



**h\_da**

HOCHSCHULE DARMSTADT  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**fbmd**

FACHBEREICH MEDIA

**#onkomm**

# FORSCHUNG ZUR MOTIVATION DER „TELEKOM HILFT COMMUNITY“



Wer kennt sie nicht? Die Deutsche Telekom AG. Mit rund 168 Millionen Mobilfunkkunden, 28 Millionen Festnetz- und 19 Millionen Breitband-Anschlüssen zählt sie sich als führenden europäischen Telekommunikations-Anbieter.<sup>1</sup> Bei so einer großen Kundendichte bedarf es eines noch größeren Kundenservices, um schnellstmöglich auf jedes Anliegen reagieren zu können. Dies ist natürlich schwer umzusetzen, doch die Deutsche Telekom AG hatte eine geniale Idee – Kunden, die Kunden helfen.

Die „Telekom hilft Community“ besteht aus drei Communities: Das Service Forum, die Feedback Community und die Business Community. Obwohl die „Telekom hilft Community“ unter diesem Namen erst seit 2014 existiert, geht das Service Forum der Telekom als Anlaufstelle in der Online-Welt bis in das Jahr 2004 zurück.<sup>2</sup> Der Erfolg spricht für sich: Bei über einer Millionen Community Mitgliedern, über 2,5 Millionen Beiträgen und einer Antwortquote von 98,7% lässt sich sagen, dass die „Telekom hilft Community“ ein Paradebeispiel für eine gut funktionierende Community ist.<sup>3</sup>

Wir, fünf Studentinnen des Studiengangs Onlinekommunikation an der Hochschule Darmstadt, haben es uns im Rahmen unseres Electives „Community Management“ zur Aufgabe gemacht, die Motivation der Nutzer zu erforschen und herauszufinden, was sie dazu antreibt, diese Community durch ihre Beiträge so erfolgreich zu machen. Dazu haben wir ein Gespräch mit einem der Top-User durchgeführt und die Mitglieder gebeten, an einer Umfrage teilzunehmen. Die Ergebnisse werden auf den nächsten sechs Seiten dieses Whitepapers in Form eines Interviews und einer Infografik vorgestellt.

Wir bedanken uns vielmals bei den Community Mitgliedern und den Telekom Mitarbeitern im Forum für ihre Kooperation und ihre Unterstützung bei unserem Projekt.

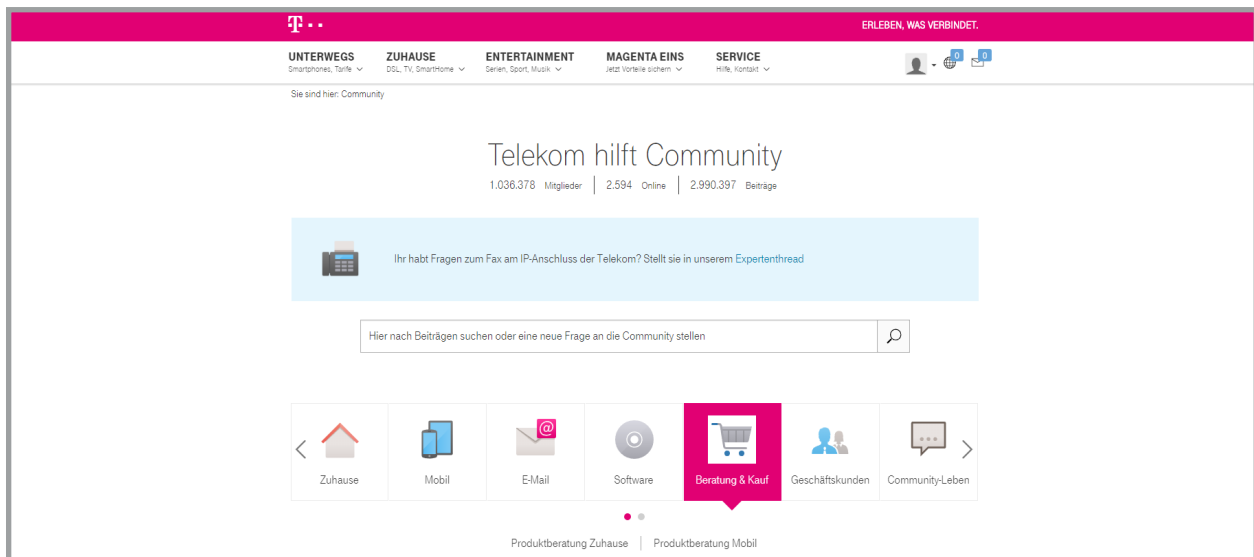


Abb.2

## „Ich habe einfach ein Helfersyndrom!“

JÜRGEN K.

