



**Buzzriders**

1. Wann ist das Projekt gestartet
2. Wer hat es initiiert
3. Was ist das Vorgehensmodell
4. Was ist Buzzriders
5. In welche Phase befindet es sich
6. Was ist die Vision dahinter

# 1. Wann ist das Projekt gestartet?

Buzzriders.com wurde kurz nach dem Verkauf des Blogs Basic Thinking vom Betreiber Robert Basic gestartet.

In der ersten Phase von Februar bis Mai 2009 hat Robert Basic die wesentlichen Grundbausteine von Buzzriders in die Wiege gelegt.

Juni 2009 wurde das erste, sog. „Buzzcamp“ eröffnet, um Interessenten die Gelegenheit zu geben, sich und ihre Vorstellungen einzubringen. Hierbei handelt es sich um eine freiwillige Mitgestaltung ohne vertraglichen Pflichten. Bisher wurden fünf Buzzcamps veranstaltet.

Buzzriders.com ist als Online-Angebot gedacht. Und hat als Grundausrichtung das Thema „lokales Leben“ (wirtschaftlich, gesellschaftlich, privat) und dessen Digitalisierung im Netz. Welche konkrete Ausprägung es dabei annimmt, bestimmen die Mitmachenden.

## 2. Wer hat es initiiert?

Robert Basic, geboren am 03.11.1966 in Kroatien, Zagreb. Seit 1970 in Deutschland lebend. Nach Abschluss als Diplom-Kaufmann an der J.W. Goethe Universität in Frankfurt/Main 1995 Einstieg als Trainee der Deutschen Bank. Dort bis 2002 im Bereich IT tätig, verantwortlich für verschiedenste Projekte unterschiedlichster Größen.

Seit 2002 selbständig, zunächst im Bereich Beratung, Konzeption und Umsetzung im Bereich Groupware. Seit 2004 beratend tätig als Web-Experte für neue Trends und Techniken rund um das Thema „Web 2.0“. Seit 2003 Blogger von Basic Thinking. Zwischendurch ein Wirtschaftsblog „MEX Blog“ bis 2005 sehr erfolgreich für die Wirtschaftsunioren Frankfurt betrieben. 2009 folgte der Verkauf des Blogs Basic Thinking unter großer Medienbeobachtung.

Vater zweier Kinder (7/12), wohnhaft in Usingen/Taunus (im Norden von Frankfurt). Seit drei Jahren getrennt von der Ehefrau lebend.

Hohes Interesse an Wissensteilung, neugierig, gerne Neuland betretend und selber ausprobierend. Legt Wert auf Transparenz und dem, was man sagt und entsprechend auch tut.

# 3. Was ist das Vorgehensmodell

Das Vorgehensmodell beruht auf folgenden Punkten:

1. Teilen von Ideen, Erfahrungen und Wissen. Ebenso auch Fehlern, um zu lernen. Beruht auf der Erkenntnis, dass klassische Gründungen trotz Geheimhaltung und gewissenhaftem Vorgehen nicht vor dem Scheitern gefeit sind. Insbesondere Internet-Vorhaben.
2. Mitmach-Bereitschaft fördern. An Buzzriders können sich Interessenten mit ihren Vorstellungen und Erfahrungen einbringen. Das beruht auf der Erkenntnis, dass ein Gründer bzw. Gründerteam häufig den Fehler begeht, zu sehr von Ihrem Erkenntnisstand auszugehen. Dementsprechend trifft das Angebot nicht die Nachfrage.
3. Freiwilligkeit: Nichts mehr als Freiwillige bringen den Spirit ein, der weitaus höher einzuschätzen ist als monetäre Anreize. Die emotionale Einlassung mit dem Projekt befördert das Kristallisieren eines Gesamtproduktes, das besonders das emotionale Element des Endnutzers widerspiegelt.

## 4. Was ist Buzzriders?

1. Buzzriders hat zum Ziel, ein Online-Angebot rund um das Lokale Geschehen zu werden. Um Menschen vor Ort mehr Nähe zu geben, sich gegenseitig informieren zu können, in allen Aspekten des privaten, wirtschaftlichen und öffentlichen Lebens.
2. Auf Basis der Einbringungen der Mitmachenden wird Buzzriders ein Social Network für Lokales werden, das Anlaufstellen für Menschen, Plätze (Mietwohnungen, Büros, Cafes, bis hin zu Baustellen und Parks) und Themen (alles, was Bürger vor Ort thematisch interessiert, Sport, Wissenschaft, Politik, Soziales, ...) bietet. Dieser Dreiklang aus Menschen, Themen und Plätzen wird ein Netz bilden, das das Lokale digital an jedem erdenklichen Geo-Punkt abbildet.
3. Ausgehend von diesem digitalen Netzsystem, das eine Verbindung zwischen Menschen, Themen und Plätzen an jedem erdenklichen Punkt schafft, ist Buzzriders in der Lage, jeden Anwendungsfall vor Ort funktional abzubilden. Beispiel: Aus dem Strom an Informationen, können Bürgerreporter Informationen filtern, verdichten und weitergeben. Zu jeder Straße, jedem Straßenzug, jedem Stadtteil und Region. Ebenso können Menschen Gleichgesinnte finden und vor Ort auf Wunsch treffen.

