www.ekwus.de - die Reiter-Community - realisiert durch Community Labs

Boris Aljancic, Niki Aljancic, Michael Clasen, Susanne Stricker

Ekwus GbR
boris.aljancic@community-labs.net, niki.aljancic@community-labs.net,
clasen@eSimplexity.com, stricker@eSimplexity.com

Abstract: Web-Communities wie Xing, StudiVZ, Facebook oder MySpace sind die erfolgreichsten Vertreter von Web 2.0-Anwendungen. Gerade die junge Generation (Generation 2.0) verwendet Web-Communities nicht nur zur Selbstdarstellung, sondern auch zur Kommunikation. Dieser Beitrag stellt EKWUS – die Community für Pferdefreunde vor, die mit Hilfe der innovativen Plattform von Community Labs realisiert wurde. Nach einem kurzen allgemeinen Überblick über den Markt an Web-Communities wird die Community EKWUS und die technologische Basis näher vorgestellt. Abschließend werden erste Erfahrungen bzgl. der Akzeptanz der Nutzer und der technischen Realisierung berichtet.

1 Einleitung

Web-Communities wie Xing, StudiVZ, Facebook oder MySpace sind die erfolgreichsten Vertreter von Web 2.0-Anwendungen. Kennzeichnend für Web 2.0-Anwendungen ist, dass der größte Teil der Inhalte von den Nutzern selbst beigesteuert wird und der Betreiber „lediglich“ eine Kommunikationsplattform im WorldWideWeb bereitstellt und ggf. als Moderator tätig wird. Auf Grund des beachtlichen Erfolges dieser Communities stellen diese einen attraktiven Platz für online Werbung dar.

Gerade die junge Generation (Generation 2.0) verwendet Web-Communities nicht nur zur Selbstdarstellung, sondern vor allem zur Kommunikation. Die klassische E-Mail aber auch Instant Messaging-Dienste wie ICQ werden mehr und mehr durch Pinwandbeiträge und interne Nachrichten auf diesen Plattformen ersetzt. So ist es wenig verwunderlich, dass diese Web 2.0 Communities enorme Besucherzahlen aufweisen. Im August 2008 erreichten die oben genannten Communities folgende Rangplätze (Zahlen in Klammern) beim Alexa-Benchmarking (www.alexa.com) auf: MySpace.com (7), Facebook.com (5) und StudiVZ.net (140). Damit gehören MySpace.com und Facebook.com weltweit zu den Top 10 der am meisten besuchten Websites. Betrachtet man nur deutsche Internetnutzer zeigt sich ein ähnliches Bild.

Aufgrund von Netzeffekten und Pfadabhängigkeiten sind die Hits, die eine Site im Web erhält häufig potenzverteilt (Cl05). Sehr wenige Seiten erhalten daher nahezu alle Hits, während alle anderen Seiten kaum Aufmerksamkeit finden. Aus diesem Grunde wäre es aus ökonomischer Sicht nahezu aussichtslos, einer Community wie MySpace Konkurrenz machen zu wollen. Erfolgversprechender sind Nischenstrategien, bei der einer eng definierten Zielgruppe eine maßgeschneiderte Plattform angeboten wird. Ein weiterer Vorteil thematisch fokussierter Web-Sites ist die Möglichkeit, höhere Werbeeinnahmen

pro Nutzer zu erzielen, da die Zielgruppe bekannt und eng umrissen ist. Auf diese Weise können die Streuverluste der Werbung reduziert werden.

3 EKWUS – die Community für Pferdefreunde

Die neue Web-Community www.ekwus.de ist eine Plattform, die eng auf die Zielgruppe Reiter und Pferdeleute zugeschnitten ist. Hier können Reiter und Pferdeliebhaber neben vielen weiteren Features, sich selbst und ihr Pferd darstellen, sich mit Gleichgesinnten austauschen, Termine einstellen und Fotos ihres Lieblingspferdes veröffentlichen und durch die Community bewerten lassen.

Entgegen dem Konzept von bestehenden Web Communities wie StudiVZ und Xing, stellen bei Ekwus Mensch und Pferd eine Einheit dar. Menschen werden in einem Profil vorgestellt, das Pferd bezieht einen virtuellen Stall. Die übrigen Nutzer haben die Möglichkeit die Ställe der anderen zu bewerten, wobei die Skala vom „Klepper“ bis zum „Kracher“ reicht. Die zehn am besten bewerteten Ställe werden in den „Ekwus Top 10“ gesondert dargestellt. Andere Mitglieder findet man, in dem man sich entweder die Kurzprofile der Community nach einen Zufallsprinzip anzeigen lässt, oder aber nach ausgewählten Kriterien gezielt sucht.

Die Kommunikation findet entweder über öffentliche oder wahlweise auch private Einträge auf der Pinnwand eines Mitgliedes statt, oder aber innerhalb von offenen Gruppen oder geschlossenen Clubs. Durch ihre Aktivität innerhalb der Community sammeln die Nutzer digitale Leckerlis, die sie später für besondere digitale Vorteile wieder ausgeben können. So steht zum Beispiel die Implementierung einer allgemeinen Pinnwand bevor, auf der man gegen eine Gewisse Summe an gesammelten Leckerlis Einträge „anheften“ kann, die dann von der gesamten Community gesehen werden.

