

UDK CAMPUS – DAS NETZ DER KÜNSTE

Fast drei Jahre hatten wir zu Beginn des Projektes UdK Campus an der Universität der Künste Berlin (UdK) studiert. Voller Erwartungen waren wir an die größte Kunstuniversität Europas gekommen. Doch bald merkten wir: Der hoffnungsvoll erwartete Austausch mit Studierenden aus allen Künsten gestaltete sich schwierig – viel schwieriger als erwartet.

Wir studierten in der Mierendorffstrasse in klassenähnlichen Strukturen und kamen schon aus ganz praktischen Gründen nicht mit anderen Disziplinen in Kontakt. Denn die befanden sich fast alle an ganz anderen Orten – ein logistisches Problem, auch aufgrund von Zeitmangel. Denn wenn wir doch einmal an einem der anderen 15 Standorte der UdK Berlin eine Veranstaltung besuchten, mussten wir in der Regel sofort danach wieder aufbrechen, um pünktlich zur nächsten Veranstaltung nach Wilmersdorf zurückzugelangen. Unseren Studiengang Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation nahmen wir immer mehr als ‚Insel‘ wahr. Wir fühlten uns selten als Teil der UdK und außerhalb des Studienganges kannten die meisten Studierenden den Studiengang nicht.

Aus dem Bedürfnis nach mehr Integration und einer besseren Kommunikation entstand die Projektidee. Wir wollten etwas bewegen für die Studierenden der UdK. Sie sollten wirklich das Gefühl haben, an der größten Kunstuniversität Europas zu studieren und von dem ungeheuren Potenzial der Vereinigung aller künstlerischen Studiengänge profitieren können.

Dafür sollte es geeignete Kommunikationskanäle geben, in denen man die Informationen bekommen kann, die man braucht.

1 FORSCHUNG

WORKSHOP

Worin genau besteht das kommunikative Problem an der UdK? Wird es von den Studierenden überhaupt als solches wahrgenommen? Und ist eine Lösung erwünscht? Um von Anfang an verschiedenste Perspektiven in die Problem- und Lösungsfindung mit einzubeziehen, entschlossen wir uns, zunächst einen Workshop mit Studierenden aus allen Fakultäten durchzuführen. Wir wollten gemeinsam Insights und Unmet Needs in Bezug auf die Vernetzung und Kommunikation innerhalb der UdK identifizieren und mögliche Lösungsansätze entwickeln. Weiter wollten wir die Wertschöpfungskette dem Ansatz von Michael E. Porter folgend umkehren. Der Erfahrungs- und Erlebnisraum unserer potenziellen Nutzergruppe soll den Ausgangspunkt für unser Angebot darstellen und in verschiedenen Phasen des Entwicklungsprozesses immer wieder mit einbezogen werden. Indem wir besonders Interessierte bereits früh in einen Co-Creation Prozess einbezogen, entsteht ein hohes Involvement bei dieser kleinen Gruppe. Um einen disziplin-übergeifenden Erlebnisraum zu schaffen, bezogen wir das Netzwerk dieser Multi-

plikatoren im Verlauf des Projektes immer stärker ein, um einerseits unsere Idee weiterzutragen und andererseits die vorhandenen Kompetenzen und Erfahrungen zur Weiterentwicklung unseres Angebots zu nutzen.

Als Workshop-Teilnehmer konnten wir zehn Studierende aus allen vier Fakultäten gewinnen. Alle Teilnehmer erledigten im Vorfeld des Workshops eine Aufgabe, die sie dann zu Beginn präsentierten. Sie stellten besonders kommunikative und besonders unkommunikative Situationen vor, die ihnen im Alltag der UdK begegnet waren, während die anderen als aktive Zuhörer Notizen auf Klebezettel machten. Bei den Beschreibungen ihrer (un)kommunikativen Situationen konnten wir folgende zentrale Insights generieren:

* Es herrscht so gut wie keine Verbindung zu anderen Studiengängen und Fakultäten. Diese mangelnde Vernetzung ist von den Studierenden aber nicht gewünscht.

* Die Einführung der arbeits- und zeitintensiveren Bachelor- und Master-Studiengänge mit ihren klassenähnlichen Strukturen verschärfen das Problem weiter.

