

UNTERNEHMEN 2.0 – WIKI, BLOG UND TWITTER FÜR UNTERNEHMEN



Haben Sie bereits gebloggt? Was wissen Sie über Twitter? Schlagen Sie Informationen in Wikipedia nach, haben aber noch keinen Eintrag bearbeitet? Die Schlagwörter Blog, Twitter, Wiki, Web 2.0 stehen fast täglich in der Presse. Inzwischen ist sogar die Rede von Unternehmen 2.0, einer neuen Art der Informationsverarbeitung von Wissensarbeitern im Unternehmen, mit mehr Interaktion, schnellerer Kommunikation, besserem Wissensmanagement und natürlich einem deutlichen Produktivitätsschub durch den Einsatz moderner Internet-Technologien.

Was ist dran an den Versprechungen, und welche Maßnahmen lassen sich in mittelständischen Unternehmen sinnvoll und einfach umsetzen?

VOM WEB 2.0 ZUM UNTERNEHMEN 2.0

Zunächst eine Definition von **Web 2.0**, die weniger die Schlagwörter in den Vordergrund stellt als viel mehr die Veränderungen in der Art, wie Menschen miteinander kommunizieren und umgehen:

Web 2.0 als Oberbegriff bezeichnet alle Möglichkeiten, über das Internet und miteinander verbundenen Computern, Handys, Konsolen etc. interaktiv zu kommunizieren und Informationen oder Wissen auszutauschen.

An sich ist das noch nicht spektakulär, schicken wir doch seit vielen Jahren E-Mails in Sekundenschnelle um den Globus. Was sich jedoch ändert, ist die **Präsenz** und **Vielfältigkeit** von Informationen, die von jeder Person mit Zugang zum Internet und Schreibkenntnissen veröffentlicht werden können. Ein Beispiel hierfür ist die letzte Wahl des Bundespräsidenten, als das Wahlergebnis durch einen Abgeordneten per Twitter vom Handy aus bereits veröffentlicht wurde, bevor es offiziell verlesen wurde. Auch z.B. beim Online-Shopping können Sie inzwischen auf vielfältigste Art herausfinden, welche Produkte empfohlen werden und wo sie preisgünstig erworben werden können. Dank Google finden sich Beiträge von zufriedenen oder unzufriedenen Benutzern, die Ihre Einsichten in einem persönlichen Blog oder einem Anwenderforum beschrieben haben. Oft sind diese Aussagen verlässlicher als blumige Verkaufsprospekte oder Werbeaussagen der Hersteller.

Der Nutzen der neuen Technologien im individuellen Umfeld ist unbestritten, aber wie lässt sich ein Nutzen im Unternehmen erzielen, und was ist mit dem neuen Schlagwort **Unternehmen 2.0** (oder **Enterprise 2.0**) gemeint? Wieder der Versuch einer Definition:

Ein Unternehmen 2.0 hat eine Unternehmenskultur etabliert, seine Organisationsprozesse angepasst und die nötige Informations-Infrastruktur eingeführt, die es allen Mitarbeitern als sozialem Netzwerk im Unternehmen ermöglicht, das Unternehmenswissen kontinuierlich zu vermehren sowie alle Unternehmensprozesse zu verbessern und zu optimieren. Dies führt nachweislich zu einer höheren Wertschöpfung und Mitarbeiterzufriedenheit.

So weit sind Unternehmen meist nicht. Arbeitsprozesse in Organisationen neigen zur Behäbigkeit. Definierte, funktionierende Prozesse werden oft nicht in Frage gestellt, und eine Anpassung ist in der Regel mit großem Aufwand und der Überwindung von Widerständen verbunden. Genau hier haben mittelständische und kleine Unternehmen entscheidende Vorteile, können Sie doch sehr schnell die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Nutzung der neuen Technologien zu schaffen. Auch gehen sie meist pragmatischer an eine Neuentwicklung heran.

Es zählt weniger eine strategische Langfristplanung mit definiertem Budget und kalkuliertem Return on Investment, sondern ein Gespür für erfolgreiche Tendenzen und der unternehmerische Mut, bekanntes Terrain zu verlassen. Ideale Voraussetzungen, um Web 2.0-Technologien erfolgreich einzuführen.

BLOG VERSUS NEWSLETTER

Wenn Ihre Marketing-Abteilung Newsletter oder Rundschreiben nutzt, um regelmäßig Kunden zu informieren, kann ein Unternehmens-BLOG eine sinnvolle Alternative sein. Ein Newsletter wird per E-Mail verschickt und wird inzwischen, wenn häufig versandt und mit viel Text, eher als lästig empfunden und "weggeklickt". Ein Blog dagegen wird nur besucht, wenn der Leser den Inhalt für relevant hält und sich einen Nutzen davon verspricht. Die Akzeptanz der Inhalte erhöht sich dadurch deutlich.

