



1 Konkrete Anwendungen

1	Konkrete Anwendungen	1
1.1	Globale Mitarbeiter-Weblogs bei der Siemens AG.....	1
1.1.1	Siemens AG.....	1
1.1.2	Herausforderung Wissensmanagement	1
1.1.3	Das Projekt Siemens Blogosphere.....	3
1.1.4	Nutzung und Inhalte der Weblog-Plattform	5
1.1.5	Schlussfolgerungen	10

1.1 Globale Mitarbeiter-Weblogs bei der Siemens AG

Karsten Ehms

1.1.1 Siemens AG

Die Siemens AG, gegründet 1847, ist ein weltweit führendes Unternehmen der Elektronik und Elektrotechnik. 475.000 Mitarbeiter entwickeln und fertigen Produkte, projektieren und erstellen Systeme und Anlagen und erbringen kundenspezifische Dienstleistungen. Der Konzern ist in rund 190 Ländern vertreten und produziert an circa 290 Standorten.

Sowohl das vielfältige Leistungsportfolio als auch die globale Präsenz stellen Herausforderungen and die Koordination und Vernetzung, denen mit keiner noch so guten Organisationsstruktur alleine entsprochen werden kann.

1.1.2 Herausforderung Wissensmanagement

Eine geschäftswirksame Unterstützung der Vernetzung von Mitarbeitern und Informationen wird seit rund einem Jahrzehnt als klassische Wissensmanagement-Aufgabe gesehen. Wie jede Management-Mode [Kieser 2006], so hat auch Wissensmanagement zu Erwartungen

geführt, denen die meisten Projekte letztlich nicht entsprechen konnten (vgl. z.B. [Knoblauch_2004]). Die Enttäuschungen, die auf den Hype-Faktor zurückzuführen sind, waren womöglich unvermeidbar und sollen nicht weiter betrachtet werden. Auch die nach wie vor existierenden Herausforderungen, die sowohl der Wissensbegriff als auch der Managementbegriff der Disziplin zumuten, werden hier nicht behandelt. Zweifellos jedoch scheitern viele Unterfangen an der fehlenden Akzeptanz der zunehmend unter Zeitdruck stehenden Mitarbeiter. Viele top-down eingeführte Lösungen passen nicht zu den tatsächlich gelebten, alltäglichen Arbeitsprozessen und -routinen wissensintensiver Stellen. Eine echte Prozess-Integration fand nicht statt, abstrakte Wissensprozesse, wie sie das sehr verbreitete Modell von Probst et. al. [Probst_et_al_1998] postuliert, konnten häufig nicht in lokal effizienzsteigernde Werkzeuge umgesetzt werden. So finden sammeln sich auf dem Desktop und in der Email schnell eine Reihe von Applikationen und Links auf Informationsplattformen an, die der Mitarbeiter idealerweise verfolgen sollte. Diese virtuellen Orte lassen sich im günstigen Fall noch als Lesezeichen abspeichern und nacheinander abarbeiten. In den meisten Fällen gibt es aber keine Deeplinks, so dass sich der Nutzer mühsam von einer Startseite oder einer Startansicht in die Tiefe hangeln muss. Werden nun an diesen Orten Informationen „eingestellt“, so ist schon nach kurzer Zeit für den Autor nicht mehr nachvollziehbar, wo er überall diskutiert, kommentiert und publiziert hat. Setzt man sich nun E-Mail-Notifikationen, so wird ein Medium, welches eigentlich für persönliche Punkt-zu-Punkt-Kommunikation ausgelegt ist, weiter missbraucht und aufgebläht. Kurzum, der eigene Content verteilt sich rasch über E-Mail-Boxes, Project- und Community-Spaces und ist kaum noch in einer personenzentrierten Zusammenschau aggregiert zugreifbar.

Ein Weblog-Angebot, verstanden als bottom-up Wissensmanagement, versucht nun, die zuletzt geschilderten Fallstricke zu umgehen. Es setzt darauf, ein möglichst einfaches Universalwerkzeug bereitzustellen, welches der einzelne Mitarbeiter so in seine Arbeitspraxis einbindet, wie er es für effizient hält.

In der Siemens AG werden verschiedene Lösungen und Werkzeuge für das Wissensmanagement auf unterschiedlichen Ebenen eingesetzt. Ein Erfahrungsaustausch hierzu, unter anderem mit dem Ziel einer sinnvollen Harmonisierung, obliegt seit Mitte 2004 einer spartenübergreifenden Community von Wissensmanagement-Experten. Eine zukunftsfähige und niederschwellige IT-Unterstützung für potenziell *alle* Mitarbeiter konnte bis dato nicht umgesetzt werden. Allein die Lizenzkosten für einen solchen Ansatz stellten die Organisation vor Probleme. Bei kommerziellen Anbietern besteht ein verständliches Interesse, die rund 500.000 potenziell benötigten Nutzungs-Lizenzen im Voraus zu verkaufen. Dies verträgt sich jedoch nicht mit einem experimentell-evolutionären Vorgehen zur Einführung eines neuen Werkzeugs auf *globaler* Ebene. Bei derartigen Innovationen sind weder Nutzungs-Raten noch Nutzungs-Formen und auch nicht deren Dynamik en Detail bekannt.