* Von transdisziplinärer Arbeit versprechen sich die Studierenden interessante Kontakte, bessere Ergebnisse, Wissenstransfer, persönliche Weiterentwicklung, technisches Know-

How und allgemein eine Erweiterung des eigenen Horizonts.

Die Notizen des aktiven Zuhörens haben wir in einem nächsten Schritt zusammen mit den Teilnehmern geclustert und erhielten drei Themenbereiche:

1. Online-Lösung
2. Interdisziplinäre Projekte
3. fakultätsübergreifende Treffpunkte schaffen

Diese drei Themenbereiche wurden dann in Gruppenarbeit weiter ausgearbeitet und anschließend präsentiert.

Nach der Präsentation fand ein Ranking der vorgeschlagenen Ideen statt, in dem die Internetlösung klar dominierte. Sie wird als einfachste und effektivste Vernetzungsmöglichkeit betrachtet, die außerdem Grundlage für alle weiteren Vorschläge sein kann. Hier kann man leicht Kontakte zu anderen Studierenden aufnehmen, sich verabreden, Projekte organisieren, Mitstreiter finden und Arbeitsproben veröffentlichen. Eine Projektbörse könnte die verschiedenen vorhandenen Kompetenzen optimal verknüpfen. Auch eine sehr begrüßte Idee der Workshops von Studierenden für Studierende, die einen Einblick in die anderen Studienfächer ermöglichen sollen, könnte durch die Plattform unterstützt werden, wenn Informationen zu entsprechenden Angeboten hier für alle zugänglich

gemacht würden.

Wir gingen also mit einer genaueren Vorstellung des Problems und ersten Lösungsideen aus dem Workshop, die wir im Folgenden weiter untersuchen und konkretisieren mussten. Im nächsten Annäherungsschritt führten wir eine Befragung unter allen Studierenden der UdK durch, um die qualitativen Ergebnisse des Workshops auch quantitativ zu prüfen. Abgefragt wurden dabei das Vernetzungsbedürfnis und das Nutzungsverhalten in Bezug auf Online-Plattformen.

ONLINEBEFRAGUNG DER STUDIERENDEN

Erhebungsmethode

Wir entschieden uns für eine Datenerhebung per Online-Fragebogen, da es uns so möglich war, innerhalb kurzer Zeit Daten von Studierenden aus allen Fakultäten zu erheben. Der Fragebogen bestand aus zwei Teilen. Der erste Teil umfasste Fragen zu Bedürfnissen in Bezug auf Transdisziplinarität und die aktuelle Studiensituation an der UdK. Der zweite Teil zielte auf die Nutzungsverhalten in Online-Communities ab.

Ergebnis

Die Situation der Studierenden in Bezug auf den fachübergreifenden Austausch wird beklagt. So gaben die Befragten an, dass die Kontaktaufnahme zu Studierenden anderer Studiengänge schwierig sei. Selbst Studierende, die bereits an

studienübergreifenden Projekten beteiligt waren, geben an, sie würden gerne mehr Transdisziplinarität erfahren. Das Ergebnis der Befragung zeigt, dass Bedürfnisse nach fakultätsübergreifendem Austausch flächendeckend unter UdK Studierenden aller Fachrichtungen bestehen und die aktuelle Situation diesen nicht gerecht wird. Die qualitativen Ergebnisse des Workshops wurden damit bestätigt und erwiesen sich als an der UdK äußerst weit verbreitet.

Außerdem sind die Befragten mit dem Medium Internet und dem Format Online-Community vertraut.

Diese Ergebnisse bestärkten uns in dem Bestreben, die im Workshop favorisierte Idee einer exklusiven UdK-Internetplattform zu entwickeln – die Idee für den „UdK Campus“ war geboren.

2 STAKEHOLDER

Die primäre Anspruchsgruppe, deren Bedürfnisse bei der Entwicklung einer solchen Plattform berücksichtigt werden müssen, sind die Studierenden der UdK Berlin. Ohne ihre Nutzungsbereitschaft kann sich kein Netzwerk entwickeln und funktionieren. Daher war es wichtig, mögliche Nutzungsmotivationen und -hürden genauer zu untersuchen.

