

Community-Building by femity.net – Ein Beispiel für den Aufbau einer Community of practice

von Claudia Hilker und Pia Bohlen

femity (www.femity.net) ist eine unabhängige Community für berufstätige Frauen. Intention der Gründerinnen Pia Bohlen und Claudia Hilker ist, eine zentrale Networking-Station im Internet für deutschsprachige Frauen aufzubauen. Frauen aller Berufsgruppen und Altersklassen haben hier die Gelegenheit, sich virtuell miteinander zu vernetzen und schnell persönliche Beziehungsnetzwerke mit anderen berufstätigen Frauen aufzubauen.

femity – the female business community

Nach dem Motto »give and take« coachen und beraten sich die Mitglieder gegenseitig im beruflichen Kontext. Die etwa 3.000 registrierten Userinnen (Stand: Mai 02) tauschen sich in der Community mit anderen Frauen über Foren, Pinboards und Messagingtools aus. Die Kommunikation verläuft von der einfachen Frage-Antwort-Form über Diskussionen und Tipp-Vergabe in den Foren bis hin zu selbstinitiierten Klüngel-Stammtischen

in den verschiedenen Regionen. Hat eine Frau eine Frage zu einem beruflichen Problem, so schreibt sie diese in das entsprechende Themenforum. Eine erstaunlich große Hilfsbereitschaft sowie der immense Fundus an Erfahrungen der anderen Mitglieder ermöglichen es, dass sich aus dieser Frage mehr als nur fachlich richtige Antworten ergeben: Es entwickeln sich offene Gespräche, gemeinsam werden neue Lösungen erarbeitet, wird Trost gesendet und neue Geschäftsbeziehungen werden geknüpft. Die Form des Austausches ähnelt einem persönlich geprägten Fachgespräch zwischen Kollegen, die sich gegenseitig helfen und Probleme kooperativ gemeinsam lösen.

In vielen Communities dominieren content- oder technikorientierte Ansätze. femity dagegen setzt auf eine ganzheitliche und zielgruppenspezifische Community-Anwendung, um interaktive Kommunikation und Vernetzung – im Sinne von Networking – mit dem Lernprozess zu verbinden. Bei femity handelt es sich um eine

Community of Practice, also eine situierte Learning Community zum gegenseitigen Austausch von Ideen, Einsichten und Erkenntnissen. Das gemeinsame Lernen im Sinne der beruflichen Fort- und Weiterbildung zum Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch steht dabei im Vordergrund.

Angesprochen werden mit dem Netzwerk berufstätige Frauen, die die Karriereleiter erklimmen, den Schritt in die Selbstständigkeit wagen und auch Frauen, die sich in der Ausbildung oder im Studium befinden. Ebenso treffen sich bei femity beruflich erfolgreiche Frauen, die dort neue Kundinnen und Geschäftspartnerinnen gewinnen, aktuelle Anregungen bekommen, sich regelmäßig auf dem Laufenden halten wollen oder sich als Mentorinnen profilieren möchten.

Organisation und soziale Strukturen

Das Netzwerk bildet eine hierarchische soziale Struktur mit einem etwa gleichgewichtigen Anteil an »Seniors« und »Trainees«. Seniors geben ihre Erfahrungen an eine Vielzahl von Trainees gleichzeitig weiter. Trainees haben die Gelegenheit, auf eine große Anzahl potenzieller Mentorinnen zu stoßen, die ihnen freizügig Erfahrungen vermitteln. Der Profit der Seniors liegt im wachsenden Renommee in einer großen Gemeinschaft, die den Mentorprozess miterlebt und diesen aktiv begleitet. Das gesamte Lernsystem dieser Community bildet die klassischen gesellschaftlichen Strukturen ab, in der die Jüngeren von den Älteren lernen, die dafür im Gegenzug Anerkennung und Bestätigung erhalten.

