

Corporate Blogs bei der Siemens AG

Von Dominik Fröhlin (UniBw); mit der freundlichen Hilfe von Carsten Ehms, Siemens

Kurz gefasst

Siemens hat bereits viele Anwendungen zur Unterstützung des Wissensmanagements und der internen Unternehmenskommunikation erprobt. Seit 2006 werden dafür auch unternehmensweit Weblogs eingesetzt. Diese Fallstudie stellt Ziele und bisherige Erfahrungen der Weblog-Einführung vor.

Das Unternehmen

Siemens Deutschland, mit Firmensitz in Berlin und München, zählt zu den weltweit größten Firmen der Elektrotechnik- und Elektronikbranche mit führenden Marktpositionen.

In über 190 Ländern unterstützt das vor 160 Jahren gegründete Unternehmen mit rund 475.000 Mitarbeitern seine Kunden mit innovativen Techniken und Know-how bei der Lösung ihrer geschäftlichen und technischen Aufgaben in den Gebieten Automation and Control, Power, Transportation, Medical, Information & Communications und Lighting. Diese Geschäftsbereiche zeichnen sich durch sehr heterogene und diversifizierte Produkte aus.

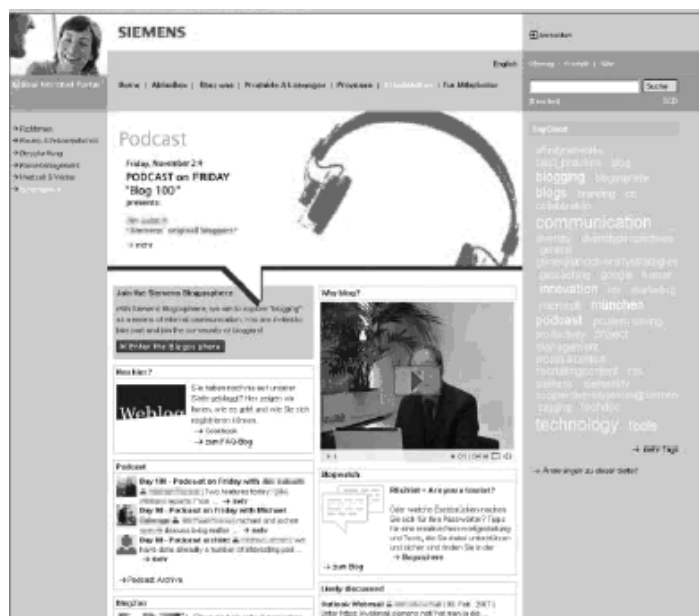
Intranet

Siemens setzt ein weltweites Intranet ein, das für jeden Mitarbeiter zugänglich ist. Es wird als Plattform zur Information der Mitarbeiter sowie für organisatorische Angelegenheiten genutzt, allerdings mit einem top-down Charakter. Dieser und die daraus resultierende einseitige Kommunikation durch das Intranet waren ein Grund für die Einführung von Weblogs bei Siemens. Man wollte eine dialogorientierte Kommunikation erreichen.

Seit Ende Juni 2006 werden bei Siemens Weblogs verwendet, welche ausschließlich unternehmensintern im Intranet eingesetzt werden. Die diskutierten Themen sind sehr unterschiedlich, viele davon allerdings themen- und systemübergreifend (z.B. über die Infrastruktur). Zum einen lag der Ursprung in der Gestaltung einer dialogorientierten Kommunikation, zum anderen erwartet man Lerneffekte, insbesondere für das Wissensmanagement und die Entstehung virtueller Fach-Communities. Die Umsetzung des Projektes wurde realisiert durch die zentrale Kommunikationsabteilung, zu deren Zuständigkeits- und Finanzierungsbereich die Weblogs zählen.

Das Fachzentrum für Wissensmanagement der Siemens Corporate Technology unterstützte mit technischem und fachlichem Know-how sowie aus Eigeninteresse die Umsetzung des Projektes.

Die Weblogs sind in das Portal integriert und basieren auf einer Open-Source Software. Die eingesetzte Lösung basiert auf der Multiblog-Plattform twoday, eine in server-sided javascript implementierte Anwendung, die auf dem Applikations-Server helma aufsetzt. Jeder Mitarbeiter verfügt innerhalb des Portals über einen eingerichteten Account, der seine Identifikation und Authentifizierung erlaubt. Nach erfolgter Anmeldung kann ein Weblog sehr einfach ohne fremde Hilfe angelegt werden oder es kann gebloggt werden.