## 4. Was ist Buzzriders?

Menschen können sich mit Hilfe eines lokalen Kommunikationssystems punktgenau Informieren bzw. austauschen. So ist es möglich, dass ein User eine Nachricht an seine alte Adresse schickt, wo er früher gewohnt hat. Oder an eine Baustelle. Oder an eine PLZ. Damit versetzen wir die Nutzer in die Lage, Informationen punktgenau zu verteilen und auch aufzunehmen. Ebenso ist es denkbar, dass ein „Thema“ eine Nachricht an die Nutzer, andere, ähnliche Themen oder Orte sendet. Umgekehrt können Orte an Nutzer und Themen etwas versenden bzw. empfangen.

Grundlage dazu ist das o.g. System „Menschen, Themen, Plätze“, die miteinander vernetzbar sind.

## 5. In welche Phase befindet es sich?

Nach der Ideenfindungsphase und fünf Buzzcamps, dem Austausch mit über 100 Mitmachenden, hat sich nunmehr soweit ein Bild von der Marschrichtung von Buzzriders ergeben, so dass wir uns an die Umsetzung machen können.

Umsetzung nicht nur im softwaretechnischen Sinne, auch im Sinne von Marketing, kaufmännischen Aspekten, konkreten Teamaufgaben, organisatorischen Aspekten, Zeitvorgaben und einzelnen Umsetzungsschritten.

Welche Schritte sind das?

1. Softwaretechnische Umsetzung in iterativen Schritten. Hierzu werden die Module User-Profil, Lokations-Profil und Themen-Profil nacheinander entwickelt, in einer sog. „closed alpha“ von Freiwilligen getestet und weiter entwickelt. Bis zu einem Startpunkt, ab dem Außenstehende Buzzriders als lokales Produkt verstehen, gerne nutzen und es weiter empfehlen. Als viertes Modul wird ein Kommunikationsmodul umgesetzt, das den Informationsfluss innerhalb der Module User, Lokation und Thema gewährleistet und auch zwischen den Modulen einen Fluss in Gang setzt (private, öffentliche Nachrichten, ortsbezogene Informationen, ortsbezogene Nachrichten, etc.).

## 5. In welche Phase befindet es sich?

2. Nach technischer Umsetzung und dem Testen in kleinen, iterativen Schritten im Rahmen einer closed Alpha wird das Produkt in den Status „Open Beta“ versetzt. Das ermöglicht es allen Interessenten, sich ein eigenes Bild von Buzzriders zu machen. Auch in dieser Phase wird Buzzriders iterativ und in kleinen Schritten weiter getestet und verbessert.

3. Parallel zur technischen Umsetzung wird in anderen Teams an dem Marketing-Konzept gearbeitet, um Buzzriders den Nutzern vor Ort bekannt zu machen. Ebenso wie bei der technischen Umsetzung gilt es auch hier, in kleinen Schritten zu testen, Feedback einzusammeln, anzupassen. Diese Phase geht einher mit der closed Alpha Phase. Und wird in der Phase open Beta weitergeführt.

4. Neben der Umsetzung der Technik und des Marketings, erarbeitet ein weiteres Team das Finanzierungs- und Erlösmodell, um Buzzriders als Unternehmen zu lancieren. Das vor dem Abschluss des closed Alpha beendet sein soll. Und entsprechend vor Start der open Beta umgesetzt wird.

## 6. Was ist die Vision dahinter?

Buzzriders ist kein klassisches Unternehmen im herkömmlichen Sinne. Es betrachtet sich als realen Modellversuch, von Beginn an so weit wie nur möglich offen zu agieren, Kunden und Interessenten eine Mitmachmöglichkeit in allen Bereichen zu geben.

Beispiel: Es ist angedacht, sämtliche Controlling-Daten inkl. Personalkosten, Planungs-Daten und Benchmarks der Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen. Maßnahmen daraus öffentlich zu machen, um Interessenten daran teilhaben zu lassen, anderen Controllern die Gelegenheit zu geben, Buzzriders oder allgemein Dritten daraus Hinweise zu geben. Ebenso wird der gesamte Quellcode als Open Source zur Verfügung gestellt.

Wissensteilung, Partizipation, Offenheit sind und bleiben die Grundlagen von Buzzriders. Es soll anderen Unternehmen als Beispiel dienen, wie moderne Unternehmen die kollaborative Kraft des Internets nutzen, aber auch zurückgeben. Nicht zuletzt wird Buzzriders damit ein Genom des steten Wandels in einem technologisch intensiven Wettbewerbsumfelds in die Wiege gelegt.

Neben der Vision eines eigenen Unternehmensmodells will sich Buzzriders als die lokale Anlaufstelle im Netz etablieren, um die bisherige Bedarfslücke im Netz abzudecken.