

All copyrights of this article are held by the author/s

To cite this publication

we suggest to use the APA (American Psychological Association) standard:

[Author's Last Name, Initials, (year), Title of work. Retrieved month, day, year, from source.]

You downloaded this document for free
from the



The NetAcademy is an internet research platform organizing the accumulation, dissemination and review of scientific research and publications world wide.

For any use of this document which is not strictly private, scholarly work, please contact the NetAcademy editors respectively the MCM institute at the below address.

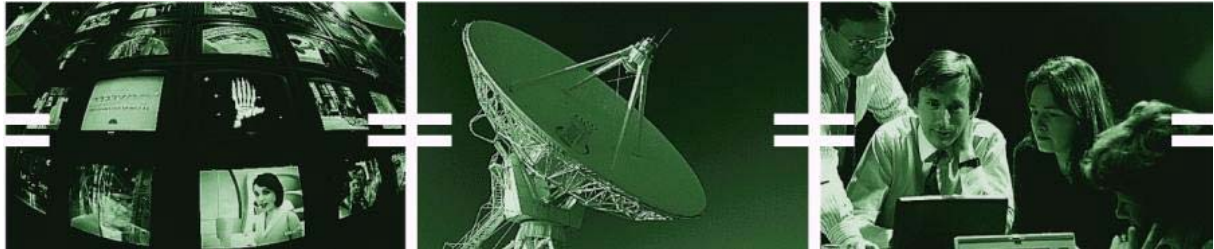
The NetAcademy ®
www.netacademy.org
NA.editors@netacademy.org

The NetAcademy project has been developed at the
Institute for Media and Communications Management MCM
University of St. Gallen
Blumenbergplatz 9
CH-9000 St. Gallen, Switzerland
www.mcm.unisg.ch

Institute for Media
and Communications Management



University of St.Gallen



Das Projekt NetAcademy on Media Management Bericht zur Phase 5 (Januar – Dezember 2000) 1. April 2001

Salome Schmid-Isler
Dörte Wittig

University of St. Gallen
Graduate School of Business
Economics, law
and Social Sciences

In cooperation with
the Bertelsmann Foundation and
the Heinz-Nixdorf Foundation

mcm *institute*

Inhaltsverzeichnis

1	MANAGEMENT SUMMARY	6
2	DIE NA(MM) IM JAHR 2000	9
2.1	ZIELSETZUNGEN 2000 UND PROJEKTSTAND HEUTE	9
2.2	INHALTLICHE ENTWICKLUNG DER NETACADEMY(MM)	10
2.2.1	<i>Das JMM – The International Journal on Media Management</i>	10
2.2.1.1	Von der Idee zur Umsetzung – Das erste Jahr	10
2.2.1.2	Das Editorial Board des JMM	11
2.2.1.3	Die Community-Aktivitäten des JMM	13
2.2.1.4	Neugestaltung des JMM-Portals	14
2.2.1.5	Die nächsten Schritte für das JMM	17
2.2.2	<i>Die NA(MM)</i>	17
2.2.2.1	Inhaltlicher Ausbau	17
2.2.2.2	Participants	18
2.2.2.3	Publikationen	18
2.2.2.4	Dokumentation der mcm-eigenen Forschung	19
2.2.2.5	Synergie mit der neuen NA on Communications Management	20
2.2.2.6	Content-Syndication-Konzept	21
2.2.3	<i>Der Executive MBA in New Media and Communication</i>	23
2.2.4	<i>Förderungsprojekte und Wettbewerbe</i>	24
2.3	TECHNISCHE ENTWICKLUNG DER NETACADEMY(MM)	25
2.3.1	<i>Automatisierung des JMM-Workflow</i>	25

2.3.2	Redesign des Graphical User Interface und der DB Architektur	25
2.3.3	Einbindung des MBA	26
2.3.4	Outsourcing	28
2.3.4.1	Outsourcing der technischen Administration	28
2.3.4.2	Weiterentwicklung der Plattform	29
3	ZIELE FÜR DIE 6. PROJEKTPHASE (JAHR 2001)	31
3.1	KOMMERZIALISIERUNG	31
3.2	OUTSOURCING IM BEREICH DER PUBLIKATIONSTÄTIGKEITEN	31
3.3	PROFESSIONALISIERUNG IM BEREICH E-LEARNING	33
4	ZUGRIFFSZAHLN AUF DIE NETACADEMY ON MEDIA MANAGEMENT	35

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Die neu gestaltete Portal-Seite des JMM	15
Abbildung 2: Die Portal-Seite des Electronic Markets Journal	16
Abbildung 3: Die NetAcademy als Austauschplattform für die mcm-interne Forschung	20
Abbildung 4: Die Einstiegsseite der NetAcademy on Communications Management	21
Abbildung 5: Kategorien der syndizierten News auf der NA on MM dem JMM	22
Abbildung 6: Broadcasting News vom 26. März 2001 auf der NA on MM / JMM	23
Abbildung 7: Die Services des MBA auf der NetAcademy Plattform	24
Abbildung 8: Die Einstiegsseite des MBA auf der NetAcademy Plattform	26
Abbildung 9: Der virtuelle Campus des MBA auf der NA Plattform	27
Abbildung 10: Die Nutzung des Bibliotheks-Moduls der NetAcademy für den Bereich des MBA	28
Abbildung 11: Zusammenspiel der einzelnen Komponenten	29
Abbildung 12: Projektportal zur Koordination und zum Projektmanagement der Softwareentwicklung für die NA-Plattform	30
Abbildung 13: Die Homepage von NA-Press	32
Abbildung 14: Guided Tour zu NA-Press-Publikation	33

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: Die Entwicklungsschritte des JMM bis heute	10
Tabelle 2: Ausgewählte Abonnenten der Printausgabe des JMM	11
Tabelle 3: Die Mitglieder des Editorial Boards des JMM und der NA on MM	12
Tabelle 4: Die Gemeinschafts-Dienste des JMM im Vergleich zu seinen Mitbewerbern	14
Tabelle 5: Publikationen in der NetAcademy	18
Tabelle 6: Publikationen zur NetAcademy in 2000	19

1 Management Summary

Im Jahr 2000 (Projektphase 5) konnte das Projekt NetAcademy on Media Management eine weitere Professionalisierung verzeichnen. Dies vor allem durch neue und verbesserte Inhalte, das Outsourcing von technischen Aktivitäten, eine erfolgreiche Content-Bündelung in Gestalt des JMM-Journals, die Realisierung eines eigenen Print-On-Demand-Angebotes in Form des in Gründung befindlichen Verlages *NetAcademy-Press*, die Errichtung eines Lern- und Lehrmoduls auf der NA-Plattform, wovon auch die NA on Media Management profitiert, sowie die verbesserte Einbindung externer Inhalte und News.

Insgesamt steht die Projektphase 5 unter dem Zeichen der Konzentration auf den Bereich *Content* der NetAcademy. Hier können sehr gute Erfolge für die Berichtsperiode verzeichnet werden. So wurde die Wissensbibliothek auch im Jahr 2000 beträchtlich erweitert. Das Editorenteam des JMM – *The International Journal on Media Management* hat im Jahr 2000 4 neue Ausgaben mit ca. 50 Seiten Umfang pro Heft herausgegeben. Die Resonanz auf das Journal und seine Inhalte ist sehr positiv. Um den Content der NA noch aktueller und dynamischer zu gestalten, wurde für den News-Bereich ein Content-Syndication-Konzept eruiert und implementiert.

Die NetAcademy *Plattform* hat in vergangenen Jahr insgesamt mehr Zuwendungen erhalten, insbesondere im personellen Bereich. Zum einen Teil erfolgte dies durch die Mobilisierung von mcm-internalen Mitarbeitern und deren Engagement für das NetAcademy-Projekt. Zum anderen wurden Kapazitäten von externen Partnern bezogen. Dies betrifft vor allem die technische Weiterentwicklung der Plattform, die print-online Aktivitäten sowie die Gestaltung der Printversion des JMM-Journals.

Die im Bereich der technischen Weiterentwicklungen geplanten Ziele konnten im vergangenen Jahr nicht alle verwirklicht werden. Grund dafür ist neben der rasanten Weiterentwicklung der Internet-Technologie die damit verbundene Schwierigkeit, Programmierer (speziell für Lotus Notes) zu finden. Zudem ist eine wie unsere NetAcademy weltweit erfolgreiche Plattform nicht mehr adäquat mit einem kleinen Team von Doktoranden zu pflegen und weiter zu entwickeln. So haben wir unsere Kräfte auf ein möglichst vorteilhaftes Outsourcing der NA-Technik konzentriert. Dies ist in einer Zusammenarbeit mit der Firma InformationObjects AG – spin off des mcm - gelungen, mit welcher wir eine umfassende Lösung unserer technischen Probleme vereinbaren konnten.

