

HTW Chur

Hochschule für Technik und Wirtschaft
University of Applied Sciences

Churer Schriften zur Informationswissenschaft

Herausgegeben von
Wolfgang Semar und Brigitte Lutz

Arbeitsbereich
Informationswissenschaft

Schrift 68

Förderung von Engagement in GLAM
(Galleries, Libraries, Archives and Museums)
durch Wikipedians in Residence (WiR)

Mara Sophie Hellstern

Chur 2014

Churer Schriften zur Informationswissenschaft

Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz

Schrift 68

Förderung von Engagement in GLAM (Galleries, Libraries, Archives and Museums) durch Wikipedians in Residence (WiR)

Mara Sophie Hellstern

Diese Publikation entstand im Rahmen einer Bachelor Thesis zum Abschluss Bachelor of Science (BSc) FHO in Information Science.

Referent: Dr. Anna-Katherina Mayer

Korreferent: Ivo Macek

Verlag: Arbeitsbereich Informationswissenschaft

ISSN: 1660-945X

Chur, Oktober 2014

Kurzfassung

Hintergrund. Das Modell des *Wikipedian in Residence* (WiR) ist ein neuartiger Ansatz, die Zielsetzungen von GLAM (Galleries, Libraries, Archives and Museums) und Wikimedia zu verknüpfen und umzusetzen. Das Modell sieht vor, dass ein Mitglied der Wikimedia vor Ort mit einer GLAM-Institution zusammenarbeitet und dabei hilft, das GLAM-Wissen innerhalb der Wikimedia digital frei verfügbar zu machen. *Engagement* ist ein Konstrukt, welches wachsendes Interesse erfährt und oft mit der Wikimedia in Verbindung gebracht wird.

Ziel. Ziel der Bachelor Thesis ist es, den Begriff *Engagement* zu beleuchten und mit dem WiR-Modell in Verbindung zu bringen. Es soll gezeigt werden, wie ein WiR Engagement in GLAM fördert und welcher Nutzen daraus für die GLAM resultiert.

Vorgehen. Zur Charakterisierung des Engagement-Begriffs wird eine Literature Review durchgeführt, in der Vorteile und Facetten (Ausprägungen, Bestandteile u.a.) von Engagement identifiziert werden. Anhand von Praxisbeispielen werden die Facetten – und somit Engagement – mit WiR-Tätigkeiten in Verbindung gebracht.

Ergebnis. Engagement wird als ein multidimensionales, facettenreiches Konstrukt mit zahlreichen Vorteilen charakterisiert. Es wird gezeigt, dass Engagement durch WiR-Tätigkeiten wie Präsentationen, Workshops oder Events hervorgerufen, gefördert oder unterstützt wird. Die durch Engagement entstandenen Vorteile können sowohl auf ein WiR-Projekt selbst, aber auch auf die Organisation als Ganzes einen positiven Einfluss haben. Der durch einen WiR erzeugte Nutzen von Engagement stellt somit einen Vorteil dar und ist damit ein neuartiges Argument für die Zusammenarbeit von GLAM und Wikimedia.

Schlagwörter: Wikipedians in Residence, Wikimedia, GLAM, Gedächtnisinstitutionen, Engagement

Abstract

Background. *Wikipedian in Residence* (WiR) is a novel approach that is meant to connect the mission of both GLAM (Galleries, Libraries, Archives and Museums) and the Wikimedia. For this purpose a member of the Wikimedia collaborates in-house with a GLAM institution and assists to make GLAM-knowledge digitally available within the Wikimedia. *Engagement* is a construct that currently receives increasing attention. Also, the construct is often connected to the Wikimedia.

Aims. The objective of this Bachelor Thesis is to discuss the term *engagement* and to connect the construct to the WiR approach. It is aimed to show how a WiR can support engagement within a GLAM institution and what the resulting advantages are.

Methods. To examine engagement, a literature review was conducted. Also, the construct's advantages and facets (characteristics, components i.a.) were identified during this step. Based on examples from actual WiR project those various facets – and thus engagement – were connected to a WiR's activities.

Results. Engagement was characterised as a multi-dimensional, multi-faceted construct with various advantages. It was shown that engagement can be elicited, encouraged or supported by means of a WiR's activities such as presentations, workshops or events. The advantages resulting from this engagement can have positive effects on both the WiR project itself but and GLAM institution as a whole. The benefit of engagement thus represents an advantage and is a novel incentive for GLAM to collaborate with the Wikimedia.

Keywords: Wikipedians in Residence, Wikimedia, GLAM, Cultural Heritage Institutions, Engagement

Vorwort

Während meines Studiums bin ich immer wieder auf wertvolle Quellen gestossen, die vielen vermutlich unbekannt sind und der Mehrheit wahrscheinlich auch unbekannt bleiben werden. Grund dafür ist die Tatsache, dass sich diese Quellen nicht dort befinden, wo üblicherweise nach Information gesucht wird. Anders gesagt, sie sind nicht via Google oder mittels anderer Suchmaschinen auffindbar oder - noch unglücklicher - existieren nicht in digitaler Form. Das Modell des Wikipedian in Residence (WiR) versucht solche Quellen bzw. deren Information in digitaler Form dorthin zu befördern, wo die Menschen tatsächlich nach Information suchen, und nicht an einen Ort, an welchem sie suchen *sollten*. Dieser pragmatische ‚if you can't beat them, join them‘-Ansatz erscheint mir als genialer Schachzug. Immer mehr Gedächtnisinstitutionen teilen diese Meinung und arbeiten daher mit der Wikimedia zusammen. Das WiR-Modell ist jedoch noch reichhaltiger, als es auf den ersten Blick erscheint: Neben den offensichtlichen Vorteilen, wie beispielsweise die Verbreitung von Wissen und Information, hat das WiR-Format ‚Nebeneffekte‘, derer sich Gedächtnisinstitutionen und WiR vermutlich oft nicht bewusst sind. Auf einen dieser Mehrwerte des WiR-Modells möchte ich in meiner Arbeit hinweisen: Die Förderung von Engagement durch WiR.

An dieser Stelle danke ich Dr. Anna-Katherina Mayer, meiner Referentin, sowie meinem Korreferenten, Ivo Macek. Vielen Dank für die tolle Betreuung, Ihre Unterstützung und die Zeit, die Sie sich für mich genommen haben.

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	3
Vorwort.....	5
Inhaltsverzeichnis.....	6
Abkürzungsverzeichnis.....	9
1 Einleitung.....	11
1.1 Kontext und Hintergrund	11
1.2 Ziele und Fragestellung.....	12
1.3 Relevanz	12
1.4 Vorgehen	13
1.5 Aufbau der Arbeit	13
2 Quellenbeurteilung.....	15
2.1 Quellen allgemein	15
2.2 Quellen zur Engagement-Thematik.....	15
2.3 Quellen zur WiR-Thematik	16
3 Grundlagen und Begriffserläuterungen	19
3.1 Wikimedia	19
3.2 Wikimedia Foundation.....	19
3.3 Chapters	20
3.4 Projects.....	20
3.5 Wikimedians and Wikipedians.....	21
3.6 GLAM.....	21
3.7 GLAM-Wiki, GLAM Ambassador, OpenGLAM.....	22
3.8 WiR-Wikipedian in Residence; Wikimedian in Residence.....	23
4 Literature Review.....	27
4.1 Engagement.....	27
4.1.1 Stakeholder Engagement und Employee Engagement	28
4.1.2 Audience Engagement und Visitor Engagement	33

4.2	Facetten von Engagement	34
4.2.1	Involvement.....	35
4.2.2	Commitment.....	37
4.2.3	Participation	38
4.2.4	Motivation und Motives.....	39
4.2.5	Democracy.....	41
4.2.6	Trust.....	42
4.2.7	Satisfaction	42
4.2.8	Connection.....	43
4.2.9	Community.....	44
4.2.10	Attention.....	46
4.2.11	Ownership.....	46
4.2.12	Relationship	47
4.3	Vorteile von Engagement und Engagement-Facetten	48
4.3.1	Vorteile von Engagement	48
4.3.2	Vorteile von Engagement-Facetten	50
4.4	Zusammenfassung Literature Review	52
4.4.1	Engagement.....	52
4.4.2	Facetten von Engagement	52
4.4.3	Vorteile von Engagement und Engagement-Facetten	53
5	Zusammenfassung von WiR und Engagement	55
5.1	WiR-Format und Engagement in der Praxis	55
5.1.1	Involvement.....	56
5.1.2	Commitment.....	57
5.1.3	Participation	58
5.1.4	Motivation und Motives.....	59
5.1.5	Democracy.....	60
5.1.6	Trust.....	61
5.1.7	Satisfaction	61

5.1.8	Connection.....	62
5.1.9	Community.....	63
5.1.10	Attention.....	64
5.1.11	Ownership.....	65
5.1.12	Relationship	65
5.2	Vorteile für GLAM durch Engagement durch WiR	66
5.2.1	Vorteile durch Engagement.....	66
5.2.2	Vorteile der Engagement-Facetten.....	68
5.3	Zusammenfassung Zusammenhang von WiR-Format und Engagement.....	70
6	Schlussteil	71
6.1	Ziele und Fragestellung.....	71
6.2	Ausblick und Empfehlungen.....	73
7	Quellenverzeichnis	75

Abkürzungsverzeichnis

COI	Conflict of Interest
GLAM	Galleries, Libraries, Archives and Museums
HTW	Hochschule für Technik und Wirtschaft
OCB	Organisational Citizenship Behaviour
NARA	National Archives and Records Administration
WiR	Wikipedian(s) in Residence
WMCH	Wikimedia CH
WMF	Wikimedia Foundation

1 Einleitung

1.1 Kontext und Hintergrund

„Galleries, libraries, archives and museums [GLAM] have a fundamental role in supporting the advance of humanity’s knowledge” (OpenGLAM 2014) und doch handelt es sich bei GLAM um „Elfenbeintürme“, also isolierte Wissenssilos, da nur ein Bruchteil der vorhandenen Information öffentlich zugänglich ist (Meijssen 2009). Zurzeit sehen sich Gedächtnisinstitutionen vor die Herausforderung gestellt, ihre Rolle der Gesellschaft gegenüber zu überprüfen und relevant zu bleiben (Holley 2009, zit. in Alam & Campbell 2012, S. 1).

Das Internet in Kombination mit der „free culture“ birgt für die Gedächtnisinstitutionen die noch nie dagewesene Gelegenheit, weltweite Publika zu erreichen und ihre Sammlungen in einem höheren Grad zu vernetzen und auffindbar zu machen. Zusätzlich erlaubt das Internet nicht nur, die Sammlungen zu sehen, sondern befähigt Nutzer beizutragen, mitzumachen und zu teilen (Durova et al. 2009). Neben der Anpassung an die veränderten Rezeptionsgewohnheiten und Nutzerbedürfnisse im digitalen Zeitalter (Wragge 2012) bietet der digitale Zugriff auf GLAM Information die Chance, den Zugang zum kulturellen Erbe erheblich zu erleichtern und damit einen wichtigen Beitrag zur Wissensgesellschaft der Zukunft zu leisten (iRights.Lab.Kultur 2014). Dies wurde von den GLAM erkannt, sodass sich heute nicht die Frage stellt *ob*, sondern *wie* die Information digital zugänglich gemacht wird (Engelmann 2012).

Eine ‚Institution‘ des Internets ist besonders erfolgreich, wenn es um die Verbreitung von Wissen und Information geht: die Wikimedia, insbesondere das Projekt Wikipedia (siehe auch Abschnitt 3.1 *Wikimedia* sowie 3.4 *Projects*). Letztere plant bis 2015 weltweit mehr als einer Milliarde Nutzern zu dienen in Form von über 50 Millionen Wikipedia-Artikeln (Wikipedia 2014b). Eine Folge davon ist, dass die Wikipedia heute massgeblich beeinflusst, was in der breiten Öffentlichkeit zum kulturellen Erbe gehört, welche Information darüber vermittelt und tatsächlich genutzt werden (Wragge 2012).

GLAM werden von der Wikimedia als „bedrock for our verifiable information“ angesehen (Wikimedia Meta-Wiki 2014a). Die Wikimedia sieht die Chance, dass die originalen Sammlungen von Kunstwerken, Büchern, Dokumenten, Artefakten, Objekten und auch Naturalia die Wikimedia mit Ressourcen („citations“, „illustrations“, „original location“ u.a.) versorgen können (Wikimedia Meta-Wiki 2014a).

Die Wikimedia und GLAM haben das gemeinsame Ziel „to enhance the knowledge of the general public“ (Tunsch 2007, zit. in Fouseki & Vacharopoulou 2013, S. 3). Während GLAM also Wissen sowie dessen Dokumentation besitzen, kann die Wikimedia globale Reichweite und Verbreitung von Information vorweisen (Wikipedia 2014a). In diesem Zusammenhang hat

sich das Modell des Wikipedian in Residence (WiR) herausgebildet – eine Form der Zusammenarbeit von Wikimedia und GLAM mit dem Ziel GLAM-Wissen digital innerhalb der Wikimedia frei verfügbar zu machen. Eine wichtige Komponente für das Wirken der Wikimedia ist das Konzept des Engagement (siehe Abschnitt 4.1 *Engagement*), welches auch in der Mission der Wikimedia verankert ist. In welcher Form Engagement in GLAM durch einen WiR hervorgerufen, gefördert oder unterstützt werden kann und welcher Nutzen daraus für die GLAM entsteht, ist Thema der vorliegenden Bachelor Thesis.

1.2 Ziele und Fragestellung

Ziel der Bachelor Thesis ist es, den Begriff *Engagement* zu beleuchten und zu charakterisieren und mit dem WiR-Modell in Verbindung zu bringen: Es soll anhand von Praxisbeispielen gezeigt werden, wie WiR Engagement in GLAM (Galleries, Libraries, Archives and Museums) hervorrufen, unterstützen und fördern können und welcher Nutzen daraus für die GLAM resultiert.

Die Bachelor Thesis bearbeitet folgende Fragen:

1. Wie kann der Begriff *Engagement* charakterisiert werden? Welche Aspekte und Ausprägungen weist Engagement auf?
2. Wie kann Engagement durch WiR in GLAM hervorgerufen, unterstützt oder gefördert werden?
3. Welchen Nutzen hat dies für GLAM?

1.3 Relevanz

Engagement erfährt in der wissenschaftlichen Literatur (z.B. Hartnett 2011; Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) 2009) und auch in der Praxis (z.B. Axelrod 2000; National Audit Office (NAO), 2006) wachsendes Interesse. Beim Wikipedian in Residence Modell handelt es sich um einen neuartigen Ansatz, GLAM- und Wikimedia-Zielsetzungen zu verknüpfen und umzusetzen (Durova et al. 2010; Saorin 2013; Wyatt 2010). In der Literatur wurde der Zusammenhang von WiR und Engagement bislang noch nicht behandelt. Die Bachelor Thesis macht es sich zur Aufgabe, die beiden Thematiken zusammenzuführen und die Beziehungen zwischen WiR und Engagement darzulegen. Das erzeugte oder erhöhte Engagement sowie dessen Nutzen wird GLAM als Argument und Entscheidungsgrundlage dienen für eine Zusammenarbeit mit der Wikimedia allgemein sowie der Verfolgung dieser Zusammenarbeit mit der Hilfe eines WiR.

1.4 Vorgehen

Zur Bearbeitung der Fragestellung wird eine Literature Review durchgeführt, wobei sowohl wissenschaftliche Literatur als auch Beiträge aus der Praxis (Consulting-Firmen u.a.) verwendet wurden. Details zur verwendeten Literatur sind in Abschnitt 2 *Quellenbeurteilung* ausgeführt.

In einem ersten Schritt werden Definitionen und Interpretationen des Engagement-Begriffs verglichen sowie Facetten von Engagement identifiziert und diskutiert, um einen Eindruck der Bandbreite des Engagement-Begriffs zu vermitteln. Gleichzeitig wird Nutzen und Wert von Engagement sowie dessen Facetten festgehalten.

In einem zweiten Schritt werden anhand von Praxisbeispielen vergangener oder laufender WiR-Projekte die identifizierten Engagement-Facetten mit Tätigkeiten aus dem Alltag eines WiR in Verbindung gebracht. Es wird dabei angenommen, dass der Nachweis der Facetten das Vorhandensein von Engagement belegt. Es wird so beispielhaft aufgezeigt, wie ein WiR mittels ‚normaler‘ WiR-Tätigkeiten Engagement hervorrufen, fördern oder unterstützen kann.

Anschliessend werden die Vorteile von Engagement und Facetten, welche im ersten Schritt identifiziert wurden, auf das WiR-Modell angewendet. So wird der Nutzen, der in GLAM durch Engagement und seine Facetten entstehen, beschrieben.

1.5 Aufbau der Arbeit

Kapitel 1 leitet in die Thematik der Arbeit ein, beschreibt die Ziele sowie die konkrete Fragestellung, gibt Hinweise zur Relevanz des gewählten Themas und enthält eine Beschreibung des Aufbaus der Bachelor Thesis. In Kapitel 2 wird eine Quellenbeurteilung vorgenommen. In Kapitel 3 werden die Grundlagen und Grundbegriffe rund um die Wikimedia, GLAM und WiR dargestellt. Kapitel 4 enthält eine Literature Review zum Thema Engagement. In Abschnitt 4.1 werden Stakeholder Engagement sowie Audience und Visitor Engagement diskutiert, in Abschnitt 4.2 deren Facetten aufgeführt und in Abschnitt 4.3 deren Nutzen vorgestellt. Kapitel 5 beschäftigt sich mit der Erstellung eines Zusammenhangs zwischen dem WiR-Format und Engagement. Abschnitt 5.1 führt dazu die in Abschnitt 4.2 identifizierten Facetten mit Tätigkeiten eines WiR anhand von Praxisbeispielen zusammen, während in Abschnitt 5.2 die daraus resultierenden Vorteile behandelt werden. Im letzten Kapitel, Kapitel 6, wird nochmals Bezug auf die Ziele und die Fragestellung genommen als auch ein Ausblick sowie Empfehlungen für weiterführende Themenstellungen gegeben.

2 Quellenbeurteilung

Dieser Abschnitt soll aufzeigen, welche Beweggründe zur Quellenauswahl geführt und inwiefern die diversen Quellen die vorliegende Arbeit beeinflusst haben. Zuerst werden die Quellen allgemein besprochen und im Anschluss wird die Beurteilung exemplarisch auf die Literatur des Employee und Stakeholder Engagement bezogen sowie auf die Wahl der Literatur zum WiR-Modell.

2.1 Quellen allgemein

Generell handelt es sich um Literatur, die bis auf wenige Ausnahmen, nach 1995 veröffentlicht wurde. Publikationen betreffend WiR-Format erschienen erst ab dem Jahr 2010, als die ersten WiR-Projekte initiiert wurden. Bei den verwendeten Quellen handelt es sich hauptsächlich um Beiträge in Englischer Sprache, nur einige wenige sind auf Deutsch, Französisch oder Spanisch verfasst. Thematisch beschränkt sich die Literatur auf die Themen Engagement und Wikipedians in Residence.

Es werden sehr heterogene Quellen herangezogen: Zum einen handelt es sich um akademische Studien und Analysen, zum anderen aber auch um andersartige Materialien aus den verfügbaren Wissenskanälen und -plattformen, über welche die relevanten Expert Communities kommunizieren. Besonders im Zusammenhang mit der WiR-Thematik ist wenig wissenschaftliche Literatur zum Einsatz gekommen. Bei den Publikationstypen handelt es sich vor allem um Monografien, Fachzeitschriften, Blogeinträge, Websites (mehrheitlich der Wikimedia) sowie um Beiträge in schriftlicher Form oder als Video, welche im Zusammenhang mit Konferenzen oder Präsentationen veröffentlicht wurden.

2.2 Quellen zur Engagement-Thematik

Die Literatur zum Thema Engagement ist sehr umfangreich, was unter anderem auf die disziplinäre Engagement-Forschung (Hartnett 2011, S. 40; Michalik 2003, S. 12; WZB 2009, S. 5-6) zurückzuführen ist. Entsprechend interdisziplinär fiel die Literaturrecherche aus. Hartnett (2011) sowie Axelrod (2000) dienten als Einstieg und Grundlage für eine erste Recherche, womit das Thema bereits auf den Bereich Employee bzw. Stakeholder Engagement eingegrenzt wurde. Die Literatur zu diesem Teilgebiet kann grob in die Bereiche Psychologie, Management, Consulting und Personalwesen eingeteilt werden, wobei diese nicht strikt voneinander zu trennen sind. So ist beispielsweise Kahns (1990) oft zitierter Artikel eine Mischform aus den Bereichen Management und Psychologie. Gleiches ist auch bei May et al. (2004) sowie Macey und Schneider (2008) der Fall.

Die Arbeiten von Hartnett (2011), Robinson et al. (2008) und Saks (2006) sind drei der bedeutendsten Quellen für die vorliegende Arbeit, da sie sich ebenfalls den Facetten von Engagement annehmen (siehe Abschnitt 4.2 *Facetten von Engagement*). Auch andere

Autoren haben sich explizit mit Engagement-Facetten auseinander gesetzt, jedoch nicht so umfassend, wie die vorgängig genannten. So wird Engagement oft in Zusammenhang mit nur *einer* Facette diskutiert, z.B. Marcum (1999), der den Unterschied von Engagement und Motivation erläutert oder Wenger (1998), der Engagement im Zusammenhang mit Communities bespricht. Neben wissenschaftlicher Literatur wurde auch Literatur aus der Praxis, meist von Consulting Firmen (z.B. PWC o.D.), oder Consultants hinzugezogen. Besonders die Werke der Consultants Axelrod (2000), Axelrod und Axelrod (2001) wie auch Block (2000) und Smythe (2007) waren von grossem Nutzen, auch für die Erarbeitung eines Grundverständnisses für den Engagement-Begriff.

Die verwendete Literatur mit GLAM-Bezug handelt oft nur von einem Bereich des GLAM-Sektors, also Galleries, Libraries, Archives *oder* Museums, wobei am meisten Literatur aus dem Museumsbereich stammt. Eine Unterscheidung wird in der vorliegenden Arbeit nicht vorgenommen aufgrund der Ähnlichkeit der Institutionstypen und der Annahme, dass die Inhalte auf die anderen Typen übertragbar sind.

2.3 Quellen zur WiR-Thematik

Literatur zum Thema Wikipedians in Residence ist auffallend rar bzw. stammt fast ausschliesslich von WiR selbst oder einer involvierten GLAM-Institution. Das Thema wird gelegentlich von der Presse aufgegriffen, jedoch nur sehr oberflächlich behandelt, z.B. von Cohen (2010) oder Cockrell (2014). Aus diesem Grund wird in der vorliegenden Arbeit meist auf einschlägige Beiträge aus der Fach-Community zurückgegriffen, in der Regel Beiträge innerhalb der Wikimedia selbst, insbesondere Wikimedia Outreach (z.B. Wikimedia Outreach 2012a, 2012b, 2013a, 2014b), Wikimedia Meta-Wiki (z.B. Wikimedia Meta-Wiki 2014a, 2014b, 2014f) sowie Projektseiten der Wikipedia (z.B. Wikipedia 2013a, 2013c, 2014a, 2014d). Zusätzliche Information ist oft via Blogs von WiR (z.B. Byrd Phillips o.D.; Wyatt 2010a) oder Websites der GLAM-Institutionen (z.B. Ferriero 2013) abrufbar.

Für die Präzisierung von Begrifflichkeiten im Zusammenhang mit der Wikimedia, GLAM und WiR werden hauptsächlich Quellen der Wikimedia selbst verwendet. Einen besonders guten Einstieg bietet hier das Wikimedia Meta-Wiki, z.B. Wikimedia Meta-Wiki (2014c), Wikimedia Meta-Wiki (2014f) oder Wikimedia Meta-Wiki (2014j). Auch die Grundlagen des WiR-Modells werden anhand von Wikimedia-Beiträgen erarbeitet, da in diesen vor allem *allgemeine* Information zu finden ist. So können die Gemeinsamkeiten des WiR-Formats besser beschrieben werden als durch die *GLAM-spezifischen* Blogbeiträge oder Projektbeschreibungen zu bestimmten WiR-Projekten. Hierzu wird vor allem ein Eintrag in drei Sprachversionen verwendet: Wikimedia Outreach (2014f), Wikimedia Outreach (2014g) sowie Wikimedia Outreach (2014a).

In Abschnitt 5 *Zusammenhang von WiR und Engagement* werden Praxisberichte von WiR hinzugezogen. Bei der Wahl der WiR-Projekte wurde sichergestellt, dass mindestens ein Museum, ein Archiv und eine Bibliothek in den Beispielen beachtet werden. Entscheidend waren jedoch die Menge an Information zu den WiR-Tätigkeiten und der Detaillierungsgrad, welche die Projektbeschriebe aufweisen. Wikimedia Outreach stellt dabei einen guten Ausgangspunkt für die Wahl der Projekte dar. Anders als für die Beschreibung der Grundlagen, eignen sich hier die spezifischen Blogeinträge der WiR und Case Studies der Projekte besser, z.B. die des British Museum (Wikimedia Outreach 2012a; Wyatt 2010b). Die Qualität der Blogs wurde vor allem über den Autor oder den Herausgeber des Blogs überprüft: Es wurde sichergestellt, dass es sich bei den Autoren um WiR (oder zumindest um einen erfahrenen Wikimedian) oder Experten aus dem GLAM-Umfeld handelt. Als wertvollste Quelle haben sich jedoch nicht die geschriebenen Berichte entpuppt, sondern die Aufzeichnungen von Präsentationen der WiR, in welchen sie ihre Residenz oder Teile davon genauer beschreiben. Es werden insgesamt fünf Präsentationen (Byrd Phillips 2011; Crockford 2014; Hinojo 2011; Stierch 2011; Wyatt 2011b), welche im Rahmen von zwei Veranstaltungen gehalten wurden, in die Arbeit miteinbezogen. Insbesondere die an die Präsentationen anschließenden Fragerunden sind sehr aufschlussreich, da hier besonders viele Details bezüglich der Projekte und Tätigkeiten erwähnt werden, während die Präsentationen selbst eher generell gehalten sind.

3 Grundlagen und Begriffserläuterungen

Im Folgenden werden die Grundlagen und Grundbegriffe rund um die Wikimedia dargestellt. Die einzelnen Begriffe und Themen werden dabei nur einführend beschrieben, für ausführliche und weiterführende Information sind Quellen angegeben.

3.1 Wikimedia

Bei der *Wikimedia*¹, auch *Wikimedia Movement* (Wikimedia Meta-Wiki 2014f) bzw. *Wikimedia-Bewegung* (Wikimedia Meta-Wiki 2014b), handelt es sich um ein „global movement whose mission is to bring free educational content to the world“ (Wikimedia o.D.). Im weiteren Sinne zählen auch die Wikimedia Stakeholder als Bestandteil der Wikimedia-Bewegung. Zu diesen Stakeholdern zählen beispielsweise Leser von Wikimedia Inhalten, Geldgeber, Schulen oder mit der *Wikimedia Foundation* (siehe Abschnitt 3.2 *Wikimedia Foundation*) kooperierende Organisationen wie beispielsweise *GLAM* (siehe Abschnitt 3.6 *GLAM*) (Wikimedia Meta-Wiki 2014f; Wikimedia Strategic Planning 2010).

Die Anhänger der Bewegung setzen sich mittels gemeinsamer Aktivitäten für die Erreichung dieses Zieles ein (Wikimedia Meta-Wiki 2014f). Durch die Unterstützung der Wikimedia Foundation sowie deren *Chapters* (siehe 3.3 *Chapters*) und durch diverse *Projekte* (siehe 3.4 *Projects*) strebt die Wikimedia nach einer Welt „in which every single human being can freely share in the sum of all knowledge“ (Wikimedia o.D.).

3.2 Wikimedia Foundation

Die *Wikimedia Foundation, Inc.*² (WMF), zu Deutsch *Wikimedia-Stiftung* (Wikimedia 2014b), ist eine US-amerikanische, nichtstaatliche, gemeinnützige Organisation, (Wikimedia 2014), deren Mission es ist „to empower and engage people around the world to collect and develop educational content under a free license or in the public domain, and to disseminate it effectively and globally“ (Wikimedia Foundation 2010). In Zusammenarbeit mit einem Netzwerk diverser lokaler *Chapter* (siehe Abschnitt 3.3 *Chapters*) (Wikimedia Foundation 2013a) bietet die WMF die nötige Infrastruktur sowie einen organisatorischen Rahmen, um *Projekte* (siehe 3.4 *Projects*) und andere Bestrebungen, die der Mission dienen, zu unterstützen und entwickeln (Wikimedia Foundation 2013b). Die Freiwilligen-Community soll unterstützt werden, um „das Wissen der Welt zu sammeln und zu entwickeln und es für jeden kostenfrei und für jeden Zweck zur Verfügung zu stellen“ (Wikimedia Foundation 2013a). Als technische Plattform zur Sammlung, Entwicklung und Verbreitung dieses Wissens setzt die Stiftung Wikis (MediaWiki Software³) ein (Wikimedia Foundation 2014a).

¹ Für weiterführende Information siehe <http://www.wikimedia.org/> (12.04.2014).

² Für weiterführende Information siehe <http://wikimediafoundation.org/wiki/Home> (12.04.2014).

³ Für weiterführende Information siehe <http://www.mediawiki.org/wiki/MediaWiki> (12.04.2014).

Die Gründung der Stiftung wurde am 20. Juni 2003 von Jimmy Wales (Mitbegründer der Wikipedia) bekannt gegeben (Wales 2003) und hat ihren Sitz in San Francisco (Kalifornien, USA) (Wikimedia Foundation 2014a).

3.3 Chapters

Wikimedia Chapter (Wikimedia Meta-Wiki 2014d), sind lokale Fördervereine der Wikimedia (Wikimedia Meta-Wiki 2014c). Es handelt sich dabei um Non-Profit-Organisationen, welche gegründet wurden, um Wikimedia Projekte innerhalb einer spezifischen geografischen Region (in der Regel ein Land) zu unterstützen und dabei die Ziele der Wikimedia zu verfolgen (Wikimedia Meta-Wiki 2014c). Die Chapter unterstützen die *Wikimedia-Projekte* (siehe Abschnitt 3.4 *Projects*) zwar, betreiben diese jedoch nicht: Sie haben weder Einfluss auf, noch Verantwortung für die Inhalte der diversen Wikimedia-Projekte, welche von der WMF betrieben werden (Wikimedia CH 2014b; Wikimedia Foundation 2014b). Sie sind rechtlich unabhängig, jedoch mit der WMF über Zusammenarbeitsverträge verbunden (Wikimedia Foundation 2014b). Zurzeit existieren weltweit 40 Chapter,⁴ wobei jeder Kontinent (ausser die Antarktis) mit mindestens einem Chapter vertreten ist (Wikimedia Meta-Wiki 2014c). Das Schweizer Chapter, die *Wikimedia CH (WMCH)*⁵, wurde 2007 von der WMF als lokaler Förderverein anerkannt (Wikimedia CH 2014b).

