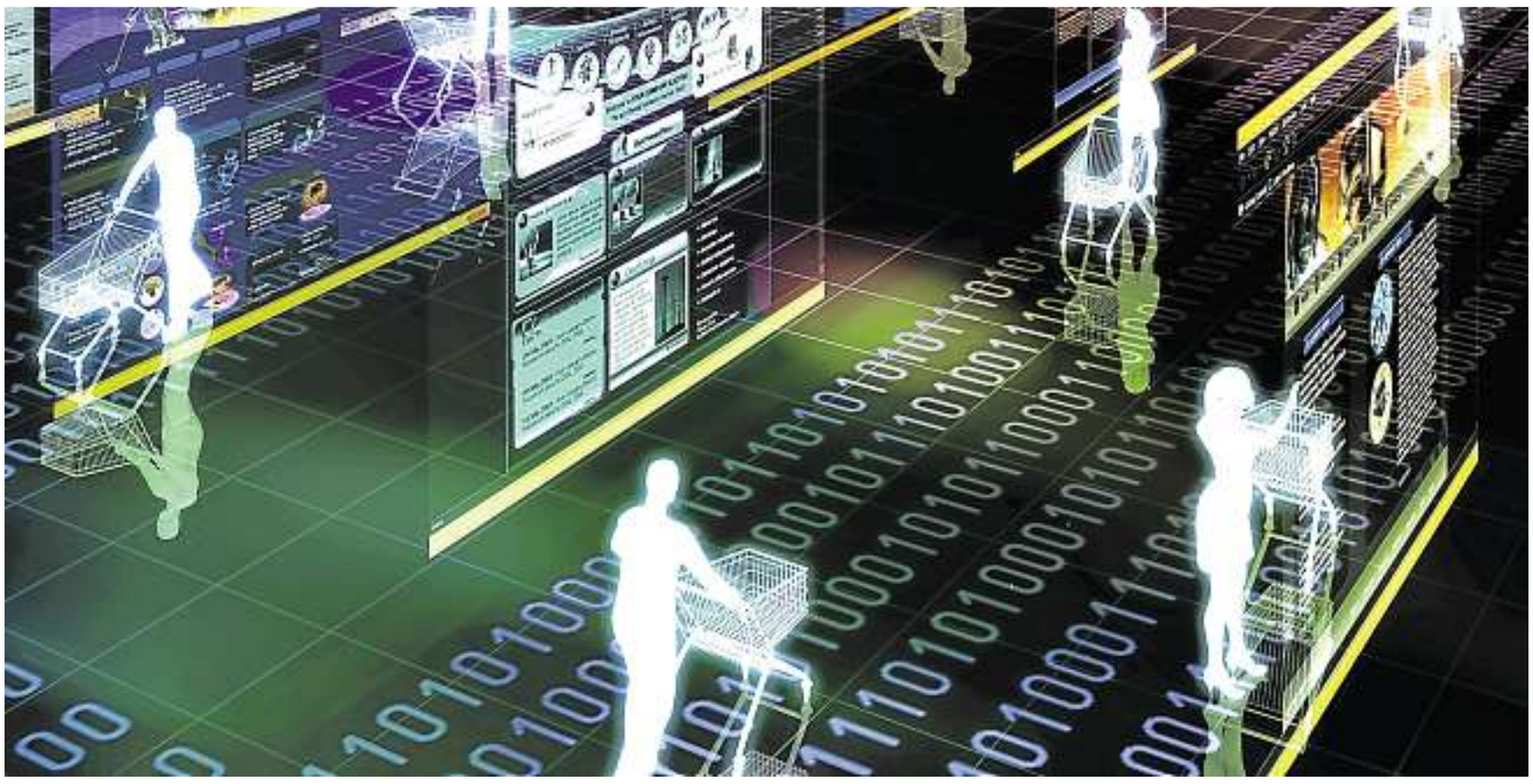
Mehr als nur Wikipedia

FIRMENWIKIS Unternehmen setzen Wissensmanagement im Intranet ein / Neue Form der Zusammenarbeit

