

Web-gestütztes Social Networking am Beispiel der „Plattform Wissensmanagement“

Claudia Thurner und Stefanie N. Lindstaedt

Know-Center Graz; cthurner@know-center.at und slind@know-center.at

Zusammenfassung: Anhand der Plattform Wissensmanagement, der größten deutschsprachigen Community im Themenfeld Wissensmanagement, werden organisationale Rahmenbedingungen, technische Werkzeuge und Rollen der Moderatorin diskutiert, die Bedingungen für den erfolgreichen Betrieb einer Community im Web 2.0 sind. Weiters wird dargestellt, wie Communities für das betriebliche Wissensmanagement eingesetzt werden können.

Einleitung

Technologien, die Online-Kollaborationen und Mitarbeiterbeteiligungen fördern, gewinnen unternehmensweit an Zugkraft. Bekannte Beispiele dafür sind u.a. Blogs, die um Verbraucher- bzw. Käuferfeedback bitten, und Wikis, die den Mitarbeitern einer Firma erlauben, zusammen an Dokumenten zu arbeiten. Allerdings haben nur wenige Firmen bzw. Organisationen ein klares Verständnis von den tatsächlichen Motiven, die einen Nutzer dazu bewegen, sich an derartigen Projekten zu beteiligen.¹ Das Verständnis um diese Motive und Bedingungen bildet eine wichtige Voraussetzung zum Einsatz von Social Networking Tools. Das bedeutet weiters, dass aufbauend auf den Beweggründen des kollaborativen Zusammenarbeitens, das Verständnis um Social Networking weiterentwickelt werden kann.

Ziel dieses Kapitels ist es, die Möglichkeiten, Nutzung und Erfahrungen mit Social Networking Ansätzen und Technologien am Beispiel der Plattform Wissensmanagement (PWM) zu beleuchten. Hierzu werden zunächst

¹ Vgl. "How businesses are using Web 2.0: A McKinsey Global Survey", The McKinsey Quarterly, Web exclusive, March 2007.

die wichtigsten Social Networking Charakteristiken herausgearbeitet und dann am Beispiel der PWM illustriert. Hierbei wird einerseits auf die Einbettung in die Community eingegangen und andererseits die technische Umsetzung auf Basis von Web 2.0 Technologien erörtert. Erste Nutzungserfahrungen und Umfrageanalysen runden das Bild ab. Die PWM-Community ist seit ihrer Gründung stetig im Wachsen begriffen, so wurde zum Vergleich im Mai 2006 das 1000. Mitglied gezählt; im Juli 2007 meldete sich das 1.260. Mitglied auf der Plattform an. Das Internet-Portal verzeichnete im Mai 2006 rund 800 Besucher täglich und wird ein Jahr später von durchschnittlich 1.900 Besuchern täglich genutzt. Zudem erreicht die PWM mit ihrem monatlichen Infoletter über 1.600 Interessierte zum Thema Wissensmanagement in Österreich, in der Schweiz und in Deutschland.

Aufbauend auf den PWM-spezifischen Erfahrungen wird dann dargestellt, wie Web 2.0 Technologien auch innerbetrieblich angewendet werden können. Das Kapitel schließt mit Überlegungen ab, wie neue Entwicklungen den eingeleiteten Trend unterstützen können.

Plattform Wissensmanagement

Die größte deutschsprachige Community zum Thema Wissensmanagement hat mit der Plattform Wissensmanagement ein reales und virtuelles Zuhause. Sie ist informativ, erweitert ihr Wissen mit jedem weiteren Community-Mitglied und vernetzt im Sinne des Social Networking.

Die Plattform Wissensmanagement (PWM, siehe auch www.pwm.at) ist das führende Netzwerk zum Thema Wissensmanagement im deutschsprachigen Raum. Ihr Erfolgskonzept ist die enge Verknüpfung von persönlichen Vernetzungsaktivitäten wie Community-Treffen und Wissensrunden und der Web-Plattform, die einerseits die Verteilung von Ergebnissen der Vernetzungsaktivitäten erleichtert und andererseits als breites Informationsportal zum Thema Wissensmanagement dient. Im Weiteren wird deutlich, dass gerade diese enge Verknüpfung der Real World und virtuellen Aktivitäten zusammen mit stark vernetzenden Persönlichkeiten der Moderatorinnen maßgeblich zu dem Erfolg der PWM beigetragen haben.

Die PWM wurde im März 2001 als Initiative der Stadt Wien gegründet. Bereits nach sechs Jahren Erfolgsgeschichte verzeichnet die Plattform über 1.260 registrierte Mitglieder (Stand Juli 2007). Das Wissenschaftszentrum Wien war bis März 2007 der Eigentümer und Betreiber der PWM. Im März 2007 erfolgte der Betreiberwechsel auf das Know-Center, Österreichs Kompetenzzentrum für Wissensmanagement (siehe auch

www.know-center.at). Zeitgleich mit dem Betreiberwechsel vollzog sich auch ein Wechsel der Moderatorinnen.

Das Know-Center ist Österreichs größte außeruniversitäre Forschungseinrichtung für Wissensmanagement und wissensbasierte Systeme. An der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Wirtschaft und der anwendungsorientierten Forschung verschrieben, verfolgt das Know-Center besonders auch den Ausbau der technischen Web-Plattform auf Basis von Social Software, semantischen Technologien und Web 2.0.

PWM Organisation

Die PWM Community ist ein offenes, personenbezogenes und lebendes Netzwerk. Ihr Hauptinhalt ist das Thema Wissensmanagement und sie legt ihren Fokus auf den deutschsprachigen Raum. Dieses Kapitel beschreibt die Mission, Regeln, Ziele und Leistungen, Zielgruppen, Standbeine, Kommunikations- und Vernetzungsmöglichkeiten der PWM.

Bei der Gründung der PWM im Jahr 2001 wurde ein Mission-Statement formuliert, das im Jahr 2004 wie folgt novelliert wurde und bis heute seine Anwendung findet.

„Die PWM ist die führende Community zum Thema Wissensmanagement. Sie ist unabhängig, interdisziplinär und nicht-kommerziell. Ihre Mitglieder haben sich zum Ziel gesetzt, das Thema Wissensmanagement zu fördern, Interessierten einen Überblick zu bieten und Impulse zu setzen. Die PWM ist ein Raum für Interaktion, Inhalte und Lösungen. Die Mitglieder gestalten die PWM und vermehren ihr Wissen durch Teilen.“²

Die PWM spricht folgende fünf Zielgruppen an:

- Praxis und Anwendung
- Aus- und Weiterbildung
- Beratung
- Studierende
- Wissenschaft

Ein Regelwerk der PWM stellt ein verantwortungsvolles Miteinander der Community sicher und fördert ein gemeinsames Normen- und Werteverständnis der PWM-Mitglieder. Die Regeln werden somit als integrativer Bestandteil der Werte verstanden, welche die PWM nach innen und

² Mission Statement der PWM, <http://www.pwm.at/index.php?id=2#43>, 09. August 2007, 11:37 Uhr.

außen vertritt. Die Einhaltung der Regeln durch alle Mitglieder unterstützt die Zielerreichung der PWM und für die Einhaltung der Regeln ist jedes Community-Mitglied verantwortlich. Neueinsteigern werden mit diesen Richtlinien jene Gepflogenheiten gezeigt, die sich in der Vergangenheit eingebürgert und bewährt haben.

Die Ziele und Leistungen³ der PWM umfassen:

- Die PWM erleichtert und fördert den fachlichen Austausch, gemeinsames Lernen und die allgemeine Kommunikation zum Thema Wissensmanagement.
- Die PWM ermöglicht den Zugang zu Informationen über Fachveranstaltungen und Schulungsmöglichkeiten in allen Bereichen des Wissensmanagements.
- Die PWM hilft bei der Entwicklung, Dokumentation und beim Auffinden von Content zum Thema Wissensmanagement.
- Die PWM stellt als lebende Community eine Vernetzungsplattform dar und bietet allen an Wissensmanagement Interessierten reale Treffen, ein Zuhause für die Community sowie ein Informationsportal.
- Die PWM betreibt Öffentlichkeitsarbeit. Diese bewirkt Bewusstseinsbildung und aktive Nachfrage nach dem Einsatz von Wissensmanagement in all seinen Anwendungsfeldern.
- Die PWM setzt sich mit Theorie und Praxis zum Thema Wissensmanagement auseinander. Dazu wird der aktuelle Entwicklungsstand (Begriffe, Methoden, Praxiserfahrungen, etc.) dargestellt und weiterentwickelt.

