

# KOLLABORATION

Wie Microblogging die Verbandskommunikation verbessern kann

Microblogging – so wird die Form der Kommunikation bezeichnet, die mehr und mehr Telefon, Fax und E-Mail ablöst, da Führungskräfte, Mitarbeiter, Kunden und Partner von Organisationen auf diese Weise schneller und einfacher in offenen oder geschlossenen Gruppen miteinander kommunizieren können. Die Geschäftsführung eines Verbands kann beispielsweise in einer „privaten Gruppe“ mit dem Vorstand in einer vertraulichen Atmosphäre aktuelle Themen diskutieren, während ein Projektteam in einer anderen Gruppe Statusberichte postet und Informationen austauscht.

Dirk Wipperfurth

## WAS IST MICROBLOGGING?

Dank des Microbloggings können innerhalb einer Verbands-Geschäftsstelle alle Mitarbeiter einbezogen werden, um die „offenen“ Themen zu diskutieren und zu bearbeiten. Über sogenannte Apps sind auch die Kollegen eingebunden, die häufig unterwegs sind und deshalb umso mehr darauf angewiesen sind, in die diversen Informationsflüsse eingebunden zu sein. Schöner Nebeneffekt: Die mittlerweile unendlich langen, aufwendig zu lesenden E-Mail-Würmer entfallen, was die Produktivität der Beteiligten erhöht und Arbeitsprozesse beschleunigt.

Technisch betrachtet, stellt das Microblogging eine Plattform dar, die entweder aus einer Cloud oder von einem Rechenzentrum eines Verbandes bzw. einem Dienstleister betrieben werden kann. Sie lässt sich leicht in die bestehende IT-Infrastrukturen integrieren. Die Nutzung ist kostengünstig. Viele Anbieter bieten für Kleinstgruppen bis zehn Teilnehmern oft eine Gratisnutzung an. Wenn es mehr Nutzer werden, fallen ca. 20 Euro je Nutzer und Jahr in der Cloud an. Software-Lizenzen für Installationen in einem Verbands-Rechenzentrum sind zum Beispiel für 20 Nutzer bei der Firma Communate ab einmalig 1.000 Euro plus einer Jahresgebühr von 500 Euro für Softwarepflege zu haben.

## WAS IST MICROBLOGGING NICHT?

Das Microblogging funktioniert ähnlich wie die Kommunikation in sozialen Medien, etwa bei Facebook oder Twitter, es handelt sich jedoch um eine eigenständige Plattform, bei der es ausschließlich um die Kommunikation in einem professionellen Kontext geht. Es geht also nicht

um die Frage, ob und wie ein Verband im Social-Media-Bereich aktiv werden sollte. Dies sind Fragen des Verbandsmarketings und der Außenkommunikation, die an anderer Stelle zu besprechen sind.

Häufig wird auch gefragt, ob das Microblogging Hierarchien verwässert und Zuständigkeiten unklarer machen würde. Die Antwort: eindeutig nein, das ist weder das Ziel der Einführung einer Microblogging-Plattform noch deren Effekt. Es geht allein darum, die Kommunikations- und Informationsprozesse innerhalb eines Verbandes zu verbessern und den Austausch relevanter Informationen zu erleichtern. Die Möglichkeit, auf der Plattform private Gruppen einzurichten, stellt sicher, dass Gespräche im kleinen Kreis auch virtuell möglich sind. Das hat also nichts mit Basisdemokratie oder Laissez-faire-Ansätzen zu tun.

## WARUM IST MICROBLOGGING SINNVOLL?

Diese neue Art des Kommunizierens und Informierens soll in erster Linie dazu beitragen, die verbandsinternen Abläufe und Kommunikationsprozesse drastisch zu vereinfachen und damit zu verbessern. Allein dadurch, dass alle (die es sollen) immer auf dem neusten Stand zu ihren Themen sind und jeder (der es darf) schnell und einfach seine Ideen und Anmerkungen beitragen kann, führt zu einer deutlichen Entlastung aller Beteiligten bei ihrer täglichen Arbeit.

