

# **Social Software**

## **zur Optimierung von Informationsmanagement**

Am Beispiel der Einführung bei  
„h1 – Fernsehen aus Hannover“

Bachelorarbeit

im Studiengang Informationsmanagement

an der

Fachhochschule Hannover

vorgelegt von

Daniel Werner

Hannover, den 26.01.2009

## **Lizenz**

Diese Bachelorarbeit ist unter CC-Lizenz veröffentlicht. Alle Bedingungen und genaueres zu Creative Commons finden sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/de/>

## **Erklärung**

Erklärung gem. § 22, Abs. 8 der PrüfO

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Ich bin damit einverstanden, dass meine Arbeit in der Bibliothek der Fachhochschule Hannover eingestellt wird.

Hannover, den 26.01.2009

1. Prüfer: Prof. Dr. Peter Wübbelt
2. Prüfer: Peter Maurer-Ebeling

## **Abstract**

Die vorliegende Bachelorarbeit stellt den Einsatz von Social Software beim Regionalfernsehsender „h1 – Fernsehen aus Hannover“ dar.

Nach einem kurzen Einblick in die Grundlagen von Social Software folgt die Vorstellung des Senders. Hierbei wird vor allem der organisatorischer Aufbau und die Kommunikation im Sender näher betrachtet.

Anschließend wird dargestellt, welche Informationsmittel bei h1 durch den Einsatz von Social Software ersetzt wurden und wie sich dadurch die Kommunikation und das Informationsmanagement innerhalb des Unternehmens verbessert hat.

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	I
1 Einleitung .....	7
2 Grundlagen und Definitionen .....	8
2.1 Daten – Information – Wissen .....	8
2.2 Informationsmanagement in Unternehmen .....	8
2.3 Web2.0 .....	9
2.4 Enterprise2.0 .....	10
3 Social Software .....	11
3.1 Weblogs .....	13
3.2 Wikis .....	14
3.3 Social-Networking-Plattformen .....	15
3.4 Abgrenzung von Web2.0, Enterprise2.0 und Social Software .....	16
3.5 Social Software im Unternehmen .....	16
4 Einführung von Social Software bei „h1 – Fernsehen aus Hannover“ .....	18
4.1 Vorstellung des Unternehmens .....	18
4.2 Ist-Situation .....	21
4.3 Informationsmanagementkonzept .....	23
4.3.1 Zielsetzung .....	23
4.3.2 Mitarbeitermotivation .....	23
4.3.3 Soll-Situation .....	24
4.3.4 Nutzen für h1 .....	25
5 Umsetzung des Informationsmanagementkonzepts .....	26
5.1 Drupal .....	26
5.2 Entwicklung der Oberfläche .....	26
5.2.1 Designkriterien .....	26
5.2.2 Rollen- und Berechtigungskonzept .....	28
5.3 Aufbau des h1-Intrants .....	29
5.3.1 Einsatzplanung .....	29
5.3.2 Teambuch .....	30
5.3.3 0511/tv.lokal .....	30
5.3.3.1 Beitragsmanagement .....	31
5.3.3.2 Redaktionswochenübersicht .....	32

5.3.3.3 Sendepäne .....	33
5.3.3.4 Themenspeicher .....	33
5.3.4 Technik & Verwaltung .....	34
5.3.5 Adressbuch .....	34
5.3.7 Kopieraufträge .....	34
5.3.8 Profile & Nachrichten .....	35
5.4 Einführung des Intranets .....	36
6 Fazit .....	37
Literaturverzeichnis .....	38
Abbildungsverzeichnis .....	41
Tabellenverzeichnis .....	41
Weiterführende Literatur .....	42

# 1 Einleitung

Social Software ist ein fester und nicht mehr wegzudenkender Bestandteil des Internets geworden. Das liegt zum einen daran, dass durch sie viel mehr Leute die Möglichkeit haben Inhalte im Internet beizutragen, und zum anderen daran, dass sich durch Social Software neue Kommunikationswege gebildet haben.

Ursprünglich wurden Anwendungen wie zum Beispiel Weblogs nur für private Zwecke genutzt. Seit einiger Zeit finden sich Social-Software-Anwendungen auch vermehrt in Unternehmen. Ihr Einsatz ist sehr vielseitig, ob als Kommunikations-, Informations- oder Kooperationsmedium; Social Software bietet den Unternehmen ganz viele neue Möglichkeiten.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es darzustellen, wie Social Software bei „h1 – Fernsehen aus Hannover“ zur Verbesserung des Informationsmanagements eingesetzt wird.

In den folgenden Kapiteln wird zunächst der theoretische Rahmen für diese Arbeit gesetzt, sowie die verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten von Social Software beschrieben.

In Kapitel vier ist der Aufbau des lokalen Fernsehsenders „h1 – Fernsehen aus Hannover“ dargestellt. Des Weiteren wird erläutert, welche Informationsmittel durch Social Software abgelöst werden sollen. Es folgt das Konzept für die Einführung.

Das letzte Kapitel liefert eine detaillierte Darstellung darüber, welche Anwendungen bei h1 zum Einsatz kommen und wer damit arbeitet.

## **2 Grundlagen und Definitionen**

### **2.1 Daten – Information – Wissen**

„Im Folgenden wird in Anlehnung an Probst/Raub/Romhardt unter Wissen die Gesamtheit der Kenntnisse und Fähigkeiten zur Lösung von Problemen verstanden. Wissen kann implizit oder explizit sein. Kuhlen bezeichnet implizites Wissen als kognitive Strukturen und mentale Repräsentationen von Sachverhalten. Implizites Wissen steht ausschließlich dem betreffenden Wissensträger zur Verfügung. Soll dieses Wissen auch von anderen Personen genutzt werden, muss es expliziert bzw. in eine mitteilbare Form gebracht werden. [...] Information ist demnach explizites Wissen. Verschiedene Autoren fordern darüber hinaus, dass Information auch zweckorientiert und handlungsrelevant ist, also zur Lösung betrieblicher Probleme hilfreich sein muss. Wird Information in maschinell verarbeitbare Strukturen abgebildet, liegen Daten vor.“<sup>1</sup>

Andersherum heißt das, dass Daten (z. B. 100°C) erst in einen Zusammenhang gebracht werden müssen um daraus eine Information zu machen. Bei 100°C fängt Wasser an zu kochen. Wird diese Information von einer Person aufgenommen, spricht man von Wissen. Vereinfacht ausgedrückt wird Wissen als explizit bezeichnet, wenn man es aufschreiben kann, und als implizit, wenn man es nicht aufschreiben kann.

### **2.2 Informationsmanagement in Unternehmen**

Unter Informationsmanagement versteht man alle Leistungen und Aufgaben, die im Zusammenhang mit der Informationsversorgung in einem Unternehmen stehen.<sup>2</sup>

„Informationsmanagement besteht darin, allen Aufgabenträgern die notwendigen und gewünschten Informationen zum richtigen Zeitpunkt, in der gewünschten Aktualität und Darstellungsform, mit der notwendigen

---

<sup>1</sup> Heinrich, Stelzer (2008) (@)

<sup>2</sup> vgl. Stelzer (2008) (@)



Sicherheit und zu angemessenen Kosten zur Verfügung zu stellen und die dafür notwendigen Informationssysteme zu planen, zu steuern, zu kontrollieren und kontinuierlich zu verbessern.“<sup>3</sup>

Zusammengefasst bedeutet dies, dass Informationsmanagement nicht nur die Beschaffung, Aufbereitung und Verteilung von Informationen darstellt, sondern auch die Steuerung und Koordination aller Ressourcen beinhaltet, die zur Informationsversorgung im Unternehmen beitragen.<sup>4</sup>

Weitere Informationen zum Thema Informationsmanagement finden Sie unter anderem in „Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation“ S. 245-254.

## **2.3 Web2.0**

Der Begriff „Web2.0“ wurde 2005 von Tim O’Reilly geprägt. In seinem Artikel „What is Web2.0“<sup>5</sup> beschreibt O’Reilly typische Eigenschaften von Web2.0-Anwendungen:

- Beliebige Kombinierbarkeit von Datenquellen und Anwendungen: Informationsquellen lassen sich von verschiedenen Anwendungen zu neuen Diensten zusammenstellen.
- Plattform- und Geräteabhängigkeit: Web2.0-Anwendungen sind nicht vom jeweiligen Betriebssystem abhängig. Sie sind nach aktuellen Internetstandards entwickelt und dadurch in allen aktuellen Browsern lauffähig.
- Umfassende Anwenderfreundlichkeit und vereinfachte Oberflächen: Web2.0 steht auch für den Abbau von Zugangsbarrieren, welches allerdings nicht mit der Barrierefreiheit gleichzusetzen ist. Es bedeutet nur, dass die Anwender<sup>6</sup> nicht erst eine Programmiersprache lernen müssen, um im Internet etwas beitragen zu können.

---

<sup>3</sup> Stelzer (2008) (@)

<sup>4</sup> vgl. Herget (2004) S. 246-247

<sup>5</sup> O’Reilly (2005) (@)

<sup>6</sup> Die Anwender steht auch im Folgenden für die weibliche Form.

- „User Generated Content“: Die Anwender erstellen die Inhalte.

„User Generated Content“ ist einer der Kernpunkte. Nicht der Anbieter<sup>7</sup> einer Internetseite stellt die Inhalte ein, sondern die Anwender selbst. Der Anbieter stellt nur den Dienst zur Verfügung.

Ein häufig verwendetes Beispiel für die Nutzung der kollektiven Intelligenz ist „Wikipedia<sup>8</sup>“. Jeder kann dort an Artikeln mitarbeiten oder neue Artikel schreiben. Wiederum andere Anwender ergänzen, kommentieren und diskutieren diese Inhalte.

Ein anderes Beispiel ist die Fotoplattform „flickr<sup>9</sup>“. Jeder angemeldete Anwender kann Fotos einstellen, welche von anderen Mitgliedern kommentiert und bewertet werden können. Bei flickr tauschen sich Laien und Profis darüber aus, wie sie noch bessere Resultate beim Fotografieren erzielen können. Verglichen mit einem Wikipediaartikel steht also nicht die Weiterentwicklung eines Produkts im Mittelpunkt, sondern der Austausch und die Weitergabe von erfolgreichen Ergebnissen. Aber auch flickr ist eine Plattform der Zusammenarbeit, viele Fotos werden unter einer „Creative-Commons-Lizenz<sup>10</sup>“ zur Verfügung gestellt. Das ermöglicht anderen Anwendern die Fotos für eigene Projekte zu verwenden, wie zum Beispiel Webseiten, Präsentationen, Print-Publikationen und vielem andere mehr.

