

## MANAGEMENT REPORT 1/2011

# IT-Funktionalitäten als Treiber des Community-Erfolgs

Elisabeth Heilmann

Thomas Hess

### **Herausgeber**

Ludwig-Maximilians-Universität München

Fakultät für Betriebswirtschaft

Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien

[www.wim.bwl.lmu.de](http://www.wim.bwl.lmu.de)



## 1 Einleitung

Durch die Entwicklung des Web 2.0 ist die Bedeutung von virtuellen Communities in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. Die Popularität einiger weniger Communities, wie z. B. Facebook und StudiVZ, hat dazu geführt, dass die Anzahl entsprechender Angebote rasant zugenommen hat. Es gelingt aber nur einigen wenigen, den Erfolg dieser Communities nachzuahmen. Der Erfolg virtueller Communities lässt sich messen anhand der Anzahl ihrer tatsächlichen Nutzer. Denn sie sind es, die eine Community zum Leben erwecken. Besteht doch die Zielsetzung virtueller Communities darin, dass Internetnutzer mit anderen Nutzern interagieren, eigene Benutzerprofile und Inhalte in der Community bereitstellen sowie die Inhalte anderer Mitglieder kommentieren und bewerten. Den Community-Betreibern helfen die Aktivitäten ihrer Nutzer, die eigenen mit dem Community-Betrieb verbundenen Ziele zu erreichen. So bescheren bspw. hohe Nutzerzahlen den Betreibern hohe Werbeeinnahmen. Weisen die erfolgreichen Communities in Deutschland mehrere Millionen Mitglieder auf, hat der Großteil der virtuellen Communities allerdings nur eine geringe Anzahl tatsächlicher Nutzer. So zeigt das Ergebnis einer Studie, dass mehr als zwei Drittel der Communities weniger als 25 Mitglieder haben (Ma & Agarwal 2007).

Es existiert eine Reihe von Studien, die die Gründe für die Erfolglosigkeit von Communities untersuchen. Ein häufig genannter Grund ist das fehlende Vertrauen der Nutzer in den Community-Betreiber bzw. in die anderen Nutzer. Pressemeldungen zeigen seit einiger Zeit immer wieder auf, dass nach der ersten Euphorie das Vertrauen der Nutzer in die Community-Betreiber auf dem Prüfstand steht. Massive Eingriffe in die Privatsphäre und zweifelhafte Datenschutzbestimmungen führen dazu, dass sich registrierte Nutzer von den Communities abwenden bzw. sich Internetnutzer scheuen, am Community-Leben teilzunehmen. Dennoch ist fehlendes Mitgliedervertrauen nicht der einzige Grund für den Misserfolg von Communities. Ein möglicher Grund für die häufig geringen Nutzerzahlen wird in der Unterschätzung der Relevanz der inhaltlichen Gestaltung vermutet. Community-Experten fordern daher, dass die Förderung von Kommunikation und Interaktion sowie die Steigerung des Informationswertes stärker im Fokus der Community-Betreiber stehen (Preece et al. 2004).

Sowohl das fehlende Mitgliedervertrauen als auch die vernachlässigte inhaltliche Gestaltung zeigen, dass ein wichtiger Ansatz zur Erfolgssteigerung darin besteht, die Gestaltung der virtuellen Community an die Bedürfnisse der Nutzer anzupassen. An dieser Stelle setzt unsere Untersuchung an, in deren Rahmen wir analysiert haben, welche

gestalterischen Elemente, die wir im Folgenden als IT-Funktionalitäten bezeichnen, ein Community-Betreiber anbieten muss, um den Bedürfnissen seiner Nutzer gerecht zu werden und damit seinen Erfolg zu steigern. Obwohl bereits eine Reihe von Studien zur Wirkung partizipationssteigernder Maßnahmen im Community-Kontext existiert, bleiben die meisten von ihnen bezüglich ihrer Handlungsempfehlungen auf sehr abstraktem Niveau stehen. Konkrete Problemlösungsansätze für Community-Betreiber fehlen. Unser Ziel war daher konkrete Gestaltungsmechanismen aus unseren Ergebnissen ableiten zu können, die eine Partizipationssteigerung innerhalb der Community zur Folge haben. Die detaillierten Ergebnisse dieser Studie sind von Höhne (2010) beschrieben. Nachfolgend finden Sie eine Zusammenfassung wichtiger Ergebnisse dieser Studie.

