dauer des EMeetings in seinem eigenen Büro. Wegen der geringeren Reisetätigkeit wird die Arbeitszeit effizienter genutzt, und die Betriebskosten werden deutlich reduziert“ (www.emeeeting.de).

Die Agentur „icoya OnlineCollaboration“ (www.icoya.com) bietet konkret folgende Dienste:

- Meetings und Präsentationen ohne zu reisen.
- Präsentationen ohne Meetings.
- Online Trainings über Internet.
- Datei-/ Dokumenten-Sharing.
- Schulung und Präsentation von Software Applikationen über Screensharing und Live-Demos.
- Online-Interviews.

Als Vorteile werden auch hier genannt:

- Kommunikation mit Niederlassungen, Geschäftspartnern und Kunden intensivieren.
- Entscheidungsprozesse signifikant beschleunigen
- schnellere und kostengünstigere Abschlüsse durch Online-Produktpräsentationen
- öffentliche Präsentationen/Reden
- Support, Help-Center, Online-Trainings
- Effizienz steigern und Kosten nachhaltig senken.

Und als Möglichkeiten des „Collaborationsservers“ werden angeboten:

- Live-Video und Voice over IP
Kommunizieren Sie mit den Teilnehmern von Angesicht zu Angesicht in einer Audio/Video Konferenz- egal wo Sie sind.
- PowerPoint Präsentationen
Präsentieren Sie PowerPoint und OpenOffice Präsentationen live und weltweit.
- Chat Funktion
Online Chat mit den Teilnehmern.
- Screensharing
Teilen Sie ihren Bildschirm oder eine beliebige Applikation mit den Teilnehmern des Meetings.
- Whiteboard
Mit der Whiteboard-Funktion können Sie Ideen online und im Team entwickeln und visualisieren.
- Linkboard
Web-Links für die Teilnehmer der Online Konferenz
- Voting
Abstimmungen online über Quickvote.
- Protokoll Funktion
Automatische Protokollierung in einer Logdatei.
- personalisierte Einladung über E-Mail und Passwort.
- vollständig an die Corporate Identity Ihres Unternehmens anpassbar.

Nicht alle genannten Elemente sind auf den Wissenschaftsbetrieb übertragbar, allerdings können die Tools und Erfahrungen u. E. technisch und inhaltlich für wissenschaftliche Konferenzen adaptiert werden.

Eine spezialisierte Agentur, die u. W. noch nicht besteht, sollte entsprechende Demo-Versionen anbieten, die Konferenz-Veranstaltern einen raschen Überblick über die vorhandenen Möglichkeiten bieten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die meisten Veranstalter den Aufbau

einer statischen Webseite im Auge haben und dafür Budgets zur Verfügung stellen, aber nicht bedenken dass auch die permanente Betreuung der Konferenzseite gewährleistet sein und sich auf der Seite „etwas tun“ muss. Noch aufwendiger ist die Organisation von Online-Diskussionen. Veranstalter und Agentur müssen deswegen frühzeitig über Ziele und Zeitpläne sowie technische und finanzielle Voraussetzungen kommunizieren. Es sollte möglich sein, dass ein Veranstalter eine anspruchsvolle und dem Budget entsprechende Seite individuell zusammensetzen und dafür aus dem angebotenen „Tool-Pool“ der Agentur schöpfen kann. Jenseits von logistischen Problemen wirft die Organisation einer wissenschaftlichen Webkonferenz interessante Fragen der internen Wissenschaftskommunikation auf: Wissenschaftlicher Austausch wird von vornherein offener, diskursiver, kooperativer, inklusiver und nachhaltiger gestaltet. Die notwendigen Dienstleistungen können von einschlägigen PR-Agenturen kaum übernommen werden, da sowohl inhaltliche Vertrautheit wie Milieukennntnis unabdingbar sind.

Unabhängig dieser Service-Einrichtung, die das praktische Know how liefert, ist uns bei den Recherchen aufgefallen, dass es keine Publikation gibt, die sich den Problemen und den Fragen des Themas Online-Konferenzen angenommen hat. Es ist also auch geplant, eine Publikation für diesen Bereich vorzubereiten.