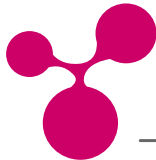


Technische Universität Dresden – Fakultät Informatik
Professur für Multimedialechnik, Privat-Dozentur für Angewandte Informatik

Prof. Dr.-Ing. Klaus Meißner
PD Dr.-Ing. habil. Martin Engelen
(Hrsg.)



GENEME '10

GEMEINSCHAFTEN IN NEUEN MEDIEN

an der
Fakultät Informatik der Technischen Universität Dresden

mit Unterstützung der

3m5. Media GmbH, Dresden
ANECON Software Design und Beratung GmbH, Dresden
Communardo Software GmbH, Dresden
GI-Regionalgruppe, Dresden
itsax.de | pludoni GmbH, Dresden
Kontext E GmbH, Dresden
Medienzentrum der TU Dresden
objectFab GmbH, Dresden
SALT Solutions GmbH, Dresden
SAP AG, Resarch Center Dresden
Saxonia Systems AG, Dresden
T-Systems Multimedia Solutions GmbH, Dresden

am 07. und 08. Oktober 2010 in Dresden

www.geneme.de
info@geneme.de

C.4 Kostenlose Web-Services zur Erstellung von Special Interest Netzwerken

Chris Börgermann, Erik Frank, Richard Lackes
Technische Universität Dortmund, Wirtschafts- und
Sozialwissenschaftliche Fakultät, Wirtschaftsinformatik

Abstract:

Online Communities verzeichnen seit einiger Zeit ein rasantes Wachstum. Diese Entwicklung führt zunehmend dazu, dass die Portale für bestimmte Personengruppen wichtige Funktionalitäten nicht zu Verfügung stellen können oder die Nutzer durch eine Vielzahl für sie unnötiger Funktionen überfordert werden. Als Ergebnis dieser Erfahrungen zwischen Datenflut und Überforderung durch die ansteigende Komplexität der Bedienung auf der einen Seite und Informationsmangel und fehlender Funktionalität auf der anderen Seite, begründen Gemeinschaften spezialisierte Online-Communities. Der vorliegende Artikel liefert dazu einen State-of-the-Art Überblick kostenfreier Online-Services zur Erstellung sozialer Netzwerke und vergleicht sie in Hinblick auf Kollaboration und Kommunikation, Datenschutz, Kontaktmanagement, Anpassbarkeit und Administrierbarkeit.

1 Einführung

Online Communities bzw. Soziale Netzwerke im Online-Bereich sind nicht erst seit dem Start der VZ-Netzwerke und Facebook ein fester Bestandteil des Internets. Bereits 1998 startete die ID-Media AG die Chat- und Communityplattform Cynosmos, welche durch innovative Konzepte bis zu 800.000 registrierte Nutzer hatte. Die Kernfunktionalitäten sind bis heute erhalten geblieben:

- Verwaltung persönlicher Profile
- Verknüpfung des eigenen Profils mit Profilen anderer Nutzer
- Austausch mit Nutzern, welche dem eigenen sozialen Netzwerk angehören

Statistisch gesehen ist 2009 jeder Bundesbürger in 2,7 sozialen Netzen organisiert. In China sind es hingegen fast doppelt so viele. Dies verdeutlicht zum Einen die immer noch möglichen Steigerungsraten in diesem Bereich, zum Anderen wirft es die Frage auf, warum der Bedarf nach der Teilnahme an mehreren sozialen Netzwerken besteht. Die offensichtliche und augenscheinlich einzige Antwort auf diese Frage ist die Verteilung bereits bestehender Kontakte auf unterschiedliche Netzwerke, so dass für die Aufrechterhaltung dieser Kontakte eine Mitgliedschaft auf mehreren Online-Plattformen nötig wird. Dies erklärt aber nicht, warum auch neu ins Leben gerufene Community-Plattformen weiterhin so erfolgreich sind.

Geht man davon aus, dass man Gruppendynamische Prozesse auch auf den Bereich von Online-Communities übertragen kann und dort die gleichen oder zumindest ähnliche Phasen vorherrschen, so ist es möglich, dass sich Teile der Nutzerschaft von Social-Online-Networks bereits wieder in einer Differenzierungsphase befinden, in welcher nicht das vornehmliche Ziel ist, überhaupt ein Teil des Netzwerkes zu sein, sondern die individuellen Beweggründe für eine Teilnahme an der virtuellen Gemeinschaft wieder in den Vordergrund treten.