Erfreulicherweise hat sich durch die Verfügbarkeit von robusten Open-Source-Lösungen zumindest das Lizenzkosten-Problem gelöst. Somit wurde ein neuer Weg für Plattformen frei gemacht, von denen seit dem Aufgreifen des Themas Wissensmanagement durch Organisationen viele Mitarbeiter und Experten geträumt haben [Schuett_2006].

1.1.3 Das Projekt Siemens Blogosphere

Nach verschiedenen Vorarbeiten, die teilweise bis ins Jahr 2004 zurückreichen, wurde zum Jahresbeginn 2006 der gültige Startschuss für die Implementierung einer Weblog-Applikation im Intranet gegeben. In nur vier Monaten wurde die technische Umsetzung soweit fertig gestellt, dass die ersten Weblogs angelegt werden konnten. Um nicht mit einer leeren Plattform zu starten, wurden vor der Einbindung ins Portal bereits bloggende Kollegen angesprochen und ab Anfang April bei der Migration auf die neue Plattform unterstützt. Es handelte sich dabei um Kollegen, die bereits mit dem Medium Erfahrungen gesammelt hatten – teilweise mit lokalen Testinstallationen. Der Content war von Anfang an „real“ und ist auch heute noch auf der Plattform auffindbar. Es handelte sich also nicht um sinnfreie Systemtest mit Kunsttexten, sondern interessierte Dritte konnten sich bereits konkrete Nutzungsszenarien ansehen. Gleichzeitig diente diese Phase dazu, mögliche technische Probleme zu entdecken und zu beheben. Die Basisfunktionalität funktionierte schon zu diesem Zeitpunkt robust, da eine Lösung eingesetzt wurde, die sich bereits im Internet bewährt hatte. Sie basiert auf der Multiblog-Plattform twoday.net, einer in server-sided javascript implementierten Anwendung, die auf dem Applikations-Server helma aufsetzt. Spezifische technische Herausforderungen ergaben sich aus der Einbindung der bestehenden Infrastruktur zur Authentifizierung, der Umstellung auf das sichere Transportprotokoll https und der gestalterischen Integration in das Portal. Die Authentifizierung geschieht entweder durch die Übernahme einer bereits bestehenden Authentifizierung aus einer anderen single-sign-on-fähigen Anwendung (idealerweise dem Siemens-Intranet-Portal) oder durch eines von drei Anmeldeverfahren des unternehmensweiten Entitlement-Dienstes. In den meisten Fällen ist ein Mausklick ausreichend und es wird die Anmeldung am eigenen PC übernommen. Mit einem der drei Verfahren konnte bisher jedem Mitarbeiter weltweit der Zugang ermöglicht werden, ohne dass die Weblog-Applikation selbst hinsichtlich ihrer Benutzerverwaltung erweitert werden musste.

Einfachheit beim Zugang und bei der Bedienung war das leitende Prinzip bei der Festlegung des Funktionsumfangs.

Die Freischaltung für alle Mitarbeiter, die Zugang zum Intranet haben, erfolgte Ende Juni 2006. Sie können seitdem das Angebot nutzen, Weblogs zu lesen, zu schreiben und zu kommentieren.

Erreichbar ist die Weblog-Applikation über das zentrale Mitarbeiter-Portal der Siemens AG im Intranet. Hier ist es unter „Arbeitsmittel“ eingegliedert, was dem oben geschilderten Verständnis und Anspruch als Werkzeug entspricht. Der eigentlichen Startseite der Applikation (root page) ist eine redaktionell gestaltete Blog-Homepage vorgelagert, die Einsteigern den Umgang mit der neuen Kommunikationsform „Blogging“ erleichtern soll. Hier finden sich statische (redaktionelle) und dynamische Inhalte. Zu den statischen Inhalten zählen der Hinweis auf eine Bedienungsanleitung, die drei häufigsten Fragen und Verweise auf verschiedene externe Weblogs. Dynamisch werden aus der Weblog-Applikation Beiträge mit Podcasts und stark diskutierte Beiträge integriert. Diese Integration erfolgt durch RSS-Feeds, die die Applikation in verschiedensten Varianten zur Verfügung stellt. Für detaillierte Informationen

wird an allen Stellen auf entsprechende Weblogs verwiesen, so dass einen Schritt nach der Einstiegsseite das Medium (Weblog) und die Inhalte zusammenfallen. Seit Ende November wird als dynamisches Element auch eine Tag Cloud aus der Applikation bereits auf der Blog-Homepage angezeigt, so dass ein erster Überblick über die Siemens-weite Themenlandschaft möglich ist.