Als zweite Nutzergruppe kommen die Alumni in Frage. Könnten wir sie für den UdK Campus gewinnen, würden sich daraus Nutzungsmöglichkeiten ergeben,

die herkömmliche Online-Communities nicht bieten können. Ein Kompetenznetzwerk fördert den Austausch zwischen Theorie und Berufspraxis und kann bei der Jobsuche nützlich sein.

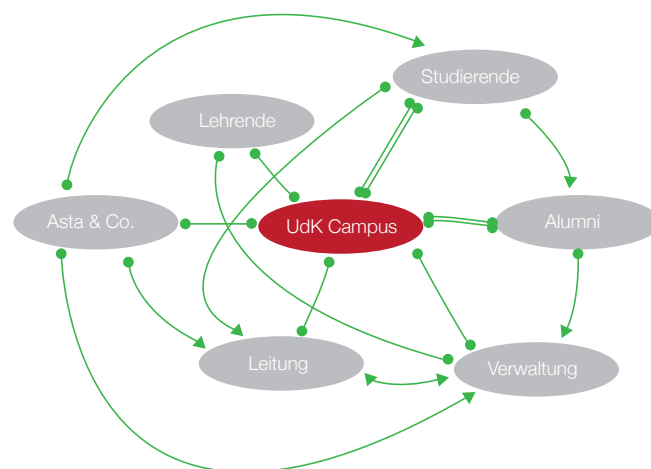
Weitere wichtige Stakeholder sind der Leitungs- und Verwaltungsapparat der UdK sowie die Lehrenden. Der UdK Campus bietet der UdK klare Vorteile, die über die Interessen der Studierenden hinaus gehen. Deshalb muss auch seitens der Verwaltung Akzeptanz für diese studentische Initiative geschaffen werden.

Beispiel:

Wechselbeziehung der Stakeholder

Das Engagement der Lehrenden im Netzwerk steht in einem reziproken Verhältnis zur Beteiligung der Studierenden. Eine starke Beteiligung seitens der Studierenden erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Dozenten diesen Kanal nutzen, um Veranstaltungen zu organisieren. Der größte Vorteil des UdK Campus für die Lehrenden besteht dabei darin, dass es möglich ist, einerseits alle Studierenden oder die Teilnehmer einer bestimmten Veranstaltung oder nur einen einzelnen Studierenden problemlos gezielt zu erreichen und andererseits Lehrmaterialien zentral online verfügbar zu machen – und das alles auf einer Plattform. Andererseits kann die Nutzung des UdK Campus durch die Lehrenden auch die Nutzungsmotivation der Studierenden erhöhen und dazu beitragen, dass die Nutzungshürden überwunden werden.

Wechselbeziehungen zwischen Stakeholdern



3 SOFTWAREENTWICKLUNG

Einen Überblick über die Funktionsweise bietet auch der mitgelieferte Screencast, in dem ein Nutzungsszenario dargestellt wird.

Der UdK Campus stellt folgende Module und Funktionen zur Verfügung.

LDAP DATENBANK

LDAP ist eine Datenbank, die von der University of Michigan entwickelt wurde. Sie ermöglicht es, in einer zentralen Datenbank Benutzerdaten, Email-Adressen, Passwörter und andere nutzerspezifische Informationen zu verwalten. Der UdK Campus bietet damit eine bisher nicht existente Schnittstelle, die der UdK die Möglichkeit gibt, Verwaltungs- und Administrationsprozesse zu optimieren und zu zentralisieren. Durch die LDAP Datenbank ist es möglich, in Zukunft alle IT Services der UdK wie WLAN- und Com-

puterzugänge, Notenverwaltung etc. über das LDAP Modul zu administrieren. Es ist also möglich, mit einem Satz zentral verwalteter Zugangsdaten auf alle Software-systeme zuzugreifen, die an die LDAP Datenbank angeschlossen sind. Auch der integrierte Mail Server des UdK Campus greift auf das LDAP Modul zu. Hier liegt Potenzial eine Prozessautomatisierung innerhalb der Universität auch in Zukunft voranzutreiben.

