

Lucius, Andreas; Riske, Katrin

## Regionale Communities im Internet

*Pfeffer-Hoffmann, Christian [Hrsg.]; Hendricks, Wilfried [Hrsg.]: Generationenübergreifende Entwicklung gesellschaftlicher Perspektiven in der Niederlausitz. Ergebnisse des Projektes Anstoß. [Freiburg, Br.] : Centaurus 2011, S. 91-101. - (Beiträge zur gesellschaftswissenschaftlichen Forschung; 27)*



Quellenangabe/ Reference:

Lucius, Andreas; Riske, Katrin: Regionale Communities im Internet - In: Pfeffer-Hoffmann, Christian [Hrsg.]; Hendricks, Wilfried [Hrsg.]: Generationenübergreifende Entwicklung gesellschaftlicher Perspektiven in der Niederlausitz. Ergebnisse des Projektes Anstoß. [Freiburg, Br.] : Centaurus 2011, S. 91-101 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-53417 - DOI: 10.25656/01:5341

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-53417>

<https://doi.org/10.25656/01:5341>

in Kooperation mit / in cooperation with:



**CENTAURUS**

Verlag & Media KG

### Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

### Kontakt / Contact:

peDOCS  
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Mitglied der

  
Leibniz-Gemeinschaft

# Generationenübergreifende Entwicklung gesellschaftlicher Perspektiven in der Niederlausitz

Ergebnisse des Projektes *Anstoß*

Christian Pfeffer-Hoffmann / Wilfried Hendricks (Hg.)



**CENTAURUS**



*Anstoß* ist ein Projekt im Rahmen des Bundesprogramms XENOS – Integration und Vielfalt. Dieses Programm verfolgt das Ziel, Demokratiebewusstsein und Toleranz zu stärken und Fremdenfeindlichkeit und Rassismus abzubauen. Dabei geht es vor allem um präventive Maßnahmen gegen Ausgrenzung und Diskriminierung auf dem Arbeitsmarkt und in der Gesellschaft. Das Projekt wird durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds sowie durch die Bundeszentrale für politische Bildung und die Koordinierungsstelle Tolerantes Brandenburg gefördert.



## **Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86226-120-8

ISSN 0177-2740

*Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier.*

*Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.*

© CENTAURUS Verlag & Media KG 2011  
[www.centaurus-verlag.de](http://www.centaurus-verlag.de)

Umschlaggestaltung: Daniela Nicolai

Satz: Vorlage des Herausgebers

# Inhaltsverzeichnis

Einführung	
Christian Pfeffer-Hoffmann.....	7
Regionale Identität und gesellschaftlicher Zusammenhalt	
Christian Pfeffer-Hoffmann.....	11
Das Projekt <i>Anstoß</i> – eine strategische Einordnung	
Ulrich Dovermann.....	23
Vernetzung im Kontext von Demokratie- und Regionalentwicklung	
Martin Kuder, Manuela Kohlbacher .....	30
Ansatz und Methodik der Zukunftsprojekte	
Carolin Kiel.....	45
Intergenerationelles Arbeiten	
Manuela Kohlbacher, Jacqueline Bayer.....	54
Bildung und Lebensplanung im ländlichen Raum	
Manuela Kohlbacher.....	66
sorbisch modern	
Martin Kuder .....	80
Regionale Communities im Internet	
Andreas Lucius, Katrin Riske .....	91
Methoden und Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung des Projektes	
Ingo Siebert, Jasmin Rocha.....	102
Ausblick	
Christian Pfeffer-Hoffmann.....	111
Abbildungsverzeichnis .....	114

# Regionale Communities im Internet

Andreas Lucius, Katrin Riske

Die Entwicklungen der letzten Jahre zeigen, dass eine Welt ohne das Medium Internet kaum mehr vorstellbar ist. Durch das Internet entstehen Netzwerke, die alle zeitlichen und räumlichen Grenzen mit einem Klick aufheben. Das Web 2.0 macht die User vom Rezipienten zum Mitgestalter des World Wide Web. Die Veränderungen betreffen auch das reale Leben, wenn die Menschen ihrem Bedürfnis nach Kommunikation mithilfe digitaler Medien nachgehen. Besonders im ländlichen Raum können Online-Netzwerke genutzt werden, um Menschen einer Region einander näherzubringen. Indem sie sich etwa über Veranstaltungen, Neuigkeiten oder Ausflugsziele in der näheren Umgebung informieren, sich zu aktuellen Ereignissen austauschen und an der Meinungsbildung beteiligen, erlangen sie eine andere Lebensqualität.

