

# **Business Weblogs – Ein pragmatischer Ansatz zur Einführung von Weblogs in mittleren und großen Unternehmen**

**Konferenzbeitrag zur BlogTalk, "A European  
Conference on Weblogs", Wien, 23. - 24. Mai 2003**

*Martin Röhl  
Selbstständiger Consultant für E-Business*

*E-Mail [martin@roell.net](mailto:martin@roell.net), Telefon +49 (351) 8951585  
Rudolf-Leonhard-Straße 21, D-01097 Dresden, Deutschland  
<http://www.roell.net/weblog>*

## **Einführung**

Mit der steigenden Aufmerksamkeit der Medien gegenüber Weblogs sind auch geschäftliche Anwendungen stärker in das Blickfeld der Öffentlichkeit gerückt.

Kleine Unternehmen haben schnell erkannt, dass Weblogs ihnen interessante neue Möglichkeiten bieten: So werden sie als einfache Content Management Systeme eingesetzt, um aktuelle Inhalte auf Websites zu publizieren. Berater und kleine Beratungsunternehmen nutzen sie, um ihr Wissen darzustellen und potentielle Kunden auf sich aufmerksam zu machen, Experten verschiedenster Bereiche um sich mit anderen auszutauschen.<sup>1</sup>

Doch große Unternehmen, in denen das Nutzenpotential von Weblogs noch höher sein könnte, tun sich schwer<sup>2</sup>. Dies verwundert auf den ersten Blick, da viele Blogger in großen Organisationen arbeiten und den Nutzen, denen Ihnen vor allem das "K-Logging" bringt, erkannt haben.

---

1 Dan Bricklin geht in [1] näher auf Einsatzmöglichkeiten von Weblogs für kleine Unternehmen ein.

2 Dies ist eine unbewiesene Behauptung, die ich einfach in den Raum stelle. Sicherlich kann man davon ausgehen, dass es bereits einige Unternehmen gibt, die Weblogs intern einsetzen [2], doch warum hört man von diesen Projekten nicht einmal Erfahrungsberichte?

Wie ich aber in diesem Beitrag aufzeigen werde, bestehen einige Hindernisse bei der Einführung von Weblogs in Unternehmen, die überwunden werden müssen.

Zunächst liste ich kurz die Anwendungsmöglichkeiten von Weblogs in Unternehmen auf, gehe dann auf die Hemmnisse und Schwierigkeiten, die der Einführung von Weblogs in mittleren und großen Organisationen im Wege stehen können ein und skizziere schließlich einen Ansatz, mit dem eine Organisation Weblogs schrittweise einführen kann.

Meine Ausführungen orientieren sich an Unternehmen ab einer Größe von ca. 50 Mitarbeitern. Die entwickelten Gedanken können sicherlich auch kleineren Organisationen von Nutzen sein. Hier dürfte die Einführung von Weblogs jedoch erheblich weniger komplex sein und damit keinen so aufwändigen Prozess und kein umfangreiches Change Management wie hier beschrieben benötigen.

## **Anwendungen von Weblogs in Unternehmen**

Weblogs lassen sich in Unternehmen auf verschiedene Weisen und zu verschiedenen Zwecken einsetzen:

- Als Content-Management-System zur Verwaltung von Inhalten auf Websites
- Als „Schwarzes Brett“ zur Unterstützung der Kommunikation und des Dokumentaustauschs in Teams
- Als Marketinginstrument zur Kommunikation mit Internetusern
- Als Instrument im Wissensmanagement

### **Content-Management-System**

Weblogs lassen sich als einfache Content-Management-Systeme einsetzen. Auf diese Verwendung gehe ich in diesem Beitrag allerdings nicht weiter ein, da sie keine besonderen Herausforderungen stellt, die sich aus der Natur bzw. den speziellen Eigenschaften von Weblogs begründen. Außerdem lohnt sich dieser Einsatz vor allem für kleine Unternehmen.

## „Schwarzes Brett“

Ein Weblog kann zur Kommunikation zwischen Mitgliedern einer Arbeitsgruppe oder Abteilung eingesetzt werden. Es bildet die Plattform, über die Nachrichten und Dokumente ausgetauscht und Diskussionen geführt werden können.

Durch die zentrale Datenhaltung wird Redundanz vermieden, die Archivfunktionalität erleichtert das Auffinden älterer Dokumente. Das E-Mail-Aufkommen der Gruppenmitglieder kann reduziert werden.

## Marketinginstrument

Mit Weblogs kann ein Unternehmen auf eine besondere „menschliche“ Weise im Internet kommunizieren und an Gesprächen teilhaben<sup>3</sup>. Dadurch kann es sein Image verbessern und am Unternehmen besonders interessierte Personen an sich binden. Beispiele für die Inhalte von Weblogs dieser Art gibt Jim Carroll in [12] und [13]. Eine interessante Einführung, mit der man ein Gefühl für die Welt der Weblogs im WWW entwickeln kann, liefert [14].