Da Such- und Findzeiten von Informationen drastisch reduziert werden, bleibt mehr Zeit für das Wesentliche. Zudem sind immer alle Beteiligten umfänglich informiert, was dazu beiträgt, die Qualität der Auskünfte gegenüber Mitglie-

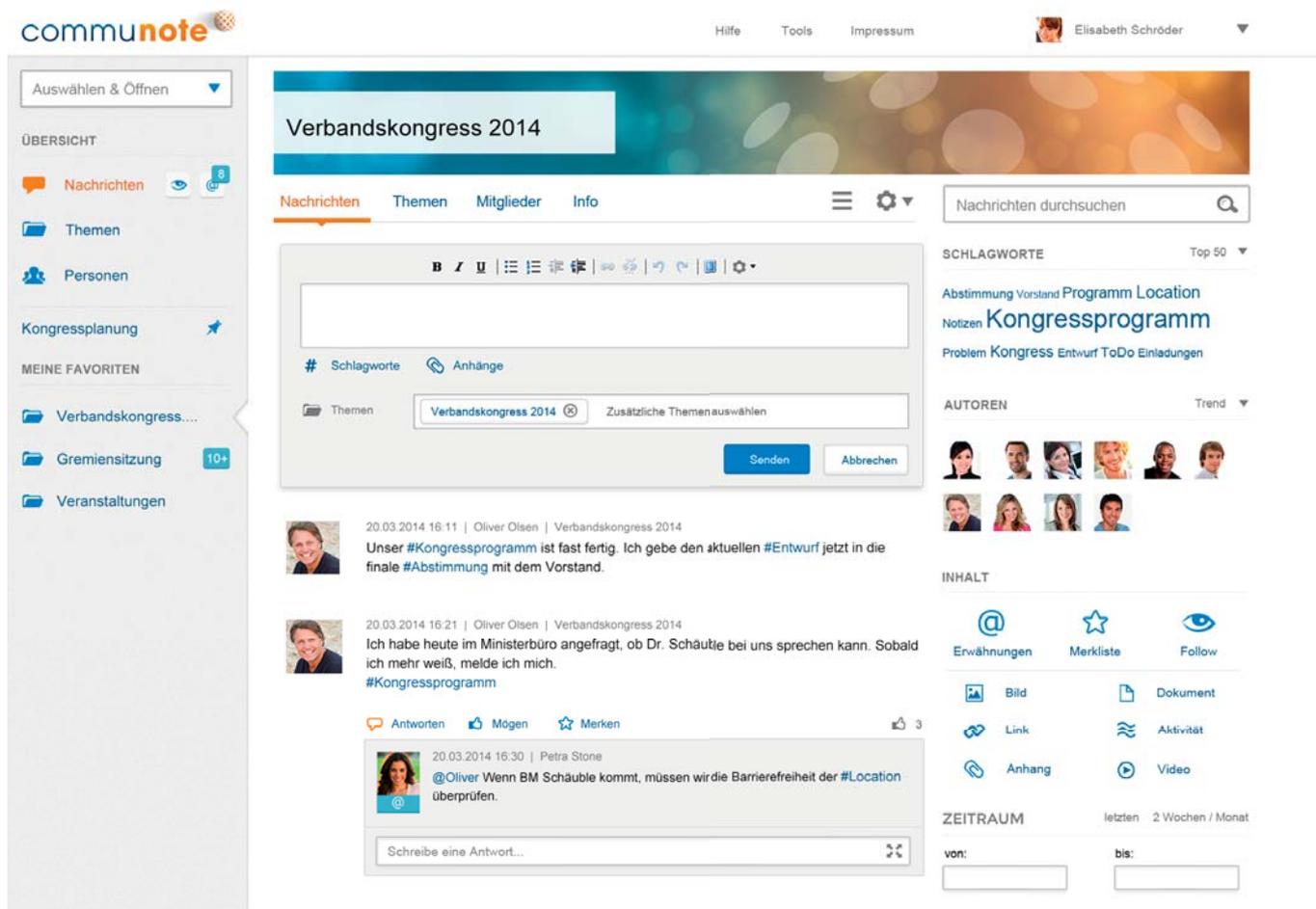
dern zu aktuellen Positionen, Themen oder Meinungsbildern ebenfalls stark zu erhöhen. Darüber hinaus stärkt eine solche Plattform auch das Zusammengehörigkeitsgefühl: Jeder Mitarbeiter ist mit seinem Profil und seinem Bild auf der Plattform vertreten: Experten zu Verbandsthemen werden sichtbar und neue Mitarbeiter können sich schneller einarbeiten und vernetzen innerhalb des Verbandes und zwischen Gremien. Last but not least macht es den Nutzern Spaß, so zu arbeiten, und schließlich ist ein Verband auch ein Arbeitgeber, der seine Mitarbeiter binden muss.

