

Diplomarbeit

**Online Community Plattformen
zur Unterstützung des Wissensaustauschs
zwischen Konferenzteilnehmern
Eine Anforderungsanalyse am Beispiel der I-KNOW.**

von

Birgit Marie Hofmann

betreut von

Dr. Stefanie Natascha Lindstaedt

im Fachbereich Information & Knowledge Management

**Fachhochschul-Studiengang Informationsberufe
Eisenstadt 2005**

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich habe diese Diplomarbeit selbständig verfasst, alle meine Quellen und Hilfsmittel angegeben, keine unerlaubten Hilfen eingesetzt und die Arbeit bisher in keiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt.

Wien, am 26.Mai 2005

Unterschrift

Kurzreferat

Online Community Plattformen dienen dazu, die Interaktion zwischen Internetbenutzern, die durch gemeinsame Interessen oder Aufgaben miteinander verbunden sind, zu ermöglichen und zu erleichtern. In der vorliegenden Arbeit werden solche „virtuellen Treffpunkte“ vor dem speziellen Hintergrund von jährlichen Konferenzen erörtert. Der Ausgangspunkt ist die Frage, mit welchen Maßnahmen der Informations- und Wissensaustausch zwischen den Konferenzterminen verbessert werden kann. Das Hauptziel dieser Arbeit ist die Entwicklung eines Konzepts, in dem die Anforderungen der verschiedenen Teilnehmergruppen einer internationalen Tagung analysiert werden. Es besteht die Annahme, dass der Einsatz einer Online Community Plattform für Konferenzen dem Zusammenhalt der Teilnehmer in Gemeinschaften und gleichzeitig der Akquisition neuer Teilnehmer dient.

Ein Review aktueller Fachliteratur mündet in der Klärung des Begriffs „Community“, sowie einer Darstellung der Basiswerkzeuge und Erfolgsfaktoren für Online Communities. Acht halbstrukturierte, problemzentrierte Interviews mit Mitarbeitern eines österreichischen Forschungs- und Beratungsunternehmens werden durchgeführt und mit einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet. Die Befragten werden aufgrund ihrer Schlüsselrollen in der Organisation der genannten internationalen Tagung ausgewählt. Aus den Interviewergebnissen werden die Ziele der unterschiedlichen Teilnehmergruppen verglichen und nach Priorität geordnet. Danach erfolgt die Ausarbeitung mehrerer Anwendungsfälle („Use-Cases“), um detaillierte Szenarien aufzuzeigen, wie eine Online Plattform die Schlüsselrollen unterstützt.

In den Use Cases sind hauptsächlich die funktionalen und technischen Anforderungen für die Online Plattform enthalten. Abschließend werden Potentiale für gemeinsame Aktivitäten in und zwischen den Teilnehmergruppen vor dem Hintergrund des jährlichen Rhythmus der Konferenz identifiziert. Basierend auf diesen Ergebnissen beinhaltet weiterführende Forschung die Wahl einer geeigneten technischen Plattform und die Bewertung eines ersten Prototyps.

Schlagworte: Community, Konferenz, Online Community, Online Plattform, Anforderungsanalyse, Use Case

Abstract

Online community platforms allow and facilitate the interaction of groups of people, who are linked by shared interests or tasks. In this thesis, such virtual meeting places are investigated in the special context of annual conferences. A closer look is taken at the exchange of relevant information and knowledge between the conference dates. The main aim is to formulate a general concept that includes the goals and requirements of a future online platform for an international conference. The hypothesis is that an online community platform for conferences provides a basis for holding the attendees together between the conference dates and at the same time attracts new members.

A review of current literature is undertaken to clarify the term “community”, as well as to outline the basic tools and success factors of online communities. In the empirical part of the thesis semi-structured, problem-centred interviews with eight employees of an Austrian research and consulting organisation, who all play a key role in the organisation of an international conference, are conducted. By qualitative content analysis, objectives of the various communities are compared and prioritised. Subsequently several use-cases are worked out to provide detailed scenarios of how an online platform can support the key roles amongst the community members.

In the use-cases the functional and technical requirements for the online platform are emphasised. Potentials for joint activities within and between communities in the context of the annual conference rhythm are identified. Based on these results, further research is to be conducted to find a suitable technical platform and to evaluate the first prototype.

Keywords: community, conference, online community, online platform, requirements engineering, use-case

Executive Summary

Konferenzen sind jährliche Veranstaltungen, die meist mehrere heterogene Teilnehmergruppen aufweisen. In dieser Arbeit wird der zentralen Frage nachgegangen, wie die thematisch und organisatorisch unterschiedlichen Gemeinschaften einer jährlichen Tagung auch zwischen den Konferenzterminen zum Austausch von Informationen und Wissen angeregt und dabei virtuell unterstützt werden können. Im Hinblick auf die Organisation der Konferenz und wachsenden Teilnehmerzahlen fehlt meist ein einheitlicher virtueller Zugang zu allen Informationen rund um die Veranstaltung, sowie Möglichkeiten während des Jahres in Kontakt zu bleiben.

Die Ziele der Arbeit sind die Entwicklung eines Konzepts einer Online Community Plattform für Konferenzen, sowie die Erhebung und Analyse der organisatorischen und technischen Anforderungen an einen „virtuellen Treffpunkt“.

Als Forschungsgegenstand diente eine internationale Konferenz zum Thema Wissensmanagement. Aus den Ergebnissen einer Befragung von Mitarbeitern, die stark in die Organisation der Tagung eingebunden sind, konnten zentrale Zielsetzungen unterschiedlicher Teilnehmergruppen und grobe Anforderungen an eine Online Community Plattform ermittelt werden. Die Hauptanforderungen ergaben sich aus dem Kommunikationsbedarf der Teilnehmer in der Vor- und Nachbereitungsphase der Konferenz und in den damit zusammenhängenden Aufgaben der Organisatoren. Durch Einbeziehung theoretischer Überlegungen aus aktueller Fachliteratur wurden Schlüsselrollen und zukünftige Online-Aktivitäten definiert.

Ein allgemeines Konzept zu Struktur und Basiskomponenten, das auch auf andere Communities zu Konferenzen übertragbar ist, mündete in der Erstellung von Use Cases für eine Online Community Plattform. Diese Anwendungsfälle zeigen Potentiale für den Zusammenhalt der Teilnehmergruppen zwischen den Konferenzterminen und für den Gewinn von neuen Teilnehmern auf. Eine Zurückführung auf die erhobenen und priorisierten Ziele lieferte eine theoretische Absicherung der detaillierten Anwendungsszenarien.

Ich möchte mich bei allen Mitarbeitern des Know-Center für die Unterstützung während meines Aufenthalts in Graz bedanken. Mein besonderer Dank gilt meiner Betreuerin Stefanie Lindstaedt und Ines Puntschart, sowie all jenen Personen, die mir für die Interviews zur Verfügung gestanden sind.

Außerdem danke von ganzem Herzen meinen Eltern, meinem Bruder und Maria.

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung.....	9
1.1.	Problemhintergrund	9
1.2.	Zentrale Frage	9
1.3.	Ziel der Arbeit.....	10
1.4.	Methoden.....	10
1.5.	Motivation.....	11
1.6.	Aufbau der Arbeit	11
2.	Theoretischer Hintergrund	12
2.1.	Begriffserklärung “Community”	12
2.2.	Typen von Communities	12
2.2.1.	Community of Practice (CoP).....	13
2.2.2.	Community of Interest (CoI).....	14
2.2.3.	Community of Knowledge (CoK).....	15
2.2.4.	Business Units, Netzwerke, Projektteams.....	16
2.2.5.	Online/Virtual Community	16
2.3.	Online Communities	17
2.3.1.	Arten von Online Communities	19
2.3.2.	Aufbau von Online Communities	19
2.3.3.	Rollen in Online Communities.....	20
2.3.4.	Richtlinien in Online Communities	20
2.3.5.	Untergruppen in Online Communities	21
2.3.6.	Nutzen, Erfolgsfaktoren und Erfolgsmessung	21
2.4.	Zusammenfassung.....	23
3.	Online Communities zu Konferenzen	24
3.1.	Face-to-Face Event vor virtueller Interaktion	24
3.2.	Informationspools.....	25
3.3.	Special Interest Groups (SIG)	25
4.	Empirische Studie	27
4.1.	Vorstellung des Unternehmens.....	27
4.2.	Forschungsgegenstand	27
4.2.1.	Ablauf der I-KNOW	27
4.2.2.	Qualitätssicherung.....	28
4.3.	Vorgehensweise.....	29
4.4.	Methode der Datenerhebung.....	30
4.5.	Datenerhebung und Auswahl der Befragten	31
4.6.	Datenanalyse	32
5.	Interviewergebnisse	33
5.1.	Community-Definition	33
5.2.	Ziele der I-KNOW.....	33
5.3.	Entstehung und Ziele der Tracks.....	34
5.4.	Bisherige Aktivitäten und Erwartungen	36
5.5.	Schlüsselrollen.....	37
6.	Konzept einer Online Community Plattform	39
6.1.	Gemeinschaftstypen zu Konferenzen.....	39
6.2.	Kontext der Use Cases	40

6.3.	Struktur einer Online Community Plattform für Konferenzen	41
6.4.	Use Cases: Übersicht	42
6.5.	Use Cases: Inhalte & Aktivitäten	45
6.6.	Use Cases: Spezialfälle	48
7.	Ergebnisse der Arbeit	49
7.1.	Zusammenfassung	49
7.2.	Nutzen	50
7.3.	Ausblick	51
8.	Literatur- und Quellenverzeichnis	53
9.	Anhang	59
9.1.	Interviewleitfaden	59
9.2.	Analyse der Zielsetzungen	62
9.3.	Aktivitäten, Schlüsselrollen und Rechte	64
9.4.	Use Cases für eine Online Community Plattform zu Konferenzen	65
10.	Lebenslauf	80

Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen

Abb.1: Aufbau der Arbeit	11
Abb.2: Phasen SW-Entwicklung	29
Abb.3: Zielgruppen einer Konferenz	39
Abb.4: Jahresrhythmus am Beispiel I-KNOW	40
Abb.5: Vor- und Nachbereitungsphase	40
Abb.6: Portalbereich	41
Abb.7: Special Track-Bereich	42
Abb.8: Use Case Diagramm	43
Tabelle 1: Ziele aller Tracks (Stand Frühjahr 2005)	62
Tabelle 2: Ziele Special Tracks (Stand Frühjahr 2005)	63
Tabelle 3: Aktivitäten und Rollen	64
Use Case 1: Registrierung	65
Use Case 2: Guided Tours	66
Use Case 3: Aktualisierung Profile	67
Use Case 4: Mitglieder anwerben	68
Use Case 5: Digitale Bibliothek	69
Use Case 6: Kalender	70
Use Case 7: Feedback-Forum	71
Use Case 9: Erarbeitung Inhalte	72
Use Case 10: Projektantrag	73
Use Case 11: Students Competition	74
Use Case 12: neuester Stand	75
Use Case 13: Diskussionsbereich PC	77
Use Case 14: Diskussion PC	79

1. Einleitung

1.1. Problemhintergrund

Konferenzen sind Veranstaltungen, die auf einen kurzen Zeitraum von wenigen Tagen beschränkt sind. Sie dienen als jährlicher Fixtermin für die Zusammenkunft von Berufstätigen und Personen, die an einem bestimmten Themenbereich interessiert sind. Durch dieses gemeinsame Interesse stellt die Gesamtheit der Teilnehmer einer Konferenz eine Gemeinschaft oder „Community“ dar. Sie weist im Laufe der Zeit eine oder mehrere Untergruppen oder „Subcommunities“ auf, die sich jedes Jahr auf der Tagung wieder treffen.

Neben fachlicher Weiterbildung zählen der Ausbau und die Pflege von persönlichen Netzwerken zu den Hauptgründen für einen Konferenzbesuch.

Durch intensive Kommunikation und Interaktion während der Veranstaltung entstehen vor allem wissenschaftliche Erkenntnisse und soziale Beziehungen, die oft nicht weiter verfolgt und genutzt werden. Zwischen den Konferenzterminen wird meist nur zwischen Einzelpersonen per E-Mail oder Telefon Kontakt gehalten.

Gerade bei großen internationalen Tagungen ist die Zusammensetzung der Teilnehmer sehr heterogen. Weitere Face-to-Face Treffen bis zum nächsten Konferenztermin wären aufwändig zu organisieren und höchstens in regionalen Kleingruppen realistisch durchführbar.

Das Internet und moderne Informations- und Kommunikationstechnologien bieten für die genannte Problemstellung verschiedene Lösungen, da sie zeit- und ortsunabhängig die Verteilung und den Austausch von Informationen und Wissen in einem größeren Rahmen als nur zwischen zwei Personen ermöglichen. So können mehrere Teilnehmergruppen einer Tagung auch zwischen den Konferenzterminen auf unkomplizierte Weise miteinander in Verbindung treten.

1.2. Zentrale Frage

In dieser Arbeit wird die Fragestellung verfolgt, wie die thematisch und organisatorisch unterschiedlichen Teilnehmergruppen einer jährlichen Tagung mit Hilfe einer Online Community Plattform auch zwischen den Konferenzterminen zum Wissensaustausch angeregt und darin unterstützt werden können.

Voraussetzung für die Ermittlung von Indikatoren für die Anregung des Wissensaustauschs ist die Konzeption eines virtuellen Bezugspunkts, der den Zugang zu allen Informationen und Ergebnissen rund um eine Tagung erlaubt. Software-Werkzeuge wie Diskussionsforum oder Chat ermöglichen die Weiterentwicklung von wissenschaftlichen Erkenntnissen und die themenbezogene Vernetzung von Experten. Sie müssen auf ihre Eignung in Abstimmung mit dem erläuterten Problemhintergrund geprüft werden. Die Unterstützung des Wissensaustauschs erfolgt im Zuge der typischen Arbeitsabläufe der Organisatoren in der Vor- und Nachbereitung der Konferenz, wie zum Beispiel das Werben um Interessenten oder das Einholen von Feedback nach der Veranstaltung.

1.3. Ziel der Arbeit

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Erhebung der funktionalen und technischen Anforderungen an eine virtuelle Community Plattform für die Teilnehmer einer jährlichen internationalen Tagung.

Es wird von der Annahme ausgegangen, dass eine Online Community Plattform für Konferenzen den Nutzen liefert, die Teilnehmer in Gemeinschaften zusammen zu halten und gleichzeitig neue Teilnehmer zu gewinnen.

Es ist nicht Ziel dieser Arbeit, zu versuchen die Begriffe „Wissensmanagement“ oder „Wissen“ zu erklären, da dies den vorgegebenen Rahmen sprengen würde.

1.4. Methoden

Der Forschungsgegenstand dieser Arbeit und ein Beispiel aus der Praxis für die Gemeinschaft einer jährlichen Tagung ist die „I-KNOW“, eine internationale Konferenz zum Themenbereich „Wissensmanagement“.

Das Ergebnis der empirischen Untersuchung ist ein Konzept für eine Informations- und Kommunikationstechnologie-Anwendung und damit Teil der frühen Phasen eines Softwareentwicklungsprozesses, die Problemdefinition und die Anforderungsanalyse. Für die Formulierung der konkreten Anforderungen ist es notwendig, die Ziele und Kommunikationsbedürfnisse der unterschiedlichen Teilnehmergruppen und die Schlüsselrollen im Kontext der Konferenz zu identifizieren. Anschließend werden Aktivitäten auf der zukünftigen Online

Community Plattform beschrieben und Potentiale für eine bessere Vernetzung der Teilnehmer hervorgehoben. Die Begründung des Konzepts erfolgt durch eine Zurückführung auf die erhobenen Ziele.

1.5. Motivation

Die Bewerbung für die Diplomandenstelle am Grazer Know-Center resultierte aus Erfahrungen zu den Themen „Communities of Practice“ und „Community Plattformen“ in den Semestern der Vertiefungsrichtung „Knowledge Management“ am Fachhochschulstudiengang Informationsberufe. Zentrale Aufgabenbereiche waren dabei die Erstellung eines Konzepts einer Online Community Plattform für den fünften Jahrgang der Fachhochschule und die Mitarbeit bei einem Pilotprojekt mit dem Titel „Communities of Practice“ im Rahmen eines Berufspraktikums in Deutschland. Mit dieser Diplomarbeit bot sich schließlich die Möglichkeit, das Thema in dem besonderen Kontext einer Konferenz, die von einem Forschungszentrum ausgerichtet wird, zu beleuchten.

1.6. Aufbau der Arbeit

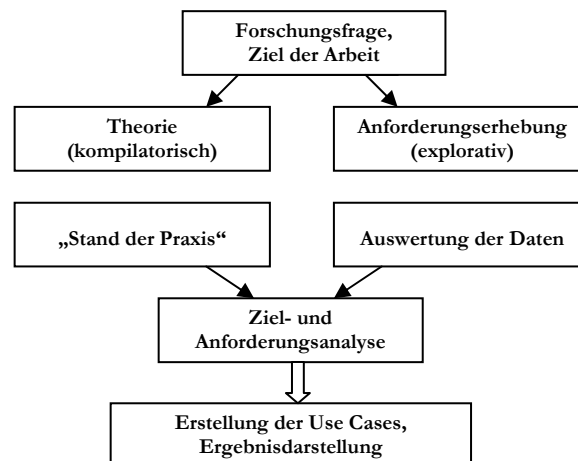


Abb.1: Aufbau der Arbeit

Hinweis: Alle personenbezogenen Bezeichnungen wie „Teilnehmer“ oder „Moderator“ gelten in der gewählten Form für beide Geschlechter.

2. Theoretischer Hintergrund

„There is an intimate connection between informal conversations, the kind that take place in communities and virtual communities, in the coffee shops and computer conferences, and the ability of large social groups to govern themselves without monarchs or dictators.”
(Rheingold, 1998)

Im folgenden Kapitel werden der Begriff „Community“ und verschiedene Typen von Communities diskutiert. Danach wird der Fokus auf Online Communities gesetzt, um eine theoretische Grundlage für die empirische Studie, die Konzeption einer Plattform zur virtuellen Unterstützung von Gemeinschaften zu Konferenzen, bereit zu stellen.

2.1. Begriffserklärung „Community“

„Community“ ist das englische Wort für „Gemeinschaft“. Dabei handelt es sich um einen sehr breit gefassten Begriff: „Im weiteren Sinn ist Gemeinschaft jede Verbundenheit zwischen Menschen; (...).“ („Gemeinschaft“, 2005).

Generell wird unter diesem Ausdruck eine unterschiedlich große Anzahl von Individuen zusammengefasst, die durch gemeinsame Interessen (zum Beispiel wirtschaftlich, politisch, sozial), ihre gemeinsame geographische Lage oder andere gemeinsame Merkmale wie ihre Ausbildung oder ihre kulturelle Herkunft verbunden sind („Community“, 2005).

Meist treffen mehr als eine der genannten Arten an Verbundenheit zu. Die emotionalen Beziehungen zwischen den Mitgliedern sind verschieden stark durch das Gefühl einer gemeinsamen Identität und Zusammengehörigkeit geprägt.

2.2. Typen von Communities

In der Fachliteratur werden bestimmte Typen von Communities beschrieben, deren Definitionen und Ausprägungen Überschneidungen aufweisen und deren Grenzen oft fließend ineinander übergehen. Zur Untermauerung dessen werden in dieser Arbeit die am häufigsten vorkommenden Bezeichnungen „Community of Practice“, „Community of Interest“ und „Community of Knowledge“ erklärt und verglichen.

2.2.1. Community of Practice (CoP)

Jean Lave und Etienne Wenger stellen in ihrem Werk „Situating Learning: Legitimate peripheral participation“ eine Lerntheorie unter sozialen Aspekten auf. Sie basiert auf dem traditionellen Konzept der „Lehre“ und geht von dem Verhältnis zwischen Auszubildendem oder „Neuling“ und dem „Meister“ aus (Lave & Wenger, 1991, S. 29). Nach Auffassung der Autoren findet Lernen durch eine zunehmende Teilnahme an so genannten „Communities of Practice“ statt:

„A community of practice is a set of relations among persons, activity, and world, over time and in relation with other tangential and overlapping communities of practice“ (Lave & Wenger, 1991, S. 98).

Durch die Interaktion der Mitglieder und dem Ersatz der „Meister“ durch ihre jungen Nachfolger reproduziert sich die Gemeinschaft immer wieder selbst (Lave & Wenger, 1991, S. 57).

Wenger greift 1998 in „Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity“ den Gemeinschaftstyp und die Lerntheorie wieder auf. Er definiert Lernen entlang der vier einander bedingenden Dimensionen „practice“, „community“, „meaning“ und „identity“.

„Practice - learning as doing“ bedeutet, dass in einer Gemeinschaft durch die konstante Verfolgung eines gemeinsamen Ziels in einem gemeinsamen sozialen Kontext Wissen aufgebaut wird, sowie kollektive Methoden entwickelt werden, um Probleme und Aufgaben zu bewältigen (Wenger, 1998, S. 45). Mit der Dimension „community- learning as belonging“ sind die sozialen Beziehungen innerhalb einer „CoP“ und ein Gefühl der Zusammengehörigkeit gemeint (Wenger, 1998, S. 72).

„Meaning - learning as experience“ steht für die Bedeutung, die wir unserer Beteiligung an sozialen Gemeinschaften, unseren Handlungen und der Interaktion mit unserem Umfeld beimessen (Wenger, 1998, S. 51). Die vierte Dimension „identity - learning as becoming“ umfasst die individuelle Identität der einzelnen Mitglieder und im speziellen wie sie sich im Rahmen von Gemeinschaften entwickelt. (Wenger, 1998, S. 145).

Um die theoretischen Ausführungen zu „CoP“ in die Praxis zu überführen, erörtert Wenger (2002) in „Cultivating Communities of Practice“ zusammen mit zwei Kollegen den Einsatz des Gemeinschaftstyps in Organisationen und konkretisiert die Begriffsdefinition folgendermaßen:

“Communities of Practice are groups of people who share a concern, a set of problems, or a passion about a topic, and who deepen their knowledge and expertise in this area by interacting on an ongoing basis”

(Wenger, McDermott & Snyder, 2002, S. 4).

Die grundlegende Struktur einer „CoP“ wird nun anhand von drei Bestandteilen definiert, „Domain“, „Community“ und „Practice“. Die „Domain“ ist das festgelegte Wissensgebiet einer „CoP“. Unter den Mitgliedern herrscht Übereinstimmung darüber, wo die Grenzen der „Domain“ liegen und welche Handlungen und Inhalte von großer oder geringer Bedeutung für die Gemeinschaft sind. Das Element „Community“ beinhaltet nach wie vor die sozialen Beziehungen zwischen den Mitgliedern. Hinzu kommen emotionale Aspekte, wie einander zu vertrauen und sich zu respektieren und die allem vorangehende Bereitschaft, sein Wissen mit anderen zu teilen (Wenger, McDermott & Snyder, 2002, S.27-28).

