

„... die Entwicklung im eigenen Sinn beeinflussen.“

Der „digitale Klimawandel“ und Belegschaftsvertretungen

Ute Demuth // IKT-Dozentin, Beraterin und Autorin

HIER LESEN SIE:

- wie das Internet unaufhaltsam die Arbeitswelt in Unternehmen und Behörden verändert
- welche sozialen Medien die Betriebs- und Personalratsarbeit nachhaltig unterstützen
- wie Beschäftigte vor dem „Ertrinken“ im Meer der digitalen Medien gerettet werden können

Der Einzug der Internet-Medien in den beruflichen Alltag ist ein unumkehrbarer (und oft schmerzlicher) Prozess – für Arbeitgeber, Mitarbeiter und ihre Vertretungen. Alle müssen sich darauf einstellen, dass dieser „digitale Klimawandel“ das Leben grundlegend verändern wird. In dieser Entwicklung steckt aber auch ein ungeheures Potenzial. Dieses zeigt die demnächst erscheinende Broschüre „Betriebsratsarbeit und Social Media – Soziale Medien in der Kommunikations- und Informationsarbeit der Interessenvertretung“.¹ Darin werden Blogs, Wikis und soziale Netzwerke vorgestellt, begleitet von praktischen Beispielen: Bloggende Betriebsräte auf Facebook sind ebenso Thema wie der Einsatz von Twitter. Wir veröffentlichen aus dem Werk vorab leicht verändert das „Interview mit einem Netzbewohner“.

„Warum machen die das?“ „Woher nehmen die die Zeit?“ „Was haben die davon?“ Das sind Fragen, die oft gestellt werden, wenn es um die regelmäßige Nutzung von Social Media geht.² Wie also sehen die sozialen Medien von innen aus? Wie werden sie von Menschen genutzt, die tagtäglich im Netz agieren? Welchen Blick haben sie auf die Arbeit der Interessenvertretungen, wo sehen sie die Chancen und die Gefahren der Nutzung im Unternehmenszusammenhang?

Das wollten wir von Martin Lindner wissen. Er hat Literatur, Geschichte und Kommunikationswissenschaften an der Universität München studiert. Nach Promotion, Habilitation und Universitätslehre in München, Passau und Kiel konzentriert er sich nun auf das Internet und auf digitale Medien. Er forscht, berät und gibt Seminare zu den Themen Weblernen und Enterprise 2.0³, beschäftigt sich also damit, wie das

SEMINARE ZUM THEMA

Twitter, Blogs & Co. / Gewusst wie: Nutzen Sie moderne Internetdienste für Ihre Betriebsratsarbeit!

29.1. bis 3.2.2012 im DGB Tagungszentrum Hattingen

► www.betriebsratsqualifizierung.de/seminar/312073060

Blogs, soziale Netzwerke und Co. / Web 2.0 und Betriebsratsarbeit

11.3. bis 16.3.2012 im Wilhelm-Gefeller-Bildungszentrum in Bad Münder

► www.igbce-bws.de/seminare/BWS-001-550701-12

Netz unsere Art zu lernen, zu arbeiten, zu wissen, zu kommunizieren und uns zu informieren grundlegend verändert.

Demuth: *Kannst du Erfahrungen schildern, die beschreiben, warum du soziale Medien nutzt, welche Vorteile es dir bringt, welchen Nutzen du daraus ziehst?*

Lindner: Das führt für mich indirekt zu der Frage, seit wann ich eigentlich soziale Medien nutze. Das heißt: Seit wann ist das Internet für mich sozial geworden?

Ich bin ja „digitaler Immigrant“, das heißt: Ich bin erst Ende 1999 ins Internet gegangen, als man als technisch wenig interessierter Normalmensch das Gefühl hatte, das auch zu können. Die erste soziale Erfahrung, an die ich mich erinnere, war es, über Google interessante Texte und Ideen zu finden und die Urheber direkt per E-Mail dazu befragen zu können. Damals, also so um das Jahr 2000, 2001, bekam man auf solche E-Mails noch direkt eine Antwort. Heute würde man das eher mit Twitter⁴ machen ...

Dass diese direkte Verbindung auf einmal jetzt und sofort möglich war, über alle Grenzen und Hierarchien hinweg, hat mich damals umgehauen: Ich komme ja von der Universität, und das war nun eine wissenschaftliche Gemeinschaft, wie ich sie mir eigentlich immer gewünscht hätte: direkter spontaner Austausch ohne große Formalitäten, der möglich wird, weil alle in einem Boot sitzen und das Interesse haben, Ideen auszutauschen.