## Digitale Partizipation an der Gesellschaft

Wird in den anderen beschriebenen Zukunftsprojekten im Projekt *Anstoß* auf die Vernetzung der Akteur/-innen in der Region durch Treffen, Nutzung von Telefon und E-Mail gebaut, auf Partizipation und Teilhabe an der Gesellschaft im Realen, so drängt es sich auf, im Zeitalter der Informations- und Wissensgesellschaft zusätzlich die Möglichkeiten des „Web 2.0“ zu nutzen. Denn Partizipation und Teilhabe an der Gesellschaft spiegeln sich im Digitalen: Das Internet, insbesondere die kollaborativen Elemente des „Web2.0“, ermöglicht digitale Partizipation. Es

- dient der Information
- unterstützt die Teilhabe an gesellschaftlicher Entwicklung

- fördert die individuelle Bildung
- gibt einen Nutzen für die Arbeit
- kann zur sinnvollen Freizeitnutzung beitragen.

Eines dieser, durch Mitarbeit der Nutzenden – der User – stark geprägten Elemente, stellen die Online-Communities, auch Webcommunities genannt, dar. Sie bieten digitale Teilhabe durch Vernetzung.

Die bekannten Communities Facebook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) oder Xing ([www.xing.com](http://www.xing.com)) sind besonders von beruflichen oder Freizeitinteressen geprägt. Dass räumliche Nähe in Netzwerken dennoch eine zunehmende Bedeutung annimmt, wird durch das Aufkommen von immer mehr Communities mit regionalem Fokus deutlich. Auf Lokalisten ([www.lokalisten.de](http://www.lokalisten.de)), Meine Leute ([www.meineleute.de](http://www.meineleute.de)), Meine Stadt ([www.meinestadt.de](http://www.meinestadt.de)) oder stayblue ([www.stayblue.de](http://www.stayblue.de)) schließen sich insbesondere Menschen aus der gleichen Stadt oder Region online zusammen. Die räumliche Nähe bietet einen Anknüpfungspunkt, der die Menschen miteinander verbindet.

In Städten können Online-Netzwerke genutzt werden, der Anonymisierung entgegenzuwirken. Muss man beispielsweise arbeitsbedingt in eine neue Stadt ziehen, so lassen sich online schnell und relativ einfach neue Kontakte für das reale Leben knüpfen. Ähnliches gilt für gering besiedelte Regionen, in denen man häufig die Menschen aus den umliegenden Ortschaften kaum kennt. Eine Community macht es möglich, Distanzen zu überwinden und trägt zu einer Vereinfachung der Kommunikation bei. Es können neue Menschen mit ähnlichen Interessen kennen gelernt werden, die eine Bereicherung für das Leben darstellen. Darüber hinaus lassen sich Themen diskutieren, die das Leben der Bewohner unmittelbar betreffen.

## Die Webcommunity *Anstoss-Community*

In diesem Zukunftsprojekt haben wir eine Webcommunity aufgebaut und Möglichkeiten der Nutzung getestet. Das verbindende Thema der *Anstoss-Community* ist die Region Niederlausitz. In der Community können verschiedene Interessengruppen zueinander finden. Zum einen steht ein geschlossener Bereich den Jugendclubs, Vereinen oder anderen Usern zur Verfügung, in dem sich die Informationsanbieter und die Nutzer/-innen über gruppenrelevante Themen austauschen können. Zum anderen steht ihnen die gesamte Community offen, wenn es um Themen geht, die über die jeweilige Gruppe hinaus interessant sind.

## Community-Baukästen als Möglichkeit zum Aufbau der Community

Das Programmieren eigener Websites oder einer eigenen Online-Community nach individuellen Wünschen ist mit Kosten verbunden, die für einen Jugendclub oder kleinere Kommunen mit geringen finanziellen Mitteln kaum zu bewerkstelligen sind. Ein Baukasten scheint in solchen Fällen eine gute Lösung zu sein, die Idee einer Community auf einfache und günstige Weise umzusetzen. Zahlreiche Anbieter machen es heute möglich, binnen kurzer Zeit das Gerüst eines sozialen Netzwerkes zu schaffen, das die wichtigsten Community-Funktionen bereithält. Bei einigen Anbietern ist das Angebot kostenfrei, allerdings wird in diesem Fall die Seite meist über Werbung innerhalb der Community finanziert und zudem gibt es Hinweise auf die Herkunft des Baukastens.<sup>23</sup> Wer sich mehr Unabhängigkeit wünscht, kann eine kostenpflichtige „White Label Community“ buchen, bei der man monatlich einen bestimmten Betrag an den Anbieter zahlt. Als Gegenleistung kann man sein eigenes Layout in die Community einbinden, eine unabhängige Domain wählen; sämtliche