WEBMAILER INKLUSIVE MAILSERVER

Der Mailserver des UdK Campus bietet den Studierenden und anderen Benutzern die Möglichkeit, sich ganz unkompliziert eine universitäre Email-Adresse anzulegen und mit dieser zu kommunizieren. Beim Anlegen eines neuen Benutzerkontos im UdK Campus werden sie automatisch mitgeneriert – in der Form vorname.nachname@udk-campus.de. Durch die einheitliche Gestaltung der Email-Adressen können Personen leichter gefunden und kontaktiert werden. Es genügt, den Namen zu wissen. Die Daten für den Mail-Server werden zentral in der LDAP Datenbank abgelegt.

So wird z.B. die Arbeit der Dozenten und Lehrenden erleichtert. Durch die regelmäßige UdK Campus Email-Adresse reicht es dem Dozenten zu wissen, wer seinen Kurs besucht (Name und Vorname) und schon kann er alle Kursteilnehmer leicht erreichen.

Der Webmailer basiert auf HTML und CSS3 und erlaubt somit eine direkte Anpas-

sung an die generelle Gestaltung des UdK Campus. Für das Mailprotokoll wird IMAP benutzt. Dies hat den klaren Vorteil, dass alle Emails zentral auf dem Server gespeichert werden und der Nutzer, egal von welchem Ort aus und unabhängig davon, ob ein Mailprogramm oder der Webmailer zum Abruf verwendet wird, auf alle Emails Zugriff hat. Der Webmailer ist in die Plattform integriert und man kann über ihn UdK Campus-Mitglieder und externe Empfänger gleichermaßen erreichen – ein Vorteil gegenüber den üblichen Social-Network-Nachrichten.

AUTOMATISCHE NUTZERANMELDUNG

Die Nutzeranmeldung auf dem UdK Campus erfolgt aus dem Administrationsbereich. Die Nutzeranmeldung generiert bei der Erstellung eines neuen Accounts die Einträge Name, Vorname, Studiengang und Email-Adresse in der LDAP Datenbank. Diese voreingestellten Parameter sind variabel und können zu einem späteren Zeitpunkt angepasst werden. Mögliche Erweiterungen sind Beginn des Studiums, Matrikelnummer etc. Durch die Benutzung von LDAP ist es für die Verwaltung auch möglich, ihr eigenes System an die Datenbank anzuschliessen und direkt bei der Immatrikulation von neuen Studierenden einen LDAP Eintrag vorzunehmen. So werden für Neuimmatrikulierte automatisch Zugangsdaten für den UdK Campus generiert, ohne dass dadurch ein Mehraufwand entsteht.

SCHREIBTISCH

Der Schreibtisch ist die persönliche Startseite. Hier landet man direkt nach dem Einloggen und bekommt einen Überblick über die letzten Aktivitäten auf dem Netzwerk, die eigenen Freunde, andere Nutzer, die online sind, und die Campus News. Diese Seite ist nur für das eingeloggte Mitglied sichtbar.

PROFILSEITE

Die Profilseite ist die öffentliche Seite des Mitglieds. Fest vom Administrator angelegt wird hier der Name und der Studiengang. Studiendauer, Angaben zu besuchten Lehrveranstaltungen, sowie viele persönliche und berufliche Informationen können vom Nutzer ergänzt werden. Für die Alumni besteht hier außerdem die Möglichkeit, Praktikums- und Jobangebote zu vermerken.

SUCHE

Neben der voreingestellten Standard-suche haben wir eine „Erweiterte Suche“ hinzugefügt. Hier kann man nach allen im Profelfeld gemachten Angaben und somit sehr gezielt nach bestimmten Personengruppen oder Fähigkeiten suchen. Die Suche ist eine wichtige Grundfunktion, die wir an die Bedürfnisse unserer Nutzer zur transdisziplinären Vernetzung angepasst haben.

GRUPPEN

Jedes Mitglied hat die Möglichkeit, verschiedenen Gruppen beizutreten und

neue Gruppen zu gründen. Hier können Jahrgangs-, Studiengangs- oder Interessengruppen entstehen. Um die Kommunikation von Anfang an etwas zu ordnen und zu strukturieren werden einige Gruppen im Vorfeld angelegt (Flohmarkt, Stellebörse etc.). Als Anregung für die Themen- und Bedürfnisfelder haben wir Inhaltsanalysen bestehender Email-Verteiler des Studienganges GWK durchgeführt.