Der Kern von Web2.0 ist die Zusammenarbeit zwischen Internetanwendern.

## 2.4 Enterprise2.0

Ähnlich wie der Begriff Web2.0 von Tim O'Reilly, wurde der Ausdruck „Enterprise2.0“ von Andrew McAfee geprägt:

„Enterprise2.0 ist die Nutzung von Social-Software-Plattformen innerhalb von oder zwischen Unternehmen und ihren Partnern oder Kunden. Platt-

---

<sup>7</sup> Der Anbieter steht auch im Folgenden für die weibliche Form.

<sup>8</sup> <http://www.wikipedia.de>

<sup>9</sup> <http://www.flickr.com/>

<sup>10</sup> <http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/>

formen sind digitale Umgebungen, in denen Beiträge und Interaktionen global und dauerhaft sichtbar sind.“<sup>11</sup>

Diese Nutzung ermöglicht das gemeinschaftliche Arbeiten an Problemen oder Projekten unabhängig vom Aufenthaltsort.

Bei Enterprise 2.0 geht es aber nicht nur um die Technologie, es geht auch um eine Kultur, genauer gesagt um die Unternehmenskultur. Auf Web2.0-Plattformen treffen sich Leute mit gleichen Interessen aus persönlichen Gründen. Innerhalb eines Unternehmens sieht das meistens etwas anders aus. Dort trifft man sich in erster Linie, um zu arbeiten und nicht um sich auszutauschen.

Damit die Mitarbeitenden innerhalb eines Unternehmens erfolgreich mit einer Social-Software-Plattform arbeiten können, sollten flache Hierarchien sowie eine offene Feedback- und Kommunikationskultur vorhanden sein.<sup>12</sup>

Mehr Informationen zum Thema Enterprise2.0 finden sich unter anderem im Buch „Enterprise2.0 die Kunst loszulassen“.

### **3 Social Software**

Unter dem Begriff Social Software versteht man webbasierte Anwendungen, die die Nutzer in Interaktion miteinander bringen und so eine Zusammenarbeit oder einen Austausch ermöglichen.<sup>13</sup> Zum Beispiel kann ein Artikel auf einer Social-Software-Plattform in der Regel von allen Lesern<sup>14</sup> kommentiert werden.

Die beiden Autoren Michael Koch und Alexander Richter kategorisieren das breite Spektrum von Social Software nach Jan Schmidt in drei Basisfunktionen:<sup>15</sup>

- Identitätsmanagement: Ermöglichung der Selbstdarstellung im Internet
- Beziehungsmanagement: Knüpfen und Pflegen von Kontakten

---

<sup>11</sup> McAfee (2008) S. 18

<sup>12</sup> vgl. Koch, Richter (2007 a) S. 15

<sup>13</sup> vgl. Koch, Richter (2007 a) S. 11-12

<sup>14</sup> Der Leser steht auch im Folgenden für die weibliche Form.

<sup>15</sup> vgl. Koch, Richter (2007 b) S. 7

- Informationsmanagement: Finden, Bewerten und Verwalten von online verfügbaren Informationen

Zu Social Software zählt man Weblogs, Wikis, Social Tagging, Social Bookmarking und Social Networking. Die Expertenmeinungen, welche Anwendungstypen zu Social Software zählen, sind aber unterschiedlich. Der Vollständigkeit halber seien noch Instant Messaging, Podcasts und Newsfeeds genannt.

Die folgende Abbildung stellt das so genannte „Social-Software-Dreieck“ da (siehe Abbildung 1). Die Abbildung macht deutlich, dass die Anwendungen nicht eindeutig einer der drei Basisfunktionen zugeordnet werden können.

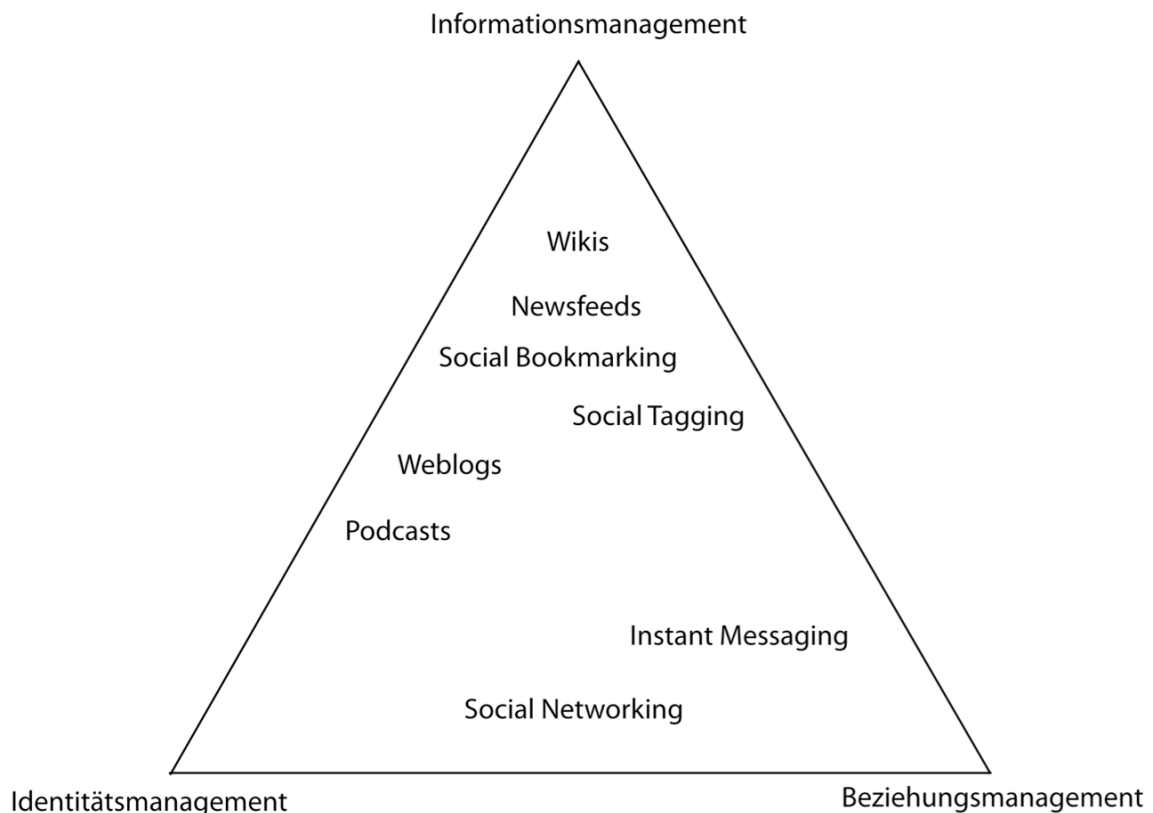


Abbildung 1: Angepasstes Social-Software-Dreieck nach Jan Schmidt.<sup>16</sup> Unter CC-3.0-Lizenz BY-NC-SA<sup>17</sup>

Weblogs sind zum Beispiel genau zwischen Identitätsmanagement und Informationsmanagement angesiedelt. Einerseits finden sich dort Informationen,

<sup>16</sup> Schmidt (2006) (@)

<sup>17</sup> <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/de/>

andererseits finden sich dort Ansichten und Meinungen von Autoren. Social Networking bietet sowohl die Möglichkeit zur Selbstdarstellung als auch die Möglichkeit zur Kontaktpflege und ist deshalb zwischen Identitäts- und Beziehungsmanagement im Social-Software-Dreieck abgebildet.

### 3.1 Weblogs

Weblogs (im Folgenden: Blogs) sind Webseiten auf denen Beiträge in verschiedenen Formen veröffentlicht werden. Die Beiträge können Texte, Bilder, Videos oder auch Audiodateien enthalten. Aufgebaut sind Blogs so, dass der neueste Beitrag als erster erscheint. Grundsätzlich kann man sagen, dass jeder Beitrag aus einem Titel und einem Inhaltsteil besteht. Des Weiteren ist der Autor ersichtlich, sowie Datum und Uhrzeit der Beitragverfassung. In der Regel besteht für die Leser eines Beitrags die Möglichkeit, diesen zu kommentieren. Diese Beiträge sind aber nicht nur über die Adresse des Blogs erreichbar. Jeder Beitrag hat zusätzlich eine eigene URL (= Uniform Resource Locator) über die sich dieser aufrufen lässt.

Nach Jochen Robes<sup>18</sup> gibt es vier unterschiedliche Formen von Blogs. Die Unterteilung basiert auf der Annahme, dass ihre Autoren unterschiedliche Ziele verfolgen:

- Blogs als private Journale, in denen die Autoren z. B. über Befindlichkeiten, Interessen und Aktivitäten berichten;
- Blogs als neue journalistische Plattform;
- Blogs als Wissensmanagement- und Lernwerkzeuge;
- Blogs als Marketing- und Kommunikationsinstrumente, die Unternehmen nutzen, um mit ihren Kunden oder Mitarbeitern in Kontakt zu treten.

Es gibt mehrere Gründe, Blogs in Unternehmen einzusetzen. Ein Grund ist, dass der Emailverkehr durch den Einsatz eines Unternehmensblogs deutlich reduziert werden kann. Nehmen wir an, eine einfache Ankündigung per Email

---

<sup>18</sup> vgl. Robes (2008) S. 20

an alle Mitarbeitenden wird Aufhänger einer inhaltlichen Diskussion. Da aber niemand genau weiß, wer sich für die Diskussion interessiert, werden neue Antworten immer gleich an alle geschickt. Das führt zu überquellenden Emailpostfächern.<sup>19</sup> In einem Blog würde der Beitrag mit den chronologisch sortierten Kommentaren ergänzt werden und nur die interessierten Leser könnten sich über neue Kommentare benachrichtigen lassen.

