

2. ZIM-Jahrestagung zu „User Generated Content“

Foto: © Franz Pluegl - Fotolia.com



Dipl.-Kfm. Christoph Grau, MBR

Ludwig-Maximilians-Universität München,
Institut für Wirtschaftsinformatik
und Neue Medien

✉ grau@bwl.uni-muenchen.de

Anfang Mai 2007 lud das interdisziplinäre Zentrum für Internetforschung und Medienintegration (ZIM) der Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) wieder zu seiner Jahrestagung ein, um der Fachöffentlichkeit ausgewählte Forschungsergebnisse vorzustellen. Dieses Mal stand die Veranstaltung ganz im Zeichen von User Generated Content (UGC). Grundsätzlich sind darunter Inhalte zu verstehen, die von Nutzern ohne direkte Gewinnerzielungsabsicht erstellt werden und für die Distribution über Massenmedien vorgesehen sind (Stöckl/Grau/Hess 2006). Nutzergenerierte Inhalte sind ein aktuelles und scheinbar auch durchaus relevantes Phänomen, was sich nicht zuletzt daran zeigt, dass mit „MySpace“, „YouTube“ und „Wikipedia“ die drei bekanntesten Angebote mit User Generated Content mittlerweile in die Top 20 der weltweit am meisten genutzten Websites vorgestoßen sind. Obwohl sich UGC zunehmendem wissenschaftlichen und praktischen Interesse erfreut, sind viele Fragen in diesem Themenfeld bislang noch ungeklärt. Auf der 2. ZIM-Jahrestagung sollten diese Fragen diskutiert und erste Antworten entwickelt werden.

Gut 90 Teilnehmer aus dem deutschsprachigen Raum besuchten dieses Mal die Veranstaltung. Die Teilnehmer kamen vornehmlich aus Unternehmen der Medien- und

Telekommunikationsbranche. Aber auch einige bekannte Wissenschaftler der relevanten Fachgebiete trugen sich wieder in die Gästeliste ein. Die wissenschaftliche Leitung der Veranstaltung lag bei Prof. Dr. Thomas Hess, Leiter des Instituts für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien der LMU München und zugleich Sprecher des ZIM. Die Veranstaltung war dreigeteilt: Der erste Block beinhaltete eine thematische Einführung anhand eines Eröffnungsvortrages und zweier Keynotes. Im zweiten Block präsentierten das ZIM und ein Partnerlehrstuhl erste interdisziplinäre Forschungsergebnisse zum Themenfeld der nutzergenerierten Inhalteproduktion. Um die Nachhaltigkeit dieses Trends angemessen mit den Vertretern aus Praxis und Wissenschaft diskutieren zu können, wurde im dritten Block eine Podiumsdiskussion in die Veranstaltung integriert.

In seinem Eröffnungsvortrag skizzierte Prof. Dr. Thomas Hess zunächst Konzeption sowie Entwicklung des ZIM (siehe auch Hess et al. 2007) und gab einen Ausblick auf die Zukunft des ZIM. Daran anschließend führte er anhand zahlreicher Beispiele in die Thematik des User Generated Contents ein und legte somit das Fundament für ein einheitliches Verständnis aller Tagungsteilnehmer. Dem Vortrag von Prof. Dr. Hess folgten zwei Keynotes, die die unterschiedlichen Sichtweisen auf das Phänomen UGC verdeutlichten. Während Konstantin Urban von Holtzbrinck Networks über UGC und seine Erlösmöglichkeiten am Beispiel des Studentennetzwerks StudiVZ referierte, verdeutlichte Mathias Schindler von Wikimedia Deutschland am Beispiel der Online-Enzyklopädie Wikipedia die nutzergenerierte Inhalteerstellung ohne jegliches kommerzielles Interesse.

