

Diplomarbeit
Pascal Jeschke



Wissensaustausch in Online-Foren

Ludwig-Maximilians-Universität München
Sozialwissenschaftliche Fakultät
Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades eines Diplom-Soziologen

Wissensaustausch in Online-Foren

Aufgabensteller:
Prof. Dr. Hans Pongratz

Betreuer:
Prof. Dr. Uwe Wilkesmann

Vorgelegt von:
Pascal Jeschke
Schulstraße 15
80634 München
Matrikelnummer 77705851

Vorgelegt am: 2. Mai 2007

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich diese Arbeit selbständig verfasst, keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und alle wörtlich und sinngemäß übernommenen Textstellen als solche kenntlich gemacht habe. Dies gilt auch für die in der Arbeit enthaltenen Zeichnungen, Skizzen und graphischen Darstellungen.

München, 2. Mai 2007

Pascal Jeschke

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
1.1	Problemstellung	3
1.2	Vorgehensweise	5
2	Das Internet	7
2.1	Allgemeines	7
2.2	Synchrone Dienste	9
2.3	Asynchrone Dienste	9
2.3.1	Mailinglisten	11
2.3.2	Newsgroups	11
2.3.3	Newsboards	12
2.4	Das Flashforum	16
3	Wissen	23
3.1	Wissensgesellschaft	23
3.2	Daten	26
3.3	Information	26
3.4	Wissen	27
3.4.1	Explizites Wissen	28
3.4.2	Implizites Wissen	28
3.5	Generierung neuen Wissens	29
4	Tauschtheorie	33
4.1	Grundannahmen zur Tauschtheorie	33
4.2	Die Tauschtheorie	33
5	Austausch in Online-Foren	41

5.1	Die Geschenk-Ökonomie	41
5.2	Die Kollektivgutproblematik	41
6	Motivation	47
6.1	Allgemeines	47
6.2	Intrinsische Motivation	48
6.3	Extrinsische Motivation	51
6.3.1	Direkte externe Anreize	53
6.3.2	Aufbau positiver Reputation	54
6.3.3	Erwartete Reziprozität	55
6.3.4	Der Lerneffekt	56
6.4	Glaube und Ziel-Internalisierung	57
6.5	Interpersonelle Beziehungen	58
6.6	Handlungsroutinen	59
7	Methodik	61
7.1	Wahl des Forschungsdesigns	61
7.2	E-Mail-Interviews: Chancen und Risiken	63
7.3	Auswahl der Interviewpartner	70
7.4	Konstruktion des »Leitfadens« und Ablauf der Interviews	74
7.5	Auswertung der Interviews	75
8	Forschungsergebnisse	77
8.1	Kosten	77
8.1.1	Kostenfaktor Zeit	77
8.1.2	Konkurrenz	80
8.1.3	Sonstige Kosten	81
8.2	Nutzen	82
8.2.1	Motivation Interesse	82
8.2.2	Intrinsische Motive	85
8.2.3	Extrinsische Motive	91
8.2.4	Glaube und Ziel-Internalisierung	108
8.2.5	Interpersonelle Beziehungen	112
8.2.6	Handlungsroutinen	115
9	Resumé	117

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Was vor rund 250 Jahren anging, kommt durch das Internet vielleicht seiner Vollendung ein Stück näher. Zu jener Zeit wurde die erste Enzyklopädie mit dem Namen »Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers« herausgegeben, mit der Absicht, Wissen zu sammeln das für jeden zugänglich ist (Lehmann 2004). Das ist auch der Grundgedanke des Internets. Die vergleichbar geringen Kosten für Computer Hardware und Internet bieten eine vorher nie dagewesene Infrastruktur für den Wissensaustausch. Aufgrund der Kommunikations- und Speicherfähigkeiten von Computern wird der Umgang mit Wissen gefördert. Die entsprechenden Dienste des Internets vernetzen die Menschen weltweit miteinander (Davenport und Prusak 1998) und werden zu »Räumen der Wissensproduktion« (Lehmann 2004, S. 28), da sie während ihres Bestehens unschätzbare Wissensbestände aufbauen und diese »punktgenau auf bestehende Fragen zuschneiden« (Lehmann 2004, S. 28) können. So entstehen beispielsweise unendlich viele Online-Foren zu jedem erdenklichen Thema weltweit, in denen Wissensbestände von unschätzbarem Wert getauscht und generiert werden. Dabei werden »die geschaffene Reputation, das aufgebaute Vertrauen und die erworbene Macht [...] immer wichtiger werdende Ressourcen im Zugriff auf Wissen« (Lehmann 2004, S. 28). Die erste Enzyklopädie vor 250 Jahren und das Internet heute sind mitunter wichtige Umbrüche auf dem Weg zu einer Wissensgesellschaft.

Was versteht man aber unter einer Wissensgesellschaft? In der Wissensgesellschaft wird neben Grundbesitz, Arbeitskraft und Kapital das Wissen zur wichtigsten Ressource (Paal et al. 2005). Wissen wird also gleichbedeutend

mit Macht. Wer über einen großen Wissensfundus verfügt, besitzt auch Macht. Das gilt auf individueller, institutioneller wie auch auf gesellschaftlicher Ebene. Damit wird die Vermehrung von Wissen zu einem Ziel für Individuen, Institutionen und Gesellschaften. Voraussetzung für die Vermehrung von Wissen ist der Tausch von Daten, Information und Wissen. Nur so kann neues Wissen generiert werden. Durch das Internet verliert das Wissen seine zentrale Beherrschbarkeit und eröffnet völlig neue Möglichkeiten zur Generierung neuen Wissens.

Dieser Wissensaustausch findet zum Beispiel in besagten Online-Foren statt. Allerdings wird mit dem Tausch aus individueller Sicht immer auch ein Stück Macht abgegeben, denn der Geber ist nun nicht mehr alleiniger Träger des Wissens. Bringen wir an dieser Stelle noch die Tauschtheorie ins Spiel, die auf den Punkt gebracht eine zentrale Aussage besitzt: mit jeder Handlung möchte ein Akteur stets einen Nutzensgewinn erzielen. Dabei werden Kosten und Nutzen wie in einer Gleichung gegenübergestellt und diejenige Handlungsalternative gewählt, die einen Nutzensgewinn erwarten lässt. Das Wissen in einem Online-Forum ist öffentliches Gut, denn potentiell kann jeder davon in gleicher Weise profitieren, auch wenn er selbst dazu nichts beigetragen hat. Aus individueller Sicht erscheint es auf den ersten Blick am nützlichsten, wenn man von dem Gut profitiert, aber nichts dazu beiträgt. Wenn niemand etwas beiträgt, kommt ein solches Gut gar nicht erst zu Stande, wir sprechen dann von einem Kollektivgutdilemma (»Tragedy of the Commons«, Hardin 1968). Um diesem Dilemma zu entgehen, müssen die Mitglieder des Forums motiviert sein, ihr Wissen zu teilen. Unter einem Motiv, eine Handlung auszuführen, verstehen wir das Ausüben einer Handlung zur Erlangung eines Nutzensgewinns. Worin liegt dieser Nutzensgewinn beim Geben von Wissen? Oder anders formuliert, wieso tauschen Individuen in Internetforen ihr Wissen? Dieser Frage möchte ich in dieser Arbeit nachgehen.

Die Arbeit erlaubt auch Einblicke in die allgemeinere Frage wieso Individuen generell Wissen tauschen. Was den Fokus dieser Arbeit aber so interessant macht, ist die Tatsache das sich in Online-Foren Individuen treffen, die in der Regel etwas gemein haben, sei es Hobby oder Beruf. Dementsprechend stehen die Mitglieder in direkter Konkurrenz zueinander,

was im Leben außerhalb des Internets nicht immer der Fall ist, wenn es um Wissensaustausch geht.

1.2 Vorgehensweise

Zur Beantwortung der Frage stelle ich zunächst die für diese Arbeit wichtigsten Dienste des Internets vor. Anschließend gehe ich genauer auf die bereits erwähnte Wissensgesellschaft ein und kläre die Unterschiede zwischen Daten, Information und Wissen. Im theoretischen Teil dieser Arbeit soll geklärt werden, weshalb Individuen ihr Wissen in Online-Foren tauschen. Grundlage dazu ist die bereits angerissene Tauschtheorie, die damit sozusagen den theoretischen Rahmen um die gesamte Arbeit bildet. Wir gehen also stets davon aus, dass ein Nutzengewinn erzielt werden soll und stellen uns stets die Frage, wie ein Nutzengewinn in einem Online-Forum durch das Teilen von Wissen erzielt werden kann. Mögliche Gründe für den Wissensaustausch sollen in dem Kapitel zur Motivation geklärt werden. Die theoretischen Motive wurden überwiegend aus der Literatur zu Open-Source-Software und Wissensmanagement erlangt. Schließlich soll im letzten großen Teil dieser Arbeit auch die Frage geprüft werden, ob die theoretischen Erkenntnisse auch praktisch für die Mitglieder eines Online-Forums gelten. Außerdem sollen durch die Studie die theoretischen Erkenntnisse vertieft und erweitert werden. Da dieses Feld noch weitestgehend unerforscht ist, wählte ich als Erhebungsmethode das qualitative Interview. Dazu wurden neun Mitglieder des Online-Forums »Flashforum« per E-Mail interviewt. Prinzipiell aber sollte die Befragung in jedem Forum möglich sein. Die Methode des qualitativen E-Mail-Interviews ist noch sehr neu, weshalb die Vor- und Nachteile einer solchen Erhebungsmethode diskutiert werden. Für Hintergrundinformationen wurde zusätzlich ein Experteninterview mit einem der Betreiber des Forums geführt. Der Betreiber gilt als Experte, da er zum einen Mitglied des Forums ist, zum anderen auch außenstehender Beobachter. Er verfügt über »Insider-Wissen« und einen privilegierten Zugang zu Informationen über die Mitglieder des Flashforums (Meuser und Nagel 2005). Die Ergebnisse des Experteninterviews gelten als Fakt und fließen ohne weitere Angaben in diese Arbeit mit ein.

2 Das Internet

2.1 Allgemeines

Der Ursprung des Internets geht auf das Militär zurück, das bereits in den 60er Jahren damit arbeitete. Ab 1969 weitete sich die Benutzung auf den akademischen Bereich aus. Ab 1993 wurde das Internet schließlich für die allgemeine Öffentlichkeit zugänglich (Dahinden 2001) und damit zur jüngsten Kommunikationsrevolution (Wilke 2002).

Das Internet wird gerne als »Netz der Netze« beschrieben (Dahinden 2001). Damit ist gemeint, dass durch einen gemeinsamen Standard, das TCP/IP-Protokoll, eine Kommunikation zwischen verschiedenen Computernetzwerken ermöglicht wird (Dahinden 2001). Zuerst entstanden so genannte »Local Area Networks« (LAN), später dann »Wide Area Networks« (WAN) (Wilke 2002). Durch diese dezentrale Vernetzung (es gibt keinen Zentralcomputer) hat das Internet quasi eine »anarchische Struktur«. Es fehlt de facto eine hierarische Kontrollinstanz, womit das Internet auf seine Selbstregulierung angewiesen ist (Wilke 2002). Die Kommunikation im Internet läuft ausschließlich entkörperlicht ab, ist nicht an Räume gebunden, häufig anonym und nicht stigmatisiert (Gräf 1997).

Zur Nutzung des Internets bzw. den darin bereitgestellten Diensten »benötigt man einen PC, eine Telefonverbindung¹ und eine IP (Internet Protocol)-Adresse.« (Wilke 2002, S. 307).

Das Internet ist eine interaktive und kommunikative Plattform, auf der User digitale Informationen einfach und kostengünstig lagern, abrufen und austauschen können (Hemetsberger 2003). Damit hat das Internet zwei Stärken: zum einen das *Informationsangebot*, das potentiell für jeden

¹Es gibt auch Internet-Provider welche einen Fernsehkabelanschluss verwenden.

zugänglich ist und zum zweiten die *Kommunikationsmöglichkeit*, um die Informationen einzustellen und auszutauschen (Frenko 2002).

Weiterhin ergeben sich durch das Internet entscheidende Veränderungen in den persönlichen Netzwerken der Individuen moderner Gesellschaften (Gräf 1997). Ein persönliches Netzwerk sind dabei »alle Personen, mit denen ein Akteur direkt oder über mehrere Stufen verbunden ist« (Gräf 1997, S. 102). Durch den Dienst E-Mail beispielsweise wird Kontaktaufnahme und -pflege erleichtert und verbilligt. Neue Gemeinschaften, geprägt von einem gemeinsamen Hobby, Interesse oder Beruf ergeben sich und bilden virtuelle Treffpunkte für Diskussion und Austausch. Diese Treffpunkte verknüpfen die beiden erwähnten Stärken des Internets miteinander, indem Information und Wissen eingestellt und ausgetauscht wird. Über Suchmaschinen, Vermittler und Verzeichnisse können Gesprächspartner gefunden werden, die sonst niemals erreicht würden. Es kommt damit zu einer Zunahme an Kontakt(aufnahm)en und Interaktionen (Gräf 1997). Nicht auszuschließen sind auch sich daraus bildende echte Freundschaften, die den Cyberspace auf kurz oder lang verlassen könnten. Damit vergrößert sich das soziale Netzwerk und es kann erwartet werden, dass sich komplett voneinander getrennte Freundeskreise u. ä. ergeben. Eine solche Strukturänderung gab es bereits schon durch das Telefon oder das Personenkraftfahrzeug. Dem Individuum ist es durch die neuen Technologien möglich, nicht mehr ausschließlich mit denselben Personen zu interagieren, sondern je nach Aktivität den Interaktionspartner zu wechseln (Gräf 1997). Da sich das Individuum im Internet auch eine komplett neue Identität ausdenken kann, kann es zu getrennten Welten kommen (Gräf 1997).

Aber auch der bestehende Kernbereich des persönlichen Netzwerkes kann durch die neuen Medien gefestigt werden (Gräf 1997). Einfachheit, Billigkeit und Schnelligkeit sind dabei die entscheidenden Vorteile gegenüber den »alten« Kommunikationsmitteln. Dahingegen wird es im erweiterten Bereich des Netzwerkes zu einer zunehmenden Fluktuation kommen, da Online-Gemeinschaften durch geringe Austrittsschranken eine höhere Fluktuation aufweisen als Gemeinschaften in der realen Welt (Gräf 1997). Durch die Vergrößerung des persönlichen Netzwerkes, vor allem in Form von Mitgliedschaften bei Online-Gemeinschaften, kommt es zu einer Zunahme des

sozialen Kapitals (Gräf 1997). Die Mitglieder, auf die im Bedarfsfall zurück gegriffen werden kann, bilden einen Fundus an Ressourcen, die im realen Leben niemals erreicht werden können.

Im Folgenden sollen die verschiedenen, teils schon kurz erwähnten, Dienste des Internets knapp vorgestellt werden. Dabei beschränke ich mich auf diejenigen Dienste, die mir für meine Forschungsfrage als relevant erscheinen.

2.2 Synchroner Dienste

Synchrone Kommunikation ist nicht zeitversetzt, sondern findet »in dialogischer Form nahezu zeitgleich« statt (Döring 2003, S. 80), wie zum Beispiel ein Telefonat in der Offline-Kommunikation. Zu den synchronen Diensten des Internets zählen Internet-Telefonie, Instant-Messaging, Chats, Internet-Videokonferenzen, Multi User Domains, Online-Spiele, Online-Tauschbörsen und Websites (Döring 2003). Auf diese Dienste soll in dieser Arbeit nicht weiter eingegangen werden, denn sie betreffen meine Forschungsfrage nur am Rande. Die synchronen Dienste wurden nur der Vollständigkeit halber aufgeführt. Näheres zu den Diensten findet man unter anderem bei Döring (2003).

2.3 Asynchrone Dienste

Unter asynchroner Kommunikation versteht man eine zeitversetzte Kommunikation. »Eine Person hinterläßt eine Nachricht, die zu einer anderen Zeit von einer anderen Person gelesen und beantwortet wird.« (Gräf 1997, S. 101) Ein Beispiel abseits des Internets ist der postalische Briefverkehr. Zu den asynchronen Diensten des Internets zählen E-Mail, Mailinglisten, Newsgroups, Newsboards und Websites (Döring 2003). In dieser Arbeit soll nicht auf jeden einzelnen Dienst eingegangen werden. Genauer dazu findet man zum Beispiel wieder bei Döring (2003). Ich gehe nur näher auf Newsboards (Internetforen) ein und Dienste, die ihnen ähneln und damit Rückschlüsse auf meine Forschungsfrage erlauben.

Bei den hier genannten asynchronen Diensten gilt: Nicht der Anbieter stellt die eigentlichen Inhalte, sondern der User. Damit verschmelzen

Inhalt und Kommunikation miteinander. Der Anbieter (zum Beispiel Foren-Betreiber) liefert die dafür nötige Plattform (Frenko 2002). Diese Dienste stehen also im Gegensatz zu Webseiten, bei denen die Inhalte in der Regel durch die Betreiber bereit gestellt werden. Ebenso verfügen die unten genannten Dienste »über virtuelles, also nur potentiell vorhandenes, erst abzufragendes und zu generierendes Wissen.« (Lehmann 2004, S.24) Erst durch Kommunikation, Mitgliedschaften und Zugang wird dieses Wissen zugänglich (Lehmann 2004). Dies steht ebenso im Gegensatz zu Webseiten, bei denen die Inhalte bereits verfasst sowie öffentlich sind und potentiell jedem zugänglich.

Die besagten und im folgenden erläuterten Dienste lassen sich nach Lehmann (2004) durch folgende Punkte kennzeichnen: (a) thematische Orientierung, (b) untereinander wenig Berührungspunkte und (c) Erweiterung der sozialen und geografischen Grenzen der Mitglieder. Der wie bereits oben erwähnte sehr leichte Zugang zum Internet und zu den Diensten ist nach Lehmann ein Hauptgrund, warum sich diese Netzwerke großer Beliebtheit erfreuen. »Eine Mitgliedschaft ist in aller Regel jederzeit und unabhängig von Stellung, Ort, Zeit und Motivation ohne Hürden möglich« (Lehmann 2004, S. 25). Dennoch können gewisse Barrieren den Zugang zu den Diensten erschweren, wie beispielsweise der Gebrauch von Fachjargon (Lehmann 2004). Die theoretisch leichte Zugänglichkeit wird auch in der Praxis bewiesen: 84 Prozent von 1700 befragten Internetnutzern in den USA hatten bereits Kontakt zu einer Online-Gruppe (Lehmann 2004). In einer weiteren Studie (Leimeister et al. 2003)² wurde festgestellt, dass die Stichprobe von 644 Personen durchschnittlich knapp die Hälfte ihrer Online-Zeit in Com-

²Communities können dabei verschiedene Dienste des Internets umfassen, sind also nicht nur Online-Foren. Eine gemeinsame Definition von Online-Community oder virtueller Gemeinschaft existiert nicht. Die in der genannten Studie verwendete Arbeitsdefinition lautet wie folgt: »Eine virtuelle Gemeinschaft ist ein Zusammenschluss von Menschen, der durch eine technische Plattform ermöglicht wird. Grundlage und verbindendes Element der Gemeinschaft kann ein gemeinsames Interesse, ein gemeinsames Problem oder eine gemeinsame Aufgabe der Mitglieder sein, die auf Basis von impliziten oder expliziten Verhaltensregeln verfolgt werden. Die Interaktion der Mitglieder wird durch eine technische Plattform vermittelt und unterstützt, die den Aufbau von Vertrauen und einem Gemeinschaftsgefühl auch ohne die unmittelbare Präsenz ermöglicht.« (Leimeister et al. 2003, S. 4) Da diese Arbeit sich speziell auf Online-Foren bezieht, soll diese Definition nicht weiter verfolgt werden.

munities verbringt. Im Schnitt sind die befragten Personen Mitglieder von drei verschiedenen Communities. Männer sind dabei aktiver, schreiben also häufiger Beiträge als Frauen.

2.3.1 Mailinglisten

»Eine Mailingliste besteht aus einer Auflistung aller E-Mail-Adressen ihrer Mitglieder und einem Mailinglistenprogramm.« (Döring 2003, S. 58). Über eine Sammeladresse können alle Mitglieder auf einmal erreicht werden. Streng genommen ist die Mailingliste kein eigener Dienst des Internets, sondern nur eine Anwendung, da eine Mailingliste auf dem Dienst E-Mail basiert und keinen eigenen Dienst benötigt (Döring 2003). Mailinglisten können entweder offen für jedermann sein oder zulassungsbeschränkt. Des weiteren gibt es unmoderierte und moderierte Mailinglisten, in denen eine E-Mail³ nur nach vorheriger Überprüfung durch einen Moderator (menschlich oder maschinell) versendet wird (Döring 2003). In Mailinglisten besteht die Gefahr, dass passiv-rezeptive Mitglieder Beiträge lesen, aber selbst nichts beitragen. Man bezeichnet diese Mitglieder als so genannte *Lurker* (Döring 2003) oder auch *Freerider*. Durch Normen und Regeln, die üblicherweise in den »Frequently Asked Questions«⁴ festgehalten sind, werden Mitgliedschaft, Ausdrucksformen, Konfliktaustragung und vieles mehr geregelt (Döring 2003). Verstößt jemand gegen die Regeln, kann ein Ausschluss durch einen Moderator erfolgen. Mitglieder, die nur gelegentlich teilnehmen und sich weniger mit der Mailingliste definieren als »Hardcore-User« werden nicht die eigentliche Tiefe des Austausches feststellen können. Stark aktive Mitglieder hingegen können aus den Beiträgen viel mehr herauslesen. Ebenso werden ihre Anfragen zügiger beantwortet (Döring 2003).

2.3.2 Newsgroups

In Newsgroups werden Nachrichten nicht via E-Mail versendet, sondern auf speziellen News-Servern zum Abruf bereit gestellt. Der User braucht einen Newsreader, der bereits in vielen E-Mail-Clients integriert ist, um auf

³In Mailinglisten nennt man das einen »Post«.

⁴»Frequently Asked Questions« auch »FAQ« oder »Häufig gestellte Fragen« genannt.

die Nachrichten (Posts) zugreifen zu können (Döring 2003). Die inhaltliche Bündelung von Themen gleicher *Posts* nennt man *Thread* (Döring 2003).

Newsgroups gibt es im Unterschied zu den Mailinglisten nur in einer offenen Form. Jeder kann also teilnehmen. Moderatoren sind aber auch hier möglich (Döring 2003).

Alte Beiträge werden über einen längeren Zeitraum gespeichert, so ist der Abruf von Informationen auch für »Nachzügler« problemlos möglich (Döring 2003).

Es ist zu beachten, dass ein Großteil der Nutzer zu den Lurkern gehören, also nur Beiträge lesen und selbst keine Antworten geben. Als *Poster* bezeichnet man die Nutzer, die auch Antworten schreiben (Döring 2003).

2.3.3 Newsboards

Newsboards sind Web-basierte Newsgroups bzw. Online/Internet-Foren und der eigentliche Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit. Eine weitere Bezeichnung für eine Newsgroup ist das »Bulletin Board«, übersetzt »Schwarzes Brett«. Online-Foren können parallel zum regulären Inhalt einer Webseite auftreten, wie beispielsweise ein begleitendes Forum zu einer Fernsehserie auf pro7.de, aber auch alleiniges Ziel einer Webseite sein, so zum Beispiel das Flashforum (Döring 2003). Im Jahre 2001 nutzten von 28,2 Millionen deutschen Onlinern, die älter als 14 Jahre alt sind, 23 Prozent mindestens ein mal pro Woche Online-Foren und Chats. In der Gruppe der 14- bis 19-jährigen waren es 59 Prozent (Döring 2005).

Ein Internetforum widmet sich üblicherweise einem bestimmten Thema oder ist nach Themen und Unterthemen in einzelne Unterforen unterteilt. Auch hier sprechen wir von *Postings*, also Diskussionsbeiträgen und von *Threads*, der inhaltlichen Bündelung themengleicher Postings.

Newsboards können vom Admin und den Moderatoren moderiert werden (Döring 2003), indem entsprechende Einträge geändert, Diskussionen am laufen gehalten und auch gegebenenfalls die oben genannten Löschungen durchgeführt werden.

Der Tausch von Information und Wissen erfolgt in einem Online-Forum in drei Schritten (Lakhani und Hippel 2003). Im ersten Schritt wird die Frage formuliert, der Thread also eröffnet. Die gesuchte Information muss von einem

gewillten Mitglied gelesen und verstanden werden, um schließlich im dritten Schritt als Antwort gepostet zu werden. Damit ein Austausch stattfinden kann, muss mit den ersten Mitgliedern auch eine gewisse Grundlage an Wissen, insbesondere Fachkenntnis, vorhanden sein, und diese Experten müssen wiederum bereit sein, ihr Wissen zu teilen. Wenn das Wissen geteilt wird, tritt ein so genannter »Schneeballeffekt« ein: immer mehr Mitglieder verfügen über das gegebene Wissen und werden somit auch zu Experten, welche wiederum dieses Wissen mit immer mehr Mitgliedern teilen, die dann ebenso zu Experten werden usw. (Hemetsberger 2001).

Online-Foren können auf vielfältige Weise den Wissensaustausch unterstützen. Durch das Zusammentreffen von Menschen unterschiedlicher Herkunft, die sich im realen Leben wohl niemals getroffen hätten und die alle über verschiedene persönliche, fachliche und professionelle Erfahrungen, Kenntnisse, Hintergründe, Werte und Normen verfügen, entsteht ein enormer Wissenspool (Wilkesmann und Rascher 2003b). Sind die Mitglieder auch motiviert, ihr Wissen einzubringen, steht einem Wissensaustausch und damit einer Vermehrung des Wissens nichts mehr im Wege. Positiv unterstützt wird das durch weitere Funktionen von Online-Foren. So werden Beiträge automatisch archiviert und damit ein Abruf von Wissen zu jeder Tages- und Nachtzeit ermöglicht (Döring 2005). Ein Wissensaustausch kann sehr schnell stattfinden, so ist es beispielsweise durch die Interaktivität in Form von Hyperlinks möglich, auf externe Informationsquellen zu verweisen. Das spart Zeit und verknüpft weitere Wissensquellen mit dem Forum (Döring 2005).⁵ Die Qualität und Richtigkeit der Beiträge wird wechselseitig durch die Posts der anderen Teilnehmer geprüft, so ist es unwahrscheinlich, dass falsche Ratschläge und Hilfestellungen gegeben werden (Rascher und Wilkesmann 2003). An dieser wechselseitigen Kontrolle, kann sich jedes Mitglied beteiligen. Neben der Rezension der Beiträge des Anderen gibt es noch weitere Möglichkeiten der Kontrolle, beispielsweise der Zuspruch oder Abspruch des Expertenstatus, durch Zurückhaltung gegenüber den Beiträgen bestimmter Mitglieder oder durch die Änderung von Beiträgen durch die Moderatoren oder des Administrators (Döring 2003). Die wechselseitige Beobachtung

⁵Doering bezieht sich hier auf Online-Chats, ich sehe das aber auch für Online-Foren als Gegebenheit.

dient auch der Einhaltung der aufgestellten Regeln. Durch Benutzernamen kann diese Kontrolle sehr leicht von innen, also durch die eigenen Mitglieder erfolgen, selten geschieht Kontrolle von außen. Durch die Archivierungsfunktion ist eine rückwirkende Kontrolle und auch Sanktion möglich (Kollock und Smith 1996). Während die Kontrolle im Internet sehr leicht, ja fast automatisch abläuft, sind die Sanktionierungsmöglichkeiten eingeschränkt. Formell besteht natürlich die Möglichkeit, Nutzer zu sperren oder gar zu löschen, allerdings kann niemand daran gehindert werden, sich unter anderem Benutzernamen erneut anzumelden. Die Sperrung der IP-Adresse könnte auch das verhindern, nur kann auch damit nicht ausgeschlossen werden, dass die Person an einem anderen Internetanschluss das Forum betritt.

Zu Newsboards gibt es keine zentralen Anlaufstellen, wie es bei Newsgroups der Fall ist (Döring 2003). Es gibt also kein Verzeichnis, in dem alle Foren aufgelistet sind. Wie viele Newsboards weltweit existieren ist deshalb nicht festzustellen. Möchte man ein Forum zu einem bestimmten Themengebiet ausfindig machen, muss man es per Suchmaschine suchen.

Newsboards laufen nicht auf News-Servern, sondern auf Web-Servern (Döring 2003). Dazu gibt es bereits fertig programmierte Software, die je nach Umfang auch von Nicht-Programmierern auf der eigenen Webseite eingebunden werden können. Eine bekannte und kostenlose Forensoftware ist beispielsweise »phpbb«⁶. »phpbb« bedarf in der Grundkonfiguration wenig Kenntnisse, wer aber diese flexible Software anpassen möchte muss sich etwas in die Materie einarbeiten. Der deutsche Anbieter »iphpbb« basiert auf der Software »phpbb« und bietet die Möglichkeit, »phpbb« auf kostenlosem Webspaces von »iphpbb« zu verwenden. Dafür muss der Admin sich lediglich registrieren, braucht aber keine technischen Kenntnisse. »iphpbb« wird durch Werbung finanziert. Das Flashforum verwendet das viel genutzte »vBulletin«-Board, eine kostenpflichtige, äußerst flexible und mächtige Foren-Software. Beide Forensysteme sehen äußerlich ähnlich aus, und durch ihre große Verbreitung prägen sie vermutlich entscheidend das Bild, das Menschen von einem Online-Forum in ihren Köpfen tragen. Einen eigen-

⁶»php« steht für die Programmiersprache php, auf welcher die Software basiert, und »bb« für Bulletin Board.

ständigeren Look wird man mit einer individuell programmierten Lösung erreichen.

Auf Rezipientenseite ist keine spezielle Software notwendig, lediglich ein Internetbrowser wird benötigt. In vielen Online-Foren ist eine Registrierung notwendig, um aktiv teilnehmen zu können. Lesen ist in der Regel allen Besuchern erlaubt, nur das Posten und das Durchsuchen der Beiträge wird nicht gestattet. Somit ist das gespeicherte Wissen effektiv nur den angemeldeten Usern zugänglich. Nicht registrierte Besucher können zwar Lesen, aber nicht Suchen. Auf der Suche nach einer Problemlösung kommt der Nutzer deshalb kaum um eine Registrierung herum. Dementsprechend gibt es viele Lurker, die zwar registriert sind, aber nur um zu lesen und zu suchen, nicht um zu schreiben. Viele der angemeldeten User könnten sich beispielsweise nur auf der Suche nach einem einzigen Problem angemeldet haben und dann nie wieder das Forum besuchen. Es ist möglich, diese User nach Ablauf einer gewissen Zeitspanne in der das Forum nicht besucht wurde (nach Vorwarnung) zu löschen. Möglich wäre auch eine Löschung unabhängig der Besuchsanzahl, sondern abhängig davon ob das Mitglied tatsächlich auch etwas beiträgt. Natürlich gibt es auch in Online-Foren komplett offene Foren, die das Lesen, Antworten und Suchen auch unregistrierten Mitgliedern ermöglichen.

Eine Registrierung geht oft, je nach Software oder Einstellungen, mit dem Anlegen eines Nutzerprofils einher. In diesem Profil werden persönliche Daten, teils sichtbar, teils nur für den Admin einsehbar, gespeichert. Manche dieser Punkte können verpflichtende Angaben sein (ohne die Angabe ist eine Registrierung nicht möglich), wie beispielsweise der vollständige Name und eine gültige E-Mail-Adresse oder freiwillige Angaben sein, wie Hobby, Beruf und Geburtsdatum. In den Profilen werden auch statistische Daten gespeichert, wie das Anmeldedatum oder die Anzahl der geschriebenen Posts. Es besteht weiterhin die Möglichkeit sämtliche Posts eines bestimmten Users aufzulisten. In der weiter oben genannten Software »vBulletin« wird das Anmeldedatum und die Anzahl der Posts bei jedem Post von jedem User innerhalb des Threads angezeigt. So wird für jedermann sichtbar, welches Mitglied besonders oder weniger aktiv, besonders lange dabei oder Neuling ist. Alt eingesessenen Mitgliedern, die besonders aktiv sind, könnte demnach

besonders viel Vertrauen entgegen gebracht werden, ihre Meinung also mehr zählen, als die eines so genannten »Newbies«, also neuen Users.

Döring (2005) teilt Chatter in verschiedene Gruppen gemäß ihrer Teilnahme am Chat-Geschehen ein: (a) Neulinge und Gelegenheitsgäste, (b) regelmäßige Teilnehmer und (c) Stammmutzer (»Regulars«). Ein Teil der Stammmutzer ist als Funktionsträger aktiv, zum Beispiel in Form des oben bereits erwähnten Moderators. Ich halte diese Gruppierung auch für Online-Foren sinnvoll und verwende die Begriffe deshalb für den weiteren Verlauf meiner Arbeit.⁷

2.4 Das Flashforum

Im Folgenden möchte ich genauer auf das Flashforum eingehen, da meine Forschungsfrage später exemplarisch an diesem Forum untersucht werden soll.

So stellt sich das Flashforum auf seiner Startseite selbst dar: »Das Flashforum ist eine der größten unabhängigen Ressourcen zum Thema Webdesign und neue Medien mit dem Schwerpunkt auf Macromedia Flash⁸. Im Flashforum finden Sie Antworten auf Ihre Fragen zu Flash. Natürlich können Sie auch Ihre eigenen Fragen stellen. Mehr als 1 500 000 monatliche Seitenabrufe und über 78 000 Mitglieder⁹ teilen ihre Erfahrungen und ihr Wissen im Flashforum. Außerdem veranstalten die Betreiber und Mitglieder des Forums in regelmäßigen Abständen große Treffen, die wir in unserem Newsletter ankündigen.« (Wolter und Thiele 2006, www.flashforum.de) Das Flashforum ist ein deutschsprachiges Forum, englischsprachige Pendant zum Thema Flash gibt es natürlich auch.

⁷»Stammmutzer« steht in meinem Fall nicht nur für eine häufige Besuchszahl des Forums, sondern selbstverständlich auch für viele Beiträge. Der Begriff »Gelegenheitsgast« könnte vom Namen her ausschließen das es sich bei den Gelegenheitsgästen auch um Lurker handeln könnte. Diese Gruppe schließe ich natürlich nicht aus, aber ich möchte mit dem Begriff »Lurker« niemanden zu Nahe treten, denn ein Mitglied das zwar wenige Beiträge schreibt ist nicht zwangsläufig ein Lurker, sondern kann tatsächlich auch ein seltener Gast des Forums sein. Unter Gelegenheitsgast verstehe ich also Gelegenheitsgäste im eigentlichen Sinne und Lurker.

⁸Macromedia wurde von Adobe kürzlich gekauft. Dementsprechend lautet mittlerweile die korrekte Bezeichnung Adobe Flash.

⁹80 263 Mitglieder am 16.03.2007, 13 Uhr.

Flash ist eine Entwicklungsumgebung zur Erstellung multimedialer Inhalte, zum Beispiel Webseiten, CDs/DVDs und Präsentationen, die mit Animationen, Sound und Videos gefüllt werden sollen. Es ist klar, dass in diesem Zusammenhang eine Menge Fragen auftauchen, genau da setzt das Flashforum an.

Ursprünglich wurde das Flashforum von Sascha Wolter als Ergänzung seines Buches »Flash 4.0« gegründet, um dort die häufig gestellten Fragen zu bündeln und zu beantworten. Die Seite wurde erweitert, als die Fragen rege Diskussionen hervorriefen und auch andere Besucher darum bemüht waren, die gestellten Fragen zu beantworten. Später stieß Marc Thiele hinzu, und das Forum wurde und wird nach und nach weiter ausgebaut.