Zur Zeit ist es sogar möglich, allein durch das Sponsern oder eigene Starten eines Weblog an sich, also unabhängig von den kommunizierten Inhalten, große Aufmerksamkeit zu erzielen.<sup>4</sup> So verlockend dies kurzfristig erscheinen mag, so nutzlos oder sogar schädlich können solche Aktionen langfristig sein, wenn sie nicht strategisch geplant sind.

## Wissensmanagement

Weblogs (eigentlich: „K-Logs“<sup>5</sup>) sind ein Instrument, „informelles Wissensmanagement“ zu betreiben. Sie erfassen Wissen in dem Moment, in dem es entsteht oder eingesetzt wird. Sie fördern den Wissensaustausch und -transfer und die Bildung von Communities of Interest. Sie helfen, Experten zu bestimmten Themen in der Organisation auffindbar zu machen. Einen kompakten Überblick liefert [5], eine ausführlichere Betrachtung [15].

---

3 Auch dieser Beitrag kommt deshalb nicht ohne dem in der Weblog-Diskussion unausweichbaren Verweis auf das Cluetrain-Manifest [3] aus.

4 Das bekannteste Beispiel hierfür ist der amerikanische Softdrinkhersteller Dr Pepper/Seven Up Inc, der Weblogs, vor allem von Teenagern sponserte bzw. eigene „getarnte“ Weblogs startete, um den neuen Softdrink „Raging Cow“ zu promoten. [4] Obwohl die Inhalte völlig belanglos waren, erhielt die Aktion außerordentliche Aufmerksamkeit in Blogger-Kreisen.

5 Dieser von John Robb geprägte Begriff steht für „Knowledge-Log“ und soll Weblogs im Umfeld von Wissensarbeit von privaten „Spaß-Weblogs“ und Diaries abgrenzen. In [5] definiert Robb ein K-Log als „a tool for an expert or employee to publish insight, a point of view, links to resources, important documents and e-mails with annotation, and other thinking to an intranet where it can be archived, searched, and browsed“. Die technische Abgrenzung, die er ebd. versucht ist hingegen eher schwammig.

# Hindernisse einer Einführung

Einer Einführung von Weblogs in Unternehmen stehen trotz der Vorteile einige Hindernisse im Weg, die ich im Folgenden kurz skizziere.

## Unsicherheit durch unklare Begrifflichkeit

Die Diskussion um Weblogs in der Öffentlichkeit ist von einer großen Unschärfe, was den Begriff „Weblog“ angeht, geprägt. So unterschiedliche Dinge wie Warblogs (Weblogs mit vor allem politischen Inhalten und oftmals ausartenden Diskussionen), Diaries (privaten Tagebüchern), Marketing-Weblogs und K-Logs werden alle mit dem Begriff „Weblog“ bezeichnet.

In einem Umfeld, in dem geschäftliche Anwendungen von Weblogs noch weitestgehend unbekannt sind, nun mit dem Begriff „Weblog“ Akzeptanz für neue Initiativen zu finden, wird dadurch schwierig, wenn nicht sogar unmöglich gemacht<sup>6</sup>.

Es ist dringend notwendig, dass ein Begriff für geschäftliche Anwendungen von Weblogs – hier: „Business Weblogs“ - gefunden wird.

## Vorhandene Lösungen

In ihren einfachen Anwendungen konkurrieren Weblogs mit im Unternehmen bereits vorhandenen Lösungen. Es stellt sich somit für einen Entscheider die Frage, ob der Einsatz von Weblogs die Anforderungen besser erfüllt als die bereits vorhandene Lösung und ob das Projektrisiko der Einführung durch diesen Vorteil aufgewogen wird. Angesichts fehlender Erfahrungsberichte ist dies problematisch.

## Angst vor der Preisgabe sensibler Daten

Bei Managern besteht die Angst, durch das Betreiben von Weblogs könnten unternehmenssensitive Daten nach außen dringen. Dieses Risiko ist allerdings längst latent in den Organisationen vorhanden! (Jeder Mitarbeiter mit E-Mail oder WWW-Zugang könnte theoretisch längst geheime Dokumente aus der Organisation ausschleusen. Weblogs sind nur ein *ein weiterer*, nicht aber *der* Weg durch die Firewall des Unternehmens. Es handelt sich um ein Managementproblem, nicht eines, das durch Weblogs verursacht wird.) Durch die Diskussion um Weblogs wird diese Gefahr nun erneut ins Licht gerückt und mit dem Begriff des Weblogs verknüpft.

---

<sup>6</sup> „Die Grenzen meiner Sprache bedeuten die Grenzen meiner Welt.“ meinte Ludwig Wittgenstein. [6]

## **Wahrnehmung „neuer Kosten“**

Gegenüber Weblogs besteht der Vorbehalt, Mitarbeiter würden durch das Bloggen produktive Arbeitszeit verlieren. Das Bloggen wird als ein zusätzlicher Aufwand oder sogar neuer Prozess gesehen, bei dem aus mechanistischer Sicht dem Input „Arbeitszeit“ nur ein fragwürdiger Output „mehr Hypertext im Intranet“ gegenüber steht.<sup>7</sup>

## **Der Ansatz zur Aufbau einer Weblog-Infrastruktur**

Wie kann ein Unternehmen Weblogs einführen ohne sich mit der Komplexität der möglichen Anwendungen zu überfordern? Ich schlage einen schrittweisen Prozess vor, in dem einfachen Anwendungen von Weblogs nach und nach komplexere hinzugefügt werden. Dabei sollen die Applikationen am Ende nicht isoliert stehen, sondern miteinander integriert sein.