Neben Diskussionen und Ankündigungen ist ein Blog auch gut dazu geeignet, um über Fortschritte in einem Projekt zu berichten oder neue Ideen zu veröffentlichen.<sup>20</sup>

In einem Blog lässt sich auch sehr einfach eine Umfrage integrieren, sodass man einfache Terminanfragen für ein Meeting nicht mehr per Email an die Belegschaft senden muss.

### **3.2 Wikis**

Ein Wiki besteht mindestens aus einer, aber meistens mehreren miteinander verlinkten Webseiten. Die Seiten können vom Anwender nicht nur gelesen, sondern auch aus dem Webbrowser heraus bearbeitet werden. Dazu verfügt jede Seite über einen Link zum Bearbeiten. Die Nutzung von Wiki-Seiten ist sehr einfach, da man für die Bearbeitung keine Kenntnisse von HTML (= Hypertext Markup Language) benötigt.<sup>21</sup> Mit Hilfe eines WYSIWYG- (= What You See Is What You Get)-Editors kann den Benutzern<sup>22</sup> eine Oberfläche ähnlich der eines Textverarbeitungsprogramms angeboten werden.

Des Weiteren gibt es die Möglichkeit, sich die unterschiedlichen Versionen der Seite anzusehen. So lassen sich alle Änderungen zurückverfolgen und vorherige Versionen wiederherstellen.

Ein weiterer Vorteil ist, dass Wikis in der Regel über eine Volltextsuche verfügen und sich so Inhalte im ganzen Wiki schnell wiederfinden lassen.

---

<sup>19</sup> vgl. Hain, Schopp (2008) S. 189

<sup>20</sup> vgl. Koch Richter (2007 a) S.29

<sup>21</sup> vgl. Koch, Richter (2007 b) S.19

<sup>22</sup> Die Benutzer steht auch im Folgenden für die weibliche Form.

Wikis werden oft dafür eingesetzt, um in Teams erarbeitete Inhalte zusammenzutragen. In vielen Unternehmen hat es sich eingebürgert, gemeinsam an Office-Dokumenten zu arbeiten und diese nach dem Bearbeiten an alle Teammitglieder weiterzuleiten. Nicht nur, dass so eine unnötige Emailflut entsteht, es kommt auch oft genug vor, dass verschiedene Versionen im Umlauf sind, da gerade zeitgleich an einem Dokument gearbeitet wurde. Besonders interessant sind Wikis für die Prozessdokumentation im Qualitätsmanagement. Hier lassen sich die erreichten Optimierungen anhand des Vergleichs der verschiedenen Versionen sehr gut darstellen.

### **3.3 Social-Networking-Plattformen**

Unter Social-Networking-Plattformen versteht man Plattformen zum Aufbauen und Pflegen von Beziehungen. Es wird zwischen offenen und geschlossenen Plattformen unterschieden.<sup>23</sup> Ein bekanntes Beispiel für eine offene Social Networking Plattform ist die „Xing<sup>24</sup>“-Community, die unter anderem mit dem Slogan „Globales Networking für Geschäftsleute“ wirbt.

Hier verfügt jedes Mitglied über eine Profilseite, auf der man Informationen über seinen beruflichen Werdegang, die eigenen Interessen und Kontaktdaten eintragen kann. Über gemeinsame Interessen oder gemeinsame Kontakte kann man andere Community-Mitglieder kennen lernen.

Zusätzlich hat man die Möglichkeit, über direkte Nachrichten oder Foren miteinander in Kontakt zu treten. Oft passiert es auch, dass man jemanden auf einer Messe, einem Seminar oder Konferenz kennen lernt und diese Person später bei Xing wiederfindet.

Geschlossene Plattformen werden innerhalb eines Unternehmensintranets eingesetzt. Auch hier verfügt jeder über eine eigene Profilseite. Diese bietet den Mitarbeitenden die Möglichkeit, sowohl geschäftliche als auch private Daten bereitzustellen. Zum Beispiel können hier Informationen zu besuchten Weiterbildungen hinterlegt werden, dies erleichtert die interne Expertensuche. Bei ei-

---

<sup>23</sup> vgl. Koch, Richter (2007 a) S. 60

<sup>24</sup> [www.xing.com](http://www.xing.com)

nem Problem muss also nicht erst ein Abteilungsleiter mit dem anderen in Kontakt treten, um einen Experten aus dessen Abteilung zu finden.

Ebenfalls lassen sich auch schnell Personen mit den gleichen Interessen finden.

### **3.4 Abgrenzung von Web2.0, Enterprise2.0 und Social Software**

Bis jetzt wurde ein kurzer Überblick gegeben, was unter Web2.0, Enterprise2.0 und Social Software verstanden werden kann. Je mehr Quellen man zurate zieht, desto fließender werden die Grenzen. Viele Autoren finden es schwierig, eine klare Abgrenzung vorzunehmen, da keine klare und akzeptierte Definition existiert.<sup>25</sup> Am deutlichsten wird dies, wenn es um Enterprise2.0 geht. Zur Vereinfachung gelten für diese Arbeit folgende Abgrenzungen:

- Web2.0 beschreibt die Weiterentwicklung des Internets, sowohl neuer Software als auch einer neuen Kultur der Zusammenarbeit. Anwender erstellen Inhalte und jeder kann plattformunabhängig teilnehmen.
- Social Software ist ein Teil vom Web2.0. Es beschränkt sich auf bestimmte Anwendungen, die die Zusammenarbeit fördern und erfordern.
- Enterprise2.0 ist einerseits das Fördern der Web2.0-Kultur und andererseits die Verwendung von Social Software im Unternehmen.

### **3.5 Social Software im Unternehmen**

Nicht jedes Unternehmen eignet sich zur Einführung von Social Software gleichermaßen. Wie bereits in Kapitel 2.4 erwähnt ist die Unternehmens- und Kommunikationskultur bei der Einführung ein ganz entscheidender Faktor. Wenn die Mitarbeiter sich also auch vor der Einführung von Social Software austauschen, sich gegenseitig unterstützen und den Austausch mit anderen Abteilungen pflegen, dann kann dies durch Social Software noch entscheidend verbessert werden. Sollte eine solche Unternehmenskultur noch nicht gegeben

---

<sup>25</sup> vgl. Koch, Richter (2007 b) S. 20-21



sein, dann müssen nach Stamer<sup>26</sup> zuerst alte Strukturen aufgebrochen werden, bevor eine offene Unternehmenskultur entstehen kann.

Eine gewisse Internetaffinität der Mitarbeiter ist von Vorteil, aber nicht zwingend erforderlich. Mitarbeiter, die in Ihrer Freizeit Wikis oder Blogs benutzen, werden auch bei deren Einsatz in Unternehmen schnell die Vorzüge zu schätzen wissen.

Einer der wichtigsten Punkte ist die kritische Masse. Solange nicht eine gewisse Anzahl an Mitarbeitenden beim Arbeiten mit Social Software von deren Vorteilen überzeugt ist und die anderen Mitarbeiter mitreißt, kann es passieren, dass diese weiter an ihren alten Arbeitsmethoden festhalten und das angelegte Wiki auf dem Server verwaist.

Ein großer Vorteil von Social Software besteht darin, dass die Anwendungen selbsterklärend oder leicht zu erlernen sind.<sup>27</sup> Es gibt keine großen technischen Barrieren wie bei der Einführung einer neuen Buchhaltungssoftware.

---

<sup>26</sup> vgl. Stamer (2008) S.67

<sup>27</sup> vgl. McAfee (2008) S. 18

## 4 Einführung von Social Software bei „h1 – Fernsehen aus Hannover“

### 4.1 Vorstellung des Unternehmens

„h1 – Fernsehen aus Hannover“ (im Folgenden: h1) ist der Fernsehsender für die Region Hannover. Träger des regionalen Senders ist der gemeinnützige Verein „h1 – Fernsehen aus Hannover e.V.“

h1 kann im hannoverschen Kabelnetz auf Sonderkanal 11 (VIVA) zu den folgenden Sendezeiten empfangen werden: Montags bis Freitags von 15:30h bis 22:20h, am Samstag von 18:45h bis 24:10h und am Sonntag von 18:45h bis 02:10h.

Das Programm wird hauptsächlich ehrenamtlich von Bürgern<sup>28</sup> aus Hannover erarbeitet und produziert. h1 bietet Vereinen, Initiativen, Institutionen, Redaktionsgruppen und Einzelpersonen die Möglichkeit, ihre Belange einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren.

Zusätzlich produziert h1 das tägliche Nachrichtenmagazin 0511/tv.lokal, das jeden Tag um 18:45h ausgestrahlt wird. Dort wird aktuell von Ereignissen aus dem politischen, kulturellen und sozialen Alltag Hannovers und seiner Umgebung berichtet.

Die hauptamtlichen Mitarbeiter<sup>28</sup> organisieren täglich die Funktionsfähigkeit des Senders. Sie sind die Ansprechpersonen für Vereinsmitglieder, Produzenten<sup>28</sup> und Zuschauer<sup>28</sup>. Die Organisationsstruktur (siehe Abbildung 2) zeigt die Verantwortlichkeiten und Kommunikationswege bei h1.

---

<sup>28</sup> Der Bürger, die Mitarbeiter, die Produzenten und die Zuschauer steht auch im Folgenden für die weibliche Form.