## EINSATZBEREICHE IN VERBÄNDEN

Verbände können das Microblogging vielfältig nutzen, um ihre Kommunikationsprozesse zu optimieren. Neben der internen Kommunikation kann Microblogging für die Gremienarbeit und die Mitgliederkommunikation genutzt werden.

## BEISPIEL: KOMMUNIKATION IN DER GESCHÄFTSSTELLE

In jedem Verband arbeiten in der Geschäftsstelle Mitarbeiter in den verschiedensten Funktionen an den unterschiedlichsten Themen. Es gibt regelmäßige Meetings. Es werden Veranstaltungen organisiert und durchgeführt, Positionspapiere abgestimmt, Arbeitskreise und andere Gremiensitzungen organisiert und vieles mehr. Alle diese Arbeiten haben eines gemeinsam: Immer geht es im Kern darum: Informationen aufzubereiten, abzustimmen und einer Gruppe von Menschen zur Verfügung zu stellen. Das passiert in jeder Geschäftsstelle an jedem



Arbeitstag. Bisher üblich ist dabei die Nutzung von Telefonen, E-Mails, Dateiablagen und – noch selten – einem Wiki oder Instant-Messaging-System. Gerade die Fokussierung auf E-Mails in vielen Geschäftsstellen stellt mittlerweile ein echtes Problem dar, da die Flut der Mails oft nicht mehr effizient bearbeitet werden kann oder Informationen verloren gehen, da nicht immer alle relevanten Personen im Verteiler sind.

Wird bei der verbandsinternen Kommunikation eine Microblogging-Plattform genutzt, reduzieren sich die Aufwände drastisch. Wieso ist das so? Am Beispiel der Veranstaltungsorganisation eines Jahreskongresses lässt sich das zeigen.

Die Vorbereitung eines Kongresses besteht aus einer Vielzahl von Einzelaufga-

ben für interne und externe Mitarbeiter und Dienstleister. Außerdem müssen Referenten eingeladen und das Kongressprogramm mit dem Präsidium oder Vorstand abgestimmt werden. Es entstehen dabei viele Office-Dateien und unzählige Mails, Telefonnotizen und weitere Informationsschnipsel. Mit den klassischen Arbeitswerkzeugen wie E-Mail und Dateiablage werden diese Informationen auf einzelne Silos (Postfächer, Filesystem) verteilt, die nicht allen Beteiligten zugänglich sind. Die Folge: Fragen wie: „Wie ist der letzte Stand des Kongressprogramms?“, „Hat unser Keynote-Speaker zugesagt?“ etc. führen zu einer operativen Hektik, die Suche nach dem richtigen Infoschnipsel ist mühsam und extrem zeitaufwendig.