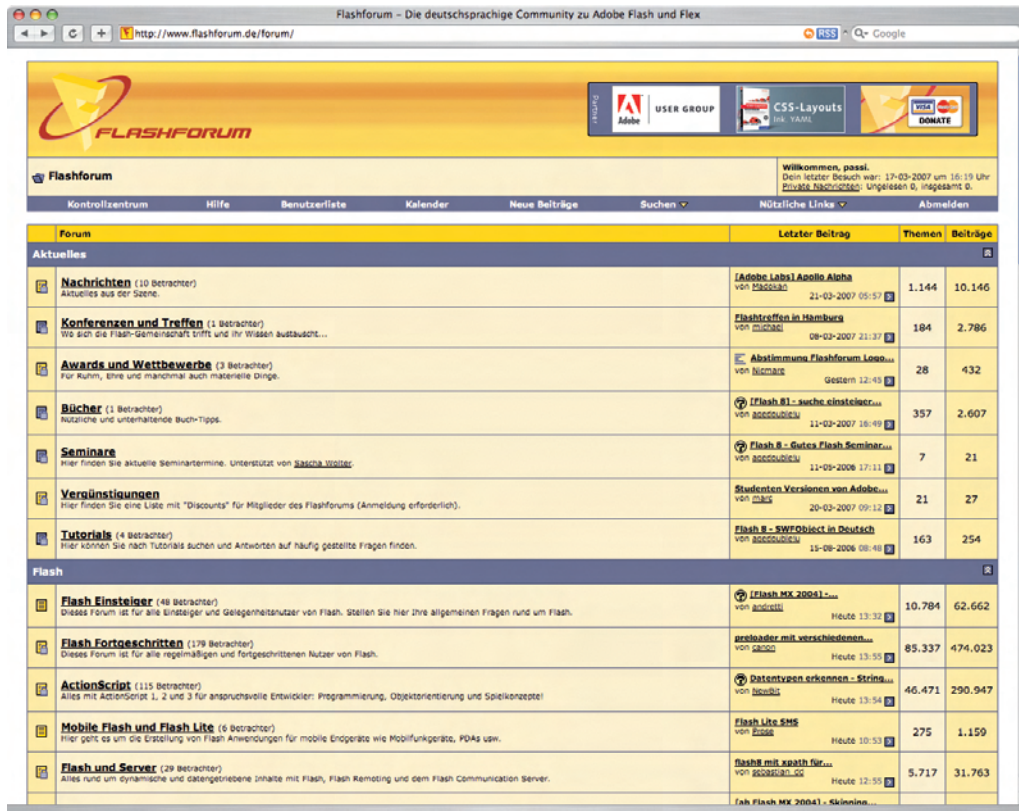


Abbildung 2.1: Die Startseite des Forums

Abbildung 2.1 zeigt die Startseite des Forums, von der aus alle Boards, oder anders formuliert Unterforen, erreicht werden können. Boards fassen die verschiedenen Themen des Forums zu einer sinnvollen Übersicht zusammen.

Im Flashforum sind die Boards breit gefächert. So sind natürlich die Boards rund um Flash der eigentliche Kern des Forums. Diese Boards beinhalten auch die größte Anzahl an Beiträgen, beispielsweise die Boards »Flash Einsteiger«, »Flash Fortgeschrittene« und »Actionscript«. Neben den Flash Boards gibt es weitere Unterforen etwas weiter abseits vom Thema, zum Beispiel »Gestaltungstheorien« oder auch die »Job«-Boards, in denen mitunter auch Jobs gegen Bezahlung und Festanstellungen angeboten werden. Abbildung 2.2 zeigt eines dieser Boards, in diesem Fall das Board für »Flash Einsteiger«.

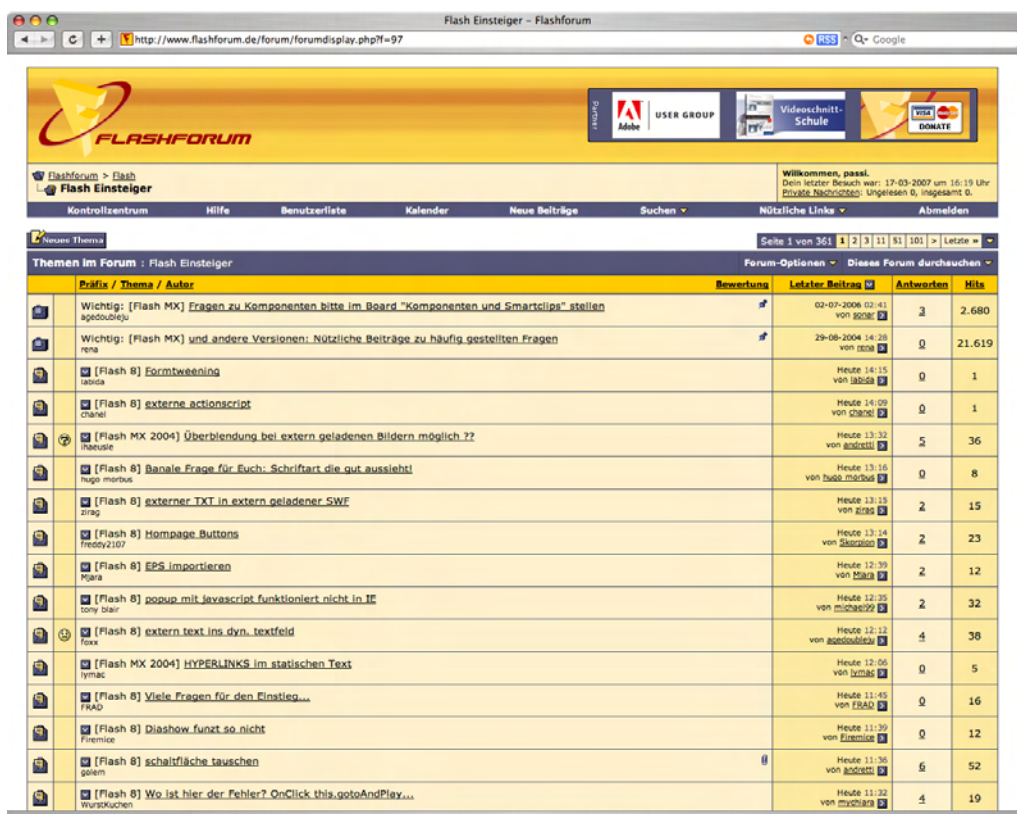


Abbildung 2.2: Das »Flash Einsteiger« Board

Jedes Board enthält so genannte *Threads*, also Themen. Abbildung 2.3 zeigt einen beliebig ausgewählten Thread aus dem Board »Flash Einsteiger«. In der Regel besteht ein Thread aus einer Frage und die sich darauf beziehenden Beiträge bzw. Antworten. Beiträge nennt man auch *Posts*. Ich schreibe »in der Regel«, da es durchaus auch Threads gibt, die keine Fragen darstellen, sondern nützliche Information für die Mitglieder bereitstellen,



Abbildung 2.3: Ein beliebiger ausgewählter Thread im »Flash Einsteiger« Board

zum Beispiel Neuigkeiten. In Abbildung 2.3 sieht man die drei Schritte des Wissensaustausches nach Lakhani und Hippel (2003): Formulierung der Frage, also Eröffnung des Threads von einem Hilfesuchenden Mitglied, Frage wird von einem gewillten Mitglied gelesen und verstanden, Helfender postet eine Antwort. Warum der Helfer hilft, soll später geklärt werden. Ein mögliches Motiv zu antworten könnte der spätere Verlauf des Threads sein. Dieser kann auf vielfältige Weise fortgesetzt werden. Falls die Lösung geholfen hat, könnte der Thread beispielsweise mit oder ohne einem »Dankeschön« beendet werden, sogar T-Shirts und Bücher kamen als Dankeschön bereits vor.¹⁰ Häufig werden auch Diskussionen um den Lösungsvorschlag entfacht,

¹⁰Die Forensoftware vBulletin, auf der das Flashforum basiert, besitzt sogar eine »Danke«-Funktion. Per Button können User damit automatisiert ein Dankeschön »ausprechen«. Unter dem Post erscheint dann eine Nachricht, unter dem Motto »User X sagt User Y Danke«. Diese Funktion ist allerdings im Flashforum nicht aktiv.

aus denen auch der Helfende etwas gewinnen kann. Leider aber bleibt laut Aussage des Betreibers häufig ein Dankeschön aus.

Auf der Startseite (Abbildung 2.1) wird die Gesamtzahl an Themen und Beiträgen jedes Forums bzw. Boards angezeigt. Innerhalb eines Threads wird der Benutzername des Fragestellers und der antwortenden Mitglieder angezeigt. Standardmäßig angezeigt werden ebenso das Anmeldedatum und die Gesamtzahl an bisherigen Beiträgen. Durch diese Anzeige wird für jedermann sichtbar, ob es sich um ein neues oder altes, sehr aktives oder wenig aktives Mitglied handelt. Funktion der Anzeige ist erstens, User zum schreiben anzuregen und zweitens für neue Mitglieder einen Anhaltspunkt zu bieten, an wen sie sich im Bedarfsfall wenden können. Die Anzeige könnte dazu führen, dass Beiträge einiger User wahrscheinlicher und schneller beantwortet werden als die Fragen anderer User, die beispielsweise schon sehr lange angemeldet sind aber wenige Beiträge geschrieben haben. Falls das der Fall ist, dann wäre ein mögliches Motiv für die aktive Beteiligung an einem Forum, die angezeigte Beitragszahl zu erhöhen, um später selbst wahrscheinlicher und schnellere Hilfe zu erlangen. Im Kapitel zur Motivation wollen wir auf dieses und weitere Motive noch genauer zu sprechen kommen. Auch wird unter dem Benutzernamen ein so genannter »Benutzertitel« angezeigt. Standardmäßig gibt es dort feste Titel, abhängig von der Beitragszahl. So sehen wir in Abbildung 2.3 unter dem Benutzernamen »ihaeusle« beispielsweise den Titel »Neuer User«. Dieser Titel ist mit der Beitragsanzahl verknüpft, in diesem Fall fünf Posts. Also auch an dem Titel wird sichtbar, wie aktiv ein Mitglied ist. Dennoch ist der Benutzertitel im Falle des Flashforum nicht aussagekräftig, denn der Titel kann vom User im Benutzerprofil editiert werden, unabhängig davon, wieviele Beiträge geschrieben worden sind. Der antwortende User »andretti« beispielsweise hat 4184 Beiträge verfasst und sich selbst den Titel »tracer« gegeben. Der Standard-Titel würde anders lauten, eben so wie ihn die Forenbetreiber voreingestellt haben.¹¹ Letztlich dient der Titel im Flashforum zur individuellen Gestaltung des Benutzerprofils. Diesen Zweck hat auch die freiwillige Signatur unterhalb der geschriebenen Posts. Hier findet man von URLs bis hin zu Zitaten bekannter Dichter und Philosophen alles. Zur Individualisierung dient auch der so genannte Avatar bzw. das

¹¹Die Forenbetreiber können das Editieren des Titels natürlich auch unterbinden.

Benutzerbild. Auch ein Avatar ist keine Pflicht. Weitere Punkte können nach Belieben des Nutzers öffentlich gemacht werden, wie E-Mail-Adresse, URL, Wohnort, etc.

Ergänzend hierzu sollte schließlich erwähnt werden, dass im Flashforum Beiträge in den so genannten Off-Topic-Boards (zum Beispiel das »Gespräche«-Board) nicht zu der Gesamtbeitragszahl addiert werden. Somit wird ausgeschlossen, dass User in diesen Threads Posts »sammeln«. Eine Maßnahme der Betreiber, unnötige Posts zu minimieren, denn nicht Quantität sondern Qualität zählt. Das lässt darauf schließen, dass die Beitragszahl für viele User von großer Bedeutung ist. Off-Topic-Boards sind quasi themenlos. Hier kommt alles zum Gespräch, was in keine andere Kategorie des Forums passt, unter Umständen auch viel so genannter Small-Talk. Das heißt allerdings nicht, dass diese Boards unnützlich sind, denn sie tragen einen großen Teil zum Forum bei, indem sie durch Small-Talk abseits von Technikfragen Bindungen entstehen lassen und festigen können.

Weiterhin verfügt das Forum über eine Bewertungsfunktion von Threads und User-Empfehlungen. Beide Funktionen werden allerdings laut Aussage der Betreiber kaum wahrgenommen. Die Bewertungsfunktion soll dazu dienen, besonders gute oder schlechte Themen und Beiträge durch Sterne kenntlich zu machen. Die User-Empfehlungen dienen dazu, zu sehen, wer nicht nur quantitativ viel schreibt, sondern wessen Aussagen auch qualitativ hochwertig sind. Da aber diese Funktion nicht konsequent eingesetzt wird, werde ich in dieser Arbeit nicht weiter darauf eingehen.

Im Flashforum ist es nur angemeldeten Benutzern gestattet, Beiträge zu verfassen. Auch gibt es geschlossene Bereiche, die nur für Mitglieder sichtbar sind. Nicht Mitglieder können zwar die meisten Boards und deren Beiträge lesen, aber die Suchfunktion nicht nutzen und demnach nicht auf das Archiv zugreifen. So wird verhindert, dass nicht angemeldete User das Forum effektiv nutzen können, denn bei der Menge an Beiträgen ist es fast unmöglich, ohne Suchfunktion einen passenden Thread zu finden. Gleichzeitig werden damit User bewogen sich zu registrieren. Ob sie nach einer Anmeldung auch selbst Beiträge schreiben bleibt natürlich den Mitgliedern überlassen, die Chancen dazu könnten aber steigen, da die erste Hürde der Anmeldung überwunden ist. Dennoch gibt es verglichen mit der Gesamtanzahl an Mitgliedern nur sehr

wenige Mitglieder, die zum Forum etwas beitragen. Die Benutzerliste, die nur Mitgliedern zugänglich ist, listet nur Benutzer auf, die bereits mindestens 50 Beiträge geschrieben haben.¹² Die Liste beinhaltet 3153 Benutzer¹³, insgesamt sind es aber mehr als 80 000 Mitglieder. Also haben ca. 77 000 Mitglieder weniger als 50 eigene Beiträge geschrieben. Und auch innerhalb der 3153 Mitglieder sind es eher wenige User, die sehr viel beitragen. Der weitaus größte Teil gehört auch hier zu den Gelegenheitsgästen. Trotzdem löscht das Flashforum auch nach langer Inaktivität keine Mitglieder. Eine Anmeldung im Flashforum ist kostenlos und geht unkompliziert von statten. Bei der Anmeldung muss einigen Regeln zugestimmt werden.

Die meisten Unterforen werden von Moderatoren beaufsichtigt. Moderatoren »haben im Allgemeinen die Fähigkeit, Beiträge zu bearbeiten und zu löschen, Themen zu verschieben und führen auch andere Handlungen durch. Moderatoren für ein bestimmtes Forum werden normalerweise Benutzer, die im Thema des Forums besonders nützlich und kenntnisreich sind.« (Wolter und Thiele 2006, www.flashforum.de/forum/faq.php) Moderatoren sollen also für einen guten Umgang im Flashforum sorgen, Beiträge wenn nötig in andere Boards verschieben etc.

¹²Dazu zählen wie gesagt nicht die Beiträge der Off-Topic-Boards.

¹³Stand: 12. 12. 2006, 9 Uhr

3 Wissen

3.1 Wissensgesellschaft

Der Grundgedanke der Wissensgesellschaft ist die zunehmende Bedeutung von Information und Wissen. Tadao Umeaso hat 1963 als erster den Begriff der »Informationsgesellschaft« eingeführt (Lehmann 2005). Später folgten Drucker und Bell mit ihren Begriffen der »Postindustrial« und »Knowledgeable Society« (Lehmann 2005).

Die postindustrielle Gesellschaft wird häufig als Dienstleistungsgesellschaft bezeichnet. Für Daniel Bell basiert die Gesellschaft nicht mehr länger auf Güterproduktion, sondern auf Informationsverarbeitung (Paal et al. 2005). Wissen wird in der postindustriellen Gesellschaft zur Schlüsselressource (Lehmann 2005). Die damit verbundenen gesellschaftlichen Veränderungen werden als Wissensgesellschaft gekennzeichnet. In der Wissensgesellschaft wird Wissen neben Grundbesitz, Arbeitskraft und Kapital zu dem wichtigsten Produktionsfaktor (Paal et al. 2005), während die »alten« Produktionsfaktoren zunehmend an Wert verlieren (Willke 2001). Die relevanteste Form der Arbeit wird die Wissensarbeit. Im Gegensatz dazu wird die einfache Arbeit durch Maschinen ersetzt oder wandert in Billiglohnländer ab, die noch nicht als Wissensgesellschaft gekennzeichnet sind (Willke 2001). Die zentrale Herausforderung in der Wissensgesellschaft ist die »Verteilung, Nutzung und Erzeugung von Informationen und Wissen.« (Wilkesmann und Rascher 2003b, S. 12) Organisationen und Gesellschaften werden in einem schleichenden Prozess zu wissensbasierten Systemen, in denen neben Macht und Geld das Wissen zur Steuerrungsressource wird (Willke 2001).

Nach Lehmann (2005) gibt es verschiedene Merkmale einer Wissensgesellschaft. Zum ersten gewinnt der Informationssektor an wirtschaftlicher

Bedeutung. Zweitens steigt die Informationsmenge, die via Datennetze verfügbar ist, stetig an. Die universellen Multimedia-Dienste finden eine immer weitere Verbreitung. Schließlich wird drittens eine informationstechnische Basisqualifikation zu einer Notwendigkeit, denn Informationstechnologien bestimmen den Berufsalltag in der Wissensgesellschaft. Nach Willke (2001) sprechen wir dann von einer Wissensgesellschaft, wenn erstens die Strukturen und Prozesse »einer Gesellschaft so von wissensabhängigen Operationen durchdrungen sind, dass Informationsverarbeitung, symbolische Analyse und Expertensysteme gegenüber anderen Faktoren der Reproduktion vorrangig werden« (Willke 2001, S. 291) und zweitens wenn Wissen einer kontinuierlichen Revision unterworfen ist und damit stetig neue Innovationen errungen werden.

Heute kann man mehr als 80 Prozent des Wirtschaftswachstums auf neues oder verbessertes Wissen zurückführen (Lehmann 2005), dabei darf nach Rascher und Wilkesmann (2003) nicht vergessen werden, dass auch schon früher Wissen enorm wichtig war. Jede Arbeit, auch die eines Bauern, Handwerkers etc. beruht auf Wissen. Schließlich geht es nicht um die Erkenntnis, dass Wissen wichtig ist, sondern um das Wissen, wie neues Wissen erzeugt werden kann (Rascher und Wilkesmann 2003).

Die Wissensgesellschaft ist dabei ein überwiegend westlich geprägtes Konzept und hat »bei weitem nicht globale Wirklichkeit.« (Lehmann 2005, S. 39) Wissen ist also weltweit ungleich verteilt. Die neuen Informationstechnologien können dazu beitragen, dass auch die benachteiligten Gesellschaften an dem Wissenswandel teilhaben können. Schon im Jahre 1946 hatte Vannevar Bush die Vision, den Austausch von Information zu verbessern, um das Wissen der gesamten Menschheit zu erhöhen (Domsalla 2005). In seiner Idee des »Memex« werden so genannten »Wissensstränge« aus ihrem Kontext genommen und in einen neuen Zusammenhang eingefügt (Domsalla 2005). Genauso geschieht es heute oftmals in Weblogs, die bestehende Inhalte aus dem Internet kopieren und in einen neuen Wissensstrang zusammenführen, der dann auf dem Weblog veröffentlicht wird. So entsteht aus den kopierten Informationen Wissen, da die Information mit eigenen Erfahrungen angereichert wird (dazu später mehr) (Domsalla 2005). Heute wissen wir, dass sich Vannevar Bushs Vision der »Augmented Knowledge« nicht überall

bewerkstelligen ließ. Zwar profitieren viele Gesellschaften von den neuen Technologien, allerdings nicht jede gleichermaßen. Schon finanziell schwächere Menschen und Gesellschaften können von diesem Wandel ausgeschlossen sein, sei es weil sie sich keinen Computer leisten können.

In diesem Zusammenhang sollte auch noch genannt werden, dass die Weitergabe von Wissen zu Machtverlust oder Wettbewerbsnachteilen führen kann (Wilkesmann und Rascher 2002). Ein Forenmitglied beispielsweise, das sein Wissen mit anderen teilt, gibt immer auch ein Stück Macht weiter, denn das Wissen steht damit auch anderen zur Verfügung (sogar sehr vielen anderen) und der Geber verliert seine Vormachtstellung (in Bezug auf das eine Thema). Sein Wissen ist dann nichts mehr einzigartiges. Das kann schließlich auch zu einem Statusverlust führen (Wilkesmann und Rascher 2003a).¹ Unter diesem Gesichtspunkt ist es noch einmal interessanter, weshalb Individuen ihr Wissen im Internet tauschen. Nach der Tauschtheorie, welche im Anschluss an dieses Kapitel besprochen wird, müssen die Anreize so groß sein, dass es sich dennoch lohnt.

In einer Wissensgesellschaft spielt das Internet eine entscheidende Rolle. Es wird zur zentralen technischen Infrastruktur, denn das Internet führt bereits und wird weiterhin in allen Bereichen der Wissensproduktion und des Wissensaustausches zu bedeutenden Veränderungen führen (Dahinden 2001). Durch das Internet wird es möglich, auf einfache Weise Daten, Information und Wissen zu tauschen. Das geschieht beispielweise in Internetforen. Allerdings kann sich der Tausch von Wissen als schwierig erweisen (Hemetsberger und Reinhardt 2004), denn Wissen wird nicht mehr nur als speicher-, besitz- und übertragbarer Bestand wie Daten und Information aufgefasst, sondern in der neuen Literatur auch als soziales Konstrukt, das an Personen, Gruppen und Gemeinschaften gebunden und daher schwer zu externalisieren ist (Paal et al. 2005). Wir unterscheiden deshalb explizites von implizitem Wissen. Vorher aber sollen noch die bereits angesprochenen Begriffe Daten und Information erläutert werden.

¹Wilkesmann und Rascher sprechen hier von Mitarbeitern in Unternehmen. Die Konkurrenzsituation ist dort natürlich größer als in Online-Foren, dennoch ist für mich ein Machtverlust durch die Abgabe von Wissen auch im Internet gegeben, da die sonstigen Umstände sehr ähnlich sind.

3.2 Daten

Daten an sich existieren nicht, erst durch Beobachtung werden sie erzeugt. Daraus folgt, dass Daten die existent werden davon abhängig sind, mit welchen Methoden und Instrumenten wir beobachten (Willke 2001). Daraus lässt sich schlussfolgern, dass Daten in unbegrenzter Menge zur Verfügung stehen, man muss sie nur »zur Kenntnis nehmen«. Um Daten zu verstehen, müssen sie in Zahlen, Sprache, Text und Bild kodiert sein (Willke 2001), daher versteht man unter Daten auch oft einzelne, objektive Fakten zu Ereignissen oder Vorgängen (Davenport und Prusak 1998), die alleinstehend kaum Bedeutung haben und demnach nur »Rohstoff« für Informationen sind (Willke 2001).

3.3 Information

Informationen sind Daten die etwas bewirken. Sie verändern die Wahrnehmung eines Sachverhalts beim Empfänger. Aus Daten werden Informationen, wenn ein Sender den Daten einen Bedeutungsgehalt hinzufügt (Davenport und Prusak 1998). Im Gegensatz zu Daten haben Informationen eine Bedeutung, einen Zweck. Informationen sind also Daten in einem Sinnzusammenhang (Davenport und Prusak 1998), wie auch der lateinische Ursprung von Information »in forma« (Gestalt geben) verdeutlicht (Kress 2006).

»Aus Daten werden Informationen durch Einbindung in einen ersten Kontext von Relevanzen, die für ein bestimmtes System gelten.« (Willke 2001, S. 8) Da Relevanzen immer systembezogen sind, also bezogen auf Individuen, Organisationen oder sogar Gesellschaften, bedeutet eine Information für jedes System etwas anderes, sonst hätten wir es mit zwei identischen Systemen zu tun. Ein Informationsaustausch im eigentlichen Sinn ist daher nicht möglich (Willke 2001). Was man allgemein unter einem Informationsaustausch versteht ist der folgende Prozess: Ein System gibt eine Information in Form von kodierten Daten an ein anderes System weiter. Der Empfänger kann die Daten beobachten (falls seine Instrumente dazu in der Lage sind) und anhand seiner eigenen Relevanzkriterien einbinden, wodurch Information entsteht (Willke 2001). Die gewonnene Information

ist dabei für den Empfänger eine andere Information wie für den Sender. Ein gleicher Informationsstand ist somit ausgeschlossen. Das bedeutet, dass nicht Informationen oder Wissen getauscht werden, sondern nur Daten, die wiederum eingebunden in das eigene System zu Information und schließlich Wissen gewandelt werden können (Willke 2001).

3.4 Wissen

»Aus Information wird Wissen durch Einbindung in einem zweiten Kontext von Relevanzen.« (Willke 2001, S. 11) Dieser zweite Kontext besteht aus Erfahrung (Willke 2001). Wissen ist damit eine »fließende Mischung aus strukturierten Erfahrungen, Wertvorstellungen, individuellem Kontext und Fachkenntnissen, die in ihrer Gesamtheit einen Strukturrahmen zur Beurteilung und Eingliederung neuer Erfahrungen und Informationen bietet.« (Davenport und Prusak 1998, S. 32) Wissen ist also in Erfahrung eingebettete Information (Willke 2001) und damit der Gesamtkatalog an Kenntnissen und Fähigkeiten, die Individuen zur Problemlösung einsetzen (Schmidt 2000b). Dieser Gesamtkatalog bildet die Fähigkeit eines Individuums, eine bestimmte Aufgabe auszuführen (Wilkesmann und Rascher 2002). Folglich kann Wissen nicht außerhalb von Individuen existieren, da es immer an den Glauben, die Werte und Erfahrungen des Individuums gebunden ist. Wissen kann aber durchaus in Interaktion generiert werden (Wilkesmann und Rascher 2003b).

Zwischen Daten, Information und Wissen existiert eine Hierarchie. Wissen basiert auf Information und Information auf Daten (Davenport und Prusak 1998). Wie bereits erwähnt sollte man streng genommen nicht von Informations- oder Wissensaustausch sprechen, denn was getauscht wird sind lediglich Daten, die erst durch die Einbindung in einen Kontext von Relevanzen und Erfahrungen vom Empfänger zu Information und Wissen gewandelt werden (Wilkesmann 2005). Der Einfachheit halber soll aber in dieser Arbeit nicht weiter zwischen Daten-, Informations- oder Wissensaustausch unterschieden werden, da es für meine Forschungsfrage nicht von grundlegender Bedeutung ist. Wie bereits erwähnt untergliedert man Wissen in zwei verschiedene Arten.

3.4.1 Explizites Wissen

Explizites Wissen ist kodifiziert und artikulierbar, kann also leichter an andere Individuen weiter gegeben werden (Paal et al. 2005). Dazu muss der Wissende wissen, dass er das Wissen besitzt (Willke 2001). Explizites Wissen sind Informationen, die in Theorien, Formeln, Handbüchern, etc. niedergelegt und damit speicherbar sind (Wilkesmann und Rascher 2003b).

3.4.2 Implizites Wissen

»Wir [...] wissen [mehr], als wir zu sagen wissen« (Polanyi 1985, S. 14).

Implizites Wissen ist schwer zu erfassen und demnach schwer an andere zu übermitteln, weil wir eben nicht wissen, dass wir es wissen. Implizites Wissen ist Wissen im Sinne von Know-How (Willke 2001). Implizites Wissen ist immer direkt an den Menschen geknüpft und außerdem das »wertvollste« Wissen, denn es ist mit sämtlichen anderen Inhalten im Kopf vernetzt. So steht der gesamte Wissensbestand eines Individuums wie in einem Netzwerk permanent in Verbindung (Schmidt 2000b) und gelangt zu unschätzbarem Wert. Beispielsweise ein langjähriger Mitarbeiter eines Handwerksbetriebs, der diese und jene Tricks zwar tagtäglich anwendet, aber sich schwer tut sie zu formulieren, da sie fester Bestandteil seines täglichen Tuns sind. Implizites Wissen beinhaltet die Fähigkeiten, die nicht aus einer Betriebsanleitung gezogen wurden, sondern die Fähigkeiten, die auf der jahrelangen Erfahrung des Handwerkers beruhen. Dieses Wissen nennt man kontextspezifisches Erfahrungswissen (Wilkesmann und Rascher 2003b). Nach Polanyi (1985) kann ein Großteil unseres Wissens nicht in Worte gefasst werden. Unmöglich ist es allerdings auch nicht, implizites Wissen weiter zu geben. Durch kopieren oder imitieren (Wilkesmann und Rascher 2003b) des Handwerkers kann auch der Lehrling diese besonderen Fähigkeiten erwerben. Dazu braucht das Individuum angemessene Ausdrucksmittel und muss sich auf das intelligente Mitwirken des Gegenübers verlassen können (Polanyi 1985).

Gewissermaßen ist es eine Voraussetzung für die Generierung neuen Wissens, implizites Wissen zu explizieren, also in Worte zu fassen und beispielsweise in Form eines Buches zu veröffentlichen, denn nur so steht es anderen zur Verfügung und kann neues Wissen in neuen Köpfen aufbauen

(Schmidt 2000b). Zum Beispiel die Veröffentlichung von wissenschaftlichen Texten, die aufgegriffen werden, um mit den eigenen Ideen, Vorstellungen etc. zu neuen verarbeitet zu werden. Dem Prozess der Wandlung der beiden Arten von Wissen, um letztendlich neues Wissen zu generieren, hat sich Nonaka angenommen.

3.5 Generierung neuen Wissens

Implizites Wissen bezeichnet Nonaka (1991) als »Tacit Knowledge«, wörtlich übersetzt als »stillschweigendes Wissen«, also jenes Wissen, das an eine Person gebunden und daher schwer zu formulieren und zu kommunizieren ist. Für Nonaka (1991) besteht implizites Wissen erstens aus technischen Fähigkeiten (das Know-How), das tief im Handeln verankert liegt und schwer zu beschreiben ist und zweitens aus einer kognitiven Dimension, unser Glaube, die Mentalität und Perspektiven, die so in uns verinnerlicht sind, dass wir sie für selbstverständlich halten und sie somit nur äußerst schwer artikulieren können.

Nach Nonaka (1991) findet Wissensgenerierung in vier Phasen statt: in der ersten Phase (*Sozialisation*), teilt ein Individuum sein implizites Wissen direkt mit einem anderen Individuum. Implizites Wissen wird durch Beobachtung, Imitation und Übung ohne jegliche Artikulation weitergegeben. Implizites Wissen wird also zu neuem impliziten Wissen. In der zweiten Phase (*Artikulation*) wird das neu erworbene implizite Wissen in explizites umgewandelt und nach außen gebracht, um es anderen Individuen zur Verfügung zu stellen. In Phase drei (*Kombination*) wird das explizite Wissen kommuniziert, also verbreitet und im gemeinsamen Wissenszusammenhang verortet. Das kann zum Beispiel in Besprechungszimmern oder Internetforen geschehen. In der vierten und letzten Phase (*Internalisierung*) wird das gewonnene explizite Wissen in implizites überführt, in dem es mit dem bisherigen Wissensbestand sowie Erfahrungen, Werten, etc. verknüpft wird. Wenn zum Beispiel der Handwerkslehrling das Erlernte ausübt und mit seinem bisherigen Wissensbestand vervollständigt, wird er nach einer gewissen Zeitspanne über seinen eigenen Erfahrungskontext verfügen. Wenn dieser Erfahrungskontext auch wieder weiter gegeben wird, fängt der Prozess

von vorne an, was Nonaka als »*Wissensspirale*« bezeichnet. Da implizites Wissen immer auch mit Mentalität, Werten und Glauben verknüpft ist, ist in der Übergangsphase von implizitem zu explizitem Wissen immer auch die Artikulierung der eigenen Wertvorstellung enthalten (Nonaka 1991).

Neues Wissen wird häufig in kollektiven Lernsituationen generiert. Das Wissen verschiedenster Individuen kann hier miteinander verknüpft werden, womit komplexe Probleme gelöst werden können, die ein einzelnes Individuum nicht hätte lösen können (Wilkesmann et al. 2004). Dabei ist es nach Rascher und Wilkesmann (2003) bei der Diskussion von Fachfragen nicht zwingend erforderlich, dass die Kommunikation Face-to-Face stattfindet.² Somit ist Wissensgenerierung generell auch in Online-Foren möglich. Dazu muss implizites Wissen expliziert, also nach außen gebracht werden (Artikulation und Kombination), das schließlich zu neuem implizitem Wissen in anderen Mitgliedern führen kann (Internalisierung). Wenn diese Mitglieder das neu erworbene implizite Wissen nun auch wieder explizieren und nach außen bringen und damit anderen zur Verfügung stellen, beginnt der Prozess der Wissensspirale. Der Unterschied zu Face-to-Face Lernsituationen besteht im Forum also darin, dass die erste Phase der Wissensgenerierung (Sozialisation) nicht im Forum stattfinden kann, denn das ist nur Face-to-Face durch Beobachtung oder Imitation möglich. Die Mitglieder müssen das Wissen also schon in expliziter Form einbringen. Zwar muss in der computervermittelten Kommunikation auf Gesten und Gesichtsausdrücke verzichtet werden, dies ist aber nur von zweitrangiger Bedeutung, da in erster Linie, wie gesagt, inhaltliche Punkte zur Diskussion stehen (Rascher und Wilkesmann 2003). Durch so genannte Emoticons (Smilies) soll in der non-verbalen Kommunikation auch der Ausdruck von Emotionen möglich werden, allerdings können diese nur reflexiv eingesetzt werden, also zeitlich versetzt (Wilkesmann und Rascher 2003b).

Kollektive Lernsituationen benötigen dabei eine *Input-* und *Prozessvariable*. Die Inputvariable ist die Fähigkeit der einzelnen Mitglieder ihr

²Das gilt allerdings nur für explizites Wissen. Implizites Wissen kann nur durch Wandlung in externes Wissen oder durch Nachahmung in Face-to-Face Situationen übermittelt werden. Einige Online-Foren bzw. deren Mitglieder veranstalten auch Face-to-Face Treffen, bei denen sich die Mitglieder auch im realen Leben austauschen können. Diese Treffen dienen der Vertiefung bestehender Kontakte und fördern den Austausch im Forum, in dem das Vertrauen weiter ausgebaut wird.

individuelles Wissen nieder zu schreiben und damit zu externalisieren. Dieser Input von Wissen ist für den Wissensgeber mit einer Tauschoption verbunden. Die Prozessvariable ist die Intragruppenleistung, also die Kommunikation innerhalb einer Gruppe (Wilkesmann et al. 2004) und kann mit der dritten Phase von Nonaka verglichen werden, in der das explizite Wissen in einem gemeinsamen Wissenszusammenhang verörtert wird. Das individuelle Wissen wird hier miteinander verknüpft und daraus entsteht neues Wissen.