In unterstützender Funktion für eine dauerhafte Zielerreichung der PWM, leistet das Gremium „Management-Team“ einen wertvollen Beitrag. Das Management-Team, bestehend aus sechs Personen, hat die ersten Strukturen der PWM geformt, ein Leitbild sowie allgemeine Regeln der Zusammenarbeit in enger Abstimmung mit der Community ausgearbeitet und diese erstmalig im Februar 2002 offiziell vorgestellt. Zu den Aufgaben des Management-Teams zählt der aktive Beitrag in den folgenden Bereichen:

- Strategie und Organisation
- Finanzen und Sponsoring
- Ausbau der operativen Struktur
- Marketingkonzept und Corporate Identity
- Vernetzung und Kooperationen
- Bewusstseinsbildung zum Thema WM

³ Vgl. Ziele und Leistungen der PWM, <http://www.pwm.at/index.php?id=2#43>, 09. August 2007, 11:39 Uhr.

- Fördern inhaltlicher Akzente

Durch den Übergang an das Know-Center wurde das bewährte Konzept im Kontext des Know-Center beibehalten und ein neues Management-Team bestellt. Dieses Team besteht aus fünf Personen und wurde aus den 17 Partnerunternehmen und 9 F&E-Instituten des Know-Center ausgewählt. Es setzt sich aus Vertretern der Bereiche Praxis, Wissenschaft und Beratung zusammen und ist ehrenamtlich tätig. In seiner Rolle steht das Management-Team in der Strategieentwicklung der Community und des Portals unterstützend zur Verfügung. Insbesondere in Fragen der Vernetzung und Sichtbarkeit im deutschsprachigen Raum wirkt das Management-Team fördernd und steht in Öffentlichkeitsfragen beratend der PWM zur Seite. Damit ist zum einen der objektive Charakter der Plattform gewährleistet und zum anderen eine gute Basis für eine breite Sichtbarkeit der PWM nach außen gegeben.

Eine Neuerung stellt die Aufnahme von assoziierten Partnern dar. Nach dem Prinzip des nutzenstiftenden Beitrags für beide Seiten besteht für Organisationen und Unternehmen die Möglichkeit, dem Netzwerk der PWM beizutreten und dieses zu bereichern. Dabei leisten die assoziierten Partner einen nicht-monetären Beitrag und erhalten dafür unterstützende Leistungen der PWM, die für die Leistungserbringung erforderlich ist. Für die PWM und ihre Mitglieder erwächst daraus ein Mehrwert und dient als treibende Kraft für das weitere Wachstum. In dieser „Win-Win-Perspektive“ entstand ein umfassendes Netzwerk von Partnern in Österreich, Deutschland und der Schweiz.

PWM Web-Portal

Neben der „Knowledge Community“ zählt das informative Portal zu den Erfolgsfaktoren der PWM. Mit der so genannten „Portalsicht“ soll ein gezielter Überblick über alle für Wissensmanagement relevanten Termine, Bücher- und Linklisten sowie Mitgliederpublikationen und unternehmensspezifische Produkte und Dienstleistungen im Bereich Wissensmanagement gegeben werden. Ergänzt wird die Portalsicht durch die Möglichkeit, den Infoletter abonnieren zu können und eine Zitatensammlung.

Die Informationsleiste umfasst das PWM-Leitbild, Kurzinformationen über die PWM, Pressemeldungen der und über die PWM, ein Glossar aller begrifflichen Inhalte des „WM-Wissensnetzes“, Informationen zum Sponsoring, Sitemap sowie Kontakt und Impressum.

Wenn ein Mitglied sich auf der PWM registriert und eingeloggt hat, erreicht es die „Community-Sicht“. Eine umfassende Tool-Landschaft zur

kollaborativen Zusammenarbeit steht der gesamten Community zur Verfügung, insbesondere auch für die Arbeit in „Wissensrunden“. Die Tools umfassen Mitgliederprofile, die von den Mitgliedern selbst erstellt, verwaltet und eingesehen werden können, eine Webmail-Möglichkeit, das Verwalten von Dokumenten und Bildern, das Abonnement von Alerts – das sind monatliche Email-Informationen über Neuerungen am Portal – das Starten von Umfragen und das Posten von Pinnwandeinträgen. Eine „Neuigkeitenseite“ hält jedes Mitglied nach dem Login über neue Mitglieder, Dokumente, Bilder, etc. am aktuellen Stand.

Seit dem Portalrelaunch im Herbst 2005 wurde die PWM mit einem semantischen Netz hinterlegt. Dieses dient dem Erwerb von Wissen über Wissensmanagement und unterstützt die Suchfunktionalitäten der PWM. In der „Suchansicht“ gibt es einerseits die Möglichkeit, nach Inhalten des Portals wie auch des Community-Bereichs zu suchen, andererseits können Mitglieder über die „Mitgliedersuche“ Kontaktpersonen finden. Diese Suche wird unterstützt durch mehrere Einschränkungsmöglichkeiten.

Das WM-Wissensnetz unterstützt in der „Suche im www“ den Suchenden, indem es verknüpfte Begriffe vorschlägt, um die Suche zu spezifizieren, sofern der Suchbegriff im Wissensnetz vorhanden ist. Dabei werden Google-Datenbanken durchsucht.

Die dritte Art von Suchmodalitäten bildet die „Suche im WM-Wissensnetz“. Sie kann neben dem Glossar in der Informationsleiste als zweiter Einstiegspunkt in das WM-Wissensnetz gesehen werden. In diesem WM-Wissensnetz sind über 800 Begriffe aus dem Themenfeld WM in ein semantisches Netz verwoben. Auf diese Weise kann sich das Community-Mitglied über die Suche oder die grafische Ansicht durch das Netz bewegen.

Kommunikation und Vernetzung in der PWM Community

Um aktives Networking betreiben zu können, bietet die PWM zahlreiche Möglichkeiten im Real World wie im Virtual World-Modus. Häufig ergeben sich Mischformen aus den beiden Modi. Dabei unterstützen Kollaboration-Tools der PWM die zielgerichtete Zusammenarbeit der Mitglieder untereinander. Ungeachtet, um welche kooperierende Fragestellung es zwischen den Mitgliedern geht, können sie in ihren arbeitsteiligen Leistungsprozessen mit diesen Tools ihre Kommunikation zu einem gemeinsamen Sachverhalt bündeln und koordinieren. Übergeordnet steht das Ziel einen Mehrwert für die Community-Mitglieder zu generieren.

Es sei an dieser Stelle angemerkt, dass in diesem Beitrag bewusst eine Trennung in eine „Real World“ und „Virtual World“ vorgenommen wurde. Dies ist darauf zurück zu führen, dass Web-gestütztes Social Networking am Beispiel der PWM weniger im technischen Kontext, sondern vielmehr im Zusammenhang mit der (PWM-) Community begriffen wurde. Ein wesentlicher Fokus liegt in der Aufarbeitung von den Faktoren, den Merkmalen und den Werkzeugen, die in einer „Community Environment“ für den Erfolg einer Community maßgeblich sind. Die Bezeichnung von „Online“ und „Offline“ erschienen in dieser Hinsicht eher zu „technisch“, denn es geht um mehr als lediglich in einem System ein- oder ausgeloggt zu sein. Umso mehr erschien die Trennung in eine reale und eine virtuelle Community-Welt als passend und sie genügte auch dem Anspruch, die „weichen“ Assoziationen, die für die beiden Community-Welt-Ansichten notwendig sind, zu berücksichtigen.

Real World-Vernetzungsinstrumente der PWM-Community

Die Basis für die Vernetzungsaktivitäten einer Community ist eine möglichst variantenreiche Kommunikationsebene. Die PWM bietet ihren Community-Mitgliedern folgende virtuelle wie reale Möglichkeiten:

- Mix aus realen und virtuellen Kommunikationsmöglichkeiten,
- Infoletter,
- Alerts,
- Umfragen,
- Mitgliedersuche,
- Community-Umgebung,
- Kommunikation via Moderatorin und
- PWM-Jahrbücher [Plattform Wissensmanagement, 2006].

Die PWM-Community kommt bei folgenden Aktivitäten offline bzw. in Real World-Umgebungen zusammen:

- Community-Treffen,
- Wissensrunden (Arbeitsgruppen zu spezifischen Themen),
- Jahrestreffen / Geburtstage,
- Wissenstag Österreich,
- Wissensgespräche und
- Mitglieder für Mitglieder-Seminare.

Zu den viermal im Jahr stattfindenden „PWM-Community-Treffen“ werden Mitglieder und die interessierte Öffentlichkeit eingeladen. Jeweils

ein Mitglied übernimmt die Gastgeberrolle, die Vortragenden kommen aus dem Kreis der PWM und gemeinsam wird ein sowohl informativer als auch geselliger Vernetzungsevent veranstaltet.