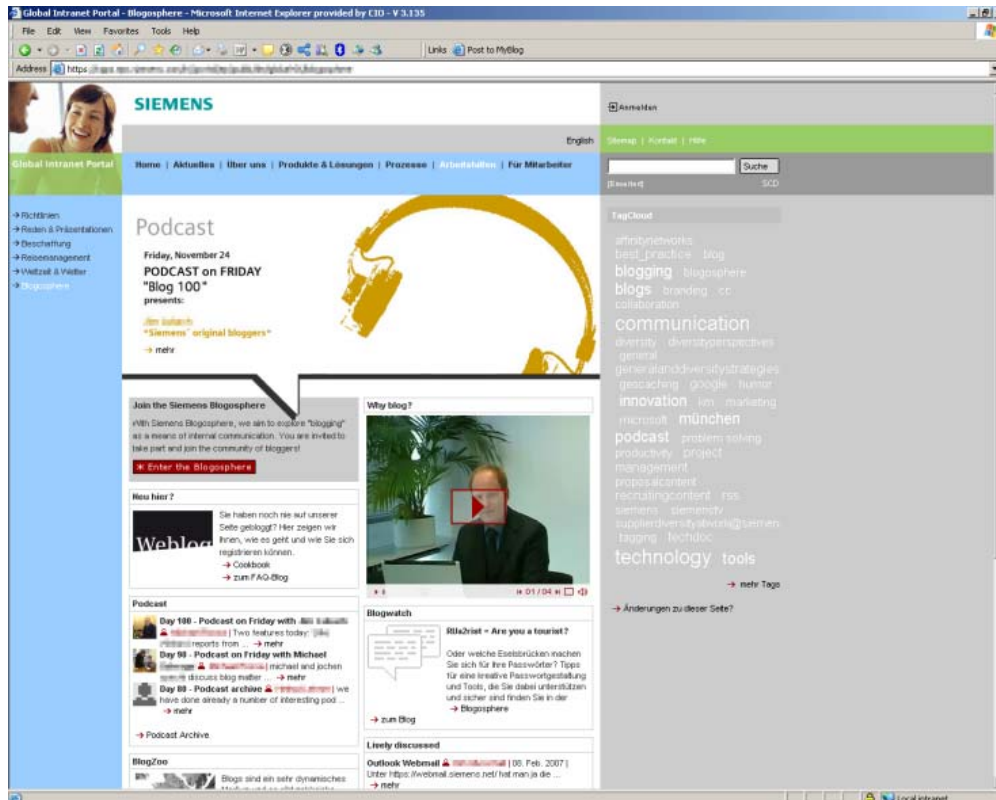


Abb. 1.1 Blog-Homepage als Einstieg mit Tagcloud rechts

Die Gestaltung – und kontinuierliche Anpassung – der Blog-Homepage war Teil eines „schlanken“ Einführungskonzeptes, welches die ersten 100 Tage nach dem Go-Live der Applikation begleitete und unter anderem auch ein eigenes Gruppen-Weblog als Kommunikationskanal nutzte. Auf weitere Kommunikationsmaßnahmen oder Versuche der Incentivierung wurde verzichtet. Die Nutzer sollen selbst ihre individuelle Form der Mediennutzung entwickeln.

Mögliche Einsatzszenarien werden durch ein sehr einfaches Rechtekonzept einerseits nahegelegt, andererseits begrenzt. Beiträge (Posts) sind entweder „draft“ und damit nur für den Autor lesbar oder „public“ und damit für jeden sichtbar, der Zugang zum Intranet hat. Es gibt

keine Vorgabe zur Wahl der Sprache. Wird ein Beitrag auf Englisch publiziert, hat er natürlich eine größere potenzielle Leserschaft. Alle Beiträge sind kommentierbar. Um „publizieren“ und kommentieren zu können, muss der Autor sich authentifizieren und beim ersten Mal eine Blogging-Policy akzeptieren. Diese Policy umfasst in sechs Absätzen im wesentlichen Regeln des guten Umgangs (gegenseitiger Respekt, Ehrlichkeit und Integrität), der Informationssicherheit und des Persönlichkeitsschutzes. Prinzipiell ist jedem Mitarbeiter freigestellt, welche Inhalte er über sein Weblog kommuniziert.

1.1.4 Nutzung und Inhalte der Weblog-Plattform

Nutzerzahlen

Bis Ende November 2006 wurden 8879 Nutzer vom System registriert. Die Reichweite schätzen wir auf ca. 25.000 Personen. Damit ist die Anzahl der Mitarbeiter gemeint, die die Plattform seit dem Launch bisher mindestens einmal besucht haben. Es handelt sich dabei um eine Schätzung, da anonyme Besucher nicht präzise erfasst werden können.

Persönliche Weblogs wurden von 309 Benutzern selbstadministriert erstellt. 38 Weblogs wurden als Gruppenweblog mit mehr als einem Autor von der Administration auf Anfrage erstellt. Ein Weblog mit Fragen und Verbesserungsvorschlägen zum System selbst wird als „offenes“ Blog geführt. Hier können alle registrierten Benutzer Beiträge schreiben und nicht nur kommentieren. Damit steht die Kommentarfunktion zur Nachverfolgung der Historie zur Verfügung, wenn zum Beispiel ein Benutzer (im übergeordneten Beitrag) ein neues Leistungsmerkmal wünscht.