Die wichtigsten Voraussetzungen für das kollektive Lernen sind erstens die verschiedenen Sichtweisen der Individuen zu einem Problem und zweitens die Motivation, diese Sichtweisen in die Gruppe einzubringen (Wilkesmann et al. 2004). Wenn jedes Mitglied über das gleiche Wissen verfügen würde, würde entweder keine Frage auftreten oder aber niemand könnte sie beantworten. Dritte Voraussetzung für kollektives Lernen ist das Nichtvorhandensein von Machtdifferenzen. Nach dem Motto »gemeinsam sind wir stark« können so Lösungen gefunden werden, die ein einzelnes Individuum niemals gefunden hätte (Wilkesmann et al. 2004). Für die Generierung neuen Wissens ist nach Wilkesmann (2005) weiterhin ein gemeinsames Hintergrundwissen notwendig. Dieses Hintergrundwissen macht für die beteiligten Personen aus Daten schon Information. Alle diese Voraussetzungen sehe ich für Online-Foren als gegeben an. Es ist selbstverständlich, dass die Mitglieder verschiedene Sichtweisen haben, ebenso muss ein gewisser Anteil an Mitgliedern motiviert sein, diese Sichtweisen und ihr Wissen einzubringen, denn sonst würde ein Forum nicht bestehen können. Machtdifferenzen können zwar nicht vollständig ausgeschlossen werden, beeinflussen aber nur in Extremfällen die Funktion eines Forums, denn ansonsten finden sich stets Mitglieder die zu einer Antwort bereit sind. Ein gemeinsames Hintergrundwissen ist ebenfalls gegeben, denn Foren bestehen aus Gleichgesinnten: es schließen sich nur diejenigen einem Forum an, die irgendetwas mit den Mitgliedern gemein haben. In unserem Fall ist es ein gemeinsames Interesse an dem Programm »Adobe Flash«.

4 Tauschtheorie

4.1 Grundannahmen zur Tauschtheorie

Bevor wir tiefer in die Tauschtheorie einsteigen empfiehlt es sich, einige Grundannahmen zu erläutern.

Wir betrachten im Folgenden das Handeln der Menschen als ein intentionales und absichtsgeleitetes Handeln. Dabei steht der Mensch durchgehend vor einem Auswahl- und Selektionsproblem. Jedem absichtsgeleiteten Handeln liegt damit eine Entscheidung zugrunde (Schmid 2004).

Ferner gehen wir davon aus, dass jedem Mensch ein Mindestmaß an Rationalität zu Grunde liegt (Schmid 2004). Die Rationalität des Handelns hängt dabei von verschiedenen Faktoren ab: der Akteur muss über die verschiedenen zu erreichenden Zielzustände Kenntnis haben, um sie miteinander vergleichen zu können. Der Handelnde muss Informationen und Erwartungen darüber haben, mit »welcher Wahrscheinlichkeit und auf welchem Wege er seine Ziele erreichen kann.« (Schmid 2004, S. 11) Weiterhin ist die Rationalität dadurch bedingt, dass die Möglichkeiten, Mittel und Fähigkeiten jedes handelnden Individuums begrenzt sind. Damit muss jedes Tun dem Problem der Knappheit gerecht werden (Schmid 2004).

4.2 Die Tauschtheorie

Die Tauschtheorie gehört, wie auch die Rational-Choice-Theorie, zu den Handlungstheorien. Beiden Theorien zufolge ist stets ein Nutzengewinn das Ziel einer Handlung. Im Gegensatz zur Rational-Choice-Theorie gelten aber bei der Tauschtheorie nicht dieselben klaren und präzisen Präferenzen (Etzrodt 2003). Unter Tausch bzw. einer Tauschbeziehung wird dabei nach

Blau eine freiwillige Handlung in Erwartung einer Gegenleistung verstanden (Kappelhoff 1993).

Das Interesse der Tauschtheorie gilt dem sozialen Verhalten. Eine Aktivität eines Individuums verstärkt oder bestraft die Aktivität eines oder mehrerer anderer Individuen. Demnach herrscht eine permanente gegenseitige Beeinflussung (Homans 1968).

Die Tauschtheorie beschränkt sich damit auf beobachtbare objektive Verhaltensweisen und deren Ursache. Ursache ist der Reiz, und das Verhalten ist die Reaktion. Objektive Verhaltensveränderungen werden auf objektive Umweltveränderungen zurückgeführt (Etzrodt 2003).

Die Tauschtheorie behandelt die Mesoebene, beschäftigt sich also mit dem Handeln von Gruppen oder Netzwerken. Dabei geht es um den Nutzengewinn des einzelnen Individuums, den es in sozialen Interaktionen erhält. In der Tauschtheorie wird davon ausgegangen, dass der Akteur frei und selbstinteressiert handelt, also Herr seiner selbst ist. Das schließt ebenso ein, dass Handeln nicht durch internalisierte Normvorstellungen, Rollenerwartungen oder kulturelle Prägungen bestimmt ist (Etzrodt 2003). Das schließt allerdings nicht aus, dass sich die individuellen Normvorstellungen mit denen der Gruppe decken und dementsprechend gruppenkonform gehandelt wird. Auf Interaktionen wird also stets freiwillig eingegangen, immer mit dem Ziel, einen Nutzengewinn zu erlangen. Wenn kein (weiterer) Nutzengewinn zu erwarten ist, wird die Interaktion beendet oder gar nicht erst angefangen (Etzrodt 2003).

Wir können also auch in der Tauschtheorie von einem *Homo Oeconomicus* (rational handelndes Individuum) sprechen, mit dem Unterschied zur Rational-Choice-Theorie, dass nicht die *Nutzenmaximierung* im Mittelpunkt steht, sondern ganz allgemein ein *Nutzengewinn*. Rational Handeln bedeutet, eine Handlungsalternative mit einem voraussichtlich besseren Ergebnis einer Handlungsalternative mit einem schlechteren Ergebnis vorzuziehen. Dies schließt in der Tauschtheorie nicht aus, dass andere Handlungsalternativen größeren Gewinn erzielt hätten. Die gewählte Handlungsalternative erzielt den größeren Nutzen gegenüber *einer* Alternative aber nicht unbedingt gegenüber *sämtlichen* Alternativen (Etzrodt 2003).

Wenn wir von einem Nutzensgewinn sprechen, ist die »Gefahr« groß, den Nutzen mit einem finanziellen Gewinn gleichzusetzen. Nach Blau muss das gewählte Verhalten nicht immer zum größten Profit führen (Hemetsberger und Reinhardt 2004). Oft wird ein Verhalten gewählt, das zwar materielle Opfer mit sich bringt, dafür aber zur Verwirklichung hoher Ideale beiträgt. Das ist dann zwar finanziell nicht der größte Output, kann aber trotzdem den größeren Nutzen bringen. Die Tauschtheorie schließt einen finanziellen Gewinn als Nutzensgewinn natürlich nicht aus, aber unter Nutzen wird viel mehr verstanden: Belohnung – also Nutzen – kann ebenso ein Statusgewinn, das Erlangen von Informationen oder Liebe sein (Bierhoff 1997).

Es gibt den ökonomischen Tausch, welcher zum Beispiel durch Verträge festgehalten ist, und den sozialen Tausch. Beim sozialen Tausch existieren (sachlich und zeitlich) unspezifische Verpflichtungen. Auch ist der soziale Tausch durch wiederholende Transaktionen bestimmt. Dafür ist Vertrauen in den Tauschpartner nötig, dass dieser auch immer und immer wieder eine Gegenleistung erbringt. Auch in ökonomischen Tauschbeziehungen tritt sozialer Tausch auf, denn es kann niemals alles vertraglich geregelt sein (Kappelhoff 1993). Tauschbeziehungen existieren überall. So zum Beispiel ein einfaches »Dankeschön«, das Student A erhält, wenn er Student B die Handouts der letzten Seminarstunde mitbringt, da Student B an dem Tag leider verhindert war. So einfach es auch klingen mag, hier kann auch für Student A ein Nutzen vorliegen.

»Das ökonomische (auf Märkten) und das soziale Tauschverhalten (in allen anderen Fällen) bilden demnach die Menge aller Tauschbeziehungen.« (Etzrodt 2003, S. 134) In diesem Fall spricht man von einem »modernen Homo Oeconomicus«, der zwar rational handelt aber nicht zwangsläufig ökonomisch (finanziell) rational. Eine emotionale Belohnung kann also beispielsweise den finanziellen Verlust einer Tauschhandlung ausgleichen (Etzrodt 2003).

Es geht bei jeder individuellen Handlungsentscheidung darum, einen Nutzensgewinn zu erzielen, andernfalls wird eine Handlungsalternative gewählt. Jede Entscheidungsfindung ist damit von individuellen Nutzenüberlegungen bestimmt. *Nutzen* ist was ein Individuum durch sein Handeln erhält (Homans 1968). Dabei entstehen aber selbstverständlich auch immer Kosten. *Kosten* sind was ein Individuum durch die Handlung abgibt, sozusagen »investiert«.

Die Kosten splitten sich auf in Transaktionskosten und Opportunitätskosten. Erstere sind die direkten Kosten, die durch ein Handeln entstehen, zum Beispiel der zeitliche, körperliche oder mentale Aufwand. Unter Opportunitätskosten versteht man die entgangenen Erlöse. Da sich das Individuum genau für diese eine Handlung entschieden hat, konnte das Individuum die anderen Möglichkeiten nicht wahrnehmen und aus ihnen keinen Nutzen erzielen. Ein Nutzengewinn lässt sich damit quasi als mathematische Gleichung definieren (Etzrodt 2003):

$$\text{Nettonutzen} = \text{Bruttonutzen} - \text{Transaktionskosten} - \text{Opportunitätskosten}$$

Kommen wir auf das Beispiel der zwei Studenten zurück. Student A, der die Handouts für Student B besorgt, aufbewahrt und schließlich aushändigt, könnte folgende Nutzenüberlegung treffen: »Welche Kosten entstehen für mich? Ich investiere Aufwand, die Handouts zu besorgen, womöglich muss ich sogar erklären, wieso Student B nicht anwesend ist oder mit Kommilitonen um die letzten Handouts diskutieren. Außerdem muss ich sie unnötigerweise mit mir herumtragen und darf auch nicht vergessen, sie das nächste mal wieder mitzunehmen. Wenn ich allerdings für Student B die Handouts besorge, dann bekomme ich ein nettes Dankeschön. Das bedeutet mir in diesem Fall besonders viel, denn ich fand Student B schon immer sympathisch. Vielleicht entwickelt sich darauf aufbauend ja eine gute studentische Zusammenarbeit oder sogar Freundschaft? Student B stünde dann auch gewissermaßen in meiner Schuld, wenn ich also selbst mal nicht am Seminar teilnehmen kann, wird Student B mir sicher auch die Handouts mitbringen. Ich kenne ja sonst niemanden, also eine gute Gelegenheit, die ich wahrnehmen sollte.« Natürlich trifft auch Student B vor der Anfrage an Student A seine individuellen Nutzenüberlegungen. Beispielsweise so: »Ich brauche die Handouts auf jeden Fall, kann aber keinesfalls am Seminar diese Woche teilnehmen. Ich muss jemanden fragen, dumm nur, dass ich nicht schon eher Kontakte geknüpft habe, denn jetzt muss ich mir die Blöße geben und jemand Fremden um einen Gefallen bitten, bei dem ich dann womöglich in der Schuld stehe. Aber das Seminar muss es mir wert sein, ich brauche diesen Schein, werde also Student A um diesen Gefallen bitten.« Selbstverständlich laufen diese Überlegungen, vor allem bei einer so banalen Situation wie dieser, in den Köpfen

der Individuen sehr schnell und fast automatisch ab, aber Überlegungen dieser Art treffen Individuen ständig (bewusst oder unbewusst), auch in noch so primitiven Situationen. Jedes Tun unterliegt also einem ständigen Abwägen von Kosten und Nutzen. Ausnahmen bilden die so genannten Handlungsrountinen. Diese sind ein generelles Entscheiden für ein Tun, und können somit das tägliche Kosten-Nutzen-Abwägen überflüssig machen. Zum Beispiel die Entscheidung, jeden Abend vor dem Schlafen gehen die Zähne zu putzen (Wilkesmann und Rascher 2004).

Im Beispiel handelt es sich um ein soziales Tauschverhalten, denn der Tausch wurde nicht durch Verträge geregelt. Damit entstehen aber trotzdem Verpflichtungen für Student B, denn Student A ist durch das Mitbringen der Handouts sozusagen in Vorleistung getreten und somit ist Student B etwas schuldig. Aber weshalb sollte Student B eine Gegenleistung erbringen? Der kurzfristige Nutzen ist dann am höchsten wenn Student B die Handouts nimmt und keine Gegenleistung erbringt. Warum kommt es in der Regel zu einer Gegenleistung? Eine solche Tauschsituation könnte sich wiederholen, Student B könnte zukünftig wieder Handouts benötigen, aber wenn er in der Vergangenheit keine Gegenleistung erbracht hat, wird Student A nicht noch einmal auf den Tausch eingehen (Kappelhoff 1993).

Interaktionen werden in der Tauschtheorie nach verschiedenen Kriterien klassifiziert. Zum einen wird nach der Größe der Gruppe unterschieden und zum anderen nach der Art des Austauschs. Zwei Personen wie im Beispiel bilden so genannte *Dyadische Beziehungen*, während Gruppen von mehr als zwei Personen als *Netzwerke* bezeichnet werden (Etzrodt 2003). Bei der Art des Austausches unterscheidet man den *direkten* vom *indirektem Tausch*. Beim direkten Tausch muss derjenige der etwas erhält auch etwas zurückgeben, es findet also eine gegenseitige Belohnung statt, wohingegen beim indirekten Tausch die Gegenleistung von einem anderen Mitglied der Gruppe geleistet werden kann, zum Beispiel beim Spenden wohltätiger Gaben durch soziale Anerkennung Dritter (Kappelhoff 1993) oder in einem Online-Forum durch Zuteilung von Respekt. Folglich kann der indirekte Tausch nur in Netzwerken erfolgen. In beiden Varianten des Austausches gibt es eine weitere Klassifizierung: wir unterscheiden zwischen dem *mutuell kontingenten Tausch* und der *produktiven Austauschbeziehung*. Bei erstge-

nannter Austauschbeziehung wird sofort eine vergleichbare Gegenleistung erbracht, wohingegen bei der produktiven Austauschbeziehung über einen längeren Zeitraum Transaktionen geführt und auch die Gegenleistungen dementsprechend über eine längere Periode erbracht werden. Produktive Austauschbeziehungen bilden sozusagen die »Königsklasse« der Tauschbeziehungen, denn hierfür ist eine ausreichende Portion Vertrauen in das Gegenüber nötig, dass dieser auch die entsprechende Gegenleistung, also den Nutzen immer wieder erbringt. Tut er dies nicht, so sprechen wir von einem Trittbrettfahrer, auf den an späterer Stelle in dieser Arbeit noch genauer eingegangen wird. Außerdem ist Vertrauen notwendig, ob das Gegebene auch tatsächlich hält, was es verspricht. Ist beispielsweise die Antwort in einem Forum richtig oder womöglich absichtlich falsch? Schließlich ist auch der Weg zu einer produktiven Austauschbeziehung ein langer Prozess. Der Beginn sind kleine Transaktionen, bei denen noch wenig Vertrauen nötig ist, da auch das Risiko gering ist, keine Gegenleistung zu erhalten. In diesen kleinen Transaktionen können die Tauschpartner Vertrauen herstellen und so den Weg zu einer produktiven Austauschbeziehung ebnen (Etzrodt 2003). In dem Studentenbeispiel wäre dies der Fall, wenn Student B schließlich auch einmal für Student A Handouts mitbringt (oder vergleichbare andere Gegenleistungen erbringt). Im Anschluss arbeiten die beiden gemeinsam an einem Referat, wo das Vertrauen in das andere Individuum schon deutlich gesteigert sein muss, bis hin zum gemeinsamen Lernen für die Abschlussklausur. Hätte hingegen Student A nur immer und immer wieder Handouts für Student B besorgt, und Student B hätte sich zwar jedes mal bedankt, dann wäre das aber irgendwann nicht mehr genug Nutzen für Student A: das Tauschen würde aufhören.

Ekeh unterscheidet weiterhin zwischen dem *einseitigen* und *zweiseitigen Tausch* (Kappelhoff 1993). Den einseitigen Tausch leitet er von Lévi-Strauss verallgemeinertem Tausch ab. Dieser ist nicht auf Dyaden beschränkt und durch altruistische Transfers gekennzeichnet. Auf den ersten Blick entspricht das Konzept des Homo Oeconomicus genau dem Gegenteil von Altruismus, also dem selbstlosen Tun Anderer wegen. Nach Ekeh aber können auch beim altruistischen Geben Elemente von Gegenseitigkeit auftauchen (Kappelhoff 1993). Ein Individuum kann im Tun für Andere Befriedigung erlangen,

und genau diese Befriedigung kann die Kosten des Handelns übersteigen (Etzrodt 2003). Der einseitige Tausch findet entweder *individuumszentriert* oder *gruppenzentriert* statt. Die erste Tauschbeziehung ist eine Leistung der Gruppe gegenüber den Mitgliedern, die zweite ist die Leistung eines einzelnen Mitglieds für die gesamte Gruppe. Der zweiseitige Tausch bei Ekeh, oder der eingeschränkte Tausch von Lévi-Strauss entspricht dem Konzept der dyadischen Beziehung, also einer reziproken (wechselseitigen) Tauschbeziehung zweier Individuen (Kappelhoff 1993).

Eine besondere Form von Austauschbeziehungen ist der *generalisierte Tausch*. Dabei handelt es sich um ein Netzwerk mit indirektem Tausch und einer produktiven Austauschbeziehung. Jedes Gruppenmitglied erhält hier eine Gegenleistung von einem anderen Gruppenmitglied (Etzrodt 2003).

Im Folgenden soll nun spezifischer auf den Austausch bzw. die Austauschformen und die damit verbundene Kollektivgutproblematik in Online-Foren eingegangen werden.

5 Austausch in Online-Foren

5.1 Die Geschenk-Ökonomie

Kollock (1999) vergleicht die Interaktion in Online-Communities mit einer Geschenk-Ökonomie. In einer Geschenk-Ökonomie wird Hilfestellung und Information ohne der Erwartung einer *direkten und unverzüglichen* Gegenleistung gegeben. Ein Geschenk wird definiert als ein verpflichtender Austausch von unveräußerlichen Objekten oder Dienstleistungen zwischen miteinander in Beziehung und gegenseitig in Verpflichtung stehenden Handelnden (Kollock 1999). Ein Geschenk erwartet also immer eine indirekte Gegenleistung, auch wenn es nicht ausgesprochen wird. Wird keine Gegenleistung erbracht, wird die Tausch-Beziehung auseinander brechen, wie bereits am Beispiel der Studenten im Kapitel zur Tauschtheorie besprochen.

Im Internet ist der Empfänger des Geschenks allerdings häufig unbekannt. Daher steht auch kein einzelnes Individuum in der Verpflichtung einer Gegenleistung, sondern die Gegenleistung muss von der Community erfolgen. Wir sprechen daher auch in Online-Foren nicht von einer direkten, sondern von einer indirekten Gegenleistung und bezeichnen diese Form des Austausches als *Generalisierten Austausch* (Kollock 1999). Auch diese Form einer Tauschbeziehung haben wir im vorangegangenen Kapitel bereits angesprochen. Dabei handelt es sich allgemein ausgedrückt um ein Netzwerk mit indirektem Tausch und einer produktiven Austauschbeziehung (Etzrodt 2003).

5.2 Die Kollektivgutproblematik

Der genannte Generalisierte Austausch birgt die Gefahr des *Freeridens* oder *Trittbrettfahrens*, da es sich bei den »Geschenken« um öffentliche Güter oder

Kollektivgüter handelt, die potentiell jedem in uneingeschränkter Weise zur Verfügung stehen, auch für diejenigen, die nichts dazu beigetragen haben. »Als öffentliche Güter oder Kollektivgüter bezeichnen wir solche Güter, die kollektiv konsumiert werden können.« (Gruber und Kleber 2000, S. 44) Öffentliche Güter sind meist *nicht ausschließbar*, denn man kann in der Regel kein Mitglied des Kollektivs ausschließen, davon zu profitieren (zum Beispiel an einem gehaltvollen Beitrag in einem Online-Forum) (Kollock 1999). Außerdem haben Kollektivgüter meist die Eigenschaft der *Nicht-Rivalität*, das heißt sie stehen jedem Mitglied in vollem Umfang zur Verfügung (Gruber und Kleber 2000). Im Gegensatz zu einer Tafel Schokolade, die zur Hälfte aufgegessen wurde, wird das Kollektivgut durch die Nutzung nicht aufgebraucht. Für jedes Mitglied bietet also das Geschenk denselben Inhalt.¹

Die Beiträge in einem Online-Forum sind also Kollektivgüter, die zwar jedem Interessierten zu Gute kommen, aber niemand ist gezwungen, an ihrer Erstellung teil zu nehmen. Rational handelnde Individuen, die nach Nutzenmaximierung und Kostenreduzierung streben, werden aller Wahrscheinlichkeit nach keinen Beitrag zur Erstellung des Kollektivgutes leisten, dabei aber trotzdem in seinen Genuss gelangen. Schließlich kommt noch hinzu, dass nicht jeder weiß ob und wieviel die anderen Mitglieder zu einem Kollektivgut beitragen. Auf den ersten Blick erreicht man durch das Trittbrettfahren also den individuell größten Nutzen, denn man profitiert, erreicht also einen Nutzengewinn, ohne selbst zu investieren. Die Mitgliedszahlen des Flashforum bestätigen das. Wir erinnern uns: mehr als 77 000 Mitglieder haben jeweils weniger als 50 Beiträge verfasst, lediglich gut 3000 Mitglieder haben 50 und mehr Posts geschrieben.

Wir haben es hier also mit einer ähnlichen Problematik wie im Gefangenendilemma zu tun. Gehen wir von der klassischen Situation des Gefangenendilemmas mit nur zwei Mitgliedern aus, die beide voneinander nicht wissen ob der andere kooperiert oder nicht. Dabei lehne ich mich an die Darstellung des Gefangenendilemmas in Arbeitsgruppen von Wilkesmann und Rascher (2004) an; die Problematik ist in meinem Fall fast identisch. Gibt jedes der beiden Mitglieder sein Wissen weiter, so können beide wech-

¹Allerdings kann natürlich nicht jeder gleichermaßen davon profitieren, das hängt nicht zuletzt vom individuellen Wissensstand ab.

selseitig vom Wissen des jeweils anderen profitieren und erzielen damit beide den größten Nutzen. Teilt ein Mitglied sein Wissen nicht, das andere aber schon, so erzielt der Nicht-Geber den größeren Nutzen, da er keine Kosten in Form von Zeit- und Machtverlust hat, aber vom Wissen des Gebenden profitieren kann. Der Gebende trägt in diesem Fall alle Kosten in Form von Zeit- und Machtverlust. Gibt keiner der Akteure sein Wissen preis, so trägt niemand einen Nutzengewinn davon, allerdings auch keine Kosten. Da beide voneinander nicht wissen wie das Gegenüber handelt, erzielt das Mitglied den individuell größten Nutzen, wenn es sein Wissen nicht teilt. Den größten kollektiven Nutzen würden beide erzielen, wenn jeder sein Wissen teilen würde. Wie gesagt, das ist nur eine vereinfachte Darstellung. In der Realität hängt das Dilemma unter anderem von der Anzahl der kooperierenden Individuen ab (Wilkesmann et al. 2004). Auch besteht in Online-Foren durchaus die Möglichkeit des Sichtbarwerdens, ob andere Mitglieder etwas beisteuern oder nicht. Möglich wird das durch die Anzeige der geschriebenen Posts. So könnte die Hilfe denjenigen untersagt werden, die noch keine oder erst sehr wenige Beiträge geschrieben haben. Allerdings besteht nicht die Möglichkeit, reine Lurker davon abzuhalten, weiterhin von den Beiträgen der anderen Forenmitgliedern, also den Kollektivgütern, zu profitieren.²

Das Freeriden beschränkt sich in Online-Foren aber nicht nur auf Lurker, die nur lesen, aber selbst nichts beitragen. Kollock und Smith (1996) zählen noch weitere Formen des Trittbrettfahrens auf. Dazu zählen insbesondere die volle Nutzung der zur Verfügung stehenden Bandbreite³, während andere

²Natürlich könnten Mitglieder bei Inaktivität gelöscht werden. Dieses Vorgehen wird allerdings in der Realität unter großen Communities keine gängige Praxis sein, denn Foren »werben« ja gewissermaßen mit ihren Mitgliedszahlen.

³Zum Beispiel das posten von übergroßen und eventuell unnötigen Bildern und Videos, welche die Ladezeit für die anderen User erhöhen und die Kosten durch den aufkommenden Traffic für die Betreiber in die Höhe schrauben.

Mitglieder auf eine effiziente Nutzung achten, das Schreiben von Off-Topic-Beiträgen und Cross-Postings⁴, sowie Regel-Missachtung⁵.

Wir gehen also gemäß der Kollektivgutproblematik und dem Gefangenendilemma davon aus, dass rational handelnde Individuen an der Erstellung von öffentlichen Gütern – nach dem Motto »irgendwer anders wird das schon machen« – nicht teilnehmen, aber dennoch davon profitieren. Wie kommen dann überhaupt Kollektivgüter zu Stande? In Gesellschaften ist es häufig der Staat, der öffentliche Güter zur Verfügung stellt; wie sieht es aber nun konkret bei Online-Foren aus? Um das Dilemma zu überwinden, müssen die Mitglieder motiviert sein. »Personen werden nur dann einen Beitrag zur »Produktion eines Kollektivguts« leisten, [...] wenn individuelle Anreize [...] existieren.« (Diekmann 2001, S. 175) Diese individuellen Anreize müssen, laut Quintessenz der Tauschtheorie, im Nutzen die Kosten übersteigen, dann wird die Handlung erfolgen. Die Nutzen- und Kostenkomponenten eines Individuums werden dabei als *Anreizstruktur* bezeichnet (Diekmann 2001). Lerner und Tirole (2000) bezeichnen die individuellen Anreize zur Teilnahme an der Produktion von öffentlichen Gütern im Internet als »net benefit«. Dieser setzt sich zusammen aus dem sofortigen (sofortiger Nutzen abzüglich der sofortigen Kosten) und dem zeitversetzten Gewinn.

Kommen wir zuerst auf die Kosten zu sprechen. Durch das Internet haben sich die Kosten stark geändert. Eine Online-Community ist ein Netzwerk digitaler Informationen, in der Informationen statt physische Gegenstände getauscht werden. Zu geringen Kosten kann eine unbegrenzte Anzahl an Kopien erstellt werden, da die Inhalte in digitaler Form vorliegen (Kollock 1999). Für Online-Foren konkret bedeutet das nun, dass sich die Kosten auf Seiten des Fragestellers in erster Linie auf zeitliche Kosten beschränken. Darunter fallen die Zeit, die zur Formulierung der Frage notwendig ist, und natürlich die Opportunitätskosten, das was man sonst in der Zeit hätte

⁴Beiträge, die mit dem eigentlichen Thema nichts zu tun haben. Solche Beiträge werden häufig auch als »Spam« bezeichnet. Off-Topic kann die Koordination in einem Forum erheblich erschweren, denn vernünftige Antworten aus einem Thread zu »fischen« wird zur sprichwörtlichen Nadel im Heuhaufen. Unter Cross-Postings versteht man das Einstellen des selben Threads in verschiedene Boards.

⁵Beispielsweise kann ein unsauberer Umgangston mit den anderen Teilnehmern den Ruf des gesamten Forums schaden oder aktiven Teilnehmern die Lust an der Beteiligung nehmen. Den Schaden trägt dann das gesamte Forum.

machen können. Ein weiterer, etwas diffizilerer, Punkt ist die »Blöße«, die man sich durch das Fragestellen gibt und damit bekannt macht, nicht selbst über dieses Wissen zu verfügen. Ein Gewinn liegt im Erhalten einer Problemlösung und/oder in der Zeitersparnis durch den Erhalt einer Antwort (Lakhani und Hippel 2003). Das kann nämlich im Gegensatz zu Recherche in Büchern etc. viel Zeit ersparen. Aber auch sehr komplexe Probleme können gelöst werden, die der Hilfesuchende alleine – auch mit Hilfe von Büchern – gar nicht hätte lösen können. Für den Antwortenten entstehen beim »matchen«, ob die Frage in den eigenen Wissensbestand fällt, ebenfalls zeitliche Kosten. Durch das Antworten entstehen dem Hilfeleister außerdem Kosten durch einen möglichen Wertverlust der Information, die kommuniziert worden ist, da die Information nun potentiell für jeden zugänglich ist und infolge dessen auch einen Machtverlust. Durch das Schreiben der Antwort entstehen auch hier wieder Kosten in Form von Zeitverlust (Lakhani und Hippel 2003), wenn auch in recht geringen Ausmaß. Lakhani und Hippel (2003) haben in ihrer Untersuchung eines Open-Source Support-Forums festgestellt, dass Stammnutzer in der Regel weniger als eine Minute pro Antwort benötigen, wohingegen Gelegenheits-Poster auch bis zu fünf Minuten brauchen können. Typischerweise werden nur Antworten gegeben, die parat liegen. Das Suchen nach einer Lösung oder die gemeinsame Problemlösung findet hingegen selten statt.

Durch die niedrigen Kosten im Internet und die Einfachheit, einen Forumsbeitrag zu verfassen, ist also die Motivation höher, an einem öffentlichen Gut mitzuarbeiten, da die Chance größer ist, dass der Nutzen die Kosten übersteigen wird (Kollock 1999). Dazu kommt noch, dass im Online-Kontext Freerider weniger »schädlich« sind als Offline-Trittbrettfahrer, hauptsächlich weil digitale Güter extrem kostengünstig (nahezu umsonst) kopiert werden können (Döring 2003). Im letzten großen Kapitel vor der Studie wollen wir uns nun mit den konkreten individuellen Motiven bzw. Anreizen also Nutzen und Gewinnen auseinandersetzen, die dafür verantwortlich sein könnten, weshalb Individuen in Internetforen ihr Wissen – ihre wichtigste Ressource – miteinander teilen und damit die Generierung neuen Wissens ermöglichen. Mit anderen Worten, worin liegt der net benefit für User, die sich aktiv am Forumsgeschehen beteiligen?

6 Motivation

6.1 Allgemeines

Zuerst sollen die Begrifflichkeiten definiert werden. Das *Motiv* ist der angestrebte Ziel-Zustand (Heckhausen 1980). *Motivation* ist die »Motivierung des Handelns durch ein bestimmtes Motiv.« (Heckhausen 1980, S. 25) Damit ist Motivation der Prozess, der zwischen verschiedenen Handlungsmöglichkeiten auswählt, das Handeln also steuert, um den angestrebten Zielzustand zu erreichen. Die Motivation soll damit die Zielgerichtetheit eines Handelns erklären (Heckhausen 1980). In der Sprache der Tauschtheorie ist ein Individuum motiviert, diejenige Handlungsmöglichkeit auszuführen, die einen Nutzensgewinn erwarten lässt.

Unter Motivation versteht man alle Zustände und Prozesse, die einem Handeln »Richtung, Intensität und Ablaufform verleihen.« (Döring 2003, S. 261) Die Motivation entsteht dabei aus einer Wechselwirkung von Umwelt- und Personenmerkmalen und ist ein soziales Geschehen, da die Motivation zum ersten auf sozio-kulturellen Bedingungen (wie Normensysteme) aufbaut, sich zweitens die Inhalte oft auf soziale Phänomene (wie die Suche nach sozialer Anerkennung) beziehen und drittens selbstreflexiver Gegenstand sozialer Bewertung und Steuerung ist (Döring 2003). Bei der Motivation geht es um eine genaue, zielgerichtete und langfristige Handlungsplanung und -steuerung (Döring 2003).

Individuen unterscheiden sich hinsichtlich der Höhe der Motivation (zum Beispiel wie groß die Motivation ist) und hinsichtlich der Orientierung der Motivation (zum Beispiel welche Art der Motivation) (Ryan und Deci 2000). Döring (2003) differenziert zwei Klassen von Motivationstheorien: die *Inhaltstheorien* »befassen sich mit der Bestimmung und Strukturierung

von Motiven bzw. Bedürfnissen auf unterschiedlichen Abstraktionsebenen« (Döring 2003, S. 261), während sich die *Prozesstheorien* mit der Beschreibung und Analyse von Prozessen der Handlungssteuerung befassen.

In der Literatur zur Beteiligung an der Herstellung des Kollektivguts Open-Source-Software und dem Wissensmanagement werden mögliche Motive genannt, welche die Kollektivgutproblematik bzw. das Gefangenendilemma überwinden können. Diese Motive gehören den Prozesstheorien an. Da es für Online-Foren diesbezüglich keine oder nur sehr wenig Literatur gibt, ziehe ich meine Vorannahmen für die später folgende Studie aus oben genannter Literatur. Die darin enthaltenen Motivationstheorien sind in der Regel ohnehin keine völlig neuen Theorien, die sich ausschließlich auf Open-Source oder Wissensmanagement beziehen. Ich gehe also von einer gewissen Allgemeingültigkeit aus und verknüpfe die für meine Arbeit vermeintlich relevanten Theorien mit Online-Foren, denn die Kollektivgutproblematik besteht, wie wir gesehen haben, in Online-Foren ebenso.

Grundsätzlich kann das Dilemma entweder von *innen* (intrinsisch) oder von *außen* (extrinsisch) heraus gelöst werden. Weitere Motive sind die Glaubens- und Zielinternalisierung, interpersonelle Beziehungen und Handlungsrouninen.

6.2 Intrinsische Motivation

Bei der intrinsischen Motivation liegt das angestrebte Ziel im Handeln selbst, nicht im Ergebnis des Handelns. Die Aktivität wird um ihrer selbst Willen ausgeübt, auch ohne anschließende Belohnung oder Bestrafung (Osterloh et al. 2004). Der Weg ist also das Ziel, damit ist das Handeln nicht bloß Mittel zum Zweck (Wilkesmann et al. 2004). Intrinsisch motivierte Individuen handeln »von innen« heraus, während extrinsisch motivierte »von außen« her handeln (Heckhausen 1980). Ein Beispiel sind spielende Kinder. Das Spielen und Herumtollen ist Ziel des Handelns. Die Kinder haben Spaß am Spielen und tun es des Spielens wegen und nicht um beispielsweise Kalorien zu verbrennen. Die Belohnung – in Form des Späßes – erfolgt daher bei der intrinsischen Motivation sofort (Hemetsberger und Pieters 2001).

Den Menschen, der eine Tätigkeit wegen der Freude an dem Tun ausübt, bezeichnen Osterloh et al. (2004) als »Homo ludens«.

Ein Nutzensgewinn liegt bei der intrinsischen Motivation also in der Freude an der Tätigkeit (Osterloh et al. 2004), unabhängig von den späteren Konsequenzen. Das soziale Dilemma, also das Nicht-Zustandekommen eines Kollektivgutes, kann somit ausgeschlossen werden, denn das Arbeiten an dem Gut bereitet den Mitgliedern Spaß. Beiträge in ein Online-Forum sind damit keine Investition, sondern Resultat; die Arbeit die dabei entsteht kein Kostenfaktor, sondern Nutzen (Wilkesmann 2005). Dabei wird Kooperation automatisch erzeugt, ohne das sie Ziel des Tuns ist (Wilkesmann 2005).

Intrinsisch motiviertes Handeln kann auch als handlungsbezogenes Erleben bezeichnet werden. Damit steht es im Gegensatz zum ichbezogenen Erleben. Die Freude am Handeln kann in dem so genannten *Flow-Erleben* münden (Heckhausen 1980). Ein Flow-Erleben stellt sich dann ein, wenn ein optimaler Weg zwischen Herausforderung und Fähigkeit gefunden wird. Die Aufgabe darf weder unlösbar und damit zu Frustration führen, noch zu einfach sein und damit langweilen (Döring 2003).