Unter „Practice“ werden weiterhin die Methoden, Inhalte und Stile verstanden, die eine einzelne „CoP“ ausmachen (Wenger, 1998, S. 45, Wenger, McDermott & Snyder, 2002, S.29).

Wenger, McDermott & Snyder (2002, S.24-27) schließen mit den drei Elementen einer „CoP“ eine Vielzahl an anderen Definitionskriterien aus. Eine „CoP“ kann einen großen oder kleinen Umfang aufweisen. Sie kann für lange oder für kurze Zeit bestehen. Die Mitglieder können geographisch gesehen an einem Ort oder weltweit verteilt sein und sie können, müssen aber nicht derselben Berufsdisziplin angehören und dieselben Aufgaben haben. Eine „CoP“ kann innerhalb einer Geschäftseinheit, aber auch über Abteilungen, Hierarchie- und sogar Organisationsebenen existieren. Sie kann sich spontan bilden oder gegründet werden (die Teilnahme ist trotzdem freiwillig). Manchmal wird eine „CoP“ nie „entdeckt“ und gefördert, in manchen Fällen wird sie bewusst eingegliedert und unterstützt, da ihr Wert für die Organisation als sehr hoch eingeschätzt wird.

2.2.2. Community of Interest (CoI)

Teilt eine Gruppe von Menschen ein gemeinsames Interesse, wird sie als eine „Community of Interest“ bezeichnet. Die Mitglieder sind zum Beispiel privat oder beruflich an Themen wie Fotografie, Biologie, Sport oder auch an dem Geschehen

auf einer bestimmten Online Community Plattform interessiert. Es ist festzustellen, dass solche „Interessensgemeinschaften“ im Allgemeinen weicher und offener definiert werden als eine „CoP“. Ein Interesse oder die passive Verfolgung eines Interessensgebiets machen noch keine „Community of Practice“ aus. Dafür müssen alle drei Elemente, „Domain“, „Community“ und „Practice“, in einer Gemeinschaft erkennbar sein (Wenger, McDermott & Snyder, 2002, S.44).

Über das Teilen eines gemeinsamen Interesses herrscht in der Fachliteratur weitgehend Einigkeit. Allerdings gibt es zu zusätzlichen Charakteristika einer „Community of Interest“ widersprüchliche Sichtweisen. Lindstaedt (1997) fügt noch den Aspekt der Multidisziplinarität hinzu. Demnach stammen die Mitglieder einer „CoI“ in einem beruflichen Umfeld aus unterschiedlichen Fachdisziplinen.

Außerdem kann das Interesse auch die Erfüllung einer gemeinsamen Aufgabe darstellen (Lindstaedt, 1997, S.2). Dadurch wird das Argument der Passivität ausgeschaltet. Brunold, Merz & Wagner (2000, S.35) sehen in einer Interessensgemeinschaft einen Zusammenschluss von Personen, die sich zu einem Thema austauschen. Dies findet zu einem bestimmten Zweck statt, zum Beispiel um mehr Anerkennung in der Öffentlichkeit zu erlangen.

Aufgrund der verschiedenen Interpretationen des Begriffs „CoI“ wird die Abgrenzung zu einer „CoP“ ein wenig unscharf.

2.2.3. Community of Knowledge (CoK)

Eine „Community of Knowledge“ oder Wissensgemeinschaft ist darauf ausgerichtet, zu einem bestimmten Thema oder einer speziellen Fachdisziplin gemeinsam Praxiswissen („Know-How“) zu entwickeln, zu teilen und strukturiert nutzbar zu machen. Der Begriff der Wissensgemeinschaft hat eine ähnliche Bedeutung wie „Community of Practice“ und wird häufig mit dieser gleich gesetzt (Nohr et al., 2001, S.16-18 & 29). Dem ist entgegen zu halten, dass oft vorschnell die Bezeichnung „CoP“ an eine Gruppe von Menschen vergeben wird, obwohl es zuerst erforderlich ist, sie bei ihren Aktivitäten zu beobachten oder gar selbst Mitglied zu werden. Erst dann kann beurteilt werden, ob alle drei Kriterien der „Domain“, „Community“ und „Practice“ erfüllt sind (Wenger, McDermott & Snyder, 2002, S.44).

2.2.4. Business Units, Netzwerke, Projektteams

Nicht jede Gemeinschaft ist eine „Community of Practice“ und nicht jede „Practice“ („Praxis“, wie das Üben auf einem Musikinstrument) impliziert eine Gemeinschaft. Eine Geschäftseinheit eines Unternehmens stellt keine „CoP“ dar, da sie viel klarer abgegrenzt und formaler organisiert ist. Sie muss vordergründig kurzfristige lukrative Ergebnisse liefern und diese an höhere Hierarchieebenen kommunizieren. (Wenger, McDermott & Snyder, 2002, S.41).

Auch ein Projektteam ist keine „CoP“. Ein Team ist dazu da, gemeinsame Aufgaben mit einem vorher festgelegten Ziel innerhalb eines begrenzten Zeitrahmens zu lösen. Personelle und finanzielle Ressourcen werden genau bemessen und von einem Projektleiter koordiniert und kontrolliert. Die Teilnahme an einer „CoP“ ist hingegen freiwillig. Eine „CoP“ wird durch die Entwicklung und Teilung von Wissen charakterisiert und nicht durch die Erfüllung von Aufgaben. Es ist zu betonen, dass ebenso ein informelles, interpersonelles Netzwerk keine „CoP“ ist, sondern lediglich eine Summe an sozialen Beziehungen. Dem Netzwerk fehlt die kollektive Devotion, als Gemeinschaft ein Wissensgebiet („Domain“) weiter zu entwickeln (Wenger, McDermott & Snyder, 2002, S.43).

Aus der Nutzung von persönlichen Netzwerken und der Interaktion von Mitgliedern einer „CoP“ können projektähnliche, gemeinsame Aktivitäten entstehen. Projekte können demnach vor dem Hintergrund einer „CoP“ stattfinden, Projektteams werden jedoch nicht selbst zu „Communities of Practice“.

2.2.5. Online/Virtual Community

Gemeinschaftstypen wie „CoP/CoK“ und „CoI“ können auch virtuell existieren. Preece (2000, S.10) ermittelt in „Online Communities. Designing Usability, Supporting Sociability“ vier konkrete Elemente einer virtuellen Gemeinschaft: Zunächst Menschen („people“) die sozial interagieren und bestimmte Rollen wie die eines „Moderators“ einnehmen (siehe 2.3.3). Diese Menschen verfolgen damit einen gemeinsamen Zweck („purpose“), zum Beispiel den Informationsaustausch zu einem Thema. Es gibt Richtlinien („policies“), die stillschweigend oder klar sichtbar existieren und die soziale Interaktion steuern. Technische Systeme („computer systems“) ermöglichen und unterstützen die Kommunikation der Mitglieder.

Kim (2000, S.13-14) unterstreicht, dass eine Online Community im Grunde nur das Gegenstück zu einer Gemeinschaft in der „realen Welt“ ist (vgl. Preece, 2000, S.9). Ein Unterschied ist, dass durch die Zeit- und Ortsunabhängigkeit die Kommunikation und Interaktion zwischen Internetbenutzern erheblich erleichtert wird. „Online“ ergeben sich dazu noch spezielle Herausforderungen, wie die technische Administration und Wartung, die Bekämpfung von „Störenfried“ und Fragen des Datenschutzes und Urheberrechts. Eine entscheidende Differenzierung ist außerdem, dass sich die Mitglieder einer Online Community in der Regel nicht persönlich kennen. Auch im Fall einer Online Community Plattform zu einer Konferenz kann dies zutreffen, da auf der Tagung nicht immer „jeder mit jedem“ spricht und sich zudem auf der Internet Plattform Interessenten aufhalten können, die noch nicht Konferenzteilnehmer waren.

In den weiteren Abschnitten von Kapitel 2 geht es um die Entstehungsgeschichte, typische Kommunikationstechnologien, den Aufbau und Erfolgsfaktoren von Online Communities.

2.3. Online Communities

Die Ursprünge von Online Communities liegen in der virtuellen Kommunikation über Mailinglisten, die erstmals in den 70er Jahren nach der Einführung von E-Mail-Diensten im „ARPANET“ (Vorläufer des heutigen Internets) verwendet wurden. Unabhängig davon findet sich eine weitere Wurzel in der Geschichte von „Usenet“, einem weltweiten Netzwerk aus „Newsgroups“ (Brunold, Merz & Wagner, 2000, S. 25-26). Dabei handelt es sich um einen Internetdienst, über den zu kategorisch geordneten Themen Nachrichten und Artikel ausgetauscht und diskutiert werden. Um an Newsgroups teilzunehmen, muss eine Registrierung bei einem so genannten „listserver“ erfolgen, über den die E-Mails an definierte Benutzergruppen verteilt werden (Preece, 2000, S. 237-238).

„Bulletin-Board-Systeme (BBS)“ stellen die Anfänge eines der wichtigsten Werkzeuge zur Unterstützung von virtuellen Gemeinschaften dar, dem Forum. Hier werden die Beiträge („Postings“) dem Benutzer wahlweise chronologisch (nach Erstellungsdatum) oder nach Thema geordnet angezeigt (Preece, 2000, S. 257).

Auch der „Chat“ zählt als Form der direkten Unterhaltung zwischen zwei oder mehreren Internetnutzern zu den etablierten Instrumenten von Online Communities (Brunold, Merz & Wagner, 2000, S. 28). Während E-Mail und Forum zu den asynchronen Kommunikationsmitteln gehören, finden Chat und Instant Messaging synchron, das heißt in Echtzeit statt (Powacek, 2001, S.11).

Grundsätzlich sind Mailingliste, Newsgroup, Forum und Chat seit Mitte der 70er Jahre bis heute die Basiswerkzeuge für virtuelle Gemeinschaften. Im Gegensatz zu früher ist hingegen die Anzahl der Online Communities und ihrer Mitglieder auf ein kaum überblickbares Ausmaß in Millionenhöhe gestiegen (Brunold, Merz & Wagner, 2000, S. 29).

Seit Ende der 90er Jahre haben sich zusätzlich zwei neue Internet-Technologien etabliert, die oft im Zusammenhang mit Online Communities erwähnt werden, „Weblogs“ und „Wikis“. Sie werden zu den asynchronen Kommunikationsmitteln gezählt.

„Weblogs“ sind Websites, auf denen ein oder mehrere Autoren regelmäßig Beiträge publizieren, die in umgekehrter chronologischer Reihenfolge angezeigt werden. Die Inhalte sind meist kurze Statements zu anderen Websites, zu aktuellen Themen und zu persönlichen Erfahrungen. Diese Beiträge weisen eine hohe Linkdichte auf und können von jedem anderen Internetbenutzer kommentiert werden (Przepiorka, 2003, S.4, Groß & Hülsbusch, 2004, S.44). In den letzten Jahren werden auch zunehmend Unternehmen auf Weblogs aufmerksam, um sie als kostengünstige Projektmanagement-Tools, Community Plattformen und News- Verteiler einzusetzen (Przepiorka, 2003, S.11). Weblogs bilden Denk- und Entscheidungsprozesse, sowie Gesprächsverläufe ab. Um die Übersichtlichkeit zu bewahren, können die Einträge in Kategorien zusammengefasst werden (Toyfl, 2003, S.30).

Ein „Wiki“ („wikiwiki“ = Hawaiianisch für „schnell“) ist eine Online-Datenbank mit einer Sammlung von Websites, deren Inhalte intensiv miteinander verlinkt sind. Jeder Internetbenutzer kann zu jeder Zeit die Texte eines Wikis mit einfachen Formatierungsbefehlen editieren (Schwartz, Clark, Cossarin & Rudolph, 2004, Groß & Hülsbusch, 2004, S.46). Die Online-Enzyklopädie „Wikipedia“ ist weitgehend das bekannteste Wiki und versteht sich als „freie Sammlung menschlichen Wissens“

(Wikipedia, 2005). Wikis werden oft mit Content Management Systemen verglichen, obwohl sie weder deren ausgefeilte Rechteverwaltung noch die Definition von Workflows (Arbeitsabläufen) bieten (Möller, 2003, S.202). Ihr Nutzen liegt in der kollaborativen Erarbeitung und Strukturierung von Inhalten, kurz im gemeinsamen Aufbau von Wissen. Groß und Hülsbusch (2004, S.46) bezeichnen sie als „Autoren-, Diskussions- und Kollaborationswerkzeuge nach einem quasi basisdemokratischen Verständnis.“ In Unternehmen stellt ein Wiki eine kostengünstige und neuartige Kommunikationsform für Projektteams und Arbeitsgruppen dar.

2.3.1. Arten von Online Communities

Brunold, Merz & Wagner (2000, S.31-32) heben als sehr häufige Art von virtueller Gemeinschaft (1) Marketingorientierte Communities hervor, hinter denen die Verkaufsabsicht eines Unternehmens steht. Eine Gemeinschaft bildet sich auf der Webseite allerdings nur, wenn Kunden oder Interessenten online miteinander interagieren. Eine weitere große Online Community stellen (2) Benutzer und Programmierer von Open Source Software dar. (3) Spiele-Communities sind ebenfalls ein verbreitetes Phänomen des Internets und ziehen oft eine hohe Identifikation der Mitglieder mit virtuellen Charakteren und Welten mit sich.

2.3.2. Aufbau von Online Communities

Beim Aufbau oder der Bildung einer virtuellen Gemeinschaft stehen am Anfang immer eine Vision und der Zweck, zu dem sie ins Leben gerufen wird. Kim (2000, S.29-31) bestärkt, die Ziele so präzise wie möglich zu formulieren. Es wird empfohlen, aufgelistete Bedürfnisse der Zielgruppe und der „Gründer“ (auch „Organisatoren“, „Moderatoren“) gegenüberzustellen, nach Priorität zu ordnen und schließlich zu konsolidieren. Nur so können erfolgskritische Faktoren für die Community definiert werden.

In weiterer Folge ist es wichtig, den Betrieb einer virtuellen Gemeinschaft bescheiden und auf die definierte Zielgruppe ausgerichtet zu beginnen. Strategisch gesehen helfen die Erfahrungen mit einer kleineren Kerngruppe, später mit rasch wachsenden Mitgliederzahlen und Inhalten umzugehen und eine klare Identität zu bewahren (Kim, 2000, S.86). Die Flexibilität in Bezug auf schnelle Veränderungen und wechselnde Zielgruppenbedürfnisse ist eine Basisanforderung, sowohl an die technische Administration, also auch an Organisation und Moderation.

2.3.3. Rollen in Online Communities

Es gibt ein breites, differenziertes Spektrum an Rollen, die in einer (virtuellen) Gemeinschaft eingenommen werden können. Die zentralen Funktionen von Mitgliedern zeigen sich in folgender Auswahl.

In ihren Grundzügen besteht jede Community, seien ihre Treffen nun „Face-to-Face“ oder virtuell, aus einer Kerngruppe, mit einem oder mehreren „Koordinatoren“ (auch „Moderator“, „Leader“), sowie aus aktiven und passiven Mitgliedern (Wenger, 2002, S.57).

Kim (2000, S.134-135) legt die Rollen „Besucher“, „Neuling“, „(aktives) Mitglied“, „Leader“ und „Senior“ für virtuelle Gemeinschaften fest. Für „Besucher“ muss bestimmt werden, was diese von der Online Community Plattform sehen können und wie „geeignete“ Interessenten für eine Registrierung gewonnen werden können. „Leader“ sind hier freiwillige oder bezahlte Personen, die Aufgaben der Moderation und Organisation der Gemeinschaft übernehmen. „Senioren“ waren einmal aktive Mitglieder und geben nun ihr Wissen und ihre Erfahrungen an die Gemeinschaft weiter.

Preece (2000, S.83) identifiziert für Online Communities die Rollen „moderator and mediator“, „professional commentators“, „general participants“ (aktive Mitglieder) und „lurkers“ („to lurk“ = sich versteckt halten). „Moderators“ und „mediators“ („Leader“) koordinieren unter anderem Aktivitäten in der Community, helfen den thematischen Fokus beizubehalten, kommunizieren Richtlinien, vertreiben „Störenfriede“ („flaming“, „spam“) oder vermitteln in Konflikten. „Professional commentators“ oder Experten führen meist das Wort in Online-Diskussionen und werden oft zu virtuellen „Fragestunden“ eingeladen. Eine interessante Rolle nehmen die so genannten „lurkers“ ein. Dabei handelt es sich um Mitglieder, die das Geschehen in einer virtuellen Gemeinschaft beobachten, ohne sich aktiv daran zu beteiligen. Für diese Passivität kann es unterschiedliche Gründe geben (Preece, 2000, S.86-87). Tatsache ist, dass die Community von diesem „Nehmen ohne zu Geben“ weder einen Schaden noch einen Nutzen davonträgt.

2.3.4. Richtlinien in Online Communities

Richtlinien wirken sich stark darauf aus, wer in einer Online Community Mitglied wird, so Preece (2000, S.95). Sie beinhalten Regeln für die Mitgliedschaft und den

Austritt, für die virtuelle Kommunikation (Netiquette), für die Zuständigkeiten der Moderation und Administration und für Datenschutz und Sicherheit.

Derartige Richtlinien variieren zwischen Online Communities. Gewisse verpflichtende Grundregeln für erlaubtes und verbotenes Verhalten sind jedoch Voraussetzung für das Funktionieren einer virtuellen Gemeinschaft (Preece, 2000, S.231).

2.3.5. Untergruppen in Online Communities

Untergruppen oder „Sub-Communities“ sind dazu da, die Atmosphäre der Kerngruppe, die bei der Bildung einer Online Community besteht, aufrecht zu erhalten. Bei einer stetig wachsenden Mitgliederanzahl würde sonst das Gefühl „dazu zu gehören“ in der anonymen Masse verloren gehen. Sub-Communities sind essentiell für die langfristige Bindung von Mitgliedern. So wie in der „realen Welt“ zum Beispiel Städte in Bezirke und Unternehmen in Abteilungen geteilt werden, spalten sich auch Online Communities mit der Zeit in Untergruppen (Kim, 2000, S.326).

Es ist wichtig, dass Sub-Communities weitgehend autonom sind und sich dennoch als eingebettet im Rahmen und Geschehen der „Gründer-Community“ ansehen.

2.3.6. Nutzen, Erfolgsfaktoren und Erfolgsmessung

Die Zeit, die ein Mitglied in eine Gemeinschaft investiert, ist vor allem im Umfeld eines Unternehmens von Bedeutung. Communities, ob sie sich nun virtuell oder „Face-to-Face“ treffen, dürfen nicht das Tages- oder Projektgeschäft behindern, sie sollen es unterstützen. Ihre Ziele müssen mit den strategischen Unternehmenszielen verbunden werden. Es braucht das Commitment von Führungskräften oder einflussreichen Personen, um die notwendigen finanziellen und personellen Ressourcen zur Verfügung zu stellen.

Viele Unternehmen sind auf kurzfristige und „angreifbare“ Ergebnisse fokussiert. (Wenger, 2002, p.156). Durch den informellen Charakter und die sozialen Beziehungen, die Communities ausmachen, ist ihr Nutzen oft erst auf den zweiten Blick erkennbar. Die häufigsten Vorteile sind die Abteilungs- und Organisationsübergreifende Vernetzung von Experten(-wissen), ein hohes Problemlösungspotential und Zeitersparnis durch die leichte Erreichbarkeit von

Ansprechpartnern, Qualitätssicherung, Bewahrung von Inhalten und die Bindung von Mitarbeitern an das Unternehmen (Wenger, 2002, S.14, McDermott, 2002, S.27, vgl. Dückert, 2003, S.20).

Zum Abschluss dieses Kapitels werden die erfolgskritischen Faktoren für Online Communities zusammengefasst. Die Punkte gelten auch für nicht-virtuelle Gemeinschaften. Danach wird die Erfolgsmessung von Online Communities diskutiert.

Eine Community lebt ausschließlich von dem Willen und der Überzeugung ihrer Mitglieder miteinander interagieren zu wollen. Gründer und Moderatoren können den Erfolg nicht vorhersehen, da die Teilnahme an einer Gemeinschaft freiwillig ist. Sie finden ihren Handlungsspielraum in der Bereitstellung von geeigneten Rahmenbedingungen (Vision, Themen, Verhaltensgrundsätze) und der Organisation von Aktivitäten (Termine, Treffpunkte, Strukturierung von Inhalten, Übertragung von Kompetenzen an „Sub-Moderatoren“) (vgl. Lembke, Franz & North, 2003, S.29). Dazu müssen sie ihre Zielgruppen und deren Zielsetzungen genau kennen lernen und mit den eigenen Zielen abstimmen.

Erfolgskritisch ist auch zu akzeptieren, dass jede Community einen eigenen dynamischen und oft nicht berechenbaren Entwicklungszyklus aufweist und damit immer einen Anfang und ein- wenn auch unbestimmtes- Ende hat. Passieren weder Veränderung noch Weiterentwicklung, stagniert die Gemeinschaft. Dies geht mit der erforderlichen Offenheit nach außen und der Problematik von eventuellen Besitzansprüchen einher. Die Community sollte allen ihren Mitgliedern und Interessenten „gehören“ und diese sind innerhalb der Gemeinschaft gleich gestellt (Wenger, 2002, S.68-69, S.141).

An dieser Stelle ist noch die technische Umgebung für virtuelle Gemeinschaften herauszustreichen. Die Gewährleistung von hoher technischer Leistungsfähigkeit und Datensicherheit auf einer Online Community Plattform gehören weitgehend zu den bedeutendsten Erfolgsfaktoren von Online Communities (Leimeister, Sidiras & Krcmar, 2004, S.9).

Cothrel (2000, S.18) zählt übliche quantitative Methoden der Erfolgsmessung von Online Communities auf, zum Beispiel „page views“ (wie oft wird eine Website

besucht), die Aufenthaltsdauer von Besuchern, die Anzahl von registrierten Mitgliedern oder die Anzahl von Beiträgen und "Neulingen" in einem bestimmten Zeitraum. Dabei wird Aktivität, aber nicht deren Qualität gemessen (vgl. McDermott, 2002, S.26).