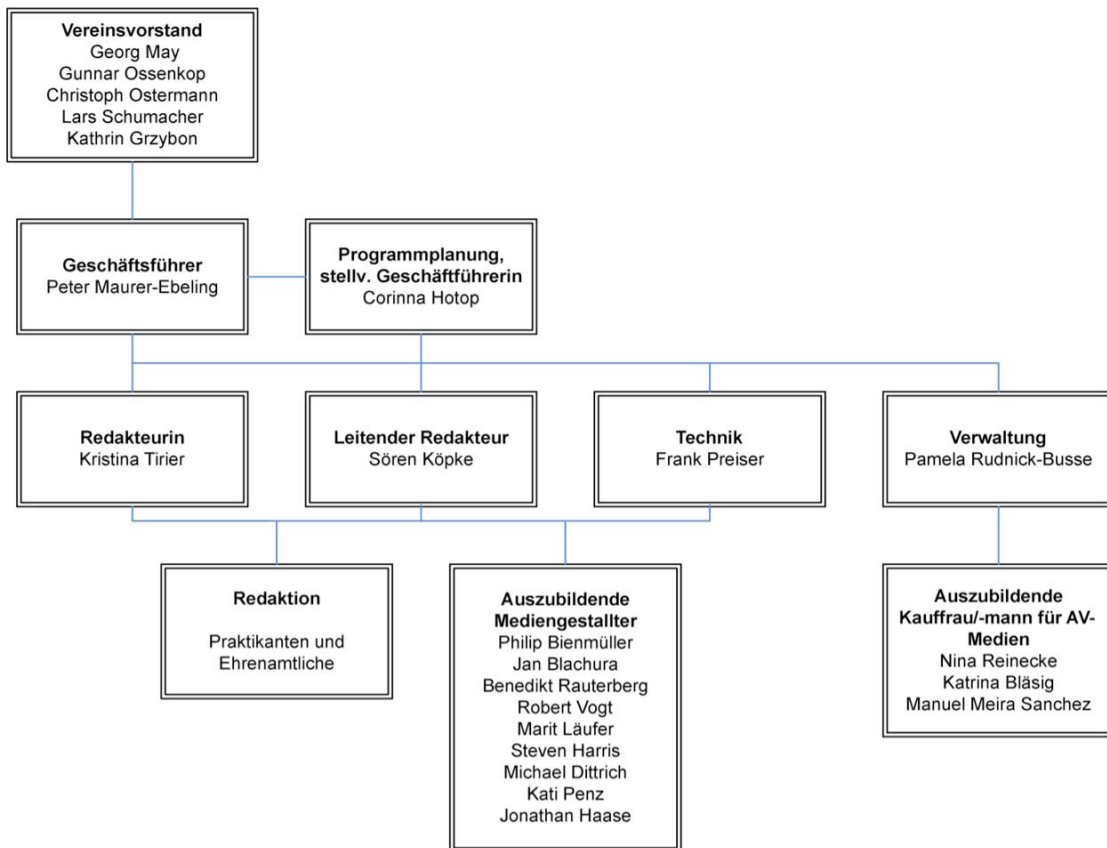


Abbildung 2: h1-Organisationsstruktur<sup>29</sup>

Der Vorstand des Trägervereins repräsentiert h1 nach außen und kommuniziert nach innen. Er berät und kontrolliert die Geschäftsführung, aktiviert die Mitglieder und sucht Wege zur Verbesserung des Programms und Förderung der Produzenten. Er ist der Mitgliederversammlung als dem obersten Organ verantwortlich.

Die Geschäftsführung trägt die finanzielle und rechtliche Verantwortung für den Sender. Sie ist direkte Vorgesetzte für alle hauptamtlichen Mitarbeiter und Auszubildenden. An der Schaltstelle zwischen Mitarbeiter und Vereinsvorstand ist die Geschäftsführung besonders der Förderung von Zusammenarbeit und Kommunikation verpflichtet.

Die stellv. Geschäftsführerin und Medienpädagogin des Senders ist für die Programmplanung und die externen Produzenten zuständig. Dies beinhaltet nicht

<sup>29</sup> Eigendarstellung

nur die Aufstellung des Sendeplans, sondern auch die Überprüfung der Inhalte. Sie ist Ansprechpartnerin für Schulungen und unterhält die Kontakte zu Presse. Auch die Betreuung und Durchführung von Produktionen fallen in ihren Aufgabenbereich.

Die hauptberuflichen Redakteure<sup>30</sup> des Senders produzieren das tägliche Nachrichtenmagazin 0511/tv.lokal zusammen mit der Redaktion aus Ehrenamtlichen, Praktikanten und Auszubildenden. Des Weiteren ist der Leitende Redakteur für die Auswertung von Pressemeldungen und gemeinsam mit der Geschäftsführung für die Einsatzplanung der Auszubildenden zuständig.

Der Technische Leiter des Senders ist verantwortlich für den reibungslosen Sendeablauf, sowie die Instandhaltung des gesamten technischen Equipments. Darunter fallen auch die Schnittplätze, das Netzwerk und die PC-Arbeitsplätze.

Zu den Aufgaben der Verwaltung und den Auszubildenden Kaufleuten für AV-Medien gehören die Büroorganisation, die Buchhaltung sowie Abrechnung und PR-Assistenz.

Außerdem gehören die Equipment-Disposition und die Aufnahmeleitung der täglichen Nachrichtensendung zu den Aufgaben der Auszubildenden.

Die Auszubildenden Mediengestalter Bild und Ton sind für die Sendeabwicklung, die Studiobetreuung, für die Unterstützung von Produzenten und natürlich für die EB (= Elektronische Berichterstattung) zuständig. Die Schwerpunkte verteilen sich in der Regel so, dass die Sendeabwicklung hauptsächlich durch das erste Lehrjahr, die technische Betreuung der Produzenten durch das zweite Lehrjahr und Berichterstattung bzw. Dreharbeiten vom dritten Lehrjahr wahrgenommen wird. Des Weiteren ist das dritte Lehrjahr für den Zusammenschnitt der täglichen Nachrichtensendung verantwortlich.

Abgesehen vom Geschäftsführer sind alle fest angestellten Mitarbeiter nur mit einer halben Stelle bei h1 beschäftigt. Die Auszubildenden Mediengestalter

---

<sup>30</sup> Der Redakteur steht auch im Folgenden für die weibliche Form.

verbringen ein Drittel ihrer Arbeitszeit beim Kooperationspartner „Radio Flora“. Zusätzlich sind alle Auszubildenden natürlich noch einige Tage in der Berufsschule, weshalb im Schnitt nur etwa die Hälfte aller Mitarbeiter gleichzeitig im Sender ist. Außer den Angestellten zählen zu h1 auch noch Praktikanten und Ehrenamtliche, die in der Redaktion des täglichen Nachrichtenmagazins mitarbeiten.

## 4.2 Ist-Situation

Die Ist-Analyse des Senders wird anhand der drei folgenden, von Alexander Raabe<sup>31</sup> vorgeschlagen, Punkte durchgeführt.

- Organisationsstruktur und organisatorische Abläufe (4.1),
- Unternehmenskultur,
- Schwächen und Stärken bisheriger Software-Werkzeuge und Informationsmittel.

Bei der Analyse wird jedoch zusätzlich zu den Software-Werkzeugen auch Wert auf die Auswertung von anderen Informationsmitteln gelegt.

Es gibt verschiedene Methoden, die benötigten Informationen zur Auswertung für diese Analyse zu ermitteln. Eine der effektivsten Methoden ist die arbeitsbegleitende Beobachtung.<sup>32</sup> Das heißt, man nimmt passiv am Arbeitsalltag im Unternehmen teil und schaut den Mitarbeitenden über die Schulter.

Gerade die Unternehmenskultur sowie die Analyse von bisher eingesetzter Software und anderer Informationsmittel lässt sich so am besten ermitteln.

Folgendes wurde bei den Beobachtungen deutlich: Bei h1 gibt es eine offene Kommunikationsstruktur und flache Hierarchieebenen. Es ist zwar klar geregelt, wer am Ende die Entscheidungen trifft, aber an den Entscheidungsprozessen arbeiten viele Mitarbeiter mit und die Meinung von jedem fließt mit ein.

---

<sup>31</sup> Raabe (2007) S. 84

<sup>32</sup> vgl. Raabe (2007) S.85

Das Kernteam, bestehend aus den fest angestellten Mitarbeitenden, trifft sich einmal pro Woche zur Teamsitzung.

Wie bereits in Kapitel 4.1 erwähnt, sind in der Regel nur etwa die Hälfte der Mitarbeitenden von h1 gleichzeitig im Sender. Dies erschwert oft die Kommunikation, da einige Kollegen häufig nicht zu erreichen sind.

Bei h1 haben die wenigsten Mitarbeiter einen festen Schreibtischplatz. Es verfügt auch nur ein Bruchteil der Mitarbeitenden über ein eigenes Outlook-Konto. Die meisten Mitarbeiter nutzen einen Webmailzugang zu ihrem Postfach.

Ein globales Adressbuch ist nur in Form einer Liste verfügbar, die in der Verwaltung aushängt.

<b>Informationsmittel</b>	<b>Medium</b>
Dienstpläne	Whiteboard
Teambuch	Buch
Redaktionswochenübersicht	Excel-Tabelle
Sendeplanarchiv	Excel-Tabelle
Adressbuch	Adressverzeichnis

Tabelle 1: Ist-Situation Informationsmittel

Die Arbeitseinteilung für die Auszubildenden und Praktikanten erfolgt über Whiteboards, was zum Nachteil hat, dass sich Änderungen nicht verfolgen lassen. Außerdem müssen sich die Auszubildenden per Telefon über den Dienstplan informieren, wenn sie bei Kooperationspartner arbeiten.

Für tagesaktuelle Informationen gibt es ein Teambuch, in das die Mitarbeitenden zumeist morgens einen Blick werfen.

Viele Informationen werden in Office-Dokumenten auf dem zentralen Fileserver gespeichert, was das Wiederfinden erschwert, sobald die Ablagestruktur nicht strikt eingehalten wird. Des Weiteren ist das gleichzeitige Arbeiten an einem Dokument nicht möglich.

## **4.3 Informationsmanagementkonzept**

### **4.3.1 Zielsetzung**

Mithilfe einer Intranetplattform (im Folgenden: Intranet) auf Basis eines Content-Management-Systems (im Folgenden: CMS) mit Social-Software-Werkzeugen sollen die Informationen aus den verschiedenen Medien an einem Ort zusammen führen.

Das Intranet soll aber nicht nur den Zugriff auf die Informationen erleichtern, sondern auch die Kommunikation im Unternehmen verbessern. Mithilfe des Intranets sollen alle Entscheidungsprozesse transparenter werden. Die Mitarbeitenden sollen sich nicht nur über aktuelle Geschehnisse informieren, sondern auch an ihnen teilhaben können. Dies ist besonders vorteilhaft, wenn sie nicht vor Ort sein können.

Entscheidend für eine erfolgreiche Nutzung des Intranets bei h1 ist, dass nicht nur einzelne Personen die Informationen für viele andere bereitstellen, wie man es von vielen Unternehmensintranets kennt.

Im h1-Intranet sollen alle Benutzer die Inhalte zusammentragen. Hier soll der Web2.0-Effekt genutzt werden.