3.4 Projects

Die *Wikimedia-Projekte* (Wikimedia Foundation 2013a) bzw. *Wikimedia Projects* sind der Kern der Wikimedia (Wikimedia Foundation 2014c). Die Projekte der WMF sowie deren Inhalte werden von Nutzern aus der ganzen Welt kollaborativ und ehrenamtlich entwickelt und erstellt (Wikimedia Foundation 2014c). Es wird ausserdem unterschieden zwischen *Content Projects* und *Backstage Projects* (Wikimedia Meta-Wiki 2014j).⁶ Bei letzteren handelt es sich um Projekte, welche „intellectual and technical infrastructure and support“ für die Wikimedia bieten (Wikipedia 2014a) wie beispielsweise Wikistats, MediaWiki oder Wikimedia Foundation.⁷ Bei den Content Projects handelt es sich, wie der Name schon andeutet, um Projekte zur Erstellung freier Inhalte (Wikimedia Meta-Wiki 2014f). Beispiele dafür sind unter anderem *Wikipedia*, *Wikimedia Commons*, *Wiktionary*, *Wikiquote*, *Wikibooks* oder *Wikivoyage*.⁸

⁴ Für eine Übersicht über die bestehenden Wikimedia-Chapter siehe http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_chapters#Existing_chapters (12.04.2014).

⁵ Für weiterführende Information siehe <https://www.wikimedia.ch/> (12.04.2014).

⁶ Für eine komplette Liste der Wikimedia Projekte siehe http://meta.wikimedia.org/wiki/Complete_list_of_Wikimedia_projects (12.04.2014).

⁷ Für weiterführende Information zu diesen und weiteren Backstage Projects siehe http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_projects (12.04.2014).

⁸ Für weiterführende Information zu diesen und weiteren Content Projects siehe http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_projects (12.04.2014).

2009 wurde die Creative Commons Attribution-ShareAlike (CC-BY-SA) Lizenz⁹ von der WMF zur „main content license“ für urheberrechtlich geschützte Inhalte in Wikimedia-Projekten bestimmt (Linksvayer 2009; Wikimedia Foundation 2014d). Die Inhalte können alternativ auch mit einer GNU Free Documentation License¹⁰ geschützt werden (Wikimedia Foundation 2014d). So soll garantiert werden, dass sämtliche Inhalte – dem Wikimedia Leitgedanken entsprechend – frei benutzt, editiert, kopiert oder weiterverteilt werden können (Wikimedia Foundation 2014c).

3.5 Wikimedians and Wikipedians

Als *Wikimedians* oder *Wikimedianer* (Wikimedia Meta-Wiki 2014e) werden alle Nutzer eines der Wikimedia Projekte oder Mitglieder der Wikimedia-Bewegung (Wikimedia Meta-Wiki 2014) bezeichnet. Bei einem *Wikipedian* bzw. einem *Wikipedianer* (Wikipedia 2014e) handelt es sich um jemanden, der auf irgendeine Art an einem Wikipedia (verwandten) Projekt teilnimmt (Wikimedia Meta-Wiki 2014i). Folglich ist jeder Wikipedian automatisch auch ein Wikimedian, jedoch ist nicht jeder Wikimedian zwingend auch ein Wikipedian.

3.6 GLAM

Bei *GLAM* (*Galleries, Libraries, Archives and Museums*) handelt es sich um einen Sammelbegriff für Gedächtnis- und Kulturinstitutionen (Estermann 2013). GLAM sind in der Regel staatlich geförderte, öffentlich verantwortliche Institutionen, welche Kulturerbe sammeln (GLAM 2013). Zu diesen zählen nicht nur die in der Abkürzung enthaltenen Galerien, Bibliotheken, Archive und Museen, sondern auch Institutionen wie beispielsweise Zoologische oder Botanische Gärten (Wikimania 2012).

Die Idee, GLAM als eine Einheit zu betrachten, entstand, als realisiert wurde, dass die Rollen und Ziele von GLAM Institutionen zusammenfallen (GLAM 2013): „Galleries, libraries, archives and museums have a fundamental role in supporting the advance of humanity’s knowledge. They are the custodians of our cultural heritage and in their collections they hold the record of humankind“ (OpenGLAM 2014).

Der Bedarf nach einer breiteren Gruppierung wurde besonders deutlich, als GLAM damit begannen ihre Sammlungen online zu veröffentlichen bzw. zugänglich zu machen (GLAM 2013). Das Internet in Kombination mit der Idee der freien Inhalte bzw. „free culture“ (Durova et al. 2010) birgt für die Gedächtnisinstitutionen eine noch nie dagewesene Gelegenheit weltweite Publika zu erreichen und ihre Sammlungen in einem höheren Grad als je zuvor zu vernetzen und auffindbar zu machen (Durova et al. 2010; OpenGLAM 2014). Zusätzlich

⁹ Für weiterführende Information siehe <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> (12.04.2014).

¹⁰ Für weiterführende Information siehe <http://www.gnu.org/copyleft/fdl.html> (27.05.2014).

erlaubt das Internet nicht nur die Sammlungen zu betrachten, sondern befähigt Nutzer beizutragen, mitzumachen und zu teilen (Durova et al. 2010; OpenGLAM 2014).

Neben der Bezeichnung für den Industriesektor der Gedächtnisorganisationen und kulturellen Institutionen an sich, wird das Akronym oft mit der GLAM-Wiki-Initiative (siehe Abschnitt 3.7 *GLAM-Wiki*, *GLAM-Ambassador*, *OpenGLAM*) der Wikimedia gleichgesetzt (vgl. z.B. Wikimedia Outreach 2014b). Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Bezeichnung *GLAM* insbesondere durch den Wikimedian Liam Wyatt während der Entstehung der GLAM-Wiki sowie des WiR-Modells (siehe Abschnitt 3.8 *WiR – Wikipedian in Residence*; *Wikimedian in Residence*) popularisiert wurde (Manus 2012). In der vorliegenden Arbeit bezieht sich die Bezeichnung *GLAM* jedoch ausschliesslich auf die Institutionen; die Initiative wird immer als *GLAM-Wiki* bezeichnet.

3.7 GLAM-Wiki, GLAM Ambassador, OpenGLAM

GLAM werden von der Wikimedia als „bedrock for our verifiable information“ angesehen (Wikimedia Meta-Wiki 2014a). Die Wikimedia sieht die Chance, dass die originalen Sammlungen von Kunstwerken, Büchern, Dokumenten, Artefakten, Objekten und auch Naturalia die Wikimedia mit Ressourcen („citations“, „illustrations“, „original location“) versorgen können (Wikimedia Meta-Wiki 2014a). Insbesondere Wikipedia, welche auf Platz sechs der weltweit meistbesuchten Websites liegt (Alexa o.D.), ist eine Plattform, die es GLAM-Wissen ermöglicht „to go where the people are“ (Wikipedia 2014a).

Aus diesem Grund unterstützt die *GLAM-Wiki* Initiative GLAM, welche mit der Wikimedia zusammenarbeiten möchten zum Zweck der Produktion frei wiederverwendbarer Open-Access-Inhalte für die Öffentlichkeit (Wikimedia Outreach 2014c). Wikimedians unterstützen die Kulturinstitutionen dabei, ihre Ressourcen und Inhalte online mit der Welt und somit auch neuen Publika zu teilen (Wikipedia 2014a), indem sie Modelle und Best Practice Ansätze entwickeln und diese einzuführen versuchen (Byrd Phillips 2012).

Die GLAM-Wiki Initiative begann sich 2010 zu etablieren nach einem ersten offiziellen Treffen in Australien (GLAM-Wiki Konferenz: *Galleries, Libraries, Archives, Museums & Wikimedia: Finding the common ground*)¹¹ zwischen Vertretern der Wikimedia und GLAM (Wikimedia Australia 2012), bei welcher auch Empfehlungen für GLAM-Wiki¹² verfasst wurden, sowie durch das weltweit erste Wikipedian in Residence Projekt im British Museum (Phillips 2012; Manus 2012). Unterdessen hat die Initiative sich zu einer globalen Bewegung entwickelt (Byrd

¹¹ Für weiterführende Information siehe <http://wikimedia.org.au/wiki/GLAM> (17.04.2014).

¹² Für weiterführende Information siehe http://meta.wikimedia.org/wiki/GLAM-WIKI_Recommendations#Requests_to_GLAM (03.06.2014).

Phillips 2012.; Wikipedia 2014d); in der Schweiz wird sie unter dem Namen *SwissGLAMour*¹³ als Programm der WMCH geführt (Wikimedia CH 2014a)

GLAM-Wiki Projekte werden nach einem territorialen Prinzip dem zuständigen lokalen Chapter zugeteilt (Wikimedia Outreach 2014b). Es gibt ausserdem die Figur der *GLAM Ambassadors*,¹⁴ welche als (regionale) Kontaktperson fungieren und versuchen das „Eis zu brechen“ zwischen GLAM und Wikimedia (Saorin 2013): Sie sollen die Partnerschaft zwischen Wikimedia und den GLAM erleichtern und unterstützen (Wikimedia Outreach 2014e; Wyatt 2011a).

Gefördert wird die Zusammenarbeit von GLAM und Wikimedia auch von der Initiative *OpenGLAM*¹⁵ der Open Knowledge Foundation, welche ähnliche Ziele wie die GLAM-Wiki verfolgt: Sie bemühen sich darum, Gedächtnisinstitutionen, welche „unser kulturelles Erbe bewahren, aufbereiten und an künftige Generationen weitervermitteln“ für die Gesellschaft zu öffnen und so möglichst viele der Bestände der Allgemeinheit zur Nutzung und Weiterverwendung zur Verfügung zu stellen (Estermann 2013). Zur Erreichung dieser Bemühungen strebt OpenGLAM unter anderem auch die Kooperation mit der Wikimedia an (Estermann 2013).

3.8 WiR-Wikipedian in Residence; Wikimedian in Residence

Wikipedians in Residence (WiR) sind Wikimedians,¹⁶ welche „in-house“¹⁷ für eine Institution arbeiten (Wikimedia Outreach 2014f). Dies geschieht jedoch nicht zu Promotions- oder Marketingzwecken für GLAM oder Wikimedia - die Institutionen selbst werden nicht fokussiert (McDevitt-Parks 2013; Wyatt 2012, S. 8): Die Rolle des WiR erlaubt es, die Idee, dass GLAM ihr Wissen mit der Wikimedia teilen sollen, in die Praxis umzusetzen (Byrd Phillips 2011). Dazu gehören unter anderem die Planung und Koordination zum Ausbau der Präsenz der GLAM-Institution in der Wikimedia (insbesondere der Wikipedia) (Wikipedia 2014a), indem ein WiR Vorgehensweisen prüft und ausführt, um die Wikimedia-Inhalte betreffend Sammlung der GLAM zu erweitern (Wikimedia Outreach 2013a). Bei einem WiR handelt es sich jedoch nicht einfach um einen „Hausautor“ (Wikimedia Outreach 2014g) bzw. einen „in-house editor“ (Wikimedia Outreach 2014f) der Wikipedia: Ein WiR soll die Gastinstitution dazu befähigen nach Beendigung des WiR-Aufenthalts langfristig selbständig zu Wikimedia-Projekten und zur Wikimedia-Bewegung generell beizutragen (Wikimedia Outreach 2014g; Wikipedia 2014a).

¹³ Für weiterführende Information siehe <https://www.wikimedia.ch/activities/projects/swissglamour> (03.06.2014).

¹⁴ Der Begriff des „Ambassadors“ stammt ursprünglich aus dem Wikipedia Education Program (OpenGLAM 2014), in welchem die *Campus Ambassadors* und/oder *Online Ambassadors* Studenten, Lehrer oder Professoren dabei unterstützen, die Wikipedia anzureichern (Wikimedia Outreach 2014a).

¹⁵ Für weiterführende Information siehe <http://openglam.org/> (17.04.2014).

¹⁶ Aus diesem Grund wird auch von *Wikimedians in Residence* gesprochen (z.B. Wikimedia Meta-Wiki (2014h) oder The Royal Society (2014)).

¹⁷ Aus diesem Grund wird auch von *In-House Wikipedians* gesprochen (z.B. Byrd Phillips (o.D.) oder Cancer Research UK (2014)).

Dies geschieht durch die Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten (Wikimedia Outreach 2014g), aber auch durch die Integrierung in und Vermittlung von Verständnis für die Wikimedia (Wikimedia Outreach 2014h). Ein interessanter Aspekt ist die reziproke Leistung des WiR-Formats: Wikimedians unterstützen GLAM und gleichzeitig verbessern GLAM-Angestellte die Wikimedia und ihre Projekte auf (Manus 2012). Voraussetzung für eine solche Zusammenarbeit ist, dass die Philosophie der Organisationen, der der Wikimedia gleicht (freie Inhalte etc.) (Wikimedia Outreach 2014h).

WiR werden in der Regel von dieser Institution selbst oder dem zuständigen Wikimedia Chapter bezahlt, jedoch wird die WiR-Tätigkeit auch in Form von Freiwilligenarbeit verrichtet (Wikimedia Outreach 2014g).

Beim WiR handelt es sich um ein noch sehr neues Konzept. Die Idee wurde 2009 an der ersten GLAM-Wiki Konferenz¹⁸ von Liam Wyatt vorgestellt und öffentlich diskutiert (Wyatt 2010a). 2010 kam es zum weltweit ersten WiR Projekt (Cohen 2010), seither sind mindestens 70 weitere WiR-Programme dazu gekommen, darunter auch zwei in der Schweiz (Wikimedia Outreach 2014f). Während die Idee des WiR im Zusammenhang mit GLAM entstanden ist, wurde das Konzept unterdessen von anderen Institutions- und Organisationstypen aus verschiedensten Bereichen adaptiert (Wikimedia Outreach 2014f; Wikimedia Outreach 2014g) wie beispielsweise von Cancer Research UK (Cancer Research UK 2014) oder von der University of California Berkeley (Cockrell 2014).

Entsprechend dem Neuigkeitsgrad ist auch die Rolle des WiR (noch) nicht klar definiert und einem Wandel unterworfen. So haben sich bereits diverse Varianten des WiR Formats gebildet. Das Modell war ursprünglich darauf ausgelegt, einen Wikipedianer – dem ‚in Residence‘-Prinzip entsprechend – *auf Zeit* einzustellen (Wikimedia Outreach 2014g). Das Modell hat sich dahingehend entwickelt, dass es unterdessen auch *permanente* WiR gibt, so haben z.B. die National Archives and Records Administration (NARA) in den USA als erste Institution einen WiR als permanenten Vollzeitangestellten engagiert (Ferriero 2013). Eine weitere Mutation des ursprünglichen WiR-Ansatzes bilden WiR-Konsortien: Anders als beim ‚traditionellen‘ „Single-Institution“-WiR ist die WiR-Tätigkeit beim Konsortiums- bzw. „Multi-Institution“-WiR institutionsübergreifend und ermöglicht bzw. erleichtert so gemeinsame Projekte zwischen den Konsortium-GLAM (Howard 2013).

Die Zusammenarbeit von Wikimedia und GLAM muss jedoch nicht zwingendermassen über einen WiR erfolgen, sondern beispielsweise auch über GLAM-Ambassadors oder über Wikimedians, die keine offiziellen Ambassador-Rolle haben, GLAM jedoch als Freiwillige

¹⁸ Für weiterführende Information siehe <http://www.wikimedia.org.au/wiki/GLAM-WIKI> (21.04.2014).

unterstützen und beraten (Wikimedia Outreach 2014e), z.B. in Form eines Praktikums (Wikipedia 2014f). Das WiR-Format hebt sich von anderen Kollaborationsmodellen dadurch ab, dass WiR

- *vor Ort* die Institution beraten und dort auch einen Arbeitsplatz haben (Wikimedia Outreach 2014g). ‚In Residence‘ bedeutet, dass sich WiR den Grossteil ihrer Zeit physisch in der Institution befinden (Wikimedia Outreach 2014f),
- *zum gegenseitigen Nutzen* („*mutual benefit*“) arbeiten. Sie respektieren gleichzeitig die *Grundsätze* („*policies*“) der Organisation sowie auch die der Wikimedia-Bewegung (Wikimedia Outreach 2014f; Wikimedia Outreach 2014g),
- die *Zusammenarbeit* von Institution und Wikimedia in beide Richtungen *befähigen* (Wikimedia Outreach 2014f),
- *Interessenskonflikte* (*Conflict of Interest, COI*) vermeiden, vor allem wenn es sich um die Editierung der Artikel zur Organisation selbst handelt (Wikimedia Outreach 2014g) sowie
- *Fähigkeiten vermitteln* (Wikimedia Outreach 2014f) und *Aufklärungsarbeit leisten* (Wikimedia Outreach 2014g). Diese Vermittlung und Aufklärung erfolgen jedoch in beide Richtungen - von WiR zu Institutionsmitarbeitenden und umgekehrt (Wikimedia Outreach 2014g).

Jeder Aufenthalt eines WiR gestaltet sich sehr individuell. Da sich die Residenzen stark unterscheiden können, gibt es keine spezifischen „how-to guides“ (Wikimedia Outreach 2013a). Als Kernaufgaben eines WiR werden von der Wikimedia jedoch folgende Punkte aufgelistet:

- WiR dienen als *Bindeglied* („*liaison*“) zwischen der Institution und der Wikimedia (Community) und fördern die Zusammenarbeit zum gegenseitigen Nutzen bzw. „*mutually beneficial cooperation*“ (Wikimedia Outreach 2014f).
- Durch Workshops, Vorträge und andere Events fördern WiR das *Verständnis* für die Wikimedia, ihre Projekte sowie deren Arbeitsweisen bei den Mitarbeitenden der Institution (Wikimedia Outreach 2014g; Wikimedia Outreach 2014h).
- Mittels enger *Zusammenarbeit mit den Mitarbeitenden* der Institution sollen WiR die Sammlungen und Bestände digitalisieren, zusammenstellen und organisieren, sodass sie mit der Wikimedia geteilt werden können (Wikimedia Outreach 2014g).
- Ein WiR unterstützt ausserdem die *Anreicherung und Verbesserung der Inhalte durch die Wikipedia Community*. Er editiert also weniger die Inhalte selbst, sondern erleichtert anderen Community-Mitgliedern diese Arbeit (Wikimedia Outreach 2014f; Wikimedia Outreach 2014g).
- Die *Organisation von Veranstaltungen* wie beispielsweise Hack-a-Thons, Edit-a-Thons oder Backstage Passes, bei welchen (externe) Wikimedianer die Gelegenheit haben

vor Ort und mit den Institutionsmitarbeitern Inhalte zu erstellen oder zu verbessern (Wikimedia Outreach 2014f).

- Ein WiR hat dafür zu sorgen, dass *Interessenskonflikte* (Conflict of Interest, COI)¹⁹ *vermieden werden*, indem er oder sie keine Artikel editiert, welche unmittelbar mit der Institution zusammenhängen (Wikimedia Outreach 2014g).
- WiR sind ausserdem *formal der Einrichtung zugeordnet* und von dieser anerkannt (Wikimedia Outreach 2014g; Wikimedia Outreach 2014h). Dies erleichtert die unmittelbare und enge Zusammenarbeit (in Projekten) mit den Mitarbeitenden der Einrichtung (Wikimedia Outreach 2014g).
- Des Weiteren ist es die Aufgabe von WiR, ein Fundament für eine *dauerhafte Partnerschaft* zwischen der Institution und der Wikimedia zu legen (Wikimedia Outreach 2014g).

¹⁹ Für weiterführende Information siehe <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Interessenkonflikt> (23.04.2014).

4 Literature Review

In diesem Abschnitt soll erläutert werden, wie der Engagement-Begriff charakterisiert wird und welche Facetten ihm zugeordnet werden. Ziel ist es nicht, eine Arbeitsdefinition zu erstellen, sondern vielmehr die Vielseitigkeit des Begriffs darzustellen und einen Vergleich von bestehenden Definitionen durchzuführen. Es soll beleuchtet werden, aus welchen Bestandteilen sich Engagement zusammensetzt und auf welchen Prinzipien das Konzept des Engagement beruht.

Wie in der Quellenbeurteilung (siehe Abschnitt 2 *Quellenbeurteilung*) bereits erwähnt, handelt es sich vor allem um Literatur aus den Bereichen Employee und Stakeholder Engagement, auf welche im Abschnitt 4.1.1 *Stakeholder Engagement und Employee Engagement* eingegangen wird. Es wird dabei angenommen, dass Employee Engagement ein Teil des Stakeholder Engagement darstellt: Der Begriff *Stakeholder* bezieht sich auf „those groups who can affect or are affected by the achievements of an organisation’s purpose“ (Freeman 1984, zit. in Jeffery 2009, S. 8) und schliesst somit auch Employees ein. Im darauffolgenden Abschnitt 4.1.2 *Audience Engagement und Visitor Engagement* wird aufgrund des GLAM-Aspekts der Arbeit kurz auch auf die Thematik des Cultural Engagement Bezug genommen, wobei Quellen aus den Bereichen Audience bzw. Visitor Engagement, aber auch Digital Engagement hinzugezogen werden. Da es sich bei Audience sowie Visitors ebenfalls um Stakeholder handelt, sind einige Aspekte auch in den vorangehenden Employee und Stakeholder Abschnitt eingearbeitet.

In Abschnitt 4.2 *Facetten von Engagement* werden die Facetten von Engagement genauer betrachtet, wobei hier Quellen aus allen behandelten Engagement Bereichen verwendet wurden. Im letzten Abschnitt (4.4.3 *Vorteile von Engagement und Engagement-Facetten*) werden die Vorteile bzw. der Nutzen von Engagement dargestellt.

4.1 Engagement

Trotz der grossen Verbreitung und des häufigen Gebrauchs des Ausdrucks ist unklar, was *Engagement* bedeutet oder woraus es sich zusammensetzt (Axelrod & Axelrod 2001, S. 3; Frost 2006, S. 79; Hartnett 2011, S. 9; Robinson et al. 2004, S. 1). Folglich ist auch unklar, wie Engagement erreicht werden kann (Hartnett 2011, S. 9). Neben der Verwirrung und Inkonsistenz betreffend des Begriffs sind laut Hartnett (2011, S. 19) auch die Auswirkungen von Engagement nicht geklärt (Hartnett 2011, S. 9), insbesondere herrscht Unklarheit über den Nutzen für eine Organisation (Hartnett 2011, S. 19).

Bislang gibt es kein allgemeingültiges Konzept zu oder eine einheitliche Definition von Engagement (Hartnett 2011, S. 40; WZB 2009, S. 6), weder in der Praxis noch im akademischen Bereich (Macey & Schneider 2008, S. 3). Grund dafür ist unter anderem, dass

die Ansätze der Engagement-Forschung durch eine disziplinäre Ausrichtung gekennzeichnet sind (WZB 2009, S. 5). Dies erhöht die Verwirrung um den Begriff (Wolf et al. 2009, S. 413). Konzepte zur Engagement-Thematik stammen aus verschiedenen Forschungstraditionen (z.B. Soziologie, Politikwissenschaften, Erziehungswissenschaften, Sozialpsychologie, Wirtschaftswissenschaften oder Sozialpädagogik) und haben entsprechend verschiedene Schwerpunkte (Hartnett 2011, S. 40; Michalik 2003, S. 12; WZB 2009, S. 5-6). Macey und Schneider (2008, S. 6) betonen jedoch, dass es kein „richtiges“ oder „falsches“ Konzept gibt, unter anderem da jedes Konzept in einem bestimmten Kontext oder für einen bestimmten Zweck nützlich sein kann. McMaster führt die Erscheinung in den vielen verschiedenen Gebieten darauf zurück, dass Engagement eine „natural human condition“ sei (McMaster 1996, S. 167) und dort erscheint, wo Menschen „live together, work together, learn together, interacting in a community in some way“ und so folglich fast überall auftreten kann (McMaster 1996, S. 171).

Macey und Schneider (2008, S. 3) stellen jedoch fest, dass es sich um „competing and inconsistent interpretations of the meaning of the construct“ handelt und auch Preiser (1988, S. 130) ist der Meinung, dass verschiedene Engagement-Formen in einer Konkurrenzbeziehung stehen. Jedoch ist der Bereich der Überschneidungen aus den verschiedenen Disziplinen gross bzw. weisen die verschiedenen Arten von Engagement Gemeinsamkeiten auf (Michalik 2003, S. 12; Preiser 1988, S. 128). So kommen Macey und Schneider (2008, S. 6) nach Sichtung der Literatur zum Schluss, dass Engagement - implizit sowie explizit - am häufigsten als „psychological state“ Aufmerksamkeit geschenkt wird.

4.1.1 Stakeholder Engagement und Employee Engagement

Die Idee des Employee Engagement ist eine relative neue Disziplin, welche vor allem von Consultingfirmen vermarktet wird (Macey & Schneider 2008, S. 3). So wurde auch der Begriff, wie er heute verwendet wird, durch ein Consultingunternehmen, die Gallup Organization,²⁰ geprägt (Little & Little 2006, S. 111). Während zu Beginn Literatur überwiegend aus der Praxis - meist Consultingagenturen oder Survey Houses (Robinson et al. 2004, S. 6) - stammte, wird zunehmend auch aus wissenschaftlicher Sicht über dieses Thema berichtet (Macey & Schneider 2008, S. 3). Robinson et al. (2004, S. 6) sind nach ihrer Literatur Review jedoch erstaunt, wie wenig wissenschaftliche Literatur existiert angesichts der scheinbaren Bedeutung von Engagement. Auch Macey und Schneider (2008, S. 4) bemerken, dass sich wissenschaftliche Kreise dieser erfolgsversprechenden Thematik erstaunlich langsam angenommen haben. Sie vermuten ausserdem, dass die unklare Bedeutung des Begriffs der

²⁰ Für weiterführende Information siehe <http://www.gallup.com/home.aspx> (07.07.2014).

schnellen, in der Praxis entstandenen Entwicklung zuzuschreiben ist (Macey & Schneider 2008, S. 3).

Robinson et al. (2004, S. 6) schliessen nach einem Vergleich von Definitionen aus der Praxis, dass es „nur sehr wenig zu erkennen gibt“ und Engagement etablierten Konstrukten wie Organisational Citizenship Behaviour (OCB) oder Commitment gleicht (Robinson et al. 2004, S. 5-6). Saks (2006, S. 602) kommt zu einem ähnlichen Schluss und stellt fest, dass Definitionen und Auslegungen des Begriffs in der Praxisliteratur sich oft mit anderen Konstrukten überschneiden und teilweise zusammenfallen. In der wissenschaftlichen Literatur hingegen wird Engagement als individuelles und einzigartiges Konstrukt definiert, welches sich aus Kognitions-, Emotions-, und Verhaltenskomponenten zusammensetzt „that are associated with individual role performance“ (Saks 2006, S. 602). Für Little und Little (2006, S. 114) ist ausserdem unklar, ob es sich bei Engagement um ein Gruppenphänomen handelt oder ein individuelles Phänomen darstellt. McMaster (1996, S. 170) ist sich andererseits sicher, dass es sich um eine „individual occurrence within a social context“ handelt.

Wenger (1998, S. 237) betont, dass es sich bei Engagement nicht nur um eine Aktivität handelt, sondern um ein Gebilde, bestehend aus „community building, inventiveness, social energy, and emergent knowledgeability“. Auch McMaster (1996, S 170) ist der Meinung, dass es sich bei Engagement nicht um ein spezielles „Ding“ handelt, sondern vielmehr „a matter of context and approach“, ein Resultat, das nicht durch die Formulierung von bestimmten Aufgaben und Zielen entsteht, sondern durch „our way of being and our intentions“. Auch Dalsgaard et al. (2001, S. 215) sind der Meinung, dass Engagement als „internal process“ auftreten kann.

Macey und Schneider (2008, zit. in Upadhyay & Palo 2011, S. 90) verbinden Engagement mit Gefühlen („focus and enthusiasm“) sowie Verhaltensweisen („pro-activity and persistence“). McMaster (1996, S. 166) betont ebenfalls den emotionalen Bestandteil, indem er „to engage hearts and minds“ als Ziel von Engagement festlegt. Saks (2006, S. 602) ist jedoch der Meinung, dass neben „the active use of emotions and behaviors“ Engagement zusätzlich eine kognitive Komponente enthält. Auch Kahn (1990, S. 694) ist der Meinung, dass engagierte Mitarbeiter „employ and express themselves physically, cognitively, and emotionally during role performances“. Ähnlich definieren zum Beispiel Baumruk (2004, zit. in Saks 2006, S. 601), Richman (2006, zit. in Saks 2006, S. 601) oder Shaw (2005, zit. in Saks 2006, S. 601) Engagement als „emotional and intellectual commitment“. Vergleichbar bezeichnen Harter et al. (2002, S. 269) Engagement als „an individual's involvement and satisfaction with as well as enthusiasm for their work“ und beziehen sich dabei auf Kahns (1990, S. 700) Aussage, dass Engagement dann auftritt, wenn Personen emotional miteinander verbunden sind sowie „cognitively vigilant [...] in the service of the work they are doing“. Einen ähnlichen Effekt vermuten Schaufeli et al. (2002, S. 74): Ihrer Meinung nach ist Engagement ein positiver,

erfüllender „state of mind“, der sich durch „vigor, dedication, and absorption“ auszeichnet. Auch Upadhyay und Palo (2011, S. 90) sprechen von einem „state of involvement“, der sich auf die Energie, den Enthusiasmus und die Involvierung bezieht, mit welcher ein Mitarbeiter seine Arbeit erledigt. Ähnlich verstehen Robinson et al. (2004, S. 9) Engagement als positive Haltung eines Mitarbeiters gegenüber einer Organisation und deren Werte. Saks (2006, S. 602) sieht Engagement nicht als eine Haltung, sondern „the degree to which an individual is attentive and absorbed in the performance of their roles“. Macey und Schneider (2008, S. 5) kritisieren jedoch diese Vermischung von „role performance“ und „affective state“ und führen die Verbindung auf die unpräzise Natur des Begriffs zurück: Während das eine auf spezifische Konstrukte (wie Involvement, Initiative oder Altruismus) mit bestimmten Attributen verweist, definiert das andere Engagement als schwammiges Performance-Konstrukt, das „some typical level of performance“ übertrifft (Macey & Schneider 2008, S. 5). Weiter stellen Macey und Schneider (2008, S. 4) wie auch Little und Little (2006, S. 114) fest, dass nach einem Vergleich diverser Definitionen nicht klar ist, ob es sich bei Engagement um eine „attitude“ oder ein „behaviour“ handelt.

Für Axelrod (2000, S. viii) ist Engagement eine „Choreographie“, welche Leute zusammenbringt, und zwar „to get something done“ und nicht etwa „zum Tanzen oder um Kontakte zu knüpfen“. Block (2000, S. 248) teilt dieses Verständnis von Engagement und definiert den Begriff als „the art of bringing people together“ mit dem Ziel „to create and plan how to make something work“. Wenger (1998, S. 76) ist ausserdem der Meinung, dass Engagement nicht nur die eigene, sondern auch die Kompetenz anderer involviert: Es gehe darum, das, was man tut und kann, mit dem zu verknüpfen, was man nicht tut und kann. Dalsgaard et al. (2001, S. 212) sehen Engagement deshalb als „a perspective on interaction“. Visser und Richardson (2013, S. 29) knüpfen an die Idee der Vermittlung an und verstehen Engagement als „strengthening existing relationships and entering into a value exchange“. So sind auch Dindler und Sejer (2009, S. 1) der Meinung, dass Engagement „is also very much rooted in [...] prior experiences, knowledge and preferences“.