## **2 Vertrauensbildende und gratifizierende IT-Funktionalitäten in virtuellen Communities**

Wir unterscheiden in unserer Untersuchung zwischen vertrauensbildenden und gratifizierenden IT-Funktionalitäten. Erstere adressieren die im Internet vorherrschende Anonymität, die als Grund dafür gilt, dass sich Internetnutzer scheuen, persönliche Daten preiszugeben. Aufgrund dessen spielt Vertrauen insbesondere bei der Partizipation in virtuellen Communities eine wesentliche Rolle, die eine Plattform für den Austausch zwischen oftmals unbekanntem Nutzern darstellen. Wir unterscheiden vier Kategorien vertrauensbildender IT-Funktionalitäten: Transparenz, Qualitätssicherung, Sicherheit & Schutz der Privatsphäre und Usability. Zu den IT-Funktionalitäten der Kategorie Transparenz gehören bspw. die prominente Darstellung der Nutzungsbedingungen sowie klare Informationen zu den Kosten, die mit der Teilnahme in der Community verbunden sind. Ziel von Transparenzbemühungen ist generell, die Anonymität des Community-Betreibers und seiner Absichten für die Nutzer zu reduzieren und so deren Unsicherheiten in Hinblick auf die Vertrauenswürdigkeit des Betreibers zu minimieren. IT-Funktionalitäten zur Qualitätssicherung richten sich an die Glaubwürdigkeit einer Community und der dort dargestellten Informationen. Sie steigern auf diese Weise die Vertrauensbildung der Community-Nutzer. Beispiele dieser Kategorie sind Mechanismen, die es Community-Nutzern ermöglichen, die Beiträge anderer Nutzer zu bewerten. Auf diese Weise wird eine Qualitätssicherung durch die Community-Nutzer selbst angestrebt. Eine andere Möglichkeit ist die Überprüfung der Inhalte durch den Community-Betreiber, der falsche Informationen oder inakzeptable Inhalte filtert. Die dritte Kategorie vertrauensbildender IT-Funktionalitäten bezeichnen wir als Sicherheit & Schutz der Privatsphäre. Die Partizipation in einer Community ist in der Regel mit der Offenlegung persönlicher Daten und dem Risiko verbunden, dass diese von anderen Mitgliedern oder Dritten missbraucht werden. Verstöße gegen die Privatsphäre in der Vergangenheit haben Internetnutzer gegenüber der Offenlegung von Daten sensibilisiert. Durch die Implementierung entsprechender IT-Funktionalitäten, die der Sicherheit der Daten dienen und die Privatsphäre der Nutzer

schützen, wird die Akzeptanz des Angebots erhöht. Dazu gehören bspw. klare und verständliche Datenschutzbestimmungen, die Möglichkeit durch variable Anonymitätseinstellungen die Sichtbarkeit der eigenen persönlichen Daten zu steuern und Sicherheitsprotokolle, die eine sichere Datenübertragung gewährleisten. Auch Prüfsiegel sind Beispiele für diese Kategorie vertrauensbildender IT-Funktionalitäten. Damit sind Zertifikate oder Gütesiegel gemeint, die anzeigen, dass die Community den Sicherheitsstandards unabhängiger Institutionen entspricht. Beispiele für IT-Funktionalitäten der vierten Kategorie Usability sind klare Navigationsstrukturen, ausführliche Hilfefunktionen sowie die professionelle Layoutgestaltung der Community. Diese Funktionalitäten beziehen sich darauf, wie einfach die Nutzer die wesentlichen Funktionen der Community erlernen können.

