

**Elektronische Foren und "Virtual
communities" - zur
kommunikativen
Begründung des Wissensmanagement**

**Fachtagung der Wirtschaftsprüfer
Stuttgart 27. September 2002**

**Rainer Kuhlen
Universität Konstanz
Fachbereich Informatik und Informationswissenschaft**

Inhalt

Szenario Wissensmanagement

Bedeutung Wissen

Wissensmodelle

Bausteine des Wissensmanagement

4-Ebenen-Modell

Implizites Wissen – explizites Wissen

Ressourcenmanagement

Warehouse-Wissensmanagement

Systeme des WH-Wissensmanagement

Kommunikationstypen/-modelle

Virtual Communities

Beziehungsmarketing

Communities of Practice – Learning Communities

Kommunikative Wende des Wissensmanagement

Elektronische Kommunikationsforen im Wissensmanagement-Modell

Forumsfunktionen

Mehrwerteffekte der Kommunikation für das Wissensmanagement

Inhalt

Szenario Wissensmanagement

Bedeutung Wissen

Wissensmodelle

Bausteine des Wissensmanagement

4-Ebenen-Modell

Implizites Wissen – explizites Wissen

Ressourcenmanagement

Warehouse-Wissensmanagement

Systeme des WH-Wissensmanagement

Kommunikationstypen/-modelle

Virtual Communities

Beziehungsmarketing

Communities of Practice – Learning Communities

Kommunikative Wende des Wissensmanagement

Elektronische Kommunikationsforen im Wissensmanagement-Modell

Forumsfunktionen

Mehrwerteffekte der Kommunikation für das Wissensmanagement

Szenario Wissensmanagement

| | |
|----------------------------|---|
| Szenario WM | Das Gutachten über die Innovationschance des Agenten WissGen der Firma RealUtop muss fertiggestellt werden. |
| Wissensmodelle | Der Sachbearbeiter Koo der Firma KnowIAll projiziert aus der internen Datenbank die bislang vorliegenden Daten über den WissGen und die anderen IntiProds von SoftKomm auf die eWand und korrigiert/editiert sie auf Zuruf. |
| implizit/explicit | |
| Ressourcen-M. | |
| Warehouse-WM | Koo nimmt die vom Agent SumFast erstellte Zusammenfassung der seit einer Woche im lokalen Kommunikationsforum laufenden Diskussion mit Kollegen zur Kenntnis, die sein elektronischer Agent SelExp entsprechend der Wissens-Frames der Mitarbeiter vorgeschlagen hatte. |
| Systeme WM | Parallel dazu spielt Agent InfRef Ergebnisse der aktuell laufenden Recherchen extern im Internet und in kommerziellen Datenbanken (Firmen-, Produktdatenbanken, Marktinformationen) ein - wenn nötig durch LangAll automatisch übersetzt -, die direkt ob ihrer Validität und ihrer Relevanz für das Gutachten durch QualVal bewertet werden. |
| Kommunikat.-Typen/Modelle | Auf weiteren Zuruf über SPEE werden alle Daten mit den Wissensstrukturen von BrainAll abgeglichen und durch KorrCheck auf Konsistenz überprüft. |
| Virtual communities | Auftretende Widersprüche sollte Koo an sich selber auflösen – unter Zeitdruck überläßt er die Entscheidung allerdings dem bewährten Agenten DecSafe . |
| VC-Beziehungsmarketing | Der Textgenerator GenText übersetzt die interne hypertextuell vernetzte Wissensstruktur in eine lineare Sequenz und gibt das Gutachten entsprechend dem Strukturschema von KnowIAll in den benötigten Sprachen aus. |
| CoP-Learning Communities | Das Gutachten fällt negativ bezüglich der Marktchancen aus: Alle Daten deuten darauf hin, dass WissGen zwar funktioniert, aber niemand einen automatischen Wissensgenerator haben will. |
| Kommunikative Wende des WM | Koo , erleichtert, akzeptiert die Entscheidung von DecSafe . |
| Kommunikationsforen | |
| Funktionen | |
| Mehrwerteffekte | |

Bedeutung Wissen und Wissensmanagement

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Nach einer Umfrage unter 310 deutschen Unternehmen aller Größen und Branchen durch das **Stuttgarter Fraunhofer- Institut für Arbeitswissenschaft und Organisation** durchgeführte gab schon im Jahr 2000 rund die Hälfte aller Firmen an, **der Anteil des Wissens an ihrer Wertschöpfung betrage mindestens 50%.**

„Im Rahmen der Globalisierung ... stellt sich als neue Herausforderung die systematische Erschließung von Wissen in Unternehmen ... **Wenn Unternehmen X wüsste, was Unternehmen X weiß, wäre Unternehmen nicht zu schlagen.**“

FAW/bmbf: Manage-
ment von nicht-expliz-
item Wissen. Noch mehr
von der Natur lernen.
Abschlussberichte 1-3,
Zitat Teil II; S. 11

Aber welches Wissen?

Bedeutung Wissen und Wissensmanagement

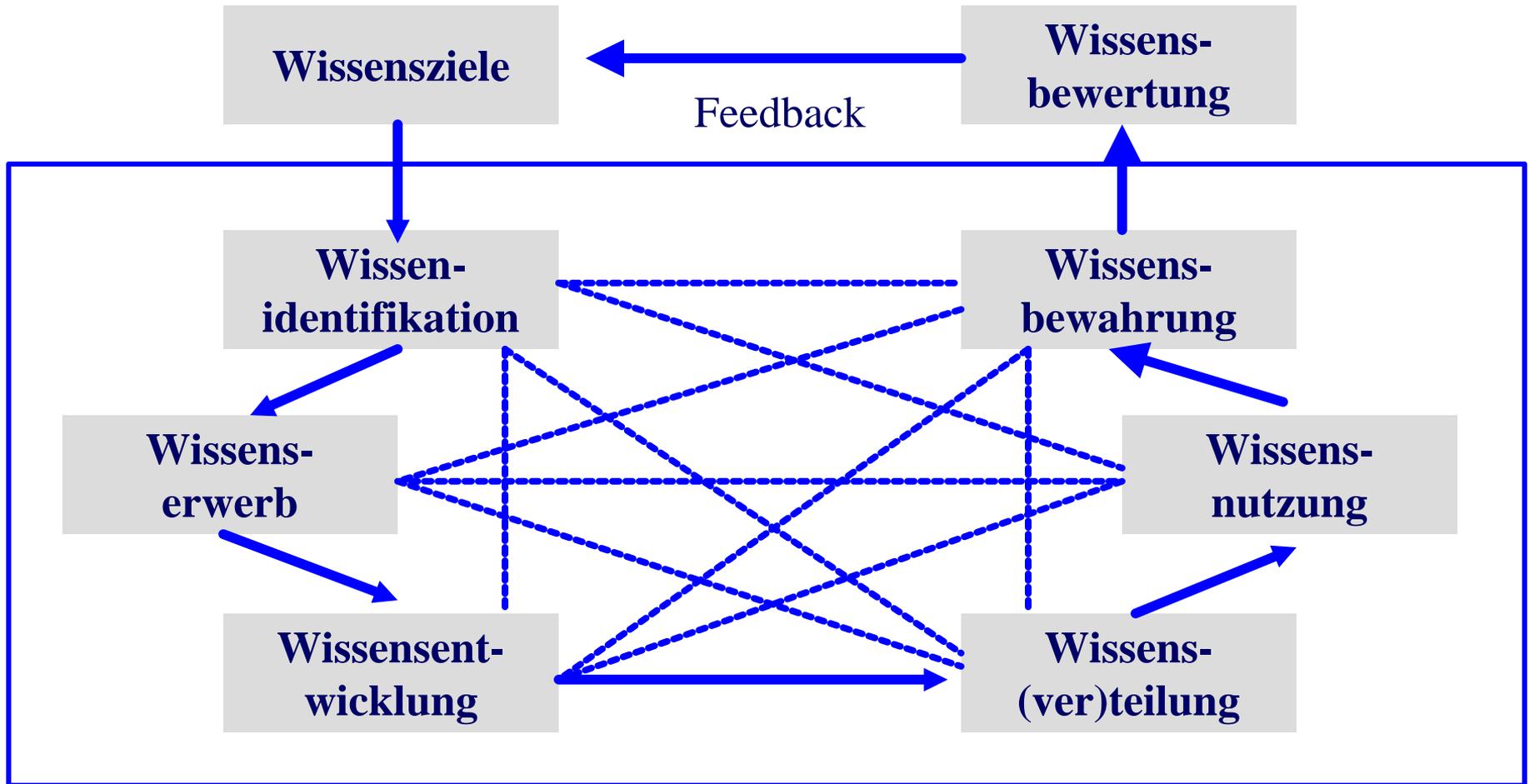
Bei einer vergleichbaren Umfrage der **UBS** gaben kürzlich **60% der 400 befragten Schweizer Unternehmen** an, bereits **praktische Maßnahmen zum Wissensmanagement** getroffen zu haben.

Die umfassende Studie von **Murray und Myers** zum Wissensmanagement bei europäischen Unternehmen besagt, dass 83% der befragten Unternehmen die Erfassung und Bereitstellung von Wissen in den nächsten drei bis fünf Jahren mit höchster Priorität angehen.

Murray, P.; Myers, A.:
The facts about
knowledge. Studie der
Cranfield School of
Management 1999

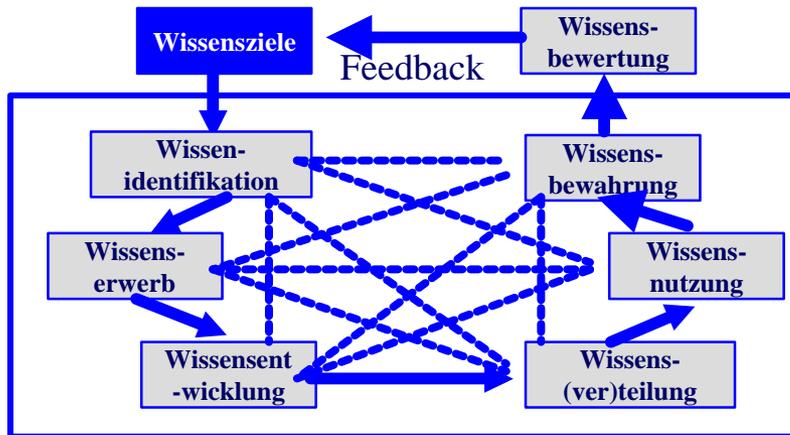
**Aber welches Wissen und
zu welchem Zweck?**

Bausteine des Wissensmanagement (Probst et al. 1999)



Bausteine des Wissensmanagement (Probst et al. 1999)

Wissensziele



◆ *Normative Wissensziele*

beziehen sich auf wissensbewusste Unternehmenskultur

◆ *Strategische Wissensziele*

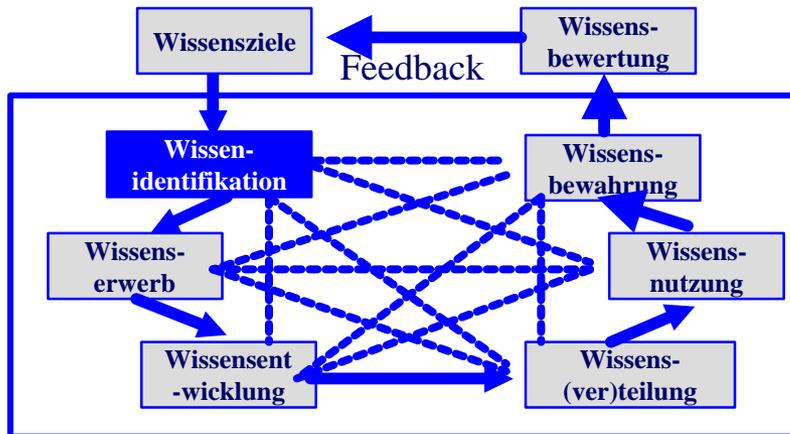
definieren das zukünftige Fähigkeitsportfolio und bestimmen das organisationelle Kernwissen

