

Relevanz und Messung von Sense of Community im virtuellen Kontext

Dagmar Abfalter¹, Melanie Zaglia¹, Julia Müller², Florian Kraler¹

¹ Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus
Universität Innsbruck
Universitätsstr. 15
A-6020 Innsbruck
dagmar.abfalter@uibk.ac.at
melanie.zaglia@uibk.ac.at
florian.kraler@sudent.uibk.ac.at

² Institut für Betriebswirtschaft, Lehrstuhl für Unternehmensführung
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Große Steinstr. 73
D-06108 Halle (Saale)
julia.mueller@wiwi.uni-halle.de

Abstract: Ein ständig wachsender Zweig der Innovationsforschung versucht die Dynamik innerhalb von virtuellen Communities besser zu verstehen. Das Konzept Sense of Community (SOC), das in Offline- Communities das Verhalten von Mitgliedern erklärt, leistet einen Beitrag zu diesem Verständnis und wird als Gefühl einer Verbundenheit mit der Gruppe und deren Mitgliedern beschrieben. Da dieses Konzept bisher noch nicht im virtuellen Kontext erprobt wurde, zielt dieser Aufsatz darauf ab folgende Fragestellungen zu beantworten: Entwickeln auch Mitglieder in virtuellen Communities einen „Sense of (Virtual) Community“ (SOVC)? Kann SOVC mit Hilfe des Sense of Community Index 2 (SCI2) sinnvoll gemessen werden? Unsere Ergebnisse aus einer deutschen virtuellen Community für Senioren zeigen, dass auch Online-Communities einen Sense of Virtual Community entwickeln. Das von Chavis et al. entwickelte Instrument SCI2 kann zwar prinzipiell zur Messung dieses Konzepts verwendet werden, sollte jedoch stärker an den Online-Kontext und die Virtualität der Beziehungen angepasst werden. Insbesondere die Skala „Einfluss“ bedarf diesbezüglich einer Überarbeitung um zur Messung von SOVC herangezogen werden zu können.

Acknowledgement: Wir danken den Teilnehmerinnen und Teilnehmern von feierabend.de für die Unterstützung bei dieser Studie und zwei anonymen Reviewern für wertvolle Hinweise zur Überarbeitung des Beitrags