

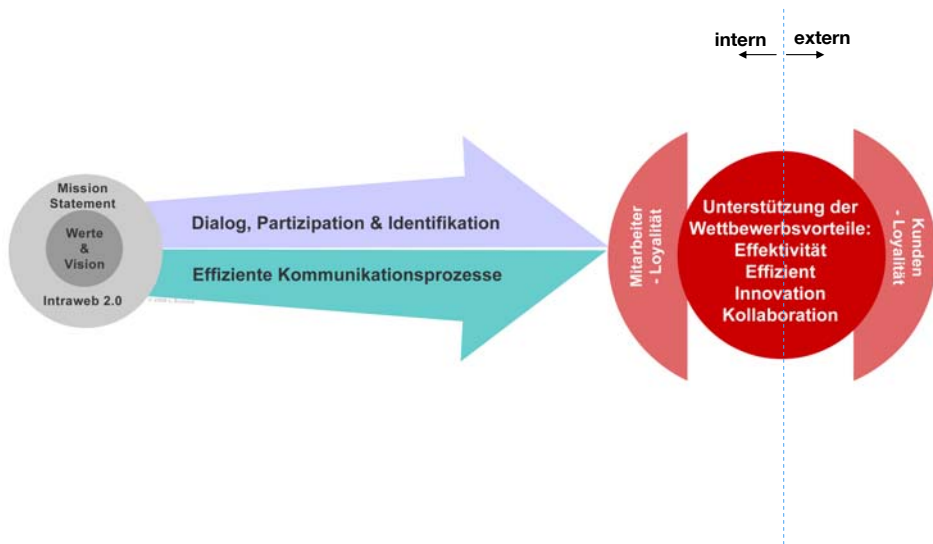


Ablauf



- Ziele des IntraWeb 2.0 und des internen «Bloggens»
- Wer darf oder soll «bloggen»?
- Endlich «bloggen»?
- Demo: Einsatz bei cablecom
- Unterschiede: Intern vs. extern «Bloggen»
- Wer bloggt denn wirklich?
- Top 12: Was hat sich verändert
- Top 12: Lessons learned
- Fazit & Dialog

Ziele: Was möchten wir mit dem «IntraWeb 2.0 / Bloggen» erreichen?



Wer darf oder soll «Bloggen»?



Internes «Bloggen»: Was die Mitarbeitenden sagten und was wir entgegneten



Bloggen? Web 2.0?
Was sollen
mit dieser Spielerei?

Kritisches wird ja
eh zensuriert...!

Ist Feedback
überhaupt
erwünscht?

Und dann sind alle
Mitarbeitenden nur
noch am Bloggen
& Kommentieren?

Was nützt uns die
Meinung der
Mitarbeitenden?

Blog? Wiki?
Bliki??
Webzweipunkt
II? Ähm....

Was meint eigentlich
das Management
dazu, dass man jetzt
bloggen kann?

So unpersönlich...
Haben wir nicht
schon genügend
elektronische
Kommunikation?

Wow! Cool,
innovativ und
praktisch! Richtet ihr
mir zwei Blogs ein?

Ich habe keine
Zeit zum Bloggen!

Und das sieht dann
jeder ...?

Bloggen? E-Mail
ist viel praktischer...

5

© 10/2007 Leila Summa, leila.summa@cablecom.ch

Internes «Bloggen»: Was die Mitarbeitenden sagten und was wir entgegneten



Willst du effizient &
dialogisch
kommunizieren?

Wir zensurieren
nicht...

Feedback ist
notwendig um uns
zu verbessern...

Wir sind dankbar,
wenn MA's
sich aktiv
beteiligen..

Als Stimmungs-&
Wissenbarometer...

Wie erkläre ich
nun nicht
edukativ, was ein
Blog/Bliki ist..?

Dialog wurde von den
Mitarbeitenden & dem
Management explizit
gewünscht...

Es geht nicht darum,
«mehr» zu
kommunizieren,
sondern mit dem
richtigen Medium...

Klar, weisst du
schon wozu?

Kommunikation ist
eine Notwendigkeit,
kein Luxus.

Nein, WYSIWYN

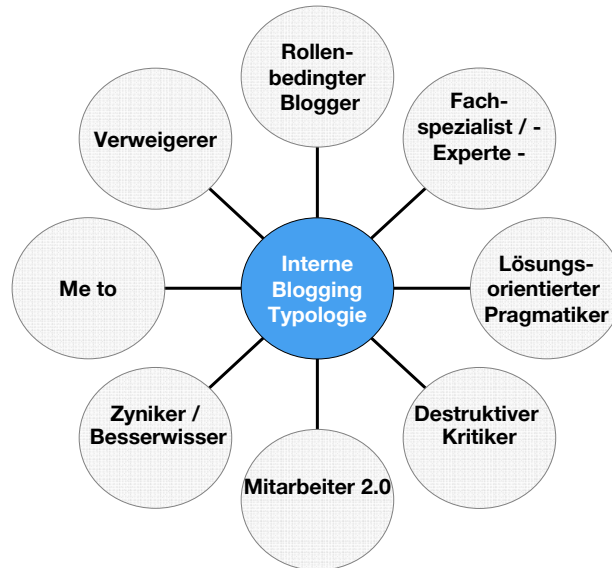
Aha, darf ich dir
einen Mailverteiler
mit Online-Archiv
einrichten?