Die Konsequenz des Handelns kann bei der intrinsischen Motivation nicht nur positiv, sondern auch negativ sein, denn sobald der Nutzen im Handeln selbst größer ist als die Kosten (inklusive negativer Auswirkungen), wird die Handlung nach der Tauschtheorie vollzogen. Somit sind nicht wünschenswerte Folgen bei der intrinsischen Motivation nicht ausgeschlossen (Osterloh und Frey 2000). Daher ist zu beachten, dass intrinsisch motivierte Mitglieder einer Gruppe unter Umständen durch ihr Tun auch schaden können (Leonard et al. 1999), da das individuelle Ziel und das der Gruppe nicht unbedingt gleichbedeutend ist. Für ein rein intrinsisch motiviertes Mitglied zählt nur die Freude an der Tätigkeit. Vorstellbar wäre zum Beispiel nur das Antworten in den Off-Topic-Boards, wo überwiegend Small-Talk und weniger ernsthafte Diskussion betrieben wird. Dadurch nehmen diese Boards für das Forum im gesamten eine eher untergeordnete Rolle ein.¹ Wenn die User aus intrinsischer Motivation heraus fast ausschließlich dort posten, dann hilft es dem Forum

¹Nicht vergessen sollte man aber die soziale Komponente von Off-Topic-Boards. User können sich dort über persönliche Dinge unterhalten, was die Beziehungen und das Vertrauen innerhalb des Forums stärkt. Aus dem selben Grund organisieren viele Foren auch Face-to-Face Treffen.

und der Generierung neuen Wissens eher weniger. Bei der intrinsischen Motivation ist damit das Ergebnis einer Handlung unbestimmter als bei der extrinsischen Motivation. Erst die Einwirkung von außen (extrinsisch) macht eine intrinsisch motivierte Handlung kontrollierbarer (Osterloh und Frey 2000).

Äußere Einwirkungen können die intrinsische Motivation in die ein oder andere Richtung lenken. Nach Ryan und Deci (2000) hängt die intrinsische Motivation vom empfundenen Grad der Kontrolle ab. Dabei muss eine Kontrolle von außen in Form von Belohnung oder Bestrafung keineswegs etwas »greifbares« wie eine Sachprämie sein, sondern auch Weisungen, Drohungen, Druck, Deadlines, Feedback, Lob und Tadel. Dieses »Eingreifen« kann vom Individuum als kontrollierend und fremd gesteuert wahrgenommen werden und in einem totalen Gefühl der Abhängigkeit münden. Damit wäre die intrinsische Motivation völlig verdrängt worden. Diesen Verdrängungseffekt nennt man *Crowding-Out Effect* (Osterloh und Frey 2000). Die Schularbeiten, die einst mit einer Tafel Schokolade belohnt wurden, werden unter Umständen nie wieder ohne diese Tafel Schokolade gemacht. Kurzfristig bringt das Erfolg, auf lange Sicht aber Misserfolg. Wohin gegen ein stets »die Wahl haben«-Gefühl die Autonomie stärkt und damit die intrinsische Motivation fördern kann (Ryan und Deci 2000). Extrinsische Anreize können also die intrinsische Motivation verdrängen (*Crowding-Out*). Umgekehrt können extrinsisch motivierte Tätigkeiten aber auch in intrinsische münden, wenn externe Belohnungen ausbleiben (Heckhausen 1980) oder wenn ein Einwirken von außen nicht als kontrollierend, sondern als informierend und unterstützend wahrgenommen wird (*Crowding-In*) und damit das Gefühl der Selbst-Kontrolle steigt (Osterloh und Frey 2000). Intrinsische Motivation kann aber auch durch Freerider verdrängt werden (Osterloh et al. 2002). Beispielsweise können die Nicht-Beachtung der Forumsregeln oder sinnloses Off-Topic-Posten, um Aufmerksamkeit zu erlangen und zu provozieren, intrinsisch motivierten Individuen den Spaß an der Sache rauben.

Gerade – aber nicht nur – in der Anfangsphase eines Online-Forums spielt die intrinsische Motivation eine sehr wichtige Rolle. Das Forum braucht eine Basis an intrinsisch motivierten Teilnehmern, da anfangs noch wenig externe Belohnungen zu erwarten sind. Diese Teilnehmer müssen eine kritische Masse

überwinden. Später freilich können extrinsisch motivierte Teilnehmer dann nachziehen (Osterloh et al. 2002).

In einer Studie von Wilkesmann et al. (2004) im »ShareNet«, ein interaktives und internationales Knowledge Management Tool für die Mitarbeiter von Siemens, gaben 31,4 Prozent der befragten Personen von insgesamt 271 ausgewerteten Fragebögen an, intrinsisch motiviert zu sein. Und das, obwohl »ShareNet« über direkte externe Anreizfaktoren in Form von »Shares«, die in Sachprämien getauscht werden können, verfügt. Diese Studie könnte also erste Hinweise darauf geben, dass intrinsische Motivation unter den Mitgliedern in Online-Foren häufig ist, denn wie wir gleich sehen werden, sind direkte externe Anreize in Online-Foren im Gegensatz zu »ShareNet« eher selten.

6.3 Extrinsische Motivation

Im Gegensatz zur intrinsischen Motivation stimmt bei der extrinsischen Motivation das Mittel (die Handlung) nicht mit dem Zweck (dem Handlungsziel) thematisch überein (Heckhausen 1980). Ein extrinsisch motiviertes Individuum übt eine Tätigkeit nicht um ihrer selbst Willen aus, sondern um ein bestimmtes Ergebnis bzw. einen bestimmten Zielzustand zu erreichen (Ryan und Deci 2000). Die Wünsche werden bei der extrinsischen Motivation indirekt befriedigt, da die Befriedigung nicht in der Handlung gefunden wird, sondern im Ergebnis der Handlung (Osterloh und Frey 2000). Eine Tätigkeit wird zum Beispiel deswegen ausgeführt, um damit Geld zu verdienen und anschließend mit dem verdienten Geld ein unmittelbares Bedürfnis zu befriedigen (Osterloh et al. 2004). Die Belohnung erfolgt damit bei der extrinsischen Motivation zeitversetzt (Hemetsberger und Pieters 2001).

Das soziale Dilemma wird bei der extrinsischen Motivation also durch äußere Anreize verhindert, nicht wie bei der intrinsischen Motivation durch innere.

Ryan und Deci (2000) unterscheiden zwischen vier verschiedenen Stufen der extrinsischen Motivation. Neben dieser Abstufung geben sie noch die intrinsische Motivation (*Intrinsic Motivation*) und die Stufe der »Demotivation« (*Amotivation*) an, in der ein Individuum nicht motiviert ist, eine

Handlung auszuüben, sei es weil es der Handlung oder dem Ergebnis keinerlei Wert (Nutzen) abgewinnen kann oder aus dem Gefühl heraus, der Aufgabe nicht gewachsen zu sein. In der ersten Stufe (*External Regulation*) der extrinsischen Motivation, die Stufe mit der geringsten Autonomie wird die Tätigkeit nur ausgeführt, um externe Bedürfnisse oder Wünsche zu erfüllen. In der zweiten Stufe (*Introjection*) wird das Verhalten immer noch als kontrollierend wahrgenommen. Die Tätigkeit wird aufgrund des Drucks von außen ausgeübt um damit mögliche Schuldgefühle zu verhindern. In der dritten Stufe (*Identification*) ist die Autonomie bedeutend höher. Das Individuum weiß um die Bedeutung einer bestimmten Tätigkeit. Die Regulierung von außen wird in dieser Stufe hingenommen. In der vierten und letzten Stufe (*Integration*) der extrinsischen Motivation wird die Regulation vollständig assimiliert, das Individuum findet diese Regulation also gut und sinnvoll. Trotzdem ist das Handeln nicht intrinsisch motiviert, da nachwievor die Handlung zwar selbstbestimmt durchgeführt wird, aber nicht um ihrer selbst willen. Zwischen diesen verschiedenen Stufen kann sich die Motivation stets bewegen (Ryan und Deci 2000).

Neben dem oben beschriebenen Effekt der Verdrängung intrinsischer Motivation durch extrinsische Anreize hat die extrinsische Motivation zwei weitere Nachteile. Zum einen kann eine Anspruchsspirale erzeugt werden (Wilkesmann und Rascher 2002). Darunter versteht man, dass das Individuum immer mehr Anreize benötigt, um weiterhin die Handlung auszuführen. Zweitens wird nur diejenige Handlung ausgeführt, die auch zu einer Belohnung führt, während alle anderen vernachlässigt werden (Wilkesmann und Rascher 2002). So könnten beispielsweise nur noch die Beiträge in einem Forum beantwortet werden, die mit einer direkten Entlohnung reizen. Die beiden Punkte entsprechen der Tauschtheorie, nach der die Handlungsalternative gewählt wird, bei der der Nutzen die Kosten übersteigen wird. Der erste Punkt entspricht der *Entbehrungs-Sättigungshypothese* der Tauschtheorie, die besagt: »Je häufiger eine Person in der nahen Vergangenheit eine bestimmte Belohnung erhielt, desto weniger wertvoll wird für sie diese Belohnung« (Etzrodt 2003, S. 127). Das besagte Kind, welches die Schularbeiten nur gegen Schokolade erledigt, wird irgendwann zwei Tafeln Schokolade verlangen.

Extrinsische Motive können sehr vielfältig sein. Zugegeben, in Internet-Foren findet in der Regel äußerst selten eine direkte Entlohnung statt wie man es aus Betrieben kennt (Hars und Ou 2001). Beispielsweise im Wissensmanagement, in denen die Mitarbeiter mittels Gratifikation von außen, also extrinsisch, dazu bewegt werden Daten in die Datenbank einzugeben. Moderatoren können allerdings auch in Foren extrinsisch kontrollierend und sanktionierend einwirken, in dem sie beispielsweise intrinsisch motiviertes Off-Topic-Posten Einhalt gebieten. Sanktionen wie das Löschen von Mitgliedern kommen eher selten vor. In Online-Foren ist ein extrinsisches Einwirken durch Dritte eher von sozialer Natur, wie Anerkennung, Respekt, etc., die in der Regel erst auf längere Sicht einen Nutzen darstellen. Im Folgenden wollen wir auf mögliche extrinsische Motive genauer eingehen.

6.3.1 Direkte externe Anreize

Zwar sind direkte externe² Anreize von außen in Online-Foren eher von seltener Natur, durchaus aber vorstellbar. So könnte ein hilfesuchendes Mitglied beispielsweise eine finanzielle Beteiligung an dem Projekt anbieten, an dem er gerade arbeitet. Wie bereits erwähnt kamen auch Dankeschöns in Form von T-Shirts und Büchern im Flashforum bereits vor. Letzten Endes kann aber auch schon ein einfaches geschriebenes Dankeschön Nutzen genug sein, um sich aktiv im Forum zu beteiligen. In einem Dankeschön steckt schließlich auch eine soziale Anerkennung des Geholfenen. Ob geantwortet wird hängt von den individuellen Anreizstrukturen ab, also wie hoch die Kosten für das jeweilige Individuum sind sich zu beteiligen.

Viele Foren, so auch das Flashforum, unterstützen die Motivation durch externe Anreize, indem die bisher geleistete Beitragszahl veröffentlicht wird oder User-Empfehlungen ausgesprochen werden. So könnten Mitglieder nur posten, um eine besonders hohe Zahl zu erreichen. Aus einer hohen Postanzahl könnten sie sich weitere externe Nutzenfaktoren erhoffen, auf die wir im Folgenden zu sprechen kommen.

²Online-Foren sind zwar durch indirekten Tausch geprägt, eine Gegenleistung erfolgt also nicht unmittelbar vom Nehmer, dennoch können auch in Online-Foren direkte Tauschhandlungen stattfinden, indem der Nehmer sich direkt »bedankt«.

In der bereits erwähnten Studie von Wilkesmann et al. (2004) im »Share-Net« waren 11,1 Prozent der befragten Personen direkt extrinsisch motiviert, gaben also nur Antworten, um so genannte »Shares« zu erhalten. Da in Online-Foren (außer geschriebener Dankeschöns) solche Art von direkten externen Anreizen selten gegeben sind, gehe ich davon aus, dass direkte externe Anreize für Mitglieder von Online-Foren eine untergeordnete Rolle spielen.

6.3.2 Aufbau positiver Reputation

Der Aufbau positiver Reputation fällt unter die Kategorie der indirekten Tauschhandlungen. So beschränkt sich hier die Gegenleistung des Nehmers nicht nur auf ein Dankeschön, sondern eine Gegenleistung erfolgt durch soziale Anerkennung der Community. Diese Motivation beruht darauf, dass ein Individuum auf einem bestimmten Gebiet in der Gruppe als Experte angesehen werden möchte (Wilkesmann et al. 2004). So verschafft sich ein Mitglied innerhalb der Gleichgesinnten Respekt, welcher das Ego aufbaut (Hemetsberger und Pieters 2001). Damit positive Reputation überhaupt wirken kann, ist es notwendig als Mitglied seinen Nutzernamen, E-Mail-Adresse, Signatur oder ähnliches konstant zu halten, um identifiziert werden zu können (Lakhani und Hippel 2003). In einem geschlossenen Forum ist das durch die Registrierung im Normalfall von grundauf gegeben.

Zu relativ geringen Kosten kann in einem Online-Forum ein potentiell großes Publikum erreicht werden (Osterloh und Rota 2004). Somit dient die Teilnahme an Online-Foren auch gewissermaßen einer Selbst-Vermarktung (Hars und Ou 2001). Auch potentielle Kunden können sich in diversen Foren tummeln und durch qualitativ hochwertige Beiträge auf ein Mitglied aufmerksam werden. Nicht auszuschließen sind deshalb daraus resultierende Job-Angebote. Das Flashforum bietet ein eigenes Job-Board, in dem (honorierte) Jobs angeboten werden. Dabei handelt es sich um einzelne Auftragsarbeiten für Selbständige, freie Mitarbeit, aber auch um Festanstellungen. Jemand der sich durch viele qualitativ hochwertige Beiträge einen hohen Stellenwert im Forum erarbeitet hat, könnte auch größere Chancen haben, den Zuschlag für einen Job zu bekommen.

Hier lässt sich also ein sehr starkes Motiv vermuten, allerdings nimmt in der bereits erwähnten Studie von Lakhani und Hippel (2003) mit 336 Mitgliedern³ eines Open-Source Support-Forums die positive Reputation eine eher untergeordnete Rolle ein. Das entspricht auch den Ergebnissen der Studie von Wilkesmann et al. (2004). Dennoch werde ich in meiner Arbeit auf diesen Punkt genauer eingehen.

6.3.3 Erwartete Reziprozität

Wenn ein Individuum das Wissen anderer Mitglieder gebrauchen konnte, ist es auch eher bereit sein, Wissen mit Anderen zu teilen. Wilkesmann et al. (2004) bezeichnen dies in ihren Untersuchungen zum Wissensmanagement als »erfahrenen Nutzen«, den das Mitglied gemacht hat. Auch für den umgekehrten Fall gilt die erwartete Reziprozität. Das Individuum teilt sein Wissen, um in Zukunft auf die Hilfe der Anderen zählen zu können (Kollock 1999). Kollock (1999) geht davon aus, dass Individuen, die selbst oft helfen, auch eher und öfter geholfen wird. So könnte die Anzahl der bisherigen Posts dazu führen, dass einem Mitglied mit hoher Post-Anzahl schneller, kompetenter oder überhaupt geantwortet wird.

Es ist zu beachten, dass man in einem Online-Forum bei einem spezifischen Problem einem spezifischen Mitglied hilft, aber es ist nicht sicher gestellt, dass der Nehmende auch speziell an den Helfer in Form einer direkten Gegenleistung etwas zurückgibt. Dafür wird aber irgendjemand aus der Community dem Helfer helfen, falls dieser einmal ein Problem haben sollte. Eine Gegenleistung erfolgt hier also indirekt. Eine Gemeinschaft, in der die Norm der Reziprozität greift, ist eine Geschenkkultur, welche wir bereits kennen gelernt haben (Osterloh et al. 2004).

In der Studie von Lakhani und Hippel (2003) spielt die Reziprozität unter den Motiven die größte Rolle, wohingegen in der Studie von Wilkesmann et al. (2004) mit 13,7 Prozent die Reziprozität zwar eine nicht unwichtige Rolle einnimmt, allerdings unter anderem weit hinter der intrinsischen Motivation liegt.

³336 brauchbare Fragebögen von insgesamt 1709 ausgefüllten.

6.3.4 Der Lerneffekt

Mitglieder lesen nicht nur, sondern tragen auch etwas bei, um ihr eigenes Wissen in zweierlei Hinsicht anzureichern (Hemetsberger 2001). Erstens durch das »Austüfteln« eines Lösungsweges, bei dem durch die praktische Übung Wissen generiert wird; zweitens kann sich der Antwortende durch die Veröffentlichung seines Beitrages Anregungen erhoffen (Osterloh und Rota 2004). Vielleicht steckt ja in seiner Antwort ein Fehler? Durch das Feedback können der Antwortende und auch die anderen Leser etwas dazulernen. Vielleicht entsteht auch eine Diskussion, in der diverse Lösungsansätze diskutiert werden, woraus sich komplett neue Ansätze ergeben könnten. Es kann also eine kollektive Lernsituation entstehen, in der gemeinsam neues Wissen generiert wird. Das Wissen könnte zwar auch durch reines Mitlesen vermehrt werden, allerdings wird das Individuum so nie in einem gemeinsamen Diskurs neue Möglichkeiten und damit neues Wissen erarbeiten können. Der Wissenserwerb und damit die Steigerung der Fähigkeiten könnten auf lange Sicht sogar zu besseren Job-Angeboten, höhere Bezahlung und befriedigendere Jobs führen. Damit kann die aktive Teilnahme an einem Online-Forum durchaus als Investition in das eigene Humankapital gesehen werden (Hars und Ou 2001).

Der erste Lerneffekt, das Austüfteln eines Lösungsweges anhand praktischer Beispiele, findet laut Studie von Lakhani und Hippel (2003) äußerst selten statt. Es werden nämlich fast ausschließlich Antworten gegeben, die bereits parat liegen. Die Kosten, in Form von Zeit, könnten den Nutzen sonst übersteigen. Auch die Folgerung aus dem zweiten Lerneffekt, das Entstehen einer fruchtbaren Diskussion, also die gemeinsame Problemlösung, findet nach der Studie äußerst selten statt. Bei (einfachen) Fachfragen, denen häufig eine klare Antwort genügt, besteht eben oftmals kein wirklicher Bedarf nach Diskussion. In der anschließenden Studie soll fest gestellt werden ob das auch für das Flashforum gilt.

In einer umfangreichen Studie mit 2784 Entwicklern von Free- und Open-Source-Software von Ghosh et al. (2002) war mit 78,9 bzw. 70,5 Prozent der häufigste Grund, sich der Free- und Open-Source-Community anzuschließen bzw. Mitglied zu bleiben, das Dazulernen und Weiterentwickeln von Fähigkeiten. Sicherlich wird das Interesse an Flash bzw. konkrete Fragen zu

Flash auch das Hauptmotiv sein, sich im Flashforum anzumelden. Allerdings sagt das nichts darüber aus, ob auch tatsächlich auf die Fragen anderer geantwortet wird.

Der Lerneffekt in einem Forum bezieht sich also auch bei aktiven Mitgliedern in erster Linie eher auf das Lesen denn auf das Schreiben von Beiträgen. Motivierte Forumsmitglieder »scannen« das Forum nach auch für sie selbst interessanten Fragestellungen, um einerseits zu antworten, andererseits aber vor allem um dabei aus den Problemen anderer zu lernen. Weil das Thread-»scannen« damit in erster Linie Eigennutzen ist, gestalten sich die Kosten zum Antworten relativ gering (Lakhani und Hippel 2003).

6.4 Glaube und Ziel-Internalisierung

Das Individuum empfindet die Sache, das Forum, als nützlich und internalisiert die Ziele, Werte und den Glauben der Gruppe, und es adoptiert das von der Gruppe gewünschte Verhalten (Hemetsberger und Pieters 2001). Die Gruppennormen bestimmen dann das individuelle Verhalten (Hemetsberger 2006). Das individuelle Interesse ist also gleichthematisch mit dem Interesse der Gruppe (Hemetsberger und Pieters 2001), womit ein soziales Dilemma ausgeschlossen werden kann. Der individuelle Nutzen und der Kollektivnutzen fallen bei dieser Motivation zusammen, denn was für die Gruppe gut ist, ist auch für das Mitglied von Nutzen. Wenn das Online-Forum auf Dauer erhalten werden soll, dann muss demnach das Mitglied seinen Teil dazu beitragen, denn ohne Mitwirkende fällt das Forum. Das Mitwirken wird hier zu einer Selbstverständlichkeit.

Der Glauben- und die Zielinternalisierung ist eng verbunden mit der erwarteten Reziprozität, denn Reziprozität wird durch soziale Normen geregelt. Die gewillten Mitglieder haben durch die Verinnerlichung der Gruppenwerte und Normen eine moralische Verpflichtung gegenüber den anderen Mitgliedern. Wird nicht nach diesen Normen gehandelt, können Schuldgefühle auftreten (Hemetsberger 2001). Wenn das Mitglied am Zurückgeben Gefallen findet, kann ein Crowding-In Effekt stattfinden, indem die extrinsische Motivation durch intrinsische verdrängt wird. Man bezeichnet diese Form der Motivation als intrinsische Motivation, die auf Verpflichtungen beruht

(Osterloh et al. 2002), auf die Erfüllung von Normen um ihrer selbst willen (Osterloh et al. 2004).

Auch Altruismus spielt hier eine Rolle. Altruismus besteht dann, wenn ein Individuum ausschließlich sein Wissen aus dem Grund teilt, etwas Gutes zu tun indem es anderen hilft (Hemetsberger und Pieters 2001). Somit ist Altruismus das Gegenteil vom Egoismus (Hars und Ou 2001). Die persönlichen Interessen werden hier in den Hintergrund gerückt und die Interessen der Gruppe, also des Forums, in den Vordergrund. Ein Nutzensgewinn liegt in der Befriedigung anderen geholfen zu haben.

In einer Studie von Hemetsberger (2003) mit 1486 Entwicklern von Open-Source-Software sind nach intrinsischen und extrinsischen Motiven⁴ die Gruppenziele und Werte das zweithäufigste Motiv zur Bereitstellung des öffentlichen Guts. Auch in der Studie von Lakhani und Hippel (2003) spielt die Unterstützung der Community eine nicht unwesentliche Rolle. In meinen qualitativen Interviews wird zu erwarten sein, dass Glaube- und Zielinternalisierung eng mit dem Motiv der Reziprozität zusammen wirken.

6.5 Interpersonelle Beziehungen

Individuen nehmen an Communities teil, um ein Gefühl der Zugehörigkeit zu erfahren und Freundschaften zu knüpfen (Hemetsberger und Pieters 2001). Dieses Gefühl zu erfahren ist nach Maslow das Bedürfnis eines jeden Individuums (Hars und Ou 2001). Aus dieser Zugehörigkeit können sich engere Beziehungen entwickeln, die in Face-to-Face Situationen münden können (Hemetsberger und Pieters 2001). Das persönliche Netzwerk wird durch die Mitgliedschaft erweitert. Ein Nutzen liegt hier in Form von Aufbau von Beziehungen vor. Beziehungen – wie auch ganz allgemein die Mitgliedschaft in einem Forum – steigern in erster Linie das eigene soziale Kapital.⁵

⁴Hemetsberger fasst die intrinsischen und extrinsischen Motive unter dem Punkt »Aufgabenbezogene Motive« zusammen.

⁵Unter Sozialkapital versteht man »[...] die Gesamtheit der aktuellen und potentiellen Ressourcen, die mit dem Besitz eines dauerhaften Netzes von mehr oder weniger institutionalisierten Beziehungen gegenseitigen Kennens oder Anerkennens verbunden sind; oder, anders ausgedrückt, es handelt sich dabei um Ressourcen, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe beruhen.« (Bourdieu 1997, S. 225)

Bei der bereits angesprochenen Studie über virtuelle Gemeinschaften⁶ wurde festgestellt, dass jedes zweite Mitglied der Stichprobe ein anderes Mitglied der Community im realen Leben kennt, weshalb die Autoren davon ausgehen, dass Communities eine wichtige Rolle beim Aufbau sozialer Beziehungen tragen (Leimeister et al. 2003). In der Studie von Hemetsberger und Pieters (2001) sind die interpersonellen Beziehungen der Mitglieder jedoch das am seltensten genannte Motiv zur Bereitstellung von Open-Source-Software.

6.6 Handlungsroutinen

Nach Wilkesmann und Rascher (2004) findet eine Überwindung des Gefangenendilemmas und damit auch des sozialen Dilemmas durch so genannte Handlungsroutinen statt. Handlungsroutinen sind eine generelle Entscheidung für ein Tun, die somit das tägliche Kosten-Nutzen-Abwägen überflüssig machen (Wilkesmann und Rascher 2004). Handlungsroutinen nehmen also Entscheidungen ab. Ich antworte in einem Forum, weil ich es jeden Tag tue, da dieses Verhalten in der Vergangenheit extrinsisch oder intrinsisch belohnt wurde. So wird nach der *Erfolgshypothese* der Tauschtheorie die Handlung immer wieder erfolgen: »Je häufiger eine bestimmte Handlung in der Vergangenheit belohnt wurde, desto häufiger wird die Person diese Handlung wiederholen.« (Etzrodt 2003, S. 129) Das gilt auch für den umgekehrten Fall. Wurde eine Nicht-Handlung in der Vergangenheit bestraft, so wird die Handlung nun ausgeführt, um einer Bestrafung zu entgehen. Die Belohnung liegt dann in der Nicht-Bestrafung.

In den folgenden Kapiteln soll nun die eingangs gestellte Forschungsfrage und die besprochenen möglichen theoretischen Motive in einer eigenen Studie empirisch geprüft werden.

⁶Auch hier gilt wieder das virtuelle Gemeinschaften, also Online-Communities nicht nur aus Online-Foren bestehen sondern auch andere Dienste des Internets umfassen können. Eine einheitliche Definition des Begriffes existiert bisher nicht.

7 Methodik

Beim methodischen Vorgehen hielt ich mich in den Grundzügen an die empfohlene Vorgehensweise einer empirischen Studie von Diekmann (2001). In einem ersten Schritt soll dabei die Forschungsfrage klar definiert werden, was bereits in den vorangehenden Kapiteln geschehen ist. Der zweite Schritt umfasst die Planung und Vorbereitung der Erhebung. Danach folgt die eigentliche Erhebung und Datenauswertung.

7.1 Wahl des Forschungsdesigns

Nach Diekmann (2001) hängt die Wahl des Forschungsdesigns von drei Faktoren ab. Vom Forschungsziel, den Forschungsressourcen und »der eigenen Einschätzung der mit Blick auf das Forschungsziel bestgeeigneten Methoden.« (Diekmann 2001, S. 165)

Da die Motivation für den konkreten Fall von Forumsteilnehmern bisher wenig bis gar nicht erforscht wurde, bot sich eine qualitative Erhebung an. Bei einer qualitativen Untersuchung geht es darum, »das Handeln und Erleben der Beteiligten möglichst detailliert zu rekonstruieren und die damit verbundenen manifesten wie latenten Bedeutungen aus verbalem (oder anderweitig symbolischem) Datenmaterial herauszuarbeiten.« (Döring 2003, S. 203) Damit möchte ich prüfen ob die aus der Literatur gewonnenen Kenntnisse hinsichtlich Motivation in Wissensmanagement und Open-Source-Projekten auch auf die Mitglieder von Online-Foren übertragbar sind. Weiterhin können so etwaige weitere Motive sowie neue, zusätzliche Einsichten, die in der Literatur über Wissensmanagement und Open-Source nicht festgehalten sind, gefunden werden. Die neuen Erkenntnisse können in weiteren Untersuchungen geprüft werden.

Da ich keinen motivationalen Wandel von Individuen untersuchen wollte, sondern nur die Motivation, die aktuell eine Rolle spielt oder spielte, genügt eine Querschnittstudie, das heißt eine einmalige Erhebung der Eigenschaften bei N Untersuchungseinheiten (Diekmann 2001). Die Untersuchungsebene bildeten Individuen, denn mich interessieren die individuellen Motive zur Beteiligung in Online-Foren.

Als Erhebungsmethode wählte ich das qualitative Interview, bei denen man in die Tiefe geht und damit die interviewten Individuen ausführlicher zu Wort kommen lässt (Diekmann 2001). Bei qualitativen Interviews unterscheidet man ferner zwischen dem »narrativen« und dem »problemzentrierten« Interview. Ersteres ist völlig frei gehalten, man hofft dabei auf ein freies Erzählen der interviewten Individuen, möglichst ohne Eingreifen des Interviewers (Diekmann 2001), wohingegen letztere Interviewform strukturierter abläuft, in dem der Interviewer einen Leitfaden im Vorfeld der Erhebung erstellt und auf den er sich während des Interviews inhaltlich stützt (Diekmann 2001). Der Leitfaden ist dabei freilich kein fester Fragebogen, der Frage für Frage wie bei quantitativen Interviews abgearbeitet wird; er ist vielmehr eine Richtlinie, der all die Faktoren enthält, die dem Interviewer zur Beantwortung seiner Forschungsfrage als wichtig erscheinen. So ist es üblich und sinnvoll, den Leitfaden von Interview zu Interview an die spezifischen Begebenheiten anzupassen und die ein oder andere Frage vorzunehmen, wegzulassen etc. (Diekmann 2001). Bei narrativen Interviews stößt man leicht auf das Problem mangelnder »narrativer Kompetenz«, das heißt die mangelnde Fähigkeit oder Lust, etwas frei zu erzählen (Diekmann 2001). Beim problemzentrierten Interview ist diese Gefahr wesentlich geringer, denn der Interviewer kann während des Interviews nachfragen und versuchen, zum Reden zu ermuntern.

In meinem Fall fiel die Wahl auf das problemzentrierte Interview aus zwei Gründen. Erstens habe ich im Vorfeld bereits Forschungsannahmen getroffen (siehe Kapitel zur Motivation). Ich ging also mit gewissen Erwartungen in das Interview und konnte auf diese Annahmen hin einen Leitfaden erstellen und das Interview führen. Zweitens sollten die Interviews aufgrund der räumlichen Distanzen zu meinen Interviewpartnern auf dem computervermittelten Wege stattfinden. Ein narratives Interview ist damit ausgeschlossen. Ich muss

also in das Interview eingreifen, nachhaken und nachfragen, führte deswegen ein halbstandardisiertes, problemzentriertes Interview. Streng genommen sollte ich nicht von einem problemzentrierten Interview sprechen, denn in der Literatur geht man bisher in dem Zusammenhang von Face-to-Face Interviews aus, allerdings gibt es noch keine eigene Bezeichnung für qualitative Interviews, die auf dem computervermittelten Wege geführt werden. Prinzipiell aber lassen sich sämtliche Erhebungsmethoden auch auf das Internet übertragen (Döring 2003). Zur Durchführung qualitativer halb- oder semistandardisierter Interviews eignen sich die Internetdienste E-Mail und Chat (Mann und Stewart 2000).

Generell ist zu beachten, dass bei Online-Untersuchungen sowohl Interviewer als auch Interviewte über das nötige Know-How im Umgang mit dem Internet verfügen müssen (Mann und Stewart 2000). Im Umgang mit dem Dienst E-Mail sollten die geringsten Schwierigkeiten auftreten. In meinem konkreten Fall ohnehin, denn ich gehe davon aus, dass Mitglieder eines Forums, welches sich inhaltlich um ein Programm zur Erstellung multimedialer Webseiten dreht, im Umgang mit E-Mail und den meisten anderen Diensten des Internets vertraut sind. Mich selbst würde ich als sehr sicher im Umgang mit E-Mail einstufen.

Die Nutzung von E-Mail für qualitative Studien ist in der Wissenschaft noch relativ neu, aber keinesfalls Neuland. So gibt es einige Studien, die eine Datenerhebung mittels qualitativen Interviews bereits durchgeführt haben. Einen Überblick über diese Studien liefert Meho (2006). Das qualitative E-Mail-Interview birgt Chancen und Risiken, die im Folgenden erörtert werden. Natürlich dürfen auch Informationen über die eigenen Erfahrungen, die ich während der Interviews machen durfte, nicht fehlen.

7.2 E-Mail-Interviews: Chancen und Risiken

Für meine Studie fiel die Wahl auf das asynchrone E-Mail-Interview. E-Mail erscheint auf den ersten Blick im Vergleich zu Face-to-Face als die »natürlichere« Methode für mein Feld, das Flashforum, denn Forum sowie E-Mail sind beides Internetdienste und computervermittelte Kommunikation: »CMC [computervermittelte Kommunikation] could be considered the natural if

not the only way of accessing the following areas: [...] chat rooms, mailing lists, BBSs and conferences, focus on specific topics, drawing together geographically dispersed participants who may share interests, experiences or expertise.« (Mann und Stewart 2000, S. 19) Das ermöglicht Interviews zu jeder Uhrzeit auf der ganzen Welt zu führen: »CMC is a practical way to interview, or collective narratives from, individuals or groups who are geographically distant.« (Mann und Stewart 2000, S. 17) Da die Mitglieder des Flashforum in ganz Deutschland (und Österreich, Schweiz) verstreut leben und ich meine Stichprobe nicht anhand des Wohnortes auswählen wollte, bot E-Mail eine gute Chance Interviews zu führen.

Ferner fiel meine Wahl auf das asynchrone E-Mail-Interview und nicht auf die quasi-synchrone Variante¹ bzw. den Chat. Döring (2003) allerdings schlägt die synchrone E-Mail Nutzung für qualitative Interviews vor, die genauen Gründe nennt sie dabei nicht. Vermutlich soll dadurch eine quasi Face-to-Face Situation erreicht werden. Die Vorteile bei einem asynchronen E-Mail-Interview überwiegen meiner Meinung nach, in zweierlei Hinsicht. Ich setze meine Interviewpartner zeitlich nicht unter Druck. Sie können dann antworten, wann es ihnen am geeignetsten erscheint: »the asynchronous nature of most email interaction allows participants great flexibility in terms of the frequency and length of their responses« (Mann und Stewart 2000, S. 79). Selwyn und Robson (1998) bezeichnen dies (und die später genannte vertraute Umgebung, in der die Antworten geschrieben werden) als »friendliness to respondents«, also die Freiheit wann und wo geantwortet wird. Dadurch können sie sich ihre Antworten besser durch den Kopf gehen lassen. Dies ist der zweite Vorteil der Asynchronität, der jedoch auch mit einem Nachteil verbunden ist: so können die Antworten einerseits überlegter, reichhaltiger und genauer auf den Punkt gebracht sein (Clarke 2000), andererseits aber auch zu überlegt und zu unspontan sein. Wie auch schon bei der Wahl für das problemzentrierte Interview gilt hier aber, dass ich schon mit Vorannahmen in die Untersuchung ging und daher nicht die Tiefe an Daten brauchte, die ein narratives Interview benötigt. Aber auch für den Interviewer hat das asynchrone Interview zwei entscheidende Vorteile. Erstens hat er die Chance

¹Bei der synchronen Variante des E-Mail-Interviews werden zu einer verabredeten Uhrzeit, ähnlich wie bei einem Chat-Gespräch, E-Mails ohne große zeitliche Sprünge ausgetauscht.

auf bessere Daten, zweitens können die Antworten in Ruhe gelesen und so überlegter auf einzelne Aspekte eingegangen werden. Damit wird sichergestellt, dass keine wichtigen Faktoren während des Interviews vergessen werden. Das geht sogar so weit, dass notfalls noch nachdem das Interview eigentlich abgeschlossen ist eine Frage hinterher gestellt werden könnte. Daraus ergibt sich allerdings noch ein nicht zu unterschätzender Nachteil. Durch die physische Abwesenheit der Interviewpartner bzw. die Asynchronität des Interviews, die direkte Nachfragen unmöglich machen und ein Nachfragen nur in Folge-E-Mails ermöglicht, ist es natürlich sehr leicht, das Interview jederzeit abzubrechen (Meho 2006). Bei einem Face-to-Face Interview wird das nur in den seltensten Fällen passieren. Während meiner Studie wurde das Interview in zwei Fällen abgebrochen.² Glücklicherweise ist mein Feld so groß, dass es nicht allzu schwer fiel, neue Interviewpartner zu finden.