Ende 2003 habe ich angefangen, zu bloggen. Das war noch relativ früh, und ich erwischte damit genau den Anfang des großen Blog-Booms, der in Deutschland ohnehin zwei, drei Jahre verspätet passierte. Blogs sind ja Websites, die keine „Webseiten“ mehr sind, sondern eher eine Art Kanal für die eigene persönliche Stimme. („Site“ heißt ja eigentlich gar nicht „Seite“, sondern Ort/Platz.)

Ich weiß noch, wie komisch sich das am Anfang anfühlte. Die Hauptschwierigkeit war, eine eigene Stimme zu finden: Also so zu schreiben, dass es nicht besserwisserisch und unpersönlich-perfekt klang, aber auf der anderen Seite auch nicht in schlunzigen Teenager-Jargon zu verfallen. Die angelsächsischen Blogger konnten das immer irgendwie besser.

Blogs sind etwas Persönliches und Lebendiges: Die neueste Äußerung steht hier immer oben. Und weil die Blogger sich immer schon gegenseitig verlinkt und gelesen haben, entstand dabei automatisch so etwas wie „soziale Medien“. Die Blogosphäre, also der Raum der lose miteinander verlinkten Blogs, war eigentlich das erste wegweisende soziale Netzwerk.

Das deutschsprachige Blog-Netzwerk „Antville“⁵ etwa war wirklich eine Community, bei der sich alle gegenseitig kommentierten und über die Kommentare lange freundschaftliche Debatten geführt und Witze gemacht wurden.

Myspace, Facebook⁶ und auch Xing⁷, das damals OpenBC hieß, waren damals noch recht unlebendig: In den ersten Jahren waren das wirklich nur Profildseiten, mit denen man „Freundschaften“ sammelte. Die gegenseitigen Kommentare spielten noch keine sehr große Rolle.

Der nächste große Einschnitt war dann Twitter, Anfang 2007. Das war auch mehr

oder weniger das Ende des regelmäßigen Bloggens. Twitter war in den ersten Jahren das faszinierendste soziale Medium, das ich kenne, aber das hat inzwischen nachgelassen: Es ist unpersönlicher geworden und wird viel mehr zum Link-Austausch verwendet. Für meine distanziertere Art des „sozialen Netzwerkers“ war Twitter etwa zwischen 2007 und 2009 ideal.

Eben gerade bin ich, wie die meisten, im neuen Google+⁸ aktiv: Das ist eine Plattform für sehr lose „Communities of Interest“⁹ und eignet sich für spontane Diskussionen.

Bei Facebook bin zwar seit Langem dabei, benutze es aber aktiv so gut wie nicht. Das hat sicher damit zu tun, dass ich nicht gern Mitglied in irgendwelchen Cliquen bin: Für die ist Facebook wohl ganz nützlich, um sich gegenseitig soziale Wärme zu geben.

Für die Betriebsratsarbeit könnte LinkedIn¹⁰ künftig interessant werden: Dort wurden gerade jetzt Gruppen eingeführt, die sehr viel besser funktionieren als auf Xing. Es gibt da viele recht lebendige Vernetzungen mit beruflichem Hintergrund (innerhalb von Unternehmen, aber auch über die Unternehmensgrenzen hinweg).

Demuth: *Wie viel Zeit verbringst du in etwa täglich online?*

Lindner: Ich arbeite seit Längerem im Internet, in losen Netzwerk-Teams. Das heißt, de facto bin ich den ganzen Tag online. Ich verschiebe dabei immer mehr und mehr von meiner Arbeit auf Web-Plattformen, vor allem wohl, um der Isolation im Home Office zu entgehen. Es macht einen Riesenunterschied, ob man schnell und direkt Feedback zur eigenen Arbeit bekommt und sie auch anderen gibt.

Demuth: *Welche Tätigkeiten erledigst du im Netz?*

Lindner: Eigentlich versuche ich, alles an Projektarbeit im Netz zu erledigen, damit es möglichst transparent für alle Beteiligten ist. Also Kollaboration bei Texten und Entwicklung von Inhalten, aber auch Projektmanagement und Planung. Was mache ich nicht im Netz? Das Schreiben von längeren Texten, weil das Internet ab einem gewissen Punkt die Konzentration stört. (Zur

Vorbereitung ist es unverzichtbar.) Und das Lesen und gedankliche Verdauen von längeren Texten – das versuche ich gerade auf meinen E-Reader¹¹ umzuleiten, damit ich mehr vom Laptop wegkomme.