Zugriffszahlen zur NA on Media Management im Jahr 2000

Messung:

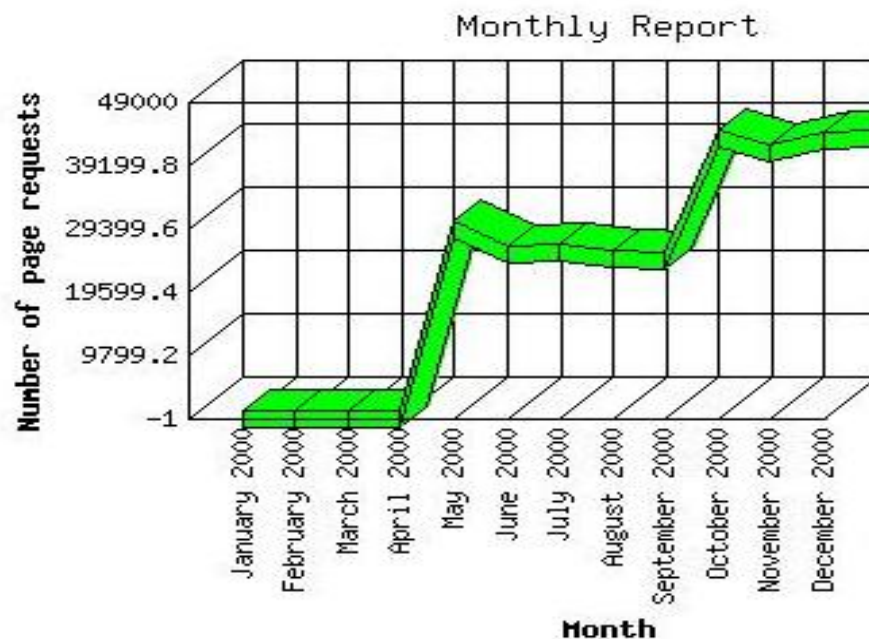
Die rasch wachsenden Datenmenge zur statistischen Auswertung der Zugriffe auf die Netacademy konnte mit der bisherigen Software nicht mehr korrekt verarbeitet werden. Im Frühjahr 2000 wurde eine geeignetere Software installiert. Aus diesem Grund erscheinen in der untenstehenden Grafik im Zeitraum Januar – April 2000 keine Daten. Die Stufen der Kurve widerspiegeln den akademischen Kalender (Sommer- und Weihnachtsferien).

Herkunft der Besucher:

Nach wie vor ist der grösste Zugriff aus den USA zu vermelden (rund 60%, steigende Tendenz), gefolgt von Deutschland und englischsprachigen Ländern. Die Anfragen stammen aus akademischen Umkreisen; die meistbenutzte, auf die NetAcademy verweisende Suchmaschine ist nicht mehr Altavista, sondern Google.

Interessenverteilung auf der NA:

Rund 50% der NetAcademy-Zugriffe gelten dem Journal Electronic Markets [electronicmarkets.org]. 10% gehen auf die NetAcademy Home [netacademy.org]. Die verbleibenden 40% gelten Businessmedia (15%), Media Management (11%), Knowledge Media (11%) und Communications Management (3%)



Statistik der Zugriffe auf die NetAcademy on Media Management, gemessen Mai-Dez 2000

Month		Number of requests	Number of page requests	Percentage of the requests
1.	January 2000	70	70	0.00%
2.	February 2000	113	113	0.00%
3.	March 2000	129	129	0.01%
4.	April 2000	0	0	0.00%
5.	May 2000	96,326	29,297	7.12%
6.	June 2000	86,226	25,319	6.37%
7.	July 2000	71,612	25,706	5.29%
8.	August 2000	87,490	24,754	6.47%
9.	September 2000	87,638	24,551	6.48%
10.	October 2000	118,965	43,547	8.80%
11.	November 2000	135,503	41,055	10.02%
12.	December 2000	113,526	43,024	8.39%

Rapport der Zugriffe auf die NetAcademy on Media Management, Mai-Dez 2000

2 Die NA(MM) im Jahr 2000

2.1 Zielsetzungen 2000 und Projektstand heute

Gegenstand der Zielsetzung der vergangenen Berichtsperiode waren die folgenden Punkte:

1. Einbindung der Lehrinhalte des *an der Universität Wien* und des neu geschaffenen Executive MBA in New Media and Communication des Institutslehrstuhls 3 von Prof. Dr. Peter Glotz.
2. Der Auf- und Ausbau des *JMM – The International Journal on Media Management*.
3. Die Konzeption und der Aufbau unseres Verlagsprojektes NetAcademy Press sowie des Print on Demand-Angebotes der NA-Plattform.
4. Die Fertigstellung des Redesigns, das unter anderem die Erstellung neuer NetAcademies, neuer Sub-Bereiche und NA-Module beinhaltet.
5. Das Redesign der Registration der NA.
6. Die Erarbeitung eines Personalisierungskonzeptes für die NA unter dem Titel „My NetAcademy“.

Von diesen Vorhaben konnten die Punkte 1 bis 3 vollständig, 4 und 5 nur teilweise und 6 nicht erfüllt werden.

Die unter Punkt 4 genannte Zielsetzung – modulare Plattformgestaltung und Redesign zur Erstellung neuer NA-Bereiche – wurde zwar gelöst, konnte jedoch nur im Gestalt der MBA-Plattform umgesetzt werden. Detaillierte Informationen finden sich hierzu in Abschnitt 2.2.3.

Die Registrations-Datenbank der NetAcademy sowie die Personalisierung von NA-Funktionen („My NetAcademy“) wurde dem Rahmen einer tiefgreifenden Renovation der NA-Technik zugeordnet, welche von der Firma InformationObjects im 1. Quartal 2001 komplett neu aufgezogen werden soll.

2.2 Inhaltliche Entwicklung der NetAcademy(MM)

2.2.1 Das JMM – The International Journal on Media Management

2.2.1.1 Von der Idee zur Umsetzung – Das erste Jahr

Sehr erfolgreich hat sich die neu gegründete Publikation *JMM – The International Journal on Media Management* entwickelt.

Die grobe Struktur der zeitlichen Entwicklung während der Entstehung des Projektes ist nachfolgend tabellarisch aufgeführt.

Zeitraum	Entwicklungsschritt / Aktivität
April - August 1999	Entwurf des grundlegenden Konzeptes der Publikation
Oktober 1999	Genehmigung des Publikationsprojektes durch den Lenkungsausschuss
November 1999	Fertigstellung des endgültigen Layouts und Designs des <i>JMM</i>
Dezember 1999	Erste Ausgabe des <i>JMM</i> (Autumn/Winter-Issue)
März bis Mai 2000	Etablierung des Editorial Board
Mai 2000	Zweite Ausgabe des <i>JMM</i> - Spring-Issue
Juni – August 2000	Umfangreiche Marketing-Kampagne (One Free Subscription-Angebot an ca. 350 Institutionen und Interessenten)
September 2000	Dritte Ausgabe des <i>JMM</i> - Summer-Issue
Oktober 2000	Grafisches und strukturelles Redesign der <i>JMM</i> -Homepage
Februar 2001	Vierte und fünfte Ausgabe des <i>JMM</i> - Autumn/Winter-Issue

Tabelle 1: Die Entwicklungsschritte des JMM bis heute

Bislang sind unter dem Titel *JMM – The International Journal on Media Management* 5 Ausgaben mit je ca. 50 Seiten Umfang erschienen. Die erste Ausgabe – erschienen im Dezember 1999 – war dem Themenbereich *Media Convergence* gewidmet. Die Frühjahrsausgabe des *JMM* befasste sich mit verschiedenen Fragestellungen im Bereich *Interactivity*. Dazu zählen neben Internetapplikationen z.B. auch der Bereich des digitalen Fernsehens. *New Services, Technologies and Devices* waren der Schwerpunkt der Sommer-Ausgabe 2000. Die Herbst/Winter-Ausgabe ist dem Thema *Legal, Governmental and*

Regulatory Issues in Media Management gewidmet. Diese erscheint als Doppelausgabe, da die zunächst geplante Ausgabe zum *mcmforum* aus verschiedenen Gründen nicht realisiert werden konnte.

Neben anderen sind die folgenden Institutionen, Organisationen und Unternehmen regelmässige Abonnenten der Print-Ausgabe des *JMM*:

Universitäten und Business Schools	Unternehmen und sonstige Institutionen
Harvard Business School, USA	BBC, UK
Oxford University, UK	Axel Springer Verlag AG, Germany
Stanford University, USA	McKinsey & Company, Germany
Copenhagen Business School, Denmark	NBC Inc., USA
Norwegian School of Management, Norway	Burda Digital GmbH, Germany
Ecole des Hautes Etudes Commerciales, Canada	Discovery, UK
Fordham University New York, USA	CLT Ufa, Germany
Universität Köln, Germany	Finnish Broadcasting Company, Finland
Universität München, Germany	Neue Züricher Zeitung, Switzerland
University of Amsterdam, Netherlands	Television Suisse Romande, Switzerland
University of Aalborg, Denmark	TA Media, Switzerland
University of Denver, USA	The Netherlands Press Fund, Netherlands
Wirtschaftsuniversität Wien, Austria	
University of Westminster, UK	

Tabelle 2: Ausgewählte Abonnenten der Printausgabe des JMM

2.2.1.2 Das Editorial Board des JMM

Das Editorial Board hat verschiedene Funktionen. Die wichtigste Aufgabe ist die Sicherstellung der Qualität der Inhalte sowohl des *JMM* als auch der NetAcademy on Media Management. Zu diesem Zweck wurde es aus Schlüsselfiguren der Forschungsgemeinschaft im Bereich Medienökonomie und -management zusammengesetzt.

Im Frühjahr des Jahres 2000 wurden die ersten Einladungen zur Mitgliedschaft im Editorial Board des *JMM* an ausgewählte Mitglieder der Media Management und Economics-Community versandt. Der Einladung beigelegt wurde die erste Ausgabe der Publikationen vom Dezember 1999. Alle angeschriebenen Personen reagierten positiv auf das Vorhaben einer solchen Publikation sowie auf die vorgelegte erste Ausgabe und sagten ihre Mitgliedschaft zu.

