

Joachim Graf, HighText iBusiness

Two dice are shown, one slightly behind and to the right of the other. They are white with black pips. The dice are positioned behind the main title text.

Spieltheorie in Social Networks

Joachim Graf

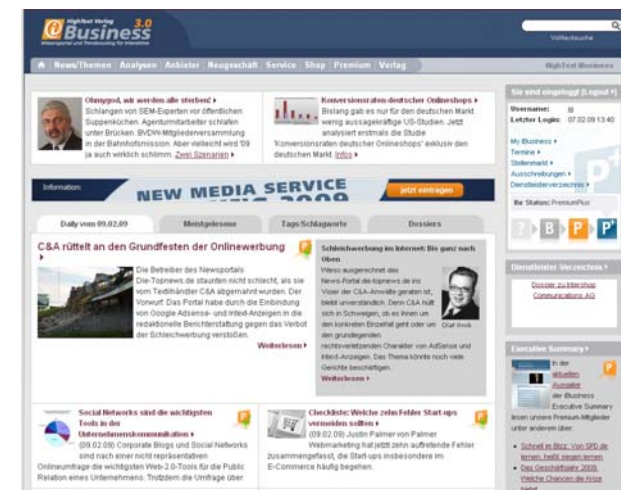


- 48 Jahre, verheiratet, drei Söhne, eine Enkelin
- Themen: Konvergenz von Medien, Kommunikation, Aufmerksamkeitsökonomie
- Keynote-Speaker, Journalist, Buchautor, Herausgeber

 **HighText Verlag**
Business **3.0**



- Publishing und **Zukunftsforschung** für **Medienkonvergenz-**Märkte, Consulting-to-go für junge Unternehmen
- iBusiness.de: **Wissensportal** als Branchen-Datamining-Tool
- Seit 1991
- iBusiness-Prognosen u.a.:
 - „Geldvernichtungsmaschine Internet-Wirtschaft“ (9/1998)
 - „Wikis werden Business-Anwendungen“ (13/2004)
 - „Die Zukunft des Content liegt nicht in der CD-ROM, sondern in den Netzen“ (7/1994)



Spieltheorie

- **Satz von Analyseinstrumenten**

- „Gefangenen-Dilemma“

- Wirtschaft, Recht, Biologie, Politik, Soziologie

- **Untersucht, wie „Spieler“ möglichst optimal ein „Spiel“ spielen**

- **Design von Communities ist „Mechanismus Design“ im Rahmen der Spieltheorie**

- <http://de.wikipedia.org/wiki/Mechanismus-Designtheorie>



Social Networks

basieren auf der **evolutionären Spieltheorie** bei der **erfolgreiche Verhaltensmuster** sich ausdehnen und **weniger erfolgreiche ausdünnen**.

Dies schließt jedoch eine **Koexistenz** von Verhaltensmustern nicht aus.



Eine **Community** ist
eine Plattform zum
Austausch zwischen Nutzern
mit gemeinsamen **Interesse**
und/oder gemeinsamen
Merkmal