Demuth: *Bist du mobil online?*

Lindner: Ich bin mit meinem Smartphone auch mobil online, benutze da aber vor allem Twitter. Twitter ist auch für mobile Arbeitsnomaden, die viel in Zügen und Hotelzimmern herumhängen, ein ideales Medium. Gelegentlich lese ich auch Web-Artikel und google etwas.

Demuth: *Welche sozialen Medien nutzt du und warum gerade die?*

Lindner: Am wichtigsten sind wohl Twitter und Google+: Das ist das Stimmengewirr im imaginären Großraumbüro mit lauter Leuten, die ich mag. Tatsächlich arbeite ich mit denen gar nicht zusammen, aber es ergeben sich mitunter schon konkrete Kontakte, Projekte usw. In eigenen Projekten benutzen wir abgeschottetes Microblogging¹² im Twitter-Stil (z.B. Yammer¹³). Für die Zusammenarbeit auch Wikis, aber da werden auch immer noch viel zu viele E-Mails verschickt.

Sehr wichtig für die Zusammenarbeit ist seit Jahren auch Skype¹⁴: Fast noch mehr wegen der Chat-Funktion als dem Telefonieren, aber das Großartige ist eben, dass man da sehr viel feinere und weniger aufdringliche Übergänge zwischen Texten und Reden finden kann.

Telefonieren ist in den meisten Fällen zu grob: Es unterbricht den Angerufenen rüde, dauert viel zu lange und beansprucht die ganze Aufmerksamkeit. Die beste Art der Einbindung von Audio in Kollaborationsprozesse, die ich kenne, ist die Kombination von Etherpad¹⁵ und einer Skype-Telefonkonferenz: Es ist erstaunlich, wie viel an zählbaren Resultaten da in kürzester Zeit zustande kommt. Sehr viel mehr als bei gewöhnlichen Meetings.

Ansonsten experimentieren wir bei Kundenprojekten viel mit maßgeschneiderten sozialen Netzwerken: Viele Unternehmen und Organisationen sind derzeit sehr daran interessiert, ihre Leute informell zu vernetzen und den zwanglosen Austausch untereinander zu unterstützen. Dafür gibt

Für Martin Lindner sind die wichtigsten sozialen Medien Twitter und Google+. Das erinnert ihn an das „Stimmen-gewirr im imaginären Groß-raumbüro“ und lässt ihn so der Isolation im Home Office entgehen ...

es Plattformen wie BuddyPress, Elgg oder auch das deutsche Mixxt.¹⁶

Demuth: Gibt es Anbieter bzw. Netze, die du bewusst vermeidest?

Lindner: Jein. Wie oben gesagt: Mit Facebook und Xing bin ich nie warm geworden. Die VZ-Netzwerke oder „Wer-kennt-wen“ habe ich sowieso nie benutzt.

Demuth: Kannst du kurz beschreiben, was du mit Deiner These bzw. Beobachtung des digitalen Klimawandels meinst?

Lindner: Ich habe den Begriff geprägt als Antwort auf die Skeptiker, die sagen: „Warum soll ich das verwenden oder überhaupt damit befassen? Ich komme sehr gut mit den bisherigen Medien und Werkzeugen zurecht.“

Es geht darum allgemeinverständlich zu erklären, dass es sich hier eigentlich nicht mehr um Werkzeuge handelt, die man gezielt gebraucht oder nicht, sondern viel eher um eine Art Element, in dem man lernen muss zu schwimmen – oder man geht eben unter.

Klimawandel ist ja ein untergründiger, unmerklicher Prozess: Kaum jemand merkt das direkt. Der Frühling setzt ein paar Tage früher ein, die Durchschnittstemperaturen steigen um wenige Grade. Aber nach zehn Jahren, wenn man zurückschaut, erkennt man plötzlich dramatische Veränderungen, die die ganze Umwelt verändern. Es wird eher noch dramatischer als in den 1980er Jahren, als die PCs und die EDV sich in allen Unternehmen durchsetzten, und in den

1990er Jahren mit E-Mail, Intranet und mobilen Telefonen.