Von
Erdal Aslan



Wissensmarkt im Intranet: Die Mitarbeiter können sich ihre gewünschten Infomationen wie beim Shoppen zusammensuchen. Foto: Fotolia/Nmedia

WIESBADEN. Brachliegendes Wissen in den Köpfen Einzelner für alle zugänglich machen, die E-Mail-Flut eindämmen und die Kommunikation zwischen Mitarbeitern effizienter gestalten: Das sind nur einige Ziele von sogenannten Unternehmenswikis. Wie der Name schon ahnen lässt, handelt es sich um ein ähnliches Prinzip wie das des Weblexikons Wikipedia. Millionen Internetnutzer aus aller Welt verfassen dort auf einer einfach strukturierten Oberfläche Artikel, die wiederum von anderen bearbeitet und aktualisiert werden können. Immer mehr Firmen integrieren diese simple Methode des sozialen Netzwerkens in ihr Intranet.

„Ein Firmenwiki kann noch viel mehr als Wikipedia. Gerade mal fünf bis zehn Prozent der Wikinutzung gehen auf den Anwendungsfall ‚Glossar' zurück", sagt Martin Seibert, Geschäftsführer der Wiesbadener Internetagentur Seibert Media, die die technologische und gestalterische Konzeption von Wiki-Projekten anbietet. Im vergangenen Monat hat der 32-Jährige mit zwei seiner Mitarbeiter ein Buch herausgebracht, indem ein fiktives Unternehmen bei der Einführung eines Wikis begleitet wird. Hier einige der wichtigsten Punkte zum Thema „Firmenwiki":

Intranet 2.0: „Bisherige Intranets leiden unter statischen, veralteten Informationen aus den Händen weniger", sagt Seibert. Dagegen seien Wikis eine neue Form der Zusammenarbeit, da alle mitschreiben und ihr Wissen einbringen können. Hierarchische Strukturen würden teilweise aufgelöst. Das erfordere etwas Vertrauen in Mitarbeiter, sagt Seibert. „Firmen, die ihren Mitarbeitern nicht vertrauen, werden es künftig immer schwerer haben. Nicht nur mit erfolgreichen Intranets."

Funktionen: Ein Wiki soll nicht nur als ständig aktualisierter-Wissenspool dienen, sondern als Werkzeug sowie Plattform zum Planen, Ideen sammeln und diskutieren. „Ein gutes Beispiel sind Projektmeetings, die im Wiki gemeinsam vorbereitet werden. Während des Treffens werden Aufgaben notiert. Und anschließend dient das Dokument als Protokoll", sagt Seibert. Was auch helfen soll, dem E-Mail-Verkehr einen Riegel vorzuschieben.

Unternehmenskultur: Wenngleich Wikis sich den Bedürfnissen eines Unternehmens organisch anpassen und die Nutzung kinderleicht sein können, scheitert das Vorhaben manchmal. So geschehen bei den Landesforsten Rheinland-Pfalz (Lrlp). „Es hat sich herausgestellt, dass unsere Mitarbeiter, von denen reichlich über 50 Jahre alt sind, mit alten Strukturen besser zurechtkommen", sagt Andreas Leonhard von der Lrlp-Kommunikationsabteilung. Seibert ortet das Problem jedoch nicht beim Alter: „Sind die Mitarbeiter bereit für echte Zusammenarbeit? Sind sie offen für Veränderungen? Sind Sie bereit, ihr Wissen mit anderen zu teilen? Diese Fragen spalten viel stärker."

Mitarbeit: Wikis leben von der aktiven Teilnahme der Belegschaft. Die größte Herausforderung, weil auch zeitintensiv. Die Wiesbadener PR-Agentur Fink & Fuchs hat vor zwei Jahren „erfolgreich" ein Wiki installiert, obgleich nur zehn Prozent der Angestellten Artikel einstellen, sagt Jens Niemann, Leiter Controlling. „Doch die Zugriffszahlen sind sehr gut", was das Ziel der Agentur erfülle, einen zentralen Ort zu schaffen, wo Lösungen – wie etwa eine gelungene Präsentation – für alle zugänglich sind.