Die Schritte müssen nicht notwendigerweise aufeinander aufbauen oder genau in dieser Reihenfolge ablaufen. Je nach Organisationskultur kann es sinnvoll sein, gewisse Applikationen gar nicht und andere schon früher einzuführen.

Ich beschränke mich in den folgenden Ausführungen auf Weblogs *innerhalb* von Unternehmen.

### **Schritt 1: Pilotprojekt**

Vor einem großen „Roll-Out“ sollte ein Pilotprojekt in einem Teil der Organisation durchgeführt werden, an dem die Nützlichkeit von Weblogs analysiert werden kann.

Es ist kein „vollständiger“ Pilot, da nur relativ eingegrenzte Möglichkeiten von Weblogs genutzt werden. Dies ist aber wichtig, um die Organisation langsam an das neue Medium heranzuführen.

Um die Unsicherheit zu reduzieren, wird ein bestehender und bekannter Prozess – die Projektdokumentation – ins Zentrum der neuen Anwendung gestellt. Die Komplexität des Prozesses ist gering und wird auch durch die Applikation nicht erhöht.

---

<sup>7</sup> Es sollte deutlich werden, dass ich mich dieser Sichtweise nicht anschließe. Die Diskussion über die Unfähigkeit heutigen Managements, mit Wissensarbeit umzugehen, würde hier jedoch zu weit führen.

## Ein Projekt-Weblog

Zu diesem Zweck wird ein Projekt-Weblog für ein aktuelles Projekt des Unternehmens aufgesetzt. Das Projekt sollte ein abteilungsübergreifendes Projektteam von nicht mehr als 30 und nicht weniger als 5 Teammitgliedern haben und sich in einer frühen Phase bzw. noch vor dem Start befinden.

Das Weblog wird als zentrale Ablagestelle für Projektinformation und -dokumentation eingesetzt. Jedes Projektteammitglied erhält ein Schreib- und Editierrecht für eigene Einträge. Mindestens ein Projektteammitglied sollte Erfahrung mit Weblogs haben. Der Projektleiter sollte in die Funktionsweise des Systems eingewiesen werden.

Projektdokumente sollen grundsätzlich im Weblog abgelegt bzw. aus ihm referenziert werden. Nicht-dringende E-Mail-Nachrichten „an alle“ sollen durch Weblog-Einträge ersetzt werden. Ankündigungen von Meetings und Protokolle können im Weblog verbreitet werden. Als Faustregel kann gelten, dass jede Art von Kommunikation eines Teammitglieds, die für mehr als einen Empfänger relevant ist, gebloggt werden kann.

Als Effekt sollte das Weblog

- Das E-Mail-Aufkommen der Projektmitglieder reduzieren
- Die Einführungszeit für neue Projektteammitglieder reduzieren
- Projektdokumente effektiv archivieren
- Den Projektverlauf dokumentieren.

Es ist zu erwarten, dass zunächst vor allem der Projektleiter das Weblog nutzt, um offizielle Projektinformationen zu verbreiten. Er sollte aber vom Projektbeginn an andere Teammitglieder dazu anleiten, das Weblog zu benutzen. Redundante Datenhaltung soll auf jeden Fall vermieden werden. Im Weblog soll immer die aktuellste Information vorhanden sein, da ansonsten das Konzept seinen Sinn verliert.

Grundsätzlich sollte zu Beginn „so viel gebloggt werden wie möglich“. Falls das Volumen dann zu schnell wachsen sollte, oder nicht mehr für alle Teammitglieder relevant ist, etwa weil die Entwicklergruppe es intensiv für den Austausch technischer Information nutzt, können Kategorien eingeführt werden, die ein Filtern der Information ermöglichen.

Auf keinen Fall sollten Projektteammitglieder davon abgehalten werden, zu bloggen. Dass viel gebloggt wird, sollte eher als Zeichen dafür gesehen werden, dass ein Kommunikationsbedürfnis besteht. Läuft das Pilot-Weblog über, sollten schnell eine Entscheidung über die Weiterverfolgung der Einführung von Weblogs gefällt und ggf. die nächsten Einführungsschritte vorgezogen werden.

## **Technologische Anforderungen**

Die Technologie des Weblogs sollte so einfach wie möglich gehalten werden. Der Webserver, auf dem die Weblog-Software läuft, kann dezentral betrieben werden und muss nicht notwendigerweise in die Unternehmens-IT integriert sein. Die Teammitglieder benötigen aber auf jeden Fall Zugriff auf das Weblog und die Eingabemaske über den Webbrowser ihres normalen Arbeitsplatz-Computers.

Das Weblog muss mindestens für die Dauer des Projekts permalinkfähig sein. Es sollte eine Kommentarfunktion aufweisen und es einfach möglich machen, zum Autor eines Eintrags Kontakt aufzunehmen.