Beiträge und Kommentare

Ende November 2006 gab es 1464 Beiträge (Posts) und 2556 Kommentare von 482 unterschiedlichen Autoren auf der Plattform. Die zeitliche Verteilung der Beiträge und Kommentare ist in Abbildung 2 dargestellt.

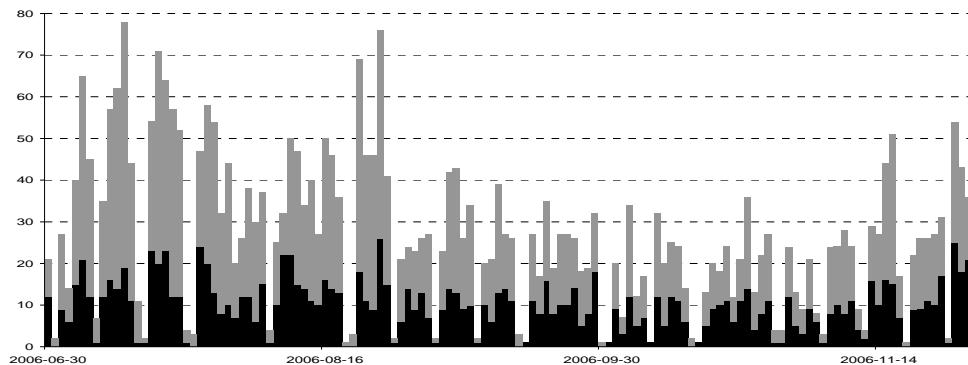


Abb. 1.2 Anzahl der Beiträge (schwarz) und Kommentare (grau) pro Tag.

Es zeigte sich eine abnehmenden Häufigkeit der Kommentare nach dem Go-Live. Im Gegensatz dazu blieb die Zahl der Beiträge konstanter und nahm zum Ende des Analysezeitraums leicht zu. Die Lücken in der Darstellung entstehen durch die Wochenenden. Sie sind jedoch nicht leicht aus der Darstellung zu entfernen, da sich die Nutzer über nahezu alle Zeitzonen verteilen. Sieht man sich die Verteilung der Beiträge auf Benutzer bzw. Weblogs an (nicht grafisch dargestellt), so zeigen sich auch hier typische Exponentialkurven [Cattuto_et_al_2006], d.h. relativ wenige Akteure sorgen für einen Großteil der Schreibzugriffe.

Die Entwicklung der genannten Zahlen verläuft annähernd linear. Ein exponentielles Wachstum, wie es für viele Internet-Plattformen beobachtet wurde [Sifry_2006], findet (noch) nicht statt. Hier besteht noch Potenzial, über zusätzliche Kommunikationsmaßnahmen weitere Nutzer anzusprechen und Ihnen die Plattform vorzustellen.

Die Formen der Inhalte

Die mittlere Länge eines Weblog-Beitrages betrug ca. 970 Zeichen, die eines Kommentars knapp 370 Zeichen. Beiträge mit weniger als 100 Zeichen wurden in der Analyse nicht berücksichtigt, da es sich dabei meist um Test-Beiträge vom Typ „Ich bin hier“ handelte, die wenig zu einer inhaltlichen Analyse beitragen. Bei sehr langen Texten (größer 7.000 Zeichen) handelt es sich häufig um kopierte Inhalte aus Online-Magazinen. Der längste Original-Artikel umfasst allerdings ebenfalls knapp 7.000 Zeichen. Circa 70% der Beiträge sind zwischen 100 und 1.100 Zeichen lang. Von 1.399 Beiträgen enthielten 806 mindestens einen Hyperlink. Diese Beiträge werden unter dem Begriff „Resource-Posts“ im nächsten Abschnitt genauer untersucht.

Resource-Posts als Beitragsform

Mit Resource-Posts sind Beiträge gemeint, die auf weitere Informationen verweisen, die per URL erreichbar sind. Hier reichen für den „Autor“ manchmal schon wenige (Schlag)Worte, um eine interessante Quelle zu beschreiben. Durch die Verbindung mit den anderen Informationen im Weblog bekommt diese knappe Information einen Kontext und ist für einen Leser besser einzuordnen als die isolierte URL. Resource-Posts möchte ich hier vereinfacht als relativ kurze Beiträge, die mindestens eine URL enthalten, operationalisieren. Als Untergrenze für die Analyse wurden 100 Zeichen angesetzt. Schwieriger gestaltet sich demgegenüber die Festlegung der Obergrenze für Resource-Posts. Eine heuristische Analyse der Textlängen von Beiträgen ohne URL im Content („0“) im Unterschied zu Beiträgen mit URL („1“) zeigt ein interessantes Bild.