Nach der Mittagspause begann der zweite Teil der Veranstaltung mit einem betriebswirtschaftlich ausgerichteten Referat von Ralph Stöckl zu den Anreizen bei der Produktion von UGC am Beispiel von Weblogs. Im Fokus dieses Vortrages standen die Ergebnisse einer empirischen Studie zu den Motiven von Web- und Videobloggern sowie einem Vergleich mit Motiven aus der Open-Source-Forschung. Die Studienergebnisse zeigten, dass vor allem junge Nutzer aufgrund des starken Unterhaltungscharakters Blogs produzieren, während der Zeitaufwand und die Sorgen um die eigenen Daten als Hinderungsgründe gelten. Ein Vergleich mit der Open-Source-Forschung ergab, dass die nutzerseitige Produktion von Software und Inhalten tendenziell von den gleichen Motiven abhängt. Im zweiten Vortrag widmete sich Dr. Oliver Quiring aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht der Frage, ob UGC als ideale Ergänzung journalistischer Produkte zu sehen ist. Nach einer Abwägung der Nutzermotive mit den Benefits für Medienunternehmen kam Dr. Quiring zu dem Ergebnis, dass sich UGC vorrangig zur Ergänzung aktueller Berichterstattung eignet, komplett auf UGC basierende Berichterstattungen sind aufgrund qualitativer und rechtlicher Einschränkungen aktuell nicht zu beobachten und werden sich nach der Meinung von Dr. Quiring auch nicht durchsetzen können. Im Anschluss referierte Johannes Martens aus Sicht der Informatik über neue Möglichkeiten für Selektions- und Empfehlungssysteme im UGC-Kontext. Herr Martens verdeutlichte, dass klassische Empfehlungssysteme wie Content-based- und Collaborative-Filtering für nutzergenerierte Inhalte nur mehr bedingt geeignet sind und zeigte deshalb neue Ansätze auf, wie diesen Problemen beispielsweise auf Basis Sozialer Netze oder durch die Erweiterung um das Web of Trust begegnet werden könnte. Die Vorträge des ZIM wurden abschließend um eine juristische Perspektive ergänzt. Hierfür widmete sich Prof. Dr. Gerald Spindler der Georg-August-Universität Göttingen überblicksartig verschiedenen Problemfeldern aus der Sicht des Medien-, Haftungs-, Urheber- und internationalen Rechts, die im Rahmen von User Generated Content auftreten können. Gerade dem geneigten Nicht-Juristen wurde in recht plakativer Art und Weise vermittelt, welche zum Teil erheblichen juristischen Probleme mit der Produktion bzw. Integration nutzergenerierter Inhalte verbunden sind.

Nach einer kurzen Kaffeepause begann der dritte Block der Veranstaltung. Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot, Leiter des Instituts für Information, Organisation und Management der LMU München, moderierte die abschließende Podiumsdiskussion, in der einzelne Aspekte nochmals ausführlich mit ausgewählten Praxisvertretern aus verschiedenen Bereichen und dem Plenum diskutiert wurden. Teilnehmer der Podiumsdiskussion waren Michael Büsch von Skytec als Vertreter eines Technologieanbieters, Dr. Behrend Freese von den T-Labs der Deutschen Telekom als Vertreter eines Telekommunikationsunternehmens und Mark Gazecki

TERMINE SEMINARE/TAGUNGEN

- 29.08.07 - 07.09.07** **MEDIENWOCHE BERLIN-BRANDENBURG**
Berlin/Potsdam
Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH
- 23.09.07 - 27.09.07** **52. DISTRIPRESS KONGRESS WIEN 2007**
Wien
Distripress Netzwerk des internationalen Pressevertriebs
- 26.10.07** **INTERNATIONAL COPYRIGHT AND IP LAW: CONTEMPORARY CHALLENGES FOR MEDIA COMPANIES**
Stockholm, Schweden
Media Management and Transformation Centre Jönköping International Business School, Jönköping, Schweden

von Atlas Venture als Vertreter einer Investmentgesellschaft. Gerade diese Abschlussdiskussion und die rege Teilnahme der Zuhörerschaft machten nochmals recht deutlich, welches Interesse das Thema UGC in Praxis und Wissenschaft weckt, wie kontrovers es aber gleichzeitig auch gesehen wird. Die Veranstaltung schloss mit einer kurzen Zusammenfassung von Prof. Dr. Hess.

Obwohl sicherlich nicht alle offenen Fragen zu UGC abschließend geklärt werden konnten – was aber auch nicht der Anspruch einer Tagung sein kann – trugen die einzelnen Vorträge dazu bei, erste wissenschaftlich fundierte Einschätzungen zu erhalten und zu diskutieren. Ferner verdeutlichten die interdisziplinären Vorträge, wie wichtig und hilfreich es ist, sich einem derartigen Themenfeld aus unterschiedlichen Bereichen zu nähern. Wie auf jeder Tagung spielten natürlich auch hier der bilaterale Austausch und die Kontaktpflege eine wichtige Rolle, wozu dank des breiten Teilnehmerfeldes und der ausgiebigen Pausen auch entsprechend Gelegenheit bestand. Insgesamt belegen die durchweg positiven Bewertungen der Besucher, dass an der Arbeit des ZIM auch weiterhin großes Interesse besteht. Die 3. ZIM-Jahrestagung ist für Sommer 2008 geplant.

Alle Vortragsunterlagen der 2. ZIM-Jahrestagung und weitere ausführliche Informationen zum ZIM finden sich unter <http://www.zim.lmu.de>

Literatur

- Hess, T./Brosius, H.-B./Linnhoff-Popien, C./Grau, C. (2007): Interdisziplinäre Forschung im ZIM – Zur Verortung von intermedia. In: Hess, T. (Hrsg.): Ubiquität, Interaktivität, Konvergenz und die Medienbranche – Ergebnisse des interdisziplinären Forschungsprojektes intermedia, Göttingen 2007 (im Druck).
- Stöckl, R./Grau, C./Hess, T. (2006): User Generated Content. In: MedienWirtschaft, 3. Jg. (2006), H. 4, S. 46-50.