Ebenfalls vorhanden sein sollte eine E-Mail-Abonnement-Funktionalität, mit der Mitarbeiter bei neuen Weblog-Einträgen per E-Mail benachrichtigt werden können.

## **Vorteile eines Projekt-Weblogs gegenüber einem Gruppen-Weblog im Pilotprojekt**

Ein Projekt-Weblog hat verschiedene Vorzüge gegenüber einem im laufenden Geschäft eingeführten Weblog:

1. Ein Projekt hat ein definiertes Ziel und einen definierten Endpunkt. Dieser eignet sich gut, um hier das Ergebnis des Weblog-Einsatzes zu evaluieren. Im laufenden Geschäft müsste ein künstlicher „Testzeitraum“ geschaffen werden, der sich auch nachteilig auf die Beteiligung auswirken könnte.
2. Durch das gemischte Projektteam kann nach erfolgreichem Abschluss des Pilotprojekts das Weblog-Konzept leichter in andere Abteilungen übertragen werden. Auch werden negative „Cliques“-Assoziationen vermieden, die entstehen könnten, wenn nur eine Abteilung die neue Technik einsetzt.<sup>8</sup>

Nach Abschluss des Projekts sollte analysiert werden, wie das Weblog im Projektverlauf genutzt wurde. Mögliche Fragen wären etwa:

- Wie häufig wurde auf das Weblog zugegriffen?
- Wie oft wurde etwas publiziert?
- Welche Mitarbeiter haben geschrieben? Welche besonders oft, welche gar nicht?
- Welche Art von Einträgen wurde vornehmlich erstellt? (Allgemeine Informationen? Hinweise auf neue Dokumente? Ankündigung von Veranstaltungen? Diskussionen zu Ideen oder Change Requests? Externe Nachrichten mit Projektrelevanz?)

In einer Gruppendiskussion sollten der Nutzen des Weblogs diskutiert und Verbesserungsvorschläge abgeleitet werden.

---

<sup>8</sup> Diese Empfehlung habe ich [5] entnommen.

## Schritt 2: Projekt- und Abteilungs-Weblogs

War das Pilotprojekt erfolgreich, sollte das Konzept des Projekt-Weblogs auf andere Projekte übertragen werden. Gleichzeitig können die Mitglieder des Pilotprojekts das Konzept des Weblogs in ihren Abteilungen vorstellen und die Einführung eines Weblogs für das operative Geschäft der Abteilung prüfen.

Da dies der erste Schritt einer unternehmensweiten Einführung ist, sind einige weitergehende technische Anforderungen zu erfüllen, bevor damit begonnen werden kann:

### Technologische Anforderungen

- **Einrichtung eines Weblogs.** Es muss Projektleitern einfach möglich sein, ein Weblog einzurichten. Es muss deshalb eine automatische Einrichtungsmöglichkeit oder ein IT-Prozess geschaffen werden, mit dem ein Weblog für ein Projekt schnell aufgesetzt werden kann.
- **Benutzerverwaltung.** Es muss dem Projektleiter möglich sein, die Benutzerverwaltung des Weblogs vorzunehmen.

Weiterhin sollten die von der Weblog-Software ausgegebenen Seiten an einem aus Sicht des Informationsmanagements sinnvollen Ort abgelegt und möglichst in das Intranet integriert werden.

### Abteilungs-Weblogs

Abteilungen können eigene Weblogs starten. In diesen können Neuigkeiten der Abteilung verbreitet werden, etwa Informationen zu neuen Mitarbeitern oder Diensten der Abteilung, können Erfahrungen ausgetauscht und Verbesserungsvorschläge diskutiert werden.

Falls Abteilungs-Seiten im Intranet existieren, können diese um das Weblog ergänzt bzw. kann das Weblog in sie integriert werden. Abhängig von der Unternehmenskultur und der geplanten Verwendungsmöglichkeit können die Weblogs offen für alle Mitglieder der Organisation zugänglich sein oder nur für die Mitarbeiter der Abteilung.

Wenn keine zwingenden Gründe für das Aussperren bestimmten Nutzer bestehen, sollten die Weblogs aber organisationsintern offen zugänglich sein, um von den Vorteilen, die dies bietet (Offenheit, erster Wissensaustausch, siehe [5]) zu profitieren.

Wird das Weblog allerdings auch zum Dokumentaustausch und zum Austausch operativer Daten gebraucht, sollte darüber nachgedacht werden, Einträge mit einem Flag zu versehen, welches kennzeichnet, ob die Inhalte auch für Abteilungsexterne interessant sein könnten. Bei Zugriffen von abteilungsfremden Mitarbeitern könnten diese Einträge dann automatisch ausgeblendet werden, um den „Rauschanteil“ der Weblogs zu vermindern.