Beim asynchronen E-Mail-Interview geht also Spontanität und Interaktivität verloren. Trotzdem sollte sich durch die sich wiederholenden Interaktionen der für qualitative Untersuchungen wichtige Aufbau einer Beziehung zwischen Interviewten und Interviewer leicht vollziehen, auch ohne Sichtkontakt (Mann und Stewart 2000). Das Verhältnis sollte sich von E-Mail zu E-Mail verbessern: »There is evidence that trust and warmth in CMC relationships increases over extended interactions« (Mann und Stewart 2000, S. 138). Dies konnte ich auch bei meinen Interviews feststellen. Nach den eingangs gestellten Fragen wurden die interviewten Personen »warm« und ihre Antworten fielen in der Regel länger aus als in der ersten E-Mail.

Für den Aufbau einer Beziehung und Vertrauen war es sicherlich von Vorteil, dass ich mit der Materie vertraut bin und auch schon selbst einige Erfahrungen mit dem Flashforum sammeln konnte. Den Interviewpartnern habe ich meinen Benutzernamen mitgeteilt, so konnten sie sich ein Bild über mich im Flashforum machen. Dadurch relativiert sich zwar in gewisser Weise der Vorteil des Nicht Vorhandenseins von Interviewermerkmalen, allerdings nicht vollständig, und der Vorteil der Bekanntgabe des ein oder anderen Details über mich sollte sich im gesamten eher positiv denn negativ ausgewirkt haben: »the more one discloses personal information online, the

²Ein Interview wurde abgebrochen da meine Fragen zu persönlich seien. Für den Abbruch des zweiten Interviews liegt mir leider keine Begründung vor.

more others are likely to reciprocate, and the more individuals know about each other, the more likely is that trust, satisfaction and the sense of being in a safe communication environment ensue.« (Mann und Stewart 2000, S. 137) Außerdem brauchten mir die Interviewten nicht zu viele Hintergrundinfos zu übermitteln. Das erlaubte mir, mich allein auf meine Forschungsfrage zu konzentrieren. »This familiarity with context meant that the practical advantages of CMC could be maximized.« (Mann und Stewart 2000, S. 201)

Ich erhoffte mir durch diese Methode, leichter Interviewpartner zu finden. So wurde auch beispielsweise in der Studie von Kim et al. (2003) vorgegangen, die das E-Mail-Interview dem Face-to-Face Interview aus folgendem Grund vorgezogen hat: »We believed that using this format [Face-to-Face] may have made it difficult to recruit sufficient number of participants« (Kim et al. 2003, S. 160). Die Forumsmitglieder sind den Umgang mit dem Internet und dem Dienst E-Mail gewöhnt. Noch dazu handelt es sich beim Flashforum um ein Forum, das sich um ein Programm zur Erstellung von multimedialen Webseiten dreht. Für die Mitglieder bedeutet es also weniger Zeit- und Organisationsaufwand, E-Mails zu schreiben als ein Face-to-Face Treffen. Online Interviews können also logistische Probleme vereinfachen, wie zum Beispiel das Finden von Interviewpartnern. So kann der Forscher die dadurch gewonnene Zeit und Energie wiederum in den eigentlichen Interviewprozess stecken (Mann und Stewart 2000).

Eine Gefahr lauert in der Kurzlebigkeit der E-Mail. Ein typischer Weg, Interviewpartner im Internet zu finden ist die Anfrage per E-Mail. Potentiell sind damit extrem viele Individuen erreichbar. Diese Anfrage könnte aber schnell gelöscht oder als so genannte »Junk-Mail«³ deklariert werden (Selwyn und Robson 1998). Im Falle einer Untersuchung in einem Forum könnte man auch einen Thread eröffnen, in dem sich Freiwillige zu Wort melden können. In meinem Fall suchte ich allerdings Interviewpartner die ich bestimmten Kategorien zuordne, weswegen eine Anfrage per E-Mail geeigneter ist. Anhand der Mitgliederliste des Flashforum suchte ich geeignete Mitglieder aus. Aus Datenschutzgründen wurde ich gebeten, die Mitglieder nicht direkt anzuschreiben. Dafür bot mir einer der Betreiber des Flashforum

³Unerwünschte Massen-E-Mails, die oft zu Werbezwecken verschickt werden. Häufig auch als Spam bezeichnet.

an, die Anfrage an die Interviewpartner in meinem Namen zu schicken. Das hatte den Vorteil, dass die E-Mail wahrscheinlicher gelesen wird, denn der Absender der E-Mail ist vielen Mitgliedern ein Begriff. Außerdem zeugte meine Anfrage von gewisser Seriösität, wenn sie vom Macher des Flashforum gesendet wird.

Die Befragung via E-Mail könnte bei schüchternen Individuen und Individuen, die sich schriftlich besser als mündlich ausdrücken können, zu gehaltvolleren und ausführlicheren Antworten führen (Meho 2006), auch zu ehrlicheren (Clarke 2000). Natürlich ist nicht auszuschließen, dass genau das Gegenteil der Fall ist und die Antworten relativ knapp ausfallen. Die Datenqualität kann also, muss aber nicht von der Methode der E-Mail-Befragung positiv oder negativ beeinflusst sein. Damit hängt die Qualität von individuellen Faktoren ab (wie die Fähigkeit, sich schriftlich ausdrücken zu können). Dies gilt im übrigen auch für den Interviewer selbst, auch er muss mit dem Dienst E-Mail vertraut sein und sich passend ausdrücken können (Selwyn und Robson 1998). Da ich selbst in einigen Foren aktiv bin, und den Dienst E-Mail täglich seit Jahren nutze, sah ich bei mir diesbezüglich keine Gefahr. Vergleiche von Face-to-Face mit E-Mail-Interviews bestätigen das und zeigen, dass in Face-to-Face Interviews keine zusätzlichen Informationen erlangt wurden, die nicht schon durch die E-Mail-Befragung zu Tage gebracht wurden (Meho 2006). In meinem Fall ging ich ohnehin davon aus, dass die Mitglieder von Online-Foren sich in ausreichendem Maße schriftlich ausdrücken können, denn nichts anderes tun sie in Online-Foren. Vorab bat ich meine Interviewpartner zusätzlich um besonders ausführliche Antworten, einen Ratschlag, den auch Meho (2006) gibt: »[...] include instructions to the participants [...] that the more detailed their responses the better« (Meho 2006, S. 1293).

Ein weiterer Vorteil der schriftlichen Befragung ganz allgemein ist der Ausschluss einer möglichen Verzerrung der Ergebnisse durch Interviewermerkmale (Kleidung, Aussehen, etc.) (Diekmann 2001). Dies trifft ebenso auf E-Mail-Interviews zu (Meho 2006). Auszuschließen sind dabei allerdings nicht die Interviewermerkmale, die durch den Nutzernamen im Flashforum, die E-Mail-Adresse (verrät in der Regel das Geschlecht und evtl. die Domain) und die Ausdrucksweise bemerkbar werden (Mann und Stewart 2000).

Schriftliche Befragungen haben den Nachteil, dass Gestiken und Körpersprache wegfallen (Meho 2006) und darauf nicht reagiert werden kann (durch Nachfrage oder das Einfließen in die spätere Interpretation) (Kim et al. 2003). Diese non-verbale Ausdrucksweisen tragen mitunter auch dazu bei, die für die qualitative Forschung so wichtige Beziehung zwischen Interviewer und Interviewpartner aufzubauen. Online-Forscher können sich in erster Linie aber nur verbal ausdrücken (Mann und Stewart 2000). Durch den Einsatz von Abkürzungen (LOL, ROFL, etc.), Emoticons (Smilies) und das Hervorheben von Textstellen (Fettdruck, Kursivdruck, etc.), welche durchaus rege Benutzung innerhalb der Online-Foren bzw. der computervermittelten Kommunikation finden, können diese Verluste vermindert werden. Durch Smileys sollen Gefühle auch schriftlich ihren Ausdruck finden. Der Gebrauch dieser Ausdrucksformen in Ergänzung zu den schriftlichen Antworten kann hilfreich sein, um »tiefere« Daten zu gewinnen und sind daher auf Seiten der Interviewpartner erwünscht (Meho 2006). Allerdings bat ich meine Interviewpartner im Vorfeld darum, keinen »sinnfreien« Gebrauch dieser Ausdrucksmittel zu machen, um etwaige Fehlinterpretationen zu vermeiden.

Durchaus positiv hinsichtlich der Offenheit und Reichhaltigkeit der Antworten kann sich auch die vertraute Umgebung auswirken, in der die Fragen beantwortet werden (Meho 2006). Ort und Zeitpunkt kann frei gewählt werden, es müssen keine Treffpunkte und Uhrzeiten ausgehandelt werden, etc. (Mann und Stewart 2000). All das sind Umstände, die dazu führen sollten, erstens leichter Interviewpartner zu finden und sich zweitens unter Umständen auch auf die Datenqualität positiv auswirken können, denn häufig sind das Problemquellen in Face-to-Face Interviews: »In conventional interviewing the alternative is usually to meet in public places, which can be noisy and lack privacy, or in non-familiar settings organized by the researcher. These options are clearly not ideal for conducting non-standardized interviews which seek to explore subjectivities in depth.« (Mann und Stewart 2000, S. 79) Die Gewinnung solch reichhaltiger Daten setzt allerdings voraus, dass die Fragen vom Interviewpartner verstanden werden. In E-Mail-Interviews gibt es zur Verständigung eben nur den schriftlichen Weg (Mann und Stewart 2000). Es muss also darauf geachtet werden, dass die Fragen selbsterklärend sind (Meho 2006), die Instruktionen und Fragen aber nicht zu lang werden

(Mann und Stewart 2000). Um Verständnisprobleme zu verhindern, wies ich meine Interviewpartner darauf hin, gegebenenfalls nachzufragen.

Ein großer Vorteil von E-Mail-Interviews liegt in der automatischen Protokollierung. Bei einem E-Mail-Interview wird die E-Mail lokal auf dem Rechner (POP) oder auf einem E-Mail-Server (IMAP) gespeichert. Auf diese Weise entfällt die zeit- und kostenintensive Transkription von Audiobändern (Meho 2006). Weiterhin werden damit etwaige Fehler durch die Transkription ausgeschlossen (Selwyn und Robson 1998) und nichts ausgelassen (Mann und Stewart 2000). Die zu analysierenden Daten, sind exakt die gemachten Angaben. Neben dem Entfallen der Transkription gibt es weitere zeit- und kostenmindernde Faktoren (Mann und Stewart 2000). Es fallen lediglich Internetgebühren und die Kosten für die Hardware an. Das heißt Audioaufnahmegeräte und Bänder werden nicht benötigt. Des weiteren entfallen auch etwaige Reisekosten, das wiederum auch Zeitersparnis mit sich bringt (Mann und Stewart 2000). Der letzte Punkt ist auch für die Stichprobe von Relevanz: das E-Mail-Interview erlaubt es, unabhängig von geografischen Distanzen zu kommunizieren. Oft sind es gerade diese Distanzen, die zu Interviewpartnern »zweiter Wahl« führen, da sie besser und kostengünstiger zu erreichen sind. Face-to-Face Interviews stellen also deswegen oftmals ein Kompromiss dar (Mann und Stewart 2000).

E-Mail ist sehr schnell (Selwyn und Robson 1998) und erlaubt es mehrere Interviews zeitgleich durchführen (Meho 2006). Wenn man möchte, könnte man den eigentlich asynchronen Dienst synchron nutzen, indem man sich verabredet und E-Mails austauscht, ähnlich eines Chatgesprächs.

Gerade für Wissenschaftler, die noch am Anfang ihrer Karriere stehen, kann E-Mail ein guter Weg sein, um Kontakt zu Interviewpartnern aufzunehmen, egal ob die Interviews später Face-to-Face oder auf dem computervermittelten Wege stattfinden. Denn E-Mail kann Schüchternheit und Unsicherheiten verbergen (Mann und Stewart 2000). Außerdem bedarf E-Mail geringerer Aufmerksamkeit, was Formalitäten anbelangt und ist weniger aufdringlich als ein Telefonat (Mann und Stewart 2000). Das ist natürlich auch für die Befragten von Interesse. Ich wies meine Interviewpartner im Vorfeld darauf hin, dass sie sich um Rechtschreibung und Ausdrucksweise keine Gedanken machen sollten. So schlägt es auch Meho (2006) vor.

Für einen vollständigen Überblick über sämtliche Problemfelder qualitativer Sozialforschung mit Hilfe des Internets – nicht nur E-Mail ist möglich – empfehle ich einen Blick in Mann und Stewart (2000). Das erwähne ich, da diese Methoden noch sehr neu sind und eine weitere Beschäftigung mit ihnen eventuell sinnvoll sein kann. In meinem Fall habe ich nur die Vor- und Nachteile bzw. Problemfelder aufgegriffen die mir für diese Arbeit als relevant erscheinen.

Um nochmal den Bogen zu Diekmanns richtiger Wahl des Forschungsdesigns zu spannen, möchte ich erwähnen, dass ich das qualitative E-Mail-Interview hinsichtlich des Feldes (Mitglieder des Flashforum) und der Forschungsressourcen (Forschung im Rahmen einer Diplomarbeit) als bestgeeignete Methode ansehe.

7.3 Auswahl der Interviewpartner

Die Grundgesamtheit für meine Studie bildeten alle 3153 Mitglieder⁴ der Mitgliederliste des Flashforums.⁵ Die Individuen, die interviewt werden sollten, bildeten das Sample (Stichprobe); und sie wurden bewusst ausgewählt nach dem Kriterium der Beitragshäufigkeit, eine Einteilung, die auf reichhaltigere Erkenntnisse bzgl. der Motivationsvielfalt zielt: zwischen den Gruppen könnte es Unterschiede geben, wodurch ein breiteres Spektrum an möglichen Motiven für die Teilnahme an einem Online-Forum aufgedeckt werden könnte.

Dafür wurden die Mitglieder in drei Gruppen eingeteilt. Ich verwende die selben Begrifflichkeiten wie auch Döring (2005) in ihrer Untersuchung von Chattern: Gelegenheitsgäste, regelmäßige Teilnehmer und Stammmutzer. Die Mitgliederliste des Flashforums ist für jedes Mitglied einsehbar. Bei Klick auf den Username findet man das Userprofil, in dem sichtbar wird, seit wann der User angemeldet ist und wieviele Beiträge er bisher geschrieben hat. Dadurch ergibt sich die durchschnittliche Anzahl an Beiträgen pro Tag. Diese Zahl verwendete ich für meine Einteilung in die drei genannten Gruppen (siehe Abbildung 7.1). Der Mittelwert von 0,24 Posts pro Tag gilt für die

⁴Stand: 12. 12. 2006

⁵Die eigentliche Mitgliederanzahl ist wie gesagt wesentlich höher. Es werden in der Mitgliederliste nur Mitglieder verzeichnet, die mindestens 50 Beiträge geschrieben haben.

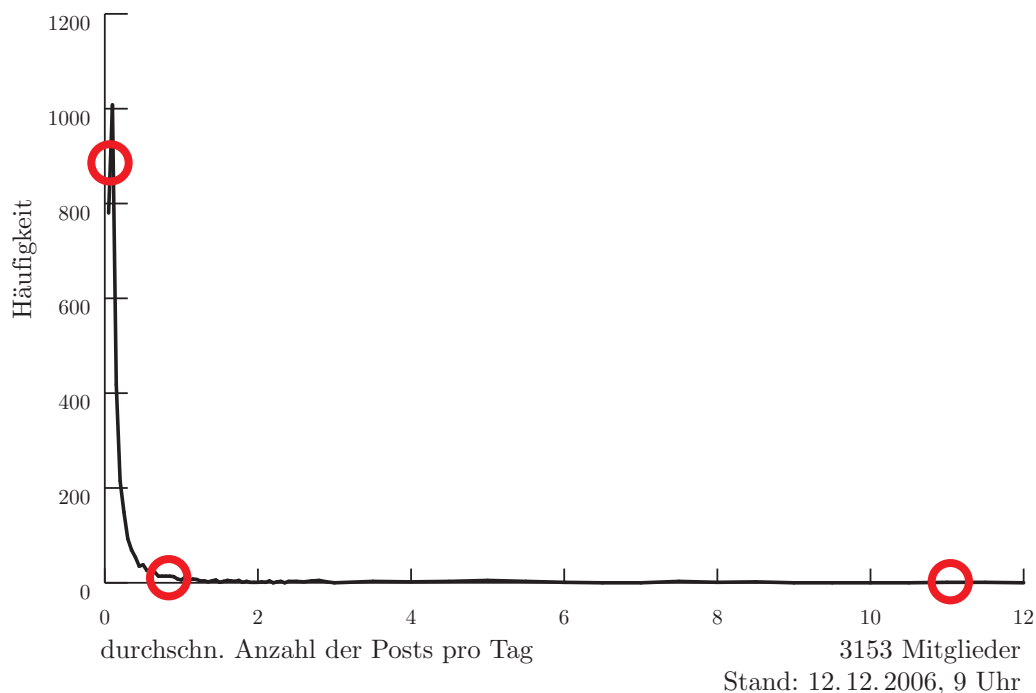


Abbildung 7.1: Verteilung der Häufigkeiten der durchschnittlichen Anzahl der Posts pro Tag, zur Einteilung in die drei Gruppen »Stammnutzer«, »regelmäßige Teilnehmer« und »Gelegenheitsgäste«.

Gruppe der regelmäßigen Teilnehmer, die Extremwerte von 0,03 und 11,44 durchschnittlichen Posts pro Tag gelten für die beiden anderen Gruppen.

Wie aus Abbildung 7.1 deutlich sichtbar wird, gibt es extrem viele Gelegenheitsgäste und sehr wenige Stammnutzer. Das Forum wird also von sehr wenigen aktiven Mitgliedern getragen. Die Grafik sähe sogar noch deutlich extremer aus, würde man die tatsächliche Mitgliederzahl von 80 263 Usern⁶ einfließen lassen. In der Mitgliederliste werden nämlich nur Mitglieder erfasst, die mindestens 50 Beiträge geschrieben haben; Beiträge in den sogenannten Off-Topic Bereichen werden dabei nicht mit eingerechnet. Reine Lurker tauchen so erst gar nicht in der Grafik auf.

Aus jeder dieser drei Gruppen sollten jeweils drei Interviewpartner gewonnen werden. Wie bereits oben erwähnt schrieb nicht ich selbst die Mitglieder

⁶Stand: 16.03.2007, 13 Uhr

an, sondern ein Betreiber des Forums. Insgesamt wurden 100 Mitglieder in mehreren Anläufen angeschrieben, darunter 10 Stammnutzer, 35 regelmäßige Teilnehmer und 55 Gelegenheitsgäste. Wie zu erwarten war, waren es zuerst die Stammnutzer, die sich als freiwillige Interviewpartner meldeten, dann die regelmäßigen Teilnehmer. Am schwierigsten war es, Freiwillige in der Gruppe der Gelegenheitsgäste zu finden. Obwohl dort mit Abstand am meisten Mitglieder angeschrieben wurden, gelang es mir nur einen Freiwilligen zu finden. Ein zweites Mitglied dieser Gruppe wurde mir von diesem Mitglied »empfohlen«, so dass ich insgesamt zwei Interviews in der Gruppe der Gelegenheitsgäste führte.⁷ Dafür wurde ein zusätzliches Interview in der Gruppe der regelmäßigen Teilnehmer geführt. Zusammengefasst heißt das: drei Interviews mit Stammnutzern (SN1, SN2 und SN3), vier mit regelmäßigen Teilnehmern (RT1, RT2, RT3 und RT4) und zwei Interviews aus der Gruppe der Gelegenheitsgäste (GG1 und GG2). Die Interviewpartner waren zwischen 22 und 54 Jahre alt, bis auf ein Mitglied männlich und aus dem gleichen Berufsfeld (Details siehe unten). Unter den befragten Stammnutzern war ein Moderator und ein ehemaliger vertreten. Nicht eingerechnet wurden zwei Freiwillige, die das Interview vorzeitig abgebrochen haben. Die halbfertigen Interviews wurden deshalb nicht ausgewertet. Auch die Einteilung der User wurde nicht ganz so streng eingehalten wie ursprünglich vorgesehen, sonst hätte ich nicht genug Freiwillige gefunden. So haben nicht alle regelmäßigen Teilnehmer genau durchschnittlich 0,24 Posts pro Tag, sondern auch etwas mehr oder weniger. Ebenso verhält es sich bei den anderen beiden Gruppen. Nach einer so strikten Einteilung besteht bei einer qualitativen Studie aber ohnehin nicht der Bedarf.

Weiterhin habe ich bei der Auswahl der User darauf geachtet, dass sie möglichst auch beruflich in dem Feld tätig sind. Dazu zählen insbesondere Webdesigner, Multimedia-Producer, Designer, Gestalter, Programmierer u. ä. Auch Studenten aus diesem Bereich wurden mit einbezogen. Das halte ich deswegen für sinnvoll, weil dort, wenn überhaupt, der Konkurrenzdruck am größten sein muss und die aus den Fragen gewonnenen Daten am aussagekräftigsten sein sollten. Außerdem habe ich vorzugsweise Mitglieder

⁷Der zweite Gelegenheitsgast hat bisher noch keinen Beitrag verfasst und taucht somit nicht in der Mitgliederliste auf.

ausgewählt, deren letzter Forumsbesuch nicht zu lange her war, einzig aus dem Grund, dass die Wahrscheinlichkeit dann größer sein sollte, eine Rückmeldung zu erhalten, weil zum Beispiel die E-Mail-Adresse noch aktuell sein sollte. Mitglieder werden im Flashforum auch nach langer Inaktivität nicht gelöscht.

Bei der Anfrage, die der Betreiber an die User geschickt hat, wurden einige der Richtlinien befolgt, die Meho (2006) und auch Mann und Stewart (2000) vorschlagen: Offenheit darüber, was den Interviewprozess (Dauer und Ablauf des Interviews) und die Forschungsfrage angeht (was möchte der Wissenschaftler untersuchen), Angebot die Diplomarbeit nach Beendigung zuzuschicken und Anonymität gewährleisten. Natürlich muss bei der Anfrage auch versucht werden, nichts vorwegzunehmen.

In der oben geführten Diskussion zu den Vor- und Nachteilen von qualitativen E-Mail-Interviews sollte an dieser Stelle ein Punkt ergänzt werden. Zwar ist der Organisations- und Transkriptionsaufwand extrem gering bis gar nicht vorhanden, aber es besteht gegenüber Face-to-Face Interviews insgesamt kaum bis wenig zeitlicher Vorteil. Ein Face-to-Face Interview ist nach ein bis zwei Stunden vorüber, bei einem E-Mail-Interview wird vor jeder erneuten Nachfrage genau überlegt, ob und was man noch fragen möchte. Das kann unter Umständen also einige Zeit in Anspruch nehmen. Für jedes meiner Interviews habe ich insgesamt durchschnittlich ca. zwei Stunden benötigt. Für die ersten etwas mehr, für die letzten etwas weniger. Beim Fragestellen schwebt auch immer eine gewisse Angst mit, nicht zu viele Fragen zu stellen, um die Interviewpartner nicht zu sehr zu belästigen; eine Tatsache, die Face-to-Face so eher nicht vorkommen wird. Allerdings waren in meinem Fall alle Interviewpartner sehr zuvorkommend und ausdauernd. Für eines der beiden abgebrochenen Interviews war der Grund kein zeitlicher und für das zweite liegt mir leider keine Begründung vor, aber ich gehe auch hier nicht von zeitlichen Gründen aus.

Ein zunächst durchgeführtes Probeinterview wurde einzeln abgehalten. Es lief so gut, dass ich es trotzdem ausgewertet habe. Die anderen Interviews wurden teilweise parallel geführt.

7.4 Konstruktion des »Leitfadens« und Ablauf der Interviews

In der Überschrift steht das Wort Leitfaden in Anführungszeichen, weil es keinen Leitfaden im engeren Sinne gab, denn die Interviews wurden wie erwähnt per E-Mail geführt. Konkret heißt das, dass es einige Abweichungen vom problemzentrierten Face-to-Face Interview gab. So wurden einige Fragen ausformuliert und den Interviewpartnern in der ersten Fragerunde per E-Mail zugeschickt (Mann und Stewart 2000).⁸ Diese Fragen wurden auf meine Interviewpartner geringfügig angepasst. Nachdem die Fragen beantwortet wurden, kam der »offenere« Teil der Interviews, in dem ich auf einzelne Antworten genauer einging, je nachdem wo noch weitere Information nötig war. Beispiele für Studien dieser Art sind die von Olivero und Lunt (2004), Kennedy (2000) und Kim et al. (2003). Den Interviewpartnern wurde dabei eine Deadline gesetzt, die auch ich eingesetzt habe. Zum Beantworten der Fragen wurden fünf Tage eingerechnet, was einerseits genügend Zeit für die Interviewten sein sollte, um nicht unnötig in Stress zu geraten (und damit womöglich die Antworten sehr kurz ausfallen würden) und andererseits auch ausreichend sein sollte, dass deren Antworten und meine erneuten Fragen gut überlegt sind. Falls ich nach Fristende keine Antwort erhalten habe, wurde eine erste Erinnerung verschickt, die noch einmal die Fragen enthielt. Erhielt ich dann nach weiteren fünf Tagen noch immer keine Antwort, wurde eine zweite und letzte Erinnerung verschickt. Falls das ebenfalls nichts bewirkte, wurde das Interview abgebrochen. Ein ähnliche Vorgehensweise kann bei Mann und Stewart (2000) nachgelesen werden. In meinem Fall musste ich bei insgesamt drei Interviews Erinnerungen verschicken. In einem Fall gab es keine Rückmeldung, das Interview wurde schließlich abgebrochen, die anderen beiden Interviews wurden fertig gestellt.

Mich interessieren die Motive, die Mitglieder dazu veranlassen, ihr Wissen miteinander zu teilen. Dafür sollten die Fragen das Thema sozusagen »umkreisen«, indem ich unter anderem nach dem Grund der Anmeldung fragte aber auch gezielt danach, wovon es abhängt, dass auf eine Frage geantwortet

⁸Bei einem narrativen E-Mail-Interview würde eine einzige Frage gestellt werden, die den Erzählreiz des Individuums ansprechen soll (Mann und Stewart 2000).

wird oder nicht. Die fertig ausformulierten Fragen waren relativ kurz, offen und verständlich formuliert. Außerdem wurden nicht zuviele Fragen gestellt um die Freiwilligen nicht schon mit der ersten E-Mail zu »verschrecken«. Nach dem Probeinterview wurden die Fragen lediglich um eine weitere, in einem gesonderten Fall noch um eine zusätzliche Frage, ergänzt.⁹ In der ersten E-Mail wurden außerdem auch der Ablauf und organisatorische Dinge wie die Deadline geklärt. Auch hier habe ich mich wieder an den Richtlinien von Meho (2006) orientiert, wie weiter oben schon an einigen Stellen erwähnt. Dazu zählen insbesondere Interviewanweisungen, Nennung der Deadline, um ausführliche Antworten bitten, bei Verständnisproblemen nachfragen, versichern, dass es keine falschen Antworten gibt und die Rechtschreibung unwichtig sei.

Die Interviews wurden im Zeitraum von Mitte Januar 2007 bis Anfang April 2007 durchgeführt.

7.5 Auswertung der Interviews

Die Auswertung der Interviews erfolgte in mehreren Schritten. Die neun Interviews wurden mehrfach gelesen mit dem Ziel, »für jedes einzelne Interviewtranskript die vorkommenden Themen und deren einzelne Aspekte, die sich – in einem sehr weiten Sinn – dem Zusammenhang der Fragestellung(en) zuordnen lassen, zu notieren.« (Schmidt 2000a, S. 449) Im zweiten Schritt wurde aus den gewonnen Kategorien und Unterkategorien ein Auswertungsleitfaden erstellt, welcher im dritten Schritt auf das Material angewendet wurde (Schmidt 2000a).

Letztlich ging es mir darum zu prüfen, ob die genannten Motive aus der Literatur zum Wissensmanagement und Open-Source-Software auch auf die aktive Teilnahme in Online-Foren übertragbar sind und darum mögliche weitere Motive aufzufinden. Es ging nicht darum, welche Motive besonders häufig oder selten auftreten; diesen Anspruch kann ein qualitatives Design ohnehin nicht erheben.

⁹Die Fragen sowie die kompletten Interviews können der Anlage dieser Arbeit entnommen werden.

Bei der folgenden Präsentation der Ergebnisse aus den Interviews werden die gewonnenen Erkenntnisse mit Zitaten aus den Interviews belegt. Die Zitate wurden dabei von Rechtschreibfehlern bereinigt. Die vollständigen und unveränderten Interviews können der Anlage entnommen werden.

8 Forschungsergebnisse

Meine Forschungsfrage bezieht sich zwar primär auf die Motive, also auf den Nutzen, den ein Forums-Mitglied erhält, wenn es auf die Fragen anderer antwortet, aber mit einer Handlungsentscheidung ist gemäß Tauschtheorie auch immer ein Abwägen der Kosten verbunden. Deshalb erscheint es sinnvoll, vor den Motiven auch noch einmal genauer auf die Kosten einzugehen, die durch das Antworten entstehen.

8.1 Kosten

8.1.1 Kostenfaktor Zeit

Wie im theoretischen Teil dieser Arbeit bereits festgehalten sind die direkten Kosten und die Opportunitätskosten, die beim Posten entstehen, vor allem zeitlicher Natur. Die Wahl, das Forum zu besuchen oder gar einen Post zu schreiben hängt also direkt von zeitlichen Faktoren ab.

»[...] ich habe das [Flashforum] in meinem FireFox gleich auf Platz 2 der Favoritenleiste. Wenn ich Zeit habe, ein Klick und drin bin ich.« (RT3: 2356–2357)

»Grundsätzlich ist es eine gewisse Zeit-Frage [Fragen zu beantworten].« (GG1: 3088)

»Ich müsste die Zeit haben, mich mit der Frage auseinanderzusetzen.« (GG2: 3552)

Sind die zeitlichen Kosten zu hoch, dann wird auch nicht geantwortet. Damit hängt das Antwortverhalten also auch mit der Frage selbst zusammen: bedarf

die Frage einer langen oder kurzen Antwort, kann ich die Frage auf Anhieb beantworten oder muss ich mich erst einarbeiten?

»Die Selbstüberschätzung und/oder Dreistigkeit der User nimmt immer mehr zu. Posts à la ›ich kann nichts, will aber die komplizierteste 3D-Navigation mit Video-Einbindung etc.‹ finde ich relativ viele. Das hat für mich keinen Sinn, darauf zu antworten. Früher hab ich schon versucht, den Leuten zu erklären, dass das viel Lern- und Übungsaufwand bedeutet, bis man sowas in der Richtung, was sie anfragen, erstellen kann. Also bitte das Pferd nicht von hinten aufzäumen . . . Mittlerweile lass ich das, da ist mir meine Zeit zu kostbar. Das überlasse ich anderen, sich damit herumzuärgern oder ihre Zeit zu verschwenden [. . .]« (SN1: 290–300)

Die zeitlichen Kosten, die durch das Schreiben einer Lösung auf eine so umfangreiche Frage entstehen würden, sind also zu hoch; weshalb eine Antwort auf die Frage ausbleibt. Daher werden üblicherweise nur Antworten auf Fragen gegeben, bei denen die Lösungen auf der Hand liegen und nicht erst erarbeitet werden müssen.

»Wenn ich die Lösung kenne, kein Problem, wenn nicht hängt es davon ab ob ich mir die Zeit leisten kann eine Lösung zu finden.« (RT2: 2072–2073)

»Angeklickt werden [. . .] die [Beiträge], bei denen [ich] an der Überschrift erkennen kann, dass ich dazu (schnell, also ohne großen Aufwand) was sagen könnte [. . .]« (SN2: 575–581)

»Wenn ich die Antwort nicht griffbereit hätte, dann würde ich generell auch nicht versuchen selbst eine Lösung aufzutun. Handelt es sich allerdings um ein ›kleines‹ Problem, zu welchem ich schnell ein Lösung finden könnte (z. B. durch geeignete Quellen in meiner Favoriten-Liste des Browsers), dann bin ich dazu gerne bereit.« (RT4: 2594–2599)

In diesem Zusammenhang spielt es auch immer eine Rolle, wie die Frage gestellt ist. Wenn die Frage zu lang, undeutlich und/oder unvollständig formuliert ist, dann bedeutet dies für den gewillten Poster Mehrkosten in Form von zeitlichen Mehraufwand zum Lesen und Verständnis der Frage oder sogar etwaiges Nachfragen beim Ersteller des Threads.

»Wenn ich erst einen Roman lesen muss für ein lapidares Problem, verliere ich oft die Lust die Fragestellung zu beantworten.« (SN3: 1466–1467)

»Oder die Leute nehmen sich nicht mal die Zeit, ihre Anfrage angemessen und mit einem gewissen, erkennbaren Maß an Bemühung um deutsche Orthografie abzufassen. So als ob sie das einfach schnell in ne Maschine reinkotzen würden, wo kein Mensch am anderen Ende sitzt, der seine Zeit opfert und das verstehen soll ... « (SN1: 304–309)

Vom Thread-Ersteller wird aber nicht nur eine vernünftige Fragestellung erwartet, nein: wichtig ist auch, die Suchfunktion des Forums zu nützen, um vielleicht schon in archivierten Beiträgen die Antwort auf die Frage zu finden. Ebenso sollte die Hilfefunktion von Flash und eine Suchmaschine bemüht werden.

»Manchen antworte ich, manchen nicht. Hängt immer davon ab: A) Wie weit ist ihm schon geholfen worden B) Ist es ein wirkliches Problem oder ist jemand einfach nur zu faul es selber zu machen C) Bringt die Hilfe in Flash wirklich keine Abhilfe.« (RT1: 1658–1661)

»Die Art der Fragestellung macht viel aus. Und ungern (bzw. eigentlich gar nicht) antworte ich z. B. [...] wenn erkennbar ist (wahrscheinlich subjektiv), dass der Fragesteller gerne was gemacht/vorgekauft/präsentiert haben möchte und selbst eigentlich keine Lust hat, was dazu beizusteuern. Auf Fragen, die sich ohne Probleme selbst rausfinden lassen, in getoppten Beiträgen schon erklärt/verlinkt sind, ein paar Threads früher schon beantwortet wurden, doppelt gepostet wurden etc.« (SN2: 880–889)

Diese Erwartung an die Thread-Ersteller kann verschiedene Gründe haben. Zum einen entstehen durch doppelte und dreifache Threads zu ein und demselben Thema zusätzliche Kosten in Form von Bandbreitverschwendung. Gleichzeitig erfährt das Forum aber keinerlei Mehrwert in Form von Wissenszuwachs, denn Beiträge zu diesem Thema existieren ja bereits. Zudem verliert das Forum mit mehr Beiträgen zum selben Thema auch Übersichtlichkeit. Die Antwortenden wollen die Gewissheit haben – wenn sie schon die Zeit investieren – dass jede weitere Quelle ausgeschöpft wurde. Auch kann

weniger individueller Nutzen aus wiederkehrenden Fragen geschöpft werden, dass wir aber erst im Kapitel zum Nutzen erörtern wollen.