1

Abbildung 1: Beispiel eines Personal Blogs (Ehms 2007a)

Wie wird das Weblog eingesetzt?

Das Ziel bei der Einführung von Weblogs bei Siemens war es, ein möglichst einfaches Universalwerkzeug bereitzustellen, welches individuell und somit effizient in das Arbeitsumfeld der einzelnen Mitarbeiter eingebunden werden kann. Die Weblogs sollen im Sinne eines Bottom-Up-Wissensmanagements genutzt werden.

Das zentrale Mitarbeiter-Portal der Siemens AG im Intranet ist der Ausgangspunkt in die Blogosphäre. Die Beiträge sind entweder „draft“ und somit nur für den Autor lesbar, oder „public“ und damit für jeden Intranetnutzer sichtbar. Alle Beiträge sind kommentierbar und die Wahl der Sprache ist nicht vorgegeben.

Es wurde festgestellt, dass relativ wenige Akteure einen Großteil der Schreibzugriffe realisieren, wobei beinahe 2/3 der verfassten Texte Kommentare sind.

Diese dynamischen Inhalte werden ferner ergänzt durch Podcasts und mittels RSS-Feeds in die Weblog Applikation integriert. Außerdem enthalten 806 von 1399 Beiträgen mindestens einen Hyperlink, und im Durchschnitt werden 2,3 Tags¹ pro Beitrag vergeben, die über eine Tag Cloud einen Überblick über die unternehmensweite Themenlandschaft bei Siemens liefert. Diese Zahlen sind eindeutige Indikatoren für das große Vernetzungspotential zwischen den bloggenden Mitarbeitern. Davon abgesehen wurde vor dem eigentlichen Start der Weblogs ab April 2006 damit begonnen, die Plattform mit Inhalten bereits bloggender Mitarbeiter zu füllen.

Zusätzlich wurde ein Gruppenblog als Kommunikationsmedium genutzt und somit konnten noch bestehende technische und organisationale Probleme beseitigt werden, was zu einem problemlosen Start der firmenweiten Blogosphäre Ende Juni 2006 führte.

¹ Werden lediglich Beiträge betrachtet, die mindestens ein Tag aufweisen, so steigt das Verhältnis auf 2,9 (vgl. Ehms 2007b).

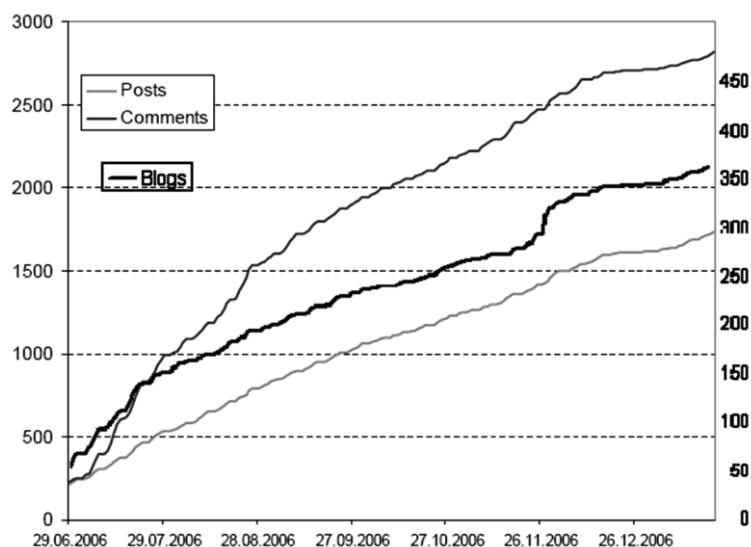


Abbildung 2: Statistik über Blogs der Siemens AG (Stand Januar 2007) (Quelle: Ehms 2007a)

Prinzipiell ist es jedem Mitarbeiter freigestellt, welche Inhalte er über sein Weblog kommuniziert. Der inhaltliche Rahmen ist durch eine Blogging-Policy gegeben, die Regeln des guten Umgangs (gegenseitiger Respekt, Ehrlichkeit und Integrität), der Informationssicherheit und des Persönlichkeitsschutzes festlegt. Mögliche Einsatzszenarien werden durch ein sehr einfaches Rechtskonzept einerseits nahegelegt, andererseits begrenzt. (Ehms und Langen 2007)

Welche Probleme gab es bei der Umsetzung des Weblog-Projektes?

