

Andreas Stradner

Ökonomische Betrachtung von Business Networking im Internet

Mit Fokus auf OpenBC

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2006 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783832497620

Andreas Stradner

Ökonomische Betrachtung von Business Networking im Internet

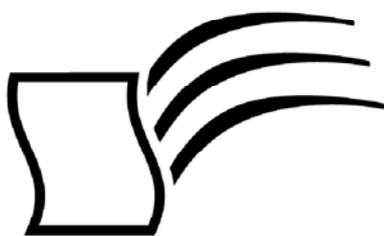
Mit Fokus auf OpenBC

Andreas Stradner

Ökonomische Betrachtung von Business Networking im Internet

Mit Fokus auf OpenBC

Diplomarbeit
Fachhochschul-Studiengänge der Wiener Wirtschaft GmbH
Fachbereich Unternehmensführung/Management
April 2006



Diplom.de

Diplomica GmbH ———
Hermannstal 119k ———
22119 Hamburg ———

Fon: 040 / 655 99 20 ———
Fax: 040 / 655 99 222 ———

agentur@diplom.de ———
www.diplom.de ———

Andreas Stradner

Ökonomische Betrachtung von Business Networking im Internet

Mit Fokus auf OpenBC

ISBN-10: 3-8324-9762-5

ISBN-13: 978-3-8324-9762-0

Druck Diplomica® GmbH, Hamburg, 2006

Zugl. Fachhochschul-Studiengänge der Wiener Wirtschaft GmbH, Wien, Österreich,
Diplomarbeit, 2006

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2006

Printed in Germany

AUTORENPROFIL

ING. MAG. (FH) ANDREAS STRADNER

Geburtsdatum: 28. Juli 1979
Familienstand: ledig
Staatsbürgerschaft: Österreich

Anschrift: Lorenz Müller Gasse 1a / 5175
A-1200 Wien
Österreich

Telefon-Nr.: 0043 664 / 4224 131

E-Mail-Adresse: andreas.stradner@kaindorf-absolventen.at



AUSBILDUNG

2002 - 2006	FH der Wiener Wirtschaft
	Studienrichtung: Unternehmensführung / Management
	Schwerpunkte: Betriebswirtschaft Marketing Rechnungswesen Controlling Wirtschaftsenglisch Personalmanagement Steuerrecht, Aussenhandelsrecht Logistik IT Social Skills
	Abschluss: Juni 2006
1993 – 1998	HTBLA Kaindorf / Sulm
	Abschluss: mit ausgezeichnetem Erfolg
	Fachrichtung: EDV und Organisation
1989 – 1993	Unterstufe des Realgymnasiums Leibnitz
	Abschluss: mit ausgezeichnetem Erfolg
1985 – 1989	Volksschule Lebring

BERUFSLAUFBAHN

Februar 2004 bis dato	Jobs Personalberatung
	Position: Research & Direktansprache
	Tätigkeiten: Identifikation und Direktansprache von potenziellen Bewerbern. Betreuung der Bewerberdatenbank. Vertriebsunterstützung (Marktrecherche).
	Unternehmen: www.jobs-personalberatung.com
Jänner 2003 bis Jänner 2004	Akustik Buch GmbH
	Position: Assistenz Controlling
	Tätigkeiten: Produktkalkulationen, Materialdisposition, Wirtschaftlichkeitsanalysen
	Unternehmen: www.akustikbuch.at
April 2002 bis September 2002	Siemens SGP Verkehrstechnik GmbH
	Position: IT-Entwickler
	Abteilung: SinnTech – Siemens Innovations and Technology
	Tätigkeiten: Eigenverantwortlicher Aufbau einer Wissensmanagement-Lösung für die unternehmens-internen Konstrukteure und Entwickler. Dies umfasste die Konzeption, Abstimmung mit Fachabteilungen, Realisierung, Betreuung von Praktikanten etc.
Seit Februar 2000	Selbstständiger Unternehmer
	Tätigkeiten: Entwicklung diverser Webauftritte inklusive Content Management System und E-Marketing Strategie. Seit 2004 Business-Networking-Plattformen.
Juli 2000 bis Juli 2002	Splashline GmbH
	Position: Vertriebs-Aussendienst
	Tätigkeiten: Vertrieb von Maturareisen an insgesamt 600 Maturanten in 2 Saisonen. Flexible Zeitgestaltung in Abstimmung mit Siemens PSE.
	Unternehmen: Splashline ist Reisebüro und Veranstalter von Matura- und Jugendreisen. www.splashline.at