Die Board-Mitglieder setzen sich derzeit aus den folgenden 14 anerkannten Persönlichkeiten im Forschungsbereich und verwandten Disziplinen zusammen:

Alan B. Albarran	University of North Texas, U.S.A.
Michael Dowling	University of Regensburg, Germany
Thomas R. Eisenmann	Harvard Business School, U.S.A.
Peter Glotz	University of St. Gallen, Switzerland
Peter Gomez	University of St. Gallen, Switzerland
Rolf Høyer	Norwegian School of Management, Norway
Otfried Jarren	University of Zürich, Switzerland
Eli Noam	Columbia University, Columbia Institute for Tele-Information, U.S.A.
Robert G. Picard	Turku School of Economics and Business Administration, Finland
Arnold Picot	Ludwig-Maximilian-Universität München, Germany
Beat F. Schmid	University of St. Gallen, Switzerland
Michael O. Wirth	University of Denver, U.S.A.
Mark Wössner	Bertelsmann-Foundation, Gütersloh, Germany
Axel Zerdick	Freie Universität Berlin, Germany

Tabelle 3: Die Mitglieder des Editorial Boards des JMM und der NA on MM

Die Zusammenarbeit mit den Mitgliedern des Editorial Board hat sich als äusserst produktiv und erfolgreich erwiesen. Einige der Mitglieder arbeiten eng mit dem Executive Editor des *JMM* zusammen und kooperieren im Bereich des Reviewing, bei der Abstimmung von Fokus-Themen sowie der Werbung von neuen Autoren und Reviewern.

Ziel ist es, die Mitglieder so eng wie möglich in den Publikationsprozess miteinzubinden. Im Laufe des Jahres 2001 soll das Board sukzessive um ca. 5-6 Personen erweitert werden. Die Kandidaten hierfür wurden bereits vorgeschlagen.

2.2.1.3 Die Community-Aktivitäten des JMM

Ein wichtiger Schwerpunkt des JMM-Konzeptes sind die Community-Services. Hierzu werden die bereits vorhandenen Services und Module der NetAcademy-Plattform eingesetzt und um weitere Dienste ergänzt. Zu den gemeinsam mit der NA genutzten Services zählen vor allem die bereits vorhandenen Datenbanken zu Konferenzen, Participants, etc. Ergänzt werden diese durch das Submission-Tool (vgl. Abschnitt 2.2.1.5), die News-Dienste sowie das Journal-Modul auf der NA-Plattform.

Um das Journal so rasch wie möglich einem grossen Leserkreis bekannt zu machen, wurde das Angebot einer *One Year Free Subscription* etwa 150 Bibliotheken und ca. 250 Forschern und Praktikern aus dem Forschungsbereich weltweit unterbreitet, welches auf reges Interesse gestossen ist. Das JMM ist bereits bei diversen Publikations-Diensten und -Datenbanken, z.B. Ebsco, registriert, um einen möglichst hohen Bekanntheitsgrad zu erreichen. Call for papers und Announcements zu neuen Ausgaben und Services werden über alle grossen Mailing-Listen der Community publiziert.

Zur Schaffung einer *Brand* und der Bekanntmachung des Corporate Designs des JMM werden zudem Marketing-Aktivitäten unternommen. Unter Verwendung eines Corporate Identity Design verteilen wir Accessoires, wie etwa Schirmmützen mit dem JMM-Logo, an Autoren, Reviewer und andere Personen, die sich um das JMM verdient machen, sowie Broschüren und online Berichte, welche über Neuigkeiten und die Ziele des JMM informieren.

Um sich ein Bild über die Dienstleistungen des JMM punkto Community-Services zu machen, haben wir ein Benchmarking des JMM im Vergleich mit seinen Konkurrenz-Publikationen erstellt. Darüber gibt die folgende Tabelle in groben Zügen Aufschluss:

Titel der Publikation	Online-Version		Erscheinungszyklus	Community-Services
	free	paid		
Convergence – The Journal of Research into New Media Technologies	-	-	Vierteljährlich	- Mailing List
Journal of Broadcasting & Electronic Media	-	-	Vierteljährlich	- Keine zusätzlichen Community-Services
Canadian Journal of Communication	-	-	Vierteljährlich	- Kommentare via E-Mail möglich - Mailing-List - What's new Service
The Journal of Media Economics	-	x	Vierteljährlich	- Keine zusätzlichen Community-Services
The Future of Print Media	x	-	Unregelmässig	- Links - Events (z.Zt. nicht aktiv) - Informationen über Autoren
Publishing Research Quarterly	-	-	Vierteljährlich	- Keine zusätzlichen Community-Services
JMM – The International Journal on Media Management	x	-	Vierteljährlich	- What's new - Konferenz-Kalender - Call for papers-Datenbank - Diverse Referenz-Datenbanken - Online-Submission-Tool - Registration - ...

Tabelle 4: Die Gemeinschafts-Dienste des JMM im Vergleich zu seinen Mitbewerbern

2.2.1.4 Neugestaltung des JMM-Portals

Die Homepage des JMM wurde im Herbst 2000 komplett neu gestaltet und restrukturiert (siehe Abbildung 1). Als Template diente die seit 1997 etablierte Einstiegsseite des *Electronic Markets Journal (JEM)*. Ziel ist es, das Journal-Modul mit einer zunehmend intelligiblen Logik auszustatten, dessen Management zu vereinfachen und so die Gründung weiterer Journals auf der Plattform vorzubereiten. Die *Corporate Identity* wird wesentlich durch die farbliche Abstimmung geleitet - die JMM-Homepage unterscheidet sich mit einer farblichen Hellschattierung von der Homepage der NetAcademy on Media Management; ein Merkmal, welches auch die das JEM gegenüber der Homepage der NetAcademy on

Business Media aufweist (Abb. 1 und 2). Das einheitliche und dadurch wiedererkennbare Erscheinungsbild wird weiter durch die verwendeten grafischen Elemente (Pixel, Quadrate), die Schrifttypen, usw. in einem sowohl in der Printpublikation, auf der NA(MM) wie auch auf der NA Plattform insgesamt verwendeten Corporate Design vertieft.

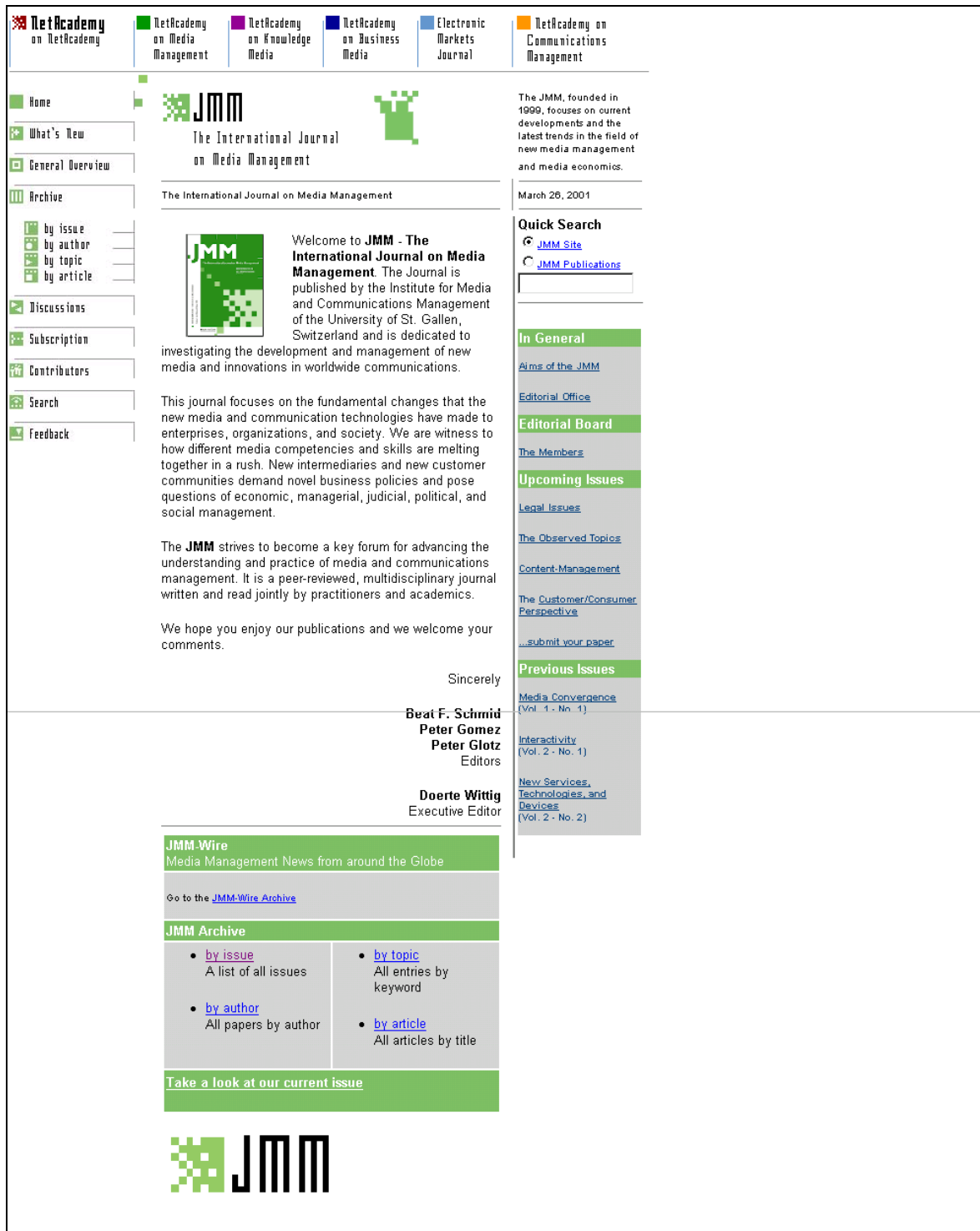


Abbildung 1: Die neu gestaltete Portal-Seite des JMM

[Home](#)
[What's New](#)
[General Overview](#)
[Archive](#)

[by issue](#)
[by author](#)
[by topic](#)
[by article](#)

[Discussions](#)
[Subscription](#)
[Contributors](#)
[Search](#)
[Feedback](#)

Since 1991 EM has reported on the principal developments and the latest trends in electronic commerce and markets.