Auf einzelne Betriebe bezogen bedeutet der Klimawandel: Mittelfristig sind viele Entwicklungen unaufhaltsam, denen man jetzt aus zum Teil berechtigten Gründen kritisch gegenübersteht: Die Grenze zwischen Beruf und Privatleben wird weiter aufgeweicht. Mehr Eigenverantwortung und Eigenmotivation werden zwingend notwendig, gemütlich-routinierter Dienst nach Vorschrift ist immer weniger möglich. Alle Beschäftigten müssen sich darauf einstellen, dass sie in fünf oder mehr Jahren einer anderen Berufstätigkeit als heute nachgehen werden, ob es nun auf derselben Arbeitsstelle ist oder nicht. Die Transparenz der eigenen Tätigkeit wird immer größer, im Guten wie im Schlechten.

Das sind teilweise sehr ungemütliche Entwicklungen, da brauchen wir uns nichts vorzumachen. Aber es steckt auch viel Potenzial darin, um das jetzt noch weit verbreitete Entfremdungsgefühl der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zu verringern. Um das zu beeinflussen, sollte man die sozialen Medien besser kennen als die anderen, um die Entwicklungen im eigenen Sinn zu beeinflussen.

Demuth: Warum sollten Betriebsräte sich mit den sozialen Medien befassen? Anders gefragt: Wie können Betriebsräte den digitalen Klimawandel überleben?

Lindner: Was ist ein Unternehmen im Grunde anderes, als ein mehr oder weniger lebendiges soziales Netzwerk, die Summe

aller Gespräche und gemeinsamen Handlungen, die jeden Tag passieren? Wenn die Mehrzahl dieser Gespräche einen ungunstigen Ton hat, wenn zu viele Stimmen nicht gehört oder gar nicht erhoben werden, haben wir ein schlechtes Betriebsklima.

Und was ist ein Betriebsrat eigentlich? Die Stimme der Belegschaft. Die Instanz, die die gemeinsamen Interessen herausfindet und gegenüber der Unternehmensleitung artikuliert. Das sind Aufgaben, für die die neuen sozialen Medien eigentlich sehr viel besser geeignet sind, als Rundbriefe, Schwarze Bretter, Betriebsversammlungen und Hinterzimmer-Sitzungen.

Die eine große Gefahr im Betriebsratsalltag ist ja die Indifferenz der Belegschaft, solange alle glauben und hoffen, dass alles irgendwie in Ordnung ist. Dann begegnet man dem Betriebsrat oft mit einer Anspruchshaltung: Die sollen gefälligst was für mich tun. Und die andere große Gefahr ist es, dass sich der Betriebsrat seinerseits gegenüber der Belegschaft abkoppelt: Gerade in Zeiten der Umstrukturierung wird das Misstrauen groß. Es kann sein, dass da vermeintlich oder auch wirklich Mausechelen stattfinden und am Ende alle vor vollendete Tatsachen gestellt werden.

Das heißt: Eigentlich sollte zuerst die Betriebsratsarbeit zur laufenden Konversation der „Belegschafts-Community“ mit sich selbst ausgeweitet werden. Wenn sich alle mit allen laufend austauschen, so wie man es auf Fluren und in Kaffeeküchen ansatzweise jetzt schon tut, können die Betriebsräte diese Stimmungen aufgrei-

The screenshot shows a Facebook interface. At the top, there's a search bar and the Facebook logo. The main header of the page reads 'WIR - Betriebsrat der Fraport AG' with a 'Gefällt mir' button. Below this, it says 'Flughafen · Frankfurt am Main'. There's a 'Pinnwand' section with a dropdown menu set to 'Alle (Beliebte Beiträge)'. A 'Teilen:' section offers options for 'Beitrag' and 'Foto'. A text input field says 'Schreib etwas ...'. The main post is by 'Judith Stahl' and contains the following text: 'Während der Pressekonferenz am 11.11.2011 unterstützte T. Schäfer-Gümbel, im Beisein der Betriebsratsvorsitzenden Claudia Amier, den Widerstand gegen die europäische Initiative zur weiteren Deregulierung der Bodenverkehrsdienste. ... Thorsten Schäfer-Gümbel (SPD) „Guter Lohn für gute Arbeit“ muss auch am Frankfurter Flughafen gelten www.spd-fraktion-hessen.de Der Fraktions- und Landesvorsitzende der SPD Hessen Thorsten Schäfer-Gümbel und die Betriebsratsvorsitzende der Fraport AG Claudia Amier haben sich deutlich gegen eine europäische Initiative zur weiteren Deregulierung der Bodenverkehrsdienste in Europa ausgesprochen. „Das Vorfel...'. At the bottom of the post, it says 'Gefällt mir · Kommentieren · Teilen · Gestern um 18:35 ·'. On the left sidebar, there's a 'Pinnwand' section with options like 'Info', 'Aktivitäten von Freunden', 'Willkommen', and 'Fotos'. Below that, it says '150 Personen gefällt das' and 'Seite erstellen', 'Aktualisierungen via RSS erhalten', 'Seite melden', and 'Teilen'.