Wenn Foren leer stehen oder nur veraltete Inhalte aufweisen, zieht dies einen Imageverlust der Online Community nach sich und deutet auf Misserfolg hin. Werden Tools regelmäßig genutzt, ist trotzdem keine Erfolgsgarantie gegeben. Die Anzahl der registrierten Mitglieder sagt nichts über die Lebendigkeit einer virtuellen Gemeinschaft aus. Zugriffs- und Downloadstatistiken bestätigen ein hochwertiges Informationsangebot, das wiederum potentielle neue Mitglieder anzulocken vermag. Doch alleine die Relevanz und Qualität der virtuellen Interaktion und deren Beitrag zur Erreichung der definierten Ziele sagen etwas über den „Wert“ einer Community aus. Ein Vergleich der aktuellen Community mit den anfänglich erarbeiteten Zielsetzungen ist der einzige Weg, um Erfolg oder Misserfolg festzustellen. Werden die Ziele nicht erfüllt, müssen neue definiert oder die Community im schlimmsten Fall aufgelöst werden.

2.4. Zusammenfassung

Im kompilatorischen Theorieteil wurde der Begriff „Community“ und dessen Weiterführung in „Communities of Practice“, „Communities of Interest“ und „Communities of Knowledge“ erörtert. Daraufhin wurde die Aufmerksamkeit auf Online Communities gelenkt. Trotz vieler Parallelen zu „Face-to-Face Communities“ eröffnen sich bei näherer Betrachtung von deren virtuellen Gegenstücken zusätzliche Chancen und Herausforderungen.

Im nächsten Kapitel werden die Ergebnisse einer Internetrecherche zum Thema Online Communities zu Konferenzen dargestellt.

3. Online Communities zu Konferenzen

Zu jeder Konferenz existiert ein Kern an immer wieder kehrenden Teilnehmern, die auch zwischen den Konferenzterminen regelmäßig in Kontakt sind. Nur passiert dies vorwiegend über die am meisten etablierten Kommunikationsmittel E-Mail und Telefon oder über regionale Face-to-Face Treffen in Kleingruppen. Diese Art der Interaktion ist für andere Konferenzteilnehmer nicht sichtbar beziehungsweise nicht nachvollziehbar.

Der vorliegende „Stand der Praxis“ ist als grober Überblick zu verstehen, der nicht verallgemeinert werden kann. Aus einem Rechercheumfang von etwa hundert Websites von internationalen Konferenzen zu Themen der Informatik und des Wissensmanagements, sowie punktuellen Stichproben zu anderen Fachdisziplinen (Medizin, Philosophie, Biologie), werden mögliche kategorische Einteilungen gebildet.

3.1. Face-to-Face Event vor virtueller Interaktion

Der virtuelle Auftritt von Konferenzen beschränkt sich unabhängig von ihrer thematischen Ausrichtung in den meisten Fällen auf organisatorische Aspekte der Veranstaltung. Typische Inhalte sind das Tagungsprogramm, die kurze Vorstellung von Themenbereichen und Vortragenden, Rahmenbedingungen zur Teilnahme und zur Einreichung von Beiträgen, Informationen zum Veranstaltungsort und Möglichkeiten des Aufenthalts, sowie Rückblicke auf vorangegangene Tagungen. Stehen die Organisation der Veranstaltung und die Dokumentation der dort präsentierten Inhalte im Vordergrund, ist aufgrund des öffentlichen Webauftritts zu vermuten, dass zu dieser Tagung keine Online Community, wie sie in Kapitel 2 definiert wurde, existiert.

Beispiele dafür sind die Websites der „HCI International 2005“ [1], der „9th European Conference on Computer-Supported Cooperative Work“ [2], der „WM 2005“ [3] und des „3rd World Congress of Nephrology“ [4].

3.2. Informationspools

Als weitere Kategorie haben sich Websites herauskristallisiert, hinter denen umfangreiche Gesellschaften und Vereine stehen. Hier werden neben vielen anderen Aktivitäten auch Konferenzen ausgerichtet, womit die Tagungen an sich nicht mehr alleine im Vordergrund stehen.

Als Beispiel wird hier die „Gesellschaft für Informatik (GI)“ angeführt [5]. Sie bietet eine digitale Bibliothek, ein Mitgliederverzeichnis, Diskussionsforen, zahlreiche andere Services und teilt sich in mehrere (virtuelle und Face-to-Face) Arbeitsgruppen. Auf der Startseite befindet sich ein Link zur Jahrestagung der Gesellschaft. Weitere Beispiele sind die „Association for Information Systems (AIS)“ [6] und die „American Biological Safety Association“ [7]. Die Mitgliedschaft in solchen Gesellschaften oder Vereinen ist meist kostenpflichtig.

3.3. Special Interest Groups (SIG)

Interessensgruppen zu speziellen Themen einer Konferenz haben für gewöhnlich einen eigenen Webauftritt, auf den von der Hauptseite der Tagung oder einem Portal verwiesen wird. Die „Association for Computer Machinery (ACM)“ beispielsweise organisiert eine Vielzahl von Konferenzen und betreibt zahlreiche Interessengruppen, um die Mitglieder zu vernetzen, mit aktuellen Informationen zu versorgen und eine Plattform für Diskussionen zu offerieren. [8] Eine aktive Beteiligung an Foren bleibt nur registrierten Mitgliedern vorbehalten. Ebenso verhält es sich mit der Online-Interaktion der „IEEE Virtual Communities“. [9]

3.4. Beispiele spezieller Online Aktivitäten

Auf der Website des „16th International Congress on Parkinson's Disease and Related Disorders“ können sich registrierte Mitglieder virtuell ein „personalisiertes“ Konferenzprogramm nach den eigenen Interessen zusammenstellen. [10]

Für das Programm Komitee der „International Conference on Enterprise Information Systems“ gibt es einen eigenen Diskussionsbereich für die Begutachter der eingereichten Beiträge („Reviewers Only“). [11]

Vor Konferenzen finden oft „Best Paper Awards“ zu den eingereichten Beiträgen statt. Bei der „IEA/AIE 2005“ werden vom Programm Komitee nominierte Papers auf der Tagung präsentiert und noch einmal evaluiert. [12]

Der „KDD Cup 2005“ der „11th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining“ ruft Gruppen von Wissenschaftern und Praktikern zur Lösung einer speziellen Aufgabe auf. Der besten Gruppe wird auf der Konferenz ein Preis überreicht. [13]

Unmittelbar vor der Konferenz „ICIS 2005“ findet ein 4-tägiges „Doctoral Consortium“ statt. Universitäten können dafür Studenten nominieren, die sich dort zusammen mit anderen Dissertanten aus der ganzen Welt zu ihrer Arbeit austauschen können. Darüber hinaus wird von einer Special Interest Group eine „Doctoral Dissertation Award Competition“ organisiert, dessen Gewinner dann auf der „ICIS 2005“ offiziell bekannt gegeben wird (s. Verweise in der „Link Navigation“). [14]

Abschließend ist festzustellen, dass aus der Recherche kein Beispiel für eine Online Community Plattform gefunden wurde, die zum einen nur auf eine Konferenz bezogen ist und zum anderen aktive virtuelle Interaktion von Teilnehmern und Interessenten zeigt. Ein möglichst umfassendes Informationsangebot zum Thema und zur Veranstaltung zu bieten und die Registrierung elektronisch abzuwickeln ist vorwiegend das Hauptmotiv für einen Webauftritt. Abgesehen davon werden die Möglichkeiten zur Online Interaktion nur limitiert genutzt. Außer Diskussionsforen, Mailinglisten und Newsgroups ist kein Einsatz von anderen Software-Werkzeugen zur Förderung der Kommunikation zwischen den Konferenzterminen ersichtlich.

Im folgenden Kapitel wird zuerst der Forschungsgegenstand vorgestellt. Im Anschluss daran werden der Forschungsprozess und die Methoden dargelegt.

4. Empirische Studie

4.1. Vorstellung des Unternehmens

Das „Know-Center“ ist „Österreichs Kompetenzzentrum für wissensbasierte Anwendungen und Systeme“ (Know-Center, 2005). Die Forschungseinrichtung, deren Standort in Graz liegt, besteht seit Januar 2001, und ist durch das Förderprogramm „Kplus“ der „Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft“ ins Leben gerufen worden. Die zentralen Bereiche im Know-Center sind „Wissensmanagement“, „Wissenserschließung“ und „Wissenstransfer“.

4.2. Forschungsgegenstand

Bei der „I-KNOW“ handelt es sich um die größte Konferenz zum Thema „Wissensmanagement“ im deutschsprachigen Raum. An der „I-KNOW'04“ nahmen 350 Personen teil. Die Tagungsserie wird einmal jährlich über einen Zeitraum von drei Tagen vom Know-Center im Grazer Messezentrum ausgerichtet. Ihr Ziel ist es, Wissenschaftlern sowie Praktikern und Interessierten auf internationaler Ebene einen regelmäßigen Treffpunkt zum Wissens- und Erfahrungsaustausch zu Themen des Wissensmanagements zu bieten (I-KNOW, 2005).

Bei jeder I-KNOW findet bereits der „Call for Papers“ (= Aufruf zur Einreichung von Konferenzbeiträgen) für den nächsten Konferenztermin statt. Dies erfolgt durch Organisatoren im persönlichen Gespräch, mit Flugblättern und vor und nach der Tagung per E-Mail.

Eine Trendanalyse von 380 eingereichten Papers zu den I-KNOW Tagungen 2002 bis 2004 zeigt, dass im letzten Jahr im Bereich Wissensmanagement inhaltlich am häufigsten „organisationale“ Themen (74%), die Organisationen und ihre Kultur betreffen, noch vor technologisch orientierten Themen (64%) behandelt wurden. (Tochtermann, Dösinger & Puntschart, 2004, S.6).

4.2.1. Ablauf der I-KNOW

Der erste Tag steht den so genannten „Special Tracks“ zur Verfügung. Sie stellen spezielle Themenbereiche dar, die in Form von Workshops behandelt werden.

Der zweite Tag der Konferenz wird vom Geschäftsführer des Know-Center Prof. Dr. Klaus Tochtermann und von zwei „Keynote Speakers“, das sind geladene und renommierte Experten, eröffnet.

Der zweite und dritte Tag sind dem „Scientific Track“ und dem „Industry Track“ gewidmet. Der Scientific Track richtet sich an Wissenschaftler und Forscher zum Thema Wissensmanagement auf internationaler Ebene. Dazu finden Vorträge mit anschließender Diskussion statt. Beim Scientific Track geht es vordergründig um den wissenschaftlichen Forschungshintergrund von Wissensmanagement-Methoden und -Instrumenten.

Zusätzlich zum Scientific Track präsentieren sich am zweiten und dritten Tag der I-KNOW auch Unternehmen der Privatwirtschaft mit Ausstellungsständen und/oder halten Vorträge zu Praxisprojekten und Produktinnovationen. Die Bezeichnung dafür lautet „Industry Track“. Dabei liegt der Schwerpunkt sehr stark auf dem „Kosten-Nutzen-Aspekt“ beim Einsatz von Wissensmanagement-Methoden und -Instrumenten.

Bei jedem Themenblock der Vorträge des Industry Track und des Scientific Track, sowie bei den Special Tracks gibt es einen „Chair“, das heißt einen Moderator, der durch das Programm führt, die Vortragenden und die Themen vorstellt und die Diskussionen moderiert. Der Chair sollte auch im Vorfeld schon Kontakt mit den Vortragenden aufnehmen, die Präsentationen einholen und diese auf der Tagung elektronisch verfügbar machen. Er sorgt für die Einhaltung des Zeitplans und für einen reibungslosen Ablauf.

4.2.2. Qualitätssicherung

Das Programm Komitee wird immer schon im Vorjahr festgelegt. Jeder eingereichte Beitrag wird von drei Begutachtern gelesen, nach einem Punktesystem bewertet und mit Kommentaren zur Überarbeitung und Ergänzung versehen. Bei der „I-KNOW'04“ lag der Prozentsatz der angenommenen Papers bei 40%. Die Bewertung der Beiträge durch ein professionelles Komitee ist eine der wichtigsten Formen der Qualitätssicherung von Konferenzen.

Im den nächsten Abschnitten des Kapitels werden die Vorgehensweise und die Methoden präsentiert.

4.3. Vorgehensweise

Jedes Software-Produkt durchläuft einen eigenen „Lebenszyklus“. Generell umfasst dies die Phasen der Entwicklung, Anwendung und Wartung (Dumke, 2000, S.17). Der Prozess der Software-Entwicklung schließt folgende Schritte mit ein:

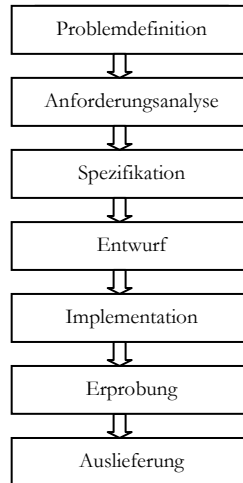


Abb.2: Phasen SW-Entwicklung

Im Rahmen der vorliegenden Diplomarbeit wird der Fokus auf die frühen Konzeptionsphasen der „Problemdefinition“ und der „Anforderungsanalyse“ (Requirements Engineering) gelegt.

Da es herauszufinden gilt, wie die Teilnehmer der I-KNOW zwischen den Konferenzterminen mit Hilfe einer Online Community Plattform unterstützt und zusammengehalten werden können, müssen zunächst die Ziele und Anforderungen der zukünftigen Benutzergruppe(n) in Form einer Befragung erhoben und analysiert werden.

Ausgehend von den relevanten Ergebnissen der Befragung werden so genannte „Use Cases“ erstellt. Diese Anwendungsfälle basieren auf in Prosa beschriebenen Szenarien aus Sicht der Schlüsselrollen-Inhaber auf der Online Plattform und sind alle in eine einheitliche Tabellenstruktur eingebunden (Maiden & Jones, 2004a, S.30-31, Maiden & Jones, 2004b, S.26). Daraus ergibt sich ein Konzept für die Struktur der zukünftigen IKT-Anwendung, sowie die funktionalen und technischen Anforderungen an das System.

Die übliche graphische Darstellung von Use Cases (Use Case Diagramm/Model) erfolgt mit allen involvierten Akteuren (Menschen oder Software-Programme) als

„Strichmännchen“ bzw. Rechtecke und deren Interaktion mit dem System durch Ellipsen und Verbindungslinien (Hansen, 2001, S.251-252, Maiden & Jones, 2004a, S.134, Maiden & Jones, 2004b, S.17, Sommerville, 2001, S.144). Das Ziel dabei ist herauslesen zu können, wie das zukünftige System und dessen Benutzer miteinander interagieren und welche (Online-) Aktivitäten dazu stattfinden sollen.

Die Use Cases dienen als Grundlage für die Spezifikation und den Entwurf eines ersten Prototyps einer Online Community Plattform für die I-KNOW. Dieser Schritt wird in Form einer unmittelbar dieser Diplomarbeit folgenden „BACC-Arbeit“ für die TU Graz im Sommer 2005 erfolgen. Die Kollegin wird die Anforderungen in Zusammenarbeit mit dem Know-Center in „Muss-“, „Kann-“ und „Soll-Kriterien“ gruppieren. Daraufhin wird im Zuge einer Software-Evaluierung eine Systemauswahl für die technische Umsetzung der Online Community Plattform getroffen.

4.4. Methode der Datenerhebung

Die Ziele der Befragung sind das genauere Kennen lernen der I-KNOW, der verschiedenen Teilnehmergruppen und der spezifischen Arbeitsabläufe vor und nach der Tagung. Des Weiteren gilt es, die Zielausrichtungen zu erheben, Schlüsselrollen im Rahmen der Konferenz zu identifizieren, nach Erfahrungen mit technischen Systemen zu fragen, sowie bestehende Communities zu analysieren und individuelle Anregungen aufzunehmen.

Da aus den Ergebnissen der Befragung Annahmen für die Konzeption der zukünftigen Online Plattform generiert werden, ist die Durchführung von qualitativen Interviews eine geeignete Methode.

Um qualitative Daten wie Ziele, Erfahrungen und Anforderungen zu erheben, ist ein Leitfaden-Interview mit vorwiegend offenen Fragen angemessen.

Als Methode zur Datenerhebung wurde das semi-strukturierte, problemzentrierte Interview nach Witzel gewählt. Flick (2000, S. 105-106) beschreibt diese Form von Interview basierend auf drei grundlegenden Aspekten.

Zunächst führen an der relevanten Problemstellung orientierte Fragen immer näher in Richtung der Forschungsproblematik (Problemzentrierung). Verfahren wie unterschiedliche Gesprächstechniken können dazu kombiniert werden

(Gegenstandsorientierung). Im Verlauf mehrerer Interviews kommen immer wieder neue Sichtweisen auf das gleiche Thema zum Vorschein. Dies ist dahingehend nützlich, dass subjektive Vorinterpretationen des Forschers hinterfragt werden können. Dies erleichtert Interpretationen und Neuformulierungen (Prozessorientierung). In Bezug auf Gesprächstechniken wurden für diese Arbeit Fragen die Erzählungen fördern, sowie allgemeine Sondierungen wie Nachfragen und spezifische Sondierungen wie Verständnisfragen des Forschers eingesetzt (Flick, 2000, S.106).

Der für ein problemzentriertes Interview erforderliche Leitfaden mit Fragen und Erzählanreizen wurde in neun Abschnitte gegliedert und beinhaltet dreißig Fragen (siehe Anhang „Interviewleitfaden“). Er dient als „roter Faden“ und ist Voraussetzung für die Vergleichbarkeit mehrerer Interviews. Die Antworten wurden in Stichworten mitprotokolliert und zur Absicherung bei Unklarheiten auf Tonband aufgezeichnet. Die Interviews wurden nicht vollständig transkribiert, da es um die Lösung einer konkreten Problemstellung und nicht um die sprachlichen Feinheiten in den Aussagen der Interviewpartner ging. Ein Postskriptum diente dazu, Besonderheiten des jeweiligen Interviews festzuhalten.

4.5. Datenerhebung und Auswahl der Befragten

Für die Anforderungsanalyse an die Online Community Plattform wurden acht Mitarbeiter des Know-Center im Zeitraum vom 26.01.2005 bis 31.01.2005 einzeln befragt. Die Interviews dauerten zwischen 40 und 60 Minuten.

Bei der Selektion der Interviewpartner lag der Fokus auf der Bedeutung der Rollen, die die Befragten im Rahmen der I-KNOW innehaben. Aus Sicht der qualitativen Forschung ist bei der Fallauswahl entscheidend, wie relevant die Personen für das Thema sind, und nicht ob die Stichprobe in ihrem Umfang repräsentativ ist (Flick, 2000, S. 57).

Das zentrale Auswahlkriterium war demzufolge, dass jeder Interviewpartner Organisator von mindestens einem der fünf Special Tracks der „I-KNOW’05“ ist, damit die Zielsetzungen und bisherigen Aktivitäten miteinander verglichen werden konnten und außerdem die Garantie bestand, dass alle Befragten, wenn auch zu

unterschiedlichem Grad, in die Vorbereitung, Nachbereitung und Organisation der Konferenz involviert sind.

Zwei der Interviewpartner sind hervorzuheben, das sind der Geschäftsführer Prof. Dr. Klaus Tochtermann und dessen Assistentin Ines Puntschart, die gleichzeitig die Organisatorin der gesamten Tagung ist. Diesen beiden Personen wurden vierzehn zusätzliche Fragen zu Scientific Track und Industry Track gestellt, da sie als einzige den Überblick über den Ablauf der Konferenz haben und externe Sichtweisen einschätzen können.

4.6. Datenanalyse

Mayring (2001, S.3) nennt als Basiskriterien für die Durchführung einer qualitativen Inhaltsanalyse die Zielsetzung der Analyse mit Einbeziehung der Interviewsituation, die schrittweise Bearbeitung der Gesprächsprotokolle, die Zusammenfassung zentraler Aspekte in Kategorien und die Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse. In Anlehnung an die „deduktive Kategorienanwendung“ nach Mayring (2001) wurden folgende Kategorien entwickelt: „Community-Definition“, „Ziele der I-KNOW“, „Entstehung und Ziele Industry Track/Scientific Track/Special Tracks“, „bisherige Aktivitäten und Erwartungen“, „Schlüsselrollen“. Die dafür relevanten Teile der Interviews wurden den Kategorien zugeordnet und zusammengefasst. Das Clustering ähnlicher Ziele und deren Priorisierung erfolgt auf Grundlage einer tabellarischen Übersicht (siehe Anhang).

Das folgende Kapitel zeigt die wichtigsten Interviewergebnisse.

5. Interviewergebnisse

5.1. *Community-Definition*

Da vor den Interviews die Annahme bestand, dass die Teilnehmer der I-KNOW schon eine „Community of Interest“ darstellen, wurde zu Beginn der Interviews folgende Definition zur Diskussion gestellt: „Eine Community of Interest ist eine Gruppe von Personen, die sich regelmäßig zu einem Thema von gemeinsamen Interesse austauscht.“ Diese Erläuterung wird von vier der acht Befragten in Frage gestellt.

Es wird hinterfragt, ob eine „CoI“ ein bestimmtes Ziel oder einen bestimmten Zweck verfolgen muss, ob das Themenfeld Wissensmanagement nicht zu breit für eine „CoI“ ist („es kann alles WM sein“) und ob der Austausch nicht auch unregelmäßig erfolgen kann.

Als Charakteristika einer „CoI“ werden viermal Regelmäßigkeit, dreimal eine fixe „Kerngruppe“ und zweimal die Offenheit der Kerngruppe nach außen (jährliche Variation der Teilnehmerzusammensetzung) genannt. Außerdem wird von jeweils einem Befragten festgestellt, dass eine „CoI“ informell und von Dauer ist, die Mitglieder und die Gemeinschaft selbst identifiziert und bekannt sind, dass die Mitglieder sich persönlich kennen und dass die Community erst durch Multidisziplinarität von Nutzen ist.

An diesen Ergebnissen ist zu erkennen, dass der Begriff unterschiedlich interpretiert wird und dass verschiedene subjektive Indikatoren für die Existenz einer „CoI“ vorliegen.

5.2. *Ziele der I-KNOW*

Die drei primären Ziele, die das Know-Center mit der I-KNOW verfolgt, sind (1) als wissenschaftliche Institution zum Thema Wissensmanagement bekannt zu werden, (2) eine Brücke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu schlagen und (3) eine in ihrem Ausmaß einzigartige Veranstaltung in Graz zu organisieren.

Mit dem Ziel einen höheren Bekanntheitsgrad zu erlangen geht das Bestreben des Know-Center einher, die I-KNOW zu vergrößern und sich dadurch international besser zu vernetzen.

Als übergeordnetes Ziel steht das Bemühen aller Beteiligten der I-KNOW, gemeinsam durch Kommunikation und Diskussion relevante und aktuelle Themen des Wissensmanagements weiter zu entwickeln und die Forschung dazu voran zu treiben.