Auch auf Ihrer Seite verursacht die Erstellung eines Newsletters viel Aufwand. Sinnvolle Inhalte müssen zusammengetragen und redaktionell aufgearbeitet werden, und für den Versand ist häufig eine Bearbeitung des Adressmaterials erforderlich. Anders bei einem Blog: Aktuelle Informationen, zum Beispiel zu einer Produktneuheit, können unmittelbar ohne großen Aufwand ins Netz gestellt werden. Durch die Angabe von Kategorien oder Stichwörtern (so genannte *Tags*) lassen sich relevante Informationen vom Leser sehr schnell finden. Und wird ein Leser von einem Link zu einem Blog-Artikel weitergeleitet, so erfahren Sie durch so genannte *Pingbacks* automatisch davon. Außerdem können Sie Artikel jederzeit ergänzen und nachbearbeiten.

BLOG	Newsletter
Wenig Aufwand für die redaktionelle Erstellung	Erstellung, Review, Abstimmung, Layout
Hohe Aktualität durch sofortige Verbreitung	Sammeln von Inhalten über mehrere Wochen und anschließende Verbreitung
Weniger Informationen, die leichter verarbeitet werden können	Viele Inhalte, die der Leser "verdauen" muss
Kategorien und Stichwörter erleichtern das Finden von Informationen auch in größeren Artikelbeständen	Fortlaufender Text, nur eine einfache Stichwortsuche im aktuellen Newsletter möglich
Auch historische Informationen bleiben auffindbar	Texte verschwinden im Posteingang des Benutzers
Hoher Kundennutzen durch hohe Relevanz	Weniger Kundennutzen durch "Aufdrücken" auch nicht-relevanter Informationen
Kommentare oder Fragen zu Beiträgen können direkt vom Leser eingetragen werden	Newsletter sind als One-Way-Kommunikation ohne Rückkanal ausgerichtet

WIKIPEDIA FÜR'S UNTERNEHMENSWISSEN

Ein *Wiki* (hawaiianisch: schnell) erlaubt das schnelle Zusammentragen und Verändern von Informationen, ähnlich wie es Viele von [Wikipedia](http://de.wikipedia.org) kennen. Wenn in Ihrem Unternehmen Teams an Projekten zusammenarbeiten, nutzen Sie neben Besprechungen das Telefon und E-Mail zur Kommunikation. Ein zusätzliches WIKI bietet eine sehr einfache Möglichkeit, Informationen zu Projektthemen zusammenzutragen und im Team zu nutzen. Darüber hinaus stehen die Informationen auch Benutzern außerhalb des Projektteams zur Verfügung und können leicht für zukünftige, artverwandte Projekte herangezogen werden. WIKIs ermöglichen allen Benutzern, Texte und Informationen sehr einfach einzustellen oder zu verändern. Durch die Einfachheit sinkt die Hürde, relevante Informationen beizusteuern. Letztlich funktioniert ein Wiki als Wissensbasis aber nur, wenn eine Kultur des Informationsaustausches und der proaktiven Informationsweitergabe im Unternehmen bereits etabliert ist. Dann aber bietet ein WIKI eine Reihe von Vorteilen wie z.B.:

- Automatische Versionsverwaltung
- Autor/ Zeitpunkt der Erstellung/Änderung automatisch abgelegt
- Einfache Verknüpfung zusammengehöriger Informationen über Links
- Nutzen steigt mit Anzahl aktiver Nutzer und Einträge ("Alle für Alle" statt "Einer für Alle")
- Einfache Bearbeitung und unmittelbare Veröffentlichung im Web-Browser

An dieser Stelle mag sich mancher Verantwortliche fragen, ob es richtig sein kann, wenn jeder alle Inhalte verfassen und verbreiten kann. Dadurch können in der Theorie ja auch unsinnige oder falsche Inhalte zusammengetragen werden. Die meisten WIKI-Systeme erlauben die Einrichtung eines Genehmigungsprozesses, so dass Redakteure Inhalte vor der Veröffentlichung prüfen und freigeben können. Von einem Freigabeprozess raten wir jedoch in den meisten Fällen ab. Der Wikipedia-Erfolg liegt eben darin begründet, dass die Einträge einfach und von jedermann bearbeitet werden können. Falsche Angaben werden schlichtweg durch die Masse der Bearbeiter eliminiert und bleiben meist nur kurze Zeit aktiv. Auch geben die meisten Benutzer gerne Wissen weiter und möchten sinnvolle und richtige Inhalte einstellen. Darum ist es sinnvoll, keine Veröffentlichungshürden aufzubauen. Wenn im Unternehmen die aktive Wissensweitergabe generell gefördert wird und möglichst viele Mitarbeiter an dem Aufbau des WIKIs beteiligt sind, steigt auch die Qualität der Beiträge und damit der Wert eines Unternehmens-WIKIs schnell an. Im Übrigen bleibt durch eine auto-

matische Versionsverwaltung immer nachvollziehbar, wer wann welche Informationen eingestellt oder verändert hat. Dies hilft auch, wenn es Rückfragen zu bestimmten Inhalten gibt.