Unter „PWM-Wissensrunden“ werden von den Mitgliedern eigenverantwortlich und inhaltlich geleitete Arbeitsgruppen zu unterschiedlichen Themenstellungen des Wissensmanagements verstanden. Dabei stellt die PWM die Kommunikations- und Dokumentationsinfrastruktur zur Verfügung. Die inhaltlichen Ergebnisse fließen dabei an die Community zurück.

Zu den sozialen Hauptevents zählen die so genannten „PWM-Jahrestreffen“ bzw. „Geburtstage“. Sie können als der jährlich stattfindende soziale und gesellige Vernetzungshöhepunkt der Community verstanden werden. In diesen Rahmen werden Rück- und Ausblicke der PWM präsentiert und den PWM-Mitgliedern die Gelegenheit gegeben, sich ausführlich zu vernetzen.

Im Sinne einer Fachtagung im lockeren Konferenzrahmen zeigt der „Wissenstag Österreich“ die Praxisseite des Wissensmanagements auf. Dieser dient zur Weiterentwicklung des bestehenden Wissens über Wissensmanagement und fördert den Erfahrungsaustausch zwischen Praktikern, Wissenschaftlern und Beratern.

Die in der Vergangenheit durchgeführten „Wissensgespräche“ waren zum gegenseitigen Expertenaustausch rund um das Thema Wissensmanagement gedacht. Seit 2006 lösten die „Mitglieder für Mitglieder“-Seminare die Wissensgespräche ab. Jeweils ein Mitglied der PWM stellt den Gastgeber und veranstaltet ein Event, z.B. im Rahmen eines „Wissensmanagement-Frühstücks“ an einem Vormittag. Die Mitglieder für Mitglieder-Seminare dienen der Diskussion und dem Austausch von neuen Perspektiven des Wissensmanagements in der Wissenschaft und der Praxis.

Die PWM-Veranstaltungsschiene bildet wie oben beschrieben das dritte Standbein der PWM und bietet vielfältige Kommunikations- und Vernetzungsaktivitäten für die Mitglieder. Insbesondere die Veranstaltungen dienen einem bewussten Austausch und fördern das Vertrauen in intakte Netzwerkbeziehungen. Viele Mitglieder entwickeln aus den bekannten Offline-Beziehungen neue Online-Vernetzungsaktivitäten und beginnen sich somit im Sinne des Social Networking zu vernetzen. Somit bilden die Offline-Veranstaltungen einen wesentlichen Beitrag für eine langfristig erfolgreiche und lebendige Community im Sinne des Social Networking.

Im Zeitraum von März 2001 bis Juli 2007 haben folgende Events im Rahmen der PWM-Community stattgefunden:

- 28 Community-Treffen,
- sechs Jahresfeiern,
- drei „Wissenstag Österreich“,

- ca. 15 Wissensrunden,
- zwei Jahrbücher,
- zwei DVD-Produktionen,
- vier Wissensgespräche und
- ein Portalrelaunch.

Die Moderatorin übernimmt bei den Real World-Vernetzungsinstrumenten der PWM die Rolle der Kommunikatorin und Organisatorin. Sie trägt die organisatorische Verantwortung für die Veranstaltungen sowie moderiert sie das jeweilige Event. Sie gewährleistet einen effizienten Informationsfluss aus der Welt des Wissensmanagements in die Community sowie zwischen den Community-Mitgliedern. Zudem stellt sie die Rahmenbedingungen zur Verfügung, in denen eine aktive Vernetzung der PWM-Community gedeihen kann. Die Moderatorin gibt den Anstoß zum Social Networking, die Community greift diesen Impuls auf und entwickelt diesen für sich weiter.

Der wesentliche Nutzen der Real World-Vernetzungsinstrumente der PWM-Community kann in der Stärkung realer Beziehungen der Community-Mitglieder gesehen werden. Eine Vernetzung von Mitgliedern kann auf realer sowie virtueller Ebene stattfinden. Allerdings festigt bzw. verstärkt die face-to-face Kommunikation innerhalb der Community und mit der Moderatorin die ursprüngliche Beziehung zu einem anderen Community-Mitglied. Viele „instabile“ Beziehungen in einer Community werden mittels der Real World-Vernetzungsinstrumente in „stabile“ Verflechtungen umgewandelt. Bei der Moderatorin laufen die unterschiedlichen Verbindungen in eine zentrale Anlaufstelle zusammen. Als Vermittlerin kann sie den Impuls geben, die Richtung anzuzeigen und über einen längeren Zeithorizont hinweg ein wichtiges Thema beleuchten, um Social Networking innerhalb der Community voranzutreiben.

Virtual World-Vernetzungsinstrumente der PWM-Community

In diesem Kontext rücken die angebotenen Kommunikationstools der PWM in den Mittelpunkt der folgenden Betrachtung. Folgende Kommunikationstools lassen den kollaborativen Charakter der PWM erkennen:

- die integrierte Email-Funktion des PWM-Portals,
- die Gestaltung des Mitgliederprofils und damit die Visitenkarte des jeweiligen Mitglieds,
- das Forum,
- die Umfrage,

- die Pinnwand,
- die Eröffnung und Verwaltung von „Wissensrunden“,
- die Mitgliedersuche,
- das Senden von Feedback direkt an die Moderatorin der Plattform und
- das Vorschlagen von Buch-, Termin-, Link-, Call for Papers- und Wissenstipps.

Ergänzt wurden die Services für die PWM-Community-Mitglieder durch die Einführung der Mitgliedersuche und diverser Web 2.0-Technologien im Februar 2007. Im „Community-Bereich“ der PWM stehen somit **drei neue Social Software Tools** den Mitgliedern zur Verfügung. Sie können in diesem Kontext auch als Knowledge Services [Rath A. S. et al, 2008] für die PWM-Community verstanden werden.

Erstens können die Mitglieder mit „**MyFriends**“ ihre „Freunde“ aus der PWM-Community auswählen und so interessante Verknüpfungen herstellen und diese auch anzeigen. Durch Klick auf den Namen eines Mitglieds wird das jeweilige Mitgliederprofil ersichtlich, wo zusätzlich zu den Registrierungsdaten folgende Informationen zu sehen sind:

- **Interessensprofil:** Es umfasst jene Begriffe aus dem „WM-Wissensnetz“, für die sich das Mitglied interessiert.
- **Tags:** Dies sind jene Begriffe, mit denen das Mitglied Bookmarks beschlagwortet hat. Durch Klick auf einen Begriff gelangt das Mitglied in die Community-Bookmarks und kann dort Links zu dem Thema finden.
- **Friends:** Hier ist die Liste der Friends ersichtlich, welche das Mitglied ausgewählt hat.

Die Färbung von bestimmten Worten verweist auf eine Übereinstimmung zwischen dem eigentlichen Community-Mitglied und einem ausgewählten. Die rot angezeigten Angaben in der rechten Spalte zeigen, welche Interessen, Friends und Tags jeweils mit dieser Person gemein sind. Hieraus lassen sich interessante Verknüpfungen und Verbindungen zu anderen Mitgliedern erkennen.

Der Nutzen der „MyFriends“-Anwendung liegt im Finden gemeinsamer Themen und Freunde. Hieraus können interessante Verknüpfungen hergestellt und angezeigt werden. Damit sollen die Vernetzung der Community-Mitglieder unterstützt werden.

Zweitens können die PWM-Mitglieder mit „**MyBookmarks**“ Bookmarks inklusive Beschlagwortung (so genannter „Tags“) anlegen und so eine persönliche WM-Favoritenliste generieren und ortsunabhängig via Web darauf zugreifen. Das Community-Mitglied kann seine Favoriten des

Web „Ablegen“, „Verschlagworten“ und „Kategorisieren“. Damit legt sich das jeweilige Mitglied seine persönliche WM-Bookmarkliste an und trägt somit zur Erweiterung der Community-Bookmarks bei. Neben einer erstellten Bookmarkliste ist eine persönliche „Tagcloud“ des jeweiligen Community-Mitglieds zu sehen. Diese setzt sich aus den Tags (Stichworte zur Beschlagwortung) zusammen, welche es vergeben hat. Die häufig benutzten Worte sind dabei hervorgehoben. Durch einen Klick auf einen Tag, erhält das Mitglied eine Liste aller Bookmarks, die es mit diesem Begriff beschlagwortet hat.

Für das Community-Mitglied hat das Knowledge Service den Vorteil ortsunabhängig auf seine WM-Bookmarks via Web zuzugreifen. Es wird auch in der Recherche nach Inhalten und Ressourcen unterstützt, das in einem rascheren und effizienten Suchergebnis resultiert.