Abhängig von diesen Beweggründen, z.B. die Unterscheidung zwischen privater oder geschäftlicher Nutzung, rücken verschiedene Facetten des eigenen Profils in den Fokus, deren gemeinsame Preisgabe innerhalb einer Online-Community möglicherweise nicht gewollt ist. Daneben führen die unterschiedlichen Einsatzszenarien zu unterschiedlichen Bedürfnissen bzgl. der Funktionalität der benutzten Online-Plattform. Nicht anpassbare oder erweiterbare Angebote sind daher eventuell ebenso unzureichend wie sehr flexible und erweiterbare Systeme, die durch den Funktionsumfang und die Vielzahl an Anpassungsmöglichkeiten für die Benutzung zu komplex werden oder zu viel Zeit und Ressourcen beanspruchen, um zu brauchbaren Ergebnissen zu führen.

Getrieben durch die diversifizierten Bedürfnisse der Nutzer entwickelten sich im Laufe der Zeit immer mehr Frameworks, um eigene Online-Communities zu begründen. Im Folgenden sollen nun kostenfreie Online-Services nach bestimmten Kriterien untersucht werden, um die Entscheidungsfindung bei der Wahl eines entsprechenden Dienstes zu unterstützen. Die Beschränkung auf kostenfreie Angebote trägt dem Umstand Rechnung, dass die Akzeptanz einer kostenpflichtigen Software im privaten Bereich als gering angesehen werden kann. Ebenso wurde von der Untersuchung von reiner Offline-Software Abstand genommen, da diese im Regelfall einen erhöhten Qualifikationsgrad zur Installation, Konfiguration und Wartung erfordern und daher für den privaten Bereich ebenfalls mit einer geringen Akzeptanz bzw. einer kleinen Zielgruppe zu rechnen ist.

2 Social Software Services

2.1 Ning

Ning ist eine US-amerikanische Online-Plattform, in mehreren Sprachen, für die „Interessen und Vorlieben der Welt im Internet“. Die 2004 gegründete Plattform umfasst derzeit über 300.000 aktive Netzwerke aus den Bereichen Politik, Entertainment, kleine Unternehmen und vielem mehr. Finanziert wird die Plattform durch die Einblendung von Google Ads. Eine kostenpflichtige Variante erlaubt die Ausblendung von Werbung und erweitert den Funktionsumfang zum Beispiel um die Möglichkeit einen eigenen Domainnamen als URL zu verwenden. <http://www.ning.com/>

2.2 mixxt

Betreiber der sich seit Ende 2006 in Entwicklung befindliche Online-Plattform mixxt, gehört einer gleichnamigen GmbH aus Bonn, welche Social-Network- und Online-Community-Lösungen verkauft. Nach eigenen Angaben sind dort aktuell über 8000 Netzwerke aus Deutschland aktiv. Das Geschäftsmodell ist im Freemium Bereich angesiedelt, so dass die Netzwerke werbefrei bleiben. Die Preise liegen dabei zwischen 9€ und 19€ monatlich. Für Unternehmen und Agenturen mit umfangreicheren Anpassungswünschen werden auch White Label Community-Lösungen angeboten.
<http://www.mixxt.de>

2.3 Wackwall

WackWall ist ein weiterer Online-Web-Service welcher seinen Nutzern erlaubt ihr eigenes, gehostetes social network zu erstellen. Gestartet im Mai 2008 scheint dieses Angebot in die "perpetual beta" Kategorie des Web 2.0 Zeitalters zu gehören. WackWall bedarf zwar keines software downloads, allerdings wird mit OpenWack die Software hinter Wackwall auch kostenlos zum Download angeboten. Finanziert und angetrieben wird das Projekt durch die die Community, welche durch die Mithilfe bei der Weiterentwicklung oder durch Spenden am Projekt partizipieren kann.
<http://wackwall.com/>