Es ist auch denkbar, dass bestimmte Abteilungen mit geringem Koordinationsbedarf ausschließlich ein Weblog zum Dokumentenaustausch verwenden und auf einen Fileserver oder ein Dokumentenmanagementsystem verzichten.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Ein ziemlich ausgefeiltes Konzept hierfür entwickelt Dave Pollard in [7]



## **Peer-Support**

Die Teilnehmer des Pilotprojekts und andere interessierte Mitarbeiter sollten ermutigt werden, ein eigenes, thematisches Weblog über den Einsatz von Weblogs im Unternehmen zu starten. Hier kann von Erfahrungen aus dem Einsatz berichtet und können neue Ideen diskutiert werden. Probleme, die beim erstmaligen Einsatz von Weblogs in Projekten oder Abteilungen aufkommen, können so leichter gelöst werden. Es entsteht ein „Peer-Support“, eine Unterstützung zwischen den Mitarbeitern ohne Einschaltung einer zentralen Instanz.

## **Fortgeschrittene Konzepte**

Werden die Weblogs schnell angenommen, kann von fortgeschrittenen technischen Möglichkeiten Gebrauch gemacht werden. So könnten z.B. Inhalte von Projekt-Weblogs per RSS in die Weblogs beteiligter Abteilungen eingebunden werden. Es sollte darauf hingearbeitet werden, von den Möglichkeiten des Hypertexts Gebrauch zu machen und die Weblogs der Organisation miteinander zu vernetzen.

## **Schritt 3: Arbeitsgruppen- und CoIn/CoP<sup>10</sup>-Weblogs**

Im dritten Schritt sollen Weblogs auch anderen Gruppen als Abteilungen und Projektgruppen zur Verfügung gestellt werden. Dies ist weniger ein technologischer, als ein organisationaler Schritt: Technisch gesehen ändert sich, abgesehen von einigen Anforderungen der Nutzer, nicht viel. Organisatorisch betrachtet, ist es aber ein durchaus beachtlicher Schritt, da sich nun normalerweise nicht formell erfasste Gruppen im Intranet organisieren können.<sup>11</sup> Gleichzeitig ist es ein Schritt, mit dem sich die Organisation von der Nutzung von Weblogs als reine Publikationsinstrumente weg und zum Wissensmanagement hin bewegt.

Während die bisher betrachteten Weblogs relativ klar definierte Ziele verfolgten, können die Ziele dieser Weblogs undefinierter oder sogar gar nicht explizit vorhanden sein. Sie sollen den Austausch von Informationen, Wissen und Gedanken der Gruppenmitglieder fördern und ihrer Koordination dienen.

## **Technologische Anforderungen**

Die Bereitstellung von Weblogs für weitere Gruppen bringt einige neue technologische Anforderungen mit sich:

---

<sup>10</sup> Um mich aus den ideologischen Grabenkämpfen mancher Wissensmanagementexperten herauszuhalten verwende ich die Begriffe der Communities of Practise (CoP) und Communities of Interest (CoIn) synonym. Zu einer Definition der CoP siehe z.B. [8].

<sup>11</sup> Unternehmen, die im Rahmen des Wissensmanagement Communities of Interest / Communities of Practise und andere Gruppen erfasst haben, haben es hierbei leichter. Doch selbst dann ist die Abbildung solcher Gruppen im Intranet und die Unterstützung mit Tools alles andere als trivial.

- Das Einrichten eines Weblogs muss zu großen Teilen automatisch erfolgen können. Dies ist nicht nur erforderlich, um in großen Organisationen skalieren zu können, sondern auch um das Formieren von Gruppen nicht durch technischen Aufwand zu behindern.
- Die Mitarbeiter müssen durch die Bereitstellung von geeigneten Technologien die Möglichkeit erhalten, mit dem steigenden Informationsvolumen umgehen zu können. Weblogs sollten deshalb RSS-Feeds<sup>12</sup> publizieren; die Mitarbeiter sollten mit Feedreadern<sup>13</sup> ausgestattet und ggf. im Umgang mit ihnen geschult werden. Die Feedreader sollten sich in die Arbeitsumgebung einfügen, also z.B. mit vorhandener PIM<sup>14</sup>-Software oder Personal Portals im Intranet integrieren<sup>15</sup>.

Vor allem der letzte Punkt ist in seiner Wichtigkeit nicht zu unterschätzen. An ihm hängt die Skalierbarkeit der Weblog-Infrastruktur. Gelingt es nicht, mit den neuen Inhalten intelligent umzugehen, kann eine „Informationsflut“ entstehen, deren Effekte eher kontraproduktiv sein können!<sup>16</sup>

## Schritt 4: Persönliche Weblogs

Es ist zu erwarten, dass es bereits in den Gruppen-Weblogs Mitarbeiter geben wird, die das Weblog als Wissenssammlung verwenden und Links zu interessanten Ressourcen verbreiten und archivieren. Diese Personen sind prädestiniert dafür, die ersten individuellen „K-Logger“ der Organisation zu werden. Die Bereitstellung persönlicher Weblogs ist deshalb ein logisch folgender Schritt aus den kollaborativen Weblogs des Schritts drei.

Individuelle Weblogs sind die höchste Stufe des Wissensmanagements im Rahmen dieses Konzepts. Schon auf individueller Ebene sind Weblogs für die einzelnen Wissensarbeiter höchst wirkungsvoll<sup>17</sup>. Durch die Vernetzung innerhalb des Unternehmens und die Durchsuchbarkeit kann jedoch ein noch weitaus höherer Nutzen für die gesamte Organisation entstehen.

