

www.wohnlk.ch – www.logislink.ch
Ein Projekt zur Ökonomie der Aufmerksamkeit im Cyberspace

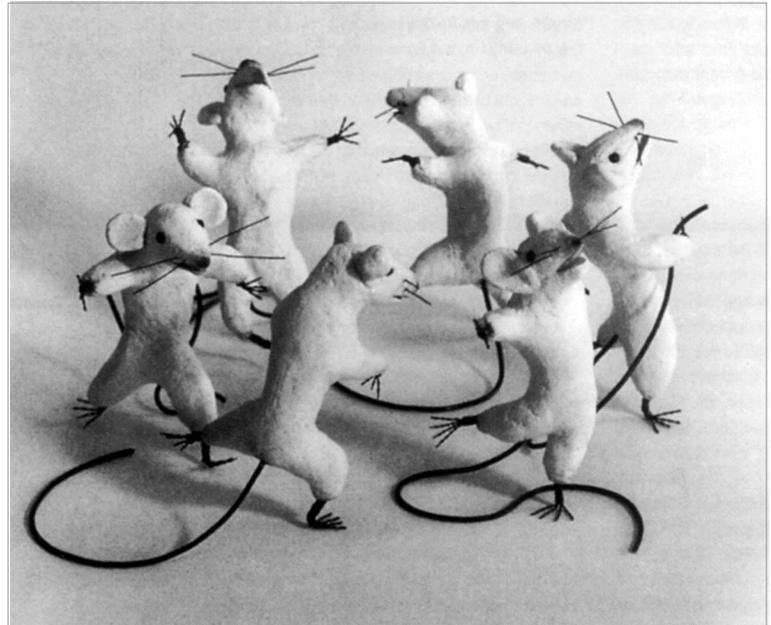
*Lydia BUCHMÜLLER & Matthias BÜRGIN,,
(Lydia Buchmüller, Baudepartement des Kantons Basel-Stadt, Abteilung Planung, Hochbau und Planungsamt, Hauptabteilung Planung, Rittergasse
4, CH-4001, Basel, email:Lydia.Buchmueller@bs.ch)*

*(Matthias Burgin,, metis, büro für praktische klugheit problemlösung ideenvermittlung, Güterstrasse 119, CH-4053, Basel
email: matthias.burgin@buerometis.ch)*

1 EINLEITUNG

Das ganze Wissen zum Wohnen - auf einen Klick! www.wohnlk.ch¹ vernetzt und konzentriert das schon bestehende Wissen zum Thema Wohnen auf dem Internet in Form einer Link-Datenbank.

Wer seine Inhalte beim Wohnlink-Logislink einspeist, folgt einer Win-Win-Strategie: man teilt sein Wissen und wird besser wahrgenommen. Doppelspurigkeiten nehmen ab, dafür entstehen Synergieeffekte. Wohnlink-Logislink, ein Beitrag zur Informationsgesellschaft CH & EU, macht Inhalte vergleichbar: aus für graue Mäuse, wo es doch solche gibt, die tanzen.



2 WESHALB GIBT ES DAS PROJEKT WOHNLINK?

2.1 Die offizielle Kommunikation

2.1.1 Informationsgesellschaft Schweiz – Strategie des Schweizerischen Bundesrates

Die im Februar 1998 veröffentlichte «Strategie des Bundesrates für eine Informationsgesellschaft in der Schweiz» postulierte u.a. eine verbesserte Präsenz der Behörden auf dem Internet. «Das Vertrauen in die NIKT² und deren Akzeptanz in der Bevölkerung ist durch konsequente Nutzung der NIKT im Verkehr mit den öffentlichen Verwaltungen zu verbessern. Die Verwaltungen aller Stufen treffen die dafür nötigen Vorkehrungen.»³ Dieser Grundsatz betrifft insbesondere auch die Forschung: «Der Knowhowtransfer innerhalb der öffentlichen Forschung und zwischen dieser, der amtlichen Statistik und der privaten Forschung sowie die Zusammenarbeit in diesem Bereich müssen verbessert werden.»

2.1.2 Informationsgesellschaft Schweiz – Jahresziele 1999 des EVD

Das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement (EVD) hat diese Postulate in seine Jahresziele 1999 aufgenommen. Das Internet soll dazu genutzt werden, der Öffentlichkeit neue Impulse zu verleihen (Ziel 4). Das Bundesamt für Wohnungswesen (BWO) ist administrativ dem EVD unterstellt. Im letzten Jahr hat das BWO seine eigene Homepage erstellt, später als andere, aber dennoch: im guten Schweizerischen Mittelfeld.

2.1.3 Informationsgesellschaft Schweiz – Forschungsprogramm 1996/99 der FWW/BWO

Seitens des BWO besteht eine gesetzliche Koordinationsaufgabe in den Bereichen Wohnungsmarkt-, Baumarkt- und Bauforschung sowie Baurationalisierung. Die Verbesserung der Wissens- und

1 Eröffnung der Wohnlink-Site: Dezember 1999 / Französische Version: www.logislink.ch
2 NIKT: Neue Informations- und Kommunikationstechnologien
3 www.isps.ch/ger/aktivitaeten_des_bundes/grundlagen/welcome_main.html#document_42

Entscheidungsgrundlagen sind explizites Förderziel der Wohnungspolitik, und die Information ist ein Schwerpunkt des Forschungsprogramms 1996 - 1999 der Forschungskommission Wohnungswesen (FWW) .

Mit der Einrichtung einer Wohnlink-Site durch das BWO kann sowohl den Aufgaben und Schwerpunkten von BWO / FWW Rechnung getragen werden als auch dem Anspruch, der Staat solle als Modellanwender für den elektronischen Zugang zu Informationen in Erscheinung treten.