Hartnett (2011, S. 48) kritisiert, dass vor allem die wissenschaftliche Literatur sich nicht auf „person with person engagement“ bezieht, sondern Engagement mit einer Organisation oder Funktion verbindet. McMaster (1996, S. 170) betont, dass bei Engagement der Mensch im Mittelpunkt steht, individuell ist und immer zwischen Personen entsteht. Folglich können Organisationen nicht „engaged“ sein und eine Organisation kein Engagement bei einer anderen Organisation hervorrufen (McMaster 1996, S. 170-171). Engagement sei eine Interaktion und bilde einen „communicative fabric that becomes the background for the other conversations within a corporation“ (McMaster 1996, S: 170). Diese „communicative fabric“

jedoch kann von Einzelnen über die Grenzen der Organisation hinausgetragen werden und Engagement so auf andere Institutionen übergehen (McMaster 1996, S. 170). Dindler und Sejer (2009, S. 9) andererseits sind der Meinung, dass Engagement nicht von den Strukturen einer Organisation loszulösen sind, da es sich um „a very situated and contingent phenomenon“ handelt .

Schaufeli et al. (2002, S. 74) betonen ausserdem, dass es sich bei Engagement nicht um einen kurzlebigen und spezifischen Moment handelt, viel mehr um einen beständigen und allgegenwärtigen affektiv-kognitiven Zustand, der sich nicht auf ein bestimmtes Objekt, Verhalten oder Ereignis bezieht. So spricht Smythe (2007, S. 5) von Engagement als Prozess. Auch Towers (2003, S. 4) ist überzeugt, dass es sich um einen nie endenden Prozess handelt. Cropanzano und Mitchell (2005, zit. in Saks 2006, S. 603) unterstützen dieses Verständnis und sprechen von einem „langfristigen und anhaltenden Prozess“. Auch für Marcum (1999, S. 45) handelt es sich um einen „dynamischen Prozess“, der nicht statisch sein kann und bei welchem „activity is given“.

Diese Dynamik ist laut Kress (2005, zit. in Saks 2006, S. 615) der Grund, weshalb Engagement konsistente und fortlaufende Kommunikation benötigt. Für McMaster (1996, S. 167) *benötigt* Engagement jedoch keine Kommunikation, für ihn *ist* Engagement ein spezieller Typ von Kommunikation, genauer „the process of communication through which we are able to express ourselves in ways that allow for the full participation of others in creating possibility – a possible future, a new theory, a new opening for action“ (McMaster 1996, S. 168). Weiter definiert er, dass es sich um eine Art der Kommunikation handelt „which engages the intention of another (or others)“ (McMaster 1996, S. 170).

Engagement wird oft im Zusammenhang mit Projektarbeit und dadurch mit Veränderungen bzw. Wandel („change“) diskutiert. Das NAO (2006, S. 2) beispielsweise nimmt Engagement als elementaren Bestandteil eines (Consulting-) Projekts wahr. Auch Block (2000, S. 248) sieht Engagement als „essential part of implementation“, wobei er „change“ und „implementation“ absichtlich synonym verwendet (Block 2000, S. 249). Für das NAO (2006, S. 17) ist Engagement ein Prinzip, welches essentiell für die effiziente Ausführung von Massnahmen und entscheidend für den Erfolg von „change“ ist. Axelrod und Axelrod (2001, S. xii) sind der Meinung, dass ohne Engagement zumindest kein *bleibender* Wandel möglich ist. The Business Communicator (The Business Communicator 2005, S.1-2) definiert ausserdem: „Employee engagement is a social process by which people become personally implicated in strategy and change in their daily work“. Auch Smythe (2007, S. 15) ist der Meinung, dass Menschen durch Engagement „personally implicated“ sind in den Erfolg einer Strategie, eines Wandels oder einer operative Entscheidung. Es wird jedoch auch vermutet, dass Engagement nicht nur diesen Wandel oder Implementation unterstützt, sondern „change“ herbeiführen kann (Bebbington et al. 2007, S. 370). So denkt beispielsweise Jeffery (2009, S. 8), dass

Engagement durch die „willingness to be open to change“ charakterisiert ist. Axelrod (2000, S. xiv) beschreibt das Engagement Paradigma als „system for exploring the question of how to engage people in meaningful, lasting change, and – how to produce an engaged organization“. Bebbington et al. (2007, S. 358) stellen jedoch fest, dass es auch hier keine einheitliche Theorie gibt, wie Engagement diesen Wandel ermöglicht oder herbeiruft.

Hartnett (2011, S. i) spricht von einem Phänomen, das von Managern oder Consultants erkannt und zum Vorteil eines Projekts abgeändert werden kann. Manager können dabei als „engaging leaders“ fungieren (Marcum 1999, S. 46). Für Jeffery (2009, S. 38) ist eine „appropriate leadership“ sogar fundamental für die Entwicklung von „meaningful“ Engagement. Es handelt sich jedoch nicht um einen ‚Überzeugungsakt‘ seitens Manager: Engagement beginnt mit dem Ausdruck von „personal wants, intentions, feelings and possibility“ (McMaster 1996, S. 176). Die Gewährung dieses Ausdrucks, also der Einbezug von Mitarbeitern in Bezug auf Entscheidungen und Veränderungen („change“) sei jedoch nicht „a one-way ticket for employees to butt their noses in wherever and however they want“ und ebenso wenig eine „free-for-all democracy“ bzw. „Marxism revisited“ (Smythe 2007, S. 5). Smythe (2007, S. 5) spricht von Engagement daher auch als „Management-Philosophie“, in welcher die Führung den Prozess des Engagement leitet und so auch Grenzen setzt.

Engagement wird nicht nur als Philosophie, sondern auch als „organizational and cultural strategy“ gesehen, die sich auf die gesamte Organisation auswirkt und jeden Mitarbeiter betrifft (Frank et al. 2004, zit. in Saks 2006, S. 615), da sie gewisse Handlungen und Schritte beinhaltet (Shaw 2005, zit. in Saks 2006, S. 615), welche den Beitrag und die Involvierung von Mitarbeitern nötig macht (Robinson et al. 2004, S. 7). Letzteres wird auch von McMaster (1996, S. 170) betont, für welchen der Ausdruck ‚Engagement‘ nur angebracht ist, wenn die Möglichkeit besteht, sich mitzuteilen und mitbestimmen zu können und somit „fully recognizes the self-organizing and self-creating nature of individuals“. Smythe (2007, S. 190) merkt an dieser Stelle an, dass Engagement freiwillig geschieht und nicht erzwungen werden kann. McMaster ist gleicher Meinung und behauptet, dass Engagement durch Zwang nicht entstehen kann (1996, S. 170) und demnach aus freien Stücken erfolgt (Müller & Bierhoff 1994, S. 367). McMaster (1996, S. 171) ist überzeugt, dass, wo Freiheit und Zusammenarbeit sind, auch Engagement entstehen kann.

In der Praxis bedeutet „real engagement“, dass Mitarbeiter Probleme selbst durchdenken und so mehr Einblick erhalten, was sie wiederum dazu befähigt zu „change, transformation, strategy or everyday delivery“ beizutragen (Smythe 2007, S. 15) und somit persönlich an deren Erfolg beteiligt zu sein (Smythe 2007, S. 27). Letztes wiederum ist ein Ansporn, um bei den Entscheidungen überhaupt erst mitzuwirken (Smythe 2007, S. 27) und führt zu Einsatz und

Leidenschaft, die sonst nur bei Start-ups oder Hobbies beobachtet werden können (Smythe 2007, S. 8). Kowalski (2002, zit. in Smythe 2007, S. 190) stimmt dem zu und definiert Engagement als „degree to which individuals are personally committed to helping an organisation by doing a better job than required to hold the job“. Smythe (2007, S. 5) ist ebenfalls der Meinung, dass Engagement wesentlich vom Grad abhängt, wie sehr Mitarbeiter in Entscheidungen miteinbezogen werden - sowohl betreffend „day-to-day business“ als auch „change, crisis and transformation“. Miteinbezogen werden ist auch für Wenger (1998, S. 74) eine Grundvoraussetzung für engagiertes Handeln und Engagement und somit, was „Zugehörigkeit“ definiert.

Bitgood (o.D., S. 10) ist überzeugt, dass Engagement eine gewisse Anstrengung sowie Konzentration verlangt und auch Visser und Richardson (2013, S. 40) sind der Meinung, dass Engagement „hard work“ ist. Robinson et al. (2004, S. 4) unterscheiden jedoch: Engagement habe eine Vielzahl von Bedeutungen, jedoch nicht alle Arten des Engagement benötigen dasselbe Mass an Anstrengung (vgl. Abbildung 1). Wird zum Beispiel „jemanden engagieren“, als „jemanden anstellen“ interpretiert, benötigt dies weniger Energie als wenn versucht wird „jemanden zu faszinieren“ (S. 4).

Figure 2.1: The engagement effort

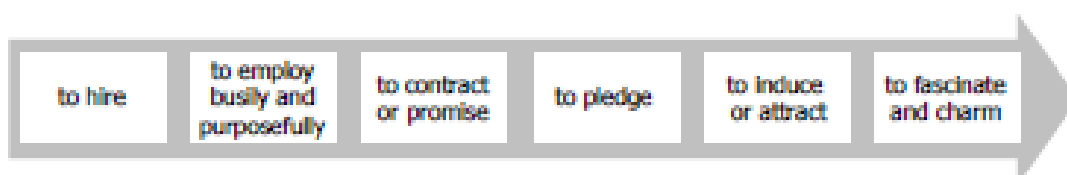


Abbildung 1: Der „Engagement-Effort“ ist verschieden bei den verschiedenen Engagement-Arten (Anstrengung erhöht sich von links nach rechts)

Smythe (2007, S. 189) kommt zum Schluss, dass keine der Vorgehensweisen zur Generierung von Engagement einfach ist, „but it can be done“.

4.1.2 Audience Engagement und Visitor Engagement

Anders als beim Employee Engagement ist empirische Literatur zu Cultural Engagement „extensive and wide ranging“, kommt das Culture and Sport Evidence Programme (CASE) (2010a, S. 2) nach einer grossangelegten Literature Review zum Schluss. Bei genauerer Betrachtung stellt sich jedoch heraus, dass sich diese auf physische „attendance“ bezieht wie „attending art events; visiting heritage sites; visiting libraries; visiting museums; and doing sport“ (CASE 2010b, S.5). Auch Ridge (2013, S. 442) stellt fest, dass in der Literatur im Kunst- bzw. Kultursektor Engagement fast immer mit physischer Präsenz gleichgesetzt wird. Es handelt sich also vor allem um Literatur zu Audience bzw. Visitor Engagement, welche GLAM und Engagement zusammenbringt. Wie das Employee Engagement wird auch Audience

Engagement als „essentiell“ angesehen, ist jedoch gleichermassen „not particularly well understood“ (Edmonds et al. 2006, S. 307).

Ridge weist darauf hin, dass einige dieser Definitionen zwar in einem Kontext von „physical encounters“ verfasst wurden, sich aber auf die nicht-physische Welt, namentlich eine virtuelle Umgebung („online visitors or participation“), übertragen lassen (Ridge 2013, S. 442). Dalsgaard et al. (2011, S. 214) beispielsweise schliessen in ihre Definition von „physical engagement“ auch nicht-physische Elemente wie „embodiment, affect, ineractive cognition“ ein. Edmonds et al. (2006, S. 308) weisen ebenfalls darauf hin, dass an einem Engagement-Prozess ohne sich physisch zu bewegen, nur durch Schauen, Lesen oder Hören, teilgenommen werden kann. So definieren Dindler und Sejer (2009, S. 1) Engagement als „a situational phenomenon that occurs in the interplay between visitors and the exhibition space“. Wenn auch in einem physischen Kontext gemeint, lässt sich der Ausstellungsraum auch auf das Internet erweitern: Champion (2002, S. [2]) spricht von einer „cultural presence“, welche auch in einer virtuellen Umgebung stattfinden kann durch „merely feeling that one is ,there““. Ridge (2013, S. 435) sieht beispielsweise Crowdsourcing als eine Form von Engagement mit Kulturgütern oder Sammlungen. Haythornewaite (2009, S. 9) hält Engagement für ein wichtiges Design- und Managementkonzept für Peer-Produktion, wie Crowdsourcing es ist (Haythornewaite 2009, S. 1).

Im Unterschied zum Employee Engagement wird Audience Engagement oft nicht nur als ein Verhältnis zwischen Menschen oder Mensch und Institution verstanden, sondern zwischen Mensch und Objekt (Dindler & Sejer 2009, S. 1).

4.2 Facetten von Engagement

Engagement wird mit einer Vielzahl *Facetter*²¹ in Verbindung gebracht, welche je nach Quelle beispielsweise auch als Dimensionen (Little & Little 2006, S. 117; Marcum 1999, S. 45), Layer (Little & Little 2006, S. 117), Komponenten (Macey & Schneider 2008, S. 3; Rothbard 2001, S. 656), Konzepte (Hartnett 2011, S. 45), „drivers“ (Macey & Schneider 2008, S. 4; Robinson et al. 2004, S. 21), Prinzipien (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303), Zustände bzw. Bedingungen („condition“) (Hartnett 2011, S. 256), Ursachen oder Voraussetzungen (Macey & Schneider 2008, S. 4; Saks 2006, S. 615), aber gleichzeitig auch als Folgen oder Konsequenzen (Macey & Schneider 2008, S. 4; Saks 2006, S. 615) beschrieben werden.

Wie auch bei der Definition des Engagement-Begriffs selbst ist die Interpretation, Funktion und Bedeutung der Facetten sehr vielfältig und unterschiedlich. Macey und Schneider (2008, S. 3-

²¹ Der Ausdruck *Facette* wurde für diese Arbeit gewählt, da er neutral ist und einen Einfluss vermuten lässt, jedoch diesen nicht weiter spezifiziert wie andere Bezeichnungen (Ursache, Folge etc.).

4) stellen fest, dass die Facetten bisher jedoch kaum begrifflich fassbar gemacht oder untersucht wurden. Die Beziehungen zwischen Engagement und den Facetten bzw. Konstrukten sind entsprechend unklar (Little & Little 2006, S. 114). Hartnett (2011, S. 42) stellt beispielsweise fest, dass viele Autoren die verschiedenen Facetten mit Engagement „verschmelzen“, während Robinson et al. (2004, S. ix) und Wolf et al. (2009, S. 416) eine „Überlappung“ feststellen. Macey und Schneider (2008, S. 3) sprechen von einem „Netz von Beziehungen“ zwischen „antecedents and consequences of engagement as well as [...] components of engagement“ (Macey & Schneider 2008, S. 3-4).

So spricht Hartnett (2011, S. 256) von einem „dynamic self-replicating phenomenon with cycles“. Sie folgert, dass Verhaltensweisen sowie Bedingungen „develop together in cycles of engagement“ (Hartnett 2011, S. 11). Marcum (1999, S. 46) untermauert diese Annahme und hält Engagement für einen Prozess, der „amounts to a dynamic evolving system“. Die Facetten scheinen miteinander verbunden zu sein und unterstützen einander: Gewisse Bedingungen scheinen gewisse Verhaltensweisen zu ermöglichen, welche wiederum andere Verhaltensweisen entstehen lassen, wodurch es zu einem selbsterhaltenden („self-producing“) System kommt (Maturana & Varela 1998, S. 43). „Engagement partially mediates the relationship between antecedent variables and consequences“, meint Saks (2006, S. 613), und sagt weiter „we cannot be sure that the antecedents cause engagement or that engagement causes the consequences“ (Saks 2006, S. 615). Hartnett (2011, S. 256) folgert daher, dass Bedingungen und Verhaltensweise nicht voneinander zu trennen sind und sich gegenseitig erzeugen.

Die Vielfalt führt dazu, dass in der Literatur kaum versucht wird, alle Ergebnisse und Folgen zu erfassen (Bitgood o.D., S. 10). So wird auch in der vorliegenden Arbeit kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben, sondern sie soll lediglich einen Einblick in die Facettenvielfalt geben.

In den folgenden Abschnitten werden zwölf Facetten vorgestellt und deren Beziehung zu Engagement diskutiert. Der Fokus liegt dabei auf den Vorteilen und dem Nutzen dieser Facetten. Da es sich bei der verwendeten Literatur fast ausschliesslich um englischsprachige Literatur handelt, werden die Bezeichnungen der Facetten nicht ins Deutsche übertragen, um die Begrifflichkeit zu bewahren und einen möglichen Informationsverlust durch eine Übersetzung zu verhindern.

4.2.1 Involvement

Involvement ist wie auch Engagement selbst ein „multidimensionales Konstrukt“ (Macey & Schneider 2008, S. 9). Barki und Hartwick (1989, S. 53) definieren Involvement als „a psychological state“. Jemand sei „involved when he or she considers a system to be both important and personally relevant“ (Barki & Hartwick 1989, S. 53). Für Saks (2006, S. 602) steht Job Involvement im Zusammenhang damit, wie Mitarbeiter „employ themselves in the

performance of their job“. Hartwick und Barki (1994, S. 457) schliessen, dass die Identifizierung von Bedingungen für Involvement (z.B. Persönlichkeitsmerkmale, Erfahrung, Status oder Organisationskultur) von hohem Interesse sind, da sich diese auf die Praxis auswirken.

Macey und Schneider (2008, S. 4) stellen nach einem Vergleich von Engagement-Definitionen fest, dass Involvement häufig im Engagement-Begriff eingeschlossen ist. So sind beispielsweise Upadhyay und Palo (2011., S. 90) der Auffassung, dass es sich bei Engagement um „a state of involvement“ handelt. Salanova et al. (2005, S. 1216) oder Macey und Schneider (2008, S. 9) sehen Involvement zwar nicht als ein Äquivalent, jedoch als eine Facette und auch Maslach et al. (2001, S. 416) sehen Involvement nur als eine von mehreren Charakteristika von Engagement an. Für May et al. (2004, S. 12) andererseits ist Engagement eine Voraussetzung für Job Involvement. Brown (1996, S. 235, zit. in Macey & Schneider 2008, S. 9) wiederum kommt nach einer Meta-Analyse betreffend Job Involvement zum Schluss, dass ein „state of involvement implies a positive and *relatively complete state of engagement of core aspects of the self in the job*“. May et al. (2004, S. 12) unterscheiden Engagement und Job Involvement, da letzteres das Resultat eines Urteils über die „satisfying abilities of the job“ ist und mit dem eigenen Selbstbild verbunden ist. Engagement andererseits habe damit zu tun „how the individual employs his/her self during the performance of his/her job“.

Im Zusammenhang mit GLAM kann es sich bei Involvement auch um „involvement with exhibit content“ handeln und benötigt in der Regel eine Form von Einsatz oder Konzentration „as well as sufficient amount of time to engage“ (Bitgood o.D., S. 10). So ist beispielsweise Bitgood (o.D., S. 10) der Meinung, dass Engagement eine Sammlung von verschiedenen Prozessen ist und „deep sensory-perceptual, mental and/or affective involvement with exhibit content“ beinhaltet. Diese Prozesse führen laut Bitgood (o.D., S. 10) zu „meaning making“ bzw. zu einer „deep emotional response“. Auch Hartnett (2011, S. 18) spricht bei Engagement von einem „Gefühl“ des Involviertseins.

Involvement wird neben dem mentalen Zustand auch als physische Komponente verstanden, also Involvement im Sinne von ‚Teilnahme‘. Hartnett (2011, S. 43) ist der Meinung, dass Involvement „in the sense that involvement is working with other people“ höchst relevant für Engagement ist. Axelrod et al. (2004, zit. in Hartnett 2011, S. 43) schreiben, Involvement sei „working with others to get things done“ und vermuten, dass Involvement und Engagement verwandte Phänomene sind. So ist beispielsweise Axelrod (2000, S. 2) der Meinung, dass Involvement, insbesondere die Involvierung *neuer* Parteien, der Schlüssel dafür ist, den heutigen, schnell ändernden Märkten und steigender Konkurrenz standzuhalten. Durch „widening the circle of involvement“ schon zu Beginn können ausserdem Änderungen und

Entscheidungen schneller vorgenommen werden (Axelrod & Axelrod 2001, S. 302). Nicht nur die „Besten und Klügsten“ sollen zusammen kommen, sondern viele, welche eine „kritische Masse“ („critical mass“) bilden (Axelrod & Axelrod 2001, S. 302), darunter auch „new and different voices“, also Stakeholder, die bisher nicht miteinbezogen wurden, wie beispielsweise Kunden (Axelrod 2000, S. 33). Axelrod (2000, S. 33) spricht sogar davon, „hundreds, even thousands“ zu involvieren. Auch Bebbington et al. (2007, S. 360) sind der Meinung, dass das Involvement von „various publics“ auch die Möglichkeit eröffnet bisherige Randgruppen miteinzubeziehen.

Marcum (1999, S. 43) kommt zum Schluss, dass Involvement ein wertvolles Mittel ist, um effektive und produktive Arbeit vor allem bei Wissensarbeitern auszulösen. Involvement führt ausserdem zu „alternative structures, voluntary participation and real-time decision making“ (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303) sowie „innovation, adaption and learning“ (Axelrod 2000, S. 33). Soll also etwas unterstützt und begeistert angenommen werden, muss mehr Wert auf „high involvement“ gelegt werden und weniger auf Belohnungen und Motivation, so Axelrod (2000, S. x). Robinson et al. (2004, S. xi) halten es für sehr wichtig, dass Vorgesetzte dieses Gefühl der Involvierung fördern. Als „key drivers“ von Involvement nennen sie beispielsweise die Involvierung in Entscheidungen und das Empfinden, wie sehr die eigene Stimme und der eigene Beitrag geschätzt wird (Robinson et al. 2004, S. 21). Das NAO (2006, S. 51) hebt hervor, dass die Beteiligten *direkt* miteinbezogen werden sollen.

4.2.2 Commitment

Robinson et al (2004, S. 10) interpretieren Engagement als „one step up from commitment“ bzw. „commitment plus“. Wellins und Concelman (2005a, S. 1) sehen Engagement als „an amalgamation of commitment, loyalty, productivity and ownership“ und interpretieren „to be ‘engaged’“ als „to be ‘actively committed, as to a cause’“. Commitment sei jedoch keine „binary choice“, sondern vielmehr „a continuum of behaviours ranging from passive acceptance to active involvement“ und ist ausserdem ein essentieller Bestandteil einer Community (Axelrod 2000, S. 133).

Block (2000, S. 263) hält ausserdem fest, dass die Entscheidung etwas mit Commitment anzugehen auf Emotionen, Gefühlen, Intuition, Vertrauen und Hoffnung basiert, also durchaus nicht nur auf Logik gründet, sondern auch auf Einstellungen. Grundlegend für dieses „emotional commitment“ sei dabei die Einführung von „new ways for people to engage each other“ (Block 2000, S. 263). Axelrod (2000, S. ix) hält es für entscheidend, ob Mitarbeiter sich einer Sache mit (emotionalem) Commitment widmen oder ihr nur „lip service“ (rationales Commitment) geben. Auch Upadhyay und Palo (2011, S. 90) stimmen dem zu und sagen, dass emotionales Commitment viermal mehr die Performance beeinflusst als rationales

Commitment, da „it breaks the surface when workers value, enjoy, and believe in what they do“ (Upadhyay & Palo 2011, S. 90).

Commitment kann insofern vom Engagement-Begriff getrennt werden, dass sich Commitment als psychologische Bindung an die Organisation charakterisieren lässt; Engagement hingegen beschreibt ein reines Verhaltensmuster (Michalik 2003, S. 11). Saks (2006, S. 602) hebt auch hervor, dass „organizational commitment“ sich dahingehend von Engagement unterscheidet, dass Commitment gegenüber einer Organisation sich auf die Einstellung sowie Bindung mit einer Organisation bezieht; Engagement hingegen ist keine Einstellung, sondern der Grad, mit welchem man sich seiner Rolle hingibt.

Organ (1988, S. 4) und McFarlane Shore et al. (1995, S. 1959) sind daher der Ansicht, dass Commitment eine Ursache für das Entstehen von Engagement ist. Hartnett (Hartnett 2011, S. 45) bemerkt ausserdem, dass Engagement „has the sense of ‘engagement *with*’ someone“, welches eine Beziehung impliziert, welche wiederum Commitment voraussetzt. Auch für Jeffery (2009, S. 15) ist Commitment ein Wert, auf welchem Engagement aufbaut. Williams und Anderson (1991, S. 604-605) hingegen sind der Meinung, dass Commitment eine Folge von Engagement sei, ebenso wie McCormick (1999, zit. in Hartnett 2011, S. 45), der bewies, dass Engagement Commitment erhöht. Gleichermassen ist das NAO (2006, S. 22) der Ansicht, dass „early engagement with the staff“ der Grund für das spätere Commitment war.

Hewitt Associates LLC (2004, zit. in Robinson et al. 2004, S. 6) setzen Engagement und Commitment gleich und definieren Engagement als „the measure of an employee’s emotional and intellectual commitment to their organisation and its success“. Ähnlich entwickelte das NAO (2006, S. 3) ein Framework zur Verbesserung von Engagement, gibt dabei jedoch ausschliesslich Empfehlungen zur Verbesserung von Commitment, was darauf hindeutet, dass die beiden Konzepte als dasselbe angesehen werden.

Commitment ist Ursache oder Voraussetzung vieler geschäftsrelevanter Outcomes, z.B. zahlreicher Formen von prosozialem Verhalten oder Mitarbeiterfluktuation (Macey & Schneider 2008, S. 8). Robinson et al. (2004, S. 10) stellen fest, dass Literatur zu Commitment sich einig ist, dass das Konzept mit einer verbesserten Business Performance verbunden ist. Auch laut Meyer et al. (1989, S. 155) kann Commitment die „job performance“ positiv beeinflussen und laut Robinson et al. (2004, S. xi) ist belegt, dass „committed employees perform better“.

4.2.3 Participation

Handley et al. (2007, S. 181) unterscheiden zwischen Practice und Participation, wobei letzteres laut ihnen „hearts and minds“ involviert. Dies im Gegensatz zu ‚einfacher‘ Practice,

welche reine „activity“ darstellt, also der reinen Ausführung einer Arbeit (Handley et al. 2007, S. 181). Auch für Hartnett (2011, S. 44) ist klar, dass es bei Participation um „the state of mind of the involved participant“ geht. Participation sei eine „*meaningful activity*‘ where meaning is developed through relationships and shared identities“ (Handley et al. 2007, S. 181). „Meaningfulness“ wird auch von Kahn (1990, S. 703) und May et al. (2004, S. 14) als wichtiges psychologisches Konzept erkannt, welches mit Engagement verbunden ist.

Hartnett (2011, S. 236) schlussfolgert, dass „participating behaviour“ nötig sei, um Engagement zu erreichen bzw. könne Participation „engaged behaviours“ fördern. Diese Definition bezieht sich allerdings lediglich auf Nutzer und nicht auf Manager. Hartnett (2011, S. 44) ist der Meinung, dass Participation auch eine Konsequenz „of senior level engagement in a project“ sein könnte. Für Kwan (2010, S. 75) stellt Stakeholder Engagement „an approach of participation“ dar, welcher von „power-holders“ genutzt wird, um die Entscheidungsfindung neu zu verteilen. Engagement ist für ihn damit ein der Participation untergeordnetes Konzept.

Wenger (1998, zit. in Hartnett 2011, S. 58) ist der Meinung, dass „widening the circle of participation“ dabei hilft, Leute zu verbinden und Communities zu gründen, was wiederum Zugang zu Schlüsselparteien erlaubt. Marcum (1999, S. 45) betont wiederum, dass „direct participation“ nötig sei für die Erlangung von Engagement, da durch Beobachtung kein Engagement entstehen könne. Ausserdem benötigt Engagement „access to and interaction with other participants, ability und legitimacy to contribute“, so Wenger (1998, S. 251, zit. in Hartnett 2011). Ridge (2011) weist ausserdem darauf hin, dass Participation Komponenten enthält, die Menschen begehren, wie beispielsweise befriedigende Arbeit, das Gefühl gut zu sein in etwas oder die Chance Teil von etwas Grösserem zu sein.

Die Vorteile von (Audience) Participation können sowohl „tangible“ als auch „intangible“ sein (Ridge 2011). Laut CASE (2011, S. [6-7]) ist Participation ein bestimmter Engagement-Typ, der schlussendlich zur Schaffung von Inhalten führt. Ausserdem heben Axelrod und Axelrod (2001, S. 303) hervor, dass durch „broad“ Participation, also die Partizipation vieler, schnell Leistungslücken sowie deren Lösungen identifiziert werden können, was wiederum zu einer verbesserten Produktivität sowie (Kunden-) Zufriedenheit führt. Je aktiver die Participation ist, desto länger bleiben die Teilnehmenden engagiert (Ridge 2011).

4.2.4 Motivation und Motives

Colbert et al. (2004, S. 306) definieren Engagement als einen „high internal motivational state“. Wellins und Concelman (2005a, S. 1) beschreiben Engagement als „the illusive force that motivates employees to higher (or lower) levels of performance“. Für Dindler und Sejer (2009, S. 1) ist Engagement selbst die Motivation, während Davenport (1997, zit. in Marcum 1999, S.

45) der Meinung ist, dass *intrinsische* Motivation²² Engagement ähnlich sei. Zlodi und Ivanjko (2013, S. 203) bemerken ausserdem, dass beim Vorliegen von intrinsischer Motivation die Beteiligten „don't consider their work as labour“. Neben Participation selbst halten Oomen und Aroyo (2011, S. 147) Motivation für den Schlüssel zum Erfolg von Projekten mit Freiwilligen. Upadhyay und Palo (2011, S. 92) bemerken, dass intrinsische Motivation von Mitarbeitern zu erreichen zwar „special effort“ bedeutet, diese Motivation jedoch Contribution und Engagement zur Folge hat.

Jeffery (2009, S. 33) spricht Relationship und Motivation eine enge Verbindung zu. Die Motivation kann sich bei verschiedenen Parteien unterscheiden, z.B. in Bezug auf „ethos, values and culture“. Es ist dabei essentiell für alle Beteiligten, die Motivation des anderen zu verstehen und anzuerkennen, was wiederum ein kritischer Schritt zur Bildung und Stärkung von Relationships ist (Jeffery 2009, S. 33).

