

Der Personalrat

PersonalRecht im öffentlichen Dienst

Neue Kommunikationswege für Personalräte

So können Blogs genutzt werden

Eine wichtige Aufgabenstellung für Personalräte lautet, die Beschäftigten mit aktuellen Informationen, Einblicken in die Arbeit des Personalrats und mit Materialien zu versorgen. Oder über laufendes Geschehen in der Verwaltung zu informieren. Aber auch die andere Richtung von Kommunikation ist interessant: Wie kann die Personalvertretung eine Rückmeldung der Beschäftigten erhalten? Wie können sie an Diskussionsprozessen beteiligt werden? Schwarzes Brett, Flugblätter, regelmäßige Zeitungen, Versammlungen, Sprechstunden sind bekannte Möglichkeiten. Das Web 2.0, das Internet zum Mitmachen, bietet zusätzliche Möglichkeiten, die sinnvoll kombiniert und für eine erfolgreiche Arbeit der Interessenvertretung eingesetzt werden können. Speziell Blogs und die Einsatzmöglichkeiten für Personalräte werden hier beschrieben.¹

I. Die aktuellen Internetentwicklungen

Die Nutzung des Internets in der Arbeitswelt nahm ab Mitte der 1990er Jahre rasant zu. Die Anwendungen der Verwaltungen und Unternehmen wurden immer mehr eingesetzt für Verbesserung und Erweiterung der eigenen Darstellung, Imagepflege, Kontakte zu Kunden und sonstigen Ansprechpartnern und schnelle Informationsweitergabe. Aber auch für den Einkauf, die direkte Umsetzung von Verwaltungsaufgaben und die Verlagerung von Tätigkeiten zum Bürger nach Hause, wie z.B. beim Ausweis-Bestellen. Auch interne Netzwerke oder Intranets funktionieren nach den technischen Prinzipien des Internets. Generell waren (und sind) die Internet-Ange-

bote der Betriebe und Verwaltungen dieser Stufe durch folgende Merkmale gekennzeichnet: Botschaften werden verkündet, Partizipation, Diskussion, Einflussnahme und Veränderung nach Kommunikation finden kaum statt. Die eingefahrenen Rollen von Produzent und Konsument, von Schreiben und Lesen verändern sich nur wenig.

Seit ein paar Jahren geistert ein neuer Begriff durch die Online- und Medienwelt: Web 2.0. Das »2.0« erinnert an große Versions-Sprünge bei Software-Entwicklungen – auch wenn vorher kein Mensch vom Web 1.0 gesprochen hat. Der Begriff Web 2.0 will neue Merkmale und Trends im Netz zusammenfassen. Das Zusammentreffen von neuen technischen Möglichkeiten, einer hohen Akzeptanz bei vielen Nutzern, deren Unbekümmertheit gerade Datenschützern große Sorge bereitet und einem breiten Angebot von Anwendungsmöglichkeiten ermöglicht den Boom des Begriffs, aber auch der Nutzung und Verbreitung des Web 2.0.²

Merkmale des Web 2.0 in Abgrenzung zur früheren Nutzungsart des Internets³ sind:

- leichtes Erstellen von Internetbeiträgen,
- Suchen, Beobachten und Herausfiltern von interessanten Internet-Informationen,

¹ S. auch Meyer/Buchholz, CuA 5/2010, S. 31 ff. und 6/2010, S. 32 ff.

² Glossar zu den wichtigsten Begriffen des Web 2.0 hier: <http://ebetriebsrat.wordpress.com/glossar/>.

³ Tim Berners-Lee, der Begründer des WWW (World Wide Web, also des am meisten genutzten Dienstes des Internets) und andere Kritiker vertreten die Ansicht, dass das »neue« Netzverständnis des Web 2.0 nichts anderes als das ursprüngliche ist (http://de.wikipedia.org/wiki/web_2.0).

- Setzen auf Zusammenarbeit, Vertrauen auf die Kraft der Vielen,
- das Prinzip, Jeder Leser ist ein Schreiber, jeder Schreiber ist ein Leser,
- Integration von verschiedenen Medien sowie
- Verlinken und Vernetzen.