8.1.2 Konkurrenz

Obwohl alle Interviewpartner sehr ähnlichen Berufen nachgehen oder nachgehen werden, spielt Konkurrenz keine Rolle. Das heißt, die anderen Flashforum-Mitglieder werden zwar teilweise als Konkurrenten angesehen, aber Wissen an sie zu geben stellt kein Kostenfaktor dar. Obwohl die Helfer damit nicht mehr alleiniger Träger des Wissens sind und damit den Mitgliedern indirekt Chancen auf Jobs, Aufträge etc. einräumen, wird durch das Bereitstellen der benötigten Information kein Machtverlust empfunden. Gründe hierfür sind beispielsweise die Anonymität, Spezialisierung auf ganze bestimmte Teilbereiche, Kontakte zu Auftraggebern oder schlicht die geografischen Distanzen zwischen den Mitgliedern.

»Und das Thema ›eigene Konkurrenz heranzüchten‹ ... überhaupt nicht. Das werde ich gerne immer mal wieder gefragt. Ich arbeite nämlich auch als Dozent für Webdesign, Programmierung, Photoshop etc. Aber ... [erstens] sind die Leute größtenteils Welten von mir entfernt, was Wissen und Können anbelangt, da hab ich überhaupt keine Befürchtung (und im [Flashforum] auch noch dazu lokal eher weit weg) und [zweitens] gehört mehr dazu als Wissen und Können: Soft Skills, Connections, Networking – wie immer man es nennen will ... also: es kann schon sein, dass jemand, den ich ausgebildet oder dem ich geholfen habe, besser ist oder wird als ich. Aber ich kenne halt dann eher die Leute, die es braucht, damit aus dem Können und Wissen ein Job wird ... « (SN1: 213–226)

»Dafür ist es in meinen Augen zu lose. Jeder sitzt irgendwo in Deutschland und ich glaube es kommt selten dazu, dass sich 2 und mehr um 1 Job bewerben.« (GG1: 3351–3353)

»Nein [ich sehe in den Mitgliedern keine Konkurrenten]. Ich sehe unter den Flashern eine kleine Gemeinschaft. Wozu gibt es sonst das Forum, wo man sich gegenseitig helfen kann.« (GG2: 3561–3562)

Eher das Gegenteil kann der Fall sein, dass aus dem Zusammentreffen von Menschen, die das selbe Interesse oder einen ähnlichen Beruf ausüben, ein Nutzen gezogen wird, der die Kosten übersteigt. Auf die einzelnen Nutzenfaktoren werden wir gleich zu sprechen kommen.

8.1.3 Sonstige Kosten

Aber nicht nur zeitliche Kosten spielen beim individuellen Kosten-Nutzen-Abwägen eine Rolle. Auch die Blöße die man sich im Falle einer falschen Antwort gibt, kann eine Rolle spielen.

»Grundsätzlich sind es sicherlich zeitliche Gründe [wenige Beiträge zu schreiben]. Auf der anderen Seite ist es auch angenehm, passiv zu (re)agieren, sich nicht prominent zu positionieren und damit – natürlich – auch nie Gefahr laufen sich zu blamieren.« (GG1: 3116–3119)

Des weiteren können auch Kosten in Form von Verpflichtung entstehen. Durch das Beantworten von Fragen in einem Forum geht man gewissermaßen auch die Verpflichtung ein, den Thread und das Forum nicht einfach zu ignorieren, obgleich man natürlich die Möglichkeit dazu jederzeit hätte.

»Man stelle sich vor, man bringt sich ein, antwortet bspw. jemandem auf eine Frage und verschwindet dann. Die Rückfrage bleibt – zumindest von einem selbst – unbeantwortet, es interessiert mich nicht mehr, ob der andere damit zurecht gekommen ist. In meinen Augen funktioniert das einfach nicht. Und deshalb bedeutet es Verpflichtung und diese wiederum Verantwortung und diese will ich nicht eingehen, wenn ich nicht sowieso weiß, dass ich auch weiter stets gern aktiv Anteil nehme. (GG1: 3144–3152) [...] Es gibt so viele, für die es nicht eine Qual [im Sinne von Verpflichtung] sondern ein Selbstverständnis ist zu posten. Würde ich bemerken, dass es mau wird, könnte ich mein Engagement sicherlich ›reanimieren‹.« (GG1: 3132–3135)

Dieses Zitat stammt von einem Gelegenheitsgast und wird so vermutlich auch nicht von Stammnutzern oder regelmäßigen Teilnehmern unterstrichen werden, denn diese haben sich ja schon dazu entschlossen aktiv teil zu nehmen. Dieses Gefühl der Verpflichtung könnte ein Grund für Stammnutzer

und Gelegenheitsgäste sein, dem Forum auch weiterhin treu zu bleiben. Weiterhin interessant ist die klassische Freerider-Position: andere werden schon antworten. Für den oben zitierten Gelegenheitsgast sind aber die Kosten des Antwortens zu hoch, zumindest unter normalen Umständen. Wenn sich andere jedoch weniger in das Forum einbringen, das Kollektivgut also von anderen nicht mehr bereit gestellt würde, ist es besser sich einzubringen, um auf Dauer wieder einen Nutzen aus dem Forum ziehen zu können.

8.2 Nutzen

Während sich die Kosten auf sehr wenige Faktoren beschränken, ist der Nutzen, der aus dem Posten von Beiträgen gezogen werden kann, wesentlich breiter gefächert.

8.2.1 Motivation Interesse

Zwar ist Interesse am Thema kein direktes Motiv zum Schreiben von Beiträgen, das Interesse kann schließlich auch durch reines Mitlesen befriedigt werden, aber das Interesse nimmt eine gesonderte Rolle unter den Motiven ein, denn es kann die allgemeinen Kosten senken und das proportional zur investierten Zeit, also der Aufenthaltsdauer im Forum. So ziehen Stammnutzer einen größeren Nutzen aus dem Forum als regelmäßige Teilnehmer und Gelegenheitsgäste.¹ Natürlich gilt das nicht für Lurker, die sich genau so häufig im Forum aufhalten können wie Stammnutzer. Allerdings waren beide Interviewpartner aus der Gruppe der Gelegenheitsgäste tatsächlich Gelegenheitsgäste im eigentlichen Sinne und keine wirklichen Lurker, denn sie besuchen das Forum äußerst selten, ziehen also auch wenig Nutzen aus dem Forum und sind genau genommen keine Freerider. Ein Stammnutzer hingegen besucht das Forum teilweise mehrmals täglich und obgleich er ein Stammnutzer ist und extrem viele Beiträge schreibt, liest er wesentlich mehr als er beiträgt. Zwei Stammnutzer antworteten auf die Frage wie hoch das Verhältnis ist von Fragen die sie nur lesen und Fragen auf die sie antworten:

¹Die Begriffe beziehen sich hier auf die tatsächliche Aufenthaltsdauer im Forum und nicht auf die Anzahl der Beiträge.

»Ja, ich würde sagen ... hmmm ... 10:1 in etwa.« (SN1: 282)

»Nicht in Zahlen aber ich lese wesentlich, wirklich wesentlich mehr Beiträge als dass ich in welchen antworte.« (SN2: 920–923)

Selbst Stammnutzer lesen also wesentlich mehr als sie beitragen und ziehen daraus einen Nutzensgewinn. Durch das »Scannen« von für sie interessanten Beiträgen wird ein Nutzensgewinn im Sinne eines Lerneffektes erzielt. Infolgedessen übersteigt bereits durch das Lesen der Beiträge der Nutzen die Kosten. Das Forum wird also vor allen Dingen deswegen aufgesucht, um für sich selbst interessante Beiträge zu lesen; damit ist der Besuch des Forums an sich schon ein Nutzen.

»Ich finde die Zeit ist sehr gut investiert, denn aus ökonomischer Sicht, gibt es keinen Platz, wo man in kürzester Zeit soviel Wissen und Know-How erlangen kann wie im Flashforum.« (RT3: 2366–2369)

»[...] der Besuch des FF hat dann gerne mal sowas von ›Halb-Arbeit‹ – also ich rede mir dann gerne ein, dass ich ja vielleicht und möglicherweise was entdecke, was ich brauchen kann usw. Das ist dann keine Freizeitbeschäftigung, nein, das ist ›Halb-Arbeit‹ [...].« (SN1: 145–149)

»[Ich] lerne [...] von Tag zu Tag dazu und entdecke viel Neues. Das geschieht hauptsächlich durch die Beiträge die ich oft zufällig durchschmökere (SN3: 1319–1321) [...] oftmals lerne ich aus Threads wo ich nicht geantwortet habe mehr als andersrum.« (SN3: 1343–1344)

»[...] manchmal lese ich mir auch Fragen durch, um etwas daraus zu gewinnen. Man lernt schließlich nie aus, oder trifft auf Bereiche, die man vorher noch nie benutzt hat.« (RT3: 2304–2306)

Für einen Gelegenheitsgast ist im Gegensatz dazu schon der Besuch des Forums ein Kostenfaktor. Das Forum wird nur aufgesucht, um eine Lösung auf ein konkretes Problem zu finden.

»[Das Forum wird] stets dann [aufgesucht], wenn ein konkretes Problem zu lösen ist.« (GG1: 2947–2948) [...] Ich besuche es pro Woche quasi gar

nicht, zumindest wenn es eine gewisse Regelmäßigkeit betrifft. Über das Jahr verteilt konzentrieren sich meine Besuche vermutlich immer wieder und dann würde ich schätzen, dass ich auf 0,5–1 mal die Woche komme. (GG1: 2920–2924) [...] Das Forum ist inzwischen einfach sehr komplex. Zum Herumstöbern ist es für mich nicht relevant, da würde sicherlich zu viel Zeit in Anspruch genommen werden.» (GG1: 2931–2934)

Ist die Antwort griffbereit und reicht die Zeit zum Verfassen einer Antwort aus, so steigt die Wahrscheinlichkeit eine Antwort zu schreiben. Auch wenn die Frage selbst in das Interessengebiet potentieller Antworter fällt steigt die Wahrscheinlichkeit einer Antwort, erstens da der Beitrag logischerweise beim »Scannen« der interessanten Beiträge leichter bemerkt wird, zweitens da der potentielle Antworter eher über das nötige Wissen verfügt, diese Frage zu beantworten und drittens weil sich ein erneuter Nutzen aus dem Beantworten der Frage im Sinne eines Lerneffektes ergeben kann; diesen erzielt man im eigenen Interessengebiet natürlich besonders gern (zum Lerneffekt später mehr).

»Natürlich ist es so, wenn man an einem Thema interessiert ist, auch eher was darüber weiß, das Wissen ist also fundierter als bei evtl. anderen Themen, daher denke ich schon, dass das Antwortverhalten [durch Interesse am Thema] beeinflusst wird.« (RT3: 1325–1326)

»[...] wenn ich zwischen mehreren Fragen wählen kann, einfach die, die mich spontan thematisch am meisten interessiert.« (SN2: 913–914)

»Ist ein Thema allerdings für mich persönlich uninteressant (oder einfach nur schwachsinnig), so halte ich mich zurück, und bin nur stiller Beobachter bzw. suche ich nach interessanten Beiträgen, die auch für mich sinnvoll sein könnten, so das ich einen Nutzen daraus erhalten kann.« (RT4: 2741–2745)

»Natürlich antworte ich nicht auf Sachen die mich nicht interessieren.« (SN3: 2430–2433)

Die Kosten relativieren sich durch Interesse am Thema, die Motivation einen Teil zum Kollektivgut beizutragen steigt. Die Motive, die im Folgenden besprochen werden, sind also zusätzlicher Nutzen, den nur diejenigen erhalten, die auch etwas zum Kollektivgut beitragen, also Beiträge verfassen.

8.2.2 Intrinsische Motive

Auch die intrinsische Motivation spielt eine Rolle. Bei der intrinsischen Motivation liegt der Nutzen in der Tätigkeit selbst, in der Freude am Handeln und nicht im Ergebnis des Handelns.

»[Das Beantworten der Fragen bringt mir ...] Spaß an der Sache an sich [...]« (SN2: 648)

»[...] ganz allgemein macht mir Kommunikation und Austausch, Helfen und Mitwirken Spaß.« (SN2: 873–874)

»[...] mir macht das Antworten auch immer noch Spaß.« (RT3: 2254)

»In gewisser Weise muss das Posten von Beiträgen auch Spaß machen. Es muss ja auch ein gewisser Ansporn/Anreiz gegeben sein, der zum Posten animiert.« (RT4: 2699–2701)

Bei der intrinsischen Motivation wird die Handlung um ihrer Selbst willen ausgeführt, unabhängig von späteren positiven oder negativen Konsequenzen:

»Aber ganz klar gilt für mich: Ich helfe wenn ich kann, auch wenn kein Dank kommt oder das Erlernte nicht weitergegeben wird, denn ich erwarte auch nichts und bis jetzt hatte und habe ich Spaß am antworten und helfen.« (RT3: 2345–2348)

Da eine Handlung nicht jeden Tag Spaß machen muss – spielende Kinder spielen ja auch nicht jeden Tag das selbe Spiel – hängt das Antwortverhalten neben weiter oben genannten Faktoren auch von der intrinsischen »Tages-Motivation« ab. Dies unterstreicht die Tatsache, dass der Output intrinsisch motivierter Teilnehmer schwer zu kontrollieren ist. Man kann sich nicht darauf verlassen, ob eine Antwort kommt oder nicht:

»[Eine Antwort schreibe ich wenn ich] Zeit und vor allem Lust [dazu habe]. So kann es durchaus vorkommen, dass ich an einem Tag auf eine Frage antworte, an einem anderen Tag auf die gleiche Frage nicht.« (SN2: 855–857)

»Persönlich schaue ich auch gelegentlich nach Threads, auf die ich selbst auch Rat wüsste. Dies ist allerdings davon abhängig, ob ich Lust und Zeit dazu habe.« (RT4: 2690–2693)

Dabei können verschiedene Dimensionen der intrinsischen Motivation auftreten, welche mitunter nicht immer trennscharf voneinander zu unterscheiden sind:

»Sowohl der Spaß am Schreiben als auch der Spaß am Helfen sind maßgebend für meine Aktivitäten in diversen Foren.« (RT4: 2721–2722)

Im Folgenden der Versuch, die intrinsische Motivation, die neben dem allgemeinen Spaß an der Sache für die Forumsaktivität eine Rolle spielt, zu kategorisieren.

Die Teilnahme als Hobby

Die aktive Forumsteilnahme wurde unter anderem als Hobby beschrieben. Dabei steht die Handlung selbst, also der Besuch des Forums und das Beantworten von Beiträgen, im Vordergrund. Ein Stammnutzer antwortete auf die Frage, aus welchem Grund er das Forum aufsucht unter anderem:

»Zum Zeitvertreib [...] (SN3: 1291) [...] ich seh das eher als Zeitvertreib in der Zeit in der man eh nicht arbeiten würde, oder mal eine Pause von der Arbeit machen würde.« (SN3: 1312–1314)

Klar, auch ein Lurker könnte zum Zeitvertreib das Forum aufsuchen, das hat also nicht zwangsläufig Auswirkungen auf das Antwortverhalten, aber die Tatsache, dass es sich hier um einen Stammnutzer handelt, widerlegt diese Aussage. Weiter beschrieb dieser User diesen Zeitvertreib als Hobby:

»Ja unter anderem [sehe ich den Forumsbesuch als Hobby]. Ich sehe meine Arbeit auch eher als Hobby [...]« (SN3: 1309–1310)

In diesem Zusammenhang kann der Besuch und das Posten auch als eine Art Entspannung von den Alltagsaufgaben gesehen werden:

»Oft mache ich auch einen kleinen ›Ausflug‹, wenn ich bei einer kniffligen Aufgabe (im Job – also nichts, das mit dem Forum zu tun hat) nicht weiter komme. Ist so ähnlich wie mal kurz rausgehen oder sich ’nen Kaffee holen etc. – einfach schnell mal auf andere Gedanken kommen, damit der Kopf wieder frei wird für eine neue Sicht auf die eigentliche ›Jobanforderung‹.« (SN2: 542–547)

Der Besuch des Forums und das Posten von Beiträgen wird als Handlungsalternative, gewählt die mehr Spaß bereitet als andere Tätigkeiten. Das Ergebnis liegt also auch hier im Handeln selbst, denn diese Handlung bereitet mehr Spaß als die anderen Handlungsalternativen. Auch bei diesen Zitaten handelt es sich um Zitate von Stammnutzern:

»Teilweise auch Langeweile bzw. vor-unliebsamer-Arbeit-drücken, also eine Art ›Übersprungshandlung‹ [...]« (SN1: 107–108)

»[...] ein einfaches ›ich hab grad Zeit und sowieso nichts besseres zu tun – außer Staubsaugen und dazu hab ich gar keine Lust« [...]« (SN2: 656–657)

Spaß am Helfen

Eine weitere Form der intrinsischen Motivation liegt in der Freude am Helfen. Dabei steht das Helfen und der Prozess des Findens einer Lösung im Vordergrund. Das Helfen an sich und der Weg zur Lösung bringt den Mitgliedern Spaß, und in diesem Spaß liegt der Nutzen.

»[...] ich] freue mich auch, wenn ich jemandem helfen kann.« (SN1: 115–116)

»Endgültig ›Klick‹ gemacht hat es wohl, als ich die ersten Frage beantworten konnte und das wohl bei den Fragestellern auch gut ankam. Das war ein gutes Gefühl.« (SN2: 472–474)

Dieses Gefühl der Freude drückt sich in Form von Zufriedenheit, Stolz oder Bestätigung aus:

»Zufriedenheit könnte man es auch nennen. Oder Stolz, ja.« (SN1: 123)

»[...] zum einen das einfach menschliche ... du hilfst jemand und das ist an sich schon ein gutes Gefühl, sollte es zumindest. Zum anderen vielleicht – gerade als damals Anfänger, der doch auch was wußte, wenn auch auf eine aus heutiger Sicht einfache Frage – das Gefühl, nicht ganz doof zu sein und sich auf dem richtigen Weg zu befinden. Also eine Art Stärkung des Selbstvertrauens.« (SN2: 481–487)

Die User erleben Kompetenz im Finden einer Lösung und sehen sich als Verursacher ihrer Umwelt. Sie sind es, die einem anderen User helfen können und helfen. Dabei zwingt sie niemand anderes zu dieser Handlungsentscheidung. Das macht sie stolz und stärkt das Selbstbewusstsein.

Flow-Erleben

Das Helfen und der Spaß an der Sache können so weit gehen, dass es in einem so genannten Flow-Erleben mündet. Der Flow »ist ein freudvolles Aktivitätsgefühl, das völlig in der Sache, mit der man sich beschäftigt, aufgeht [...] und die eigene Person vergessen lässt« [...] (Heckhausen 1980, S. 610f). Voraussetzung für das Flow-Erleben ist eine Aufgabenschwierigkeit die nicht zu hoch aber auch nicht zu niedrig ist; sie muss etwas über dem eigenen Können liegen (Heckhausen 1980). So beschrieb ein Stammnutzer, wie er gemeinsam mit anderen Mitgliedern Threads »gekapert« hat, um sich gegenseitig im Wettkampf an der Aufgabenstellung zu pushen:

»Weiterhin sind viele der alten Recken nicht mehr/kaum noch da, mit denen auch mal ein kleiner ›Spontan-Coding-Contest‹ ging [...] à la ›ich schaff das kürzer/schneller/schicker‹ ... Das war lustig und ich konnte mir auch einiges von den Leuten abschauen. War so ähnlich, wie wenn sich Skater oder BMXer an der Halfpipe treffen und sich gegenseitig mit immer neueren, krasserer Tricks und Moves stoken [...].« (SN1: 403–409)

Im positiven Wettstreit pusht man sich gegenseitig. Nicht die Freude am Helfen oder das Ergebnis dessen, die Lösung, stehen im Vordergrund des Handelns, sondern der Spaß am Programmieren. Letztlich wird daraus noch ein weiterer Nutzen gezogen, ein Lerneffekt. Aber auch ein Wettstreit, wer am schnellsten Hilfestellung leistet, kann ein Flow-Erleben sein. Hier steht ebenfalls der Wettkampf im Vordergrund und nicht die Hilfeleistung:

»[...] da ging [...] es] mehr um den positiven ›Wettstreit‹ wer am ehesten vor den anderen [Mitgliedern] geholfen hat.« (SN3: 1425–1426)

Nicht alle Mitglieder sehen einen solchen Wettstreit als positiv an. Die Frage wird zwar beantwortet, aber vorrangig geht es hier nicht mehr um die Hilfeleistung, sondern um den Spaß am Wettkampf. Dabei schießen die Helfer weit über das Ziel hinaus:

»Ebenso find ich es schon fast kindisch wie manche Leute im Wettstreit liegen. Quasi ein Actionscript-basierter Schwanzvergleich [...] (RT1: 1854–1856) Ich hab das schon so oft gesehen, dass ein Flash-Einsteiger eine relativ einfach zu klärende Frage hatte, auf die ihm auch prompt geantwortet wurde. Aber es gibt dann immer wieder Spezialisten, die ›weitere Möglichkeiten‹ aufzeigen, die mit zunehmender Antwortenzahl immer komplexer und für den ursprünglichen Fragensteller unverständlicher werden, so daß sich MIR immer der Eindruck aufzwängte, es ginge darum wer den tollsten, komplexesten und unverständlichsten Code aus dem Hut zieht. Wie gesagt, man kommt mit vielen Mitteln ans Ziel, und wenn jemand fragt wie er eine Variable deklariert, will er ja auch genau DAS wissen und nicht wie man eine Klasse ableitet. Irgendwann wird er schon von ganz alleine an diesen Punkt kommen, und dann genau danach fragen.« (RT1: 1881–1893)

Intrinsische Motivation birgt also immer eine gewisse Gefahr, was den Output anbelangt. Wenn ein Tun Spaß macht, heißt das noch nicht, dass dieses Tun auch für die anderen Mitglieder gut ist. Intrinsische Motivation ist also hinsichtlich des Outputs schwer zu kontrollieren. Erst durch extrinsische Anreize unterliegt das Handeln einer gewissen Kontrolle. In Foren kann das durch Moderatoren geschehen.

Crowding-Out

Intrinsische Motivation kann durch äußere Faktoren verdrängt werden. Dieser sogenannte Crowding-Out Effekt macht sich im Flashforum besonders durch die Art der Fragestellung und des Fragestellers bemerkbar:

»Die Selbstüberschätzung und/oder Dreistigkeit der User nimmt immer mehr zu. Posts à la ›ich kann nichts, will aber die komplizierteste 3D-Navigation

mit Video-Einbindung etc. < finde ich relativ viele. Das hat für mich keinen Sinn, darauf zu antworten. Früher hab ich schon versucht, den Leuten zu erklären, dass das viel Lern-und Übungsaufwand bedeutet, bis man sowas in der Richtung, was sie anfragen, erstellen kann. Also bitte das Pferd nicht von hinten aufzäumen ... Mittlerweile lass ich das, da ist mir meine Zeit zu kostbar. Das überlasse ich anderen, sich damit herumzuärgern oder ihre Zeit zu verschwenden [...]« (SN1: 290–300)

Dieser Stammmutzer sieht es nicht mehr länger ein, Mitgliedern zu erklären, dass man nicht alles auf einmal bekommen kann und sieht es auch nicht ein, immer wieder die selben Fragen zu beantworten. Das raubt ihm zum Teil den Spaß an der Sache, mindert also die intrinsische Motivation, die er, wie weiter oben zitiert, unter anderem als Motiv angibt, Beiträge zu schreiben.

Auch bei einem weiteren intrinsisch motivierten Mitglied könnte ein Crowding-Out stattfinden, wenn dieser bisher auch noch nicht erfolgt ist. So antwortete der regelmäßige Teilnehmer auf die Frage, ob er auch noch einem User antworten würde, der bisher in keinerlei Hinsicht Dankbarkeit gezeigt hat, selbst nichts beiträgt und wiederkehrende Fragen stellt:

»[...] Naja, irgendwann ist schon Schluß mit lustig, dann verweist man einen User auf die Hilfefunktion. Wenn er dann die Hilfefunktion die anderen Male nicht in Anspruch nimmt, antworte ich dann auch nicht mehr, aber soetwas habe ich bisher noch nicht erlebt. Selbst wenn ich nicht antworten würde, macht es ein anderer, also wenn jemand es darauf anlegt, bekommt er schon seine Antworten, es sei denn, der ist im Forum bekannt bei allen, daß er ist wie er ist, aber wie gesagt, sowas habe ich persönlich noch nicht erlebt. Aber dann ist ganz klar, würde auch der Spaß flöten gehen.» (RT3: 2334–2344)

Aber auch das Forum selbst trägt Verantwortung bezüglich der intrinsischen Motivation.

»[...] Zwanglosigkeit und Unverbindlichkeit sind wichtig für so ein System. Sobald man den Eindruck hat, dass irgendwas verboten oder kommerziell verwendet wird, geht der gute Wille den viele reinstecken flöten.» (SN3: 1445–1447)

An diesem Zitat wird klar deutlich, dass durch äußere Einwirkung die User ihre Selbstbestimmtheit verlieren könnten. Sie würden ihre Tätigkeit nicht mehr freiwillig um der Tätigkeit willen ausüben, sondern aufgrund äußerer Zwänge.

8.2.3 Extrinsische Motive

Nicht nur die intrinsische Motivation spielt bei der aktiven Teilnahme am Forumsgeschehen eine Rolle, sondern auch die extrinsische Motivation, also das Bestreben, einen gewünschten Zielzustand zu erreichen. Ein Nutzengewinn wird bei der extrinsischen Motivation durch sehr vielfältige Weise erreicht.

Direkte externe Anreize

Wie in den theoretischen Vorannahmen vermutet, spielen direkte externe Anreize im Flashforum eine eher untergeordnete Rolle. Zwar wird häufig ein Feedback und oder geschriebenes Dankeschön vom Geholfenen erwartet ...

»Dass er/sie zumindest Danke sagt.« (SN1: 362)

»Ein nettes Danke.« (SN3: 1474)

... allerdings zielt das in Verbindung mit einem Feedback eher auf andere Nutzenfaktoren ab, als auf das bloße geschriebene Dankeschön. Ein Dankeschön ist eher eine Formsache und sollte zum guten Umgangston eines Forums gehören:

»Generell erwarte ich nichts im Flashforum von Niemanden, dem ich mit meiner Antwort weiterhelfen konnte. Trotzdem ist es schön, eine gewisse Anerkennung in Forum einer Danksagung zu erhalten. Schließlich steckt hinter jedem Nickname ein Mensch in ›Real Life‹, und dort bedankt man sich auch, wenn einem geholfen wird.« (RT4: 2583–2588)

»Ein kurzes Feedback erwarte ich eigentlich schon. Bzw. was heißt ›erwarten‹. Ich finde das eben höflich ... und Höflichkeit (bzw. ein Mangel derselben) kann durchaus ebenfalls zukünftiges Antwortverhalten beeinflussen.« (SN2: 927–933)

»Und wenn mir jemand mehrfach unangenehm auffällt [...] oder sich nie bedankt (auch in anderen Threads), kann das schon vorkommen, dass ich ihn in Zukunft ignoriere.« (SN1: 375–378)

Bedankt sich ein User dauerhaft nicht, also bleibt die Belohnung aus, dann könnte ihm womöglich – wie oben beschrieben – die Hilfe zukünftig verwehrt werden, wenn auch eher unwahrscheinlich, denn irgendjemand wird trotzdem antworten, sei es weil er noch keine »schlechten« Erfahrungen mit dem User gemacht hat oder weil er mit seinen Antworten ganz andere Ziele verfolgt als ein geschriebenes Dankeschön.

Tatsächlich gab es auch schon Fälle, in denen das Dankeschön über das Geschriebene hinausging. Allerdings war es in beiden Fällen, die die Interviewten beschrieben, eine Überraschung und keine Erwartung, also auch kein direkter externer Anreiz. Sie haben also nicht in Erwartung dieser jenen Geschenke geholfen – wie auch, sie wussten ja nichts davon – und tun das auch jetzt nicht.

»Ich erinnere mich, dass ein User, dem ich etwas umfangreicher geholfen habe, mir ein Buch schenken wollte [...]« (SN1: 1156–1160)

»Ein Dankeschön in Form einer Danksagung reicht mir vollkommen. Es ist aber bereits schon vorgekommen, dass ich ein Dankeschön in Form einer Geldspende erhalten habe, man möge es kaum glauben. Sowas ist natürlich auch schön, aber keine Grundvoraussetzung für meine Hilfe.« (RT4: 2606–2610)

Das Flashforum unterstützt direkte externe Anreize, indem es die bisher geleisteten Beiträge eines Nutzers öffentlich sichtbar macht. Aber das Posten um einer hohen Beitragszahl wegen scheint kein Motiv darzustellen:

»Zahl der Beiträge ist für mich unwichtig, kann sein das manche Leute das für wichtig halten.« (RT2: 2099–2100)

»Meine Beitragsanzahl ist völlig egal, wenn die mir etwas Bedeuten würde, dann wäre das ja schon fast profilneurotisch, und so bin ich absolut nicht. (RT3: 2476–2478) [...] Wenn es mir nur um die Posts gehen würde, könnte

ich ja zu fast jeder Frage diese Antwort schreiben: Schau in der Hilfe nach (RTFM)². Damit wäre aber niemandem geholfen und die Qualität des Forums würde sinken.» (RT3: 2480–2484)

Es wird also kein Nutzen aus der Anzeige der Beitragszahl erwartet. Dem spricht allerdings der gezogene Nutzen aus der Bekanntheit entgegen, welchem wir uns in Kürze widmen wollen. Auch das Gegenteil kann der Fall sein und die Anzeige der bisher geleisteten Beiträge wird als negativ empfunden:

»Der einzige Einfluss, den es bewußt auf mich persönlich hatte war, dass es mir hier und da fast ein wenig peinlich war, weil der eine oder andere denken mag, ich hätte sonst nichts zu tun oder überhaupt sonst kein ›echtes Leben‹, was definitiv nicht so ist. (SN2: 1156–1160) [...] Wenn es nach mir ginge, könnte man diese Anzeige abschalten.« (SN2: 1167)

»[...] das einzige was mir einfällt ist, dass man [bei der Anzeige einer hohen Beitragszahl] kaum noch Narrenfreiheit hat. Man wird schärfer begutachtet wenn man eine Frage stellt. Da heißt es beizeiten: ›da du schon so lang im Flashforum [bist,] müsstest du eigentlich wissen, dass ...‹ da kann man sich schon leicht die Blöße geben.« (SN3: 1378–1383)

»Beitragszahlen sind meiner Meinung nach die sinnloseste Erfindung der gesamten ›Forenbewegung‹. Weil bei vielen Leuten einfach nur noch die Zahl unter ihrem Benutzernamen zählt. Und Quantität ist bekanntermaßen nicht gleich Qualität.« (RT1: 1768–1771)

Für die Annahme dieses regelmäßigen Teilnehmers, dass die Anzeige der Beitragszahl einen so hohen Stellenwert hat, konnte ich in meinen Interviews allerdings keine Bestätigung finden. Viel wichtiger als die Beitragszahl erscheint der Nutzen, der indirekt, also aus der Konsequenz einer hohen Beitragszahl heraus resultieren kann, ganz unabhängig davon, ob die Anzeige der Beitragszahl an sich schon einen direkten Nutzen darstellt oder nicht.

²»RTFM« bedeutet »Read the fucking manual« und bezieht sich auf Fragen, die sehr leicht im Handbuch von Flash nachzulesen sind.

Positive Reputation

Wie wir gesehen haben, scheint zwar für die Befragten die Beitragszahl kein eigentliches Motiv zum Posten zu sein, aber eine hohe Aktivität und damit eine hohe Beitragszahl kann zu mehr Bekanntheit im Forum führen. Aus dieser Bekanntheit wird Nutzen in Form positiver Reputation gezogen. So unwichtig scheint die Beitragszahl dann wohl doch nicht zu sein:

»[...] die Leute können ruhig sehen wie aktiv das ein oder andere Member ist.« (SN3: 1397)

Derselbe User hatte ebenso angegeben (weiter oben zitiert), dass die Anzeige auch Kosten in Form von Blöße mit sich bringen kann. Dennoch spricht sich dieser User für die Anzeige der Beitragszahlen aus. Hier wird sehr schön das individuelle Kosten-Nutzen-Abwägen deutlich. Während er persönlich die Anzeige auch mal als unangenehm empfindet, überwiegen trotzdem die Vorteile in Form positiver Anerkennung von der Community. In der sozialen Anerkennung liegt ja auch ein großes Potential. Das Gefühl, anerkannt zu sein, kann sich in vielerlei Hinsicht positiv zeigen. So wird zum Beispiel das Selbstvertrauen gestärkt, indem ein Mitglied von der Community bestätigt bekommt, dass es auf einem bestimmten Gebiet ein Experte ist. Mit dieser Erkenntnis im Hinterkopf, ein Zertifikat sozusagen, geht das Mitglied ganz anders in Job-Verhandlungen oder in Bewerbungsgespräche, wo es genau um dieses Gebiet geht, in dem das Mitglied Experte ist.

»Ein Privileg [zu helfen] ist es, weil jemand die eigene Hilfe in Anspruch nehmen möchte. Für mich bedeutet dies auf gewisse Weise, dass er einen Wert auf meinen Beitrag legt (sofern ich natürlich auch etwas beizutragen habe). Ich kann also damit rechnen, ernst genommen zu werden (wenn ich mich nicht gänzlich anders verhalte). Man spricht mir indirekt auf eine Art durch meine Teilnahme an dem Forum eine gewisse Kompetenz zu.« (GG1: 3187–3193)

»Naja wenn man viel Arbeit in Form von Antworten/Aktivität in so ein Forum gesteckt hat, kann das doch ruhig von anderen Usern gesehen werden (SN3: 1401–1403) [...] die Anzahl kann schon in gewisser [Weise] dokumentieren wie aktiv jemand sich irgendwo engagiert.« (SN3: 1412–1413)

»Man macht sich halt einfach nen Namen in der Community. Man spürt teilweise förmlich eine Art ›Respekt‹, den einem manch andere entgegenbringen.« (SN1: 352–354)

Der Nutzen wird nicht direkt aus der Beitragszahl gezogen – diese scheint für meine Interviewpartner nicht wichtig zu sein – sondern aus der Bekanntheit. Die User wollen sich also präsentieren, sie wollen für ihre Investitionen eine Belohnung in Form sozialer Anerkennung erhalten. Auch das untere Zitat stammt von einem Stammtutzer, der nicht um jeden Preis postet, wie wir weiter oben gesehen haben. Er wägt stets ab, ob die zeitlichen Kosten den Nutzen übersteigen würden. Dabei erwähnte er Mitglieder, die nicht in der Weise abwägen wie er es tut, denen also der zeitliche Aufwand nicht zu groß ist, die vor allem deswegen Posten, um eine hohe Beitragszahl zu erhalten. Dabei ist er nicht der einzige, der davon ausgeht, dass User nur der Beitragszahl wegen posten:

»[...] es gibt aber auch andere ›Profis‹, die sind sich für nichts, aber absolut nichts zu schade. Die antworten immer wieder auf 1563 mal gestellte und oft durch einfaches googeln zu lösende Fragen ... die nenne ich für mich gerne mal ›die Ausputzer‹ [...] Was das bringt? FF-Präsenz (›man wird gekannt‹), Post-Anzahl steigt, Langeweile-Bekämpfung.« (SN1: 340–344)

»[...] die meisten Leute [posten] nur dumme Kommentare oder [wollen] einfach nur ihre Anzahl [an] Beiträgen steigern. Ein Antwort auf eine Frage mit dem Wortlaut ›Ja, das wollte ich auch sagen‹ ist meines Erachtens nach sinnbefreit.« (RT1: 1743–1746)

Freilich kann ich aufgrund der beiden Zitate nicht den Anspruch erheben, dass User nur zur Steigerung ihrer Beitragszahlen posten könnten. Dazu hätte ich schließlich »die Ausputzer« interviewen müssen. Dennoch, auch wenn keiner meiner Interviewpartner als tatsächliches Motiv die Postanzahl angegeben hat, können wir davon ausgehen, dass davon ein starkes Motiv ausgeht, denn von der Aktivität hängt die Postanzahl und damit auch die Bekanntheit ab. Aus der Bekanntheit wird unter anderem Nutzen in Form positiver Reputation gezogen. Allerdings wird es sehr wenige Fälle geben, in denen genau ein Motiv Anlass zur Teilnahme ist, vielmehr ist von einem Wechselspiel diverser Motive für das Posten von Beiträgen auszugehen.