Neben dem Nutzervertrauen haben wir vier Basismotivationen als Treiber der Partizipation in Communities identifiziert, aus denen sich die Kategorien gratifizierender IT-Funktionalitäten ableiten lassen: Informationsbeschaffung, soziale Interaktion, Transaktionsunterstützung und Unterhaltung & Entspannung (Dholakia et al. 2004). Es ist davon auszugehen, dass der Erfolg einer virtuellen Community umso größer ist, je besser diese auf die Erfüllung der Nutzerbedürfnisse ausgerichtet ist. Zu den IT-Funktionalitäten der Kategorie Informationsbeschaffung gehören Mitglieder-News, wie z. B. Statusmeldungen, sowie die Möglichkeit, ein eigenes Profil innerhalb der Community zu gestalten und darin persönliche Informationen einzubinden. Die soziale Interaktion spielt in Communities eine zentrale Rolle, da aus Nutzersicht der Aufbau zwischenmenschlicher Beziehungen als primäres Ziel virtueller Communities gilt. Dabei erwächst aus der Interaktion mit Gleichgesinnten ein Zugehörigkeitsgefühl zur Gemeinschaft, das in der Folge in einem verstärkten Engagement der Nutzer resultiert. Zu dieser Kategorie zählen die Chatfunktion, das Gestalten von Gästebüchern innerhalb der Nutzerprofile sowie die Möglichkeit zur Diskussion innerhalb von Foren. Ökonomisch geprägte Motive führen häufig zur Teilnahme an transaktionsorientierten Communities, deren Funktion darin besteht, Produkte oder produktbezogene Informationen zu aggregieren. IT-Funktionalitäten zur Transaktionsunterstützung sind bspw. Produktvergleiche oder -empfehlungen anderer Nutzer sowie Shopfunktionalitäten. Die vierte Kategorie gratifizierender IT-Funktionalitäten richtet sich an das Unterhaltungsbedürfnis von Community-Nutzern. Hierzu wird die Einbindung von Spielen verstanden sowie die Möglichkeit der Avatargestaltung.

Es kann allerdings nicht davon ausgegangen werden, dass die Implementierung aller möglichen IT-Funktionalitäten gleichzeitig zu einer Erfolgssteigerung der Community führt. Das Prinzip „Viel hilft viel“ greift in diesem Kontext nicht. Schnell wirken Communities überfrachtet und die Nutzer überfordert. Es kann daher vermutet werden, dass IT-Funktionalitäten in Abhängigkeit der Community-Umgebung als unterschiedlich wichtig empfunden werden. Während eine IT-Funktionalität in einem sozialen Netzwerk vom

Nutzer als zwingend notwendig empfunden werden kann, spielt sie in einer Spiele-Community unter Umständen kaum oder gar keine Rolle. Es gilt also: Weniger ist manchmal mehr! Um diese Aussage zu überprüfen, konzentriert sich unsere Untersuchung daher auf die Bedeutung der IT-Funktionalitäten in zwei verschiedenen Arten virtueller Communities: den so genannten Communities of Relationship (CoR) und den Communities of Fantasy (CoF). Eine CoR ist ein soziales Netzwerk, das auf der Idee basiert, Menschen im Internet zusammenzubringen, die eine gemeinsame Lebenserfahrung (z. B. Freundschaft, berufliche Verbindung) teilen. Beispiele sind im deutschsprachigen Raum StudiVZ, Facebook und XING. Eine CoF stellt dagegen häufig eine virtuelle Fantasiewelt dar, die ihre Mitglieder durch die Entwicklung neuer Akteure und Geschichten mitgestalten und weiterentwickeln können. Bei CoF handelt es sich deswegen sehr häufig um Online-Spiele wie z. B. World of Warcraft (Armstrong/Hagel III 1996).

Zur Überprüfung unserer Vermutungen haben wir im Oktober 2009 eine Online-Befragung durchgeführt, in deren Rahmen wir 523 Community-Nutzer nach ihrer Wahrnehmung und Wirkung vertrauensbildender und gratifizierender IT-Funktionalitäten in der von ihnen genutzten Community befragt haben (eine ausführliche Darstellung des Untersuchungsdesigns findet sich bei Höhne 2010). Die wichtigsten Ergebnisse der Untersuchung werden im Folgenden dargestellt.

### **3 Die Partizipationswirkung vertrauensbildender IT-Funktionalitäten**

Unsere Ergebnisse zeigen, dass vertrauensbildende IT-Funktionalitäten in beiden Community-Typen zur Partizipationssteigerung beitragen. Es fällt allerdings auf, dass diese Wirkung bei den CoR durch nahezu alle untersuchten IT-Funktionalitäten erreicht wird, wohingegen bei den CoF nur acht Funktionalitäten partizipationssteigernd wirken (vgl. Tabelle 1). Vertrauen ist demnach besonders in CoR für die Nutzerpartizipation von Bedeutung.