FREUNDE

Wie von anderen Plattformen gelernt und gewohnt, gibt es die Möglichkeit, mit anderen Nutzern befreundet zu sein. Im Freunde-Modul auf dem Schreibtisch kann man über Short-Cuts direkt zu den Profilseiten seiner Freunde und bleibt über das „Aktivitäten-Deiner-Freunde“-Modul auf dem neusten Stand. Damit ein neu angelegter Nutzer von Anfang an Aktivitäten auf dem Netzwerk mitbekommt und einen Ansprechpartner für Fragen rund um den UdK Campus hat, haben wir eine automatische Freundschaftsanfrage der Gründungsmitglieder programmiert, die beim ersten Besuch der Plattform bestätigt (oder abgelehnt) werden kann.

AKTUELLER STATUS

Die Statusmeldung ist ein weiteres gelerntes und erwartetes Standardmodul. Auf die Frage „Was macht die Kunst?“ kann der Nutzer kurz und knapp seinen momentanen Gefühls- oder Beschäftigungszustand angeben. Dieser erscheint auf der Profilseite und im „Aktivität-

Deiner-Freunde“-Modul der Freunde. So werden Reaktionen „provoziert“, was die Netzwerkaktivität anregt.

FOTOS, VIDEOS UND MUSIK

Um die Profilseiten zu beleben und vor allem um ihre Arbeit und ihre künstlerischen Fähigkeiten zu präsentieren, können die Nutzer Fotos, Musik und Videos auf ihr Profil laden. Sie haben damit umfangreiche Möglichkeiten zur Selbstdarstellung und können so das Interesse anderer Nutzer wecken und Mitstreiter für gemeinsame Projekte gewinnen.

AKTIVITÄTEN

Um auf andere Studierende aufmerksam zu werden, haben wir uns für zwei Aktivitäts-Module entschieden. Die eigenen Aktivitäten und die von Freunden, wobei Letztere nur auf dem Schreibtisch (privat) des jeweiligen Nutzers, nicht auf seiner Profilseite (öffentlich) zu finden sind. Dieses Modul lädt zum Erkunden des UdK Campus ein und fördert so die Aktivitäten auf der Plattform, die Nutzung der Funktionen, die Generierung neuer Inhalte und die Vernetzung der Nutzer.

ARCHIV

Das Archiv ist ein strukturierter Datei-Upload, in dem künstlerische Arbeiten, Hausarbeiten, Seminar- und Abschlussarbeiten, Referate, Präsentationen etc. archiviert und anderen Studierenden zugänglich gemacht werden können. Bisher gibt es kein zentrales digitales

Datenarchiv der UdK Berlin. Unsere Wissensdatenbank soll dem Gedanken der Wissensteilung bzw. -vereinigung Rechnung tragen. Sie soll einerseits als Anregung und Inspiration dienen und birgt andererseits das Potenzial, die Effektivität der Universität als Wissensproduzent zu steigern. Im Frontend gibt es für den Benutzer verschiedene Möglichkeiten, nach Dateien zu suchen bzw. diese zu finden. Die Dateien tragen z.B. die Information, wer sie eingestellt hat. Es gibt zum einen die direkte Zuordnung zu einer Objektklasse (Benutzer oder Benutzergruppe) und zum anderen die direkte Suche im Dateienarchiv.

Hier kann das Individualwissen der einzelnen Nutzer in Institutionswissen überführt werden. Das Teilen von Wissen ist ein sehr alter Gedanke, der unserer Meinung nach gerade durch die paritätische Bewertung aufgrund der Umstrukturierung im Zuge des Bolognaprozesses in Vergessenheit geraten ist. Schon im 16. Jahrhundert machte es der neapolitanische Arzt, Gelehrte und Dramatiker Giovanni Batista della Porta zum Aufnahmekriterium für seine „Akademie der Geheimnisse“, dass man etwas Neues entdeckt habe und bereit sei, dieses Wissen mit den anderen Studierenden zu teilen. Aber auch in der modernen Wirtschaft ist dieser Gedanke populär, wie das berühmte Zitat des Siemens Vorstandsvorsitzenden Heinrich von Pierer zeigt: „Wenn Siemens wüsste, was Siemens weiß“

Hierbei gibt es verschiedene Such-Modi: die zentrale Suche, wobei alle Parameter der Dateien gezielt in die Suche integriert werden können und eine Gesamtansicht aller Dateien als Liste, in der die Kriterien Dateiname, Dateiformat, Uploader, Tags und Änderungsdatum angezeigt werden. Administratoren können im Backend mögliche Datenformate und die maximale Dateigröße festlegen, um Missbrauch vorzubeugen.

