

Gemeinsam stark



Frank Wolff und sein wichtigstes Arbeitsgerät: der Computer.

Foto: Toprak Yerguz

ty. Der Vorteil des Internets besteht darin, dass Innovation überall entstehen kann. Deshalb braucht nicht jede Entwicklung zwingend aus Silicon Valley zu kommen, sondern kann auch woanders stattfinden. Zum Beispiel im beschaulichen Riehen, von wo seit rund einem halben Jahr die Internetseite www.omanet.ch betrieben wird. Auf der Seite sollen Unternehmen oder Organisationen ihre Probleme und Fragestellungen darlegen, die dann wiederum von den Nutzern der Webseite bearbeitet und gelöst werden. «Die Plattform soll einen freien Wissens-, Ideen- und Erfahrungsaustausch ermöglichen», sagt Frank Wolff, der die Seite gemeinsam mit Claude Lauper, Felix Wolff und Nicolai Pickel entwickelt hat und betreibt.

Die Bezeichnung «omanet» steht für «Open Management Network» und basiert auf dem Prinzip des «Crowdsourcing»: Der relativ neue Begriff lehnt sich an das bekannte «Outsourcing» an, was Auslagerung bedeutet. In diesem Fall übernimmt allerdings nicht eine Drittfirma, sondern eine Internetcommunity («crowd», auf deutsch Menge oder Gruppe) die Dienstleistung. Die Kreativität und das Potenzial der Internet-Gemeinschaft wird genutzt. Damit die Nutzer («crowdworkers») einen Anreiz haben, an einer Lösung mitzuarbeiten, wurde ein Punktesystem erarbeitet, das die Mühen belohnt: Ein hoher Punktestand ermöglicht die Nutzung erweiterter Funktionen auf der Seite. Angenehmer Effekt für die Kunden: Die Bearbeitung einer Fragestellung kommt sehr günstig und bei einer hohen Zahl an Crowdworkern spielt der Wettbewerb untereinander – Lösungsansätze werden schnell geliefert.

Dass dies funktionieren kann, zeigt die wachsende Zahl an interessierten Crowdworkern auf Omanet: Bisher haben sich mehr als 150 Nutzer angemeldet. Zu den ersten Kunden in der Pilotphase gehörten die Ausgleichskasse Basel-Stadt und die Hochschule Luzern.

Projekt KMU

Als neuestes Projekt läuft seit Anfang Juni «Social Media für KMU» auf der Website. «Social Media sind eine Realität geworden und bieten enormes Potenzial», meint Claude Lauper. In einer ersten Phase bis Ende Juni wird ermittelt, wo KMU im deutschsprachigen Raum bezüglich des Einsatzes von Social-Media-Instrumenten stehen. In der zweiten Phase ab Juli folgt ein Brainstorming zu neuen und innovativen Nutzungsmöglichkeiten mit anschließender Diskussion. In der dritten Phase bis im November 2011 werden die Ergebnisse in der Publikation «Social Media für KMU – ein Praxishandbuch» zusammengefasst und allen aktiven Projektteilnehmern zur Verfügung gestellt.

Interessierte KMU können bis Ende Juni an der Erhebungsphase teilnehmen – auch und gerade aus Riehen und Umgebung. Die Daten des Fragebogens werden vertraulich behandelt – es gibt keine Möglichkeit, aus den Ergebnissen auf die teilnehmenden Unternehmen zu schliessen.

Wohin der Weg des Crowdsourcings führt, wird sich noch zeigen. Frank Wolff und die Crowdworkers auf Omanet werden jedenfalls zur Stelle sein, wenn die Idee weitere Kreise zieht.

Mehr Infos auf www.omanet.ch