Auch wenn der Begriff Web 2.0 neu ist, scheint er schon wieder durch einen noch neueren Modebegriff verdrängt zu werden. Immer häufiger hört und liest man von »Sozialen Medien«. Gemeint sind Netzgemeinschaften oder Portale für Selbstdarstellung, Verbreitung von Informationen, Begegnung, Kommunikation, Zusammenarbeit. Die Inhalte können ganz unterschiedlich sein: Freizeit, Bildung, Umwelt, Politik, Interessen, Arbeit, Leidenschaften. Bekannte Beispiele sind Facebook mit mehr als 12 Millionen Nutzern in Deutschland und Twitter.⁴

II. Was ist ein Blog?

Zu den Anwendungen, die dem Web 2.0 häufig zugeordnet werden, gehört der Weblog oder Blog: eine Wortkombination aus »World Wide Web« und »Log« für Tagebuch. Lange war die Frage umstritten, ob es nun »der« Blog oder »das« Blog heißt. Der Duden hat sie inzwischen salomonisch entschieden: Beide Schreibweisen sind korrekt.

Blogs sind häufig als private Internetseiten zu finden. In chronologischer Reihenfolge werden kurze Beiträge angeboten. Der aktuellste Eintrag wird zuoberst dargestellt. Themen solcher privater Blogs sind Hobbies (Blumen, Tiere, Reisen), Kunst, persönliche Erlebnisse und Gedanken, Kommentare zum Welt- und Netzgeschehen, Nachrichten, die in den offiziellen Medien nicht gebracht oder verschwiegen werden. Inzwischen dienen Blogs vielen als zusätzliche Informationsquelle zu den Angeboten von Online-Medien und Internetseiten. Bei politischen Diskussionen und Verbraucherschutzaktionen sind Blogs und Aktivitäten in sozialen Netzen ein Machtfaktor.⁵ Die Faszination ergibt sich durch schnelle und subjektiv gefärbte Berichterstattung. »Bloggen ist eine unheimlich aufregende neue Form der Kommunikation« formulierte es der US-Medien-Experte Howard Finberg.

Es gibt zahlreiche Werkzeuge oder Programme, mit denen Weblogs erstellt werden können. Inzwischen bieten solche Systeme auch wesentlich mehr. Fotos, Videos, Terminkalender, Links und zusätzliche Informationen ergänzen die chronologisch geführten Beiträge.

Zu den Zusatzfunktionen gehören:

- Besucher des Blogs können die Beiträge direkt kommentieren.
- Inhalte können von den Lesern bewertet werden.
- Jeder Beitrag hat einen eigenen permanenten Link (Permalink). Andere Beiträge oder Seiten können somit auf diesen Beitrag verweisen.
- Inhalte und Links auf Beiträge können schnell im Netz verbreitet werden.

- Den Beiträgen können Kategorien und/oder Schlüsselbegriffe zugeordnet werden. Dadurch können alle Beiträge einer Kategorie oder zu einem Schlüsselwort zusammengestellt werden.
- Suchfunktion (zum Durchsuchen sämtlicher Beiträge).
- Archivfunktion (für Ablage und Zugriff auf ältere Beiträge).
- Statistiken, z.B. Informationen über meistgelesene oder bestbewertete Beiträge.
- Erstellung von Webseiten, die nicht als Blog dienen, sondern mit denen weitere, permanent wichtige Inhalte dargestellt werden können.

III. Verwaltungen, Web 2.0 und Blogs

Öffentliche Institutionen nutzen Informations- und Kommunikationstechniken, genau wie private Unternehmen, zur Vereinfachung und Durchführung von Prozessen sowie zur demokratischen Beteiligung. Die Wege verlaufen innerhalb und zwischen den Institutionen sowie zwischen diesen Institutionen und Bürgern, Unternehmen und Non-Profit- bzw. Non-Government-Organisationen. Diese Entwicklungen werden mit dem Begriff E-Government zusammengefasst. Government 2.0 bezeichnet die Nutzung internetbasierter Technologien (Web 2.0-Anwendungen) für die Kommunikation und Interaktion von Bürgern, Unternehmen, Initiativen, Verbänden und Verwaltung.⁶ Über die Qualität der Kommunikation und Interaktion ist damit noch nichts ausgesagt. Die Einführung neuer Techniken ändert ja nicht »automatisch« vorhandene Abläufe und Organisationsformen, Führungsverhalten und Mitarbeiterkompetenzen. Qualitative Ziele und Wünsche nach Transparenz, Zusammenarbeit, Teilen von Wissen und Beteiligung werden auch mit »Open Government« bezeichnet.