March 28, 2001

The International Journal of Electronic Commerce and Business Media

EM - Communities & Platforms

(Current Issue: Vol. 10 - No. 4, Winter 2000)

December 28 bbu – The special section of this issue (Vol. 10, Issue 4) explores community building and community development, i.e., community management as a key success factor in the digital economy. The design of communication is considered to be a crucial issue in the digital economy.

The research in communities explores the social aspects of community building and management as well as the design of the appropriate platforms for communication and community management.

- [Table of Contents](#)

EM's A Ten Year Old

Year 2000 -- EM - Electronic Markets is celebrating ten years of publishing. We've distributed 35 issues of the journal during those intervening years. Celebrate with us, by taking a look back.

- [The History Tour](#)

EM-Wire

Electronic Commerce News from around the Globe

3/22/2001 [EM-Wire: Internet ushers in fourth wave of banking and finance innovation](#)

3/21/2001 [EM-Wire: Press Release -- Amazing Importers Now Available for Corporate Events](#)

Go to the [EM-Wire Archive](#)

EM Archive

by issue A list of all issues by author All papers by author	by topic All entries by keyword by article All articles by title
---	---

Take a closer look at papers on Electronic Commerce and:

- [business to business](#)
- [EDI \(Electronic Data Interchange\)](#)

Essential Electronic Commerce Currency

Quick Search

[EM Site](#)
[EM Publications](#)

Call for Papers

- The [Open Calls](#).

Upcoming Issues

- [Business Models](#)
(Vol. 11, No. 1)
- [EC in Austral-Asia](#)
(Vol. 11, No. 2)
- [Selected ICEC](#)
(Vol. 11, No. 3)

Previous Issues

- [Papers from Bled '99](#)
(Vol. 10, No. 1)
- [EC in Africa](#)
(Vol. 10, No. 2)
- [EC in Marketing](#)
(Vol. 10, No. 3)
- [Communities & Platforms](#)
(Vol. 10, No. 4)

EM's Board

- [Our Editorial Board](#)

EM's Top Ten

- [The Choice Cut](#)

Abbildung 2: Die Portal-Seite des Electronic Markets Journal

2.2.1.5 Die nächsten Schritte für das JMM

Ziel für das Jahr 2001 ist vor allem die weitere Stärkung der Marktposition des *JMM*, das zu einem *First Class Journal* im Bereich Media Management and Media Economics entwickelt werden soll. Im Sinne eines differenzierten Geschäftsmodells und der Möglichkeiten, die die neuen Medien bieten, sollen Online und Paper-Version des *JMM* mit unterschiedlichen Konzepten und Anreizen für den Leser modelliert werden. Insbesondere für den Online-Bereich sind Content-Kooperationen und -Syndication-Modelle vorgesehen, wie sie ansatzweise bereits für den News-Bereich bestehen (vgl. Abbildung 5).

Ein Ausbau der Verlagsaktivitäten ist nur schon für die Entlastung des Executive Editors notwendig. Die mit einigen Publikationen bereits online aktive, rechtlich aber noch im Aufbau befindliche *NetAcademy Press* hat begonnen, auf ein weiteres Outsourcing administrativ-editorialer Aufgaben vorzubereiten. Momentan werden die besonders zeitintensiven Tätigkeiten der Abonnentenverwaltung, des Drucklegungs-Managements, des Copyright-Managements und des Versands per Post immer noch intern am mcm durchgeführt.

Im Zusammenhang mit den Plänen für die *NetAcademy Press* soll auch tragfähiges Geschäftsmodell für das *JMM* erarbeitet werden. Dabei sollen die verschiedenen Distributionskanäle und Medien besondere Berücksichtigung finden und das Konzept ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen gerecht werden. Dabei ist eine *inhaltliche Differenzierung zwischen der Online- und der Printausgabe* geplant, bei der im Online-Bereich eher aktuelle Informationen und Inhalte-Streams publiziert werden, während die Print-Ausgabe sich auf die nachhaltigeren Inhalte und den Theorie-Bereich konzentrieren kann.

2.2.2 Die NA(MM)

2.2.2.1 Inhaltlicher Ausbau

Die NA on Media Management hat im Jahr 2000 vor allem einen Ausbau ihrer Inhalte erfahren. Die quantitative Vergrößerung umfasst sowohl neuen Content in den einzelnen Datenbanken und Sub-Datenbanken, eine Vielzahl neuer Publikationen sowie neu registrierte Mitglieder der NA on MM (Participants).

2.2.2.2 Participants

Derzeit sind auf der NetAcademy on Media Management 376 Participants registriert, während die gesamte NetAcademy Plattform 934 Personen zählt. Die NA (MM) ist eine von vier NetAcademies; der Anteil ihrer Mitgliederanzahl im Vergleich zur Gesamtanzahl ist also sehr erfreulich.

2.2.2.3 Publikationen

Die Zahl der Publikationen auf der NetAcademy beträgt heute 1185. Zum Vergleich: Bei Abschluss der letzten Berichtsperiode waren es 882. (Vgl. Tab. 5).

Zeitpunkt	Erfasste Publikationen insgesamt	Publikationen nach Bereichen			
		Business Media	Knowledge Media	Media Management	Communications Management
September 1997	>200	k.A.	k.A.	3 ¹	0
März 1998	468	301	95	72 ²	0
Dezember 1998	741	363	132	138	0
März 2000	895	481	201	203 ³	0
März 2001	1181 ⁴	976	244	270 ⁵	5

Tabelle 5: Publikationen in der NetAcademy

Bisher war die NetAcademy nicht nur Kommunikationsform, sondern immer auch praktischer Forschungsgegenstand zum Thema Wissensvermittlung in den neuen Medien. Während in

¹ Vgl. Schlussbericht der Phase 1 (Prototyp), April - September 1997, vom 30. September 1997 (S. Schmid-Isler), Seiten 1 und 23.

² Vgl. Schlussbericht der 2 Phase (Entwicklung), Oktober 1997 - März 1998, vom 30. April 1998 (S. Schmid-Isler), Seite 5.

³ Stand: Abgerufen am 12. Januar 1999 von der Publikations-Datenbank der NetAcademy.

⁴ Beinhaltet auch Publikationen, die mehr als einem NA-Bereich zugeordnet sind.

⁵ Stand: Abgerufen am 23. März 2001 von der Publikations-Datenbank der NetAcademy.

den ersten Jahren der NetAcademy, die ja seit März 1997 auf dem Internet implementiert ist, einige Kongressbeiträge der Beschreibung der Plattformarchitektur gewidmet werden konnten, hat sich heute das Thema – Wissensmanagement, online publishing, E-Learning – bereits stark spezialisiert. Daher werden Publikationen des n dn áâëííì íÉ- zunehmend Einzelfragen und immer weniger den Fragen der NetAcademy Plattform insgesamt gewidmet. Im Jahre 2000 wurden 3 neue Publikationen zum NetAcademy-Projekt veröffentlicht (Tabelle 6).

Autor(en)	Titel, Ort der Publikation	Art der Publikation
Seufert, Sabine / Gerhard, Julia	Lerngemeinschaften auf der NetAcademy? Modellierung einer internetbasierten Lernplattform für ein Masterprogramm an der Universität St.Gallen. GeNeMe, Dresden, Oktober 2000 ⁶	n dn áâëííì íÉ – Kongressbeitrag
Schmid, Beat F. / Eppler, Martin J. / Lechner, Ulrike / Schmid-Isler, Salome B. / Stanoevska-Slabeva, Katarina / Will, Markus / Zimmermann, Hans-Dieter	Ein Glossar für die NetAcademy. Working Report, Mai 2000 ⁷	n dn áâëííì íÉ – Arbeitsbericht
Schmid-Isler, Salome B. / Wittig, Dörte	Die NetAcademy on Media Management: "Online Publishing". Working Report, März 2000 ⁸	n dn áâëííì íÉ – Arbeitsbericht

Tabelle 6: Publikationen zur NetAcademy in 2000

2.2.2.4 Dokumentation der mcm-eigenen Forschung

Die NetAcademy organisiert und archiviert die Forschertätigkeit der Mitarbeiter des n dn áâëííì íÉ. Jeder Mitarbeiter kann seinen eigenen Forschungsbereich auf der Plattform einrichten und die NA als Vernetzungspunkt und Organisationsmodul nutzen. Abb. 3 zeigt

⁶ http://www.netacademy.org/netacademy/publications.nsf/all_pk/1804

⁷ http://www.netacademy.org/netacademy/publications.nsf/all_pk/1563

⁸ http://www.netacademy.org/netacademy/publications.nsf/all_pk/1818

die auf der NetAcademy on Media Management derzeit aktiven Forschungsbereiche auf:



Abbildung 3: Die NetAcademy als Austauschplattform für die mcm-interne Forschung

2.2.2.5 Synergie mit der neuen NA on Communications Management

Für die NA(MM) förderlich wirkte die Neugründung einer weiteren NetAcademy: Die NA on Communications Management⁹, welche als Medium für Forschung und Praxis im Bereich des Kommunikationsmanagements insbesondere der Unternehmenskommunikation, dienen wird. Die benachbarten Forschungsbereiche des Medien- und des Kommunikations-Managements erzeugen Synergien und befruchten sich gegenseitig. - Die nachfolgende Grafik zeigt die Einstiegsseite der neuen Sub-NetAcademy (Abb. 4).

⁹ <http://www.communicationsmgt.org>



Abbildung 4: Die Einstiegsseite der NetAcademy on Communications Management

2.2.2.6 Content-Syndication-Konzept

Um die Aktualität der Inhalte auf der NA(MM) wie auch insgesamt auf der NetAcademy Plattform zu erhöhen, wird derzeit ein Content-Syndication-Konzept evaluiert und getestet. Hierbei werden Inhalte von einer Vielzahl von Content-Anbietern im Bereich Publishing, TV, Internet etc. über einen Content-Syndicator bezogen und den Nutzern der Plattform tagesaktuell zur Verfügung gestellt (vgl. Abbildung 5 und Abbildung 6).