Marcum kommt nach einem Vergleich der Begriffe 'Motivation' und 'Engagement' zum Schluss, dass "[an] engagement mindset offers a more useful model for cultivating mutually beneficial working relationships with staff and colleagues" (Marcum 1999, S. 46) und hält somit Motivation und Engagement für zwei unterschiedliche Modelle. Marcum (1999, S. 43) hält Engagement jedoch für einen Ersatz für Motivation, wobei er überzeugt ist, dass Motivation „a flawed concept“ ist, das nicht in persönlichen oder betrieblichen Erfolg resultiert. Er bezieht sich dabei jedoch auf *extrinsische* Motivation,²³ deren Ziel es ist „to cause or stimulate action, assuming there was none prior to the initiative“ (Marcum 1999, S. 44). Er schliesst daraus, dass es sich um ein „incidental, not continuous“ Konzept handelt (Marcum 1999, S. 44), das wiederholt werden muss bis zur Erreichung des Ziels. Er fasst zusammen: „In short, motivation amounts to manipulation and control; engagement is based on learning and involvement“ (Marcum 1999, S. 46). Auch Klein und Schwalb (o.D., S. 20) warnen davor „instrumentelle Engagementförderung“ zu betreiben und so Freiwilligendienste mit Massnahmen der Beschäftigungspolitik zu verwechseln. Dies wiederum wird befürchtet, habe möglicherweise Folgen für die Motivation, der sich dort engagierenden Menschen (Klein & Schwalb o.D., S. 20). Alam und Campbell (2012, S. 9) stellen ausserdem fest, dass insbesondere im Non-Profit-Bereich (oft GLAM) intrinsische Motivation mehr Gewicht hat als extrinsische.

Neben der Motivation wird oft auch von Motives²⁴ gesprochen. Dindler und Sejer (2009, S. 8) nehmen an, dass Edmonds (2006, S. 307) „attractors“ solche Motives sind und folglich Motives

²² Intrinsische Motivation liegt vor, wenn ein Handlungsergebnis um seiner selbst angestrebt wird, die Motivation also in der Tätigkeit selbst liegt (Semar 2008, S. 21).

²³ Extrinsische Motivation liegt vor, wenn äussere Belohnungen (z.B. Lob oder Geld) angestrebt werden (Semar 2008, S. 21).

²⁴ Motive richten sich auf bestimmte Gegenstände der Aussenwelt wie Ziele oder Werte (Lersch 1965, S. 94ff., zit in Semar 2008, S. 20).

sich durch Engagement in speziellen Situationen und Institutionen in der Gesellschaft entwickeln (Dindler & Sejer 2009, S. 8). Laut Hedegaard (1995, zit. in Dindler & Sejer, S. 8) nehmen Menschen Motives an, welche eingebettet sind in einer Institution, sobald man sich in dieser Institution engagiert.

Dindler und Sejer (2009, S. 9) raten GLAM mit Motiven zu arbeiten, um Engagement zu erreichen. Die Schaffung von Motives halten sie für den „point of departure“, wenn es darum geht, Engagement zu kreieren (Dindler & Sejer 2009, S. 2). Wird das GLAM-Publikum aktiv dazu eingeladen, sich zu beteiligen, müssen dabei sowohl die den Nutzer stimulierenden Motives beachtet werden, gleichzeitig jedoch dürfen dabei die Praktiken und Motives der GLAM Institution nicht aus den Augen verloren gehen (Dindler & Sejer 2009, S. 9).

4.2.5 Democracy

Das Engagement Paradigma gründet auf freiwilliger Teilnahme, so Axelrod und Axelrod (2001, S. 301). Die Tatsache, dass freiwillig teilgenommen werden kann und jeder die gleichen Chancen hat, geht mit der Glaubwürdigkeit (eines Prozesses) einher (Axelrod & Axelrod 2001, S. 301).

Demokratie ist laut Axelrod (2000, S. 35) die beste Form um Menschen zusammenzubringen, zu diskutieren, Probleme zu lösen und zu agieren. Er sieht darin auch die beste Chance für den Erfolg von Veränderungen (Axelrod 2000, S. 35-36): Denn demokratische Werte bilden eine stabile Umgebung um Gleichheit und Fairness zu entwickeln und erlauben vertieftes Involvement (Axelrod 2000, S. 199). Auch McMaster (1996, S. 166) ist der Meinung, dass „to engage hearts and minds“, müssen eines jeden „human being’s ability and right to choose“ anerkannt werden. Dies wiederum ist die Grundlage für die Fähigkeit sich selbst zu engagieren, aber auch die Fähigkeit andere zu engagieren (McMaster 1996, S. 166). Das Management versucht andere dazu zu bewegen, etwas zu tun, dabei muss aber anerkannt werden, dass es sich um „self-generating, self-reviewing, self-intending, self-responsible“ Menschen handelt, welche sich selbst ausdrücken innerhalb eines grösseren Systems (McMaster 1996, S. 171). Marcum (1999, S. 45) merkt in diesem Zusammenhang an, dass auch „self-determination“ eine bedeutende Rolle spielt, da „people choose to be engaged, they are not assigned to engagement“.

Insbesondere im Zusammenhang mit dem WWW ermöglicht eine Demokratisierung „millions of people who hitherto had no means of connecting, networking and sharing their unique insights and knowledge“ (Williams 2010, S. 2). Eine Demokratisierung findet auch durch Zugang statt: GLAM können demokratisiert werden „through generating public access to non-experts“ (Fouseki & Vacharopoulou 2013, S. 7). Wird jedoch umgekehrt Widerstand geleistet die eigenen Produktionen zu teilen, stellt dies eine Hürde für die Demokratisierung dar (Fouseki & Vacharopoulou 2013, S. 7).

Demokratische Prinzipien erhöhen laut Axelrod und Axelrod (2001, S. 301) Trust, Commitment und Creativity. Diese Prinzipien beinhalten ausserdem „information sharing, public decision making, equity and fairness and democratic voting procedures to reach decisions“ (Axelrod & Axelrod 2001, S. 301). Information Sharing wiederum ist für Axelrod (2000, S. 199) essentiell um Commitment zu erhalten.

4.2.6 Trust

Robinson et al. (2004, S. 5) sind der Meinung, Engagement sei „underpinned by trust“. Auch laut Jeffery (2009, S. 32) ist Trust eine Bedingung für das Entstehen von „meaningful engagement“, Trust soll jedoch auch „during engagement“ noch vertieft werden. Für Block (1997, S. 49) bedeutet der Verlust von Trust gleichzeitig auch den Verlust von Engagement. Ausserdem sei Trust bzw. eine Trust Relationship die Grundlage für andere emotionale Werte, welche wiederum die Fähigkeiten zur Bildung von Connections und Community Engagement beeinflusst (Suchy 2006, S. 2). Um Trust zu erlangen, sei es wichtig die Motivation der Stakeholder, also anderer Parteien, zu kennen. Dazu gehören Differenzen bezüglich Politik oder Kultur sowie die Motivation generell teilzunehmen und sich zu engagieren (Jeffery 2009, S. 32).

Saks (2006, S. 603) sieht Trust als etwas, das sich aus Relations bzw. Relationships ergibt, sieht die Facette also als Folge an. Gelingt es, Optimismus und Trust in den Menschen zu wecken, werden Teilnehmende mit mehr Commitment und mehr Bereitschaft Energie in eine Sache investieren (Axelrod & Axelrod 2001, S. xi). Trust ist ausserdem die Basis, auf welcher Commitment entsteht (Block 2000, S. 263) und erfolgreiche Relations ermöglicht (Jeffery 2009, S. 15).

Die Facette wird auch oft mit demokratischen Werten verbunden: Die Erzeugung von Trust und Zuversicht bezüglich der Prozesse sowie derjenigen, welche diese leiten, sind essentiell, so Axelrod (2000, S. 35). Während hier vor allem Mitarbeiter angesprochen werden, spricht Axelrod (2000, S. 3) auch die Manager an, welche ebenfalls ihr Vertrauen ausbauen und sich nicht nur auf den Kreis ihrer üblichen Vertrauten beschränken sollen. Czerniawska (2007, S. 4) und PWC (o.D.) machen ausserdem den Erfolg eines Consultants abhängig vom Trust, welcher aufgebaut werden konnte zwischen Consultant und Organisation. Vertraut ausserdem ein Vorgesetzter den Mitarbeitern, dass sie ihre Arbeit gut machen, fügt dies automatisch mehr Wert „to the greater good“ bei (Smythe 2007, S. 111).

4.2.7 Satisfaction

Harter et al. (2002, S. 270) sprechen von „satisfaction-engagement“ und definieren Engagement als “the individual’s involvement and satisfaction with as well as enthusiasm for

work" (Harter et al. 2002, S. 269). Erickson (2005, zit. in Macey & Schneider 2008, S. 8) unterscheidet Satisfaction und Engagement: Er ist der Meinung, dass Engagement „activation“ impliziert, Satisfaction jedoch „satiating“. Burke (2011) versucht Engagement zu bewerten, indem er Satisfaction in Bezug auf Organisation, Manager, Arbeitsgruppe, Job sowie Arbeitsbedingungen misst. Bei diesem Ansatz werden jedoch nur Bedingungen bewertet „that provide for engagement [...], they do not directly tap engagement“ (Macey & Schneider 2008, S. 8).

Andere wiederum unterscheiden zwischen affirmativen, emotionalen Engagement-Komponenten und rationalen, kognitiven Elementen, wobei ersteres laut Macey und Schneider (2008, S. 7) zu (Job) Satisfaction führt. Auch Axelrod (2000, S. 5) sieht Satisfaction als Folge von Engagement, also als positiven Effekt, welcher Engagement mit sich bringt. Towers Perrin (2003, S. 4) behauptet, dass emotionale Faktoren „tie to people's personal satisfaction and the sense of inspiration and affirmation they get from their work and being part of their organization“. Engagement gehe jedoch weiter als Job Satisfaction, so Robinson et al. (2004, S. 7). Und auch Erickson (2005, S. 14, zit. in Macey & Schneider 2008, S. 75) ist der Meinung, dass Engagement „above and beyond simple satisfaction“ bezüglich Anstellungsbedingungen u.ä. sei und dass Elemente wie Leidenschaft oder Einsatz zentral seien.

Die Relevanz von Satisfaction besteht für Rothbard und Edwards (2003, zit. in Macey & Schneider 2008, S. 7) klar darin, dass mehr Zeit in die eigene Funktion oder Rolle investiert und diese als „enjoyable“ empfunden wird. Job Satisfaction korreliert ausserdem positiv mit einer Reihe von Einstellungen und Verhaltensweisen, dazu gehören Commitment, Involvement, OCB, aber auch die mentale Verfassung allgemein (Little & Little 2006, S. 115). Zwar wurde nur eine schwache Verbindung zwischen Job Satisfaction und Job Performance auf einer individuellen Ebene festgestellt, jedoch scheint dieser Zusammenhang sich stärker auf einer aggregierten Ebene auszuwirken – Satisfaction scheint auf das organisatorische Gesamtniveau Auswirkungen zu haben (Ostroff 1992, zit. in Little & Little 2006, S. 115).

4.2.8 Connection

Connection gehört für Axelrod (2000, S. 4) zu einem Grundprinzip von Engagement und ist für ihn ein fundamentaler Schritt: Ist Connection erst einmal geschaffen, fördert diese beispielsweise auch Collaboration (Axelrod 2000, S. 78). Auch laut Axelrod und Axelrod (2001, S. 300) kann Collaboration nur entstehen, wenn Menschen „connect with one another“.

Connection beginnt mit „matching a name to a face“ und entwickelt sich weiter zu einem Verständnis, wer die anderen Menschen sind, wie sie denken und was von Bedeutung ist für diese (Axelrod & Axelrod 2001, S. 300). Meetings bilden beispielsweise eine Möglichkeit für Connection und damit auch Engagement (Axelrod 2000, S. xi). Sind Menschen verbunden („connected“), können „free-flowing information und cooperation“ auch die „organizational

silos“ ersetzen (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303). Es handelt sich um das Zusammenführen von diversen Teilen eines Systems, sodass diese miteinander sprechen und voneinander lernen können, wie das gesamte System funktioniert (Axelrod 2000, S. 198).

Connections können jedoch auch zwischen Menschen und Ideen entstehen: Hartnett (2011, S. 168) spricht von einer Connection durch ein *gemeinsames* Ziel. Auch Jeffery (2009, S. 15) denkt, dass Engagement auf *gemeinsamen* Werten und Visionen gebaut ist.

Stuedahl und Morch (2011, S. 3) warnen jedoch, dass es zwar eine Fülle von Möglichkeiten für Connections gibt, diese jedoch oft falsch gebildet werden (falscher Ort, falsche Zeit etc.) und daher oft fragil sind. Es muss also vorsichtig bei der Bildung von Connections vorgegangen werden, wenn diese Grundlage für Participation oder Wissensbildung sein soll (Stuedahl & Morch 2011, S. 3). Wenn Menschen jedoch eine Connection zu einander oder zu Ideen aufbauen können, sind Creativity und Action garantiert (Axelrod 2000, S. 33). Eine weiterer Effekt ist, dass „work flows more smoothly“, da die Menschen durch die Connection besser wissen, wie sie ins Gesamtbild der Organisation passen (Axelrod 2000, S. 34) und so ein Netzwerk gebildet werden kann (Hartnett 2011, S. 58).

4.2.9 Community

Wenger (1998, S. 237) definiert Engagement als einen Prozess von „community building, social energy, and emergent knowledgeability“ und ist weiter der Meinung, dass “[the] work of engagement is basically the work of forming communities of practice“²⁵ (Wenger 1998, S. 184). Axelrod (2000, S. 34) hält „Communities for action“ ebenfalls für ein elementares Prinzip von Engagement. Communities sind ausserdem deshalb wichtig, weil *eine* Person nicht die Antwort auf alles hat, sondern Antworten „reside in all of us“ (Axelrod 2000, S. 34). Communities of Practice sind ausserdem wertvoll, da sie laut Wenger (1998, S. 251) „organisational assets that represent investments in mutual engagement“ sind.

„Widening the circle of participation“ hilft dabei, Connections zu bilden und damit Communities zu schaffen (Wenger 1998, zit. in Hartnett 2011, S. 58). Die Connection von Menschen ist ein Grundelement für Communities, welche wiederum Zugang zu allen Parteien gewährt (Wenger 1998, zit. in Hartnett 2011, S. 58). Ziel ist es nicht, eine Gruppe zu haben mit lediglich persönlichen Connections, sondern eine Gruppe von „connected people“, die den Willen besitzen zusammen zu arbeiten und ein Ziel, das eine Bedeutung („meaning“) für alle hat, zu erreichen (Axelrod & Axelrod 2001, S. 34). Suchy (2006, S. 7) hebt zusätzlich hervor, dass

²⁵ *Communities of Practice* sind „groups of people who share a concern or a passion for something they do and learn how to do it better as they interact regularly“ (Wenger-Trayner o.D.). Sie sind folglich überall zu finden: Zu Hause, bei der Arbeit, in der Schule oder im Zuge eines Hobbies (Wenger 1998, S. 6).

zuerst „emotional value“ geschaffen werden muss, bevor Community Engagement entstehen kann.

Die Community-Thematik wird auch oft im Zusammenhang mit virtuellen Communities sowie Crowdsourcing bzw. dem damit verbundenen Engagement diskutiert. Alam und Campbell (2012, S. 8) fanden heraus, dass „community based motivation [...] the initial and most substantial motivation“ für das Engagement bei Crowdsourcing-Projekten war. Ridge (2013, S. 446) ist überzeugt, dass „crowdsourcing helps museums serve their core missions by providing platforms for audiences to follow their own interests and hobbies and connect with communities of practice“.

Wird „value“ gemeinschaftlich und nicht „on its own“ erarbeitet, so habe dieser einen höheren Wert: Mit dem Einbezug aller Stakeholder wie Mitarbeiter aus diversen Abteilungen mit unterschiedlichen Stellungen in der Firmenhierarchie, Besucher oder allgemein der Öffentlichkeit wird automatisch auch der „co-created value“ maximiert (Visser & Richardson 2013, S. 43).

Owen (2013, S. 122) erinnert auch daran, dass der Crowdsourcing-Begriff in der „business world“ erfunden und definiert wurde und ist der Meinung, dass der Begriff an den GLAM-Kontext angepasst werden müsse. Haythornthwaite (2009, S. 2) hebt dabei den Unterschied zwischen einer „Crowd“ und einer „Community“ hervor: Beiträge der Crowd, die sie als „lightweight peer production“ beschreibt, sind tendenziell anonym, sporadisch und unkompliziert. Das Engagement einer Community jedoch, dass sie als „heavyweight peer production“ beschreibt, benötigt einen höheren Grad an Involvement. Folglich sei die Zahl der Beitragenden kleiner, weniger anonym und die Aufgaben komplexer. Auch sei manchmal eine Hierarchie mit Rollen wie die eines „morderator“ und eines „contributor“ zu erkennen (Causser & Wallace 2012). Auch Owen (2013, S. 121) hält die Bezeichnung Crowd für irreführend, da die meisten Crowdsourcing-Projekte nicht auf grossen, anonymen Menschenmassen aufbauen, sondern „succeed by inviting participation from engaged members of the public“. Dies passt zu Fouseki und Vacharopoulous‘ (2013, S. 8) Aussage, dass „actual engagement“ nur von einer kleinen Anzahl Menschen erreicht wird, auch wenn potentiell die ganze Öffentlichkeit angesprochen wurde. Die Teilnehmer seien so beispielsweise als „citizens“ und nicht als eine anonyme „crowd“ zu betrachten. Auch Pripic und Shukla (2013) sind der Meinung, dass eine Crowd nicht anonym oder „external to a business“ sein muss, sondern das verteilte Wissen kann sich auch innerhalb einer Organisation befinden. Beides, Crowd und Community, können jedoch innerhalb eines Projekts auftreten (Haythornthwaite 2009, S. 2). Auch „sourcing“ hält (Owen 2013, S. 122) im GLAM-Kontext für eine unangebrachte Terminologie, da er mit Arbeit („labor“) assoziiert wird.

4.2.10 Attention

Rothbard (2001, S. 656) hält Engagement für eine „psychological presence“, welche die Komponenten Attention und Absorption beinhaltet. Attention wird dabei definiert als die „cognitive availability and the amount of time one spends thinking about a role“ (Rothbard 2001, S. 656).

Visser und Richardson (2013, S. 29) bemerken, dass es nötig ist „to reach people before you can engage them and you need to engage people before they can help you generate value“. Insbesondere in Bezug auf Engagement-Strategien im digitalen Bereich darf nicht vergessen werden, dass Menschen der Kern der Strategie sein müssen (Visser & Richardson 2013, S. 26): „Assets and audiences are the key ingredients“ (Visser & Richardson 2013, S. 22). Shirky (2010, zit. in Oomen & Aroyo 2011, S. 138) ist ähnlicher Meinung und schreibt „the wiring of humanity lets us treat free time as a shared global resource, and lets us design new kinds of participation and sharing that can take advantage of that resource“.

Meist unbewusst sucht der Mensch nach potentiellen persönlichen Werten, auf welche er seine Attention fixiert. Wurde ein Wert identifiziert, wird dieser beurteilt (Nutzen etc.) und entschieden, ob es sich lohnt Zeit und Energie zu investieren (Investment) und sich zu engagieren (Bitgood o. D., S. 17). Weckt „potential value“ die Attention und ist dieser Value genügend, wird man „engaged“. Emonds (2006, S. 307) spricht hier von „relaters“, also Aspekte, die dabei helfen eine anhaltende Relationship zu bilden. Auch Hartwick und Barki (1994, S. 456) meinen, dass die Sache (in ihrem Fall ein System) als „good, important and personally relevant“ empfunden werden muss, damit sich jemand dafür engagiert. Entsteht Interesse, bleibt man an der Sache, wodurch sich mit der Zeit auch eine emotionale Bindung aufbauen kann (Brown & Cairns 2004, S. 1299). Auch CASE (2011, S. [6]) hält bewusste und absichtliche Attention für die erste Stufe von Engagement. Bitgood (o. D., S. 8) ist überzeugt, dass Attention gegenüber einer Sache entwickelt werden muss, bevor Engagement entstehen kann. Attention sei ein „three level continuum“ bestehend aus „capture, focus, engage“ (Bitgood o.D., S.3).

Connaway (2013, S. 2) gibt jedoch zu bedenken, dass Attention ein knappes Gut ist und daher sehr gezielt an die jeweiligen Zielgruppen angepasst werden muss.

4.2.11 Ownership

Wellins und Concelman (2005a, S. [1]) benutzen den Ausdruck „job ownership“ als Beschreibung für Engagement. Auch Robinson et al. (2004, S. 7) sprechen von Engagement als „an employee’s personal state of [...] ownership“. Für Wenger (1998, S. 203) kann Engagement „a vehicle for sharing ownership and meaning“ sein.

Laut Axelrod (2000, S. 198) kann Ownership durch das Miteinbeziehen von zusätzliche Menschen aus verschiedenen Bereichen („widening the circle“) erreicht werden, was wiederum erhöhte „adaption, innovation, and learning“ zur Folge hat (S. 198). Auch das NAO (2006, S. 76) empfiehlt die Schaffung von „a sense of shared ownership“. Simon (2010, zit. in Zlodi & Ivanjko 2013, S. 205) weist auch darauf hin, dass „the amount of ownership, control of process, and creative output“, der Dritten gegeben wird, entscheidend für „participatory project types“ sind. Laut Ridge (2011) kann Ownership (und Pride) dadurch gewonnen werden, dass die Leute dazu animiert werden „to participate in meaningful work“. Diese immateriellen Werte können laut Ridge (2011) genauso wichtig sein wie die geschaffenen Inhalte selbst. Beim Vorhandensein von Ownership werden Menschen zu „committed reformers“: Sie arbeiten mit mehr Energie, mehr Anstrengung und Kreativität (Smythe 2007, S. 111).

4.2.12 Relationship

„Meaningful“ Engagement entsteht laut Jeffery (2009, S. 8) dann, wenn eine Organisation eine Beziehung mit ihren Stakeholdern aufbaut und dient so als Mittel um den Wandel sowie dessen Veränderungen als auch die organisatorische Leistungsfähigkeit zu managen. Marcum (1999, S. 46) ist so beispielsweise der Ansicht, dass es sich beim Engagement-„mindset“ um ein Modell handelt „for cultivating mutually beneficial working relationships“. Bebbington et al. (2007, S. 364) sprechen auch von „authentic“ Engagement, durch welches Menschen sich mit anderen Gruppen zusammenschliessen „to uncover common goals and shared truths“.

Dalsgaard et al. (2011, S. 227-228) sehen Engagement als Produkt von Relationships, namentlich Relationships von physischen, kulturellen, sozialen und inhaltlichen Elementen. Auch Hartnett (2011, S. 53) ist überzeugt, dass Engagement „is rooted in relationships“. Bei Engagement gehe es um „structuring and developing the relationship between an individual and your organisation“, so Visser und Richardson (2013, S. 45). Engagement selbst ist für Kahn (1990, S. 694) jedoch das Nutzen von „organization members‘ selves“ gegenüber ihrer Funktion und nicht zwingend der Organisation selbst. Hartnett (2011, S. 40) stellt jedoch fest, dass „approaches apparently use engagement as a one-way relationship, rather than transfer and sharing of knowledge through communicating with other people“. Sie kommt zum Schluss, dass Engagement „must be mutual“ (Hartnett 2011, S. 18). Im Kontext von Communities of Practice spricht Wenger (1998, S. 73) ebenfalls von „mutual engagement“, nimmt also auch eine Gegenseitigkeit an (Wenger 1998, S. 73). Auch Robinson et al. (2004, S. 9) sind der Meinung, dass eine „two-way relationship“ zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer nötig sei: Sowohl Arbeitgeber als auch Arbeitnehmer sind gefordert, damit sich in einer Organisation Engagement entwickelt und unterstützt werden kann. Jeffery (2009, S. 15) spricht ebenfalls von „two-way“ und versteht darunter die Möglichkeit Sichtweisen und Information auszutauschen, zuzuhören sowie Probleme anzusprechen. Smythe (2007, S. 182) bemerkt

jedoch, dass Literatur oft nur aus *einer* dieser Perspektiven geschrieben ist („management-centered perspectives“ bzw. „employee-centered perspectives“).

4.3 Vorteile von Engagement und Engagement-Facetten

4.3.1 Vorteile von Engagement

Auch wenn nicht klar ist, was Engagement genau ist, herrscht erheblicher Enthusiasmus in Bezug auf Engagement sowie dessen Vorteile (Robinson et al. 2004, S. 1). Die Vorteile für Organisationen, welche es schaffen, Engagement hervorzurufen, sind zahlreich, kommt Jeffery (2009, S. 27) zum Schluss. Unter anderem nennt er „enhanced reputation, strengthened capabilities, improved relations with regulators, better ability to mitigate risk, and potential access to new consumers, new product ranges and new business models“.

Laut Smythe (2007, S. 4) ist eine Folge von Engagement die höhere Kreativität sowie Produktivität. Hewitt Associates LLC (2006) sind von einem Zusammenhang von Engagement und Ertragskraft überzeugt, und zwar durch die höhere „productivity, sales, customer satisfaction, and employee retention“. Auch Smythe (2007, S. 4) und Robinson et al. (2004, S. 7) stimmen Letzterem zu und sind überzeugt, dass mehr Engagement zu weniger Mitarbeiterfluktuation führt.

Weist jemand Engagement auf, so handelt es sich tendenziell um „those who can be counted on to produce results, even in the face of great difficulties“ (McMaster 1996, S. 168). Und auch Robinson et al. (2004, S. ix) meinen, dass Engagement zur Bereitschaft führt „to go the extra mile“. Engagement kann nicht jedoch nur als „extra effort“ definiert werden, behaupten Macey und Schneider (2008, S. 15) und sind der Meinung, dass „engaged employees might exemplify behavior both qualitatively and quantitatively different from those less engaged“. So ist auch Kahn (1990, zit. in Macey & Schneider 2008, S. 15) der Ansicht, dass Engagement nicht einfach dazu führt „mehr“ zu machen, sondern es auch „anders“ zu machen. Smythe (2007, S. 4) ist ausserdem der Meinung, dass durch Engagement, vor allem in Bezug auf Mitarbeiter, der Effekt verhindert wird wie „Roboter“ zu arbeiten, sondern dazu führt, dass kritisch mitgedacht und aktiv teilgenommen wird.

Smythe (2007, S. 4) ist ausserdem der Meinung, dass Engagement auch dazu führt, dass Herausforderungen eher angenommen werden bzw. die Herausforderung sogar gesucht wird. Auch Koch (2001, S. 233, zit. in Michalik 2003, S. 10) schreibt Engagement einen ähnlichen Effekt zu: Engagement kann dazu führen, dass Personen „ausgetretene Pfade“ verlassen und damit zu Neuerungen gelangen. Dies passt zur Annahme von Robinson et al. (2004, S. ix), dass engagierte Menschen up-to-date sind in Bezug auf die laufenden Entwicklungen auf relevanten Gebieten. Laut McMaster (1996, S. 177) beinhaltet Engagement ausserdem die

Fähigkeit „to sense the presence of something before it is well formulated or completely thought out“. Engagement fördert also auch Innovation und somit eine Zukunftsorientierung (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303). Macey und Schneider (2008, S. 26) sind daher überzeugt, dass „in a world that is changing both in terms of the global nature of work and the aging of the workforce (Erickson 2005), having engaged employees may be a key to competitive advantage“. Auch Macey und Schneider (2008, S. 26) sehen in Engagement einen Wettbewerbsvorteil.

Sind die Mitarbeiter engagiert, *wollen* die Menschen einen Beitrag leisten den Wandel mit zu gestalten, welcher die Organisation aber auch ihre Arbeit positiv beeinflusst (Smythe 2007, S. 27). Er spricht von einer Fähigkeit, mit welcher Leute, das Beste aus sich und im gleichen Zug auch für die Kollegen und Organisation herausholen (Smythe 2007, S. 30). So arbeiten engagierte Mitarbeiter für einen „overall organizational benefit“, um zu garantieren, dass „organizational strategies get implemented as planned“ (Uphadayay & Palo 2011, S. 90). Engagierte Mitarbeiter „believe in the organisation“ und haben den Wunsch Dinge durch ihre Arbeit zu verbessern (Robinson et al. 2004, S. ix). Auch Saks (2006, S. 613) erkennt bei engagierten Mitarbeitern eine „high-quality relationship with their employer“, was wiederum zu positiveren „attitudes, intentions, and behaviors“ führt.

Ein weiterer Vorteil von Engagement sei ausserdem, dass mit Freude gearbeitet wird und dadurch die Arbeit mit Kollegen oder Drittpersonen angenehmer wird (Smythe 2007, S. 4), unter anderem da Engagement bewirke, Mitarbeitenden gegenüber mit Respekt gegenüberzutreten (Robinson et al. 2004, S. ix). Auch die Hilfsbereitschaft steigere sich durch Engagement (Robinson et al. 2004, S. ix). Engagierte Menschen „make other people's change their own“, womit das Interesse an anderen bzw. an der Zusammenarbeit mit diesen wächst (Smythe 2007, S 4).

Engagement sei ausserdem ein notwendiges Element für Erfolg, sind sich Biehl (2007, zit. in Hartnett 2011, S. 36) sowie Hales (1993, zit. in Hartnett 2011, S. 36) einig. Czerniawska (2007, S. 41) ist überzeugt, dass das Ausmass von Engagement den Erfolg eines (Consulting-) Projekts bestimmt. Der Wert von Engagement ist nicht greifbar („tangible“), schliesst Hartnett (2011, S. 197), jedoch wertet Engagement Projekte auf (NAO 2006, S. 3). Ist Engagement innerhalb eines Projektteams entstanden, spricht dies so für eine erfolgreiche Implementierung, meint das NAO (2006, S. 19). Ist Engagement vorhanden, wird der persönliche Einsatz gesteigert und eine verbesserte Performance ist garantiert (NAO 2006, S. 3; Uphadayay & Palo 2011, S. 90). Kommt es zu einer Kultur von beständigem Engagement, maximiert dies „the take up of the service, and continually drives improvements to business processes“ (NAO 2006, S. 16). Axelrod und Axelrod (2001, S. 303) sind überzeugt, dass Barrieren und Hürden wie Teilnahmslosigkeit und Widerstand mittels Engagement durch Energie und Hingabe ersetzt werden können. Axelrod (2000, S. 36) weist darauf hin, dass

Engagement auch dazu führen kann, effizienter zu arbeiten: *Mehr Engagement* zu schaffen kann für eine Organisation zielführender sein als *mehr Menschen* zu involvieren.

4.3.2 Vorteile von Engagement-Facetten

Auch unkombiniert, also nicht im ‚Engagement-Verbund‘, weisen die Facetten von Engagement diverse Vorteile auf. Die in Abschnitt 4.2 *Facetten von Engagement* bereits angedeuteten Vorteile werden im Folgenden nochmals kurz aufgegriffen und ausgeführt.

Dank Involvement wird effektiver und produktiver gearbeitet (Marcum 1999, S. 43) und freiwillig teilgenommen (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303). Es werden alternative Strukturen schneller angenommen (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303) und ausserdem Innovation (Axelrod 2000, S. 33) und eine schnellere Entscheidungsfindung (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303) gefördert.

Ist Commitment vorhanden, kann davon ausgegangen werden, dass eine Arbeit mit Freude ausgeführt wird und der Mitarbeitende einen Wert in seiner Arbeit sieht (Uphadyay & Palo 2011, S. 90). Die Facette kann Ursache für eine stärkere Bindung zur Organisation sein (Saks 2006, S. 602). Commitment wird ausserdem ein Einfluss auf geschäftsrelevante Faktoren wie z.B. prosoziales Verhalten zugeschrieben (Macey & Schneider 2008, S. 8), womit die Performance einer Tätigkeit gesteigert (Meyer et al. 1989, S. 155; Robinson et al. 2004, S. xi) oder die gesamte Performance einer Institution verbessert werden kann (Robinson et al. 2004, S. 10).