### WER MICROBLOGGING NUTZT, HAT ES LEICHTER:

- Zunächst wird der virtuelle Raum „Verbandskongress 2014“ eingerichtet, was per Mausklick schnell erledigt ist. Falls gewünscht, lassen sich weitere Nebenräume ergänzen, in denen sich etwa die Geschäftsführung und der Vorstand vorab über das Programm vertraulich abstimmen können.
- Danach werden alle Beteiligten in den virtuellen Raum eingeladen. Wenn jemand vergessen wurde und nachträglich hinzukommen soll, stehen diesen Personen – wie allen anderen – die bis dahin eingestellten Informationen an zentraler Stelle und jederzeit parat.
- Dokumente, Protokolle von Meetings etc. werden in diesem Projektraum

verwaltet. Die Beteiligten können dort ihre Frage einstellen, Kollegen können antworten, hilfreiche Anregungen geben oder über Ergänzungen von Personen einstellen, die ansonsten nicht im Verteiler gewesen wären.

- Jeder am Projekt Beteiligte kann sich in dem virtuellen Raum jederzeit über das Gesamtprojekt oder über Teilaspekte, zum Beispiel über das Kongressprogramm, informieren. Die Volltextsuche oder ein Klick auf den Begriff #Kongressprogramm reicht, um sich sofort einen umfassenden Überblick zum Status quo zu verschaffen und offene To-dos zu finden.

Diese Beispiel zeigt, dass eine Microblogging-Plattform der üblichen inter-

nen Kommunikation weit überlegen ist, wenn die Beteiligten sich an die vorher vereinbarten Spielregeln halten und ihren Input dort leisten.

#### PRAXISBEISPIEL

Wie das konkret funktioniert, lässt sich an dem Microblogging-System des Anbieters Communote ([www.communote.com](http://www.communote.com)) darstellen.

#### DIES SIND DIE FUNKTIONEN UND MÖGLICHKEITEN:

- **Texteingabefeld:** Das wird genutzt, um die Informationen auf die Plattform zu stellen, Dateien hochzuladen und mit Kollegen zu diskutieren. Kleinere Formatierungen sind dabei möglich.

- **Antwort-/Kommentarfunktion:** Jeder Eintrag kann kommentiert werden. So kann jeder hilfreiche Ergänzungen machen oder mitdiskutieren. Wenn schon alles gesagt ist, ist natürlich auch Schweigen möglich.

- **@-Funktion:** Wer einen Kollegen direkt ansprechen möchte, nutzt dazu die @-Funktion und benachrichtigt den ausgewählten Kollegen oder den Personenkreis noch einmal gesondert.

- **#-Funktion:** Hiermit können Themenkanäle festgelegt werden, etwa #Kongressprogramm. „#-Themen werden in einer Schlagwortwolke, der sogenannten Tag Cloud, dargestellt und dienen als Anzeige und Filter wichtiger Themen in einer Organisation.



# Know-how für professionelles Fundraising

Mit dem dualen Studium Verbands- und Stiftungsmanagement



„Besonders gut gefällt mir, mit eigenen Projekten früh Verantwortung zu übernehmen.“

Barbara Zaffaroni, Duale Studentin



„Das Fundraising-Konzept von Frau Zaffaroni hat uns in diesem zentralen Thema weit vorgebracht.“

Stefan Susset, Leiter Wirtschaft und Finanzen Caritas Heilbronn-Hohenlohe



Erfahren Sie mehr über Ihre Vorteile als Dualer Partner:

[www.dhbw-mosbach.de/vbm](http://www.dhbw-mosbach.de/vbm)

DHBW Mosbach Campus Heilbronn  
Tel.: +49 7131 1237-140, [vbm@dhbw-mosbach.de](mailto:vbm@dhbw-mosbach.de)

- **Mögen-Funktion:** Die berühmte „Like-Funktion“ heißt hier „Mögen“. So lässt sich einfach mitteilen, dass ein Beitrag gelesen oder ihm „still“ zugestimmt wurde.
- **Die „Folgen-Funktion“:** Damit lässt sich interessante Themen und Personen folgen. Es ist auch möglich, Mitglied von Gruppen oder Themenräumen zu werden. So verpasst man keine Neuigkeit und wird über den persönlichen

Installation und die Einrichtung auf verbands-eigenen Servern sind in kürzester Zeit erledigt.

### VIEL WICHTIGER IST ES, VORAB EIN PAAR FRAGEN ZU KLÄREN:

- Sind die Kommunikations- und Informationsprozesse im Verband verbesserungswürdig? Und, wenn ja, wo drückt der Schuh?