2.4 SocialGO

Mit SocialGO erstellt man nach Angaben des Unternehmens eine „flexible fun social networking“ Webseite. Die Seite kann dabei stand-alone betrieben werden oder innerhalb einer bestehenden Seite integriert werden. Bei der Registrierung wird direkt der Zweck der Webseite erfragt, so dass vorgefertigte SetUps bereits einen Großteil der Anpassungen, abhängig der Einsatzzwecke, bereits vom System übernommen werden. Kategorien sind z.B. public, private, website with blog oder business intranet. Je nach gewünschtem Funktionsumfang werden auch hier Premiumzugänge verkauft, deren Preis sich am gewünschten Funktionsumfang bemisst.
<http://www.socialgo.com/>

2.5 Groupsite

Groupsite, ehemals CollectiveX, ermöglicht die Erstellung so genannter Groupsites. Groupsites sind nach Sicht des Unternehmens Gemeinschaften, die primär auf Kollaboration ausgelegt sind. Das Portal soll diese Gruppen in der Kommunikation, dem Austausch von Daten und der Vernetzung mit anderen helfen, um Arbeitsprozesse zu unterstützen. Dabei werden Techniken von Listservern (wie Yahoo! Groups), Kollaborationssoftware (wie Sharepoint) und Sozialen Netzwerken (Facebook, LinkedIn) kombiniert. Die Gründer von Groupsite nennen dies "social collaboration." Bis zum Februar 2009 wurden über 24.000 Groupsites auf der Plattform erstellt.
<http://www.groupsite.com>

2.6 PeopleAggregator

PeopleAggregator gilt als Experiment der Firman Broadband Mechanics, um soziale Netzwerke mit offenen Standards zu erstellen, so dass Benutzer einfach zwischen Netzwerken wechseln können, unabhängig ob diese von den gleichen Besitzern betrieben werden oder die gleichen Funktionalitäten aufweisen. OpenID Anmeldung, API zum Import und Export von Daten zum und vom PeopleAggregator Netzwerk und der Versuch zwischen offenen und nicht offenen Diensten wie Google Calender, YouTube und Yahoo Messenger zu vermitteln.

PeopleAggregator wird als gehostete Version und als Download angeboten.
<http://www.peopleaggregator.net>

2.7 HayStack

Haystack ist ein Produkt der Firma Cerado, mit welchem man sehr rudimentär (visuell und funktionell) online Communities gründen kann. Die hauptsächlichen Funktionen sind dabei das Anlegen von Profilsseiten und Multi-User-Blogging. Hintergrund ist, dass Haystacks es sich nicht zur Aufgabe gemacht hat, die Interaktion zwischen Teilnehmern des Netzwerks zu fördern, sondern Besuchern Informationen über Mitarbeiter in Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Dabei wird Tagging genutzt, um Teilnehmer nach bestimmten Kriterien zu suchen. Um Nutzern die Möglichkeit zu geben, nicht das rudimentäre Design nutzen müssen, stellt Haystacks die Datenstrukturen per API zur Verfügung, so dass eigene Applikationen auf Haystackbasis erstellt werden können.

<http://www.haystack.cerado.com/>

3 Kriterien der Nutzwertanalyse

Die Bewertung der einzelnen Onlineframeworks gründet auf einer Nutzwertanalyse verschiedener Kriterien. Dies sind vorrangig (a) das Kontaktmanagement als Kernfunktion sozialer Online Netzwerke sowie (b) der Schutz der gespeicherten Daten. Denn vor allem in letzter Zeit wurden die Datenschutzbemühungen mancher Onlinedienste dieser Art stark kritisiert. Daher bedarf es diesbezüglich einer gesonderten Prüfung. Zusätzlich zu den zuvor genannten Aspekten bedingt die Sozialisation ferner (c) die Kollaboration und Kommunikation der Nutzer. Und letztlich ist ebenso (d) die Erweiterung der jeweiligen Netzwerkdienste hinsichtlich der zunehmenden Spezialisierung und Diversifikation entscheidend.

Um die Bewertung der Alternativen transparent zu gestalten, sollen an dieser Stelle die zugrunde gelegten Bewertungsmaßstäbe näher erörtert werden. Gleichsam soll so eine spätere Re-Evaluation und Bewertung weiterer Frameworks vereinfacht werden. Der einer gegebenen Ausprägung zugeordnete Nutzerwert ist jeweils nachfolgend angegeben.