Juni 1999 bis März 2002	Siemens PSE (Programm- und Systementwicklung) Graz
	<p>Position: IT-Entwickler, später IT-Consultant</p> <p>Abteilung: Financial and Integrated Business Solutions/ E-Procurement and Logistics</p> <p>Tätigkeiten: Entwicklung einer datenbankbasierten Client-Server-Lösung zur Bestimmung der Total Cost of Ownership im Siemens-Seriengeschäft.</p> <p>Content Management für das Intranet der Zentralabteilung Global Procurement and Logistics in München</p> <p>Konzeption und Entwicklung von Intranet-Applikationen und E-Procurement-Lösungen für die Zentralabteilung Global Procurement and Logistics</p> <p>Unternehmen: www.pse.siemens.at bzw. www.siemens.com/einkauf</p>

ZEITLICHE ABFOLGE

Darstellung des chronologischen Karriereverlaufs mit Berufs- und Ausbildungsphasen seit Beginn 2001.

Berufliche Station
 Ausbildungsphase



BESONDERE KENNTNISSE UND ERFAHRUNGEN

IT-Erfahrung	
	<p>Mehr als 3 Jahre Berufserfahrung im Software-Entwicklungsbereich bzw. Web-Technologie-Bereich bei Siemens AG.</p> <p>Selbstständige Tätigkeit seit 7 Jahren im Web-Technologie-Bereich.</p> <p>Sehr gute Marktkenntnis der österreichischen Unternehmenslandschaft im Bereich IT durch die Direktansprache-Tätigkeit im IT-Umfeld seit 2 Jahren.</p>

Personalberatung, Recruiting

Mehr als 2 Jahre Berufserfahrung in der Direktansprache von Jobkandidaten im IT und Sales-Bereich. Wissen über den kompletten Ablauf von Stellenbesetzungen.

Vertriebs-Erfahrung

2 Jahre Erfahrung im Vertriebs-Aussendienst im Jugendbereich mit insgesamt 600 betreuten Kunden und einem Umsatzvolumen von ca. 130.000 Euro.

Business-Netzwerke

Seit 2004 mit dem Aufbau von Online-Netzwerken für Vereine beschäftigt. Seit knapp einem Jahr Arbeit an der Diplomarbeit zum Thema „Ökonomische Betrachtung von Business Networking im Internet“.

Auslandserfahrung

Von Juli 2000 bis März 2002 beruflich für die Siemens-Zentralstelle GPL (Einkauf und Logistik) in München tätig.

Unternehmensgründung, Selbstständigkeit

Seit 7 Jahren selbstständige Tätigkeit.

Führungs- und Verantwortungs-Interesse

Klassensprecher und Abteilungssprecher an der HTL Kaindorf / Sulm. Gründungsmitglied und seit 7 Jahren Vorstandsmitglied des Absolventenverbands der HTL Kaindorf / Sulm.

Sprachen

Deutsch als Muttersprache, Englisch in Wort und Schrift „verhandlungsfähig“. Ich bin zudem jederzeit bereit, bei Bedarf eine weitere Sprache zu erlernen.

Wien, am 17. August 2006

Andreas Stradner

INHALTSÜBERSICHT

1.	Einleitung	1
1.1	Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2	Vorgangsweise und Methodik	3
1.3	Aufbau der Arbeit	4
2.	Soziale Netzwerke	5
2.1	Grundlagen	7
2.2	Betrachtung aus globaler Sicht	18
2.3	Betrachtung aus personaler Sicht	34
2.4	Relevanz von Vertrauen	45
2.5	Bedeutende Netzwerke in der Praxis	53
3.	Online-Netzwerke	57
3.1	Einfluss des Internets auf soziale Netzwerkstrukturen	57
3.2	Social Software	62
3.3	Social Networking Sites („Online Netzwerke“)	66
3.4	Marktübersicht der Online-Netzwerke	73
3.5	Open Business Club	75
3.6	Vertrauen und Reputation im Kontext von Online-Netzwerken	80
4.	Ökonomische Betrachtung von Business-Networking	83
4.1	Untersuchung: Nutzenerwartung von neu registrierten OpenBC Nutzern	83
4.2	Untersuchung: Tatsächlich erlebter Nutzen von OpenBC Nutzern	93
4.3	Befragung von OpenBC-Langzeitnutzern	124
4.4	Vergleich der Untersuchungen mit openBC-Studie	145
5.	Conclusio	148
5.1	Darstellung des ökonomischen Erfolgs	148
5.2	Beantwortung der Forschungsfragen	149
	Literaturverzeichnis	151
	Tabellenverzeichnis	158
	Abbildungsverzeichnis	160

