

Patrick Gruban

Das kommerzielle Dilemma: Online Communities zwischen Idealismus und finanziellen Anreizen

Die erste große Erfolgreiche Online Community war The Well, die Howard Rheingold zu seinem Buch „The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier“ inspirierte. Fred Turner beschrieb 2005 in seinem Paper „Where the Counterculture Met the New Economy: Revisiting the WELL and the Origins of Virtual Community“ wie stark die Wurzeln dieser Online Gemeinschaft von der Kommunen-Bewegung der 60er-Jahre beeinflusst wurde, vor allem von „The Farm“ einer „Intentional Community“, die ein alternative Art des gemeinsamen Lebens und Arbeitens fernab von anderen Menschen propagierte.

In der Folge sind einige der erfolgreichsten Websites, die auf einer Community basieren, nicht kommerziell ausgerichtet. Darunter „Craig’s List“ des ehemaligen WELL-Mitglieds Craig Newmark, Open Source Software Projekte oder Wikipedia. Den Gründern wurde oft Unverständnis entgegengebracht, denn mit Einnahmen hätten diese Projekte schneller Wachsen können, so die Kritiker. Auf der anderen Seite sind in der ersten Welle der New Economy Ende der 90er etliche Online Communities an mangelnden Werbeerlösen gescheitert – ein Problem mit dem heute Seiten wie YouTube und StudiVZ kämpfen.

Der Vortrag zeigt die verschiedenen Probleme auf, die durch monetäre Anreize für einen Teil der Beteiligten an einer Community entstehen und zeigt auf der anderen Seite wie etliche Projekte sich ohne externe Einnahmen finanzieren können.