

Inhalt

1	Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	1
1.1	Motivation der Arbeit	1
1.2	Forschungsleitende Fragestellungen	3
1.3	Ablauf und Aufbau der Arbeit.....	4
2	Methodologie	7
2.1	Wissenschaftstheoretische Grundlagen.....	7
2.1.1	Wirtschaftsinformatik und Wissenschaftstheorie	7
2.1.2	Zentrale Wissenschaftstheoretische Forschungsströmungen in der Wirtschaftsinformatik	8
2.1.2.1	Empirisch-analytische Wissenschaftstheorie.....	8
2.1.2.2	Phänomenologisch-hermeneutische Wissenschaftstheorie.....	10
2.1.3	Grundsatzfragen der Informationssystemforschung	12
2.1.3.1	Positivismus oder interpretative Forschung?.....	12
2.1.3.2	Qualitative oder quantitative Methoden?.....	13
2.2	Der Forschungsprozess	15
2.2.1	Explorative Forschung	16
2.2.2	Fazit und Implikationen für den Fortgang der Arbeit	18
2.3	Verwendete Forschungsmethoden.....	19
2.3.1	Action Research	19
2.3.1.1	Kernpunkte der Methode	20
2.3.1.2	Potenziale und Schwierigkeiten in der Anwendung	23
2.3.2	Pilotierung sozio-technischer Innovationen als besondere Form der Aktionsforschung	24
2.3.2.1	Kernpunkte der Methode	24
2.3.2.2	Potenziale und Schwierigkeiten in der Anwendung	25
2.3.3	Weitere im Rahmen der Pilotierung verwandte Datenerhebungs- und Datenanalysemethoden	27
3	Virtuelle Gemeinschaften als sozio-technische Systeme.....	31
3.1	Begriffliche Grundlagen	31
3.1.1	Semantische Annäherung an den Begriff der „Virtuellen Gemeinschaft“	31
3.1.1.1	Virtualität	31
3.1.1.2	Gemeinschaft	33
3.1.2	Überblick zu Definitionen Virtueller Gemeinschaften	35
3.1.3	Kategorisierungsansätze Virtueller Gemeinschaften	38
3.1.4	Virtuelle Gemeinschaften als interdisziplinärer Forschungsgegenstand – eine erste Bestandsaufnahme	42

3.1.5	Potenziale Virtueller Gemeinschaften	44
3.1.5.1	Nutzen für Mitglieder Virtueller Gemeinschaften	45
3.1.5.1.1	Aktualität, Anonymität und Bedarfsgerechtigkeit	45
3.1.5.1.2	Interaktion, Empathie und Transaktion	47
3.1.5.2	Nutzen Virtueller Gemeinschaften für Betreiber	48
3.1.6	Grenzen Virtueller Gemeinschaften	50
3.1.6.1	Informationsüberflutung	50
3.1.6.2	Verlässlichkeit der Informationen oder der Bedarf nach Qualitätssicherung	50
3.1.6.3	Verarmung der Kommunikation, unsoziale Enthemmung und soziale Vereinsamung	52
3.1.7	Technische Voraussetzungen Virtueller Gemeinschaften	53
3.1.7.1	Architektur von Community-Plattformen	54
3.1.7.2	Dienste von Community Plattformen	56
3.1.7.2.1	Informationsdienste	59
3.1.7.2.2	Interaktionsdienste	59
3.1.8	Fazit	61
3.2	Vorstudie I: Virtuelle Gemeinschaften: Eine Exploration des Geschäftsmodells	61
3.2.1	Ein Architekturrahmen für Virtuelle Gemeinschaften	63
3.2.1.1	Der Geschäftsmodellbegriff	63
3.2.1.2	Vom Geschäftsmodell Virtueller Gemeinschaften zu einem generischen Architekturrahmen	67
3.2.1.3	Ergebnisse der empirischen Anwendung des Rahmens	69
3.2.1.3.1	Analyse des externen Rahmenmodells	70
3.2.1.3.2	Analyse des Strategiemodells	70
3.2.1.3.3	Analyse des Produkt- und Dienstleistungsmodells	71
3.2.1.3.4	Analyse des Akteursmodells	71
3.2.1.3.5	Analyse des Erlösmodells	72
3.2.1.3.6	Mögliche Weiterentwicklungen des generischen Architekturrahmens und weitere Forschungsbedarfe	72
3.2.2	Fazit und Implikationen für bedarfsgerechte Entwicklung, Einführung und Betrieb Virtueller Gemeinschaften für Krebspatienten	74
3.3	Vorstudie II: Erfolgsfaktoren Virtueller Gemeinschaften aus Sicht von Mitgliedern und Betreibern – Eine empirische explorative Untersuchung	76
3.3.1	Zielsetzung, Methodik und Aufbau der Vorstudie	76
3.3.2	Begriffliche Grundlagen	76
3.3.3	Erfolgsfaktoren Virtueller Gemeinschaften in der Literatur	77
3.3.4	Ablauf, Aufbau und Methodik der empirischen Untersuchung	78
3.3.5	Auswertung und Vergleich der Untersuchungsergebnisse	81
3.3.5.1	Allgemeine Aussagen der Befragten	81
3.3.5.2	Erfolgsfaktorenanalyse der Mitglieder und Vergleich der Aussagen von männlichen und weiblichen Mitgliedern	83