2.2 Der inoffizielle Hintergrund

2.2.1 Zugang zu Wissen

Die Autorin ist seit 1996 Präsidentin der FWW. Als Kunsthistorikerin und Raumplanerin mit dem schwergewichtigen beruflichen Hintergrund in der Stadtplanung (Forschung und Praxis) ist das Thema Wohnen aber weniger Kerngeschäft als ein Interessens- und Arbeitsgebiet unter anderen⁵. Dieser Sachverhalt trifft für die meisten anderen Mitglieder der FWW ebenso zu, was kein Nachteil, sondern vielmehr als eine dem Informationszeitalter entsprechende Antwort auf die notwendige Fähigkeit und Offenheit zur vorherrschenden Pluralität der Weltansichten gewertet werden muß. In der Zusammenarbeit mit Partnern, deren Kerngeschäft tatsächlich das Wohnungswesen ist, kann das fehlende Fachwissen von Fakten, zum Beispiel das Informiertsein über aktuelle politische Vorstöße oder über anstehende Forschungsarbeiten von anderen Institutionen und Ämtern etc., zum Nachteil werden. Dem Informationsdefizit der einzelnen Kommissionsmitglieder muß in den Kommissionssitzungen mit einem erheblichen Zeitaufwand begegnet werden, wobei auch ein vorgängiges, schriftliches

«Die Herren der Meere stellten bald fest, daß die Leute in den verschiedenen Orten, wo sie angelegt hatten, nichts von anderen Leuten in anderen Gegenden wußten. Die großen verwegenen Unternehmer stellten fest, daß die natürlichen Vorräte der Erde sehr ungleich verteilt waren. Sie entdeckten, daß die verschiedenen Rohstoffe und Hilfsmittel, die weit voneinander entfernt vorkamen, einander bei der Produktion von hochwertigen Werkzeugen, Dienstleistungen und Konsumgütern ergänzten, wenn man sie zusammenbrachte. So wurden die Ressourcen eines Ortes, die vorher als absolut wertlos gegolten hatten, plötzlich sehr hoch bewertet. Ungeheurer Reichtum wurde dadurch erzeugt, daß die See-Unternehmer etwas auf dem Weg der Integration von Ressourcen leisten konnten sowie der Distribution der Produkte an die weltweit verstreuten, begeisterten und begierigen Kunden. Die schiffbesitzenden Kapitäne fanden heraus, daß sich phantastisch große Ladungen in ihren Schiffen unterbringen ließen, gewaltige Frachten entsprechend dem natürlichen Auftrieb, die man nicht auf den Rücken von Tieren oder Menschen tragen konnte. Überdies konnten die Schiffe, die Gewässer direkt überqueren und kürzere Entfernungen in viel weniger Zeit zurücklegen, als man für den Weg an der Küste entlang und über dazwischen liegende Berge brauchte. So wurden diese wenigen Meister der See unermeßlich reich und mächtig.»

R. Buckminster Fuller. 1969⁴

Dokumentieren nur selten den Bedürfnissen der einzelnen Mitglieder entgegenkommen kann, da diese eben alle als Einzelpersonen bedient werden müßten und ein Denken für andere nur selten zu wirklich befriedigenden Resultaten führt, von positiven Nebeneffekten wie unerwartete Entdeckungen abgesehen. Neben diesen primär organisatorischen Schwierigkeiten führt das Ungleichgewicht von Zugang zu Fachwissen natürlich auch zu psychologischen Schwierigkeiten, z. B. auf der Ebene der Kompetenzzugeständnisse.

2.2.2 Neuer Finanzausgleich und Budgetkürzungen

Dem Postulat der Effizienz, das durch den Neuen Finanzausgleich zwischen Bund und Kantonen in der Schweiz angesprochen ist, ist die FWW u.a. durch den Aufbau der Wohnlink-Site begegnet. Indem sie eine Koordinations-, Kommunikations-, Kooperations- sowie Informations- und Austauschplattform geschaffen hat, hat sie einen konkreten Beitrag zu der Problematik der Doppelspurigkeit in Forschung und Parallelorganisationen in Verwaltung und Gesetzgebung geleistet.

Mit Wohnlink wird außerdem deutlich gemacht, daß, entgegen der im Neuen Finanzausgleich vertretenen Ansicht, in Wohnfragen durchaus noch immer ein großer Forschungsbedarf besteht. Gleichzeitig haben

⁴ R. Buckminster Fuller: Bedienungsanleitung für das Raumschiff Erde. 1969 (Deutsch: Dresden 1998)

⁵ Während drei Jahren, von 1995 bis 1997, leitete die Autorin als Generalsekretärin die Geschäftsstelle von EUROPAN SUISSE, Verein zur Förderung des exemplarischen Wohnungsbaus.

BWO und FWW die empfindlichen Budgetkürzungen im Forschungsbereich durch eine intelligente Nutzung der NIKT aufgefangen und insgesamt einen nicht zu unterschätzenden Mehrwert geschaffen, indem sie durch Wohnlink die Zugänglichkeit und die Austauschmöglichkeiten von Forschungs- und Praxisresultaten im Themenbereich Wohnen exponentiell vergrößert hat.

2.2.3 Ein geschlossenes Beziehungsnetz

Institutionalisierte und «vererbte» Aufmerksamkeiten können zu teilweise einseitigen und / oder ungerechtfertigten Verengungen des eigenen Erkenntnishorizontes führen. Fragen wie «Wer sind eigentlich unsere Auftragnehmer/innen?» und «Wer sind unsere Empfänger/innen und Ansprechpartner/innen?» oder «Ist unser Netzwerk valabel, offen?» bzw. «Haben wir durch unsere Ausrichtung oder unseren beruflichen und persönlichen Background blinde Erkenntnisflecken?» müssen deshalb immer wieder von Neuem gestellt werden. Eine kritische Selbstanalyse hat auch innerhalb des BWO bzw. der FWW einen Handlungsbedarf deutlich gemacht. Mit dem Wohnlink soll eine größere Breitenwirkung der eigenen Forschungsergebnisse und amtlichen Mitteilungen erzielt und das Netzwerk der, v.a. auch jüngeren Auftragnehmer/innen erweitert werden. Andererseits soll die Wohnlink-Site auch für die öffentliche Ausschreibung und den öffentlichen Aufruf zur Eingabe von Forschungsthemen genutzt werden, wobei vermehrt auch Fachleute, die durch ihre Arbeit auf der Wohnlink-Site aufgefallen sind, direkt kontaktiert werden sollen.