### **4.3.2 Mitarbeitermotivation**

Wie bereits in Kapitel 2.4 (Enterprise2.0) erwähnt, steigt und fällt der Erfolg beim Einsatz von Social Software mit der Komponente Mensch.<sup>33</sup> Das bedeutet, es ist sehr wichtig, die Mitarbeitenden rechtzeitig bei der Einführung mit einzubeziehen.

Wenn das Unternehmen klein genug ist, bietet es sich sogar an, mit allen Mitarbeitern über die neue Software zu sprechen, was damit gemacht werden kann und wie diese neue Software in etwa aussehen wird. In größere Unternehmen sind Multiplikatoren gefragt. Dies sollten aber in der Regel nicht die Abteilungsleiter sein, sondern Mitarbeiter, die bereits Erfahrung mit Social Software gesammelt haben. Sobald die Mitarbeitenden eine Idee der Möglichkeiten

---

<sup>33</sup> vgl. Raabe (2007) S.64

bekommen, fangen diese oft an, neue Inputs für die Plattform geben. Bei h1 war es möglich mit fast allen Mitarbeitenden über die Einführung von Social Software zu reden. Das Resultat der Gespräche mit den Mitarbeitenden war positiv. Einige Personen, die dem Projekt zuerst skeptisch gegenüber standen, haben sich als wichtige Ideengeber erwiesen.

Es gibt wie in vielen Unternehmen auch bei h1 Mitarbeitende, die Veränderungen im Arbeitsablauf meiden, solange sie können. Um auch für diese Leute einen Anreiz zu schaffen, sich mit der neuen Software zu befassen ist es sinnvoll, Informationen in das System zu integrieren, auf die alle angewiesen sind oder an denen alle teilhaben wollen.

### 4.3.3 Soll-Situation

Nach der Analyse der vorhandenen Informationsmittel und der Formulierung einiger neuer Ideen, sollen sich diese im h1-Intranet wiederfinden. In der folgenden Tabelle (siehe Tabelle 2) sind die Informationsmittel einem neuen Medium zugeordnet. Zum Beispiel sollen die Dienstpläne in einem Wiki organisiert werden. Mit Hilfe der Mitarbeiter wurden noch weitere Informationsmittel entwickelt. Diese sind in der folgenden Tabelle *kursiv* dargestellt.

<b>Informationsmittel</b>	<b>Medium</b>
Dienstpläne	Wiki
Teambuch	Blog
Redaktionswochenübersicht	Wiki
Sendeplanarchiv	Wiki
<i>Beitragsmanagement</i>	Formular/Wiki
<i>Themenvorschläge</i>	Wiki
<i>Technik DB</i>	Wiki
<i>Verwaltungs DB</i>	Wiki
Adressbuch	Globales Adressbuch
<i>Kopieraufträge</i>	Formular/Wiki
<i>Profile &amp; Nachrichten</i>	Profilseite / Kontaktformular

Tabelle 2: Soll-Situation Informationsmittel



#### **4.3.4 Nutzen für h1**

Mit der Zusammenlegung der Informationsmittel auf eine Plattform ergibt sich eine bessere Übersicht. Die Informationen sind nicht mehr nur an einem Ort verfügbar, sondern an jedem Rechner, der über einen Internetzugang verfügt. Änderungen zum Beispiel in den Dienstplänen werden nachverfolgbar. Es ist ersichtlich, wann sie geändert wurden und von wem.

Des Weiteren stehen aktuelle Informationen allen Mitarbeitenden gleichzeitig zur Verfügung.

## 5 Umsetzung des Informationsmanagementkonzepts

### 5.1 Drupal

Das h1-Intranet ist auf Drupal<sup>34</sup>, einem Web-CMS, aufgebaut. Drupal steht unter der „GNU General Public License“<sup>35</sup>, das heißt, es darf frei weiterkopiert und für jeden Zweck verwendet werden. Zur Ergänzung der CMS-Funktionalitäten stehen für Drupal eine ganze Reihe von Modulen zur Verfügung.

Es gab drei entscheidende Faktoren, die für diese Software gesprochen haben.

- Erstens die Benutzerfreundlichkeit der Oberfläche.
- Zweitens die Kosten. Es war von vorne herein klar, dass im aktuellen Haushaltsjahr kein Budget für die Anschaffung einer neuen Software mehr zur Verfügung stand.
- Der dritte und entscheidende Faktor war der Funktionsumfang. Drupal verfügt nicht nur über eine große Anzahl von Modulen, sondern ist auch sehr flexibel in der Gestaltung.

Im Grundpaket von Drupal sind bereits Wiki- und Bloganwendungen vorhanden. Damit diese alle Anforderungen für das h1-Intranet erfüllten, mussten sie zuerst um einige Funktionalitäten wie Zugangsberechtigungen und Editoren erweitert werden.

### 5.2 Entwicklung der Oberfläche

#### 5.2.1 Designkriterien

Bei der Entwicklung des Intranets wurde, wie bereits in Kapitel 4.3.2 erwähnt, viel Wert darauf gelegt, dass die Mitarbeitenden ihre Ideen mit einbringen und am Entwicklungsprozess beteiligt sind. Dies war auch für den Aufbau der Benutzeroberfläche und des Berechtigungskonzepts sehr hilfreich.

---

<sup>34</sup> <http://drupal.org/>

<sup>35</sup> <http://www.gnu.de/documents/gpl.de.html> (@ 18.11.08)

Die Benutzbarkeit oder auch Usability war weit oben auf der Prioritätenliste. Das Wichtigste in Hinsicht auf die Benutzbarkeit einer Plattform ist der Aufbau der Menüs. Sie sollten nicht nur übersichtlich sondern auch leicht verständlich sein.

Für das Intranet kommt das Drupal Theme „Garland“ zum Einsatz, das bereits im Grundpaket zur Verfügung steht.

In der Kopfleiste befindet sich das Hauptmenü (Abb. 3 A), während sich in der linken Spalte das Benutzermenü (Abb. 3 B) befindet. In der Navigationsleiste hat der Benutzer immer die Übersicht wo er sich innerhalb des Intranets gerade befindet (Abb. 3 C).

Über dem Benutzermenü befindet sich eine einfache Suche, mit der das ganze Intranet durchsucht werden kann (Abb. 3 D). Wird das Suchfeld leer gelassen, kommt man durch klicken des Suchbuttons in die erweiterte Suche.

Unterhalb des Benutzermenüs befindet sich die „Wer ist online“-Anzeige. (Abb. 3 E).

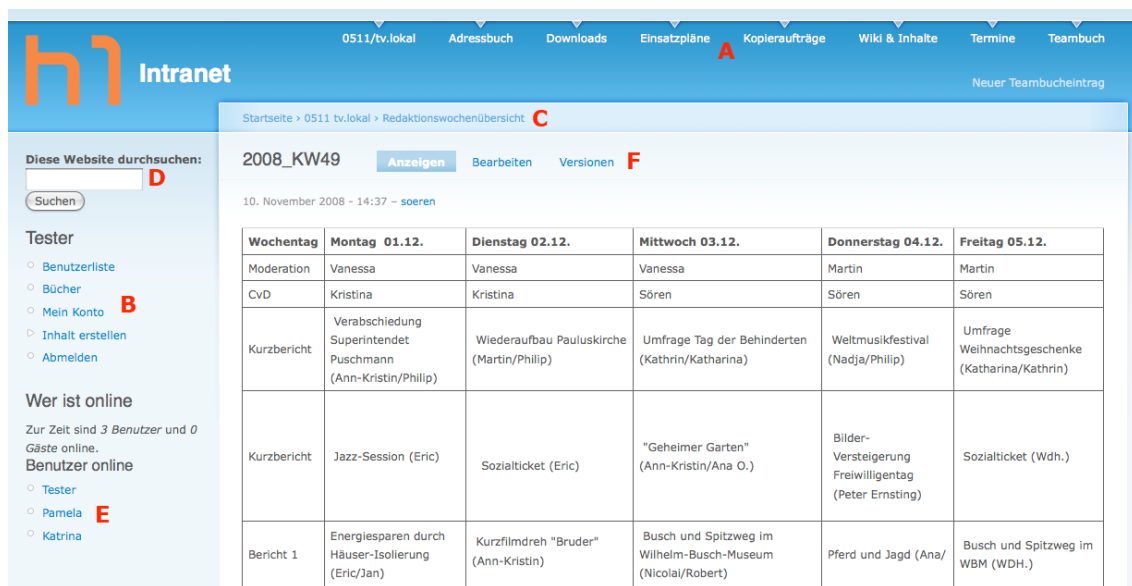


Abbildung 3: Benutzermenü

Innerhalb einer Wiki-Seite werden die Seitenoptionen (Abb. 3 F) „Anzeigen“ (standardmäßig aktiv), „Bearbeiten“ und „Versionen“ angezeigt.

Über „Bearbeiten“ kommen die Benutzer zur Editoransicht, während sie über „Version“ die Möglichkeit haben, die Änderungen an der Seite anzusehen.

Damit die Benutzer möglichst einfach Blogbeiträge und Wikiseiten erstellen oder bearbeiten können, kommt ein WYSIWYG-Editor zum Einsatz (siehe Abbildung 4).

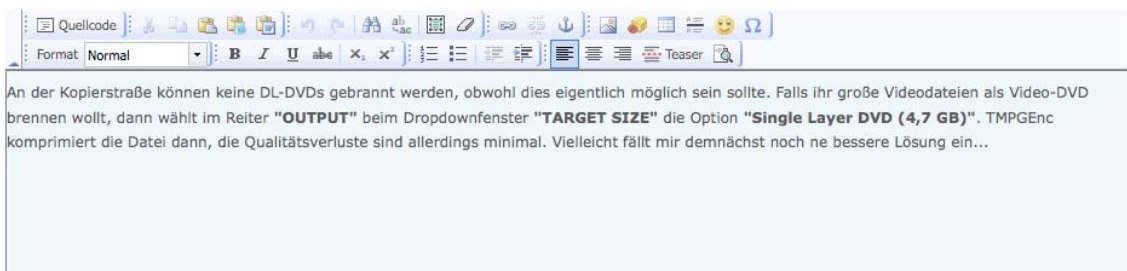


Abbildung 4: WYSIWYG-Editor

Dieser ähnelt in seiner Erscheinung, wie auch in seiner Benutzung einem typischen Textverarbeitungsprogramm. So ist von der Benutzerseite fast keine Umgewöhnung nötig.