Participation führt dazu, dass die Arbeit als befriedigend wahrgenommen wird, das Gefühl talentiert zu sein gefördert werden kann und einem Mitarbeiter das Gefühl gibt, Teil von etwas Grösserem zu sein (Ridge 2011). Participation führt ausserdem zur Ausführung oder Schaffung von Dingen oder Inhalten (CASE 2011, S. [6-7]). Participation vieler wiederum steigert die Effizienz, da besonders bei Problemen eine schnellere Lösungsfindung erwartet werden kann (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303).

Motivation kann ebenfalls zu einer höheren Leistung führen (Wellins & Concelman 2005a, S. 1), unter anderem da die mit Motivation ausgeführten Tätigkeiten nicht als Arbeit empfunden werden (Zlodi & Ivanjko 2013, S. 203). Motives wiederum können als Grundlage für eine Zusammenarbeit (Dindler & Sejer 2009, S. 2) oder als Grund überhaupt erst teilzunehmen (Dindler & Sejer 2009, S. 8; Edmonds 2006, S. 307) dienen.

Democracy führt zu Vertrauen, fördert Kreativität und lässt Hingabe zu (Axelrod & Axelrod 2001, S. 301). Die Facette enthält grundlegende Prinzipien wie das Teilen von Information, das Recht auf Mitbestimmung, Fairness, Transparenz oder Gleichheit (Axelrod & Axelrod

2001, S. 301), um Menschen zu erlauben sich selbst auszudrücken innerhalb eines grösseren Systems wie einer Organisation (McMaster 1996, S. 171).

Trust führt zur Bereitschaft seine Ressourcen (z.B. Zeit und Energie) in eine Sache zu investieren (Axelrod & Axelrod 2001, S. xi), womit auch der Erfolg eines Projekts stark von Trust abhängt (Axelrod 2000, S. 35). Trust ist ausserdem die Grundlage für die Entstehung anderer Facetten wie beispielsweise Commitment (Axelrod & Axelrod 2001, S. xi), Connections (Suchy 2006, S. 2) oder Motivation (Jeffery 2009, S. 32).

Ist Satisfaction vorhanden, ist die Bereitschaft höher, einer Tätigkeit mehr Ressourcen wie Aufmerksamkeit oder Zeit zu widmen (Rothbard & Edwards 2003, zit. in Macey & Schneider 2008, S. 7). Satisfaction nimmt ausserdem grossen Einfluss auf andere Facetten wie Involvement oder Commitment, trägt aber auch generell zu einer besseren mentalen Verfassung bei (Little & Little 2006, S. 115). Besonders wenn Satisfaction in einer Organisation grossflächig vorhanden ist, hat dies einen positiven Einfluss auf die Leistung der ganzen Institution (Ostroff 1992, zit. in Little & Little 2006, S. 115).

Connection kann dazu beitragen, dass erfolgreiche Zusammenarbeit entstehen kann und ein erhöhter Informationsaustausch stattfindet (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303). Die Facette bildet eine Grundlage um von anderen lernen zu können (Axelrod 2000, S. 198) und trägt so zur Wissensbildung bei (Stuedahl & Morch 2011, S. 3). So kann sich auch mehr Verständnis für eine Sache entwickeln (Axelrod 2000, S. 198) und Prozesse können reibungsloser vonstattengehen (Axelrod 2000, S. 34). Connection kann ausserdem Kreativität fördern (Axelrod 2000, S. 33)

Die Bildung von Communities trägt dazu bei, dass durch das Netzwerk innerhalb einer Community Zugang zu anderen gewährt ist (Wenger 1998, in Hartnett 2011, S. 58). Die Ergebnisse, welche von einer Community erreicht werden, werden ausserdem als bedeutender bzw. wertvoller eingeschätzt als die eines Einzelnen (Visser & Richardson 2013, S. 43). Die Ziele von Communities sind auf die Mitglieder bzw. deren Interessen abgestimmt, was den Willen sich zu beteiligen erhöht und die Zusammenarbeit stärkt (Axelrod & Axelrod 2001, S. 34).

Attention ist essentiell und bringt Menschen dazu, sich mit einem Thema oder Projekt zu befassen (Visser & Richardson 2013, S. 29).

Ownership kann entscheidend sein für Projekte (Simon 2010, zit. in Zlodi & Ivanjko 2013, S. 205), da diese Facette dazu führt, sich mit erhöhter Energie und Anstrengung zu beteiligen (Smythe 2007, S. 111). Ausserdem kann Ownership ebenfalls die Steigerung von Kreativität fördern (Smythe 2007, S. 111).

Relationships ermöglichen einen Austausch von beispielsweise Information oder Ansichten (Hartnett 2011, S. 40; Jeffery 2009, S. 15). Es handelt sich um ein gegenseitiges Verhältnis innerhalb einer Relationship, was bedeutet, dass die diversen Parteien voneinander profitieren können (Marcum 1999, S. 46).

4.4 Zusammenfassung Literature Review

4.4.1 Engagement

Die Engagement-Thematik erfährt immer mehr Aufmerksamkeit, sowohl in der Praxis als auch zunehmend in der Wissenschaft. Eine einheitliche Definition bzw. ein einheitliches Verständnis des Engagement-Begriffs existiert jedoch nicht, was unter anderem auf die disziplinäre Verwendung zurückzuführen ist. Auch innerhalb der Disziplinen herrscht eine begriffliche Unsicherheit, so auch innerhalb des Gebiets des Employee bzw. Stakeholder Engagement. So wird Engagement in diesem Zusammenhang unter anderem als „Paradigma“ (Axelrod 2000, S. xiv), als „Kunst“ (Block 2000, S. 248), als „Prozess“ (McMaster 1996, S. 168; Little & Little 2006, S. 113), als „Phänomen“ (Hartnett 2011, S. 40; Little & Little 2006, S. 114), als „Philosophie“ (Smythe 2007, S. 5) oder „Strategie“ (Frank et al. 2004, zit. in Saks 2006, S. 615) bezeichnet. Die Literatur ist sich jedoch einig, dass Engagement ein essentieller und wünschenswerter Zustand ist.

Die meiste Aufmerksamkeit wird Employee bzw. Stakeholder Engagement als „psychological state“ geschenkt (Macey & Schneider 2008, S. 6). Der Begriff wird oft als ein Gebilde aus unter anderem affektiven, kognitiven und/oder haltungs- bzw. verhaltensbezogenen Komponenten beschrieben, wobei die Gewichtung dieser Komponenten sich von Definition zu Definition unterscheidet. Engagement wird ausserdem häufig als positiver Einfluss auf „change“ oder „role performance“ genannt und kann deshalb von Managern oder Consultants als Instrument bei beispielsweise der Durchführung von Projekten angewendet werden. Das Erreichen von Engagement wird jedoch als Herausforderung, die mit Arbeit verbunden ist, gesehen.

Im Gegensatz dazu wird Engagement im Kultursektor - in der Regel Audience oder Visitor Engagement - bisher jedoch fast ausschliesslich als physische Präsenz interpretiert und nur selten als „psychological state“.

4.4.2 Facetten von Engagement

Engagement wird mit einer Vielzahl von Facetten in Verbindung gebracht wie z.B. Involvement, Commitment, Participation, Motivation und Motives, Democracy, Trust, Satisfaction, Connection, Community, Attention, Ownership oder Relationship.

Wie die Facetten genau mit Engagement zusammenhängen ist ungeklärt, es kann lediglich festgestellt werden, dass sie in irgendeiner Form mit Engagement verbunden sind. So werden die Facetten unter anderem auch als Dimensionen, Layer, Komponenten, Konzepte, „drivers“, Prinzipien, Zustände, Bedingungen, Ursachen, Voraussetzungen, Folgen oder Konsequenzen bezeichnet.

Die unklare Funktion der Facetten wird darauf zurückgeführt, dass es sich bei Engagement um ein dynamisches, selbsterhaltendes System handelt, in welchem sich die Facetten gegenseitig auslösen bzw. so voneinander abhängen, dass Ursachen und Konsequenzen nicht mehr voneinander zu trennen sind.

4.4.3 Vorteile von Engagement und Engagement-Facetten

Die Vorteile von Engagement sind zahlreich und stellen einen klaren Wettbewerbsvorteil dar. So wird Engagement ein positiver Einfluss zugeschrieben in Bezug auf Kreativität, Produktivität, Performance, Effizienz, Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterfluktuation, Durchhaltevermögen bei schwierigen Aufgaben, Verhaltensweisen gegenüber anderen, Stärkung persönlicher Fähigkeiten, verbesserte Beziehungen, Innovation, aktive Teilnahme an Prozessen, Bereitschaft Herausforderungen anzunehmen, Eigeninitiative, Hilfsbereitschaft, Glaube an die Organisation und ihre Tätigkeit oder auch erfolgreiche Durchführung von Veränderungen („change“) bzw. von Projekten.

Auch den Facetten werden zahlreiche Vorteile zugeschrieben. Dazu gehören unter anderem die Steigerung von Effektivität und Produktivität, bessere Performance, Innovation, beschleunigte Entscheidungs- und Lösungsfindung, Freude an der Arbeit, Stärkung der Bindung an die Organisation, Kreativität, erfolgreichere Zusammenarbeit, erhöhte Wissensbildung oder Schaffung von Verständnis. Aufgrund dieser Qualitäten stellen die *Facetten selbst* einen Vorteil von Engagement dar. Folglich sind Involvement, Commitment, Participation, Motivation und Motives, Democracy, Trust, Satisfaction, Connection, Community, Attention, Ownership oder Relationship ebenfalls Vorteile, welche mittels Engagement erreicht werden können.

5 Zusammenfassung von WiR und Engagement

Engagement ist allgegenwärtig innerhalb der Wikimedia Bewegung. Diverse der im vorangehenden Abschnitt genannten Facetten bzw. deren Ausprägungen gehören ausserdem zu den grundlegenden Prinzipien und Werten der Wikimedia, z.B. Beitragen und Teilnehmen (Stegbauer 2009, S. 279; Wikipedia 2014g), Offenheit (Wikimedia Foundation 2010; Wikipedia 2014g), demokratische Werte (O’Sullivan 2009, S. 86; Stegbauer 2009, S. 279), Dialog (O’Sullivan 2009, S. 86; Wikipedia 2014g), Ausrichtung auf die Zukunft (Wikipedia 2014g) oder Freiwilligkeit (Wikimedia Foundation 2014). Ausserdem ist es die Mission der Wikimedia „to empower and *engage* people“ (Wikimedia Foundation 2010, Hervorhebung durch die Verfasserin) zur Sammlung, Zurverfügungstellung und Verbreitung von Wissen. Engagement ist also ein fundamentaler Bestandteil der Wikimedia und ihrer Projekte sowie der dazugehörenden Community. Zu letzterer zählen auch Wikipedians in Residence.

Die Fähigkeiten von Engagement sind unabhängig vom Inhalt (Block 2000, S. 265) und demnach auf jede Art von Arbeit oder Projekt übertragbar. Folglich kann Engagement auch im Rahmen eines WiR-Projekts entstehen. Während in der Wikimedia durch ihre Prinzipien und Werte sowie der Bottom-up Struktur der Organisation Engagement gefördert wird (vgl. Axelrod 2000, S. 34), ist die Erzeugung von Engagement in den von Top-Down Hierarchien geprägten GLAM Institutionen (Radice o.D., S. 1-2) eine grössere Herausforderung.

Mit der Anstellung von WiR öffnen sich GLAM automatisch auch der Wikimedia sowie deren Mission und Prinzipien, welche die Förderung von Engagement ermöglicht und erleichtert. Der WiR legt den Grundstein für die Zusammenarbeit zwischen der Wikimedia und GLAM und wird somit zum Vermittler der Engagement fördernden Prinzipien.

Im folgenden Abschnitt soll gezeigt werden, wie ein WiR Engagement in GLAM mittels WiR-Tätigkeiten hervorrufen, fördern oder unterstützen kann. Dazu werden anhand von Praxisbeispielen vergangener oder laufender WiR-Projekte die identifizierten Engagement-Facetten mit den Tätigkeiten aus dem Alltag eines WiR in Verbindung gebracht. Es wird dabei angenommen, dass der Nachweis der Facetten das Vorhandensein von Engagement belegt. Anschliessend werden die Vorteile aufgeführt, welche für das WiR-Projekt oder die GLAM durch Engagement und seine Facetten entstehen.

5.1 WiR-Format und Engagement in der Praxis

Im Folgenden werden die Engagement-Facetten mittels Beispielen aus der Praxis mit dem WiR-Modell in Verbindung gebracht. Bei den gewählten Praxisbeispielen handelt es sich um die WiR-Projekte des British Museum, des Children’s Museum of Indianapolis, der National Library of Scotland und der Archives of American Art. Ergänzend werden auch die Projekte des Museu Picasso de Barcelona und der British Library erwähnt sowie ein WiR-Projekt aus

den Niederlanden. Die Facetten werden in diesem Abschnitt in derselben Reihenfolge behandelt wie auch in der Theorie, welche in Abschnitt 4.2 *Facetten von Engagement* zu finden ist. Da die Facetten untereinander zusammenhängen, ist eine strikt getrennte Behandlung der Facetten nicht möglich, weshalb mehrfach auf ein Praxisbeispiel einer anderen Facette verwiesen wird.

5.1.1 Involvement

Involvement im Sinne von „working with others“ (Axelrod et al. 2004, zit. in Hartnett 2011, S. 43) ist eine Hauptaufgabe und ein Grundprinzip des WiR-Formats, insbesondere wenn es um die Zusammenarbeit mit den Angestellten geht, aber auch mit Wikimedians oder dem Publikum der GLAM (Wikimedia Outreach 2014f).

Der WiR kann auch dafür sorgen, dass ein „Gefühl“ des Involviertseins (vgl. Hartnett 2011, S. 18) bzw. „a state of involvement“ (vgl. Upadhyay & Palo 2011, S. 90) bei den GLAM-Mitarbeitenden entsteht, indem sie eine aktive Rolle im Projekt vom WiR zugeteilt bekommen: Er kann dafür sorgen, dass die diversen Parteien oder Abteilungen *direkt* miteinbezogen werden (vgl. NAO 2006, S. 51). So haben zum Beispiel die Kuratoren im British Museum mitbestimmt, welche Themengebiete, zu welchen das Museum Sammlungen besitzt, in der Wikipedia verbessert und aufgewertet werden sollten (Wyatt 2011b). Im Children’s Museum of Indianapolis war es ebenfalls ein Kurator, der die Bilder auswählte, welche der Wikimedia übergeben wurden (Wikimedia Outreach 2012b).

Der WiR kann auch dafür sorgen, dass Vorgesetzte diese Involvierung zumindest fördern (vgl. Robinson et al. 2004, S. xi) oder sogar selbst involviert sind. Ein WiR organisierte, dass der Direktor der Archives of American Art die Teilnehmer eines Edit-a-thons zu Beginn des Events begrüßte und so seine Unterstützung für das Projekt öffentlich kundtat (Wikimedia Outreach 2012a). Oft gelingt es den WiR jedoch auch leitende Angestellte direkt zu involvieren: Im Children’s Museum of Indianapolis war die Leiterin der Abteilung Web and Emerging Media aktiv bei der Planung von internen Kampagnen und Events zur Promotion des WiR-Projekts beteiligt (Wikimedia Outreach 2012c). Ebenfalls in Indianapolis brachten sich auch der „director of collections“ sowie „head registrar“ ein, als es um die Selektion von Bildern ging, welche der Wikimedia gespendet werden sollten (Wikimedia Outreach 2012b).

Der WiR kann sicherstellen, dass von Beginn an alle Parteien involviert sind und kann so effizientere Prozesse ermöglichen (vgl. Axelrod & Axelrod 2001, S. 302). Um sicherzustellen, dass alle Mitarbeitenden des Children’s Museum of Indianapolis über das WiR-Projekt informiert wurden, wurde das WiR-Format während eines „monthly President’s Coffee staff

meeting“ der gesamten Belegschaft vorgestellt und eigens eine Kampagne organisiert, um die Mitarbeiter genauer zu unterrichten (WikimediaOutreach 2012c).

Der WiR ist der ‚Drahtzieher‘ für die Involvierung von diversen Parteien, wobei er nicht nur Fachpersonal (wie Kuratoren oder Archivare), sondern auch „new voices“ (vgl. Axelrod 2000, S. 33) von „various ‚publics““ (vgl. Bebbington et al. 2007, S. 360) dazu einlädt dem „Kreis“ beizutreten (vgl. Axelrod & Axelrod 2001, S. 302). Er kann somit „hundreds, even thousands“ ansprechen und potentiell involvieren (vgl. Axelrod 2000, S. 33): Amateure oder Interessierte, Wikimedians, Studenten, Besucher (Crockford 2014). Aber auch umgekehrt führt er die GLAM Institution als neue ‚Partei‘ in die Wikimedia ein: Der WiR kann beispielsweise Mitarbeitende und Wikimedia direkt zusammenführen, zum Beispiel indem er Kuratoren hilft User Accounts zu erstellen und ihnen das Editieren beibringt, wie es z.B. im British Museum der Fall war (Wyatt 2010c).

Involvement, das auch als Urteil der Mitarbeitenden über die „satisfying abilities of the job“ (May et al. 2004, S. 12) definiert wird, kann durch einen WiR beeinflusst werden, indem er die beispielsweise ihrer Arbeit nachhaltige Relevanz verleiht und somit auch Satisfaction erreicht. So machte der WiR im Children’s Museum of Indianapolis die Kuratoren darauf aufmerksam, dass die recherchierten Inhalte für eine Ausstellung - und darüber hinaus Recherchiertes, das nicht Eingang in die Ausstellung gefunden hatte - in die Wikipedia integriert werden und so (weiterhin) weltweit genutzt werden können (Byrd Phillips o.D.; Wikimedia Outreach 2013b).

Auch Involvement mit der Sammlung bzw. den Objekten selbst (vgl. Bitgood o.D., S. 10) kann durch einen WiR unterstützt werden, in dem er Veranstaltungen organisiert, an denen er vor allem Besuchern erlaubt, sich genauer mit den Ausstellungstücken auseinanderzusetzen. In diesem Zusammenhang werden oft Backstage Pass Events organisiert, also Führungen ‚hinter den Kulissen‘, meist gefolgt von einem Edit-a-thon (vgl. z.B. Stierch 2011, Wikimedia Outreach 2012c, Wyatt 2010c). Durch diesen direkten Zugang zu den Objekten kann es leichter fallen, „affective involvement“ (vgl. Bitgood o.D., S. 10) zu entwickeln. Aber auch allein durch das Arbeiten an einem Wikipedia-Artikel zu einem Ausstellungsstück oder Dokument kann Involvement mit dem Objekt entstehen, wie der WiR im Children’s Museum of Indianapolis feststellte (Wikimedia Outreach 2012c).

5.1.2 Commitment

Ein WiR trägt auch dazu bei, dass Commitment entsteht und sorgt für ein Kontinuum, das von passiver Akzeptanz bis zu aktivem Involvement reicht (vgl. Axelrod 2000, S. 133). Zur Akzeptanz gehört beispielsweise die Förderung von Verständnis für das WiR-Projekt selbst, jedoch auch für Wikimedia und deren Mission allgemein. Zum Zweck dieses „in-house outreach“ (Stierch 2011) wurden beispielsweise in den Archives of American Art Präsentationen, „lectures“ oder Events wie „brown lunch bag talks“ organisiert (Stierch 2001).

Bei Präsentationen ist eine Aufgabe das Verständnis für die Wikipedia zu fördern und to „change attitudes and perceptions“: Eine zweifelnde oder sogar feindliche Haltung der Wikimedia gegenüber ist in eine positive Einstellung zu ändern (Crockford 2014). So wurde im Children’s Museum of Indianapolis zur Vorstellung des WiR-Projekts der ehemalige WiR des British Museum eingeladen, um sein abgeschlossenes und höchst erfolgreiches Projekt vorzustellen (Wikimedia Outreach 2012c). Durch das Aufzeigen der Möglichkeiten und den Erfolg dieses eher unkonventionellen Projekts kann der WiR Vertrauen gewinnen und Emotionen wie Hoffnung wecken und dadurch Commitment stärken (vgl. Block 2000, S. 263).

Emotionales Commitment kann auch durch unkonventionelle Settings unterstützt werden (vgl. Block 2000, S. 263), welche durch den WiR arrangiert werden können: Der WiR der National Library of Scotland organisierte z.B. einen Edit-a-thon während der Burns Night,²⁶ und zwar zur Bearbeitung von Artikeln schottischer Dichter. Laut Crockford (2014) handelte sich dabei um eines der beliebtesten und auch produktivsten Events des WiR-Projekts, wobei sie dies unter anderem auch auf den speziellen Zeitpunkt zurückführt.

Der WiR kann dabei helfen eine Bindung zur Organisation (Wikimedia bzw. die Thematik, die die GLAM behandelt) sowie zu den Menschen selbst (Wikimedians bzw. GLAM-Angestellte) zu fördern (vgl. Michalik 2003, S. 11; Saks 2006, S. 602). So wurde im Rahmen eines Edit-a-thons in den Archives of American Art zum Thema „Women in Science“ eine Führung organisiert, mittels welcher sich die Wikimedians mit der Thematik vertraut machen konnten (Stierch 2011). Während solcher Edit-a-thons haben GLAM-Personal und Wikimedians auch Zeit sich auszutauschen und „to get to learn each other“, was eine gute Möglichkeit bietet „mission and passion“ von Wikimedianer besser zu verstehen (Stierch 2011). Gleichzeitig kann bei diesen Events auch den Wikimedianern die ‚Ressource GLAM‘ näher gebracht werden und als ideale Quelle für Beiträge in der Wikimedia vorgestellt werden. Das gegenseitige Verständnis und Erkennen des gegenseitigen Nutzens beeinflusst die Einstellung gegenüber dem WiR-Projekt positiv und somit das Commitment (vgl. Saks 2006, S. 602).

5.1.3 Participation

Eine weitere Möglichkeit ist es, zu zeigen, dass es sich bei der Teilnahme am Projekt, tatsächlich um eine „*meaningful activity*“ (vgl. Handley et al. 2007, S. 181). handelt bzw. dafür zu sorgen, dass die Mitwirkenden es als eine solche empfinden. Der WiR kann beispielsweise Metriken verwenden bzw. Voraussetzungen schaffen, dass Werte erhoben werden können, um quantitative und qualitative Ergebnisse festzuhalten und zu kommunizieren. So konnte der

²⁶ Die Burns Night ist ein alljährlicher Anlass zu Ehren des Schottischen Dichters Robert Burns. Für weiterführende Information siehe: <http://www.scotland.org/whats-on/burns-night/> (15.07.2014).

WiR des British Museum nachweisen, dass sich die Qualität der Themengebiete in der Wikipedia, welche für das Museum relevant sind, verbessert werden konnte. Es konnte also aufgezeigt werden, dass durch den Aufenthalt des WiR eine Qualitätssteigerung stattfand. Er konnte ausserdem durch die erstellten Verlinkungen von der Wikipedia zur Website des Museums auch einen Anstieg des Traffics auf der Website des Museums nachweisen (Wikipedia 2013b). Die hohe Nutzung zeigt, dass die Arbeit durchaus von Bedeutung ist und eine Nachfrage besteht (Wikipedia 2013b; Wyatt 2011b). Das Aufzeigen dieser weitreichenden Verwendung der Wikipedia-Artikel, was ebenfalls vom WiR erfasst wurde, kann auch dafür verwendet werden, den diversen Beteiligten das Gefühl zu vermitteln Teil von etwas Grösserem zu sein (vgl. Ridge 2011). Die GLAM werden von der Qualität des Geschaffenen, z.B. Wikipedia-Artikeln in der Regel positiv überrascht (Wyatt 2011b), so konnte ein WiR nach der Erstellung gewissen Zeit die Kuratorin im Museu Picasso de Barcelona allein durch die Qualität der geschaffenen Wikipedia-Artikel zur Participation überzeugen (Hinojo 2011).

Der WiR kann hierbei dafür sorgen, dass sich die Parteien aktiv beteiligen und nicht nur beobachten (vgl. Marcum 1999, S. 45), dass Kuratoren also beispielsweise auch selbst Mitglied bei der Wikipedia werden und Artikel editieren, wie es beim WiR-Projekt im British Museum mehrfach geschah (Cohen 2010).

5.1.4 Motivation und Motives

Die Motivation sich am Projekt zu beteiligen, ist sehr unterschiedlich. So machte der WiR des British Museum die Erfahrung, dass „old school curators“ hochmotiviert waren mitzuwirken (Wyatt 2011b), während der WiR in den Archives of American Art mit dieser Gruppe GLAM-Mitarbeiter mit dem Gegenteil zu kämpfen hatte (Stierch 2011). Der WiR muss die Motivation der diversen Parteien kennen, um diese gezielt ansprechen zu können (vgl. Jeffery 2009, S. 33). So kann er beispielsweise einem Kurator darlegen, dass er mittels WiR-Projekt seine Arbeit und sein Wissen relevanter machen kann, indem er es der Öffentlichkeit zur Verfügung stellt (Stierch 2011).

Auch extrinsische Motivation, also Anreize, können von WiR organisiert werden. Im British Museum wurde beispielsweise ein Preis ausgeschrieben für die Erstellung neuer „Featured Articles“,²⁷ welche in einem Zusammenhang mit dem Museum stehen. Die fünf Gewinner erhielten je einen Gutschein für den Museumsshop im Wert von £100 (Wikipedia 2013a).

WiR können dafür sorgen, dass Motive vorhanden sind, welche einen Startpunkt (vgl. Dindler & Sejer 2009, S. 2) bilden für die Zusammenarbeit. Im Zusammenhang mit WiR-Projekten werden daher oft die gemeinsame Mission und die geteilten Ziele genannt und als

²⁷ Für weiterführende Information siehe: http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Exzellente_Artikel (15.07.2014).

Ausgangspunkt genommen. So ist die Liam Wyatts Aussage „We are doing the same thing for the same reason, for the same people, in the same medium. Let's do it together“ in fast jeder Präsentation eines WiR zu finden (z.B. Crockford 2014). Es kann sich bei den Motiven nicht nur um persönliche Motive, sondern auch um die einer Institution handeln, welche jedoch wiederum von den Mitarbeitern vertreten werden. So kann einer GLAM Institution bzw. den Mitarbeitenden eine höhere Nutzung ihrer eigenen Onlinedienste in Aussicht gestellt werden durch eine Verlinkung mit der Wikipedia (Crockford 2014).

5.1.5 Democracy

Der WiR kann ausserdem sicherstellen, dass die Mitarbeiter nicht gezwungen werden mitzuarbeiten, in dem er Aufklärungsarbeit leistet und die Leute *überzeugt*, sodass sie aus freiem Willen mitarbeiten. Ein WiR kann so sicherstellen, dass nicht unter Zwang gearbeitet wird, sondern dass sich Mitarbeiter dazu entscheiden, freiwillig zu helfen (vgl. Axelrod & Axelrod 2001, S. 301). So haben beispielsweise diverse Angestellte für den Edit-a-thon in den Archives of American Art freiwillig und bereitwillig ihre Expertise und Erfahrung auf dem Gebiet angeboten (Wikimedia Outreach 2012a).

Die Wikimedia selbst basiert auf demokratischen Werten (O'Sullivan 2009, S. 86; Stegbauer 2009, S. 279). Indem der WiR Funktionen, welche die demokratischen Vorgänge unterstützen, der GLAM-Institution näher bringt und auch einsetzt, wird z.B. die Erstellung der Inhalte demokratisch gestaltet. Ein Beispiel sind die Talk oder Discussion Pages, auf welchen Anregungen vorgebracht oder Fragen zu einem Artikel gestellt werden können bzw. ein Artikel diskutiert werden kann. Diese Funktion wurde beispielsweise im Zuge der „one on one collaboration“ im British Museum eingesetzt (Wikipedia 2013b.). Der WiR fungierte als Vermittler und wies einem Wikimedianer, der ein spezielles Thema bearbeiten wollte, einen Kurator zu oder umgekehrt: Hatte ein Kurator ein Thema vorgeschlagen, das aus seiner Sicht bearbeitet werden sollte, versuchte der WiR einen Wikimedianer für das Thema zu begeistern. Da nur die wenigsten Kuratoren auch selbst Artikel editieren bzw. einen Account besitzen, vermittelt der WiR abseits von Wikimedia (z.B. via Mail) Fragen und Anregungen. Der Kurator kann dank des WiR so an der Feedback- und Diskussionskultur teilnehmen, sogar ohne selbst in der Wikimedia tätig zu sein (Wikipedia 2013c).

Der WiR kann ausserdem die Leitung der GLAM dazu bewegen, Inhalte zu demokratisieren, und allen Publika ihre Sammlungen zur Verfügung stellen (vgl. Fouseki & Vacharopoulou 2013, S. 7). So ist es beispielsweise dem WiR der National Library of Scotland innerhalb von acht Monaten gelungen, eine neue Policy betreffend Copyright der Bildmaterialien durchzusetzen, namentlich ein Lizenzmodell einzuführen, das sich mit den Lizenzbedingungen der Wikimedia vereinbaren lässt (Crockford 2014). Sie hebt dabei

besonders die Tatsache hervor, dass der „push“ *vor Ort* den Prozess massiv beschleunigt habe.

5.1.6 Trust

Zweifel seitens Klienten, hier die GLAM, kann Engagement blockieren (vgl. Block 1997, S. 31). Klare Argumente wie der gegenseitige Nutzen und andere Vorteile, die mittels WiR-Format generiert werden, sind nützlich, reichen allein oft aber nicht aus (vgl. Block 1997, S. 31), um „endorsement“ zu erlangen und so Akzeptanz und Aufnahme in die GLAM-Community zu ermöglichen (vgl. NAO 2006, S. 62). Um dies zu erreichen ist Trust nötig (vgl. NAO 2006, S. 63). Die Bildung von Trust ist eines der Hauptziele eines WiR-Projekts: Beim WiR-Projekt und dessen Erfolg handelt es sich um „a matter of trust“, meint auch Hinojo (2011). „The whole point is to build a relationship of trust“, so der ehemalige WiR des British Museum (Wyatt 2010b).

Workshops, Lectures, Präsentationen, Meetings oder Einzelgespräche sind ein häufiges Mittel von WiR, die während des Aufenthalts in der GLAM-Institution angewendet werden zur Bildung von Trust bzw. zum Abbau von Ängsten und Barrieren. Es seien jedoch vor allen die positiven Ergebnisse, welche die GLAM und ihre Mitarbeiter überzeugen (Stierch 2011), also die Qualität der Resultate. Das Vertrauen kommt neben der erhöhten Kollaboration auch beispielsweise über die Verlängerung der WiR-Projekte zum Ausdruck. So wurden die WiR Projekte der American Archives of Arts sowie des Children Museum's verlängert und im letzteren Fall sogar in eine Festanstellung umgewandelt (Byrd Phillips 2011; Stierch 2011).