Die „Telekom hilft Community“ wird gemeinhin als Pionier im Bereich der Crowdsourcing-Community und als Paradebeispiel für gelungenes Community-Management angeführt. Die europaweit größte Online-Community im Telekommunikationsbereich hat über 1 Millionen Mitglieder und verzeichnet knapp 3 Millionen gepostete Beiträge.

Das Forum dient als Plattform für den Dialog bei Problemen rund um das Thema Telekommunikation – also bspw. E-Mail, Internet und Telefon.

Herzstück sind die sogenannten Power-User, die als Top-Autoren durchschnittlich über 16.000 Beiträge pro Autor verfasst haben.

Jürgen K. (60), einer dieser Top-Autoren, spricht mit uns über den Community Zusammenhalt, die Rolle der Telekom und die Motivation für sein aktives Verhalten.

Herr K., erst einmal ein herzliches Dankeschön, dass Sie sich für ein Interview zur Verfügung stellen!  
Zunächst einmal die Frage:  
Wie kamen Sie zur „Telekom hilft Community“?  
Haben Sie einen besonderen Bezug zur IT-Branche?

Nein, tatsächlich gar nicht. Ich habe ein persönliches Interesse und daraus ist ein Hobby geworden. In die Community bin ich mehr oder weniger reingerutscht. Angemeldet bin ich bereits seit 2004, allerdings nur als passives Mitglied. 2016 hatte ich nach einer Umstellung selber massive Probleme, bei denen die Service-Hotline mir nicht weiterhelfen konnte. Anschließend stellte ich meine Frage ins Forum. Ein anderes Community-Mitglied hat mich dabei dermaßen hilfreich unterstützt, dass das Problem nach zwei Wochen gelöst war und bis heute nicht wieder aufgetreten ist.

Und das hat Sie dann dazu gebracht, selbst zu helfen?

Ich habe mich langsam aber sicher mehr mit dem Forum beschäftigt, habe viel gelesen und ab und zu Antworten gegeben. Man wird – das können die anderen Mitglieder sicher bestätigen – irgendwann süchtig [lacht]. Ich fing an, im Rang zu steigen und irgendwann kam die Anfrage der Teamies, ob man möglicherweise gewillt ist, CG zu werden. Seitdem ich das bin, schreibe ich natürlich noch mehr.

„Teamies“ sind die Telekom Mitarbeiter im Forum.  
„CG“ oder „Community Guide“ ist eine Art Admin, der hilft, das Forum in Ordnung zu halten und zu verwalten.

Sie haben eben bereits die „Ränge“ angesprochen. Werden Sie als einer der Top-Autoren besonders häufig von Mitgliedern zu bestimmten Themen befragt?

Nein, ich bewege mich ganz normal wie jeder andere in dem Forum. Wenn ich etwas weiß – ich kann schließlich auch nicht alles wissen – dann beantworte ich die Frage auch. Wenn ich mir nicht zu einhundert Prozent sicher bin, lasse ich die Finger davon.

Welche Vorteile sehen Sie für sich persönlich in der Beantwortung von Fragen? Und welche Vorteile würden Sie sich für Ihr Engagement in der Community von der Telekom wünschen?

Ich habe keine Vorteile davon. Wir werden nicht bezahlt, das ist eine freiwillige Angelegenheit. Natürlich ist es wichtig, Kudos zu sammeln, um im Rang zu steigen – anders geht es nicht.

Kudos funktionieren im Prinzip wie Likes bei Facebook – Mitglieder können Autoren Kudos für ihre Beiträge geben, um so ihre Wertschätzung bzw. ihren Gefallen am Beitrag Ausdruck zu verleihen.