---

<sup>23</sup> Viele Anbieter setzen auf ein Freemium-Modell, bei dem die Basisdienste gratis sind (also *for free*) und für weitere Dienste (z. B. weitere Community-Funktionen) ein Preis verlangt wird (Premium-Version).

Hinweise auf den Community-Provider fallen weg. Die Mitglieder der Community nehmen das „White Label“ als unabhängiges Produkt wahr. Die monatlichen Kosten belaufen sich auf etwa 20 Euro.

Zu den bekanntesten Baukasten-Anbietern gehören Mixxt ([www.mixxt.de](http://www.mixxt.de)), Sixgroups ([www.sixgroups.com](http://www.sixgroups.com)), Ning ([www.ning.com](http://www.ning.com)), Grouply ([www.grouply.com](http://www.grouply.com)), Grou.ps ([www.grou.ps](http://www.grou.ps))<sup>24</sup>, Yooco ([www.yooco.de](http://www.yooco.de)), myPeopls ([www.mypeopls.de](http://www.mypeopls.de)) und MyFaible ([www.myfaible.de](http://www.myfaible.de)). Weltweiter Marktführer ist der Anbieter Ning, der bereits im Oktober 2005 an den Start ging und mittlerweile aufgrund des zeitlichen Vorsprungs das umfangreichste Baukasten-Angebot bereitstellt. So kann man Applikationen in die Community einbauen (z. B. Spiele, Landkarten oder Musik-Streams). Diese ermöglichen mehr Abwechslung auf der Seite und können dazu beitragen, dass sich die Mitglieder länger in der Community aufhalten. Als amerikanischer Anbieter bringt Ning allerdings Probleme bei der Lokalisierung mit sich. So sind Teile der Community schlecht übersetzt und einige der eingebundenen Applikationen nur in englischer Sprache verfasst. Auf dem deutschen Markt haben sich besonders die Anbieter Mixxt und Sixgroups erfolgreich etabliert und bieten hochwertige Baukasten-Systeme an.

Wir haben uns im Rahmen des Zukunftsprojektes mit den aufgeführten Anbietern beschäftigt und ihre Stärken und Schwächen analysiert. Trotz einiger Unterschiede waren alle Baukästen grundsätzlich ähnlich aufgebaut, besonders was den Funktionsumfang betrifft. Nahezu alle Netzwerke verfügen über eine eigene Profilseite, eine Mitglieder-Übersicht, Foren sowie die Möglichkeit, Widgets<sup>25</sup> einzubauen. Ning und Mixxt bieten darüber hinaus Medien-Module (Foto und Video), ein Redaktionssystem, Blog, Wiki, Foren, Chat oder einen Veranstaltungskalender an. Die Unter-

---

<sup>24</sup> Nicht in deutscher Sprache verfügbar.

<sup>25</sup> Widget: Miniaturanwendungen, die in die Community eingebettet werden können.



schiede liegen meist im Design sowie in einigen Einstellungen, die durch Administrator/-innen der Community vorgenommen werden können.



Abbildung 19 Ansicht der Webcommunity bei mixxt.de.

Hat man sich für einen Anbieter entschlossen, ist die Anmeldung der Community mit wenigen Eingaben schnell erledigt. Wie bei jeder anderen Registrierung müssen Name und E-Mail-Adresse der/des Gründer/-in angegeben und einige Fragen zu der Community beantwortet werden: Wie soll der Name des sozialen Netzwerks lauten? Worum geht es in der Community? Wie soll die URL heißen? Die Community ist dann vorerst als eine Unterdomain des Anbieters registriert.