---

12 RSS steht für „Rich Site Summary“ und ist eine Anwendung von XML, die vor allem verwendet wird, um Einträge regelmäßig aktualisierter Webseiten wie denen von Nachrichtensites oder Weblogs in maschinenlesbarer und -weiterverarbeitbarer Form bereitzustellen. Einen Überblick liefert [9].

13 „Feedreader“ oder auch „Newsaggregatoren“ sind Programme zum Lesen von RSS-Feeds. Sie machen es möglich, auf effiziente Weise neue Einträge vieler Quellen zu verfolgen. Eine Liste von Feedreadern findet sich auf <http://www.hebig.org/blogs/archives/main/000877.php>

14 PIM = „Personal Information Management“. PIM-Software umfasst üblicherweise Funktionalität zum Verwalten von Terminen, Aufgaben, Kontakten und integriert sie mit Messaging-Anwendungen wie E-Mail oder Instant Messaging.

15 Mit „NewsGator“ (<http://www.newsgator.com>) existiert ein Feedreader, der als Plugin für Microsoft Outlook konzipiert ist. Andere Feedreader erstellen HTML-Seiten, die sich durch „Skins“ selbst gestalten lassen und die leicht in ein Intranet integriert werden können. Viele Feedreader sind als freie Software verfügbar und lassen sich so auch an komplizierte Intranet-Infrastrukturen integrieren.

16 Vgl. hierzu auch die Ausführungen von Krcmar in [10] S. 54.

17 Für Nicht-Weblogger ist oftmals schwer zu verstehen, warum Weblogger so begeistert von den Möglichkeiten von Weblogs im Wissensmanagement sind. Eine hervorragende Einführung hierin gibt Cory Doctorow in [11].

## Technologische Anforderungen

Hierfür müssen die notwendigen infrastrukturellen Voraussetzungen geschaffen werden:

- Mitarbeiter müssen sich in einem automatisierten „Self-Service“-Verfahren ein Weblog einrichten können. Wenn persönliche Homepages der Mitarbeiter im Intranet existieren, muss die Möglichkeit bestehen, das Weblog in sie zu integrieren oder mit ihr zu vernetzen.
- Die Weblogs der Organisation müssen auffindbar sein. Es sollte ein zentrales durchsuchbares und kategorisiertes Verzeichnis aller Weblogs der Organisation eingerichtet werden. Persönliche Weblogs sollen auch über das Mitarbeiterverzeichnis zu finden sein.
- FeedReader sollten flächendeckend verfügbar sein. Mindestens sollten Mitarbeiter, auch solche ohne Weblog, sich eine persönliche „Blogroll“ (eine Liste der Weblogs, die sie verfolgen) im Intranet anlegen können.
- Inhalte des Intranets bzw. aller (nicht-privaten) Weblogs müssen vollständig durchsuchbar sein. Über eine inhaltsbezogene Volltextsuche im Intranet müssen auch Weblog-Inhalte gefunden werden können.

Weblogs sollten privat oder innerhalb der Organisation öffentlich geführt werden können. Ihr Aussehen sollte weitestgehend frei gestaltbar sein.

Den Bloggern soll es möglich sein, auf Zugriffsstatistiken ihrer Weblogs zuzugreifen, um zu sehen, wie oft ihr Weblog gelesen wird und von wo aus die Besucher darauf gestoßen sind<sup>18</sup>.

In der inhaltlichen Gestaltung ihrer Weblog sollen die Mitarbeiter komplett frei sein. Sie dürfen nicht vom Management „zensiert“ oder anderweitig invasiv kontrolliert werden.

Je mehr Weblogs Bestandteil der täglichen Arbeit werden, um so weiter sollten sie auch mit der weiteren IT-Infrastruktur des Unternehmens integriert werden. Vor allem Präsenz- bzw. Instant Messaging-Systeme bieten sich hier an.

---

<sup>18</sup> Relevant sind vor allem die Referrer-URLs und die Inhalte der Suchanfragen.

# Ergebnis

Am Ende des hier vorgestellten Einführungsansatzes existieren verschiedene Formen von persönlichen und gruppenbezogenen Weblogs in der Organisation.