Frauen finden bei femity Raum für berufliche und persönliche Themen und erhalten die Möglichkeit, die interaktive Beziehungswelt der Community mit ihrer persönlichen Welt zu verknüpfen. Kontakte aus dem Netzwerk werden durch das hohe Maß an Authentizität häufig auch zu realen Kontakten. Diese Authentizität entsteht durch die ausgeprägte Personalisierung und die persönlichen Mitgliedsprofile, denn die Frauen geben ihren richtigen Namen, Beruf, ihre Interessen und Schwerpunkte preis. Nicht unter dem anonymen Deckmantel eines Nicknames, sondern mit ihrem persönlichen Realname geben sie sich gegenseitige Hilfe für die Arbeitswelt und tauschen Insider-Tipps aus, z. B.: Wo erhalte ich den neuesten Virenschutz? Welche neuen Gesetze gibt es zum Kündigungsschutz? Was tun gegen Mobbing? Auch emotionale und fachliche Unterstützung in entscheidenden Lebensphasen geben sich die Mitglieder freiwillig und bereitwillig, z. B. beim Einstieg in die Arbeitswelt, bei Karriere-Problemen oder Konflikten mit Job und Kind. Mitglieder einer solchen Life-Community müssen nicht jede Erfahrung selbst machen – sie können auf das Wissen und die Hilfe anderer zurückgreifen. Der eigene soziale Mikrokosmos wächst durch diese Kontakte um ein Vielfaches und die eigene Isolation am PC-Monitor wird auf vielschichtige Weise durchbrochen. Durch den persönlichen Erfahrungsaustausch, den fachspezifischen Wissenstransfer und gemeinsame Visionen helfen sich die Community-Teilnehmerinnen bei der Bewältigung der ständig wachsenden Anforderungen in der Arbeitswelt. Sie erreichen effizienter ihre beruflichen und privaten Ziele. Das Netzwerk wird von den Mitgliedern selbst mitgestaltet.

Das starke Wachstum wird durch »Mund-zu-Mund«-Empfehlungen stark gefördert. Das rasante Mitgliederwachstum (in den ersten

drei Monaten registrierten sich etwa 2.000 Frauen), der hohe Traffic (1 Million Pl/Monat) und die lange Verweildauer (im Schnitt 12 Minuten pro Visit) zeigen einen großen Bedarf und die hohe Akzeptanz der Community auf.

Regeln zum Umgang miteinander

Communities funktionieren auf Dauer nur mit klar definierten Regeln, das ist allgemein bekannt. Die Frage allerdings, wer diese Regeln festlegt und wie die Einhaltung dieser Regeln kontrolliert wird, stellt höchste Ansprüche an die Gründer erfolgreicher Communities. Regeln müssen flexibel neu definiert werden, wenn sich Einstellungen und Werte der Mitglieder oder die Rahmenbedingungen verändern. Destruktive Aktionen eines einzigen Mitglieds können ein Potenzial entwickeln, das Regelwerk unbrauchbar zu machen und die gemeinsamen Ziele zu zerstören.

Den Gründern einer Community kommt somit eine extrem hohe Verantwortung zu. Ihr Verhalten erhält die meiste Beachtung und prägt die Atmosphäre der gesamten Community. Unsicherheit oder ein zu großes Harmoniebedürfnis sind ebenso contraproduktiv wie zu starke emotionale oder kritische Äußerungen gegenüber einzelnen Mitgliedern. Ähnlich wichtig für die Aufrechterhaltung des Community-Spirits sind die Moderatoren und AG-Leiter einer Community. Ein schriftlich niedergelegtes Regelwerk kann helfen, Anarchie zu vermeiden. Das in der Praxis regulierende Organ ist das gesamte Team rund um die Gründer. Sie müssen konsequent, schnell und nachvollziehbar bei Störungen in der Community reagieren, d. h. Regeln deutlich formulieren, sachlich ankündigen und ohne viel Aufhebens durchführen.

