



Klaus Himpsl

Mag. Klaus Himpsl ist seit April 2007 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Department für Interaktive Medien und Bildungstechnologien an der Donau-Universität Krems. Von 2001 bis 2007 war er Mitarbeiter am Pädagogischen Institut des Bundes für Vorarlberg in Feldkirch und studierte berufsbegleitend „Prof. MSc Educational Technology“ in Krems. Klaus Himpsl forscht vor allem zum Thema E-Portfolio und betreut E-Portfolio-Einführungen und Blended-Learning-Konzepte in Lehrgängen des Departments. Er ist Referent und E-Tutor zu mehreren Themen in den Bereichen Bildungstechnologie und Didaktisches Design.

versehen oder über die Zuweisung von Sternen persönlich bewerten. Als Ergebnis dieser freiwilligen Mitarbeit ist der weltgrößte Buchklub entstanden: 416.142 Mitglieder haben über 27,5 Millionen Bücher katalogisiert, die sie mit 35 Millionen Schlagwörtern, über 400.000 Rezensionen und 4,2 Millionen Bewertungen versehen haben. Der Service ist bis zu 200 eigenen Einträgen gratis, darüber kostet er zehn US-Dollar jährlich oder auf Lebenszeit einmal 25 Dollar. Der zweite Schritt ist die Vernetzung: Über verschiedene Funktionen der Software ist es zum Beispiel möglich, mit anderen Benutzern Kontakt aufzunehmen. So kann nachgesehen werden, wer ein Buch sonst noch katalogisiert und mit fünf Sternen bewertet hat. Außerdem ist ersichtlich, wer den gleichen Geschmack hat: Die Software bietet automatisch eine gewichtete Liste von Teilnehmern, die ähnliche Bücher katalogisiert haben. Man kann sich über Foren an Diskussionen, manchmal auch mit den Buchautoren, beteiligen oder aber in eine der über 3.800 Gruppen eintreten beziehungsweise selbst eine Interessengemeinschaft gründen. Das kann entweder eine Gruppe zu einem speziellen Buch sein (so gibt es zu Harry Potter bereits 25 Gruppen), zu einem speziellen Genre wie Science-Fiction oder Philosophie oder aber zu anderen gemeinsamen Interessen; hier gibt es beispielsweise schon Gruppen der Donau-Universität Krems.

und so mit Metadaten zum schnelleren Auffinden versehen, assoziiert die Community Namensschilder (Tags) und indiziert somit gemeinschaftlich Webressourcen. Es werden dabei aber nicht nur objektive Stichwörter zum Thema oder den Inhalten vergeben, sondern auch Tags, die persönliche Wertschätzungen charakterisieren oder eine persönliche Beziehung zum Buch signalisieren – etwa „fun“ oder „to read“. Die Metadaten werden in Form von sogenannten Stichwortwolken oder „Tag Clouds“ dargestellt, die am häufigsten verwendeten Stichwörter werden durch eine größere Schriftart optisch hervorgehoben. „Fehleinträge“ von einzelnen Laien stören bei einer hinreichend großen Community nicht, weil Fehleinschätzungen einzelner Mitglieder ausgeglichen und damit korrigiert werden. Ähnlich wie das gemeinschaftliche Indizieren funktioniert auch die gemeinschaftliche Bewertung: In Web 2.0-Anwendungen werden Objekte – seien es nun Bilder (flickr.com), Videos (youtube.com), Nachrichten (digg.com, reddit.com) oder eben wie bei LibraryThing Bücher – von der Community bewertet. Die Community entscheidet so mit einfachen Mitteln, was ihr wichtig ist: „Daumen hoch“ oder „Daumen runter“ oder „Ein Stern“ bis „Fünf Sterne“ sind die üblichsten Skalen. Viele Anbieter nutzen diese Kundenbewertungen im Marketing, berühmtestes Beispiel ist hier die Verkaufsplattform Amazon. Eine Armee von Freiwilligen sorgt durch Rezensionen dafür, dass die Verkäufe einzelner Produkte angekurbelt wer-

den, unpopuläre plötzlich interessant werden, andere unvermutet aus dem Sortiment fallen. Was von der eigenen PR-Abteilung nie zu leisten wäre, machen die „Prosumer“ möglich: Die klassische Rollenverteilung von Produzent und Konsument ist teilweise aufgehoben. Die fleißigen Rezensenten wiederum gewinnen an sozialer Reputation („TOP50-Rezensent“).

den, unpopuläre plötzlich interessant werden, andere unvermutet aus dem Sortiment fallen. Was von der eigenen PR-Abteilung nie zu leisten wäre, machen die „Prosumer“ möglich: Die klassische Rollenverteilung von Produzent und Konsument ist teilweise aufgehoben. Die fleißigen Rezensenten wiederum gewinnen an sozialer Reputation („TOP50-Rezensent“).

INFORMELLES LERNEN

Die pädagogisch-didaktischen Potenziale von Web 2.0 und Social Software sind bisher noch kaum genützt. Einerseits lassen sich Web 2.0-Anwendungen in formale Bildungssettings nur

ler. Social Software ist häufig eine Domäne der jungen, erfahrenen Internetuser. Web 2.0 realisiert jedoch einen Paradigmenwechsel, der vor allem für die Erwachsenen- und Weiterbildung enorme Bedeutung gewinnen wird: selbstorganisiertes informelles Lernen. Unter informellem Lernen werden Lernprozesse verstanden, die typischerweise unsystematisch im Rahmen von Aktivitäten des täglichen Lebens (Arbeit, Familie, Freizeit) stattfinden. Wenn man bedenkt, dass nach übereinstimmender Experten-Meinung nur etwa 30 Prozent des menschlichen Lernens in Bildungsinstitutionen stattfindet, 70 Prozent unseres Wissens und unserer Kompetenzen jedoch informell erlernt werden, dann lässt sich die zukünftige Bedeutung von Web 2.0 durchaus schon heute erahnen.

KABA GmbH

International erfolgreicher Sicherheit

Die KABA GmbH ist Teil der weltweiten KABA Gruppe und bietet umfassende Lösungen für Sicherheit, Organisation und Kommunikation in niederösterreichischen Unternehmen stattet international namhafte Unternehmen, Banken und Flughäfen aus.

Marktkompetenz Sicherheit

Die KABA Produktpalette reicht von mechanischen und mechatronischen Schließanlagen umfassenden Systemen für Zutrittskontrolle und Betriebsdatenerfassung sowie beredenden Identifikationsmedien. Am österreichischen Markt zählt das Unternehmen zu den führenden. Mit dem Vertriebsnetz der KABA Gruppe ist Österreich auch international erfolgreich.

Online-Service librarything.de ist ein Praxisbeispiel für Web 2.0 und Social Software.