Soziale Medien sind für viele Aufgaben der Belegschaftsvertretung besser geeignet als Rundbriefe, Schwarze Bretter, Betriebsversammlungen und Hinterzimmer-Sitzungen. Ein gutes Beispiel dafür ist die Facebook-Seite des Fraport-Betriebsrats ...

fen und bündeln, gezielt Informationen zur Verfügung stellen und Hilfestellungen geben. Voraussetzung dafür wäre es, eine Plattform, in der die Beschäftigten sich unangestrengt ausdrücken: Was machen wir gerade? Was beschäftigt uns gerade? Was denken wir über die Richtung, die der ganze Betrieb nimmt?

Wichtig wäre, dass nicht nur Beschwerden Anlass zur Kommunikation mit dem Betriebsrat werden, sondern dass alle miteinander in einem konstruktiven Gespräch miteinander bleiben. Dann kristallisieren sich wichtige Anliegen viel klarer und schneller heraus, niemand hat das Gefühl, ausgeschlossen zu werden, die Resonanz und die Unterstützung ist viel größer. Das lässt sich mit sozialen Medien im Prinzip realisieren, wenn man es richtig anfängt.

Wie macht man das? Eher mit einem microblogging-basierten Netzwerk als mit Blogs. (Blogs sind innerhalb von Betrieben vor allem gut als Alternative zu Zeitschriften und Rundbriefen, weniger als „soziales“ Medium.) In kleinen Betrieben ist es sicher sinnvoll, eine Facebook-Seite und vielleicht dazu noch eine kleine soziale Gruppenplattform aufzusetzen. In Großbetrieben wäre es sinnvoll, wirklich ein eigenes Netzwerk zu haben. So etwas kann inzwischen sehr

gut und ohne Aufwand auch außerhalb des Firmen-Intranet betrieben werden, wenn man Angst vor unbefugter „Spionage“ hat.

Demuth: *In vielen Unternehmen werden soziale Medien genutzt oder eingeführt, das verändert unsere Art zu arbeiten und betrifft so auch die Arbeit der betrieblichen Interessenvertretung: Wie können Betriebsräte dazu beitragen, dass Beschäftigte mit den veränderten Bedingungen klar kommen und nicht im Meer der digitalen Medien „ertrinken“?*

Lindner: Vor allem Informations- und Wissensarbeiter sind betroffen von dem Umbruch, den die neuen Internet-Medien in den Unternehmen gerade auslösen. Das sind unter anderem all jene, die an einem Arbeitstag viel auf einen Bildschirm starren bzw. die viel mit Projekten zu tun haben. Positiv gesehen deutet das in die Richtung, die der DGB-Vordenker Ulrich Klotz schon 2009 in der taz beschrieb¹⁷:

„[Wissensarbeiter haben es oft] mit Vorgesetzten zu tun, die über Dinge entscheiden, von denen sie in der Regel weit weniger verstehen als man selbst, die aber – weil sie nun einmal dieses Amt innehaben – meinen, sagen zu müssen, „wo es lang geht“. Die Folgen sind bekannt: Frust und Demotivation bis hin zur inneren Kündigung. [...]

Ganz anders die Arbeit in Open-Source-Zusammenhängen. Hier ist die Basis eine ‚Peer-Produktion‘ – das heißt: Es gibt keine Hierarchie, sondern alle Beteiligten arbeiten selbstorganisiert als ‚Peers‘ (Ebenbürtige) miteinander.“

