

Web 2.0 im Wissensmanagement - Unsere Erfahrungen im Projekt LERNET 2.0 -

Herausforderungen

Ob Weblogs, Wikis oder Social Tagging und Networking Anwendungen, Social Software ist dabei, sich als Werkzeug im unternehmensinternen und unternehmensübergreifenden Wissensmanagement zu etablieren. Dafür gibt es mehrere Gründe: die Vereinfachung in der Zusammenarbeit, beim Wissensaustausch und der Wissensgenerierung, die Verbesserung der Zugänge und Zugriffe auf Wissen, die Unterstützung des Lernens aus Projekterfahrungen und der informellen Kommunikation, die Kontinuität und Aktualität in der Weiterbildung und im Aufbau von Wissensbeständen.

Aber trotz Einfachheit der Anwendungen und oder gerade wegen den technikimmanenten Möglichkeiten zur Schaffung von Nutzer-generierbaren Inhalten, informeller Kommunikationskanäle und vernetzter Expertise, ist schnell eine gewisse Überforderung und Orientierungslosigkeit bei der Einführung von sozialen Technologien in den Unternehmen zu beobachten. Nicht nur bei Menschen mit geringerer Affinität zum Internet liefert Web 2.0 oft zu viele Möglichkeiten der Kreativität auf Kosten von Kreativität. Auch Menschen, die im privaten Umfeld viel mit sozialen Techniken umgehen und keine Schwierigkeiten haben, sich in sozialen Netzwerken auszutauschen, benötigen im betrieblichen Umfeld und in geschäftlichen Prozessen Richtlinien und Vorgaben (Governance) der Nutzung. Sonst passiert es schnell, dass Unternehmenswissen in Facebook oder andernorts im Internet diskutiert wird. Dies kann sicher nicht im Sinne des Unternehmens sein, nicht nur aus Gründen der Sicherheit sondern im Sinne eines Unternehmenseigenen und gesteuerten Wissensmanagements.

Beide Aspekte: Überforderung, eigenes Wissen weiterzugeben und Übermotivierung, sein Wissen in Communities auszutauschen, treffen derzeit in den Unternehmen aufeinander. Hier gilt es einen Weg zu ebnen, einerseits die Selbstdarstellung und -steuerung der Menschen zu fördern und gleichzeitig „chaotische“ Wissensströme bewusst zu steuern.

Web 2.0 und soziale Services für den Wissenstransfer

Wir unterscheiden Anwendungen,

- die extern, d.h. öffentlich bzw. durch Registrierung von jedem Nutzer im Internet besucht und genutzt werden können,
- die intern, nur von den Projektteilnehmern durch Login, realisiert in einem Extranet, genutzt werden können.

Unsere externe Infrastruktur besteht aus folgenden Anwendungen:

Twitter:

- Ein Microblogging System zur Realisierung eines eigenen Twitter. Darüber hinaus werden aber auch Twitter ausgewählter Personen und Organisationen gefolgt. Ein eigener Twitter dient dem Brainstorming für das Projektteam, aber auch für externe Interessierte, die sich ebenfalls mit ähnlichen Themen beschäftigten, ein ähnliches Projekt durchführen oder auch für Kunden, die ihre Wünsche und Verbesserungsvorschläge dort äußern. Über die Funktionen des „Follower“ und des „Following“ werden Inhalte viral weiter getragen und schnell verbreitet. Die Diskussion in Twitter erfolgt weltweit, so dass unterschiedlichstes Knowhow hier zusammenfließen kann. Systematisch eingesetzt, ist Twitter ein fast unerschöpflicher Gedankenpool, den es für die eigenen Zwecke auszuwerten gilt.
- Ein wesentlicher Bestandteil in Twitter sind die Tags. Inzwischen gibt es eine Reihe von Tagmanagement Systemen für Twitter, mit deren Hilfe Projektmanager und Fachexperten die kreativen Ideen und Rohinhalte besser analysieren und auswerten können.