Bezüglich des Kontaktmanagements d.h. dem Knüpfen sozialer Kontakte scheinen einige Optionen von besonderer Bedeutung. So ist es sicherlich vorteilhaft, wenn ein Nutzer die eigenen sozialen Kontakte sowohl öffentlich als auch eingeschränkt zugänglich d.h. optional als privat deklarieren kann (1), um das persönliche Netzwerk vor Zugriffen Dritter zu schützen. Existiert eine solche Möglichkeit nicht (0), so kann eine Kontaktaufnahme ohne den Nutzer als Mittler stets auch direkt erfolgen. Zudem wäre eine Kategorisierung der sozialen Kontakte mittels Tagging (2) wünschenswert. Ebenso denkbar, wenn auch weniger flexibel ist die Einordnung der Kontakte in disjunkte Gruppen (1) im Gegensatz zu einer ungeordneten Liste (0). Im professionellen Anwendungsbereich ist ferner der Export der Kontakte (1) nützlich, um auf diese gegebenenfalls in einer anderen Anwendung oder auch von einem mobilen Endgerät zuzugreifen. Sind die Kontaktdaten hingegen proprietär (0), so ist dieser Umstand als nachteilig zu erachten.

Hinsichtlich eines adäquaten Datenschutzes ist primär die Sichtbarkeit jener nutzergenerierten Daten d.h. sowohl der persönlichen Profilinformationen als auch der bereitgestellten Fotos und Videos relevant. Diesbezüglich sollte es dem Nutzer überlassen sein, das eigene Profil frei zugänglich zu machen (0) oder nur einem bestimmten Nutzerkreis, entweder den bestätigten Kontakten (1) oder einer Teilmenge jener (2), unter der Voraussetzung das diese Einstellungen einfach vorzunehmen sind (1). Ist hingegen die Datenschutzkonfiguration nicht direkt zu ändern (0) und die jeweiligen Optionen versteckt, mag der Schutz persönlicher Daten zwar möglich sein, doch wird in der Folge vernachlässigt. In diesem Zusammenhang ist ebenso relevant, inwiefern die vom Nutzer hinterlegten Daten gemäß den Nutzungsbedingungen verwertet und nach dem finalen Löschen durch den Nutzer vorgehalten werden dürfen. Eine Verwertung und gegebenenfalls anonymisierte Weitergabe an Dritte sowie Vorratsdatenspeicherung auch nach Löschen ist eindeutig negativ (0) zu werten. Ausschließlich die Speicherung für den Zeitraum der Teilnahme und die Verwertung im Rahmen des angebotenen Dienstes (1) ist nachvollziehbar.

In Bezug auf die Kollaboration und Kommunikation ist zu unterscheiden zwischen dem bidirektionalen Austausch zweier Nutzer und der multidirektionalen Zusammenarbeit in Gruppen. Zwei Nutzer kommunizieren direkt, entweder öffentlich per Profilkommentare (1) oder per Versand privater Nachrichten (2). Eine Kombination beider ist natürlich ebenso möglich (3). Gleichfalls kann auch in Gruppen öffentlich (1) oder geschlossen (2) diskutiert werden. Doch eine umfassende Kollaboration bedarf zusätzlicher Funktionalität. Dies sind unter anderem die Verfügbarkeit von File- und Linksharing (1) sowie von Privat- und Gruppenkalender (1). Sind diese Möglichkeiten nicht gegeben (0), wird eine Zusammenarbeit vor allem auf professioneller Ebene in Unternehmen erheblich erschwert und bedingt den Einsatz zusätzlicher Softwarelösungen, um die erforderlichen Funktionen bereitzustellen.

Die Benachrichtigung über Aktualisierungen nach erfolgtem Login (1) oder per E-Mail (2) ist weitverbreitet, aber vor allem für einen zeitnahen Wissensaustausch Grundvoraussetzung.

Abschließend soll auch die Erweiterbarkeit des Frameworks in die Bewertung mit einfließen. Allem voran ist in dieser Hinsicht die Flexibilität der Datenstruktur zu prüfen. Nur wenn es möglich ist, die Nutzerdaten in Abhängigkeit der resultierenden Anforderungen zu erfassen (1), kann ein Framework zur Spezialisierung und Diversifikation sozialer Online-Netzwerke genutzt werden. Andernfalls können die Besonderheiten von speziellen Interessengruppen nicht berücksichtigt werden (0). Die Erweiterbarkeit sozialer Netzwerke umfasst zudem die Personalisierung der Dienste durch die individuelle Anordnung existierender Funktionsmodule (1) oder die Einbindungen von so genannten Apps oder Widgets (2), kleinen Zusatzprogrammen die von den Nutzer programmiert und zur Verarbeitung von Informationen in das Nutzerprofil eingebunden werden können.