Regeln dürfen in einer Gemeinschaft von Erwachsenen grundsätzlich immer in Frage gestellt

werden. Ausschlaggebend für den Erhalt der virtuellen Gemeinschaft ist die Haltung, mit der sich die Verantwortlichen auf eine kritische Diskussion einlassen. Verteidigung, Rechtfertigung, Abwehr oder Empfindlichkeit sind Killerkriterien für einen Community-Leader. Besser sind klare und sachliche Statements zu Zielen und Richtlinien. Deutliche, aber freundliche Hinweise auf Netiquette oder Verweise auf andere Communities erhalten langfristig die gute Stimmung in der Gemeinschaft femity.

»give and take« als effiziente Lern-Methode bei femity

Virtuelles Networking über eine bequeme Internetplattform ist effizient und Zeit sparend – und es ist eine sehr weibliche Form der Kommunikation. Es ist die Kommunikationsform der Zukunft« so die Gründerin Pia Bohlen. Noch erfolgreicher als die old-boys-networks – deren Einfluss in der Wirtschaft Frauen stets neidvoll miterleben – sind die Chancen der Frauen, wenn sie ihr Kommunikationsgeschick zum Wissenstransfer und Erfahrungsaustausch im Internet einsetzen. femity sieht das 21. Jahrhundert als Jahrhundert der Frauen, der Vernetzung und des Wissens. »Frauen werden die Wirtschaft verändern«, so der Slogan der femity-Mitgründerin Claudia Hilker: »Frauen haben eine höhere emotionale und soziale Intelligenz, sie sind teamfähiger und es gelingt ihnen geschickt andere zu motivieren. Frauen bewegen sich im Aufwind der Informationsgesellschaft!« Durch ihre Kommunikationsstärke und ihre ausgeprägten Soft Skills sind Frauen prädestiniert für Online-Networking und Lernen in virtuellen Communities. Hier können sie ihr Fähigkeiten optimal einsetzen, um ihren Lernprozess in der Berufspraxis gezielt zu unterstützen und ihren Erfahrungs- und Wissensschatz aktuell auf dem neuesten Stand halten.

Bei femity handelt es sich um einen ganzheitlichen Erfahrungsaustausch, ähnlich der Lernmethode des kollaborativen E-Learning. Bei dieser teilnehmerzentrierten Lernmethode steht der kooperative Austausch zwischen den Mitgliedern im Vordergrund. Kollaboratives Lernen bezieht alternative Sichtweisen in den Lernprozess mit ein und fördert die gemeinsame Reflexion des Erlernten. Selbstgesteuertes Lernen in der Community fördert die Kompetenz zum autonomen Selbstlernen und basiert auf dem konstruktivistischen Lernansatz. Grundlegende Merkmale für starke, konstruktivistische Lernumgebungen nach Döring (1994, S. 276 ff.) werden bei femity größtenteils erfüllt:

- **Authentizität und Situiertheit**, die Lernumgebung von femity bietet eine Auseinandersetzung mit realistischen Problemen aus der aktuellen Berufspraxis.
- **Multipler Kontext**, die Lernumgebung von femity bietet die Gelegenheit, Probleme aus unterschiedlichen Perspektiven zu reflektieren.
- **Innovative Kommunikationstechnologie** wird bei femity zur Verknüpfung unterschiedlicher Wissensdarstellungsformen genutzt.
- **Das kooperative Arbeiten und soziale Lernen** wird bei femity praktisch trainiert.
- **Anwendungsorientierte Methoden zur Evaluation** werden durch die Mitglieder-Fragen initiiert, ähnlich wie bei Coaching, Mentoring oder Karriereberatung.
- **Die intrinsische Motivation** wird durch das kooperative und soziale Lernen gefördert, das drop-out Risiko durch Vereinsamung wird minimiert, weil man in der femity-Community selten allein ist.
- **Die gemeinsame Interessendimension** wird durch die emotionale Bindung an die Community gestärkt und in einem grup-

pendynamischen Prozess weiterentwickelt.