### 5.2.2 Rollen- und Berechtigungskonzept

Um allen Mitarbeitern möglichst viel Spielraum zu geben, sich optimal einbringen zu können, werden nur zwei Benutzergruppen unterschieden.

Das Auswahlkriterium basiert auf der Berechtigung Dienstpläne zu ändern. Die Gruppe der „Benutzer“ darf Inhalte erstellen, sowie vorhandene Inhalte bearbeiten. Die „Moderatoren“ dürfen außerdem den Dienstplan ändern. Des Weiteren haben die „Moderatoren“ die Aufgabe für Ordnung innerhalb des Systems zu sorgen.

Rollen	Berechtigungen
Benutzer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inhalte erstellen und bearbeiten</li> <li>- Dienstpläne einsehen</li> </ul>
Moderatoren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inhalte erstellen und bearbeiten</li> <li>- Dienstpläne erstellen und bearbeiten</li> <li>- Löschen</li> </ul>

Tabelle 3: Rollen und Berechtigungen

Die Tabelle 3 verdeutlicht noch einmal, welche Berechtigungen welchen Rollen zugeordnet sind. Erkennbar ist, dass ausschließlich die „Moderatoren“ Inhalte löschen dürfen.

## 5.3 Aufbau des h1-Intranets

### 5.3.1 Einsatzplanung

Für die Einsatzplanung wird das Standard-Wiki von Drupal mit spezieller Zugangsberechtigung verwendet. So ist gewährleistet, dass nur die Gruppe der Moderatoren die Seite bearbeiten kann. Über die Versionsanzeige lassen sich alte Zustände wieder aufrufen und bei Bedarf von Moderatoren wiederherstellen. In Abbildung 5 ist ein typischer Ausschnitt aus einem Wochendienstplan zu sehen, in dem die meisten Aufgaben durch andersfarbige Button dargestellt werden. (Siehe Abbildung 5)

h1 Intranet

0511/tv.lokal Adressbuch Downloads Einsatzpläne Kopieraufträge Wiki & Inhalte Termine Teambuch

Startseite > Azubi Einsatzplanung

Diese Website durchsuchen:  Suchen

KW 46 10.11.2008 bis 16.11.2008

Anzeigen Bearbeiten Gliederung Versionen Kopieren Berechtigung

29. Oktober 2008 - 14:54 - Nina

KW 46	Mo:10.11.	Di:11.11.	Mi:12.11.	Do:13.11.	Fr:14.11	Sa./So
Kati	EB 10:30h - 14:00 Tonassi Modi im Historischen Museum	FI	TD	FI	SAW +htp +tD von 13:00-15:00 h	
Jonathan	TD + Altpapier	SAW +htp ST "Poguntke"	FI	SAW +htp, Einrichtung Werkstatt	EB 10:00h Schnitt mit Monika	
Michael	FI	mob. Studio (Aufbauhilfe für Uwe)	SAW +htp ST "Steilpass"	TD Einrichtung Werkstatt	TD 13:00-15:00 h Pfand wegfahren	

Wer ist online  
Zur Zeit sind 4 Benutzer und 1 Gast online.  
Benutzer online  
daniel  
Eric  
Kristina  
Pamela

Abbildung 5: Einsatzplanung

### 5.3.2 Teambuch

Für das Teambuch wurde ein neuer Blog in Drupal integriert. Dieser ist ähnlich wie ein Multiblog<sup>36</sup> oder ein Abteilungsblog<sup>37</sup> angelegt, in dem jeder Benutzer etwas schreiben darf. Da es sich bei h1 um ein kleines Unternehmen handelt, ist es hier nicht sinnvoll, die Kommunikation in mehrere Blogs zu untergliedern. Im Teambuch werden Informationen gestreut, Erfahrungen ausgetauscht und Verbesserungsvorschläge diskutiert. (Siehe Abbildung 6)

#### Üstra Fahrkarten 2009

15. Januar 2009 - 11:48 – Katrina

Ab sofort können wieder zwei Üstra Fahrkarten in der Verwaltung ausgeliehen werden.

#### Sören ist am Donnerstag auf einer Fortbildung

14. Januar 2009 - 19:51 – soeren

Wenn was wichtiges ist, auf Handy anrufen, ich versuche dann so bald als möglich zurück zu rufen.

#### 0511/ TV.LOKAL ausspielen

14. Januar 2009 - 11:25 – soeren

Wegen Ton/Bild-Versätzen in der letzten Woche, die wohl eine Folge technischer Schwierigkeiten mit dem Rendering sind, soll bis auf weiteres die 0511/TV.LOKAL-Sendung wieder auf Mini-DV-Tape ausgespielt und in die COMO eingespielt werden. Damit es genug Zeit fürs Scheduling gibt, muss der ganze Arbeitsverlauf eine halbe Stunde nach vorne verlegt werden.

D.H. Deadline für Beiträge: pünktlich 16:30h, Ende der Abnahme und Ausspielen pünktlich 17:30h

Abbildung 6: Teambuch

### 5.3.3 0511/tv.lokal

Die Organisation der täglichen Nachrichtensendung 0511/tv.lokal wurde zu großen Teilen in das Intranet verlagert. Im Beitragsmanagement finden sich alle hauseigenen Beiträge für die Sendung. In der Wochenübersicht und im Sendepfad läuft die genaue Planung einer Sendung ab, während im Themenspeicher Ideen für neue zukünftige Sendungen gesammelt und diskutiert werden. Im Folgenden werden die einzelnen Informationsmittel vorgestellt, die zur Planung von 0511/tv.lokal eingesetzt werden.

<sup>36</sup> vgl. Hain, Schopp (2008) S. 193

<sup>37</sup> vgl. Raabe (2007) S. 55

### 5.3.3.1 Beitragsmanagement

Im Beitragsmanagement legen die Redakteure ihre Beiträge an. Im Beitragsformular wird die Thematik zusammengefasst. Des Weiteren haben die Redakteure die Möglichkeit, einen Anmoderationsvorschlag für die Moderatoren zu hinterlegen.

Außerdem werden im Beitragsformular die technischen Daten des Beitrages hinterlegt. Diese Daten benötigt der Leitende Videooperator beim Zusammenschnitt der Sendung.

Eine der wichtigsten Informationen im Formular aber ist der Fortschritt der Bearbeitung. So haben die Sendungsverantwortlichen immer einen Überblick über die sich in Bearbeitung befindenden Beiträge. (Siehe Abbildung 7)

Titel	Typ des Beitrags	Sendedatum (JJJJ-MM-TT)	Name	Status
Sondersendung Pauluskirchengemeinde	Beitrag	2009-01-05	Martin	Abnahme
KINOTIPP TOP FIVE 2008 von 0511/ TV.LOKAL	Kinotipp	2008-12-18	soeren	Schnitt
DER TAG, AN DEM DIE ERDE STILLSTAND	Kinotipp	2008-12-11	soeren	Schnitt
Nachhaltigkeit und Computer	Beitrag	2008-12-05	soeren	Dreh
Vicky Cristina Barcelona	Kinotipp	2008-12-04	soeren	Schnitt
Gottesdienst 50 Jahre Wiederaufbau Pauluskirche	Beitrag	2008-12-02	Martin	Fertig
Karg-Stiftung "Hochbegabung"	Beitrag	2008-11-26	soeren	Schnitt
STOLPERSTEINE 2008	Beitrag	2008-11-13	soeren	Abnahme
Bazar der Paulus-Kirchengemeinde	Kurzbeitrag	2008-11-11	Martin	Fertig
Ausstellung im Landesmuseum: Roter Franz	Kurzbeitrag	2008-10-22	Daniel_Wedekind	Fertig

Abbildung 7: Beitragsmanagement

Das Beitragsmanagement ist eine extra entwickelte Mischlösung. Ähnlich wie bei einem Wiki haben hier mehrere Mitarbeitende die Möglichkeit an einem Eintrag zu arbeiten, jedoch ist die Struktur jeweils vorgegeben und kann nicht einfach verändert werden. So kann es nicht passieren, dass technische Daten vergessen werden.

### 5.3.3.2 Redaktionswochenübersicht

In der Wochenübersicht wird geplant, wann welcher Beitrag gezeigt wird, wer moderiert und welcher Talkgast an welchem Tag in der Sendung ist. Ähnlich wie in der Einsatzplanung ist auch die Redaktionswochenübersicht Teil des Wikis.

Startseite > 0511 tv.lokal > Redaktionswochenübersicht

2008\_KW45 [Anzeigen](#) [Bearbeiten](#) [Gliederung](#) [Versionen](#) [Kopieren](#) [Berechtigung](#)

20. Oktober 2008 - 16:04 - Kristina

Wochentag	Montag 3.11.	Dienstag 04.11.	Mittwoch 05.11.	Donnerstag 06.11.	Freitag 07.11.
Moderation	Martin	Saskia	Martin	Vanessa	Vanessa
CvD	Kristina	Kristina	Sören	Sören	Sören
Kurzbericht	Stiftung Leben und Umwelt (Nadja)	Amerikaner aus Hannover zur US-Wahl (Daniel)	Aufsager zum Busunglück (Daniel)	Bericht: Limmer Schleuse (Peter E./ Ana O.) Normal 0 21	Radio Flora (Daniel)
Kurzbericht	Messe Vinalia (Ann-Kristin)	Brot und Spiele (Ann-Kristin)	Gesine Schwan bei November der Wissenschaft (N.N.)	Kurzbericht: 1. Regionaler Schulmedientag (Jan/N.N.)	Ausstellung zum 9.11.1938 in Hannover (Daniel)
Bericht 1	Nacht der Wissenschaft (Daniel)	Jugendbuchwoche (Nadja)	nord shorts (Daniel/ Ana O.)	Bericht: plattform 5 (Philipp/Ulrike)	Lesung Nazmiye Güclü (Kristina)
Talkgast	Sonja Schnalke schrieb einen schönen Leserbrief	Gerda Egbers, kirchlicher Dienst in der Arbeitswelt, kommt 14.30h	Anke Merscher-Schüler, Pastorin, zu Trauerarbeit und Busunglück	Jennifer Smailes, Ausstellungsreihe StadtMachtKunst	zur 70jährigen Erinnerung an die Reichspogrom- Nacht (Vorprod. am Donnerstag durch Martin)
Rubrik	Fußballtennis (Peter Ernsting)	Verbrauchertipp:Haare.. (Ann-Kristin)	Welt & Umwelt:Faires Kochduell 4'	Kinotipp: Waltz with Bashir (Sören/N.N)	Veranstaltungstipps: (Katrina)