Leistungsmessung: Vorgesetzte könnten die Wiki-Mitarbeit zur Beurteilung der Angestellten missbrauchen, bestätigt auch Seibert. „Fakt" sei jedoch, dass viele Betriebsräte aus Wikis selbst viel herausholten. „Trotzdem ist die Arbeitnehmervertretung schon gefragt, zum Beispiel doofe Statistiken einfach abschalten zu lassen."

Digitaler Vandalismus: Ein häufig angeführter Kritikpunkt ist die mögliche Einstellung von Fehlinformationen, wie schon bei Wikipedia passiert. „Die Angst vor absichtlichem Vandalismus ist einer der zentralen Scheinriesen", meint Seibert. Dagegen sollen die personalisierten Nutzerprofile und auch die einfache Wiederherstellung einer früheren Version des Dokuments helfen.

Martin Seibert, Sebastian Preuss, Matthias Rauer: „Enterprise Wikis: Die erfolgreiche Einführung und Nutzung von Wikis in Unternehmen", Gabler Verlag, 260 Seiten, 39,95 Euro

UNTERNEHMENSWIKIS

- Ein Firmenwiki (auch Unternehmenswiki, Enterprise Wiki oder Corporate Wiki) ist eine **webbasierte Software** zur Sammlung und Dokumentation von Inhalten. Das Wiki liegt auf einem Webserver und ist über das Intranet erreichbar.
- Unternehmen können das Wiki ganz **individuell** gestalten lassen, funktional und optisch. Auch die Nutzung einzelner Bereiche im Wiki kann auf bestimmte Mitarbeiter beschränkt werden. Externen Kunden kann ein Teilzugriff ermöglicht werden.
- Es gibt über 250 kostenfreie **Wiki-Software-Systeme** (Open-Source-Systeme), z.B. FosWiki und MediaWiki. Confluence ist eine bekannte kommerzielle Wiki-Software.
- **Kosten**: „Im Schnitt kostet alles zusammen unsere größeren Kunden meist etwa 15 000 Euro", sagt Martin Seibert. Die eigentlichen Kosten einer Wiki-Einführung liegen intern. „Wer ein erstes Pilotprojekt für die Belegschaft aufsetzt, verbraucht schnell 150 Stunden zum Aufsetzen und über 500 Stunden jährlich für den Betrieb."

KURZ NOTIERT

Die **Holzindustrie** hat an die Waldbesitzer appelliert, das Angebot an Holz nicht künstlich knappzuhalten. Der Branche mache der kontinuierlich steigende Holzpreis das Leben schwer, sagte Johannes Schwörer, Präsident des Hauptverbandes der Deutschen Holz und Kunststoffe verarbeitenden Industrie. Von Januar bis Juni sei der Preis von Schnittholz um 8,5 Prozent gestiegen. Im vergangenen Jahr seien lediglich 54,4 Millionen Festmeter eingeschlagen worden - 8,5 Prozent weniger als im Durchschnitt der vergangenen sieben Jahre.

Trotz des bescheidenen Wetters haben im Sommermonat Juli erneut **mehr Gäste** in den deutschen Hotels und anderen Beherbergungsbetrieben übernachtet. In den Häusern mit mehr als neun Betten wurden nach der Bundesamt-Statistik 47,3 Millionen Übernachtungen gezählt. Das war ein Prozent mehr als im bisherigen Rekord-Juli 2010.

Das Textilunternehmen **Seidensticker** will den Verkauf von Hemden und Blusen zunehmend selbst in die Hand nehmen. Die Zahl von mittlerweile 33 eigenen Läden solle ausgebaut werden, teilte der nach eigenen Angaben europaweit größte Hemdenhersteller mit. Noch 2004 seien es nur einige wenige Fabrikverkäufe gewesen. Im Geschäftsjahr 2010/11 wuchs der Umsatz von 180 auf mehr als 200 Millionen Euro. Wie viel davon unterm Strich als Ergebnis blieb, teilte das Familienunternehmen nicht mit. Das 1919 in Bielefeld gegründete Unternehmen beschäftigt international 1800 Mitarbeiter und besitzt Produktionsstätten in 13 Ländern Osteuropas und Asiens.