Besonders deutlich wird dies im Fall der usability-steigernden IT-Funktionalitäten. In CoR spielt Usability eine große Rolle im Vertrauensbildungsprozess und der damit verbundenen Entscheidung, am Community-Leben teilzunehmen. Dies gilt nicht nur, jedoch in besonderem Maße für unerfahrene Nutzer, die sich zunächst in der Community zurechtfinden müssen. Während der Einsatz von Navigationselementen und ein einfacher Registrierungs- und Anmeldeprozess in beiden Community-Typen relevant sind, weil sie den Umgang mit der Community erleichtern, wirken die übrigen usability-induzierenden Mechanismen nur in CoR. In diesem Community-Kontext hat auch die professionelle Gestaltung der Community-Webseite einen wesentlichen Einfluss auf die Vertrauensbildung. Wirkt die Webseite unstrukturiert und macht sie einen unprofessionellen Gesamteindruck, fördert sie weniger die Vertrauensbildung als eine Webseite, deren Layout auf den ersten Blick überzeugt. Ein hochwertiges Layout erhöht möglicherweise die antizipierte Professionalität

in Hinblick auf den Umgang mit den Nutzern und deren sensiblen Daten. Dieser erste Eindruck kann gerade in den CoR über die Partizipation entscheiden. In CoF spielt die professionelle Layoutgestaltung keine Rolle. Ein möglicher Grund kann sein, dass in diesen Communities vorwiegend die Spielkonzeption und der einwandfreie Verlauf des Spielflusses im Vordergrund stehen.

Vertrauensbildende IT-Funktionalitäten		CoR	CoF
<b>Transparenz</b>	Informationen zum Community-Betreiber	✓	✓
	Nutzungsbedingungen	✓	✓
	Informationen zu den Kosten der Nutzung	✓	-
	Trennung von Inhalt und Werbung	✓	-
	Kundenservice	-	✓
<b>Qualitäts-sicherung</b>	Bewertungsfunktion	✓	-
	Qualitätsprüfung der Inhalte	✓	-
	Meldefunktion inakzeptablen Verhaltens	-	✓
	Rollenkonzept	-	✓
	Verzicht von Lock- und Gratisangeboten	✓	-
<b>Sicherheit &amp; Schutz der Privatsphäre</b>	Sicherheitsmechanismen	✓	-
	Prüfsiegel	-	-
	Anonymitätseinstellungen	✓	-
	Funktionen zum Ändern und Löschen von Daten	✓	✓
	Datenschutzbestimmungen	✓	-
<b>Usability</b>	Navigationsstruktur	✓	✓
	Hilfefunktionen	✓	-
	Informationsverfügbarkeit	✓	-
	Easy Access	✓	✓
	Professionelle Layoutgestaltung	✓	-

*Tabelle 1: Übersicht über die Bedeutung von vertrauensbildenden IT-Funktionalitäten*

Wesentliche Unterschiede in der Wirkung der IT-Funktionalitäten je nach Community-Typ werden auch in Hinblick auf die IT-Funktionalitäten deutlich, die in virtuellen Communities der Sicherheit und dem Schutz der Privatsphäre dienen. Sie tragen wesentlich dazu bei, dass Nutzer in CoR partizipieren. In CoF ist diese Wirkung allerdings nicht festzustellen. Eine mögliche Begründung liegt in der momentan durch die Medien hervorgerufenen hohen Sensibilisierung für dieses Thema insbesondere in Verbindung mit CoR. Der Missbrauch oder Diebstahl persönlicher Daten, die eine Rekonstruktion von Lebens- oder Internetnutzungsgewohnheiten ermöglichen, versetzt die Nutzer von CoR in Unruhe. Ihr Bedürfnis nach Sicherheit gewinnt damit an Bedeutung. Dagegen wird dieses Risiko in CoF von den Nutzern als geringer eingeschätzt, was darin begründet sein kann, dass die Anonymität zwischen den Community-Mitgliedern größer ist. Sie resultiert zum einen daraus, dass die Nutzer generell weniger persönliche Daten in der Community preisgeben. Zum anderen treten sie häufig unter Verwendung von Pseudonymen miteinander in Kontakt, die oftmals Teil des Spielflusses sind. CoF basieren damit weniger auf der Angabe realer soziodemografischer Daten. Die Gefahr des Missbrauchs persönlicher Daten ist damit aufgrund der Konzeption und der damit verbundenen Zielsetzung dieses Community-

Typs geringer. Da aber eine CoR eben genau auf realen Freundschaften, gemeinsamen Interessen oder auch beruflichen Fähigkeiten basiert, geben ihre Nutzer viel mehr Daten über sich preis, wodurch das Risiko eines Missbrauchs wächst. Dieses potentielle Risiko lässt die Bedeutung sicherheitsbezogener IT-Funktionalitäten steigen. Interessant ist zudem, dass nach unseren Ergebnissen Prüfsiegel keinen Einfluss auf die Nutzerpartizipation haben. Diesen Prüfsiegel wird häufig eine große Bedeutung im Vertrauensbildungsprozess zugesprochen. Dies kann unsere Untersuchung nicht bestätigen. Es scheint so, dass die Nutzer diesen Prüfsiegeln und den dahinter stehenden Mechanismen nicht trauen und ihnen somit auch keine Bedeutung beimessen.