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Einleitung	1
1.1	Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2	Vorgangsweise und Methodik	3
1.3	Aufbau der Arbeit	4
2.	Soziale Netzwerke.....	5
2.1	Grundlagen.....	7
2.1.1	Historie von Netzwerken.....	7
2.1.2	Soziale Kontakte	8
2.1.3	Das Prinzip Wechselseitigkeit	10
2.1.4	Networking.....	11
2.1.5	Sozialkapital.....	12
	2.1.5.1 <i>Definition und Zuordnung</i>	12
	2.1.5.2 <i>Entstehung</i>	14
	2.1.5.3 <i>Relevanz und Wert</i>	16
2.2	Betrachtung aus globaler Sicht.....	18
2.2.1	Maßzahlen.....	19
	2.2.1.1 <i>Size of a Network</i>	19
	2.2.1.2 <i>Density of a Network (Netzwerk-Dichte)</i>	19
	2.2.1.3 <i>Multiplexität</i>	20
	2.2.1.4 <i>Kohäsion</i>	20
	2.2.1.5 <i>Distanz</i>	20
	2.2.1.6 <i>Actor Centrality</i>	21
	2.2.1.7 <i>Exzellenz von Netzwerken</i>	21
2.2.2	Netzwerkbegriffe.....	23
	2.2.2.1 <i>Gruppen, Cluster, Cliques</i>	23
	2.2.2.2 <i>Hubs, Vermittler</i>	24
	2.2.2.3 <i>Boundary Spanners, Bridges</i>	25
	2.2.2.4 <i>Information Broker</i>	26
	2.2.2.5 <i>Periphere Akteure</i>	27
2.2.3	Small Worlds.....	27
	2.2.3.1 <i>Historie der These</i>	27

2.2.3.2	<i>Milgrams Experiment</i>	28
2.2.3.3	<i>Erdos Nummer und Bacon Nummer</i>	29
2.2.3.4	<i>Aktuelle Studie</i>	31
2.2.3.5	<i>Relevanz des Small World Effekts für die Ökonomie</i>	32
2.3	Betrachtung aus personaler Sicht.....	34
2.3.1	Maßzahlen.....	34
2.3.1.1	<i>Degree of connection</i>	34
2.3.1.2	<i>Degree centrality</i>	35
2.3.1.3	<i>Betweenness centrality</i>	35
2.3.1.4	<i>Closeness centrality</i>	36
2.3.1.5	<i>Prestige</i>	37
2.3.2	Netzwerkbegriffe.....	38
2.3.2.1	<i>Ego-Netzwerk</i>	38
2.3.2.2	<i>Diversity</i>	38
2.3.3	Stärke von Bindungen.....	39
2.3.3.1	<i>Starke Bindungen</i>	41
2.3.3.2	<i>Schwache Bindungen</i>	41
2.3.3.3	<i>Latente Bindungen</i>	43
2.3.3.4	<i>Fehlende Bindungen (Absent)</i>	43
2.4	Relevanz von Vertrauen.....	45
2.4.1	Definition und Merkmale.....	45
2.4.2	Entstehung und Wirkung	46
2.4.3	Vertrauen und Reputation im Kontext von sozialen Netzwerken.....	50
2.5	Bedeutende Netzwerke in der Praxis	53
2.5.1	Soziale und freizeitorientierte Netzwerke.....	53
2.5.2	Ausbildungsorientierte Netzwerke.....	54
2.5.3	Politische und wirtschaftliche Netzwerke.....	55
3.	Online-Netzwerke	57
3.1	Einfluss des Internets auf soziale Netzwerkstrukturen	57
3.1.1	Auswirkungen auf einzelne Beziehungen einer Person.....	57
3.1.2	Auswirkung auf das gesamte Sozialkapital einer Person.....	59
3.2	Social Software	62
3.2.1	Definition	62
3.2.2	Arten von Social Software	63