In einem nächsten Schritt soll auf dieser Basis ein personalisierter Pull- und Push-Mechanismus für News entwickelt werden.

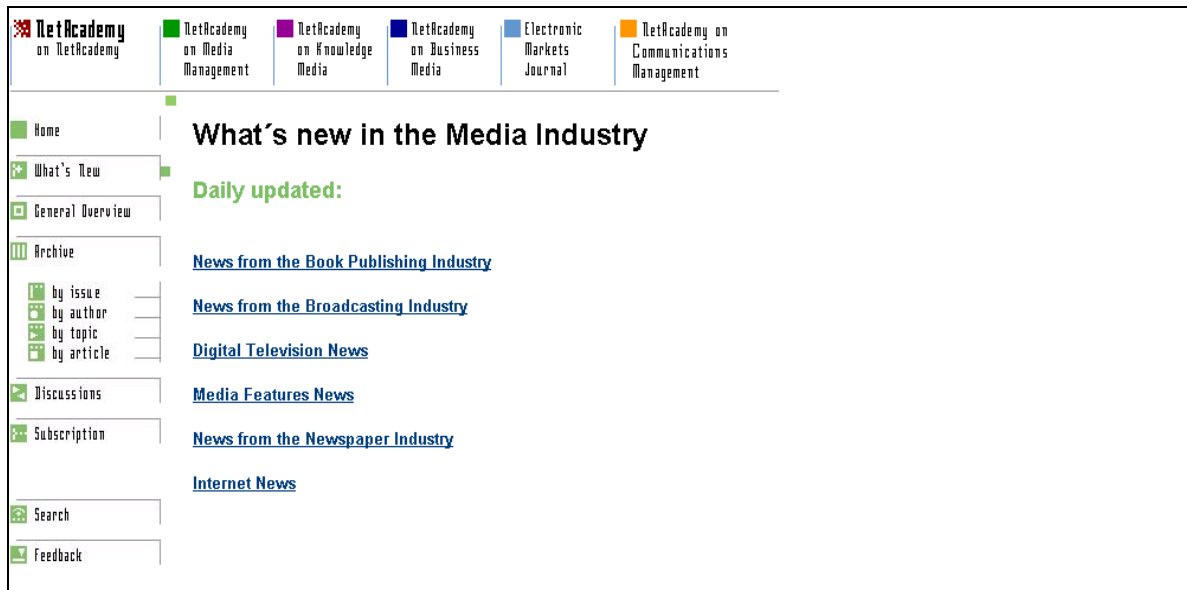


Abbildung 5: Kategorien der syndizierten News auf der NA on MM dem JMM

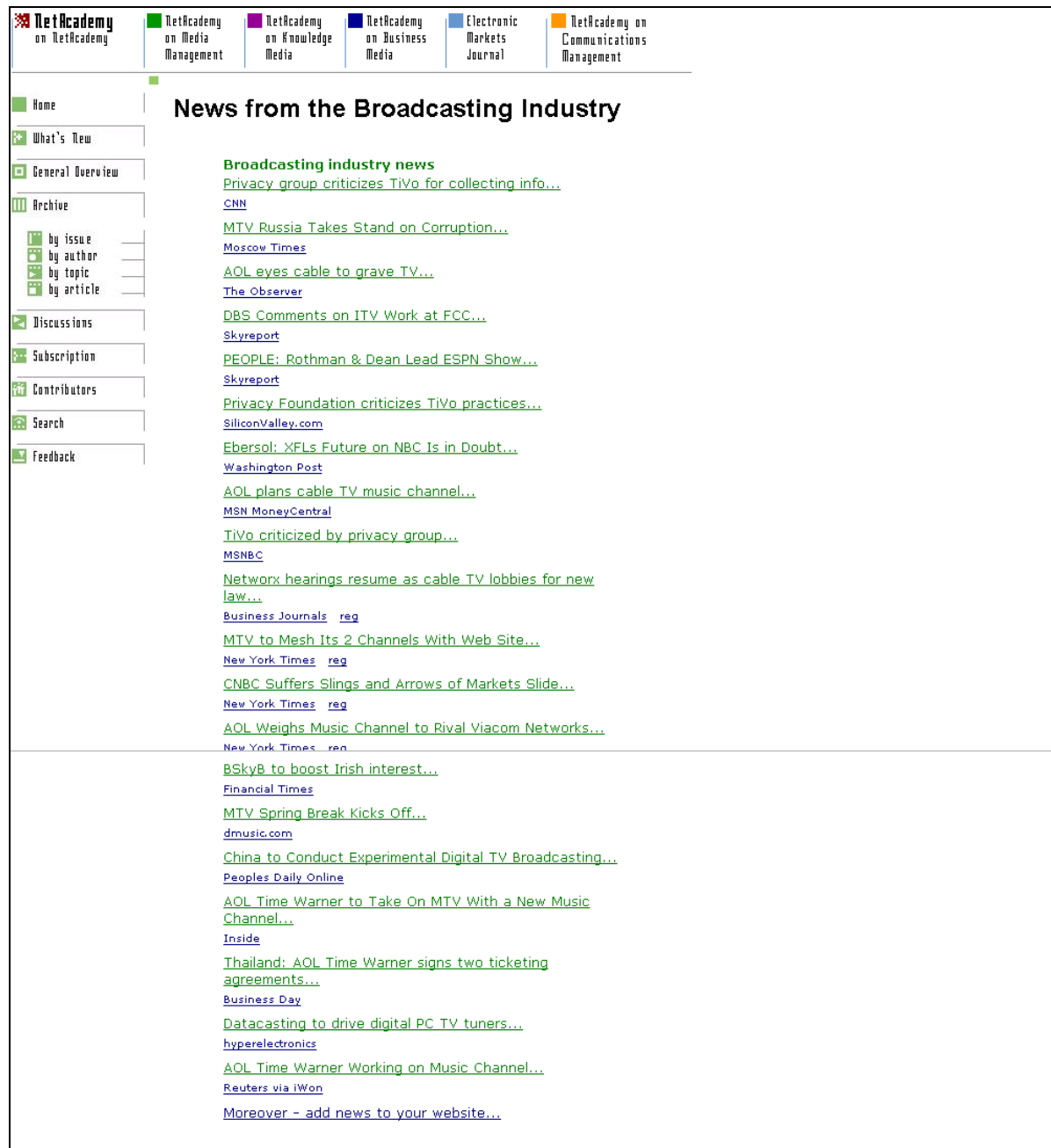


Abbildung 6: Broadcasting News vom 26. März 2001 auf der NA on MM / JMM

2.2.3 Der Executive MBA in New Media and Communication

Eines der definierten Arbeitsziele für die 5. Projektphase (Jahr 2000) war die Erstellung einer NetAcademy-Umgebung für den im Februar 2001 anlaufenden Executive MBA in New Media and Communication. Damit sollte die bisher existierende Wissens- und Forschungsplattform auch spezifisch für Lehr- und Lernzwecke geöffnet werden. Der Name „NetAcademy“ wird mit diesem Schritt auch somit seiner eigentlichen Bedeutung gerecht: Forschung *und* Lehre.

Der gemeinsame Nutzen dieser Kombination von Forschung und Lehre für die NetAcademy liegt hauptsächlich darin, dass bereits vorhandene Publikationen für die Lehre und das Lernen genutzt werden können (vgl. Abbildung 10). Daneben aber bietet der Input der MBA-Studenten in Form von Diskussionsbeiträgen, Artikeln und Diplomarbeiten eine interessante qualitative Bereicherung für die Community der NetAcademy.

Bei der Erweiterung der NetAcademy wurden zwei Grundgedanken verfolgt. Zum einen sollten bereits vorhandene Services mitbenutzt werden können - entweder direkt oder nach einer kleineren Anpassung. Zum anderen sollten aber auch neue Services, die bisher noch nicht angeboten werden, neu entwickelt werden. Damit eine Wiederverwendbarkeit gewährleistet werden kann, sollten diese neu entwickelten Services genauso modular und generisch werden wie die bereits vorhandenen.

Die folgende Grafik gibt einen schnellen Überblick der geplanten Services. Ein Grossteil dieser Dienste wurde inzwischen angepasst bzw. entwickelt; lediglich die Link-Datenbank und das Glossar sind noch nicht eingebunden. Daneben befindet sich die Thesis-Datenbank noch im Alpha-Stadium, sie soll aber bis Ostern 2001 im Einsatz sein.