2.2.4 Die größte Baustelle der Welt

Für das BWO waren Bauten bis heute immer physische Bauten, und das Wohnen und Zuhause-Sein, obwohl dieses neben Hardware-Aspekten auch Software-Aspekte aufweist, stets an die materielle Wirklichkeit gebunden. Heute gelten aber auch andere Rahmenbedingungen und Regeln, die es zu beachten gilt:

Wir müssen uns mit dem Gedanken vertraut machen, daß sich die größte Baustelle der Welt out there, in Cyberspace findet. Da die höchste Zustiegsrate heute in den Drittweltländern zu verzeichnen ist, schätzt Nicholas Negroponte in seinem 1995 erschienenen Buch «Being Digital», daß im Jahr 2000 eine Milliarde Leute vernetzt sein werden. Und: würde die Zuwachsrate der Internetbenutzer/innen wie heute stetig um 10% pro Monat anwachsen, was zwar nicht wahrscheinlich ist, so würde die Zahl der Internetbenutzer/innen die Weltbevölkerung im Jahr 2002 übersteigen. Bleiben wir bei den gemeinhin geschätzten 60-100 Mio. Benutzer/innen, so wäre dies, wären die Internauten, wie sie genannt werden, an einen physischen Raum gebunden, die größte Stadt der Welt. Da Zeit und Distanz in der elektronischen Sphäre irrelevant sind, muß von dieser Stadt nicht in der Möglichkeitsform, sondern in der Wirklichkeitsform gedacht werden. Ohne daß wir es groß bemerken, ist in diesem digitalen Neuland in unglaublicher Hektik und Schnelligkeit eine parallele - wenn auch unter anderen Vorzeichen funktionierende - Wirklichkeit entstanden, eine virtuelle Metropole, die im ortlosen Raum der elektronischen Rechner und Server existiert, eine digitale Boom Town, die in vielen Aspekten ein analoges Spiegelbild unserer gebauten physischen Umwelt ist. Hier in Cyberspace findet sich der Bildungs-, Freizeit- und Kultursektor ebenso wie der kommerzielle Sektor, der sich in der Zwischenzeit zum größten Sektor vor allem auf dem World Wide Web herausgebildet hat. Hier kaufen wir ein, arbeiten wir, machen wir Geschäfte, vergnügen und verlieben uns, lernen auch und bilden uns weiter. Wir müssen uns offensichtlich daran gewöhnen, daß gewisse Funktionen in den Cyberspace abwandern, und daß dadurch vermehrt auch in den virtuellen Raum investiert wird, was unweigerlich Auswirkungen auf das Erscheinungsbild unserer physischen Städte haben wird.

2.2.5 Analog & Digital

Aufgerüttelt durch den Boom des Internet haben sich 1998 in Basel einige Personen zum Verein «analog/digital» zusammengefunden, um sich vertieft mit den Auswirkungen der neuen Medien auf die Gesellschaft und das Individuum auseinanderzusetzen. Mit «comm_X-change '98», einem viertägigen offenen Forum über analoge und digitale Kommunikation in den eindrucksvollen Räumen der ehemaligen Basler Börse gelang es dem Verein, eine breitere Öffentlichkeit für das brisante Thema zu interessieren. Probleme und Herausforderungen, Risiken und Chancen, welche diese neuen Medien erzeugen und ermöglichen, wurden unter der Leitfrage thematisiert, wieviel Tradition man bewahren müsse, um im Sog der NIKT bestehen zu können (Infos: www.comm-x-change.ch). Die Mitwirkenden bei Wohnlink waren mehrheitlich an «comm_X-change '98» beteiligt und nehmen an den zweiwöchentlichen Jours fixes des Vereins teil, wo die Pros und Kontras weiterhin kritisch diskutiert und neue Aktionen entwickelt werden.

3 WOHLINK: ZIELSETZUNGEN UND VORGABEN

Die Wohnlink-Site soll zum zentralen Forum und zur wichtigsten Kommunikationsplattform zum Thema Wohnen gedeihen, dies sowohl auf der Ebene des Informationsangebotes wie auch der Nachfrage, und soll damit zur vermehrten und vertieften Auseinandersetzung beitragen und damit die Bedeutung des Themenkreises Wohnungswesen sowohl bezüglich Forschung als auch Praxis festigen und ausbauen.

Operatives Ziel ist, daß sich die Wohnlink-Site innert 6 Monaten zu einem Muß für die überwiegende Zahl der Akteure im Wohnungswesen etabliert, weil auf der Site ein maximales Angebot von allgemeinen (Homepages der Institutionen) und spezifischen Links (Informationen zu einzelnen Inhalten) zu finden ist, dies nicht nur aus schweizerischen Quellen, sondern dem Medium Internet entsprechend auch aus dem Ausland. Selbstredend kann Wohnlink nichts anderes als attraktiv sein, denn sachfremde Themen sind zum Vornherein ausgeschaltet.

3.1 Ansprüche und Randbedingungen

Aufgrund der speziellen Situation, daß der Auftraggeber das Projekt nur in groben Grundzügen vorgegeben hatte, war es Sache des Teams, die Ansprüche an die Site selbst zu definieren:

3.1.1 Zu den Inhalten führen

Fast alle Institutionen mit eigenem Webauftritt bieten eine Linksammlung an. Doch ist das Angebot meist klein und die Links führen beinahe immer auf Homepages, also auf die Startseiten, von wo aus man sich aufwändig bis zur gewünschten Information durchnavigieren muß. Natürlich kann es interessant sein, nach Homepages von Institutionen zu suchen, z.B. um Auftritte zu vergleichen oder um Anschriften oder Telefonnummern zu finden. Aber im Zentrum des Informationsbedürfnisses steht der ganz konkrete Inhalt: ein Forschungsergebnis, ein Presstext, ein Veranstaltungsprogramm, eine Publikationsliste. Somit war klar, daß Wohnlink zwar auch Links auf Homepages enthalten soll, wichtiger sind aber die Verweise auf spezifische Inhalte von möglichst vielen Teilseiten.

3.1.2 Minimaler Betreuungsaufwand

Das Bundesamt für Wohnungswesen hat vorgegeben, daß für die Betreuung von Wohnlink keine oder kaum personelle Ressourcen zur Verfügung stehen. Dies bedeutet, daß die Site weitgehend automatisiert werden muß; mit anderen Worten, die Verantwortung ist in die Hände der Benutzer/innen zu legen. Alle Akteure, welche relevante Informationen in elektronischer Form anzubieten haben, sollen diese eigenständig einspeisen können.