In Bezug auf die qualitätssichernden IT-Funktionalitäten wirken in CoR der Verzicht auf Lock- und Gratisangebote, Bewertungsfunktionen sowie die Qualitätssicherung durch Experten partizipationssteigernd. Online-Werbung spielt in CoR eine wesentliche Rolle bei der Erlösgenerierung. Zwar scheinen die Nutzer dies zu akzeptieren und zu tolerieren. Unsere Ergebnisse lassen jedoch die Schlussfolgerung zu, dass die Seriosität der Werbeangebote in CoR für die Akzeptanz relevant ist. Communities, in denen unseriöse Lock- und Gratisangebote angepriesen werden, steigern das Misstrauen, da sich die empfundene Unseriosität auf die ganze Community überträgt. Interessant ist der starke Einfluss der Bewertungsfunktionen sowie der Qualitätssicherung durch den Community-Betreiber. Dies konnte nicht erwartet werden, da davon ausgegangen wird, dass gerade in CoR die Souveränität der Mitglieder im Vordergrund steht. Eine Einmischung von außen – insbesondere durch den Betreiber – wird als störend empfunden und daher abgelehnt, so die Vermutung. Eine mögliche Erklärung für unser Ergebnis könnte fehlendes Vertrauen zwischen den Community-Mitgliedern sein, das durch die Gewissheit der Prüfung von außen kompensiert wird. Die Bedeutung der Qualitätssicherung bezieht sich in CoF dagegen insbesondere auf die Mechanismen, die das Melden inakzeptablen Verhaltens anderer Mitglieder ermöglichen sowie Rollenkonzepte unterstützen. Unter Umständen existieren in diesen Communities Probleme, die nicht von den Mitgliedern untereinander selbst gelöst werden können. Rollenkonzepte haben in einer CoF eine besondere Bedeutung. Durch die Angabe, wie aktiv ein Community-Mitglied in der Community ist, können dessen Äußerungen, Ratschläge und Tipps durch die übrigen Nutzer besser bewertet und eingeschätzt werden. Durch diese qualitätssichernde Maßnahme wird das Vertrauen in die Kompetenz anderer Nutzer gestärkt.

Unsere Ergebnisse zeigen, dass sowohl in CoR als auch in CoF detaillierte Informationen zu den Nutzungsbedingungen und zum Community-Betreiber partizipationssteigernd wirken, da klare Verantwortlichkeiten und Informationen zur Gewährleistung das Vertrauen der Nutzer in den Community-Betreiber stärken und in einem zweiten Schritt zu einer Steigerung der Nutzungshäufigkeit führen. In CoR fördert zudem die Gewissheit nicht vorhandener versteckter Kosten, die die Nutzung betreffen, das Vertrauen. Nicht zuletzt

aufgrund vieler unseriöser Angebote im Internet spielen umfassende Informationen zu den Nutzungsbedingungen sowie zum Community-Betreiber eine wesentliche Rolle bei der Vertrauensbildung. Sie geben den Nutzern Sicherheit, im Fall von Unstimmigkeiten oder Rechtstreitigkeiten Kontakt zum Betreiber aufnehmen und gegebenenfalls aufgrund der dargestellten Informationen das eigene Recht durchsetzen zu können.

#### 4 Die Partizipationswirkung gratifizierender IT-Funktionalitäten

Auch die untersuchten gratifizierenden IT-Funktionalitäten tragen zum Community-Erfolg bei, indem sie sich an die Nutzungsbedürfnissen der Community-Mitglieder richten. Die Ergebnisse der konkreten IT-Funktionalitäten sind in Tabelle 2 dargestellt.