Abbildung 8: Redaktionswochenübersicht

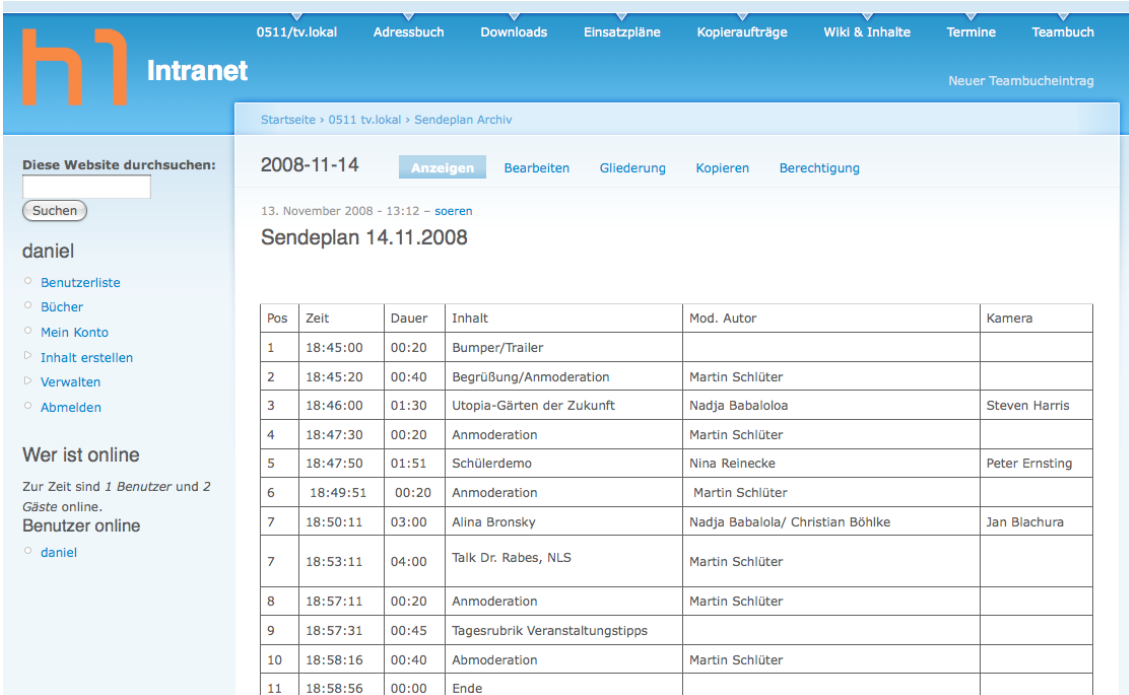
Eine Seite beinhaltet alle fünf Sendungen der laufenden Woche. Zusätzlich zum Talk werden in jeder Sendung zwei Kurzbeiträge, ein langer Beitrag und ein Beitrag aus der Tagesrubrik gezeigt. (siehe Abbildung 8)



### 5.3.3.3 Sendepläne

Hier wird innerhalb des Wikis, der zeitliche Ablauf und die personelle Besetzung jeder Sendung geplant. Außerdem lassen sich hier mit Hilfe der Suchfunktion sehr einfach Beiträge aus vergangenen Sendungen wiederfinden.

Jede Moderation, jeder Trailer und jeder Beitrag werden im Sendeplan sekundengenau eingetragen. (Siehe Abbildung 9)



The screenshot shows the Intranet interface for the 'Sendeplan Archiv' (Broadcast Schedule Archive) for the date 2008-11-14. The page includes a search bar, navigation tabs, and a table of broadcast items.

Pos	Zeit	Dauer	Inhalt	Mod. Autor	Kamera
1	18:45:00	00:20	Bumper/Trailer		
2	18:45:20	00:40	Begrüßung/Anmoderation	Martin Schlüter	
3	18:46:00	01:30	Utopia-Gärten der Zukunft	Nadja Babaloloa	Steven Harris
4	18:47:30	00:20	Anmoderation	Martin Schlüter	
5	18:47:50	01:51	Schülerdemo	Nina Reinecke	Peter Ernsting
6	18:49:51	00:20	Anmoderation	Martin Schlüter	
7	18:50:11	03:00	Alina Bronsky	Nadja Babaloloa/ Christian Böhlke	Jan Blachura
7	18:53:11	04:00	Talk Dr. Rabes, NLS	Martin Schlüter	
8	18:57:11	00:20	Anmoderation	Martin Schlüter	
9	18:57:31	00:45	Tagesrubrik Veranstaltungstipps		
10	18:58:16	00:40	Abmoderation	Martin Schlüter	
11	18:58:56	00:00	Ende		

Abbildung 9: Sendeplan

### 5.3.3.4 Themenspeicher

Auch der Themenspeicher ist Teil des Wikis. Dies ist so etwas wie die Ideenbörse von 0511/tv.lokal. Hier werden Vorschläge für Beiträge, Studiogäste und Veranstaltungen gesammelt.

Bis zur Einführung des Intranets konnten sich die Redaktionsmitglieder nur einmal pro Woche über diese Inhalte austauschen.

### **5.3.4 Technik & Verwaltung**

In diesen beiden Bereichen wird nachhaltiges Informationsmanagement betrieben. Im Bereich Technik hinterlegen die Mitarbeitenden unter anderem Gebrauchsanleitungen oder kurze technische Tricks, während sich im Bereich Verwaltung Dokumentationen von Arbeitsabläufen oder Tipps für günstige Büromaterialien wiederfinden.

Hier wird das Wiki als Wissensspeicher genutzt. Immer wenn jemand einen Satz mit „Weiß jemand, ...“ beginnt, kann hier schon die Zeit für einen neuen Eintrag gekommen sein.

### **5.3.5 Adressbuch**

Das Adressbuch wurde speziell für die Bedürfnisse von h1 aufgebaut. Jeder Benutzer hat die Möglichkeit, Adresssätze anzulegen oder zu ändern.

Außer über das Adressverzeichnis sind die Adressbucheinträge auch über die in das Menü eingebettete Suchmaske erreichbar. So ist es möglich, von jeder Seite aus direkt nach Adressen zu suchen. Diese Funktion ist erfahrungsgemäß auch bei anderen Social-Software-Projekten als sehr sinnvoll bewertet worden.<sup>38</sup>

### **5.3.7 Kopieraufträge**

Im Kopierauftragssystem werden Aufträge für neue Sendungskopien angelegt. Wie in jedem Fernsehsender kann man auch bei h1 Sendungskopien bestellen. Wer immer den Auftrag annimmt, füllt im Intranet ein vorgegebenes Formular aus. Ähnlich wie im Beitragsmanagement wurde auch hier ein Formular angelegt, damit keine wichtigen Daten vergessen werden.

Der technische Dienst sieht in der Übersicht sofort, welche Aufträge zu erledigen sind und kann diese nach der Erledigung gleich abhaken. (Siehe Abbildung 10)

---

<sup>38</sup> Koch, Summa (2008) S.226

The screenshot shows an Intranet page with a blue header. The main content area displays a table titled 'Kopieraufträge "erledigt"'. The table has the following columns: Titel, Angenommen am, bis zum, Abholung / Versand, Name, Zahlung, Bezahlt, and Angelegt von. The data rows are as follows:

Titel	Angenommen am	bis zum	Abholung / Versand	Name	Zahlung	Bezahlt	Angelegt von
0511 / tv.lokal	02.10.2008	06.10.2008	Abholung	Manuel	kostenfrei	nicht bezahlt	Manuel
0511/tv.lokal	05.11.2008	07.11.2008	Abholung	Ulrike Dau	Rechnung	nicht bezahlt	Katrina
Die entstehung des Bürgerfernsehens	06.10.08	08.10.08	Abholung	Peter Maurer-Ebeling	kostenfrei	nicht bezahlt	Peter
0511/tv.lokal	09.10.2008	09.10.2008	Versand	Detlef Matz	kostenfrei	nicht bezahlt	Katrina
0511/tv.lokal	09.10.2008	09.10.2008	Versand	MaGellan e.K., Bozica Marinovic	kostenfrei	nicht bezahlt	Katrina
0511/tv.lokal	09.10.2008	09.10.2008	Versand	Thorsten Bullerdiek	kostenfrei	nicht bezahlt	Katrina
0511/tv.lokal	09.10.2008	09.10.2008	Versand	Fraktion im Rat der LH Hannover, Michael Dette	kostenfrei	nicht bezahlt	Katrina
0511/tv.lokal	09.10.2008	09.10.2008	Versand	Deutsches rotes Kreuz, Claus-Dieter Dörlitz	kostenfrei	nicht bezahlt	Katrina
0511/tv.lokal	09.10.2008	09.10.2008	Versand	Bündnis90/Die Grünen, Christian Meyer	kostenfrei	nicht bezahlt	Katrina
0511/tv.lokal	09.10.2008	09.10.2008	Versand	TPZ Mühlberg	kostenfrei	nicht bezahlt	Katrina

Navigation links at the bottom of the table: 1 2 3 4 5 6 nächste Seite > letzte Seite >>

Abbildung 10: Kopieraufträge

### 5.3.8 Profile & Nachrichten

Jeder Benutzer hat in Drupal eine eigene Profilseite. Welche Inhalte hier eingetragen werden können ist aber flexibel. Bei h1 verwaltet jeder Benutzer seine aktuellen Adressinformationen (siehe Abbildung 11). Auf diese Weise wird es unnötig, ein Mitarbeiteradressbuch zu führen. Über die Benutzerliste des Intranets sind alle Kontaktinformationen abrufbar. Überdies haben die Mitarbeitenden die Möglichkeit, auf ihrer Profilseite Schulungen einzutragen, an denen sie teilgenommen haben. Auch allgemeine Kenntnisse und Fähigkeiten können hier hinterlegt werden, wie Wissen über Softwarenutzung oder nicht direkt themenrelevante Weiterbildungen.