Durch das Aufsteigen wird auch der Kontakt mit den Telekom-Teamies und anderen Community Guides enger – man tauscht sich aus und berät sich gegenseitig. Gerade eben habe ich noch mit einem anderen Mitglied telefoniert – wie gesagt, man findet dort Gleichgesinnte und tauscht auch mal Telefonnummern aus – und da kam eben dieses Thema wieder auf den Tisch. Denn eigentlich sind wir ja die Idioten der Nation [lacht]. Wir sparen der Telekom bares Geld!

# #onkomm

Wenn man sieht, wie viel Arbeit wir den Mitarbeitern abnehmen, fragt man sich schon manchmal: Wofür mache ich das eigentlich? Ich mache doch sonst nichts umsonst. Eine kleine Anerkennung wäre da meiner Meinung nach schon angebracht.

Das ist nachvollziehbar.

Wie schon gesagt, für mich ist es ein Hobby. Geld will ich dafür nicht, sonst würde ich mich bei der Telekom bewerben. Wenn man so aktiv ist wie ich, wäre es schön, hin und wieder eine kleine Anerkennung zu bekommen. Einfach etwas, was mir das Gefühl gibt, die Telekom sieht den Aufwand, der dahinter steht - und sei es nur eine Kaffeetasse. So etwas kommt aber höchstens einmal zum Geburtstag.

Wie aktiv sind Sie denn in der Community?

Das ist ganz unterschiedlich. Es ist beispielsweise auch vom Wetter abhängig - regnet es den ganzen Tag, kann es schon vorkommen, dass ich mich vier bis fünf Stunden in der Community aufhalte. Ist das Wetter so toll wie heute, dann bin ich gar nicht online - da gehe ich lieber ein Eis essen! Ich habe schließlich noch ein Leben neben der Community.

Sehen Sie denn Veranstaltungen wie das „Heavy T“ nicht als eine Art Wertschätzung? Haben Sie schon einmal daran teilgenommen?

Das „Heavy T“ ist eine von der Telekom durchgeführte Veranstaltungen für die Top-Autoren.

Hier kommt der Witz: Nein, da war ich noch nie. Denn jetzt kommt wieder zum Tragen, was ich eben bereits erwähnte: Für mich ist das ein Hobby. Warum soll ich dafür meine Freizeit opfern und nach Berlin fahren, um mich dort

„schulen“ zu lassen? Nein, das tue ich mir nicht an. Ich bin noch nicht dabei gewesen und werde es auch zukünftig nicht.

Wenn Sie schon keine Wertschätzung seitens der Telekom erfahren, wie verläuft das innerhalb der Community? Sie hatten ja vorhin bereits die Kudos erwähnt - ist Ihnen so etwas wichtig?

Naja, wenn Sie im Rang steigen wollen, dann sind diese zwingend notwendig. Es ist schon eine Art Wertschätzung, denn die Kudos kommen ja nicht nur von den Bekannten aus der Community, sondern von den Fragestellern selbst. Wenn man beispielsweise jemandem hilft, einen Router Stück für Stück einzurichten, dann kann es schon passieren, dass da pro Hilfethread 3 bis 5 Kudos reinkommen, das wirkt sich unter anderem positiv auf den Rang aus.

Wir bedanken uns für das Interview und die Einblicke, die wir daraus gewinnen konnten.