TWITTER – “QUATSCHEN” IM INTERNET

Twitter ermöglicht die Versendung von Kurznachrichten im Internet, ähnlich einer SMS über ein Handy. Eine SMS schicken Sie jedoch meist an genau eine Person, während eine Twitter-Nachricht (ein sog. *Tweet*) theoretisch von beliebig vielen Lesern gelesen werden kann. Hierbei erhalten nur diejenigen Personen ihre Nachricht, die sich selbst dazu entschlossen haben, ihnen als sogenannte *Follower* (zu vergleichen mit Abonnenten) zu folgen. Nicht Sie entscheiden also, wer etwas liest, sondern Ihre Leser. Dieser entscheidende Unterschied führt dazu, dass interessante Inhalte häufiger gelesen und auch weitergeleitet werden und sich so unter Umständen in Windeseile verbreiten können. Ein gutes Beispiel war das Flugzeugunglück vor Manhattan. Erste Informationen vom Unglück wurden nicht von Journalisten verbreitet, [sondern über Twitter](#).

Twitter ist also eine Art Echtzeit-Informationssystem und eignet sich hervorragend für die Verbreitung hochaktueller Informationen. Es gibt z.B. einen Dienst zu Verspätungen bei Zügen der Deutschen Bahn (www.twitter.com/db_info) oder Autobahn-Staumelder (www.freiefahrt.info/staumeldungen-twitter). Im Unterschied zu anderen Informationsdiensten hat bei Twitter aber jeder die Möglichkeit, Informationen ins Netz zu stellen. Ursprünglich war Twitter als “soziales Netzwerk” gedacht. Man teilt seinen Freunden und Bekannten mit, was man gerade tut, ähnlich dem Smalltalk. In dieser Form wird es auch von Vielen genutzt. Sehr häufig aber entwickeln sich Mischformen: man teilt mit, was man gerade so macht (“Warte gerade auf meinen Flug nach Hamburg”), gibt interessante Informationen aus dem Internet als Link weiter (“Interessanter Blog zum Wissensmanagement auf <http://...>”) oder “sagt weiter, was andere gesagt – bzw. getwittert haben”.

GELD VERDIENEN MIT TWITTER?

Welche Möglichkeiten sich für eine sinnvolle Nutzung in Unternehmen bieten, lässt sich bisher nur erahnen. Ein Unternehmen – Dell – verdient bereits Geld mit Twitter. Über ihr DellOutlet vertreibt Dell exklusive Sonderangebote, die nur über Twitter erhältlich sind (mashable.com/2009/06/11/delloutlet-two-million)

Unser Tipp: Schnuppern Sie rein, und legen Sie sich unter <http://www.twitter.com> ein Konto an. Suchen Sie interessante Twitterer und folgen Sie Ihnen. Finden Sie selbst heraus, welche Chancen sich bieten und welche Geschäftsmodelle gerade entstehen. Die Locatech-Präsenz (www.twitter.com/dirkloehn) konnte jedenfalls schon die Anzahl der Besucher in unserem Unternehmensblog deutlich steigern. Vertrauen Sie auf Ihren gesunden Menschenverstand, und lassen Sie sich nicht von den selbsternannten Online-Marketingexperten und Social Network-Spezialisten mit Ihren Erfolgsversprechungen verwirren. Hier ist es mitunter schwer, Spreu von Weizen zu trennen. Ein großer Fehler wäre jedoch, sich nicht mit Twitter auseinander zu setzen, kommuniziert doch ein immer größerer Teil ihrer zukünftigen Zielgruppe über Twitter.

Die nächsten Schritte

Die nächsten Jahre werden von innovativen Weiterentwicklungen im Internet geprägt sein. So ist bereits von Web 3.0 die Rede. Damit ist nicht weniger gemeint als die Fähigkeit von Computern, Inhalte in einem *semantischen Web* zu verstehen und richtig einander zuzuordnen. Die Bereitstellung und Weitergabe von Wissen wird dadurch immer einfacher. Zukünftige Fähigkeiten von Computern, etwa Wissen zu interpretieren, lassen sich erst erahnen.

WEITERE INFORMATIONEN

Einen guten Einstieg bietet Wikipedia auf der Seite http://de.wikipedia.org/wiki/Semantisches_Web.

Diese Ansätze reichen deutlich über die momentanen praktischen Einsatzgebiete in Unternehmen hinaus. Dennoch lassen sie erahnen, wohin die Reise geht.

Sie haben Fragen zu den in diesem Artikel behandelten Themen oder möchten Wissensmanagement praxisnah und ergebnisorientiert in Ihrem Unternehmen einführen? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Besuchen Sie auch unser Unternehmensblog unter <http://www.locatech-it.com/blog>, oder folgen Sie uns unter www.twitter.com/dirkloehn.