## ES GEHT ALLEIN DARUM, DIE KOMMUNIKATIONS- UND INFORMATIONSPROZESSE INNERHALB EINES VERBANDS ZU VERBESSERN UND DEN AUSTAUSCH RELEVANTER INFORMATIONEN ZU ERLEICHTERN

- Informationsstrom, auch „Feed“ oder „Activity Stream“ genannt, automatisch benachrichtigt.
- Merkliste: Jeder kann damit seine eigene Wissenslandschaft erstellen, indem per Klick die Merkliste befüllt wird.
- Gruppen/Themen: Mit Gruppen oder Themenräumen lässt sich die Informationslandschaft strukturieren, wie im Beispiel mit dem Raum „Verbandskongress 2014“ geschehen. Dort werden alle Informationen, Dokumente, Gespräche und Personen gebündelt, die an der Organisation des Kongresses beteiligt sind.
- Profile: Jeder Nutzer hat ein Profil mit Bild, Kontaktdaten und weiteren Informationen. So lässt sich erkennen, wer was weiß und wer sich an welchen Diskussionen beteiligt hat.

- Bei welchen Anwendungen/Projekten soll das Microblogging genutzt werden?
- Sollen die bisherigen Vorgehensweisen eine Zeit lang parallel mit der neuen Kommunikationsform laufen?
- Wie holen wir die Führungskräfte und Mitarbeiter ins Boot?

Mit den Antworten auf diese Fragen werden die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Start mit der neuen Art der Kommunikation geschaffen. Wichtig: Eine Microblogging-Plattform entfaltet ihre Wirkung nur, wenn sie möglichst viele Nutzer hat. Die Erfahrung zeigt, dass die meisten die Vorteile des Microbloggings sehr schnell erkennen, sodass sich das neue Kommunikations- und Informationssystem sehr schnell etabliert. Das gilt insbesondere dann, wenn die Vorgesetzten diesen Prozess unterstützen und es selbst intensiv nutzen.

### WAS BEI DER EINFÜHRUNG BEACHTET WERDEN MUSS

Vorab: Die Einführung einer Microblogging-Plattform ist kein IT-Projekt. Die technischen Aufwände gehen bei der Cloud-Variante gegen null. Auch die

währt. Über diese Plattform lassen sich einfach und schnell Informationen austauschen, was die Produktivität der Beteiligten und die Qualität der Ergebnisse erhöht. Denn alle Verbandsthemen sind beim Microblogging übersichtlich organisiert und jederzeit für alle Berechtigten einfach zugänglich, unabhängig davon, wo sie sich gerade befinden.

Die vorgestellte Plattform „Commune“ kann sowohl als Cloud-Service genutzt werden als auch im Verbandsrechenzentrum zu geringen Kosten betrieben werden. Der Aufwand zur Einführung ist gering. Microblogging ist kein IT-Projekt, sondern es gilt vielmehr, die Abläufe und Arbeitsweisen zu hinterfragen und neue Wege der Zusammenarbeit und des Informationsaustausches zu beschreiten. ■

## AUTOR

### DIRK WIPPERN



ist Geschäftsführer der beyond email GmbH. Die Bonner IT- und Business-Consultants unterstützen Unternehmen bei der Konzeption, Umsetzung, Einführung und Weiterentwicklung kollaborativer Systeme.

### beyond email GmbH

Dirk Wipern  
Godesberger Allee 139  
53175 Bonn  
(01 75) 22 59 56 8

→ [dwipern@beyondemail.de](mailto:dwipern@beyondemail.de)  
→ [www.beyondemail.de](http://www.beyondemail.de)

### ZUSAMMENFASSUNG

„Microblogging“ hat sich zur Verbesserung der internen Kommunikations- und Informationsprozesse in Verbänden be-



[www.verbaende.com/fachartikel](http://www.verbaende.com/fachartikel)  
(geschützter Bereich für Abonnenten und DGVM-Mitglieder)