Außerdem verfügt jede Profilseite über ein Kontaktformular, um persönliche Nachrichten zu erstellen und an andere zu versenden.

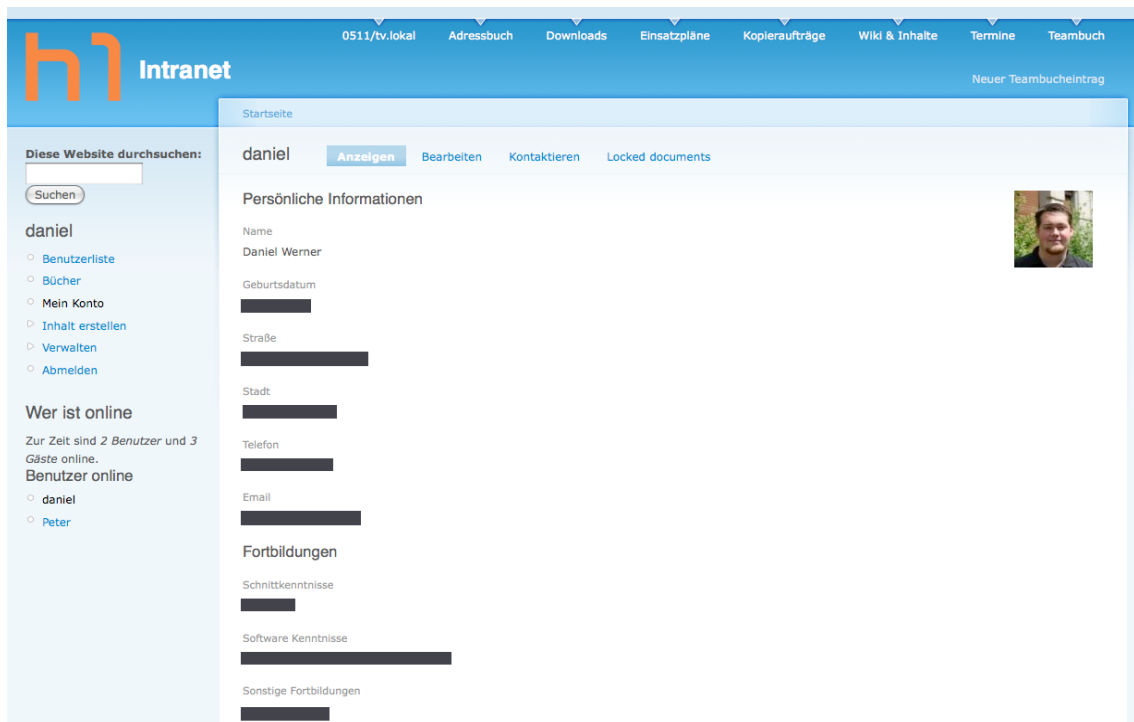


Abbildung 11: Profilsseite

## 5.4 Einführung des Intranets

Um die Mitarbeitenden mit dem Intranet vertraut zu machen, wurden kleine Schulungsgruppen gebildet, in denen jeweils die Funktionalitäten und Möglichkeiten des Intranets vorgestellt wurden. Auch hier hatten die Mitarbeiter noch mal die Möglichkeit, Änderungs- und Ergänzungsvorschläge zu machen.

Nach der Empfehlung von Alexander Raabe<sup>39</sup> wurde im Anschluss viel Wert auf die Betreuung und die Unterstützung der Anwender gelegt. Nach dem Start des h1-Intranets hat sich gezeigt, dass besonders in den ersten zwei Wochen viele Fragen der Anwender auftauchten. Des Weiteren wurden von den Anwendern kleine Probleme bemerkt, die beim Testen nicht aufgefallen sind. Diese konnten schnell behoben werden, da den Mitarbeitern in den ersten drei Wochen permanent ein Ansprechpartner zur Verfügung stand.

<sup>39</sup> Raabe (2007) S. 90

## 6 Fazit

In der vorliegenden Arbeit wurde an einem konkreten Beispiel der Einsatz von Social Software in einem Unternehmen dargestellt. Es wurde aufgezeigt, wie einfach und praktisch die Einsatzmöglichkeiten von Social Software sind. Hierbei stand der Einsatz von Blogs, Wikis und Social Networking im Vordergrund. Diese drei bilden nach Ansicht des Autors den Kern der Social Software, während die anderen Anwendungen ergänzend dazu eingesetzt werden können und sich längst nicht für alle Unternehmen anbieten.

Trotz anfänglicher Distanziertheit einiger Mitarbeiter war die Einführung des h1-Intranets sehr erfolgreich. In der Praxis zeigt sich, dass nicht alle Informationsmittel so produktiv genutzt werden, wie sie genutzt werden könnten, dafür entwickeln sich andere viel besser als erwartet.

In wie weit durch den Einsatz von Social Software schon eine erfolgreiche Umsetzung von Enterprise2.0 erreicht wurde, bleibt offen, da eine solche Betrachtung erst nach einem längerem praktischen Einsatz erfolgen kann.

## Literaturverzeichnis

### **Hain, Schopp (2008)**

Hain, Stefanie; Schopp, Bernd: Web2.0 in der Unternehmenspraxis : Grundlagen, Fallstudien und Trends zum Einsatz von Social Software / hrsg. von Andrea Back; Norbert Gronau; Klaus Tochtermann

München : Oldenbourg, 2008

ISBN: 3-486-58579-7. - 978-3-486-58579-7

### **Heinrich, Stelzer (2008)**

Heinrich, Lutz J.; Stelzer, Dirk: Informationsmanagement-buch.org - Wissensmanagement

URL:[http://www.informationsmanagement-](http://www.informationsmanagement-buch.org/index.php?option=com_content&view=article&id=243&Itemid=171)

[buch.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=243&Itemid=171](http://www.informationsmanagement-buch.org/index.php?option=com_content&view=article&id=243&Itemid=171)

[Abrufdatum: 26.11.2008, Sachtitel aus Titelleiste]

### **Herget (2004)**

Herget, Josef: Handbuch zur Einführung in die Informationswissenschaft und -praxis / Rainer Kuhlen, Thomas Seeger und Dietmar Strauch (Hrsg.)

München : Saur, 2004

ISBN: 3-598-11675-6

### **Koch, Richter (2007 a)**

Koch, Michael; Richter, Alexander: Enterprise2.0 : Planung, Einführung und erfolgreicher Einsatz von Social Software in Unternehmen / von Michael Koch; Alexander Richter

München [u.a.] : Hanser, 2008

ISBN: 978-3-486-58578-0

**Koch, Richter (2007 b)**

Koch, Michael; Richter, Alexander: Social Software – Status quo und Zukunft, Technischer Bericht Nr. 2007-01 / von Michael Koch; Alexander Richter  
München : Fakultät für Informatik, Universität der Bundeswehr, 2007

**Koch, Summa (2008)**

Koch, Michael; Summa, Leila: Web2.0 in der Unternehmenspraxis : Grundlagen, Fallstudien und Trends zum Einsatz von Social Software / hrsg. von Andrea Back; Norbert Gronau; Klaus Tochtermann  
München : Oldenbourg, 2008  
ISBN: 3-486-58579-7. - 978-3-486-58579-7

**McAfee (2008)**

McAfee, Andrew: Enterprise2.0 - die Kunst, loszulassen / [Hrsg. CoreMedia AG]. Willms Buhse; Sören Stamer  
Berlin : Rhombos, 2008  
ISBN: 3-938807-68-7. - 978-3-938807-68-2

**O'Reilly (2005)**

O'Reilly, Tim: What is Web2.0 / O'Reilly Media  
URL: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>  
[Abrufdatum: 26.11.2008]

**Raabe (2007)**

Raabe, Alexander: Social Software im Unternehmen : Wikis und Weblogs für Wissensmanagement und Kommunikation / Alexander Raabe  
Saarbrücken : VDM Verl. Dr. Müller, 2007  
ISBN: 3-8364-1243-8. - 978-3-8364-1243-8

**Robes (2008)**

Robes, Jochen: Web2.0 in der Unternehmenspraxis : Grundlagen, Fallstudien und Trends zum Einsatz von Social Software / hrsg. von Andrea Back; Norbert Gronau; Klaus Tochtermann

München : Oldenbourg, 2008

ISBN: 3-486-58579-7. - 978-3-486-58579-7

**Schmidt (2006)**

Schmidt, Jan: Social Software: Definitionsversuche

URL: <http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/archives/426>

[Abrufdatum: 26.11.2008]

**Stamer (2008)**

Stamer, Sören: Enterprise2.0 - die Kunst, loszulassen / [Hrsg. CoreMedia AG].

Willms Buhse; Sören Stamer

Berlin : Rhombos, 2008

ISBN: 3-938807-68-7. - 978-3-938807-68-2

**Stelzer (2008)**

Stelzer, Dirk: Das A&O - Eceonomag - Wirtschaftsmagazin für Betriebs- und Volkswirtschaftslehre

URL: <http://www.economag.de/magazin/2008/9/134+Das+A%26O>

[Abrufdatum: 26.11.2008]



## **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Angepasstes Social Software Dreieck nach Jan Schmidt.

Abbildung 2: h1-Organisationsstruktur

Abbildung 3: Benutzermenü

Abbildung 4: WYSIWYG-Editor

Abbildung 5: Einsatzplanung

Abbildung 6: Teambuch

Abbildung 7: Beitragsmanagement

Abbildung 8: Redaktionswochenübersicht

Abbildung 9: Sendeplan

Abbildung 10: Kopieraufträge

Abbildung 11: Profilseite

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Ist-Situation Informationsmittel

Tabelle 2: Soll-Situation Informationsmittel

Tabelle 3: Rollen und Berechtigungen

## **Weiterführende Literatur**

Enterprise 2.0 - die Kunst, loszulassen

Stamer, Sören: Enterprise 2.0 - die Kunst, loszulassen / [Hrsg. CoreMedia AG].

Willms Buhse; Sören Stamer

Berlin : Rhombos, 2008

ISBN: 3-938807-68-7. - 978-3-938807-68-2

Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation S. 245-254.

Herget, Josef: Handbuch zur Einführung in die Informationswissenschaft und -  
praxis / Rainer Kuhlen, Thomas Seeger und Dietmar Strauch (Hrsg.)

München : Saur, 2004

ISBN: 3-598-11675-6