5.3. Entstehung und Ziele der Tracks

Der Scientific Track wird auch „Main Track“ genannt, da er inhaltlich den Hauptteil der I-KNOW ausmacht. Der Scientific Track ist entstanden, weil das Know-Center als Forschungszentrum universitätsnah gelegen ist und es sich daher anbietet, von Hochschulen Teilnehmer für die Konferenz anzuwerben. Die zentralen Ziele im Scientific Track sind das Knüpfen neuer und die Pflege bestehender Kontakte („Networking“) mit Kollegen und Organisationen. Inhaltlich wird angestrebt, wissenschaftliche Diskussionen anzuregen und wissenschaftliche Erkenntnisse weiter zu kommunizieren. Der Scientific Track behandelt den aktuellen Stand und die neuesten Entwicklungen im Wissensmanagement. Die Publikation des eigenen Papers im Tagungsband stellt ein persönliches Erfolgserlebnis für die Autoren dar und bestätigt die Qualität der eigenen Arbeit.

Der Industry Track ist im Gegensatz zum Scientific Track auf den deutschsprachigen Raum, vor allem auf Österreich, Deutschland und die Schweiz ausgerichtet. In Österreich ist die I-KNOW die größte Plattform für Unternehmen, um zum Thema Wissensmanagement sichtbar zu werden. Für das Know-Center schafft die I-KNOW eine Gelegenheit, Projektaufträge mit inländischen Unternehmen zu akquirieren. Bei den Firmen handelt es sich um Softwaretechnologie- und Dienstleistungs-Anbieter. Im Industry Track ist es das Hauptinteresse der Firmen bekannt zu werden und eigene Produkte zu präsentieren und zu verkaufen. Außerdem können die Firmen auf der I-KNOW Networking betreiben, Praxiserfahrung austauschen und selbst Projekte akquirieren.

An dieser Stelle ist zu betonen, dass nicht für jede Teilnehmergruppe der I-KNOW ein virtuelles Gegenstück sinnvoll ist. Eine eigene Gemeinschaft für den Industry Track aufzubauen, die auch zwischen den Konferenzterminen in Kontakt ist, ist laut

der Geschäftsführung nicht sinnvoll, da die Unternehmen zu heterogen sind und keine gemeinsamen Ziele mit den anderen Tracks aufweisen.

Die Special Tracks sind aus Fokusthemen des Know-Center entstanden. Durch die Behandlung eines spezifischen Themas in einem eintägigen Workshop mit durchschnittlich zwanzig bis vierzig Teilnehmern und dadurch viel mehr Interaktion und Diskussion als im Scientific Track entsteht eine höhere Dynamik der Zusammenarbeit und des Wissensaustauschs.

Die Ziele der Special Tracks überschneiden sich zum Großteil mit denen des Scientific Tracks. Die Differenz besteht im Bestreben der Organisatoren der Special Tracks (siehe „Schlüsselrollen“), bewusst themenspezifische Online Communities aufbauen zu wollen, aus denen gemeinsame Aktivitäten und Projekte entstehen können.

Im Anschluss werden die zusammengefassten und nach Priorität geordneten Ziele von Scientific Track und Special Tracks für die zukünftige I-KNOW Online Community Plattform dargestellt. Eine Auflistung aller erhobenen Ziele ist im Anhang in tabellarischer Form zu betrachten (siehe Anhang „Analyse der Zielsetzungen“).

Ziele des Scientific Track und der Special Tracks:

Hauptziel 1: I-KNOW vergrößern = neue Konferenzteilnehmer gewinnen

Subziel 1.1: mehr Einreichungen = höhere Qualität der Beiträge

Subziel 1.2: Integration von Personen durch Moderatoren/Organisatoren

Subziel 1.3: Bekanntheitsgrad des Know-Center erhöhen

Subziel 1.4: Konferenzteilnehmer (Kunden) besser kennen lernen

Hauptziel 2: Internationale Vernetzung des Know-Center verstärken

Subziel 2.1: Gemeinsame virtuelle Aktivitäten

Subziel 2.2: Auffinden von Experten

Subziel 2.3: (Online-)Kooperation mit Hochschulen, anderen Communities

Hauptziel 3: Thema WM weiterentwickeln

Subziel 3.1: Forschung und Diskussion zum Thema WM vorantreiben

Subziel 3.2: wissenschaftliche Erkenntnisse weiter kommunizieren

Hauptziel 4: Networking: Knüpfen neuer und Pflege bestehender Kontakte

Subziel 4.1 Bindung von bestehenden Konferenzteilnehmern

Subziel 4.2 Kontakte/persönliche Netzwerke der Organisatoren nutzen

Hauptziel 5: Unterstützung der Know-Center Mitarbeiter bei der Vor- und Nachbereitung der I-KNOW

Weitere Ziele der Special Tracks:

Hauptziel A: „Community-Building“

Hauptziel B: Interaktion zwischen den Konferenzterminen:

Subziel B.1: Multidisziplinärer Wissensaustausch zu Fokusthemen

Subziel B.2: Arbeit von Kollegen in der Fachdisziplin kennen lernen (Überblick)

Subziel B.3: eigene Arbeit in der Fachdisziplin vor und mit einer wissenschaftlichen Community diskutieren

Hauptziel C: Interaktion durch gemeinsame Aktivitäten

5.4. Bisherige Aktivitäten und Erwartungen

Zu allen Special Tracks wird zwischen den Konferenzterminen fast ausschließlich via E-Mail kommuniziert, gelegentlich per Telefon. Der Kontakt der Organisatoren zu Mitgliedern der Special Tracks findet unregelmäßig und höchstens alle zwei Monate in Form von Austausch zur Vor- und Nachbereitung der I-KNOW statt. Vereinzelt ist die Kommunikation auch privater Natur oder konzentriert sich auf konkrete Anlässe wie die Erstellung von Projektanträgen.

Zur Ablage der angenommenen Beiträge zur I-KNOW wurde schon einmal ein Server mit einem „Team Workspace“ eingesetzt. Aufgrund von geringer Nutzung und organisatorischen Problemen, unter anderem die Versionenverwaltung des „Special Issue“, wurde der Server wieder ausgeschaltet. Die Nachbereitung zum „Special Issue“ wird nun per E-Mail abgewickelt und die Beiträge zur Konferenz werden auf der I-KNOW Homepage veröffentlicht.

Für die Archivierung der Papers zu einem bestimmten Special Track wurde einmal eine Community Portalseite mit Diskussionsforen aufgesetzt, auf die von der I-KNOW Homepage aus verwiesen wurde. Die Foren bleiben allerdings unbenutzt. Es wurde auch ein Wiki programmiert, für das aber keine verantwortliche Betreuungsperson gefunden werden konnte.

Das Fazit daraus ist, dass bisher Tools ins Leben gerufen und daraufhin beobachtet wurden, wie gut oder schlecht sie funktionieren. Was bis jetzt fehlte, ist ein ganzheitliches Konzept mit definierten Verantwortlichkeiten dahinter.

Die gesammelten organisatorischen Erwartungen an eine Online Community Plattform für die I-KNOW lauten:

- Gemeinsame Dokumentenablage mit Suchfunktion
- Gemeinsamer Kalender
- „Schwarzes Brett“ mit News und Deadlines
- Diskussionsmöglichkeit (auch geschlossen) und Kommentarfunktion
- Sichtbarkeit der Personen durch Profile, eventuell Adressen- und Kontaktlisten
- Eigene virtuelle Bereiche für die Special Tracks

Spezielle technische Anforderungen:

- Festlegen von klaren Verantwortlichkeiten bei Einsatz/Wartung von Tools
- Einfach zu bedienende Benutzeroberfläche
- Leichte Erweiterbarkeit (Integration neuer Softwarekomponenten)

5.5. Schlüsselrollen

Die Hauptmoderation des Portalbereichs (Scientific Track) der zukünftigen Online Community Plattform soll von der Organisatorin der Tagungsserie übernommen, da sie auch die Ansprechperson für alle die I-KNOW betreffenden Angelegenheiten ist. Bezüglich des Designs der Plattform und Änderungswünschen wird sie eng mit dem technischen Administrator zusammen arbeiten, der ebenfalls eine Schlüsselrolle in der Organisation der virtuellen Gemeinschaft einnimmt.

Die Organisatoren der Special Tracks sind alle ungefähr gleich hoch in die Vor- und Nachbereitung der I-KNOW involviert.

Vor der Tagung wird hauptsächlich Werbung gemacht, das heißt über E-Mail Verteiler zur Einreichung von Beiträgen aufgerufen und auf Vorträgen, Konferenzen und anderen Veranstaltungen oder in Internetforen werden Kontakte für die I-KNOW geknüpft.

Jeder Organisator führt bei den eingelangten Beiträgen eines Special Tracks eine Erstkontrolle nach formalen Richtlinien durch und wird dann benachrichtigt, welche Papers akzeptiert wurden. Ebenso kann er selbst dem Programm Komitee angehören und Beiträge bewerten. Pro Special Track werden sieben bis neun Papers

angenommen. Schließlich kommuniziert er die Review-Ergebnisse an die Einreichenden, stimmt die Einzelthemen und die inhaltliche Ausrichtung der Papers ab, stellt den Zeitplan und das Rahmenprogramm für die Vorträge auf und übernimmt die Rolle des „Chairs“ im Workshop auf der I-KNOW.

Im Nachhinein kümmert er sich um die Einforderung der Präsentationen und um die Zustimmung für die Veröffentlichung der Beiträge, sowie um die verlängerten und überarbeiteten Versionen für die Publikation im Tagungsband („Conference Proceedings“) des „Journal of Universal Computer Science (J.UCS)“.

Pro Special Track wird jährlich ein Organisator als Moderator für den jeweiligen Bereich auf der Online Community Plattform gestellt. Seine Rolle vor und nach der I-KNOW wird durch das System unterstützt werden.

Die Mitglieder des Programm Komitees (PC) und Vortragende auf der Konferenz haben spezielle Informations- und Kommunikationsbedürfnisse. Mitglieder des PC möchten sich zum Beispiel mit anderen Begutachtern über Bewertungs- und Qualitätskriterien unterhalten. Immer wieder kehrende Vortragende kennen die Tagung gut und werden viel gezielter nach elektronisch verfügbaren Informationen suchen als Interessenten, die noch nicht auf der I-KNOW waren.

Die Teilnehmer der I-KNOW sind Personen, die mehrere Rollen einnehmen können. Sie können in die Organisation der Konferenz im Vorfeld, währenddessen und danach involviert sein (Mitglied im PC, Organisator Special Track, „Chair“ bzw. Moderator, Keynote Speaker, Vortragender) oder einfach als Besucher an der Tagung teilnehmen.

Interessenten für die I-KNOW sind Personen, die noch nie an der Konferenz teilgenommen haben, aber grundsätzlich am Thema Wissensmanagement interessiert sind. Es ist wichtig für die Erfüllung der Ziele einer Online Community Plattform, diese Gruppe bei den Use Cases mit einzubeziehen.

Im nächsten Kapitel wird der Kern der Diplomarbeit verdeutlicht.

6. Konzept einer Online Community Plattform

6.1. Gemeinschaftstypen zu Konferenzen

Im Zusammenhang mit den Ausführungen zu Gemeinschaftstypen in Kapitel 2 und den Interviewergebnissen in Kapitel 5 werden von der Autorin folgende Schlüsse für Communities zu Konferenzen gezogen:

Die Zukunftsvision für die Special Tracks liegt in der Definition einer „Community of Practice“ nach Wenger in Kapitel 2. Jeder Special Track strebt demnach den Aufbau oder Ausbau einer „CoP“ an. Die genannten Kriterien „Domain“ (eingegrenztes Wissensgebiet) und „Practice“ (gemeinsame Methoden, Fachsprache, Publikationen etc.) werden von manchen Special Tracks der I-KNOW schon erfüllt. Der Faktor „Community“ (soziale Beziehungen, Zugehörigkeit) soll sich durch die zukünftigen gemeinsamen Aktivitäten auf der Online Community Plattform verstärken.

Alle Konferenzteilnehmer und Benutzer der zukünftigen Online Community Plattform stellen in ihrer Gesamtheit eine Interessensgemeinschaft („CoI“) dar, die sich jährlich auf einer Tagung zu einem übergeordneten Themengebiet (Wissensmanagement) austauscht. Es gibt eine Kerngruppe, die jedes Jahr zu der Face-to-Face Veranstaltung erscheint. Rund um die Kerngruppe existiert eine wechselnde Teilnehmer-/Besucherzahl. Interessenten waren noch nie auf der Tagung, ziehen es aber in Betracht und sind daher zu berücksichtigen.

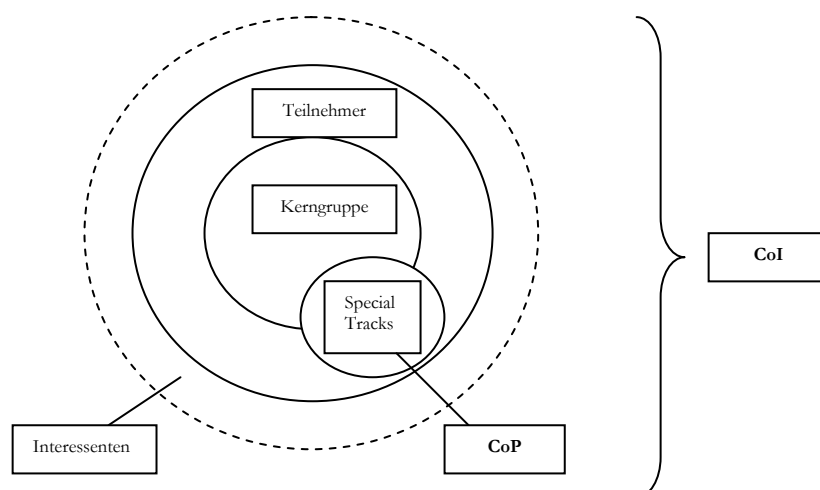


Abb.3: Zielgruppen einer Konferenz

6.2. Kontext der Use Cases

Der Rhythmus einer jährlichen Tagung ist der Kontext, in den alle Use Cases für eine Online Community Plattform zu Konferenzen eingebettet sind.

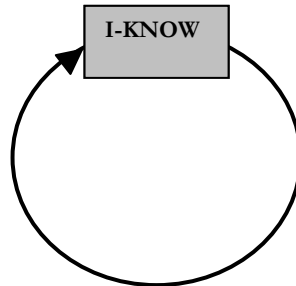


Abb.4: Jahresrhythmus am Beispiel I-KNOW

Da bestimmte Aktivitäten besonders kurz vor und kurz nach der Konferenz stattfinden, werden im Sinne einer besseren Zuordnung von Aufgaben diese zwei Intensivphasen besonders hervorgehoben. Aktivitäten in der Vor- bzw. Nachbereitungsphase sind in den Use Cases mit „Vph“/„Nph“ gekennzeichnet.

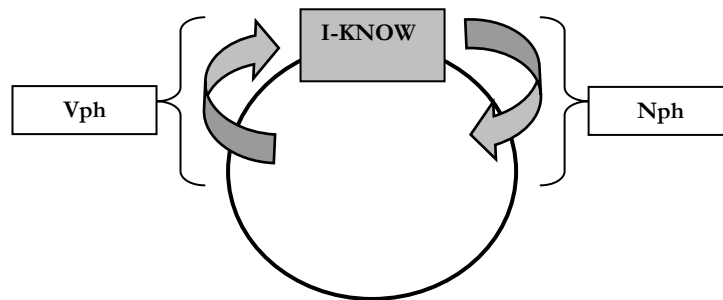


Abb.5: Vor- und Nachbereitungsphase

Bei den Anwendungsfällen und den enthaltenen Szenarien wird davon ausgegangen, dass es schon eine Online Community Plattform mit einem Portalbereich für den Scientific Track und eigenen virtuellen Bereichen für die einzelnen Special Tracks gibt.

6.3. Struktur einer Online Community Plattform für Konferenzen

Für die gesamte Gemeinschaft („CoI“) der Konferenz, besonders für die Teilnehmer des Scientific Track, gibt es einen Portalbereich, der gleichzeitig Startseite der Plattform und Einstiegspunkt zu allen Inhalten und Kommunikationsangeboten rund um die Tagung ist. Es ist nahe liegend, die Online Community in die bestehende Website der Konferenz zu integrieren oder zumindest deutlich darauf zu verweisen. Die folgende Grafik zeigt die möglichen Informationsangebote einer Portalseite für Communities zu Konferenzen (Symbol „Buch“) und die Optionen zur Interaktion mit dem technischen System oder anderen Plattformbenutzern (Symbol „Sprechblase“).

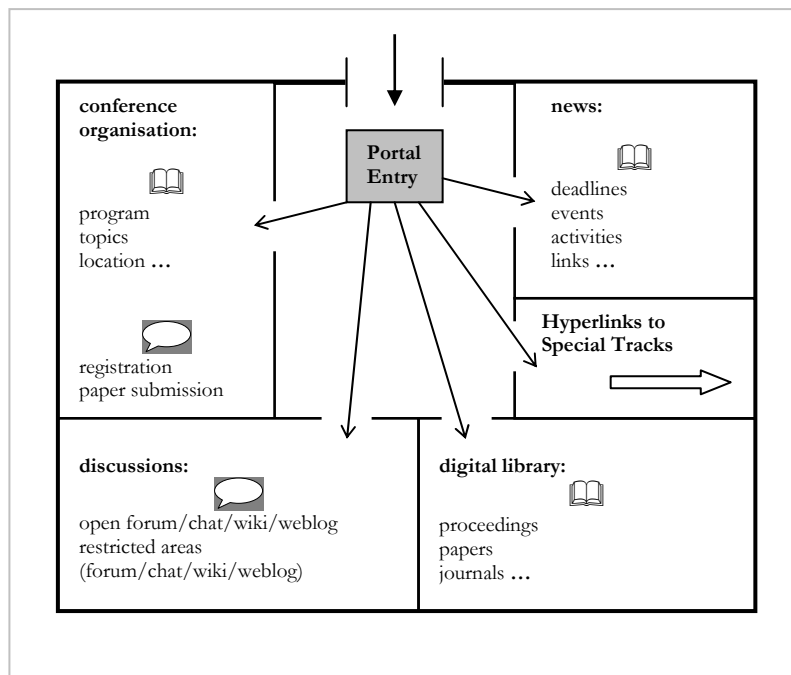


Abb.6: Portalbereich

Für die Special Tracks gibt es eigene virtuelle Bereiche, die von den Organisatoren des jeweiligen Workshops moderiert werden. Hier steht die Interaktion zwischen den Teilnehmern ein Stück mehr im Vordergrund.

Die nachstehende Grafik soll dies veranschaulichen.

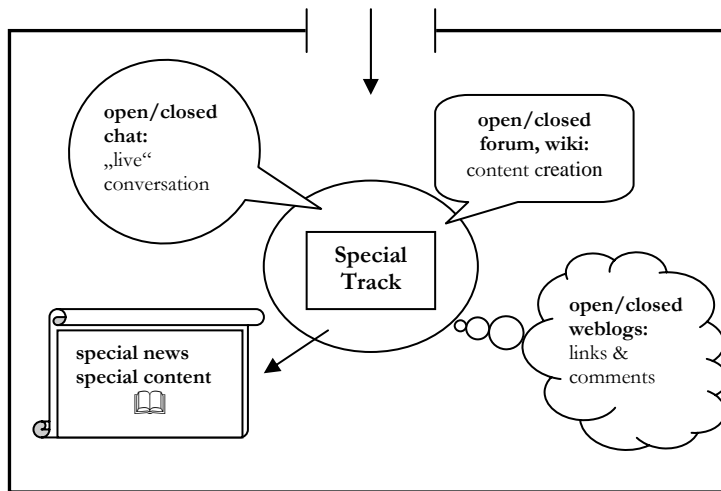


Abb.7: Special Track-Bereich

6.4. Use Cases: Übersicht

Die Schlüsselrolle des Hauptmoderators erhält in den Use Cases das Kürzel „MP“ (Moderator Portalbereich), der technische Administrator die Bezeichnung „ADMIN“. Ein Organisator eines Special Tracks wird als „MSPT“ (Moderator Special Track) bezeichnet. Ein Begutachter bzw. Mitglied im Programm Komitee wird mit „PCM“ abgekürzt. Die Teilnehmer und Interessenten der Konferenz sind virtuell gesehen jeweils „registrierte“ oder „nicht registrierte“ Mitglieder („RM“, „NRM“).

In diesem Abschnitt wird ein Überblick über die erstellten Use Cases gegeben. Ein Use Case Diagramm stellt die Beziehungen zwischen den Schlüsselrollen und den Aktivitäten auf der Online Community Plattform auf einen Blick dar. Die Ellipsen (Aktivitäten) sind so nummeriert, dass sie den einzelnen Use Cases in dem anschließenden Verzeichnis zugeteilt werden können.