3.1.3 Suche im Vordergrund

Es kann davon ausgegangen werden, daß die Suchenden die größte Usergruppe darstellen würden. Also waren deren zu erwartende Bedürfnisse der Maßstab für die Konzeption der Site; das Ziel einer effizienten Funktionalität der Suche rückte in den Vordergrund, denn die Attraktivität - und damit die Besucherzahl - steigt mit der Aussicht, möglichst schnell zum gewünschten Inhalt vorstoßen zu können.

3.1.4 Bestmögliche Strukturierung

Eine effiziente Suche, dies bedeutet, Routinen anzubieten, welche es ermöglichen, aus der Fülle von Angeboten jene herauszufiltern, welche den Suchintentionen entsprechen. Als unbefriedigendes Beispiel seien die traditionellen Suchmaschinen angeführt: Sucht man dort nach dem Begriff «Wohnungswesen» in den deutschsprachigen Seiten, so erlangt man rund 6'500 Treffer. Die Suchmaschine ermöglicht eine Verfeinerung, allerdings in nur sehr rudimentärer Form: Man kann wählen zwischen Schweiz, Behörden, Regierung und Österreich. Die jeweilige Trefferzahl reduziert sich dabei auf: 19, 36, 9 und 7. Und was sind denn die restlichen gut 6'400 Treffer? Wer will, darf mutmaßen. Da stellt sich Ernüchterung ein, denn wer will schon alle diese Links durchchecken, v.a. auch, wenn der Textkörper zu jedem Link nur in den seltensten Fällen wirklich aussagekräftig ist.

Andererseits war es ein zweites - eher verstohlenes - Ziel, die User/innen auch zu Inhalten zu führen, die nicht der präzisen Absicht der Suche entsprechen, sondern haarscharf daneben liegen, denn schließlich soll Wohnlink auch etwas zur Horizonterweiterung beitragen. Letzteres gilt auch für die Sprache: zwar gibt es

eine Benutzerführung jeweils auf deutsch und französisch, doch sind die Inhalte sprachlich nicht getrennt. Wir meinen, es sei ein Gebot der Zeit, Inhalte auch in anderen Sprachen zu konsultieren.

Strukturierung bedeutet im Falle von Wohnlink eine klassifizierende Zuweisung der Inhalte auf verschiedenen Ebenen, d.h. Rubriken. Optimiert ist die Strukturierung dann, wenn Merkmale zur Verfügung gestellt werden, welche als Stellvertreter die einzelnen Inhalte präzise genug beschreiben, so daß sich mit wenigen Suchschritten eine gebührende Auswahl an Treffern ergibt, die sich im Vergleich konsultieren lassen.

3.1.5 Eingabe mit geringem Aufwand

Wohnlink ist ein Vermittlungsgefäß, das keine eigenen Inhalte produziert. Finden lässt sich nur, was Andere zuvor eingetragen haben. Die Eingabeprozedur darf daher nicht zu viel Zeit in Anspruch nehmen und sollte möglichst einfach und selbsterklärend sein. Dennoch sollte den ursprünglichen Bemühungen der Urheber, einen differenzierten Inhalt zu kreieren, Rechnung getragen werden.

3.2 **Umfrage als Bestätigung**

Den Detailarbeiten an Wohnlink ging eine Umfrage bei rund 400 Institutionen voraus. Bei einer Rücklaufquote von über 25% waren die wichtigsten (nicht repräsentativen) Erkenntnisse:

?? 85% der Institutionen haben einen Zugang zum Internet

?? 55% haben eine Homepage

?? Weitere 16% sind an der Planung eines Webauftrittes

?? 35% versprechen sich von Wohnlink eine verbesserte Wahrnehmung der eigenen Internetseiten

?? 60% rechnen mit einem positiven Einfluß auf die eigene Arbeit

?? 40% erklärten sich bereit, Links einzugeben

Dieses Feedback zeigte: Interesse und Mitwirkungspotential sind vorhanden. Geht man von einer durchschnittlichen Anzahl von rund 10 Links pro Institution aus und rechnet man mit einer Zahl von rund 2'500 Institutionen im Bereich Wohnungswesen (Adressen des BWO) aus, so kann man mit einer Größenordnung von 5'000 Einträgen rechnen.

4 **ZIELORIENTIERTE UMSETZUNG**

Auf dem Hintergrund der formulierten Ziele, Ansprüche und Randbedingungen und aufgrund der Umfrageresultate resultierten bei der Umsetzung folgende Elemente:

4.1 **Ein beachtliches Basisangebot**

4.1.1 Besondere Verschlagwortung

Ausgehend von den vielfältigen möglichen Abfrageinteressen von Suchenden und der Reichhaltigkeit der angebotenen Inhalte stellen wir 6 verschiedene Rubriken zur Verfügung, welche die eingetragenen Inhalte klassifizieren:

- a) Art der Institution (11 Auswahlmöglichkeiten)
- b) Art der Information (17 Auswahlmöglichkeiten)
- c) Zeitlicher Bezug (genaues Datum oder Auswahl eines Zeitraumes)
- d) Räumlicher Bezug (Auswahl von einzelnen Kantonen, Bundesländern resp. Regionen in CH, D, A und F; zusätzlich alle weiteren Länder)
- e) Prädikat: Prämierte Projekte und Pilotprojekte
- f) Thematischer Bezug (über 300 Schlagwörter in 28 Kategorien, auch freie Keywords)

Während (a) bis (d) durchaus noch konventionell aufgebaut sind, ist (e) als ergänzendes Merkmal angefügt worden, um innovative Arbeiten hervorzuheben und schnell auffindbar zu machen.