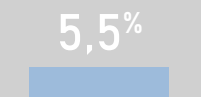
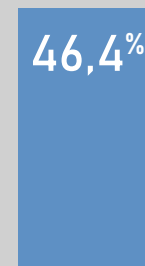
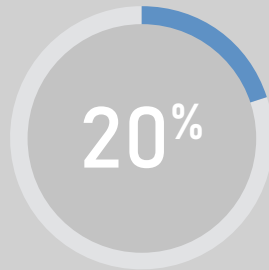
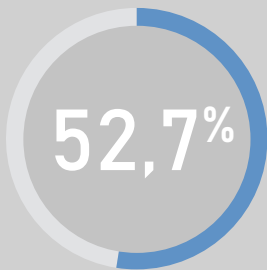
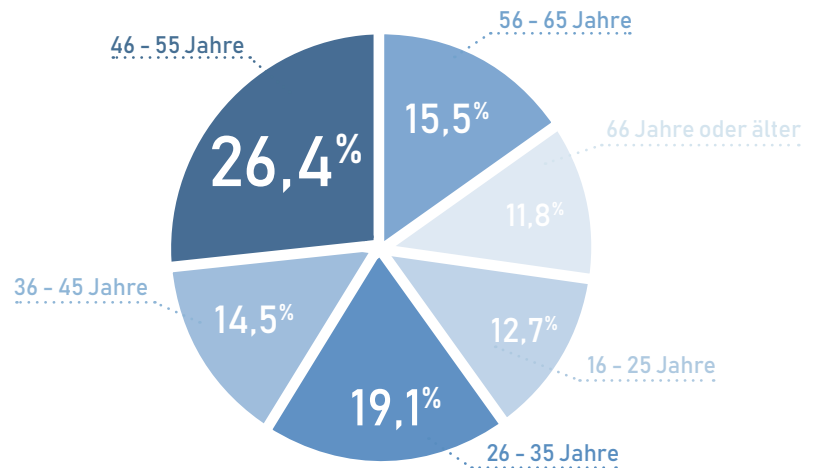
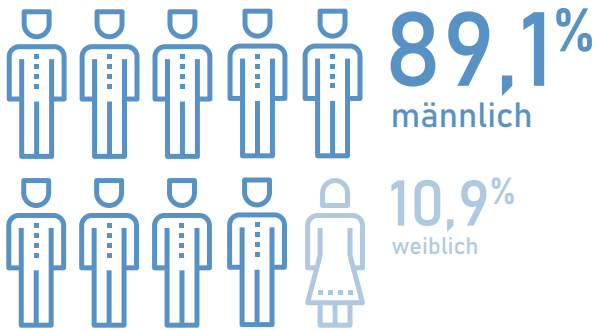
Kein Problem, sehr gerne. Ich habe einfach ein Helfersyndrom - darum bin ich wahrscheinlich auch in der Community!



Abb.3: Namensschilder auf der „HeavyT17“

## Motivation der „Telekom hilft Community“

### VERTEILUNG IM FORUM



Des Weiteren wurden von den Befragten folgende Communities benannt: mydealz, Sky Community, Apple Support Community, Newsgroups, Qivicon Community, Education (z.B. SAP) und die administrator.de Community. Das sind zusammen 7,2%.



5,5%

der Befragten sind bereits seit der Gründung des Forums in 2004 Mitglieder

68,1%

der Befragten und somit der Großteil traten dem Forum zwischen 2014 - 2018 bei.

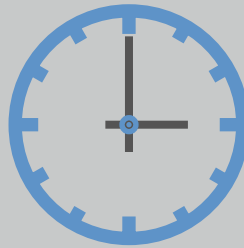
## AKTIVITÄT IM FORUM

48,2%

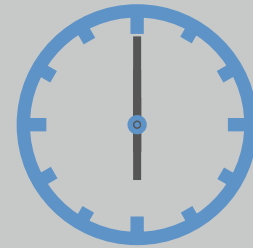
DER BEFRAGTEN  
SIND TÄGLICH  
ONLINE.



25,5% verbringen  
weniger als 30 Minuten  
in der Woche  
im Forum



32,7% verbringen  
1 - 3 Stunden  
in der Woche  
im Forum



21,8% verbringen  
mehr als 6 Stunden  
in der Woche  
im Forum



Trotz der hohen Aktivität im Forum haben **61,8%** der Befragten angegeben, nur **1 bis 10 Beiträge in der Woche** zu verfassen.

Daraus kann man schließen, dass viele entweder in der Community aktiv sind, um sich zu bilden oder, dass sie mit Hilfe der Suchfunktion auf der „Telekom hilft“ Seite ihr Problem gezielt finden können, so keine Beiträge mehr erstellen müssen.



Erstaunlich ist, dass **5,5%** angegeben haben, **mehr als 100 Beiträge** in der Woche zu verfassen. Das sind ungefähr 400 Beiträge im Monat und 5200 Beiträge im Jahr.

Eine Person hat angegeben, seit 2006 Mitglied des Forums zu sein - wenn man also davon ausgeht, dass diese Person also in jeder Woche seit seiner Anmeldung 100 Beiträge verfasst hat, kommt man in 12 Jahren leicht auf über 60.000 Gesamtbeiträge für nur eine Person.