◆ *Operative Wissensziele*

operationalisieren normative und strategische Ziele optimieren die Infrastruktur des Wissensmanagement

Bausteine des Wissensmanagement (Probst et al. 1999)

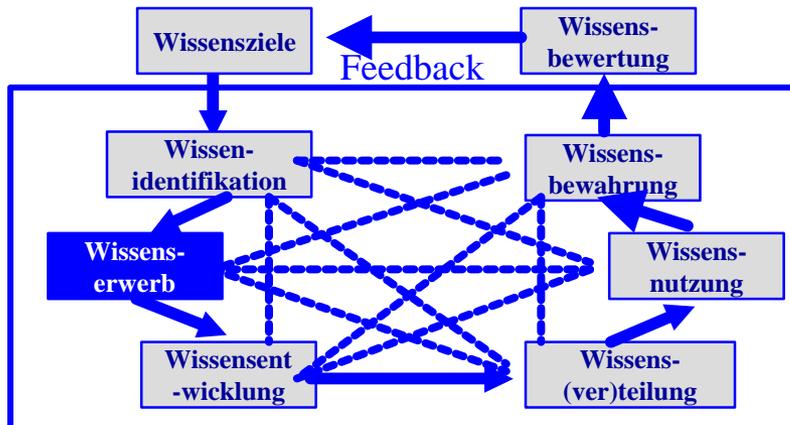
Wissens- identifikation



- ◆ Vorhandenes Wissen muss *identifiziert und klassifiziert* werden.
- ◆ Dieses Wissen muss *transparent* gemacht werden, d.h. es muss ersichtlich sein, welches Wissen, wo, in welcher Form zur Verfügung steht.
- ◆ Suchaktivitäten der Mitarbeiter müssen über geeignete *Suchmechanismen* unterstützt werden.

Bausteine des Wissensmanagement (Probst et al. 1999)

Wissens-
erwerb



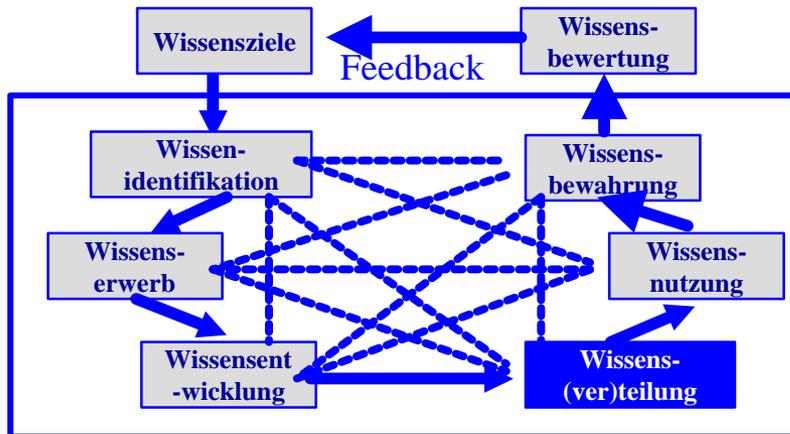
- ◆ Der *aktuelle Informationsbedarf* kann nicht allein aus den internen Quellen gedeckt werden.
- ◆ Der Unternehmenserfolg hängt davon ab, inwieweit die *heterogenen Ressourcen der globalen Informationsmärkte* genutzt werden können.
- ◆ Wissenserwerb geschieht auch durch *Kooperationsformen* mit anderen Unternehmen und durch die Einstellung neuer Mitarbeiter

Bausteine des Wissensmanagement (Probst et al. 1999)

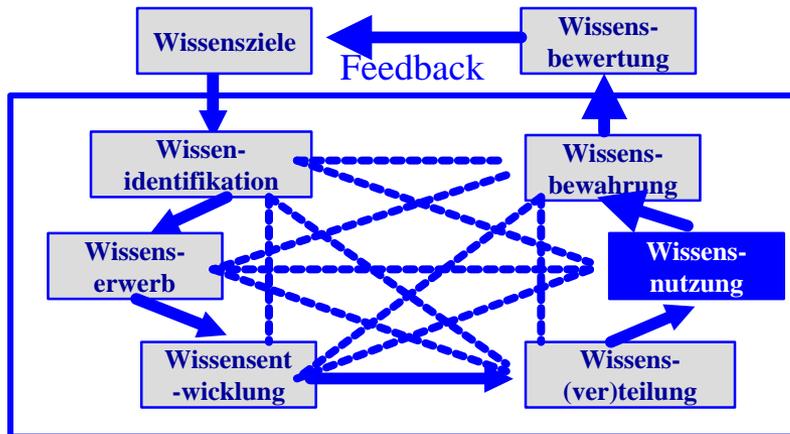
Wissens-
(ver)teilung



- ◆ Hängt von einer funktionierenden *Informationslogistik* ab. Diese wird bestimmt
- ◆ von der *technisch/methodisch-organisatorischen* Informationsinfrastruktur
- ◆ von den *Informations- und Kommunikationsprozessen*
- ◆ von der *Bereitschaft der Mitarbeiter*, Wissen weiterzugeben
- ◆ von der *Anreizstruktur*, Wissensverteilung/-weitergabe zu belohnen



Wissens-
nutzung

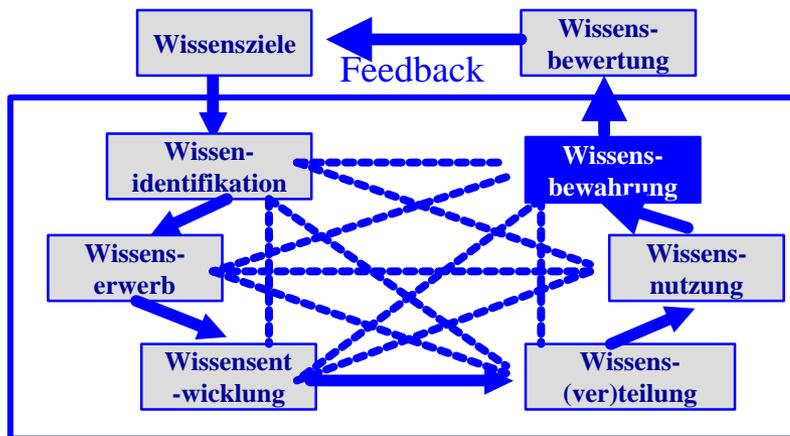


- ◆ Nutzung von Wissen, *Umwandlung von Wissen in handlungsrelevante Information*, ist Ziel und Zweck des Wissensmanagement.
- ◆ Nutzung ist abhängig von *Kontingenzfaktoren*, die es zu berücksichtigen gilt.
- ◆ Nutzung ist ebenso abhängig vom *Abbau der Nutzungsbarrieren*.

Wissens- bewahrung



- ◆ Einmal genutzte Informationen, als angewendetes Wissen, müssen nach den in der Wissensidentifikation erarbeiteten Kriterien **aufbewahrt** werden.
- ◆ Die Abspeicherung muss leichte **Aktualisierung und Wiederverwendbarkeit** gestatten.
- ◆ Wissen als **latente Information** wird ebenfalls von Personen als Wissens-trägern bewahrt, vor allem in nicht-expliziter Form.
- ◆ **Zentrale Wissensträger** müssen besonders „gepflegt“ werden.



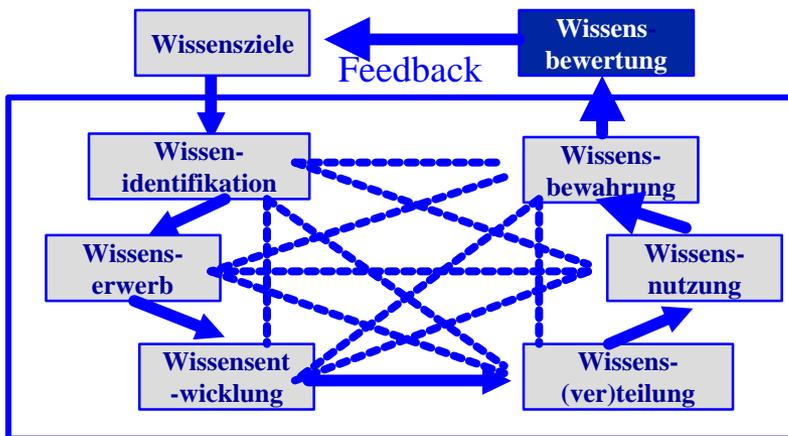
Wissens-
bewertung



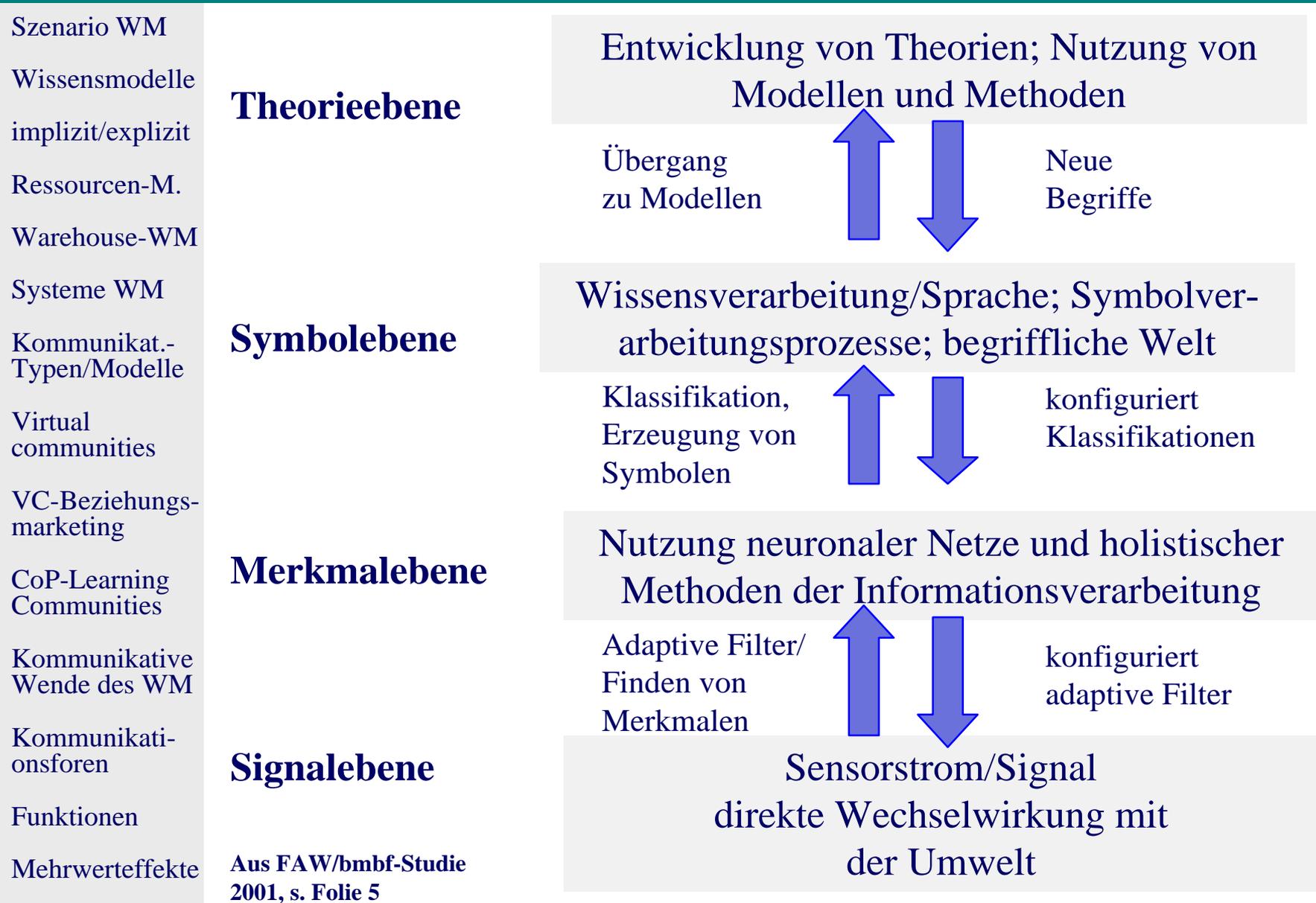
◆ Es kann **keine objektive Wissensbewertung** angestrebt werden.