CAMPUS NEWS

Die Campus News sind ein fest integriertes Modul, das weder vom Schreibtisch noch von der Profilseite entfernt werden kann. Von Administratorseite können im Backend Neuigkeiten eingetragen werden, die dann auf der gesamten Seite kommuniziert werden.

CAMPUS NACHRICHT

Die Möglichkeit, kurze Nachrichten zu schreiben, kennt man aus anderen Social-Communities. Über die Profilseite eines Mitglieds oder aber direkt über ein Postfach kann man private Kurznachrichten an andere User verschicken.

PINNWAND

Die Pinnwand ist ebenfalls ein bekanntes Feature von anderen Plattformen. Sie ist eine Fläche auf der Profilseite, auf der andere Mitglieder eine öffentliche (für alle lesbare) Nachricht hinterlassen können.

MODULARER AUFBAU DES INTERFACE

Die Anordnung und auch Anzahl der einzelnen Funktions-Module auf der Seite sind vom Nutzer individualisierbar, um verschiedenen Gewohnheiten und Präferenzen entgegenzukommen. Um die User anfangs nicht mit einer leeren Startseite zu empfangen und die Aktivität auf dem Plattform anzuregen, machen wir Voreinstellungen für Standardfeatures auf dem Schreibtisch (Startseite) und der Profilseite.

4 USER GENERATED CONTENT & CROWDSOURCING

Gestaltungsmerkmal von bestehenden Online-Netzwerken ist die Einbindung des Nutzers in die zentrale Wertschöpfungskette. Vor allem die Inhalte werden häufig von den Nutzern generiert. Die Plattform stellt dafür lediglich Möglichkeiten und Strukturen zur Verfügung. Auch der UdK Campus lebt wesentlich von User Generated Content (UGC), also Inhalten, die von den Studierenden auf dem UdK Campus selber erschaffen werden. Die Partizipation der Studierenden auf der Plattform ist notwendig und erwünscht. Nutzergenerierte Inhalte auf dem UdK Campus sind zum Beispiel die Dateien im Archiv oder die Videobibliothek, aber auch Pinnwand-einträge, neue Gruppen etc. Ziel des UGC auf dem UdK Campus ist es aber nicht, einfach eine möglichst große Vielfalt an beliebigen Daten und Inhalten zu gene-

rieren. Die Struktur, die Funktionen und die daraus resultierenden Möglichkeiten, die der UdK Campus bietet, sorgen dafür, dass vor allem Inhalte generiert werden, die im Kontext eines Studiums an der UdK sinnvoll sind. Durch Studierende und Lehrende, die ihre eigenen Inhalte (Manuskripte, Präsentationen, Reader) auf der Plattform publizieren, gibt es auf dem UdK Campus einen so genannten Lock-In-Effekt: Die Studierenden verzichten zunehmend auf unstrukturierte alternative Angebote wie Email-Verteiler oder Studiengangsseiten, weil Sie wissen, dass ein großer Teil aller benötigten Daten und Informationen auf dem UdK Campus einfach und zentral zu finden ist.

Mit dem UdK Campus wollen wir aber noch einen Schritt weiter gehen. Die Nutzer werden auch in die Gestaltung und Weiterentwicklung der Plattform miteinbezogen. Neue Studierende erhalten direkte und indirekte Hilfe bei ersten Schritten und beim System-Verständnis von anderen Nutzern der Plattform. Unterstützt durch die dem Portal zu Grunde liegende soziale Softwarearchitektur entstehen Crowdsourcing-Effekte, d.h. Studierende werden aktiv und passiv zu persönlichen „Filtern“ anderer Studierender und ermöglichen diesen, die Informationen zu finden, die am besten zu ihren Bedürfnissen passen (z.B. Dateien zu bestimmten Themen, Termine, Events oder Gruppen).