3.2.3	Geschichtliche Entwicklung von Social Software	63
3.3	Social Networking Sites („Online Netzwerke“)	66
3.3.1	Begriff	66
3.3.2	Entstehungsgeschichte	67
3.3.3	Klassifizierung von Social Networking Sites	68
3.3.3.1	<i>Freizeit-Plattformen und Business-Plattformen</i>	68
3.3.3.2	<i>Ausrichtung auf Individuen oder Unternehmen</i>	70
3.3.3.3	<i>Offene Netzwerke und geschlossene Netzwerke</i>	71
3.3.4	Datenschutz und Privatsphäre	72
3.4	Marktübersicht der Online-Netzwerke	73
3.5	Open Business Club	75
3.5.1	Oberfläche	76
3.5.2	Funktionalität	77
3.5.3	Mitgliedschafts-Arten	78
3.5.4	Geschäftsmodell	79
3.6	Vertrauen und Reputation im Kontext von Online-Netzwerken	80
3.6.1	Vertrauen	80
3.6.2	Reputation	81
4.	Ökonomische Betrachtung von Business-Networking	83
4.1	Untersuchung: Nutzenerwartung von neu registrierten OpenBC Nutzern	83
4.1.1	Zielsetzung der Untersuchung	83
4.1.2	Aufbau und Durchführung der Untersuchung	83
4.1.3	Darstellung der Ergebnisse	84
4.1.3.1	Demografisches	84
4.1.3.2	Suchen versus Gefunden werden	86
4.1.3.3	Persönliche Ziele beim Online-Networking	87
4.1.3.4	Neuanbahnung – Pflege – Wieder auffinden von Kontakten	88
4.1.3.5	Personen- und Beziehungs-Recherche	89
4.1.3.6	Ermittlung der Erfolgsfaktoren von OpenBC	90
4.1.3.7	Nutzung anderer Netzwerke	91
4.1.4	Zusammenfassung	92
4.2	Untersuchung: Tatsächlich erlebter Nutzen von OpenBC Nutzern	93
4.2.1	Zielsetzung der Untersuchung	93
4.2.2	Aufbau und Durchführung der Untersuchung	93

4.2.3	Arithmetisches Mittel und Median.....	94
4.2.4	Darstellung der Ergebnisse	95
4.2.4.1	<i>Demografische Daten</i>	95
4.2.4.2	<i>Struktur der geknüpften Kontakte</i>	97
4.2.4.3	<i>Erfolge gegliedert nach Aufgaben im Unternehmen</i>	100
4.2.4.4	Analyse der Faktoren, die den Erfolg beeinflussen	107
4.2.4.5	Erfolgsfaktoren der Online-Plattform	121
4.2.5	Vergleich Erwartung – Nutzen	122
4.2.6	Zusammenfassung.....	123
4.3	Befragung von OpenBC-Langzeitnutzern.....	124
4.3.1	Zielsetzung der Untersuchung	124
4.3.2	Aufbau und Durchführung der Untersuchung	124
4.3.3	Darstellung der Ergebnisse	125
4.3.3.1	Demografische Daten.....	125
4.3.3.2	Struktur der geknüpften Kontakte.....	127
4.3.3.3	Erfolge gegliedert nach Aufgaben im Unternehmen	128
4.3.3.4	Analyse der Faktoren, die den Erfolg beeinflussen	134
4.3.3.5	Erfolgsfaktoren der Online-Plattform	142
4.3.4	Vergleich des erlebten Nutzens mit Panel von 4.2.1	142
4.3.5	Zusammenfassung.....	144
4.4	Vergleich der Untersuchungen mit openBC-Studie.....	145
4.4.1	Nutzungsintensität der Networking-Plattform.....	145
4.4.2	Anzahl bestätigter Kontakte bei OpenBC	146
4.4.3	Anteil geschäftlich relevanter Kontakte.....	147
4.4.4	Neugeschäft über OpenBC.....	147
5.	Conclusio	148
5.1	Darstellung des ökonomischen Erfolgs.....	148
5.2	Beantwortung der Forschungsfragen	149
	Literaturverzeichnis.....	151
	Tabellenverzeichnis.....	158
	Abbildungsverzeichnis.....	160

VORWORT

Was mit einem kurzen Exposé begann, ist neun Monate später eine abgeschlossene Diplomarbeit zum Thema Business Networking im Internet. 500 Personen waren in die drei durchgeführten Untersuchungen involviert. Ein eigens zur Kontaktpflege mit Experten eingerichtetes Weblog begleitete meine Untersuchungen.

Der Online Networking Boom ist ungebrochen: Während meiner Arbeit ist das openBC-Netzwerk von 500.000 auf über eine Million Mitglieder angewachsen. Auch das Interesse an wissenschaftlichen Studien zu diesem Thema ist groß: Allein in den letzten drei Monaten wurde ich mit drei Anfragen von Diplomanden konfrontiert, die sich dem Thema im Rahmen ihrer Diplomarbeit widmen wollen. Die Open Business Club GmbH selbst hat kürzlich ihre zweite internationale Studie zum Thema Kommunikation & Networking im Internet veröffentlicht. Die Ergebnisse sind auch in die vorliegende Diplomarbeit eingeflossen.

