

Internes Wissensmanagement mit Weblogs

NEWS KNOWLEDGE Eine Intranet-Anwendung, um Wissen effizienter zu verbreiten und nutzen zu können... User können sich nach eigener Präferenz im Holprinzip bedienen. Dank chronologischer Archive und Volltextsuche werden die gezielte Informationssuche wie auch Stöbern und Erlernen gut unterstützt.

VON JÜRGG STUKER*

■ «Leben heisst Veränderung», wie es schon Laotse vor 2500 Jahren wusste, ist heute praktisch Tagesgeschäft und keine Ausnahme mehr. Diese Notwendigkeit wird gerne als Agilität, respektive erfolgreiche Firmen als agile Unternehmungen, bezeichnet. Die damit verbundenen Transformationsaufgaben benötigen eine sehr intensive Kommunikation und eine Dialogkultur. Der folgende Beitrag zeigt eine intranetbasierte Kommunikationsplattform, die diese Anforderungen unterstützt und so einen wichtigen Teil zum effizienten Wissensmanagement beitragen kann.

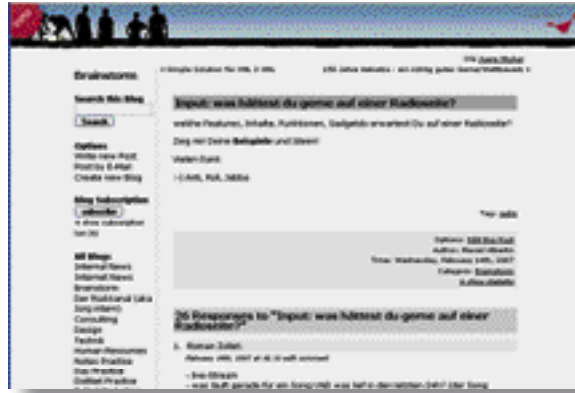
Zentrale Anwendungsfälle

Am Anfang steht die gedankliche Unterteilung in langlebiges und kurzlebiges Wissen. Langlebiges Wissen wird weiterhin in Wissensdatenbanken abgebildet und mit definierten Prozessen wie Klassifizierung, Benachrichtigung und Wiedervorlage unterstützt.

Kurzfristiges Wissen weist einen stärkeren Dialogcharakter auf und vereint auch informelle Aspekte wie Kommentare, die nur im Kontext gültig sind. Ziel bei der Konzeption einer Plattform sind die folgenden der vorgestellten zentralen Anwendungsfälle:

E-Mail an alle, Umfragen und Kompetenzgruppen: «E-Mail an alle» erzeugten teilweise unnötigen «Lärm» in den Mailboxen der Empfänger. Dies schwächt die Akzeptanz und mittelfristig die notwendige Kommunikation.

Häufige Umfragen via E-Mail bei einer grossen Usergruppe waren die Ausgangssituation. Die Antworten erfolgten an den Absender direkt oder wiederum an die ganze Gruppe. Neben oben erwähntem «Lärm» ist hier die fehlende Archivierung von noch grösserer Bedeutung. Das erworbene Wissen soll nicht nur beim Absender in der Mailbox landen.



Wissen effizienter nutzen: Wissensmanagement mit Weblogs.

Weitere User sind interessiert und im schlechtesten Fall wurde dieselbe Umfrage später wiederholt durchgeführt.

Mit «Kompetenzgruppen» kommunizieren Mitarbeiter ausserhalb der Strukturen der Aufbauorganisation. Diese Gruppen sind fachlich abgegrenzt, wie beispielsweise «Suchmaschinenmarketing», oder auch zeitlich begrenzt, wie bei «Markenschärfung 2007». Zielsetzung war, den E-Mail-Verkehr zu reduzieren und die Archivierung sicherzustellen. Zudem sollten alle interessierten Mitarbeiter auf freiwilliger Basis zugreifen dürfen.

