

Collaboration im Web 2.0

Vernetzt kommunizieren und kooperieren

Das Web 2.0 hat das Kommunikationsverhalten im Privatleben nachhaltig verändert. Auch die interne Unternehmenskommunikation greift das Web 2.0 nach und nach auf. Collaboration ist der jüngste Trend. Er steckt zwar noch in den Kinderschuhen, hat aber das Potenzial, die Unternehmenskommunikation nachhaltig auf den Kopf zu stellen.

Wer heute intern mit Kollegen oder extern mit Partnern oder Kunden kommuniziert, nutzt dazu vornehmlich E-Mail. Ihren Siegeszug verdankt die elektronische Mail ihrer einfachen Handhabung. Das führt dazu, dass die Flut an Nachrichten stetig wächst, so dass wichtige Informationen schnell verloren gehen oder kaum wiederzufinden sind. Das Medium E-Mail ist an seine Grenzen gestoßen.

Gefordert sind effektivere und effizientere Wege, um sich elektronisch auszutauschen. Hier tritt Collaboration auf den Plan. Mit Collaboration ist vor allem die verbesserte Kommunikation und Zusammenarbeit verteilter Teams gemeint.



Collaboration setzt sich künftig aus einem Bündel an Kommunikationsprozessen und Mechanismen zusammen, wie beispielsweise E-Mail, Chats, Wikis, Blogs, Web Conferences, Social Networks, Social Bookmarks und der virtuellen Dokumentenablage.

Diese Teams finden in so genannten virtuellen Projekträumen zusammen, die sich heute zunehmend ins Internet verlagern. Collaboration findet also im Internet statt und ist damit zeit- und ortsunabhängig. Noch sind die Möglichkeiten dieser Online-Zusammenarbeit begrenzt. Werden jedoch die bereits heute vorhandenen Web 2.0-Applikationen integriert und mit konkreten Business-Szenarien verknüpft, ergeben sich ganz neue Chancen. So setzt sich Collaboration künftig aus einem Bündel an Kommunikationsprozessen und Mechanismen zusammen. Neben der E-Mail zählen dazu Web 2.0-Aktivitäten wie Chats, Wikis, Blogs, Web Conferences, Social Networks, Social Bookmarks und die virtuelle Dokumentenablage. Alle diese Aktivitäten werden miteinander verknüpft und schaffen moderne Collaboration-Möglichkeiten.

Hand in Hand: Wissens-Management und Collaboration

Gerade Unternehmen mit vielen Mitarbeitern und Standorten können von den neuen Möglichkeiten profitieren. Sie stehen täglich vor der Herausforderung, vorhandenes Wissen im Unternehmen „aufzuspüren“ und der Belegschaft bereitzustellen. Für Collaboration lassen sich drei große Nutzenblöcke identifizieren:

- Find the expert.
- Find the information.
- We need a place to collaborate.

Die ersten beiden Punkte zielen auf das Thema Wissens-Management ab, das zwar seit vielen Jahren diskutiert wird, aber immer noch viele Fragen aufwirft. Wie lässt sich im Unternehmen vorhandenes Wissen identifizieren, dokumentieren und auffinden? Welche Mitarbeiter sind die Spezialisten für welche Themen? Web 2.0-Funktionalitäten haben dem Wissens-Management neuen Schub geben. Dasselbe gilt auch für den dritten Punkt: Einen Raum für Collaboration finden. Denn Collaboration heißt auch weiterhin, in Projekträumen

„Collaboration wird immer mehr auch eine Generationenfrage. Wer heute als Digital Native aufwächst, für den ist es selbstverständlich, dass er die neuen Kommunikationsinstrumente auch im Berufsalltag einsetzt.“

Guido Weiland, Abteilungsleiter und Collaboration-Experte, MATERNA



Dokumente gemeinsam bearbeiten und ablegen. Mit Chats, Blogs und Wikis lassen sich die Möglichkeiten für solche Räume noch deutlich erweitern.

Um Collaboration wie beschrieben umzusetzen, ist ein Umdenken in den Unternehmen gefordert. „Mit Wissen muss offen umgegangen werden. Wissen findet nicht im stillen Kämmerlein respektive Büro statt, sondern ist offen zugänglich über das Internet bzw. Intranet. Es wird daher zu einem Wandel der Unternehmenskulturen kommen“, prognostiziert Guido Weiland, Abteilungsleiter bei MATERNA. So muss z. B. bekannt sein, welcher Mitarbeiter über welches Wissen verfügt, damit Kollegen darauf zugreifen können. Und wann er für die Kollegen erreichbar ist. Auch der Mobilitätsgedanke spielt dabei hier eine Rolle. Denn Wissen soll nicht nur stationär im Büro, sondern auch mobil verfügbar sein. Denn Collaboration wird immer mehr auch eine Generationenfrage. Wer heute als so genannter Digital Native aufwächst, also quasi vom ersten Lebensjahr an mit Internet und Handy, für den ist es selbstverständlich, dass er diese Kommunikationsinstrumente auch im Berufsalltag einsetzt. Gerade die Mischung von privater und beruflicher Kommunikation stellt die Unternehmen vor weitere Herausforderungen, beispielsweise wenn es um Sicherheit und Datenschutz geht. Hier gilt es, klare Richtlinien aufzustellen.