Der Crowdsourcing-Ansatz dient dazu, die Gestaltung und die Funktionalität des System ständig weiterzuentwickeln und

die Intelligenz der Studierendenschaft zu nutzen. So kann die Administration auf Vorschläge reagieren und Lösungen entwickeln, die besonders nah an den Vorstellungen der Studierenden liegen.

Grundlage für das Funktionieren von Crowdsourcing sind umfangreiche Informationen über das Nutzungsverhalten der Studierenden. Einerseits können diese direkt ausgewertet werden, um die Plattform besser an das Nutzungsverhalten anzupassen. Andererseits ist es auch sinnvoll, den Nutzern Informationen über das Nutzungsverhalten ihrer Kommilitonen zugänglich zu machen. Dies fängt bei der Anzeige von Gruppenmitgliedschaften an und geht über Bewertungen von Inhalten bis zum aktiven Mitgestalten der Plattform. Vor allem beinhaltet dies aber Informationen über die Beziehungen von Nutzern und darüber, welche Systemwerkzeuge schwerpunktmäßig genutzt werden. Die ausführliche Auseinandersetzung einiger Studierender mit bestimmten Funktionen der Plattform kann bei anderen, weniger involvierten Studierenden eine Folgenutzung auslösen.

Nur wenn die Studierenden diese Informationen haben, können sich bestimmte Trendbewegungen auf der Plattform entwickeln und Nutzungsweisen herausbilden, die bestimmte Nutzungs- und Kommunikationsformen zum Standard erheben und damit eine Nutzungskultur hervorbringen. Zur Gewinnung dieser sozialen Informationen verfügt der UdK Campus über ein dynamisches Monito-

ring- und Trackingsystem, welches die benötigten Daten automatisch erhebt, analysiert und weiterleitet.

Unser Ziel ist es, die Funktionen so eng an den Bedürfnissen, Vorlieben und Präferenzen der Studierenden zu positionieren, dass sie als nützlicher und selbstverständlicher Erlebnisraum wahrgenommen werden.

5 AUSBLICK

Bei einer offiziellen Übernahme des UdK Campus durch die Hochschulleitung ist zu beachten, dass das Feeling der Studierenden-Initiative nicht verloren geht. Wie unsere Forschung gezeigt hat, werden die offiziellen Online-Lösungen anderer Universitäten teilweise wenig genutzt, weil sie nicht an den Bedürfnissen der Studierenden ausgerichtet sind und top-down von der Verwaltung implementiert wurden. Dieses Problem haben wir mit dem Einbeziehen von Beta-Testern und unserem Crowdsourcing-Ansatz bewusst umgangen.

Um diesen Vorteil nicht zu verlieren, sollte eindeutig kommuniziert werden, dass der Campus auf eine studentische Initiative zurückgeht. Die Pflege und Weiterentwicklung sollte in der Hand der Studierenden bleiben und die Nutzerschaft miteinbeziehen.

Die Grundlage einer Organisation sind die Menschen, die die Organisation tragen und bestimmte Werte leben. Überträgt man diese Maxime auf die Organisa-

tion Universität der Künste Berlin, so zeigt sich, dass interdisziplinäre Arbeit zwar ein Wert ist, den die Universitätsleitung definiert hat, der aber kaum von den UdK-Studierenden gelebt wird. Hier offenbart sich eine Diskrepanz zwischen der Strategischen Vision der Universitätsleitung und der von den Studierenden und Lehrenden gelebten Organisationskultur. Dadurch ist die Außenwahrnehmung der UdK, was die Transdisziplinarität und Verbindung der Künste angeht, nicht einheitlich. Um die UdK Berlin langfristig als attraktive Marke mit einer starken Identität zu positionieren, ist es notwendig, diesen Abweichungen entgegenzuwirken indem das Potenzial transdisziplinärer Arbeit an der UdK stärker genutzt wird. Nur so ist es möglich, das Profil der UdK im Hinblick auf den internationalen Hochschulwettbewerb so zu schärfen, dass die Position als einzigartige Kunstuniversität erhalten und ausgebaut werden kann.