3.3.5.3	Erfolgsfaktorenanalyse der Betreiber und Vergleich der Aussagen von Betreibern kommerzieller und nicht-kommerzieller Virtueller Gemeinschaften	86
3.3.5.4	Vergleich der Aussagen von Betreibern und Mitgliedern Virtueller Gemeinschaften	88
3.3.5.4.1	Vergleich der Aussagen von nicht-kommerziellen Betreibern Virtueller Gemeinschaften und Mitgliedern	88
3.3.5.4.2	Vergleich der Aussagen von kommerziellen Betreibern Virtueller Gemeinschaften und Mitgliedern.....	90
3.3.5.4.3	Vergleich der Aussagen von allen Betreibern und Mitgliedern	92
3.3.6	Fazit und Implikationen für bedarfsgerechte Entwicklung, Einführung und Betrieb Virtueller Gemeinschaften für Krebspatienten	92
3.4	Der Entwicklungsprozess Virtueller Gemeinschaften im Kontext der Informationssystementwicklung.....	95
3.4.1	Begriffliche Grundlagen	95
3.4.2	Ein generisches Phasenkonzept eines Systementwicklungszyklus.....	96
3.4.3	Die Entwicklung Virtueller Gemeinschaften im Kontext eines generischen Systementwicklungszyklus.	97
3.4.3.1	Besonderheiten der Entwicklung Virtueller Gemeinschaften.....	98
3.4.3.2	Vorgehensmodelle zur Entwicklung Virtueller Gemeinschaften	98
3.4.4	Synthese: Ein Community-Building & Community-Management Cycle	100
4	Einführung und Betrieb Virtueller Gemeinschaften als Innovations-Diffusionsprozess	103
4.1	Begriffliche Grundlagen	103
4.2	Ansätze zur Beschreibung und Erklärung von Diffusionsprozessen	108
4.2.1	Die Adoptionsperspektive.....	109
4.2.2	Die Markt- und Infrastrukturperspektive	110
4.2.3	Die wirtschaftshistorische Perspektive	111
4.2.4	Die Entwicklungsperspektive	113
4.3	Das Modell der „Diffusion of Innovations“ nach Rogers	113
4.3.1	Die Elemente der Diffusion von Innovationen	114
4.3.1.1	Die Innovation	114
4.3.1.2	Die Kommunikationskanäle.....	116
4.3.1.3	Die Zeit	117
4.3.1.4	Das Soziale System.....	118
4.3.2	Der Innovations-Entscheidungsprozess	120
4.3.3	Variablen der Adoptionsrate	124
4.4	Diffusionsforschung der Informations- und Kommunikationstechnik.....	125
4.4.1	Netzeffekte und kritische Masse	125
4.4.2	Strategien zur Überwindung	127
4.4.3	Wissensbarrieren.....	127
4.4.4	Strategien zur Überwindung von Wissensbarrieren.....	128