Um die Eintrittsbarriere in ein soziales Netzwerk zu senken und das Wachstum zu beschleunigen, ist es zudem ratsam, die Nutzervalidierung auf etablierten Protokollen aufzubauen und mittels Schnittstelle abzuwickeln (1). Eine komplexe Registrierung bei erneuter Angabe persönlicher Daten (0) ist hingegen aufwändig und hemmt den Nutzer sich anzumelden.

4 Gegenüberstellung

Tabelle 1: Nutzwertanalyse freier Onlineframeworks zur Erstellung Sozialer Online Netzwerk

	Ning	mixxt	Wackwall	SocialGo	Groupsite	People Aggregator	HayStack
Kontaktmanagement							
Sichtbarkeit	0	0	0	1	0	0	0
Export	0	0	0	1	0	0	0
Kategorisierung	0	0	0	0	0	0	1
Datenschutz							
Datensichtbarkeit	1	1	0	0	0	0	0
Konfiguration	1	1	0	0	0	0	0
Speicherung & Verwertung	1	1	0	1	1	0	0
Kollaboration & Kommunikation							
Nachrichtensystem	3	3	3	3	3	3	0
Diskussionsgruppen	0	3	1	3	1	3	0
File- und Linksharing	0	1	0	0	1	0	0
Kalender	1	1	0	1	1	1	0
Benachrichtigungen	2	2	2	2	2	2	2
Erweiterbarkeit							
Personalisierung	2	1	1	2	0	0	0
Schnittstellen	0	1	1	1	0	0	0
Datenstruktur	0	1	0	1	1	0	0
Summe	11	16	9	16	10	9	3

5 Fazit

Ziel des vorliegenden Artikels war es, kostenfreie Services zur Erstellung von Online-Communities auf Kommunikationsfunktionalitäten, Datenschutz, Kontaktmanagement, Anpassbarkeit und Administrierbarkeit zu testen. Untersucht wurden dabei die Dienste: mixxt, ning, Wackwall, SocialGO, Groupsite, PeopleAggregator und HayStack. Auf Basis der untersuchten Kriterien schneiden mixxt und SocialGo dabei am Besten ab. Während SocialGo beim Kontaktmanagement eine bessere Funktionalität liefert, kann mixxt im Bereich von Datenschutz und Datensicherheit punkten. Beide bieten jedoch gerade zur Kollaboration die notwendigen Funktionen, so dass diese Plattformen zur ersten Wahl gehören, wenn es um die Erstellung eines themenspezifischen Social Networks geht.

Referenzen

- Allan, K. (2005) *Explorations in Classical Sociological Theory: Seeing the Social World*, Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Boyd, D.M. und Ellison, N.B. (2007) 'Social network sites: definition, history and scholarship', *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, Nr. 1, <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.
- Even-Shoshan, M. und Gilad, T. (1999) 'Network your way to better recruitment', *Workforce Magazine*, Irvine, UK: Crain Communications, Vol. 5, Nr. 6, S.106–114.
- Holland, P.W. und Leinhardt, S. (1975) 'Perspectives on social network research', *Proceedings of the Advanced Research Symposium on Social Networks*, Hannover.
- Kowohl, U. und Krohn, W. (1996) 'Innovationsnetzwerke – Ein Modell der Technikgenese', in G. Bechmann and W. Rammert (Hrsg.) *Technik und Gesellschaft – Jahrbuch 8, Theoriebausteine der Techniksoziologie*, Frankfurt a.M.: Campus Verlag, S.77–105.
- Kriescher, M. (2009) 'Professional benefits of online social networking', *The Colorado Lawyer*, Vol. 38, Nr. 2, S.61–64.
- Smith, H.A. and McKeen, J.D. (2007): *Developments in Practice XXVI: Social Networks: Knowledge Management's "Killer Apps"?*, In: *Communications of the Association for Information Systems*, Vol. 19, Nr. 1, S. 611-621, Berkeley Electronic Press, USA