5.1.7 Satisfaction

Der WiR kann auch auf der affirmativen und emotionalen Ebene arbeiten (vgl. Macey & Schneider 2008, S. 7; Towers Perrin 2003, S. 4). So kann er beispielsweise die Ergebnisse von Events oder Projekten selbst zusammenstellen und den Beteiligten zugänglich machen. So erstellte der WiR des British Museum eine umfassende Darstellung zum Erreichten, in welcher beispielsweise quantitative und qualitative Erhebungen, eine Auflistung der erstellten sowie verbesserten Artikel und durchgeführte Events aufgelistet sind (Wikipedia 2014c) (siehe auch Abschnitt 5.1.3 *Participation*). Der WiR kann auf diese Weise vorführen, dass das Projekt keine Zeitverschwendung, sondern erfolgreich ist oder war, und dass die Mitarbeiter durch ihre Zusammenarbeit mit dem WiR einen wichtigen Teil dieses Erfolgs und somit der Organisation sind. Dies wiederum kann zu Satisfaction führen (vgl. Towers Perrin 2003, S. 4).

WiR schaffen es auch immer wieder, Emotionen wie Enthusiasmus bei den GLAM-Angestellten zu erzeugen (vgl. Harter et al. 2002, S. 269; Macey & Schneider 2008, S. 7). So berichtet beispielsweise der WiR der Archives of American Art, dass Mitarbeitende „got the bug“ nach einem Edit-a-thon und begannen eigenständig Artikel zu editieren (Stierch 2011).

Im Children's Museum of Indianapolis war die Erzeugung von Enthusiasmus sogar eines der Hauptziele (Wikimedia Outreach 2012c). Der WiR stellte fest, dass vor allem die Kuratoren, welche in eine Vielzahl von WiR-Teilprojekten involviert waren, „became enthusiastic about gathering and sharing resources“ (Wikimedia Outreach 2012c.). Allein durch das Involvement entwickelten sie Enthusiasmus.

5.1.8 Connection

Der WiR hat die Rolle des „connectors“ inne (Forsyth 2014). Ein WiR kann auf die schon bestehenden Gemeinsamkeiten (Mission, Wissensverbreitung etc.) sowie auf geteilte Ziele hinweisen und nur durch das Bewusstsein derer eine gewisse Connection in der GLAM zur Wikimedia schaffen (vgl. Axelrod 2000, S. 198; Hartnett 2011, S. 168). Ein WiR arbeitet vornehmlich jedoch mit Menschen, welche Engagement entwickeln können im Gegensatz zu einer Organisation (vgl. McMaster 1996, S. 170). Der Fokus bei der Bildung von Connections liegt also hier weniger auf ‚Wikimedia und GLAM‘, sondern ‚Wikimedians und GLAM-Angestellte‘. Erst wenn diese konkrete Connection zwischen Menschen entstanden ist, kann auch eine Connection zwischen den Institutionen entstehen. Der WiR kann diese Zusammenkünfte, ob virtuell oder vor Ort, koordinieren. Er hilft dabei dieses Netzwerk (vgl. Hartnett 2011, S. 58) zu erstellen und assistiert, damit sich die Einzelpersonen so besser ins Gefüge des WiR-Projekts einordnen können (vgl. Axelrod 2000, S. 34). Die „one on one collaboration“ im British Museum ist ein gutes Beispiel dafür (siehe Abschnitt 5.1.4 *Democracy*).

„Recruiting and retaining innovative, creative individuals who are willing to engage with users and to embrace new technologies and modes of communication“ sind in Zukunft zwingend für GLAM (Connaway 2013, S. 6-7). Der WiR kann helfen eine Connection zu solchen „individuals“ aufzubauen. Der WiR des Children's Museum of Indianapolis half so, ein E-Volunteer Programm mitzuentwickeln, in welches auch die Wikimedia integriert ist (Byrd Phillips 2011).

Die Herstellung von persönlichem Kontakt ist für den WiR äusserst bedeutend: Der WiR als Koordinator kann so auch z.B. Ort, Zeit und Rahmen beeinflussen (vgl. Stuedal & Morch 2011, S. 3), in welchem Präsentationen gehalten oder Veranstaltungen organisiert werden. Für Präsentationen wird von den WiR eine lockere Atmosphäre gewählt wie ein Lunch Talk (Stierch 2011) bzw. „Lunch and Learn“ (Wikimedia Outreach 2012c). Wenn aussenstehende Wikimedians beteiligt sind, werden die Veranstaltungen, z.B. die Edit-a-thons der National Library of Scotland auf ein Wochenende verlegt (Crockford 2014) – also Wochentage, an welchen potentiell mehr Leute Zeit haben. Der WiR kann so die Connection und die Verlinkung

beeinflussen und sogar zu einem prägenden Erlebnis machen, wie beispielsweise der Edit-a-thon während der Burns Night (siehe Abschnitt 5.1.2 *Commitment*). Beide Gruppen können so Verständnis für die Denkweise der jeweils anderen Partei entwickeln (vgl. Axelrod & Axelrod 2001, S: 300), so können zum Beispiel Kuratoren oder Archivare die Motivation und Bedeutung der Wikimedia besser kennen lernen.

5.1.9 Community

Der WiR bedient sich bestehender Communities (Wikimedia und GLAM Community sowie assoziierte Organisationen), um eine neue Community zu bilden, welche aus Mitgliedern der anderen beiden Gruppen besteht. Der WiR bringt Menschen zusammen, die dabei helfen können, das Projekt erfolgreich werden zu lassen (Crockford 2014). Wer diese Personen sind, hängt von der GLAM-Institution sowie deren Angestellten und dem Ziel des Aufenthalts oder Teilprojekts ab. Eine Bildspende beispielsweise beinhaltet mehr rechtliche Probleme und folglich eine engere Zusammenarbeit mit der Rechtsabteilung als beispielsweise das Editieren eines Wikipedia-Artikels (Crockford 2014).

Ein grosser Teil der Arbeit ist dabei auch, dass die GLAM Institutionen dazu gebracht werden „to let go“ (Stierch 2011) und ihre Institution einem breiteren Kreis öffnen (vgl. Wenger 1998, zit. in Hartnett 2011, S. 58). So kann der WiR bei Crowdsourcing-Aspekten behilflich sein: Der WiR kann Crowdsourcing, z.B. in Form von E-Volunteer Programmen (Byrd Phillips 2011) erarbeiten und so die Wikimedia-Community als „integral part“ etablieren (Oomen & Aroyo 2011, S. 147). Es handelt sich jedoch weniger um eine anonyme Crowd, sondern eben um eine Community bestehend aus nur einigen, wenigen GLAM-Externen und -Internen, also GLAM-Professionelle sowie interessierte Freiwillige, die der WiR zu einer Community zusammenführt (vgl. Haythornewaite 2009, S. 2; Owen 2013, S. 121). Bei der Wikipedia gibt es ebenfalls eine verhältnismässig kleine Community, welche das Rückgrat der Organisation bildet und so die Qualität sichert (Pripic & Shukla 2013). Der WiR hilft dabei, an den richtigen Stellen anzusetzen und so eine „critical mass“ zusammenzutreiben (vgl. Haythornewaite 2009, S. 2), die bereit ist Ressourcen wie Zeit oder Wissen zu teilen. So waren bei Edit-a-thons in der National Library of Scotland in der Regel nur etwa fünf bis sechs Wikimedians sowie wenige GLAM-Mitarbeiter beteiligt (Crockford 2014).

Auch innerhalb der Organisation kann eine GLAM-Community gebildet werden, indem sich ein gewisser Teil der Organisation dem Projekt widmet und zusammen mit dem WiR neue Normen, Strukturen oder Prozesse (vgl. Haythornewaite 2009, S. 2) entwickelt werden können. So wurde in den NARA ein „weekly Wikipedia staff meeting“ eingeführt, um sich austauschen zu können (Jordi 2014).

Laut Radice (o.D., S. 1) können digitale Technologien erhöhtes Engagement ermöglichen. WiR ist ein Format, das es GLAM erlaubt, digitale und interaktive Technologien einzuführen,

welche eine neue Art der Kommunikation darstellen und somit einen neuen Weg „to engage visitors“ im physischen Kontext (vgl. Dindler & Sejer 2009, S. 1). So haben sich beispielsweise in Barcelona und Indianapolis die Museen bereit erklärt, QRpedia²⁸ in das Museum zu integrieren; eine neue Art um mit Objekten und Audience umzugehen und Connection über ein neues Medium zu bilden (Byrd Phillips 2011; Hinojo 2011).

5.1.10 Attention

Ein WiR kann helfen diese Attention für das WiR-Projekt oder dessen Teilprojekte zu erzeugen. Es muss dabei jedoch gezielt vorgegangen werden (vgl. Connaway 2013, S. 2) und die diversen Gruppen (z.B. Studenten, Mitarbeitende, Praktikanten) müssen verschieden angesprochen werden, entsprechend ihrer Rolle und Hintergrund (vgl. Rothbard 2001, S. 656) oder ihrer persönlichen Werte (vgl. Bitgood o.D., S. 17). Während Manager eher an möglichen Resultaten (Klicks, Reichweite etc.) sowie der gesteigerten Relevanz und besserer Erfüllung des Auftrags der GLAM interessiert sind, sind Wikimedians oder Interessierte mit Backstage Passes und Führungen durch normalerweise nicht zugängliche Bereiche zu ‚ködern‘. Es werden Stimuli bzw. „Hooks“ verwendet, um persönliches Interesse zu wecken (vgl. Dindler & Sejer 2009, S. 2). In den Archives of American Art wurden so beispielsweise im Rahmen eines Edit-a-thons Objekte bzw. Dokumente gezeigt, welche normalerweise nicht zugänglich sind, um so „museum geeks“ anzulocken (Stierch 2011).

Manager und Angestellte „who are institutionalised“ verstehen alternative Vorgehensweisen oft nicht ohne „physically seeing it in action and, smelling the coffee“ (Smythe 2007, S. 106). Daher sind nicht nur Präsentationen ein wichtiges Mittel von WiR, sondern auch Workshops, welche es den GLAM-Angestellten erlauben, die Wikimedia ‚hands-on‘ selbst zu verstehen und erfahren, um so Attention sowie Interesse am Projekt bzw. der Wikimedia zu generieren. Der WiR der National Library of Scotland hat so regelmässige Workshops eingeführt, in welchem unter anderem der Gebrauch von Accounts, der Upload von Materialien oder die Editierfunktionen behandelt werden (Crockford 2014). Der WiR der British Library hielt über 50 Workshops innerhalb eines Jahres ab, wobei 100 der fast 400 Teilnehmenden Bibliothekpersonal waren (Gray 2013). Ein Ziel war dabei auch die Bildung von Attention gegenüber dem WiR-Programm (Gray 2013).

²⁸ QRpedia ist ein System im Mobilem Internet, das QR-Codes verwendet, um Anwendern – in diesem Fall Museumsbesucher – Wikipedia-Artikel in der mobilen Ansicht anzuzeigen. Das QRpedia-System verweist ausgehend von den Spracheinstellungen des verwendeten Geräts direkt auf die entsprechende Sprachversion des Wikipedia-Artikels. Für weiterführende Information siehe: <http://de.wikipedia.org/wiki/QRpedia> (16.07.2014).

5.1.11 Ownership

Im Bereich Ownership unterscheiden sich traditionelle GLAM-Arbeit und die Wikipedia: Die Prozesse der Produktion sowie Verbreitung von Wissen sind deutlich andere. Während bei GLAM traditionellerweise Experten Wissen rund um ihre Sammlungen produzieren und kontrollieren, fördert die Wikimedia „production and ownership of knowledge by the wider, non-expert public“ (Fouseki & Vacharopoulou 2013, S. 3). Der Gedanke von Kontrolle und Ownership bezüglich Zugang ist verbunden mit der Vorstellung, dass GLAM „holders of the power to govern knowledge“ sind (Fouseki & Vacharopoulou 2013, S. 7). Was jedoch benötigt wird sind „sharers“ und keine exklusiven Besitzer von Wissen (Fouseki & Vacharopoulou 2013, S. 7). In ihren Case Studies stellen Fouseki und Vacharopoulou (2013, S. 7) jedoch fest, dass GLAM noch einen langen Weg vor sich haben „until this idea is materialised“. Ein WiR übernimmt die Aufgabe die GLAM zu überzeugen „to let go“ (Stierch 2011) und ein „sharer“ zu werden. So ist es z.B. dem WiR der National Library of Scotland gelungen, eine neue Policy betreffend Lizenzierungen einzuführen (siehe Abschnitt 5.1.5 *Democracy*).

GLAM als „gatekeeper“ müssen Externen „on equal terms“ begegnen und also „power, skills and knowledge“ der Community übergeben (Blackwell & Scaife 2006, S. 63). Ein WiR kann zu diesem Schritt beitragen oder ihn beschleunigen, indem er den GLAM die Fähigkeiten, Kenntnisse sowie Wissen dieser externen Community klar macht und der GLAM Institution beibringt diese als Ressource zu schätzen. Hierzu werden die bereits erwähnten Workshops (siehe Abschnitt 5.1.10 *Attention*) und Präsentationen (siehe Abschnitt 5.1.2 *Commitment* und 5.1.8 *Connection*), Zusammentreffen der Communities (siehe Abschnitt 5.1.1 *Involvement* und 5.1.8 *Connection*) oder das Aufzeigen von bereits erbrachten Resultaten (siehe Abschnitt 5.1.3 *Participation*) verwendet.

Jedoch können bei GLAM bzw. deren Mitarbeitern auch Ownership für Artikel und Inhalte entstehen, bei welchen sie involviert waren; dies beobachtete ein WiR im Zusammenhang mit der Erstellung des Broad Ripple Park Carousel, ein Objekt im Children’s Museum of Indianapolis (Wikimedia Outreach 2012c).

5.1.12 Relationship

Ein WiR versucht eine nachhaltige Relationship aufzubauen zwischen Wikimedia und GLAM bzw. deren Communities (Wikimedia Outreach 2014g). Der WiR sorgt dafür, dass sich Teile der Communities durch beispielsweise die Thematik, also inhaltliche Elemente, zusammenfinden, worauf Relationships aufbauen können. So haben zwei WiR in den Niederlanden ein Meeting zum Thema „old maps“ organisiert, an welchem interessierte Wikimedians mit diversen Kuratoren und Collection Managern von Kartensammlungen in Kontakt kamen und haben somit eine mögliche Relationship initiiert (Wikimedia Outreach 2014d). Der WiR kann sicherstellen, dass sich eine „two-way relationship“ (vgl. Jeffery 2009,

S. 15; Robinson et al. 2004, S. 9) bildet, welche es beiden Parteien ermöglicht, sich aktiv zu beteiligen bzw. die Möglichkeiten schafft, dass Information und Sichtweisen ausgetauscht werden oder Probleme gemeinsam gelöst werden können (vgl. Smythe 2007, S. 182).

Auch im British Museum wurde die Bildung von Relationships „through a range of activities both internally and public-facing“ versucht zu erreichen (Wyatt 2010b). Darunter waren auch Veranstaltungen, in welchen sich die beiden Communities austauschen konnten sowie „break down some barriers and share expertise“ (Wyatt 2010b). So war das definierte Ziel des Backstage Pass Event im British Museum die Schaffung von „personal relationships between the two communities by simply being able to spend time talking about our mutual interest of sharing knowledge“ (Wyatt 2010c).

Jedoch sei es bei einem WiR-Projekt auch essentiell, eine Relationship mit dem Personal auf Senior Management Level herzustellen und sich dessen Unterstützung zu sichern (Donaldson 2011).

5.2 Vorteile für GLAM durch Engagement durch WiR

Dieser Abschnitt behandelt die Vorteile für GLAM *durch Engagement*, welche durch das WiR-Modell erzeugt werden. Die Vorteile, welche *durch das WiR-Format generell* entstehen, werden nicht behandelt. Das Engagement, welches WiR hervorrufen, kommt vor allem dem WiR-Projekt selbst zugute, kann sich aber indirekt auch auf Drittpersonen bzw. die GLAM-Institution auswirken.

5.2.1 Vorteile durch Engagement

Besonders in Bezug auf Projekte, wie es auch die Residenz eines WiR ist, beeinflusst Engagement den Erfolg massgebend (vgl. Biehl 2007, zit. in Hartnett 2011, S. 36; Hales 1993, zit. in Hartnett 2011, S. 36; PWC o.D., S. 5). Im Umkehrschluss heisst dies, wenn es dem WiR gelingt, Engagement zu fördern, minimiert er das Risiko eines negativen Ausgangs des Projekts. Gelingt es dem WiR Engagement zu erzeugen, wertet dies das Projekt massiv auf (vgl. NAO 2006, S. 3).

Sind Mitarbeiter mit Engagement an einem WiR-Projekt beteiligt, kann davon ausgegangen werden, dass diese gute Resultate erbringen, selbst wenn Schwierigkeiten oder Hindernisse auftreten (vgl. McMaster 1996, S. 168) wie beispielsweise rechtliche Probleme, Widerstand von Kollegen oder die (anfänglich) fehlende Vertrautheit mit der MediaWiki Software. Durch Engagement können Energie und Hingabe für eine Sache entstehen und so diese Ängste verdrängen (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303). Engagement kann auch den Glauben („belief“)

an die eigene Organisation stärken (Robinson et al. 2004., S. ix), wodurch eine starke Beziehung und positivere Einstellung zur gesamten GLAM entsteht (vgl. Saks 2006, S. 613).

Engagement steigert ausserdem die Produktivität (Smythe 2007, S. 4), was bedeutet, dass mit engagierten Teilnehmenden mehr erreicht werden kann. Dies ist besonders wichtig, wenn es sich um eine kurze Residenz eines WiR handelt. Durch Engagement kann das Ergebnis des Projekts oder der Teilprojekte nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ (vgl. Macey & Schneider 2008, S. 15) positiv beeinflusst werden. Ist Engagement vorhanden, besteht oft der Wunsch, Dinge besser zu machen (Robinson et al. 2004, S. ix), wovon wiederum das Projekt, aber auch die GLAM als Organisation sowie interne Prozesse profitieren (vgl. NAO 2006, S. 16).

Engagiert sich ein Mitarbeiter für die WiR-Tätigkeiten, bedeutet dies, dass er aus freien Stücken einen Beitrag leistet, was wiederum seine Arbeit direkt positiv beeinflusst (vgl. Smythe 2007, S. 27). Schafft es der WiR Engagement zu erzeugen, kann davon ausgegangen werden, dass mit Freude gearbeitet wird (vgl. Smythe 2007, S. 4), was sich beispielsweise auch auf die Zusammenarbeit mit Kollegen positiv auswirkt, indem die Kollaboration angenehmer wird (Smythe 2007, S. 4). Der Mitarbeitende versucht dabei nicht nur das Beste für sich herauszuholen, sondern auch für seine Kollegen und die GLAM-Institution generell (vgl. Smythe 2007, S. 30), wovon die gesamte Organisation profitiert, auch ohne dass weitere Mitarbeiter engagiert sind (vgl. Uphadyay & Palo 2011, S. 90).

Durch Engagement kann auch die Kreativität (vgl. Smythe 2007, S. 4) innerhalb eines WiR-Projekts gesteigert werden. So können GLAM-Mitarbeiter beispielsweise Ideen sowie Vorschläge einbringen und das Projekt aktiv mitgestalten. Insbesondere ist dies wertvoll, da die GLAM-Mitarbeiter den Vorteil besitzen, ihre Institution, Sammlungen und Fachgebiete besser zu kennen und in diesem Zusammenhang fachspezifischere bzw. ‚GLAM-bezogenere‘ Ideen liefern zu können als ein WiR.

Sind die Mitarbeiter engagiert, sind sie auch eher bereit, sich auf Neuerungen, wie die Zusammenarbeit mit der Wikimedia einzulassen (vgl. Koch 2001, S. 233, zit. in Michalik 2003, S. 10). Dadurch wird die Zukunftsorientierung und Innovation (vgl. Axelrod & Axelrod 2001, S. 303) der GLAM unterstützt.

Engagement kann das Projekt auch nachhaltig fördern, indem die Mitarbeiter *echtes* Interesse für die Wikimedia entwickeln (vgl. Smythe 2007, S. 4) und sich so pro-aktiv (vgl. Robinson et al. 2004, S. ix) über Entwicklungen und Tätigkeiten informieren. Dies wiederum befähigt dazu, Chancen zu erkennen (vgl. McMaster 1996, S. 177), z.B. für neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit und somit eine Erweiterung der Kollaboration.

Durch das Engagement mit neuen Parteien können auch neue Publika unterschiedlicher Art gewonnen werden (vgl. Jeffery 2009, S. 27), z.B. Wikimedians, welche sich online mit den

Objekten beschäftigen, diejenigen, welche durch eine Verlinkung von der Wikipedia auf die Website der GLAM gelangen oder Teilnehmer eines WiR-Events.

5.2.2 Vorteile der Engagement-Facetten

Involvement führt auch dazu, dass freiwillig am Projekt oder Teilprojekt teilgenommen wird (Axelrod & Axelrod 2001, S. 303), was wiederum dazu beiträgt, dass die Arbeiten innerhalb des Projekts effektiver sind und auch eine höhere Qualität der Tätigkeiten der Mitarbeitenden ergeben (Marcum 1999, S. 43). Involvement alleine kann auch zu einer erhöhten Innovation beitragen (Axelrod 2000, S. 33) und dazu führen, dass Alternativen, wie die unkonventionelle Verbreitung von Wissen via Wikimedia, schnell angenommen werden (vgl. Axelrod 2000, S.33; Axelrod & Axelrod 2001, S. 303).

Commitment kann Freude auslösen und so das WiR-Projekt zu einer angenehmen Erfahrung machen (vgl. Uphadyay & Palo 2011, S. 90). Die Facette beeinflusst auch Verhaltensweisen, z.B. gegenüber Mitarbeitenden auch ausserhalb des WiR-Projektes positiv (vgl. Macey & Schneider 2008, S. 8), was wiederum auf den Rest der Institution einen Einfluss hat (vgl. Macey & Schneider 2008, S. 8). Commitment alleine ist ausserdem in der Lage die Leistung eines Mitarbeiters (Meyer et al. 1989, S. 155; Robinson et al. 2004, S. xi), aber auch des gesamten Projekts oder sogar der ganzen Institution zu beeinflussen (Robinson et al. 2004, S. 10). Letzteres ist unter anderem auch möglich, da die Facette eine erhöhte Bindung zur Institution bewirkt (Saks 2006, S. 602).

Participation hilft dem WiR-Projekt zur Erstellung von quantitativen Ergebnissen, da die Facette besonders in der Schaffung von Inhalten einen hohen Einfluss hat (vgl. CASE 2011, S. [6-7]). Je mehr Menschen zu Participation bewegt werden können, desto schneller können auch Lösungen für Probleme gefunden werden, was die Effizienz des Projekts steigert (vgl. Axelrod & Axelrod 2001, S. 303). Generiert der WiR Participation, befriedigt er damit das menschliche Bedürfnis Teil von etwas Grösserem zu sein (vgl. Ridge 2011): dem Projekt selbst aber auch der weltweit genutzten Wikimedia.

Ist der WiR in der Lage intrinsische Motivation zu erzeugen, wird der Beitrag zum Projekt nicht mehr als Arbeit empfunden (vgl. Zlodi & Ivanjko 2013, S. 203), was wiederum zu einer erhöhten Leistung des Mitarbeiters führt (vgl. Wellins & Concelman 2005a, S. 1). Identifiziert der WiR ausserdem gemeinsame Motive und betont diese im Zusammenhang mit dem Projekt, erhöht dies die Chance, dass mehr Menschen sich von vornherein beteiligen (vgl. Dindler & Sejer 2009, S. 8; Edmonds 2006, S. 307).

Beachtet der WiR demokratische Werte bzw. gelingt es ihm, diese mindestens innerhalb des Projekts zu etablieren, schafft er damit die Möglichkeit, dass sich alle GLAM-Mitarbeitenden

einbringen können und eine Stimme haben (vgl. McMaster 1996, S. 71). Democracy trägt auch dazu bei, dass Fairness und Transparenz herrschen (Axelrod & Axelrod 2001, S. 301). Dies zusammen führt zu Vertrauen in und Hingabe für das WiR-Projekt (vgl. Axelrod & Axelrod 2001, S. 301).

Erzeugt der WiR Trust, schafft er damit auch eine Grundlage für andere Facetten und deren Vorteile. Trust in den WiR und seine Tätigkeit sind essentiell für den positiven Ausgang der Residenz (vgl. Axelrod 2000, S. 35).

Satisfaction innerhalb eines WiR-Projekts kann zu einem erhöhten Beitrag der Mitarbeitenden führen, da GLAM-Mitarbeiter bereit sind Zeit in die WiR-Teilprojekte zu investieren (vgl. Rothbard & Edwards 2003, zit. in Macey & Schneider 2008, S. 7). Je mehr Satisfaction in einer GLAM vorhanden ist, desto positiver ist auch die Leistung der ganzen Institution (vgl. Ostroff 1992, zit. in Little & Little 2006, S. 115).

Entsteht eine Connection zwischen WiR bzw. Wikimedia und GLAM, leistet dies einen Beitrag zur erfolgreichen Durchführung des Projekts (vgl. Axelrod & Axelrod 2001, S. 303). Die Facette erlaubt es, den GLAM-Angestellten von anderen, wie Wikimedianern, zu lernen (vgl. Axelrod 2000, S. 198; Stuedahl & Morch 2011, S. 3), was zu problemlosen Prozessen durch erhöhtes Verständnis führt (vgl. Axelrod 2000, S. 34). Mittels Connection können auch Netzwerke gebildet werden (vgl. Hartnett 2011, S. 58), was wiederum positive Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit des WiR-Projekts hat.

Findet sich in der GLAM eine Community zusammen, welche den WiR unterstützt, kann von einer hohen Beteiligung und Zusammenarbeit dieser Mitarbeitenden ausgegangen werden (vgl. Axelrod & Axelrod 2001, S. 34) und somit der Förderung des WiR-Projekts. Gelingt es dem WiR ausserdem die GLAM oder deren Mitarbeiter in die Wikimedian Community zu integrieren, kann die GLAM von den zusätzlichen, sich nicht in der GLAM selbst befindenden Institutionen, deren Mitgliedern und deren Einsatz profitieren.

Je eher es dem WiR gelingt Attention auf sein Projekt zu lenken, desto eher können GLAM-Mitarbeiter genauer darüber informiert und involviert werden. Diese Facette ist demnach besonders zu Beginn der Residenz von Nutzen.

Kann Ownership gegenüber dem Projekt oder den geschaffenen Inhalten erzeugt werden, erhöht sich die Anstrengung, mit welcher am Projekt gearbeitet wird (vgl. Smythe 2007, S. 111). Umgekehrt kann das Aufgeben von Ownership seitens der GLAM bewirken, dass mehr Menschen involviert werden und Inhalte weiter verbreitet werden können.

Der Aufbau von Relationships zwischen WiR, GLAM sowie deren Mitarbeiter und der Wikimedia kann ein WiR-Projekt positiv beeinflussen, indem mehr kommuniziert wird, also mehr Austausch zwischen den Beteiligten stattfindet (vgl. Hartnett 2011, S. 40; Jeffery 2009,

S. 15). Ansichten, Missionen und Ziele können einander durch Relationships näher gebracht werden (vgl. Hartnett 2011, S. 40; Jeffery 2009, S. 15).

5.3 Zusammenfassung Zusammenhang von WiR-Format und Engagement

Anhand nur weniger Beispiele aus der Praxis wurde gezeigt, dass alle Engagement-Facetten (und somit Engagement) durch ‚herkömmliche‘ WiR-Tätigkeiten wie Einzelgespräche, Präsentation, Workshops, Backstage Passes oder Edit-a-thons hervorgerufen, gefördert oder unterstützt werden können. Der WiR versucht Mitarbeitende, Besucher oder Wikimedians zu engagieren, also Engagement in ihnen hervorzurufen. WiR haben also nicht nur die Rolle eines Consultants inne, sondern auch die eines ‚Engagers‘.

Engagement sowie dessen Facetten, welche im Zusammenhang mit dem WiR-Format entstehen, können sich nicht nur auf das Projekt selbst, sondern auch auf die gesamte GLAM-Institution positiv auswirken. So kann zwischen projektbezogenen und gesamtorganisatorischen Vorteilen unterschieden werden.

Zu den projektbezogenen Vorteilen gehören unter anderem die erfolgreiche Durchführung des Projekts sowie der Teilprojekte, qualitativ hochwertige Resultate, Durchhaltevermögen, gesteigerte Energie und Hingabe, verbesserte Produktivität, quantitativ höherer Output, Förderung von Kreativität, erhöhte aktive Beteiligung oder erhöhter Arbeitseinsatz.

Zu den gesamtorganisatorischen Vorteilen zählen unter anderem Stärkung des Glaubens an die Organisation und ihre Tätigkeit, positivere Grundeinstellung, Stärkung der persönlichen Beziehung zur GLAM, Optimierung interner Prozesse, angenehmere Zusammenarbeit, stärkere Zukunftsorientierung und gesteigerte Innovation, Gewinnung neuer Publika oder Bildung von Netzwerken.

Der durch Engagement entstehende Nutzen für GLAM unterscheidet sich von anderen Vorteilen eines WiR-Projekts dahingehend, dass der Nutzen nicht den Auftrag oder die Mission der GLAM unterstützt, sondern der GLAM als wirtschaftlich funktionierende Institution und System von Menschen dient. Dieser Nutzen von Engagement stellt einen weiteren Vorteil und damit ein neuartiges Argument für GLAM dar die Zusammenarbeit mit einem WiR aufzunehmen.

6 Schlussteil

Im Folgenden wird Bezug auf die zu Beginn formulierten Ziele sowie die Fragestellung genommen und inwiefern diese erreicht bzw. beantwortet wurden. Ausserdem wird ein kurzer Ausblick auf die Thematik Engagement und WiR-Modell gegeben und einige Empfehlungen für ein weiteres Vorgehen werden aufgeführt.

6.1 Ziele und Fragestellung

Ziel der Bachelor Thesis ist es, den Engagement-Begriff zu beleuchten und charakterisieren und mit dem WiR-Modell in Verbindung zu bringen: Es soll anhand von Beispielen aus der Praxis gezeigt werden, wie WiR Engagement in GLAM hervorrufen, unterstützen und fördern können und welcher Nutzen daraus für die GLAM resultiert. Zur Erreichung dieses Ziels wurde folgende Fragestellung definiert:

1. Wie kann der Begriff *Engagement* charakterisiert werden? Welche Aspekte und Ausprägungen weist Engagement auf?
2. Wie kann Engagement durch WiR in GLAM hervorgerufen, unterstützt oder gefördert werden?
3. Welchen Nutzen hat dies für GLAM?

Das Ziel der Arbeit wurde erreicht und auf alle drei Fragen konnten Antworten gefunden werden, auch wenn die Fragen nicht abschliessend beantwortet werden konnten.