Die zweite Grundlage ist Offenheit. Während traditionell bürokratische Strukturen auf exklusivem Herrschaftswissen basieren und Misstrauen das Klima vergiftet, existiert in Open-Source-Strukturen ein anderes Verständnis von geistigem Gemeineigentum – das sagt schon der Name: Open Source = offene Quelle. Hier sind die Menschen hochmotiviert und gerne bereit, ihr Wissen und ihre Ideen mit anderen zu teilen – weil ihnen Vertrauen, Respekt, Anerkennung, Fairness und Toleranz entgegengebracht wird. Spätestens jetzt wird verständlich, wieso Menschen im Netz vieles mit Begeisterung tun, aber ‚auf Arbeit‘ mitunter ganz ähnliche Aufgaben nur mürrisch anpacken.“

Aber es ist klar, dass das eben auch schwierige Aspekte hat:

- Wie schützen wir uns vor dem „Information Overload“?
- Wie schützen wir uns vor den ständigen ASAP-E-Mails (As Soon As Possible, also „so schnell wie möglich“)?

- Wie schützen wir das Privatleben davor, ständig mit beruflichen Angelegenheiten überflutet zu werden?
- Wenn soziale Medien positiv benutzt werden, also Zusammenarbeit und Transparenz groß geschrieben werden, kann das die Arbeitsatmosphäre enorm verbessern. Aber es kann eben auch jederzeit umschlagen: Sobald es Schwierigkeiten gibt, ist die Versuchung für Vorgesetzte groß, ihren Druck auf die Untergebenen abzuwälzen.
- Die neuen „Unternehmen 2.0“-Konzepte sehen es vor, das Wissen der Beschäftigten aufzufangen und zu sammeln. Aber was haben die Beschäftigten davon? Was nehmen sie mit, wenn sie – wie es immer öfter der Fall sein wird – den Arbeitsplatz wechseln?

Der beste Rat, den ich geben kann: Sich proaktiv mit sozialen Medien beschäftigen und selber Erfahrungen sammeln. Je besser man sich selbst auskennt, desto weniger verschwendet man Zeit und Energie auf Nebenkriegsplätzen und desto besser kann man beeinflussen, welche soziale Software eingeführt und auf welche Weise die Plattform „designed“ wird.

Der Spielraum dafür ist in der Regel erstaunlich groß: Grundsätzlich ist es nämlich so, dass hier gerade auch auf Seiten der Unternehmen und Beratenden eher wenig Know-how vorhanden ist. Und viel von dem, was schief gehen wird, passiert gar nicht so sehr wegen bösen Absichten, sondern schlicht wegen Unwissen.

Betriebsräten kommt hier eine Schlüsselrolle zu. Am besten wäre es wohl, wenn sich hier auch eine firmenübergreifende Community bilden würde, die systematisch sich über die besten „Designs“ und die wichtigsten Knackpunkte austauscht.

Gesprächspartner

Martin Lindner forscht, berät und gibt Seminare zu den Themen Weblernen und Enterprise 2.0; ml@wismuth.de

Das Gespräch wurde von **Ute Demuth** geführt. Sie berät, schult und schreibt zum Thema Öffentlichkeitsarbeit und Medieneinsatz in der Betriebs- und Personalratsarbeit und arbeitet in der politischen Bildung im Bereich Computer, Medien und Internet; info@udemuth.de, www.udemuth.de

Fußnoten

- 1 Die Broschüre „Betriebsratsarbeit und Social Media – Soziale Medien in der Kommunikations- und