◆ Der Wert von Wissen ist **abhängig von dem Kontext** der aktuellen Informationsverwendung.

◆ Der Wert von Wissen ist abhängig von den verschiedenen Ebenen der Wissensziele, d.h. der Wert von Wissen entscheidet sich an der **Zielangemessenheit** (Feedback)

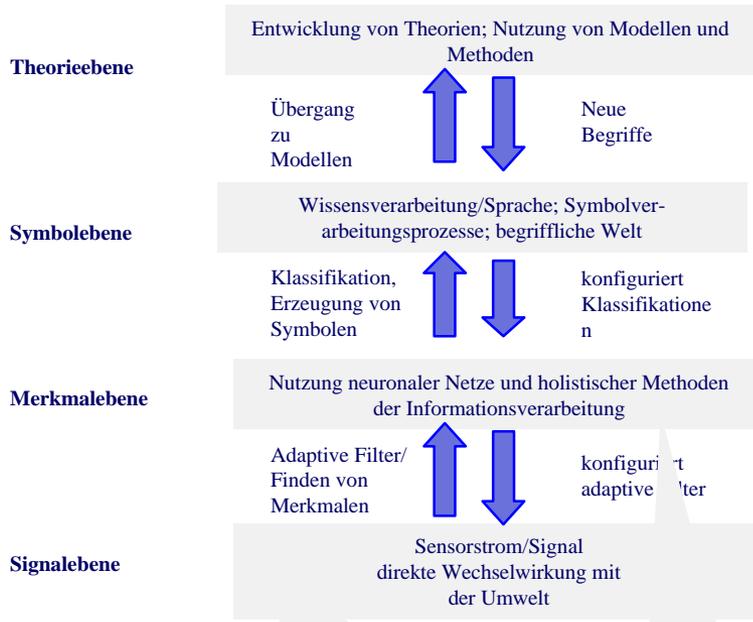


FAW-Vier-Ebenen-Modell der Informations-/Wissensverarbeitung



FAW-Vier-Ebenen-Modell der Informations-/Wissensverarbeitung

Szenario WM
 Wissensmodelle
 implizit/explicit
 Ressourcen-M.
 Warehouse-WM
 Systeme WM
 Kommunikat.-
 Typen/Modelle
 Virtual
 communities
 VC-Beziehungs-
 marketing
 CoP-Learning
 Communities
 Kommunikative
 Wende des WM
 Kommunikati-
 onsforen
 Funktionen
 Mehrwerteffekte



Abstrakte mathematische Modelle als **Modelle von Welt**, die in der Komplexität natürliche IV-Potentiale des Menschen übersteigen und auf vernetzte **Rechnersysteme** angewiesen sind

Anpassung **Körper und Biotop**, Kopiervorgänge der DNS bei der Zellteilung; **Körperintelligenz**

Sprachliche, symbolische Kalküle; Einschätzungen der Realwelt nach vorheriger Klassifikation von Situationen und Anwendung von logischen Kalkülen

Sensomotorische Funktionen zur **ganzheitlich-holistischen** Bewertung und Einschätzung von Situationen (Intuition)

Aus FAW/bmbf-Studie 2001, s. Folie 5

Grundmuster implizites/explicites Wissen

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Subjektivierbar,
persönlich, praxisbezo-
gen, kontextspezifisch,
schwer kodifizierbar,
Basis für Innovationen

**implizites
Wissen**

**Implizites Wissen kann nicht direkt bzw. nicht ohne
Verlust ausgetauscht werden, kann aber ersatzweise
in Kommunikationsprozessen erschlossen werden.**

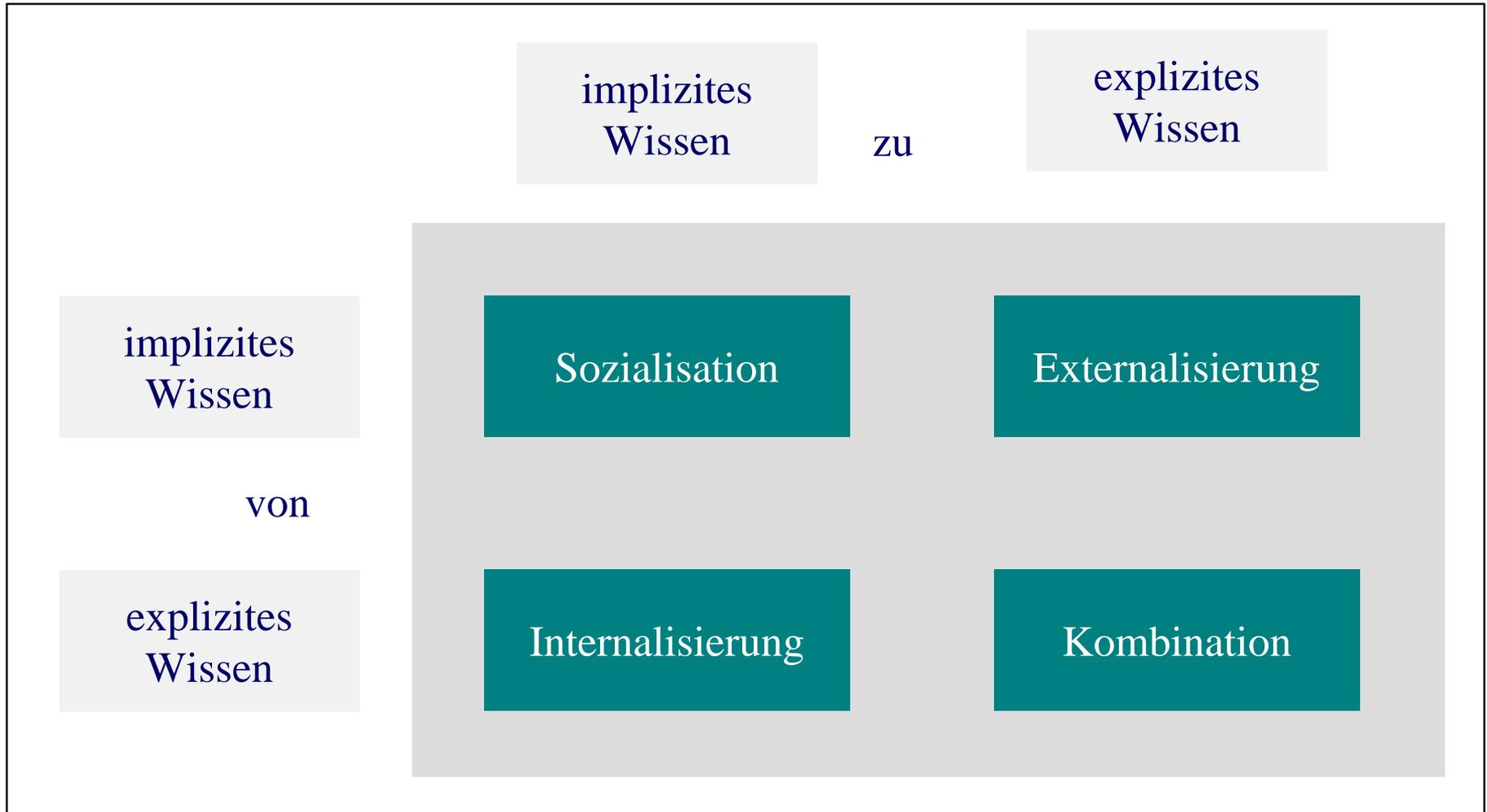
Objektivierbar, kodifizierbar, d.h.
in eine formale Sprache
repräsentierbar, medial
vermittelbar, z.B. **über
Informationsprodukte der
Informationsmärkte**

**explizites
Wissen**

Ressourcenmanagement über Informationsmärkte im Internet

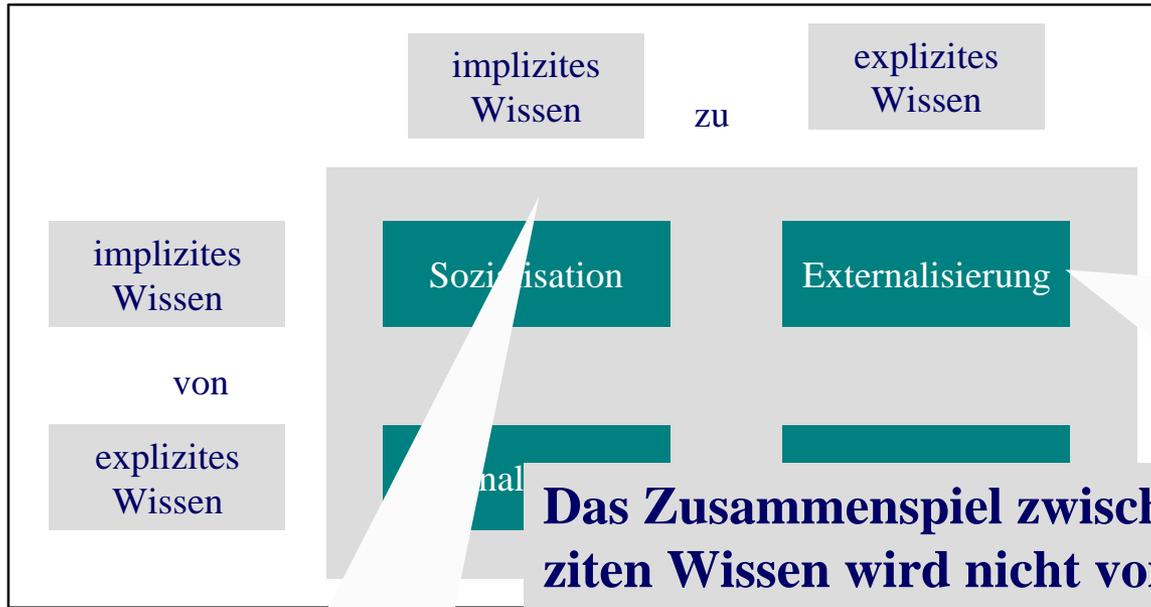


Grundmuster implizites/explizites Wissen



Quelle nach Nonaka/Takeuchi 1997, zit . Elsner 2002, 272

Grundmuster implizites/explizites Wissen



Umwandlung von implizitem in explizites Wissen, durch Dialog, Kommunikation, vor allem durch Verschriftlichung, **Kodifizierung**, Standardisierung/Formalisierung oder **Digitalisierung**

Interpersonaler Austausch impliziter Wissensbestände, z.B. durch Zusammenarbeit oder Beobachtung und gemeinsame Erfahrungen; **keine dauerhafte Externalisierung**

Das Zusammenspiel zwischen implizitem und explizitem Wissen wird nicht vom Unternehmen geleistet, sondern von den Individuen. Nur der Austausch kann neues Wissen für die Organisation entstehen lassen. Nur geteiltes Wissen kann sich ausbreiten.

Umwandlung expliziten Wissens in implizites Wissen durch Aufnahme, Ergänzung, Neuordnung, Simulation

Generierung neuen expliziten Wissens durch Vernetzung, Sortieren, Kategorisieren, Synthese, Integration bekannter Wissensbestände

Wissensmanagement im Wissens-Warehouse-Modell

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Nach dem **Ovum Report** von 1998 sollte sich der Aufwand für Software für das Wissensmanagement von \$ 285 Millionen im Jahr 1998 auf \$ 1,6 Milliarden im Jahr 2002 entwickeln.