Verwaltungen sind bei der Einführung innovativer Technologien und Veränderungsprozesse langsamer als Unternehmen. Sie haben weniger Ressourcen und vorhandene Kultur und Strukturen sowie das föderale System hemmen Veränderungen. Auch die Verwaltungssprache ist ein Hindernis für Blogs, Wikis⁷ und Twitter. Informationen in diesen Medien sollten spannend, prägnant, aussagekräftig und verständlich sein.⁸ Aber auch die Bürger selber sind noch nicht im Web 2.0-Zeitalter angekommen.

Andere Länder, besonders in Skandinavien, haben schon länger Erfahrungen mit »Government 2.0«. In der letzten Zeit bewegt sich aber auch in deutschen Verwal-

⁴ Siehe hierzu Demuth, CuA 10/2009, S. 33 ff.

⁵ Der Blog XtraneWS z.B. veröffentlichte Anhänge eines von der Stadt Duisburg beauftragten Berichts zur Loveparade. Die Stadt selber hatte die Anhänge nicht veröffentlicht. Die Stadt reagierte mit einer einstweiligen Verfügung. Der Streit endete mit einem Vergleich. (<http://www.xtraneWS.de/2010/09/03/einigung-mit-der-stadt-duisburg-rechtskraefftig>).

⁶ Das Bundesministerium des Innern prägt sogar im »Umsetzungsplan 2009« für eine elektronische Bürgerbeteiligung den Begriff »E-Government 2.0«.

⁷ Internetseiten, die von den Benutzern frei erstellt und überarbeitet werden können. Dient der Darstellung von Wissen. Bekanntes Beispiel: Wikipedia.

⁸ Positives Beispiel: Mit dem Dienst taggaTO erlaubt die Stadt Turin angemeldeten Nutzern Lesezeichen auf den einzelnen Internetseiten der Stadt zu verteilen und diese zu verschlagworten. Durch diesen Tagging-Dienst werden die Seiten der Stadt detaillierter beschrieben und das auch in Umgangssprache.

tungen viel. Für die Bürger gibt es eine Vielfalt an Möglichkeiten, sich aktiv mit neuen Medien über das Internet am politischen Prozess zu beteiligen. So können Internetpetitionen an die eigene Gemeinde gesendet, Ratssitzungen direkt im Internet verfolgt und kommentiert werden. Oder es werden Online-Befragungen genutzt, um schnellere Rückmeldungen der Bürger zu bekommen. In Großbritannien können Bürger über staatliche oder kommunale Websites Missstände, wie die wieder mal defekte Straßenbeleuchtung oder das Zunehmen von Graffiti melden, ohne hierfür zum Telefonhörer greifen oder ein Bürgerbüro aufsuchen zu müssen. In Brandenburg gibt es mit dem »Maerker« ein ähnliches Portal, um der Verwaltung ein Problem im Ort mitzuteilen. Die Idee der partizipativen Budgets startete 1989 in Brasilien. Die Bevölkerung sollte bei der Verteilung der Steuern mitentscheiden. In Deutschland war bei den Bürgerhaushalten mit Onlinepartizipation in den letzten Jahren ein regelrechter Boom zu verzeichnen. Die Motivation dazu sind sowohl Transparenz und Bürgernähe als auch die Auswahl und Rechtfertigung von Sparvorhaben. Wie Städte das Web 2.0 nutzen können, will die Stadt Duisburg zeigen. Seit einigen Monaten ist sie in den sozialen Medien und Netzwerken aktiv. Bilder und Videos aus dem Stadtgeschehen werden beispielsweise auf Youtube und flickr, einer Fotoplattform eingestellt und von da aus wieder auf www.duisburg.de eingebunden. Aktuelle Meldungen des Konzerns Duisburg werden in den Sozialen Netzwerken wie Twitter, Facebook oder Friendfeed verbreitet.⁹