Wordpress-Blog:

- Das marktführende Open-Source Blogging-CMS. Der Blog ist die zentrale Site, um die Produkte, Konzepte und Lösungen des Projektes im Internet zu platzieren, die Kompetenzen entsprechend darzustellen und Services bereitzustellen, die dem Internetnutzer einen Mehrwert bieten sollen für die Weiterverwendung der Inhalte (Content Sharing), aber auch für Feedback und durch Nutzer ergänzende Inhalte (User-generated Content).
- Der Blog dient in erster Linie als Produktvermarktungskanal für erklärungsbedürftige Produkte, Dienstleistungen und Kompetenzen. Dieser ist verknüpft mit sozialen Netzwerken, über Trackbacks verbunden mit anderen Fachblogs. Die Verbreitung zentraler Beiträge erfolgt darüber hinaus über soziale Nachrichten- und Presseportale. Dieser Einsatz von viralen Kanälen dient zunächst dem Marketing und dem Erreichen der richtigen Zielgruppe.

- Die Erfahrungen zeigen hier aber, ähnlich wie in Twitter, dass Feedback im Blog und aus sozialen Netzwerken wertvolles Wissen für Verbesserungen und Weiterentwicklungen liefern kann.
- Darüber hinaus aber erweitern die Informationen, die viral vernetzt, im Kontext weiterer fremder Informationen und Wissensbereiche stehen, auch den eigenen Horizont. Über delicious-Tags, aber vor allem durch die menschlichen Netzwerke in sozialen Bookmarking-Systemen findet man fast immer einen geeigneten Ansprechpartner oder einen passenden Inhalt, der das Projekt weiterbringt.

Community:

- Open-Source Community Plattformen wie z.B. elgg, die ursprünglich aus dem E-Learning Umfeld kommt, oder andere wie Ning, Mixxt, die ihre spezifischen Vorteile haben, werden teilweise als Hosted Service oder auch als eigene Serverinstallation angeboten.
- Communities gibt es schon lange. Sie sind in der Web 2.0 Welt eher schon die „Old School“. Die neuen Werkzeuge erleichtern heute aber ganz erheblich den Aufbau, nicht nur in technischer Hinsicht, sondern auch für die Partizipation der Nutzer. Der Unterschied zu früher: Communities von heute entstehen eher Bottom-up durch den Bedarf der Nutzer.
- Dennoch ist der Aufbau einer Community fast immer auch ein Ziel für ein Unternehmen, das seine Kunden an einer Stelle im Netz zusammenbringen möchte und vom Kundenfeedback profitieren möchte. Der Zweck dieser Community ist das Kundenmanagement und die Versorgung der Kunden mit Services und Support-Informationen.
- Communities haben einige Vorteile: die Nutzer sind nicht anonym, zufriedene Kunden wirken als Protagonisten des Unternehmens und können durch ihre Aussagen und Empfehlungen weit mehr in Marketing und Branding von Produkten bewirken als der Anbieter selbst. Kunden mit Anwendungserfahrung beantworten Fragen anderer Kunden oftmals schneller und besser als das Call Center.

Die interne Infrastruktur besteht aus folgenden Anwendungen:

Prologue

Ein Microblogging Theme auf Basis von Wordpress, mit dem die Projektbeteiligten einfach, schnell und unkompliziert untereinander kommunizieren können. Die Anwendung besteht vor allem durch das Tagging (Schlüsselbegriffe) der Beiträge. Die Tags bilden eine inhaltliche Struktur, die nicht vorgegeben wurde, sondern sich im Verlauf des Projektes durch die Nutzer selbst herausbildet.

Mantis

Ein Open-Source Issue-Management-System. Darüber werden die Produktanforderungen, die Entwicklungsroadmap und die Testfehler gesteuert.