Der Konstruktivismus steht im Gegensatz zu content- oder technikorientierten Methoden, wie Web-based-Training (WBT) und Computer-based-Training (CBT), in denen der kommunikative Austausch, soziale Rahmen und realistische Lernumgebungen fehlen. Der besondere Vorteil liegt beim Community-Lernen in den wirkungsvollen sozialen und interaktiven Komponenten. Beim Lernarrangement nimmt deshalb die Diskussion in den Foren einen hohen Stellenwert ein, denn hier findet der Austausch über die Probleme im Berufsalltag statt. Der offene Erfahrungsaustausch unter Kollegen, die hohe emotionale Bindung und die gemeinsamen Visionen bilden eine wichtige Voraussetzung dafür, dass das virtuelle Leben und Lernen in der femity-Community motivierend, effizient und erfolgreich ist.

Nach Wilbers (2001, S. 16) handelt es sich beim Lernen in Communities um E-Tutoring, um ein selbstgesteuertes Lernen, das besonders in der Erwachsenenbildung sehr effizient ist. Spezielle Anwendungsformen des Erfahrungsaustausches bei femity im Sinne des E-Tutoring sind:

- **Laufbahn- und Karriereplanung**: Viele jüngere Frauen haben Probleme in der Karriereplanung und kennen ihre Stärken nicht. Es mangelt ihnen an Selbstvertrauen und sie sind sich – im Gegensatz zu Männern – ihres »Marktwertes« nicht bewusst. Durch unsichere Verhandlungsstrategien und mangelnde Risikobereitschaft verpassen viele Frauen den Sprung nach oben. Sie suchen bei femity praktische Tipps zu Management-Skills, z. B. Rhetorik, Zieldefinition.
- **Coaching**: Viele Frauen brauchen Hilfe, wenn sie in ihrer Laufbahn an Widersacher, Widerstände und an die »gläserne Decke« stoßen. Sie suchen in erster Linie emotionale Unter-

stützung und Strategien zur Problemlösung.

- **Mentoring**: Viele erfahrene Frauen möchten ihre beruflichen Erfahrungen und ihr berufliches Wissen in einer Form weitergeben, in der sie eine soziale Wertschätzung dafür erfahren.
- **Fachliche Beratung**: Fachspezifisches Know-how wird in Situationen nachgefragt, in denen neue Fähigkeiten kurzfristig benötigt werden, z. B. in der Existenzgründung mit der Erstellung eines Business-Plans mit Know-how für Marketing und Finanzen oder Strategien zur Kunden-Akquise.
- **Krisenmanagement**: Bei existenziellen Problemen wie Arbeitslosigkeit oder Insolvenz werden oftmals direkt Hilfe-Rufe in die Community gegeben.

Zielgerechte und anwenderfreundliche technische IT-Lösung

Die spezifische IT-Lösung für die Plattform femity ist eine Eigenentwicklung der Agentur xbyte, Düsseldorf (xbyte.de). Dabei handelt es sich um ein Produkt auf Basis von php mit MySQL-Datenbanken. Die Planung und Weiterentwicklung der IT-Lösung wurde in Angriff genommen, weil eine maßgeschneiderte Anwendung für die qualitativ hohen Anforderungen der Zielgruppe Frauen benötigt wurde. Folgende Funktionen stehen den Mitgliedern damit zur Verfügung:

- Foren (Business, Finanzen, Existenzgründung, Fort- und Weiterbildung etc.),
- Empfangen und Senden von individuellen Mails per Messenger-System,
- Buddylisten
- Pinboard für private Kleinanzeigen,
- Yellow Pages (Mitgliederverzeichnis wie »gelbe Seiten«),
- Newsletter-Abo,
- Interne Datenbank-Abfragen der Mitgliederprofile,