4 Das technologische Rückgrat für themenspezifische Online Communities

Realisiert wurde Ekwus mit Hilfe der innovativen Lösung von Community Labs (www.community-labs.net), einer modular aufgebauten, konfigurierbaren und speziell für Online Communities entwickelten Plattform. Das Konzept (siehe auch Abbildung 1) basiert auf der Idee, gleich gesinnte Menschen mit besonderen Themen, Produkten und/oder Marken zu verbinden und hierfür einen geeigneten virtuellen Ort im WWW zur Verfügung zu stellen.

Die Firma Community Labs hat die Lösung entwickelt und erweitert ihr System permanent weiter. Zusammen mit kundenindividuellen Leistungen wird das Produkt hierbei mit der Philosophie „Software-as-a-Service“ vertrieben, d. h. Kunden bzw. Online Community Betreiber können ohne die üblichen hohen Investitionskosten eine individuell angepasste Online Community mieten, die schon innerhalb von 2 Wochen zur Verfügung gestellt werden kann. Die schnelle Bereitstellung erfolgt dank des modularen Charakters der Lösung, welches trotz seiner Funktionsvielfalt einfach konfiguriert und schnell mit Stammdaten (z. B. Pferderassen, Automodelle, sprachenabhängige Texte,

etc.) befüllt werden kann. Nach dem initialen Setup, der Konfiguration und der optional angebotenen UI-Gestaltung übernimmt Community Labs den operativen Betrieb und die Wartung der Website.

Abbildung 1: Das Konzept der Firma Community Labs

Eine Vielzahl an innovativen Funktionen ist bereits neben herkömmlichen Web 2.0-Anwendungen im Komplettpaket enthalten, z. B.

- Mehrsprachigkeit
- Multiple Profile für Mitglieder und Objekte (z. B. Pferde, Autos, …)
- Digitale Währung als Zahlmittel für virtuelle Gegenstände/Aktionen
- Belohnungssystem für aktive Mitglieder mit besonderen Auszeichnungen
- diverse Cockpits für Betreiber und Mitglieder

Mit dem Evolutionspaket erwirbt der Betreiber zusätzlich die Option auf periodische Upgrades mit Erweiterungen und Verbesserungen, wobei Kunden sogar im Dialog mit Community Labs direkt auf die Entwicklung neuer Funktionen Einfluss nehmen können. Durch die hohe Kundenorientierung steigt der Funktionsumfang der Lösung kontinuier-

lich an, ohne dass die Betreiber sich um Technologie oder Entwicklung kümmern müssen.

5 Nutzerakzeptanz und Erfahrungen

Nach einer mehrmonatigen Konzeptphase erfolgte die technische Realisierung von Ekwus innerhalb von zwei Wochen mit Hilfe der innovativen Lösung von Community Labs. Nach einem geschlossenen Betatest mit 30 ausgewählten Usern ging die Community Ekwus am 12. September 2008 in eine offene Betaphase. Bereits innerhalb der ersten 4 Wochen meldeten sich über 500 User bei Ekwus an, nach 8 Wochen hatte Ekwus bereits knapp 1000 User (siehe Abbildung 2).

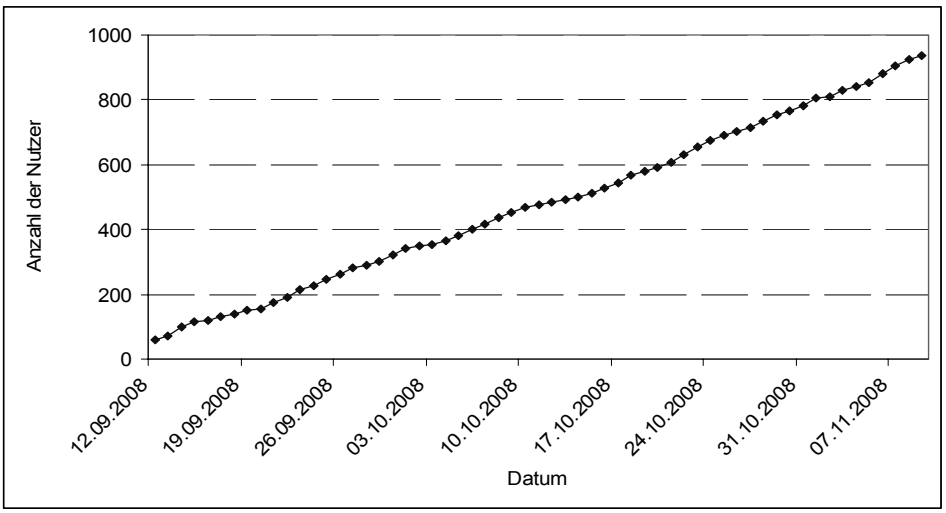

Abbildung 2: Entwicklung der Nutzerzahlen zum Start von Ekwus, September – November 2008

Das Feedback der Nutzer ist durchweg positiv: "Ne Freundin aus dem Reitstall hat mir den Link geschickt. Seitdem ist unser ganzer Stall vom "Ekwus"-Fieber gepackt, täglich gibts neue Berichte... Ne tolle Seite...". Ekwus Mitglieder sind begeistert, dass sie sich aktiv an der Diskussion um die Verbesserungen und Erweiterungen der Community beteiligen können.

Literaturverzeichnis

[Cl05] Clasen, M.: Erfolgsfaktoren digitaler Marktplätze in der Agrar- und Ernährungsindustrie, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden. 2005.