Wiki

Ein Projektwiki, das nach dem strukturierten Projektprozess gegliedert ist und die formale Dokumentation beinhaltet. Wichtig ist hier vor allem das Änderungs- bzw. Versionsmanagement, wenn viele Personen an einem Dokument arbeiten und Freigabeprozesse erfolgen müssen. Das Projektwiki ist Teil des Intranets, so dass sich jeder Mitarbeiter im Unternehmen bei Bedarf über spezielle Lösungen informieren kann. Die Übertragbarkeit auf andere Projekte wird damit sichergestellt.

Der interne Prozess der Wissensnutzung

Die relevanten Inhalte aus der Konversation in Twitter, aus dem Feedback des Blogs und seiner damit verbundenen sozialen Netzwerke sowie die Wünsche und Anregungen aus den Foren der Community werden systematisch aufbereitet und intern in die weiterführenden Systeme eingeführt. Diese nicht ganz einfache Aufgabe ist Sache des Projekt- oder Produktmanagers. Hierfür fehlen auch noch geeignete Systeme, mit denen sich informelle, virale und strukturierte Inhalte gleichermaßen analysieren und bewerten lassen.

Die eher noch unreifen, rohen Inhalte werden intern im Microblog zur Diskussion gestellt, bereits bewertete und konkrete Informationen kommen als Anforderung in das Issue-Management. Dort durchlaufen sie im Rahmen des Projektprozesses einen Entscheidungs- und Freigabeprozess für die Entwicklung. Die gemeinsame Erstellung der Ergebnisse und Dokumentation erfolgt dann im Projektwiki. Die Inhalte im Wiki sind auch für weitere Zielgruppen nutzbar und werden in anderen Zusammenhängen eingebunden, z.B. im Vertrieb für das CRM System oder im Service für das Forum, Beschwerdemanagement sowie im Training für E-Learning und Schulungen.

Resüme

Als Erfahrungen aus einigen Projekten kann zusammenfassend gesagt werden, dass mit dem Einsatz von Web 2.0 und einem entsprechenden Verhalten der Beteiligten der komplette Informations- und Wissensprozess in einem Projekt unterstützt werden kann. Wichtig dabei ist es, die geeigneten Tools jeweils adäquat zum Informationsbedarf und angepasst an den Reifegrad einer Information einzusetzen. Verbesserungen sind auf jeden Fall zu erwarten im Projektmanagement, in der Zusammenarbeit im Projektteam, in der Kom-

munikation innen und nach außen sowie von außen nach innen, in der Produktentwicklung, im Ideenmanagement.

Vieles ist dabei noch ungelöst und verbesserungsfähig. Es gibt noch eine Reihe von unbeantworteten Fragen: Wie kommen die relevanten Inhalte in nächstgelegene Systeme? Wie analysiert und bewertet man Inhalte? Wann sind Inhalte relevant? Hier ist natürlich die Expertise von Menschen wichtig. Dennoch fehlen noch gute Tools zur Analyse und Bewertung.

LERNET 2.0

LERNET 2.0 wird gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und erprobt Web 2.0 Anwendungen im E-Learning und Wissensmanagement, die für KMUs geeignet sind, und transferiert die Erfahrungen im Lernetblog (www.lernet.info oder www.lernetblog.de) und im Rahmen einer Deutschland-weiten E-Learning Roadshow 2009.

www.centrestage.de ist in diesem Projekt für Beratung, Konzeption und Realisierung der Web 2.0 Anwendungen zuständig.



Impressum

Göhring, Martina (2008): Web 2.0 im Wissensmanagement. Projektpaper. Esslingen 2008

Dokument: Projektpaper
Titel: Web 2.0 im Wissensmanagement
Jahr: November 2008

Autor: Dr. Martina Göhring
Herausgeber: centrestage GmbH
Anschrift: Bergstraße 81 – 73733 Esslingen
Internet: www.centrestage.de
E-Mail: goehring@centrestage.de
Telefon: +49 (0) 711 3105 9704
Fax: +49 (0) 711 3105 9705
Mobil: +49 (0) 160 15 555 13

Amtsgericht: Stuttgart HRB 214576
USt.-IdNr.: DE 235 790 808