The screenshot shows the 'Community Bookmarks' page in the PWM (Plattform Wissensmanagement) interface. The page is titled 'Community Bookmarks' and features a navigation menu with options like 'Über die PWM', 'Presse', 'Sponsoring', 'Glossar', 'Hilfe', 'Sitemap', 'Impressum', and 'Kontakt'. The main content area displays a list of tags (e.g., 'ajax', 'assessment', 'ausbildung', 'automatische mustererkennung', 'cms', 'communities', 'community', 'community management', 'concept mapping', 'content management', 'content management system', 'content-pflege', 'deregulierung', 'digital library', 'electronic market', 'forschung', 'gfwm', 'google', 'graz', 'information extraction', 'informationsethik', 'instrumente', 'intranet', 'kmap', 'know-center', 'kompetenzmanagement', 'kompetenzmanagement', 'kompetenzzentrum', 'lehrgang', 'lehrgang lernen', 'lernsoftware', 'management', 'commitment', 'zu', 'wm', 'schaffen', 'managementwissen', 'markt', 'markttrend', 'mashup', 'meshup', 'meta-information', 'methodenkompetenz', 'multimedia', 'nlp', 'notebooks', 'Ontologie', 'ontology', 'engineering', 'open source', 'personalmanagement', 'praxis', 'projektmanagement', 'pwm', 'rahmenbedingungen', 'rdf', 'recommender', 'system', 'research', 'ruby', 'second life', 'semantic web', 'semantic web framework', 'semantik', 'semantisches wissensmanagement', 'skills management', 'sna', 'social bookmarking', 'social network', 'analysis', 'social networking', 'social software', 'social tagging', 'social web', 'social_networking', 'softwarehersteller', 'soziales netzwerk', 'suche', 'suche nach wissensarbeitern im partnernetzwerk', 'suchmaschine', 'suchmaschinen', 'tagging', 'textanalyse', 'triple store', 'umsetzung', 'Web 2.0', 'web2.0', 'weiterbildung', 'wikipedia', 'wissenorganisation', 'wissensgesellschaft', 'wissenslandkarte', 'wissensmanagement', 'wissensmanagement-modell', 'wissensmanagement-system', 'wissenstransfer', 'wissensträgernetzung', 'wissensvernetzung'). Below the tags, there is a section titled 'Die letzten 30 gespeicherten Bookmarks:' which lists two bookmarks: 'Das GfWM-WM-Modell @ 31. Community-Treffen der Plattform...' and 'Corporate Web 2.0 - Semantic Web Company - Semantische Te...'. The sidebar on the left contains navigation options like 'Portal', 'Community', and 'Suche', along with a list of menu items such as 'Terminkalender', 'Dokumentenablage', 'Wissensrunden', 'Mitglieder', 'Forum', 'Umfragen', 'Bildgalerien', 'Pinnwand', 'Feedback', 'Community Bookmarks', 'Testgruppe Wissensrundenstart', and 'Vertrauen'. The top right corner shows the user is logged in as 'Thurner Claudia'.

Abb. 1. Screenshot „Community Bookmarks“ in der Community-Ansicht der PWM (Stand Februar 2008)

Das dritte Social Software Tool „Community Bookmarks“ informiert die Mitglieder darüber, was die Community in ihrer Gesamtheit gerade bewegt und welche Mitglieder sich für welche Themen interessieren. Die

Summe aller persönlicher Bookmarks der PWM-Mitglieder werden kumuliert und in Form der „Community Bookmarks“ wiedergegeben. Hierin finden sich alle von PWM-Mitgliedern angelegten Bookmarks geordnet nach Speicherdatum.

Vor der Liste mit den Bookmarks (getaggte Links) findet sich die Tagcloud der gesamten PWM-Community. Diese setzt sich aus den Tags (Stichworten) zusammen, welche Mitglieder für die Bookmarks vergeben haben. Je häufiger ein Wort verwendet wurde, umso stärker wird dieses hervorgehoben. Durch Klick auf eines der Tagwörter erhält das Mitglied eine Liste mit allen Bookmarks, welche mit diesem Tag beschlagwortet wurden. In der „**Community Tagcloud**“ wird somit die Kumulierung der unterschiedlichen Interessen der PWM-Mitglieder visuell dargestellt.

Nach Klick auf einen Tag erscheint in der rechten Spalte ein zusätzliches Feld „relevante Tags“. Dies sind Tags, welche Mitglieder der PWM gemeinsam mit dem ausgewählten Tag verwendet haben. Durch Klick auf das Google-Logo kann direkt eine Google-Abfrage zu den fünf bedeutendsten Tag-Begriffen rund um das ausgewählte Wort gestartet werden.

Wenn ein Wort aus der Tagcloud ausgewählt wird, so erhält das Community-Mitglied gleichzeitig zu der Liste mit den Bookmarks in der rechten Spalte die Information, welche Mitglieder diesen Tag verwendet haben. Wenn nun der Name des Mitglieds angeklickt wird, so gelangt man zu dessen Bookmarkliste. Gleichzeitig erscheint in der rechten Spalte die Tagcloud des betreffenden Mitglieds.

Primär soll das dritte Knowledge Service das Community-Mitglied über die Visualisierung der kumulierten Tags in der weiteren Vernetzung der Mitglieder untereinander unterstützen. „Auf einen Blick“ werden interessante virtuelle Verbindungen aufgezeigt, die über Werkzeuge in der virtuellen und realen Welt die realen Beziehungen umgarnen und festigen.

PWM-Modell für Wissensaustausch und Vernetzung

Das PWM-Modell ist gekennzeichnet durch das Zusammenspiel wichtiger Elemente einer Community [Preece, J., 2001]. Wie in einem großen Puzzle müssen die einzelnen Puzzle-Teile zusammenpassen und somit zusammenwirken. Die einzelnen Puzzle-Teile beschreiben im PWM-Modell die Real World, die Virtual World und die Moderatorin. Das größte Puzzle bildet die Real World bzw. Community, da die Community wiederum einen Teil der realen Welt ausmacht. Jedem Puzzle-Teil ist eine entsprechende Vernetzungsinstrumente-Liste zugeordnet, die dem jeweiligen Mitglied bzw. der Moderatorin zur Verfügung steht. Die größte Fläche – in dem Modellbild veranschaulicht als graues Puzzle-Teil – weist eine Be-

sonderheit auf. Die natürliche Grenze der Real World bzw. Community kann in dem Modell verstanden werden als eine durchlässige Membran. Zum einen hält sie die Community in der Real World zusammen und zum anderen ist sie für Zuwächse in Form von neuen Mitgliedern oder neuen Communities offen. Die beiden Puzzle-Teile der Real World und der Moderatorin werden ebenso in Form einer natürlichen Membran begrenzt. Im Gegensatz dazu erscheint die Virtual World mit ihren Vernetzungsinstrumenten eher als abgegrenztes Teilgebiet innerhalb des Modellbildes. Dies lässt sich dahin gehend erklären, da die virtuellen Vernetzungsinstrumente bislang nicht im Mittelpunkt der Nutzung gestanden ist und historisch bedingt als „nice to have“ angesehen wurde. Die sich nicht ausgrenzenden, sondern vielmehr sich gegenseitig befruchtenden Grenzverhältnisse, werden in diesem Zusammenhang als zentrale Erfolgskomponente innerhalb einer Community erachtet.

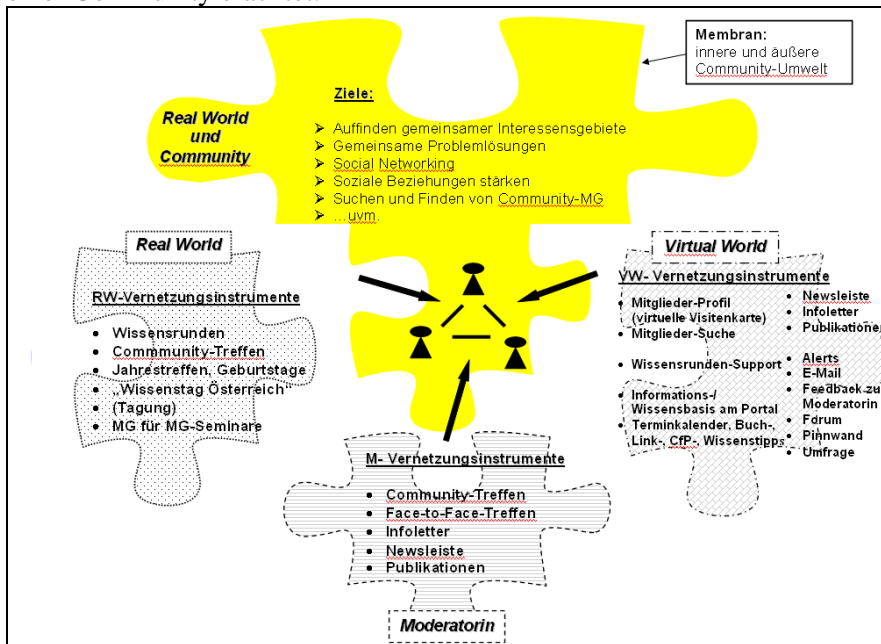


Abb. 2. Zusammenspiel wichtiger Elemente der PWM-Community

Wie bereits oben beschrieben, spielen die Vernetzungsaktivitäten der Real World und der Virtual World zusammen. In der folgenden Grafik wird das Zusammenspiel wichtiger Elemente der PWM-Community modellhaft dargestellt.