► WIRTSCHAFTS-REDAKTION

Sekretariat:
Britta Nagel
Telefon 0611/355-5337
Fax 0611/355-3377
E-Mail: kurier-wirtschaft@vrm.de

Redaktion:
Oliver Bär (olb) -5356
Adelheid Omiotek (om) -5334
Karl Schlieker (kas) -5422

Helaba will führende Verbundbank werden

LANDESBANKEN Kooperation mit WestLB auf gutem Weg

Von
Adelheid Omiotek

FRANKFURT. Die Helaba Landesbank Hessen-Thüringen will ihr Geschäftsmodell zum Kern einer zukunftsgerichteten Konsolidierung im Landesbankensektor machen. In der Vergangenheit sind viele Konsolidierungsversuche gescheitert. Wie der Vorstandsvorsitzende des Instituts, Hans-Dieter Brenner, beim jährlichen Presseempfang betonte, ist es unverändert das strategische Ziel, die Helaba als eine führende Verbundbank in der deutschen Sparkassenorganisation zu positionieren. Die Nachfrage nach Verbundleistungen habe seit der Finanzmarktkrise deutlich zugenommen. Brenner zeigte sich zuversichtlich, dass eine Integration des aus der WestLB herauszulösenden Sparkassengeschäfts in die Helaba gelingen kann. Eine entsprechende Prüfung des in der vergangenen Woche vorgelegten Plans (wir berichteten) finde mit „der notwendigen Sorgfalt ergebnisoffen statt". Brenner bekräftigte, dass, wenn diese Prüfung zu vertretbaren Ergebnissen führe, die Sparkassen in Nordrhein-Westfalen – vertreten durch ihre Verbände – in den Trägerkreis der Helaba eintreten.

Brenner betonte nachdrücklich, dass sich der Helaba-Vorstand nicht als „Resteverwerter" der in Auflösung befindlichen WestLB sehe. Sein Institut setze Know-how ein, um das Verbundgeschäft (Bereitstellung von Dienstleistungen) für die Sparkassen in Hessen und in der neu hinzukommenden Kernregion Nordrhein-Westfallen noch besser zu betreiben. Die Bank werde im Übrigen die Eigenkapitalanforderungen von Basel III ohne Inanspruchnahme von Übergangsfristen langfristig erfüllen.

Brenner bekräftigte trotz der vorhandenen Konjunkturrisiken den vorsichtigen Optimismus für die Helaba, die in den ersten sechs Monaten „ihr absolut bestes Halbjahresergebnis" erzielt hatte. Der Helaba-Chef sprach sich aber gegen Konjunktur stützende staatliche Programme aus. Die vorausgegangene Finanzkrise und Bankenrettung schränke die Handlungsfähigkeit der Staaten ein. Vergleichbare Stützungsmaßnahmen wie 2008 seien kaum vorstellbar.

Bei der WestLB werden in den kommenden Wochen entscheidende Weichenstellungen erwartet. Foto: Archiv/dpa

Prismenfernglas
Erfinder: Prof. Dr. Ernst Abbe
Deutschland, 1893

Weitsicht. Made in Germany.
Auch beim Vermögensmanagement.

Mit einem Fernglas erkennt man auch aus der Entfernung jedes Detail – und kann sich ein komplettes Bild vom Geschehen machen. So bietet die Rheinland-Pfalz Bank gehobenen Privatkunden ein vorausschauendes und damit zukunftsweisendes Vermögensmanagement. Als ein Unternehmen der LBBW-Gruppe bieten wir speziell dem Mittelstand in der Region das umfassende Leistungsspektrum eines erfahrenen, flexiblen Finanzdienstleisters, verbunden mit der besonderen Kundennähe einer eigenständig agierenden Regionalbank. Sie erreichen uns unter 06131 64-37579. www.RLP-Bank.de

Ein Unternehmen der LBBW-Gruppe

Rheinland-Pfalz Bank

© . Verlagsgruppe Rhein Main GmbH & Co. KG 2003-2010 / Erstellt von VRM am 13.09.2011