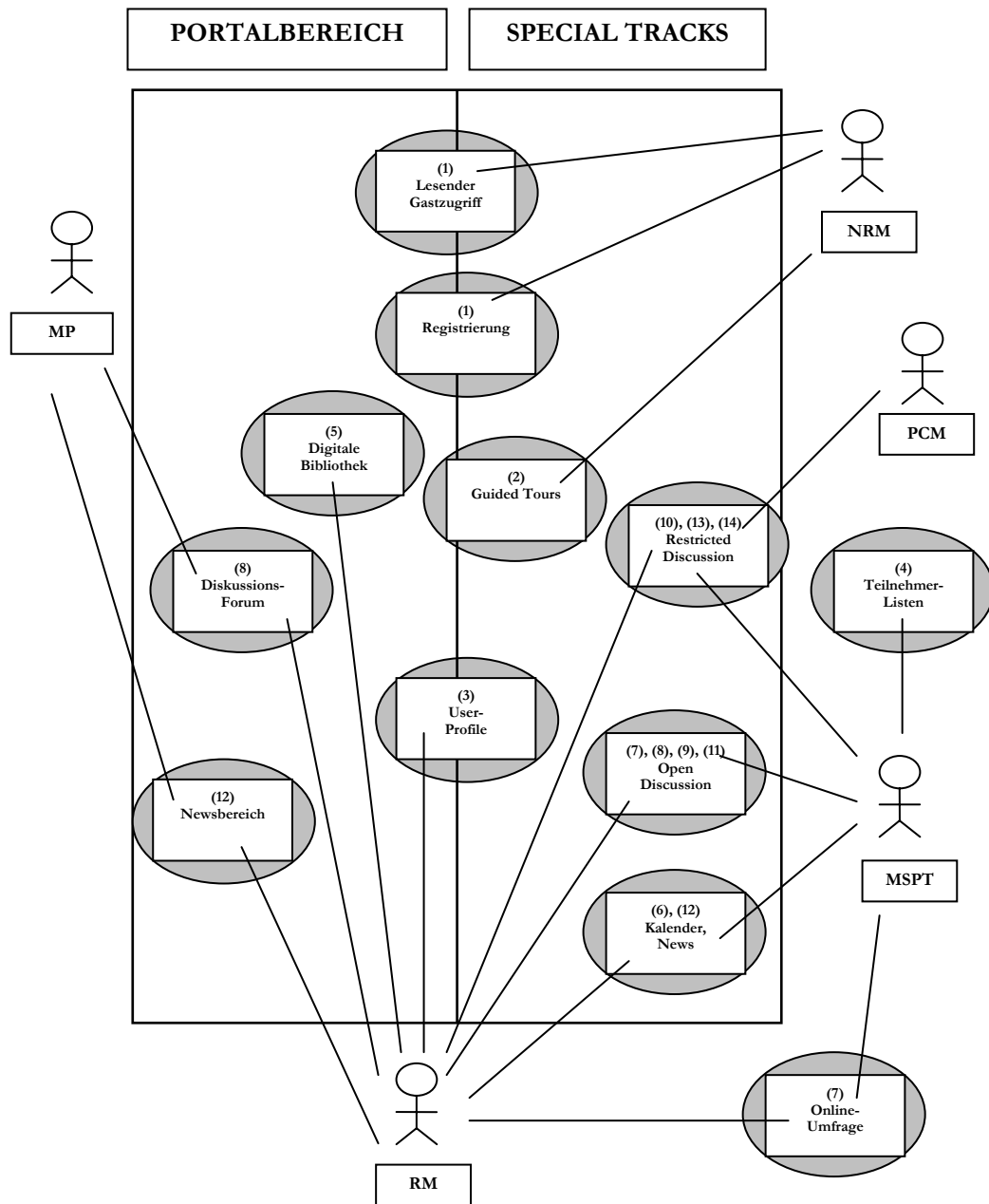


Abb.8: Use Case Diagramm

Verzeichnis der Use Cases:

- Use Case 1: Registrierung
- Use Case 2: Guided Tours
- Use Case 3: Aktualisierung Benutzerprofil
- Use Case 4: Mitglieder anwerben (Special Tracks)
- Use Case 5: Digitale Bibliothek im Portalbereich
- Use Case 6: Kalender (Special Tracks)
- Use Case 7: Feedback-Forum
- Use Case 8: „Expertendiskussion“
- Use Case 9: Erarbeitung von Inhalten
- Use Case 10: Projektantrag
- Use Case 11: “Students Competition Track”
- Use Case 12: „Der neueste Stand“
- Use Case 13: Diskussionsbereich PC
- Use Case 14: Beispiel Diskussion PC

Jeder der Use Cases spricht eine oder beide der Basisfunktionen der Online Community Plattform an:

Funktion I: Informationsanbieter

Funktion II: Interaktionsenabler

Dazu kommt die Einordnung der in den Use Cases beschriebenen Aktivitäten in ein „Stufenkonzept der Offenheit“ („degree of openness of a community“):

Stufe 1: rein innerhalb einer geschlossenen Gruppe

Stufe 2: für alle registrierten Mitglieder zugänglich

Stufe 3: ganz offen nach außen (Interessenten, andere Communities)

Im folgenden Teil des Kapitels werden die Inhalte und Aktivitäten auf der Online Community Plattform beschrieben. Ein Beispiel- Use Case in Tabellenform rundet das Konzept ab.

6.5. Use Cases: Inhalte & Aktivitäten

Alle Besucher der Website, die noch nicht als Mitglied angemeldet sind, haben einen lesenden Gastzugang auf der Online Community Plattform (s. Anhang, S.65-66, Use Case 1). Von den Moderatoren werden „Guided Tours“ als gespeicherte Hyperlink-Abfolgen erstellt. Sie richten sich ebenfalls an Interessenten und können sowohl auf der Website eingesehen werden, als auch bei der Anwerbung von neuen Mitgliedern per E-Mail mit versendet werden (s. Anhang, S.66-67, Use Case 2 & S.68-69, Use Case 4).

Erfolgt eine Registrierung, wird ein Profil angelegt, das nur vom registrierten Mitglied selbst wieder verändert werden kann (s. Anhang, S.67-68, Use Case 3).

Registrierte Mitglieder, die nicht immer Zeit haben, den „neuesten Stand“ auf der Online Community Plattform zu verfolgen, haben mehrere Möglichkeiten, um sich auf dem Laufenden zu halten. Die letzten Änderungen sämtlicher Plattformbereiche können durch die Definition von Software Agents im Benutzerprofil abonniert und monatlich per E-Mail empfangen werden (s. Anhang, S.75-77, Use Case 12). In Use Case 6 wird ein Kalender für jeden Special Track in Erwägung gezogen. Dies würde allerdings einen hohen Pflegeaufwand erfordern (s. Anhang, S.70-71).

Foren, Chaträume, Weblogs oder Wikis, zu denen nur eine limitierte Gruppe von Personen Schreib- und Leserechte innehat, werden hier geschlossene Bereiche („closed/restricted areas“) genannt. Sie sind vom lesenden Gastzugang für nicht registrierte Mitglieder ausgenommen. Die Vergabe der exklusiven Rechte erfolgt über einen der Moderatoren oder den technischen Administrator. Dafür muss es allerdings einen guten Grund geben. Es ist notwendig, zwischen der Offenheit der „CoI“ und dem abgeschirmten Austausch in Kleingruppen die Balance zu halten. Ohne stellenweise fokussierte Kommunikation verliert die Gemeinschaft an Individualität und hebt sich nicht mehr von den anderen Communities zu Konferenzen ab. Wird das Geschehen auf der Plattform durch ein „Zuviel“ an geschlossenen Bereichen nicht mehr nachvollziehbar, wird ein Großteil der erhobenen Ziele der Teilnehmergruppen nicht erreicht. Beispiele für die Anwendung von „restricted areas“ sind die gemeinsame Erstellung eines Projektantrags und die

Möglichkeit des Austauschs zum Bewertungsprozess zwischen Mitgliedern des Programm Komitees. (s. Anhang, S.74, Use Case 10 & S.77-79, Use Case 13).

Diskussionsbereiche, die für alle registrierten Mitglieder zugänglich sind, werden in vier Use Cases eingehend behandelt. Use Case 7 ist dabei ein Grenzfall, da hier von jedem registrierten Mitglied Feedback an den Moderator eines Special Tracks zum Workshop auf der I-KNOW geliefert werden kann. Das Feedback ist aber nur für diesen einsehbar (s. Anhang, S.71-73).

In Use Case 11 kommt ein spezielles Anwendungsbeispiel für Foren und Wikis zur Sprache: FAQ. Der Rahmen ist hier die Veranstaltung eines „Students Competition Track“ im Zuge der I-KNOW. Ähnliche Wettbewerbe sind auf internationalen Konferenzen üblich (s. Kapitel 3). Die Plattform erleichtert hierbei die Organisation des Wettbewerbs (s. Anhang, S.75).

In Use Case 9 werden zu einem Special Track gemeinsam Inhalte in einem Weblog oder Wiki erarbeitet (s. Anhang, S.72-73).

Use Case 8, die „Expertendiskussion“, wird hier als Tabelle angeführt, um einen Eindruck von den ausgearbeiteten Anwendungsfällen zu liefern:

	Use Case 8
	„Expertendiskussion“
Zuordnung	II, Stufe 2
Akteure	MP/MSPT
Problembeschreibung	<p><u>Variante A:</u> MP ist durch Artikel in Zeitschriften und anderen Quellen ein Thema im Bereich des Wissensmanagements aufgefallen, das gerade von hoher Brisanz ist. Außerdem kennt MP einen Experten zu diesem Themengebiet persönlich. Er möchte, dass das Thema auf der OCP (= Online Community Plattform) diskutiert wird.</p> <p><u>Variante B:</u> MSPT bemerkt ein Thema (z.B. aus den Ergebnissen der Feedback-Umfrage, s. Use Case 7), das in den Bereich seines Special Tracks fällt und gerade von besonderer Aktualität ist. Er möchte, dass es auf der OCP diskutiert wird. Außerdem kennt er einen Experten zu diesem Thema persönlich, den er zu der Diskussion einladen möchte.</p>
Funktionale Anforderungen	<p><u>Variante A:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. MP loggt sich mit Vorname, Nachname und Passwort auf der OCP ein. (A1) 2. Im Portal legt MP ein Forum mit dem entsprechenden Thema und dem Zeitraum, wie lange im Forum diskutiert werden kann, an (zuvor per E-Mail oder Telefon mit dem Experten vereinbart). (C4)

	<p>3. Der Experte bringt in der Diskussion immer wieder Statements aus seiner Erfahrung ein, bei der Moderation wird er wenn notwendig durch MP unterstützt. (C1)</p> <p>4. Das Forum ist mit Ablauf des vereinbarten Zeitraums als Dokumentation für alle RM lesend verfügbar. (A3)</p> <p><u>Variante B:</u></p> <p>1. MSPT loggt sich mit Vorname, Nachname und Passwort auf der OCP ein und wählt den Bereich seines Special Tracks. (A1)</p> <p>2. Dort kündigt MSPT im Newsbereich einen „Expertenchat“ mit Datum und Uhrzeit (von-bis, maximal 1-2 h) an, den er vorher mit dem Experten per E-Mail oder Telefon vereinbart hat. (B12)</p> <p>3. MSPT moderiert den Live-Chat zusammen mit dem Experten (beide z.B. durch rote Farbe oder „bold“ gekennzeichnet), wobei MSPT objektiv bleibt, koordiniert und zusammenfasst, und der Experte immer wieder (auch provokative) Statements einwirft.</p> <p>4. Auf eine Historie oder Zusammenfassung des Chats können RM anschließend im Special Track-Bereich lesend zugreifen (wird im Newsbereich gemeldet, sobald vorhanden). (A3,B12)</p>
<p>Nicht-funktionale Anforderungen</p>	<p>Voraussetzung sind die Zeit und Bereitschaft von Experten teilzunehmen.</p> <p>Die größte Herausforderung im Verlauf der Forumdiskussion liegt beim Moderator (MSPT). Er fasst ähnliche Statements zusammen, greift widersprüchliche Meinungen auf und löscht unpassende Beiträge. Dabei muss er fachlich gesehen objektiv bleiben.</p> <p>Im Begrüßungstext erinnert der Moderator stets an grundlegende Verhaltensrichtlinien in Diskussionsforen, um die Übersichtlichkeit und die inhaltliche Qualität nicht zu verlieren und um „virtuelle Unterhaltungen“ als Außenstehender nachvollziehen zu können:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die verwendete Sprache auf der OCP ist Englisch. Beiträge, die in anderen Sprachen verfasst sind, werden vom Moderator gelöscht. - Der Austausch ist rein fachlicher Natur. Inhalte, die nicht sachlich dargestellt werden, sowie persönliche Angriffe und Beleidigungen werden vom Moderator gelöscht. - Um den Ablauf mehrerer virtueller Statements nach zu verfolgen und zu dokumentieren, empfiehlt es sich, nicht mehr als ein „RE:“ in der Antwort auf einen Beitrag stehen zu lassen und wenn möglich jedem einzelnen Beitrag einen eigenen, treffenden Titel zu geben.
<p>Zusatznutzen/Potentiale</p>	<p>Potentiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das besprochene Thema kann für die nächste Konferenz interessant sein (etwa neuer Special Track, Einladung von Experten die Statements abgeben, Podiumsdiskussionen...) • Mitverfolger oder Teilnehmer der Diskussionen greifen das Thema oder Aspekte dazu als Diplomarbeits- oder

	<p>Dissertationsthema auf (Akquisition von Dissertanten) <i>oder</i> wollen dazu ein Paper für die nächste Tagung einreichen.</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Experten werden, sofern sie es nicht schon sind, RM und stellen bei aktiver Beteiligung einen Mehrwert für die OCP und ihre Mitglieder dar. Der Experte kann auch ein potentieller Keynote Speaker oder PC-Mitglied sein.
Rechtfertigung	Aktuelle Themen und Trends auf der OCP aufgreifen und diskutieren.
Triggerung	Bemerken eines aktuellen, spannenden Themas durch MP/MSPT.
Annahmen	Voraussetzung ist, dass MP und MSPT den jeweiligen Experten schon einmal persönlich kennen gelernt haben (z.B. auf der Tagung).
End-Zustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	<p>Rege Beteiligung beim Forum/Live-Chat.</p> <p><u>Hauptziel 2, Subziel 2.1 & 2.2</u></p> <p><u>Hauptziel 3, Subziel 3.1 & 3.2</u></p> <p><u>Hauptziel 5</u></p> <p><u>Hauptziel B, Subziel B.1</u></p> <p><u>Hauptziel C</u></p>
Ablaufabweichung	Risiko von zu geringer Beteiligung, Image-Verlust der Community vor Experten.

Abschließend werden noch die Anwendungsfälle genannt, die speziell auf die I-KNOW bezogen sind.

6.6. Use Cases: Spezialfälle

Das Informationsangebot im Portalbereich konzentriert sich auf eine digitale Bibliothek mit Suchfunktion. Use Case 5 (s. Anhang, S.69-70) ist speziell auf die Gegebenheiten der I-KNOW abgestimmt. Die gebotenen Inhalte sind bewusst auf drei Qualitätsbereiche eingeschränkt: Artikel einer renommierten Zeitschriftenserie zum Thema Wissensmanagement werden nach ihrer Veröffentlichung auf der Online Community Plattform zum Lesen freigegeben. Alle angenommenen Papers zum Scientific Track und zu den Special Tracks werden jährlich archiviert. Nicht angenommene oder noch nicht veröffentlichte Beiträge können in einem Forum zur Diskussion gestellt werden.

Der schon erwähnte Use Case 10, zur gemeinsamen Erstellung von Projektanträgen (s. Anhang, S.10) zählt auch zu den „Spezialfällen“, da er auf besondere Kommunikationsbedürfnisse der Teilnehmergruppen der I-KNOW abgestimmt ist. Diese können nicht auf alle jährlichen Konferenzen verallgemeinert werden.

7. Ergebnisse der Arbeit

7.1. Zusammenfassung

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war die Erhebung und Analyse der funktionalen und technischen Anforderungen an eine zukünftige Online Community Plattform für die Organisatoren und Teilnehmergruppen einer jährlichen Konferenz. Dies geschah vor dem Hintergrund der Forschungsfrage, wie mit einer virtuellen Plattform der Informations- und Wissensaustausch zwischen den Konferenzterminen angeregt und unterstützt werden kann.

Ausgehend von dem mit Hilfe von Interviews analysierten Forschungsgegenstand wurden die praktischen Anforderungen für die I-KNOW auf eine allgemeine Ebene gehoben. Das Ergebnis ist zum einen ein allgemeines Konzept dafür, wie Online Community Plattformen funktionieren sollen. Zum anderen ist es eine Anforderungsdefinition zu Online Community Plattformen im Kontext jährlicher Konferenzen, mit analysierten Einzelkomponenten in Form der Use Cases.

Das Konzept legt Gemeinschaftstypen und Zielgruppen für Konferenzen auf Basis des Theorieteils fest. Der Kontext und die Struktur einer virtuellen Community Plattform für jährliche Tagungen wird am Beispiel der I-KNOW definiert. Konkrete Inhalte und Aktivitäten werden in detaillierten Anwendungsszenarien beschrieben. Es wird angenommen, dass die unter den definierten Rahmenbedingungen entwickelten Use Cases bis auf zwei I-KNOW- spezifische Fälle auch auf andere Gemeinschaften zu Konferenzen übertragen werden können.

Die Beantwortung der Forschungsfrage ergibt sich aus Lösungsansätzen und Potentialen zur Vernetzung, wie sie in den Use Cases identifiziert werden. Die Potentiale sind generierte Annahmen, die aus der Beschreibung der Anwendungsszenarien entstanden sind. Da diese auf die priorisierten Ziele zurückgeführt werden, kann es als wahrscheinlich angesehen werden, dass unter den gegebenen Rahmenbedingungen der Konferenz die Potentiale bei der Umsetzung der Online Community Plattform genutzt werden.

Dennoch sind die aufgezeigten Lösungsansätze und Anforderungen nur eine erste Grundlage. Sie schaffen die Basis für eine IKT-Anwendung, die sich gemeinsam mit der Konferenz dynamisch weiterentwickeln wird. Ein erschöpfendes, festgelegtes Modell „von A bis Z“ ist in dieser Phase des Software-Entwicklungsprozesses nicht im Voraus planbar.

Die aufgestellte Annahme, dass eine Online Community Plattform für den Zusammenhalt von Konferenzteilnehmern in Gemeinschaften und den Gewinn von neuen Mitgliedern sorgt, kann im Rahmen dieser Diplomarbeit nicht überprüft werden. Die Hypothese kann erst nach der Umsetzung des Konzepts in die Praxis empirisch getestet werden.

7.2. Nutzen

Der unmittelbare Nutzen der Arbeit ist ein Konzept, das als Basis für die Realisierung einer Online Community Plattform zu einer jährlichen Tagung dient.

Generell finden in dieser Arbeit Synergien aus theoretischen Überlegungen, aus der Praxis stammenden Anforderungen und im Konzept entwickelten Möglichkeiten organisatorischer und technischer Natur statt.

Die Herangehensweise an das Thema, das normalerweise von Informatikern bearbeitet wird (Requirements Engineering), erfolgte absichtlich nicht aus technischer Sicht, sondern von der Warte des Community-Begriffs aus. So konnte möglichst unvoreingenommen und ohne sofort an die technische Realisierbarkeit oder an Kosten-Nutzen-Aspekte zu denken, vorgegangen werden.

Der Interviewleitfaden und die Vorgehensweise, wie in dieser Arbeit zu den Anforderungen und Use Cases gelangt wurde, kann als Basis für die Analyse der Entstehung, der Ziele, der Rollen und der Arbeitsabläufe von Teilnehmergruppen einer anderen Konferenz herangezogen werden. (In den Fragen 22, 23 und 29 des Interviewleitfadens kann das Wort „Wissensmanagement“ durch ein beliebiges Themengebiet ersetzt werden, s. Anhang, S.63)

In der Zuschneidung auf den Kontext der Konferenz liegt die Stärke des Konzepts, da die Use Cases zum Großteil direkt auf andere Communities zu Konferenzen übertragbar sind. Ganz gleich um welche Fachdisziplin es sich handelt, das Muster ist vorwiegend gleich: eine intensive Vor- und Nachbereitungsphase gibt es auf jeder Tagung, auch bestehen meistens ein Scientific Track, ein Industry Track und Workshops zu Spezialthemen (Special Tracks, Special Interest Groups).

7.3. Ausblick

Die ermittelten Anforderungen in den Use Cases können für die weiteren Phasen der System-Entwicklung übernommen werden. Als nächstes geht das Konzept in die Phase der Anforderungsspezifikation über (Ermittlung der relevanten und technisch durchführbaren Anforderungen).

Der Erfolg der zukünftigen Online Community Plattform für die I-KNOW ist zum jetzigen Zeitpunkt nicht vorhersehbar. Obwohl der „Faktor Mensch“ durch die sozialwissenschaftliche Methodik miteinbezogen wurde, bleibt dieser schlussendlich unberechenbar. Erfolgsfaktoren einer Community müssen nicht für eine andere genauso gelten. Die größte Herausforderung wird sein, die unter Umständen heterogenen Bedürfnisse der wachsenden Mitgliederanzahl im Auge zu behalten und darauf flexibel zu reagieren.

Auch der Zeitaufwand für die Moderatoren und Organisatoren ist erst beim Testen des ersten Prototyps kalkulierbar. Da die Teilnehmer aber dann durch die Online Plattform viel „sichtbarer“ und besser erreichbar sind, kann an anderen Stellen (zum Beispiel bei der Kontaktaufnahme oder bei der Verteilung von News mit dem „Pull-Prinzip“) wieder Zeit eingespart werden.

Es besteht die Annahme, dass es nur bis zu einer gewissen Grenze möglich ist, die Atmosphäre von Face-to-Face Veranstaltungen während des Jahres aufrecht zu erhalten. Online zueinander Vertrauen aufzubauen dauert im Vergleich zu einer Konferenz meist länger als von Angesicht zu Angesicht. Warum sollten die Mitglieder vor einer weitgehend anonymen Benutzermasse ihre Ideen und

Erfahrungen preisgeben? Hier spielen auch Vorbehalte gegenüber der Technik und den Datenschutz- und Sicherheitsbestimmungen mit. Es bestehen oft begründete Ängste, dass Informationen an Dritte weitergegeben werden könnten. So kann die I-KNOW selbst nicht den Erhalt ihrer eigenen Online Community garantieren. Stellen sich Misserfolge, wie zum Beispiel leer stehende Foren ein, müssen eventuell virtuelle oder Face-to-Face Befragungen auf der I-KNOW stattfinden, um die Gründe dafür herauszufinden. Ziele und Nutzen der Plattform sollten kontinuierlich und in regelmäßigen Zeitabständen überprüft werden.

Es wäre darüber hinaus spannend herauszufinden, ob „Wissensmanagement“ als übergeordneter Themenbereich einen Einfluss auf das Online-Verhalten der Benutzer hat. Damit ist gemeint, dass die Bereitschaft zu Wissensteilung, Transparenz der eigenen Person und zu einer offenen Fehlerkultur zu den „Idealen“ des Wissensmanagements zählen und dies eventuell zum Erfolg der Online Community Plattform beitragen könnte.

Die Meinungen von „Externen“, sozusagen „Kunden“ der I-KNOW wurden nicht eingeholt. Interessant wäre in dem Zusammenhang der Blickwinkel von Konferenzteilnehmern aus anderen Ländern, die den „Special Tracks“ oder dem „Scientific Track“ aktiv oder passiv beiwohnen.

Ein Anknüpfungspunkt für weitere Forschung ist, nach anderen Anwendungsfällen in unterschiedlichen Organisationen, die Communities rund um eine jährliche Tagung aufweisen, zu recherchieren. Im Zuge dessen können erfolgreiche und nicht erfolgreiche Projekte zu Vergleichszwecken gesammelt werden. Ein Ziel wäre, Einflussfaktoren auf den Erfolg und die Aktivität der Mitglieder anzunehmen und den Wahrheitsgehalt der Hypothesen zu testen

Auch bei einzelnen IKT-Anwendungen besteht weiterhin Forschungsbedarf. Weblogs und Wikis sind relativ neue (beziehungsweise neu entdeckte) Technologien, deren Eignung für fachlichen Austausch in Organisationen langfristig noch nicht bewiesen wurde.