Ein Beispiel soll das komplexe Zusammenspiel verschiedener Kommunikationskanäle und die Festigung von Netzwerke durch persönliche Kontakte in der PWM verdeutlichen. Angenommen ein PWM-Community-

Mitglied möchte eine Wissensrunde zu einem Thema XY eröffnen. Das Mitglied tritt an die Moderatorin heran mit der Bitte einen Aufruf zur Teilnahme beim nächsten Community-Treffen zu machen. In dieser Veranstaltung hat das Community-Mitglied die Möglichkeit das Wissensrundenthema vorzustellen und einen Aufruf zur Teilnahme zu machen. Die Moderatorin sorgt für den technischen Support um eine solche Wissensrunde zu gestalten. Das Community-Mitglied ernennt sich zum Moderator dieser Wissensrunde und nimmt interessierte Mitglieder in seine Runde auf. Den weiteren Ablauf – technisch wie organisatorisch – übernimmt der Moderator der Wissensrunde. Er veranstaltet virtuelle und reale Treffen um ein Thema zu erarbeiten. Dabei finden virtuelle und reale Vernetzungsaktivitäten statt, die mit den Kollaborationswerkzeugen der PWM unterstützt werden. Die erarbeiteten Zwischen- wie Endergebnisse fließen in das PWM-Portal ein und werden mithilfe verschiedener Dokumentensharing-Tools verwaltet. Am Ende einer Wissensrunde werden die wichtigsten Ergebnisse von den Mitgliedern und dem Moderator der Wissensrunde bei einem Community-Treffen vorgestellt. Somit kommt eine direkte Wissensteilung zustande und die Community kann von den neuen Ergebnissen aus der Wissensrunde profitieren.

Aus den vielen virtuellen Kontakten entstehen Beziehungen unter den Wissensrunden-Mitgliedern, die durch Vernetzungsaktivitäten in der Real World erst an Tiefe erfahren. Die persönlichen Kommunikationsmaßnahmen fördern und festigen ein nachhaltiges Netzwerk mit vertrauensvollen und zukunftsfähigen Beziehungsgeflechten.

Umfrage & Nutzung

Im Zeitraum von 06. Juli bis 23. August 2007 wurde mit einer PWM-Online-Umfrage die Community bezüglich der Weiterentwicklung der PWM befragt. Dazu wurde ein Fragebogen entwickelt, den 75 Personen in der vorgegebenen Zeit beantwortet haben. Das entsprach einer Rücklaufquote von 6%. Mit der Umfrage wurde das Ziel verfolgt, wichtige Schlüsse für die weitere Gestaltung der PWM zu gewinnen. Insbesondere wurde dabei Augenmerk auf die Akzeptanz und Nutzung der Social Software Tools gelegt. Zudem wurde die Community zu ihrem Netzwerk-Verhalten befragt. Der Fragebogen erfasste die folgenden Bereiche: Daten zur Person, Nutzungsverhalten, Motivation, Gestaltung der Community-Umgebung, Kontakte/Vernetzungsaktivitäten, Informationskanäle.

Betrachtet man die Relation von passiver Nutzung – wie dem reinen Lesen/Anschauen/Runterladen – im Vergleich zu aktiver Nutzung – wie dem Schreiben/Hochladen von Inhalten – ergab die Umfrage, dass insgesamt

die passive Partizipation stärker ausgeprägt ist als die aktive Partizipation: Etwa 80% der Benutzer sind passiv in Bezug auf das Lesen, das Anschauen und das Runterladen in der Rubrik „Wissen am Portal“ tätig, hingegen steigt der aktive Anteil auf über 40% in den Bereichen Forum, Umfrage und Pinnwand der Community.

Bezüglich der Motivation der Nutzung zeigte sich, dass der konkrete Informationsbedarf, das Weiterlernen, die Weitergabe und der Austausch von Wissen durchschnittlich stärker das PWM-Mitglied bewegen die Community zu nutzen, als das Stöbern im Wissensbestand und die Absicherung von Wissen. Daraus lässt sich ableiten, dass es einen Bedarf an interaktiven Services gibt und die Community diesen auch nutzen würde.

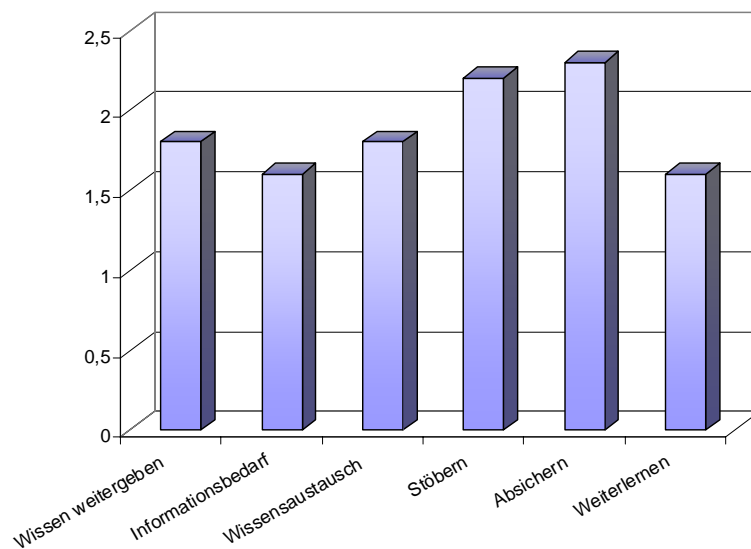


Abb. 3. Durchschnittliche Wichtigkeit der unterschiedlichen Motive

Zum Vergleich ergab eine deutschlandweite Studie von McKinsey [Bughin, J. R., 2007], dass einerseits der Wunsch nach Ruhm und andererseits der Spaßfaktor die Online-Kollaboration und Mitarbeiterbeteiligung fördern. Als dritte, gewichtige Antwort wurde der Wunsch nach Erfahrungsaustausch mit Freunden genannt. Diese Studie bezog sich zwar auf Unternehmen, doch lassen sich hieraus Vergleiche und Schlüsse für die Identifikation mit einer Online-Community ziehen. Beiden Studien ist somit das interaktive Element des „Austauschens“ von Wissen bzw. Erfahrung gemein und besonders wichtig.

Das interaktive Element der PWM findet sich bereits im Leitbild der PWM, indem die Mitglieder dazu aufgerufen werden, die PWM zu gestalten und ihr Wissen durch Teilen zu vermehren. Hierin wird bereits klar zum Ausdruck gebracht, dass Interaktivität die Basis für den weiteren Aufbau des Wissensbestandes der Community ist. Aus dem Kreislauf von „Geben und Nehmen“ soll die Wissensbasis der PWM weiter aufgebaut werden. Dies bestätigt die oben festgestellte Tatsache, dass Interaktivität zu den Schlüsselfaktoren der PWM zählt. Entsprechend als notwendig erachtet, sind kollaborative Tools, mit denen die Community-Mitglieder leicht miteinander in Beziehung treten können und sich austauschen können. Dadurch wird bereits auf den sozialen Vernetzungsgedanken im Sinne des Web 2.0 hingewiesen.

PWM Weiterentwicklung und Ausblick

Nun hat sich das PWM-Modell in den vergangenen sieben Jahren gut bewährt und soll nun auf Basis aktueller Entwicklungen weiter fortgeführt werden. Mit dem derzeitigen Blick in Richtung „Zukunft“ gerichtet, lassen sich zwei wesentliche Weiterentwicklungsmöglichkeiten der PWM beschreiben: „Open-Access“ und „Web 2.0“.

Die neuen Herausforderungen im Umfeld von Web 2.0 sind die Kommunikation, den Wissensaustausch und das Vernetzen effektiver zu machen. Welcher Fortschritt bedarf es in einer Wissensmanagement-Community, um einen nachhaltigen Erfolg zu erzielen? Wo kann am besten angesetzt werden, um Quick-Wins sowie langfristig positive Ergebnisse für die Community zu erreichen?