Software für das Wissensmanagement im Kontext des **Wissens-Warehouse-Modells** bezieht sich bislang eher auf **explizites** Wissen, weniger auf **implizites** Wissen

Woods, E.; Sheina, M.:
Knowledge management .
Applications, markets and
technologies. Ovum Report
1998

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit

Ressourcen-M.

Warehouse-WM

Systeme WM

Kommunikat.-
Typen/Modelle

Virtual
communities

VC-Beziehungs-
marketing

CoP-Learning
Communities

Kommunikative
Wende des WM

Kommunikati-
onsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

Ziel des Wissenswarehouse-Ansatzes:

Standardisierung und Nutzung strukturierten Wissens, um klar definierte Lösungen umzusetzen

Strategie des Wissenswarehouse-Ansatzes:

- Strukturierung des relevanten Wissens
- Umsetzung impliziten Wissens in explizites Wissen
- Symbolische Repräsentation des Wissens in einem System
- Kommunikation mit dem System nur bei direkten Fragen
- Abarbeitung der Fragen nach dem Matching Paradigma

Systeme Wissensmanagement

| | | | |
|-------------------------------------|---|--|--|
| Szenario WM | | | |
| Wissensmodelle implizit/explicit | | Arexera Information Technologies GmbH www.arexera.de | ATOSS Software AG www.atoss.com |
| Ressourcen-M. Warehouse-WM | Arexera Integrated Information Platform | | ConnAct AG www.connact-ag.com |
| Systeme WM | ATOSS Knowledge Management | | |
| Kommunikat.- Typen/Modelle | ConnAct | | Hyperwave AG www.hyperwave.com |
| Virtual communities | Hyperwave eKnowledge Infrastructure | | |
| VC-Beziehungs- marketing | infonea | Comma Soft AG www.comma-soft.com | |
| CoP-Learning Communities | K-Infinity | | intelligent views GmbH www.i-views.de |
| Kommunikative Wende des WM | Livelink | Opent Text GmbH www.opentext.com | |
| Kommunikati- onsforen | Lotus Discovery Server | | IBM Deutschland GmbH www.ibm.com |
| Funktionen | Microsoft Solution für Intranets | Microsoft GmbH www.microsoft.com | |
| Mehrwerteffekte | USU KnowledgeMiner | | USU AG www.usu.de |
| | Verity K2-Technologie | Verity Deutschland GmbH www.verity.de | |
| | Aus: wissensmanagement online | | |
| | http://www.wissensmanagement.net/online/archiv/2002/07_0802/wm-systeme.shtml | | |

Systeme Wissensmanagement

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit

Ressourcen-M.

Warehouse-WM

Systeme WM

Kommunikat.-
Typen/Modelle

Virtual
communities

VC-Beziehungs-
marketing

CoP-Learning
Communities

Kommunikative
Wende des WM

Kommunikati-
onsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

Arexera Integrated Information Platform
ATOSS Knowledge Management
ConnAct
Hyperwave eKnowledge Infrastructure
infonea
K-Infinity
Livelink
Lotus Discovery Server
Microsoft Solution für Intranets
USU KnowledgeMiner
Verity K2-Technologie

Aus: wissensmanagement online

http://www.wissensmanagement.net/online/archiv/2002/07_0802/wm-systeme.shtml

Suchtechnologien:

Volltext-, Schlüsselwort-, Synonym-, Themen-,
Phrasen-, Wildcard-, Feld-, Themen- und
natürlichsprachliche Suche

Wortmustersuche (Suche mit Platzhaltern)
thesaurusgestützte Suche

Profilsuche, Auswertung nach persönlichen
Profilvorgaben

Knowledge-Browsing-Technologie "Visual
Search"; Nutzer muss keine Abfragesprache
lernen

Suche nach Fachleuten zu speziellen Themen

Topic Maps: eine vom eigentlichen
Datenbestand losgelöste Suche auf Meta-Ebene

Systeme Wissensmanagement

| | | |
|--|---|---|
| Szenario WM | | |
| Wissensmodelle implizit/explicit Ressourcen-M. Warehouse-WM | Arexera Integrated Information Platform | Erschließung unstrukturierter Wissens durch automatische Sprachanalyse, Kategorisierung, Verschlagwortung und Zusammenfassung von Dokumenten aus unterschiedlichen Datenquellen und -formaten |
| Systeme WM | ATOSS Knowledge Management | Integriertes Organisations- und Prozessmanagement; Wissensstruktur entsteht automatisch aus der Unternehmensstruktur |
| Kommunikat.- Typen/Modelle | ConnAct | |
| Virtual communities | | Erscheint als Desktop eines jeden Arbeitsplatzes und ermöglicht unmittelbaren Zugriff auf das vollständige Unternehmens- und Projektwissen. |
| VC-Beziehungs- marketing | Hyperwave eKnowledge Infrastructure | |
| CoP-Learning Communities | | |
| Kommunikative Wende des WM | infonea | Bietet Möglichkeit der schrittweisen Annäherung an Wissensmanagement mittels integrierbarem modularem System wissensbasierter Anwendungen. |
| Kommunikati- onsforen | Bildet eigene, auf die Geschäfts- prozesse abgestimmte Meta- Wissensnetzwerke. | |
| Funktionen | Aus: wissensmanagement online | |
| Mehrwerteffekte | http://www.wissensmanagement.net/online/archiv/2002/07_0802/wm-systeme.shtml | |

Systeme Wissensmanagement

| | | |
|-------------------------------------|--|--|
| Szenario WM | | |
| Wissensmodelle implizit/explicit | K-Infinity | flexible inhaltliche Verknüpfung von Begriffen zu intelligenter Wissensbasis |
| Ressourcen-M. Warehouse-WM | Livelihood | Eigener Webbrowser verbindet die Livelink-Funktionen wie Dokumentenmanagement, Informationsrecherche oder globales Teamworking. |
| Systeme WM | Lotus Discovery Server | |
| Kommunikat.- Typen/Modelle | | Zur Ermittlung handlungsrelevanten Wissens wird mittels Inhaltsanalyse eine Wissenslandkarte zu den im Unternehmen vorhandenen Informationen produziert. |
| Virtual communities | Microsoft Solution für Intranets | |
| VC-Beziehungs- marketing | USU KnowledgeMiner | integrierte Dokumentenmanagement-Funktionalität; Anpassen mit Hilfe der Web-Parts-Technologie |
| CoP-Learning Communities | | |
| Kommunikative Wende des WM | Verity K2-Technologie | Knowledge Tree und Visualizer: übersichtliche Darstellung von Themen in über- und untergeordneten Bereichen sowie als grafisch animiertes Wissensnetz |
| Kommunikative Wende des WM | Unterstützung von mehr als 250 Dateiformaten, automatische Kategorisierung und intelligente Klassifizierung, Thematic Mapping, lineare Skalierbarkeit, Loadbalancing, Expertenfindung, Unterstützung von 26 Sprachen | |
| | http://www.wissensmanagement.net/online/2002/07_0802/wm-systeme.shtml | |

Wissensmanagement und Kommunikation

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Der Datawarehouse-Ansatz bzw. Software für das Wissensmanagement beziehen sich bislang eher auf **explizites** Wissen, weniger auf **implizites** Wissen.

**Face-to-File-
Kommunikation**

Hypothese:

Explizites Wissen wird abgerufen. Implizites Wissen wird in der Kommunikation erarbeitet.

?

**Face-to-
Face-
Kommunikation**

**Face-File--Face-
Kommunikation**

Frage::

Welche Kommunikationsform ist geeignet?

Kommunikationstypen

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Bezieh
marketing
CoP-Learnin
Communitie
Kommunika
Wende des
Kommunika
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

◆ **FTF** - Face-to-face-Kommunikation

◆ **FF** - Face-file-Kommunikation

◆ **FFF** - Face-file-face-Kommunikation

mit sprachlichen,
prosodischen, non-
verbalen, haptischen,
sozialen
Informationen, kaum
formalisiert

ohne prosodische,
non-verbale,
haptische, gering
soziale Informationen,
durch Konventionen
formalisiert

Mit Kompensationsbedarf

ohne prosodische,
non-verbale,
haptische, soziale
Informationen, stark
formalisiert

- ◆ **Kanalreduktion**
- ◆ **Soziale Informationsverarbeitung**
- ◆ **Rationale Medienvwahl**

FFF/CVK ist wegen fehlender Sinneskanäle gegenüber F2F-Kommunikation systematisch defizitär und unpersönlich.

FFF/CVK muss nicht zu medienbedingter Kommunikationsverarmung führen, da Menschen ihr Kommunikations- und Sozialverhalten auf technische Rahmenbedingungen abstimmen können.

FFF/CVK ist für bestimmte Kommunikationsanlässe geeignet, für andere nicht. Richtig eingesetzt ist FFF/CVK eine Bereicherung.

Döring, N.: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Internet und Psychologie. Neue Medien in der Psychologie Bd. 2. Hofgrefe: Göttingen etc. 1999

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Neue soziale Fertigkeiten bei der
Textproduktion und zum Ausdruck paraverbalen
und nonverbaler Botschaften

Durch
Parasprache:
Emoticons
ASCII-Art
Soundwörter
Aktionswörter
Grossbuchstaben
Akronyme

...

Hypothese:
Internet ist ein neues sozialer
Handlungsraum, in dem Menschen auf
kreative Weise Gefühle ausdrücken,
Beziehungen realisieren und soziale
Fertigkeiten erlernen, ohne
Kommunikationsstörungen und
Beziehungsverarmung zu erleiden

Kommunikationsmodell – Rationale Medienwahl

Die Wahl der Medien wird durch den konkreten Kommunikationsanlass bestimmt. Entscheidung also, welches Medium bei gegebenen Kosten am zweckmäßigsten ist.

Media Appropriateness

Welches Medium ist für welche Kommunikationsaufgabe geeignet?

Döring S. 219, zit Rice 1993

| Media Appropriateness Rang | Face-to-Face | Telefon | Email |
|----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1 | kennenlernen | Fragen stellen | informieren |
| 2 | Fragen stellen | in Verbindg. bleiben | Fragen stellen |
| 3 | streiten | schnell informieren | in Verbindg. bleiben |
| 4 | verhandeln | informieren | schnell informieren |
| 5 | vertraulich inform. | entscheiden | neue Ideen finden |
| 6 | entscheiden | streiten | entscheiden |
| 7 | neue Ideen finden | verhandeln | streiten |
| 8 | informieren | neue Ideen finden | vertraulich inform. |
| 9 | in Verbindg. bleiben | kennenlernen | verhandeln |
| 10 | schnell inform. | Vertraulich inform. | kennenlernen |

Vergleich Wissenswarehouse und Wissensnetz

| Kriterium | Wissenswarehouse | Wissensnetz |
|-----------------------------------|--|---|
| Ansatz | Externalisierung von Wissen, mediale Träger | Sozialisation, menschliche Wissensträger |
| Anwendung | Strukturierte Problembereiche | Unstrukturierte Problembereiche |
| Wissensbedarf | Hinreichend bekannt bzw. zu ermitteln | Nicht genau spezifizierbar „anomalous state of knowledge“ |
| Wissensteilung | Externalisierung von Wissen im Vorfeld | bei Bedarf |
| Wissenstransfer | Aufwand liegt überwiegend beim Wissensträger | Bilaterales Aushandeln der Modalitäten für die Teilung von Wissen |
| Methoden zur Abbildung Von Wissen | Methoden der Strukturierung, Darstellung in Informationssystemen | Verweis auf Wissensträger und Darstellung deren Expertise |
| Rolle der Informationstechnologie | Zentral. Speicherung, Verarbeitung, Zugriff nach Matching Paradigma | Unterstützung von Information und Kommunikation, Browsing |
| Zugriff auf Wissen | Techniken des Information Retrieval und Data Mining, ggls. Expertensysteme | Direkte Kontaktaufnahme, Kommunikation mit Wissensträgern |

Nach Diss. Waltert 2002

- **Virtual Communities**
- **Communities of Practice**
- **Learning Communities**
- **Elektronische Kommunikationsforen**

Virtual Communities – utopische Gegenwart

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing

Der Begriff „virtuelle Gemeinschaft“ wurde von Howard Rheingold (1993) auf Grund eigener positiver Erfahrungen im Mailbox-system The WELL (www.well.com) als eine **utopische Gegenwart** geprägt.