6

© 10/2007 Leila Summa, leila.summa@cablecom.ch

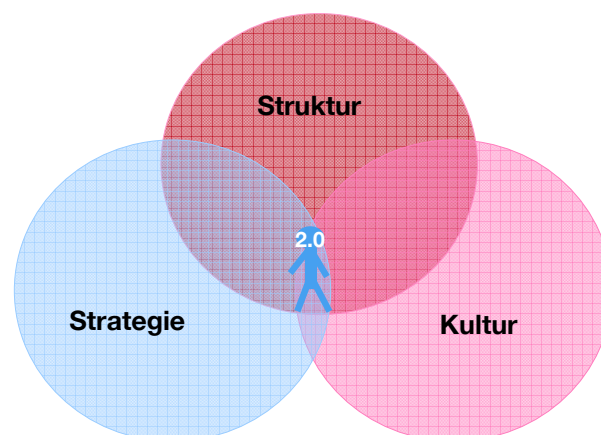
Demo?

Extern	Intern (in offenen Blikis)
Blogowner = Einzelperson	Blikiowner = Unternehmen
Blogger ist meist Privatperson ohne offizielle Funktion	Blogger ist Mitarbeiter mit oder ohne offizieller Funktion
Blogger bestimmt was geht und was nicht	Code of Conduct & Bliki-Guidelines gibt Rahmenbedingungen vor
Interessensbezogene Themen	Arbeitsbezogene Themen
Kontrolle durch die Community	Kontrolle durch Hierarchie – nur zum Teil Community
Zielgruppe: die ganze Welt	Zielgruppe bekannt und beschränkt: 1600 Mitarbeitende
Anonymität möglich	Identität bekannt
Kritik rel. unverbindlich – Personen ohne feste Verbindung	Kritik ist persönlich – „bekannte“ Personen im eigenen System
Reaktion auf Aktion: wenn's jemand liest	Reaktion auf Aktion wird erwartet
Vorwiegend private Nutzung in der Freizeit	Geschäftliche Nutzung in der Arbeitszeit
Freiwillig	(Un)freiwillig ?
Motivation: je nach Lust und Laune	Notwendigkeit vs. Motivation



- Technische Einstiegshürden minimiert
- Effizientes Handling des Tools führt zu Aktualität & Qualität der Inhalte
- ¼ der Mitarbeiter werden zu Autoren
- Vertrauen schafft Vertrauen
- Vermehrt Feedback- & Lernprozesse in Gang gesetzt
- Aktive oder passive Teilnahme an Diskussionen führt zur Auseinandersetzung mit den Themen
- Unternehmenskultur & Wissenslücken/Falschwissen werden «sichtbar»
- (Un)erwünschte Verbindlichkeit & Transparenz
- Erste Erfolge: Community-Building - «Schön Personen zu treffen, die man von e-touch kennt»
- Erste Erfolge: Interoperabilität auf allen Ebenen
- Fragen/Themen «bottom up» anbringen
- Mitarbeitende können/sollen relevante Informationen abonnieren (Pull)
- Blikis vielseitig eingesetzt: Information, Dialog, Ideensammlung, Datei-Ablage, Mailverteiler, Online Archiv, Brainstorming, Corporate-,Projekt- oder Teamkommunikation, Do do-Liste, virtuelles «Gedächtnis» etc.

- Hierarchie/Regeln vs Meinungsfreiheit & Partizipation
- Individualismus vs Standardisierung/Vereinheitlichung
- Transparenz vs Personalisierung vs Datenschutz & Vertraulichkeit
- «digital natives» vs «digital immigrants»
- Erhöhte Transparenz & Verbindlichkeit schafft neue Herausforderung an Kommunikationskompetenz
- (Un)erwünscht Miteinbezug: Zurückhaltung seitens Vorgesetzten, Fach-/Bereichsverantwortlichen
- Diskussionen= Geschäftskritisches interessiert
- Partizipation schafft Erwartungen einer (raschen) Reaktion
- Motivation: «think tank» vs Arbeitswerkzeug vs Ventil
- «Tipping Point»: Grösse und Stimmung
- Tendenz: Blikis sind schuld ...
- Nicht nach dem «Was», sondern «Wie » und «Warum» fragen



**„They will forget, what you said.
But they will not forget how you
made them feel.“**

Anonym





Weiterführung des Dialoges?



Leila Summa,
Head New Media Communications
leila.summa@cablecom.ch

Stefan Bucher,
Web 2.0 Content Specialist
stefan.bucher@cablecom.ch