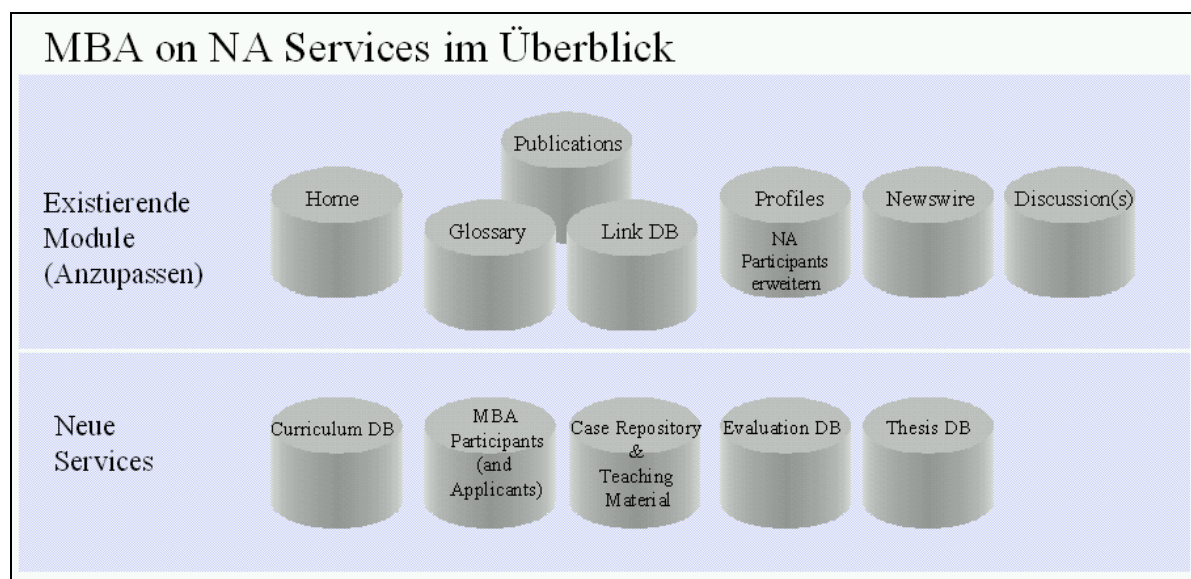


Abbildung 7: Die Services des MBA auf der NetAcademy Plattform

2.2.4 Förderungsprojekte und Wettbewerbe

Die NetAcademy ist Gegenstand eines Forschungsprojektes der Kommission für Technologie und Innovation KTI des Schweizerischen Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie. Mit dem Projekt namens „Gestaltung von Wissensterritorien“ wird den Fragen

zur Visualisierung von Systemen der Sammlung, des Austauschs und der Erweiterung wissenschaftlicher und wirtschaftlicher Informationen nachgegangen, dies zusammen mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich sowie der Hochschule für Kunst und Gestaltung, Zürich.

Die NetAcademy hat am im Jahr 2000 von der Eidgenössischen Technischen Hochschule durchgeführten Wettbewerb „ETH World: virtual and physical presence“ zwar nicht gesiegt, aber erhebliche Beachtung gefunden. Eine entsprechende Publikation ist in Vorbereitung.

2.3 Technische Entwicklung der NetAcademy(MM)

2.3.1 Automatisierung des JMM-Workflow

Im Laufe des Jahres 2000 wurde ein Workflow-Tool zur Automatisierung der editorialen Prozesse für das *JMM* erstellt, das bereits für das *Electronic Markets Journal* prototypisch entworfen und implementiert worden war (siehe Abbildung 1 und Abbildung 2). Damit steht den künftigen Executive Editors des *JMM* eine Applikation zur Verfügung, die sie von einer Reihe administrativer, repetitiver und damit zeitaufwendiger Tätigkeiten entlasten wird und somit Kapazitäten für strategische Aufgaben freisetzt.

Der Workflow erlaubt die Eingabe einer Publikation über ein Web-Interface durch den Autoren selbst. Dieser erhält automatisiert eine Identifikationsnummer seines Beitrages mithilfe derer er den Weg des Artikels durch den gesamten Review- und Publikationsprozess verfolgen kann. Jederzeit ist der Status des Artikels abrufbar. Für den Editor bieten sich die Vorteile einer automatisierten Publikations-, Autoren- und Reviewer-Verwaltung, der automatischen Erstellung und Zusendung von Dokumenten (Feedback-Dokumente, Copyright-Formulare etc.). So können die bislang einzeln von Hand an z.B. die Autoren versandten Benachrichtigungen über den Abschluss eines Prozess-Schrittes von nun an durch das System generiert werden. Auch gibt das System allen Beteiligten einen guten Überblick über den momentanen Projektstatus.

2.3.2 Redesign des Graphical User Interface und der DB Architektur

Das Graphical User Interface wurde im Jahre 2000 als Prototyp erstellt, jedoch noch nicht auf der NetAcademy implementiert. Hier hat das in Abschnitt 2.2.4. erwähnte KTI-Projekt „Wissensterritorien“ einen grossen An Schub geleistet.

Das Redesign der Datenbank-Architekturen wird, wie im Management Summary und Abschnitt 2.3.5. ausgeführt, im Rahmen des technischen Outsourcing an die Firma InformationObjects neu konzipiert weiterentwickelt. Vgl. auch Abschnitt 2.3.3.

2.3.3 Einbindung des MBA

Zeitgleich mit der Entwicklung der MBA on NetAcademy wurde auch am Redesign der NetAcademy gearbeitet. Die MBA on NetAcademy wurde dabei als Pilotprojekt für die Entwicklung und den Einsatz neuer Subbereiche der NetAcademy (vgl. Kap. 3.1.4 des Schlussberichts zu Phase 4) herangezogen. Diese Zielsetzung wurde erfolgreich erfüllt, d.h. die MBA on NetAcademy Community Plattform wurde mit dem neuen Template implementiert. Das entsprechende Service-Template dient somit als Vorbild für die Migration der anderen bereits existierenden sowie zukünftiger Bereiche der NetAcademy. Wie Abbildung 8 veranschaulicht, zeigt sich die MBA Community Plattform in einem (im Gegensatz zu den bisherigen Bereichen der NetAcademy) völlig anderen Design. Dabei wurde die Idee verfolgt, eine Universität mit allen ihren verschiedenen Räumlichkeiten und Diensten auf der Learning Community Plattform abzubilden (siehe hierzu Abbildung 9). Die darunter liegende Struktur zeigt aber insoweit generischen Charakter, dass sie für alle Bereich als Template dienen kann.



Abbildung 8: Die Einstiegsseite des MBA auf der NetAcademy Plattform

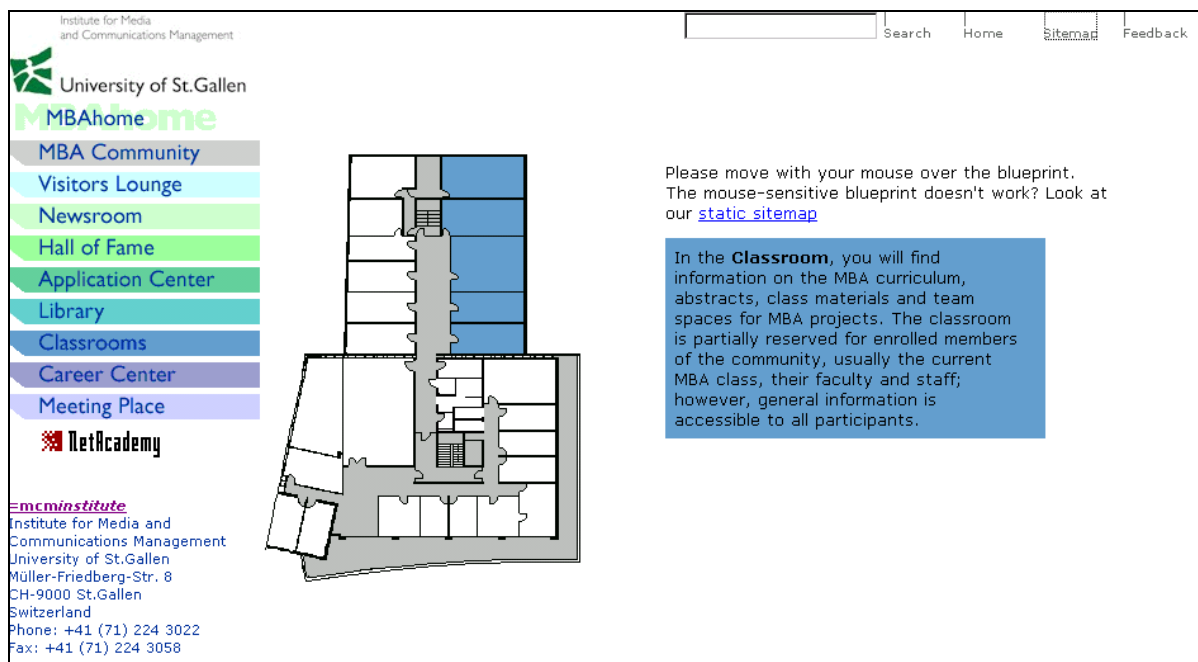


Abbildung 9: Der virtuelle Campus des MBA auf der NA Plattform

Der ursprüngliche *Zeitplan* beinhaltete im Groben ein 4-teiles Vorgehen:

- **Phase 1** bis Juni 2000: Fertigstellung der Konzeption, Erstellung eines Webdesigns
- **Phase 2** bis August 2000: Anpassung der bereits vorhandenen Services
- **Phase 3** bis Oktober 2000: Erstellung neuer Services
- **Phase 4** bis Januar 2001: Füllen der Templates mit Inhalt

Dieser Zeitplan konnte aufgrund mangelnder Personalressourcen nicht in voller Genauigkeit eingehalten werden, so dass Teile der Phase 3 erst gegen Weihnachten 2000 abgeschlossen werden konnten. Mit einem Kraftakt bei der Fertigstellung noch fehlender Services sowie der Arbeit in Phase 4 konnten dann aber dennoch pünktlich zum Start der ersten MBA-Klasse Anfang Februar alle gesetzten Ziele erreicht werden.



Abbildung 10: Die Nutzung des Bibliotheks-Moduls der NetAcademy für den Bereich des MBA

2.3.4 Outsourcing

2.3.4.1 Outsourcing der technischen Administration

Künftig wird der Betrieb der eigentlichen NA-Plattform durch die *InformationObjects AG*, einem Spin-Off des mcm institute, erfolgen. Diese Massnahme soll die Mitarbeiter des Institutes von der technischen Administration der Plattform entlasten und damit ebenfalls Kapazitäten für die inhaltliche und konzeptionelle Weiterentwicklung der NetAcademy freisetzen. Neue Anforderungen an die Plattform können als klare Aufträge formuliert werden. Durch die Etablierung einer eindeutigen Auftraggeber-Kunden-Beziehung können zudem ergebnisorientiertere Kontrakte abgeschlossen werden als bisher. Auch gewährleistet der neue und leistungsstärkere Server eine höhere Performance der Plattform. Die vollständige Migration zur *InformationObjects* soll im Zeitraum zwischen dem ersten und zweiten Quartal 2001 abgeschlossen sein.