Praxis-Statement: femity.net

- Suchfunktionen: interdisziplinäre thematische Suche,
- Kalender mit Veranstaltungen, Fortbildungen, Kongressen,
- Kommentierte Linkliste,
- Umfragen und Votings,
- Virtuelle Workshops und Seminare.
- Lesezeichen
- Themenbookmarks

Erfolgsfaktoren von femity zur Community-Building

Das Frauennetzwerk femity ist mehr als eine Beziehungsbörse oder ein Wissensspeicher. Neben der Versorgung mit Kontakten fördert sie den Informations-, Wissens- und Erfahrungsaustausch, initiiert Berufs- und Karriereplanung, bietet Hilfe zur Selbsthilfe und fördert Kompetenzen zum eigenständigen und sozialen Lernen. Das motiviert und stärkt ehrgeizige Frauen. Die Verbindung von Berufs- und Alltagsproblemen wird den Bedürfnissen von Frauen optimal gerecht, denn in ihrem Leben vereinen sich die unterschiedlichsten Aufgaben für Beruf, Familie und Haushalt. Der erfolgreiche und schnelle Aufbau der Community femity resultiert im Wesentlichen durch folgende Erfolgsfaktoren:

- **Zielgruppenspezifisches Konzept:** Gründer und Betreiber-Team brauchen ein hohes Expertenwissen über die Ziel-

gruppe (Interessen, Merkmale, Verhalten) und eine emotionale Nähe zur Zielgruppe. Ein konsequenter Themen-Fokus sowie fachliches IT-Know-how zur Auswahl geeigneter Kommunikationslösungen bilden die Basis des Konzeptes.

- **Organisation:** Prozesse, Aktionen, Aktualisierungen müssen vorausschauend geplant und kontinuierlich gewährleistet sein, um das Vertrauen der Mitglieder zu gewinnen und kontinuierlich zu sichern.

- **Layout:** Attraktivität, Navigation, Usability spielen eine wichtige Rolle, damit die Site zum Besuch der Community einlädt und zum Kommunizieren animiert.

- **Funktionen:** Komplexe, aber anwenderfreundliche IT-Lösungen bilden die Grundlage für den interaktiven Austausch in der Community. Entscheidend für den erfolgreichen Aufbau der Community sind u. a. die fehlerfreien Funktionen der Anwendung, die Erreichbarkeit der Community und die optimierten Prozesse für die Kommunikation und Wissensdarstellung.

- **Management-Know-how:** Erfahrungen mit Community-Building und hohes Engagement werden vom Gründer- und Betreiber-Team vorausgesetzt.

- **Moderation:** Diskussionen müssen zielgruppengerecht angeregt und geführt werden, um die Mitglieder zum Verweilen in der Community anzuregen. Sie müssen von Störenfriedern, Provokateuren und Werbemails frei gehalten werden. Ein gemeinsamer Guide erleichtert dem Betreiber-Team diese Aufgabe.

- **PR/Marketing:** Viral Marketing (Mund-zu-Mund Empfehlungen) und eine klare strategische Positionierung fördern das gezielte Wachstum der Community.

- **Besucher-Frequenz:** Zielgruppenspezifische Aktionen fördern die Teilnahme und motivieren zum Wiederkommen. Besonders zur Kundenbindung eignen sich Online-Events, z. B. Chats, Verlosungen etc.

Quellen:

DÖRING, R: Das Konzept der Schlüsselqualifikation. Ansätze, Kritik und konstruktivistische Neuorientierung auf der Basis der Erkenntnisse der Wissenspsychologie, Rosch Buch 1994.

WILBERS, K.: Didaktik des E-Learning im Spannungsfeld von Wissensmanagement, elektronischem Management der Humanressourcen und E-/M-Commerce. In: Cramer, Günter/Kiepe, Klaus (Hrsg.): Jahrbuch Ausbildungspraxis 2002. Erfolgreiches Ausbildungsmanagement, Köln 2002.