Blogs sind ein Instrument aus den Möglichkeiten des Web 2.0. Für Unternehmen und Verwaltungen sind sie aus mehreren Gründen interessant:

- Mit einem öffentlichen Blog können Unternehmen und Verwaltungen Einblicke in den eigenen »Betrieb« geben, einen Blick hinter die Kulissen gewähren, Transparenz für Abläufe herstellen und sogar Krisenmanagement betreiben.
- Mit einem öffentlichen Blog wird der Dialog angeboten. Er bietet Möglichkeiten für Rückmeldungen und Diskussionen, Lob, Ärger und Kritik loszuwerden. Beteiligung und Einmischen in die Angelegenheit vor Ort, Verantwortung und Wir-Gefühl werden gefördert.
- Haben Unternehmen oder Verwaltungen online shops, so gehören Blogs und Web 2.0-Anwendungen zum Geschäftsmodell.
- Intern genutzt, sind Blogs ein Weg, um Wissensaustausch, Kommunikation und Unternehmenskultur zu verbessern.
- In fremden Blogs können Unternehmen und Verwaltungen die ungefilterte Meinung von Kunden, Bürgern und engagierten Gruppen erfahren. Oder sie lesen dort Informationen, die sie selber zurückgehalten haben.

Der Umgang mit Blogs ist für Verwaltungen und Unternehmen allerdings auch eine Herausforderung. Sie müssen sich damit auseinandersetzen, dass in Blogs

über Entscheidungsträger und ihre Entscheidungen berichtet und diskutiert wird. Stuttgart-21 und die Loveparade-Katastrophe in Duisburg sind dafür bekannte Beispiele. Bürger benutzen Verwaltungs-Blogs für Fragen und erwarten schnelle Antworten. Bürgerinitiativen organisieren sich in eigenen Communities und schreiben in ihren eigenen Blogs. Auch der innerbetriebliche Einsatz von Blogs setzt eine entwickelte Kommunikationskultur und klare Spielregeln voraus. Viele Unternehmen und Verwaltungen sind bisher daher zurückhaltend bei der Nutzung dieses Werkzeugs. Ein Personalrat, der jetzt hier die Initiative ergreift, kann die Bedingungen für eine erfolgreiche Arbeit deutlich verbessern.

IV. Bloggen auch für Personalräte?

Personalräte nutzen intensiv das Internet; beispielsweise zum Mailen oder für Recherchen nach neuen Urteilen und Informationen, die sie für ihre tägliche Arbeit benötigen. Die Mehrzahl der Personalräte hat den eigenen Netz-Auftritt vermutlich im Intranet und ist damit für Externe nicht zu finden und nicht zu lesen. Obwohl es keinen Anspruch auf eine Seite im Internet gibt, enthält eine Übersicht bei Soliserv über Personalräte im Internet ca. 250 Interessenvertretungen.¹⁰ Aber bloggen Personalräte? Auch hier vermuten wir: am ehesten in verwaltungsinternen Intranets und von außen nicht wahrnehmbar. Uns sind kaum Aussagen zur Häufigkeit von bloggenden Interessenvertretern bekannt. Bei einer kleinen Stichprobe von zwölf Antworten einer online-Befragung der TBS-Hessen zum Einsatz von elektronischen Medien für Betriebs- und Personalratsarbeit nannten vier Antworter die Intranetseite, drei die Internetseite und jeweils null die Nutzung des firmeninternen Blogs bzw. des eigenen Blogs.¹¹ Wir haben insgesamt drei bloggende Personalräte im Internet gefunden:

- Blog des Personalrats Uniklinikum Essen¹²
- Blog des Personalrats Studienseminar Rüsselsheim.¹³
- Personalrat, ein privater Blog von Claudia Kilian.¹⁴