2.3.4.2 Weiterentwicklung der Plattform

Mithilfe des des Rational Unified Process Software-Entwicklungsprozesses (RUP) soll die Plattform gemäss untenstehendem Schema weiterentwickelt werden (<http://212.47.186.19/rup/>).

Am zentral angelegten Dienst des Change Requests, welcher Anforderungen so formuliert, damit Anbieter diese programmieren können, hängen verschiedene Komponenten mit je spezifischen Anwendungsinteressen (vgl. Abb. 11).

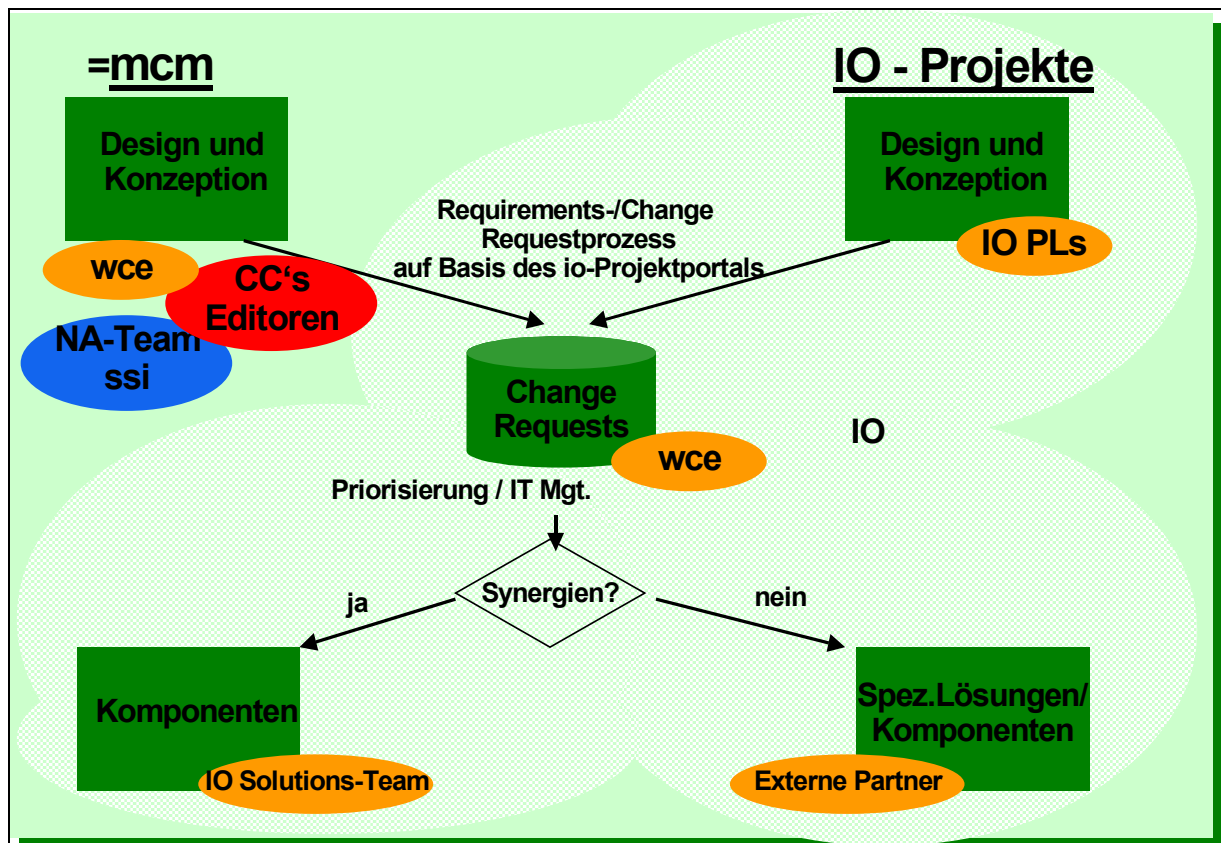


Abbildung 11: Zusammenspiel der einzelnen Komponenten

Die NetAcademy Editoren sowie weitere, zugriffsberechtigte Interessengruppen können über das Projektportal NetAcademy, welches InformationObjects zur Verfügung stellt, Einsicht in die technischen Transferprozesse nehmen sowie eigene Anforderungen formulieren sowie jederzeit kontrollieren, wo ihre Anfragen im Bearbeitungs-Workflow stehen (vgl. Abb. 12).

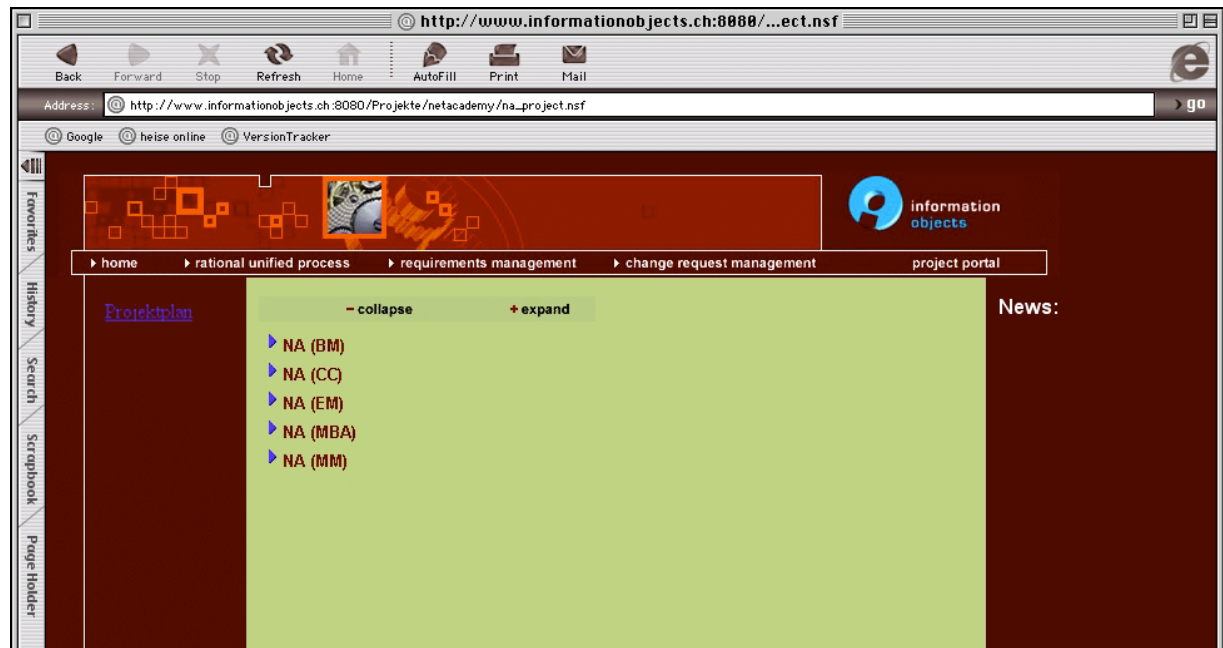


Abbildung 12: Projektportal zur Koordination und zum Projektmanagement der Softwareentwicklung für die NA-Plattform

3 Ziele für die 6. Projektphase (Jahr 2001)

3.1 Kommerzialisierung

Die Projektphase 6 der NetAcademy steht unter dem Motto „Die NetAcademy als Unternehmung“. Hierzu wurde durch Mitarbeiter des *π δπ áâëíí îÉ* ein Geschäftsmodell entwickelt, das eine Kommerzialisierung des NetAcademy-Konzeptes vorsieht. Dies umfasst ebenfalls eine kommerzielle Nutzung der Informationen, des Wissens, der Organisation, Strukturen, Module und Inhalte der NetAcademy on Media Management. Für das JMM – The International Journal on Media Management – soll innerhalb der nächsten Berichtsperiode ein tragfähiges Geschäftsmodell entworfen und in ersten Schritten realisiert werden. Hierzu werden unterschiedliche Konzepte für das Offline- und Online-Publishing entwickelt, die den Vorteilen und Möglichkeiten des jeweiligen Mediums Rechnung tragen werden. Die interaktiven Komponenten des JMM sollen noch stärker betont werden, da hier eine der Stärken der NA und ihrer Publikationen identifiziert wurde. Die enge Verzahnung des JMM mit der NA-Plattform und deren Contents und Diensten soll erhalten und ausgebaut werden. Zusätzlich wird die Errichtung neuer interaktiver Services (Pull- und Push-Anwendungen) Ziel des Jahres 2001 sein. Im Bereich der Qualitätsbewertung bzw. Reviewings von Inhalten werden neue Möglichkeiten des Community-Based-Ratings evaluiert um die Möglichkeiten des NetAcademy-Konzeptes auszuschöpfen.

3.2 Outsourcing im Bereich der Publikationstätigkeiten

Nachdem der erste Schritt im Outsourcing erfolgreich angelaufen ist – das Outsourcing der technischen Administration und auch der Weiterentwicklung – , soll 2001 ein nächster Schritt zum Outsourcing der administrativen Publikationstätigkeiten der NetAcademy durchgeführt werden. Dafür wird ein weiterer Spin-off oder Start-up des *π δπ áâëíí îÉ* ins Auge gefasst: Die NA Press (vgl. Abb. 13).