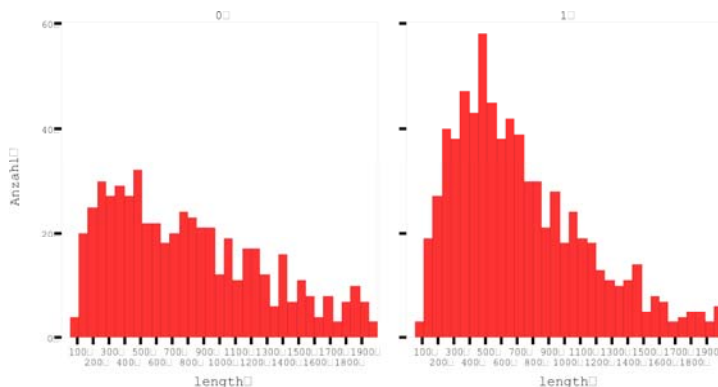


Abb. 1.3 Textlängen der Beiträge ohne Hyperlink (links) und mit Hyperlink (rechts).

Die Häufigkeitsverteilung der Textlängen mit URL lässt ein Maximum bei ca. 500 Zeichen erkennen. Das ist insofern ungewöhnlich, da die meisten Verteilungen abnehmend exponentiell verlaufen. Nach Inspektion einiger Beiträge empfehle ich, bis zu einer Länge von ca. 500 Zeichen von typischen „Resource-Posts“ zu sprechen. Diese Grenze ist als Orientierung zu verstehen und es kommt nicht auf das einzelne Zeichen an. Diese Form des Bloggens erscheint mir vor dem Hintergrund eines persönlichen Wissensmanagements interessant. Weitere Analysen sollen klären, ob es sich eher um eine Beitragsform oder um eine eigenständige Nutzungsform des Mediums handelt. Letzteres wäre der Fall, wenn einige Personen überwiegend diese Form von Beiträgen schreiben. Die Technik könnte diese Beiträge noch besser unterstützen und im Sinne eines Social-Bookmarkings Vernetzungsangebote mit anderen Nutzern und wiederum deren Inhalten anbieten.

Tags und Inhalte

Die Verfasser von Beiträgen haben in der Siemens Blogosphere die Möglichkeit, freie Schlagworte zu vergeben, die zunächst keiner weiteren terminologischen Kontrolle unterliegen [Hammond_et_al_2005]. Diese Möglichkeit wurde bei der System Einführung nicht be-

sonders hervorgehoben. Umso erfreulicher ist es, dass die Nutzer Gebrauch von dieser freien Art der Metadatenvergabe machen. Im Analysezeitraum wurden Texte 3.224 mal mit 1.150 unterschiedlichen tags versehen. Damit wurden durchschnittlich 2,3 Tags je Beitrag vergeben. Werden hier nur die Beiträge betrachtet, die mindestens einen Tag besitzen, so steigt dieses Verhältnis auf 2,9.

Die Häufigkeitsverteilung der unterschiedlichen tags folgt der vielfach zitierten Exponentialkurve (Power-Law, Long-Tail) [Cattuto_2006].

Die tags geben einen ersten Hinweis auf die publizierten Inhalte. Sie repräsentieren übergeordnete Themen aus Autorensicht. Die am häufigsten vergebenen Tags deuten auf eine inhaltliche Beschäftigung mit dem Werkzeug Weblogs und Social Software hin („blogs, web2.0, blogging, wiki“). Etwas allgemeiner sind Beiträge zum Thema „tools“ gefasst, die sich mit verschiedenen Werkzeugen zur Produktivitätssteigerung befassen. Andere, zunehmend diskutierte Themen auf der Plattform sind „Innovation“ und „Communication“ sowie Beiträge, die sich mit technologischen Entwicklungen beschäftigen („technology“).

Kommentare und Vernetzung

Kommentare machen beinahe zwei Drittel der verfassten Texte aus. Sie sind, neben Links in der Blogroll und in Beiträgen, die prominentesten Vertreter der Vernetzung zwischen den schreibenden Nutzern der Blogosphere. Wer einen Kommentar verfasst, lenkt seine Aufmerksamkeit auf den Inhalt des zu kommentierenden Textes und naturgemäß auch auf die Person „dahinter“. Die Siemens Blogosphere unterstützt diese Kontextualisierung indem ein Klick auf den Namen des Autors entweder auf dessen persönliches Weblog oder seinen Eintrag im elektronischen Personenverzeichnis mit weiteren Kommunikationsdaten führt.

Im Analysezeitraum wurden 2.556 Kommentare erstellt, deren Länge von 6 Zeichen bis 6.370 Zeichen reichte. Die mittlere Textlänge betrug ca. 370 Zeichen bzw. 440 Zeichen, wenn nur Kommentare größer-gleich 100 Zeichen betrachtet werden.

[Abbildung 4] zeigt die absoluten Häufigkeiten der Kommentaranzahl je Beitrag. 655 Beiträge blieben unkommentiert, 233 Beiträge erhielten einen Kommentar, 195 zwei Kommentare usw.