In drei Stufen zur besseren Kommunikation

Die Entwicklung von Collaboration lässt sich in Ebenen (Levels) darstellen. Heute befindet sich Collaboration auf dem Entwicklungs-Level 1. Das bedeutet, dass die einzelnen Kommunikationsinstrumente getrennt voneinander angewandt werden. Zwar haben Chats und Blogs den Sprung in den professionellen Berufsalltag vollzogen. Doch die Anwender nutzen diese Instrumente isoliert von anderen Kommunikationsprozessen. Zudem liegen vielfach proprietäre Strukturen vor und Schnittstellen fehlen.

So ist Microsoft Sharepoint zwar weit verbreitet, wird aber vornehmlich als reine Dokumentenablage verwendet – auch wenn sich bereits heute damit Blogs und Wikis erstellen lassen. Mit Groove hat Microsoft zudem einen vielversprechenden Ansatz für die Online-Zusammenarbeit entwickelt. Ähnlich verhält es sich mit IBMs Produkten aus der Lotus Brand, die bereits erste Funktionen für Web 2.0 und soziale Netzwerke bereit hält.

Einen Schritt weiter geht es auf Level 2: Hier werden künftig die vorhandenen Web 2.0-Applikationen integriert und zwar

als eine branchenunabhängige technische Integration der Tools auf Level 1. Das heißt, Level 2 verbindet die verschiedenen Informationssilos wie Blog, Chat und E-Mail miteinander. Durchgängige Kommunikationsprozesse werden möglich, ohne dass dabei Daten von einer in die andere Anwendung kopiert werden müssen. Die Hersteller arbeiten bereits mit Hochdruck an Lösungen, um Web 2.0-Applikationen in einer einheitlichen Produkt-Suite zu integrieren. Microsoft und IBM positionieren sich hier mit ihren aus der E-Mail- und Workgroup-Kommunikation bekannten Produkten und ergänzen sie um komplett neue Produkte. Noch sind aber viele individuelle Anpassungen nötig, um die bestehenden Lösungen zu einer einheitlichen Collaboration-Plattform zusammenzuführen. Neben den Key Playern tummelt sich eine Vielzahl spezialisierter Anbieter auf diesem innovativen Markt. Sie haben Lösungen für die verschiedensten Web 2.0-Themen im Portfolio. Weit verbreitet ist in diesem Segment auch die Nutzung von Open Source.

In einigen Jahren wird Collaboration auf Level 3 angekommen sein. Dann werden spezialisierte Business-Szenarien in Web 2.0-Applikationen integriert. In solchen Szenarien ist Spezialwissen gefragt, das über Collaboration-Mechanismen bereitgestellt wird. Auf diese Weise lassen sich beispielsweise Branchentypische Geschäftsprozesse in der Medizin oder dem Versicherungssektor abbilden. Ziel dieser Business-Szenarien ist es, global verteilte Spezialisten gezielt und Prozessorientiert zusammenzuführen, um Aufgaben gemeinsam zu erarbeiten. Die heute noch im Vordergrund stehenden Web 2.0-Werkzeuge treten dabei in den Hintergrund; im Fokus steht die anwendernahe Bearbeitung eines konkreten Geschäftsprozesses.

„Einen wirklichen Nutzen können die Unternehmen erst auf Level 2 und 3 erwarten. MATERNA evaluiert derzeit die Technologien und den optimalen Mix aus Werkzeugen und Business-Szenarien“, erläutert Guido Weiland. „Noch gibt es nur wenige geeignete Lösungen. Der Bedarf ist aber groß, wenn man sich einmal das täglich zu bewältigende E-Mail-Aufkommen anschaut“, fasst Guido Weiland zusammen. Dass das Web 2.0 nicht mehr aufzuhalten ist, belegt auch eine Studie von Nielsen Online: Demnach haben soziale Netzwerke der E-Mail bereits den Rang als beliebteste Online-Tätigkeit abgelaufen. Statt E-Mails senden vor allem junge Menschen heute häufiger Nachrichten über die bekannten sozialen Netzwerke wie Facebook und studiVZ oder den Kurznachrichtendienst Twitter. Da ist es nur eine Frage der Zeit, bis dieser Trend auch in den Unternehmen ankommt. ■