Demokratische und egalitäre Zusammenschlüsse souveräner Individuen, die auf sachlicher Ebene effektiv kooperieren und sich gleichzeitig auf emotionaler Ebene Rückhalt und Geborgenheit geben.

Synonym

Online-

Cyber-

Netz-

E-Gemeinschaften

bzw.

Online-

Cyber-

Net-

E-Communities



The WELL is an online gathering place like no other -- remarkably uninhibited, intelligent, and iconoclastic. For more than seventeen years, it's been a literate watering hole for thinkers from all walks of life, be they artists, journalists, programmers, educators or activists. These WELL members return to The WELL, often daily, to engage in discussion, swap information, express their convictions and greet their friends in online forums known as WELL Conferences.

Mehrwerteffekte

Communities und andere Gruppenformen

| | Worin besteht der Zweck | Wer gehört dazu? | Was hält die Mitglieder zusammen? | Wie lange besteht die Gruppe? |
|--|---|---|--|---|
| Community | Wissen zusammentragen und austauschen, die Fähigkeiten der Mitglieder entwickeln, Wissen ausbauen | Die Mitglieder finden sich nach eigenem Ermessen und aus freiem Willen zusammen | Begeisterung, Engagement sowie Identifikation mit Expertenwissen aller Beteiligten | so lange es gemeinsames Interesse an Bestand gibt (keine fixen Termine, kein Endtermin) |
| Funktions-/Geschäftseinheit Offizielle AG | Produkte oder Dienstleistungen bereitstellen | jeder, der dem Leiter der Gruppe zugeordnet bzw. unterstellt ist | Arbeitserfordernisse und gemeinsame Ziele | bis zur nächsten Reorganisation |
| Projektteam | ein spezielles Projekt durchführen oder eine spezielle Aufgabe erfüllen | jeder, der dem Team vom Management zugeteilt wird | Die Meilensteine sind Ziele des Projekts (konkreter Projektauftrag) | bis zum Abschluss des Projektes (klarer Zieltermin) |
| Informelles Netz | Geschäftsinformationen sammeln und weitergeben | Geschäftsfreunde und Bekannte | Wechselseitige Bedürfnisse | solange, wie die Beteiligten Grund haben, in Kontakt zu bleiben |
| | Nach Beichelt 2002 | | | |

Virtual Communities - Definition

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Eine virtuelle Gemeinschaft ist ein Zusammenschluss von Menschen mit gemeinsamen Interessen, die untereinander mit gewisser Regelmäßigkeit und Verbindlichkeit auf computervermitteltem Wege Informationen austauschen [damit Wissen gemeinsam aufbauen] und Kontakte knüpfen.

Nach: Nicola Döring: Virtuelle Gemeinschaften als Lerngemeinschaften!? Zwischen Utopie und Dystopie [<http://www.die-frankfurt.de/Zeitschrift/32001/positionen4.htm>]

- Kommunikation in elektronischen Räumen
- Gemeinsames Interesse der Mitglieder
- Gemeinsamer Kontext der Mitglieder
- Freiwillige Mitgliedschaft
- Aktive Teilnahme
- Hoher Identifizierungsgrad
- Einigkeit über Verhaltensformen

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit

Ressourcen-M.

Warehouse-WM

Systeme WM

Kommunikat.-
Typen/Modelle

Virtual
communities

VC-Beziehungs-
marketing

CoP-Learning
Communities

Kommunikative
Wende des WM

Kommunikati-
onsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

Virtuelle Gemeinschaften brauchen eine **technische Plattform**, auf die alle Beteiligten zugreifen können.

Dies kann ein **Online-Forum** sein, in dem Botschaften **zeitversetzt** (z. B. Mailingliste, Usenet Newsgroup, Newsboard) oder aber **zeitgleich** (z. B. Multi User Domain, Internet Relay Chat-Channel, **Webchat**) ausgetauscht werden.

Asynchrone Formen eignen sich besser für sachbezogenen Austausch, weil man die Beiträge in Ruhe aufnehmen, die Reaktionen ausarbeiten und informationell absichern kann

Synchrone Formen provozieren spontane und auf den Punkt gebrachte (kurze) Beiträge und ermöglichen entspanntes, unterhaltsames Beisammensein.

Virtual Communities – antisoziale Pseudogemeinschaften

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit

Ressourcen-M.

Warehouse-WM

Systeme WM

Kommunikat.-
Typen/Modelle

Virtual
communities

VC-Beziehungs-
marketing

CoP-Learning
Communities

Kommunikative
Wende des WM

Kommunikati-
onsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

Im Gegensatz zu den enthusiastischen Netzpionieren hielten **Kulturkritiker** virtuelle Gemeinschaften von Anfang an für antisoziale Pseudogemeinschaften:

Wer sich isoliert am eigenen Rechner sitzend in Online-Foren einloggt, flüchte aus der realen Welt, entziehe sich sozialer und politischer Verantwortung und beschränke sich auf problemlos konsumierbare, defizitäre Telekontakte, die letztlich zur menschlichen Verarmung führten.

„Die Cybergemeinschaft verhält sich zur realen Gemeinschaft wie die Gummipuppe zur lebendigen Frau“ (Lockard 1997, S. 225).

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit

Ressourcen-M.

Warehouse-WM

Systeme WM

Kommunikat.-
Typen/Modelle

Virtual
communities

VC-Beziehungs-
marketing

CoP-Learning
Communities

Kommunikative
Wende des WM

Kommunikati-
onsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

Sowohl **utopische als auch dystopische Interpretationen** virtueller Gemeinschaften sind als **technikdeterministisch** abzulehnen.

Individuen und Gruppen sind in der Lage, unterschiedliche Medien sich aktiv und innovativ anzueignen, und können **Strategien** entwickeln, um die Nachteile computergestützter Kommunikation (gegenüber Face-to-face-Kommunikation) zu **kompensieren**.

Hypothese:

Internet ist ein neues sozialer Handlungsraum, in dem Menschen auf kreative Weise Gefühle ausdrücken, Beziehungen realisieren und soziale Fertigkeiten erlernen, ohne Kommunikationsstörungen und Beziehungsverarmung zu erleiden

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Formen des Beziehungsmarketing/Kundenbindung

- Kundenorientierung
- Differenzierter Kundenservice (Kundenbetreuung) mit dem Resultat höherer Kundenzufriedenheit
- Benefitting
- Individual-, One-to-one-Marketing, Customizing
- **Erlebniswelten, Entertainment-Shopping**
- **Bilden virtueller Gemeinschaften (virtual communities)**

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Erlebniswelten, Entertainment- Shopping

Formen

- Multimediale (3D)-Räume
- Intensive Visualisierung, MM-Effekte
- Nützliche, häufig gebrauchte Informationen (Bahn, Verkehr, Restaurants)
- E-Postkarten-Service
- Freeware-Software-Downloads, Screen Saver, Spiele
- Befriedigung von Spielbedürfnissen und Unterhaltungsbedürfnissen
- Befriedigung von Kommunikationsbedürfnissen (Chats, Foren)

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Bilden virtueller Gemeinschaften (virtual communities)

➤ **Vorteile**

- Ermittlung von Schlüsselkunden
- Kunden können mitbestimmen, fühlen sich als Partner
- Bewusstsein als (exklusive) „Elite“kunden, am Puls der Zeit
- Vertrauenssicherung

➤ **Angebote**

- Digitale Bibliotheken zur VC
- Nützliche Dienste: Kalender, Auskunftsdienste, Mediendienste
- Event-Verzeichnisse
- White pages (Mitgliederinfos)
- Kontaktbörsen
- Organisation von Mitglieder-Meetings
- Newsletter
- Job-Börsen
- Nutzererfahrungen,-austausch
- Sonderangebote für Mitglieder
- Ausprobieren von Vorversionen
- Spiele, Unterhaltungsteile
- Bereitstellen von Web space
- **Kommunikationsangebote** (Chats, Foren, Conferencing-System)

Virtual Communities (of Practice) – Learning Communities

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Mit dem Ziel der gemeinschaftlichen
Generierung von Wissen

Ausprägungen des kommunikativen Wissensmanagement:

- **Öffentliche Wissensbörsen**
- **Berufsbezogene und fachliche
Foren**
- **Verteilte, virtuelle
Wörterbücher**
- **Unternehmensinternes
Wissensmanagement**
- **Kursbezogene Foren in der
Ausbildung**

Synonym

Community of
Interest

Community of
Practice

Learning
Communities

Experten-Netzwerk

Wissensnetzwerk

Praxisgemeinschaft

Wissensgemeinschaft

Business Community

Virtual Communities (of Practice) – Learning Communities

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

- Öffentliche Wissensbörsen
- Berufsbezogene und fachliche Foren
- Verteilte, virtuelle Wörterbücher
- Unternehmensinternes Wissensmanagement

In öffentlichen Wissensbörsen des Internet kann man sich unter Nennung der je individuellen Expertise anmelden und im Gegenzug kostenlos auf das Fachwissen anderer zugreifen (Beispiel: www.wer-weiss-was.de). Beruht auf

wer-weiss-was

REGISTRIEREN!

E-Mail

Passwort

Auto-Einloggen

LOGIN

STARTSEITE
MEIN W•W•W
EXPERTEN-SUCHE
EXPERTEN-FORUM
EXPERTEN-FRQS
EXPERTEN-CHAT
COMMUNITY-CHAT
PARTNERSCHAFTEN
ÜBER UNS
HILFE

Montag, 23. September 2002 Online seit April 1996 / V5.0

wer-weiss-was ist ein kostenloses Netzwerk zum Austausch von Wissen. Bei uns kannst du Fachleute aller Bereiche finden und um Rat fragen. [Jetzt auch per WAP erreichbar.](#)

wer-weiss-was basiert auf Gegenseitigkeit: Du [registrierst](#) dich als Benutzer und stellst dein eigenes Wissen zur Verfügung. Dafür helfen dir unsere Fachleute bei deinen Fragen.

Vertrau uns! **wer-weiss-was** gibt es schon seit 1996 und wir wurden u.a. empfohlen von

EXPERTEN-SUCHE

Hier kannst du nach Menschen suchen, die sich mit einem bestimmten Thema auskennen und sie direkt per E-Mail um Rat fragen.

Fachleute finden zum Thema:

Suchen

Beispielsuche: 9 Benutzer zum Thema [Terror](#)

EXPERTEN-CHAT

- Die [multiple Persönlichkeit](#)
- moderiert von [Andreas](#)

Fr, den 27. Sep 2002 18:00-20:00 Uhr

UNSERE EXPERTEN

 **Susanna Gerstel** - Privatdozentin EDV, Stressmanagement und Meditation in Berlin. Ursprünglich Lehrerin. Hobbys: Ballett, Mode, Theater + Kunst

INFO

Bei **wer-weiss-was** kannst du Fachleute um Rat fragen. Dazu musst du dich registrieren:

- 1 Du gibst deine eigenen Interessengebiete ein.
- 2 Du bekommst ein Passwort per E-Mail und loggst dich damit ein.
- 3 Nun kannst du selbst Fragen stellen und anderen mit deinem Wissen helfen.

REGISTRIEREN!