Das BVerwG¹⁵ räumt bisher den Personalräten das Mitbenutzen des dienststelleninternen E-Mail-Verteilers und des Intranets ein, wenn diese Kommunikationsformen in der Dienststelle / von der Dienststelle genutzt werden. Benötigt der Personalrat im Rahmen seiner Auf-

9 Überblick über die neuen Web 2.0 Dienste der Stadt Duisburg hier: <http://www.duisburg.de/news/102010100000273109.php> / Konzepte, Verbreitung und Beispiele von Government 2.0 beschreiben folgende Untersuchungen: CSC (Hrsg.): Government 2.0 in der Betaphase. Eine Analyse von ePartizipation und Web 2.0 Anwendungen der 50 größten Städte und 16 Bundesländer in Deutschland. Policy Paper Series 06/2010. http://assets1.csc.com/de/downloads/CSC_policy_paper_series_06_2010_government_20_betaphase_2.pdf; BITKOM (Hrsg.): Government 2.0 – Web 2.0 für die öffentliche Verwaltung – Grundzüge, Chancen, Beispiele und Handlungsvorschläge. 2008. http://www.bitkom.org/files/documents/E-Government_Web_2.0_fuer_die_oeffentliche_Verwaltung.pdf sowie David Röhler: Government 2.0. Chancen und Herausforderungen. S:Z:D Arbeitspapiere Praxis der Robert-Jungk-Stiftung. November 2010 <http://www.jungk-bibliothek.at/ap1.pdf>

10 <http://www.soliserv.de/personalraete.htm>.

11 www.tbs-hessen.info → Umfragen, Stand: 14.02.2011.

12 www.uk-essen.de/personalrat.

13 <http://personalrat4u.wordpress.com>.

14 <http://personalrat.wordpress.com>.

15 BVerwG, Beschluss vom 27.10.2009 – 6 P 11.08 –, PersR 2010, 74.

gaben und Befugnisse einen Blog zur Information der Beschäftigten und um Anregungen und Kommentare zu erhalten, so kann er auf dieser Grundlage die Einrichtung und Nutzung eines Blogs im Intranet beanspruchen. Blog-Software gibt es als Open-Source-Produkt, die lizenzfrei genutzt werden kann, so dass dafür keine zusätzlichen Kosten entstehen. Entstehen zum Beispiel durch die Erstinstallation Kosten, kann die Dienststelle lediglich prüfen, ob die beabsichtigte Nutzung zu den gesetzlich vorgeschriebenen Aufgaben des Personalrats gehört. Hält ein Personalrat die Einrichtung eines Blogs im Internet für sinnvoll, benötigt er dafür die Akzeptanz der Dienststelle. Unabhängig von der Durchsetzbarkeit sollte der Personalrat genau überlegen, zu welchen Themen und für welche Öffentlichkeit er schreiben und informieren möchte.

Beim Bloggen tritt die Persönlichkeit des Bloggers deutlicher in Erscheinung als bei normalen Internetseiten. Es sind ganz konkrete Menschen, die ihr Wissen, ihre Erfahrungen, ihre Meinung zu einem selbstgewählten Thema äußern und damit mit ihrem Namen für ein Thema, eine Kommentierung oder eine bestimmte Position eintreten. Oft werden weitere Infos zum Blogger und auch ein Foto auf einer Profilseite angezeigt. Damit bekommen die Leser des Blogs auch einen visuellen Eindruck von der Person und sehen sich (vielleicht) eher motiviert, auf den Blogbeitrag zu reagieren. Natürlich kann auch ein Gremium auf diesen Personenbezug verzichten und nur das Gremium erscheint bei allen Beiträgen als Autor.