Dank gebührt an dieser Stelle allen Teilnehmern meiner Befragungen, aber auch den Input-Gebern und hier im Besonderen meiner Diplomarbeits-Betreuerin Frau Ing. Mag. Margit Wendelberger, den Coaches Frau MMag. Dr. Astrid Wiesenöcker und Frau Mag. Dr. Gudrun Perko, sowie meiner Partnerin Martina Bachmayer.

Business Networking im Internet ist erst durch das Zurückdrängen der Anonymität in der Online-Welt möglich geworden. Die Scheu vor der Preisgabe der eigenen Identität im Internet hat stark abgenommen. Soziale Applikationen, die unter dem Stichwort „Web 2.0“ ins Leben gerufen werden, nützen diesen Trend. Immer mehr Menschen nutzen das Web im Businessbereich, um Kontakte zu knüpfen, Reputation aufzubauen und Vertrauen herzustellen. Aber auch Themen wie Privatsphäre und Datenschutz gewinnen damit an Bedeutung. Sehr spannend also, wohin die Entwicklung geht. Die vorliegende Arbeit widmet sich nun erstmals der ökonomischen Betrachtung von Online Networking.

Andreas Stradner
Wien, am 24. April 2006

Aktuelle Informationen rund um Business Networking im Internet finden Sie unter <http://networking.twoday.net>

1. EINLEITUNG

1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Jeder Mensch ist über sechs Ecken mit jedem anderen Menschen der Welt verbunden. Nach dieser bereits 1929 entstandenen Theorie, die 1967 erstmals empirisch untersucht wurde, wurde sogar ein Theaterstück benannt, das vor einigen Jahren in Hollywood verfilmt wurde.

Und genau diese Theorie ist die Grundidee, die hinter den Social Networking Sites steht. Diese Networking Sites haben es sich zur Aufgabe gemacht, Geschäftsleuten Business Networking im Internet zu ermöglichen. Der erste Versuch war eine 1997 gestartete Plattform, die bezeichnenderweise SixDegrees.com hieß, im Jahr 2001 aber mangels erfolgreichen Geschäftskonzepts wieder eingestellt wurde. 1999 folgte mit Ecademy.com in England das erste reine Business-Netzwerk, das auch heute noch existiert und erfolgreich ist. Im Jahr 2003 folgte der Start der beiden heutigen Marktführer auf dem Gebiet: In den USA mit der Networking Site LinkedIn.com, die bereits 5 Millionen Mitglieder hat, und in Europa OpenBC.com mit mittlerweile 1 Million Mitglieder.

Diese Millionen Mitglieder sind Teil dieser Business-Netzwerke. Sie stellen ihre eigene Person in Benutzerprofilen vor und bilden online ihre vorhandenen sozialen Netzwerke ab, in dem sie Verbindungen zu anderen Personen in das System eintragen. Neben der Eintragung von Verbindungen mit bereits bestehenden Kontakten, die Mitglied der Plattform sind, erfolgen laufend weitere Vernetzungen mit neu erschlossenen Kontakten sowie Erweiterungen des Netzwerks durch Einladungen zur Mitgliedschaft. Somit wächst das Netzwerk kontinuierlich und soziale Strukturen werden sichtbar gemacht.

Online-Networking zu betreiben heißt nun, diese Business-Netzwerke zu benutzen, um gezielt Kontakte anzubahnen und zu pflegen. Da sich mittlerweile, wie bereits erwähnt, ein Millionenpublikum mit Online-Networking beschäftigt und ein beträchtlicher Anteil in diese Systeme viel Zeit investiert, drängt sich die Frage nach

dem Nutzen auf. Und da es sich um Business-Anwendungen handelt, ist die Frage eine ökonomische: **Welchen Erfolg bringt Business Networking im Internet?**

Zielsetzung dieser Diplomarbeit ist die Beleuchtung und ökonomische Auseinandersetzung mit Business-Netzwerken im Internet, ihrer Entstehung und Funktionsweise sowie die erstmalige empirische Erhebung ihres ökonomischen Nutzens für die Benutzer – am Beispiel von OpenBC.com, geografisch eingegrenzt auf Österreich.

Da unterschiedliche Networking-Ziele identifizierbar sind, teilt sich die bereits formulierte Forschungsfrage in drei Teilfragen:

1. Welchen Erfolg bringt Business Networking im Internet bei der Suche nach **Aufträgen / Kunden, Lieferanten und Kooperationspartnern?**
2. Welchen Erfolg bringt Business Networking im Internet bei der Suche nach **Stellen bzw. Kandidaten für Stellen?**
3. Welchen Erfolg bringt Business Networking im Internet bei der Suche nach **Experten und Wissen?**