Das in diesem Kontext erfolgversprechende Lösungskonzept lautet „Kommunikation im Sinne des Web 2.0“. Damit wird bereits auf die zunehmende Annäherung zweier Ebenen hingewiesen. Zum einen greifen die virtuellen Vernetzungsinstrumente vermehrt in die Real World ein und zum anderen werden aufgrund realer Beziehungen verstärkt virtuelle Instrumente eingesetzt.

Das Ziel ist eine möglichst tief greifende Verzahnung der beiden Ebenen und damit einhergehend ein Zusammenziehen der Real und Virtual World. Aus den realen Beziehungen werden über virtuelle Vernetzungsinstrumente neue virtuelle Kontakte gefunden und über reale Instrumente in echte und gestärkte Real World Netzwerke umgewandelt. Der Weg kann auch umgekehrt gegangen werden, das übergeordnete Ziel bleibt die Entfaltung und Realisierung realer Netzwerkbeziehungen.

Ganz nach dem Motto – den Erfolg der PWM auf Basis des Geschaffenen weiter auszubauen – sollen Innovationen auf Basis von Kontinuität für die Community einen Mehrwert generieren. Die PWM als ein offenes, personenbezogenes und lebendes Netzwerk repräsentiert die führende Community zum Thema Wissensmanagement im deutschsprachigen Raum. Sie ist damit eine lebende WM-Community mit Mitgliedern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Bildungsinstitutionen. Die PWM entwickelte sich bis zum Betreiberwechsel als Netzwerkplattform im klassischen bzw. im Web 1.0-Sinn. Durch den Übergang auf das Know-Center bot sich die Chance, die PWM im Sinne des Web 2.0 zu entfalten und über den klassischen Web 1.0-Gedanken weiter auszubauen. Damit war ein wichtiger Grundstein für die Weiterentwicklung des PWM-Portals im Sinne des „Open-Access“ und damit des Web 2.0 gelegt. Zudem sollen neue Anwendungen im Kontext des Social Semantic Web erschlossen werden.

„Open-Access“ der PWM

Aus den geänderten Informations- und Kommunikationstechnologien ergeben sich zahlreiche neue Kommunikationsformen in bzw. über Unternehmen und Organisationen hinweg. Daraus können Veränderungen des Kommunikationsverhaltens der Mitarbeiter innerhalb wie außerhalb von Unternehmen beobachtet werden. Damit verbunden ist auch die Forderung nach neuen Kommunikationsmöglichkeiten in Communities zu den verschiedenen Fachthemen. Das Internet hilft bei der Verknüpfung von Inhalten und kommunizierenden Menschen und trägt somit zu einer gesteigerten Nachfrage an Web 2.0-Entwicklungen [Hasler Roumois, U., 2007] in Unternehmen und Organisationen bei. In diesem Kapitel werden einerseits der „Open-Access-Gedanke“ der PWM erklärt und andererseits mögliche Ansatzpunkte von Social Networking Tools in der PWM aufgezeigt.

Als ein Schlüssel zum Erfolg kann in diesem Zusammenhang das Prinzip „**Users Add Value**“⁴ verstanden werden. Hierbei ist wesentlich, dass das Potenzial der UserInnen noch lange nicht voll ausgeschöpft ist. Mit den Web 2.0 Interaktions- und Partizipationsmöglichkeiten wird der User zusätzlich auch zum Informationsproduzent und damit verschiebt sich auch sein Nutzen. Dieser wichtige Aspekt hat bislang noch nicht Einzug in die Struktur der PWM gehalten. Doch was ist nun unter dem „Open-Access-Gedanken“ zu verstehen?

⁴ Vgl. Tim O'Reilly (2002), What is Web 2.0, <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>, 14. August 2007, 15.15 Uhr.

Die Neuausrichtung „Open-Access“ bedeutet für die PWM, die Community in das Zentrum der PWM zu stellen und diese verstärkt einzubeziehen. Damit soll der Community ein vermehrtes „Sich Einbringen“ gewährt werden, was in einem gesteigerten Verantwortungsgefühl der Mitglieder resultiert.

Nach der Häufigkeit bzw. Wichtigkeit der Nutzung von PWM-Services gefragt, ergab die Umfrage, dass der konkrete Informationsbedarf, der Austausch und die Weitergabe von Wissen zwar als wichtig erachtet werden, aber die entsprechenden Technologien noch nicht im vollem Umfang genutzt werden. Hieraus lässt sich einerseits ein Bedarf an Social Software Tools ableiten, andererseits ist es erforderlich, dass diese Tools in ihrer Anwendbarkeit und Wirkung umfassend erklärt und dem Community-Mitglied näher gebracht werden. Die Social Software Tools umfassen „MyBookmarks“, „Community Bookmarks“ und „MyFriends“.

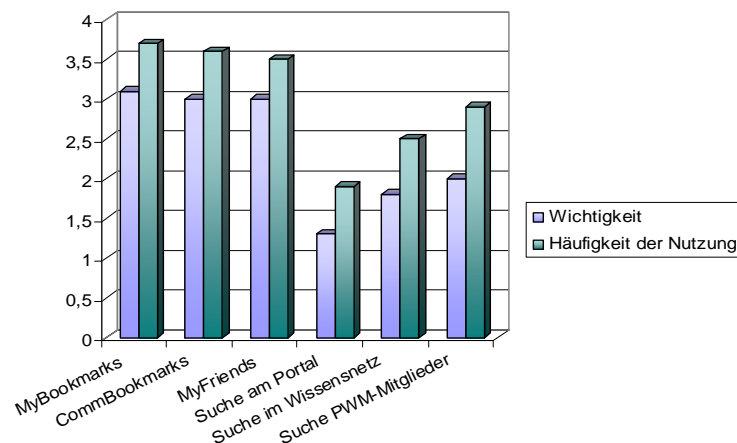


Abb. 4. Durchschnittliche Wichtigkeit bzw. Häufigkeit der Nutzung unterschiedlicher Social Software Tools auf der PWM

Die Ziele und Zwecke der Community-Umgebung zu kennen, ist für fast 70% der Befragten sehr wichtig. Dazu korreliert auch die Bekanntheit der Social Software Tools, die jedoch noch nicht entsprechend beworben worden sind. Hierin besteht noch konkreter Handlungsbedarf, um das gesamte Potenzial von Social Software Tools den Community-Mitgliedern näher zu bringen.

Als ein weiterer Schlüsselfaktor kann Tim O'Reilly's „Co-operate – Don't Control“⁵ Gedanke betrachtet werden. An seine Vorstellung angelehnt, kann für die PWM das Prinzip übersetzt werden, als möglichst umfassende Aufhebung Passwort-geschützter Bereiche. Damit sollen zum einen so viele wie möglich Passwort-geschützte Portalseiten aufgehoben werden und zum anderen der Eintritt in die PWM-Community möglichst offen gestaltet werden.

Wie bereits in der Grafik oben verdeutlicht, zählen zu den als am wichtigsten erachteten und am häufigsten verwendeten Technologien der PWM die verschiedenen „Suchfunktionen“. Hieraus lässt sich ableiten, dass das Community-Mitglied gezielt nach Informationen sucht und dieser Prozess dem weiteren Austausch und der Weitergabe von Wissen dienlich sein kann. So können auf Basis der Suchergebnisse der Wissensbestand der PWM nach speziellen Themen vertieft werden und interessante Verknüpfungen und Querverbindungen gefunden werden. Es entsteht ein Prozess des Suchens und Findens, welcher durch ein Mitglied-spezifisches Partizipieren in Form von Forumsbeiträgen, dem Upload von Studien, etc. ergänzt werden kann.

Web 2.0 in der PWM

Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass die PWM noch als Plattform mit den Eigenschaften des Web 1.0 charakterisiert werden kann. Trotz der Bemühungen, drei Social Software Tools in einem Zeitraum von sechs Monaten einzuführen, gelang es (noch) nicht, die Benutzer ausreichend über deren Zweck und Ziel zu informieren. Um die Plattform im Sinne des Web 2.0 weiter zu entwickeln, bedarf es einer umfassenden Kommunikation und Anleitung der Community-Mitglieder seitens der Moderatoren. Ihre Aufgabe wird es sein, zum einen Informationslücken zu schließen und zum anderen mit gutem Beispiel voran zu gehen. In dem PWM-Modell sind die einzelnen Puzzle-Teile als membranartige Elemente zu verstehen. Einzige Ausnahme bildet bislang die Virtual World, da sich die Virtual World-Netzwerkinstrumente eher im technischen Bereich aufhalten und vom Zusammenspiel mit anderen Instrumenten eher starrer und isolierender sind. Die Idee des Web 2.0 könnte in der Weiterentwicklung der PWM eine tragende Rolle in Richtung verstärkter Ein- und Anbindung mit den Real World-Vernetzungsinstrumenten spielen.