Die Anbindung an den internen single-sign-on Service war die größte Herausforderung bei der Implementierung und der weltweiten Verbreitung des Weblogs, da die Weblogs technisch auf das vorhandene System abgestimmt werden mussten. Das finanzielle Problem wurde mit einer kostenlosen Open-Source Software gelöst. Weitere technische Schwierigkeiten traten nicht auf.

Welchen Nutzen schaffen die Weblogs?

Da die Benutzung der Weblogs auf Freiwilligkeit basiert, führt das zwanglose Arbeiten mit diesem Medium dazu, dass jeder mittel- bzw. langfristig irgendeinen Nutzen daraus ziehen kann.

Der Nutzen hat also subjektiven Charakter. Für einige ist es wichtig, bei genauerer Betrachtung der Siemens Blogosphäre Trends zu erkennen, andere legen viel Wert auf die entstehende Vernetzung oder das schnelle Feedback. Dies ermöglicht das Knüpfen neuer Kontakte auf der Basis von Kommentaren und ferner eine dialogorientierte Kommunikation, wie ursprünglich gefordert. Zwei Beiträge erzeugen im Durchschnitt drei Kommentare.

Was sind die Lessons learned aus der Nutzung von Weblogs?

Das lineare und stetige Wachstum der Weblogs ist der Beweis dafür, dass Weblogs auch in Unternehmenskontexten funktionieren. Bis Ende November 2006 gab es 8.879 registrierte Nutzer und die Reichweite² der Weblogs umfasste ca. 25.000 Personen.

Eine genauere Betrachtung zeigt, dass 112 von 309 persönlichen Weblogs in diesem Zeitraum keinen Beitrag enthielten. Das ist ein Indiz dafür, dass etwa 1/3 der Mitarbeiter, die sich ein persönliches Weblog angelegt hatten, keinen Einstieg in das Medium fanden oder schlichtweg

² Summe der Mitarbeiter, die die Plattform seit der Implementierung mindestens einmal besucht haben.

nicht aktiv waren. Umgekehrt waren 1/3 der sehr aktiven Weblogs Gruppenblogs mit mehreren, verteilten Autoren. Daraus kann geschlossen werden, dass mehrere Verfasser ein vitales Blogging ermöglichen, was insbesondere in der Anfangsphase eines Weblogs sehr wichtig ist, um es in der Blogosphäre zu etablieren und stabile Rahmenbedingungen zu schaffen.

Wesentliche Vorteile von Weblogs sind die entstehenden Freiheitsgrade in der dialogorientierten Kommunikation, deren globale Bereitstellung innerhalb kurzer Zeit durch das Medium der Weblogs erst durch die Verfügbarkeit leistungsfähiger und kostenfreier Open-Source Software ermöglicht wurde.

In einem Intranet kann sich diese Kommunikation ohne redaktionelle Freigabeprozesse besonders schnell und direkt entwickeln, da durch die vorgeschaltete Authentifizierung der Mitarbeiter in Verbindung mit einer offenen Unternehmenskultur eine gewisse Vertrauensbasis entsteht.

Es wurde noch kein Fall von Missbrauch in Zusammenhang mit der Nutzung von Weblogs festgestellt. Geringfügige Abweichung vom erwünschten Nutzungsverhalten (wie z.B. wiederholte sinnfreie Testbeiträge) werden von den Bloggern selbst kommentiert und damit verbessert. Dies beweist, dass das Prinzip der transparenten Selbststeuerung der Community auch in Unternehmenskontexten funktioniert.

Durch das Blogging hat sich auch das Tagging entwickelt, obwohl es bei der Einführung der Weblogs nicht explizit als Möglichkeit beworben wurde.

Darüber hinaus hat sich gezeigt, dass jeder Mitarbeiter seine individuellen Schwerpunkte bei der Nutzung von Social Software Anwendungen hat und demnach zielgerichtet die einzelnen Systeme einsetzt.

Ein Anstieg von fachlich orientierten Beiträgen deutet darauf hin, dass ein Weblog ein geeignetes Medium für die Integration in das Arbeitsumfeld zu sein scheint.

Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Entwicklungen rund um das Web 2.0 mit ihrem do-it-yourself Charakter auch bei großen Industrieunternehmen sinnvoll einsetzbar sind. Neben einer isolierten Nutzung von Social Software in einzelnen Geschäftsbereichen ist dabei der unternehmensweite Einsatz der Weblogs von besonderer Bedeutung, da Social Software ihre Vernetzungspotentiale nur dann komplett ausspielen kann, wenn eine Plattform unternehmensweit eingesetzt wird und eine gewisse Akzeptanz findet. Hier ist die Blogosphäre bei Siemens das Vorreiterbeispiel.