Aber auch User, die selbst wenig bis gar nichts zum Forum beitragen, sehen als mögliches Motiv die positive Reputation, das Kompetenz zeigen unter Gleichgesinnten. Nur überwiegen bei diesen Usern eben die Kosten den Nutzen, weshalb eine Antwort eher selten bis gar nicht gegeben wird:

»Ich denke es geht dabei – einmal mehr – um die Wertschätzung und die Möglichkeit sich mit etwas (sei es eine Meinung, eine Technik, eine Idee) in die Öffentlichkeit zu begeben, diese bewerten zu lassen und sich ein gewisses Bekanntheitspotenzial zu sichern. (GG1: 3037–3041) [...] Es geht [beim Bekanntheitspotential] – das glaube ich zumindest – mit all dem Streben nach Wertschätzung und Anerkennung (von erfahrenen und ebenfalls schätzenswerten Mitmenschen/Kollegen) um den simplen Begriff des ›Ruhmes‹. Ich glaube es ist nicht weniger, wohl aber auch nicht viel mehr.« (GG1: 3052–3056) [...] Es ist die ›Wertschätzung‹, nicht zuletzt von Menschen, die im selben Métier arbeiten, die mir etwas bedeutet.« (GG1: 3322–3323)

Die Erlangung eines Status unter den Mitgliedern ist auch durch Dankeschöns in Form von Lob und Komplimenten möglich und demnach spielt nicht nur die Quantität der Beiträge eine Rolle, sondern vor allem auch deren Qualität.

»Auch zeigt man [mit eigenen Beiträgen] der Community, dass man selbst Fachwissen hat und gleichzeitig Anlaufstelle für diejenigen ist, die dieses Wissen noch nicht in sich tragen. Indirekt erlangt man dadurch einen gewissen Status/Ansehen bei den Mitgliedern/Members des Forums (RT4: 2703–2707) [...] Man erhält Anerkennung bei dem User als auch generell in der Community (RT4: 2723–2707) [...] Die Sache mit dem Status ist dabei eigentlich nur nebensächlich. Dies tritt automatisch auf, indem man z. B. Komplimente/Lob etc. von anderen Usern erhält.« (RT4: 2733–2734)

Eine hohe Aktivität und Beitragszahl ist dabei nicht die einzige Möglichkeit, sich Bekanntheit zu verschaffen. Es gibt sogenannte »Stuff-Threads«, in denen Mitglieder selbst erstellte, voll funktionsfähige Flash-Komponenten und -Beispiele zum kostenlosen Download anbieten, ähnlich wie das Bereitstellen von kostenloser Open-Source-Software. Dabei erwarten die Geber keine direkte Gegenleistung vom Nehmer, sondern einen Nutzen in Form von Bekanntheit:

»Was erhoffe ich mir vom ›Stuff‹? Bekanntheit, sich einen Namen machen und Kompetenz zeigen, Eigen-Marketing [...] (SN1: 206–207) Connections, im Gespräch sein, Ruhm und Ehre [...] (SN1: 249–250)

Der User hat es besser und konkreter ausgedrückt, als ich dieses Motiv hätte beschreiben können. Positive Reputation beruht, wie im theoretischen Kapitel besprochen, auf dem Willen von Individuen, auf einem Gebiet als Experte angesehen zu werden; das Zeigen wie kompetent man ist. Ein Stuff-Thread bietet sich dafür als ideale Plattform an. »Kompetenz zeigen« wird hier als tatsächliches »zeigen« denn als »erfahren« gedeutet. Kompetenz erfahren würde darauf hindeuten, dass hier auch intrinsische Motivation eine Rolle spielt. Natürlich ist das nicht auszuschließen, denn derselbe User war es, der auch Spaß und Flow-Erleben als Motivation für das Posten angegeben hat. Trotzdem steht hier der extrinsische Nutzen, in Form von Bekanntheit und Reputation, im Vordergrund der Handlung. Die Community bedankt sich für den »Stuff« mit sozialer Anerkennung.

Durch die erfahrene Anerkennung wird es möglich, die Anonymität des Forums gewissermaßen zu verlassen und aus der Masse der Teilnehmer herauszustecken. Der zitierte Stammnutzer schrieb weiter:

»Beispiel Flashforum-Konferenz im November: da wurde ich anhand meines GBOOKs ›erkannt‹, also ein anderer fragte mich, wie ich im FF heiße [...] Ah, das Gästebuch ... (ich identifizierte ihn daraufhin auch über seinen ›Blur Scroller‹-Stuff-Thread ...)« (SN1: 207–211)

»Naja, [durch den gesteigerten Bekanntheitsgrad sagt] der eine oder andere [...] ›Hallo [User SN2]‹ und setzt 'nen Lächelsmilie dahinter.« (SN2: 748–749)

»Die Bekanntheit INNERHALB der Grenzen eines Forums zum Beispiel wäre mir persönlich nicht besonders wichtig. Es ist die Chance auf Wertschätzung auch über die Grenzen dieses hinaus.« (GG1: 3309–3312)

Die positive Reputation durch einen gesteigerten Bekanntheitsgrad hat für sich genommen – außer erhöhtem Selbstwertgefühl – augenscheinlich keinen weiteren direkten Nutzensgewinn für die Teilnehmer zur Folge. Durch die Steigerung des Bekanntheitsgrades können sich aber vielfältige indirekte Nutzensgewinne erzielen lassen, welche im Folgenden besprochen werden.

Einfluss der Bekanntheit auf das Antwortverhalten Anderer

Die Bekanntheit innerhalb eines Forums kann sich auf das Antwortverhalten Anderer auswirken. Dieser Nutzen liegt vor allem in der Steigerung der Antwortqualität und weniger in der Antwortgeschwindigkeit. Hier liegt zum ersten und einzigen Mal ein merklicher Unterschied zwischen den verschiedenen Gruppen der Befragten vor. So gehen die Stammnutzer davon aus, dass die Bekanntheit in gewisser Weise Auswirkungen auf das Antwortverhalten Anderer hat, während die regelmäßigen Teilnehmer keine Unterschiede feststellen können. Es liegt also nahe, dass aus diesem Grund die Stammnutzer viel beitragen, während den regelmäßigen Usern die bisherige Erfahrung gezeigt hat, dass die Bekanntheit keine Auswirkung auf das Antwortverhalten Anderer hat und sie dementsprechend auch nicht anfangen, ihr bisheriges Antwortverhalten zu ändern. Folgende Zitate von drei Stammnutzern und zwei regelmäßigen Teilnehmern sollen diese Aussagen unterstreichen:

»Zumindest nicht, was die Antwort-Geschwindigkeit anbelangt. Eher die Antwort-Qualität ... einem User, den andere eher als kompetenten Helfer kennen, wird eher eine ›dumme‹ (RTFM)-Frage verziehen als einem Neuling. Oder wenn jemand Bekanntes/Kompetentes/Beliebtes (?) etwas von den Anderen braucht, bekommt er das in der Regel eher als ein ganz neuer User. Wie gesagt – das Gesamtbild vom ›Einzahlen und Zurückbekommen‹ haben glaub ich mehrere im Kopf (SN1: 191–198) [...] Es wird einem auch schneller mal geholfen, wenn man selbst ne Frage hat. Ich seh so ein Forum ein bisschen wie eine Bank: wer was einzahlt, bekommt auch was zurück ... « (SN1: 355–357)

»Bei Leuten, die selbst engagiert sind, investiert man hinsichtlich derer Fragen doch gerne mal ein paar Minuten mehr. (SN2: 743–744) [...] Leute die man kennt – ggf. sogar persönlich, was durch die Konferenzen ja nicht selten ist – liest man sicher eher als andere (SN2: 748–749) [...] und vielleicht schauen auch mal mehr [in die Posts] rein als bei einem weniger ›bekanntem‹ User.« (SN2: 1144–1145)

»Ich glaube, dass teilweise User froh, stolz sind, dass sie mal einem Post hohen Member helfen können und somit [die Beiträge von bekannten Usern] eher bevorzugt [sind ...]« (SN3: 1365–1367)

»Mir wird nicht schneller und auch nicht langsamer geholfen als jemandem mit 1 Post auf dem Zähler, ich denke das ist eine der guten Sachen im Flashforum, man behandelt dahingehend alle Leute gleich.« (RT1: 1645–1648)

»Ich denke, dass alle gleich behandelt werden im Forum, zumindest mache ich das so, wieviele Posts ein Teilnehmer hat ist doch total unwichtig. Letztendlich hat jeder mal klein angefangen.« (RT3: 2415–2417)

Erweiterung des persönlichen Netzwerkes

Die Bekanntheit bzw. positive Reputation durch eine hohe Aktivität oder besonders qualitative Beiträge kann zur Erweiterung des persönlichen Netzwerkes führen. Die letzten Punkte hängen demzufolge alle in direkter oder indirekter Weise zusammen, für den einen ist es ein direktes Motiv, für den anderen eine Nebenwirkung eines anderen Motives. Das Motiv das Netzwerk zu erweitern, kann natürlich auch ein direktes sein. So nannte ein regelmäßiger Teilnehmer als Grund für seine Anmeldung:

»Kontakte, Ideen, Jobs (RT2: 1923) [... Kontakte sind] Leute womit man Probleme/Erfahrungen austauschen kann, meistens gezielt auf ein Problem.« (RT2: 1943–1944)

Kontakte können ohne das eigene Einbringen in das Forum nicht geknüpft werden. Durch die Zugehörigkeit zu einer Gruppierung wird das soziale Kapital gesteigert. Aus diesem sozialen Kapital kann großer Nutzen erschlossen werden, wie beispielsweise Jobs, der ohne einer Zugehörigkeit gar nicht oder erheblich schwieriger erreicht werden könnte.

»[Von den anderen Mitglieder kann ich profitieren durch] Kontakte ... und der eine oder andere Job kam auch schon bei rum. Weniger weil sich dort Kunden im üblichen Sinne tummeln würden, aber die eine oder andere interessante Empfehlung, wenn bei einer Agentur mal ein Engpass ist und der Projektleiter überlegt, wen man denn noch dazu holen könnte, gibt es durchaus. Andersrum genau so, d. h. auch ich wurde schon gefragt, wen ich denn empfehlen könnte und so ein paar Leute gibt es schon im Forum, die

ich dann guten Gewissens ›weiterreiche‹ [...] Ich würde es also als eine Art ›erweitertes Netzwerk‹ bezeichnen.» (SN2: 1058–1071)

Hier handelt es sich zwar um einen positiven, allerdings um keinen vom User erwarteten direkten Nutzen (die Hauptmotive für das Posten sind bei diesem User andere als das erweiterte Netzwerk, welchen wir uns noch zuwenden werden). Dabei könnte sich dieser Nutzen in Form der Jobangebote durch die hohe Aktivität des Stammmutzers ergeben haben:

»Allerdings ist die Chance, von irgendwem ›gelesen zu werden‹ natürlich proportional zur Anzahl der Beiträge.« (SN2: 1076–1077)

Wie an dem Zitat klar ersichtlich wird, ergibt sich der Nutzen, egal ob erwartet oder nicht, vermeintlich aus einer hohen Aktivität des Stammmutzers, denn wie sonst soll ein Forumsmitglied auf sich aufmerksam machen, wenn nicht über die Beiträge. Dabei spielt nicht nur die Quantität eine Rolle, sondern natürlich auch die Qualität der Beiträge. Würde dieser User überwiegend »inhaltslose« Beiträge schreiben, so würde ihn sicher niemand für einen Job empfehlen. Wie wir wissen, werden die Beiträge ja wechselseitig validiert, wenn also jemand zwar viel, aber nichts wesentliches beiträgt so fällt das auf, eine Empfehlung bliebe aus.

Wirtschaftliche Motive

Ziel einer gesteigerten Bekanntheit bzw. der positiven Reputation können konkrete wirtschaftliche Motive sein. Im obigen Beispiel waren die Jobangebote »nur« Nebeneffekt, der sich (vermutlich) aus dem gewonnenen Bekanntheitsgrad ergeben hat. Auszuschließen ist aber auch nicht, dass ein direktes Motiv dahinter steckt. So stellt es für folgenden Gelegenheitsgast zwar selbst kein Motiv zum Posten dar, er postet ja auch sehr wenig, allerdings kann er sich vorstellen, dass die Steigerung des Bekanntheitsgrades zu konkreten Jobangeboten führen kann und daher durchaus ein konkretes Motiv für die aktive Beteiligung im Flashforum vorliegen könnte:

»Dem einen ist es sicherlich innere Genugtuung oder Stolz, der andere sieht darin einen potenziellen wirtschaftlichen Vorteil. Ich denke über Plattformen

wie das Flashforum eines ist, können nicht zuletzt auch Externe sehen, wer fähig ist und wen es sich lohnt zu engagieren. Sicherlich: Das geht sehr weit und kommt vermutlich ein einziges mal oder gar nicht vor, aber den Antrieb könnte es darstellen (GG1: 2908–2915) [...] Nützlich glaube ich, ist eine ›Internet‹-Bekanntheit nicht zuletzt auch sobald jemand Informationen über deine Person sucht, jemand der dich kaum kennt, jedoch schnell sieht, dass du aktiv und anerkannt zu sein scheinst. Wenn dieser darauf hin entscheidet bspw. mit dir zu arbeiten, sehe ich da sogar einen möglicherweise klaren wirtschaftlichen Vorteil.» (GG1: 3312–3318)

Für einen regelmäßigen Teilnehmer war, wie oben zitiert, unter anderem auch die Aussicht auf Jobs Grund für die Anmeldung. Allerdings hat das nach seinen eigenen Aussagen keinen Einfluss auf seine Aktivität im Forum und umgekehrt scheint auch nicht die Aktivität im Forum Auswirkungen auf die Vergabe der Jobs zu haben. Ein in Erwartung eigentlich starkes Motiv konnte demzufolge in den Interviews nicht bestätigt werden.

»Kontakte, Ideen, Jobs (RT2: 1923) [...] Ich habe über das Flashforum schon viele Jobs bekommen über [das Board] Jobangebote (RT2: 1950–1951) [...] Nein meistens spielt [bei der Vergabe] nur [der] Preis eine Rolle (leider) (RT2: 1957) [...] Nein [die Job-Angebote haben auf mein eigenes Antwortverhalten keinen Einfluss ...] (RT2: 1962) Vielleicht [hat es aber Einfluss auf andere User in dem Sinne das] man öfter oder mehr antwortet um auf sich aufmerksam zu machen.« (RT2: 1964–1965)

Wirtschaftliche Vorteile können aber auch aus einer gänzlich anderen Ursprungsmotivation zu Stande kommen. So nimmt dieser User aktiv am Forum teil, um unter anderem den Flash-Output zu verbessern. Durch den Austausch im Flashforum erwartet dieser User auf längere Sicht gesehen qualitativ bessere Ergebnisse mit Flash. Durch den verbesserten Output könnten neue Kunden auf die Technologie Flash aufmerksam werden und Aufträge erteilen womit der gesamten Branche gedient ist. Demzufolge sieht er in den anderen Mitgliedern auch keine Konkurrenten, sondern Mittstreiter, denn ohne den Austausch gibt es auch weniger Jobs.

»Je mehr Menschen sich besser mit Flash auskennen, desto besser werden die Ergebnisse. Dies hat den Vorteil, das weniger ›Schrott‹ zu sehen ist,

was andere wiederum dazu veranlasst auf diese Technologie zu setzen, was wiederum bedeutet, das mehr Aufträge zustande kommen und dadurch mehr Arbeit da ist und damit ist so ziemlich jedem geholfen [...] Daher kann es doch auch nur Ziel sein, soviel Wissen wie möglich weiterzugeben.» (RT3: 2493–2502)

Lerneffekte

Im Gegensatz zu den wirtschaftlichen Motiven, ist die Motivation im Sinne eines Lerneffektes in den Interviews vielfach genannt worden. Hier gilt natürlich auch wieder, dass ein Motiv auf das andere Auswirkungen hat. So deuteten die Interviews zwar auf eine geringe wirtschaftliche Motivation der Teilnehmer hin, aber aus einem Lerneffekt könnten sich wiederum konkrete wirtschaftliche Vorteile ziehen lassen. Denn wozu lernt man unter anderem? Um »bessere« Jobs zu erhalten. Bei den Lerneffekten gibt es, wie in den theoretischen Kapiteln dargestellt, zwei Dimensionen. Zum ersten das Lernen anhand praktischer Beispiele: Eine Fragestellung ermuntert zum eigenen Austüfteln eines Lösungsweges. Und zum zweiten durch Feedback anderer User auf die eigenen Beiträge. Streng genommen gibt es noch eine dritte Dimension, welche im Kapitel zur Motivation aus Interesse beschrieben wurde: das Lernen durch das Lesen von Beiträgen Anderer. Allerdings handelt es sich hierbei nicht um ein Motiv für das Posten von Beiträgen, sondern um einen kostenmindernden Faktor und Motiv, das Forum zu besuchen. Daher taucht es in diesem Zusammenhang nicht noch einmal auf. Kommen wir zuerst auf den ersten Lerneffekt zu sprechen. Die folgenden Zitate präsentieren anschaulich, wie man durch die Fragen anderer etwas lernen kann:

»Man befasst sich bei der Lösung des Problems (wieder) näher mit der Materie und kann dadurch für sich selbst wieder neue Erfahrungen/Anreize erhalten. Getreu dem Motto: Übung macht den Meister.« (RT4: 2717–2719)

»Als Dozent gewöhnt man sich einen merkwürdigen Lernstil an. Ich zumindest, da ich kein Bücherlerner bin sondern diese eher als Nachschlagewerk nutze. Da ich, als ich angefangen habe zu ›dozieren‹ auch noch nicht richtig sattelfest war, lief vor allem in Projektphasen der Kurse das ganze oft

folgendermaßen ab . . . Kursteilnehmer: ›Wie macht man denn einen Schieberegler?‹ Dozentin: ›Hhmm, sag ich dir nachher/morgen‹ . . . Hintergrund war: ich hatte keine Ahnung und so war tüfteln angesagt. Irgendwie ging es immer und hatte für mich zwei Vorteile. Ich wußte dann auch wie ein Schieberegler funktioniert aber noch viel wichtiger: Beim Tüfteln und Recherchieren hat man zusätzlich so einiges am Rande mitgelernt und lernte vor allem mögliche Ressourcen kennen, so dass der ganze Ablauf immer schneller funktionierte. Wie oben schon gesagt, wollte ich unbedingt Flash lernen. Für meinen gewohnten Lernstil fehlten mir aber die fragenden Kursteilnehmer. Und wo gibt es sonst Fragen? Eben. ;) Insofern war in dieser Phase mein doch recht großes Beitragsvolumen eine Folge meines Lerneifers.« (SN2: 955–974)

Derselbe Stammmutzer ist es aber auch, der mittlerweile zwar immer noch viel antwortet aber vorzugsweise nur noch auf Fragen die ohne großen zeitlichen Aufwand zu beantworten sind (siehe oben).³ Die Kosten der Aktivität des Users werden höher, der Nutzen kleiner:

»Möglicherweise weil Aufwand und Ergebnis (für) mich nicht mehr in dem Verhältnis stehen wie früher. Die Fragen, die ich früher zum eigenen Lernen verwendet habe betrafen eigentlich immer Themen, die ich absehbarerweise auch gebraucht habe. Heutige, weitergehende potentielle ›Lernfragen‹ betreffen eher Gebiete, die ich selbst vermutlich weniger häufig betrete und wenn, dann wird ›auf Bedarf‹ gelernt.« (SN2: 992–998)

Die Kosten, die den Nutzen übersteigen könnten, sind auch der Grund, weshalb dieser Stammmutzer ungern und selten auf von sich bereits beantwortete Fragen antwortet. Zum Fortbestehen muss das Gut einen gewissen Reiz haben, also interessant bleiben (Kollock 1999). Immer wiederkehrende Fragen zum Beispiel werden deshalb in einem Forum ungern beantwortet. Der User kann keinen Lerneffekt mehr daraus erzielen, was die Tragweite dieses Motives verdeutlicht:

³Natürlich spielen auch noch weitere der oben genannten Kostenfaktoren für diesen User eine Rolle. Diese sollen aber zur Vereinfachung des Kosten-Nutzen-Abwägens hier nicht noch einmal wiederholt werden.

»Viele Fragen (auch umfangreiche) sind schon zig mal gefragt. Da fehlt einem einfach oft die Lust. Viele davon hab auch ich schon irgendwann einmal beantwortet – eine weitere Antwort bringt MIR nichts. (SN2: 630–633) [...] die zigtausendste Preloaderfrage [verfestigt zwar] immer noch das eigene Wissen aber es ist einfach nicht mehr so interessant. Und Wiederholungen nehmen logischerweise eben zu, das liegt in der Natur eines Forums zunehmend mit seiner Existenzdauer und sei die Suchfunktion noch so gut.« (SN2: 672–676)

Aber auch ein regelmäßiger Teilnehmer gab als Motiv die erste Dimension des Lerneffektes an. Bei folgendem Zitat tritt noch eine Besonderheit auf: das Geben und Nehmen wird quasi umgedreht. Er ist es, der den Nutzen davonträgt, indem er durch die Fragen anderer etwas dazulernen darf. Aus dem Nehmen ergibt sich für ihn die logische Konsequenz, etwas zurück zu geben, in Form einer Lösung oder eines Lösungsansatzes des Problems.

»Manche Fragen regen zum Nachdenken und probieren an, wenn man dann etwas herausgefunden hat, dann antwortet man, schließlich hab ich ja das Wissen erst aus der Frage gewinnen können, dann sollte der Fragende auch eine entsprechende Antwort bekommen, die ihm den Weg zur Lösung zeigt.« (RT3: 2306–2310)

Kommen wir nun auf den zweiten Lerneffekt zu sprechen. Der Nutzen wird hier aus dem Feedback anderer User auf die eigenen Beiträge gezogen. Weiter oben habe ich ja schon beschrieben, dass ein geschriebenes »Dankeschön« kein wirkliches Motiv darstellt zu posten, anstatt dessen eher Feedback ob die Lösung geholfen hat oder nicht. Dies stellt insofern ein Motiv zur Beteiligung an einem Online-Forum dar, um Feedback auf die eigenen Beiträge, also das eigene Wissen, zu erhalten und dieses Wissen durch die anderen Teilnehmer zu vermehren. So gibt nicht nur der eigentlich Helfende Wissen weiter, sondern auch die anderen User, indem sie gewissermaßen dem »Helfer helfen«.

»Naja, so ein kleines Feedback ist schon nett. :) Darüber hinaus gibt es natürlich auch noch bessere Ansätze als evtl. meine, möglicherweise hab ich Mist geschrieben oder auch nur 'nen Tippfehler oder eine Fehlinterpretation drin.« (SN2: 598–601)

»Ja früher [habe ich] sehr oft [durch Feedback auf meine Beiträge etwas dazu gelernt] und ich finde das auch sehr wichtig. In [einer] Zusammenarbeit im Alltag geht ja der gleiche Vorgang vor. Also dass man jemanden etwas zeigt (Design oder Code etc.) und das verbessert wird.« (SN3: 1282–1285)

Einige Mitglieder gaben aber auch beide Lerneffekte als Motivation für ihr Handeln an:

»Ich erwarte kein Dankeschön, aber eher ob meine Antwort etwas gebracht hat (RT2: 2046–2047) [... Wenn die Lösung falsch war] kann man [davon] nur lernen (RT2: 2063) [...] Wenn ich selber etwas davon lernen kann ist das mitgenommen [...] Wenn mehr Zeit da ist kann ich es mir leisten etwas ausführlicher auf das Thema einzugehen und eventuell nachzuforschen. Das letzte nur wenn ich denke das ich auch Nutzen davon habe (RT2: 2075–2081) [... Unter Nutzen verstehe ich] etwas neues Lernen, neue Gesichtspunkte, Lösungsansätze die ich vielleicht später anwenden kann.« (RT2: 2086–2087)

»Als Reaktion erwarte ich von den Leuten eigentlich nur eine Rückmeldung ob es geklappt hat und vielleicht ein kleines Danke (RT1: 1668–1669) [... ich erwarte eine Rückmeldung] weil ich gern die Gewissheit habe, daß das was ich gesagt habe stimmt, oder eben auch nicht (RT1: 1684–1685) [... wenn die Antwort nicht stimmte] mach ich [im Normalfall] Flash auf und probiers selbst aus bis es geht.« (RT1: 1689)

Aber auch Gelegenheitsgäste sehen im Lerneffekt einen Nutzensgewinn. So entwickelte einer der User während des Interviews einen gewissen Drang sich nun aktiver am Forumsgeschehen beteiligen zu wollen, unter anderem wegen des Lerneffektes. Durch das Interview sind ihm die Nutzenfaktoren erst bewusst geworden. An dem folgenden Zitat wird neben dem Motiv des Lerneffektes auch die Wissensgenerierung sehr deutlich: Der User nimmt das Wissen im Forum auf und verknüpft es mit den eigenen Wissensbeständen mit der Folge, dass neues Wissen generiert wird.

»[Sich aktiv am Geschehen zu beteiligen] bringt einem unglaublich viele Vorteile, man erhält sattes Feedback (GG1: 2965–2966) [...] ›Sattes Feedback‹ bedeutet – wörtlich genommen – zufriedenstellende Rückmeldungen. Wenn ich

etwas schreibe, weiß ich, die Wahrscheinlichkeit, dass in diesem ›großen‹ Pool von Usern sicherlich einige (vielleicht und gern auch wenige) qualifizierte Rückmeldungen kommen. Ich kann mich beinahe darauf verlassen (GG1: 2973–2978) [...] Letztlich reicht zumeist ein einfaches ›Bescheid geben‹ [ob die Lösung funktioniert hat ...] Selbst wenn es dann ›nicht funktioniert‹ hat, ist es nicht zuletzt auch für mich wiederum hilfreich (GG1: 2990–2995) [...] Letztlich springt für mich als Antwortenden natürlich auch deutlich mehr heraus, wenn ich mit überraschenden oder unerwarteten Problemen für Fälle, die ich meinte im Griff zu haben, konfrontiert werde! (GG1: 3006–3009) [...] Für mich springt mehr heraus im Sinne von] Erfahrungswerte. Man stelle sich vor, man hat für ein Problem eine ganz wunderbare Lösung gefunden. Nun stellt jemand im Forum genau dieses Problem zur Lösung und man antwortet – man weiß ja wie es funktioniert. Jetzt jedoch funktioniert genau das so nicht, der Effekt ist einfach: Man ist irritiert, ein doch als so gerade empfundener Lösungsweg gerät durcheinander. Man setzt sich in Folge dessen nochmals mit dem Problem auseinander, nimmt die Erfahrungs-/Test-Werte des im Forum fragenden mit auf und findet den ›Denkfehler‹ in der eigenen Lösung. Das Resultat ist eine deutlich stabilere Lösung für das Problem. Wenn nun das Ganze bei mir selbst auftreten sollte werde ich genau diese Lösung wieder anwenden können und meine bis dato unter Umständen un gute Lösung getrost und konsequent ignorieren können.« (GG1: 3013–3025)

Reziprozität

Auch die Reziprozität nimmt bei meinen Interviewpartnern eine oft genannte Rolle hinsichtlich ihrer Aktivität im Flashforum ein. Reziprozität beruht auf dem erfahrenen Nutzen mit dem Forum. Ein Mitglied konnte das Wissen anderer Mitglieder gebrauchen und ist nun bereit, auch Wissen zu geben. Aber auch der umgekehrte Fall gilt: ein Mitglied hilft, um in Zukunft auf die Hilfe der anderen Teilnehmer zählen zu können.

»Ich seh so ein Forum ein bisschen wie eine Bank: wer was einzahlt, bekommt auch was zurück ... « (SN1: 356–357)

Das obige Zitat zeigt deutlich: man zahlt ein, gibt sein Wissen an einen User weiter, um schließlich auch Wissen von anderen Usern zurück zu bekommen. Freilich gilt das nicht nur für die Reziprozität, sondern auch für die diversen anderen Nutzenfaktoren, die wir teils schon besprochen haben und teils noch besprechen werden. Die folgenden und für sich sprechenden Zitate zeigen anschaulich die Rolle der Reziprozität in einem Online-Forum:

»Heute braucht User A Hilfe, also helf ich ihm, morgen hilft er mir.« (RT1: 1874–1875)

»[Meine Erfahrung weiter zu geben bringt mir] nichts im Endeffekt, weiss nur das ich auch gerne eine Antwort auf meine Frage hätte.« (RT2: 2113–2114)

»Da mir andere bei meinen Fragen und Problemen geholfen haben, habe ich angefangen anderen zu helfen, [...] denn hätte mir damals keiner geholfen, wäre ich nie soweit gekommen.« (RT3: 2260–2262)

»Ich kann sehr viel von [den anderen Mitgliedern] lernen und dieses Wissen für mich und meine Projekte anwenden. Im Gegenzug versuche ich auch mit aussagekräftigen und hilfreichen Kommentaren anderen Leuten zu helfen.« (RT4: 2826–2828)

»Letztlich ging es mir unter Umständen genau wie dem Fragenden, ein paar Jahre zuvor. Ich schätzte mich ja auch stets glücklich um jeden, der sich zu einer Antwort hinreißen ließ.« (GG1: 3181–3183)

»[Ich helfe unter anderem] weil man so etwas Dankbarkeit an die ›Gemeinschaft‹ zurückgeben kann, weil man ja oft genug auch geholfen bekommen hat.« (SN3: 1491–1493)

Am letzten Zitat wird sehr schön der besprochene Unterschied zwischen direkten und indirekten Tausch deutlich. Man dankt nicht direkt einem User, sondern bedankt sich durch das Helfen indirekt bei der gesamten Community. Die Norm der Reziprozität kann auch zu einem Gefühl der Sicherheit führen. Der User weiß, er hat etwas »eingezahlt« und wird deswegen auch wieder etwas zurück bekommen, eventuell sogar wahrscheinlicher, schneller oder gehaltvoller als User, die bisher wenig bis gar nichts »eingezahlt« haben. So

schrieb der Stammmutzer, der das Geben mit dem Einzahlen auf eine Bank verglichen hat, weiter:

*»Es wird einem auch schneller mal geholfen, wenn man selbst ne Frage hat.«
(SN1: 355–357)*

»Das gibt [einem] eine ungemeine Sicherheit bei seiner eigenen Arbeit. Daher hab ich auch Lust, armen Würstchen (ich schliess mich da nicht aus) die etwas nicht wissen, bei ihren Problemen zu helfen.« (SN3: 1221–1223)

Aber auch Usern, die selbst eher wenig »einzahlen«, kann das Forum ein Gefühl der Sicherheit geben:

»[Ich eröffne] ebenfalls selten [einen Thread mit einer Frage]. In aller Regel stolpere ich über Probleme die nicht besonders selten auftreten. Wenn ich einen neuen Thread eröffne habe ich bisher aber gute Erfahrungen gemacht. Mein Fazit daraus ist eigentlich stets ›es wird mir dort auf jeden Fall geholfen‹. Das heißt ehrlich gesagt für mich, gibt mir das Flashforum eine gewisse Art von Ruhe und Sicherheit! Ich suche nach wie vor gern auch woanders, probiere vor allem gern selbst erst aus was geht, immer aber mit dem Wissen, ich kann ›immernoch das Flashforum fragen‹.« (GG1: 3074–3083)

8.2.4 Glaube und Ziel-Internalisierung

Wenn ein Mitglied das Forum als nützlich empfindet, kann es den Glauben und die Ziele des Forums internalisieren und somit das individuelle Interesse mit dem Interesse der Gruppe, also dem Forum, zusammenfallen. Was für die Gruppe einen Nutzen darstellt, ist auch Nutzen für das Individuum. Es wird also nicht mehr zwischen individuellem und kollektivem Nutzen unterschieden. Daher ist es selbstverständlich, dass bereits genannte individuelle Nutzenfaktoren in diesem Zusammenhang nochmals auftreten können, mit dem Unterschied, dass es sich nun um einen Kollektivnutzen handelt, nicht mehr um individuellen Nutzen. Aus diesem Grund war es mitunter nicht immer leicht, zu unterscheiden, ob ein Individuum eher aus Eigeninteresse heraus handelt oder nicht. Sehr schön wird die Internalisierung an folgendem Zitat deutlich. Auf die Frage, was passieren müsste damit er häufiger postet, antwortete dieser regelmäßige Teilnehmer:

»Die Anzahl der ›Helfer‹ im Flashforum müsste rapide sinken. ;-) Scherz beiseite, aber so ist es wohl wirklich, meine Hilfe müsste öfter gefragt sein (RT3: 2456–2458) [...] Ich bin aber nicht traurig, dass schon ein anderer geantwortet hat, denn letztendlich geht es darum, das dem Fragenden schnellstmöglich geholfen wird, ob nun von mir oder anderen, ist völlig egal.« (RT3: 2466–2468)

Diesem Teilnehmer ist es also völlig egal, ob er oder ein anderes Mitglied hilft. Es zählt einzig und allein, dass dem User geholfen wird. Das ist nicht nur im Sinne des Hilfesuchenden, sondern auch im Sinne des Forums. Nur so kann es fortbestehen. Ginge es dem User vorrangig um den eigenen Nutzen, würde er selbst versuchen zu antworten um den größten Nutzen davonzutragen, beispielsweise in Form von Spaß oder positiver Reputation. Individual- und Kollektivnutzen fallen somit zusammen.

Schließlich stellt auch das Aufrechterhalten und Steigern der Qualität des Forums ein Motiv zum Posten dar, dass sogar über die Grenzen des Forums hinaus reicht. Nicht nur das Flashforum wird als nützlich empfunden, sondern auch die Software Flash. Damit verknüpft ist die oben zitierte Aussage dieses Users, dass sich ein verbesserter Output mit Flash positiv auf die gesamte Branche auswirken kann.