Der Thesaurus für den thematischen Bezug (f) ist das Ergebnis eines intensiven Prozesses, in den Auftraggeber, Auftragnehmer und Dritte involviert waren. Keines der in Bibliotheken etc. gefundenen Systeme konnte den inhaltlichen Anforderungen genügen, welche sich aus den aktuellen Themen in Forschung und Praxis des Wohnungswesens und den zunehmend interdisziplinären Verbindungen zu mitbetroffenen Fachbereichen ergeben. Aber genau der gegenwärtigen Szene wollten wir besondere Aufmerksamkeit schenken. So sammelten wir unzählige klassische Begriffe auf verschiedenen Hierarchiestufen, legten sie zusammen und mischten sie assoziativ auf, so daß sich 28 thematische Kategorien ergaben. Das traditionelle Sach-, Fach- und Rubrikendenken war durchbrochen. Nach einer Testphase mit bestehenden Webinhalten zeigte sich, daß dieses Konzept nicht genügte, um den Inhalt einer Seite präzise zu beschreiben. Zusätzlich war abzusehen, daß bei der Suche nach einer Kategorie bei ausgereiften Bestand der Datenbank zu viele Treffer resultieren würden. So entschieden wir uns, nebst den Kategorien auch die zugehörigen Schlagwörter anzubieten. Damit aber umgekehrt die Trefferquote bei der Suche nach einem Schlagwort nicht zu gering auffallen würde, und um die Unschärfe bei der Vergabe von Schlagworten aufzufangen, wandten wir einen Kunstgriff an:

?? Bei der Eingabe wählt man aus den Schlagwörtern max. 6 aus, in die Datenbank gehen aber auch die zugehörigen Kategorien.

?? Bei der Suche wählt man einen Begriff auf der Ebene Kategorie, erhält in einem zweiten Schritt die zugehörigen Schlagwörter mit der Anzahl Treffer angezeigt, versehen mit einer direkten Zugriffsmöglichkeit.

Ein spezielles Eingabefeld ermöglicht es, zusätzliche freie Keywords einzugeben, wobei auch das beschriebene Schlagwortsystem dynamisch aufgebaut ist, d.h. es lassen sich - z.B. auf Antrag von Usern – neue Schlagworte in den Thesaurus einfügen.

4.1.2 Eingabe

Die Eingabe der Links geschieht in zwei Schritten: erst erfolgt eine Registrierung, anschließend können mit dem Eingabeformular die Links betitelt, beschrieben und verschlagwortet werden. Es hat sich gezeigt, daß die Vergabe der richtigen Schlagwörter unproblematisch ist, wenn die ausführende Person den Inhalt der einzutragenden Seiten kennt. Etwas Mühe bekundeten wir mit der Darstellung der über 300 thematischen Schlagwörter, aus denen man sechs auswählen kann: Auswahllisten kamen wegen der Mehrfachauswahl nicht in Frage und eine Lösung auf der Basis von dynamic-html wegen der mangelnden Browserunterstützung auch nicht. So muß man sich vorerst noch durch eine relativ lange Liste von Schlagwörtern mit Checkboxes scrollen.

4.1.3 Suche

Um möglichst allen Suchbedürfnissen gerecht zu werden, bieten wir 4 Suchvarianten an:

?? Freie Suche (Volltext)

?? Suche nach Homepages

?? Chronologische Suche

?? Strukturierte Suche nach Inhalten

Bei letzterer Variante gibt es zwei Möglichkeiten, auch bei einer großen Zahl an Datensätzen schnell ans Suchziel zu kommen: man kann einerseits gleichzeitig Schlagwörter aus allen Rubriken auswählen, was die klassische Hierarchie einer Schritt-für-Schritt-Suche umgeht. Andererseits stellen wir eine gezielte Verfeinerung der Resultate zur Verfügung. Liegt der Fokus der Suche auf dem thematischen Bezug, so erhält man nach dem ersten Suchschritt eine Liste mit den Schlagwörtern der gesuchten Kategorie (mit

Trefferzahl), welche zur Verfeinerung direkt anklickbar sind. Gegenüber klassischen Suchmaschinen werden alle Treffer nicht nur mit URL, Titel, Kurzbeschreibung und Datum der Eingabe dargestellt, sondern zusätzlich unter Angabe des Urhebers und der eingegebenen Schlagwörtern, sodass die Entscheidung, welchen Link man sich anschauen will, erleichtert wird. Im übrigen ist der Kurzbeschreibung wesentlich informativer, da er bei der Eingabe bewusst formuliert wurde.

4.1.4 Informationen und Instruktionen

Ein detaillierter Leitfaden zur Benutzung von Wohnlink, ein kommentiertes Glossar zu den Rubriken, Hintergrundinformationen, eine Wohnlink-Netiquette und ein strukturiertes Feedbackformular runden das Basisangebot der Site ab. Erstere gar in verschiedener Gestalt: als differenzierte html-Seiten, als kompletter Download und als kontextbezogene Hilfe.

4.2 **Kein Sein ohne Design**

Es zeigte sich in der ersten Testphase, daß das anfangs geplante nichtprofessionelle Design den hohen Ansprüchen und der angestrebten Bedeutung von Wohnlink nicht genügen würde. Ein Zusatzkredit ermöglichte den Beizug eines mehrfach prämierten Webdesign-Teams. Sie befreiten Wohnlink von der trockenen Ernsthaftigkeit einer Datenbank. Der erste optische Eindruck – er ist mitentscheidend für den Verbleib und das Wohlbefinden auf der Site – vermittelt eine moderne, innovative Stimmung, weckt die Assoziation von Ideenreichtum und zeugt von hohem Niveau, ohne extravagant zu wirken. Der Charakter der Wohnlink-Site als zeitgemäßer Umschlagplatz von Informationen, sozusagen als virtueller Informationsbahnhof, findet auch in der Gestaltung seinen Ausdruck. Das Wohnlink-Logo teilt und verbindet gleichermaßen die Informationsebenen ohne ein Augenzwinkern zu vergessen. Es muß eingeräumt werden, daß mit diesem Design die Programmierung aufwändiger und komplexer wurde.

4.3 **Ausgesuchte Extras**

Nebst den oben beschriebenen Features bietet Wohnlink einige weitere Spezialitäten an, die unter den Gesichtspunkten von Innovation und Qualitätssicherung gesehen werden können:

4.3.1 Keine Homepage – kein Hindernis

Bei Wohnlink finden auch Inhalte Eingang, welche noch nicht auf dem Internet liegen. Sei es daß man (noch) keine Homepage⁶ hat oder einen Inhalt möglichst rasch der User-Gemeinde zur Verfügung stellen möchte. Über die Funktion «Datei eingeben» lassen sich Dateien von einem ans Internet angeschlossenen Computer in die Datenbank laden und wie die anderen Links verschlagworten.