Ist die Anmeldung abgeschlossen, kann die Community direkt nach eigenen Vorstellungen zusammengebaut werden. Gründer/-in oder Administrator/-in können im geschlossenen Admin-Bereich eine Fülle von Einstellungen vornehmen. Hierzu gehört beispielsweise das Design der Community, das aus unterschiedlichen Vorlagen ausgewählt wird. Es können verschiedene Module und Funktionen an- und ausgeschaltet werden. Soll das Netzwerk beispielsweise nur zum Management von Veranstaltungen genutzt werden, wird einzig das Veranstaltungs-Modul aktiviert. Soll die Community mehr einem redaktionellen Zweck dienen, lässt sich die Seite mit einem Nachrichten- oder Redaktions-Modul oder auch einem Wiki gestalten. Werden alle Funktionen aktiviert, haben die Mitglieder die Möglichkeit, auf unterschiedlichste Weise zu kommunizieren.

Neben den Einstellungen der einzelnen Funktionen werden im Admin-Bereich ferner die Fragen für das persönliche Profil formuliert, das Menü und die Struktur der

Startseite genau festgelegt und Einstellungen zur Privatsphäre vorgenommen. Letztere können besonders beim Anbieter Mixxt fein reguliert werden. Der Administrator legt hier genau fest, inwieweit Inhalte der Community im Internet zugänglich sein sollen. Allerdings müssen die Mitglieder alle individuellen Privatsphäre-Einstellungen selbst vornehmen, also beispielsweise, wer die eigene Profilseite sehen darf.

Ein wichtiger Aspekt für den Administrator ist die Mitglieder-Verwaltung. In diesem Bereich gewinnt man einen Überblick über alle angemeldeten User in der Community und kann bei Regelverstößen einzelne Mitglieder abmahnen oder ganz von der Community ausschließen.

Die Vorteile eines Baukasten-Systems liegen insbesondere in den geringen Kosten sowie in der Einfachheit der Bedienung. Fast jede/r fortgeschrittene Internetnutzer/-in kann problemlos eine Community erstellen, sie verwalten sowie der Community als einfaches Mitglied beitreten und dort Inhalte produzieren und rezipieren.

In der Einfachheit liegen aber auch die Einschränkungen begründet, die man als Community-Gründer/-in in Kauf nehmen muss. Eine nach eigenen Wünschen individuell gestaltete Seite kann mit einem Baukasten nur mit Abstrichen realisiert werden. Es stehen nur die zur Verfügung gestellten Module zur Auswahl. Das sind inzwischen zwar eine ganze Menge und die Anbieter entwickeln stetig weitere, um für die Kunden attraktiv zu sein; spezielle Wünsche bedeuten aber eigene Programmierarbeit. Die Startseite kann zwar nach eigenen Ideen angeordnet und das Menü mit selbst formulierten Menüpunkten festgelegt werden, wenn allerdings Kleinigkeiten in einem Modul verändert werden sollen, beispielsweise eine erklärende Beschreibung oder ein größeres Textfeld hinzugefügt werden sollen, sind schnell die Grenzen des Baukastens erreicht.

Die Idee der Vernetzung auf verschiedenen Ebenen kann zwar über einen Baukasten realisiert werden, allerdings sind die Funktionen und individuellen Gestaltungsmög-

lichkeiten der Gruppenseiten eingeschränkt. Bei Mixxt können Gruppen lediglich ein Forum, Textboxen und das Bildermodul nutzen sowie eine Shoutbox<sup>26</sup> aktivieren. Eine Möglichkeit, die Gruppenseite anders zu gestalten und sich von anderen Gruppen durch ein prägnantes Design abzuheben, gibt es nicht. Wenn die Gruppenmitglieder z. B. auf einen internen Veranstaltungskalender zugreifen möchten oder einen redaktionell gepflegten Bereich anbieten wollen, bietet ihnen Mixxt keine Funktionen hierfür. Die ursprüngliche Idee, die Community für die Niederlausitz bilingual zu gestalten, also sowohl in deutscher als auch in sorbischer Sprache, kann mit einem Baukasten nur in Teilen umgesetzt werden.

Die erforderliche Hardware geht nicht über das Maß einer zeitgemäßen Computerausstattung hinaus. Die User benötigen einen Internetanschluss, Browser und Betriebssystem sind dabei beliebig.