»[...] ich glaube, dass alle eine gewisse Qualität im Forum und auch im allgemeinen in der Flasherszene erreichen möchten. [...] Weil die Leute hinter dem Produkt stehen und sich damit identifizieren können. Weil es dem einen oder anderen vielleicht auch die Freiheit gibt, seine Fantasie auszudrücken.« (RT3: 2229–2238)

Wie kurz angesprochen, können die diversen individuellen Nutzenfaktoren auch Kollektivnutzen darstellen, so vor allen Dingen die erwartete Reziprozität. Der Unterschied zwischen »individuell erwarteter« und »kollektiv erwarteter« Reziprozität ist folgender: Geht es um den individuellen Nutzen, so gebe ich Wissen weiter, um später selbst Wissen von den anderen Mitgliedern zu erhalten und umgekehrt. Beim kollektiven Nutzen hingegen gebe und nehme ich Wissen, da die Community von seinen Mitgliedern diese Handlung erwartet. Ich tue es nicht unter dem Aspekt, selbst Hilfe zu erfahren, sondern unter der Gewissheit, dass das Forum nur durch das

Geben und Nehmen der Mitglieder existieren kann. Zwischen dem Geben und Nehmen muss dabei ein Gleichgewicht herrschen (Hemetsberger 2001). Das Geben von Wissen, also das Schreiben von Beiträgen wird so zu einer Selbstverständlichkeit. Die befragten Teilnehmer reagierten auf die Frage, wieso sie in Threads antworten, unter anderem:

»Mir wurde und wird geholfen also helfe ich auch. Ein Geben und Nehmen :) Nur so [kann] ein Forum funktionieren.« (RT1: 1677–1678)

»Letztendlich ist das anfangen auf Fragen anderer zu antworten so eine Art Dankeschön und Selbstverständlichkeit, denn sonst würde ein Forum ja auch nicht lange existieren. Letztendlich muß man ja auch mal eines sehen: Es gibt da Leute, die stellen anderen eine kostenlose Informationsquelle zur Verfügung (Flashforum). Und jeder weiß, dass sowas Geld kostet. Dann finde ich das doch auch nur fair, wenn solch eine Plattform bzw. ein Wissensquell auch gut gepflegt wird, oder? Schließlich profitieren wir alle davon (RT3: 2269–2277) [...] wenn jeder immer nur nehmen würde, bliebe das Forum irgendwann stehen, dann kämen ja keine Neuigkeiten oder Lösungen zu Tage. Ist auch nicht Sinn und Zweck eines Forums.« (RT3: 2404–2406)

»Der Sinn eines Forums besteht nun Mal darin, anderen Leuten zu helfen bzw. selbst geholfen zu werden. (RT4: 2559–2560) [...] Ja [ich poste unabhängig von der Reaktion der Geholfenen]. Schließlich besteht darin der Sinn eines Forums: Helfen und geholfen werden.« (RT4: 2634–2635)

»Wie oben schon beschrieben macht für mich einen konsequent fairen Umgang mit einem Forum wie diesem auch aus, dass man sich selbst mit der Zeit immer stärker einbringt. Man bekommt Know-How an die Hand, man lernt, man wendet an und man gibt zurück.« (GG1: 3100–3104)

Aber auch ein zweiter Gelegenheitsgast, der selbst noch keinen Beitrag geschrieben hat, sieht das Helfen als Selbstverständlichkeit, als ein »Muss« an. Er vergleicht es mit Alltagssituationen. Die Mitgliedschaft in einer Gemeinde (sei es ein Dorf, eine Stadt oder gar eine Nation) erwartet von seinen Bürgern einen gewissen Umgang mit seinen Mitmenschen. Einige Dinge werden per Gesetz geregelt, einige per »stillschweigendem Abkommen«.

So gehört es beispielsweise dazu, einer Frau mit Kinderwagen in den Bus zu helfen. Wieso postet dann dieser Gelegenheitsgast nicht? Nun, er kommt gar nicht erst in die Verlegenheit zu helfen, denn er sucht das Flashforum extrem selten auf, da er kaum Fragen hat, die er nicht im Bekanntenkreis lösen könnte. Er ist also auch kein Lurker und damit streng genommen kein Freerider und kein Kostenfaktor für die restliche Community. Wenn er das Forum aufsuchen würde, dann eigentlich »nur«, um anderen zu helfen, dafür sind ihm die Kosten allerdings zu hoch:

» Wenn ich der Frage gewachsen bin würde ich antworten. Dazu kommt auch, dass derjenige eine Antwort sucht die ihm anscheinend in seinem Umfeld keiner beantworten kann – dann muss man schon helfen. (GG2: 3474–3478) [... Unter ›Müssen‹ verstehe ich] kein zwanghaftes ›Müssen‹. Das ist doch im Alltag ähnlich. Kommt eine Mutter nicht mit dem Kinderwagen in die Tram, hilfst Du ihr doch auch ohne zu ›müssen‹. Wenn schon einer postet, hat er ein Problem, dann bin ich der Meinung, sollte er auch die Hilfe bekommen, die er eigentlich erwartet. (GG2: 3482–3486) [... Die Hilfe für die Mutter] ist für mich eine Selbstverständlichkeit – das gehört zum Alltag. Meist gibt es ein Lächeln und ein ›Danke‹. (GG2: 3492–3493) [...] je mehr ich darüber nachdenke ist [auch das Helfen in einem Forum Selbstverständlichkeit]. Natürlich ist es noch mal ein Unterschied zu den alltäglichen Situationen. Weil diese spontan geschehen und ich nicht erst den Rechner einschalten muss, ins Forum gehen, einen Thread finden der unbeantwortet ist und mich dann mit den Problemen der Poster auseinandersetzen muss. (GG2: 3504–3508) [...] Ich habe da im Laufe des Tages keine Zeit dazu, und könnte höchstens dann zu Hause noch mal im Forum vorbeischauen und das geschieht sehr selten. Vielleicht müsste man das Forum mit ein paar Specials aufwerten, wie kleinen internen Flashawards [...], um auch seltene Gäste wie mich, in das Flashforum zu locken.« (GG2: 3512–3518)

Würde dieser Gelegenheitsgast allerdings das Forum aufgrund der »Specials« ohnehin öfter besuchen, so würde er wahrscheinlich auch posten. Denn die Kosten würden sinken, da er das Forum vor allem aus Eigeninteresse aufsuchen würde.

Wie gesagt, es ist nicht immer leicht, zwischen dem Streben nach individuellem und kollektiven Nutzen zu unterscheiden. Diese User streben mit

Sicherheit auch individuellen Nutzensgewinn an, das eine muss das andere nicht ausschließen. Da wir es mit einer qualitativen Studie zu tun haben, spielt es aber ohnehin keine Rolle, ob es User SN1 ist, der den Glauben und die Ziele der Gruppe internalisiert hat, oder ob es SN2, SN3 etc. ist. Vielmehr geht es darum, die verschiedenen Facetten der Motivation aus den Interviews herauszuarbeiten.

8.2.5 Interpersonelle Beziehungen

Interpersonelle Beziehungen basieren auf dem Wunsch von Individuen, ein Gefühl der Zugehörigkeit zu erfahren und Freundschaften zu knüpfen. Ein Nutzensgewinn liegt im gesteigerten sozialen Kapital. Der Unterschied zum besprochenen Motiv, das soziale Netzwerk zu erweitern, liegt in den Beziehungen an sich. Geht es bei der Erweiterung des sozialen Netzwerks in erster Linie darum, die Zahl seiner Kontakte zu steigern aus denen ein Nutzen gezogen werden kann, so geht es bei den interpersonellen Beziehungen vorrangig um freundschaftliche Beziehungen, um das Erfahren von Zugehörigkeit. Die Motivation, am Flashforum teilzunehmen, liegt damit im Freunde finden und Freundschaften pflegen, was ein stiller Mitleser nicht kann. Ein Mitglied muss sich aktiv am Geschehen beteiligen, wie im Leben außerhalb des Internets auch. Ohne Kommunikation wird man nur sehr schwer Zugehörigkeit erfahren. Das Forum kann sich folglich zu einem virtuellen Treffpunkt von Freunden entwickeln. Diese Freundschaften können durchaus auch in Face-to-Face Beziehungen münden.

Aus dieser Beschreibung heraus könnte man die logische Schlussfolgerung ziehen, dass sich Individuen auf der Suche nach Freundschaft und Zugehörigkeitsgefühl im Forum anmelden. In meinen Interviews konnte ich dafür keinen Hinweis finden. Dafür gibt es aber eine leichte Erklärung. Das Flashforum ist ein Fachforum, dem sich die Mitglieder auch aus diesem Grund anschließen. Trotzdem ist nicht auszuschließen, dass sich auch »Branchen-Interne« einerseits des fachlichen wegen, andererseits auch aus beziehungstechnischen Gründen anmelden, nur lieferten meine Interviews eben keinen Hinweis darauf. Es gab allerdings einige Fälle, in denen die interpersonellen Beziehungen Grund sind, sich aktiv am Geschehen zu beteiligen – und darum geht es ja in meiner Arbeit – wie folgende Zitate zeigen:

»[Ich suche das Flashforum unter anderem auf um] Leute [zu] treffen. (SN1: 104) [...] Klar [unter Leute verstehe ich auch Freunde]. Ich bin Gründer des [...] ›TellTarget‹-Stammtischs, der seine Ursprünge im FF nahm ... sind inkl. mir etwa 6 Leute [...], die sich ca. alle 4–6 Wochen treffen zum Essen, Trinken, Quatschen, bisschen Fachsimpeln etc. Ansonsten gibt/gab es auch einige Leute im FF, die ich als ›FFreunde‹ bezeichne, aber (leider) nur virtuell kenne. Man grüßt sich in Threads, schreibt mal ne PM und so.« (SN1: 131–137)

»[Ich suche das Flashforum unter anderem auf] um Leute zu treffen. (SN3: 1292) [...] Freunde im Sinne [von] gute Bekannte oder mit denen man mal ein Bierchen trinken geht wenn man sie trifft hab ich durch das Flashforum einige gefunden. Auch Leute mit denen ich über das Flashforum hinaus Kontakt halte. Daraus sind zum Teil auch gute Freundschaften entstanden.« (SN3: 1327–1331)

Durch das eigene Einbringen, durch das Gefühl einer Zugehörigkeit und dem Knüpfen von Freundschaften, gewinnt das Forum schließlich an beziehungs-technischem Wert. Man fühlt sich dem Forum verbunden und fängt schließlich an, den Glauben und die Ziele der Gruppe zu internalisieren. Somit ist dieses Motiv eng verknüpft mit dem Motiv der Glaubens- und Zielinternalisierung und damit auch mit der Reziprozität. Es steht nicht der funktionale Wert des Forums im Vordergrund, sondern vor allem der beziehungs-technische. Das Gefühl zu haben, dazu zu gehören, an der Entwicklung beteiligt zu sein und seinen Teil dazu beizutragen spielt daher eine Rolle hinsichtlich der Motivation Forumsbeiträge zu schreiben:

»Endgültig ›Klick‹ gemacht hat es wohl, als ich die ersten Fragen beantworten konnte und das wohl bei den Fragestellern auch gut ankam. Das war ein gutes Gefühl. (SN2: 472–474) [...] Es war ein gutes Gefühl unter anderem im Sinne von] etwas beisteuern zu können, das Gefühl ›irgendwie dazuzugehören‹. (SN2: 488–489) [...] Mit ›beisteuern‹ und ›irgendwie dazuzugehören‹ meine ich [...] ein Teil der Entwicklung im Gesamten zu sein und zwar im Rahmen meiner Möglichkeiten. Das tun wenn man es genau betrachtet auch die Fragenden. Ohne diese wären keine Antworten möglich. (SN2: 520–523) [...] und nach so langer Zeit vielleicht ein wirklich relevanter Grund [zum

Posten von Beiträgen], als Teil einer Community eben nach wie vor seinen (zumindest kleinen) Teil mit beizutragen und eben einfach nach wie vor dabei zu sein, weil man das Ganze irgendwie als was wertvolles und nützliches empfindet.« (SN2: 658–662)

Zum ersten und einzigen Mal wurde hier auch die Rolle der Fragenden angesprochen. Ihre Rolle im Forum ist genauso wichtig wie die der Antwortenden. Ohne die Fragenden könnte das Forum nicht existieren genauso wie es ohne die Antwortenden nicht existieren könnte. Durch die zur Diskussion gestellten Fragen wird der Wissensaustausch und damit auch die Generierung von neuem Wissen erst möglich. Besonders fruchtbar wird ein Thread, wenn eine Diskussion entsteht, wenn also verschiedene Teilnehmer ihr Wissen in einen gemeinsamen »Pool« werfen und damit ihr Wissen kombinieren. Aus dem Pool kann jeder Teilnehmer wiederum schöpfen und das gegebene explizierte Wissen mit dem eigenen impliziten Wissen verknüpfen und internalisieren. Durch diese Internalisierung entsteht neues implizites Wissen in den Forummitgliedern. Die Wissensgenerierung wird an folgendem Zitat eines regelmäßigen Teilnehmers sehr deutlich. Gemeinsam werden Lösungen gefunden, die ein einzelnes Individuum niemals entdeckt hätte. Es entsteht also eine kollektive Lernsituation:

»[Wenn ein User] eine abgefahrene neue Idee im Kopf hat und nicht ganz bei der Umsetzung klar kommt. [...] die daraus entstehende Kommunikation ist meiner Meinung nach sehr wertvoll, weil bei derartigen Diskussionen, wenn viele Leute ein Problem ERNSTHAFT angehen, wirklich tolle Sachen bei rumkommen können, da viele Einflüsse und Sichtweisen in den Entwicklungsprozess des eigentlichen »Endprodukts« mit einfließen.« (RT1: 1760–1766)

Auch die Wissensspirale kann in Gang gesetzt werden, wenn Mitglieder ihr Wissen an neue Mitglieder weitergeben usw. So ist die Wissensspirale für oben zitierten Stammmutzer ein Grund dafür dass die Beitragszahl etwas zurückging:

»Neue Helfer kamen dazu und glücklicherweise sehr viele. Da gibt man schon mal gerne ab. Vergleich es einfach mit einem Verein. Zu Anfang nehmen die

Alten die Neuen an die Hand und irgendwann werden manche Neue auch zu Alten und so verteilt sich das mehr und mehr.» (SN2: 677–681)

Was oben schon angedeutet wurde, kommt im folgenden noch deutlicher zur Sprache. Das Gefühl, Teil von etwas Großem zu sein, eine Community mit der man unter dem Motto »Gemeinsam sind wir stark« etwas bewegen kann ist Grund, sich am Forumsgeschehen zu beteiligen:

»Richtige Freunde nicht, aber Bekannte. Man kennt sich halt. Nein, ein virtueller Treffpunkt [ist das Flashforum für mich] nicht, aber es gab mal eine Aktion im Flashforum, die ich eigentlich für einmalig halte und man auch gesehen hat, dass man mit vielen [Menschen] viel bewegen kann. Damals hatte ein User [...] Leute gesucht, die Kontakte in die Pharma-Branche hatten, da eine Bekannte von ihm ziemlich krank war und nur eine Form eines Medikaments vertrug, was die deutschen Pharma-Konzerne einstellen wollten, da es keinen Markt gab. Jetzt hatte [dieser User] also im Forum nachgefragt und eine riesen Lawine losgerollt. Ich hatte ein paar meiner amerikanischen Freunde und Bekannte angerufen, meine Ex-Freundin hatte ein Schreiben [...] ins Englische übersetzt und viele andere Forenmitglieder haben geholfen, einen Konzern zu finden, was letztendlich auch geklappt hat. Diese User sind zum Teil sicherlich auch ausschlaggebend dafür, dass ich mich auch dort aufhalte, denn ohne diese anderen User wäre das Forum ja auch nicht von so hoher Qualität. Es wäre einfach nicht das Forum, was es ist.« (RT3: 2201–2218)

8.2.6 Handlungsroutinen

Handlungsroutinen können ein Kosten-Nutzen-Abwägen überflüssig machen, wenn eine Entscheidung für ein Tun in der Vergangenheit belohnt (oder auch bestraft) wurde. Zwar wird das Forum tatsächlich häufig aus einer Routine heraus aufgesucht ...

»Ich weiß nicht, ob [die Entscheidung das Flashforum aufzusuchen] eine ›bewusste‹ Entscheidung ist. Aus Moderatorenzeiten ist das Forum bei mir noch als Startseite eingestellt. Beim Starten des Browsers ist also ein schneller Klick auf ›Neue Beiträge‹ nicht ungewöhnlich.« (SN2: 538–541)

»[Ich besuche das Flashforum] meistens bevor ich anfangen zu arbeiten, 8:00 [Uhr] und wenn ich mal Pause mache. (RT2: 1979–1980) [... Der Besuch] ist eine Routine [...]« (RT2: 1987–1988)

»Bei mir ist [der Besuch des Flashforums] eigentlich ein Automatismus, ich habe das Flashforum in meinem FireFox gleich auf Platz 2 der Favoritenleiste. Wenn ich Zeit habe, ein Klick und drin bin ich.« (RT3: 2355–2357)

... aber das eigentliche Posten von Beiträgen unterliegt, wie wir gesehen haben, immer einem rationalen Abwägen der Kosten und Nutzen. Die so genannten Handlungsrountinen konnten in den geführten Interviews nicht als Grund für das Posten gefunden werden.

9 Resumé

In dieser Arbeit sollten die Motive aufgedeckt werden, die Individuen dazu veranlassen, ihr Wissen – und damit ihre wichtigste Ressource in einer Wissensgesellschaft – in Online-Foren miteinander zu tauschen. Von der Tauschtheorie ausgehend sollten die individuellen Nutzenfaktoren aufgezeigt und den Kosten gegenübergestellt werden, erst theoretisch und im Anschluss auch praktisch in einer Studie mit Mitgliedern des Flashforum. Als Erhebungsmethode wählte ich das »leitfadengestützte« qualitative E-Mail-Interview. Diese neue Methode erwies sich als äußerst praktikabel, besonders im Hinblick auf die im Rahmen einer Diplomarbeit zur Verfügung stehenden Ressourcen. Dazu sollte aber gesagt werden, dass die Wahl auf diese Methode vom Forscher selbst und natürlich auch vom Feld abhängt. Mit anderen Interviewpartnern könnte diese Methode durchaus auch an ihre Grenzen stoßen.

Im Rückblick auf die Forschungsergebnisse sollte zusammenfassend vor allen Dingen ein Punkt festgehalten werden. Das Kosten-Nutzen-Abwägen von Individuen zur aktiven Teilnahme an einem Online-Forum lässt sich tatsächlich auf die einfache »mathematische« Gleichung der rationalen Tauschtheorie zurückführen. Das individuelle Abwägen der Individuen wurde in den geführten Interviews sehr deutlich gezeigt. Man spürte regelrecht das individuelle Abwägen in den Köpfen der Teilnehmer. Das Beitragen zu dem öffentlichen Gut ist also keinesfalls ein »Phänomen«, sondern lässt sich mit Motiven beschreiben.

Durch die Interviews haben wir gesehen, dass sich die Kosten wie angenommen auf wenige Faktoren beschränken, die individuellen Nutzengewinne durch die Beteiligung an einem Online-Forum aber sehr facettenreich ausfallen und sich nicht auf ein einziges Motiv beschränken. Die Motive sind dabei untereinander eng miteinander verwoben, so spielt ein Motiv mitunter

eine Rolle, um ein anderes Ziel zu erreichen. Es ist immer ein Wechselspiel verschiedenster Faktoren, das das Individuum dazu veranlasst, eine Antwort zu schreiben oder eben nicht. Die Motive sind vielfältig wie Individuen selbst. Klar, bei dem einen oder anderen überwiegt dieses oder jenes Motiv, aber das Wechselspiel bleibt. Die in ihren Grundzügen recht einfach gestrickte Tauschtheorie kann hier nicht versagen, aber sie kann auch nichts gewinnen. Die Motive sind zu vielfältig, als dass man sie immer und überall auf einen einfachen Nutzen-Nenner umrechnen könnte, gleichzeitig gelingt es aber auch immer wieder eine Handlung gemäß Tauschtheorie in Kosten und Nutzen aufzusplitten.

Die verschiedenen gefundenen Motive entsprechen dabei weitestgehend den in der Literatur gefundenen Motiven zur Bereitstellung von Open-Source-Software und dem Wissensmanagement in Unternehmen. Ich konnte dabei mit meiner kleinen Studie die bisherigen Erkenntnisse um einige Punkte erweitern, aber gänzlich Neues wurde nicht gefunden. Schwerpunkte sind aber durchaus zu erkennen: so bildet das Interesse am Thema und die intrinsische Motivation die Grundlage für das Posten. Meine Interviewpartner erweckten den Eindruck in mir, dass der Spaß an der Sache so selbstverständlich sei, dass er keiner weiteren Erläuterung bedarf. In einem Wechselspiel mit extrinsischen Motiven, vor allen Dingen die Lerneffekte und die Reziprozität auch im Sinne der Glaubens- und Zielinternalisierung, bilden die intrinsische Motivation gemeinsam mit dem Interesse die Kernmotive. Alle Motive sind aber, wie gesagt, miteinander verknüpfbar. So kann sich der Lerneffekt auf die positive Reputation auswirken, die Reputation wiederum auf das Antwortverhalten anderer und auf die wirtschaftlichen Motive usw. Das könnte man bis ins Unendliche ausspinnen. Je nach Art des Forums können die Schwerpunkte dabei anders verlagert sein. Den Mitgliedern selbst wird ihre Motivation, trotz ihrer teils sehr direkten Antworten, allerdings nicht immer vollkommen bewusst sein. Durch das Niederschreiben der Antworten wurde ihnen vermutlich einiges bewusst, über das sie sonst nicht nachgedacht hätten. Hier stößt die Tauschtheorie erneut an ihre Grenzen: nicht jede Handlung kann stets so bewusst ablaufen, wie es für ein rationales Abwägen Voraussetzung ist.

Vielleicht hätten weitere Erkenntnisse oder völlig neue Motive gefunden werden können, wären die Interviews weiter in die Tiefe gegangen. Möglicherweise macht sich hier der angesprochene etwaige Nachteil von E-Mail-Interviews bemerkbar, die »Direktheit«. Durch das Niederschreiben der Antworten ist das Geschriebene direkter als es mündlich der Fall wäre, denn durch das Niederschreiben findet bereits eine Revision im Kopf des Interviewten statt.

Wie wir gesehen haben, wird Wissen in Online-Foren getauscht und damit neues Wissen generiert. Von diesem Wissen profitiert letztlich jeder: die Individuen, Institutionen und schließlich auch die Gesellschaft. Wieviel neues Wissen dabei entsteht, kann nicht gemessen werden. Das Internet mit all den darin bereitgestellten Diensten wird aber auf kurz oder lang das entscheidende Medium für den Zugriff auf Wissen sein. Gesellschaften die nicht über die nötigen Mittel verfügen oder die per Zensur die Informationsquellen einschränken, werden an Wissen und dadurch auch an Macht (weiter) verlieren.

Literaturverzeichnis

- Bierhoff, Hans W. (1997): *Austauschthoerien*. In: Frey, Dieter (Hrsg.); Greif, Siegfried (Hrsg.): *Sozialpsychologie. Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen*. Weinheim: Psychologie Verlags Union, Seiten 136–141
- Bourdieu, Pierre (1997): *Ökonomisches, kulturelles und soziales Kapital*. In: Baumgart, Franzjörg (Hrsg.): *Theorien der Sozialisation*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt, Seiten 217–231
- Clarke, Patsy (2000): *The Internet as a Medium for Qualitative Research*. 2nd Annual Conference on World Wide Web Applications (Veranstaltung). URL <http://generalupdate.rau.ac.za/infosci/conf/Wednesday/Clarke.htm>. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Dahinden, Urs (2001): *Das Internet als Untersuchungsgegenstand der Publizistikwissenschaft*. In: Jarren, Ottfried (Hrsg.); Heinz, Bonfadelli (Hrsg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*. Stuttgart: UTB, Seiten 461–483
- Davenport, Thomas H.; Prusak, Laurence (1998): *Wenn Ihr Unternehmen wüßte, was es alles weiß . . . Das Praxishandbuch zum Wissensmanagement*. Landsberg am Lech: Verlag Moderne Industrie
- Diekmann, Andreas (2001): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Reinbek: Rowohlt
- Domsalla, Michael (2005): *Wissensmanagement und neue Wirtschaftsprozesse*. In: Lehmann, Kai (Hrsg.); Schetsche, Michael (Hrsg.): *Die Google-Gesellschaft. Vom digitalen Wandel des Wissens*. Bielefeld: Transcript, Seiten 171–180

- Döring, Nicola (2003): *Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen*. Göttingen: Hogrefe
- Döring, Nicola (2005): *Wissenskommunikation in Chats*. In: Lehmann, Kai (Hrsg.); Schetsche, Michael (Hrsg.): *Die Google-Gesellschaft. Vom digitalen Wandel des Wissens*. Bielefeld: Transcript, Seiten 273–280
- Etzrodt, Christian (2003): *Sozialwissenschaftliche Handlungstheorien. Eine Einführung*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH
- Frenko, Andreas (2002): *Virtuelle Gemeinschaften – Konzepte und Umsetzung der Virtual Communities*. URL <http://www.webagency.de/infopool/marketing/digitale-gemeinschaften.htm>. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Ghosh, Rishab A.; Glott, Ruediger; Krieger, Bernhard; Robles, Gregorio (2002): *Free/Libre and Open Source Software: Survey and Study. Part 4: Survey of Developers*. URL http://www.infonomics.nl/FLOSS/report/FLOSS_Final4.pdf. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Gruber, Utta; Kleber, Michaela (2000): *Grundlagen der Volkswirtschaftslehre*. München: Franz Vahlen
- Gräf, Lorenz (1997): *Locker verknüpft im Cyberspace. Einige Thesen zur Änderung sozialer Netzwerke durch die Nutzung des Internet*. In: Gräf, Lorenz (Hrsg.); Krajewski, Markus (Hrsg.): *Soziologie des Internet. Handeln im elektronischen Web-Werk*. Frankfurt a. Main: Campus, Seiten 99–124
- Hardin, Garrett (1968): *The Tragedy of the Commons*. In: *Science*, 162:1243–1248
- Hars, Alexander; Ou, Shaosong (2001): *Working for Free? – Motivations of Participating in Open Source Projects*. Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on System Sciences (Veranstaltung). URL <http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/2001/>. (Abgerufen am: 28.04.2007)

- Heckhausen, Heinz (1980): *Motivation und Handeln*. Berlin und Heidelberg: Springer
- Hemetsberger, Andrea (2001): *Fostering cooperation on the Internet: social exchange processes in innovative virtual consumer communities*. URL <http://opensource.mit.edu/papers/hemetsberger2.pdf>. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Hemetsberger, Andrea (2003): *When Consumers Produce on the Internet: The Relationship between Cognitive-affective, Socially-based, and Behavioral Involvement of Prosumers*. URL <http://opensource.mit.edu/papers/hemetsberger1.pdf>. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Hemetsberger, Andrea (2006): *Understanding Consumers' Collective Action on the Internet: A Conceptualization and Empirical Investigation of the Free- and Open-Source Movement*. URL <http://www.hemetsberger.cc/publications/pdf/habilitation.pdf>. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Hemetsberger, Andrea; Pieters, Rik (2001): *When Consumers Produce on the Internet: An Inquiry into Motivational Sources of Contribution to Joint-Innovation*. Derbaix, Christian (Hrsg.); Kahle, Lynn R. (Hrsg.); Merunka, Dwight (Hrsg.); Strazzeri, Alain (Hrsg.). Proceedings of the Fourth International Research Seminar on Marketing Communications and Consumer Behavior (Veranstaltung). La Londe, Seiten 274–291
- Hemetsberger, Andrea; Reinhardt, Christian (2004): *Sharing and Creating Knowledge in Open-Source Communities. The Case of KDE*. URL <http://opensource.mit.edu/papers/hemreinh.pdf>. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Homans, George C. (1968): *Elementarformen sozialen Verhaltens*. Köln und Opladen: Westdeutscher Verlag
- Kappelhoff, Peter (1993): *Soziale Tauschsysteme. Strukturelle und dynamische Erweiterungen des Marktmodells*. München: R. Oldenbourg
- Kennedy, Tracy L. M. (2000): *An Exploratory Study of Feminist Experiences In Cyberspace*. In: *CyberPsychology & Behavior*, 3:707–719

- Kim, Bryan S.; Brenner, Bradley R.; Liang, Christopher T. H.; Asay, Penelope A. (2003): *A Qualitative Study of Adaption Experiences of 1.5-Generation Asian Americans*. In: *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 9:156–170
- Kollock, Peter (1999): *The Economies of Online Cooperation. Gifts and Public Goods in Cyberspace*. URL <http://www.sscnet.ucla.edu/soc/faculty/kollock/papers/economies.htm>. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Kollock, Peter; Smith, Marc (1996): *Managing the Virtual Commons: Cooperation and Conflict in Computer Communities*. In: Herring, Susan (Hrsg.): *Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives*. Amsterdam: John Benjamins, Seiten 109–128
- Kress, Dorothea (2006): *Wissen wächst wenn es geteilt wird*. In: *Markt + Chance*, 3/4:1 und 59
- Lakhani, Karim R.; Hippel, Eric (2003): *How Open Source Software Works: »Free« User-to-User Assistance*. In: *Research Policy*, 32:923–943
- Lehmann, Kai (2004): *Erkenntnis Voraus? Eine Odyssee auf dem digitalen Meer des Wissens*. In: Schetsche, Michael (Hrsg.); Lehmann, Kai (Hrsg.): *Netzwerker Perspektiven. Bausteine einer praktischen Soziologie des Internet*. Regensburg: S. Roderer, Seiten 17–41
- Lehmann, Kai (2005): *Der lange Weg zur Wissensgesellschaft*. In: Lehmann, Kai (Hrsg.); Schetsche, Michael (Hrsg.): *Die Google-Gesellschaft. Vom digitalen Wandel des Wissens*. Bielefeld: Transcript, Seiten 33–39
- Leimeister, Jan M.; Sidiras, Pascal; Krcmar, Helmut (2003): *Erfolgsfaktoren virtueller Gemeinschaften aus Sicht von Mitgliedern und Betreibern: Eine empirische Untersuchung*. Proceedings der 6. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik 2003: Medien – Märkte – Mobilität (Veranstaltung). URL www.cosmos-community.org/downloadFiles/Erfolgsfaktoren_VC_final.pdf. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Leonard, Nancy H.; Beauvais, Laura L.; Scholl, Richard W. (1999): *Work Motivation: The Incorporation of Self-Concept-Based processes*. In: *Human Relations*, 52:969–998

- Lerner, Josh; Tirole, Jean (2000): *The Simple Economics of Open Source*. URL <http://ssrn.com/abstract=224008>. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Mann, Chris; Stewart, Fiona (2000): *Internet Communication and Qualitative Research*. London: Sage Publications
- Meho, Lokman I. (2006): *E-Mail Interviewing in Qualitative Research: A Methodological Discussion*. In: *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57:1284–1295
- Meuser, Michael; Nagel, Ulrike (2005): *ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion*. In: Bogner, Alexander (Hrsg.); Littig, Beate (Hrsg.); Menz, Wolfgang (Hrsg.): *Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Seiten 71–94
- Nonaka, Ikujiro (1991): *The Knowledge-Creating Company*. In: *Harvard Business Review*, 69:96–104
- Olivero, Nadia; Lunt, Peter (2004): *Privacy versus willingness to disclose in e-commerce exchanges: The effect of risk awareness on the relative role of trust and control*. In: *Journal of Economic Psychology*, 25:243–262
- Osterloh, Margit; Frey, Bruno S. (2000): *Motivation, Knowledge Transfer, and Organizational Form*. In: *Organization Science*, 11:538–550
- Osterloh, Margit; Rota, Sandra (2004): *Trust and Community in Open Source Software Production*. URL http://www.iou.unizh.ch/orga/downloads/publikationen/Trust_and_Community.pdf. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Osterloh, Margit; Rota, Sandra; Kuster, Bernhard (2002): *Die kommerzielle Nutzung von Open Source Software: Der Einfluss von sozialem Kapital*. In: *Zeitschrift für Organisation*, 71:211–217
- Osterloh, Margit; Rota, Sandra; Kuster, Bernhard (2004): *Open Source Software Produktion: Ein neues Innovationsmodell?* In: Lutterbeck, Bernd

- (Hrsg.); Gehring, Robert A. (Hrsg.): *Open Source Jahrbuch 2004. Zwischen Softwareentwicklung und Gesellschaftsmodell*. Berlin: Lehmanns, Seiten 121–137
- Paal, Stefan; Novak, Jasminko; Freisleben, Bernd (2005): *Kollektives Wissensmanagement in virtuellen Gemeinschaften*. In: Gondolla, Peter (Hrsg.): *Wissensprozesse in der Netzwerkgesellschaft*. Bielefeld: Transcript, Seiten 119–145
- Polanyi, Michael (1985): *Implizites Wissen*. Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Rascher, Ingolf; Wilkesmann, Uwe (2003): *Change Management in der Wissensökonomie – Das Bochumer Modell*. In: Katenkamp, Olaf (Hrsg.); Peter, Gerd (Hrsg.): *Die Praxis des Wissensmanagements. Aktuelle Konzepte und Befunde in Wirtschaft und Wissenschaft*. Münster: Lit, Seiten 119–142
- Ryan, Richard M.; Deci, Edward L. (2000): *Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions*. In: *Contemporary Educational Psychology*, 25:54–67
- Schmid, Michael (2004): *Einführung: Rationalannahmen und das Integrationsprogramm der Sozialwissenschaften*. In: Schmid, Michael (Hrsg.): *Rationales Handeln und soziale Prozesse. Beiträge zur soziologischen Theoriebildung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Seiten 9–19
- Schmidt, Christiane (2000a): *Analyse von Leitfadeninterviews*. In: Flick, Uwe (Hrsg.); Kardorff, Ernst v. (Hrsg.); Steinke, Ines (Hrsg.): *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*. Reinbek: Rowohlt, Seiten 447–456
- Schmidt, Michael P. (2000b): *Knowledge Communities. Mit virtuellen Wissensmärkten das Wissen in Unternehmen effektiv nutzen*. München: Addison-Wesley
- Selwyn, Neil; Robson, Kate (1998): *Using e-mail as a research tool*. In: *Social Research Update*, 21, Summer. URL <http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU21.html>. (Abgerufen am: 28.04.2007)
- Wilke, Jürgen (2002): *Multimedia/Online-Medien*. In: Noelle-Neumann, Elisabeth (Hrsg.); Schulz, Wilfried (Hrsg.); Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Das Fischer*

Lexikon Publizistik/Massenkommunikation. Frankfurt: Fischer, Seiten 304–327

Wilkesmann, Uwe (2005): *Die Organisation von Wissensarbeit*. In: *Berliner Journal für Soziologie*, 15:55–72

Wilkesmann, Uwe; Rascher, Ingolf (2002): *Lässt sich Wissen durch Datenbanken managen? Möglichkeiten und Grenzen von elektronischen Datenbanken*. In: *Zeitschrift Führung + Organisation*, 71:342–351

Wilkesmann, Uwe; Rascher, Ingolf (2003a): *Datenbanken und Wissensmanagement – ein Fallbeispiel*. In: *Zeitschrift für Arbeitsforschung, Arbeitsgestaltung und Arbeitspolitik*, 12:70–74

Wilkesmann, Uwe; Rascher, Ingolf (2003b): *Wissensmanagement. Analyse und Handlungsempfehlungen*. Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung

Wilkesmann, Uwe; Rascher, Ingolf (2004): *Lässt sich Wissen durch Datenbanken managen? Motivationale und organisationale Voraussetzungen beim Einsatz elektronischer Datenbanken*. In: Edeling, Thomas (Hrsg.); Jann, Werner (Hrsg.); Wagner, Thomas (Hrsg.): *Wissensmanagement in Politik und Verwaltung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Seiten 113–129

Wilkesmann, Uwe; Rascher, Ingolf; Berlepsch, Petra v. (2004): *Wissensmanagement. Theorie und Praxis der motivationalen und strukturellen Voraussetzungen*. München und Mering: Rainer Hampp

Willke, Helmut (2001): *Systemisches Wissensmanagement*. Stuttgart: Lucius & Lucius

Wolter, Sascha; Thiele, Marc (2006): *Flashforum*. URL <http://www.flashforum.de>. (Abgerufen am: 28.04.2007)