8. Literatur- und Quellenverzeichnis

Gedruckte Quellen

(zum Teil auch elektronisch verfügbar)

Brunold, J., Merz, H., Wagner, J. (2000). *www.cyber-communities.de: virtual communities: Strategie, Umsetzung, Erfolgsfaktoren*. Landsberg/Lech: Verlag Moderne Industrie (Serie mi-e-business)

Cothrel, J. (2000). *Measuring the success of an online community*. Strategy & Leadership 28, S.17-21, MCB University Press. Verfügbar am 11.05.2005 unter:
<http://www.knowledgeboard.com/cgi-bin/item.cgi?id=88105>

Dueckert, S. (2003). *Treffpunkt Wissensnetzwerk. Wie sich durch das gezielte Fördern von Communities der Wissens- und Erfahrungsaustausch vorantreiben lässt*. wissensmanagement - das Magazin für Führungskräfte, 8/03, S.20-23.

Dumke, R. (2000). *Software Engineering. Eine Einführung für Informatiker und Ingenieure: Systeme, Erfahrungen, Methoden, Tools (2., erweiterte und überarbeitete Auflage)* (S.17-130). Braunschweig/Wiesbaden: Vieweg.

Eco, U. (1998). *Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt (7.Auflage)*. Heidelberg: C.F. Müller Juristischer Verlag.

Flick, U. (2000). *Qualitative Forschung. Theorien, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften (5.Auflage)*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Groß, M., Hülsbusch, W. (2004). *Weblogs und Wikis- eine neue Medienrevolution?* wissensmanagement -das Magazin für Führungskräfte, 8/04, S.44-48.

Hansen, H. R., Neumann, G. (2001). *Wirtschaftsinformatik I (8.Auflage)* (S.126-276). Stuttgart : Lucius & Lucius (UTB für Wissenschaft).

Kim, A. J. (2001). *Community Building: Strategien für den Aufbau erfolgreicher Web-Communities (1. Auflage)*. Bonn: Galileo Press (Galileo Business).

Lave, J. & Wenger, E. (1991). *Situated learning. Legitimate peripheral participation*. Cambridge: Cambridge University Press.

Lembke, G., Franz, M., North, K. (2003). *Wissensgemeinschaften als Rahmenkonzept für Business Communities*. wissensmanagement -das Magazin für Führungskräfte, 8/03, S.29-30.

Leimeister, J.M., Sidiras, P., Krcmar, H. (2004). *Success factors of virtual communities from the perspective of members and operators. An empirical study*. Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS`04)-Track 7, January 5-8, 2004, Big Island, Hawaii. Verfügbar am 25.05.2005 unter:
<http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hicss/2004/2056/07/205670194a.pdf>

Lindstaedt, S. N. (1997). *Group Memories: A Knowledge Medium for Communities of Interest*. Dissertation zur Erlangung des Grades "Doctor of Philosophy" an der University of Colorado, Department of Computer Science.

McDermott, R. (2002). *Measuring the Impact of Communities. How to draw meaning from measures of communities of practice*. Knowledge Management Review. The Leading Publication for Knowledge Managers. May/June 2002, Volume 5, Issue 2, S.26-29. Verfügbar am 25.05.2005 unter: <http://www.knowledgeboard.com/cgi-bin/library.cgi?action=detail&id=3850>

Möller, E. (2003). *Schreibwerkstätten. Fünf Wiki-Engines im Vergleich*. c't 2003, Heft 25, S. 202-205.

Nohr, H. (Hrsg.) (2001). *Virtuelle Knowledge Communities im Wissensmanagement: Konzeption -Einführung -Betrieb*. Aachen: Shaker (Berichte aus der Wirtschaftsinformatik).

Powacek, D. M. (2001). *Design for Community. The art of connecting real people in virtual places*. Indianapolis, Indiana: New Riders.

Preece, J. (2000). *Online Communities. Designing Usability, Supporting Sociability*. London: Wiley.

Przepiorka, S. (2003). *Weblogs und deren technische Umsetzung*. Abschlussarbeit zur Erlangung des Grades eines Diplom-Wirtschaftsmathematikers an der Universität Ulm. Verfügbar am 11.05.2005 unter:

<http://www.tzwaen.com/download/diplomarbeit-weblogs.pdf>

Puntschart, I. (2005). *Hybrid Forms of Knowledge Sharing and Transfer in Higher Education. A Case Study*. Proceedings of I-KNOW 2005. Graz: Springer Verlag.

Schwartz, L., Clark, S., Cossarin & M., Rudolph, J. (2004) *Educational Wikis: features and selection criteria*. International Review of Research in Open and Distance Learning (27., April 2004) Verfügbar am 11.05.2005 unter:

http://www.irrodl.org/content/v5.1/technote_xxvii.html ISSN: 1492-3831

Schoemaker, P. J. H. (1995). *Scenario planning: A tool for strategic thinking*. Sloan Management Review, Vol.36, Iss.2, S.25-41, Cambridge.

Sommerville, I. (2001). *Software Engineering (6. Auflage)* (S. 55-83, S. 105-157). München: Addison-Wesley (Pearson Studium).

Tochtermann, K., Doesinger, G., Puntschart, I. (2004a). *I-KNOW what You Will Know in Knowledge Management. Current and Future Trends in Knowledge Management*. Proceedings of 5th International Conference on Practical Aspects of Knowledge Management (PAKM 2004)-Track 01: Introduction to KM, December 2-3, 2004, published as Lecture Notes in Computer Science, Volume 3336/2004, Vienna, Austria.

Tochtermann, K., Doesinger, G., Puntschart, I. (2004b). *Trendanalyse Wissensmanagement. Orientierungsbilfen für Praxisprojekte von morgen.* wissensmanagement -das Magazin für Führungskräfte, 7/04, S.36-39.

Toyfl, M. (2003). *K-Logs. Definition und Analyse möglicher Erfolgsfaktoren.* Master Thesis zur Erlangung des akademischen Grades Master of Advanced Studies im Universitätslehrgang New Media Management am Zentrum für Neue Medien an der Donau Universität Krems. Verfügbar am 11.05.2005 unter:
<http://randgaenge.net/gems/PDF/Toyflthese.pdf>

Wenger, E. (1998). *Communities of Practice. Learning, Meaning, and Identity.* Camebridge: Camebridge University Press.

Wenger, E., McDermott, R. & Snyder, W. M. (2002). *Cultivating communities of practice.* Boston: Harvard Business School Press.

Online-Quellen

Community. (2005). *Merriam-Webster Online Dictionary.* Merriam-Webster Inc., 2005. Verfügbar am 8.5.2005 unter: <http://www.m-w.com/>
<http://www.m-w.com/cgi-bin/dictionary?book=Dictionary&va=community>

FAQ:Wikipedia (2005) *Wikipedia. Die freie Enzyklopädie.* Wikimedia Foundation, USA, 2005. Verfügbar am 11.5.2005 unter <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:FAQ>

Gemeinschaft. (2005). *Der Brockhaus multimedial 2005 (DVD-ROM).* Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG, 2005. Letzter Zugriff am 30.04.2005.

Herrmann, T., Jahnke, I. & Loser, K.-U. (2003). *The Role Concept as a Basis for Designing Community Systems.* Verfügbar am 11.05.2005 unter:
<https://web-imtm.iaw.ruhr-uni-bochum.de/pub/bscw.cgi/0/208299/30402/30402.pdf>

I-KNOW (2005): International Conference on Knowledge Management. Verfügbar am 11.05.2005 unter: <http://www.i-know.at/>

Know-Center (2005): Österreichs Kompetenzzentrum für Wissensmanagement. Verfügbar am 11.05.2005 unter:
<http://www.know-center.tugraz.at/de/about/about.htm>

Maiden, N., Jones, S. (2004a). *The RESCUE Requirements Engineering Process. An Integrated User-Centred Requirements Engineering Process (Version 4.1)* (S.24-39 und S.129-154). Centre for Human- Computer Interaction Design, City University, Northampton Square, London. Verfügbar am 25.05.2005 unter:
http://hcid.soi.city.ac.uk/research/Rescuedocs/RESCUE_Process_Doc_v4_1.pdf

Maiden, N., Jones, S. (2004b). *The RESCUE Requirements Engineering Process. RESCUE Process: Examples (Version 2.1)*. Centre for Human- Computer Interaction Design, City University, Northampton Square, London. Verfügbar am 25.05.2005 unter:
http://hcid.soi.city.ac.uk/research/Rescuedocs/RESCUE_Process_Examplesv2_1.pdf

Mayring, P. (2001). *Qualitative Inhaltsanalyse [28 Absätze]*. Forum Qualitative Sozialforschung [On-line Journal], 1(2). Verfügbar am 11.05.2005:
<http://qualitative-research.net/fqs/fqs-d/2-00inhalt-d.htm>

Rheingold, H. *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier*. (electronic version) Verfügbar am 09.05.2005 unter:
<http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>

Witzel, A. (2001). *Das problemzentrierte Interview [26 Absätze]*. Forum Qualitative Sozialforschung, 1(1). Verfügbar am 11.05.2005 unter:
<http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/1-00/1-00witzel-d.htm>

Ad Kapitel 3 „Online Communities zu Konferenzen“, angeführte Beispiele:

- [1] <http://www.hci-international.org/>
- [2] <http://insitu.lri.fr/ecscw/>
- [3] <http://wm2005.iese.fraunhofer.de/>
- [4] <http://www.wcn2005.org/home.htm>
- [5] <http://www.gi-ev.de/index.html>
- [6] <http://www.aisnet.org/>
- [7] <http://www.absa.org/index.shtml>
- [8] <http://www.acm.org/>
- [9] <https://www.ieeecommunities.org/>
- [10] <http://www1.parkinson-berlin.de/>
- [11] <http://www.iccis.org/reviewer/>
- [12] <http://www.di.uniba.it/iea-aie/award.html>
- [13] <http://www.acm.org/sigs/sigkdd/kdd2005/kddcup.html>
- [14] <http://icis2005.unlv.edu/>

9. Anhang

9.1. Interviewleitfaden

Der Interviewleitfaden beinhaltet 30 Fragen, mit 14 Zusatzfragen an den Geschäftsführer und die Organisatorin der Konferenz.

Formale Daten

Name des Interviewpartners
 Datum des Interviews
 Ort des Interviews
 Dauer des Interviews (von-bis)

Einführung

Thema und Ziel der Diplomarbeit
 Ziel des Interviews
 Dauer des Interviews (30 bis maximal 60 Minuten)
 „Roter Faden“ im Interview:

- Entstehung und Aufbau
- Ziele und Rollen
- Bisherige Aktivitäten
- Konferenzen allgemein

Gesprächseinstieg

Die Teilnehmer der Konferenz I-KNOW stellen eine offene Community dar, weil sie offen für neue Mitglieder ist und bewusst neue Mitglieder akquiriert werden sollen.

Neben dem Scientific Track und dem Industry Track sind auch die Special Tracks unterschiedliche Gruppen, die zur I-KNOW Community (= alle Teilnehmer) gehören.

Eine „Community of Interest“ ist eine Gemeinschaft, die regelmäßig zu einem Thema von gemeinsamen Interesse austauscht.

1. Würden Sie den Begriff auch so definieren?
 (Wenn nicht) Welche andere Definition würden Sie formulieren?
2. Würden Sie den Special Track „xy“ als eine CoI bezeichnen?
3. Was macht für Sie eine Community aus?

Entstehung und Aufbau

4. Seit wann gibt es den Special/Scientific /Industry Track?
5. Wie ist der Special Track entstanden?
6. Seit wann sind Sie Organisator des Special Tracks?
7. Wie viele Personen sind dem Special Track ungefähr zuzuordnen?

Sonderfragen an Prof. Dr. Klaus Tochtermann/MMag. Ines Puntschart:

Wie ist es zur Unterscheidung von Special Tracks, Scientific Track und Industry Track gekommen?

Darf man in allen sieben Sub-Communities vertreten sein?

Darf man bei allen sieben Sub-Communities Papers einreichen?

Warum werden die Special Tracks vom Scientific Track getrennt angesehen?

Wie wird mit redundanten Inhalten (Papers) der Special Tracks und dem Scientific Track umgegangen?

Wie viele Unternehmen gehören cirka zum Industry Track?

Welche Branchen sind vorrangig vertreten?

Welchen Nutzen sehen die Unternehmen/Praktiker in einer Teilnahme an der I-KNOW?

Welchen Nutzen zieht das Know Center aus einer Teilnahme von Unternehmen an der I-KNOW, v.a. im Hinblick auf die geplante Online-Plattform?

Wie viele Hochschulen gehören ungefähr zum Scientific Track?

Welchen Nutzen sehen die Wissenschaftler in einer Teilnahme an der I-KNOW?

Welchen Nutzen zieht das Know Center aus einer Teilnahme von Wissenschaftlern an der I-KNOW, v.a. im Hinblick auf die geplante Online-Plattform?

Welche Vorteile kann eine Interaktion zwischen den Teilnehmern der Special Tracks, des Scientific Track und des Industry Track mit sich bringen?

Welche Nachteile kann eine Interaktion zwischen den Teilnehmern der Special Tracks, des Scientific Track und des Industry Track mit sich bringen?

Ziele

8. Was ist Ihrer Meinung nach das Hauptziel Ihres Special Tracks?

9. Was ist die Hauptzielausrichtung der I-KNOW Community?

Sonderfrage an Prof. Dr. Klaus Tochtermann: Was sind die strategischen Ziele des Know-Center (in Bezug auf die I-KNOW)?

Rollendefinition

10. Welche Aufgaben haben Sie als Organisator Ihres Special Tracks?

11. Welchen persönlichen Nutzen liefert Ihnen der Special Track?

12. Wie viel Prozent ihrer Arbeitszeit investieren Sie durchschnittlich in die Organisation Ihres Special Tracks?

Austausch zwischen Konferenzterminen

13. Wie regelmäßig ist Ihr Kontakt zu den Teilnehmern des Special Tracks zwischen den Konferenzterminen der I-KNOW?
14. Über welche Medien findet die Kommunikation statt?
15. Welche Aktivitäten finden zu Ihrem Special Track zwischen den I-KNOW Konferenzen statt?

Online Plattform

16. Wäre ein technisches System für die I-KNOW Community förderlich?
(**Wenn ja**) Wie sollte es aussehen?
17. Was könnten die Vorteile einer Online Plattform für die verschiedenen Teilnehmergruppen der I-KNOW sein?
18. Welche technischen Systeme werden zur Unterstützung des Special Tracks eingesetzt?
Was hat bei den technischen Systemen bisher zufriedenstellend funktioniert?
In welcher Form gab es bei den technischen Systemen bisher Probleme oder Engpässe, zum Beispiel im Hinblick auf die Usability oder die Administration?
19. Welche Funktionen und Tools wären bei einem technischen System zur Community-Unterstützung wünschenswert (z.B. Einbindung von Weblogs, Wikis ...)?

Marketing

20. Akquirieren Sie regelmäßig neue Mitglieder für Ihren Special Track? (**Wenn ja**) Wie?
21. Bei welchen anderen Communities sind sie noch Mitglied?
22. Welche Wissensmanagement-Konferenzen haben Sie schon besucht?
23. Welche würden Sie gerne besuchen und warum?
24. Welche Konferenzen zu anderen Themenschwerpunkten haben Sie schon besucht?
25. Welche würden Sie gerne besuchen und warum?
26. Was ist Ihnen bei den Konferenzen, die Sie bisher besucht haben besonders positiv aufgefallen, und zwar im Vorfeld, während den Konferenzen und danach?
27. Was ist Ihnen besonders negativ aufgefallen, im Vorfeld, während den Konferenzen und danach?
28. Welche anderen Communities zu Konferenzen kennen Sie?
Wie sind diese Communities aufgebaut?
Was haben diese Communities, was die I-KNOW nicht hat?
29. Warum kommen Ihrer Meinung nach Wissensmanagement Experten aus aller Welt zur I-KNOW?
30. Warum würden Sie zu einer Konferenz in einem anderen Land reisen?

9.2. Analyse der Zielsetzungen

Tabelle 1: Ziele aller Tracks (Stand Frühjahr 2005)

ZIEL	ALLE TRACKS	SCIENTIFIC TRACK	INDUSTRY TRACK	SPECIAL TRACKS
Bekanntheitsgrad des Know-Center erhöhen (als wissenschaftliche Institution zum Thema WM)	X			
Brücke zwischen Wissenschaft und Wirtschaft schlagen			X	
Organisation einer einzigartigen Veranstaltung in Graz	X			
I-KNOW vergrößern	X			
internationale Vernetzung des Know-Center verstärken		X		X
Bindung von bestehenden Konferenzteilnehmern an das Know-Center (Kundenbindung)	X			
Akquise von neuen Konferenzteilnehmern (Kundenakquisition)	X			
Bindung und Akquise von Projektpartnern			X	
Bindung und Akquise von Kooperationspartnern im akademischen Bereich		X		X
Thema WM weiterentwickeln	X			
Forschung zum Thema WM vorantreiben		X		X
Networking: Knüpfen neuer und Pflege bestehender Kontakte	X			
wissenschaftliche Diskussion zum Thema WM anregen		X		X
wissenschaftliche Erkenntnisse weiter kommunizieren (was ist "in" und neu im Bereich WM)		X		X
Publikation eines Papers: persönliches Erfolgserlebnis	X			
als Unternehmen bekannt werden, eigene Produkte präsentieren und verkaufen			X	
Netzwerke von Konferenzteilnehmern erschließen/"anzapfen"; interessant werden für andere Communities	X			

Tabelle 2: Ziele Special Tracks (Stand Frühjahr 2005)

ZIEL	ALLE SPECIAL TRACKS	IWL	BPOKI	KIV	KDaST	KSR
Forum für Austausch zu Fokusthemen des Know-Center	X					
multidisziplinärer Erfahrungs- und Wissensaustausch	X					
Kontakte/persönliche Netzwerke der Organisatoren nutzen	X					
Sichtbarkeit und Reputation als Organisator	X					
Integration von Personen durch die Organisatoren	X					
Special Issue als "Kleinprojekt" nach der I-KNOW	X					
Regelmäßiger Kontakt/Aktivitäten in der Special Track-Community	X					
informelle Face-to-Face Treffen		X	X	X		
gemeinsam Anträge für geförderte Projekte (EU) erstellen		X	X		X	
Aufbau einer Community durch die Organisatoren			X		X	X
Diskussion von Papers im Review Prozess		X	X			
Nachvollziehbarkeit der Special Track-Aktivitäten, sowie des Wandels und der Schwerpunkte der Themen		X	X	X		
Community von federführenden Forschern zusammenholen		X	X			
anerkannte Kerngruppe und rundherum offener Kreis		X	X			
"high-profile"-Personen akquirieren		X			X	
gemeinsame Veranstaltungen planen		X				
Peer-Review von Papers		X				
formale Vereinheitlichung der Tracks		X				
Standard Operating Procedures		X				
offene Diskussionen			X			
gemeinsame Aufgabe(n) haben			X			
Überblick über das Fach bekommen				X		
sehen: was tun andere, wo steht meine Arbeit?				X		
Strukturierte Inhalte zu Themen verfügbar machen				X		
neue Personen in Community kennenlernen, neue hineinbringen und selber in neue hineinkommen					X	
Ideen anbringen, sie von wissenschaftlicher Community diskutieren und überprüfen lassen					X	

9.3. Aktivitäten, Schlüsselrollen und Rechte

Die folgende Tabelle zeigt die Aktivitäten und Schlüsselrollen, die für die „I-KNOW Online Community Plattform“ identifiziert wurden. Die zugeteilten Buchstaben „C“ („create“, für „erstellen“), „R“ („retrieve“, für „lesen“, „abrufen“), „U“ („update“ für „aktualisieren“, „bearbeiten“) und „D“ („delete“ für „löschen“) stehen für die Rechte, die die jeweilige Rolle bei der zugehörigen Aktivität/Aufgabe besitzt.