Der Eindruck, dass längere Beiträge keine oder sehr wenige Kommentare erhalten, konnte in einer ersten Korrelationsanalyse nicht bestätigt werden ($r = 0,15$; $n = 1398$; n.s.). Die Anzahl der Kommentare scheint stärker vom Thema und vom Schreibstil abzuhängen als von der Länge des Beitrags.

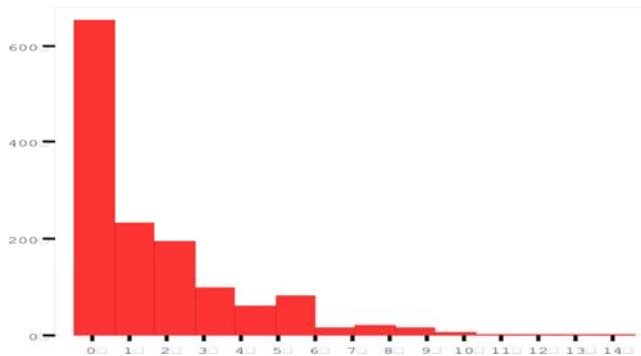


Abb. 1.4 Häufigkeitsverteilung der Kommentar-Anzahl.

Kommentare verbinden Personen, genauer den Autor des Kommentars mit dem Autor des kommentierten Textes. Diese Verbindungen können als Einstiegspunkt für zukünftige soziale Netzwerkanalysen verwendet werden.

Aktivitätsmuster

Welche Praktiken bei der Nutzung von Weblogs im Intranet erweisen sich als stabil? Um der Beantwortung dieser Frage einen ersten Schritt näher zu kommen, bietet es sich an, den Nutzungsverlauf einzelner Weblogs näher zu untersuchen. Unter Lebensfähigkeit wird hier relativ pragmatisch das Aufrechterhalten der Bloggingpraxis über einen längeren Zeitraum verstanden [Schmidt_und_Mayer_2006]. Einschränkend muss vorweggeschickt werden, dass sich die Erfahrungen mit der Blogosphäre bei Siemens bislang auf den vergleichsweise kurzen Zeitraum von 8 Monaten beziehen. Die Analyse der Blogging-Patterns umfasst die 34 Wochen bis Ende November einschließlich der Pre-Launch-Phase.

Im betrachteten Zeitraum enthielten 112 von 309 persönlichen Weblogs keinen Beitrag. Das heißt, circa ein Drittel der Mitarbeiter, die sich selbst ein Weblog angelegt haben, fanden keinen Einstieg in die tatsächliche Nutzung des Instruments. Dies ist mit Zahlen aus dem Internet vergleichbar (vgl. die Diskussion bei [Krüger_2003]).

Folgt man der Perseus-Studie von 2003 [Perseus_2003], so werden ca. zwei Drittel der angelegten Weblogs wieder aufgegeben, wobei ein Weblog in dieser Studie als inaktiv galt, wenn es länger als zwei Monate nicht mehr aktualisiert worden war. Dieselbe Studie weist darauf hin, dass Weblogs im Internet viel seltener aktualisiert werden als häufig angenommen wird. Demnach werden aktive Weblogs durchschnittlich alle 14 Tage aktualisiert. Nur 2,6% aller Weblogs des Perseus-Modells werden wöchentlich aktualisiert. Dieser Anteil liegt in der Siemens Blogosphäre bei 7,8%. Die Definition eines „aktiven“ Weblogs ist keine einfache und schon gar keine einheitlich gelöste Aufgabe. Je nach Studie und Organisation gelten Weblogs mit durchschnittlich 0,5-8 Beiträgen pro Monat als aktive Weblogs. Raten für aktive Weblogs schwanken in der Siemens Blogosphäre zwischen 13% und 25% bei einem Mi-

nimum von mindestens einem Beitrag pro Monat als Aktivitätskriterium. Diese *relativen* Zahlen sind mit denen von IBM vergleichbar [Back_2007; Dueckert_2007].

Unter den 30 über einen längeren Zeitraum sehr aktiven Weblogs finden sich 10 Gruppen-Weblogs mit verteilter Autorenschaft. Dies ist wiederum ein Drittel. Der Gesamtanteil der Gruppen-Weblogs beträgt demgegenüber nur ca. 11%. Das legt den Schluss nahe, dass es mehreren Autoren leichter fällt, gemeinsam eine stabile Blogging-Praxis aufzubauen. Es könnte jedoch auch sein, dass unter den freigeschalteten Autoren wiederum nur einzelne oder wenige tatsächlich aktiv sind.

1.1.5 Schlussfolgerungen

Was ist neu am Einsatz von Weblogs in einem Firmenintranet im Allgemeinen und für das Wissensmanagement im Besonderen?