- Informationsarbeit der Interessenvertretung“ erscheint in der AiB-Stichwort-Reihe des Bund-Verlags, www.bund-verlag.de; die rechtliche Seite wird darin von CuA-Autor Jan A. Strunk bearbeitet
- 2 Im aktuellen Sprachgebrauch lösen die Begriffe „Social Media“ und die deutsche Entsprechung „soziale Medien“ gerade den Begriff „Web 2.0“ ab. Der duden definiert Web 2.0 so: „durch die Mitwirkung der Benutzer geprägte Internetangebote“. Und Social Media: „Gesamtheit der digitalen Technologien und Medien wie Weblogs, Wikis, soziale Netzwerke u. Ä., über die Nutzer miteinander kommunizieren und Inhalte austauschen können“
 - 3 Enterprise 2.0 bezeichnet den betrieblichen Einsatz von sozialen Medien (auch: sozialer Software) zur Projektkoordination, zum Wissensmanagement und zur Innen- und Außenkommunikation. Der Begriff meint auch eine Tendenz der Unternehmenskultur: Weniger Hierarchien, mehr Selbststeuerung
 - 4 Twitter bedeutet „Gezwitscher“ und ist ein Kurznachrichten- („Microblogging“) Dienst, der auf 140 Zeichen beschränkt ist. Potenziell können die Nachrichten von allen gelesen werden
 - 5 <http://antville.org>
 - 6 Facebook ist das weltweit größte soziale Netzwerk, es hat keine bestimmte inhaltliche Ausrichtung. Unter sozialen Netzwerken verstehen wir hier internetbasierte (technische) Netzwerke. Sie bestehen aus den Profilen ihrer Nutzer, ihren Nachrichten, Kommentaren, Kontaktlisten, Empfehlungen und hochgeladenen Medien
 - 7 Xing ist ein berufliches Netzwerk, Myspace hat den Schwerpunkt Musik
 - 8 Google+ ist ein von Google betriebenes soziales Netzwerk
 - 9 Interessengemeinschaften
 - 10 Internationales berufliches Netzwerk www.linkedin.com, Weiterführendes hierzu <http://linkedin-siders.wordpress.com> und <http://de.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>
 - 11 Lesegerät für elektronische Bücher
 - 12 Microblogging bedeutet bloggen, also Inhalte veröffentlichen, im Kleinformat: Ähnlich wie bei der SMS ist die Anzahl von Zeichen begrenzt
 - 13 Yammer ermöglicht, dass Beschäftigte aus einem Betrieb sich per Microblogging untereinander austauschen. Es handelt sich also praktisch um ein abgeschlossenes, um einige Funktionen erweitertes Twitter
 - 14 Skype bietet Internet-Telefonie mit Chat- und Video-Funktion, www.skype.com
 - 15 Sehr einfaches Instrument zum gemeinsamen Erstellen von Text im Netz, nutzen kann es z.B. hier: <http://openetherpad.org>
 - 16 Buddypress ist ein Wordpress-Plugin, mit der sich die Blog-Software Wordpress um soziale Netzwerk-Komponenten erweitern lässt, Webseite der Deutschen Community unter <http://de.buddypress.org>; Elgg ist eine Open-Source-Software zum Aufbau eigener sozialer Netzwerke für Unternehmen oder Organisationen, <http://elgg.org>; mit mixxt können eigene Communities kostenlos erstellt werden, www.mixxt.de
 - 17 Klotz, Unternehmen 2.0 + Arbeit 2.0, taz vom 6.1.2009, www.taz.de/!28306

WWW.FUNDSTELLEN

Im Zeichen der Krise entstehen immer mehr neue Protestbewegungen. Zuletzt die „Occupy Wall Street“-Bewegung, die im Zentrum der Finanzwelt, der Wall Street, gegen den Einfluss der Banken und die Folgen der weltweiten Finanzkrise protestiert. Das DGB-Debattenmagazin Gegenblende analysiert in dem Artikel „We are the 99 Percent!‘ oder ‚Wir sind das Volk!‘“ die neue Bewegung. Und auch hier zeigt sich wieder – ähnlich wie im arabischen Frühling –, welche wichtige Rolle soziale Netzwerke dabei spielen.

► www.gegenblende.de/11-2011

Die Friedrich-Ebert-Stiftung wagt mit einer Studie den Blick ins Jahr 2020 um zu ergründen, welche Bedeutung **Print- und elektronische Medien** dann haben werden, insbesondere das Fernsehen.

Der Autor der Studie Arne Börnsen geht davon aus, dass Fernsehen und Internet immer weiter zusammenwachsen. Aber nur 75% der Bevölkerung werden über die dafür erforderlichen Bandbreiten verfügen!

Er fordert deshalb, dass das Problem der „letzten 25%“ nichtversorgter Haushalte deshalb auf die politische Agenda gesetzt und ohne Tabus diskutiert werden muss, auch wegen der künftigen Verwendung der Rundfunkfrequenzen. Daher will er mit seiner Streitschrift die „Mauern des Schweigens“ zum Thema Rundfunkfrequenzen einreißen. Denn aus seiner Sicht muss jetzt über die Möglichkeiten der breitbandigen Versorgung ländlicher Räume diskutiert werden und dabei muss es dann auch um bislang nicht genutzte Bandbreiten gehen.

Arne Börnsen, Digitales Deutschland 2020, Studie für die Friedrich-Ebert-Stiftung, 2011, 48 Seiten (PDF, 430 KB)

► <http://library.fes.de/pdf-files/akademie/08000.pdf>

Zusammenstellung WWW.Fundstellen

Josef Haverkamp, IKT-Fachjournalist, Haan