Als Reaktionsmöglichkeiten können die Leser eines Blogs oft die einzelnen Beiträge bewerten. Eine andere Möglichkeit ist der Kommentar zum Blogbeitrag, der dann direkt unter diesem angezeigt wird und auch wiederum kommentiert werden kann. Möglich sind Kommentare mit Pseudonymen, mit Vornamen oder mit vollständigen Namen. Meist wird ein Kommentar erst freigeschaltet, wenn sich ein Moderator des Blogs diesen angeschaut hat. Er kann dann entscheiden, ob der Beitrag fehlerhafte oder beleidigende Angaben enthält oder aus sonst einem Grund gegen die Blog-Richtlinien verstößt. Solche »Maßnahmen« sind aber meist nicht notwendig, wenn die »Kommentar-Etikette« hinreichend erklärt und transparent gemacht wird. Eine weitere Reaktionsmöglichkeit der Leser besteht darin, eine Mail an den Autor oder an die Blogbetreiber zu schreiben oder diese, soweit möglich, in einem Gespräch auf das Thema anzusprechen. Werden diese Möglichkeiten genutzt, bekommt ein Personalrat wertvolle Rückmeldungen und Anregungen zu seiner Arbeit.

Entscheidet sich der Personalrat für einen Blog mit persönlich verantwortlichen »Redakteuren« (die Mitglieder des Personalrates entscheiden allein über ihre jeweiligen Beiträge), dann kann er trotzdem Beschlüsse des Gremiums und wichtige Informationen über zusätzliche Seiten, sogenannte statische Seiten, veröffentlichen. Die Blogbeiträge erscheinen laufend als fließender Strom von News, während Beschlüsse, Statistiken, Termine und »langlebige« Informationen auf den statischen Seiten abrufbar sind. Ergänzt werden kann das Webangebot des Personalrates mit interessanten Links

zu weiteren Quellen und zusätzlichen Downloadmöglichkeiten (beispielsweise von Dienstvereinbarungen, Regelungen zum Gesundheitsschutz).

Mit einem guten Blog kann innerbetrieblich Politik gemacht werden. Personalräte können in dieser Hinsicht von den Kampagnen und Blogs aktueller, online-orientierter Bewegungen lernen.

1. Beispiele für bloggende Personalräte

Zwei Beispiele möchten wir kurz vorstellen. Am Uniklinikum Essen nutzen Personalrat seit 2004, Jugend- und Auszubildendenvertretung und Schwerbehindertenvertretung seit 2007 jeweils einen eigenen Blog. Alle drei nutzen WordPress, aber mit unterschiedlichem Design. Jeder Blog enthält Verweise auf die anderen Blogs. Personalrat und JAV haben die Kommentarfunktion nicht aktiviert. Der Blog des Personalrats ist übersichtlich strukturiert. Auf der Hauptseite beginnt der Fluss der chronologischen Blog-Beiträge. Diese lassen sich durch 12 Kategorien (z.B. PR vor Ort / PR-Rundmail / PR-Info / News ...) sortieren und nachlesen. Mit der Kategorie PR-Rundmail lassen sich z.B. die monatlichen Ausgaben der PR-Rundmail zusammenstellen. Die PR-Rundmail wird zusätzlich jedem Beschäftigten per E-Mail zugesandt und in Infokästen ausgehängt. Einen chronologischen Zugang zu den Blog-Beiträgen bietet das nach Jahren geordnete Archiv. Veröffentlicht werden die Beiträge von dem Personalrat und nicht von einzelnen Autorinnen oder Autoren. Langlebige Inhalte zu Arbeitsgruppen, Gesetzen und Grundlagen der Personalratsarbeit werden in 12 statischen Seiten veröffentlicht. Suchfunktion und Begrüßungstexte in 19 Sprachen vervollständigen die Seite.

»Personalrat« ist ein Blog, der nicht von einem Gremium oder einer Gewerkschaft veröffentlicht wird, sondern von einer einzelnen Autorin, Claudia Kilian. Sie führt mehrere Blogs, u.a. die »Sammelmappe«¹⁶. Im Juni 2010 hat sie in einigen Beiträgen über die Personalratsarbeit nachgedacht und ob es nicht sinnvoll wäre, auch über das Thema Personalrat zu bloggen. Sie fand: »Obwohl ein großer Teil der Personalratsarbeit vertraulich ist, gibt es doch auch einen Anteil, den ich öffentlich machen könnte.« Das macht sie nun. Sie sammelt beispielhafte Personalrats-Aktionen, prangert Missstände an, weist auf Personalrats-Netze und Informationsquellen hin, schreibt ihre Gedanken und Überlegungen zur Personalratsarbeit auf.