Tabelle 3: Aktivitäten und Rollen

	AKTIVITÄTEN ↓	ROLLEN →	Admin	Moderator Haupttrack	Moderator Special Track	Registriertes Mitglied
A: Authentifizierung & Autorisierung	A1 Eigene Benutzerdaten (Profil)		C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U	C, R, U
	A2 Fremde Benutzerdaten (Profile)		R, U, D	R, U, D	R	R
	A3 Rechtevergabe		C, R, U, D	C, R, U, D	x	x
	A4 Registrierungsformular		C, R, U, D	C, R, U	R, bei Extra-Registrierung C, R, U	R
B: Informationsangebot	B1 Benutzerrichtlinien/Verhaltensregeln (Plattform, Tools)		C, R, U, D	C, R, U, D	R	R
	B2 Eigene Dateien/Dokumente in Special Tracks		x	C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U, D
	B3 Eigene Dateien/Dokumente im Haupttrack		x	C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U, D
	B4 Eigene Dateien/Dokumente im Students Track		x	C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U, D
	B5 Fremde Dateien/Dokumente in Special Tracks		R, U, D	R, U, D	R, U, D	R
	B6 Fremde Dateien/Dokumente im Haupttrack		R, U, D	R, U, D	R	R
	B7 Fremde Dateien/Dokumente im Students Track		R, U, D	R, U, D	R	R
	B8 Hyperlink mit Logo auf eine andere Online Community		C, R, U, D	C, R, U, D	R	R
	B9 Kalender		C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U, D	R
	B10 News per E-Mail		C, R, D	C, R, D	R, D	R, D
	B11 Newsbereich im Haupttrack		C, R, U, D	C, R, U, D	R	R
	B12 Newsbereiche Special Tracks		C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U
	B13 Newsbereich im Students Track		C, R, U, D	C, R, U, D	R	C, R, U
C: Interaktionsangebot	C1 Diskussionsbeitrag im Haupttrack		C, R, U, D	C, R, U, D	C, R	C, R
	C2 Diskussionsbeitrag im Special Track		C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U, D	C, R
	C3 Diskussionsbeitrag im Students Track		C, R, U, D	C, R, U, D	C, R	C, R
	C4 Thema in Forum Haupttrack		C, R, U, D	C, R, U, D	R	R
	C5 Thema in Forum Special Track		C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U, D	R
	C6 Thema in Forum Students Track		C, R, U, D	C, R, U, D	R	R
	C7 Umfrage		C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U, D	x
D: Technische Aufgaben	D1 Design der Webseite		C, R, U, D	C, R, U, D	x	x
	D2 Kategorien für die Strukturierung von Inhalten		C, R, U, D	C, R, U, D	x	x
	D3 Neue Software (z.B. Weblog, Wiki) im Portalbereich		C, R, U, D	C, R, U, D	x	x
	D4 Neue Software (z.B. Weblog, Wiki) Special Tracks		C, R, U, D	C, R, U, D	C, R, U, D	x
	D5 Neue Software (z.B. Weblog, Wiki) Students Track		C, R, U, D	C, R, U, D	x	x
	D6 Support bei technischen Problemen		C, R, U, D	x	x	x
	D7 Suchfunktion		C, R, U, D	x	x	x

9.4. Use Cases für eine Online Community Plattform zu Konferenzen

Vph = Vorbereitungsphase (kurz vor I-KNOW)

Nph = Nachbereitungsphase (kurz nach I-KNOW)

OCP = Online Community Plattform

Akteure (Rollen) in den Use Cases:

MP = Moderator des Portalbereichs

MSPT = Moderator eines Special Tracks

NRM = Nicht registriertes Mitglied

PCM = Mitglied des Programm Komitees (PC), a. Begutachter

RM = Registriertes Mitglied

ADMIN = Technischer Administrator

Use Case 1: Registrierung

	Use Case 1
	Registrierung
Zuordnung	I, Stufe 3
Akteur	NRM
Problembeschreibung	Ein Internetbenutzer hat durch Bekannte über die OCP erfahren <i>oder</i> stößt durch Verweise auf anderen Websites darauf.
Detaillbeschreibung	Besucher (NRM) auf der OCP möchte z.B.: <ul style="list-style-type: none"> - wissen, welchen Zweck diese Plattform verfolgt, - mehr über die Themenschwerpunkte der Konferenz erfahren, - das Programm der nächsten Tagung einsehen, - Papers der letzten Tagungen lesen, - wissen wer die Konferenz und die Plattform organisiert, - die Bedingungen für eine Mitgliedschaft erfahren (ev. Kosten), - wissen, welche Personen sich da aufhalten, - wissen, welche Services für RM geboten werden.
Funktionale Anforderungen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jedes NRM hat einen lesenden Zugang zu den Inhalten der OCP, ausgenommen der geschlossenen Bereiche. 2. NRM möchte auch einen schreibenden Zugang auf der OCP, füllt das Registrierungsformular aus, schickt es ab und erhält eine Bestätigung per E-Mail, dass er von nun an RM auf der OCP ist. (A5) 3. Falls RM sich wieder einen Überblick über die Plattforminhalte und -angebote verschaffen möchte, wählt RM im Portalbereich die „interactive sitemap“.
Nicht-funktionale Anforderungen	Registrierungsformular enthält: Pflichtfelder: „surname“, „first name“, „city“, „profession“, „organisation“, „e-mail address“ und „topics of interest“ (Auswahlliste); Optionale Felder: „photo upload“, „CV/resume“, „phone number“; Hyperlink auf eigene Websites;

Triggerung	NRM wird durch einen der genannten Gründe auf die OCP aufmerksam.
Annahmen	Personen, die nicht über Konferenzteilnahme oder Bekannte auf die OCP stoßen, sind vorwiegend passive Beobachter und werden wenn dann erst nach längerer Zeit RM aktiv.
End-Zustand erfolgreich; <u>erreichte Ziele</u>	Registrierung war erfolgreich, NRM ist nun RM und loggt sich auf der OCP ein. <u>Hauptziel 1, Subziel 1.1, 1.3 & 1.4</u>
Ablaufabweichung	NRM verlässt die OCP wieder, ohne sich registriert zu haben.

Use Case 2: Guided Tours

	Use Case 2
	Guided Tours
Zuordnung	I, Stufe 3
Akteur	MP, MSPT
Problembeschreibung	MP und MSPT sind auf zahlreichen anderen OCP zu Wissensmanagement oder Themen des Wissensmanagements registriert, sind auf manchen auch aktiv und verfügen außerdem (besonders MSPT) über unterschiedliche persönliche Netzwerke. MP und MSPT möchten nun „Guided Tours“ für Interessenten und Mitglieder anderer Communities erstellen, um ihnen die OCP vorzustellen.
Funktionale Anforderungen	<ol style="list-style-type: none"> 1. MP/MSPT loggt sich auf OCP ein. (A1) 2. MP erstellt z.B. eine grobe Tour durch den Portalbereich (Digitale Bibliothek, Diskussionsforen...), MSPT z.B. durch einen der Special Track-Bereiche (Teilnehmer, bisherige gemeinsame Aktivitäten...), je nachdem was MP/MSPT über die speziellen Interessen der Person weiß. Das Ergebnis ist immer eine Abfolge von Hyperlinks auf die Plattform, die als wieder verwendbare und wieder herstellbare Einstellung vom System der OCP gespeichert wird („default“). 3. Die Guided Tours können als Download per E-Mail versendet werden und befinden sich zusätzlich im Portalbereich der OCP.
Nicht-funktionale Anforderungen	MP und MSPT nutzen ihre Beziehungen und Bekanntschaften, um die OCP zu „bewerben“ und neue Mitglieder zu akquirieren.
Zusatznutzen/Potentiale	<p>Potentiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mehr potentielle RM = mehr potentielle Konferenzteilnehmer = mehr potentielle Einreichungen • MSPT können gezielt Personen einladen, deren Interessen ihnen bekannt sind und diesen z.B. ihren Special Track vorstellen, bevor sie den Portalbereich kennen lernen. Die inhaltliche Breite und das Informationsangebot des Portals kann sonst in manchen Fällen die Aufmerksamkeit von den fokussierteren, „persönlicheren“ Special Track-Bereichen zur Gänze ablenken. • Besonders die Netzwerke der MSPT zu nutzen, stellt einen Mehrwert für die Special Tracks dar (Akquisition von Experten). • Durch MP und MSPT sind nun endlich viele andere Online Communities erreichbar (kann sich jährlich

	durch neue MSPT erweitern). Ein Potential zur Vernetzung von Communities besteht darin, vor allem in den Special Track-Bereichen zwei bis drei verlinkte Logos auf andere OCP zu setzen (z.B. in einem Special Track zu Informationsvisualisierung zu einer anderen OCP zu diesem Thema). Diese verweisen dann eventuell auch auf die OCP, wie die der I-KNOW, zurück (ähnlich wie „blogrolls“ in Weblogs). So hat jeder Special Track seine eigenen „Kooperationen“.
Rechtfertigung	Werbung fokussierter betreiben.
Triggerung	MP/MSPT möchte neue RM für die Community gewinnen.
Annahmen	Die „Besucher“ werden sich voraussichtlich registrieren, ob sie danach zu <u>aktiven</u> RM werden, ist vorher nicht absehbar.
End-Zustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	Guided Tours werden per E-Mail versendet und sind auch direkt im Portalbereich der OCP zugänglich. <u>Hauptziel 1, Subziel 1.2, 1.3 & 1.4</u> <u>Hauptziel 2, Subziel 2.3</u> <u>Hauptziel 4, Subziel 4.2</u> <u>Hauptziel 5</u> <u>Hauptziel A</u>

Use Case 3: Aktualisierung Profile

	Use Case 3
	Aktualisierung Benutzerprofil
Zuordnung	I, Stufe 2
Akteur	RM
Problembeschreibung	RM möchte die Angaben in seinem eigenen Profil verändern.
Detailbeschreibung	RM sieht sich Profile anderer RM an und kommt auf Ergänzungsideen in seinem eigenen oder Informationen in seinem Profil sind nicht mehr aktuell, z.B. die angegebene E-Mailadresse.
Funktionale Anforderungen	<ol style="list-style-type: none"> 1. RM meldet sich mit Vornamen, Nachnamen und Passwort auf der OCP an. (A1) 2. RM wählt den Bereich der „members profiles“ (Datenbank mit Profilen, wird als Formular angezeigt). (A1, A2) 3. RM sieht in der Liste der „latest changes“, wer sein Profil wie zuletzt aktualisiert hat. (A2) 4. RM gibt unter „members search“ seinen Nachnamen ein und sein Profil wird ihm angezeigt. (A1) 5. RM geht in den Bearbeitungsmodus „edit profile“ und aktualisiert die Informationen zu seiner Person. (A1) 6. RM wählt „save changes“ und seine Änderungen werden gespeichert. (A1)
Zusatznutzen/Potentiale	<p>Eigenverantwortlichkeit über persönliche Angaben ist ein wichtiges Kriterium, um Vertrauen zu schaffen und die Moderatoren zu entlasten.</p> <p>Potentiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Über die Suche kann nach Namen, regionaler Zugehörigkeit, Berufen und Organisationen gesucht werden. Über die „latest changes“ wird RM auf andere RM aufmerksam, wenn er sein Profil aktualisieren will. • Die Transparenz der RM unterstützt die (internationale) Vernetzung und Auffindung von Experten.

Rechtfertigung	s.o., „Zusatznutzen/Potentiale“
Triggerung	s.o., „Problembeschreibung“
Annahmen	Aktive RM aktualisieren regelmäßig ihre persönlichen Angaben.
End-Zustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	<u>Hauptziel 1, Subziel 1.4</u> <u>Hauptziel 2, Subziel 2.2</u>

Use Case 4: Mitglieder anwerben

	Use Case 4
	Mitglieder anwerben (Special Tracks)
Zuordnung	II, Stufe 2
Akteur	MSPT
Problembeschreibung	MSPT möchte die Namen und E-Mailadressen der Teilnehmer seines Special Tracks zur Mitglieder-Akquisition für die OCP nutzen.
Detailbeschreibung	Im Durchlauf mehrerer Jahresrhythmen der Konferenz kennt MSPT die Autoren eingereichter und angenommener Beiträge zu seinem Special Track meist persönlich. Von den restlichen Teilnehmern sind lediglich Name und E-Mailadresse (eventuell die Organisation, bei der sie tätig sind) in einer nicht-öffentlichen Datenbank eingetragen und werden jährlich entsprechend der Anmeldungen für den Special Track aktualisiert. Besonders in der Einbindung der „anonymen“ Teilnehmer in die OCP liegt das Bestreben, diese besser kennen zu lernen und zwischen den Konferenzterminen „Kundenbeziehungen“ zu ihnen aufzubauen.
Funktionale Anforderungen	<p>Vph:</p> <ol style="list-style-type: none"> MSPT sendet ein E-Mail an alle NRM in seiner Teilnehmerliste aus (Suchabfrage in Datenbank) und lädt diese mit einem Link auf die OCP ein, sich dort zu registrieren. <p>Nph:</p> <ol style="list-style-type: none"> Sobald die Vorträge und Präsentationen zum Special Track auf der OCP zum Download verfügbar sind, sendet MSPT ein E-Mail mit dieser Information an alle NRM in der Teilnehmerliste (RM wird dies über den Newsbereich des Special Tracks mitgeteilt). (B12)
Nicht-funktionale Anforderungen	<p>E-Mail an NRM in der Vph enthält einen oder mehrere „Teaser“ um die OCP zu besuchen, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> Programm des Special Tracks mit Abstracts der angenommenen Beiträge steht auf der OCP, ein interessantes Thema wird gerade im Special Track-Bereich diskutiert, in einem Forum gibt es die Möglichkeit, Fragen zur Konferenz zu stellen... <p>Ideen zur Nph:</p> <ul style="list-style-type: none"> Special Issue als kleines „Nachbereitungsprojekt“ Beiträge für das J.UKM stehen fest und Abstracts sind einsehbar In einem Forum werden Diskussionen aus dem Special Track weitergeführt In einem geschlossenen Bereich in einem Wiki ist die Erstellung eines Projektantrags geplant, zu dem schon im Special Track Gespräche statt gefunden haben (s. Use Case 10)

Zusatznutzen/Potentiale	Potentiale: Mehr potentielle RM = mehr potentielle Konferenzteilnehmer = mehr potentielle Einreichungen
Rechtfertigung	Neue RM gewinnen.
Triggerung	Vph: nächsten Special Track planen und vorher etwas über die Teilnehmer wissen wollen. Nph: Teilnehmer in die Aktivitäten der OCP einbinden und bis zur nächsten I-KNOW in der Community halten.
(Vor-) Annahmen	MSPT hat alle Teilnehmer der Special Tracks der letzten Jahre in einer Teilnehmerliste gespeichert. Namen, E-Mailadressen und Zugehörigkeit der Teilnehmer zum bestimmten Special Track des nächsten Konferenztermins sind aufgrund ihrer Registrierung über die Website der Tagung bekannt.
Endzustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	<u>Hauptziel 1: Subziel 1.1, 1.2 & 1.3</u> <u>Hauptziel 4: Subziel 4.1 & 4.2</u> <u>Hauptziel A</u>

Use Case 5: Digitale Bibliothek

	<u>Use Case 5</u>
	Digitale Bibliothek im Portalbereich
Zuordnung	I, Stufe 2
Akteur	RM
Problembeschreibung	Die „digital library“ im Portalbereich ist in mehrere Bereiche, an die wiederum Kategorien vergeben sind, eingeteilt. Sie verfügt über eine umfassende Suchfunktion.
Detailbeschreibung	<u>Qualitätsbereiche:</u> 1: Das „Journal of Universal Knowledge Management“, kurz „J.UKM“, ist eine Serie von Zeitschriften, in der pro Jahr sechs Beiträge der I-KNOW publiziert werden. Die Dokumente stammen aus dem Scientific Track, aus Special Tracks (meist Mitarbeiter des Know-Center) oder von anderen, externen Autoren. In einer gemeinsamen Dateiablage werden die Papers aus dem „J.UKM“ auf der Plattform nach ihrer Veröffentlichung in den Zeitschriften zum Lesen freigegeben. Dies geschieht in Form eines Hyperlinks auf die Website des „J.UKM“. 2: Alle angenommenen Beiträge zum Scientific Track und zu den Special Tracks werden auf der OCP archiviert. Hier befinden sich die Papers aller bisherigen „I-KNOW“-Tagungen seit 2001 , um die Entwicklung der verschiedenen Themen nachzuvollziehen und um sich inhaltlich in Interessensgebiete einzulesen. Sie stellen die zweite Qualitätsstufe dar und sind ebenfalls nur im Lesemodus zugänglich, jedoch als „pdf-Files“ auch zum Download freigegeben. Vor der I-KNOW werden hier auch Abstracts angenommener Papers hineingestellt, um einen „Vorgeschmack“ auf die Tagung zu liefern. Außerdem gibt es hier einen Handlungsleitfaden für „Chairs“ auf der I-KNOW zum Download. 3: Personen, die zur nächsten I-KNOW ein Paper einreichen wollen, können es davor in einem Forum zur Diskussion stellen. Auch nicht angenommene Papers können hier besprochen werden. Hat ein RM ein Paper zu einem Special Track-Thema

	geschrieben und möchte dazu von einer breiteren Masse Feedback, ist in dem Forum ebenso der richtige Ort dafür. Jedes RM hat hier das Recht, Papers upzuloaden, mit der Einschränkung dass sie noch nicht anderswo veröffentlicht wurden. Die Dokumente werden aber auf ihre thematische und qualitative Angemessenheit von MP/MSPT oder ADMIN überprüft und bei Bedarf wieder entfernt.
Funktionale Anforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • Anlegen eines Forum durch MP. (C4) • Rechtevergabe an RM zum Upload von Dokumenten im Forum. (A3) • Im Qualitätsbereich 2 ist eine Suche nach Autor, Titel, Jahr und Schlagworten möglich. (D7)
Nicht-funktionale A.	-
Variante Special Tracks	In den Bereichen der Special Tracks werden zusätzliche elektronische Publikationen in einer Download Area angeboten, die dem Einlesen und der Einführung in das spezielle Thema dienen.
Zusatznutzen/Potentiale	Alle bisherigen I-KNOW Beiträge und Präsentationen werden an einem Ort archiviert und sind dort verfügbar. Potential: RM können ihre Arbeit den anderen RM vorstellen und von Kommentaren, Meinungen, Bewertungen und Ratschlägen profitieren.
Rechtfertigung	Informationsangebot, Service: von hoch qualitativen Inhalten bis zur Forschung und Entwicklung in der Praxis.
Annahmen	Je mehr die Community wächst, desto mehr muss auf die Strukturierung von Inhalten, sowie sinnvolle Suchfunktionen und nützliche Darstellungen der Suchergebnisse geachtet werden.
End-Zustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	Digitale Bibliothek ist eingerichtet und bleibt immer übersichtlich. <u>Hauptziel 3, Subziel 3.2</u> <u>Hauptziel B, Subziel B.2 & B.3</u>

Use Case 6: Kalender

	Use Case 6
	Kalender (Special Tracks)
Zuordnung	I, Stufe 2
Akteur	RM
Problembeschreibung	Ein Kalender mit Suchfunktion zeigt Veranstaltungen (andere Konferenzen, Vorträge, Hyperlinks auf Workshops, andere Communities und Publikationen, ...) zu relevanten Themen des Special Tracks an.
Funktionale Anforderungen	<ol style="list-style-type: none"> 1. RM meldet sich mit Vorname, Nachname und Passwort auf der OCP an. (A1) 2. RM wählt den Bereich des Special Tracks aus, der für ihn von Interesse ist. Der Kalender im Portalbereich zeigt eine Übersicht des aktuellen Monats. Ein Drop-Down-Menü ist in die Kategorien „country“, „organiser“ und „month“ unterteilt. Es ist auch eine Suche über Schlagworte möglich. (B9/B12)

	3. RM findet eine interessante Veranstaltung und gelangt durch „Klick“ auf den zugehörigen Kalendereintrag zu Details (B9/B12)
Nicht-funktionale Anforderungen	Der Kalender muss regelmäßig aktualisiert werden. Konferenzen werden auf einmal für ein ganzes Jahr eingetragen.
Zusatznutzen/Potentiale	Potential: RM, die sich persönlich kennen oder regional gleich angesiedelt sind, können planen, Veranstaltungen, besonders Konferenzen, gemeinsam zu besuchen.
Rechtfertigung	Service/Informationsangebot für RM.
Annahmen	Nur MP, MSPT und ADMIN haben im Kalender Schreibrechte. (A4, B9/B12) Anstelle des Kalenders ist auch ein Newsbereich (B12) mit kurzen, verlinkten News (ähnlich wie auf I-KNOW Homepage) denkbar. Wird die Pflege des Newsbereichs/Kalenders zu aufwendig, werden nur die Neuigkeiten aufgelistet, die konkret auf die Aktivitäten der Communities der I-KNOW bezogen sind, also keine anderen Veranstaltungen und Konferenzen.
End-Zustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	Kalender in OCP integriert, Verantwortlichkeiten für die Pflege des Kalenders festgelegt. <u>Hauptziel 2, Subziel 2.3</u> <u>Hauptziel B, Subziel B.2 & B.3</u>
Ablaufabweichung	Kalender wird nicht regelmäßig aktualisiert (hoher Recherche- und Zeitaufwand).

Use Case 7: Feedback-Forum

	Use Case 7
	Feedback-Forum
Zuordnung	II, Stufe 2
Akteur	MSPT
Problembeschreibung	MSPT möchte den eintägigen Special Track der Konferenz inhaltlich reflektieren.
Detailbeschreibung	MSPT interessiert sich dafür, wie die inhaltliche Qualität der Vorträge beurteilt wird, ob spezielle Themen/Trends nach der Meinung der Teilnehmer Zukunft haben und wo spannende Diskussionen entstanden sind (eventuell auch zwischen zwei Personen), die virtuell noch einmal aufgegriffen und weitergeführt werden können.
Funktionale Anforderungen	Nph: 1. MSPT loggt sich mit Vorname, Nachname und Passwort auf der OCP ein. (A1) 2. MSPT wählt den Bereich der Special Tracks aus und legt darin eine kleine Umfrage mit drei bis vier offenen Fragen zu den Inhalten des vergangenen Special Tracks. Ein Link zur Umfrage erscheint im Newsbereich des Special Tracks. (C7) 3. Das Feedback kann nur von MP/MSPT eingesehen werden. Ein Monat nach der I-KNOW wird die Umfrage geschlossen und von MSPT ausgewertet. (C7)
Variante für den Haupttrack	Zum Scientific Track wird Feedback eingeholt, das die Organisation der gesamten Tagung betrifft. Dies findet mittels einer Online-Umfrage per E-Mail statt.

Zusatznutzen/Potentiale	Potential: Das Feedback von Teilnehmern ist eine Art der qualitativen Erfolgsmessung und bringt neue Ideen für das nächste Jahr (etwa Umbenennung, Entwicklung von Trends beobachten, Ideen für Kleinprojekte/Workshops vor oder nach I-KNOW etc.).
Rechtfertigung	Nachbereitung der Special Tracks bzw. der ganzen Konferenz, Feedback an die Organisatoren.
Triggerung	I-KNOW hat gerade stattgefunden.
Annahmen	Frage der Archivierung: Die Inhalte des Feedback-Forums zu bewahren ist nur sinnvoll, wenn die Beiträge konstruktiv und zahlreich sind.
Endzustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	MSPT erhält konstruktives Feedback. <u>Hauptziel 3</u> <u>Hauptziel 5</u>

Use Case 9: Erarbeitung Inhalte

	Use Case 9
	Gemeinsame Erarbeitung von Inhalten
Zuordnung	II, Stufe 2
Akteur	MSPT
Problembeschreibung	MSPT hat die Idee, zu seinem Special Track einen gemeinsamen Text zu verfassen und zu publizieren.
Detailbeschreibung	In den Special Tracks der Konferenz werden die Diskussionen viel dynamischer und tiefgehender geführt als im Scientific Track. Darauf beruht die Vision gemeinsame Inhalte dazu in den Monaten nach der Konferenz zu erstellen (nicht unmittelbar danach). Es soll z.B. aufgezeigt werden, was es alles auf dem Themengebiet des Special Tracks gibt (besondere Aspekte und derzeitige Trends des Themas, Unterthemen, verwandte Themen, Zuordnung zu Fachdisziplinen). Über das Themengebiet soll ein Überblick geboten werden und Beiträge dazu von der Tagung, sowie zusätzliche Beiträge (Forscher des Gebiets können ihre Arbeit vorstellen) sollen ebenfalls gesammelt werden.
Funktionale Anforderungen	<ol style="list-style-type: none"> MSPT loggt sich mit Vorname, Nachname und Passwort auf der OCP ein. (A1) MSPT/ADMIN legt ein Weblog/Wiki im Bereich des betroffenen Special Tracks an. (D4) MSPT schildert die Projektidee als Autor des Weblogs bzw. auf der Startseite des Wikis und fordert interessierte RM auf, ihre Gedanken, Anregungen oder Fragen dazu (im Weblog mittels Kommentarfunktion, im Wiki darf jeder alles editieren) einzubringen. Nach ein paar Wochen erfolgt eine Strukturierung des bisherigen Materials in Kategorien. MSPT bietet Interessierten eine Mitarbeit im Projektteam an. Der zeitliche Rahmen, Arbeitspakete und Meilensteine werden festgelegt. (C2, D2) MSPT und RM haben die Möglichkeit, im Weblog/Wiki immer wieder auf relevante Webquellen wie elektronische Zeitschriften oder andere Websites und Online Communities zum Thema zu verweisen und diese dahingehend zu bewerten, ob sie mit in den Text aufgenommen werden. Sobald eine Struktur feststeht, erscheint ein Inhaltsverzeichnis im Weblog/Wiki. Mit Fertigstellung des Kleinprojekts wird

	das Weblog/Wiki geschlossen. (D4)
Nicht-funktionale Anforderungen	MSPT zählt hier auf die aktive Beteiligung von RM. Für die Führung des Weblogs sind keine speziellen Erfahrungen oder Kenntnisse notwendig, für ein Wiki lediglich geringe HTML-Kenntnisse.
Zusatznutzen/Potentiale	<p>Wird dieses Projekt immer wieder nach der Konferenz aufgenommen, ist langfristig der evolutionäre Wandel der Thematik sichtbar.</p> <p>Durch das Weblog/Wiki sind die Planung und Organisation des Projekts, sowie Gesprächsverläufe dazu dokumentiert. Andere MSPT können dies bei Erfolg des Projekts als Vorbild nehmen und für den eigenen Special Track in Angriff nehmen.</p> <p>Potentiale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reputation und Sichtbarkeit für die Autoren des Weblogs bzw. das Projektteam des Wikis. • Durch eine potentielle Publikation der Inhalte im Weblog/Wiki können die OCP und die Autoren für andere Projekte und Online Communities interessant werden. • Das Projekt ist ein guter „Aufhänger“, um potentielle Mitglieder für die OCP und potentielle Konferenzteilnehmer anzulocken.
Rechtfertigung	Mit einer gemeinsamen Aktivität an den Special Track der Tagung anknüpfen (Bewahrung von Inhalten), Teilnehmer binden und akquirieren.
Triggerung	Projektidee umsetzen wollen, um etwas „Gemeinsames“ in Angriff zu nehmen.
Annahmen	Muss nicht direkt der Konferenz folgen. Es ist nicht vorhersehbar, ob genügend Personen die Zeit und Energie haben, das Projekt voranzutreiben. Sie müssen einen persönlichen Nutzen darin sehen (z.B. Reputation, Überblick über das Fach etc.).
End-Zustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	<p>Weblog/Wiki ist eingerichtet, Projektteam und -plan sind festgelegt.</p> <p><u>Hauptziel 1, Subziel 1.4</u></p> <p><u>Hauptziel 2, Subziel 2.1 & 2.2</u></p> <p><u>Hauptziel 3, Subziel 3.1 & 3.2</u></p> <p><u>Hauptziel 4, Subziel 4.1</u></p> <p><u>Hauptziel B, Subziel B.1</u></p> <p><u>Hauptziel C</u></p>
Ablaufabweichung	Es finden sich nicht genügend Projektmitglieder für die Umsetzung, Idee wird verworfen.