### **Die Community zum Leben erwecken**

Wurde die Community wunschgemäß eingerichtet, beginnt die eigentliche Arbeit: Es müssen Mitglieder gefunden werden, die Interesse haben, die Community zum Leben zu erwecken und aktiv mitzugestalten. Besonders am Anfang ist man auf die intensive Nutzung durch einige wenige User angewiesen, die Inhalte in Form von Texten, Bildern oder Videos erzeugen und einstellen. Im Idealfall berichten die User ihren Freundinnen und Freunden von der Community und laden sie ein, sich anzumelden. So werden mehr und mehr Mitglieder gewonnen, bis eine kritische Masse erreicht ist, die dafür sorgt, dass die Community zu einem Selbstläufer werden kann, das heißt, aus sich selbst heraus zu leben beginnt. „Eine besondere Bedeutung kommt vor diesem Hintergrund der kritischen Masse zu, die sich auf die subjektiv wahrgenommene Attraktivität der bereits in einem System (z. B. Community) vor-

---

<sup>26</sup> Eine Shoutbox ist eine Art digitales Gästebuch bei Mixxt, in dem Nachrichten hinterlassen werden können.

handenen Nutzerzahl bezieht. Wenn eine bestimmte Anwender- oder Teilnehmeranzahl überschritten ist und der Nutzen eines Netzwerks damit ein bestimmtes Niveau erreicht hat, ist zu erwarten, dass die Teilnehmer das Netzwerk auch in Zukunft nutzen werden und dass die Anzahl der Neukunden, die zusätzlich hinzukommen, stärker zunehmen wird.<sup>27</sup> Diesen Punkt zu erreichen, ist ein schwieriges Unterfangen, das nicht immer gelingt. Schließlich gibt es mittlerweile eine Vielzahl sozialer Netzwerke, die um die Gunst der Internetnutzer buhlen. In Gesprächen mit Jugendlichen aus der Region zeigte sich, dass insbesondere Jappy, MySpace, StudiVZ bzw. SchülerVZ oder Facebook in hohem Maße genutzt werden. Regionale Netzwerke spielten bei der Internetnutzung der Jugendlichen bisher keine herausragende Rolle. Trotz der regionalen Zusammengehörigkeit ist es im Anfangsstadium der Community schwierig, einen Anreiz zu schaffen, sich in einer Community anzumelden. Werbemaßnahmen und Gewinnspiele können kurzfristig zu einer Erhöhung der Nutzerzahlen führen. Doch mittlerweile lassen sich die Internetnutzer selbst damit nicht mehr locken. In den letzten Jahren ist es zu einem enormen Aufkommen sozialer Online-Netzwerke gekommen. Viele User sind inzwischen in mehreren Netzwerken gleichzeitig angemeldet und eher unwillig, sich in einer weiteren Community zu registrieren. Besonders in der Startphase der Community müssen kontinuierlich motivierende Ansprachen seitens des Betreibers erfolgen, die dazu anregen, Chat, Foren, Blog und Co. weiter zu nutzen. Trotzdem kann es vorkommen, dass sich Mitglieder in der Community anmelden, ihr spezifisches Interesse nicht geweckt wird und sie sich auf lange Zeit nicht erneut einloggen.

Mehrfach haben wir uns in unserem Projekt mit den oben erwähnten Problemen konfrontiert gesehen. Letztendlich zeigte sich, dass eine Community mit ihrem Themenschwerpunkt überzeugen muss, vor dessen Hintergrund sich die Menschen

---

<sup>27</sup> Hass, Berthold; Walsh, Gianfranco; Kilian, Thomas (2008): Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien, Berlin, S. 40.

miteinander vernetzen wollen. Den Nutzer/-innen muss von vornherein vermittelt werden, wie sie die Community für ihre individuellen Bedürfnisse nutzen können und welche Vorteile das Netzwerk für sie bereithält.

Dementsprechend haben wir versucht, uns zielgruppenspezifisch an mögliche Nutzergruppen zu wenden. In Gesprächen mit Akteuren in der Region haben wir festgestellt, dass beispielsweise einige Jugendclubs über gut gepflegte Webauftritte verfügen, diese aber von einigen wenigen Personen abhängen, die viel Zeit in den Bau und in die Pflege einer solchen Seite investieren. Inhalte können nur von diesen „Admins“ eingestellt werden. Verlassen sie die Region oder verlieren sie das Interesse, stagniert der Webauftritt. Mit einer Webcommunity wird der Zugang allen Jugendlichen ermöglicht. Auch Mitglieder mit geringen Internetkenntnissen können Veranstaltungen eintragen, über Themen diskutieren oder sogar selbst mit wenigen Klicks eine eigene Webcommunity gründen.