## MOTIVATION DER TEILNAHME



42,7%

haben ein persönliches Interesse an IT-Themen



40,9%

sind beruflich in der IT-Branche tätig



16,4%

sind lediglich an Problemlösungen interessiert

15,5%

... stellen ausschließlich Fragen

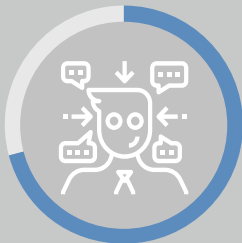
41,8%

... beantworten ausschließlich Fragen

42,7%

... stellen und beantworten Fragen

## Warum sind die Mitglieder Teil der „Telekom hilft Community“?



70,9%

Um Lösungen auf ihre Fragen zu finden



70%

Um ihr Wissen mit anderen zu teilen



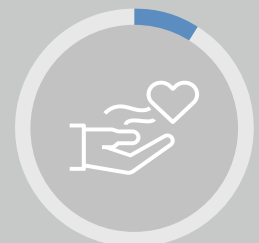
53,6%

Weil es ihnen Spaß macht, Teil einer Community zu sein



31,8%

Um sich mit anderen Mitgliedern auszutauschen und Kontakte zu knüpfen



9,1%

Um durch Badges und Kudos im Rang aufzusteigen

## Sonstige Gründe:

Um über technische Neuerungen up-to-date zu bleiben

Zur beruflichen Weiterbildung

Um ihr Wissen zu erweitern

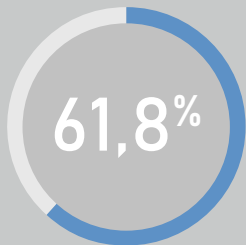
Aus persönlichem Interesse an der Telekom

Weil sie sich von der Community gebraucht fühlen

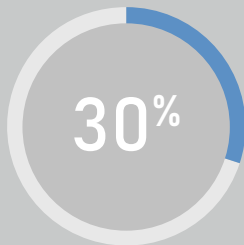
Weil sie sich gegenseitig gerne helfen

Weil sie bei Problemen gerne Unterstützung von Teamies bekommen

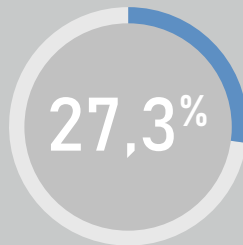
## Warum wenden sich die Mitglieder bei Fragen an die Community und nicht an den Telekom Support?



Weil sie glauben, durch das Forum schneller zu einer Lösung für ihr Anliegen zu kommen



Weil ihnen der Telekom Support nicht helfen konnte



Weil sie der Community mehr vertrauen als den Telekom Mitarbeitern

### Sonstige Gründe:

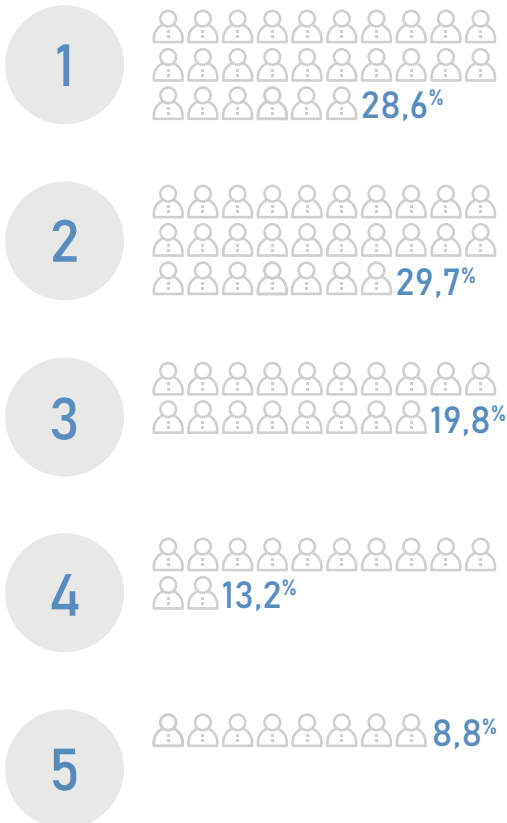
Weil sie in der Vergangenheit schlechte Erfahrungen mit dem Support gemacht haben oder dieser schwerer zu erreichen ist

Weil die Community, inkl. der Teamies, kreativere, ausführlichere und kompetentere Lösungen hat

Weil es eine gute Entlastung für den Telekom-Support ist

Weil es einfacher ist, fragen online zu schreiben als telefonisch zu erklären

## Wie sehr fühlen sich die Mitglieder für ihre Mitarbeit von der Telekom gewertschätzt? (in Schulnoten)



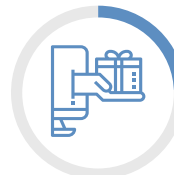
## Welche Vorteile wünschen sich Mitglieder von der Telekom, um sich wertgeschätzt zu fühlen?



