

# Inhalt

## Vorwort und Navigator 9

---

### 1 Grundlagen und Beispiele 13

1.1 Internetalisierung 14

1.2 E-Business ist Beziehungsmanagement 19

1.3 Business Communities – Ziel, Kern, Konzept 24

1.4 Kleine Community-Geschichte 31

1.5 Wer macht Wie Was? 37

1.6 Beispiele, Beispiele, Beispiele 47

1.7 Communities quer gedacht, Teil I:  
Geld oder Liebe? Erfolgsfaktoren beim Community Building aus  
soziologischer Sicht (Volz, Deutsch, Menez) 98/ - 102

1.8 Communities quer gedacht, Teil II:  
(Software-)Agenten (Krüger) 107

1.9 Communities quer gedacht, Teil III:  
Aufbau von Online-Geschäftsbeziehungen als Schlüssel zur  
erfolgreichen Gestaltung von Handel im Internet  
(Cothrel, McBrearty, Perlman) 120

---

### 2 Strategien und Geschäftsmodelle 127

2.1 Entwicklungsphasen der Internet Economy 127

2.2 Vorgehenszyklus für die Realisierung 129

2.3 Geschäftsstrategien für erfolgreiche Business Communities 129

2.4 Geschäftsmodelle 135

2.5 Fallstudie: Internet-Geschäftsmodelle für die Musikindustrie  
(Hörning) 144

2.6 Wirtschaftlichkeit und Wertmessung 156

---

### 3 Geschäftsstrukturen 173

3.1 Rollen und Prozesse 173

3.2 Betreiber-Rollen 174

3.3 Betreiber-Lebenszyklus 181

3.4 Betreiberprozesse 183

3.5 Partnermodelle für Anbieter und Betreiber 187

3.6	<b>Mitglieder-Rollen</b>	190
3.7	<b>Mitglieder-Lebenszyklus</b>	192
3.8	<b>Mitglieder-Prozesse</b>	195
<b>4</b>	<b>Community-Kultur</b>	197
4.1	<b>Pflicht oder Kür?</b>	197
4.2	<b>Orientierung innerhalb der Business Community</b>	199
4.3	<b>Fallstudie: Online-Events als Erfolgsfaktor am Beispiel der jobfair24 (Hofmann)</b>	206
4.4	<b>Motivation und Anreize</b>	212
4.5	<b>Gezielter Vertrauensaufbau</b>	223
4.6	<b>Fallstudie: Die Rolle des Trust Partners Helaba in einem Collaborative Business Network (Jentsch)</b>	236
<b>5</b>	<b>Wissensmanagement</b>	243
5.1	<b>Herausforderung Wissensmanagement</b>	243
5.2	<b>Wissens-Communities</b>	247
5.3	<b>Analyse der Kommunikation</b>	251
5.4	<b>Fallstudie: GENO-Communities</b>	260
<b>6</b>	<b>Technologie</b>	267
6.1	<b>Das Framework</b>	269
6.1.1	<b>Webserver</b>	270
6.1.2	<b>Datenbankserver</b>	273
6.1.3	<b>Applikationsserver</b>	274
6.1.4	<b>Middleware</b>	276
6.1.5	<b>Markup-, Skript- und Programmiersprachen</b>	285
6.1.6	<b>Schnittstellen</b>	296
6.1.7	<b>Personalisierung</b>	297
6.1.8	<b>Content Management</b>	301
6.1.9	<b>Mobiler Zugriff</b>	305
6.1.10	<b>Transaktionen und Sicherheit</b>	308
6.1.11	<b>Communities in 3D für kommerzielle und professionelle Anwendungen (Wäscher, Müller und Fleckstein)</b>	315
6.2	<b>Funktionales Design</b>	321
6.2.1	<b>Navigation und Hilfefunktionen</b>	323
6.2.2	<b>Information</b>	324
6.2.3	<b>Kommunikation</b>	327
6.2.4	<b>Kooperation</b>	332
6.2.5	<b>Partizipation</b>	335

- 6.2.6 Transaktion 338
- 6.2.7 Administration/Moderation 341

---

## **7 Auswahl von Community-Software 347**

- 7.1 **Allgemeines Auswahlverfahren 347**
  - 7.1.1 Anforderungsanalyse 348
  - 7.1.2 Erstellung einer Anbieterliste 349
  - 7.1.3 Analyse der Systeme 351
  - 7.1.4 Bewertung der Systeme 352
- 7.2 **Auswahlverfahren für und mit der Community-Tool-Studie 355**
  - 7.2.1 Auswahl- und Bewertungsverfahren der Studie 355
  - 7.2.2 Verwendung der Community-Tool-Studienergebnisse 360

---

## **8 Herausforderungen für die Zukunft? 391**

**Executive Summary und Checklisten 399**

**A Glossar 407**

**B Literatur 413**

**C Die Autoren 423**

**Index 427**