„Ertrag“ für Community-Member

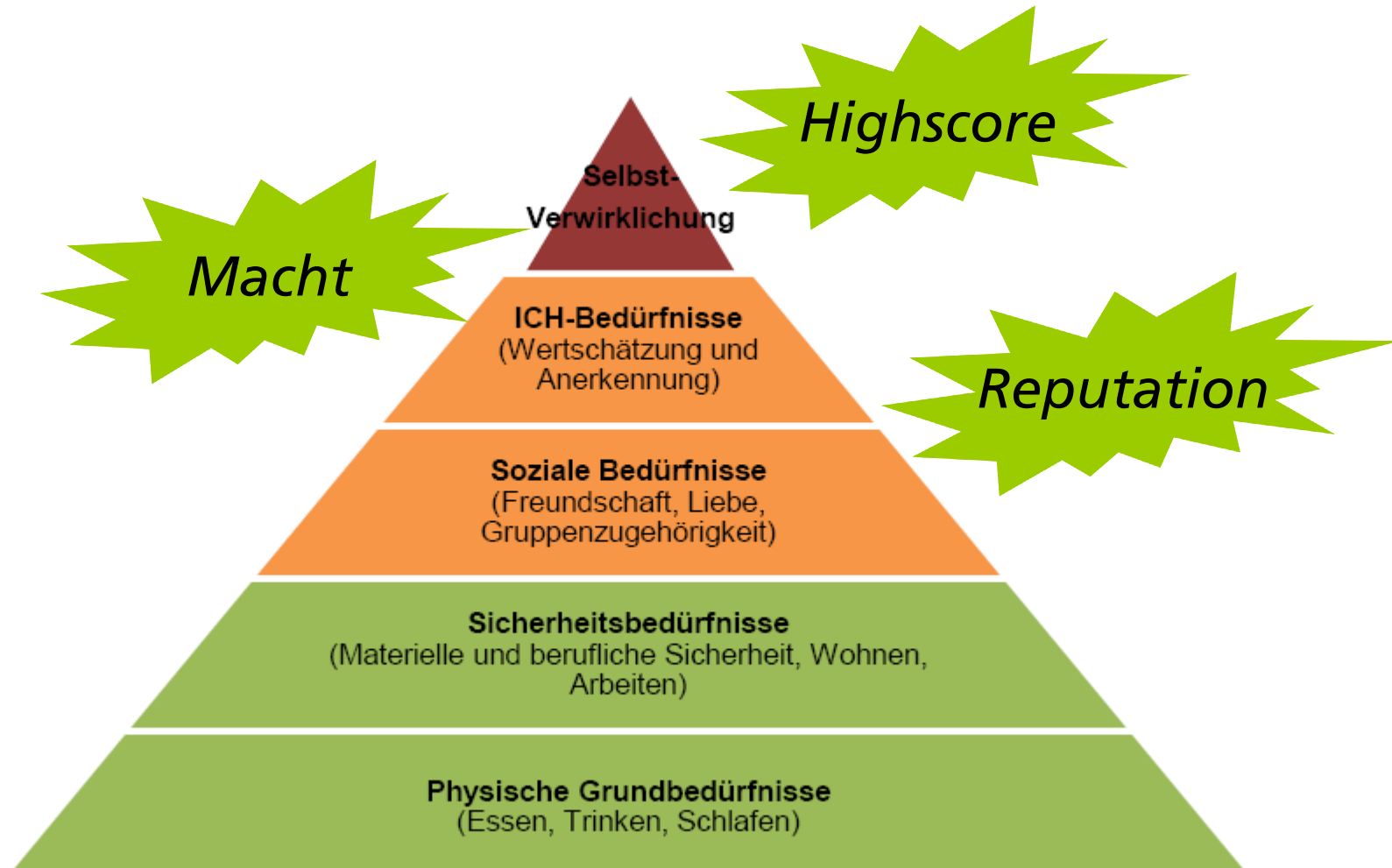


Abbildung: Bedürfnisse nach Maslow



Die Kreativitäts-Pyramide

Autoren

1

1:25

SN-Aktive

~~10~~

1:90000

Nutzer

~~100~~



Aufgaben: Mechanismus-Design



Communities sind Spiele

■ Regeln und Ziele

- Anwender müssen wissen, wie sie voran kommen

Macht

■ Bewertungen und Punktesysteme

- Rankings, Highscores, „häufigst gelesen“, „meiste Beiträge“

Highscore

■ Levels und Hierarchien

- ‚Moderator‘, ‚Tutor‘, ‚Gruppentutor‘

Macht

■ Sammelleidenschaft und Rating-Fieber

Highscore

■ Helfersyndrom ausnutzen

- Nützlich sein, Nutzen bewerten

Reputation



Wann funktionieren Communities?

- **Mitwirkung nicht überschätzen**
- **Mitwirkung vereinfachen**
 - z.B. Voting statt Freitextfunktion
- **Mitwirkung automatisieren**
 - z.B. Rankings anzeigen
- **Mitwirkung belohnen**
- **Mitwirkung steuern**
 - Community-Management als Projektaufgabe



Joachim Graf



Joachim.Graf@ibusiness.de

Lassen Sie uns
gemeinsam spielen!