Aktionen:

- [Nazi-Propaganda melden](#)
- [Netz gegen Kinderporno](#)

EXPERTEN-SUCHE

- 67.858 Fachleute zu 274.423 Fachthemen
- 1.176.716 Fachleute vermittelt

Virtual Communities (of Practice) – Networking – P2P

- Szenario WM
- Wissensmodelle
- implizit/explicit
- Ressourcen-M.
- Warehouse-WM
- Systeme WM
- Kommunikat.-Typen/Modelle
- Virtual communities
- VC-Beziehungsmarketing
- CoP-Learning Communities
- Kommunikative Wende des WM
- Kommunikationsforen
- Funktionen
- Mehrwerteffekte

- Öffentliche Wissensbörsen
- Berufsbezogene und fachliche Wissensmärkte
- Verteilte, virtuelle Wissensmärkte
- Unternehmensinterne Wissensmärkte
- Kursbezogene Wissensmärkte

Networking als Peer-to-Peer-Community ist gerade in hochqualifizierten und selbstständigen Berufen ein wichtiger Erfolgsfaktor und wird zunehmend auch ins Internet verlagert.

Beispiele:

Webgrrls-Community (www.webgrrls.de) für weibliche Fach- und Führungskräften im Bereich neue Medien. Komplett-Angebot von Mailinglisten, Newsletter, Face-to-Face-Veranstaltungen und Website mit öffentlichem und passwortgeschütztem Bereich. Nach Prinzip „first give, then take“.

Psychotherapieforum (www.psychotherapie.org) als fachliches Online-Forum, an dessen Webseiten und Mailinglisten rund 1.000 ärztliche und psychologische Psychotherapeutinnen und -therapeuten beteiligt sind.

Virtual Communities (of Practice) – Webgirls

Business Networking für Frauen in den Neuen Medien

Marktplatz

* Webgrrls stellen sich vor

Ihr sucht eine Fachfrau aus den Reihen der Webgrrls? Dann informiert euch auf unserem Marktplatz. Kompetente Webgrrls stellen hier ihr Unternehmen und ihr Angebot vor.

Jedes webgrrl kann ueber ihr persönliches Profil den Eintrag im Marktplatz vornehmen.

Die Einträge sind nach folgenden Branchen gegliedert:

- [Beratung, Coaching, Training](#)
- [Design \(Screen / Web / Print\)](#)
- [Entwicklung, Programmierung](#)
- [IT-Beratung, Projektleitung, Coaching](#)
- [Marketing, PR, Events](#)
- [Sonstige](#)
- [Text, Redaktion, Übersetzung](#)

* webgrrls.de – business-networking für frauen in den neuen medien

webgrrls.de ist das Netzwerk für weibliche Fach- und Führungskräfte, die in oder für Neue Medien arbeiten. Ziel ist die berufliche Weiterentwicklung sowie die Präsenz und den Einfluss dieser Frauen innerhalb der Branche zu fördern.

Webgrrls.de bietet zu diesem Zweck ein Forum für Wissenstransfer, Erfahrungsaustausch, Job- und Auftragsvermittlung, strategische Allianzen, Mentoring sowie Förderung der Networking-Kultur.

Grundgedanke des Business-Netzwerks ist das "Geben und Nehmen" der Mitglieder zur gegenseitigen Förderung.

Business Networking für Frauen in den Neuen Medien

Webgrrls.de > History der Webgrrls

* Die Entstehungsgeschichte

Frühjahr 1995. Die New Yorkerin Aliza Sherman gründet ihr Unternehmen "Cybergrrl - eine Agentur für Webdesign und Produktion" - und sucht nach Frauen, die bereits Erfahrungen in diesem Bereich sammeln konnten. In der realen Welt war dies keineswegs leicht zu bewerkstelligen. Sie begann also ihre Recherche im Internet - und wurde fündig. Es gab wider Erwarten doch eine ganze Menge Frauen, die bereits online waren.

Zusammen mit sechs Frauen gründete sie wenig später das Netzwerk "webgrrls New York". Niemand ahnte damals, dass damit der Grundstein gelegt war zu einem Netzwerk, dass sich schon zwei Jahre später zu einem weltweiten virtuellen Zusammenschluß von Frauen in New-media ausweiten sollte.

Der ungezwungene Erfahrungsaustausch auf den monatlichen Networking-Abenden der New Yorkerinnen fand einen solchen Anklang, dass Ende 1995 - nicht einmal ein Jahr nach der Gründung - aus den monatlichen Meetings zwei pro Monat mit über hundert Teilnehmerinnen pro Abend wurden. Eine dieser Teilnehmerinnen war die Münchnerin Karin-Maria Schertler, die sich zu dieser Zeit beruflich in New York aufhielt. Fasziniert von den Möglichkeiten des networking diskutierte sie schon damals mit Aliza Shermann, nach ihrer Rückkehr einen deutschen "Ableger" aufzubauen.



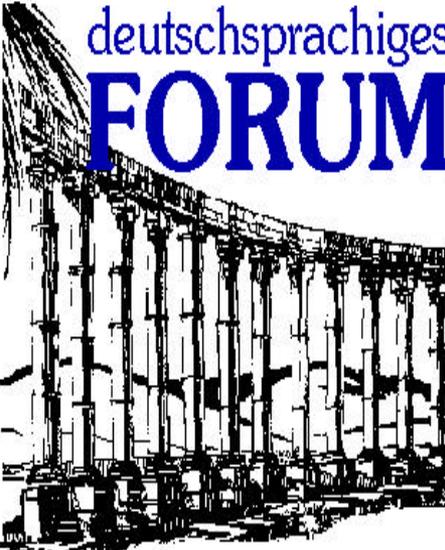
August 1997. Zurück aus New York nahm Karin Maria Schertler den International Webgrrls Day am 22. Oktober (Inzwischen gab es dieses Netzwerk bereits in vielen Ländern der Welt.) auf der Systems in München zum Anlass und gründete mit einer handvoll Frauen "Webgrrls Deutschland". Schnell bildete sich ein "harter Kern" von 20 Frauen, die gezielt den Aufbau dieses Netzwerkes

Virtual Communities (of Practice) – Psychotherapie-Forum

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit



deutschsprachiges FORUM

für Psychotherapie

- **Inhaltsverzeichnis (Index)**

Der Überblick über die Inhalte des Forums: Zugang zu Mailinglisten. Mitgliederliste des Forums. Seiten zur Berufspolitik. Links zu Berufsverbänden. Veröffentlichungen...

- **Informationen über das Forum**

Die Ziele unseres Angebots. Wer sind hier Verantwortlichen? Auf welchen Grundsätze bauen wir auf?

- **Studentenseite ...**

Mailingliste zu studentischen Themen. Fachschaften. Links auf div. psychopages

- **Links**

zu Verbänden, Institutionen, etc.

- [Was ist das Forum eigentlich?](#)
- [Häufig gestellte Fragen zum Aufbau des Forums \(FAQ\)](#)
- [Anmelden](#)
- [An- und Abmelden bei Mailinglisten des Forums und Web-Benutzeroberfläche](#)
- [Newsgroups](#)
- [Mailinglisten](#)
- [Mailingliste für Studierende der Psychologie](#)
- [Interventionsmailingliste und pgp](#)
- [Online Chatten im Channel #psychoth Freitag 23.00 Uhr](#)
- [Fachtexte](#)
- [Buchrezensionen](#)
- [Weiterbildungsberichte](#)
- [Ausbildung zum Psychologischen Psychotherapeuten](#)
- [Berufspolitik und Nachrichten](#)
- [Qualitätssicherung in der ambulanten PT](#)
- [Praxisnahe Themen](#)
- [Webseiten: Verbände Vereine Personen Institute Praxen](#)
- [Literaturdatenbank Somatisierungsstörungen](#)
- [Literaturdatenbank Persönlichkeitsstörungen](#)
- [LReview - Poor man's ReferenceManager](#)
- [TeilnehmerInnen des Forums](#)
- [Websites der TeilnehmerInnen](#)
- [Interessengebiete der TeilnehmerInnen](#)
- [Anzahl der TeilnehmerInnen](#)
- [Praxen-Verzeichnis der TeilnehmerInnen](#)

Wende des WM

Kommunikationsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte



**Informationsdienst
Wissenschaft**

Dr. Rainer Kuhlen

Homepage

idw-Angebot

idw-Angebot

für Dr. Rainer Kuhlen

Pressemitteilungen

- › [Persönliche Newspage](#)
- › [Abonnement ändern](#)
- › [Ticker](#)
- › [Recherche im Nachrichtenarchiv](#)

Allgemeine Angebote

- › [Kiosk - die Link-Sammlung](#)
- › [Adreßbuch des idw](#)
- › [Anleitung zum idw](#)

Gefördert von:



Stifterverband
für die Deutsche Wissenschaft



Veranstaltungen

- › [Kalender anzeigen](#)

Eigene Daten

- › [Persönliche Daten ändern](#)

Experten-Makler

- › [Anfrage an den Experten-Makler](#)
- › [Teilnehmende Einrichtungen](#)



Virtual Communities (of Practice) – Expertenmakler

Anfrage an den Experten-Makler

Der idw und die Pressestellen der angeschlossenen Hochschulen und Forschungseinrichtungen stellen für Sie einen aus der Wissenschaft her.

Dieser Service steht ausschließlich Journalisten zur Verfügung.

Wenn **nach** Ihren Recherchen in Fachbüchern, Lexika, dem eigenen Archiv und anderen Quellen Fragen offen sind, idw-Experten-Makler weiter. Fragen Sie ihn, wenn Sie kompetente Gesprächspartner zu wissenschaftlichen Themen

Ihre Anfrage wird per E-Mail an die Pressereferenten der am Experten-Makler beteiligten [Hochschulen und Forschungseinrichtungen](#) weitergeleitet.

Bitte füllen Sie die folgenden Felder **sorgfältig** aus. Nur wenn Sie Ihre persönlichen Daten korrekt angegeben haben, kann der idw die Kontakte herstellen, die Ihnen weiterführende Hilfe bieten. Ihre Benennung entnehmen Sie bitte der [idw-Hilfe](#).

Betrifft folgende Sachgebiete

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Architektur und Bauwesen | <input checked="" type="checkbox"/> Medien und Kommunikation |
| <input type="checkbox"/> Bildungs- und Forschungspolitik | <input type="checkbox"/> Medizin und Gesundheitswissenschaften |
| <input type="checkbox"/> Biologie und Biotechnologie | <input type="checkbox"/> Ökologie |
| <input type="checkbox"/> Chemie und Biochemie | <input type="checkbox"/> Pädagogik |
| <input type="checkbox"/> Elektro- und Energietechnik | <input checked="" type="checkbox"/> Politik und Recht |
| <input type="checkbox"/> Geowissenschaften | <input type="checkbox"/> Psychologie |
| <input type="checkbox"/> Geschichte | <input type="checkbox"/> Religion und Philosophie |
| <input type="checkbox"/> Gesellschaft | <input type="checkbox"/> Sportwissenschaften |
| <input checked="" type="checkbox"/> Informationstechnologie | <input type="checkbox"/> Sprache und Literatur |
| <input type="checkbox"/> Kunst und Musik | <input type="checkbox"/> Verkehr und Transport |
| <input type="checkbox"/> Land- und Forstwirtschaft | <input type="checkbox"/> Werkstoffwissenschaften |
| <input type="checkbox"/> Maschinenbau und Verfahrenstechnik | <input checked="" type="checkbox"/> Wirtschaft |
| <input type="checkbox"/> Mathematik und Physik | |

Wie möchten Sie die Antworten erhalten?

Per E-Mail Telefon Fax

Antwort bitte

bis morgen Abend (20.00h)

Wofür ist Ihr Beitrag geplant?

Tageszeitung

Thema der Anfrage

Digital RightsManagement

Bitte formulieren Sie Ihre Frage so präzise wie möglich:

- Was genau wollen Sie wissen?
- In welchem Zusammenhang steht die Frage?
- Was wissen Sie schon zu Ihrem Thema?
- Was erwarten Sie von den Experten?

