

Crowdsourcing

Lösungssuche im Netz

| THOMAS SCHILDHAUER | Im Internet wächst die Zahl der Nutzer, die z.B. in Blogs oder Wikis selbst eine aktive Rolle übernehmen. Können durch das Zusammenspiel der Internetnutzer kreative Lösungen für einzelne Fragestellungen gefunden werden?*

Forschung & Lehre: Das Internet als Web 2.0 wird als „Mitmachmedium“ bezeichnet. Die Internetnutzer übernehmen darin durch neue Kommunikationsinstrumente wie Blogs und Wikis „eine neue aktive, extrovertierte und kreative Rolle“ (Meckel). Was motiviert die Nutzer, selbst aktiv zu werden?

Thomas Schildhauer: Steigerung der eigenen Bekanntheit, soziale Anerkennung in einer für das Individuum relevanten Bezugsgruppe und oft generell die Möglichkeit, sich Gehör zu verschaffen, sind wichtige Motivationstreiber.

»Was motiviert die Menschen, auf der Crowdsourcing-Plattform aktiv zu sein?«

F&L: James Surowiecki hat in seinem Buch „Die Weisheit der Vielen“ davon gesprochen, dass durch das Zusammenspiel hunderter Internetnutzer kreativere und bessere Ideen entstehen könnten, als durch einzelne Experten. Widerspricht das nicht wesentlichen Einsichten der Wissenschaftsgeschichte, die durch die großen Entdeckungen einzelner Forscher geprägt wurde?

Thomas Schildhauer: Der Ansatz von Surowiecki besagt ja nicht, dass einzelne und berühmte Forscher nicht auch (weiterhin) zu großartigen Ergebnissen kommen. Die von Surowiecki durch Tests und an diversen Beispielen belegte Erkenntnis ist vielmehr, dass eine ausreichende Zahl befragter Individuen oft zu

ähnlich guten Ergebnissen wie der beste oder die besten Fachexperten eines Themengebiets kommen können. Und hier wird es spannend – denn wer kann sich schon für seine Fragestellungen immer die besten Forscher, Wissenschaftler oder Experten leisten? Stattdessen kann über entsprechende Internetplattformen nun eine Frage zufriedenstellend von der „Crowd“ beantwortet werden. Dabei sind allerdings einige wichtige Rahmenbedingungen zu beachten, damit solch eine Anfrage an die „Crowd“ auch zu den gewünschten Ergebnissen führt.

F&L: Sie forschen auch zu dem Phänomen des „Crowdsourcing“. Was hat es damit auf sich?

Thomas Schildhauer: In Ergänzung zu meiner Antwort auf Frage eins und zwei versuchen wir in unserem Forschungsansatz insbesondere herauszufinden, was die Menschen motiviert, auf Crowdsourcing-Plattformen aktiv zu werden und ggf. zu bleiben.

F&L: Sehen Sie Möglichkeiten, Ihre Erkenntnisse auch für die Arbeit wissenschaftlicher Forscher nutzbar zu machen?

Thomas Schildhauer: Ja, das versuchen wir mit dem Forschungsansatz „Open Science“. Allerdings gibt es besondere Rahmenbedingungen zu beachten, um Mitglieder der academic community zum Mitmachen zu bewegen. Grundsätzlich gehen wir aber davon aus, dass sich die wesentlichen Erkenntnisse übertragen lassen.

F&L: Ihr Institut ist vielfältig vernetzt und wird auch von der Firma Google finanziert. Welches Interesse hat Google an Ihren Forschungen?

Thomas Schildhauer: Die Forschungsarbeit des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft fokussiert darauf, noch mehr über die Auswirkungen herauszufinden, die das Internet und die Anwendungen, die auf dieser Basistechnologie aufsetzen, auf



Thomas Schildhauer ist Professor für Electronic Business mit Schwerpunkt Marketing an der Universität der Künste, Berlin, und Gründungsdirektor des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft, Berlin.

unsere Gesellschaft haben. Dies bezieht Bürger ebenso mit ein wie auch Politik und Wirtschaft. Google stellt einen Teil der Grundfinanzierung, die Ergebnisse unserer Forschungsarbeit sind aber für alle Interessierten offen und beziehbar, natürlich auch für Google selbst.

*Interview vor dem Hintergrund eines Vortrags, gehalten auf dem Symposium des Deutschen Hochschulverbandes „Digitales Denken – Wie verändert die digitale Revolution unser Leben?“ am 7. November 2012 in Bonn.