Lösungskonzept

Etablierte Aspekte von Weblogs waren zur Lösung der oben gestellten Aufgaben sehr gut geeignet. Im Folgenden die zentralen Lösungsansätze der Intranet-Plattform mit dem Namen «news.knowledge».

a. Wissensentwicklung Essentiell wichtig ist, dass Autoren Inhalte so einfach wie möglich erfassen können. So findet jeder im Intranet angemeldete User in sämtlichen Ansichten von news.knowledge unaufgefordert verschiedene Funktionen. Mit diesen kann er Inhalte neu erfassen, bestehende Inhalte ändern und Kommentare schreiben. Der Dialog zur Inhaltserfassung ist so einfach wie nur möglich. Für jeden Intranet-User ist es mit nur zwei Klicks und zwei Texten

für Titel und Text möglich, einen eigenen Beitrag zu verfassen.

Vergleichbar einfach ist es auch, ein neues Informationsgefäss sprich «Thema» zu eröffnen. Technisch gesehen wird damit ein eigener Weblog etabliert. Themen, die nicht mehr benötigt werden, lassen sich mit einem Klick deaktivieren. Sie verschwinden aus der zentralen Übersicht, werden aber nicht gelöscht. So bleiben auch bestehende Links und Kommentare im Archiv erhalten.

Ausserdem ist es möglich, neue Beiträge auch über E-Mail zu erfassen. Jedes Thema besitzt sofort nach dessen Definition eine Adresse wie etwa thema@plattform.firma.com. Derselbe Mechanismus funktioniert auch bei einer E-Mail-Antwort («reply-to») auf die unten beschriebenen Benachrichtigungsmails. Die Erkennung des Autors erfolgt über die Absenderadresse.

b. Wissensnutzung und Dialog Zur Verbreitung des Wissens werden bewusst zahlreiche alternative Wege angeboten, die dem User die Wahl überlassen.

Die Startseite bietet alle Themen in einer Portalübersicht mit den drei aktuellsten Beiträgen als Anriss an. Bei einem Klick auf einen Titel navigiert der User in eine vertraute Weblog-Ansicht, wo alle Beiträge chronologisch aufgeführt sind.

Auf Navigationsstufe Startseite und Thema bietet news.knowledge zusätzlich eine maschinenlesbare Form des Inhalts an (RSS-Feed). Der User kann die Inhalte damit nach einem Pull-Prinzip in einem Leseprogramm nach seiner Wahl, so wie beispielsweise Microsoft Outlook oder Internet Explorer 7, abonnieren. Der Leser bestimmt Zeitpunkt und Frequenz des Informationsbezugs selbständig.

Als weitere Möglichkeit bietet news.knowledge eine E-Mail-Benachrichtigung an. So können die Themen einzeln oder gesammelt per E-Mail abonniert werden. Die Verwaltung der Abonnemente erfolgt durch jeden User selbst. Im Ausnahmefall kann der Autor zudem bei der Erfassung eines Beitrages eine E-Mail-Benachrichtigung an frei definierbare Verteiler auslösen.

Mit dem Ziel, den Dialog zwischen Nutzern der Information und dem Absender möglichst zeitnah zu gestalten, wird der Autor eines Beitrages bei jedem neu erfassten Kommentar per E-Mail benachrichtigt. Sehr effizient bei der mündlichen und schriftlichen Kommunikation ist, dass jeder Weblog und auch Beitrag eine einfach memorisierbare, sprechende URL besitzt.

Resultate

Als Beitrag zur Transparenz und zur Erfolgsmessung ist news.knowledge mit Nutzungsansichten ausgestattet, die für alle User sichtbar sind. Dies gilt für die Anzahl an Beiträgen, an Kommentaren oder für die Nutzung der E-Mail-Abonnemente. Zudem ist sichtbar, welche Nutzer welche Beiträge gelesen haben. All diese Funktionen lassen sich ggf. auch anonymisieren, doch Transparenz ist das Ziel.

namics entwickelte diese Plattform und setzt sie selbst ein. Im letzten Halbjahr haben über 45% aller Mitarbeiter selbst Beiträge erfasst und 78% haben mindestens einen Kommentar beigetragen. Die neue Plattform leistete insgesamt 825 Beiträge und über 1800 Kommentare. Die qualitativen Rückmeldungen bezüglich der Sichtbarkeit der Kompetenzgruppen und die wesentlich kleinere E-Mail-Flut an alle sprechen für einen vollen Erfolg des Projektes. ■



* Jürg Stuker, CEO von namics.
juerg.stuker@namics.com
www.namics.com
blog.namics.com