Gratifizierende IT-Funktionalitäten		CoR	CoF
<b>Informationsbeschaffung</b>	Integration redaktioneller Inhalte	✓	✓
	News anderer Community-Mitglieder	✓	✓
	Eigenes Mitgliedsprofil	✓	✓
	Informationsservice durch Newsletter oder RSS	✓	✓
	Informationsarchive	✓	–
<b>Soziale Interaktion</b>	Diskussionsforum	✓	✓
	Private-Mail-Funktion	–	✓
	Gästebuch	✓	–
	Chatfunktion	–	–
	Gruppenbildung innerhalb der Community	✓	✓
	Kontaktsuche	✓	–
<b>Transaktionsunterstützung</b>	Produktvergleiche	✓	✓
	Produktinformationen	✓	–
	Produktempfehlungen	–	✓
	Shopsystem	–	✓
	Virtuelle Währung	–	–
<b>Entertainment</b>	Spiele	✓	–
	Gestaltung von Avataren	–	✓
	Fotogalerien	–	✓
	Videoapplikation	–	✓
	Gewinnspiele	✓	–

Tabelle 2: Übersicht über die Bedeutung von gratifizierenden IT-Funktionalitäten

Auffällig ist, dass im Fall der CoR insbesondere solche IT-Funktionalitäten signifikanten Einfluss auf den Community-Erfolg haben, die der Informationsbeschaffung sowie der sozialen Interaktion dienen. Alle der untersuchten informationsbezogenen IT-Funktionalitäten haben in CoR einen signifikanten Einfluss auf den Community-Erfolg. Dies zeigt die besondere Bedeutung, die die Informationsbeschaffung in diesem Community-Typ besitzt. Die Informationen beziehen sich sowohl auf redaktionell aufbereitete Inhalte als auch auf Nachrichten, die von den Mitgliedern selbst generiert sind. Dazu gehören bspw. Neuigkeiten, die ihre Community-Tätigkeit betreffen. Eine der Nutzungsmotivationen in Hinblick auf CoR besteht demnach in der Informationsbeschaffung. Unabhängig davon, ob es sich um Freundschaftsnetzwerke oder Communities mit starkem beruflichem Fokus



handelt, geht es in erster Linie darum, Informationen zu den eigenen Tätigkeiten auszutauschen, um so andere Mitglieder am eigenen Leben teilhaben zu lassen bzw. am Leben anderer teilzuhaben. Auch im Fall der CoF haben die informationsbezogenen IT-Funktionalitäten eine große Bedeutung für den Community-Erfolg. Wichtig für diesen Community-Typ sind häufig Ratschläge und Hinweise dafür, wie einzelne Spielzüge optimal ausgeführt und Probleme diesbezüglich gelöst werden können. Entsprechende Informationen spielen aus diesem Grund für viele Community-Nutzer eine wesentliche Rolle. Aber auch Informationen über den Nutzer bzw. Spieler selbst sind von großem Interesse. Welche spielerischen Fähigkeiten ein potentieller Spielpartner besitzt oder welche Erfolge dieser bisher erreicht hat, stellen wichtige Informationen bei der Wahl geeigneter Partner dar. Daraus resultiert eine Relevanz entsprechender informationsbezogener IT-Funktionalitäten, die somit eine große Bedeutung für die empfundene Nützlichkeit der Community selbst besitzen.