**Anstoß**  
Leben in der Niederlausitz  
**ANSTOSS.MIXXT.de**  
Die neue Webcommunity für die Niederlausitz

**anstoß**  
Perspektiven  
in der Niederlausitz

**Startseite** **Anstoß informiert** **Ich + Wir** **Auf dem Laufenden** **Stoß an!** **Gehört + Gesehen** **MCRD**

Neu bei Anstoß

Meine Seite  
Gruppen  
Mitglieder  
Chat

Veranstaltungen  
Anstoß aktiv

Blog  
Foren  
Fußspuren in deiner Region

Bilder  
Videos  
Dateien

austauschen  
ernetzen  
Musik  
übersichtlich  
sicher

**Ereignisse** **Fußspuren**

**Heimat** **Kultur** **Region**  
Verein

**anstoßen** **Freunde**  
Ausbildung

Tipps  
Konzerte  
Schule  
**Gruppen**  
**Partys** **Sport** einfach

**Kontakte** **Sport** einfach

... und noch mehr findest du direkt vor deiner Haustür und im Internet unter  
[www.ANSTOSS.MIXXT.de](http://www.ANSTOSS.MIXXT.de)

Abbildung 20 Community-Plattformen als Möglichkeit zum Austausch.

Die Webcommunity, die im Rahmen des Projektes *Anstoß* entstanden ist, bietet die Chance, als Gruppe in ein spannendes Netzwerk einzutreten und neue Kontakte zu knüpfen, z. B. zu Jugendclubs aus der Region. Anstatt sich durch die Gründung unterschiedlicher neuer Communities voneinander abzuschotten, kann über eine größere Community, auf der mehrere Jugendclubs, aber auch Seniorentreffs o. ä. vertreten sind, eine Annäherung erfolgen, die auch Vorteile für das reale Leben bietet.

Die Nutzung einer Community wird im Projekt von interessierten Gruppen als wirksames Vernetzungs- und Kommunikationsinstrument verstanden. Getragen von einem Gruppeninteresse, ist es plausibel, zusätzlich zu den privat genutzten Online-Communities an einer regionalen Community beteiligt zu sein. Diese als Ersatz für die schon etablierten und stark beworbenen Online-Communities zu sehen, ist nicht realistisch. Diese Gruppen-Webcommunities werden genutzt, um die „statischen“ Webseiten und die einzelnen Homepages abzulösen. Damit wird die Gruppenkommunikation flexibler, aktueller und gleichzeitig auf eine breite Basis gestellt. Das damit verbundene Know-How ist nicht allein an eine/-n Admin gebunden und kann so besser erhalten werden.

## **Fazit**

Community-Baukästen stellen eine einfache, schnelle und kostengünstige Möglichkeit dar, ein soziales Netzwerk ins Leben zu rufen. Der Funktionsumfang heutiger Baukästen ist in der Regel sehr umfangreich, so dass alle gewöhnlichen Community-Tools vorhanden sind: Vom Schreiben von Nachrichten über das „Anstupsen“ und Verfassen eines Blog-Eintrags bis hin zum Hochladen von Bildern und Videos sind der/dem Nutzer/-in keine Grenzen gesetzt. Ein Nachteil sind die Einschränkungen, die man beim Einsatz einer solchen Vorlage in Kauf nehmen muss.

Die größte Schwierigkeit beim Aufbau einer regionalen Community stellt das „zum Leben erwecken“ dar. Und das funktioniert nur mit Hilfe der intensiven Unterstüt-

zung der Mitglieder, die selbst ein Interesse für die Community entwickeln müssen. Potenzielle Mitglieder sollen daher dort abgeholt werden, wo ihre eigenen Interessen und Wünsche an eine Community liegen.

## **Literatur**

AGOF internet facts 2009-III: <http://www.agof.de/index.583.html> (28.12.2009).

Ebersbach, Anja; Glaser, Markus; Heigl, Richard (2008): Social Web. Konstanz.

Hass, Berthold; Walsh, Gianfranco; Kilian, Thomas (2007). Web 2.0. Neue Perspektiven für Marketing und Medien. Berlin.

Statistisches Bundesamt (2009): Informationsgesellschaft in Deutschland - Ausgabe 2009. Wiesbaden.

Tichenor, Phillip; Donohue, George A.; Olien, Clarice N. (1970): Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge. In: Public Opinion Quarterly, 34, S. 159 ff.

Zillien, Nicole (2009): Digitale Ungleichheit. Neue Technologien und alte Ungleichheiten in der Informations- und Wissensgesellschaft. Wiesbaden.