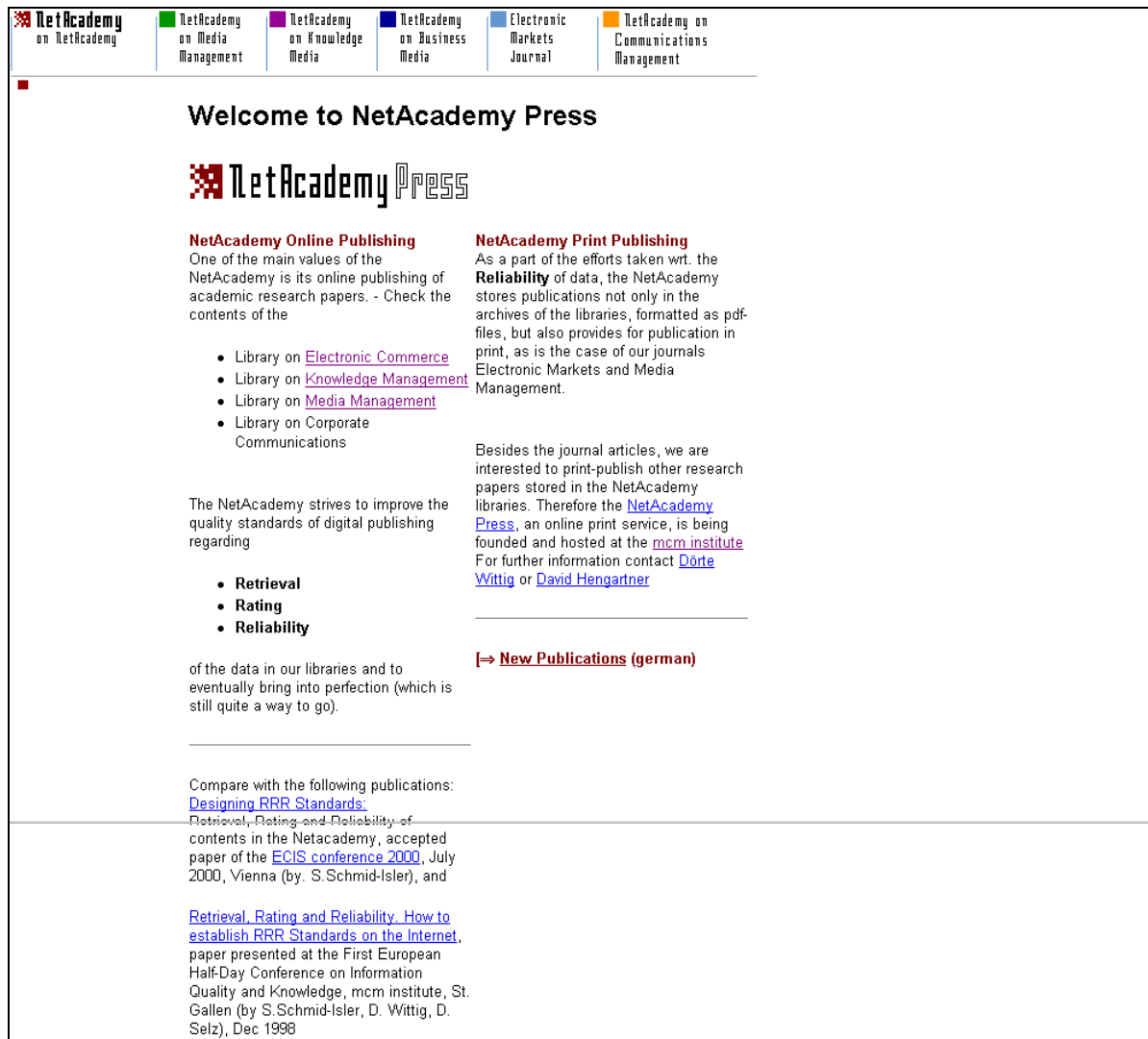


Abbildung 13: Die Homepage von NA-Press

NA-Press und online publishing: Bisher sind 2 Publikationen in Zusammenarbeit mit Libri-BoD (Norderstedt, Deutschland) entstanden (vgl. Abb. 14). Die Zusammenarbeit war von Rückfragen und Warteprozessen geprägt, also nicht optimal. Im Jahr 2001 soll ein Geschäftsmodell für die NA Press auch die Möglichkeit evaluieren, eigene BoD-Lösungen oder ev. neue Partner zu finden.

NA-Press und die Journals der NetAcademy: Das Journal on Media Management wird bisher von Niedermann Druck in St. Gallen gedruckt und von Mitarbeitern des mcm institute adressiert und verschickt. Es ist wünschbar, dass die damit verbundenen Tätigkeiten ebenfalls auswärts vergeben werden können. (Das Journal on Electronic Markets wird von Routledge Publishing Inc., London, gedruckt und versandt).

NA-Press und Publikations-Reihen des mcm: Das Institut publiziert Forschungsberichte im Rahmen einer „mcm-Reihe“. Diese Publikationen könnten mit einem NA Press Verlag ebenfalls professionalisiert werden.



Abbildung 14: Guided Tour zu NA-Press-Publikation

3.3 Professionalisierung im Bereich E-Learning

Im Februar 2001 startet der erste full time Kurs des Executive MBA in Media and Communication. Eine Erfahrung wird zeigen, ob und wie die MBA Community Plattform¹⁰ ihren Erwartungen gerecht werden kann. Eine Evaluation durch die MBA Studenten und die im MBA beteiligten Dozenten wird genaueren Aufschluss darüber geben.

¹⁰ <http://www.mcm-mba.ch>

Die MBA Community Plattform dient als Template für den geplanten Einsatz für die Studenten an der Universität St. Gallen in der Vertiefungsrichtung Medien- und Kommunikationsmanagement (Studenten ab dem 5. Semester). Es ist geplant, ein Pflichtenheft zu erstellen, nach dessen Vorgabe ersichtlich wird, welche Services der NetAcademy dafür benutzt werden können und welche noch neu zu entwickeln sind.

Daneben werden Services der MBA Community auch bei der Professionalisierung im Bereich E-Learning eine wichtige Rolle spielen. Von diesen Entwicklungen wird die NetAcademy on Media Management ebenfalls profitieren, wird sie doch mit vielen Bereichen der MBA-Plattform direkt vernetzt.

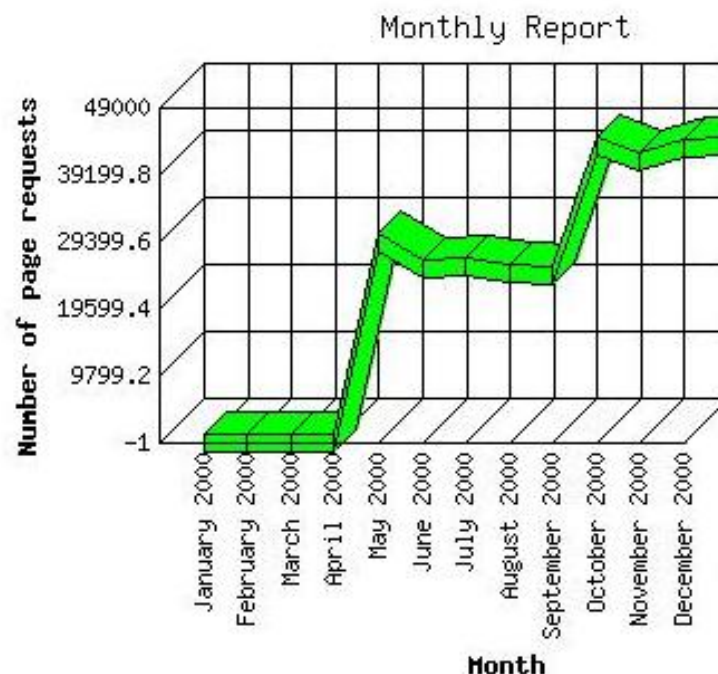
- - - - -

4 Zugriffszahlen auf die NetAcademy on Media Management

Messung: Die rasch wachsenden Datenmenge zur statistischen Auswertung der Zugriffe auf die Netacademy konnte mit der bisherigen Software nicht mehr korrekt verarbeitet werden. Im Frühjahr 2000 wurde eine geeignetere Software installiert. Aus diesem Grund erscheinen in der untenstehenden Grafik im Zeitraum Januar – April 2000 keine Daten. Die Stufen der Kurve widerspiegeln den akademischen Kalender (Sommer- und Weihnachtsferien).

Herkunft der Besucher: Nach wie vor ist der grösste Zugriff aus den USA zu vermelden (rund 60%, steigende Tendenz), gefolgt von Deutschland und englischsprachigen Ländern. Die Anfragen stammen aus akademischen Umkreisen; die meistbenutzte, auf die NetAcademy verweisende Suchmaschine ist nicht mehr Altavista, sondern Google.

Interessenverteilung auf der NA: Rund 50% der NetAcademy-Zugriffe gelten dem Journal Electronic Markets [electronicmarkets.org]. 10% gehen auf die NetAcademy Home [netacademy.org]. Die verbleibenden 40% gelten Businessmedia (15%), Media Management (11%), Knowledge Media (11%) und Communications Management (3%)



Statistik der Zugriffe auf die NetAcademy on Media Management, gemessen Mai-Dez 2000

	Month	Number of requests	Number of page requests	Percentage of the requests
1.	January 2000	70	70	0.00%
2.	February 2000	113	113	0.00%
3.	March 2000	129	129	0.01%
4.	April 2000	0	0	0.00%
5.	May 2000	96,326	29,297	7.12%
6.	June 2000	86,226	25,319	6.37%
7.	July 2000	71,612	25,706	5.29%
8.	August 2000	87,490	24,754	6.47%
9.	September 2000	87,638	24,551	6.48%
10.	October 2000	118,965	43,547	8.80%
11.	November 2000	135,503	41,055	10.02%
12.	December 2000	113,526	43,024	8.39%

Rapport der Zugriffe auf die NetAcademy on Media Management, Mai-Dez 2000