2. Blogs bei Wahlen

Für anstehende Personalrats- oder andere innerbetriebliche Wahlen kann ein Blog eine gute Möglichkeit sein, die Diskussion zwischen Listen, Kandidaten und den Beschäftigten zu fördern. Die Verantwortlichen könnten sowohl den aktiven Personalratsmitgliedern wie auch allen Kandidaten anbieten, den Blog zur Darstellung zu

¹⁶ <http://www.claudiakilian.de/>.

nutzen. Blogs sind auf Diskussion angelegt und daher werden durch Beiträge und Kommentare die Auseinandersetzung und die Wahlbereitschaft gefördert. Oft wird in großen Verwaltungen von Beschäftigten kritisiert, dass sie zu wenig über die einzelnen Kandidaten wissen. Dem können die Kandidaten abhelfen, indem sie ihre Vorstellungen und Programmpunkte in einzelnen Blogbeiträgen verdeutlichen und diese für Rückfragen und Kommentare öffnen. Auch Wahlprogramme, Rechenschaftsberichte und Kandidatenvorstellungen können als Download über Blogseiten angeboten werden.

Selbstverständlich reduziert sich der Wahlkampf nicht auf den Auftritt im Blog. Aber es ist sicherlich von Vorteil, wenn Veranstaltungen hier angekündigt und dokumentiert werden. Schnell können Berichte, Fotos und Filme publiziert und damit auch Nichtveranstaltungsteilnehmer nachträglich informiert und zur Diskussion motiviert werden. Und selbstverständlich können nach der Wahl schnell die Ergebnisse gemeldet werden.

3. Organisatorische Voraussetzungen

Zur Organisation eines Blogs gehören eine Reihe von Fragen und Entscheidungen: Welche zusätzlichen Qualifikationen werden benötigt? Wer ist Motor des Blogs? Wer darf schreiben? Wer darf kommentieren? Wer darf moderieren? Welche »Macht« hat der Moderator? Welche Namensregeln sollen gelten? Welche Spielregeln werden erwartet?

Eine Reihe von Kompetenzen sollte im Gremium vorhanden sein oder entwickelt werden:

- administrative Kompetenz, um das Blog-System an die Anforderungen des Gremiums anzupassen oder Unterstützung durch die zuständige IT-Abteilung,
- gestalterische Fähigkeiten, um das grundlegende »Kleid« des Blogs herzurichten,
- die Fähigkeit, verständlich zu schreiben,
- Medienkompetenz, um zusätzliche Medien einzubinden,
- Wahrnehmen von guten Geschichten, wichtigen Themen,
- Kenntnis der wichtigsten Regeln für den Online-Journalismus,
- offene, gelassene und respektvolle Moderation,
- strategische Kompetenz, um den Blog in die gesamte Öffentlichkeitsarbeit und die Ziele der Interessenvertretung einzuordnen.

Die Motorenrolle übernimmt einer oder mehrere. Sie sorgen dafür, dass der Blog läuft, lebendig ist. Sie lesen und beantworten regelmäßig Kommentare, motivieren das Gremium, das Instrument auch zu nutzen, suchen Wege, die Beschäftigten einzubeziehen. Meistens sind auch sie es, die regelmäßig schreiben.

Für das Schreiben gibt es in der Praxis verschiedene Modelle:

- Modell »Einzelkämpfer«: Ein Einzelner bloggt für den Personalrat. Kann attraktiv und spannend für

den Leser sein. Führt aber zu Übergangsschwierigkeiten, wenn der Einzelne seine Rolle nicht fortsetzen möchte.

