



## FORWIN: Kompetenz made in Bavaria

Im Bayerischen Forschungsverbund Wirtschaftsinformatik (FORWIN) bearbeiten acht nordbayerische Lehrstühle der Wirtschaftsinformatik an fünf Universitäten (Bamberg, Bayreuth, Erlangen-Nürnberg, Regensburg, Würzburg) gemeinsam Probleme, die sich aus der Kopplung der elektronischen Informationsverarbeitung (IV) über die Grenzen einzelner Betriebe hinaus ergeben. Dazu zählen E-Business, die Abstimmung der EDV zwischen Unternehmen, die in einer Lieferkette operieren (Supply Chain Management), und die Entwicklung von IV-Systemen aus Software-Bausteinen, die an ganz unterschiedlichen Stellen produziert worden sind.

FORWIN hat sich zum Ziel gesetzt, in diesem Umfeld in enger Kooperation mit einer Reihe von Unternehmen innovative Lösungen zu entwickeln und nicht zuletzt aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Erfahrungen in die Ausbildung einfließen zu lassen.

## Geschäftsführung, Zentrale, Information

Bayerischer Forschungsverbund  
Wirtschaftsinformatik  
Äußerer Laufer Platz 13/15  
90403 Nürnberg

Telefon: ++49 (0)911/5302-151  
Telefax: ++49 (0)911/5302-149  
Internet: <http://www.forwin.de>

## Auf einen Blick

Der Aufbau einer Virtual Community gilt als Möglichkeit, einen erfolgreichen Einsatz von Electronic Commerce - Anwendungen sicherzustellen. Im Projekt DiViCom wird untersucht, wie sich eine Virtual Community über die Zeit entwickelt und welche Auswirkungen der Einsatz einer Virtual Community auf den Geschäftserfolg von Unternehmen hat. Zu Untersuchungszwecken wird als prototypische Virtual Community ein Kooperationsnetz von Kleinbetrieben aufgebaut und informationstechnisch unterstützt.

## Status

Laufendes Projekt

## Kooperationspartner

Die BauAllianz, Weidenberg i. Oberfranken  
Betriebswirtschaftliches Forschungsinstitut für  
Fragen der mittelständischen Wirtschaft (BF/M)

## Kontakt

Universität Bayreuth  
Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik (BWL VII)  
Universitätsstraße 30  
95440 Bayreuth

Telefon ++49 (0)921/55-2807  
Telefax ++49 (0)921/55-2216  
E-Mail [wi@uni-bayreuth.de](mailto:wi@uni-bayreuth.de)

## DiViCom

## Diffusion und betriebswirtschaftliche Nutzeffekte von Virtual Communities

## Problemstellung

Im Bereich des Electronic Commerce (EC) gewinnen Virtual Communities (ViC) zunehmend an Bedeutung. Diese haben sich aus den ursprünglich nichtkommerziellen Diskussionsgruppen in der Anfangszeit des Internets entwickelt und werden zunehmend als Mittel zur erfolgreichen Durchführung wirtschaftlich motivierter EC-Aktivitäten gesehen. Sie gelten als ein Instrument für eine erfolgreiche Internetstrategie, das Inhalt (Content) und Kommunikation (Communication) miteinander zu verbinden vermag. Eine Steigerung der Akzeptanz der Nachfrager induziert selbstverstärkende Effekte, die als Grundlage für den kommerziellen Erfolg von Virtual Communities angesehen werden können.

Die zunehmende Bedeutung von Virtual Communities für den Electronic Commerce zeigt sich unter anderem daran, dass in zunehmendem Maße bisher nichtkommerzielle Communities von kommerziellen EC-Anbietern aufgekauft werden (z.B. Diabetis.com durch die Online-Apotheke PlanetRX oder Geocities durch Yahoo).

Virtual Communities wurden bisher von der Wissenschaft nur rudimentär untersucht. Es fehlen insbesondere gesicherte Ergebnisse, welche Auswirkungen das Betreiben einer Virtual Community oder die Koppelung von EC-Aktivitäten in eine Virtual Community auf den Erfolg eines Unternehmens und den Wettbewerb hat.

## Forschungsfragen

Im Rahmen des Projektes sollen folgende Forschungsfragen untersucht werden:

1. Welche Faktoren sind für die Verbreitung einer Virtual Community maßgeblich?
2. Können Prognosemodelle entwickelt werden, welche die Diffusion von Virtual Communities prognostizieren helfen? Wenn ja, welche mathematisch-statistischen Verfahren lassen sich hierfür heranziehen?
3. In welchem Maße werden Verhandlungspotenziale zwischen Anbieter und Nachfrager durch eine Virtual Community beeinflusst? Wird durch Virtual Communities die Macht von Nachfragern erhöht?
4. Wirkt sich das Vorhandensein einer Virtual Community auf den Geschäftserfolg und den Wettbewerb aus?

## Nutzen

Folgende Ergebnisse werden im Rahmen des Projektes erwartet:

- Architekturmodell für Virtual Communities
- Prognosemodelle für die Diffusion von Virtual Communities
- Betriebsfertige Virtual Community
- Diffusionskatalysatoren und -barrieren von Virtual Communities
- Erkenntnisse über die Auswirkungen von Virtual Communities auf den Wettbewerb

## Lösungsansatz

Die Aufgabenstellung erfordert es, einen Prototyp für eine exemplarische Virtual Community zu entwickeln und zu betreiben. Mit dessen Hilfe soll das zur direkten Analyse der Diffusions- und Struktureffekte benötigte Datenmaterial gewonnen werden. Als Anwendungsbeispiel dient ein Kooperationsnetz von Handwerkern in Bayern.

Das Projekt lässt sich in zwei zueinander komplementäre Bearbeitungsebenen parallel unterteilen, die auch zeitlich in etwa parallel zueinander durchlaufen werden sollen:

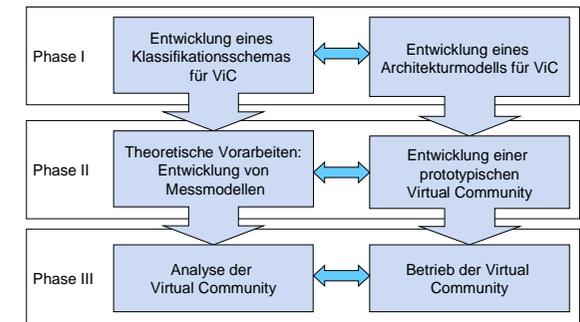


Abb. 1: Vorgehen

Während die linke Seite die eher betriebswirtschaftliche Sicht des Projektes darstellt, umfasst der rechte Bereich insbesondere die informatiknahen Tätigkeiten, die für Entwicklung und Betrieb einer Virtual Community erforderlich sind. In jeder der drei Phasen des Projektes findet jeweils eine enge Abstimmung zwischen diesen beiden Sichten statt.