Zunächst wäre die globale Bereitstellung einer vergleichbaren Applikation im Jahre 2000 [Gibbert_et_al_2000] nicht realisierbar gewesen. Erst durch die Verfügbarkeit leistungsfähiger, quelloffener und lizenzkostenfreier Software war es möglich, die Entwicklung bzw. Anpassung der Lösung innerhalb weniger Monate durchzuführen.

Die Möglichkeit, im Intranet schnell und direkt, d.h. ohne redaktionellen Freigabeprozess, Inhalte zu veröffentlichen, stellt einen großen Schritt in Richtung dialogorientierte Kommunikationskultur dar. Bis dato gab es keinen einzigen Fall von Missbrauch im Sinne eines Verstoßes gegen die akzeptierte Policy. Kleinere Abweichungen vom erwünschten Nutzungsverhalten, wie das wiederholte Schreiben sinnfreier Testbeiträge, werden von den Nutzern selbst kommentiert und damit korrigiert. Auch diese Form der transparenten(!) Selbststeuerung ist neu.

Nutzungsmotive

Die Beteiligung auf der Plattform zeigt, dass Weblogs als zusätzliches Arbeitsmittel akzeptiert werden und dass sich Mitarbeiter zu verschiedenen Themen global vernetzen. Aufgrund der zunehmenden Nutzung des freiwilligen Angebots kann auf eine erfolgreiche Integration in die individuellen Arbeitspraktiken ausgegangen werden. Darauf weisen auch einige Beiträge und Kommentare auf der Plattform selbst hin. Die Argumente für den Gebrauch des Werkzeugs Weblog zeigen eine große Bandbreite. Für eine dauerhafte Motivation kommen mehrere persönliche Motive zum tragen. Einige Kollegen betonen die Unterstützung der Reflektion durch das Schreiben der Beiträge, anderen sind der Dialog und das schnelle Feedback wichtig. Einige Einheiten integrieren bestimmte Weblogs via RSS in ihre „klassischen“ Websites und ergänzen so typische redaktionelle Inhalte durch dynamische Beiträge, wobei manchmal nur thematische Teilbereiche einzelner Weblogs eingebunden werden. Die Verwendung von Links, um mit kurzen Hinweisen auf weitere Inhalte zu verweisen (Resource-Posts, s.o.), kombiniert mit der Dialogmöglichkeit durch Kommentare, erzeugt in kurzer Zeit kleine, facettenreiche Sammlungen von Informations-Ressourcen, die durch die personenbezogene Vernetzung wertvolle Kontextinformation tragen und nicht nur vom Autor des initialen Beitrags geschätzt werden. Die Zunahme fachlich orientierter Beiträge weist darauf hin,

dass Weblogs besser in die tägliche Arbeitspraxis integriert werden als dies bisher mit klassischen Wissensmanagement-Systemen top-down gelungen ist.

Weblog-Einträge sind Spuren des individuellen, digitalisierten Arbeitsflusses und damit Ausdruck der Beschäftigung mit einem, meist mehreren Themengebieten. Die Verankerung im eigenen episodischen Gedächtnis [Tulving_2002] wirkt aus Sicht des Weblog-Autors als erhebliche Komplexitätsreduktion gegenüber verteilten Formen der Content-Speicherung in anderen Systemtypen wie beispielsweise Diskussionsforen, Community-Plattformen und Wikis. Für den Autor macht dies den technisch unterstützten Zugriff bzw. Rückgriff einfach. Das Verstehen beim Leser wird erleichtert durch die Assoziation der Inhalte mit der „Stimme“ eines Gegenübers, dem Autor des Weblogs. Durch Merkmale wie Permalinks, Referer und Kommentare steuert die Technik Vernetzungspotenziale bei.

Herausforderungen

Die Siemens-Blogosphere ist noch jung, die ersten Schritte in Richtung einer schnellen, flexiblen, transparenten und selbstorganisierten Form des Wissensmanagements sind ermutigend. Der Einsatz von Social Software im Unternehmen bringt jedoch auch einige Herausforderungen mit sich. Die Wahrscheinlichkeit des Missbrauchs im Sinne einer nicht geschäftsbezogenen Nutzung wird häufig überschätzt. Mit einer entsprechenden Policy kann hier nochmals „erinnernd“ gegengesteuert werden. Die mit der Rolle des Organisationsmitglieds verbundenen Erwartungen schaffen überdies einen entsprechenden Verhaltensrahmen. Schwieriger dürfte einigen Firmen – und speziell deren IT-Abteilungen – der Umgang mit den Werten und Nutzungsgewohnheiten fallen, die mit solchen Anwendungen mittransportiert werden. So mag es dem ein oder anderen Verantwortlichen schwer fallen, die oben genannten Zahlen in Bezug auf inaktive und aufgegebene Weblogs zu akzeptieren, selbst wenn diese deutlich über dem Internetvergleich liegen. Eine Anordnung von Mindest- und Maximal-Nutzung oder fixierter Rollen (vgl. FTD_2007; Pleil_2007) erscheint mir ebenso absurd, wie das Telefonieren oder die Nutzung von E-Mail über solche Vorgaben zu steuern. Letzteres ist ein gutes Beispiel, denn eine Hoffnung, die sich mit den neuen Werkzeugen verbindet, ist nicht zuletzt ein Rückführung gerade dieses Kommunikationskanals zu seiner eigentlichen Bestimmung. Der persönlichen Punkt-zu-Punkt Kommunikation. Wir werden uns also damit anfreunden müssen, dass effizient arbeitende Mitarbeiter in wissensintensiven Prozessen selbst die geeigneten Informationswerkzeuge zu einem für sie optimalen Mix verknüpfen. Hierbei stellen Weblogs *einen* sinnvollen Baustein dar.