- Modell »Festes Team«: Mitglieder des Personalrats, vielleicht auch Mitarbeiter des Gremiums und Beschäftigte aus der Dienststelle bilden ein festes Team. Mitglieder des Teams können Beiträge schreiben.
- Modell »Offenes Team«: Der Blog wird so eingerichtet, dass sowohl das Blog-Team, aber auch alle anderen Personalratsmitglieder, alle Beschäftigten, die Dienststellenleitung, unter Umständen sogar Externe Beiträge schreiben dürfen.
- Modell »Wir lassen schreiben«: Eine denkbare Möglichkeit, die vermutlich von Prominenten und Politikern angewandt wird. Wir halten sie nicht für empfehlenswert.

Für die Kennzeichnung der Beiträge sind Namensregeln festzulegen und wichtig ist es, die eigenen Spielregeln für den Blog zu klären und zu veröffentlichen. Der Blog benötigt auch einen oder mehrere Moderatoren.

Für den Fluss der Beiträge ist es empfehlenswert, dass sich die aktiven Autoren auf einen gewissen Rhythmus ihrer Beiträge verpflichten. Jeder sollte auch ein paar Reservetexte in der Hinterhand halten, die bei Bedarf als Joker eingesetzt werden können.

4. Technische Voraussetzungen zum Bloggen

Egal ob der Blog im Intranet oder im Internet betrieben wird, der Personalrat braucht den Zugriff über einen Server, bei dem er selbständig eine Netzpräsenz mit Datenbank-Möglichkeit nutzen kann. Soll die Präsenz im Internet betrieben werden, dann ist hierfür auch die Reservierung einer Domain (Webadresse) ein Weg.

Auf dem Server wird eine Software eingesetzt, die das Bloggen ermöglicht, etwa das populäre, lizenzfreie WordPress¹⁷. Die weiteren technischen Voraussetzungen ergeben sich dann aus den Ansprüchen dieser Blogsoftware: Bei WordPress genügt es, wenn auf dem Server PHP als Programmiersprache und MySQL als Datenbanksoftware laufen kann. Auch diese Produkte sind Open-Source-Produkte.

WordPress ist recht einfach in der Benutzung und erfordert keinen hohen Schulungsaufwand, damit die »Redakteure« schnell mit dem Bloggen beginnen können. Für das Design gibt es viele anspruchsvolle »Kleider«, die man kostenlos aus dem Internet beziehen kann und die für eigene Vorstellungen nur noch »etwas« angepasst werden müssen.

17 Mehr zu WordPress unter <http://wordpress-deutschland.org>. Dies ist die Anlaufstelle der deutschsprachigen WordPress-Nutzer. Außerdem in Computer-Fachwissen 3/2006 (und folgende) die Reihe von Andreas Skowronek zu »Weblogs einfach einrichten mit WordPress«.

V. Fazit: Bloggen ist ein Teil guter Öffentlichkeitsarbeit

Öffentlichkeitsarbeit der Personalräte ist kein neues Thema. Sie war schon immer deren Aufgabe. Es geht dabei um:

- informieren (das ist eher in eine Richtung),
- kommunizieren (das ist miteinander reden, zuhören, sich austauschen),
- beteiligen (dem anderen Einfluss ermöglichen),
- gemeinsam handeln (als ein Pol von Öffentlichkeitsarbeit),
- das eigene Licht nicht unter den Scheffel stellen (auch das gehört dazu),
- abgrenzen (z.B. gegenüber Positionen des Dienststellenleiters) und
- stark machen (der eigenen Position).

Bloggen und andere Formen elektronischer Öffentlichkeitsarbeit sind dabei nur Teil aus dem ganzen Spektrum der Möglichkeiten. Je nach Zielsetzung, Zielgruppe, Anlass und auch abhängig von den spezifischen Bedingungen sowie den Ressourcen und dem Know-how der Interessenvertretung ist ein »gelungener Mix« aus Strategien, Medien und Maßnahmen auszuwählen.¹⁸

Neu sind die Wege, die Internet und Web 2.0 ermöglichen. Diese Wege gilt es auszuprobieren, ohne die alten zu vernachlässigen.

*Rainer Meyer
IT-Trainer und Online-Journalist*

*Ulrich R. Buchholz
Technik- und Organisationsberater für Betriebs- und
Personalräte, Fach- und Führungskräfte*

18 S. dazu auch Roggenkamp, PersR 2011, 52 ff.