Frage eins wurde insofern beantwortet, dass Engagement als ein multidimensionales, mehrschichtiges Konstrukt charakterisiert werden konnte, für welches jedoch keine einheitliche Definition existiert. Die meiste Aufmerksamkeit wird Employee bzw. Stakeholder Engagement als „psychological state“ geschenkt. Der Begriff wird oft als eine Kombination aus unter anderem affektiven, kognitiven und/oder haltungs- bzw. verhaltensbezogenen Komponenten beschrieben. Im Gegensatz dazu wird Engagement im Kultursektor, in der Regel Audience oder Visitor Engagement, bisher jedoch fast ausschliesslich als physische Präsenz interpretiert und nur selten als „psychological state“. Engagement wird ausserdem mit einer Vielzahl von Facetten in Verbindung gebracht, von welchen Involvement, Commitment, Participation, Motivation und Motives, Democracy, Trust, Satisfaction, Connection, Community, Attention, Ownership und Relationship in der vorliegenden Arbeit genauer beschrieben wurden. *Wie* die Facetten mit Engagement zusammenhängen ist unklar, es kann lediglich festgestellt werden, *dass* sie in irgendeiner Form mit Engagement verbunden sind.

Frage zwei wurde beantwortet, indem anhand von Beispielen aus der Praxis gezeigt wurde, wie ein WiR Engagement in GLAM mittels WiR-Tätigkeiten hervorrufen, fördern oder unterstützen kann. Dazu wurden WiR-Tätigkeiten vergangener oder laufender WiR-Projekte in Verbindung mit den identifizierten Engagement-Facetten gebracht. Es konnte so gezeigt

werden, dass alle Engagement-Facetten und somit Engagement durch ‚herkömmliche‘ WiR-Tätigkeiten wie Einzelgespräche, Präsentation, Workshops, Backstage Passes oder Edit-a-thons hervorgerufen, gefördert oder unterstützt werden können. Somit haben WiR neben der Rolle des Consultants, auch die eines ‚Engagers‘ inne.

Frage drei wurde insofern beantwortet, dass Engagement sowie dessen Facetten, welche im Zusammenhang mit dem WiR-Format entstehen, sich auf das WiR-Projekt selbst, aber auch auf die gesamte GLAM-Institution positiv auswirken. So kann zwischen projektbezogenen und gesamtorganisatorischen Vorteilen unterschieden werden. Zu den projektbezogenen Vorteilen gehören unter anderem die erfolgreiche Durchführung des Projekts sowie der Teilprojekte, qualitativ hochwertige Resultate, Durchhaltevermögen, gesteigerte Energie und Hingabe, verbesserte Produktivität, quantitativ höherer Output, Förderung von Kreativität, erhöhte aktive Beteiligung oder erhöhter Einsatz. Gesamtorganisatorisch nützt Engagement den GLAM in Bezug auf Stärkung des Glaubens an die Organisation und ihre Tätigkeit, positivere Grundeinstellung, Stärkung der persönlichen Beziehung zur GLAM, Optimierung interner Prozesse, angenehmere Zusammenarbeit, stärkere Zukunftsorientierung und gesteigerte Innovation, Gewinnung neuer Publika sowie Bildung von Netzwerken.

Die verwendete Methode zur Erreichung der Resultate, eine Kombination aus Literature Review sowie Praxisberichten von WiR, hat sich als zielführend herausgestellt. Jedoch weist die Arbeit gewisse Einschränkungen auf.

Die verwendete Literatur war ungleichmässig verteilt: Es wurde mehr Literatur zur Thematik des Employee Engagement hinzugezogen als zur Thematik des Audience oder Cultural Engagement.

Die vorliegende Arbeit befasst sich ausserdem lediglich mit den Vorteilen von Engagement. Engagement als Konzept wird nicht in Frage gestellt oder kritisch betrachtet. Nachteile von Engagement wurden nicht behandelt. Zudem wurde auch nicht über die Folgen von Nichtvorhandensein von Engagement berichtet, die Folgen von Phänomenen wie *Disengagement* oder *Non-Engagement* also nicht beachtet. Dieses Vorgehen wurde jedoch bewusst gewählt aufgrund der Fragestellung der Arbeit, welche sich an die positiven Aspekte und Vorteile von Engagement richtet.

Auch wurden nur die Vorteile des WiR-Modells betont, mögliche Nachteile wurden nicht beschrieben. Im gleichen Zug wurden auch ausschliesslich erfolgreiche WiR-Projekte erwähnt und Probleme ausser Acht gelassen. Das WiR-Modell wurde absichtlich unkritisch dargestellt, hinsichtlich der Betonung der positiven Aspekte des WiR-Modells sowie deren Projekte.

6.2 Ausblick und Empfehlungen

Der Erfolg sowie die Nachhaltigkeit eines WiR-Projektes hängen stark mit dem Engagement der GLAM-Mitarbeiter zusammen. Der WiR unterstützt Faktoren (Facetten), welche kombiniert zu Engagement führen. Dadurch entsteht eine Reihe von Vorteilen, die das Projekt selbst, aber auch die ganze GLAM-Institution beeinflussen können. Es macht also durchaus Sinn, wenn einem WiR wie auch GLAM, Engagement als Phänomen bekannt und bewusst ist. Der WiR kann so seine Rolle als ‚Engager‘ wahrnehmen und aktiv versuchen Engagement hervorzurufen, zu fördern oder zu unterstützen. Der Ansatz verspricht einen Nutzen, der sich von anderen Vorteilen des WiR-Projekts abhebt, also eine vielversprechende, neue Perspektive auf das WiR-Modell und dessen Nutzen für GLAM wirft. Die Engagement-Thematik wurde in dieser Arbeit allerdings zum ersten Mal mit dem WiR-Format in Verbindung gebracht, der Zusammenhang und auch die Messung des Nutzens erfordern daher mehr Aufmerksamkeit.

Weiter könnte untersucht werden, ob sich die projektbezogenen Facetten bzw. Vorteile auch auf die ‚alltäglichen‘ Arbeiten der GLAM-Angestellten übertragen lassen können oder inwiefern die WiR-fernen Tätigkeiten beeinflusst werden.

Während die vorliegende Arbeit sich lediglich darauf konzentriert nachzuweisen, ob das WiR-Modell tatsächlich eine Verbindung zu Engagement hat und einen Nutzen für GLAM besteht, könnten in einem weiteren Schritt auch genauere qualitative und quantitative Aspekte beachtet werden, z.B. um wie viel sich die Performance von GLAM-Mitarbeitern steigert durch das WiR-Engagement oder wie GLAM-Mitarbeiter ihre Motivation oder Zufriedenheit vor und nach einem GLAM-Projekt einschätzen.

Der Engagement-Aspekt eines WiR-Aufenthalts könnte auch schon vor und während des Projekts betrachtet werden und nicht erst im Nachhinein, wie es in der vorliegenden Arbeit der Fall ist, um so genauere Information über die Auswirkungen von Engagement zu erhalten.

Umgekehrt könnten auch problembehaftete oder sogar gescheiterte WiR-Projekte und Teilprojekte genauer betrachtet und die Rolle von fehlendem Engagement mit Fehlschlägen innerhalb des Projekts und die Gefahr von gesamtorganisatorischen Nachteilen untersucht werden.

7 Quellenverzeichnis

- Alam, Sultana Lubna & Campbell, John (2012):** Crowdsourcing Motivations in a Not-for-Profit GLAM Context: The Australian Newspapers Digitisation Program. In *ACIS 2012: Location, location, location: Proceedings of the 23rd Australasian Conference on Information Systems 2012*, (S. 1-11). o.O: ACIS. Verfügbar unter: <https://dro.deakin.edu.au/eserv/DU:30049107/alam-crowdsourcingmotivations-2012.pdf> [19.07.2014].
- Alexa (o.D.):** *How popular is wikipedia.org?*. Verfügbar unter: <http://www.alexa.com/siteinfo/wikipedia.org?range=5y&size=large&y=t> [19.07.2014].
- Axelrod, Dick & Axelrod, Emily (2001):** The Engagement Paradigm: Changing the Way We Change Organizations. In *The Flawless Consulting: A guide to getting your expert used*, (S. 291-305). San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer.
- Axelrod, Richard H. (2000):** *Terms of Engagement: Changing the way we change organizations*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Axelrod, Richard H.; Axelrod, Emily M.; Beedon, Julie; Jacobs, Robert W. (2004):** *You Don't Have to Do It Alone: How to Involve Others to Get Things Done*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Barki, Henri & Hartwick, Jon (1989):** Rethinking the Concept of User Involvement. *MIS Quarterly*, **13** (1), 53-63. DOI: 10.2307/248700
- Baumruk, Ray (2004):** The missing link: the role of employee engagement in business success". *Workspan*, **47** (11), 48-52.
- Bebbington, Jan; Brown, Judy; Frame, Bob; Thomas, Ian (2007):** Theorizing Engagement: The Potential of a Critical Dialogic Approach. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, **20** (3), 356-381. DOI: 10.1108/09513570710748544
- Biehl, Markus (2007):** Success Factors for Implementing Global Information Systems. *Communications of the ACM*, **50** (1), 53-58. DOI: 10.1145/1188913.1188917
- Bitgood, Stephen (o.D.):** *An Attention Value Model of Museum Visitors*. o.O.: o.H. Verfügbar unter: http://informalscience.org/images/research/VSA_Bitgood.pdf [19.07.2014].
- Blackwell, Ian & Scaife, Sarah (2006):** Networks and Partnerships: Building Capacity for Sustainable Audience Development. In C. Lang, J. Reeve, V. Woollard (Eds.), *The Responsive Museum: Working with Audiences in the Twenty-First Century* [Google Books Version], (S. 61-74). Aldershot: Ashgate Publishing.
- Block, Peter (1997):** *Erfolgreiches Consulting: Das Berater-Handbuch*. Frankfurt: Campus Verlag.
- Block, Peter (2000):** *Flawless Consulting: A guide to getting your expert used* (2nd Ed.). San Francisco: Jossey-Bass/Pfeiffer.
- Brown, Emily & Cairns, Paul (2004):** A Grounded Investigation of Game Immersion. In *CHI '04 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, (S. 1297-1300). New York: ACM. DOI: 10.1145/985921.986048

- Brown, Steven P. (1996):** A meta-analysis and review of organizational research on job involvement. *Psychological Bulletin*, **120** (2), 235–255. DOI: 10.1037/0033-2909.120.2.235
- Burke (2011):** *Employee Engagement Surveys*. Verfügbar unter: <http://employeeersearch.burke.com/index.cfm?id=230&spgid=82> [27.05.2014].
- Byrd Phillips, Lori (o.D.):** @Wikipedia & @TCMIIndy [Blog]. Verfügbar unter: <http://hstryqt.tumblr.com/post/1295404628/wikipedia-tcmindy> [27.05.2014]
- Byrd Phillips, Lori (2012, 27. Januar):** Wikipedian in Residence: Two Years of Open Culture [Blog]. Verfügbar unter: <http://blog.okfn.org/2012/01/27/wikipedian-in-residence-two-years-of-open-culture> [12.04.2014].
- Byrd Phillips, Lori [Referentin] (2011):** *Wikipedia and the Museum: Lessons from Wikipedians in Residence* [Video]. Verfügbar unter: https://squirrel.adobeconnect.com/_a751959191/p6cb4z2yys1/?launcher=false&fcsContent=true&pbMode=normal [02.07.2014]
- Cancer Research UK (2014):** *Wikipedia and Cancer Research UK to take cancer information to the next level*. Verfügbar unter: <http://www.cancerresearchuk.org/about-us/cancer-news/press-release/wikipedia-and-cancer-research-uk-to-take-cancer-information-to-the-next-level> [12.04.2014].
- Causer, Tim & Wallace, Valerie (2012):** Building A Volunteer Community: Results and Findings from Transcribe Bentham. *Digital Humanities Quarterly* [Online], **6** (2). Verfügbar unter: <http://www.digitalhumanities.org/dhq/vol/6/2/000125/000125.html> [18.07.2014].
- Champion, Erik (2002):** *Cultural Engagement in Virtual Heritage Environments with Inbuilt Interactive Evaluation Mechanisms* [Conference Paper]. Verfügbar unter: http://www.temple.edu/ispr/prev_conferences/proceedings/2002/Final%20papers/Champion.pdf [19.07.2014].
- Chun Wing Newton, Kwan (2010):** *Stakeholder Engagement in Cultural Heritage Management in Hong Kong*. (Master Thesis). University of Hong Kong. Verfügbar unter: <http://hub.hku.hk/bitstream/10722/61032/3/FullText.pdf?accept=1> [19.07.2014].
- Cockrell, Cathy (2014, 25. Februar):** *Berkeley's Wikipedian-in-residence is a first*. Verfügbar unter: <http://newscenter.berkeley.edu/2014/02/25/berkeley-wikipedian-in-residence-is-a-first> [12.04.2014].
- Cohen, Noam (2010, 4. Juni):** Venerable British Museum Enlists in the Wikipedia Revolution. *New York Times*. Verfügbar unter: http://www.nytimes.com/2010/06/05/arts/design/05wiki.html?_r=2& [12.04.2014].
- Colbert, Amy E.; Mount, Michael K.; Harter, James K.; Witt, L. A.; Barrick, Murray R. (2004):** Interactive Effects of Personality and Perceptions of the Work Situation on Workplace Deviance. *Journal of Applied Psychology*, **89** (4), 599-609. DOI: 10.1037/0021-9010.89.4.599
- Connaway, Lynn Silipigni (2013):** Meeting the Expectations of the Community: The Engagement-Centered Library. In J. Janes (Ed.), *Library 2020; Today's Leading Visionaries Describe Tomorrow's Library* [Preprint]. Dublin: OCLC. Verfügbar unter: <http://www.conference->

center.oclc.org/content/dam/research/publications/library/2013/connaway-library2020.pdf
[19.07.2014].

- Cropanzano, Russell & Mitchell, Marie S. (2005):** Social exchange theory: an interdisciplinary review. *Journal of Management*, **31** (6), 874-900. DOI: 10.1177/0149206305279602
- Crockford, Ally [Referentin] (2014):** *Wikimedians in the Library: National Library of Scotland* [Video]. Verfügbar unter: <http://cds.cern.ch/record/1712179> [02.07.2014].
- Culture and Sport Evidence Programme, The (CASE) (2010a):** *The Culture and Sport Evidence (CASE) Understanding the Impact of Engagement in Culture and Sport A Systematic Review of the Research on the Learning Outcomes for Young People Participating in the Arts*. o.O.: CASE. Verfügbar unter: http://www.artscouncil.org.uk/media/uploads/case_systematic_review_arts_participation.pdf [19.07.2014]
- Culture and Sport Evidence Programme, The (CASE) (2010b):** *Understanding the drivers of engagement in culture and sport Summary report*. o.O.: CASE. Verfügbar unter: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/88444/CASE-Driverssummary-July2010.pdf [19.07.2014].
- Culture and Sport Evidence Programme, The (CASE) (2011):** *Evidence of What Works: Evaluated Projects to Drive up Engagement*. o.O.: CASE.
- Czerniawska, Fiona (2007):** Ensuring Sustainable Value from Consultants. *Emerging Issues in Management*, (1), 40-46. DOI: 10.4468/2007.1.05czerniawska
- Dalsgaard, Peter; Dindler, Christian; Halskov, Kim (2011):** Understanding the Dynamics of Engaging Interaction in Public Spaces. In P. Campos, N. Graham, J. Jorge, N. Nunes, P. Palanque, M. Winckler (Eds.), *Human Computer Interaction: INTERACT 2011: Proceedings of the 13th IFIP TC 13 International Conference, Lisbon, Portugal, September 5-9, 2011, Part II*, (S. 212–229). Berlin: Springer.
- Davenport, Thomas H. (1997):** *Information Ecology: Mastering the Information and Knowledge Environment*. New York: Oxford University Press.
- Dindler, Christian & Sejer Iversen, Ole (2009):** *Motivation in the Museum: Mediating between Everyday Engagement and Cultural Heritage*. o.O.: o.H. Verfügbar unter: <http://www.nodem.org/admin/wp-content/uploads/2012/06/motivationinthemuseum.pdf> [19.07.2014].
- Donaldson, David [Referent] (2011):** Wikipedia and the Museum: Lessons from Wikipedians in Residence [Video]. Verfügbar unter: https://squirrel.adobeconnect.com/_a751959191/p6cb4z2yys1/?launcher=false&fcsContent=true&pbMode=normal [02.07.2014].
- Durova; Witty Lama; Orderinchaos; Schindler, Mathias [Wikipedia User Names] (2009, 13. Juli):** Working with, not against, cultural institutions: Open Letter. *The Signpost*, (2009-07-13) [Online]. Verfügbar unter: http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wikipedia_Signpost/2009-07-13/Open_letter [16.04.2014].
- Edmonds, Ernest; Muller, Lizzie; Connell, Matthew (2006):** On Creative Engagement. *Visual Communication*, **5** (3), 307-322. DOI: 10.1177/1470357206068461

- Engelmann, Jan (2012, 19. Oktober):** Vom Ob zum Wie: Konferenz zum kulturellen Erbe [Blog]. Verfügbar unter: <http://blog.wikimedia.de/2012/10/19/vom-ob-zum-wie-konferenz-zum-kulturellen-erbe/> [19.07.2014].
- Erickson, T.J. (2005, 26. May):** Testimony submitted before the U.S. Senate Committee on Health, Education, Labor, and Pensions.
- Estermann, Beat (2013):** *Auftakt für OpenGLAM in der Schweiz*. Verfügbar unter: <http://opendata.ch/2013/09/auftakt-fuer-openglam-in-der-schweiz/> [27.05.2014].
- Ferriero, David S. (2013, 19. September):** Breaking New Ground Again [Blog]. Verfügbar unter: <http://blogs.archives.gov/aotus/?p=5179> [19.07.2014].
- Freeman, R. Edward (1984):** *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman.
- Forsyth, Pete (2014, 14. April):** Five things a Wikipedian in Residence can do [Blog]. Verfügbar unter: <http://wikistrategies.net/5-things-wikipedian-in-residence/> [19.07.2014].
- Fouseki, Kalliopi & Vacharopoulou, Kalliopi (2013):** Digital Museum Collections and Social Media: Ethical Considerations of Ownership and Use. *Journal of Conservation and Museum Studies*, **11** (1), 1-10. DOI: 10.5334/jcms.1021209
- Frank, Fredric D., Finnegan, Richard P.; Taylor, Craig R. (2004):** The race for talent: retaining and engaging workers in the 21st century. *Human Resource Planning*, **27** (3), 12-25.
- Frost, Ingo (2006):** Zivilgesellschaftliches Engagement in virtuellen Gemeinschaften? Eine systemwissenschaftliche Analyse des deutschsprachigen Wikipedia-Projektes. In *Wirtschafts- und Sozialwissenschaften*, Bd. 46. München: Herbert Utz Verlag. Verfügbar unter: <http://www.utzverlag.de/buecher/40609dbf.pdf> [19.07.2014].
- GLAM (2013):** In *Wikipedia*. Verfügbar unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/GLAM> [28.05.2014].
- Gray, Andrew (2013, 2. Mai):** Wikipedian in Residence: Conclusions [Blog]. Verfügbar unter: <http://britishlibrary.typepad.co.uk/digital-scholarship/2013/05/wikipedian-in-residence-conclusions.html> [19.07.2014].
- Hales, Mike (1993):** User Participation in Design - What It Can Deliver, What It Can't and What This Means for Management. In P. Quintas (Ed.), *Social Dimensions of Systems Engineering: People, Processes, Policies and Software Development*, (S. 215-235). New York: Ellis Horwood.
- Handley, Karen; Clark, Timothy; Fincham, Robin; Sturdy, Andrew (2007):** Researching Situated Learning: Participation, Identity and Practices in Client-Consultant Relationships. *Management Learning*, **38** (2), 173-191. DOI: 10.1177/1350507607075774
- Harter, James K.; Schmidt, Frank L.; Hayes, Theodore L. (2002):** Business-Unit-Level Relationship Between Employee Satisfaction, Employee Engagement, and Business Outcomes: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, **87** (2), 268-279. DOI: 10.1037//0021-9010.87.2.268
- Hartnett, Elizabeth Jean (2011):** *Cycles of Engagement: how public sector clients and their consultants engage on IT projects*. (PhD Thesis). Open University, Milton. Verfügbar unter: <http://oro.open.ac.uk/29713/> [19.07.2014].

- Hartwick, Jon & Barki, Henri (1994):** Explaining the Role of User Participation in Information System Use. *Management Science*, **40** (4), 440-465. DOI: 10.1287/mnsc.40.4.440
- Haythornthwaite, Caroline A. (2009):** Crowds and Communities: Light and Heavyweight Models of Peer Production. In *Proceedings of the 42nd Hawaii International Conference on System Sciences*, (S. 1-10). Washington: IEEE Computer Society. DOI: 10.1109/HICSS.2009.137
- Hedegaard, Mariane (1995):** *Tænkning – viden – udvikling*. o.O.: Århus Universitetsforlag.
- Hewitt Associates LLC (2004):** *Engagement Higher at Double-Digit Growth Companies: Research Brief*. o.O.: Hewitt Associates LLC.
- Hewitt Associates LLC (2006):** *Talent and Organizational Change: Employee Engagement*.
Verfügbar unter:
https://web.archive.org/web/20060130100539/http://was4.hewitt.com/hewitt/services/talent/subtalent/ee_engagement.htm [19.07.2014].
- Hinojo, Àlex [Referent] (2011):** *Wikipedia and the Museum: Lessons from Wikipedians in Residence* [Video]. Verfügbar unter:
<https://squirrel.adobeconnect.com/a751959191/p6cb4z2yys1/?launcher=false&fcsContent=true&pbMode=normal> [02.07.2014].
- Holley, Rose (2009):** *Many Hands Make Light Work: Public Collaborative OCR Text Correction in Australian Historic Newspapers*. o.O.: National Library of Australia.
- iRights.Lab Kultur (2014):** *Konferenz am 13./14. November 2014 im Hamburger Bahnhof in Berlin – #ke14*. Verfügbar unter: <http://www.zugang-gestalten.de> [19.07.2014].
- Jeffery, Neil (2009):** *Stakeholder Engagement: A Road Map to Meaningful Engagement*. o.O.: Doughty Centre. Verfügbar unter:
https://dspace.lib.cranfield.ac.uk/bitstream/1826/3801/3/Stakeholder_engagement-2009.pdf [19.07.2014].
- Jordi, Ben (2014, 28. May):** Federal Register Editathon [Blog]. Verfügbar unter:
<http://blogs.archives.gov/online-public-access/?p=9247> [19.07.2014].
- Kahn, William A. (1990):** Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, **33** (4), 692-724. DOI: 10.2307/256287
- Klein, Ansgar & Schwalb, Lilian (o.D.):** *Engagementforschung als Teil der Zivilgesellschaftsforschung Eine Forschungsagenda im Ausgang vom Engagementbericht der Bundesregierung*. o.O.: o.H. Verfügbar unter: http://www.b-b-e.de/fileadmin/inhalte/themen_materialien/ag_forschung/Expertise_%20Engagementforschung.pdf [19.07.2014].
- Koch, Stefan (2001):** Freiwilliges und unkonventionelles Arbeitsengagement. *Verwaltung und Management*, **7** (4), 233-240.
- Kowalski, B. (2002):** *The Engagement Gap: A Growing Crisis for Training and Development*. *HR Voices*.
- Kress, Nenette (2005):** Engaging your employees through the power of communication. *Workspan*, **48** (5), 26-36.
- Lersch, Philipp (1956):** *Aufbau der Person*. München: Barth.

- Linksvayer, Mike (2009, 22. Juni):** Wikipedia + CC BY-SA = Free Culture Win! [Blog]. Verfügbar unter: <https://creativecommons.org/weblog/entry/15411> [27.05.2014].
- Little, Beverly & Little, Philip (2006):** Employee Engagement: Conceptual Issues. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*, **10** (1), 111-120. Verfügbar unter: <http://ejournal.narotama.ac.id/files/SUPERVISORY%20DOWNWARD%20INFLUENCE%20AND.pdf#page=117> [19.07.2014].
- Macey, William H. & Schneider, Benjamin (2008):** The Meaning of Employee Engagement. *Industrial and Organizational Psychology*, **1** (1), 3-30. DOI: 10.1111/j.1754-9434.2007.0002.x
- Manus, Susan (2012, 20. April):** Galleries, Libraries, Archives, Museums with Wikipedia (GLAM-Wiki): Insights Interview with Lori Phillips [Blog]. Verfügbar unter: <http://blogs.loc.gov/digitalpreservation/2012/04/galleries-libraries-archives-museums-with-wikipedia-glam-wiki-insights-interview-with-lori-phillip/> [27.05.2014].
- Marcum, James W. (1999):** Out with Motivation, in with Engagement. *National Productivity Review*, **18** (4), 43-46. DOI: 10.1002/npr.4040180409
- Maslach, Christina; Schaufeli, Wilmar B.; Leiter, Michael P. (2001):** Job Burnout. *Annual Review of Psychology*, **52** (1), 397-422. DOI: 10.1146/annurev.psych.52.1.397
- Maturana, Humberto R. & Varela, Francisco J. (1998):** *The Tree of Knowledge: The Biological Roots of Human Understanding* (Rev. Ed.). Boston: Shambhala.
- May, Douglas R.; Gilson, Richard L.; Harter, Lynn M. (2004):** The Psychological Conditions of Meaningfulness, Safety and Availability and the Engagement of the Human Spirit at Work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, **77** (1), 11-37. DOI: 10.1348/096317904322915892
- McCormick, Marie T. (1999):** The Impact of Large-Scale Participative Interventions on Participants. (PhD Thesis). Temple University, Philadelphia.
- McDevitt-Parks, Dominic [Commentator] (2013, 19. September):** Breaking New Ground Again [Blog]. Verfügbar unter: <http://blogs.archives.gov/aotus/?p=5179> [19.07.2014].
- McMaster, Michael D. (1996):** *The Intelligence Advantage: Organizing for Complexity*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Meijssen, Gerard (2009, 10. August):** Words and what not [Blog]. Verfügbar unter: <http://ultimategerardm.blogspot.ch/2009/08/feeling-qlum.html> [19.07.2014].
- Meyer, John P.; Paunonen, Sampo V.; Gellatly, Ian R.; Goffin, Richard D.; Jackson, Douglas N. (1989):** Organizational Commitment and Job Performance: It's the Nature of the Commitment That Counts. *Journal of Applied Psychology*, **74** (1), 152-156
- Michalik, Claudia C. (2003):** Innovatives Engagement: Eine empirische Untersuchung zum Phänomen des Bootlegging. In J. Leker & G. Schewe (Hrsg.), *Betriebswirtschaftliche Studien in forschungsintensiven Industrien*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- National Audit Office (NAO) (2006):** *Delivering Successful IT-Enabled Business Change: Case Studies of Success: Report by the Comptroller and Auditor General: HC 33-II*

- Session 2006-2007*. London: The Stationery Office. Verfügbar unter: <http://www.nao.org.uk/wp-content/uploads/2006/11/060733-ii.pdf> [04.05.2014].
- Oomen, Johan & Aroyo, Lora (2011):** Crowdsourcing in the Cultural Heritage Domain: Opportunities and Challenges. In *Proceedings of the 5th International Conference on Communities and Technologies*, (S. 138-149). New York: ACM. DOI: 10.1145/2103354.2103373
- OpenGLAM (2014):** *OpenGLAM Principles*. Verfügbar unter: <http://openglam.org/principles> [16.04.2014].
- Ostroff, Cheri (1992):** The relationship between satisfaction, attitudes and performance: An organizational level analysis. *Journal of Applied Psychology*, **77** (3), 963-974. DOI: 10.1037/0021-9010.77.6.963
- O'Sullivan, Dan (2009):** *Wikipedia: A New Community of Practice?*. Farnham: Ashgate.
- Owen, Trevor (2013):** Digital Cultural Heritage and the Crowd. Curator: *The Museum Journal*, 56 (1), 121-130. DOI: 10.1111/cura.12012
- PWC (o.D.):** Ensuring Sustainable Value from Consultants. London: MCA. Verfügbar unter: www.whatwouldyouliketochange.com/Ensuring-sustainable-value-from-consultants.pdf [07.06.2014].
- Preiser, Siegfried (1988):** *Kontrolle und engagiertes Handeln: Entwicklungs-, Veränderungs- und Wirkungsbedingungen von Kontrollkognitionen und Engagement; mit einer exemplarischen Analyse beruflicher Anfangserfahrungen von Lehrerstudenten*. Göttingen: Verlag für Psychologie.
- Prpic, John & Shukla, Prashant (2013):** *Knowledge problem? Go with the crowd*. Verfügbar unter: <http://beedie.sfu.ca/ideas/2013/12/knowledge-problem-go-with-the-crowd/> [19.07.2014].
- Radice, Sara (o.D.):** *Media enhanced curation of heritage in mixed urban environments. Design for audience participation between Actual and Virtual Spaces*. o.O.: o.H. Verfügbar unter: http://www.academia.edu/3350235/Media_enhanced_curation_of_heritage_in_mixed_urban_environments._Design_for_audience_participation_between_actual_and_virtual_spaces [07.07.2014].
- Richman, Amy (2006):** Everyone wants an engaged workforce how can you create it?. *Workspan*, **49** (1), 36-9.
- Ridge, Mia (2011, 7. November):** My Europeana Tech keynote: Open for engagement: GLAM Audiences and Digital Participation [Blog]. Verfügbar unter: <http://openobjects.blogspot.ch/2011/11/my-europeana-tech-keynote-open-for.html> [19.07.2014].
- Ridge, Mia (2013):** From Tagging to Theorizing: Deepening Engagement with Cultural Heritage through Crowdsourcing. *Curator: The Museum Journal*, **56** (4), 435-350.
- Robinson, D.; Perryman, S.; Hayday, S. (2004):** *The Drivers of Employee Engagement*. Brighton: Institute for Employment Studies. Verfügbar unter: <http://www.wellbeing4business.co.uk/docs/Article%20-%20Engagement%20research.pdf> [19.07.2014].

- Rothbard, Nancy P. (2001):** Enriching or Depleting? The Dynamics of Engagement in Work and Family Roles. *Administrative Science Quarterly*, **46** (4), 655-684. DOI: 10.2307/3094827
- Rothbard, Nancy P. & Edwards, Jeffrey R. (2003):** Investment in work and family roles: A test of identity and utilitarian motives. *Personnel Psychology*, **56** (3), 699-729. DOI: 10.1111/j.1744-6570.2003.tb00755.x
- Salanova, Marisa; Agut, Sonia; Peiró, José María (2005):** Linking Organizational Resources and Work Engagement to Employee Performance and Customer Loyalty: The Mediation of Service Climate. *Journal of Applied Psychology*, **90** (6), 1217-1227. DOI: 10.1037/0021-9010.90.6.1217
- Saks, Alan M. (2006):** Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21 (7), 600-661. DOI: 10.1108/02683940610690169
- Saorin, Tomás (2013):** Iniciativas GLAM-Wiki: Wikipedia como oportunidad para instituciones culturales. *Anuario ThinkEPI*, **7**, 78-85. Verfügbar unter: <http://eprints.rclis.org/19602/1/2013-ThinkEpi-Saorin-GLAM-Wiki.pdf> [27.05.2014].
- Schaufeli, Wilmar B.; Salanova, Marisa; Gonzáles-Romá, Vincente; Bakker, Arnold B. (2002):** The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Happiness Studies*, **3** (1) 71-92. DOI: 10.1023/A:1015630930326
- Semar, Wolfgang (2008):** *Gratifikationssysteme für das kollaborative Wissensmanagement in der Hochschulausbildung*. (Habilitationsschrift). Universität Konstanz.
- Shaw, Kieron (2005):** An engagement strategy process for communicators. *Strategic Communication Management*, **9** (3), 26-9.
- Shirky, Clay (2010):** *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. New York: Penguin Press.
- Simon, Nina (2010):** *The Participatory Museum*. Santa Cruz: Museum 2.0.
- Smythe, John (2007):** *The CEO Chief Engagement Officer: Turning Hierarchy Upside Down to Drive Performance*. Aldershot: Gower.
- Stegbauer, Christian (2009):** *Wikipedia: Das Rätsel der Kooperation*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Stuedahl, Dagny & Mørch, Anders (2011):** Social Media and Community Involvements in Museums. A case study of a local history wiki community. *Nordisk Museologi*, (1), 3-14. [Preprint] Verfügbar unter: <http://repo.nodem.org/uploads/Community%20Involvement%20and%20Social%20Networking%20in%20a%20Cultural%20Heritage%20Organization%20in%20Norway.pdf> [19.07.2014].
- Stierch, Sarah [Referentin] (2011):** *Wikipedia and the Museum: Lessons from Wikipedians in Residence* [Video]. Verfügbar unter: <https://squirrel.adobeconnect.com/a751959191/p6cb4z2yys1/?launcher=false&fcsContent=true&pbMode=normal> [02.07.2014].

