

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	IV
Tabellenverzeichnis .....	V
Abkürzungsverzeichnis .....	VIII
<b>1 Einführung in das Forschungsfeld .....</b>	<b>1</b>
1.1 Ausgangssituation .....	1
1.2 Zielsetzung .....	4
1.3 Vorgehensweise .....	4
1.4 Aufbau der Arbeit .....	6
<b>2 Theoretische Grundlagen zur Erschließung des Forschungsfeldes .....</b>	<b>9</b>
2.1 Virtuelle Welten .....	9
2.1.1 Der Begriff „Virtuelle Welt“ .....	9
2.1.2 Historische Entwicklung .....	12
2.1.3 Definition und Charakteristika .....	15
2.1.4 Fallbeispiel <i>Second Life</i> .....	21
2.1.5 Forschungsstand .....	25
2.2 Virtuelle Communities .....	30
2.2.1 Definition und Begriffsabgrenzung .....	30
2.2.2 Strukturanalyse von Communities in virtuellen Welten .....	37
<b>3 Erfolgsanalyse virtueller Communities .....</b>	<b>46</b>
3.1 Erfolgsanalyse virtueller Communities .....	46
3.1.1 Theoretischer Forschungsstand .....	46
3.1.2 Empirischer Forschungsstand .....	49
3.2 Theoretische Grundlagen zur Herleitung des Forschungsmodells .....	51
3.2.1 Social Presence Theory .....	51
3.2.2 Media Synchronicity Theory .....	52
3.2.3 Adaptive Structuration Theory .....	53
3.2.4 Psychological Sense of Community .....	54
3.3 Hypothesengenerierung .....	56
3.3.1 Konzeptualisierung des Basismodells .....	57

3.3.1.1	Soziale Interaktionen .....	57
3.3.1.2	Gemeinschaftsgefühl .....	58
3.3.1.3	Partizipation .....	59
3.3.1.4	Kausales Wirkungsgefüge .....	60
3.3.2	Konzeptualisierung der Erfolgsfaktoren .....	63
3.3.2.1	Erfolgsfaktoren, die das Gemeinschaftsgefühl beeinflussen .....	63
3.3.2.2	Erfolgsfaktoren, die die Partizipation beeinflussen .....	69
3.3.2.3	Erfolgsfaktoren, die die sozialen Interaktionen beeinflussen .....	74
3.3.3	Hypothesensystem .....	79
3.4	Operationalisierung des Basismodells .....	81
3.4.1	Soziale Interaktionen .....	81
3.4.2	Gemeinschaftsgefühl .....	82
3.4.3	Partizipation .....	82
3.5	Operationalisierung der Erfolgsfaktoren sozialer Interaktionen .....	83
3.5.1	Handlungsinfrastruktur .....	83
3.5.2	Events .....	84
3.5.3	Regelbefolgung .....	85
3.5.4	Interaktivität der Plattform .....	85
3.6	Operationalisierung der Erfolgsfaktoren von Gemeinschaftsgefühl .....	86
3.6.1	Wahrnehmungsraum .....	86
3.6.2	Realweltliche Bezüge .....	87
3.6.3	Kollektives Gedächtnis .....	87
3.6.4	Abgrenzung .....	88
3.7	Operationalisierung der Erfolgsfaktoren von Partizipation .....	89
3.7.1	Aktiver Betreiber .....	89
3.7.2	Einflussmöglichkeiten .....	90
3.7.3	Anreize .....	90
3.7.4	Nutzerbetreuung .....	91
4	<b>Empirische Untersuchung am Fallbeispiel <i>Second Life</i> .....</b>	<b>92</b>

4.1	Untersuchungsdesign .....	92
4.1.1	Entwicklung des Fragebogens .....	92
4.1.2	Auswahlverfahren und Datenerhebungsmethode .....	93
4.1.3	Soziodemografische Daten .....	95
4.2	Modellschätzung mittels Partial Least Squares .....	98
4.2.1	Unterscheidung zwischen reflektiven und formativen Messmodell .....	101
4.2.2	Gütekriterien zur Beurteilung der reflektiven Messmodelle .....	102
4.2.3	Gütekriterien zur Beurteilung des Strukturmodells .....	103
4.3	Deskriptive Datenanalyse .....	105
4.3.1	Analyse der Messmodelle .....	105
4.3.2	Analyse des Strukturmodells .....	117
4.3.3	Beurteilung des Mediator-Effektes .....	121
4.4	Diskussion der Ergebnisse .....	123
4.5	Limitationen .....	127
<b>5</b>	<b>Diskussion .....</b>	<b>130</b>
5.1	Implikationen .....	130
5.1.1	Implikationen für die Forschung .....	130
5.1.2	Implikationen für die Praxis .....	132
5.2	Zusammenfassende Implikationen .....	135
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>137</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>157</b>