4.3.2 Attraktive Startseite

Die Zeiten der glanzvollen Homepages ohne substantielle Zusatzinformationen sind vorbei. Als Anreiz bietet die Wohnlink-Startseite deshalb hier neben einer kurzen, als Referenz auf die Wohnlink-Philosophie beigezogene Betrachtung von Buckminster Fuller eine Miniaturhitparade an: «Die häufigsten Schlagwörter» und «Die Institutionen mit den meisten Links», zudem einen Direktzugriff auf Suchfunktionen, die sonst nur in mehreren Schritten erreicht werden könnten. Damit ist der Einstieg in Wohnlink attraktiv, ohne erdrückend zu wirken.

4.3.3 Identifikation sicherstellen

Wohnlink strebt den möglichst direkten Zugang zu konkreten Inhalten an. So kann es vorkommen, daß die URLs von Teilseiten eines Framesets eingetragen werden müssen, aus welchen sich der Urheber und dessen Homepage nicht oder nur umständlich eruieren läßt. Für solche und ähnliche Fälle bietet Wohnlink die Möglichkeit, einen schmalen Banner zu aktivieren, wenn ein Link angewählt wird. Dieser enthält den Namen des Urhebers, sowie die URL der Homepage der entsprechenden Web-Site und gewährleistet die Identifikation.

⁶ Das betrifft rund 45% der Institutionen (Quelle: eigene Umfrage)



5 FAST KLASSISCHE PR-MASSNAHMEN

Angebote im Internet machen paradoxerweise in der Regel nicht allein auf sich aufmerksam. Es braucht klassische Informationskanäle, um auf neue Inhalte hinzuweisen. So z.B. auch beim Projekt www.ufo-do.de: 61% der befragten Personen nannten Zeitungen und Radio als Informationskanal, durch welchen sie vom Projekt erfahren haben.⁷ Konsequenterweise war im Rahmen des Projektes Wohnlink auch eine umfassende Informationskampagne zu führen, um schon zu Beginn eine hohe Aufmerksamkeit zu erlangen:

- ?? Produktion eines zweisprachigen Leporellos (Auflage 5'000),
- ?? Postalischer Versand der Informationen an rund 2'500 Adressaten aus Forschung und Praxis,
- ?? Communiqué an rund 500 Medien aus den Bereichen Tagesjournalismus, Fachmedien und Redaktionen der Kategorie «Neue Medien»,
- ?? Emailversand an rund 800 Personen und Institutionen (die entsprechenden Adressen waren noch nicht Teil einer Datenbank, sondern wurden aufgrund von Internetrecherchen und von persönlichen Verzeichnissen zusammengestellt),

⁷ Quelle: <http://www.expofair.de/ufo/Auswertung.pdf> – Autor: Arne Gehlhaar

?? Persönliche Präsentation bei Schlüsselpersonen und im Rahmen von (Fach-)Veranstaltungen.

Zusätzlich sorgten wir dafür, daß bei der Eröffnung der Site ein Anfangsbestand von rund 350 Datensätzen enthalten war.

6 PHILOSOPHIE

6.1 Zum Kreis der Innovation⁸

6.1.1 Neue Wirklichkeiten

Wohnlink ist keine kontinuierliche, schrittweise Verbesserung eines bestehenden Systems, denn «schrittweiser Zuwachs ist der schlimmste Feind der Innovation»⁹, wie Nicholas Negroponte sagt.

Wohnlink setzt in diesem Sinne nicht bei klassischen Netzwerkbildungen an und stützt sich auch nicht auf die gängigen Austauschgefäße und -gepflogenheiten, wie wir sie in der physischen-materiellen Welt kennen, sondern springt in einem gezielten Sprung in die neue Welt des Cyberspace und stellt sich dessen Regeln. Wohnlink will ein

Wenn es Wirklichkeitssinn gibt, muß es auch Möglichkeitssinn geben... Wer ihn besitzt, sagt beispielsweise nicht: Hier ist dies oder das geschehen, wird geschehen, muß geschehen; sondern er erfindet: Hier könnte, sollte, müßte geschehen; und wenn man ihm von irgendetwas erklärt, daß es so sei, wie es sei, dann denkt er: Nun, es könnte wahrscheinlich auch anders sein. So ließe sich der Möglichkeitssinn geradezu als die Fähigkeit definieren, alles, was ebensogut sein könnte, zu denken und das, was ist, nicht wichtiger zu nehmen, als das was nicht ist.

Robert Musil. 1931

Pilotprojekt sein, das sich dem Unbekannten stellt und neue Terrains entdeckt und auskundschaftet. «In der neuen Ordnung entspringt Reichtum direkt aus Innovationen, nicht aus Optimierung; d.h. Reichtümer gewinnt man nicht durch die Perfektionierung vorhandenen Wissens, sondern durch das nichtperfekte Ergreifen von Möglichkeiten im Unbekannten.»¹⁰

6.1.2 New Public Management

Mit den Prinzipien «besser, schneller und billiger» sowie Empowerment und offener Zugang zu Informationen und mit dem Prinzip «in Verantwortung ziehen und Verantwortung (ab)geben» folgt die

Wohnlink-Site auch den Vorgaben eines New Public Managements. Das Funktionieren dieser Prinzipien ist einfach zu erklären. Die jeweiligen Akteure z.B., die ihre Links in die Wohnlink-Plattform einspeisen, sind als Autor/innen diejenigen Personen, die eine Verschlagwortung am kompetentesten, am schnellsten und am effizientesten vornehmen. Gleichzeitig fehlt es ihnen bei dieser

«Von 150 Spitzenmanagern sind 144 zwischen 48 und 59 Jahre alt. (...) Und 133 der 137 tragen die traditionelle Kleidung des US-Managers (...). Ich übertreibe natürlich ... ein bisschen. Worum es mir geht: Die Mitglieder dieser Gruppe sehen alle gleich aus... erzählen das gleiche ... riechen gleich ... essen das gleiche ... denken gleich ... und haben wahrscheinlich die gleichen Probleme beim Golfspielen, sofern sie dazu überhaupt kommen. Es kann daher kaum überraschen, daß ihre Produkte und Dienstleistungen alles andere als IN PERSÖNLICHKEIT UND CHARAKTER U-N-V-E-R-W-E-C-H-S-E-L-B-A-R sind. (...) Verdammte Inz----!