Wie ist a) die Position der Bundesregierung, b) die Position der Gewerkschaften, c) die Position von Bitkom zur Verwendung von Digital Rights Management zur Regelung von Urheberrechtsansprüchen.

Kommunikatives Verständnis von Wissensmanagement

- Szenario WM
- Wissensmodelle
- implizit/explicit
- Ressourcen-M.
- Warehouse-WM
- Systeme WM
- Kommunikat.-Typen/Modelle
- Virtual communities
- VC-Beziehungsmarketing
- CoP-Learning Communities
- Kommunikative Wende des WM
- Kommunikationsforen
- Funktionen
- Mehrwerteffekte

Elektronische Kommunikationsforen sind die ausgezeichneten Medien des Wissensmanagement.

Die pragmatische Sicht auf Wissen und Information wird durch die kommunikative ergänzt

Information ist kontextualisiertes Wissen in Aktion und entsteht durch Diskurs (in Foren)

Die kommunikative Sicht auf das Wissensmanagement korrigiert die bislang dominierende Sicht des „Wissens-Warehouse“

Elektronische Kommunikationsforen werden verwendet

- zur Konsensbildung in der interkulturellen Kommunikation
- für computerunterstützte Lehr- und Lernformen
- als Instrument der Kundenbindung im Online-Marketing
- zur Erstellung von politischer Öffentlichkeit und Parteiarbeit
- in der netzbasierten Wissenskommunikation
- zur kooperativen Erarbeitung von konzeptuellem Wissen in einem virtuellen Wörterbuch
- als Möglichkeit des Wissensmanagement

Elektronische Kommunikationsforen, eher in ihrer asynchronen Ausprägung als in der synchronen Realisierung als Chats, werden zunehmend daraufhin überprüft, inwieweit sie als Instrumente des Wissensmanagement eingesetzt werden können.

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Elektronische K-Foren im Wissensmanagement-Modell

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Elektronische Kommunikationsforen sind **Instrumente zur diskursiven Realisierung** der verschiedenen Ausprägungen/Stufen des Wissensmanagement

Ergebnis des Diskurses in einem Kommunikationsforum kann zwar auch eine konkrete Handlungsanweisung sein oder die Erledigung von konkreten Aufgaben - typisch für Foren ist aber im Sinne des kommunikativ begründeten Wissensmanagements eher das **Zusammentragen bestehender und das gemeinsame Erarbeiten neuer Wissensbestände** – unter der Annahme, dass diese mehr sind als nur die Summe ihrer einzelnen Teile.

Ziele des Wissensmanagement über elektronische K-Foren

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

Elektronische Kommunikationsforen als
Instrumente des **Wissensmanagement** zum
Zwecke der Wissensgenerierung mit den Zielen:

- ◆ Zusammenbringen von Wissensträgern mit unterschiedlichem Erfahrungshintergrund
- ◆ Erhöhung der Bereitschaft, Wissen zu teilen
- ◆ Wissenskommunikation im argumentativen Dialog
- ◆ Externalisierung impliziten Wissens durch elektronische Speicherung/Repräsentation der Kommunikation
- ◆ freie Kommunikation durch Möglichkeiten anonymer Teilnahme
- ◆ Auffinden von Experten und Aufbau von Expertennetzwerken

Virtual Communities – Foren in der Lehre

Lehre



Sommersemester 2002

Hypertextifizierung von Wissen

89 Nachrichten (79 neu)

Letzte Nachricht: 22.07.2002 12:59

Mi 8.30-10 h (V), R 512

Fr 12-14 h (Ü), A 702

Doz.: Rainer Kuhlen, Joachim Griesbaum

E-Commerce

282 Nachrichten (275 neu)

Letzte Nachricht: 01.08.2002 11:58

Rainer Kuhlen, Wolfgang Semar

Di 12-14 h (V), D 247

Do 12-14 h (Ü), D247

Informationsaufbereitung

216 Nachrichten (191 neu)

Letzte Nachricht: 23.09.2002 14:58

Di 14-16 h (V), A 703

Mi 10-12 h (V/Ü), R 513

Di 10-12 h (Ü), A 703

Doz.: Rainer Kuhlen, Thomas Schütz, Stephan Werner

Internetdienste - Basis-, Mehrwert- und Metainformationsdienste

179 Nachrichten (174 neu)

Letzte Nachricht: 05.09.2002 17:22

Mi 16-18 h (V), D 247

Do 16-18 h (Ü), D 247

Doz.: Rainer Kuhlen, Bernard Bekavac

Informationspolitik

46 Nachrichten (35 neu)

Letzte Nachricht: 29.07.2002 22:42

Do 8.30-10 h, G 530

Doz.: Rainer Kuhlen, Stephan Werner

Der Kurs wird thematisch in drei Blöcke gegliedert.

1. Politische Konzepte der Informationsgesellschaft - Ziel ist es, ein Verständnis für Möglichkeiten und Grenzen von Informationspolitik, ihrer Zielsetzung und ihres Umsetzungspotentials, auch unter Berücksichtigung der globalen Perspektive zu erlangen.
2. Politische Dimensionen des Urheber-/Copyright-Rechts - heterogene Interessen bei der Umsetzung der Urheberrechts-Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments
3. Perspektiven der Fachinformationspolitik - zur aktuellen Debatte auf der Grundlage der vom BMBF in Auftrag gegebenen Fachinformationsstudie von Arthur D. Little (und weiteren Grundsatzpapieren)

Virtual Communities – Foren in der Lehre

Lehre



Sommersemester 2002

Hypertextifizierung von Wissen

89 Nachrichten (79 neu)

Letzte Nachricht: 22.07.2002 12:59

Mi 8.30-10 h (V), R 512

Fr 12-14 h (Ü), A 702

Doz.: Rainer Kuhlen, Joachim Griesbaum

E-Commerce

282 Nachrichten (275 neu)

Letzte Nachricht: 01.08.2002 11:58

Rainer Kuhlen, Wolfgang Semar

Di 12-14 h (V), D 247

Do 12-14 h (Ü), D247

Informationsaufbereitung

216 Nachrichten (191 neu)

Letzte Nachricht: 23.09.2002 14:58

Di 14-16 h (V), A 703

Mi 10-12 h (V/Ü), R 513

Di 10-12 h (Ü), A 703

Doz.: Rainer Kuhlen, Thomas Schütz, Stephan Werner

Internetdienste - Basis-, Mehrwert- und Metainformationsdienste

179 Nachrichten (174 neu)

Letzte Nachricht: 05.09.2002 17:22

Mi 16-18 h (V), D 247

Do 16-18 h (Ü), D 247

Doz.: Rainer Kuhlen, Bernard Bekavac

Informationspolitik

46 Nachrichten (35 neu)

Letzte Nachricht: 29.07.2002 22:42

Do 8.30-10 h, G 530

Doz.: Rainer Kuhlen, Stephan Werner

Der Kurs wird thematisch in drei Blöcke gegliedert.

1. Politische Konzepte der Informationsgesellschaft - Ziel ist es, ein Verständnis für Möglichkeiten und Grenzen von Informationspolitik, ihrer Zielsetzung und ihres Umsetzungspotentials, auch unter Berücksichtigung der globalen Perspektive zu erlangen.
2. Politische Dimensionen des Urheber-/Copyright-Rechts - heterogene Interessen bei der Umsetzung der Urheberrechts-Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments
3. Perspektiven der Fachinformationspolitik - zur aktuellen Debatte auf der Grundlage der vom BMBF in Auftrag gegebenen Fachinformationsstudie von Arthur D. Little (und weiteren Grundsatzpapieren)

Virtual Communities – Foren in der Lehre

Lehre



| | | |
|--|--------------------------|------------------|
| 📖 zur Sicherheit | semar | 02.07.2002 16:18 |
| 📖 Frage S2 | semar | 02.07.2002 16:19 |
| 📖 Digitale Signatur als Authentifizierungsinstrument | Marion | 12.07.2002 19:33 |
| 📖 Frage S1 | semar | 02.07.2002 16:19 |
| 📖 Grundsätzliche Verschlüsselungs-Verfahren | Marion | 12.07.2002 19:32 |
| 📖 Re: Grundsätzliche Verschlüsselungs-Verfahren | wonka | 12.07.2002 20:50 |
| 📖 Re: Grundsätzliche Verschlüsselungs-Verfahren | Anonym | 13.07.2002 13:19 |
| 😄 Re: Grundsätzliche Verschlüsselungs-Verfahren | Anonym | 14.07.2002 16:37 |
| ❓ Wo liegt denn der Unterschied? | wonka | 15.07.2002 13:54 |
| 📖 Re: Wo liegt denn der Unterschied? | EncryptionGuru | 15.07.2002 14:26 |
| ❓ Gründe? Fundierte Aussagen? | wonka | 15.07.2002 15:02 |
| 📖 Schaut euch mal um. | gundelsw | 15.07.2002 16:08 |
| 📖 zur Geschäftsstrategieanalyse | semar | 02.07.2002 15:34 |
| 📖 Frage G2 | semar | 02.07.2002 15:56 |
| 📖 Re: Frage G2 | Anonym | 03.07.2002 11:38 |
| 📖 Frage G1 | semar | 02.07.2002 15:47 |
| 😄 Re: Frage G1 | Anonym | 03.07.2002 11:33 |
| 📖 Re: Frage G1 | semar | 03.07.2002 11:38 |
| 📖 Wettbewerbskräfte der Digital Economy | Marion | 12.07.2002 19:28 |

Begriffe (insg. 37) nach

[Datum](#), [Systematik](#), [Autor](#)

Begriffe (insg. 37) nach [Alphabet](#)

[A](#) [B](#) [C](#) [D](#) [E](#) [F](#) [G](#) [H](#) [I](#) [J](#) [K](#) [L](#) [M](#) [N](#) [O](#) [P](#) [Q](#) [R](#) [S](#) [T](#) [U](#) [V](#) [W](#) [X](#) [Y](#) [Z](#)

Begriffskandidaten (insg. 49) nach

[Systematik](#), [Alphabet](#)

Freitextsuche

Mein Enforum

admin (Administrator)

[Begriffsvorschläge](#)

[Begriff vorschlagen](#)

[von mir eingetragen](#)

[von mir moderiert](#)

[Diskussionsbeiträge](#)

[von mir erstellt](#)

[Begriffskandidaten](#)

[Begriffskandidat](#)

[eintragen](#)

[von mir eingetragen](#)

[Teilnehmerliste](#)

[nach Alphabet](#)

[nach Systematik](#)

[Einstellungen](#)

[Benutzerprofil](#)

[Interessensprofil](#)

[Begriff delegieren](#)

[Administration](#)

[TestEMailAn](#)

ENFORUM

ist ein virtuelles kollaboratives Wörterbuch mit enzyklopädischen Eigenschaften auf dem weiteren Gebiet der Informationswissenschaft (Informationswissenschaft, Dokumentation, Archiv, Bibliothek, angrenzende Gebiete wie Informatik, Wirtschaftsinformatik, Kommunikationswissenschaft etc.).

ENFORUM ist ein Projekt des Hochschulverbandes für Informationswissenschaft (HI), initiiert und entwickelt von der Arbeitsgruppe Informationswissenschaft (Prof. Kuhlen), Universität Konstanz, unterstützt vom Groupware Competence Center (Prof. Nastansky), Universität Paderborn.

Email an: enforum@fmi.uni-konstanz.de.