Die soziale Interaktion spielt in virtuellen Communities eine besondere Rolle. Dies bestätigen auch unsere Ergebnisse. Interessant ist, dass in beiden Community-Typen die Diskussionsfunktionen zum Erfolg beitragen, die Chatfunktion aber keinen Einfluss auf die Nutzerpartizipation hat. Scheinbar werden für die synchrone Kommunikation zwischen den Mitgliedern andere Möglichkeiten genutzt. Diskussionsforen scheinen dagegen eher den Bedürfnissen der Nutzer zu entsprechen. Verwunderlich ist dies aber auf den zweiten Blick nicht. Diskussionsforen stellen eine mehr oder weniger exklusiv von virtuellen Communities angebotene Möglichkeit der Diskussion zwischen mehreren Nutzern dar. Der Meinungsaustausch zwischen vielen Mitgliedern steigert in den Communities die Nutzerpartizipation und trägt wesentlich zur Bildung eines Zugehörigkeitsgefühls sowie zur Realisierung der Selbstdarstellung bei. In CoR steht dabei oftmals nicht die Diskussion konträrer Meinungen im Vordergrund; häufig werden Statusmeldungen oder Befindlichkeiten der Nutzer kommentiert und diskutiert. Diese Diskussionen bilden die Lebendigkeit einer CoR ab und die Möglichkeit der Nutzer, sich einem breiten Publikum mitzuteilen. In CoF ermöglichen Diskussionsforen den Mitgliedern den Austausch von Tipps und Hinweisen zu Spielinhalten und einzelnen Spielzügen. Für den Chat dagegen gibt es leistungsfähige, community-externe Softwareangebote, die in der Internetgemeinde weit verbreitet sind. Interessant ist auch die große Bedeutung der Gruppenfunktionalität in beiden Community-Typen. Viele der großen CoR bieten ihren Mitgliedern die Möglichkeit, sich auf Basis gemeinsamer Interessen zu Gruppen zusammenzuschließen. Auf diese Weise demonstrieren Nutzer deutlich sichtbar für andere Mitglieder ihre Interessen. Die Gruppen stellen innerhalb der Community eigene in sich geschlossene Gemeinschaften dar, die den Austausch zu bestimmten Themen ermöglichen und das Zugehörigkeitsgefühl der Mitglieder stärken. Gleiches gilt auch für CoF. Die Mitglieder können sich innerhalb des Spiels zu kooperierenden Gruppen zusammenschließen und sich so bezüglich Taktiken einzelner Spielzüge absprechen und gemeinsame Aktivitäten planen.

Unsere Ergebnisse zeigen, dass auch die Transaktionsfunktionalitäten im Community-Kontext relevant sind. In CoF können Nutzer Eigenschaften und Fähigkeiten ihrer Spielfiguren, den Avataren, käuflich erwerben, um so deren Aussehen zu gestalten und ihre Leistungsfähigkeit zu steigern. Außerdem basieren viele Spiele-Communities auf dem Handel mit virtuellen Gütern. Diese Charakteristika erklären den Einfluss von Shop-Funktionalitäten, die sowohl Transaktionen mit dem Community-Betreiber als auch den Austausch virtueller Produkte zwischen den Spielern ermöglichen. Relevant sind daneben Vergleiche und Empfehlungen für die angebotenen virtuellen Güter. Da ihr Erwerb entscheidend für die strategische Ausrichtung des eigenen Avatars in der Community ist, wird die Auswahl geeigneter, positionsstärkender Fähigkeiten und Güter ernst genommen. Produktinformationen und -vergleiche sind auch in CoR relevant für die Nutzerpartizipation. Das zeigt, dass die Bedeutung von CoR als Informationsquelle in Hinblick auf geplante Transaktionen zunimmt.

Hinsichtlich der Unterhaltungs- und Entertainmentfunktion virtueller Communities fällt im Fall der CoR auf, dass integrierte Spiele und Gewinnspiele die Partizipation beeinflussen. Dagegen weisen in den CoF vorwiegend Fotos, Videos und die Avatargestaltung eine signifikante Bedeutung auf. Gerade in Game-Communities ist letztere IT-Funktionalität von großer Wichtigkeit. Diese Communities stellen häufig eine Vielzahl von Variationsmöglichkeiten für die Gestaltung der grafischen Stellvertreter zur Verfügung. Die entsprechende Gestaltung wird zum Ausdruck der eigenen Kreativität, visualisiert aber auch die Eigenschaften und Fähigkeiten der Spielerfigur, die auf diese Weise zum Statussymbol des Community-Nutzers wird.

## Literaturverzeichnis

**Armstrong, A./ Hagel III, J. (1996):** The Real Value of On-Line Communities, in: Harvard Business Review 74(3), S. 134-141.

**Dholakia, U. M./ Bagozzi, R. P./ Pearo, L. K. (2004):** A Social Influence Model of Consumer Participation in Network- and Small-Group-Based Virtual Communities, in: International Journal of Research in Marketing 21(3), S. 241-263.

**Höhne, E. (2010):** Die Bedeutung von IT-Funktionalitäten für den Erfolg virtueller Communities, Hamburg.

**Ma, M./ Agarwal, R. (2007):** Through a Glass Darkly: Information Technology Design, Identity Verification, and Knowledge Contribution in Online Communities, in: Information Systems Research 18(1), S. 42-67.

**Preece, J./ Nonnecke, B./ Andrews, D. (2004):** The Top Five Reasons for Lurking: Improving Community Experiences for Everyone, in: Computers in Human Behavior 20(2), S. 201-223.