Tom Peters. 1998

Arbeit nicht an Engagement, Enthusiasmus und Interesse, handelt es sich doch um ihre eigenen Arbeiten und vielleicht auch um ihre zukünftige Karriere. Kontrollieren für die Speisung der Inhalte der Suchmaschinen bei Netscape eine nicht unbeträchtliche Anzahl von Mitarbeiter/innen die von den Suchrobotern gefundenen Links und deren automatisierte Verschlagwortung, so dürfte diese Arbeit bei der Wohnlink-Site auch in Zukunft nicht anstehen, da sich durch die Mitarbeit aller ein exponentieller Zuwachs der Einträge von alleine ereignen sollte. Dem Prinzip nach Qualität kann zudem durch die durch den Wohnlink produzierte subversive Vergleichbarkeit von ähnlichen Inhalten nachgelebt werden. Ein Nicht-Offen-Legen von

⁸ Tom Peters hat mit seinen Publikationen zahlreiche Anstöße und den Antriebe zur praktischen Realisierung und Umsetzung zum Wohnlink gegeben, dasselbe gilt auch für Georg Frank. Tom Peters: Der Innovationskreis. Ohne Wandel kein Wachstum – wer abbaut, verliert. Düsseldorf und München 1998 / Tom Peters: The brand you 50. Reinventing Work. New York 1999

⁹ Peters (1998), S. 26

¹⁰ Kevin Kelly: New Rules for the New Economy. Zit. nach: Peters (1998), S. 29

Informationen kann im Zeitalter der NIKT nicht mehr glaubwürdig vertreten werden. Hier ist die Chance der Besten, und Wohnlink unterstützt sie.

6.2 Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit ¹¹

6.2.1 Attraktor – ein Vorteil

Weshalb ist die Wohnlink-Site so unwiderstehlich? An Wohnlink führt in Zukunft keine Suchmaschine vorbei, da die Auffindbarkeit optimiert wurde. Da Zeit im Informationszeitalter außerdem zu den knappsten Gütern von heute gehört, ist die effiziente Suche und Eingabe auf der Anwender/innenseite sowie der minimale Betreuungsaufwand auf der Betreiberseite besonders wertvoll. Zudem funktioniert Wohnlink sowohl auf der qualitativen wie auch auf der quantitativen Aufmerksamkeitsebene. Qualität auf der Ebene des Design und der Benutzerfreundlichkeit spielen ebenso wie der Mehrwert, welcher durch die auf der Wohnlink-Site vereinten Personen und Institutionen mit Reputation geschaffen wird. «Damit viele Leute überhaupt zusammenkommen, müssen Anlässe des Zusammentreffens und müssen Anlagen bestehen, die ein großes Publikum fassen.»¹² Hier ist die Wohnlink-Site gegenüber physischen Bauten unbestrittenermaßen im Vorteil. Und: Das Wohnlinkportal entspricht einem attraktiv ausgestalteten Theaterfoyer oder einer geschäftigen Bahnhofshalle. Welche neuen Gesichter finden sich heute auf der Wohnlink-Site ein? Welches sind die Neuigkeiten? Wo könnte man sonst noch hingehen? Wo könnte man sich profilieren? Wer arbeitet in der Vorfront? Wer hat's wieder mal geschafft? Was meinen die Medien? Was ist gerade «in»?

6.2.2 Plattform – ein Muß

Im Informationszeitalter macht sich neben der Ökonomie des Geldes die Ökonomie der Aufmerksamkeit breit. Aufmerksamkeit aber ist ein knappes Gut und aus diesem Grund eine begehrte Form des Einkommens.

«Wie materieller Reichtum schon becirct, so kann erst recht der Reichtum an Beachtung betören. Er umgibt die Person mit einem Glanz, der geradezu unwiderstehlich machen kann. Es ist ein Glanz, wie ihn hinreißende Schönheit, außerordentliche Macht, begnadete Begabung und klingender Name verleihen.»¹³ Aufmerksamkeit erregen zu

«Wie in der materiellen, so kann man auch in der Ökonomie der Aufmerksamkeit nicht mit den eigenen «Hände» Arbeit reich werden. Man muß andere für sich arbeiten lassen. In der Tauschökonomie der Aufmerksamkeit arbeiten andere für einen, indem sie über einen reden (...) Nur dadurch, daß man zum Gesprächsstoff Dritter wird, kann man es zu einem Vermögen bringen; nur dadurch, daß man zum allgemeinen Gesprächsstoff wird, wird man reich.» Georg Frank. 1991

können, gehört deswegen heute mit zum Spiel des Gelingens. Die Wohnlink-Homepage schafft wie oben beschrieben die Voraussetzungen, sich im Themenbereich Wohnen zu positionieren und zur Schau zu stellen. Denn heute muß man publizieren und sich austauschen. «Nur wer publiziert, tritt hervor. Nur wer gut publiziert, macht Karriere.»¹⁴ Auf der Wohnlink-Site publizieren heißt heute, auf der bisherig einzigen und damit auch größten Wohnplattform aufzutreten. Natürlich ist auch unser Auftreten an der Corp 2000 nicht jungfräulich, machen wir uns doch unsererseits eine Plattform zunutze, die sich in der Zwischenzeit in der Fachwelt ein breites Renommee geschaffen hat.