Statistik

Top 10 nach Zugriffe

[Cloaking](#)(150)
[Internet](#)(106)
[Usability](#)(103)
[Hypertext](#)(70)
[Information](#)(67)
[Massenkommunikation](#)(60)
[Bibliometrie](#)(57)
[Informationsmanagement](#)(52)
[Wissen](#)(49)
[E-Commerce](#)(45)

Neue Begriffe

[Massenkommunikation](#)(26.9.)
[XML](#)(26.9.)
[Informationsgesellschaft](#)(26.9.)
[Bibliografische Kopplung](#)(26.9.)
[Cloaking](#)(26.9.)
[ADSL "Asymmetric Digital Subscriber Line"](#)(26.9.)
[Wissen](#)(26.9.)
[Zitierindex](#)(26.9.)
[Annlet](#)(26.9.)

Erweiterte Forumsfunktionen

Szenario WM
Wissensmodelle
implizit/explicit
Ressourcen-M.
Warehouse-WM
Systeme WM
Kommunikat.-
Typen/Modelle
Virtual
communities
VC-Beziehungs-
marketing
CoP-Learning
Communities
Kommunikative
Wende des WM
Kommunikati-
onsforen
Funktionen
Mehrwerteffekte

- Such- bzw. Archivfunktionen
- Visualisierung des Diskurses
- Zusammenfassungskomponenten
- Übersetzungskomponenten
- Benachrichtigungs-/Pushkomponenten
- Hintergrundinformationen zum Thema des Forums
- Verknüpfungsmöglichkeiten zu externen Ressourcen
- Offenlegen der Expertise-Profile der Teilnehmer
- Adaptierbarkeit nach individuellen Profilen.

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit

Ressourcen-M.

Warehouse-WM

Systeme WM

Kommunikat.-
Typen/Modelle

Virtual
communities

VC-Beziehungs-
marketing

CoP-Learning
Communities

Kommunikative
Wende des WM

Kommunikati-
onsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

- Elektronische Kommunikation in Foren erlaubt den Austausch von Wissen zwischen Leuten, die im realen Leben kaum eine Chance haben, sich zu treffen.
- Elektronische Kommunikation bringt Personen mit unterschiedlichen (fachlichen, professionellen und persönlichen) Hintergründen und unterschiedlichen Lebensstilen zusammen.

Beides begünstigt eine multiperspektivische Sicht auf Wissen.

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit

Ressourcen-M.

Warehouse-WM

Systeme WM

Kommunikat.-
Typen/Modelle

Virtual
communities

VC-Beziehungs-
marketing

CoP-Learning
Communities

Kommunikative
Wende des WM

Kommunikati-
onsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

- ◆ Elektronische Kommunikationsforen sind auf Interaktion angelegt. Jede Aussage wird in Frage gestellt, ist Gegenstand möglicher Kommentare, Erweiterungen, Korrekturen und Modifikationen.
- ◆ Diskurse können auch anonym durchgeführt. Vor allem in organisationsinternen Foren begünstigt dies die Offenheit des Wissensaustauschs.

Elektronische Foren bauen Hierarchien und Autoritäten ab - was zählt ist der aktive Wissensbeitrag

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit

Ressourcen-M.

Warehouse-WM

Systeme WM

Kommunikat.-
Typen/Modelle

Virtual
communities

VC-Beziehungs-
marketing

CoP-Learning
Communities

Kommunikative
Wende des WM

Kommunikati-
onsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

- ◆ Elektronische Kommunikationsforen gestatten Aufbau und die Navigation in heterogenen Informationsmaterialien. Sie werden so zu umfassenden Wissensplattformen, Wissensnetzen.
- ◆ Wissensbeiträge können sich durch die verfügbaren Wissensplattformen informationell absichern und werden so in einen weiteren (objektiven) Kontext gestellt.

Der Diskurs in Foren validiert die Qualität der Wissensbeiträge und relativiert deren Subjektivität

Szenario WM

Wissensmodelle

implizit/explicit

Ressourcen-M.

Warehouse-WM

Systeme WM

Kommunikat.-
Typen/Modelle

Virtual
communities

VC-Beziehungs-
marketing

CoP-Learning
Communities

Kommunikative
Wende des WM

Kommunikati-
onsforen

Funktionen

Mehrwerteffekte

- ◆ Elektronische Kommunikationsforen begünstigen die Bereitschaft, vorhandenes Wissen zu teilen, zumal wenn entsprechende Belohnungssysteme für aktiven Diskurs entwickelt sind.
- ◆ Durch den Diskurs werden Experten ausfindig gemacht, deren oft implizit bleibendes Wissen über die Forums-Indikatoren ihres explizit vermittelten Wissens angezeigt und genutzt werden kann.

**Diskurs in Foren setzt nicht allein auf explizites symbolisches
Wissens, sondern hält die Referenzierung auf implizites
Wissen offen.**

**Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Communities – Referenzen - Links

USEFUL LINKS

Articles

- [Some principles of Knowledge Management](#) by Thomas H. Davenport
- [What is Knowledge Management](#) by Karl-Erik Sveiby (1996)
- [Knowledge Management VS Knowledge Engineering](#) by Brian D. Newman (1996)
- [Tacit Knowledge](#) by Karl-Erik Sveiby (1997)
- [Knowledge Work and Knowledge Society The Social Transformations of this Century](#) by Peter F. Drucker, Transcript of The 1994 Godkin Lecture (1994)
- [The Age of Social Transformation](#) by Peter F. Drucker as originally published in The Atlantic Monthly, November 1994
- [The profusion and confusion of knowledge management terminology](#) by Philip C. Murray
- [The knowledge imperative](#) Building Competitive Advantage Through Effective Knowledge Management
- [Knowledge Management Solutions - The IT Contribution](#) by David J. Skyrme
- [The Value of Knowledge Management](#) Knowledge management is all the rage. But how do you make knowledge show up on the bottom line?

Web resources

- [Knowledge Management @brint.com](#)
- [Knowledge Management World](#)
- [The Knowledge Management Forum](#)
- [Knowledge Management News](#) A service of HOYT Consulting
- [Knowledge Reference Sites](#) Web site for Intellectual Capital and Knowledge Management
- [The International Knowledge Management Newsletter](#) by Management Trends International
- [Knowledge Management-Articles, White Papers and Case Studies](#)
- [Internet KM resource](#) Web site that contains interesting KM resources: basic concepts of Knowledge Management, Case Studies, and KM in various aspects
- [David Skyrme Associates](#) The place to gain insights into the networked knowledge economy and help in creating successful knowledge management and Internet commerce strategies
- [Knowledge Management Working Group Documents](#)
- [DenhamGrey](#) Probably the largest collaborative KM repository on the Web

Referenzen

Beichelt, S.: Knowledge Management in Virtual Communities. Diplomarbeit im Studiengang der Verwaltungswissenschaft an der Universität Konstanz. April 2002

Berge, Zane L./Collins, Maurie P. (2000): Perceptions of e-moderators about their roles and functions in moderating electronic mailing lists. In: Distance Education: An International Journal, H. 1, S. 81-100

[<http://www.emoderators.com/moderators/modsur97.html>]

Brunold, J.; Merz, H.; Wagner, J.: www.cyber-communities.de. Virtual Communities: Strategie, Umsetzung, Erfolgsfaktoren. Landsberg/Lech 2000.

<http://www.cyberconcepts.de/communities/>

Davenport, T. H.; Prusak, L.: Wenn Ihr Unternehmen wüßte, was es alles weiß: Das Praxishandbuch zum Wissensmanagement. Verlag Moderne Industrie: Landsberg/Lech 1998

Diemers, D.: Virtual knowledge communities. Erfolgreicher Umgang mit Wissen im digitalen Zeitalter. Dissertation Universität St. Gallen 2001

Döring, N.: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen 1999

[<http://www.nicoladoering.net/Hogrefe/>]

Döring, N.: Virtuelle Gemeinschaften als Lerngemeinschaften. Zwischen Utopie und Dystopie 2001

[<http://www.die-frankfurt.de/Zeitschrift/32001/positionen4.htm>]

Hamman, R.B.: Computernetze als verbindendes Element von Gemeinschaftsnetzen. Studie über die Wirkung der Nutzung von Computernetzen auf bestehende soziale Gemeinschaften.

In: U. Thiedecke (Hrsg.): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdimensionen.

Westdeutscher Verlag: Wiesbaden 2000, 221-243

Referenzen – 2 -

Henschel, A.: Communities of Practice: Plattform für individuelles und kollektives Lernen sowie den Wissenstransfer. Gabler Verlag: Wiesbaden 2001

Jones, Q.: Virtual communities, virtual settlements & cyber-archaeology: A theoretical outline.

In: Journal of Computer-Mediated Communication 1997, H. 3 [Online-Dokument]

[<http://www.ascusc.org/jcmc/vol3/issue3/jones.html>]

Kollmann, T.: Virtuelle Marktplätze im E-Commerce. In: A. Hermanns; M. Sauter (Hrsg.): Management-Handbuch Electronic Commerce. Vahlen: München, 2. Aufl. 2001, 43-53

Kuhlen, R.: Die Mondlandung des Internet. Elektronische Kommunikationsforen im Bundestagswahlkampf '98. Universitätsverlag Konstanz (UVK): Konstanz 1998

Kuhlen, R. et al. (zusammen mit: Bernard Bekavac, Joachim Griesbaum, Thomas Schütz, Wolfgang Semar): Kollaborativ erarbeitetes Wissen ist mehr als die Summe des Wissens vieler Einzelautoren – ENFORUM, ein Instrument des Wissensmanagements in Forschung und Ausbildung im Informationsgebiet. Erscheint in Zeitschrift für Bibliothekswesen und Bibliographie (ZfBB) 2002

Lockard, J. (1997): Progressive politics, electronic individualism and the myth of virtual community. In: D. Porter (ed.): Internet Culture. New York, NY 1997, 219-232

Nonaka, I.; Takeuchi, H.: Die Organisation des Wissens: Wie japanische Unternehmen eine brachliegende Ressource nutzbar machen. Campus-Verlag: Frankfurt 1997

North, K.: Wissensbasierte Unternehmensführung: Wertschöpfung durch Wissen. 2. Aufl. Gabler Verlag: Wiesbaden 1999

Probst, G.; Raub, D.; Romhardt, K.: Wissen managen: wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen. Gabler Verlag: Wiesbaden, 3. Aufl. 1999

Referenzen – 3 -

North.K.; Romhardt, K.; Probst, G.: Wissensgemeinschaften: Keimzellen lebendigen Wissensmanagement

[<http://www.cck.uni-kl.de/wmk/papers/public/Wissensgemeinschaften.pdf>]

Rheingold, H.: The virtual community: Homesteading on the electronic frontier. New York, NY 1993

[<http://www.rheingold.com/vc/book/1.html>]

Schmidt, M.P.: Knowledge Communities: Mit virtuellen Wissensmärkten das Wissen in Unternehmen effektiv nutzen. Addison-Wesley: München 2000

Schuler, S.: Möglichkeiten und Grenzen der Bildung und Förderung von Communities of Practice als Instrumente des Wissensmanagement. Diplomarbeit im Studiengang der Verwaltungswissenschaft an der Universität Konstanz. Mai 2002

Schobert, T.; Schrott, G.: Virtual Communities. In: Wirtschaftsinformatik 42, 2001, 5, 517-519

Smith, M. A.; Kollock, P. (eds.): Communities in cyberspace. New York, NY 1999

Utz, S.: Soziale Identifikation mit virtuellen Gemeinschaften – Bedingungen und Konsequenzen. Pabst Science Publishers: Lengerich etc. 1999

Waltert, J.: Elektronische Kommunikationsforen als Element des Wissensmanagement. Eine Fallstudie bei genossenschaftlichen Filialbanken. Dissertation Informationswissenschaft, Universität Konstanz Oktober 2001

Wenger, E.; Snyder, W.M.: Communities of practice: Warum sie eine wachsende Rolle spielen. In: Harvard Business Manager 22, 2000, 4, 55-62

Zupancic, D.: Ein Blick in die Zukunft Virtueller Gemeinschaften. Interessante Perspektiven für das Online-Marketing. In. Io Management 68, 1999, 5, 42-46