⁵ Vgl. Tim O'Reilly (2002), What is Web 2.0, <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>, 14. August 2007, 15.17 Uhr.

Zunächst sollen die wichtigsten Veränderungen im Zeitalter des Web 2.0 näher betrachtet werden und zwei Hauptaspekte in Bezug auf Social Networking heraus gegriffen werden.

Zum einen entstanden nach und nach immer mehr neue Techniken, Webseiten und -applikationen (z.B. ICQ), welche dem User von **sozialem Nutzen** sind. Ihre Weiterentwicklung führte zu den so genannten Social-Networking-Plattformen. Damit wird das „klassische“ Vernetzungsangebot um ein modernes und der heutigen Zeit entsprechendes Konzept erweitert. Auch moderne Geschäftsbeziehungen lassen sich in diesen Kontext einordnen.

Zum anderen bietet das Web 2.0 zahlreiche, neue **Partizipationsmöglichkeiten**, die es in der Tradition des Web 1.0 noch nicht gab. Darunter sind Web 2.0-Applikationen im Internet zu verstehen, die dem User eine bessere Mobilität, Zugänglichkeit und Austauschmöglichkeit bieten. Das Ziel ist ein flexibler Informationsaustausch innerhalb der Community und die Entwicklung eines für alle jederzeit verfügbaren Wissenspools, der einen optimalen Zugriff auf die bestehenden Ressourcen bereitstellt.

Will man die Ergebnisse der PWM-Umfrage auf aktuelle Entwicklungen zum Aufbau einer Community im Web 2.0 umlegen, so können folgende Empfehlungen gefolgert werden.

Um dem Aspekt von Interaktivität Rechnung zu tragen, kann als möglicher Ansatz beispielsweise das Abfragen der Meinungen aus der Community zu verschiedenen Themen, z.B. durch Voting, Recommendations und Polls etwa für Themen von Wissensrunden, erachtet werden. Damit wird die Community als Ganzes in den Mittelpunkt gerückt, jedes Mitglied kann seine Meinung bzw. Sicht der Dinge kundtun und somit wird bereits ein interaktiver Vernetzungsprozess angestoßen.

Wie die PWM-Umfrage aufgezeigt hat, nutzt die Mehrheit der Benutzer eine Community-Umgebung vorrangig passiv, d.h. im Sinne des Lesens von Inhalten. Bezüglich der Aktivität der Nutzer bedarf es eines hohen Moderationseinsatzes. Die Bereitstellung von Inhalten muss entweder durch den Betreiber selbst erfolgen, z.B. durch Einsatz eines Expertenteams oder eines oder mehrerer Moderatoren. Wünschenswert wäre der aktive Einsatz der Benutzer selbst, der dann allerdings in kritischer Masse vorhanden sein sollte. Dafür wäre es notwendig, den Anteil der User, die für qualitativ hochwertige Beiträge verantwortlich sind, zu finden und entsprechend zu fördern bzw. wachsen zu lassen. Damit wäre eine Sicherstellung der Qualität der Beiträge im Sinne des Web 2.0 gewährleistet.

Ganz ohne einen Abgleich und Koordination der Moderatoren wird eine Plattform allerdings nicht auskommen. Damit hat sich auch die Rolle der Moderatoren geändert: aus einer klassischen Web 1.0-Administration, d.h. dem chronologischen Reagieren auf Useranfragen und dem Einstellen von

Inhalten in gewohnter Top-Down-Manier, hin zu einer flexiblen und unterstützenden Moderationsaufgabe. Hierbei ist es besonders wichtig, dass die Moderation die Community-Mitglieder vermehrt „von unten“ unterstützt und zum selbständigen Verfassen von Beiträgen anregt. Eine Balance von unterstützenden Eingriffen und dem Gewähren beitragender Freiheit zu finden, stellt eine zentrale Herausforderung für die Moderation im Sinne des Web 2.0 dar.

Aus der PWM-Umfrage 2007 ging schließlich hervor, dass die meisten Mitglieder durch Mundpropaganda bzgl. neuer Communities empfänglich sind. Dieser hohe Stellenwert repräsentiert den persönlichen Vernetzungsaspekt wieder und belegt die Wichtigkeit von persönlichen Empfehlungen über Bekannte, Freunde oder Kollegen. Somit kann ein persönlicher Kontakt die Basis für das Social Networking via Web sein. In der PWM-Umfrage gaben 66% der Befragten an, bis zu 20 Personen aus der PWM-Community privat oder persönlich zu kennen. Für 70% der Befragten sind private bzw. berufliche Kontakte in der PWM-Community ein sehr wichtiger Beweggrund, die Community weiter zu nutzen. Daraus lässt sich der Erfolg einer Online-Community bestätigen, in der sich die Personen nicht nur virtuell, sondern real kennen. Social Networking funktioniert gerade deshalb so erfolgreich, weil sich die Community in virtuellen und realen Beziehungen ergänzt.

Anwendung des PWM Modells auf betriebliches Wissensmanagement

Aus dem PWM-Modell lassen sich wie bereits oben beschrieben viele Anleitungen für das Funktionieren von Communities folgern. Werden nun diese PWM-Community spezifischen Aspekte in ein abstraktes Modell zusammengefasst, können daraus wichtige Schlüsse für das Funktionieren von Communities im betrieblichen Wissensmanagement gezogen werden. Das bedeutet, dass das PWM-Modell auf eine Ebene abstrahiert wird, die als Grundlage für eine innerbetriebliche Diskussion dienen kann.

Für den Zusammenhang von Communities und Betrieben, ist die Community of Practice die wohl am bekannteste, die nach Lave und Wenger [Lave, J., Wenger, E., 1991] Mitglieder mit gemeinsamen Verantwortlichkeiten oder Tätigkeiten bezogen auf ein bestimmtes Thema vereinen.

Somit kann das Unternehmen in eine innere und äußere Umwelt gegliedert werden. Die innere Umwelt kann verstanden werden als die Mitarbeiter innerhalb des Unternehmens, hingegen spiegelt die äußere Umwelt die Stakeholder eines Unternehmens wider. Die Real World bzw. Community

stellt damit eine brauchbare Umgebung für das Unternehmen dar. Das Unternehmen steht selbst mit einer Vielzahl an Stakeholdern in Verbindung und wird von einer membranartigen bzw. durchlässigen Grenze umgeben.

Im Zentrum der Betrachtung bilden die Mitarbeiter die Wissensbasis eines Unternehmens. Im Hinblick auf ein effizientes betriebliches Wissensmanagement geht es um ihre Wissensteilungsprozesse, -generierungsvorgänge und -archivierungsschritte. Der typische Arbeitsplatz eines Wissensarbeiters umfasst einen Arbeits-, Lern- und Wissensraum [Lindstaedt, S. N., Farmer, J., 2004]. Hierbei sollen die Vernetzungsinstrumente eine unterstützende Hilfe leisten und das betriebliche Wissensmanagement bestmöglich vorantreiben. In dem Modell werden wichtige Komponenten einer Community herausgearbeitet, die wesentlich für das Funktionieren von Wissensmanagement in einem Unternehmen sind.

Komponenten einer betrieblichen Community

Grundsätzlich können vier Hauptkomponenten für das Zusammenspiel einer betrieblichen Community unterschieden werden. Erstens bildet die **Real World bzw. Community** die innere Umwelt eines Unternehmens. Dieser Teil ist zugleich der größte und auch Veränderungen am stärksten unterworfenen Bereich.

Zweitens unterstützen **Real World-Vernetzungsinstrumente** den face-to-face-Austausch zwischen den Mitarbeitern eines Unternehmens sowie betriebsfremden Personen. Dazu zählen u.a. Themen-Arbeitskreise und Veranstaltungen wie Treffen, Seminare und Tagungen.

Das dritte Puzzle-Teil bilden die **Virtual World-Vernetzungsinstrumente**, die eine dezentrale und effiziente Kommunikation unter den Mitarbeitern gewährleisten sollen. Über virtuelle Kommunikationsinstrumente, technischen Support für Themenarbeitskreise sowie das rasche Suchen und Finden von Experten bzw. Mitgliedern bestimmter Fachbereiche können Mitarbeiter in ihren Arbeits- und Lösungsfindungsprozessen bestmöglich unterstützt werden. Ein reicher Wissens- bzw. Informationsbestand kann Lösungen zur Verfügung stellen, die in der Vergangenheit bereits gefunden wurden und durch einen automatisch unterstützten Arbeitsplatz vorgeschlagen werden. Dies erfordert eine konstante Pflege und Wartung des Informationsbestandes durch die Mitarbeiter selbst und mithilfe von Experten zum jeweiligen Thema.