4.5	Faktoren für die erfolgreiche Adoption und Diffusion Virtueller Gemeinschaften für Krebspatienten	129
4.5.1	Gestaltungsmöglichkeiten zur Förderung der Adoption Virtueller Gemeinschaften im Gesundheitswesen entlang des Innovations- Entscheidungsprozesses	129
4.5.2	Erfolgsfaktoren für Entwicklung und Betrieb Virtueller Gemeinschaften für Krebspatienten aus Sicht der Betreiber	131
4.5.3	Fazit.....	134
5	Analyse: Anforderungen an Virtuelle Gemeinschaften für Patienten.....	135
5.1	Die Rahmenbedingungen.....	135
5.1.1	Diagnose Krebs: Zahlen, Daten, Fakten	135
5.1.2	Das Gesundheitssystem in Deutschland	137
5.1.3	Rechtliche Rahmenbedingungen bei medizinischen Internetangeboten.....	139
5.1.3.1	Abgrenzung Information – Beratung	140
5.1.3.2	Rechtliche Aspekte bei Weiterverweisen auf fremde Inhalte / Verlinkung.....	141
5.1.3.3	Weitergabe von Fachinformation an nicht autorisierte „Laien“	141
5.1.3.4	Datenschutz.....	141
5.2	Informations- und Interaktionsbedürfnisse von Krebspatienten.....	143
5.2.1	Bedarf an Information.....	144
5.2.2	Bedarf an Interaktion	147
5.2.3	Bestehende Angebote für Krebspatienten.....	149
5.2.3.1	Selbsthilfegruppen	149
5.2.3.1.1	Merkmale von Selbsthilfegruppen.....	150
5.2.3.1.2	Vertrauen als zentrales Element von Selbsthilfegruppen	151
5.2.3.1.3	Nutzung von Selbsthilfegruppen	152
5.2.3.2	Beratungsstellen	153
5.2.3.3	Internetangebote.....	155
5.2.3.3.1	Gesundheitsinformationen im Internet	155
5.2.3.3.2	Nutzung von internetbasierten Informationsangeboten.....	156
5.2.3.4	Nutzen existierender Angebote für Patienten – Ergebnisse aus der Literatur	157
5.2.4	Empirische Evidenz: Feldstudien zu Informations- und Interaktionsbedarfen sowie web-basierten Angeboten	159
5.2.4.1	Untersuchungsdesign	159
5.2.4.2	Schriftliche Befragung zur Situation von Krebspatienten	160
5.2.4.3	Ethnographische Analyse von Selbsthilfegruppen	161
5.2.4.4	Angebotsanalyse: Web-basierte Patienteninformations- und Interaktionsdienste.....	163
5.2.5	Besonderheiten der Zielgruppe – Besonderheiten von Brustkrebspatientinnen	165
5.3	Fazit: Anforderungen an Virtuelle Gemeinschaften für Krebspatienten.....	166