Literatur – zum schnellen Nachschlagen – für die Publikation LÖSCHEN !

- Back, A. *Wissensnetzwerke in Unternehmen: Präsentation auf der Learntec 2007*. Retrieved Feb 19, 2007, from http://www.peter.baumgartner.name/material/slides/back_learntec07.pdf/view.
- Cattuto, C. (2006). Semiotic dynamics in online social communities. *The European Physical Journal C - Particles and Fields*, 46(08/18/0), 33– 37.
- Davenport, T., & Probst, G. J. B. (Eds.). (2000). *Knowledge Management Case Book. Best Practices*. New York: John Wiley.
- Dückert, S. (2007). *Weblogeintrag zum bitkom Arbeitskreis*. Retrieved Feb 13, 2007, from http://www.cogneon.de/weblogs/bitkom_kem_08_02_2007.
- Financial Time Deutschland. (2007). *Das Bloghaus*. Retrieved Sep 21, 2007, from <http://www.ftd.de/div/vernetzung/178907.html>.
- Gibbert, M., Jonczyk, C., & Völpel, S. C. (2000). ShareNet – the next generation knowledge management. In T. Davenport, & G. J. B. Probst (Eds.), *Knowledge Management Case Book. Best Practices* (pp. 22– 39). New York: John Wiley.
- Gronau, N., Pawlowsky, P., Schütt, P., & Weber, M. (Eds.). (2006). *Mit Wissensmanagement besser im Wettbewerb*. Pöing: Franzis' Verlag.
- Hammond, T., Hannay, T., Lund, B., & Scott, J. (2005). Social Bookmarking Tools (I): A General Review. *dlib*, 11(4).
- Haus, M., & Kömpel, D. (2007). BASF: Weblogs contra One-Voice-Policy. In T. Pleil (Ed.), *Online-PR im Web 2.0. Fallbeispiele aus Wirtschaft und Politik* (pp. 80– 95). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Kieser, A. (2006). Moden und Mythen des Managements. In R. J. Zaugg, & N. Thom (Eds.), *Handbuch Kompetenzmanagement. Durch Kompetenz nachhaltig Werte schaffen ; Festschrift für Norbert Thom zum 60. Geburtstag* (pp. 65– 74). Bern: Haupt.
- Knoblauch, H. (2004). Kritik des Wissens. Wissensmanagement, Wissenssoziologie und die Kommunikation. In B. Wyssusek, & D. Ahrens (Eds.), *Wissensmanagement komplex Perspektiven und soziale Praxis* (pp. 275– 289). Berlin: Schmidt.
- Krüger, A. (2003). *Massensterben bei den Blogs?: Wie sich die Ergebnisse einer Untersuchung gegen den Strich bürsten lassen*, from <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/15/15849/1.html>.

-
- Perseus. (2003). *The Blogging Iceberg*. Retrieved Mar 31, 2007, from <http://perseus.com/blogsurvey/iceberg.html>.
- Pleil, T. (Ed.). (2007). *Online-PR im Web 2.0: Fallbeispiele aus Wirtschaft und Politik*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Probst, G. J. B., Raub, S., & Romhardt, K. (1998). *Wissen managen: Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen* (2. Aufl). Frankfurt am Main: Frankfurter Allg., Zeitung für Deutschland [u.a.].
- Schütt, P. (2006). Social Computing und Activity Management. In N. Gronau, P. Pawlowsky, P. Schütt, & M. Weber (Eds.), *Mit Wissensmanagement besser im Wettbewerb* (pp. 151–159). Poing: Franzis' Verlag.
- Sifry, D. (2006). *State of the Blogosphere, April 2006 Part 1: On Blogosphere Growth*. Retrieved Mar 03, 2007, from <http://technorati.com/weblog/2006/04/96.html>.
- Tulving, E. (2002). Episodic memory: From mind to brain. *Annual Review of Psychology*, 53(1), 1– 25.
- Wyssusek, B., & Ahrens, D. (Eds.). (2004). *Wissensmanagement komplex Perspektiven und soziale Praxis*. Berlin: Schmidt.
- Zaugg, R. J., & Thom, N. (Eds.). (2006). *Handbuch Kompetenzmanagement: Durch Kompetenz nachhaltig Werte schaffen ; Festschrift für Norbert Thom zum 60. Geburtstag*. Bern: Haupt.
- .