6.2.3 Prüfstein – Ein Vergleich

Nichts beschäftigt uns so sehr «... wie unser Selbstbild im Spiegel des anderen Bewusstseins.»¹⁵ Dabei gilt, daß wir dieses Spiegelbild nicht nur selbst schaffen, sondern daß unsere Konturen bereits durch eine vorherige Einordnung vorgezeichnet sind. Denn was auf der Bühne der Aufmerksamkeit zählt, ist nicht nur die Wahrheit, Triftigkeit oder Relevanz eines Sachverhaltes, sondern auch ein «richtiges» Umfeld, zum Beispiel der Glanz eines bekannten Instituts oder einer geschätzten Persönlichkeit. Neulinge werden dementsprechend nicht ohne Eintrittspreis in die Welt der Arrivierten eingelassen. Es gibt zahlreiche unausgesprochene Regeln, an die es sich zu halten gibt, wie z.B. bestehende Machtpositionen und Interessensallianzen nicht zu hinterfragen, sondern vielmehr zu bestätigen und zu unterstützen, auch dann,

11 Georg Frank: Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München und Wien 1998 (cf. Anm. zu Kap. 6.1.)

12 Frank (1998), S. 135

13 Frank (1998), S. 127

14 Frank (1998), S. 38

15 Frank (1998), S. 18

wenn dies aufgrund der vorliegenden Fakten nicht gerechtfertigt wäre. Georg Frank beschreibt die Verbitterung unmissverständlich, die sich aus einer anhaltenden Ungerechtigkeit eines in sich geschlossenen Kreises einer Fachwelt ergeben kann, die das Zepter des Ein- und Ausschließens, unerbittlich mächtig, und auf ihre Vorteile ausgerichtet, über neu konkurrierende Mitspieler/innen schwingt. Die Wohnlink-Site setzt genau an diesem Punkt ein, indem sie - von der bereits bestehenden Internetadresse einmal abgesehen - allen Mitspieler/innen dieselben Eintrittskarten abgibt. Präsentieren können sich alle ohne Einschränkungen, bewähren muß man sich im Vergleich zu den anderen durch Wissen und Qualität. «Wissen, Methoden, beispielhafte Lösungen und Vorbilder sind für die geistige Produktion, was Maschinen, Verfahrenstechniken und technische Standards für die materielle sind.»¹⁶ Konkurrenz ist demzufolge in bei Wohnlink gefragt, geht es doch darum, durch die möglich gemachte gegenseitige Vergleichbarkeit das Niveau der Qualität insgesamt hochzuschrauben.

7 WOHLINK MORGEN

Wohnlink befindet sich in einem Experimentierstadium. Die Gedanken sind frei, um weitere Bausteine, die das bestehende Projekt ergänzen könnten, zu beschreiben:

7.1 Forumscharakter

Damit nicht nur Links ausgetauscht werden können, sondern auch Meinungen, bedarf es der Einrichtung interaktiver Elemente. Der Forumscharakter von Wohnlink kann optimiert werden z.B. mit einem Bulletin Board System (BBS), mit Newsgroups und/oder einem Chat-System.

7.2 Qualitätssteigerung

Heute stehen nur minimale Ressourcen zur Betreuung bereit. Ein eigentlicher redaktioneller Service bei Wohnlink könnte dem Auffinden von zusätzlichen noch nicht eingebundenen Institutionen dienen, deren Motivierung und der ersatzweisen Eingabe von Links und Dateien. Eine solcher Dienst könnte auch einen Newsletter produzieren und wichtige Inhalte von Wohnlink sowie Projekte des BWO oder von Partnern bearbeiten, z.B. das Projekt oder den Link der Woche vorstellen. Auch der Einsatz und Austausch von Bannern für Veranstaltungen oder Publikationen etc. wäre zu prüfen.

Mehr Bedienungskomfort ließe sich mit einer Personalisierung der Suche und mit relationaler Datenverknüpfung erzielen, mit weiterem Programmieraufwand und anderen Programmiersprachen, welche heute zwar schon bestehen, aber noch nicht von allen Browsern und Plattformen reibungslos unterstützt werden, z.B. dynamic-html.

7.3 Ausweitung des Kundenkreises

Durch die Aufnahme von Englisch als dritte Sprache für die Benutzerführung kann einer großer Schritt zur stärkeren Internationalisierung, wenn nicht sogar Globalisierung getan werden. Einzelne Anpassungen der Datenbank, der Verschlagwortung und des Displays wären erforderlich.

16 Frank (1998), S. 57

8 A VOUS DE JOUER!

Wohnlink bleibt vorerst ein Pilotprojekt. Der Erfolg ist ihm nur beschieden, wenn genügend Akteure, welche Informationen anzubieten haben, diese auch einspeisen. Der zeitliche Aufwand dafür ist - objektiv gesehen - nicht groß: erfahrungsgemäß können 15-20 Links pro 60 Minuten eingegeben werden. Offen bleibt die Frage, ob die Entscheidungsträger innerhalb der Institutionen sich auch mit dem Medium Internet und seiner Bedeutung anfreunden und deshalb die nötigen Kapazitäten zur Eingabe von Links und Dateien bereitstellen wollen und können. Die Vorteile liegen auf der Hand: bessere Aufmerksamkeit für die eigenen Webseiten, Vergleichsmöglichkeit der Aktivitäten, Zeitgewinn bei der Informationssuche sowie beim Zugriff, größere Medienresonanz und dadurch steigender Bekanntheitsgrad. Erst wenn genügend Datensätze in der Datenbank liegen, kann das Spiel so richtig beginnen: Die eifrige Suche nach neuen Inhalten, das Vergleichen von Internetseiten, Wohnlink als modernes Arbeitsinstrument einsetzen.

Impressum	
Bundesamt für Wohnungswesen (BWW) Storchengasse 6, CH-2540 Grenchen Tel.: 032/854'91'11 - Fax: 032/854'91'02 Email: info@bwo.admin.ch http://www.bwo.admin.ch/	Auftraggeber 
Lydia Buchmüller Präsidentin Eidg. Forschungskommission Wohnungswesen (FVVV) http://www.bwo.admin.ch/d/forschung/forschung_index.htm	Idee, Konzept, Auftragsbegleitung
metis büro für praktische klugheit Güterstr. 119, CH-4053 Basel Matthias Bürgin http://www.buerometis.ch	Projektleitung, Konzept, inhaltliche Verantwortung
Lexcom AG Consulting Hans Huber-Str. 15, CH-4053 Basel Roland Hofmann http://www.lexcom.ch	Technische Leitung, Datenbankkonzept
Marc Véron AG informatik information internet Steinbühlweg 31g, CH-4123 Allschwil Marc Véron http://www.veron.ch	Konzept und Programmierung Servlet
Uli Weidner & Partner Kartäuserstr. 90, D-79104 Freiburg Uli Weidner	Designkonzept, Grafikproduktion
Transit TXT Passage du Cardinal 2D, CH-1701 Fribourg Christian Steulet http://www.transit-txt.ch	Übersetzung, Adaption