Der UdK Campus war zunächst ein Testprojekt. Perspektivisch wäre es sinnvoll, Netzwerke wie den UdK Campus an allen Kunsthochschulen im Raum Berlin-Brandenburg zu etablieren, die dann – in einem nächsten Schritt – in einem „Meta-Netzwerk“ miteinander verbunden werden können. So kann die transdisziplinäre Arbeit nicht nur hochschulintern, sondern auch über Hochschulgrenzen hinaus leichter und effizienter realisiert und ein exklusives Netzwerk für Kunst- und Kulturschaffende in dieser Region geschaffen werden.

A ANHANG – LITERATURVERZEICHNIS

- Abell, D F. 1980, Defining the Business – The Starting Point of Strategic Planning, Prentice Hall, Englewood Cliffs
- Arnhold, K. 2003, Digital Divide: Zugangs- oder Wissenskluft?, Reinhard Fischer, München
- Brandel, M. 2008, CROWD SOURCING: Are you ready to ask the world for answers? , Computerworld, Vol. 42 Ausgabe 10, S.24–26.
- Gladwell, M. 2000, The Tipping Point – How Little Things Can Make a Big Difference, Little, Brown and Co., Boston/New York/London
- Kim, W. C., Mauborgne, R. 2005, Blue Ocean Strategy – How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts
- Kroeber-Riel, W., Weinberg, P. 1999, Konsumentenverhalten, Franz Vahlen GmbH, München, S. 141–146
- Langmann, P. 2005, Giovan Battista della Porta [online], <http://www.xlab.at/wordbar/medien/personen/porta.html> [Zugriff: 30.4.2009]
- Lofton, L., 2007, Law schools stay in touch, network with alums in variety of ways. Mississippi Business Journal, S.19
- Maslow, A.H. 1943, A Theory of Human Motivation [online], <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm> [Zugriff: 19.4.2009]
- Porter, M.E. 1996, What is Strategy?, Harvard Business Review, Vol. 74, Ausgabe 6
- Prahalad, C. K.; Ramaswamy, V. 2003, The New Frontier of Experience Innovation, Sloan Management Review, Summer, S. 12–18
- Reichwald, R., Piller, F. 2006, Interaktive Wertschöpfung, Gabler, Wiesbaden
- Rogers, E. M. 1962, Diffusion of Innovations, The Free Press of Glencoe, New York
- Schein, E. H. 1999, Unternehmenskultur. Ein Handbuch für Führungskräfte, Campus Verlag GmbH , S. 9
- Scheler, U. 2000, Erfolgsfaktor Networking [online], Campus Sachbuch, http://books.google.com/books?id=9_Wvpl54ku0C&dq=scheler+uwe+erfolgsfaktor+networking&printsec=frontcover&source=bn&hl=en&ei=gS3vSZz8No21-QbanPmxDw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4 [Zugriff: 22.4.2009]
- Schultz, M., Antorini, Y. M., Csaba, F. F. (Hg) 2005, Corporate Branding: Purpose/People/Process – Towards the Second Wave of Corporate Branding, Copenhagen Business School Press, Copenhagen
- Warschauer. M. 2003, Technology and Social Inclusion, The MIT Press, Cambridge/London
- Weiber, R. & Kollmann, T. & Pohl, A. 1999, Das Management technologischer Innovationen, in: Kleinaltenkamp, M. & Plinke, W. (Hg.), Markt- und Produktmanagement: Die Instrumente des Technischen Vertriebs, Springer, Berlin/Heidelberg
- Weinberger, D. 2009, What crowds are wise at, KM World, Vol 18, Ausgabe 1, S.16–19.
- Wellman, B. 1997, An Electronic Group is Virtually a Social Network [online], auch in: Sara Kiesler (Hg.), Culture of the Internet, S. 179–205, <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/> [Zugriff: 21.4.2009]
- Wirth, W. 1999, Neue Wissenskluft durch das Internet – Eine Diskussion relevanter Befunde und Konzepte, Medien Journal – Zeitschrift für Kommunikationskultur, Band 22/3, S. 3 – 19