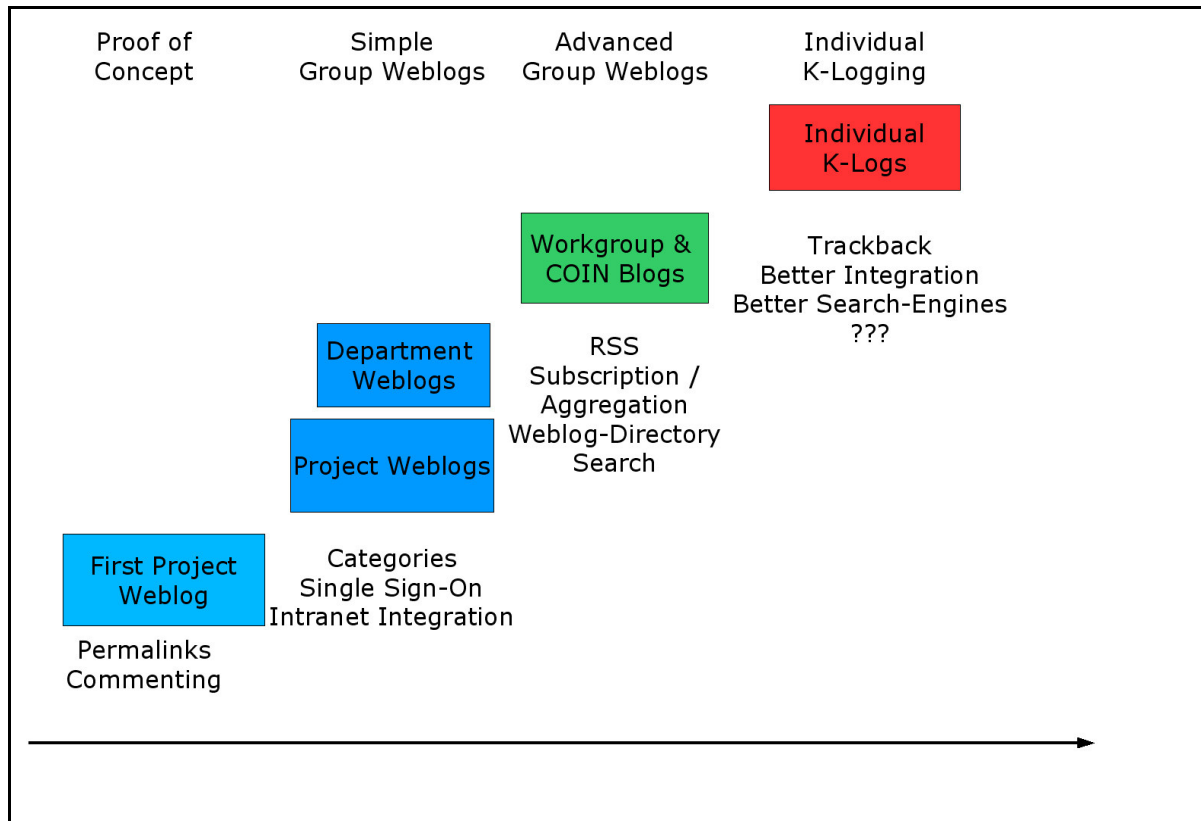


Abbildung 1: Stufen der Einführung von Weblogs in mittleren und großen Unternehmen (eigene Darstellung)

Sie bilden zusammen ein Netzwerk, das sich weitestgehend zentraler Steuerung entzieht. Informationen werden von den Mitarbeitern, für die sie relevant sind, gepflegt und weiterverbreitet.

Der entstehende Informationspool ist nicht „aufgeräumt“ oder „wohlstrukturiert“ im klassischen Sinne des Informationsmanagements. Er strukturiert sich – insofern die nötigen Tools, vor allem Suchwerkzeuge, vorhanden sind – jedoch von selbst nach den Interessen seiner Nutzer.

Durch die Vernetzung werden vormals bestehende organisationale Barrieren reduziert. Es kommt zu einem Informationstransfer zwischen Projekten, Abteilungen, Gruppen und Individuen. Communities of Interest können sich leicht formieren und zusammenarbeiten.

Die Sicherheit der Daten ist dabei nicht gefährdet, da alle Inhalte archiviert sind und auch zentral gesichert werden können.

Die Mitarbeiter verfügen über ein neues, in ihre Arbeitsumgebung integriertes Tool zur Dokumentation, Informationssuche und Publikation. Es erleichtert das Auffinden relevanten Wissens sowie den Kontakt zu Experten der Organisation.

# Zusammenfassung

Ein Unternehmen, das Weblogs einführen will, sollte geplant und schrittweise vorgehen, um mit den Widerständen, die der Einführung einer neuen Software und eines neuen Konzepts entgegenstehen, umgehen zu können.

Durch den hier vorgestellten Ansatz kann es dabei mit einfachen Anwendungen beginnen und Mitarbeiter wie Management an die neue Arbeitstechnik, die das Weblog mit sich bringt, schrittweise heranzuführen und von seinem Nutzen überzeugen.

Durch die Ausweitung von Weblogs auf verschiedene Gruppen im Unternehmen entsteht unter Nutzung der Haupteigenschaften von Weblogs – Hypertext und Permalinks – eine Dynamik, die von einem Netz von semistrukturierten Inhalten zu einer komplexen Wissensmanagement-Anwendung führt.

Diese Dynamik kann aber nur entstehen, wenn Unternehmen geplant vorgehen und sich der potentiellen Entwicklungsmöglichkeiten einer Weblog-Infrastruktur schon zu Beginn der Einführung bewusst sind. Nur dann können sie die nötigen technischen Voraussetzungen rechtzeitig schaffen und Skalierungsprobleme sowie vor allem Probleme der Informationsflut verhindern.