- Suchy, Sherene (2006):** *Museum Management: Emotional Value and Community Engagement* [Conference Paper]. Verfügbar unter: <http://intercom.museum/documents/3-1Suchy.pdf> [19.07.2014].
- The Business Communicator (Leitartikel) (2005):** What does employee engagement look like? *The Business Communicator*, 5 (8), 1-2.
- The Royal Society (2014):** *Wikimedian-in-Residence*. Verfügbar unter: <https://royalsociety.org/training/wikimedian-in-residence/> [27.05.2014].
- Towers Perrin (2003):** *Working Today: Understanding What Drives Employee Engagement*. o.O.: Towers Perrin. Verfügbar unter: http://www.keepem.com/doc_files/Towers_Perrin_Talent_2003%28TheFinal%29.pdf [19.07.2014].
- Tunsch, Thomas (2007):** Museum Documentation and Wikipedia.de: Possibilities, opportunities and advantages for scholars and museums. In J. Trant & D. Bearman (Eds.). *Museums and the Web 2007: Proceedings*. Toronto: Archives & Museum Informatics.
- Upadhyay, Archana & Palo, Sasmita (2011):** Balanced Scorecard Implementation and Employee Engagement. In S.S. Malekar (Ed.), *Emotional Intelligence and Leadership: Better Work and Leadership Environment*, (S. 90-98). Mumbai: Excel Books.
- Visser, Jasper & Richardson, Jim (2013):** *Digital Engagement in Culture, Heritage and the Arts*. o.O.: Visser & Richardson. Verfügbar unter: http://api.ning.com/files/VYES0q*2QsBjtkm4WpURMCULn5He5qoErKs06mbme3KTb*4T1voievivpfa22xZpQvOhEUaKlpX7A3O11k4Pj8N*02ILv1q/Digital_engagement_in_culture_heritage_and_the_arts.pdf [19.07.2014].
- Wales, Jimmy (2003, 20. Juni):** Announcing Wikimedia Foundation [E-Mail]. Verfügbar unter: <http://lists.wikimedia.org/pipermail/wikien-l/2003-June/004719.html> [27.05.2014].
- Wellins, Rich & Concelman, Jim (2005a):** *Creating a Culture for Engagement*. o.O.: Workforce Performance Solutions. Verfügbar unter: https://web.archive.org/web/20081115134704/http://www.ddiworld.com/pdf/wps_engagement_ar.pdf [19.07.2014].
- Wellins, Richard S. & Concelman, James (2005b):** *Personal Engagement: Driving Growth at the SEE-Level*. o.O.: o.H. Verfügbar unter: https://web.archive.org/web/20050210180111/http://ddiworld.com/pdf/ddi_personalengagement_ar.pdf [19.07.2014].
- Wenger, Etienne (1998):** *Communities of Practice: Learning, Meaning, and Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wenger-Trayner, Etienne (o.D.):** *Communities of Practice: Brief Introduction*. Verfügbar unter: <http://wenger-trayner.com/theory/> [19.07.2014]
- Wikimania 2012 (2012):** *Submissions/Science GLAM*. Verfügbar unter: https://wikimania2012.wikimedia.org/wiki/Submissions/Science_GLAM [27.05.2014].
- Wikimedia Australia (2012):** *GLAM-WIKI*. Verfügbar unter: <http://wikimedia.org.au/wiki/GLAM> [27.05.2014].
- Wikimedia CH (2014a):** *GLAM Cooperations*. Verfügbar unter: <https://www.wikimedia.ch/> [19.07.2014].

- Wikimedia CH (2014b):** *Über den Verein*. Verfügbar unter:
<https://www.wikimedia.ch/de/who-are-we/ueber-den-verein> [27.05.2014].
- Wikimedia (o.D.):** *Wikimedia*. Verfügbar unter: <http://www.wikimedia.org> [27.05.2014].
- Wikimedia Outreach (2012a):** *GLAM/Case studies/Archives of American Art/Edit-a-thon*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/GLAM/Case_studies/Archives_of_American_Art/Edit-a-thon [19.07.2014].
- Wikimedia Outreach (2012b):** *GLAM/Case studies/The Children's Museum of Indianapolis/Image donation*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/GLAM/Case_studies/The_Children%27s_Museum_of_Indianapolis/Image_donation [19.07.2014].
- Wikimedia Outreach (2012c):** *GLAM/Case studies/The Children's Museum of Indianapolis/Institutional awareness*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/GLAM/Case_studies/The_Children%27s_Museum_of_Indianapolis/Institutional_awareness [19.07.2014].
- Wikimedia Outreach (2013a):** *GLAM/Model projects*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/GLAM/Model_projects [19.07.2014].
- Wikimedia Outreach (2013b):** *GLAM/Case studies/The Children's Museum of Indianapolis/Success story*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/GLAM/Case_studies/The_Children%27s_Museum_of_Indianapolis/Success_story [19.07.2014].
- Wikimedia Outreach (2014a):** *Education/For educators*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/Education/For_educators [27.05.2014].
- Wikimedia Outreach (2014b):** *GLAM/Contact us*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/GLAM/Contact_us [27.05.2014].
- Wikimedia Outreach (2014c):** *GLAM*. Verfügbar unter:
<http://outreach.wikimedia.org/wiki/GLAM/en> [27.05.2014].
- Wikimedia Outreach (2014d):** *GLAM/Newsletter/May 2014/Contents/Netherlands report*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/GLAM/Newsletter/May_2014/Contents/Netherlands_report [19.07.2014].
- Wikimedia Outreach (2014e):** *GLAM/Volunteers*. Verfügbar unter:
<http://outreach.wikimedia.org/wiki/GLAM/Volunteers> [27.05.2014].
- Wikimedia Outreach (2014f):** *Wikipedian in Residence*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/Wikipedian_in_Residence [12.04.2014].
- Wikimedia Outreach (2014g):** *Wikipedian in Residence*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/Wikipedian_in_Residence/de [12.04.2014].
- Wikimedia Outreach (2014h):** *Wikipédien en résidence*. Verfügbar unter:
http://outreach.wikimedia.org/wiki/Wikipedian_in_Residence/fr [27.05.2014].
- Wikimedia Foundation (2010):** *Mission statement*. Verfügbar unter:
http://wikimediafoundation.org/wiki/Mission_statement [12.04.2014].

- Wikimedia Foundation (2013a):** *Häufig gestellte Fragen*. Verfügbar unter: <http://wikimediafoundation.org/wiki/FAQ/de> [27.05.2014].
- Wikimedia Foundation (2013b):** *Leitbild*. Verfügbar unter: <http://wikimediafoundation.org/wiki/Leitbild> [27.05.2014].
- Wikimedia Foundation (2014):** In *Wikipedia*. Verfügbar unter: http://en.wikipedia.org/wiki/Wikimedia_Foundation [28.05.2014]
- Wikimedia Foundation (2014a):** *Frequently asked questions*. Verfügbar unter: <http://wikimediafoundation.org/wiki/FAQ/en> [27.05.2013].
- Wikimedia Foundation (2014b):** *Local Chapters*. Verfügbar unter: http://wikimediafoundation.org/wiki/Local_chapters [27.05.2014].
- Wikimedia Foundation (2014c):** *Our projects*. Verfügbar unter: http://wikimediafoundation.org/wiki/Our_projects [27.05.2014].
- Wikimedia Foundation (2014d):** *Terms of Use/de*. Verfügbar unter: http://wikimediafoundation.org/wiki/Terms_of_Use/de [27.05.2014].
- Wikimedia (2014b):** In *Wikipedia*. Verfügbar unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikimedia> [28.05.2014]
- Wikimedia Meta-Wiki (2014a):** *GLAM*. Verfügbar unter: <http://meta.wikimedia.org/wiki/GLAM> [16.04.2014].
- Wikimedia Meta-Wiki (2014b):** *Wikimedia-Bewegung*. Verfügbar unter: http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_movement/de [27.05.2014].
- Wikimedia Meta-Wiki (2014c):** *Wikimedia chapters*. Verfügbar unter: http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_chapters [27.05.2014].
- Wikimedia Meta-Wiki (2014d):** *Wikimedia-Chapter*. Verfügbar unter: http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_chapters/de [27.05.2014].
- Wikimedia Meta-Wiki (2014e):** *Kategorie: Wikimedianer*. Verfügbar unter: <http://meta.wikimedia.org/wiki/Category:Wikimedians/de> [27.05.2014].
- Wikimedia Meta-Wiki (2014f):** *Wikimedia Movement*. Verfügbar unter: http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_movement [27.05.2014].
- Wikimedia Meta-Wiki (2014g):** *Wikimedian*. Verfügbar unter: <https://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedian> [27.05.2014].
- Wikimedia Meta-Wiki (2014h):** *Wikimedian in Residence on Open Science*. Verfügbar unter: http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedian_in_Residence_on_Open_Science [27.05.2014].
- Wikimedia Meta-Wiki (2014i):** *Wikipedian*. Verfügbar unter: <https://meta.wikimedia.org/wiki/Wikipedian> [27.05.2014].
- Wikimedia Meta-Wiki (2014j):** *Wikimedia projects*. Verfügbar unter: http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_projects [27.05.2014].
- Wikimedia Strategic Planning (2010):** *Wikimedia stakeholders*. Verfügbar unter: http://strategy.wikimedia.org/wiki/Wikimedia_stakeholders [27.05.2014].

- Wikipedia (2013a):** *Wikipedia: GLAM/British Museum/Featured Article prize* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:GLAM/BM/Featured_Article_prize [19.07.2014]
- Wikipedia (2013b):** *Wikipedia: GLAM/British Museum/One on one collaborations* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:GLAM/British_Museum/One_on_one_collaborations [19.07.2014]
- Wikipedia (2013c):** *Wikipedia: GLAM/The Children's Museum of Indianapolis/Volunteer* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:GLAM/The_Children%27s_Museum_of_Indianapolis/Volunteer [19.07.2014]
- Wikipedia (2014a):** *Wikipedia: Backstage projects* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Backstage_projects [27.05.2014]
- Wikipedia (2014b):** *Wikipedia: GLAM/About* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:GLAM/About> [16.04.2013].
- Wikipedia (2014c):** *Wikipedia: GLAM/British Museum* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:GLAM/British_Museum [19.07.2014].
- Wikipedia (2014d):** *Wikipedia: GLAM/Projects* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:GLAM/Projects> [19.07.2014].
- Wikipedia (2014e):** *Wikipedia: Wikipedianer* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wikipedianer> [27.05.2014].
- Wikipedia (2014f):** *Wikipedia: WikiProject Poetry/William Blake* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Blake> [19.07.2014].
- Wikipedia (2014g):** *Wikipedia: Purpose* [Wikipedia Project Page]. Verfügbar unter: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Purpose> [12.04.2014].
- Williams, Anthony (2010):** *Wikinomics and the Era of Openness: European Innovation at a Crossroads. Lisbon Council e-brief, (5), 1-28.* Verfügbar unter: https://globalhighered.files.wordpress.com/2010/03/lisbon-council_wikinomics_in_europe-040310.pdf [19.07.2014].
- Williams, Larry J. & Anderson, Stella E. (1991):** *Job Satisfaction and Organizational Commitment as Predictors of Organizational Citizenship and In-Role Behaviors. Journal of Management, 17 (3), 601-617.* DOI: 10.1177/014920639101700305
- Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB) (2009):** *Monitor Engagement: Nationaler und internationaler Stand der Engagementforschung.* Berlin: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Verfügbar unter: <http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/monitor-engagement-stand-der-engagementpolitik.property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf> [25.04.2014].
- Wolf-Wendel, Lisa; Ward, Kelly; Kinze, Jillian (2009):** *A Tangled Web of Terms: The Overlap and Unique Contribution of Involvement, Engagement, and Integration to Understanding College Student Success. Journal of College Student Development, 50 (4), 407-428.* DOI: 10.1353/csd.0.0077

- Wragge, Alexander (2012, 27. Oktober):** Wie Kulturinstitutionen mit dem Schwarm kooperieren [Blog]. Verfügbar unter: <http://www.carta.info/50320/wie-kulturinstitutionen-mit-dem-schwarm-kooperieren/> [19.07.2014].
- Wyatt, Liam (2010a, 7. Februar):** Wikipedian in Residence & Notability [Blog]. Verfügbar unter: <http://wittylama.com/2010/02/07/wikipedian-in-residence/> [27.05.2014].
- Wyatt, Liam (2010b, 13. März):** The British Museum and Me [Blog]. Verfügbar unter: <http://wittylama.com/2010/03/13/the-british-museum-and-me/> [19.07.2014].
- Wyatt, Liam (2010c, 13. Juni):** Backstage Pass and its achievements [Blog]. Verfügbar unter: <http://wittylama.com/2010/06/13/backstage-pass/> [19.07.2014].
- Wyatt, Liam (2011a, 25. März):** *Ambassadors*. Verfügbar unter: <http://wittylama.com/2011/03/25/ambassadors/> [19.07.2014].
- Wyatt, Liam [Referent] (2011b):** *Wikipedia and the Museum: Lessons from Wikipedians in Residence* [Video]. Verfügbar unter: https://squirrel.adobeconnect.com/_a751959191/p6cb4z2yys1/?launcher=false&fcsContent=true&pbMode=normal [02.07.2014].
- Wyatt, Liam [Referent] (2011b):** *Wikipedia and the Museum: Lessons from Wikipedians in Residence* [Video]. Verfügbar unter: https://squirrel.adobeconnect.com/_a751959191/p6cb4z2yys1/?launcher=false&fcsContent=true&pbMode=normal [02.07.2014].
- Wyatt, Liam (2012):** *Situation Report: National Museum of Australia & Wikimedia Relationship*. Verfügbar unter: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/e0/Wikipedia_-_National_Museum_of_Australia_Situation_Report%2C_February_2012.pdf
- Zlodi, Goran & Ivanjko, Tomislav (2013):** *Crowdsourcing Digital Cultural Heritage* [Conference Paper]. Verfügbar unter: <http://hnk.ffzg.hr/bibl/InFuture2013/PDF/06%20Digital%20Curation/6-01%20Zlodi.%20Ivanjko.%20Crowdsourcing%20Digital%20Cultural%20Heritage.pdf>

Bisher erschienene Schriften

Ergebnisse von Forschungsprojekten erscheinen jeweils in Form von Arbeitsberichten in Reihen.
Sonstige Publikationen erscheinen in Form von alleinstehenden Schriften.

Derzeit gibt es in den Churer Schriften zur Informationswissenschaft folgende Reihen:
Reihe Berufsmarktforschung

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 1
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 1:
Josef Herget
Thomas Seeger
Zum Stand der Berufsmarktforschung in der Informationswissenschaft
in deutschsprachigen Ländern
Chur, 2007 (im Druck)
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 2
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 2:
Josef Herget
Norbert Lang
Berufsmarktforschung in Archiv, Bibliothek, Dokumentation
und in der Informationswirtschaft: Methodisches Konzept
Chur, 2007 (im Druck)
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 3
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 3:
Josef Herget
Norbert Lang
Gegenwärtige und zukünftige Arbeitsfelder für Informationsspezialisten
in privatwirtschaftlichen Unternehmen und öffentlich-rechtlichen Institutionen
Chur, 2004
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 4
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Sonja Hierl
Die Eignung des Einsatzes von Topic Maps für e-Learning
Vorgehensmodell und Konzeption einer e-Learning-Einheit unter Verwendung von Topic Maps
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 5
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Nina Braschler
Realisierungsmöglichkeiten einer Zertifizierungsstelle für digitale Zertifikate in der Schweiz
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 6
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 4:
Ivo Macek
Urs Naegeli
Postgraduiertenausbildung in der Informationswissenschaft in der Schweiz:
Konzept – Evaluation – Perspektiven
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 7
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Caroline Ruosch
Die Fraktale Bibliothek:
Diskussion und Umsetzung des Konzepts in der deutschsprachigen Schweiz.

Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 8
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Esther Bättig
Information Literacy an Hochschulen
Entwicklungen in den USA, in Deutschland und der Schweiz
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 9
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Franziska Höfliger
Konzept zur Schaffung einer Integrationsbibliothek in der Pestalozzi-Bibliothek Zürich
Chur, 2005
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 10
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Myriam Kamphues
Geoinformationen der Schweiz im Internet:
Beurteilung von Benutzeroberflächen und Abfrageoptionen für Endnutzer
Chur, 2006
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 11
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Luigi Ciullo
Stand von Records Management in der chemisch-pharmazeutischen Branche
Chur, 2006
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 12
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Martin Braschler, Josef Herget, Joachim Pfister, Peter Schäuble, Markus Steinbach, Jürg Stuker
Evaluation der Suchfunktion von Schweizer Unternehmens-Websites
Chur, 2006
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 13
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Adina Lieske
Bibliotheksspezifische Marketingstrategien zur Gewinnung von Nutzergruppen:
Die Winterthurer Bibliotheken
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 14
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Christina Bieber, Josef Herget
Stand der Digitalisierung im Museumsbereich in der Schweiz
Internationale Referenzprojekte und Handlungsempfehlungen
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 15
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Sabina Löhner
Kataloganreicherung in Hochschulbibliotheken
State of the Art Überblick und Aussichten für die Schweiz
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 16
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Heidi Stieger
Fachblogs von und für BibliothekarInnen – Nutzen, Tendenzen
Mit Fokus auf den deutschsprachigen Raum
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 17
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Nadja Kehl
Aggregation und visuelle Aufbereitung von Unternehmensstrategien
mithilfe von Recherche-Codes
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 18
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Rafaela Pichler
Annäherung an die Bildsprache – Ontologien als Hilfsmittel für Bilderschliessung
und Bildrecherche in Kunstbilddatenbanken
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 19
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Jürgen Büchel
Identifikation von Marktnischen – Die Eignung verschiedener Informationsquellen
zur Auffindung von Marktnischen
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 20
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Andreas Eisenring
Trends im Bereich der Bibliothekssoftware
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 21
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Lilian Brändli
Gesucht – gefunden? Optimierung der Informationssuche von Studierenden
in wissenschaftlichen Bibliotheken
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 22
Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl
Beatrice Bürgi
Open Access an Schweizer Hochschulen – Ein praxisorientierter Massnahmenkatalog für
Hochschulbibliotheken zur Planung und Errichtung von Institutional Repositories
Chur, 2007
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 23

Herausgegeben von Josef Herget und Sonja Hierl

Darja Dimitrijewitsch, Cécile Schneeberger

Optimierung der Usability des Webauftritts

der Stadt- und Universitätsbibliothek Bern

Chur, 2007

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 24

Herausgegeben von Nadja Böller, Josef Herget und Sonja Hierl

Brigitte Brüderlin

Stakeholder-Beziehungen als Basis einer Angebotsoptimierung

Chur, 2008

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 25

Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann

Jonas Rebmann

Web 2.0 im Tourismus, Soziale Webanwendungen im Bereich der Destinationen

Chur, 2008

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 26

Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann

Isabelle Walther

Idea Stores, ein erfolgreiches Bibliothekskonzept aus England – auf für die Schweiz?

Chur, 2008

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 27, im Druck

Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann

Scherer Auberson Kirsten

Evaluation von Informationskompetenz: Lässt sich ein Informationskompetenzzuwachs messen?

Eine systematische Evaluation von Messverfahren

Chur, 2009

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 28

Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann

Nadine Wallaschek

Datensicherung in Bibliotheksverbänden.

Empfehlungen für die Entwicklung von Sicherheits- und Datensicherungskonzepten
in Bibliotheksverbänden

Chur, 2009

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 29

Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann

Laura Tobler

Recherchestrategien im Internet

Systematische Vorgehensweisen bei der Suche im Internet

dargestellt anhand ausgewählter Fallstudien

Chur, 2009

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 30

Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann

Bibliotheken und Dokumentationszentren als Unternehmen:

Antworten von Bibliotheken und Dokumentationszentren

auf die Herausforderungen der digitalen Gesellschaft

Chur, 2009

ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 31
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann
Karin Garbely, Marita Kieser
Mystery Shopping als Bewertungsmethode der Dienstleistungsqualität
von wissenschaftlichen Bibliotheken
Chur, 2009
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 32
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann
Tristan Triponez
E-Mail Records Management
Die Aufbewahrung von E-Mails in Schweizer Organisationen als technische,
rechtliche und organisatorische Herausforderung
Chur, 2009
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 33
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Urs Dahinden, Sonja Hierl
und Hans-Dieter Zimmermann
Die Lernende Bibliothek 2009
Aktuelle Herausforderungen für die Bibliothek und ihre Partner im Prozess
des wissenschaftlichen Arbeitens
Chur, 2009
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 34
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann
Rene Frei
Die Informationswissenschaft aus Sicht des Radikalen Konstruktivismus
Chur, 2009
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 35
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Hans-Dieter Zimmermann
Lydia Bauer, Nadja Böller, Sonja Hierl
DIAMOND Didactical Approach for Multiple Competence Development
Chur, 2009
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 36
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Michaela Spiess
Einsatz von Competitive Intelligence in Schweizer Spitälern
Chur, 2009
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 37
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Jasmine Milz
Informationskompetenz-Vermittlung an Deutschschweizer Fachhochschulen:
eine quantitative Inhaltsanalyse der Curricula
Chur, 2010
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 38
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Corinne Keller
RFID in Schweizer Bibliotheken – eine Übersicht
Chur, 2010
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 39
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Herausgegeben von Robert Barth und Iris Kuppelwieser
Bibliotheksbau in der Schweiz 1985 – 2010
Planung – Nutzung – Ästhetik
Chur, 2010
ISSN1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 40
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Stephan Becker
Klassifikationsraster zur Relevanzanalyse aktueller Themenanfragen
an einer Mediendokumentationsstelle in der Schweiz
Chur, 2010
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 41
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 5:
Iris Capatt, Urs Dahinden
Absolventenbefragung 2010
Bachelorstudiengang Informationswissenschaft und Diplomstudiengang Information und
Dokumentation der HTW Chur
Chur, 2010
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 42
Herausgegeben von Robert Barth, Nadja Böller, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Saro Adamo Pepe Fischer
Bestandserhaltung im Film-/Videoarchiv des Schweizer Fernsehens
Chur, 2010
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 43
Herausgegeben von Robert Barth, Iris Capatt, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Patricia Düring
Ökonomischer Mehrwert von Bibliotheken, aufgezeigt anhand ausgewählter Dienste der Zentral-
und Hochschulbibliothek Luzern
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 44
Herausgegeben von Robert Barth, Iris Capatt, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Pia Baier Benninger
Model Requirements for the Management of Electronic Records (MoReq2).
Anleitung zur Umsetzung
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 45
Herausgegeben von Robert Barth, Iris Capatt, Sonja Hierl und Wolfgang Semar
Martina Thomi
Überblick und Bewertung von Musiksuchmaschinen
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 46
Herausgegeben von Robert Barth, Iris Capatt und Wolfgang Semar
Regula Trachsler
Angebote für Senioren in Deutschschweizer Bibliotheken
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 47
Herausgegeben von Robert Barth, Iris Capatt und Wolfgang Semar
Wolfgang Semar (Hrsg.)
Arge Alp Tagung 23.-24. September 2010, Chur
Informationsgesellschaft und Infrastrukturpolitik im Alpenraum
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 48
Herausgegeben von Robert Barth, Lydia Bauer, Iris Capatt und Wolfgang Semar
Heinz Mathys
Jungs lesen weniger als Mädchen.
Was können Bibliotheken gemeinsam mit den Schulen tun, um dies zu ändern?
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 49
Herausgegeben von Robert Barth, Lydia Bauer, Iris Capatt und Wolfgang Semar
Anina Baumann
Stärken und Schwächen von Discovery Diensten am Beispiel des EBSCO Discovery Service
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 50
Herausgegeben von Robert Barth, Lydia Bauer, Iris Capatt und Wolfgang Semar
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 6:
Iris Capatt, Urs Dahinden
Absolventenbefragung 2011
Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur Weiterbildungsstudiengänge
Informationswissenschaft.
Externer Bericht.
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 51
Herausgegeben von Robert Barth, Lydia Bauer, Iris Capatt und Wolfgang Semar
Reihe Berufsmarktforschung – Arbeitsbericht 7:
Iris Capatt, Urs Dahinden
Absolventenbefragung 2011
Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur Weiterbildungsstudiengänge Management.
Externer Bericht.
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 52
Herausgegeben von Robert Barth, Lydia Bauer, Iris Capatt und Wolfgang Semar
Salome Arnold
Auf den Spuren der Barrieren für ein barrierefreies Webdesign
Chur, 2011
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 53
Herausgegeben von Robert Barth, Lydia Bauer, Iris Capatt und Wolfgang Semar
Laura Stadler
Die Gläserne Decke in Schweizer Bibliotheken
Chur, 2012
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 54
Herausgegeben von Robert Barth, Lydia Bauer, Brigitte Lutz und Wolfgang Semar
Ruth Süess
Evaluation von Web Monitoring Tools zur softwaregestützten Informationsbeschaffung
am Beispiel ausgewählter Open Source Web Monitoring Tools
Chur, 2012
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 55
Herausgegeben von Robert Barth, Lydia Bauer, Brigitte Lutz und Wolfgang Semar
Michael Hunziker

Approval Plans und andere Outsourcing-Formen im Bestandesaufbau an den
Wissenschaftlichen Bibliotheken der Deutschschweiz
Chur, 2012
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 56
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Urs Dahinden, Michael Aschwanden und Lydia Bauer
Verpasste Chancen? Altersspezifische digitale Ungleichheiten bei der Nutzung von
Mobilkommunikation und Internet
Chur, 2012
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 57
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Grégoire Savary
Eine Konservierungsstrategie für das Archiv der Siedlungsgenossenschaft Freidorf bei Muttenz.
Eine Hilfestellung für kleine Archive mit gemischten Beständen
Chur, 2013
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 58
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Patrick Wermelinger
Die Georeferenzierung von Katalogdaten mit Hilfe von Linked Open Data
Chur, 2013
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 59
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Carla Biasini
E-Books in öffentlichen Bibliotheken der Schweiz – Determinanten der Akzeptanz bei Kunden
Chur, 2013
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 60
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Nadja Böller
Modell zur strategischen Analyse von Konzepten zur Förderung der
Informationskompetenz durch Hochschulbibliotheken – MOSAIK-PRO
Chur, 2013
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 61
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Nina Santner
Von der Mediothek zum Recherchezentrum
Chur, 2013
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 62
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Daniela Denzer
Gründe für die Nichtnutzung von Bibliotheken bei Pensionierten in der Deutschschweiz
Chur, 2013
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 63
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Verena Gerber-Menz
Übernahme von born-digital Fotobeständen und Fotografennachlässen ins Archiv
Chur, 2014
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 64
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Vanessa Kellenberger
E-Shop Analytics und Erfolgsoptimierung – Die wichtigsten Kennzahlen
Chur, 2014
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 65
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Matthias Dudli
Open Innovation in Bibliotheken – Eine Konzeptstudie der ETH-Bibliothek Zürich
Chur, 2014
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 66
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Sarah Carbis
Welche Verbandszeitschrift wünschen sich die Mitglieder des BIS?
Chur, 2014
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 67
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Yvonne Lingg
Patientenverfügung als Informations- und Kommunikationsinstrument
Analyse der Vielfalt sowie Dokumentation der Inhalte und Standardisierungsmöglichkeiten
Chur, 2014
ISSN 1660-945X

Churer Schriften zur Informationswissenschaft – Schrift 68
Herausgegeben von Wolfgang Semar und Brigitte Lutz
Mara Sophie Hellstern
Förderung von Engagement in GLAM (Galleries, Libraries, Archives and Museums) durch
Wikipedians in Residence (WiR)
Chur, 2014
ISSN 1660-945X

Über die Informationswissenschaft der HTW Chur

Die Informationswissenschaft ist in der Schweiz noch ein relativ junger Lehr- und Forschungsbereich. International weist diese Disziplin aber vor allem im anglo-amerikanischen Bereich eine jahrzehntelange Tradition auf. Die klassischen Bezeichnungen dort sind Information Science, Library Science oder Information Studies. Die Grundfragestellung der Informationswissenschaft liegt in der Betrachtung der Rolle und des Umgangs mit Information in allen ihren Ausprägungen und Medien sowohl in Wirtschaft und Gesellschaft. Die Informationswissenschaft wird in Chur integriert betrachtet.

Diese Sicht umfasst nicht nur die Teildisziplinen Bibliothekswissenschaft, Archivwissenschaft und Dokumentationswissenschaft. Auch neue Entwicklungen im Bereich Medienwirtschaft, Informations- und Wissensmanagement und Big Data werden gezielt aufgegriffen und im Lehr- und Forschungsprogramm berücksichtigt.

Der Studiengang Informationswissenschaft wird seit 1998 als Vollzeitstudiengang in Chur angeboten und seit 2002 als Teilzeit-Studiengang in Zürich. Seit 2010 rundet der Master of Science in Business Administration das Lehrangebot ab.

Der Arbeitsbereich Informationswissenschaft vereinigt Cluster von Forschungs-, Entwicklungs- und Dienstleistungspotentialen in unterschiedlichen Kompetenzzentren:

- Information Management & Competitive Intelligence
- Collaborative Knowledge Management
- Information and Data Management
- Records Management
- Library Consulting
- Information Laboratory

Diese Kompetenzzentren werden im **Swiss Institute for Information Research** zusammengefasst.

IMPRESSUM

Verlag & Anschrift

Arbeitsbereich Informationswissenschaft

HTW - Hochschule für Technik und Wirtschaft

University of Applied Sciences

Ringstrasse 37

CH-7000 Chur

www.informationswissenschaft.ch

www.htwchur.ch

ISSN 1660-945X

Institutsleitung

Prof. Dr. Niklaus Stettler

Telefon: +41 81 286 24 61

Email: niklaus.stettler@htwchur.ch

Sekretariat

Telefon : +41 81 286 24 24

Fax : +41 81 286 24 00

Email: clarita.decurtins@htwchur.ch
