

---

# Auswirkungen von Online-Communities auf Wirtschaft und Gesellschaft

Anne Wangrin ([www.wangrin.de](http://www.wangrin.de))

Bastian Scheefe ([www.support-real-life.de](http://www.support-real-life.de))

# Ablauf

---

- **Entwicklung**
- **Identitätsprinzip**
- **Genossenschaft vs. web 2.0**
- **Autonomie**
- **Identitätsgruppen**
- **Bewegung!**
- **Diskussion**

# Entwicklung

---

- Sich entfremdende Konzerne
- Kurzfristige Erfolge
  - Shareholder Value
- Vernachlässigung d. Kundenbedürfnisse

# Entwicklung

---

- Spaßgesellschaft ⇨ Wertegesellschaft
- Massengesellschaft ⇨ Konsumrebellien
- Resultierend:
  - denkende,  
handelnde Konsumenten

# Identitätsprinzip

---

**Kunde = Produzent**

# Genossenschaft vs. Web 2.0

---

Zwei Typen von Communities

1. Kunde  $\neq$  Produzent
2. Vermittler zwischen Kunde und Produzent
  1. natürlich wachsende Communities
  2. künstliche Communities

ABER:

# Communities sind autonom!

---

Communities entwickeln sich weiter

# Genossenschaft vs. Web 2.0

---

Zwei Typen von Communities

1. Kunde  $\neq$  Produzent
2. Vermittler zwischen Kunde und Produzent
  1. natürlich wachsende Communities
  2. künstliche Communities

ABER:

# Communities schaffen Identitätsgruppen

---

Aktuell: Trend zur Individualisierung

↪ Nischenmärkte & Vereinsamung

Veränderung von Gemeinschaftsstrukturen

# Communities sind Bewegungen

---

- Sie bilden Identitäten aus
- Sie helfen Menschen Gleichgesinnte zu finden
- Sie ermöglichen eine bessere Organisation der Gruppe
- Sie entwickeln sich mit Ihren Mitgliedern weiter

# Diskussion

---

- Wie werden diese Bewegungen die Gesellschaft verändern?
- Wie stark können sie Dinge verändern?
- Welche Veränderungen werden sie offline erzeugen?
- Was (Unternehmen) im Internet passiert ist nicht verschwunden, wenn der Computer abgestellt wird.