Use Case 10: Projektantrag

	Use Case 10
	Gemeinsamer Projektantrag
Zuordnung	II, Stufe 2
Akteur	MSPT
Problembeschreibung	MSPT möchte die gemeinsame Erstellung von Projektanträgen initiieren, um geförderte Projekte zu akquirieren.
Detailbeschreibung	Diese Aktivität muss nicht unmittelbar vor oder nach der Konferenz stattfinden. Allerdings kann es sein, dass auf der Tagung schon Vorgespräche und Vereinbarungen zu zukünftigen Projekten stattgefunden haben. Damit solche Projektideen nicht „im Sand verlaufen“, können sie nach

	Konferenz auf der OCP wieder aufgegriffen werden.
Funktionale Anforderungen	<ol style="list-style-type: none"> 1. MSPT loggt sich mit Vorname, Nachname und Passwort auf der OCP ein und wählt den Bereich seines Special Tracks. (A1) 2. In jedem Special Track gibt es einen Newsbereich, zum Beispiel mit einem „Bulletin Board“ („schwarzes Brett“). Hier eröffnet MSPT ein Thema mit einer neuen Projektidee und ruft zur gemeinsamen Erstellung eines Projektantrags auf. RM können auf das Thema direkt eine Antwort posten und ihr Interesse bekunden. (B12) 3. MSPT tritt persönlich oder per E-Mail mit ADMIN in Kontakt und bittet um die Einrichtung eines geschlossenen Diskussionsbereiches (Forum, Chat oder Wiki) bis zum Datum xy (<i>oder</i> MSPT richtet ihn selbst ein). (D4) 4. MSPT vergibt Lese- und Schreibrechte nur an die Interessenten bzw. potentiellen Projektmitglieder, die inzwischen auf das Posting im Bulletin Board reagiert haben und an einer Mitgliedschaft im Projektteam interessiert sind. (A3) 5. MSPT sendet ein E-Mail an alle Interessenten, mit einem Hyperlink auf den geschlossenen Bereich und dem Passwort dafür. (B10) 6. Offizielle Projektergebnisse können auf der OCP veröffentlicht und im Newsbereich darauf aufmerksam gemacht werden. (B12)
Zusatznutzen/Potentiale	Durch die gemeinsame Erstellung eines Antrages entsteht eine stärkere Verbindung und Vernetzung zwischen den Beteiligten. Potential: Interessenten werden für andere RM sichtbar und werden eventuell auch wieder auf das Projekt angesprochen (Sichtbarkeit und Reputation).
Rechtfertigung	s.o., „Zusatznutzen/Potentiale“
Triggerung	Projektidee, Benötigung von Fördergeldern.
End-Zustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	Gemeinsamer Projektantrag in geschlossenem Bereich geplant und erstellt, Projektergebnisse auf der OCP veröffentlicht. <u>Hauptziel 3, Subziel 3.1</u> <u>Hauptziel 4, Subziel 4.1</u> <u>Hauptziel B, Subziel B.1</u> <u>Hauptziel C</u>
Ablaufabweichung	Es gibt nicht genug Interessenten für die Projektidee.

Use Case 11: Students Competition

	Use Case 11
	Students Competition Track
Zuordnung	I+II, Stufe 2
Akteure	MP, RM
Problembeschreibung	Auf der OCP soll ein „Students Competition Track“ im Vorfeld der Konferenz ausgeschrieben werden.
Detailbeschreibung	Der „Students Competition Track“ dient einem Wettbewerb zwischen Universitäten. International angereiste Gruppen von Studierenden erhalten eine Aufgabe zu einem speziellen Thema und die beste Lösung wird anschließend auf der Tagung präsentiert und prämiert.

Funktionale Anforderungen	MP: <ul style="list-style-type: none"> Ausschreibung des Wettbewerbs in den News des Portalbereichs. (B11) Anlegen eines temporären Forums für Fragen zur Competition im Vorfeld (ev. Wiki =Vorteil: gut geeignet für FAQ, keine redundanten Anfragen). (C4)
Nicht-funktionale Anforderungen	Projektplan für Organisation des Students Competition Track.
Zusatznutzen/Potentiale	Universitäten und einzelne Studenten haben die Chance zu mehr Reputation.
Rechtfertigung	„Nachwuchsforscher“ einbinden.
Endzustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	<u>Hauptziel 1, Subziel 1.1 bis 1.4</u> <u>Hauptziel 2, Subziel 2.3</u> <u>Hauptziel 3, Subziel 3.1</u>

Use Case 12: neuester Stand

	Use Case 12
	„Der neueste Stand“
Zuordnung	I, Stufe 2
Akteur	RM
Problembeschreibung	RM war schon längere Zeit nicht mehr auf der OCP eingeloggt bzw. aktiv und möchte möglichst umfassend nach verfolgen, was in seiner Abwesenheit auf der OCP passiert ist.
Detailbeschreibung	RM möchte wissen, ob sich etwas verändert hat, ob es neue Mitglieder oder Inhalte gibt, ob inzwischen Online-Diskussionen oder -Events stattgefunden haben und was die aktuellen Beiträge im Portalbereich und bei den Special Tracks sind.
Funktionale Anforderungen	<ol style="list-style-type: none"> RM meldet sich mit Vornamen, Nachnamen und Passwort auf der OCP an. (A1) Im Portalbereich gibt es auf der Startseite einen Newsbereich, der die Titel der drei letzten Dokumente zeigt, die in die digitale Bibliothek eingepflegt wurden („digital library on knowledge management topics“), der die Themen der drei letzten Online-Diskussionen im Portalbereich auflistet („community discussion area“) und der die „latest news“ zur Konferenz und zur OCP präsentiert („conference & community news“). (B11) Im Mitgliederbereich sind unter „latest changes“ die zuletzt aktualisierten Profile und die neuen RM der letzten Woche zu sehen (s. Use Case 3). (A2) In den Special Track-Bereichen gibt es jeweils eine Liste der „latest changes“, mit den letzten Diskussionsbeiträgen in Foren und den zuletzt hineingestellten Dokumenten in der „shared document area“. Die letzten Änderungen eines Weblogs/Wikis werden nur im Weblog/Wiki selbst angezeigt, auch die letzten Beiträge in geschlossenen Diskussionsbereichen können hier natürlich nicht aufgelistet werden. Darum gibt es in jedem Special Track-Bereich auf der Einstiegseite ein „Bulletin Board“ (s. Use Case 10). (B12) Möchte sich RM nicht immer auf der Plattform registrieren, um die Aktivitäten der Community zu verfolgen, können auch News Agents (Notifications/RSS Feed per Mail) für bestimmte Bereiche/Tools der OCP definiert werden, von

	denen man jedes Monat automatisch die Änderungen des gewünschten Bereichs erhält.
Nicht-funktionale Anforderungen	<ul style="list-style-type: none"> - Inhalte und Funktionen der dig. Bibliothek s. UseCase 5. - Im Diskussionsbereich des Portals kann in Foren, Chats, Weblogs und Wikis virtuelle Interaktion stattfinden. Foren haben Haupt- und Subthemen (können zeitlich begrenzt oder auf unbestimmte Zeit laufen), Chats sind an Zeiträume gebunden und ihre Historie oder eine Zusammenfassung davon steht im Nachhinein auf der OCP (es sei denn Instant Messaging ist im Portalbereich integriert, um jemand direkt „anzuchatten“ für eine Unterhaltung zu zweit), Weblogs laufen auf unbestimmte Zeit (je nach Zeitaufwand für Autoren, Gebundenheit an eine Aufgabe und Anzahl der Kommentare zu den Einträgen) und Wikis laufen ebenfalls auf unbestimmte Zeit (je nach Gebundenheit an eine Aufgabe und Aktivität der Benutzer). - In den „conference und community news“: <ul style="list-style-type: none"> ➤ wird an Deadlines zur Konferenz erinnert (participation, submission, review...), ➤ Besonderheiten der kommenden Tagung (z.B. spezielle Workshops, „conference blogging“) mit Verweis auf betreffende Webseiten angekündigt, ➤ neue Tools, Funktionen oder Diskussionsthemen auf der OCP werden vorgestellt (mit Hyperlink auf Forum), ➤ es wird auf virtuelle Diskussionen, Events und Inhalte anderer Online Communities (z.B. PWM, Knowledge Board) verwiesen und ➤ ein kleiner „Countdown“ wird hinuntergezählt, wie viele Tage es noch bis zur nächsten Konferenz sind. - In den einzelnen Special Track-Bereichen haben die RM mehr Mitgestaltungsmöglichkeiten als im Portal: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Es werden von MSPT und RM Face-to-Face Veranstaltungen angekündigt wie Vorträge, Podiumsdiskussionen, Workshops oder Tagungen, ➤ Es wird auf Berichte von RM zu Konferenzen im Special Track-Bereich verwiesen, ➤ Projektideen werden von MSPT oder RM kurz vorgestellt, um Gruppen für gemeinsame Aktivitäten zu bilden.
Zusatznutzen/Potentiale	Newsbereiche und „latest changes“-Listen sind gerade bei umfangreichen Portalseiten essentiell, da dadurch schnell wieder ein Überblick gewonnen werden kann, auch wenn die OCP länger nicht mehr besucht wurde.
Rechtfertigung	Newsfunktionen werden i.d.R. von allen RM nicht nur von denen genutzt, die lange nicht mehr auf der OCP anwesend waren. Use Case 12 soll jedoch einen Überblick geben, wo überall täglich Neues auf der OCP passieren kann.
Triggerung	„Wieder ins Geschehen der Community einsteigen wollen.“
Annahmen	Zu Foren können auch „E-Mail Notifications“ und zu Weblogs und Wikis können „RSS Feeds“ per E-Mail abonniert werden, um detaillierteres, themenbezogenes Geschehen in bestimmten Tools zu verfolgen, ohne sich dafür extra auf der OCP einloggen zu müssen.

End-Zustand erfolgreich; Zurückführung Ziele	RM ist darüber informiert, was sich alles in seiner Abwesenheit auf der OCP getan hat. <u>Hauptziel 4, Subziel 4.1</u>
Ablaufabweichung	-

Use Case 13: Diskussionsbereich PC

	Use Case 13
	Diskussionsbereich PC
Zuordnung	II, Stufe 1
Akteur	MSPT
Problembeschreibung	MSPT möchte für die Mitglieder des PC des aktuellen Special Tracks einen geschlossenen Diskussionsbereich einrichten.
Detailbeschreibung	Aus den Informationen zur Bewertung der Papers kann oft nicht heraus gelesen werden, welche Beweggründe für die Notenvergabe vorliegen. Durch das Einrichten eines geschlossenen Bereichs auf der OCP können Begutachter einander Einblick in ihre Arbeit gewähren, mit dem Ziel sich besser abzustimmen und damit ein einheitliches, faires Bewertungsniveau zu erreichen.
Funktionale Anforderungen	Vph: <ol style="list-style-type: none"> 1. MSPT loggt sich mit Vorname, Nachname und Passwort auf der OCP ein. (A1) 2. MSPT wählt den Bereich seines Special Tracks aus und greift dort auf die Datenbank „Teilnehmer“ zu. (A3) 3. In der Teilnehmerdatenbank des Special Tracks kann nach dem Kriterium „PC member“ und Jahreszahl gefiltert werden und es gibt jährlich eine eigene Mailingliste für die Mitglieder des PC. (Alternative: MSPT sieht auf der I-KNOW Homepage, welche Personen für den Special Track der kommenden Tagung im PC vertreten sind. Er sendet ein E-Mail an MP und fragt nach den Mailadressen der Personen. = aufwendig.) (A3) 4. MSPT tritt persönlich oder per E-Mail mit ADMIN in Kontakt und bittet um die Einrichtung eines geschlossenen Diskussionsbereiches (Chat, Forum oder Wiki) bis zum Datum xy. (D4) 5. MSPT vergibt Lese- und Schreibrechte nur an die Mitglieder des PC seines Special Tracks. (A4) 6. MSPT sendet ein E-Mail an die Begutachter (Mailingliste) und lädt sie dazu ein, sich bis zur Beendigung des Reviewprozesses zu den Papers der diesjährigen I-KNOW auf der OCP auszutauschen.
Nicht-funktionale Anforderungen	Vph: Einladungs-/Infomail enthält: <ul style="list-style-type: none"> - Terminvorschläge (Datum, von-bis/Zeitraum wie Kalenderwoche xy), um sich in einem Chat auszutauschen (synchron), Verhaltensregeln im Chat („Chatiquette“) und Zusage/Absage bis Datum xy <i>oder</i> - keine Terminvorschläge, da der Austausch asynchron (Forum, Wiki...) stattfindet, d.h. nur Motivation zur Teilnahme und Bekanntgabe des Zeitraumes, in dem der Bereich verfügbar ist

	- Hyperlink zum geschlossenen Bereich und Authentifizierung (etwa Passwort)
Variante für den Haupttrack	<p>Vph:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. MP loggt sich mit Vorname, Nachname und Passwort auf der OCP ein. (A1) 2. Die diesjährigen Mitglieder des PC für den Scientific Track sind in einer eigenen Mailingliste eingetragen, die jährlich aktualisiert wird. 3. MP richtet ein geschlossenes Diskussionsforum im Portalbereich ein. (D3) 4. MP vergibt Lese- und Schreibrechte nur an die Mitglieder des PC des Scientific Track. (A4) 5. MP sendet ein E-Mail an die Begutachter und lädt sie dazu ein, sich in einem bestimmten Zeitraum zum Reviewprozess zur diesjährigen I-KNOW auszutauschen. <p>Vph: Einladungs-/Infomail enthält:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zeitraum mit Kalenderwoche(n) xy - Hyperlink zum geschlossenen Bereich und Authentifizierung (etwa Passwort)
Zusatznutzen/Potentiale	<p>Reduktion von Subjektivität bei der Bewertung von Beiträgen, Beratung von weniger routinierten Begutachtern durch erfahrene.</p> <p>Potentiale: Personen lernen sich vor der Konferenz virtuell kennen, treffen sich dann auf der I-KNOW persönlich, halten bis zur nächsten Konferenz über die OCP Kontakt und sind dann möglicherweise wieder im PC. Erarbeitete Inhalte sind im geschlossenen Bereich elektronisch dokumentiert und können (etwa als Zusammenfassung/Bericht) den nächsten Mitgliedern des PC als Grundlage zur Verfügung gestellt werden, um die Diskussion nicht immer von Grund auf zu beginnen.</p>
Rechtfertigung	Geographisch weltweit verteilten Personen den virtuellen Informations- und Wissensaustausch über eine gemeinsame Aufgabe ermöglichen.
Triggerung	Vorbereitung der I-KNOW, „Paper Submission Deadline“ ist abgelaufen.
Annahmen	<p>Zur gleichen Zeit (Chat) alle Mitglieder des PC in einem Chat zu versammeln schafft eine höhere Interaktionsdynamik als in asynchronen Foren. Bei diesen hat man dagegen länger Zeit über Antworten/Beiträge nachzudenken und ist nicht an punktuelle Termine gebunden.</p> <p>Ein Wiki schlägt die Brücke zwischen einem Chat und einem Forum. Durch das Schreibrecht für alle Benutzer kann beinahe die Dynamik eines Gruppenchats entstehen, während Gesprächsverläufe und die kollaborative Erarbeitung von Inhalten simultan dokumentiert werden (jede Veränderung kann in den „recent changes“ verfolgt werden). Eine sinnvolle Vergabe von Kategorien hilft, die erarbeiteten Inhalte zu strukturieren.</p> <p>Ein Forum oder Wiki ist für den Haupttrack angemessener als</p>

	ein synchrones Tool wie Chat, da auch die Anzahl der Personen im PC des Scientific Tracks höher ist als in einem einzelnen Special Track.
End-Zustand erfolgreich	Die Struktur des geschlossenen Bereichs ist definiert, die Zugriffsrechte sind vergeben und das Einladungs-mail ist ausgesendet.
Ablaufabweichung	Kein Bedarf zu diesem Austausch bei den Mitgliedern des PC.

Use Case 14: Diskussion PC

	Use Case 14
	Beispiel Diskussion PC
Zuordnung	II, Stufe 1
Akteur	PCM
Problembeschreibung	PCM möchte sich mit anderen Begutachtern zu den Einreichungen einer der Special Tracks austauschen und weiß von einer Möglichkeit dazu auf der OCP, da er von MSPT darüber informiert wurde.
Detailbeschreibung	PCM erwartet sich virtuelle Diskussionen über Bewertungskriterien, die Akzeptanzrate und die Qualität der Papers im Vergleich zum letzten Jahr. Auch in unterschiedlichen Schreib- und Sprachstilen (z.B. unterschiedliches Englisch) und thematischen Trends, die sich heuer herauskristallisiert haben, sieht PCM viel Gesprächsstoff.
Funktionale Anforderungen	<ol style="list-style-type: none"> 1. PCM meldet sich mit Vorname, Nachname und Passwort auf der OCP an und wählt den Bereich des Special Tracks. 2. Dort wählt PCM den Hyperlink zur „Restricted Groups` Area“ und darin „PC members 2006“. Das Passwort, das PCM zuvor in dem Einladungs-mail von MSPT erhalten hat, wird abgefragt. 3. In einem Wiki sind zunächst als Hauptkategorien die Namen der diesjährigen Special Tracks aufgeführt. PCM gelangt mit einem Klick auf den Namen des gewünschten Special Tracks zu einer Übersicht von dessen Subkategorien. Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> • Auf einer der Seiten (erscheint, wenn man eine Subkategorie wählt) wird gemeinsam eine Prioritätenliste der eingereichten Papers zum Special Track erstellt, um die am besten und die am schlechtesten bewerteten Beiträge auf einen Blick zu sehen. • Auf einer anderen Seite werden die wichtigsten Bewertungskriterien erarbeitet, • eine weitere Seite zieht einen thematischen und qualitativen Vergleich zu den Papers des Vorjahres.
Zusatznutzen/Potentiale	siehe Use Case 13
Rechtfertigung	siehe Use Case 13
Triggerung	Einladungs-/Infomail von MSPT erhalten.
Annahmen	In diesem Use Case hat sich MSPT gegen Chat und Forum entschieden.
End-Zustand erfolgreich	Strukturierte Inhalte wurden im Wiki erarbeitet und gleichzeitig dokumentiert.
Ablaufabweichung	Wiki wird nicht genutzt, kein Interesse der Mitglieder des PC.

10. Lebenslauf



Persönliche Daten

Name	Hofmann Birgit
Anschrift	1230 Wien, Anton Baumgartnerstr.44/C3/0303
E-Mail	birgit.hofmann@fh-burgenland.at
Geburtsdatum	22.08.1982, Wien

Ausbildung

1992 – 2000: GRG 23 BG und BRG XXIII, 1230 Wien, Ant. Baumg.str.123
Juni 2000: Reifeprüfung mit gutem Erfolg abgeschlossen
Okt.2000 - Juni 2001: Studium der Soziologie und Pädagogik, Universität Wien
Okt. 2001- Juni 2005: Studium an der Fachhochschule für Informationsberufe,
Eisenstadt, Vertiefungsrichtung „Knowledge Management“

Praktika

01.07. – 15.08.2002 bei WAVE Solutions Information Technology GmbH
IT-Abteilung, Mitarbeit im Projekt „Bank zum Erfolg“

02.08.2004 – 17.12.2004 bei Festo AG & Co. KG in Stuttgart
Abteilung „IS-KM“, Mitarbeit im Pilotprojekt „Communities of Practice“

Projekterfahrung

1. Anwendungsprojekt: Februar – Juni 2002 „Analyse und Verbesserung des FHIB-Images“
2. Anwendungsprojekt: September 2002 – Juni 2003 „Erstellung eines Marketingplans und eines Marketingprospektes für die „Landwirtschaftliche Fachschule Eisenstadt“
3. Anwendungsprojekt: September 2003 - Juni 2004 „Recherche, Analyse und Erstellung von Fallstudien zu Informationsvisualisierung im Wissensmanagement“ (FH plus - Projekt)