## Zukünftige Arbeiten

In diesem Beitrag blieb offen, wie die Übergänge und Zusammenhänge von unternehmensinternen Weblogs zu öffentlichen Weblogs im World Wide Web aussehen können. Dies wird Gegenstand einer späteren Ausarbeitung sein.

Die Anwendung des hier vorgestellten Konzept könnte im Rahmen eines Forschungsprojekts erfolgen. Dabei sollten vor allem die kulturellen Veränderungen und Widerstände in der Organisation und deren Lösung untersucht werden.

## Ausblick

Ich bin überzeugt, dass Weblogs in wenigen Jahren eine Standardanwendung in wissensintensiven Unternehmen sein werden. Aus diesem scheinbar so primitiven Tool ergeben sich Möglichkeiten, die jede noch so ausgefeilte „Knowledge-Base“ und jedes (IT-) „Wissensmanagementsystem“ in ihrer Effektivität schlagen.

Bei der Einführung von Weblogs kann jedoch genau so viel falsch gemacht werden wie bei der Einführung anderer Wissensmanagementkonzepte. Da sich Weblogs jedoch zunächst im überschaubaren Rahmen implementieren lassen, können Unternehmen mit ihnen „experimentieren“ und Erfahrungen sammeln, auf deren Basis dann größere Projekte erfolgsversprechender geplant werden können.

Unternehmen, die heute Weblogs als Modeerscheinung abtun, werden das Nachsehen haben, wenn sie sich im Wissenszeitalter gegen innovative Unternehmen behaupten müssen. Mutige Unternehmen, die heute die Möglichkeiten, die ihnen Weblogs bieten ausloten, bringen sich in eine gute Position, dann zu den Gewinnern zu gehören.

## **Danksagung**

Ich danke Haiko Hebig, Christine Schlinck, Marius Schulze, Karsten Staudt und Andreas Röhl für ihre Hilfe beim Korrigieren dieser Arbeit sowie Kati Hauffe, Anja Blümel und Franziska Wöllner für ihre Inspiration und moralische Unterstützung, die ebenso wichtig war.

## Literaturverzeichnis

- [1] Bricklin, Dan (2002): *Small Business Blogging*,  
<http://danbricklin.com/log/businessblogging.htm>
- [2] Brockmeier, Joe (2003): *Blogging Goes Corporate*,  
<http://www.newsfactor.com/perl/printer/20975/>
- [3] Levine, Rick u.a. (2000): *The Cluetrain Manifesto*, Perseus Book Group,  
ISBN 0-738-20244-4 <http://www.cluetrain.com/>
- [4] Goldstein, Alan (2003): *Milk-based soft drink looks to blog-up interest*, in:  
The Dallas Morning News 04.03.2003,  
<http://www.dallasnews.com/latestnews/stories/030403dnbusragingcow.760a.html> (Username: blogroots@weblogs.com Passwort: blogroots)
- [5] Bausch, Paul u.a. (2002): *Using Blogs in Business*, Kapitel 8 in: *We Blog: Publishing Online with Weblogs*, John Wiley & Sons,  
<http://www.blogroots.com/chapters.blog/id/4>
- [6] Wittgenstein, Ludwig (1933): *Tractatus logico-philosophicus*, z.B. Suhrkamp (2003), ISBN 3-518-12429-3
- [7] Pollard, Dave (2003): *A Weblog-Based Content Architecture for Business*,  
<http://blogs.salon.com/0002007/categories/businessInnovation/2003/03/23.html>
- [8] Nickols, Fred (2000): *Communities of Practice - Definition, Indicators & Identifying Characteristics*,  
<http://home.att.net/~discon/KM/CoPCharacteristics.htm>
- [9] Kantel, Jörg (2002): *Was ist RSS?*,  
<http://www.schockwellenreiter.de/webdesign/rss.html>
- [10] Krcmar, Helmut (2003): *Informationsmanagement (3.Auflage)*, Springer,  
ISBN 3-540-43886-6
- [11] Doctorow, Cory (2002): *My Blog, My Outboard Brain*,  
<http://www.oreillynet.com/pub/a/javascript/2002/01/01/cory.html>
- [12] Carroll, Jim (2002): *Jumping on the corporate blog wagon*, in: Marketing Magazine 30.09.2002, <http://www.jacc.com/articles/mktg22.htm>
- [13] Carroll, Jim (2003): *New kid on the blog*, in: CA Magazine März 2003,  
[http://www.camagazine.com/index.cfm/ci\\_id/14022/la\\_id/1/camagazine/1/print/true.htm](http://www.camagazine.com/index.cfm/ci_id/14022/la_id/1/camagazine/1/print/true.htm)
- [14] Ireland, Tim (2002): *WTF is Weblog Marketing?*,  
[http://www.bloggerheads.com/weblog\\_marketing\\_wtf.asp](http://www.bloggerheads.com/weblog_marketing_wtf.asp)
- [15] Nichani, Maish und Rajamanickam, Venkat (2001): *Grassroots KM through blogging*,  
<http://www.elearningpost.com/features/archives/001009.asp>
- (Alle Verweise auf Online-Dokumente waren gültig am 11.05.2003.)