Telekom Gutscheine & Rabatte



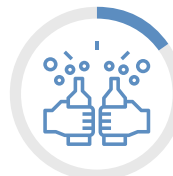
Kein Wunsch nach Vorteilen



Geschenke (bspw. Tassen)



Schulungen (bspw. zu Datenschutz und -sicherheit)



Freizeit-Events (bspw. Community Guide Treffen)



Persönliche Danksagung der Telekom

## Würden sie aktivere Mitglieder werden, wenn ihnen Vorteile GARANTIERT wären?





## Quellenverzeichnis

### Abbildungen

- Abbildung 1, Deckblatt: Logo der Telekom Hilft Community;  
Link: <https://telekomhilft.telekom.de/>;  
letzter Aufruf: 14.06.18
- Abbildung 2, Seite 1: Screenshot der telekomhilft.telekom.de Startseite;  
Link: <https://telekomhilft.telekom.de/>;  
Erstellt am: 20.06.2018
- Abbildung 3, Seite 3: Namensschilder auf der „HeavyT17“;  
Link: <https://telekomhilft.telekom.de/t5/Blog/HeavyT17-Wir-berichten-live-vom-Heavy-User-Event-2017/ba-p/2856536?lightbox-message-images-2856536=44553i9F069C3F9A72F106>;  
letzter Aufruf: 14.06.18
- Icons made by [Becris](#) from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com) is licensed by [CC 3.0 BY](#)

### Informationen - Seite 1

1. Deutsche Telekom AG;  
Link: <https://www.telekom.com/de/konzern/konzernprofil>;  
letzter Aufruf: 07.06.18
2. telekomhilft.telekom.de. Forumsbeitrag von „Waldemar H.“;  
Link: <https://telekomhilft.telekom.de/t5/Sonstiges/Umfrage-zur-Motivation-der-quot-Telekom-hilft-quot-Mitglieder/m-p/3263091#M285609>;  
letzter Aufruf: 15.06.18
3. Deutsche Telekom AG;  
Link: <https://telekomhilft.telekom.de/t5/Blog/Willkommen-in-der-Telekom-hilft-Community/ba-p/1535807#U1535807>;  
letzter Aufruf: 07.06.18

### Interview

Das Interview mit dem Top User Jürgen K. wurde am 20. April 2018 um 12.00 Uhr als Telefongespräch am Mediacampus der Hochschule Darmstadt in Dieburg durchgeführt. Das Gespräch wurde aufgezeichnet und anschließend transkribiert, editiert und dem Interviewpartner zur Absegnung vorgelegt.

### Umfrage

Die Umfrage, auf der die Infografik basiert, wurde über Google Forms erstellt. Am 14. Mai 2018 um 16:32 wurde sie [als Beitrag im Forum veröffentlicht](#) und am 1. Juni 2018 um 22:31 Uhr beendet.

## Impressum

Eine Ausarbeitung von:

Laura Arnold (laura.arnold@stud.h-da.de),  
Justine Brodatzki (justine.brodatzki@stud.h-da.de),  
Kira Schumacher (kira.schumacher@stud.h-da.de),  
Annaline Ungefucht (annaline.ungefucht@stud.h-da.de)  
und Rebecca Zöller (rebecca.zoeller@stud.h-da.de)

für das Elective „Community Management“  
unter der Leitung von Robert Gutounig  
des Studiengangs Onlinekommunikation  
zum Sommersemester 2018  
am Medien-campus Dieburg der Hochschule Darmstadt

Studiengangsleitung:

Prof. Dr. Martin Wessner  
martin.wessner@h-da.de

Hochschule Darmstadt  
Medien-campus  
Max-Planck-Straße 2  
64807 Dieburg

20.06.2018



**h\_da**

HOCHSCHULE DARMSTADT  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

**fbmd**

FACHBEREICH MEDIA

**#onkomm**