Da der Austausch zwischen den Mitgliedern ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Communities ist, sollten Social-Software-Tools angeboten wer-

den, die einen einfachen und raschen Austausch ermöglichen. Dabei braucht allerdings nicht die ganze Palette verfügbarer Anwendungen, vom Weblog bis hin zum gemeinschaftlichen Bookmarking, angeboten werden, sondern sollen solche Anwendungen zum Einsatz kommen, die die gewünschten Ziele bestmöglich unterstützen [Dösinger, G., Thurner, C., 2007].

Den vierten Bereich bildet die **Moderatorin bzw. der Moderator**, das ist eine oder mehrere zu bestimmende Personen, die sowohl Anlauf- wie Initiatoraufgaben über hat bzw. haben. Die Moderatorin sorgt in weiterer Folge für einen effizienten Informationsaustausch zwischen den Mitarbeitern eines Unternehmens, unterstützt die Vernetzung einzelner Communities im Unternehmen sowie fördert die Vernetzung mit interessanten unternehmensexternen Communities.

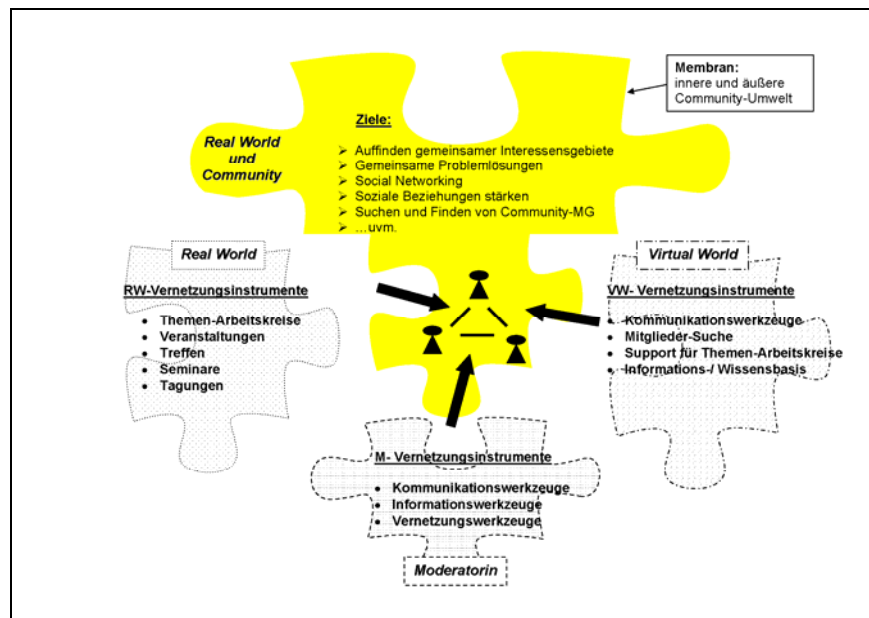


Abb. 5. Zusammenspiel wichtiger Elemente einer betrieblichen Community

Das vorrangige Ziel einer betrieblichen WM-Community sollte sein, eine enge Verknüpfung von face-to-face-Aktivitäten und starken, vernetzten Technologien zu erreichen. Dabei spielen die realen und virtuellen Komponenten einer betrieblichen Community zusammen. Umso stärker die einzelnen Vernetzungsinstrumente genutzt werden, desto intensiver ist die Verschmelzung von realen und virtuellen Instrumenten und somit auch

von der Real mit der Virtual World. In weiterer Folge kann es für das betriebliche Wissensmanagement gleichwertig sein, ob eine Problemlösung über die virtuellen und/oder realen Vernetzungsaktivitäten zustande gekommen ist. Es können Netzwerkverbindungen über den realen oder virtuellen Weg hergestellt werden, über beide und es wäre sogar denkbar, dass sich Communities bilden ohne genau zu wissen, woher der ursprüngliche Kontakt entstanden ist. Für die Lösung einer Problemstellung ist es im Grunde genommen unwichtig, ob nun reale und/oder virtuelle Vernetzungsinstrumente herangezogen werden. Gerade die Kombination aller Puzzle-Teile – Real World, Virtual World, Moderatorin und Community – scheinen ein viel größeres Potenzial an Lösungsmöglichkeiten für das betriebliche Wissensmanagement zu haben als ein isolierter Zugang.

Wird das Zusammenspiel wesentlicher Elemente einer Community aus einem Perspektiven-Blickwinkel betrachtet, ließe sich außerdem der Schluss ziehen, dass die Verschmelzung von vier Dimensionen in einer gesteigerten Umsicht und eines größeren Verständnisses resultiert. Mehr Dimensionen eröffnen einen breiteren Zugang zu einem Problem und auch zum Finden neuer Netzwerkbeziehungen. So werden aus neuen Kontakten neue Impulse in einen Problemlösungsprozess eingebracht und gleichzeitig die realen Beziehungen zu den Mitgliedern eines Netzwerks gestärkt. Damit erweitert sich das bestehende Netzwerk um reale Personen, die mittels Real World- oder Virtual World-Netzwerkinstrumenten gewonnen wurden. Aus dieser Annäherung der beiden Welten, können die Grenzen der Real World- und Virtual World-Instrumente zunehmend verwischen und verfließen.

Zusammenfassung

Der Beitrag soll aufzeigen unter welchen Grundbedingungen Communities im Web 2.0 funktionieren. Hierfür wurde das Beispiel der Plattform Wissensmanagement als eine erfolgreiche WM-Community im deutschsprachigen Raum herangezogen. Es wurden die wesentlichen Elemente einer Community erarbeitet und das Thema Web 2.0 als Chance für eine mögliche Weiterentwicklung angesehen. Abgeleitet aus den PWM-spezifischen Erkenntnissen können wichtige Elemente für das betriebliche WM abstrahiert werden.

Social Networking verfolgt das übergeordnete Ziel (bestehende) Netzwerkbeziehungen zu intensivieren und weiter auszubauen. Dabei kommen Real World als auch Virtual World-Vernetzungsaktivitäten zusammen, die im Web 2.0 zunehmend miteinander verschmelzen. Der Erfolgsfaktor von

Communities kann in den durch reale Netzwerkaktivitäten entwickelten und gefestigten Beziehungen der Community-Mitglieder gesehen werden. Erst aufgrund von realen Begegnungen werden virtuelle Netzwerkverbindungen in greifbare und verwertbare Beziehungen verwandelt.

Danksagung

Das Know-Center wird im Rahmen des Österreichischen COMET-Programms – Competence Centers for Excellent Technologies – gefördert. Das Programm steht unter der Schirmherrschaft des Österreichischen Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie, des Österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit und des Landes Steiermark. Die Abwicklung des Programms erfolgt durch die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft FFG.

Literatur

- Bughin, J. R. (2007) How companies can make the most of user-generated content: The success of online participatory media - video-sharing sites and corporate wikis alike – depends on the quality contributions of a small core of enthusiasts, *The McKinsey Quarterly*, Web exclusive
- Dösinger, G., Thurner, C. (2007) Wissenscommunities – Was funktioniert und was nicht! *wissensmanagement – Das Magazin für Führungskräfte* 8/07, S. 22-23
- Hasler Roumois, U. (2007) Studienbuch Wissensmanagement: Grundlagen der Wissensarbeit in Wirtschafts-, Non-Profit- und Public-Organisationen, Zürich, S. 99-104
- Lindstaedt, S. N., Farmer, J. (2004) Kooperatives Lernen in Organisationen, in: *CSSL-Kompodium - Lehr- und Handbuch für das computerunterstützte kooperative Lernen*, München, S. 191-200
- Plattform Wissensmanagement (2006) *PWM-Jahrbuch 2006/2007*, Plattform Wissensmanagement. Wien
- Preece, J. (2001) Online communities: Usability, Sociability, Theory and Methods, in: Earnshaw R., Guedj R., van Dam A. and Vince T. (Eds) *Frontiers of Human-Centred Computing, Online Communities and Virtual Environments*, Amsterdam, S. 263-277
- Rath A. S., Weber N., Kröll M., Dietzel O., Granitzer M. and Lindstaedt S. N., *Context-aware Knowledge Services, Personal Information Management: PIM 2008, CHI 2008 Workshop, April 5-6, 2008, Florence, Italy* (in press)