6	Design: Konzeption und Entwicklung Virtueller Gemeinschaften für Patienten	169
6.1	Zielgruppengerechte Aufbereitung von Gesundheitsinformationen	169
6.1.1	Verständlichkeit der Informationen	169
6.1.2	Transparenz des Angebots	175
6.1.3	Nutzerfreundlichkeit (Usability)	180
6.1.4	Barrierefreiheit (Accessibility)	182
6.2	Der Entwicklungsprozess	189
6.2.1	Anforderungen an den Entwicklungsprozess.....	189
6.2.2	Ein Modell zur Entwicklung von Community-Plattformen für Krebspatienten	191
6.3	Systemkonzeption insbesondere Oberflächenentwicklung und Funktionalitäten	193
6.3.1	Oberfläche.....	193
6.3.1.1	Aufmerksamkeitsverteilung im Screen-Design	193
6.3.1.2	Farben und Formen	194
6.3.1.3	Navigation und Domainwahl	196
6.3.1.4	Zusammenfassung.....	197
6.3.2	Funktionalitäten	199
6.3.2.1	Informationsdienste.....	199
6.3.2.2	Interaktionsdienste	200
6.4	Vertrauensunterstützende Komponenten	203
6.4.1	Das Betreiberkonzept.....	205
6.4.2	Rollen und Rechtekonzept	205
6.4.2.1	Überblick über Rollen in Virtuellen Gemeinschaften	206
6.4.2.2	Überblick über die Beteiligten und ihre Rollen im Pilotierungsprojekt ..	208
6.4.2.3	Umsetzung des Rechte- und Rollenkonzepts.....	209
6.4.3	Anonymitätskonzept	211
6.5	Fazit	213
7	Einführung und Betrieb Virtueller Gemeinschaften für Patienten	215
7.1	Allgemeine Handlungsempfehlungen zu Einführung und Betrieb von Virtuellen Gemeinschaften aus der Community-Literatur	215
7.2	Einführung Virtueller Gemeinschaften für Patienten	218
7.2.1	Ansatzpunkte zur Förderung der Nutzung	219
7.2.1.1	Kritische Masse als Voraussetzung für Nutzen	221
7.2.1.2	Strategien zur Erreichung der kritischen Masse	222
7.2.1.3	Anreize zur Nutzung und Wettbewerb als Einführungsstrategie.....	224
7.2.2	Umsetzung der Einführung einer Virtueller Gemeinschaft für Patienten.....	227
7.2.2.1	Online-Aktivitäten	228
7.2.2.2	Offline-Aktivitäten.....	229
7.3	Der Betrieb Virtueller Gemeinschaften für Patienten	233

7.3.1	Umsetzung der Qualitätssicherung und vertrauensfördernder Maßnahmen.....	233
7.3.1.1	Umsetzung der afgis-Transparenzkriterien.....	233
7.3.1.2	Umsetzung rechtlicher Voraussetzungen für den Betrieb	235
7.3.2	Umsetzung des Rollenkonzeptes	239
7.3.2.1	Der Community-Manager.....	239
7.3.2.2	Der Content-Manager	240
7.3.2.3	Der Experte	242
7.3.3	Gestaltung der individuellen Aneignung	244
8	Evaluation der Nutzung Virtueller Gemeinschaften für Patienten	247
8.1	Evaluationskriterien und Evaluationsmethoden.....	247
8.2	Quantitative Auswertungen	251
8.2.1	Aggregierte Kennzahlen für die Bewertung der Nutzung	251
8.2.2	Nutzung von <i>krebsgemeinschaft.de</i>	253
8.2.2.1	Gesamtnutzung	255
8.2.2.2	Nutzung der einzelnen Bereiche und Dienste.....	258
8.2.2.2.1	Nutzung des redaktionellen Inhalts - Inhaltskategorien der obersten Ebene	258
8.2.2.2.2	Austauschseiten / Interaktionsseiten.....	259
8.3	Selbstauskünfte und Selbsteinschätzungen der Mitglieder von <i>krebsgemeinschaft.de</i>	264
8.3.1	Nutzung und Nutzen von <i>krebsgemeinschaft.de</i>	265
8.3.1.1	Nutzung / Usability	265
8.3.1.2	Nutzen	273
8.3.1.3	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	276
8.3.2	Vertrauen in <i>krebsgemeinschaft.de</i>	277
8.3.2.1	Vertrauen in die Betreiber von <i>krebsgemeinschaft.de</i>	277
8.3.2.2	Vertrauen in die anderen Mitglieder von <i>krebsgemeinschaft.de</i>	279
8.3.2.3	Nutzungsverhalten und Vertrauen	281
8.3.2.4	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	284
8.4	Artefakte der Nutzung - Dokumentenanalysen.....	284
8.5	Fazit	291
9	Implikationen aus der Pilotierung, Beantwortung der Forschungsfragen und Konsequenzen für die Forschung.....	293
9.1	Implikationen aus der Evaluation	293
9.2	Beantwortung der Forschungsfragen und Konsequenzen für die weitere Forschung	296
Literatur		299
Anhang		343